

事業計画及び 成長可能性に関する事項

株式会社イノベーション
(東証マザーズ：3970)

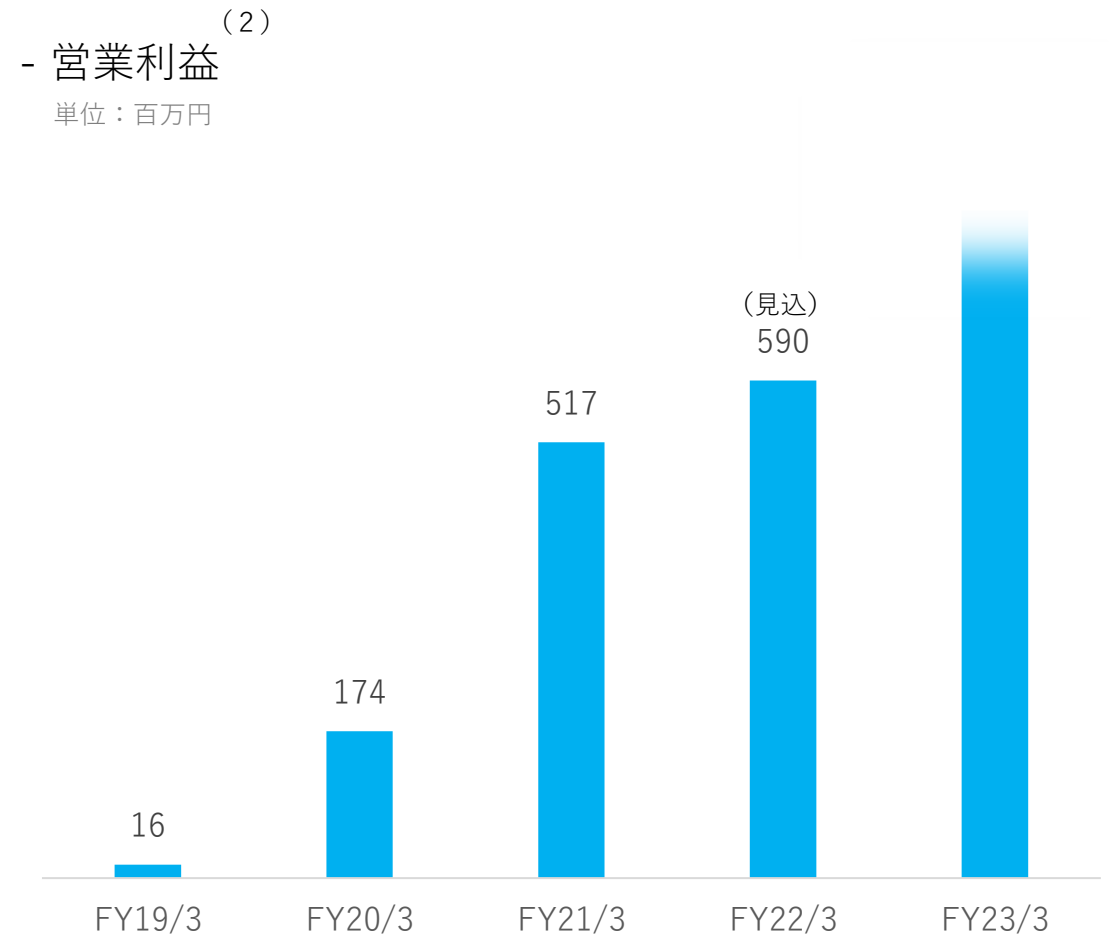
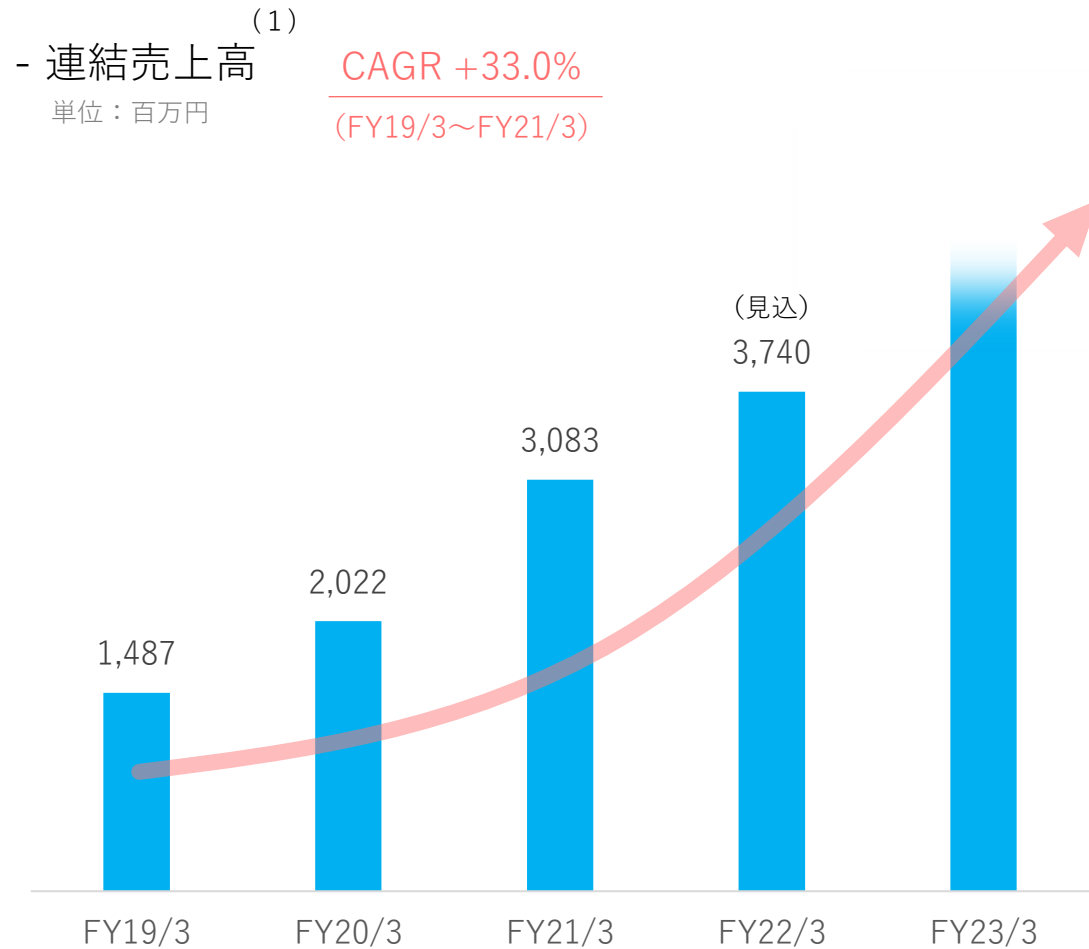
働くを変える。

多くのビジネスマン、起業家、組織、会社を成功に導かせる。

世の中に新しい価値を提供し、産業ごとにある世の中の非効率や負を解決する。

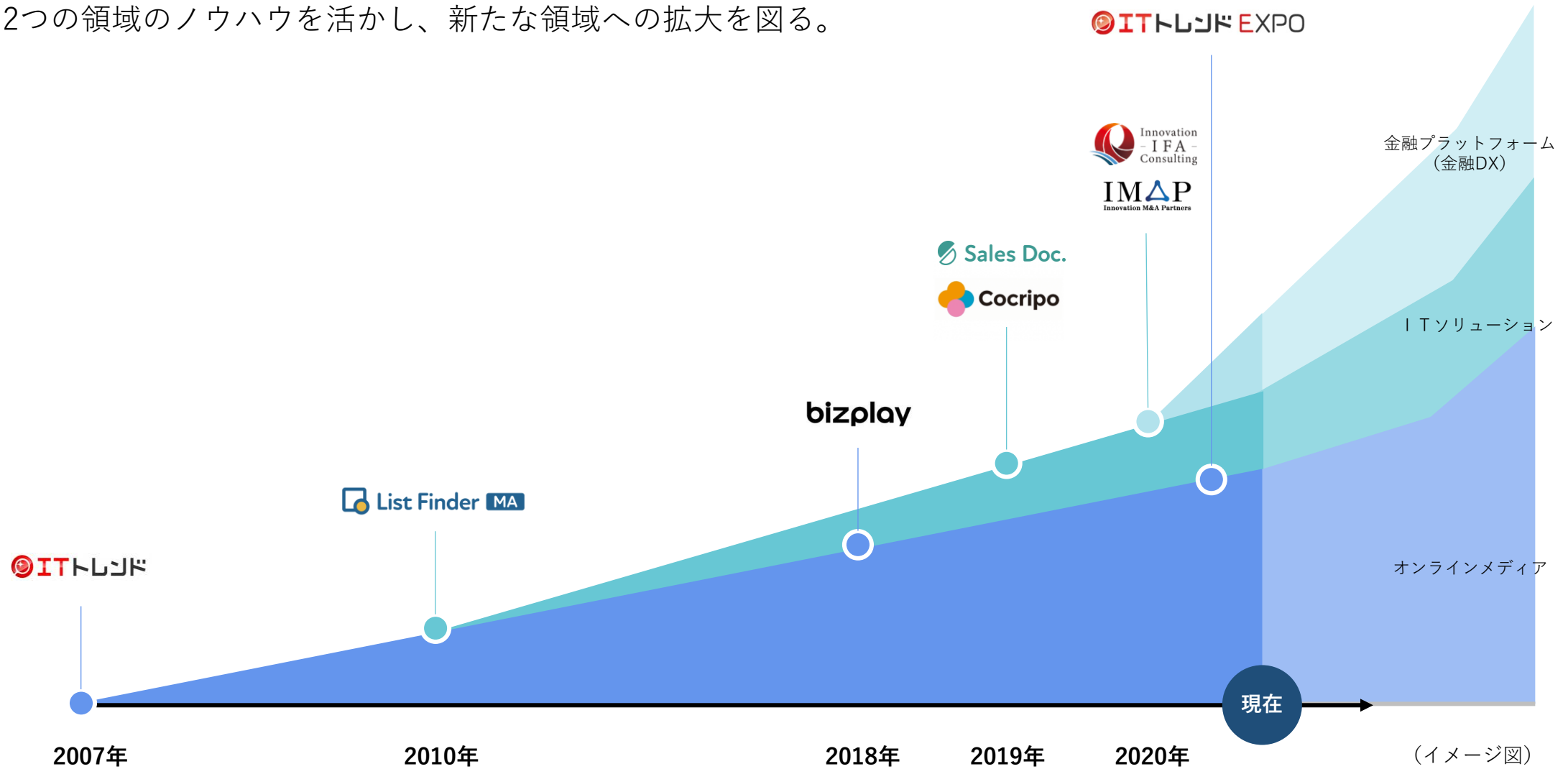


既存事業の利益水準を高めながら、新たな事業に積極投資を。
そして当社の成長スピードを速める。



注: (1) (2) FY23/3のグラフについては成長イメージを表す。

オンラインメディア領域の拡大に加え、ITソリューション領域の成長を加速。
その2つの領域のノウハウを活かし、新たな領域への拡大を図る。



注: (1)イメージ図。横軸の下の年は各サービスの開始タイミングを表す。

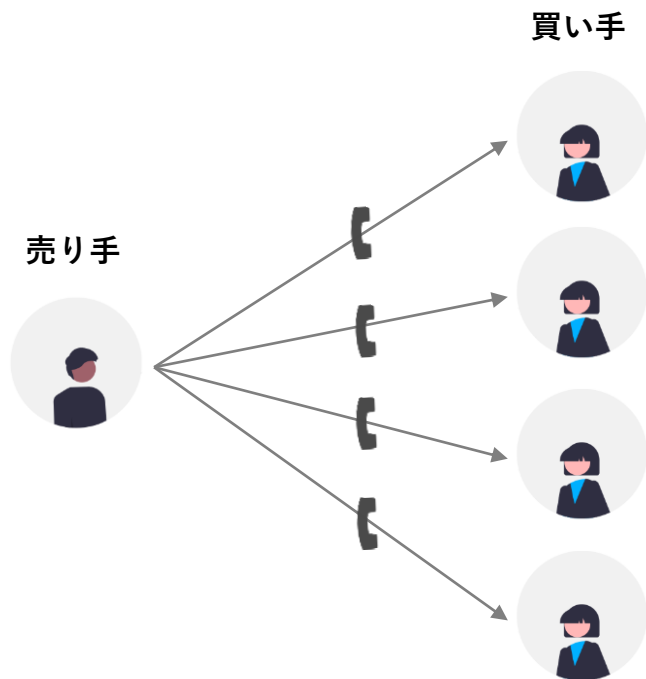
1. 「営業DX」のパイオニア、“ITトレンド”
2. 自らの営業ノウハウと知見を具現化した“SaaSサービス”
3. 長期的な成長戦略
 - 金融領域への拡大
 - 新規事業の創出
 - データ・マネタイゼーションの始動

1. 「営業DX」のパイオニア、“ITトレンド”

物理的な営業活動をデジタルの活用に置き換え「営業活動のデジタル化」を図り、B2B企業の営業活動に変革を起こしたITトレンド。

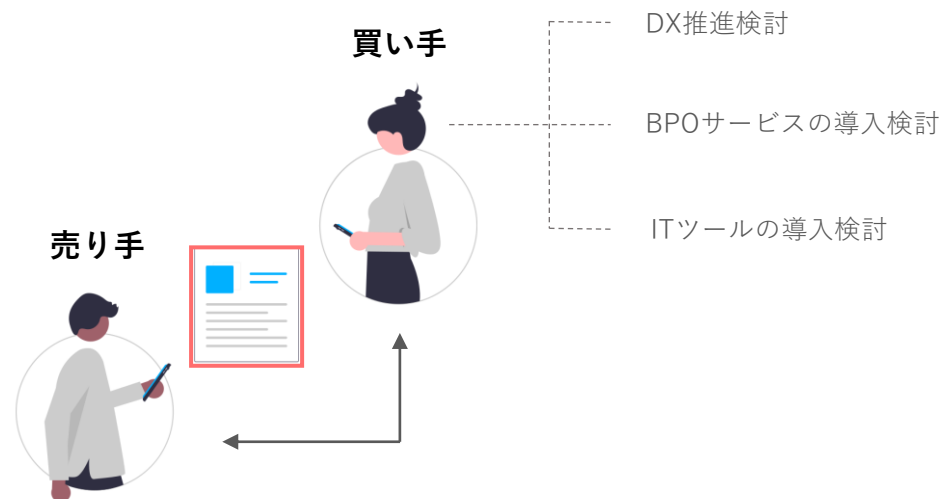
従来

売り手が、見込み客に対して一方的に「架電 や 飛び込み」



営業DX (ITトレンド)

