

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
(東証グロース市場：3970)

2024年 6月 28日

INNOVATION

1. 企業サマリ
2. オンラインメディア事業
3. ITソリューション事業
4. 金融プラットフォーム事業
5. VCファンド事業
6. 成長戦略
7. リスク情報

1. 企業サマリ

「働く」を変える

ビジネスにイノベーションを起こし、働く喜びと感動に満ちた社会へ



会社名	株式会社イノベーション
所在地	東京都渋谷区渋谷三丁目10番13号 TOKYU REIT 渋谷R ビル3F
設立日	2000年12月14日
代表者	富田 直人
従業員数	157名（連結）※2024年3月末現在
資本金	1,211,086千円 ※2024年3月末現在
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 INNOVATION HAYATE V Capital 投資事業有限責任組合

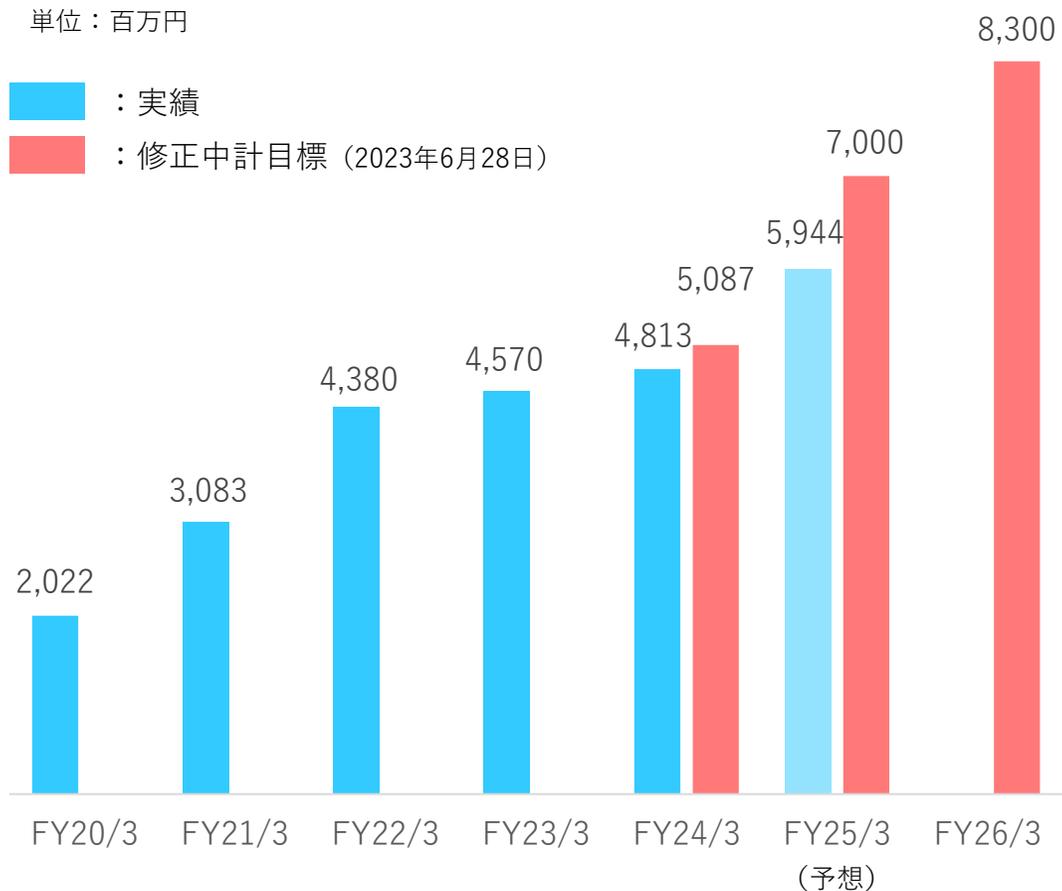
見直し後中期経営計画（2023年6月28日付）と比較し、営業利益面において既存事業の一時的な収益性低下により乖離が発生しているが、当初の経営戦略に大幅な変更はなく既存事業の利益水準を高めつつ、M&Aやアライアンスを含めた投資実行及び金融プラットフォーム事業の更なる伸長を見込んでおります。

- 連結売上高

単位：百万円

■：実績

■：修正中計目標（2023年6月28日）

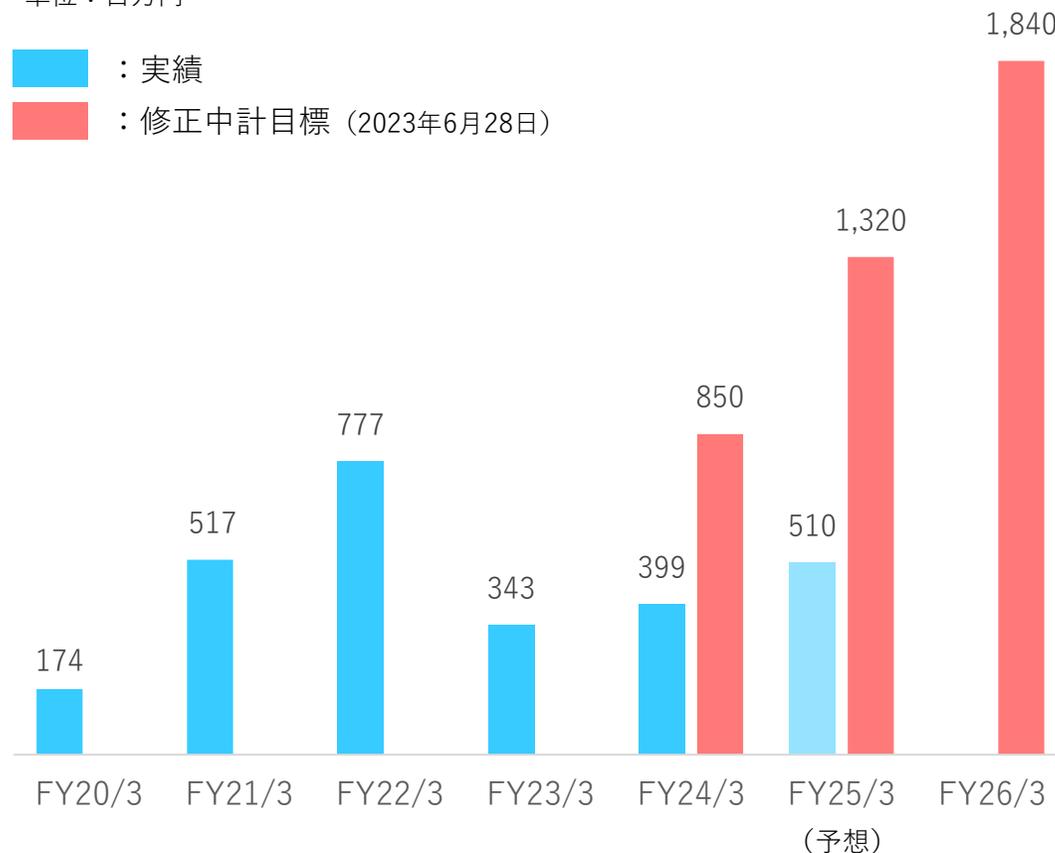


- 営業利益

単位：百万円

■：実績

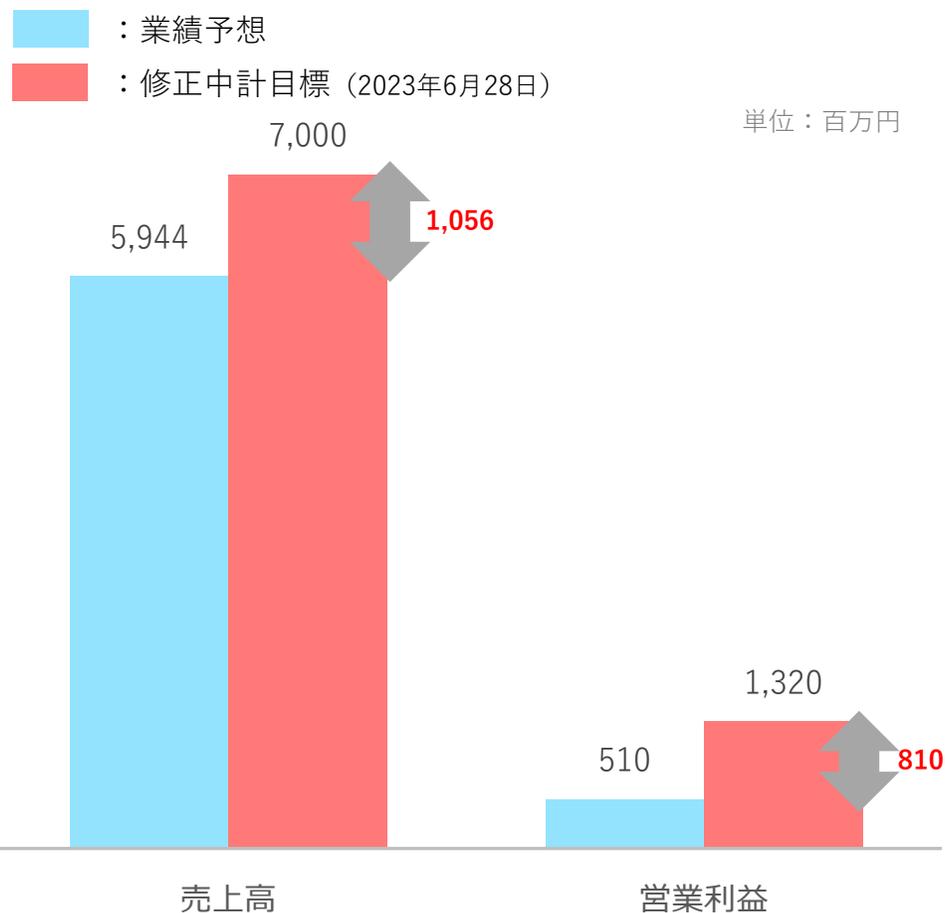
■：修正中計目標（2023年6月28日）



中期経営計画と業績予想との差分

業績予想において以下の外的要因及び内部要因が継続して発生すると想定。
但し、大手ベンダーの広告費削減は回復傾向にあり、その他要因についても解消が見込まれるものがある。

売上高・営業利益の比較



外部要因

- オンラインメディア事業における、大手ベンダーの広告費削減
- ITソリューション事業における、多数の競合他社の出現による優位性の低減
- 金融プラットフォーム事業における、M&A仲介の競争環境激化
- 厳しい採用環境による人材獲得の苦戦

内部要因

- アライアンス、M & A 推進管理体制の整備遅延
- 金融プラットフォーム事業の他領域への進捗遅延
- エンジニアリソースの最適配分

各事業の概要

事業

概要

オンラインメディア事業

 ITトレンド

B2B商材のマッチングプラットフォーム

 ITトレンド EXPO

B2B特化のイベントプラットフォーム

 bizplay

B2B特化の動画プラットフォーム

 List Finder MA

マーケティング支援クラウド

ITソリューション事業

 Sales Doc.

