

# COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

## イノベーション

3970 東証グロース市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2022年6月24日(金)

執筆：客員アナリスト

藤田 要

FISCO Ltd. Analyst **Kaname Fujita**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

## 目次

■ 要約	01
1. 2022年3月期の業績概要	01
2. 2023年3月期の業績見通し	01
3. 中長期の成長戦略	02
■ 会社概要	03
1. 会社沿革	03
2. 事業内容	05
■ 市場環境	08
1. オンラインメディア事業	08
2. ITソリューション事業	09
3. 金融プラットフォーム事業	09
■ 業績動向	09
1. 2022年3月期の業績概要	09
2. 事業セグメント別動向	10
3. 財務状況	13
■ 今後の見通し	15
1. 2023年3月期の業績見通し	15
2. 中長期の成長戦略	16
■ 株主還元策	20

## 要約

### 「INNOVATION Ecosystem」を確立し、 連続・非連続領域での成長を実現する

イノベーション<3970>は、法人営業の生産性向上を目的にインターネットを活用した各種マーケティング支援サービスを展開している。IT製品の比較・資料請求サイト「ITトレンド」（資料請求件数に応じて売上が発生する成果報酬型ビジネスモデル）を中心としたオンラインメディア事業、中堅・中小企業を対象としたマーケティングオートメーション※（以下、MA）ツール「List Finder」を提供するITソリューション事業、IFA（Independent Financial Advisor：独立系ファイナンシャルアドバイザー）による証券・保険・不動産等の資産コンサルティングサービスを行う金融プラットフォーム事業を手掛けている。

※マーケティングオートメーションとは、マーケティング活動におけるプロセスの自動化や効率化を支援するシステムの総称で、見込み顧客情報を管理し、中長期にわたって良好な関係性を築くためのコミュニケーションや最適なタイミングで営業に引き渡す際に必要な煩雑な業務を自動化するために開発されたツールのことを指す。

#### 1. 2022年3月期の業績概要

2022年3月期の連結業績は、売上高で前期比42.1%増の4,380百万円、営業利益で同50.2%増の777百万円、経常利益で50.0%増の784百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同52.7%増の448百万円となり、期中に上方修正した会社計画を上回った。売上面では、主力のオンラインメディア事業において資料請求数が好調であったこと、「ITトレンド EXPO」が計画を上回る出展者数と視聴登録者数を獲得できたことが大きい。利益面では、中長期の成長戦略を見据えた人材の確保、グループ事業を横断してデータベースマーケティングの強化に向けた開発投資により費用の増加が見られたが、それらの投資の効果も期中に現われてきた。

#### 2. 2023年3月期の業績見通し

2023年3月期の連結業績見通しは、売上高で前期比26.7%増の5,550百万円、営業利益で同6.7%増の830百万円、経常利益で同5.8%増の830百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同6.0%増の475百万円となっている。既存事業の利益水準を高めながら、中長期的な成長のための先行投資を積極的に推し進め、成長スピードを速めていく。オンラインメディア事業は、「ITトレンド」への掲載製品・サービス数の拡大を図るとともに、検索エンジンを中心とした集客の最適化、口コミ機能の拡張やユーザーデータベース構築を推進することで、来訪者数と資料請求数のさらなる増加を見込んでいる。ITソリューション事業は、新型コロナウイルス感染症の拡大（以下、コロナ禍）に伴い、企業の営業活動におけるインターネットを活用したOne to Oneマーケティングの重要性はさらに増してくると見込んでいる。金融プラットフォーム事業は、子会社の（株）Innovation IFA Consultingを核として、既存のIFA事業にとどまらず、デジタル化・ITプラットフォーム化を見据えた事業展開を目指していくと見られる。

要約

### 3. 中長期の成長戦略

同社は2022年3月に2025年3月期を最終年度とする3ヶ年中期経営計画を策定した。中期コンセプトとして『INNOVATION Ecosystemを確立し、連続・非連続※領域での成長を実現する。』を掲げ、戦略を打ち立てた。計画値として、2025年3月期に売上高83億円、営業利益18.4億円を掲げ、営業利益率22.2%と高利益体質を目指している。独自の事業開発ノウハウを金融業界や医療業界、建築業界といったIT業界以外にも展開していく考えである。売上高の内訳は、オンラインメディア事業で47.5億円、ITソリューション事業で12.7億円、金融プラットフォーム事業で22.8億円となっており、既存事業のみで構成されている。データ資産を新たな市場に投入するデータ・マネタイゼーションの始動や、CVC（コーポレート・ベンチャー・キャピタル）活動を通じた連続・非連続事業の創出については、計画値に織り込まれていない。

※ 連続・非連続とは、連続が「連続的な変化」を表すのに対し、非連続は「M&Aや新規事業による事業拡大」を表す。企業がこれまで提供してきた事業やサービスの先につながるのが「連続」、これまでとは異なる軸で事業やサービスを展開するのが「非連続」と言える。