買い手と、売り手をオンライン上でマッチング⁽²⁾

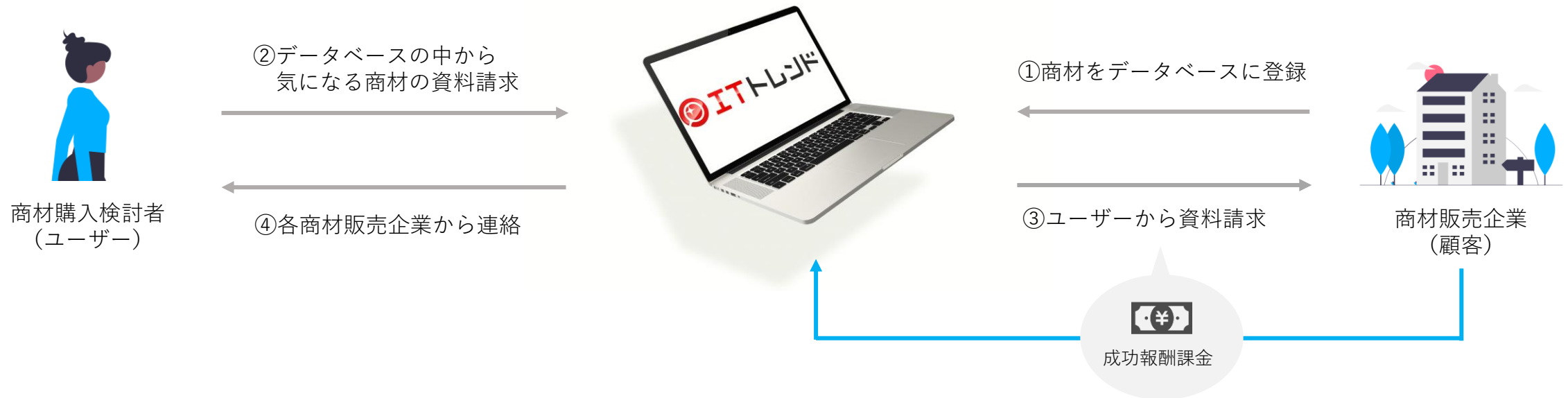


注: (1) ITトレンドはオンラインメディア事業の主要（中核）サービス

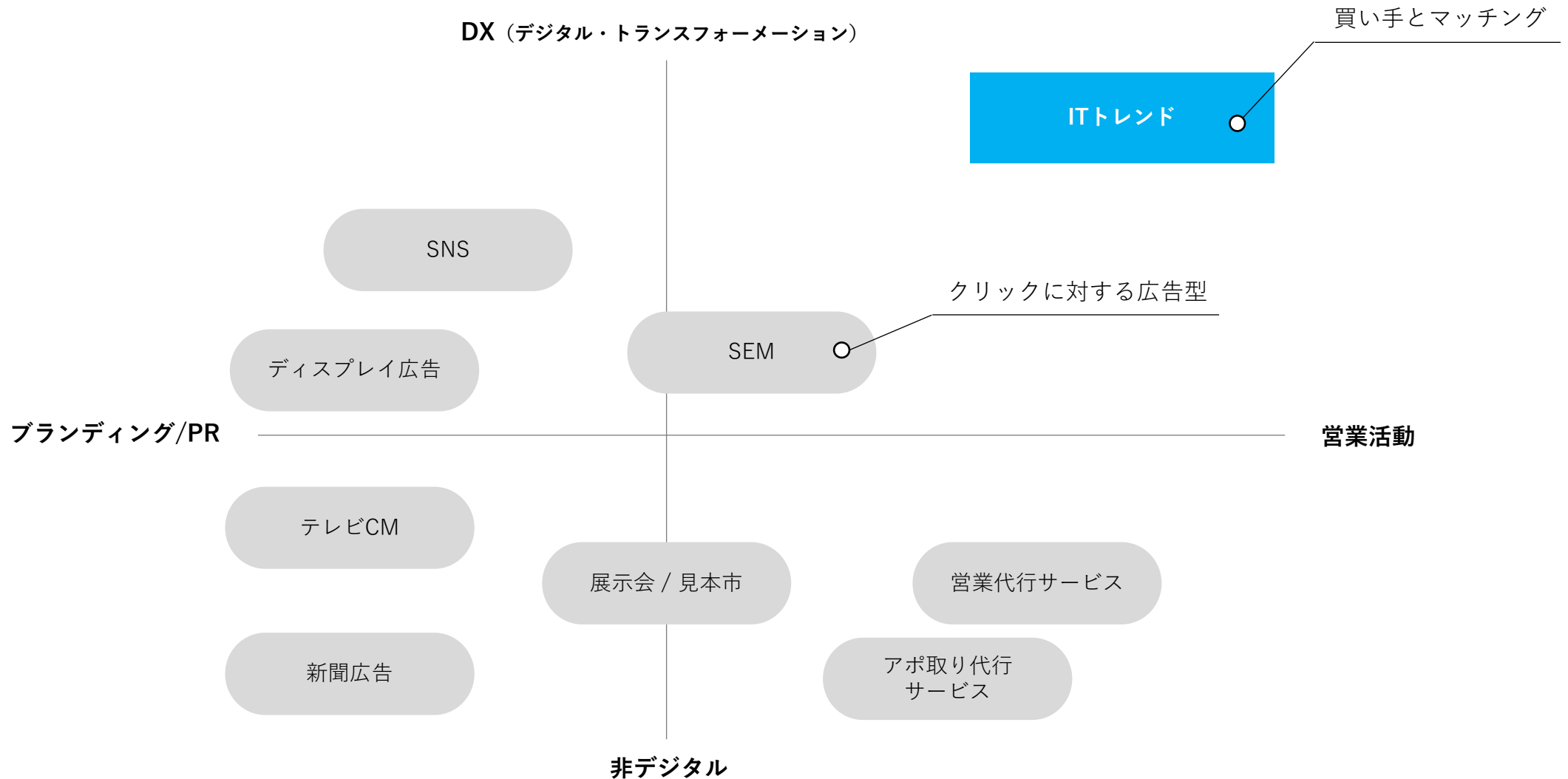
注: (2) 「法人で導入するITシステムやツール、BPOサービス」の売り手と、それらを購入検討している買い手をマッチング

B2Bにおける購買マッチングプラットフォーム「ITトレンド」は、資料請求獲得成功に対する成功報酬課金を中心に、多様な収益源による安定的な成長を実現。

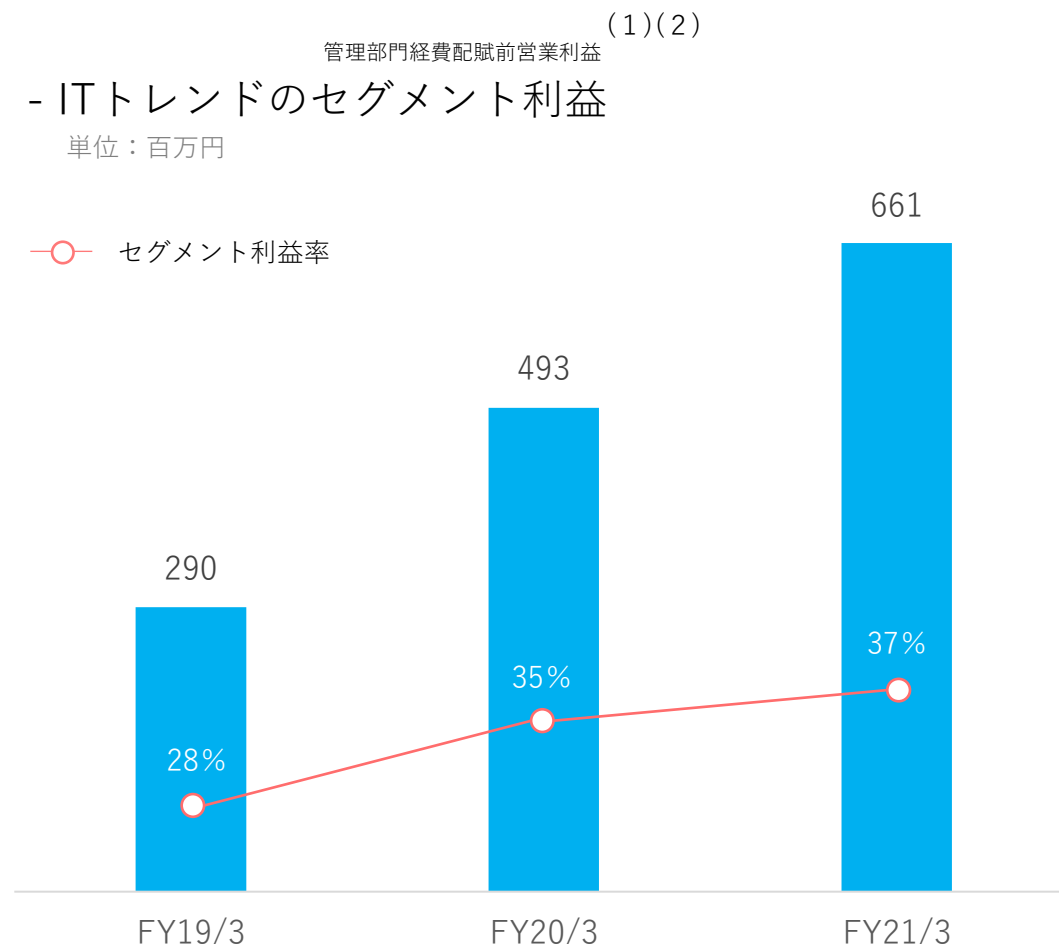
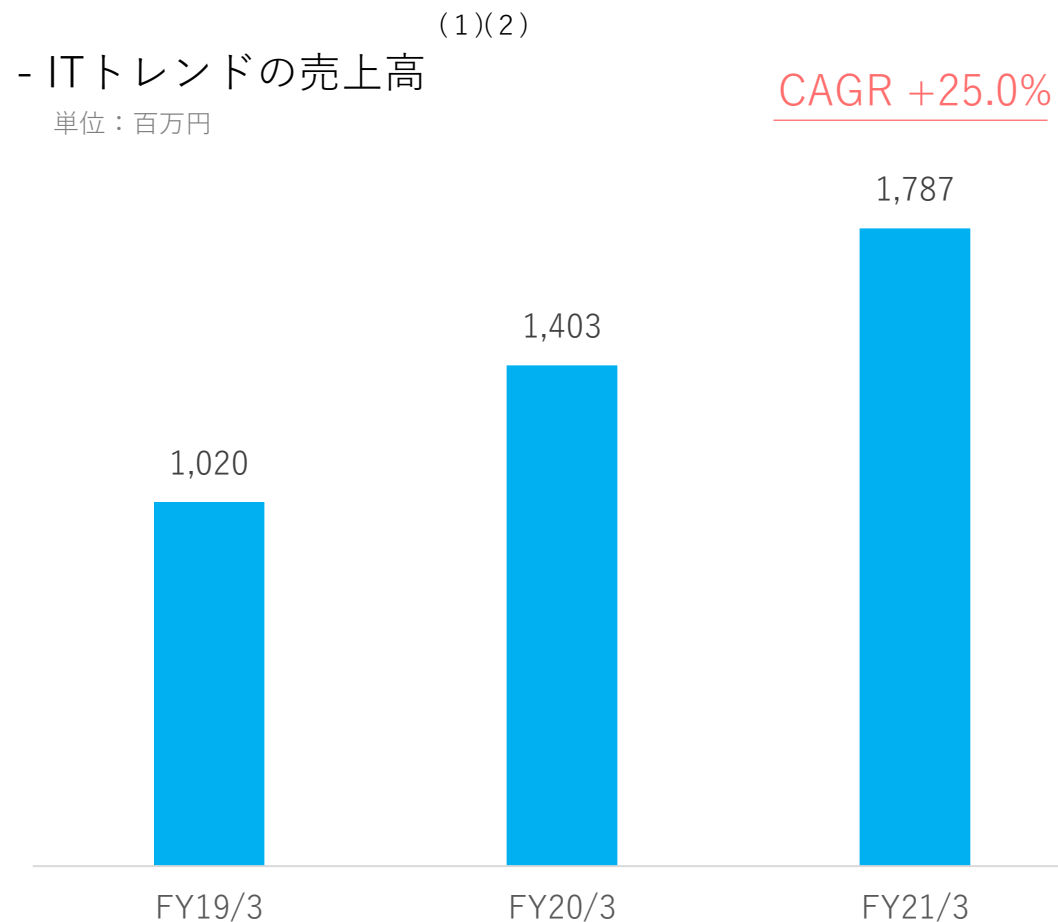
- 優先的にユーザーへ商材を表示する広告課金
- ホワイトペーパーのダウンロード獲得に対する成功報酬課金
- オンラインイベントに対する出展課金 (1)



既存のサービスとは異なり、ITトレンドは、法人営業における営業DX（デジタル・トランスフォーメーション）を実現するサービス。

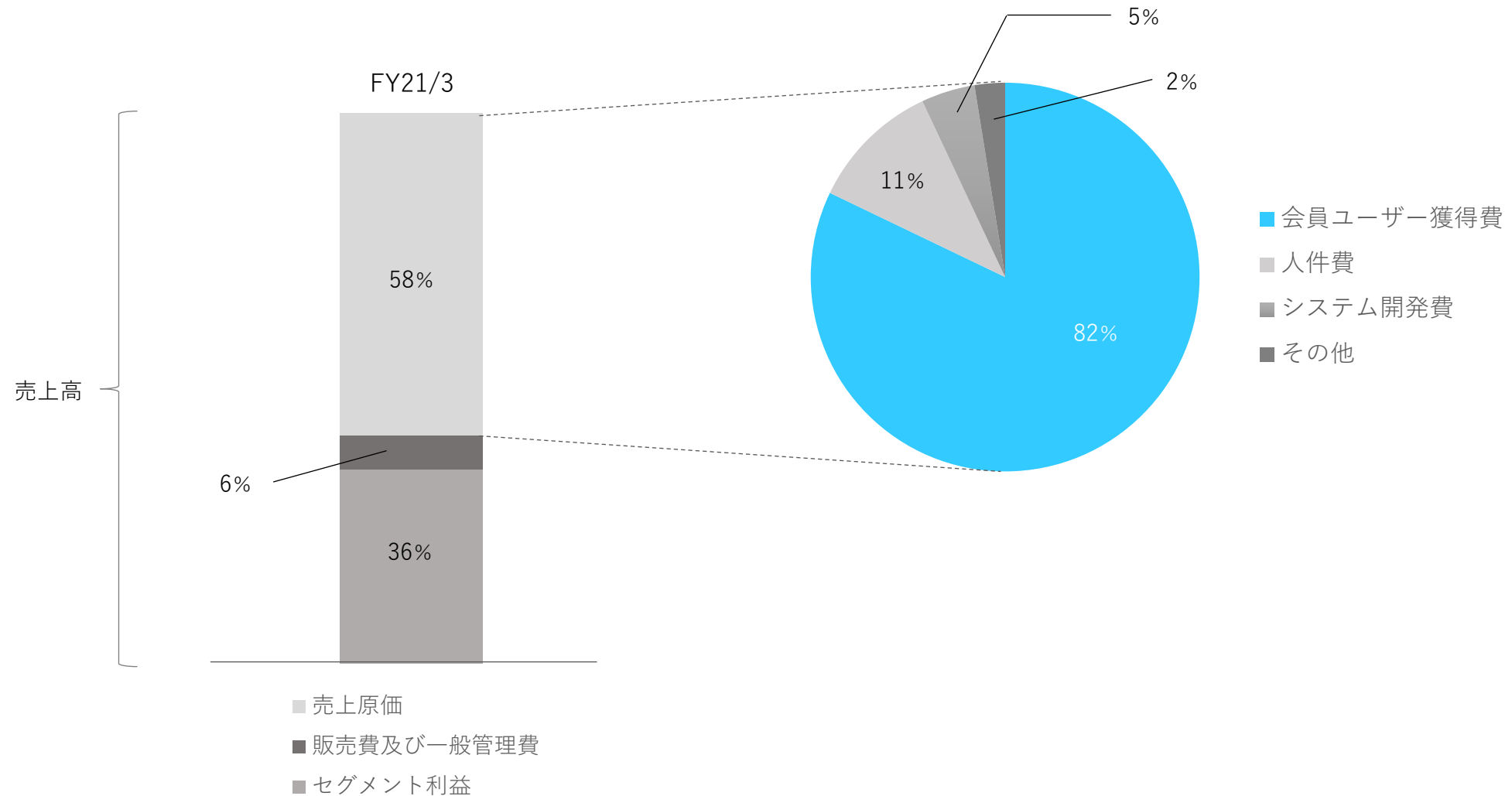


安定的な売上高成長と安定的な利益拡大を実現。利益水準を上げながら、更なる成長のための投資をおこなう。



注: (1)オンラインメディア事業の中核サービスであるITトレンドの財務数値（オンラインメディア事業の財務数値とは異なる）
 (2) ITトレンドの売上高及び管理部門経費配賦前営業利益・営業利益率は報告セグメントであるオンラインメディア事業にて計上。