営業支援クラウド

 Cocripo

オンラインセミナー支援クラウド

金融プラットフォーム事業

 Innovation-IFA-Consulting

IFAサービス（金融商品仲介業）

 IMAP
Innovation M&A Partners

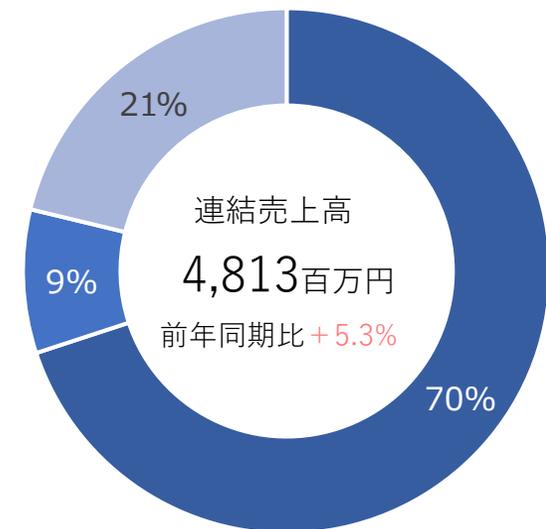
事業承継M&Aサービス

VCファンド事業

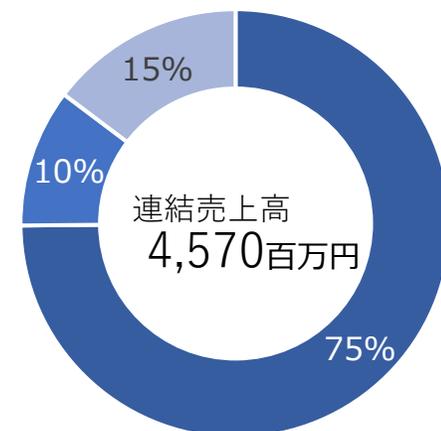
 IHVC
INNOVATION HAYATE V Capital

CVCによる投資事業

FY24/3 通期 売上高構成

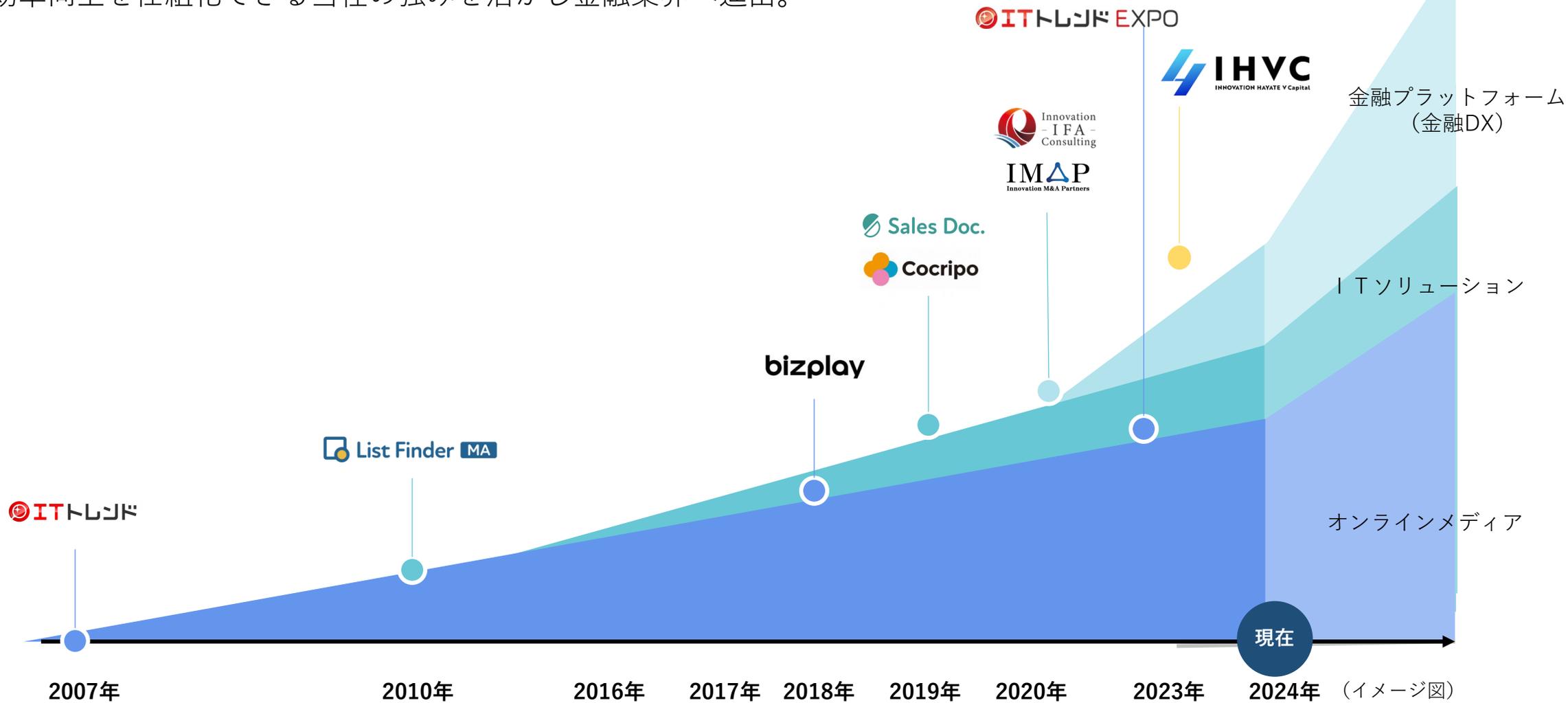


(参考) FY23/3 通期 売上高構成



成長の軌跡

15年以上にわたり、BtoBのIT製品マーケティングのノウハウ・データを蓄積。
BtoBセールス・マーケティングの課題を解決すべくITソリューション事業へ派生し事業拡大。
営業効率向上を仕組化できる当社の強みを活かし金融業界へ進出。



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。

17年に渡り、売り手と買い手のマッチングプラットフォームITトレンドを提供。
 先行投資に該当するIT製品データや、来訪者行動データを蓄積。当該データを分析・活用し、次のトレンド市場へいち早く展開できる優位性。買い手のニーズに合致した事業の創出を、デジタルやテクノロジーを活用し仕組化できることが強み。

買い手（ユーザ企業）

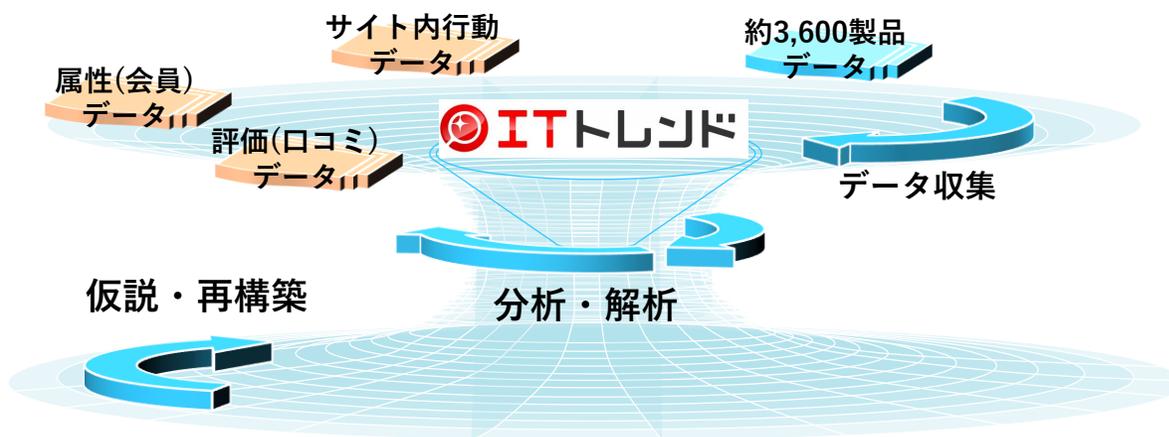


年間約2,000万UU

売り手（ITベンダー）



約1000社のITベンダー



買い手側

売り手側

買い手ニーズに合致したIT製品の検知

買い手と売り手のギャップを解消する
新市場の模索

売り手の課題に合わせたソリューション

SaaS領域

独自のSaaS製品を創出

イノベーション領域

投資を駆使し新事業を創出

デジタルマーケティング領域

集客効率の高いマーケティング施策の創出



2. オンラインメディア事業

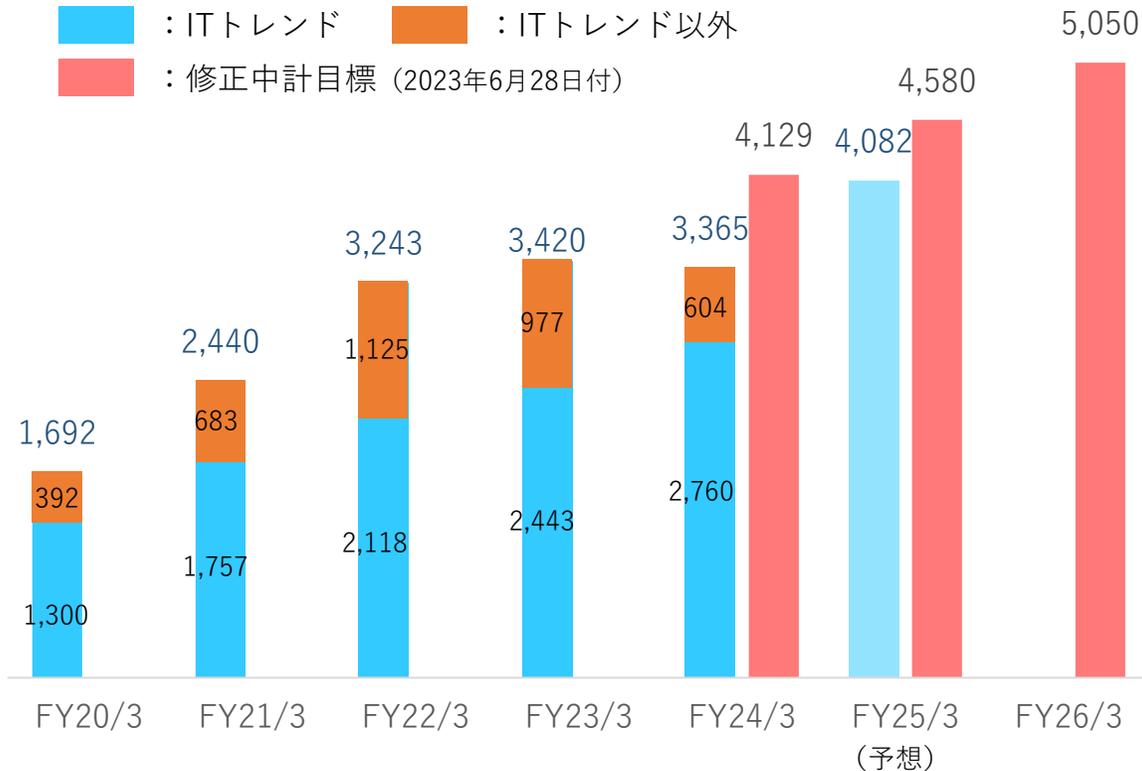
- 業績推移
- ビジネスモデル
- 市場環境

「営業DX」のパイオニア、“ITトレンド”

ITトレンドは、口コミ機能の拡張、マーケティングへの積極投資により引き続き堅実に成長（前年比売上高113%）。ITトレンドEXPO、bizplayなど他サービスは、開催回数の削減や大手ベンダー広告費の削減などにより売上・利益は減少。結果、セグメント全体としては昨年を下回ることとなった。