目の前では、ユーザー獲得に重点的な投資を。利益水準を上げながら、更なる売上高成長を目指す。



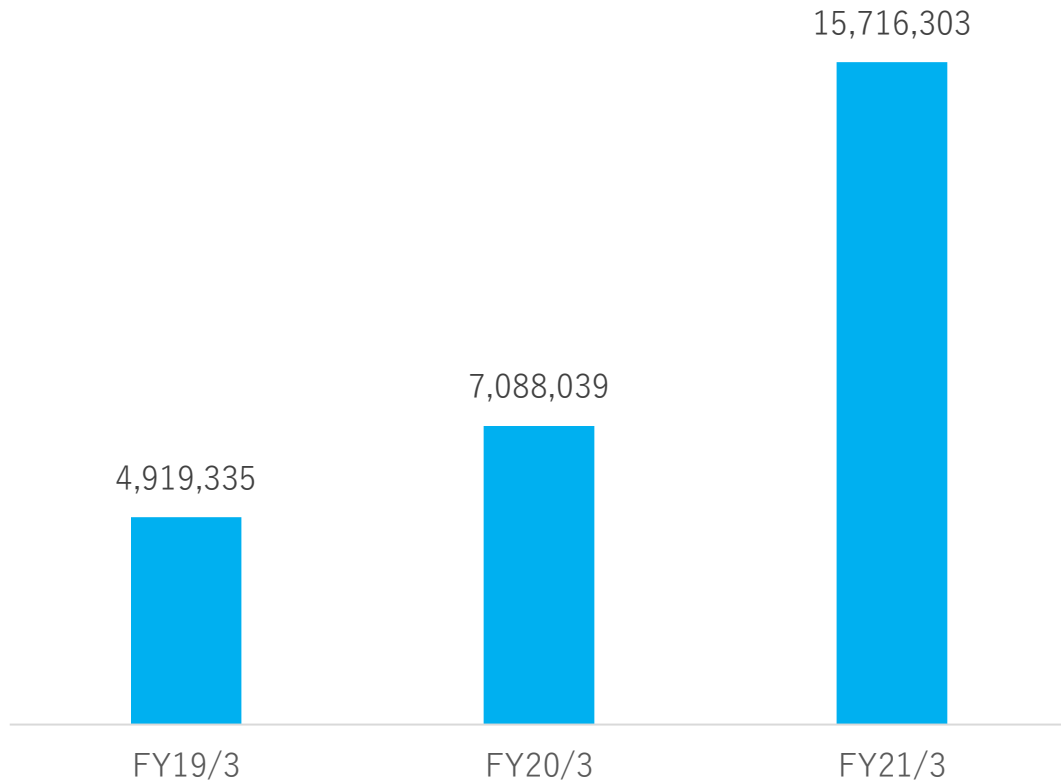
注: (1)オンラインメディア事業の中核サービスであるITトレンドの財務数値 (オンラインメディア事業の財務数値とは異なる)

(ユーザー)

「商材購入検討者の集客」と、「マッチング精度向上」へのコミットメントが中長期的、且つ持続的な顧客基盤を構築し、事業成長を牽引。

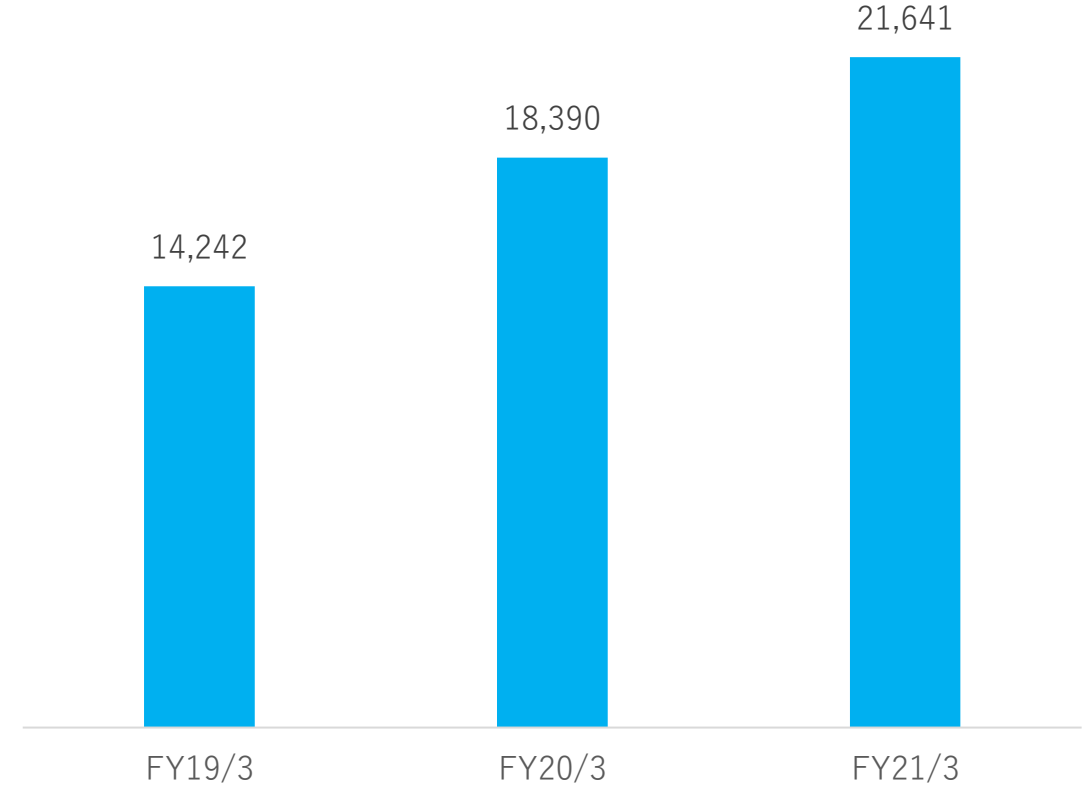
- ITトレンド 来訪者 (ユーザー) 数

単位：人



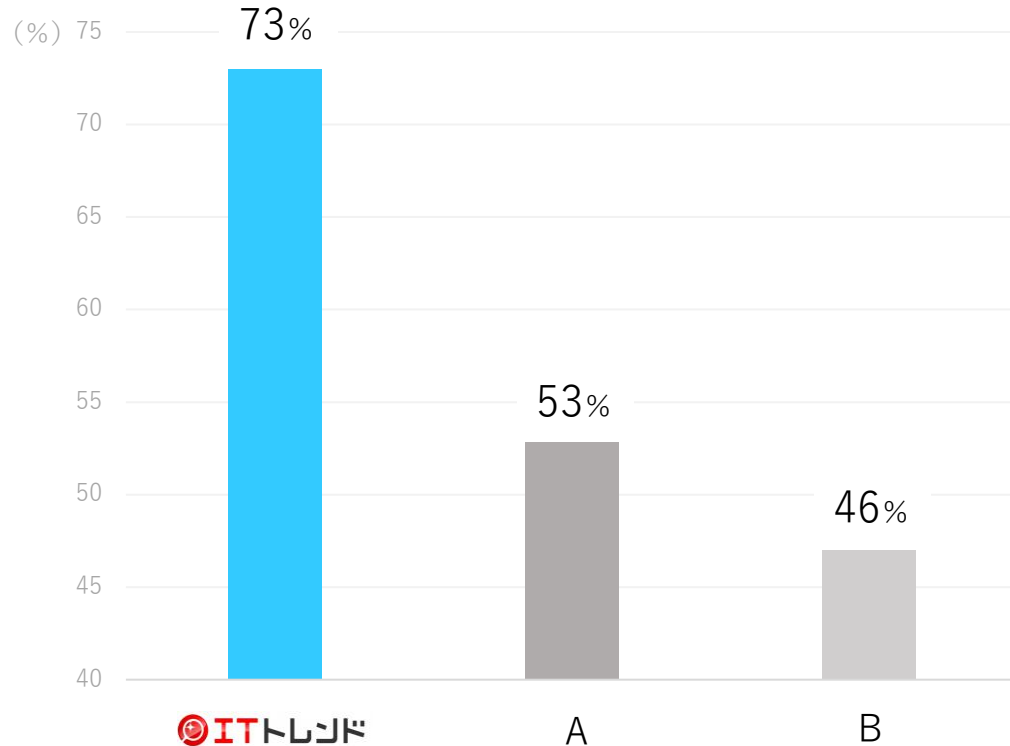
- 資料請求 (マッチング) 数

単位：件



プラットフォームとしての「高い認知度」と、「日経グループとの協業」が優位性。

- 認知度No.1の実績⁽¹⁾



- 日経グループとの協業

日経BP社との協業により、日経グループの会員資産を活用した拡大が可能に。

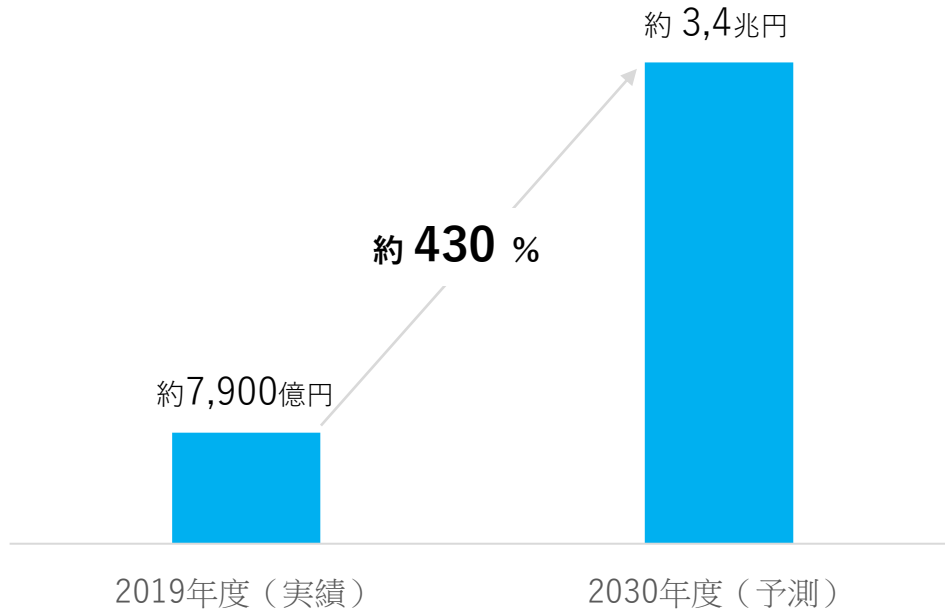


注: (1) 調査概要「【法人向けIT製品の比較サイト調査】/株式会社インテージ (インテージインターネットモニター) によるインターネット調査による (n=2,059)

今後、ITトレンドの主力カテゴリーである「IT商材」の導入検討者は大きく増加する。
 加えて、「IT商材」の提供企業側も高い成長率が予測されている。

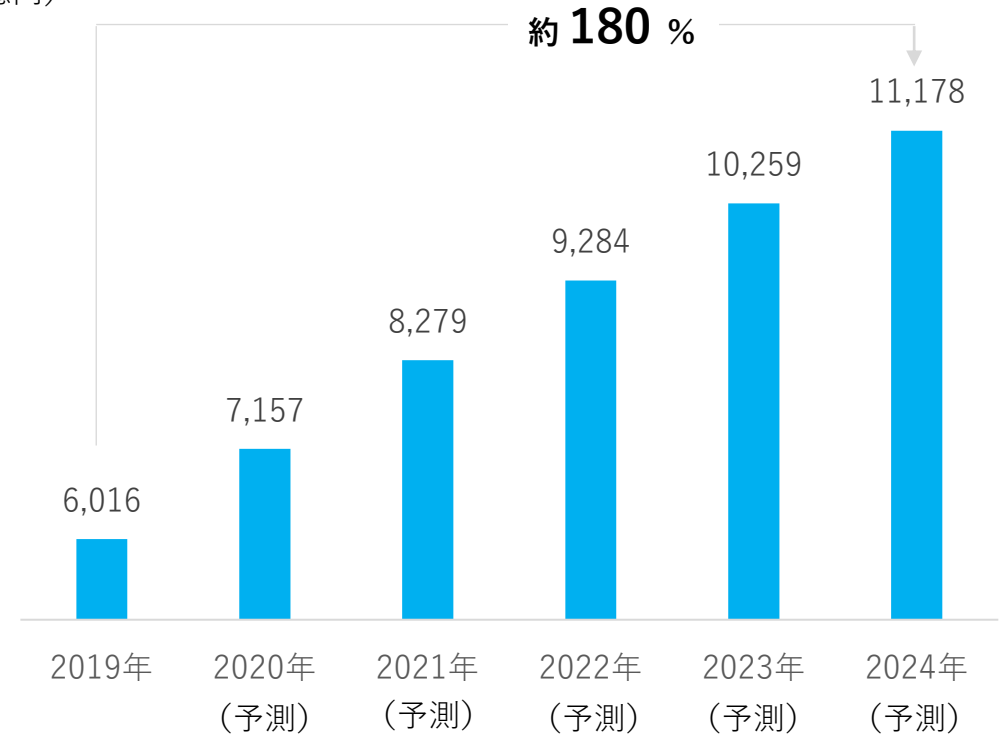
- 商材 購入検討者側（ユーザー）のポテンシャル

DX（IT導入）の国内市場（投資金額）⁽¹⁾



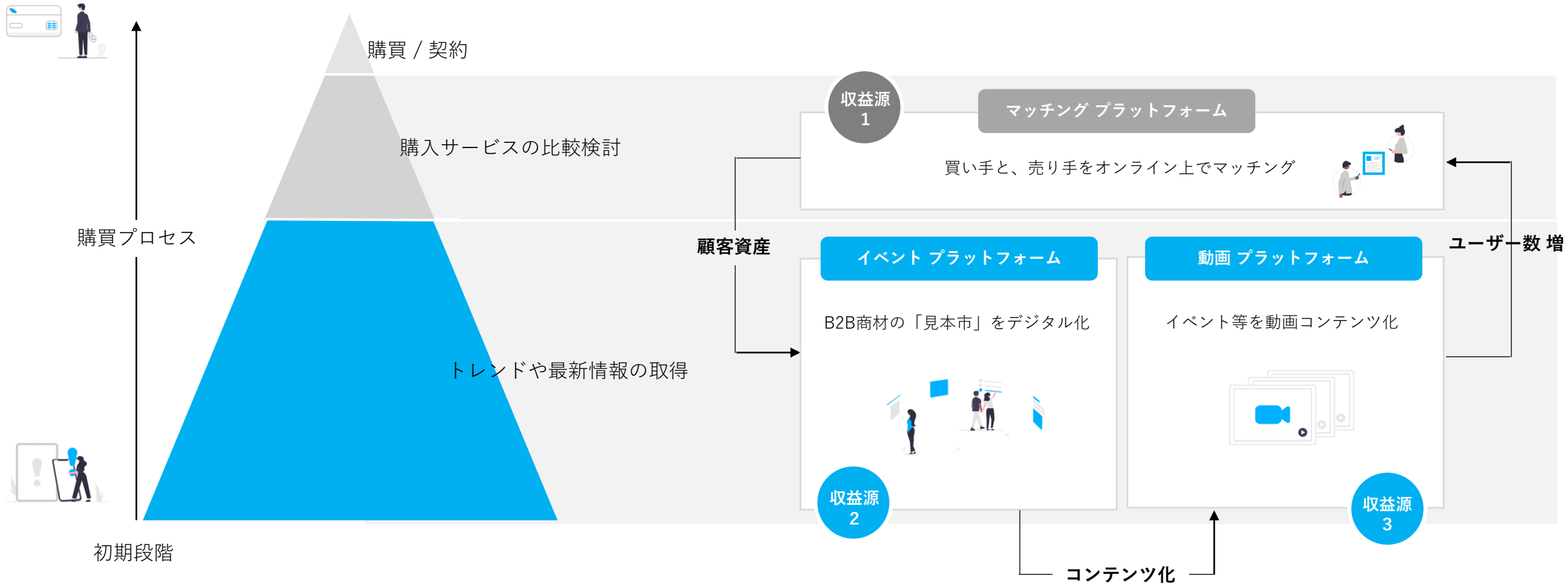
- 商材 提供企業側のポテンシャル

日本 SaaS市場の成長予測⁽²⁾
 (億円)



注: (1) 「2020 デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望」(富士キメラ総研社)より引用
 注: (2) Japan SaaS Insights 2021 (ONE capital社)より引用。