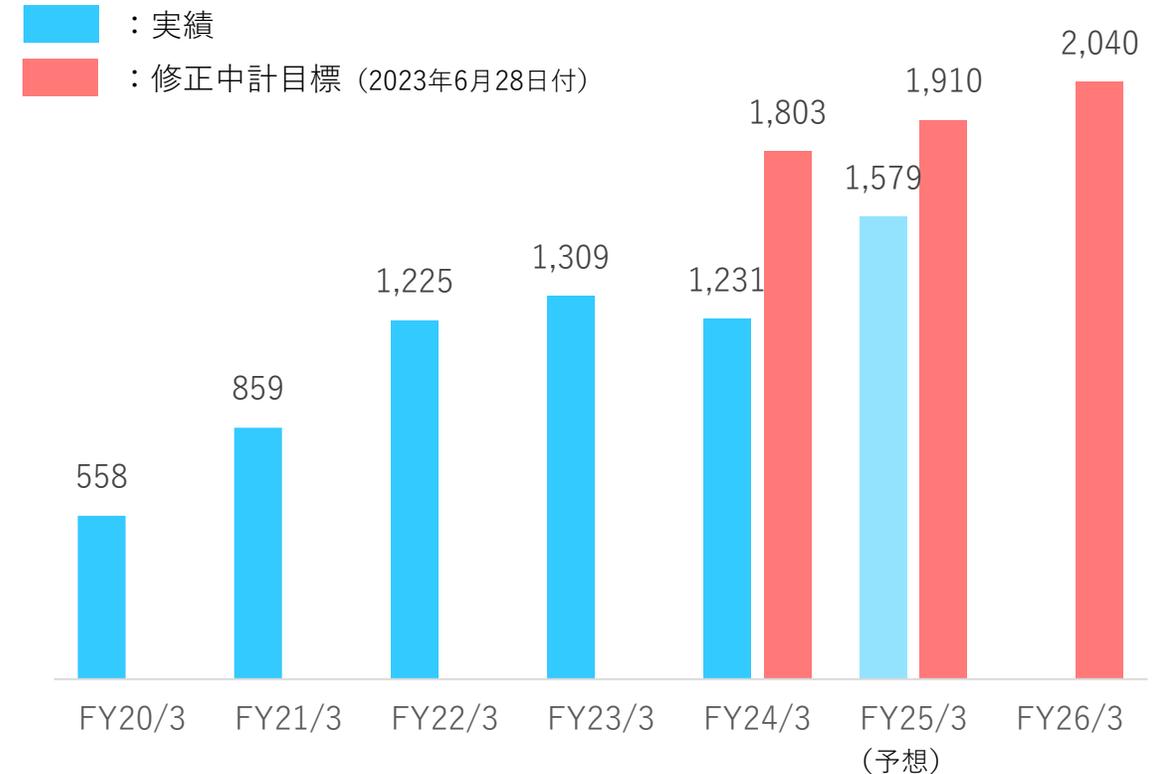
- オンラインメディア事業の売上高 推移

単位：百万円



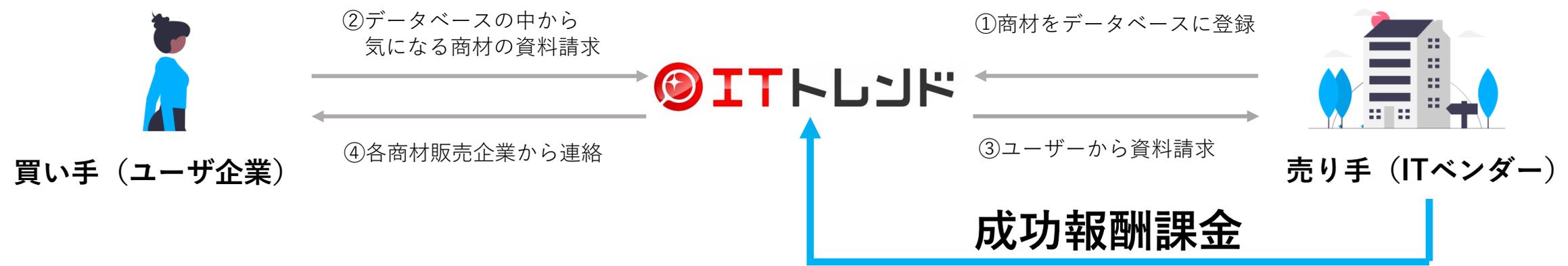
- オンラインメディア事業のセグメント利益 推移

単位：百万円



買い手と売り手のマッチングプラットフォームである ITトレンド。
オンライン展示会等のイベントプラットフォームである ITトレンドEXPO。
ビジネスに特化した動画プラットフォームである bizplay。

ビジネスモデル（フロー収益）



ITトレンド ITトレンドEXPO bizplay

$$\boxed{\text{売上}} = \boxed{\text{単価}} \times \boxed{\begin{matrix} \text{送客数} \\ \text{参加企業数} \end{matrix}}$$

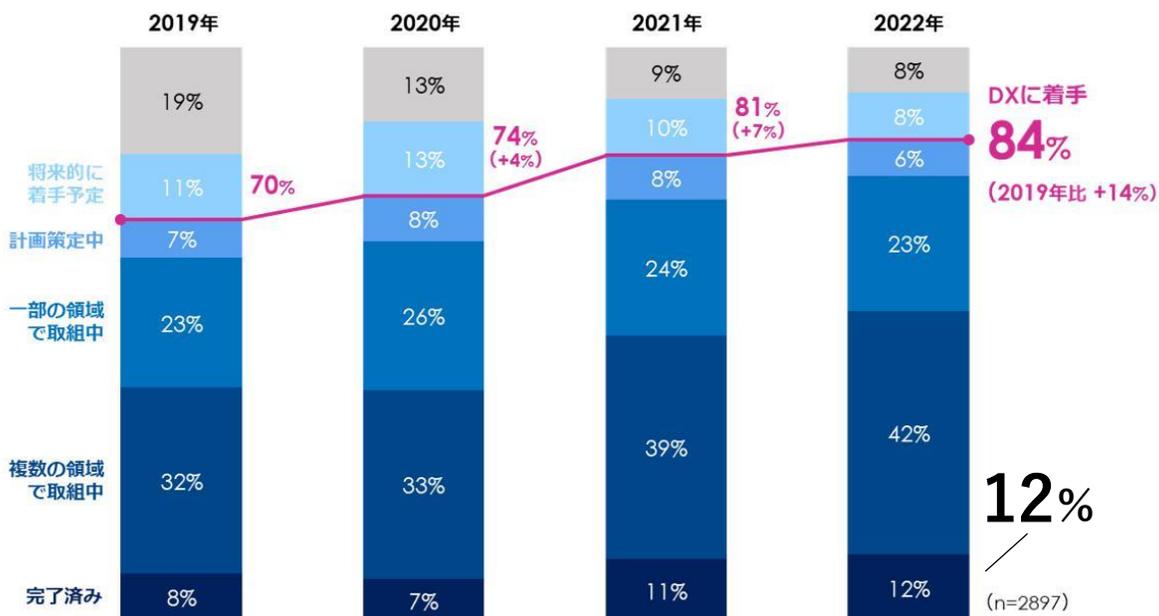
- 送客数、参加企業数の最大化

注: (1) 株式会社電通より2022年インターネット広告媒体費運用型広告より引用
(2),(3) 株式会社電通「2022年 日本の広告費 インターネット広告媒体費」より媒体別広告費内訳から弊社算出

多くの日本企業はDXへの取り組みに着手はしているが完了した企業は全体のわずか12%。
また十分な成果を出す余地がある企業も約90%となり開拓余地は存在する。

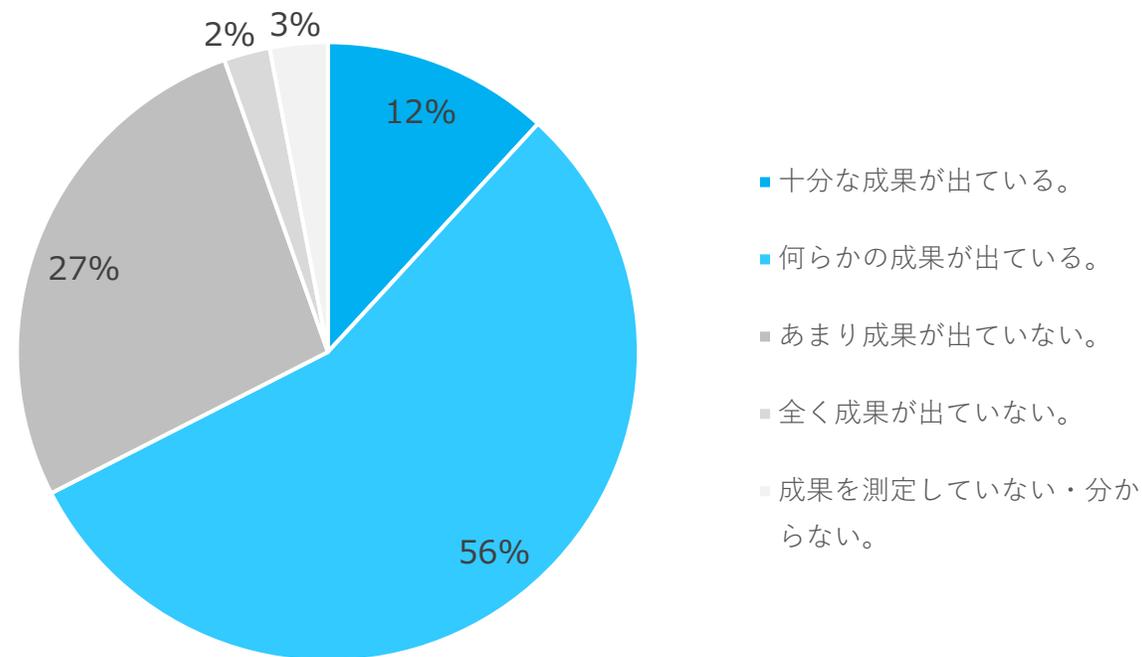
- DXへの取り組みを先行して完了したのは全体の**12%**
- DXへの取り組みを開始した企業は全体の71%

【 Q. DXの取り組み状況⁽¹⁾】



- DXに取り組んでいる企業の中で、全体の68%が成果が生じている。
- 十分な成果を出す余地がある企業は全体の**約90%**にも及ぶ

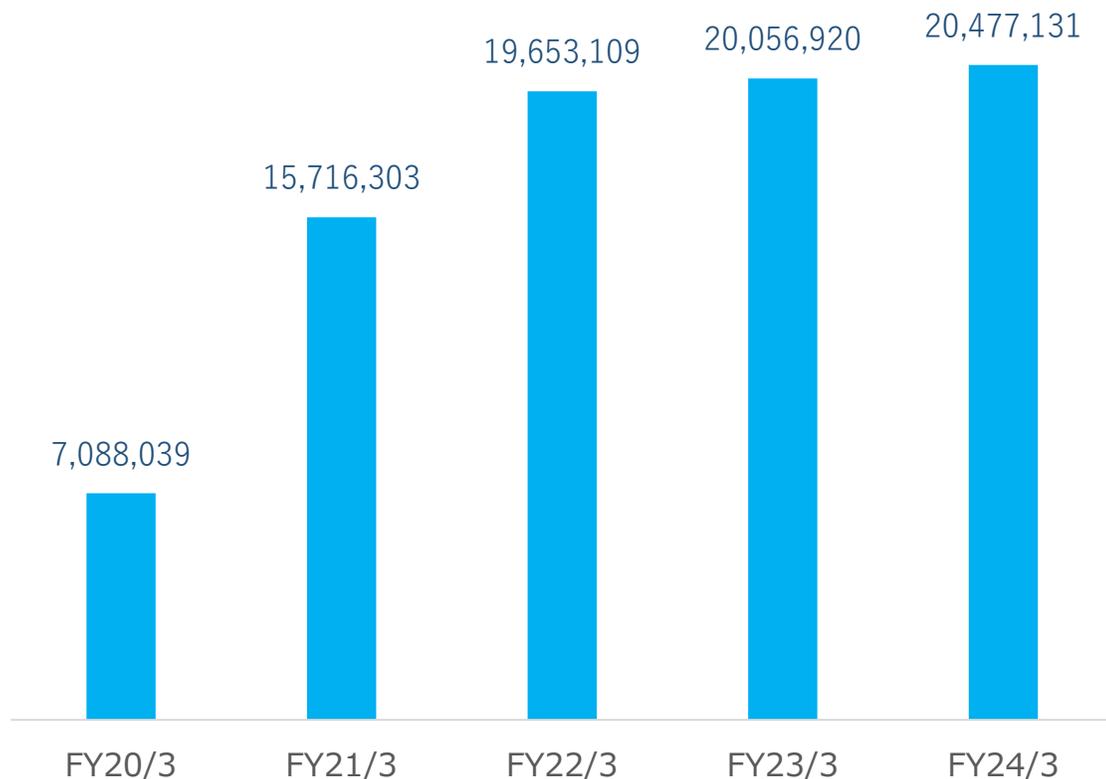
【 Q. DXの成果⁽²⁾】



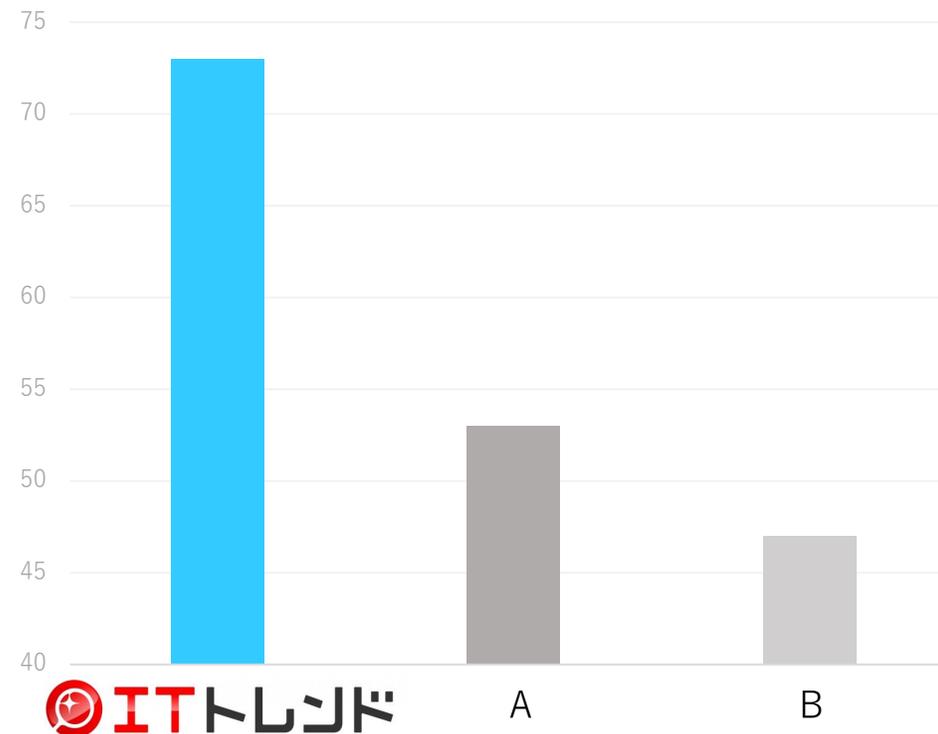
注(1) 「日本における企業のデジタルトランスフォーメーション調査(2022年度)」(株式会社電通デジタル)より引用
 注(2) 「日本企業のDX推進実態調査2023」(PwCコンサルティング合同会社)より引用

コロナ禍にて伸長した**2,000万を超えるUU**（来訪者数）。
プラットフォームとしての「**高い認知度**」。
日経BP社との協業による「**日経グループとの協業**」。

- UU（来訪者数）



- 認知度No.1の実績⁽¹⁾

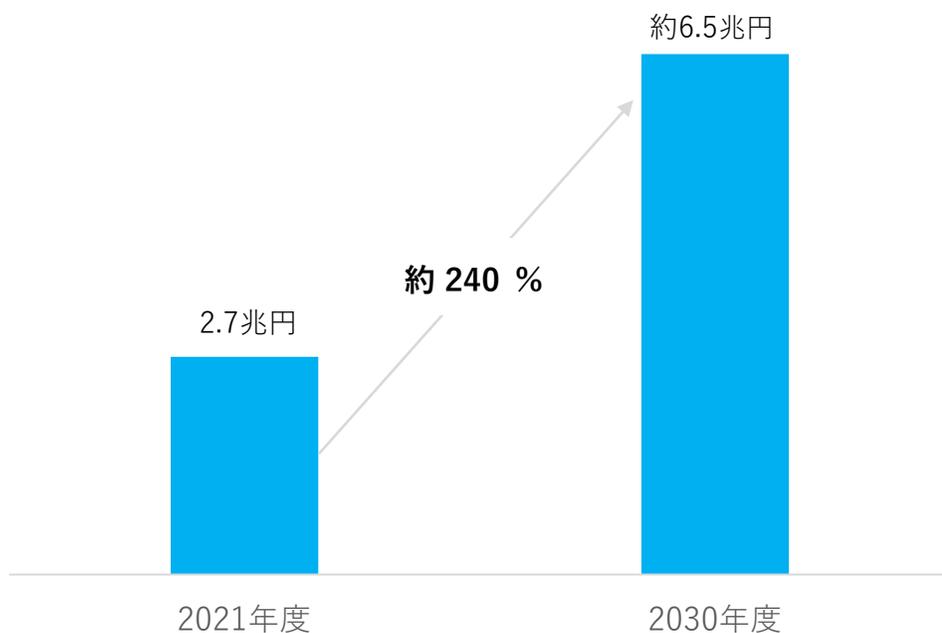


注: (1) 調査概要「【法人向けIT製品の比較サイト調査】/株式会社インテージ（インテージインターネットモニター）によるインターネット調査による（n=2,059）」

今後も継続して、ITトレンドの主力カテゴリである「IT商材」の導入検討者は大きく増加する見込み。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。

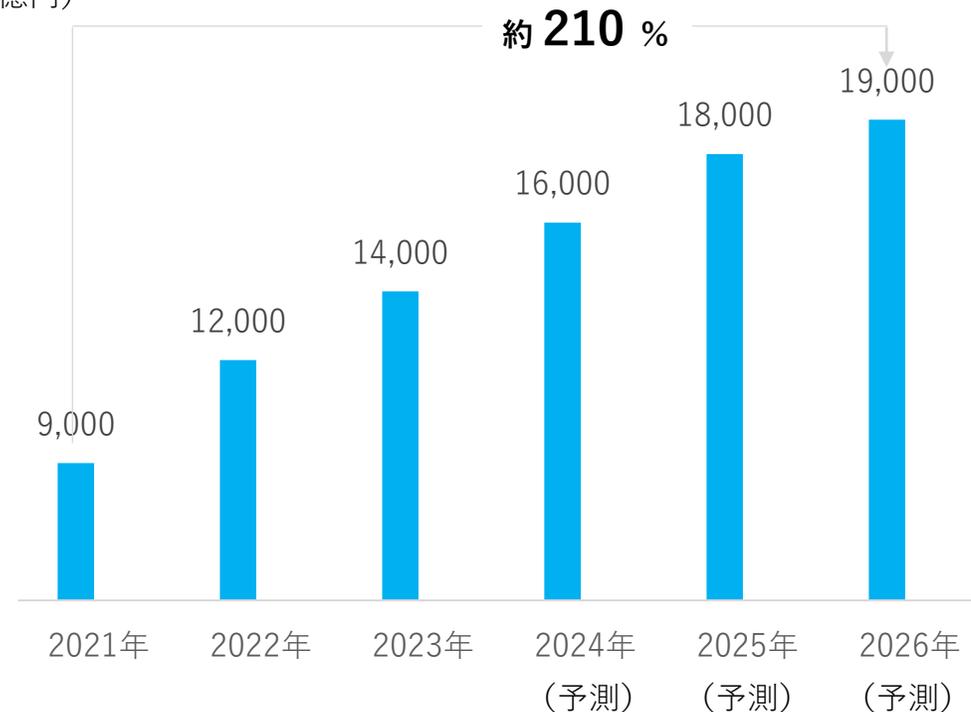
- 商材 買い手（ユーザー）のポテンシャル

DX（IT導入）の国内市場（投資金額）⁽¹⁾



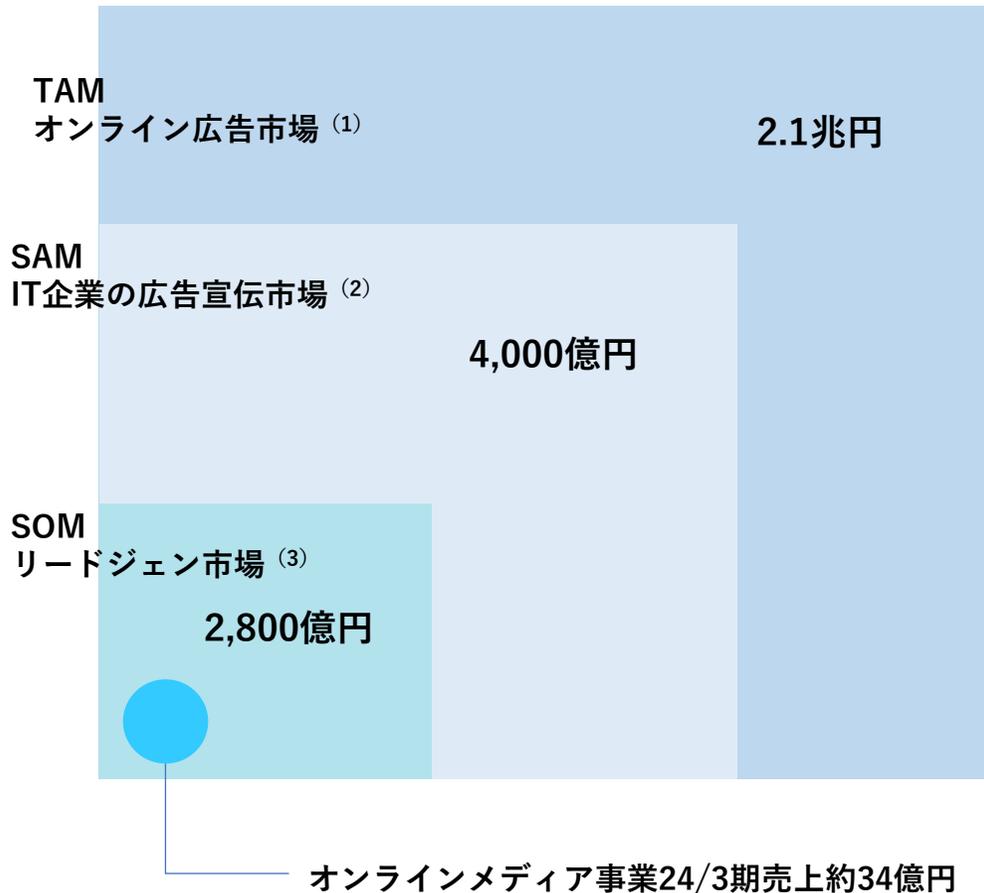
- 商材 売り手（ITベンダー）のポテンシャル

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 2024 (ONE capital 社) より引用

リードジェン市場のシェアをITトレンド、ITトレンドEXPOサービスにて拡大を狙いつつ、bizplay等リードジェン市場以外のIT企業広告宣伝市場での新規シェア拡大を狙う。



ITトレンドEXPO bizplay

$$\boxed{\text{売上}} = \boxed{\text{単価}} \times \boxed{\text{参加企業数}}$$

施策



他社類似サービスと比較し、リード獲得力における打ち手を創出、参加企業数の増加を狙う

ITトレンド

$$\boxed{\text{売上}} = \boxed{\text{単価}} \times \boxed{\text{送客数}}$$

施策



単価を2023年7月より値上げ実施済み。
送客数はSEO等のマーケティング施策による効率化の実現により増加を狙う

注: (1) 株式会社電通より2022年インターネット広告媒体費運用型広告より引用
(2),(3) 株式会社電通「2022年 日本の広告費 インターネット広告媒体費」より媒体別広告費内訳から弊社算出