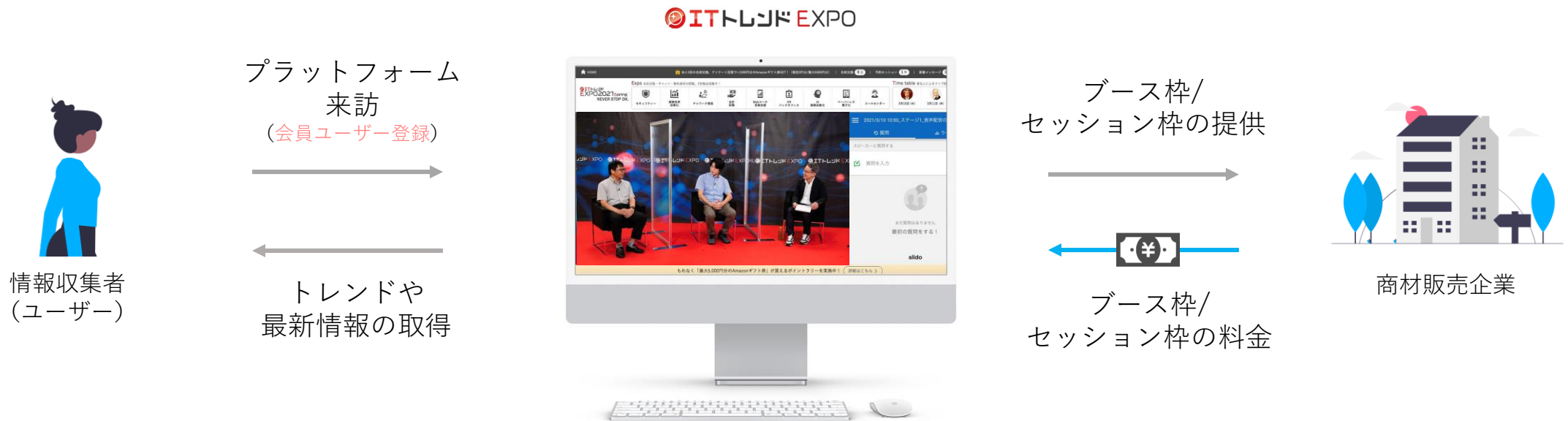
ITトレンドの優位性を活かしながら、ユーザーポテンシャルが大規模な「B2B購買行動の初期段階」にも領域を拡大することで、さらに収益源を拡大していく。



当社アセットを活かし、B2B商材「見本市」のデジタル化を図る。著名人や各業界のビジネスリーダーの登壇やセッションによる圧倒的な集客力(1)を実現。今後は開催頻度及び領域を拡大。

-イベント プラットフォーム

各業界のビジネスリーダーや著名人のセッションをライブ配信。
B2Bにおけるトレンドや最新情報の取得が可能。



注: (1) 2021年3月開催の「ITトレンドEXPO 2021」の登録者数は1.6万人を獲得。

(1)
参加登録者数は延べ45,000人を突破し、「参加経験率No.1」を誇る、ITトレンドEXPO。
開催頻度及び領域を拡大し更なる拡大を目指す。

※画像は、ITトレンドEXPO2021 Summer（2021年7月開催）のもの

緊急事態宣言が明けた今も引き続き、オンラインニーズが継続。

各業界のビジネスリーダーや、著名人（伊沢拓司氏、田村淳氏、ローランド氏など）の特別ゲストによる豪華セッションをオンライン配信。

ITトレンドEXPO Autumn（2021年11月9日～12日開催）は、1万人以上の事前申し込み。

2021年12月には、初の「人事総合カンファレンス」、及び「製造業カンファレンス」を開催予定。

2022年3月には、「ITトレンド EXPO Spring」を開催予定。

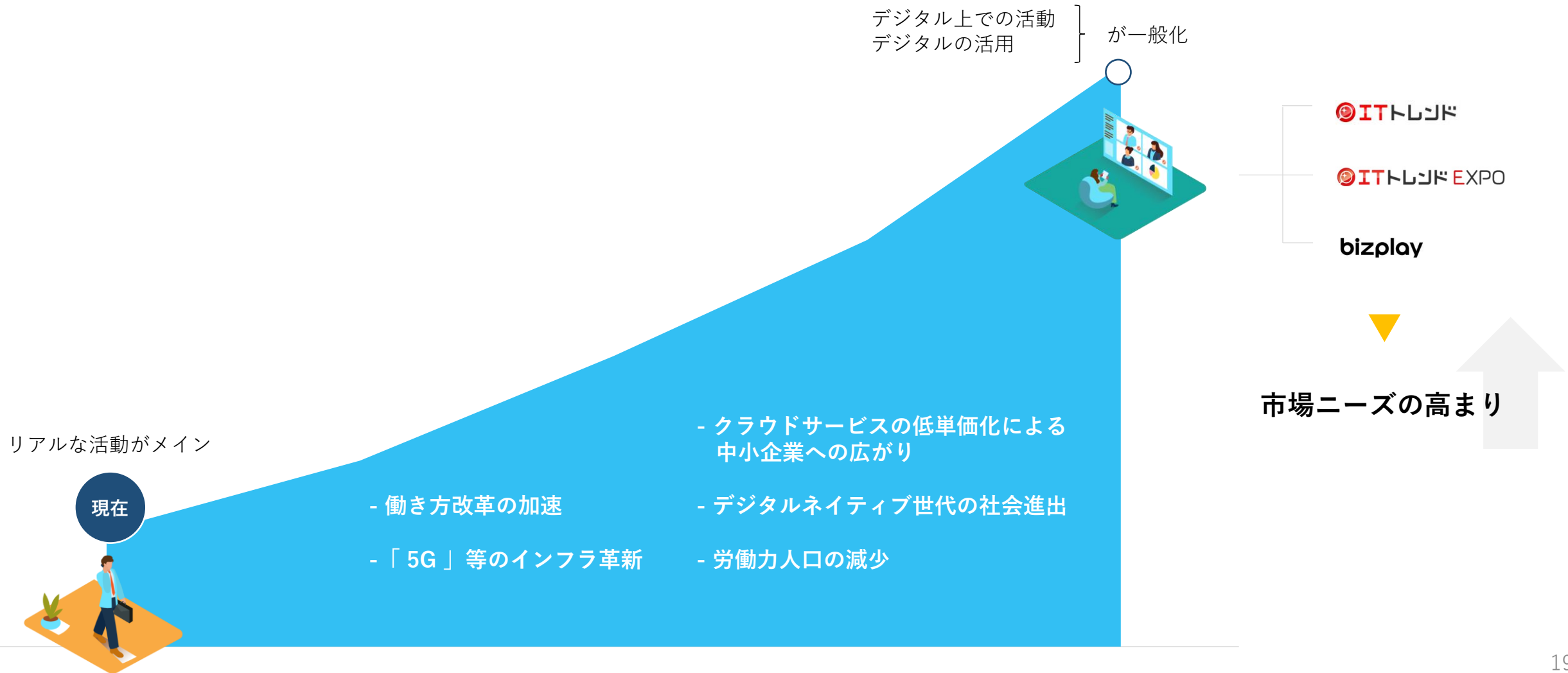
ITトレンドEXPOの「セッション」を動画コンテンツ化することに加え、ビジネスパーソン向けの動画を量産し、「国内最大級のビジネス動画プラットフォーム」を目指す。

-動画プラットフォーム

各業界のビジネスリーダーや著名人のセッション動画を大量に掲載。
B2Bにおけるトレンドや最新情報の取得が可能。

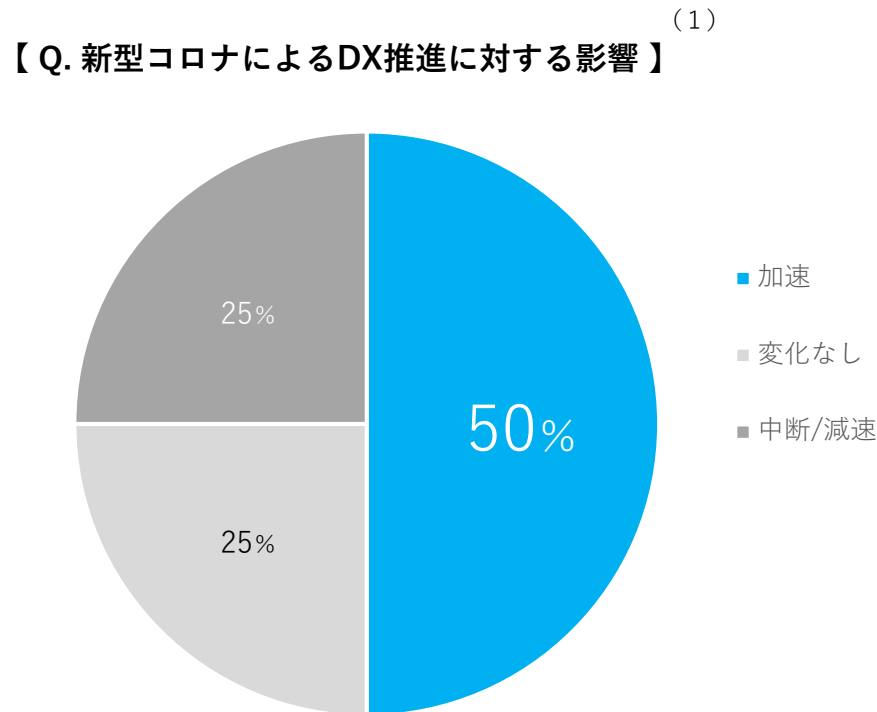


新型コロナの影響により加速した、B2B領域におけるデジタル化のスピードは複合的な要因によって、ますます加速していくものと考えられる。

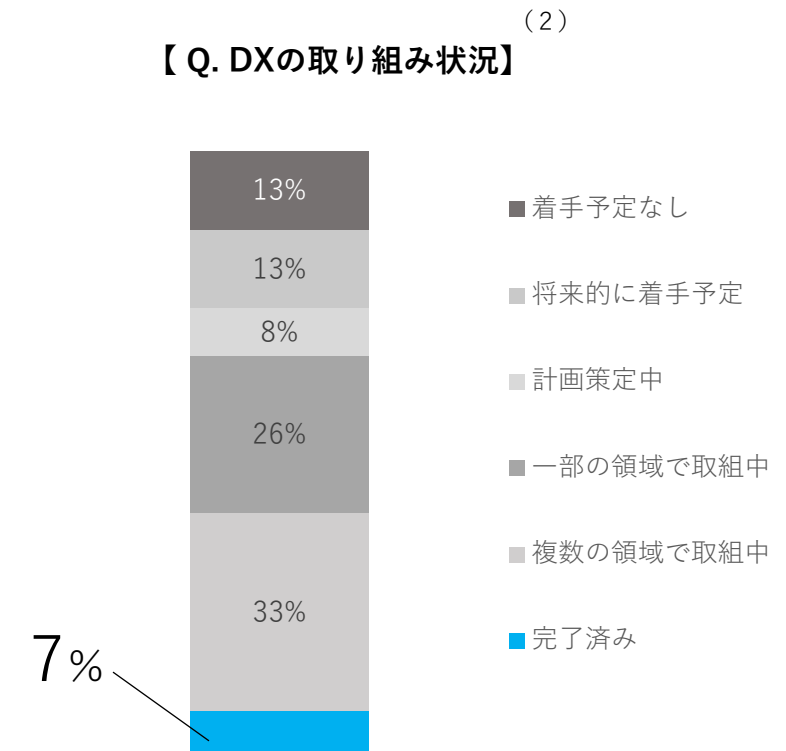


新型コロナの影響により加速した、B2B領域におけるデジタル化のスピードは複合的な要因によって、ますます加速していくものと考えられる。

- 新型コロナによるDX推進、「半数」が加速と回答

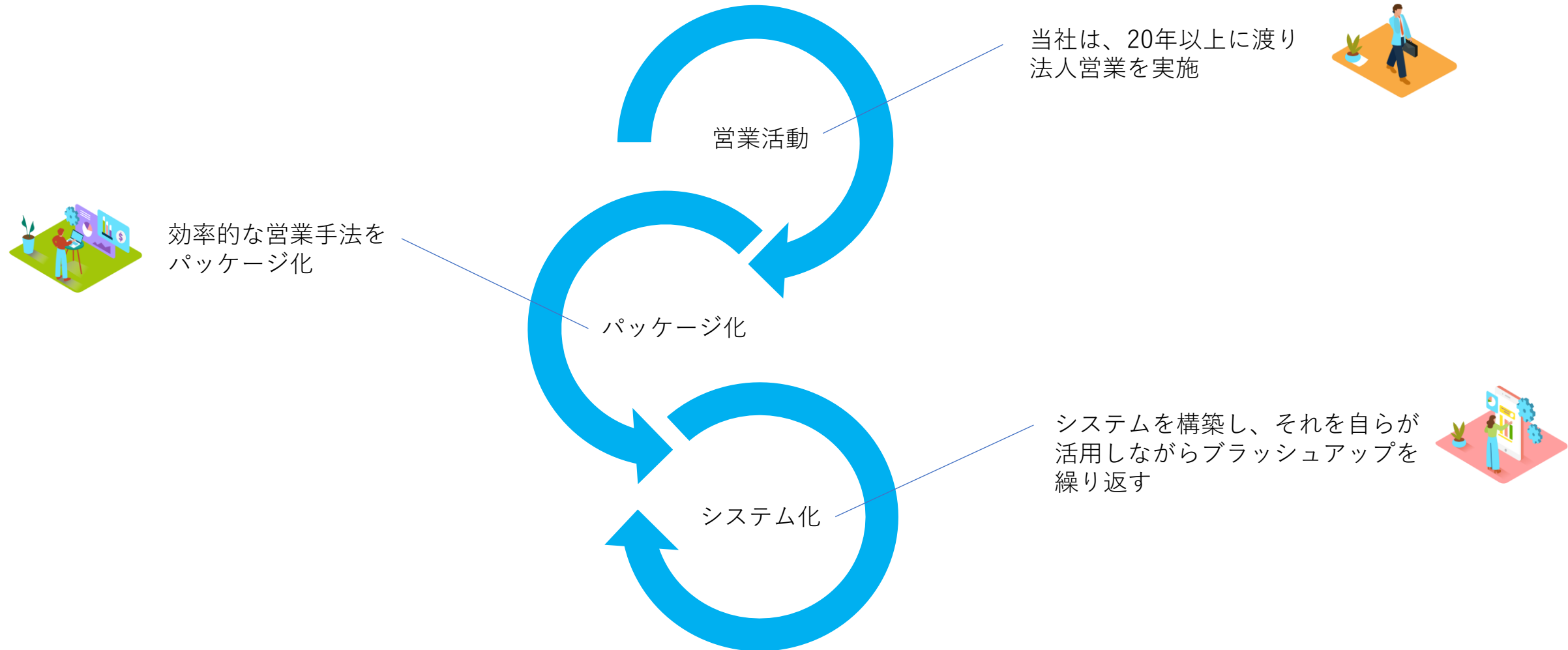


- DXの取り組みが完了と回答したのは「7%」 足らず



2. 自らの営業ノウハウと知見を具現化した“SaaSサービス”

長年掛けて培ってきた営業ノウハウをSaaS化し、中小企業でも活用できるシステムを提供。

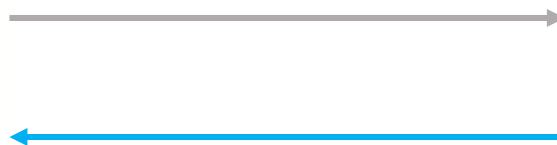


注: (1)SaaS=Software as a Service。ITソリューション事業に該当するサービス群を指す。

SaaS（ストック型ビジネス）による安定的な成長を実現。



オンライン上でソフトウェアを提供
(アカウント利用)