3. ITソリューション事業

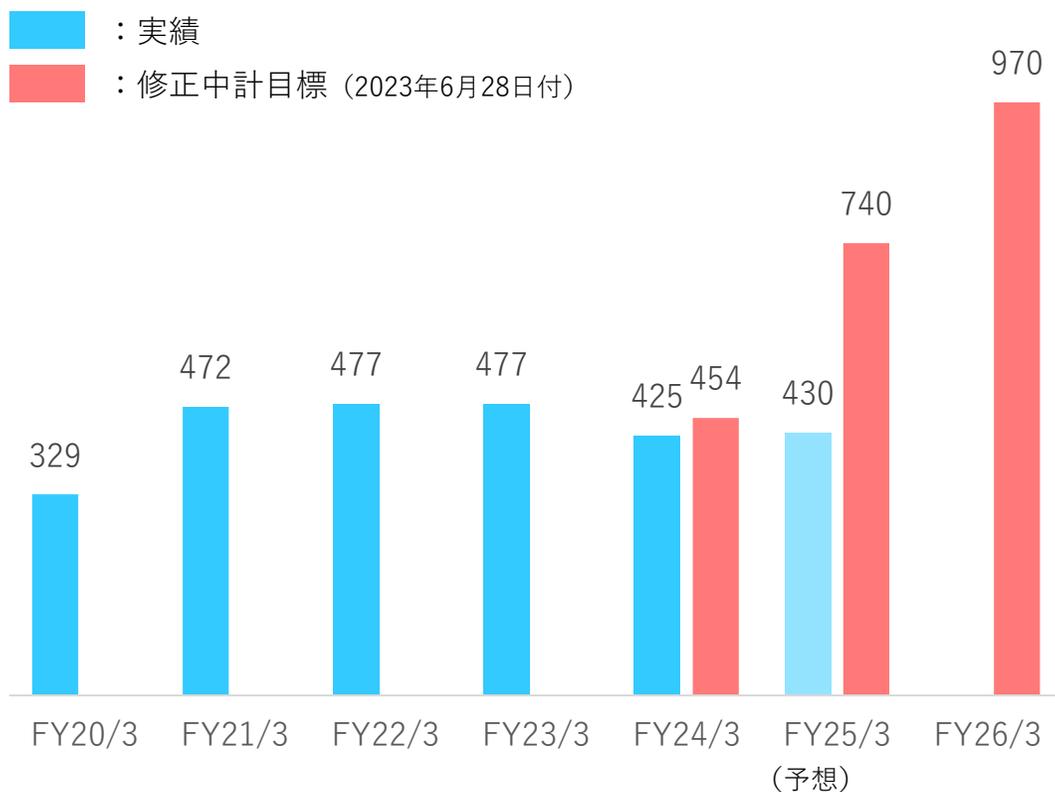
- 業績推移
- ビジネスモデル
- 市場環境

自らの営業ノウハウと知見を具現化した“SaaSサービス”

「List Finder」アカウント数の微減および「Cocripo」有料カウント数の減少により、売上高とセグメント利益ともに前年度対比にて減少。AIサポート機能の提供開始（2024/3月）に併せて2024/5月より価格改定を実施し、収益力向上に努める
 ※価格改定 39,800円 → 45,000円（ライトプラン参考）

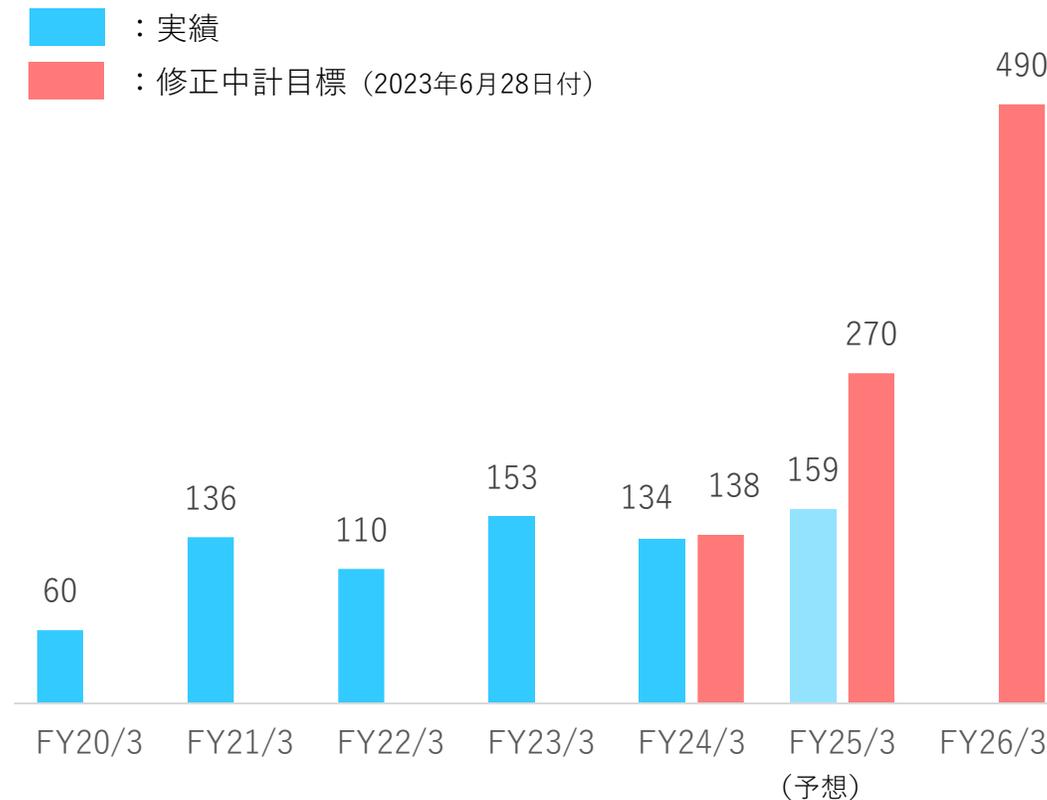
- ITソリューション事業の売上高 推移

単位：百万円



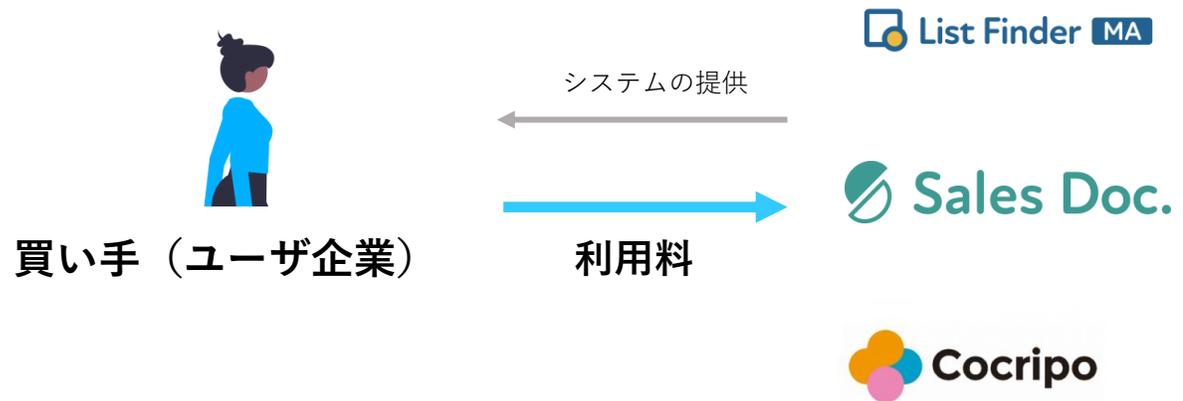
- ITソリューション事業のセグメント利益 推移

単位：百万円



マーケティング支援クラウドである **List Finder**。
営業支援クラウドである **Sales Doc**。
オンラインセミナー支援クラウドである **Cocripo**。

ビジネスモデル（ストック収益）



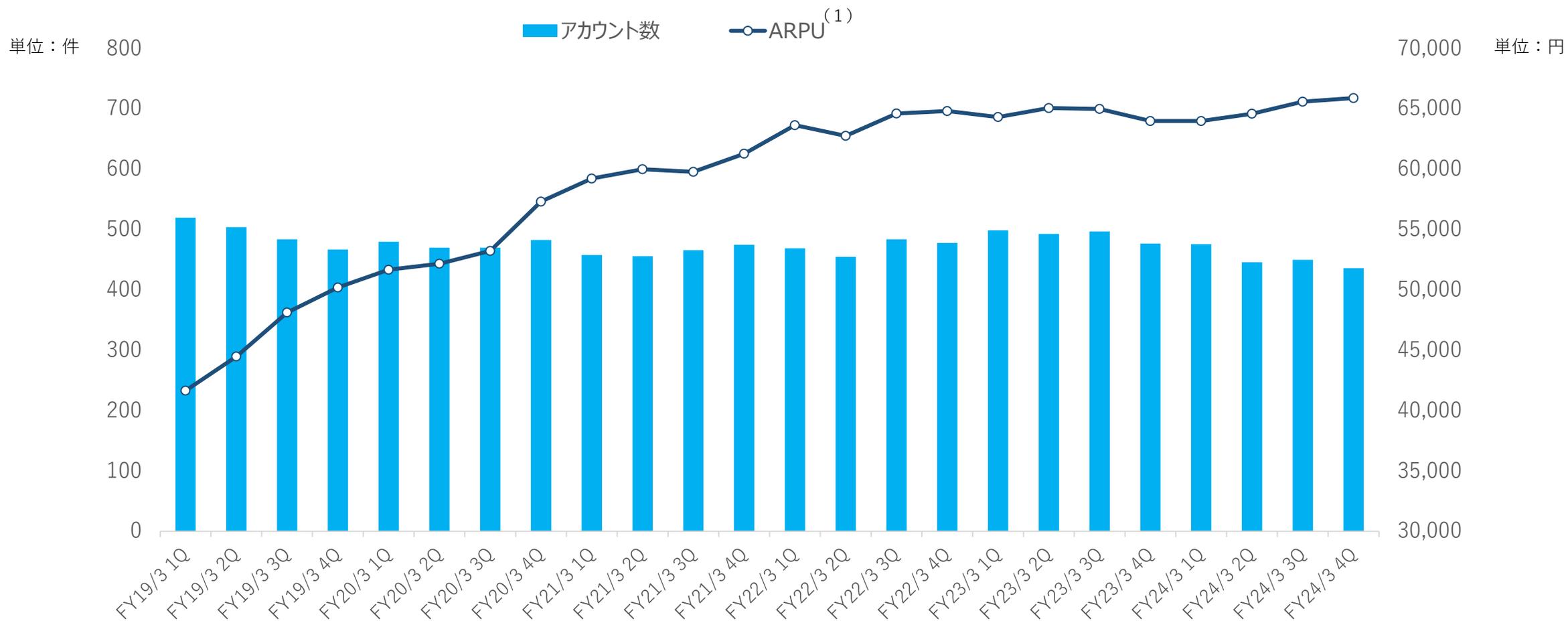
$$\boxed{\text{MRR}} = \boxed{\text{月額単価}} \times \boxed{\text{契約社数}}$$

施策

▶ カスタマーサクセスの品質向上に注力し、解約社数を下げ、契約社数の維持および新規契約社数の増加を狙う

- アップセル
- 顧客の獲得とナーチャリング
- 既存顧客のロイヤル化
- データ活用

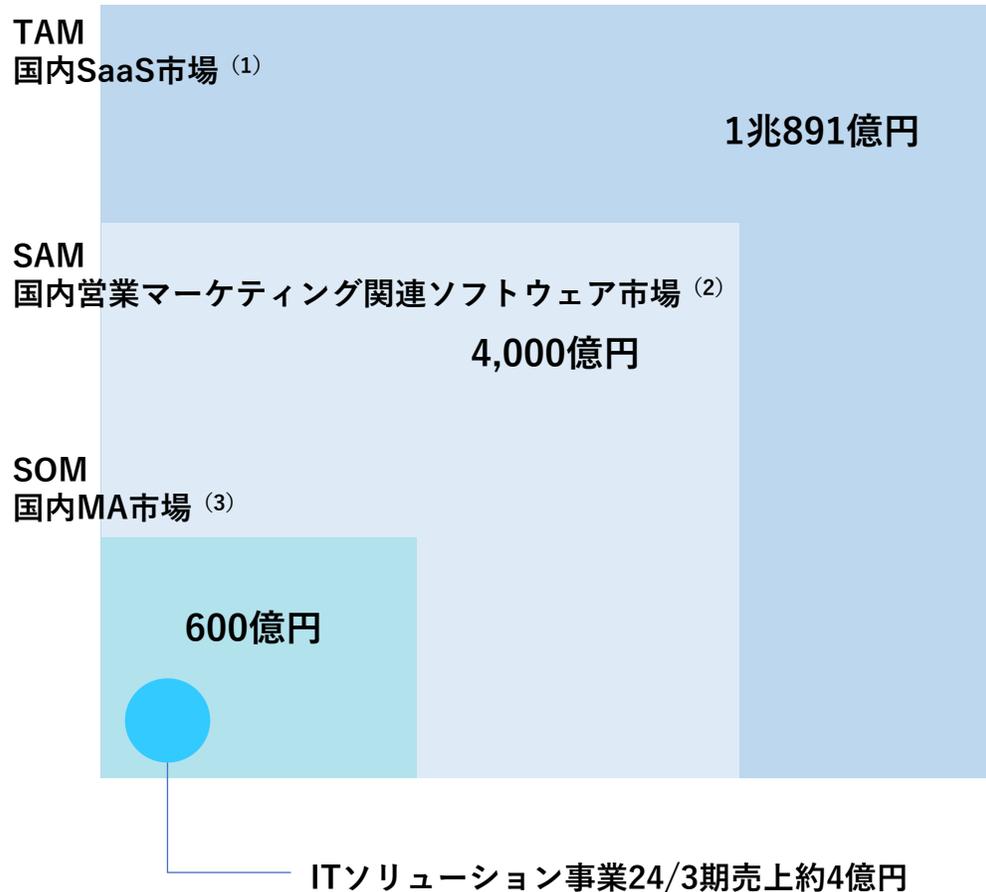
2020年3月期にアカウント数拡大戦略から収益力強化に向けた戦略に転換。アカウント数は微減となっているもののARPU（平均請求金額）水準は維持できており、運営効率向上と価格改定による収益性の向上に努める。



注: (1) : 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サービス市場は巨大市場へと成長。

ユーザーニーズに合わせた製品を独自データを基に分析したトレンドおよび自社の得意領域に則ってラインナップを増加させていく方針。



- 拡大する製品ラインナップのイメージ (4)

ITトレンドに蓄積したデータに基づいてニーズの高い領域を選定



経営管理	予算管理	e-ラーニング	...
製造管理	サイバーセキュリティ	帳票電子化	...
法務	会計	在庫管理	...
SFA	経費精算	人事評価	...



$$\boxed{\text{MRR}} = \boxed{\text{月額単価}} \times \boxed{\text{契約社数}}$$

施策

▶ カスタマーサクセスの品質向上に注力し、解約社数を下げ、契約社数の維持および新規契約社数の増加を狙う

注：(1) 富士キメラ総研『ソフトウェアビジネス新市場 2022年版』より2022年度見込

(2) 矢野経済研究所「ERP及びCRM・SFAのクラウド利用率を調査」、ミック経済研究所「～SaaS・ハイブリッドクラウドニーズで活発化～ビジネス・アナリティクス市場展望 2022年版」よりITソリューション事業関連領域を当社にて推計

(3) 矢野経済研究所「DMP/MA市場に関する調査を実施（2021年）」より引用

4. 金融プラットフォーム事業

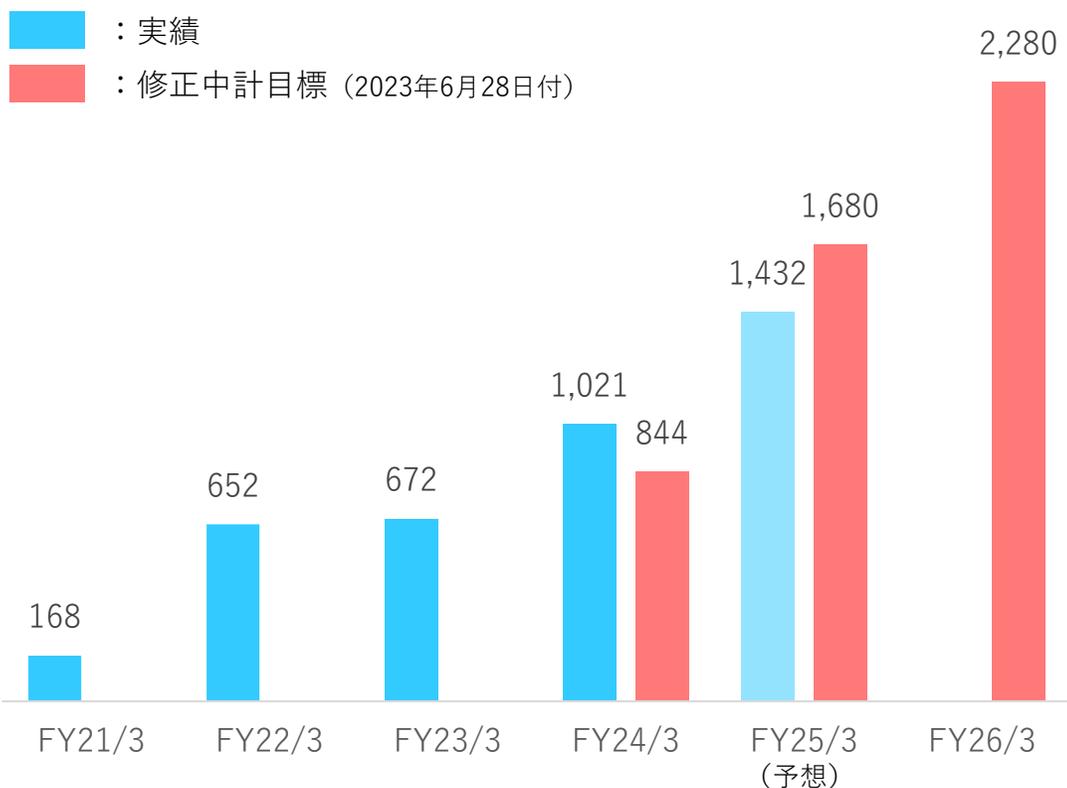
- 業績推移
- ビジネスモデル
- 市場環境

業界の変革に挑戦する“金融プラットフォーム事業”

主力であるIFA事業において、市況環境が良好な中、デジタルマーケティングを併用した営業が奏功した結果、預かり資産残高が増加し、前年度対比にて売上高及びセグメント利益ともに増加。

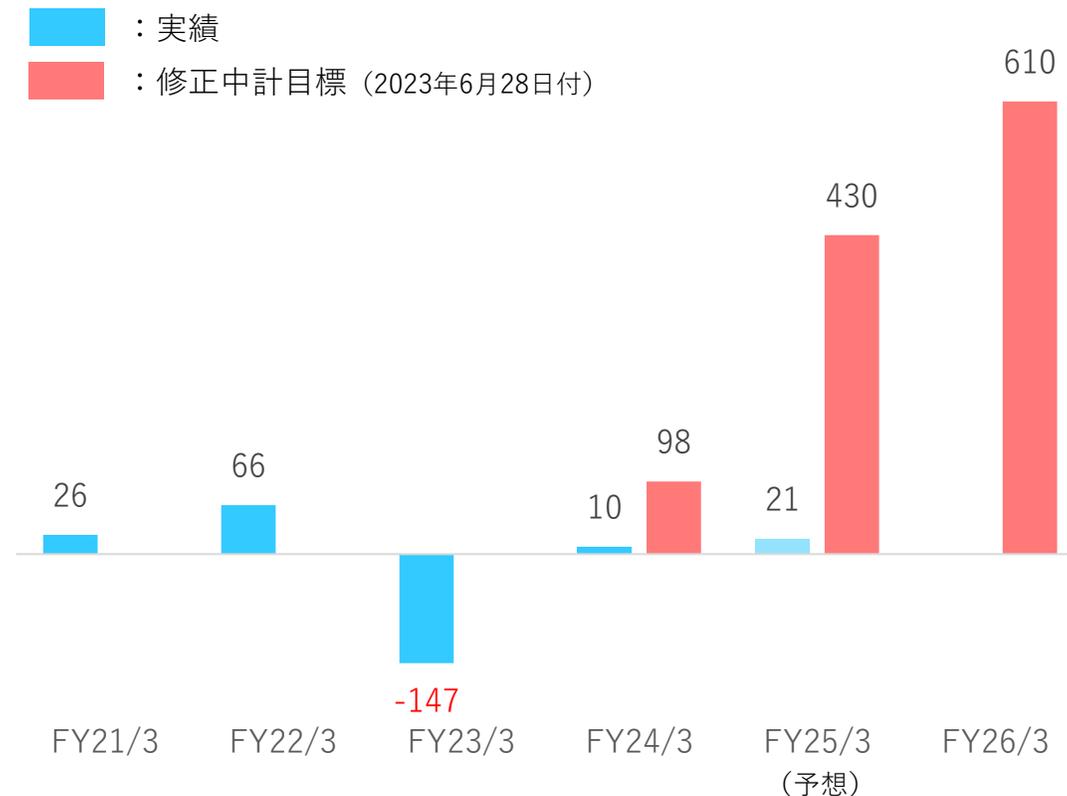
金融プラットフォーム事業の売上高 推移

単位：百万円



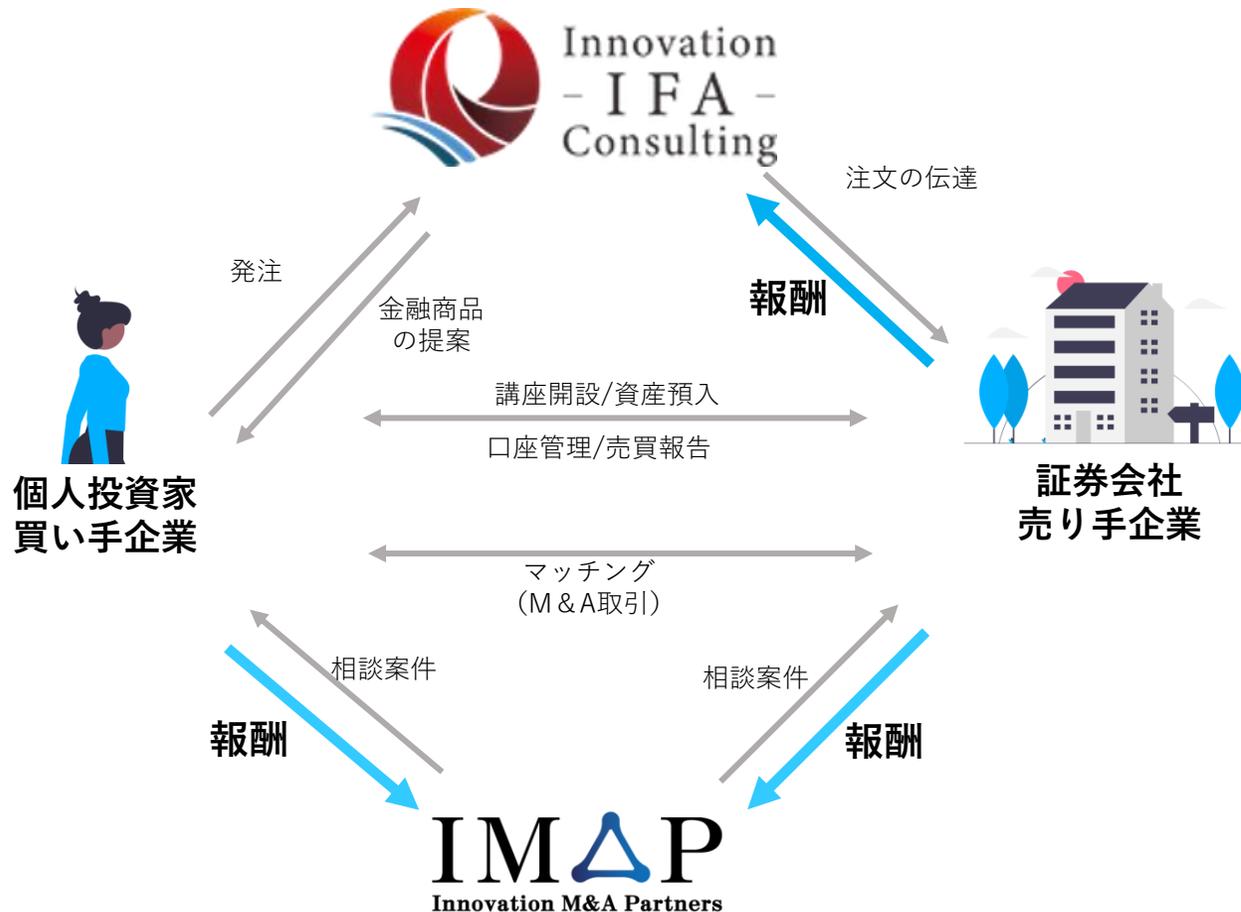
金融プラットフォーム事業のセグメント利益 推移

単位：百万円



レガシーな営業スタイルではなく、デジタルマーケティングを活用した**IFA**及び**M&A**事業。

STEP 1 現在のビジネスモデル (フロー収益)