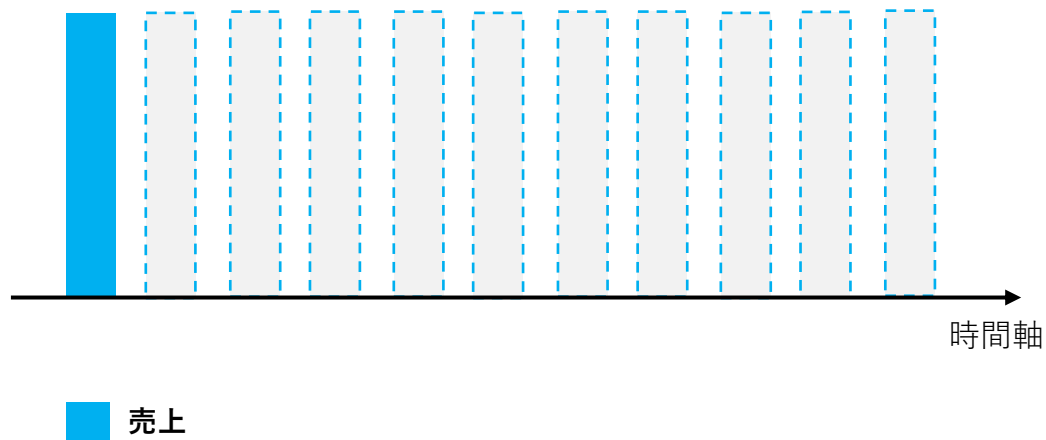
顧客企業



月額利用料

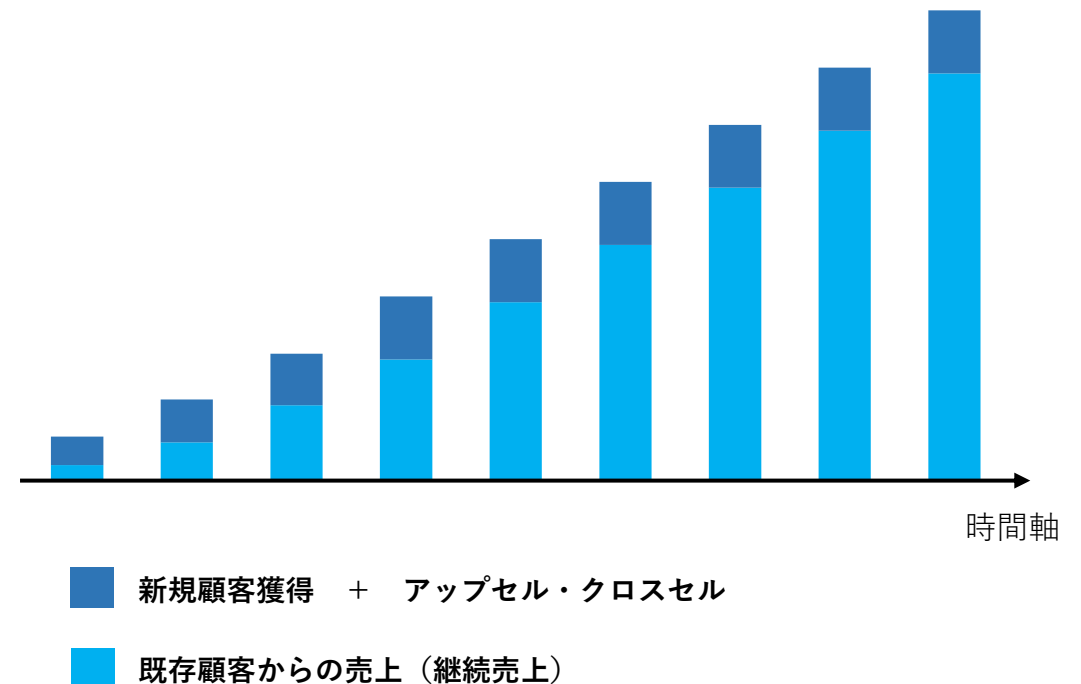
オンプレミス（フロー型ビジネス）

毎年（毎月）、新規受注を獲得しなければならない。
顧客が積みあがらず、毎年ゼロベースでの計画が必要。



SaaS（ストック型ビジネス）

一度、顧客を獲得できれば、解約されない限り継続的に収益が発生。顧客が積み上がっていく。

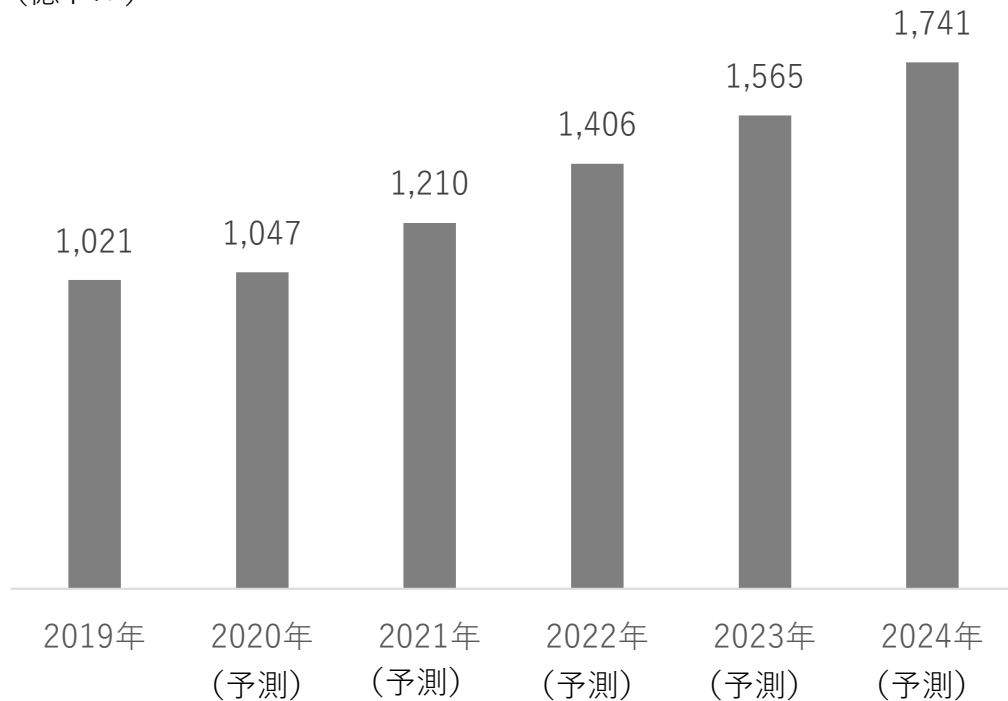


SaaS市場は日本・グローバルともに規模があり、魅力的な市場

- ・ 2019年にはグローバルで10兆円を超えた
- ・ 日本でも約6,000億円の市場規模があり、**2023年には1兆円を超える**と予測されている

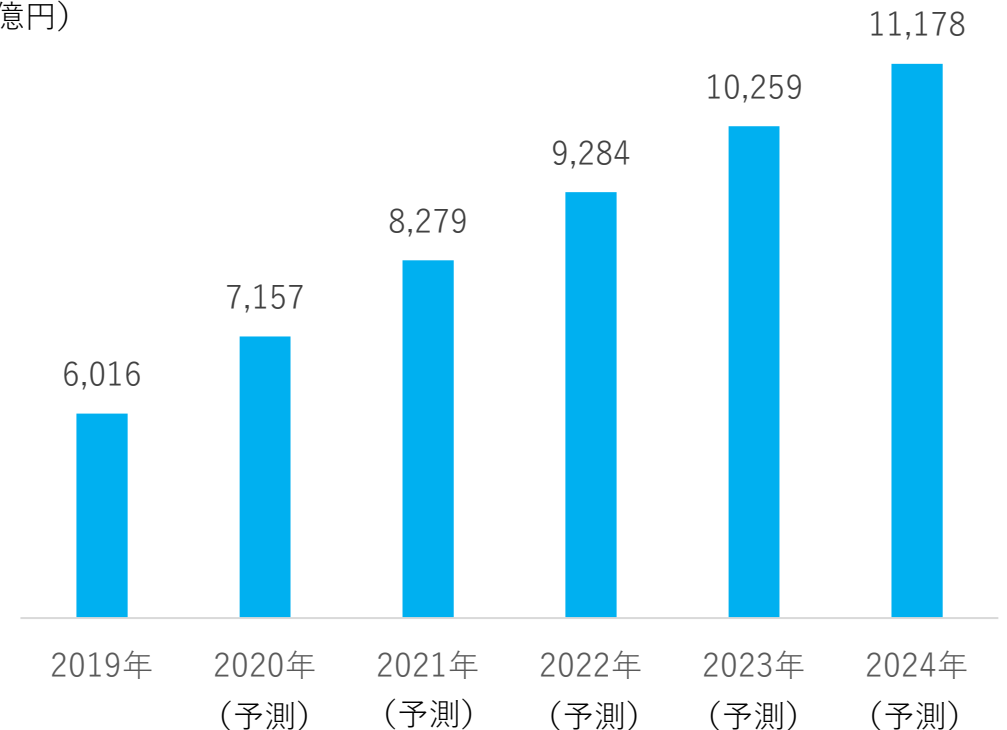
グローバル SaaS市場 (1)

(億ドル)



日本 SaaS市場 (2)

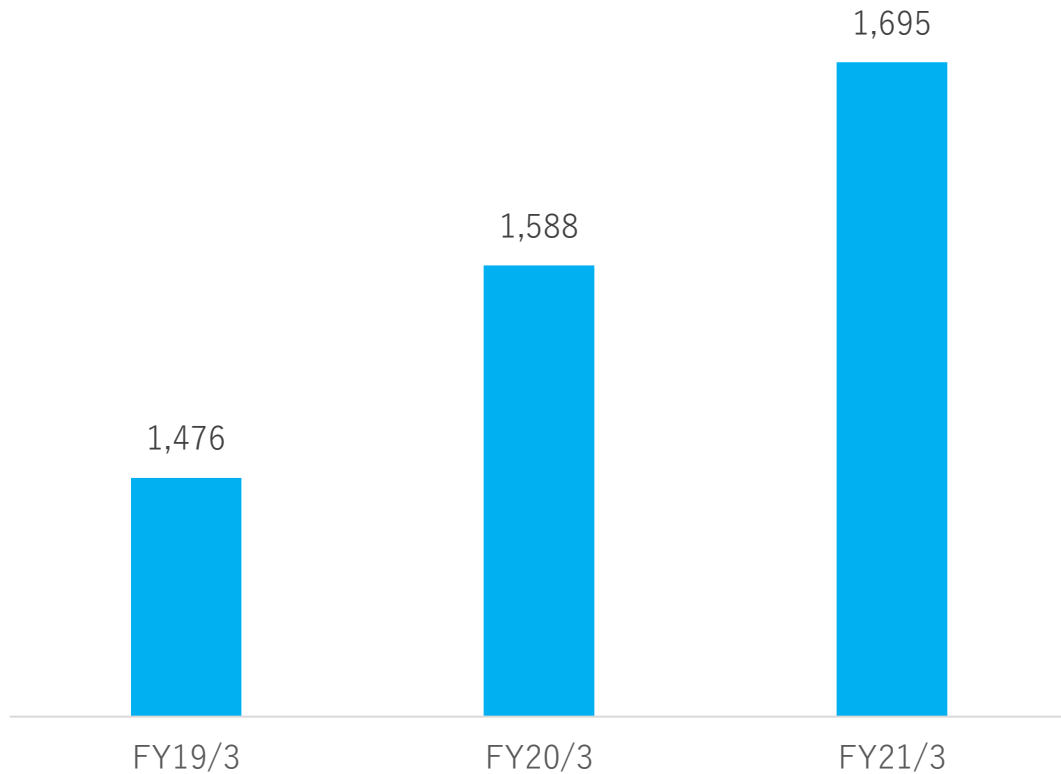
(億円)



顧客の継続利用及び顧客基盤の拡大、ARPU（平均請求金額） 上昇に支えられた成長

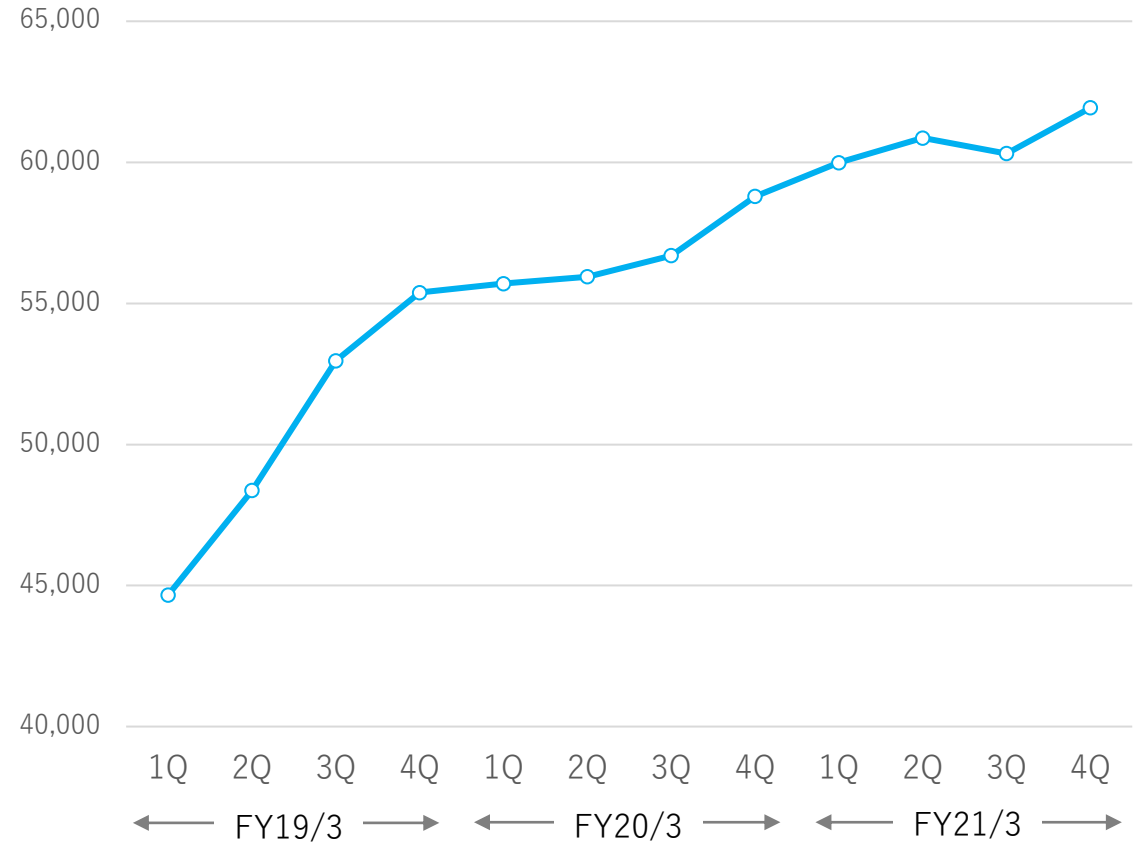
(1)
- 導入企業数（List Finder）

単位：アカウント数



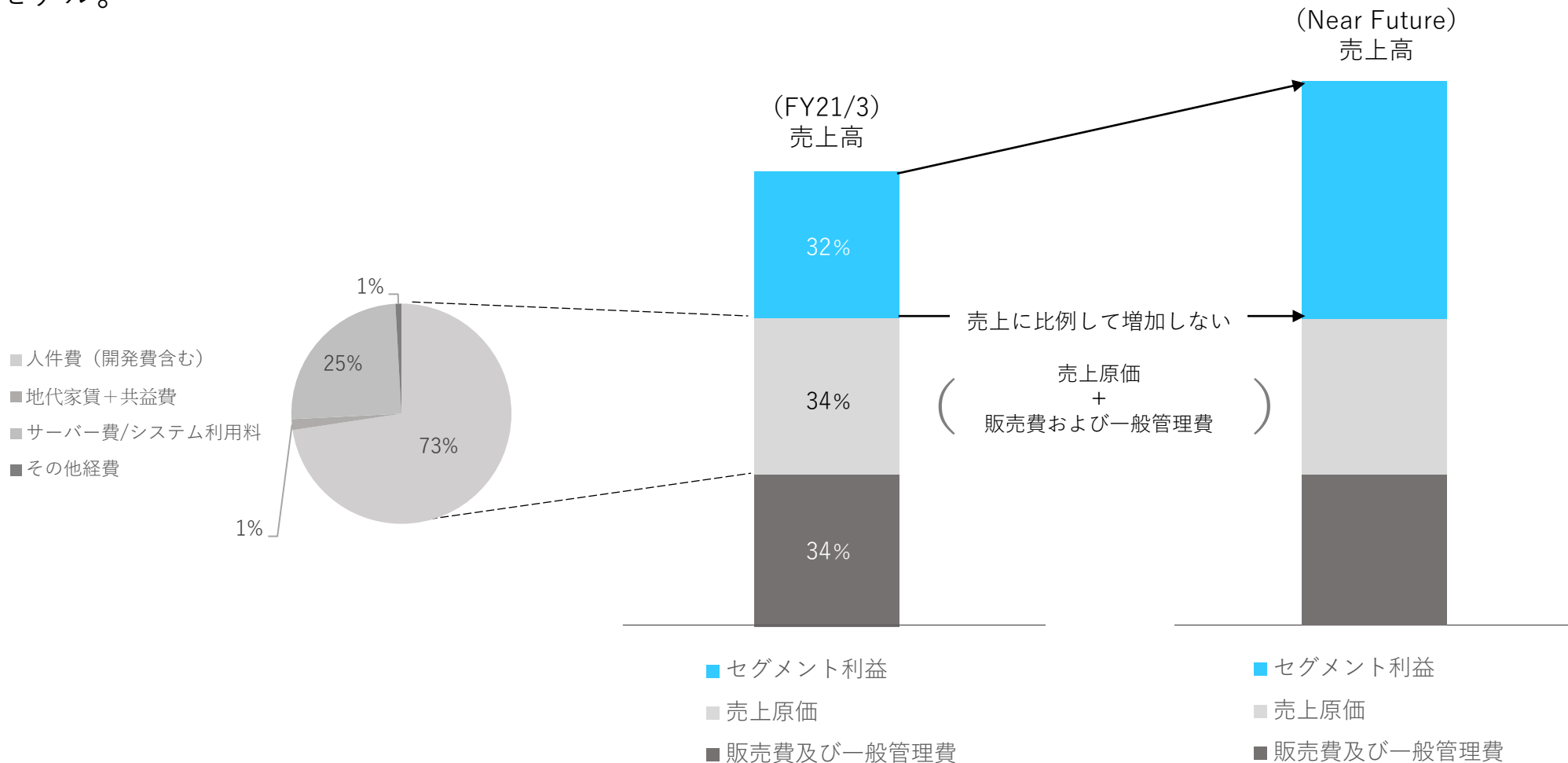
(2)
- ARPU（List Finder）

単位：円



注: (1) ITソリューション事業の中核サービスであるList finderの各期末時点での累計導入企業数
 (2) ITソリューション事業の中核サービスであるList finderのAverage Revenue Per User。各四半期末のMRR
 (対象月末時点における継続課金企業に係る月額料金の合計)を同時点の有料課金ユーザー企業数で除して算出(代理店契約を除く)。

SaaSビジネスにおける「売上原価」、「販売費および一般管理費」については、売上拡大に比例して増加する性質のものではないため、今後の売上拡大に伴い利益率が向上していくモデル。



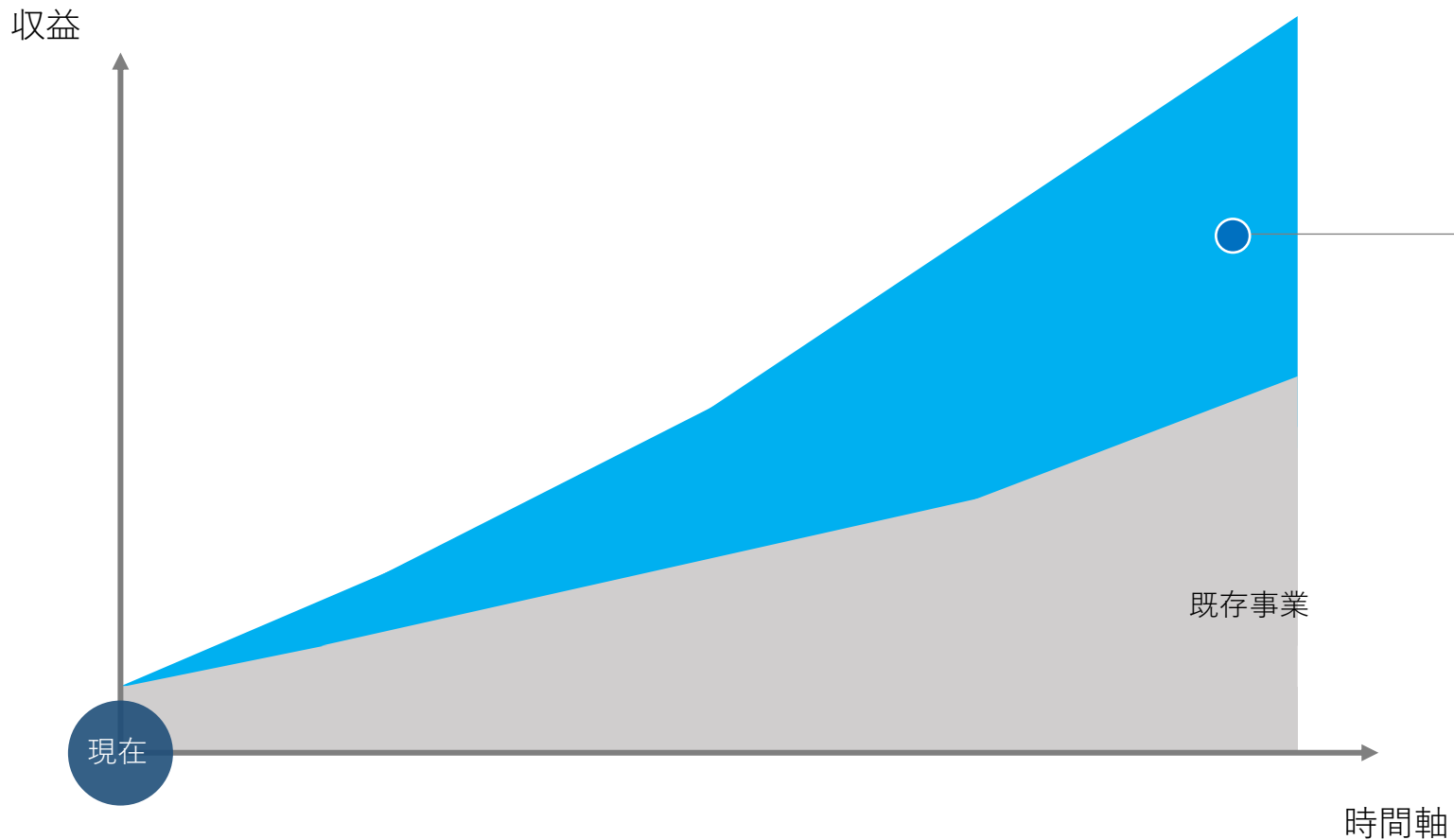
注: (1)ITソリューション事業の中核サービスであるList Finderの財務数値（ITソリューション事業の財務数値とは異なる）

法人営業の川上から川下までを最適化することのできる一気通貫型「Sales Techエコシステム」の構築を目指す。



3. 長期的な成長戦略

今まで培ってきた当社の「ノウハウ資産」や「データ資産」を新たな市場に投入していくことで、次世代のコアビジネスを早期に立ち上げる。



1

金融領域への拡大



2

データ・
マネタイゼーションの始動



3

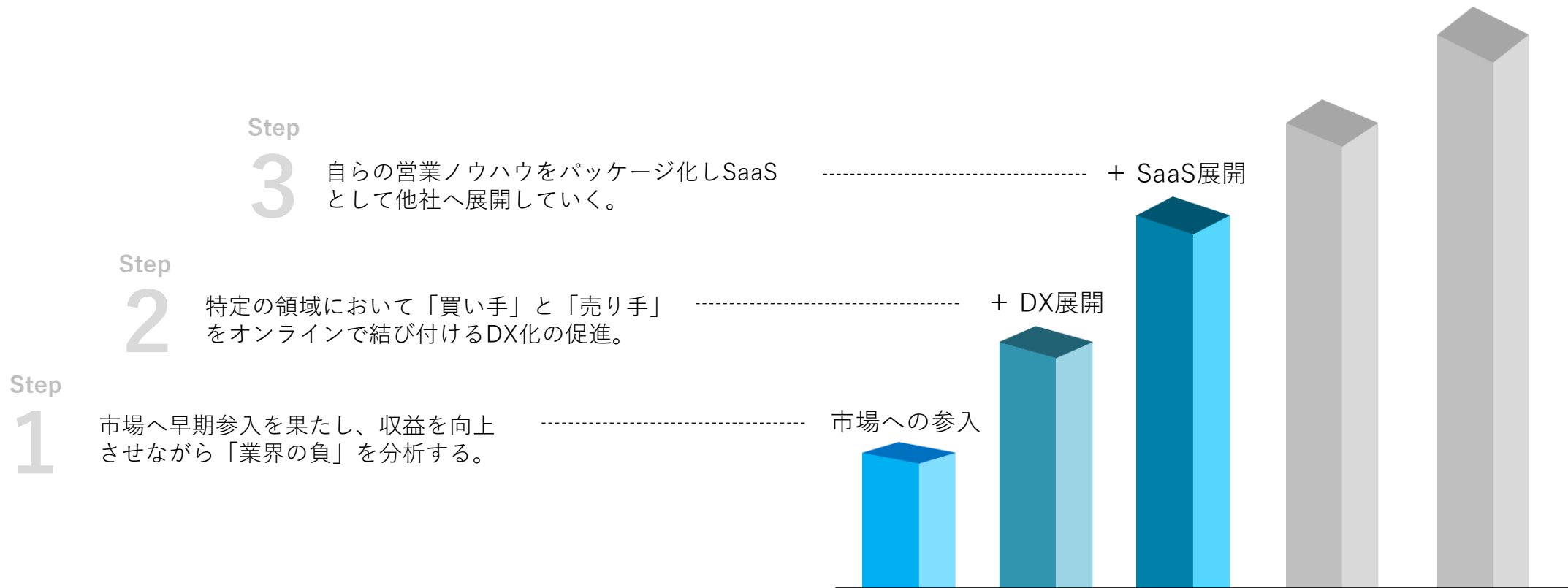
新規事業の創出



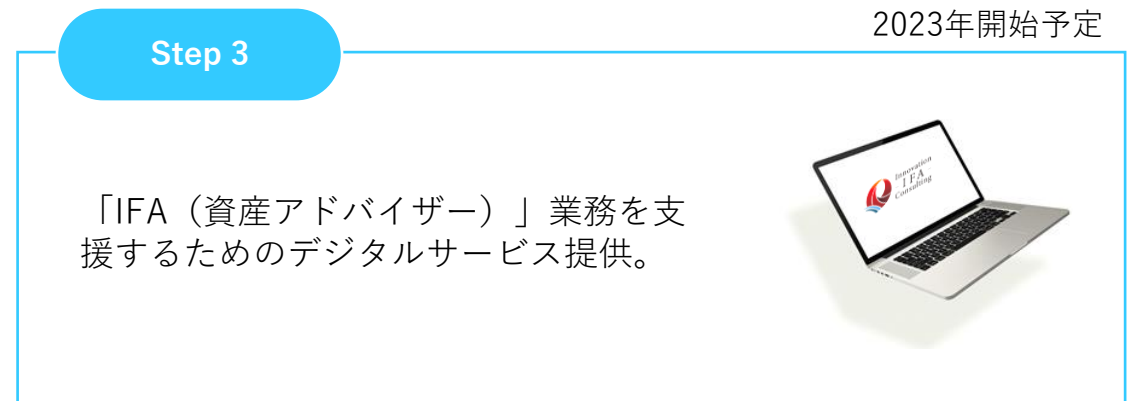
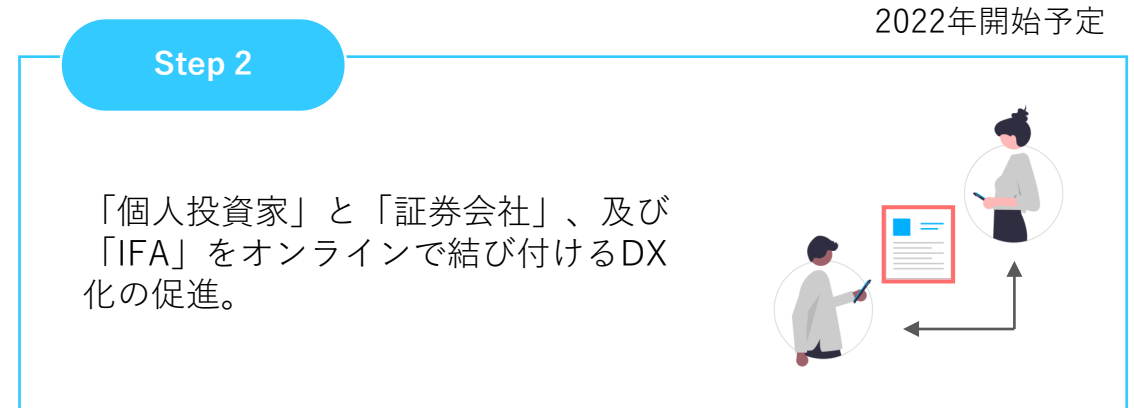
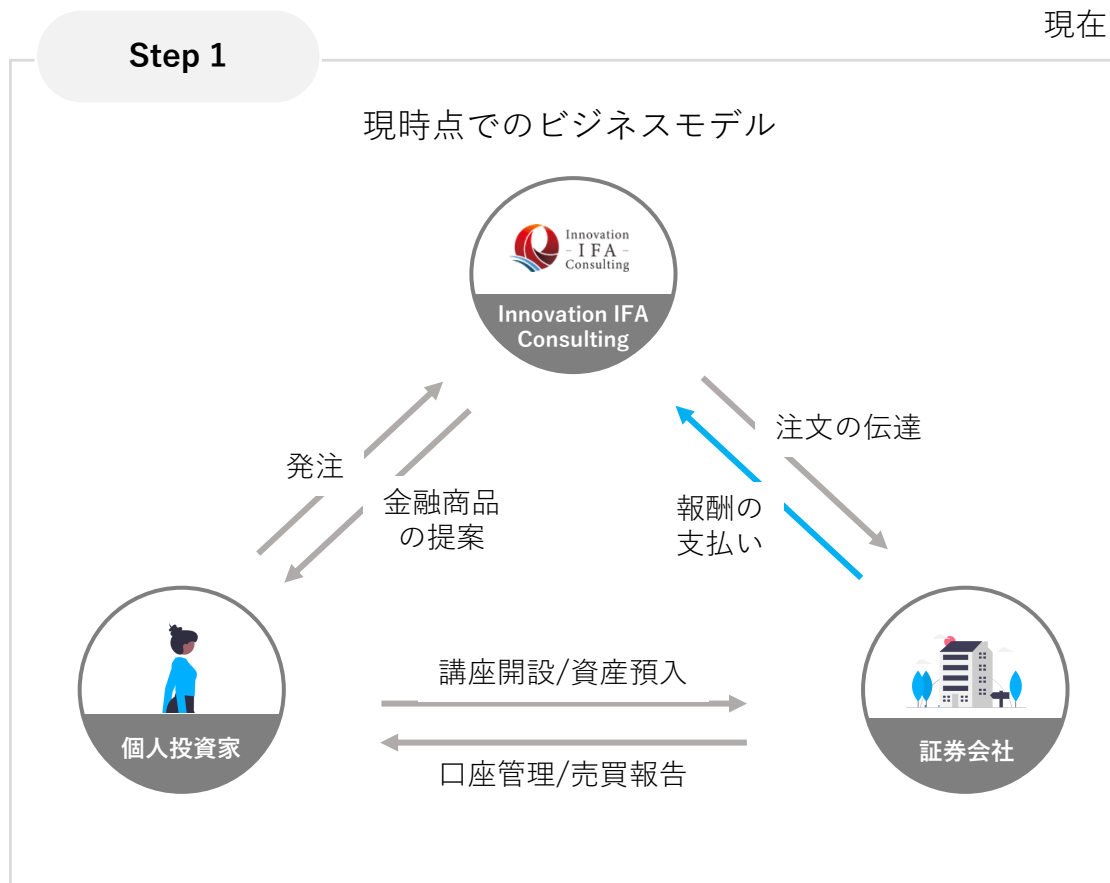
3. 長期的な成長戦略