STEP 2 オンラインメディア事業へ

Innovation - IFA - Consulting

B2B商材の「個人投資家」と「証券会社」、及び「IFA」をオンラインで結び付けるDX化の促進。

STEP 3 ITソリューション事業へ

Innovation - IFA - Consulting

「IFA（資産アドバイザー）」業務を支援するためのデジタルサービス提供。

IMAP
Innovation M&A Partners

「売り手」と「買い手」をオンラインで結び付けるDX化の促進。

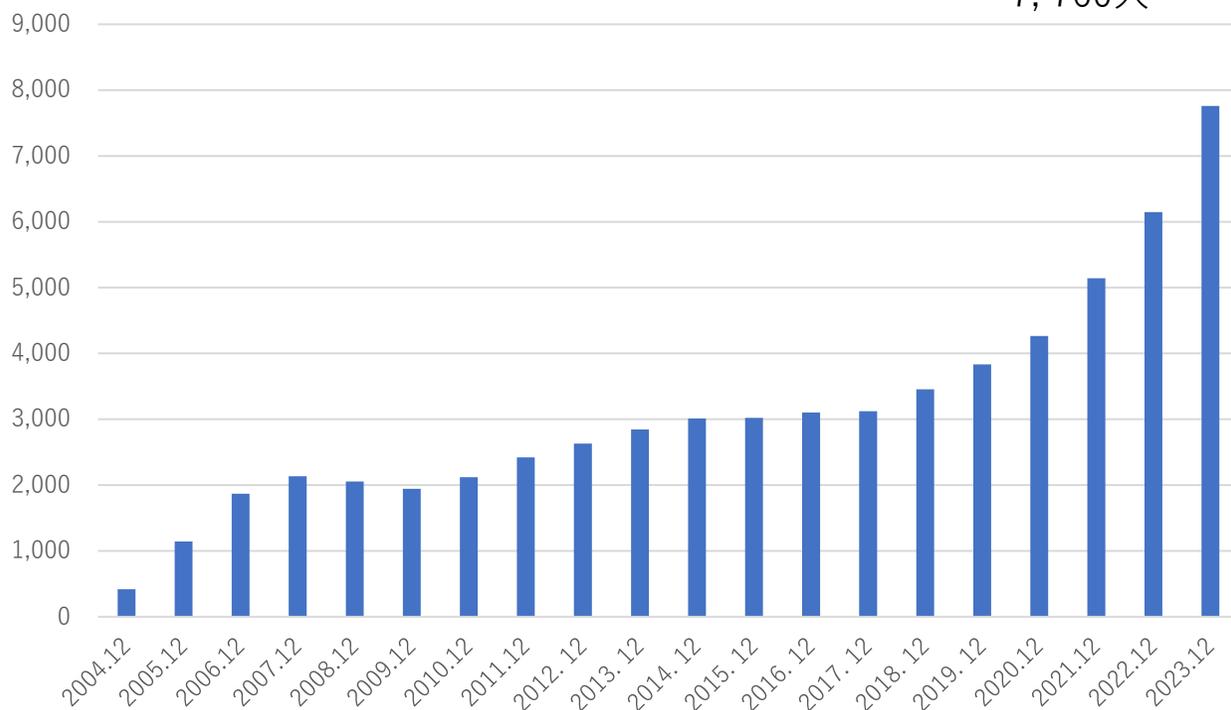
IMAP
Innovation M&A Partners

「M&A」業務を支援するためのデジタルサービス提供。

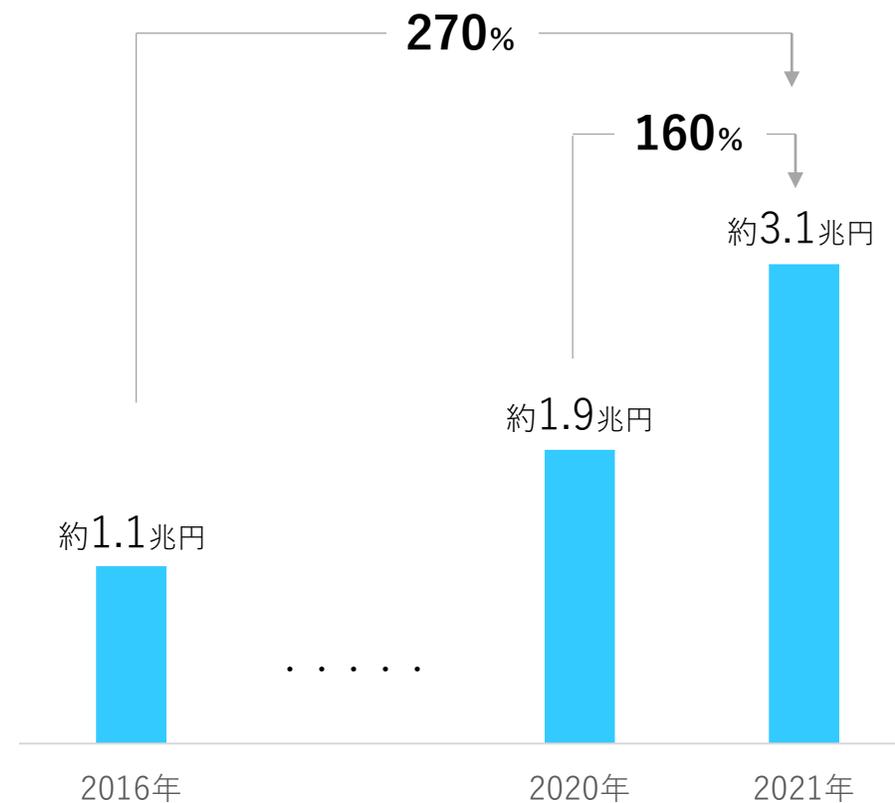
(1) 米国では既に、国内の約32倍（2020年時点）のIFAが活動をしており、国内でも多くの金融機関所属アドバイザーがIFAにシフトし、市場の成長速度は加速していくと考えられる。また、当社預かり資産も伸長していることから、トレンドに変化はない。

(2) - 独立系金融アドバイザー（IFA）人数 推移

金融商品仲介業者の登録外務員数の推移



(3) - IFA経由の預かり資産残高



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) 「協会の従業員数等」（日本証券業協会）より作成 (3) 日本経済新聞（2020年7月17日/2021年3月23日）より引用

M&Aの成立件数は安定的に拡大を継続している。
10年前は年2,000件程度の推移であったが、拡大基調にあり、2023年では4,015件の水準。

- 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



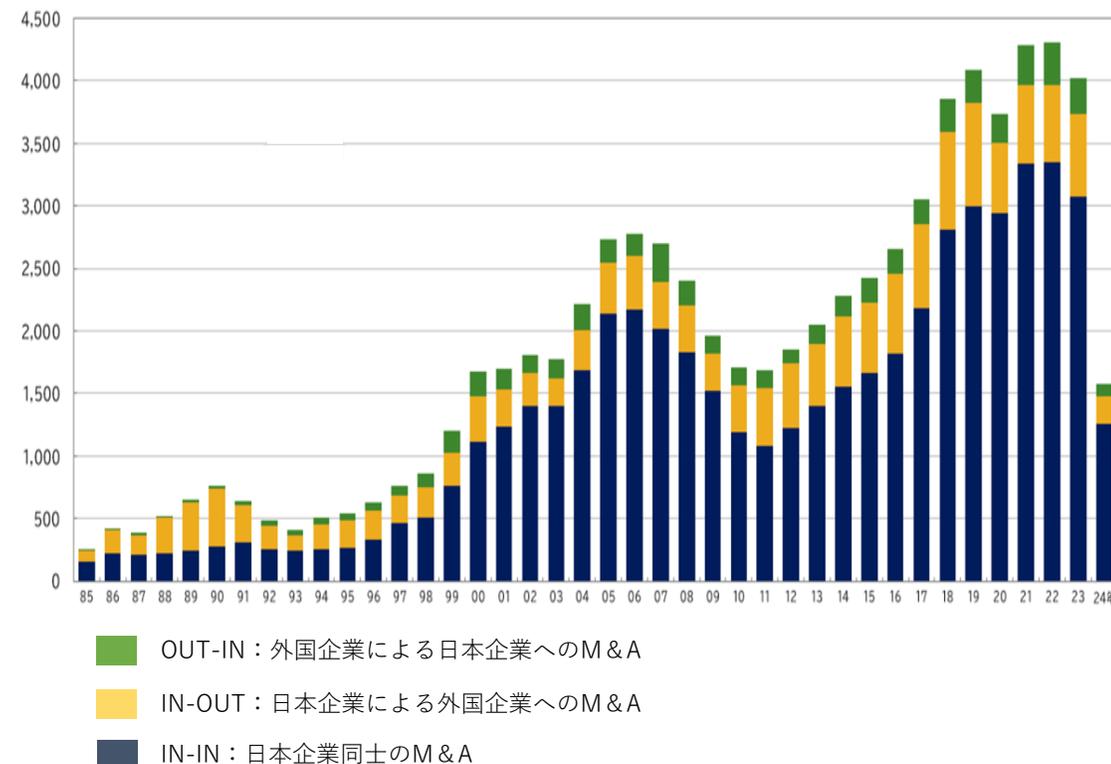
事業の円滑化を図れない

後継者不足



(1)
全国企業の後継者不在率は65%にも及ぶ

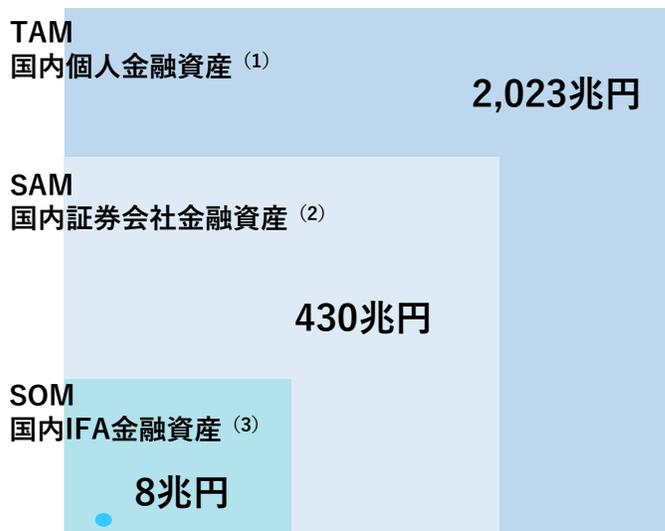
- 国内のM&Aの件数 推移⁽²⁾



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」(2024年 株式会社レコフ)より引用

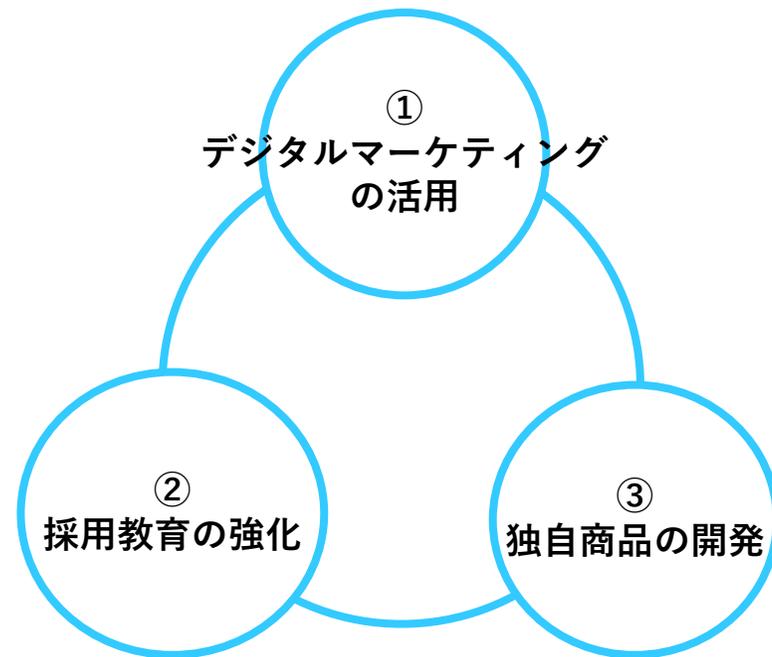
20年以上に渡るデジタルセールスのノウハウを活かし、営業手法のレガシーから抜け出せていない証券業界およびM&A業界にて革新の実現を目指す。

金融プラットフォーム事業（IFA）の市場規模



金融プラットフォーム事業24/3期売上約10億円

金融プラットフォーム事業（M&A）の市場規模



- ① オンラインメディア事業で蓄積されたノウハウを活用
- ② デジタルセールス手法を活用した新たな営業手法の仕組化
- ③ 提携パートナーと協力し独自の金融商品を創出

注: (1) 日本銀行「資金循環統計（22年10-12月期）」
 (2) 東洋経済新報社「会社四季報2023年版業界地図」
 (3) 株式会社格付投資情報センター（R&I）「ファンド情報 2022年12月26日号 No.396」より当社推計

(4)、(5) 2022年レコフデータ調べ
 (6) レコフデータ、中小企業庁「M&A支援機関登録制度実績報告について」より当社統計

5. VCファンド事業

- 概要
- ビジネスモデル

グループシナジーを加速させる“VCファンド事業”

General Partner		ハヤテインベストメント株式会社
主なLimited Partner		株式会社イノベーション
設立日		2023年4月9日
運用期間		10年（2年の延長あり）
運用総額		20億円程度
投資対象	投資エリア	日本国内
	投資テーマ	デジタル技術や革新的なビジネスモデルで世の中の『働く』を変えるスタートアップ
	投資テーマ	#BtoBビジネス #DXで業務の高度化・効率化 #商習慣の変容

IHVC投資先 (1)









注: (1)IHVCホームページより投資先各企業の詳細をご参照ください <https://cvc.innovation.co.jp/>

スタートアップへの投資・ハンズオン支援を行い、次世代の経営者の育成ならびにビジネスの発展に貢献する。当グループ既存事業の周辺領域のスタートアップを中心に投資活動を行うことで、グループ内のナレッジを生かしたハンズオン支援や事業共創を実現。EXITによるフィナンシャル・リターンだけでなく、ストラテジック・リターンの獲得も目指す。

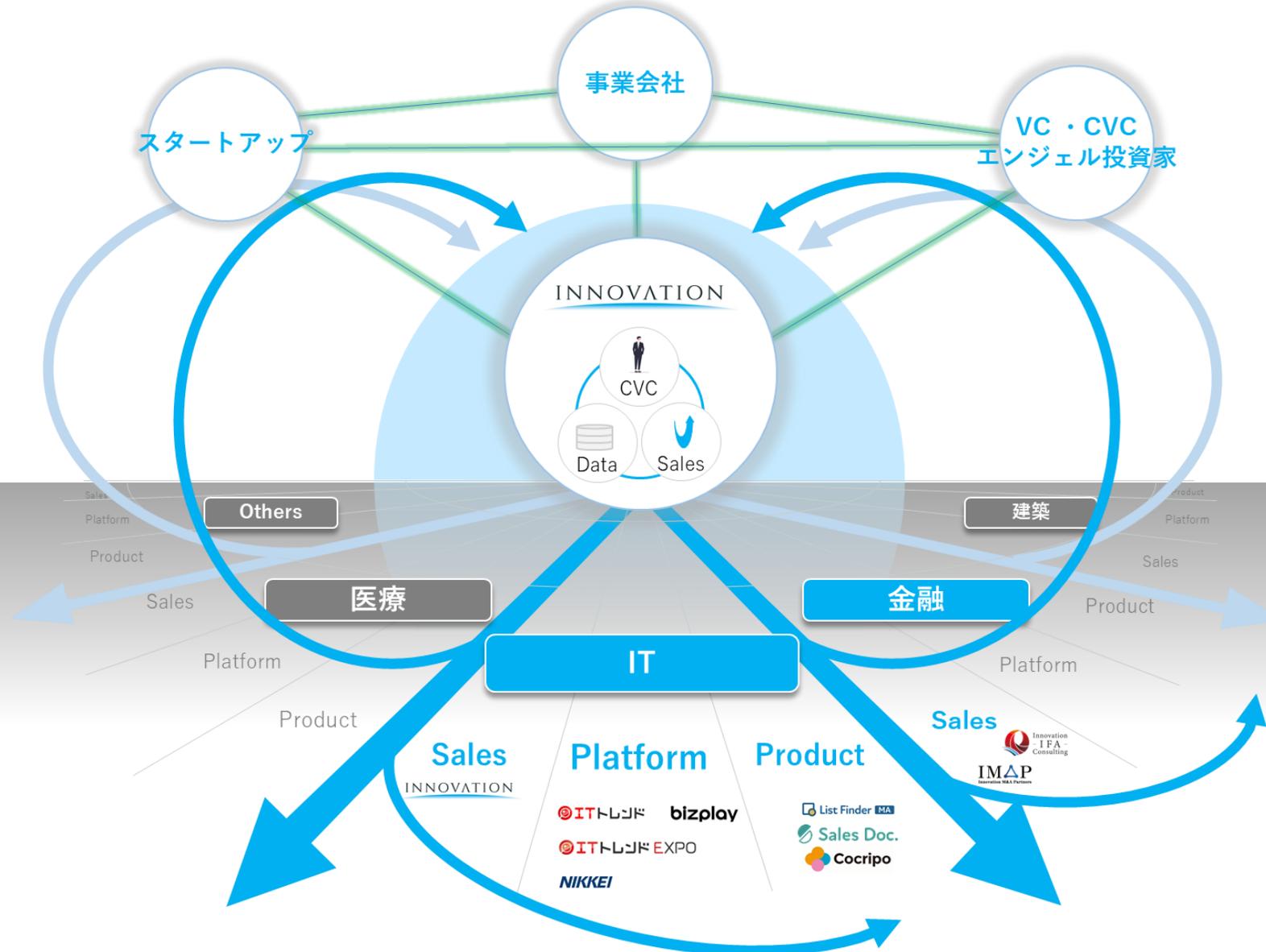


6. 成長戦略

- 中期コンセプト
- 既存事業領域における成長戦略
- 新規事業領域における投資戦略
- ファイナンスによる資金調達の充当状況

中期コンセプト

『INNOVATION Ecosystemを確立し、連続・非連続領域での成長を実現する。』。



オンラインメディア事業

- 商材購入検討者（ユーザー）のさらなる拡大のためのデジタルマーケティング強化
- 商材販売IT企業（顧客・広告主）への営業・サポート強化
- ITトレンドEXPO、カンファレンスの実施増加、及び効率的な運用

ITソリューション事業

- サポート強化によるARPU拡大
- AIサポート機能など新機能による顧客への価値提供
- M&Aやアライアンス

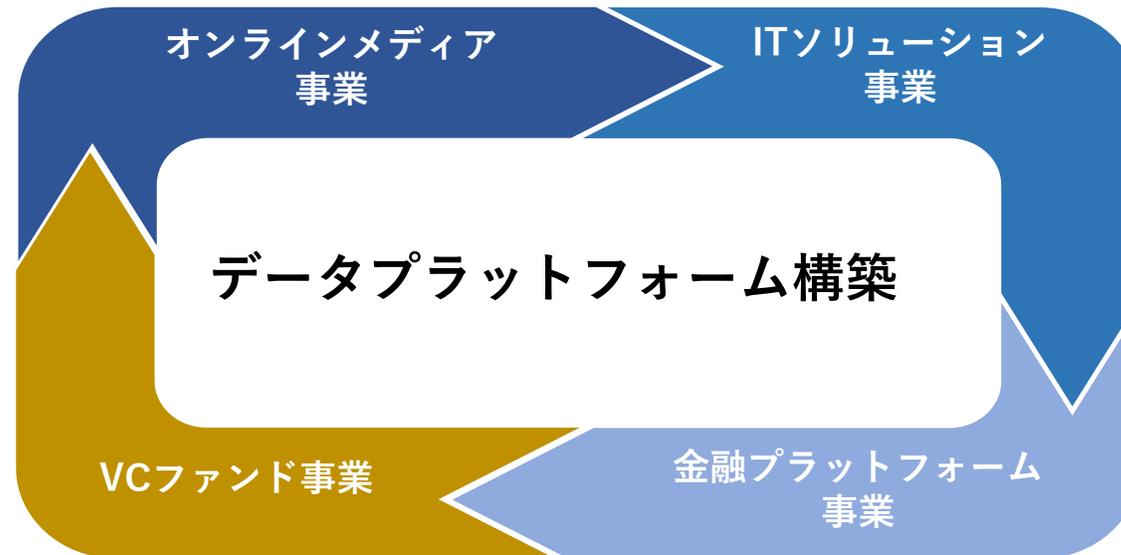
金融プラットフォーム事業

- IFA事業のデジタルマーケティングのさらなる推進のためオンラインメディア事業との協業
- 採用育成の強化
- 独自商品の開発

各事業の連携を再構築し、イノベーショングループとして最大化を図る

マッチングプラットフォームからデータプラットフォームへ

1. 自社保有のトラフィックデータの収集・蓄積・分析を行う体制の構築 2025/3月期
2. エンジニアの採用、教育、リソースの最適配分 2025/3月期
3. マネタイゼーションの検討 2025/3月期
4. 新規領域、新規事業推進 2026/3月期



ファイナンスによる資金調達の充当状況

第7回-第9回新株予約権による調達資金の充当状況。

具体的な用途	予定金額（百万円）	実施金額（百万円）
IHVCを通じた投資資金	約10.0億円	2023/3月期 1.8億円 2024/3月期 1.6億円
当社によるM&Aに伴う資金	約2.0億円	2023/3月期 0.3億円
設備投資資金	約2.5億円	—
マーケティング費用及び人材採用関連費用	約1.0億円	—

第7回新株予約権の行使状況は以下の通りとなります。

2023/3月期 199百万円

2024/3月期 171百万円

合計 371百万円

※ターゲット・イシュー・プログラムにより、株式希薄化を抑えながらファイナンスを実施⁽¹⁾

注: (1)第三者割当による第7回新株予約権（行使価額修正条項付）、第8回新株予約権（行使価額修正条項付）、第9回新株予約権（行使価額修正条項付）の発行及び新株予約権買取契約（ターゲット・イシュー・プログラム「TIP」）の締結に関するお知らせ <https://contents.xl-storage.jp/xcontents/AS03901/fd6e5665/de83/42aa/bfa7/87f7662bc9c4/140120220322508470.pdf>

7. リスク情報

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、インターネットに対する新たな事業領域創出 ・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、競合との差別化	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
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・育成を積極的に行うことで対応	中	中
投資先企業と当社との事業上のシナジー効果等を期待して有価証券等への投資を行っているが、投資先企業の業績の如何により投資資金の回収できない場合の当社グループの事業及び業績への影響	案件発掘機能の強化とともに、投資検討プロセスの高度化を図る	高	大

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、本資料の次回アップデートは2025年6月を予定しております。