- 金融領域への拡大
- データ・マネタイゼーションの始動
- 新規事業の創出

DX化が遅れている、かつ大幅な市場成長が見込まれる「**IFA市場**」、「**M&A市場**」に今まで培ってきた当社のノウハウを投入していく。

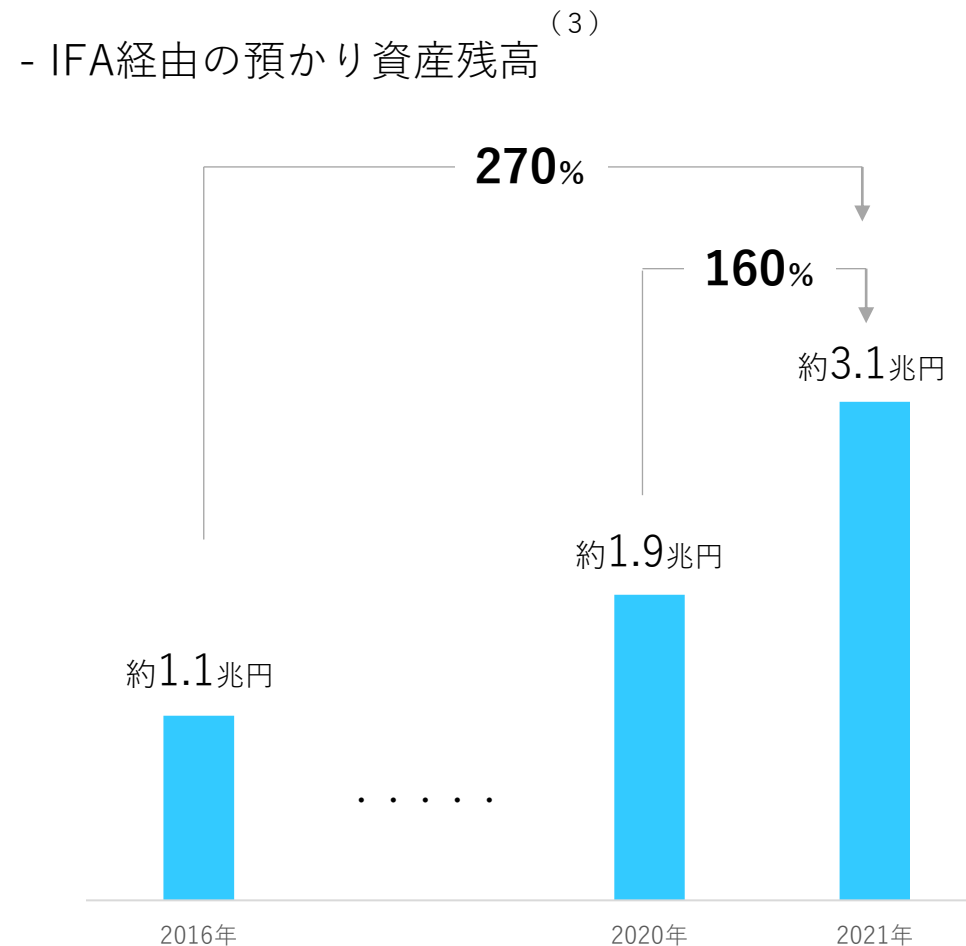
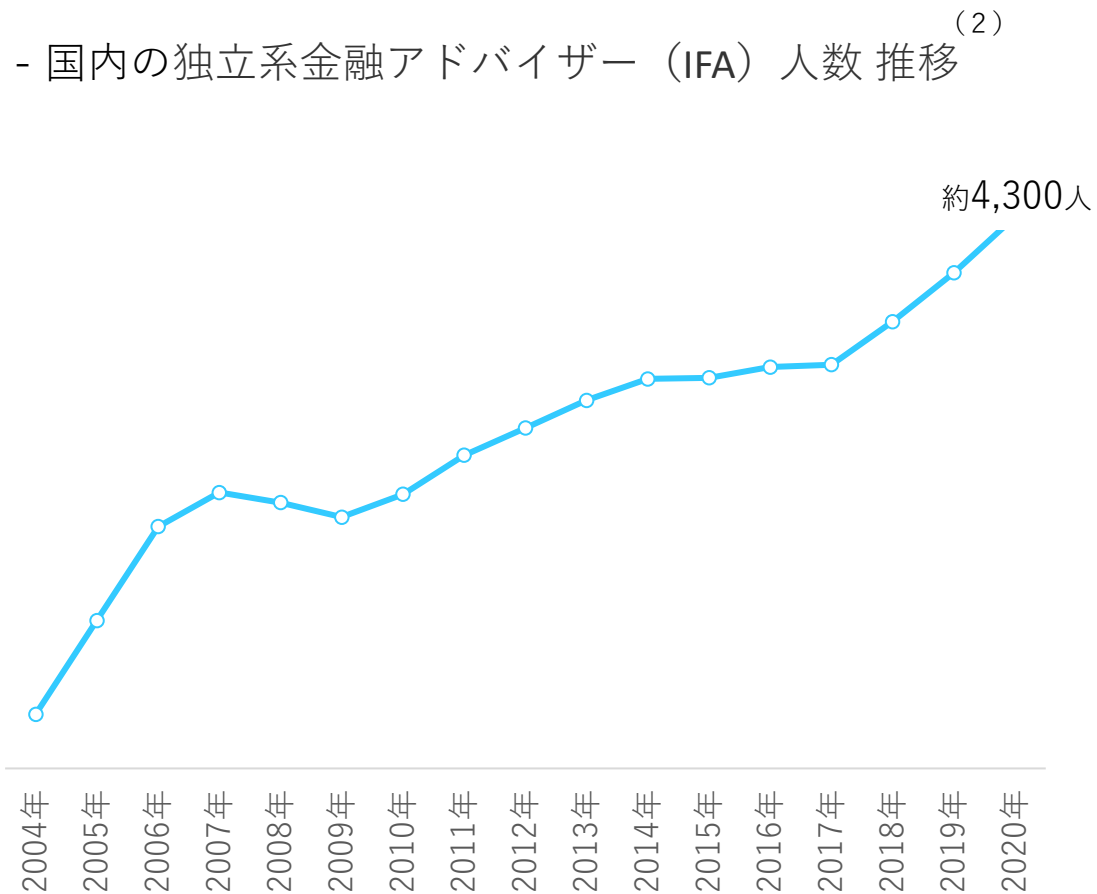


デジタルマーケティング・組織力を活かし金融仲介市場に進出。⁽¹⁾ まずは独自でIFA事業を始め、今後成長するIFA領域に今まで培ってきた当社のノウハウを投入していく。
 (パートナー企業：SBI証券、エース証券、あかつき証券、東海東京証券等)



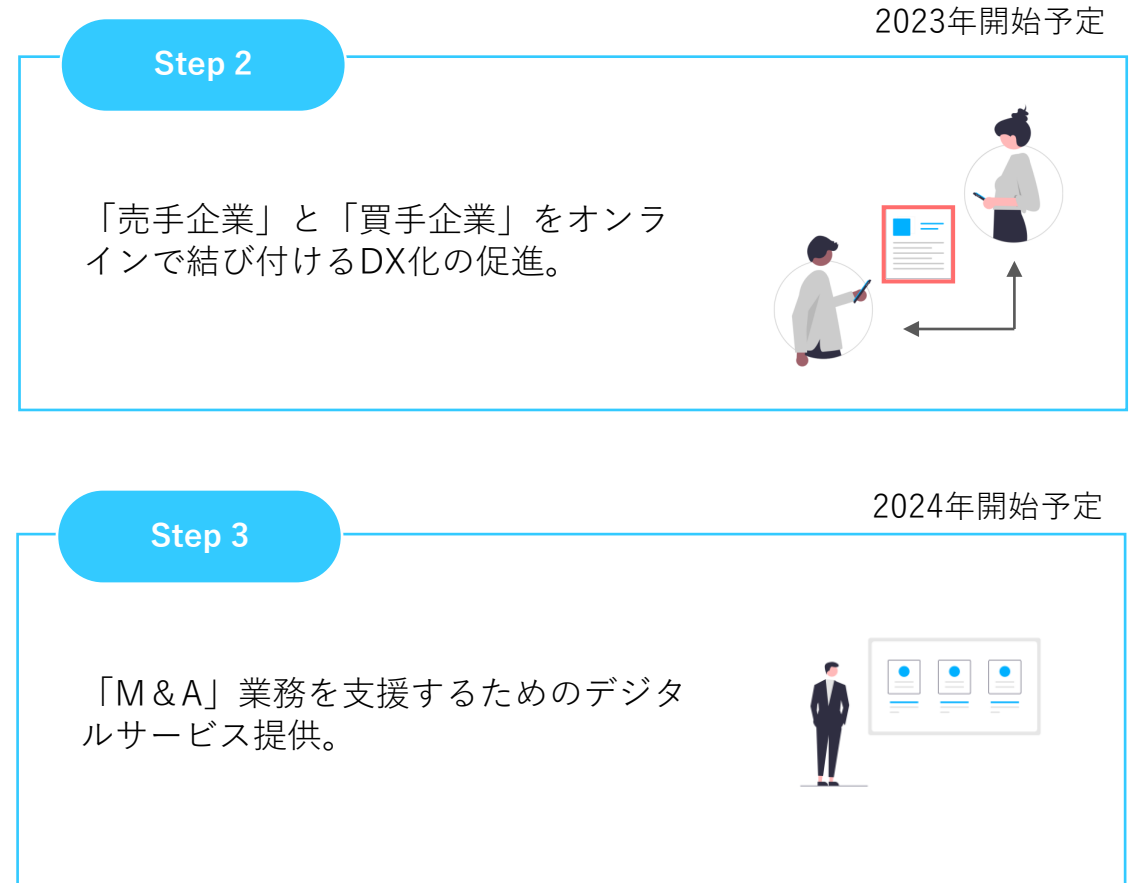
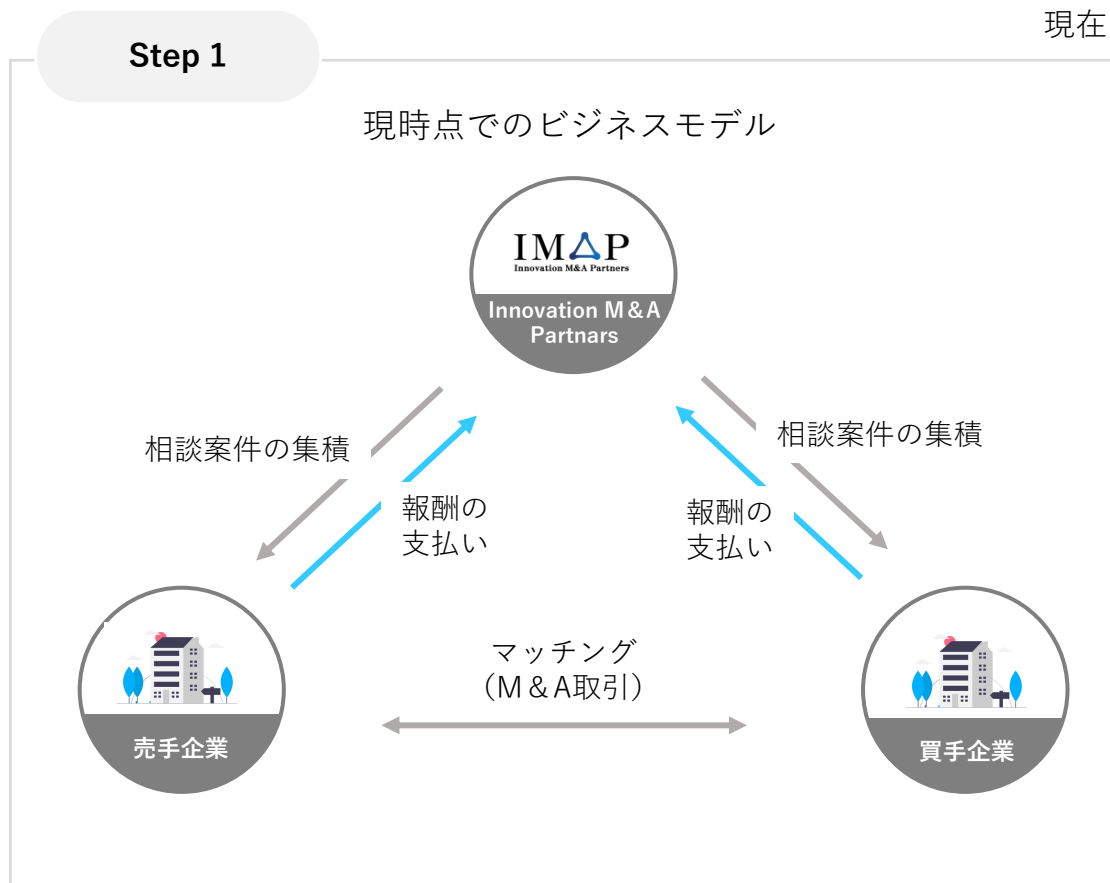
注: (1)株式会社Innovation IFA Consultingが、2020年2月からイノベーショングループ入り

(1)
 米国では既に、国内の約32倍（2020年時点）のIFAが活動をしており、国内でも多くの金融機関所属アドバイザーがIFAにシフトし、市場の成長速度は加速していくと考えられる。



注: (1) 「独立系フィナンシャルアドバイザー（IFA）に関する調査研究」（みずほ総合研究所株式会社）より引用
 注: (2) (3) 日本経済新聞（2020年7月17日/2021年3月23日）より引用

デジタルマーケティング・組織力を活かしM & A市場に進出。まずは独自でM & A事業を始め、今後成長するM & A領域に今まで培ってきた当社のノウハウを投入していく。



全国企業の後継者不在率は 65% にも及ぶ中で、2019年には過去最多のM&A件数を記録。複合的な要因によって更に、市場の拡大スピードは加速するものと考えられる。

- 国内企業の現状

国内の生産性の低下



新たな設備投資に資金を回せない悪循環に陥る

人手不足



事業の円滑化を図れない

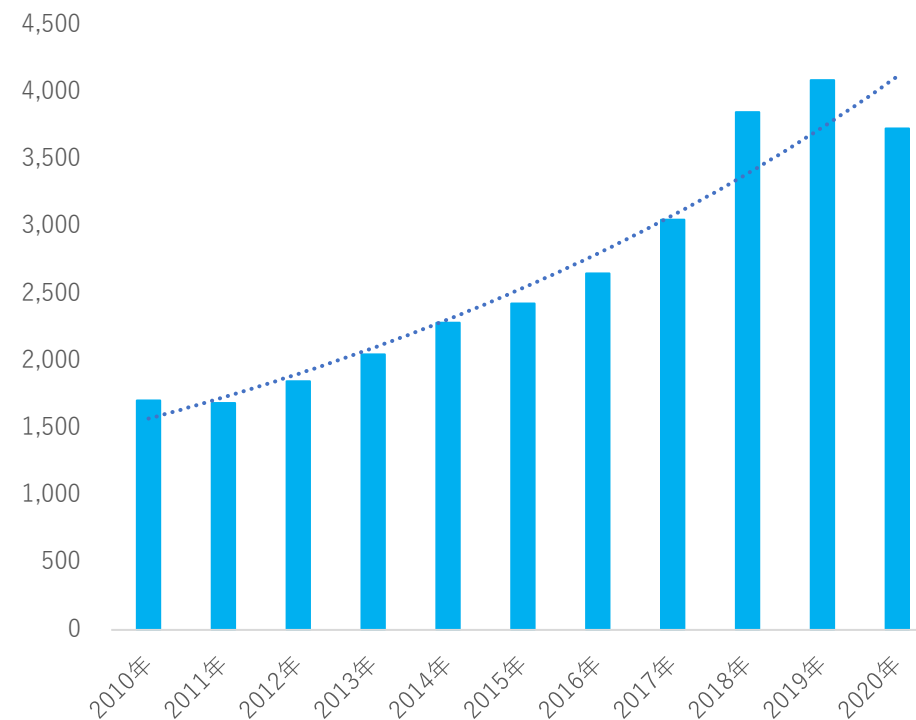
後継者不足



全国企業の後継者不在率は 65% にも及ぶ

(1)

- 国内のM&Aの件数 推移⁽²⁾



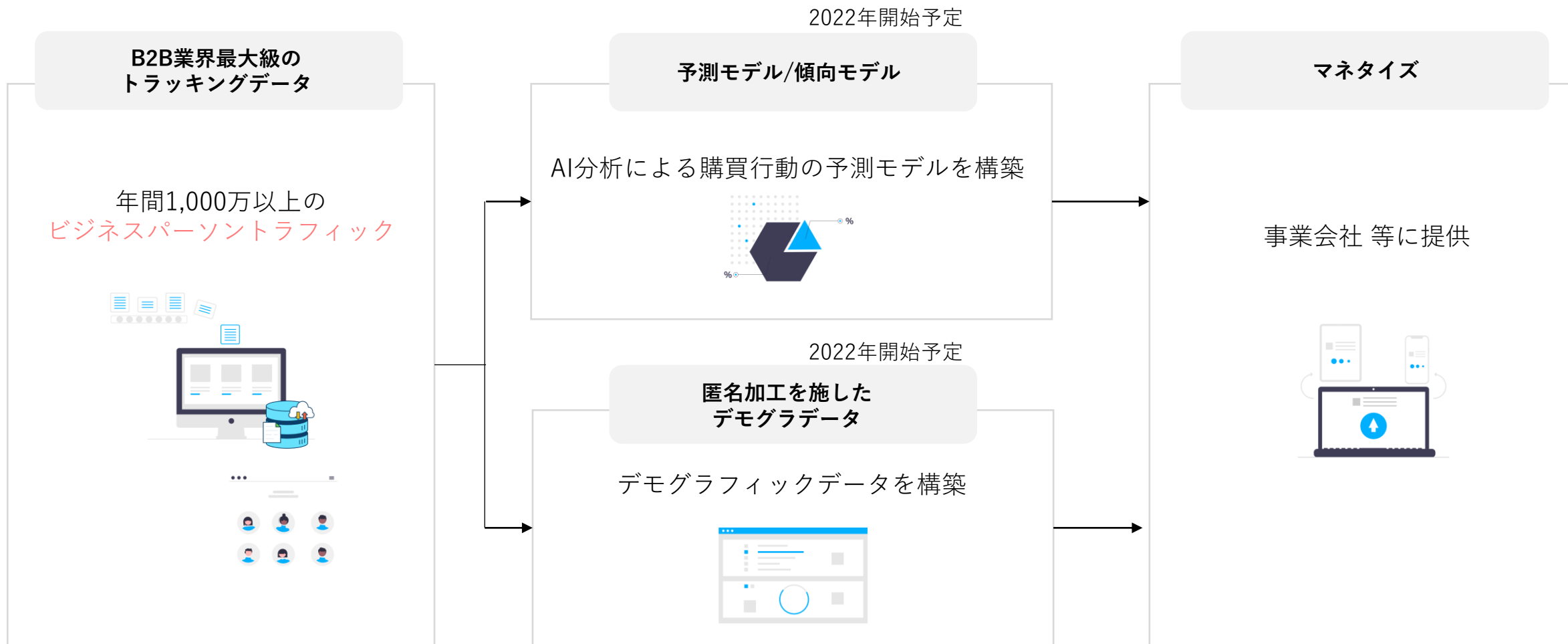
注: (1) 「全国企業「後継者不在率」動向調査(2020年)」(帝国データバンク社)より引用

注: (2) 「MARR online」(株式会社レコフ)より引用

3. 長期的な成長戦略

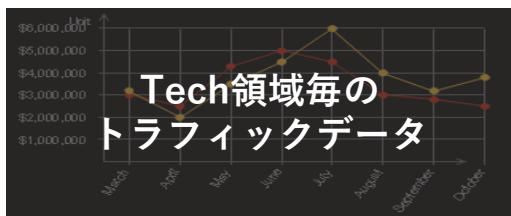
- 金融領域への拡大
- データ・マネタイゼーションの始動
- 新規事業の創出

「自社保有のトラフィックデータ」の収集、蓄積、分析を迅速に行うことで、精度の高い予測モデルの構築を実現。次世代のコアビジネスへ。



「自社保有のトラフィックデータ」の収集、蓄積、分析を迅速に行うことで、精度の高い予測モデルの構築を実現。次世代のコアビジネスへ。

ex. (1)



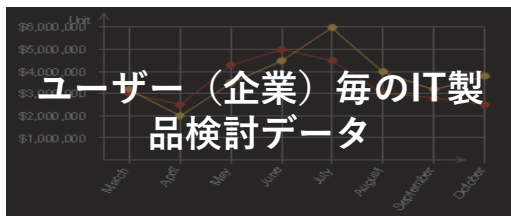
×



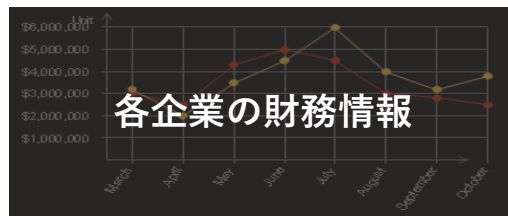
=



1年後にバリュエーションが高騰する
Tech領域を予測



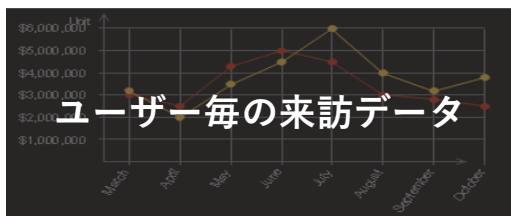
×



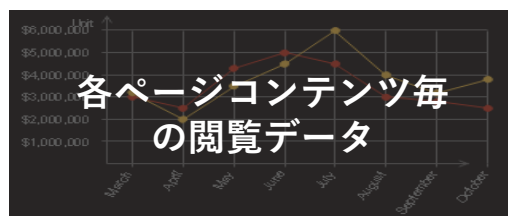
=



成長率の高い企業が導入検討するIT製品の
カテゴリとそのタイミングを予測



×



=



買い手の「課題認識」から「購入検討」までの
平均タームを予測

3. 長期的な成長戦略

- 金融領域への拡大
- データ・マネタイゼーションの始動
- 新規事業の創出

当社のノウハウと知見が活かせる、潜在的な成長事業領域に参入

新規事業を創出する上での市場選定基準



- ・ 産業にデジタル・トランスフォーメーションのニーズが顕著
- ・ 当社のノウハウが確実に活かせる
(マッチングによる営業DX /
営業手法のパッケージ化によるSaaS展開)
- ・ 大きな市場ポテンシャル (TAM) が存在



(1) MVPとリーンスタートアップ組織体制



- ・ 少人数で立ち上げ
- ・ 事業を1~2年間育てながら「構築・計測・学習」のフィードバックサイクルの中で事業モデルを確立
- ・ 事業モデルのスケールが見えた段階でアクセルを踏んで投資を実行

bizplay

物理的に行われている法人セミナーをデジタルの活用に置き換え、「法人セミナーのデジタル化」を図り、B2Bマーケティング活動に変革を起こす。

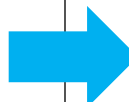
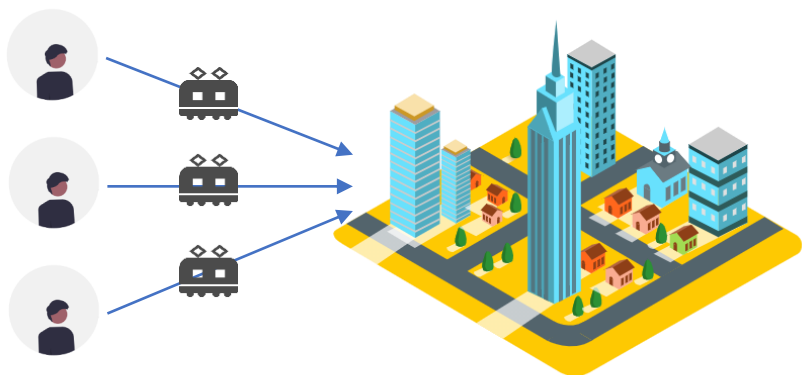
従来

参加者

- ・業務の兼ね合いで、参加できない
- ・地理的要因で、参加できない

主催企業

- ・開催場所の確保
- ・登壇者の確保



法人セミナーのオンライン化

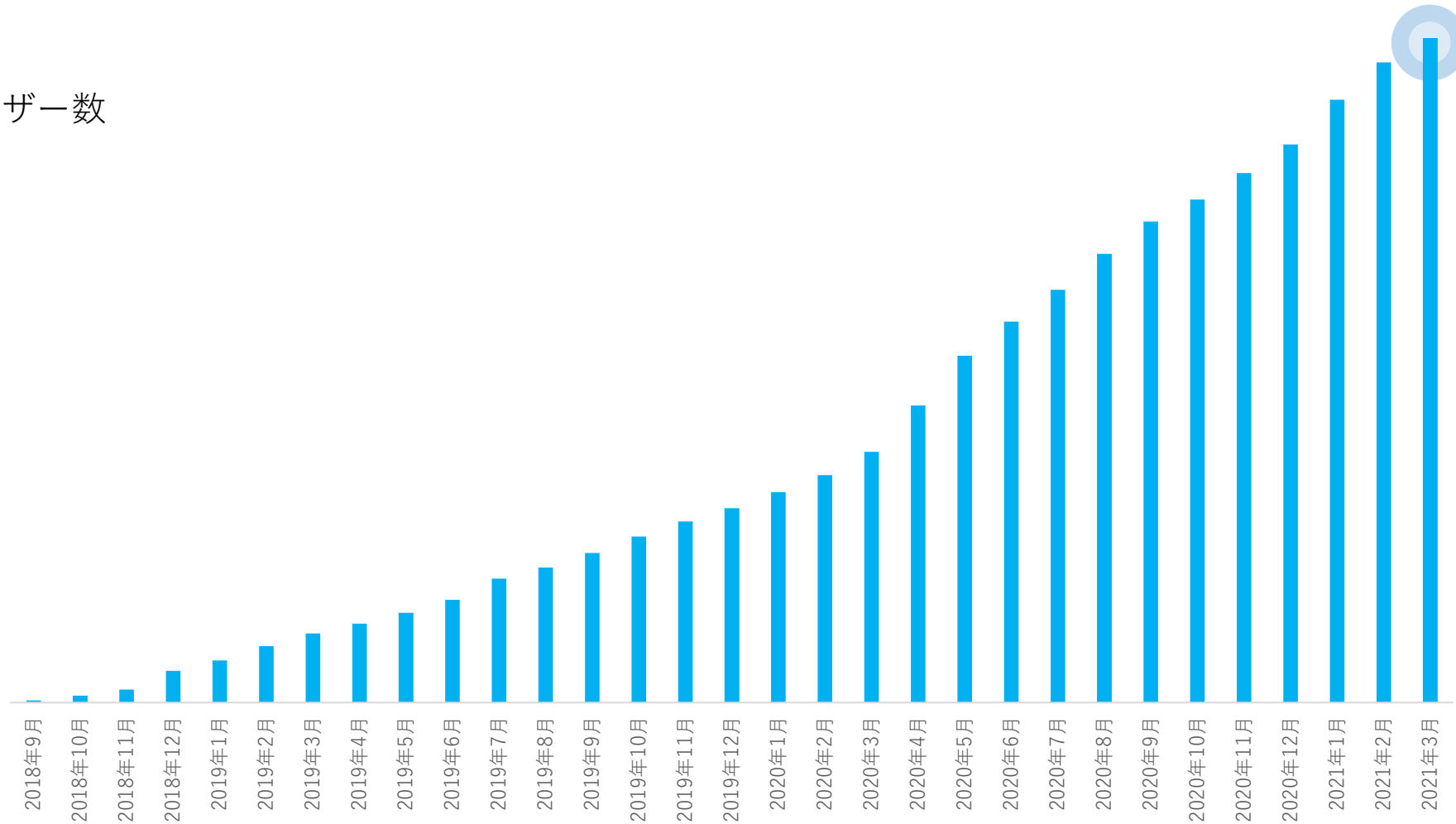
法人向けセミナーをオンライン（動画コンテンツ）化
（主催企業と参加希望者をマッチング）



bizplay プラットフォームの会員登録者数は順調に推移。

- 会員ユーザー数

(単位:人)



| その他

会社名 株式会社イノベーション

所在地 東京都渋谷区渋谷3-10-13 TOKYU REIT 渋谷R ビル3F

代表者 富田 直人

従業員数 141名 ※2021年9月末時点

資本金 1,001,746千円 ※2021年9月末時点

子会社 株式会社Innovation & Co.
株式会社Innovation X Solutions
株式会社Innovation IFA Consulting
株式会社Innovation M&A Partners

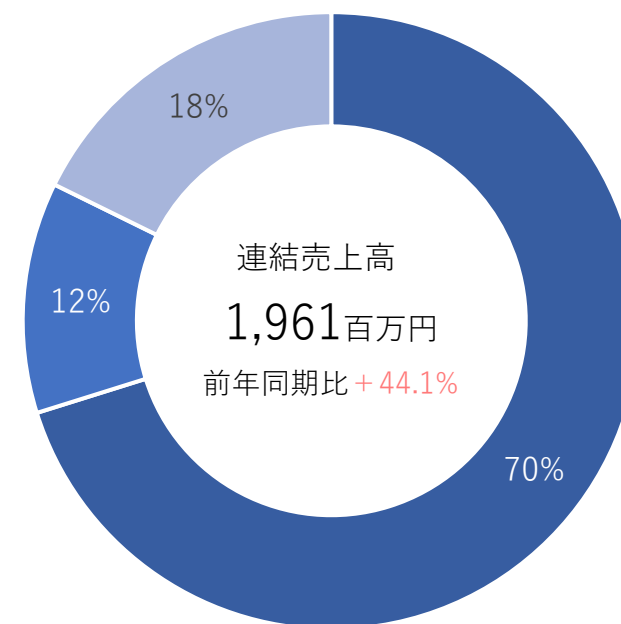


事業概要

<p>オンラインメディア 事業</p>	<p> ITトレンド B2B商材のマッチングプラットフォーム</p> <p>bizplay B2B特化の動画プラットフォーム</p> <p> ITトレンド EXPO B2B特化のイベントプラットフォーム</p>
<p>ITソリューション 事業</p>	<p> List Finder MA マーケティング支援クラウド</p> <p> Sales Doc. 営業支援クラウド</p> <p> Cocripo オンラインセミナー支援クラウド</p>
<p>金融プラットフォーム 事業</p>	<p> Innovation - IFA - Consulting IFAサービス</p> <p> IMAP 事業承継M&Aサービス⁽¹⁾</p>

FY22 /2Q累計 売上高構成

■ オンラインメディア ■ ITソリューション ■ 金融プラットフォーム



注: (1) 事業承継M&Aサービスについては非連結子会社で運営のため業績には折り込まれておりません。

以下は、成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性があるとして認識する主要なリスクです。その他のリスクについては、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

主要なリスク	リスクへの対応策	顕在化の可能性	影響度
インターネットに関する新たな規制やその他予期せぬ要因による当社業績への影響	<ul style="list-style-type: none"> ・ M&Aの積極的な遂行等による事業の多角化を進めることによりインターネットに対する新たな事業領域 ・ 変化を予測した商品の開発体制の構築・推進 ・ 商品開発を構築できる人材の採用・育成 	中	低
インターネット検索における検索ロジックの変更により、検索結果の表示順位が変更された場合や新たな検索エンジンが主流になった場合、当社の集客に影響	<ul style="list-style-type: none"> ・ SEO対策 ・ 現在主流の検索エンジンによらない集客方法の開拓 	高	大
当社グループの事業における参入障壁は高いとは言えないため、資金力、ブランド力の高い競合の参入により、当社グループの事業領域における価格競争が激化した場合による当社業績への影響	持続的な商品開発を構築できる人材の採用・育成及び、オンラインメディア事業における商材の拡大（ITトレンドEXPO）を通じ、強豪との差別化	中	中
主たる収益がオンラインメディア事業に依存しているため、オンラインメディア事業の売り上げが大幅に減少した場合による当社業績への影響	M&Aの積極的な遂行等により事業の多角化を進め、オンラインメディア事業への依存度を下げる対策強化	中	大

以下は、成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性があるとして認識する主要なリスクです。その他のリスクについては、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

主要なリスク	リスクへの対応策	顕在化の可能性	影響度
技術革新や顧客ニーズの変化に適時に対応できない可能性、または変化への対応のためにシステム投資を要する可能性	持続的な商品開発を構築できる人材の採用・育成積極的に行うことで対応	中	中

本資料は、情報提供のみを目的として当社が作成したものであり、当社の有価証券の買付けまたは売付け申し込みの勧誘を構成するものではありません。本資料に含まれる将来予想に関する記述は、当社の判断及び仮定並びに当社が現在利用可能な情報に基づくものです。将来予想に関する記述には、当社の事業計画、市場規模、競合状況、業界に関する情報及び成長余力等が含まれます。そのため、これらの将来予想に関する記述は、様々なリスクや不確定要素に左右され、実際の業績は将来に関する記述に明示または黙示された予想とは大幅に異なる場合がございます。本資料には、当社の競争環境、業界のトレンドや一般的な社会構造の変化に関する情報等の当社以外に関する情報が含まれています。当社は、これらの情報の正確性、合理性及び適切性等について独自の検証を行っておらず、いかなる当該情報についてこれを保証するものではありません。なお、当資料の次回のアップデートは2022年6月を予定しております。