#### Key Points

- ・2022年3月期は、主力のオンラインメディア事業が好調
- ・2023年3月期は、売上高・営業利益ともに過去最高を見込むも、将来成長のための投資を継続
- ・中長期的には、独自の事業開発ノウハウをIT業界以外にも展開していく考え



出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 会社概要

### 法人営業の生産性向上に貢献するサービスを展開、 M&A等を活用し、事業領域の拡大にも取り組む

#### 1. 会社沿革

同社は2000年に現代表取締役社長の富田直人（とみだなおと）氏によって設立された。富田氏は1987年の大学卒業後、リクルート（現 リクルートホールディングス<6098>）に入社し、テクノロジー系サービスの新規事業に関わる営業に携わってきた。日々の営業活動に従事するなかで、属人的で非効率的な部分が多いと感じ、ITを活用することで効率化を図り、法人営業の生産性向上に貢献するサービスを手掛けたいという思いから起業に至った。

2002年より、テレマーケティング代行サービスやリスティング広告代行サービス等のマーケティング代行事業をスタートし、2007年に現在の主力サービスである法人向けIT製品の比較・資料請求サイト「ITトレンド」を開発、サービス提供を開始した。その後も2008年に法人向け各種アウトソーシングサービス等の比較・資料請求サイト「BIZトレンド」を、2010年にクラウド型のMAツール「List Finder」のサービス提供を開始する等、現在の主力事業をこの時期に相次いで立ち上げている。また、顧客ニーズや市場の競争環境に鑑みて2015年に収益性の低かったテレマーケティング代行サービスから撤退し、リスティング広告代行サービスも譲渡する等事業の集中と選択を進め、2016年12月に東証マザーズ市場に株式上場を果たしている。なお、2015年7月に（株）日経BP及びリンクアンドモチベーション<2170>を引受先とする第三者割当増資を実施しており、日経BPとは現在も事業面での協業関係にある。

2018年には新規事業としてオンラインセミナー動画プラットフォーム「Seminar Shelf」のサービス提供を開始し、2019年6月には経営の迅速な意思決定とコーポレートガバナンスの強化を目的に、監査等委員会設置会社に移行している。また、同年6月にウェビナーサービス「コクリポ」を手掛ける（株）コクリポ（現 Innovation X Solutions）の全株式を取得して子会社化し、同年9月にはオンラインメディア事業とセールスクラウド事業を会社分割により新設した（株）Innovation & Co.に移管する等、成長を実現していくための経営体制を整備している。その後も、2020年2月に資産運用コンサルティング業務を行う（株）Horse IFA Partners（現 Innovation IFA Consulting）の株式を取得、子会社化したほか、同年10月にM&A仲介支援業務を行う（株）Innovation M&A Partnersを設立している。2022年5月末現在、同社グループは、同社及び同社の連結子会社3社、非連結子会社1社の構成となっている。

会社概要

会社沿革

年月	主な沿革
2000年12月	法人営業を効率化する事業の運営を目的に設立
2002年 2月	法人向けに特化したテレマーケティング代行サービスを開始
2002年12月	リスティング広告代行サービスを開始
2007年 7月	法人向け IT 製品の比較・資料請求サイト「ITトレンド」サービス提供開始
2008年 1月	法人向け各種サービスの比較・資料請求サイト「BIZトレンド」サービス提供開始
2010年12月	マーケティングオートメーションサービス「List Finder」のサービス提供開始
2015年 3月	法人向けテレマーケティング代行サービスから撤退
2015年 7月	(株)日経 BP 及び(株)リンクアンドモチベーションを引受先とする第三者割当増資を実施
2015年12月	リスティング広告代行サービスを譲渡
2016年 2月	情報セキュリティマネジメントシステムの国際規格 ISO27001/ISMS の認証取得
2016年12月	東証マザーズに株式上場
2016年12月	クラウドサービスの情報セキュリティマネジメントシステムの国際規格 ISO/IEC27017:2015 の認証取得
2018年 8月	オンラインセミナー動画プラットフォーム「Seminar Shelf」サービスを提供開始
2019年 6月	監査等委員会設置会社へ移行
2019年 6月	ウェビナーサービス「ココリポ」を運営する(株)ココリポ(現 Innovation X Solutions)を完全子会社化
2019年 8月	Sales Enablement ツールの「Sales Doc.」をリリース
2019年 9月	会社分割により(株)Innovation & Co. を設立
2020年 2月	(株)Horse IFA Partners(現 Innovation IFA Consulting)の株式を51%取得し、子会社化
2021年10月	(株)ティアムパートナーズ(現 Innovation M&A Partners)の株式を取得

出所：有価証券報告書、会社ホームページよりフィスコ作成

グループ会社の状況



出所：中期経営計画資料より掲載

## IT 製品の比較サイト「ITトレンド」と MA ツール「List Finder」が主力サービス

### 2. 事業内容

同社グループの主な事業内容は、法人向けのインターネットマーケティング支援事業である。つまり、法人営業における見込み顧客獲得（リードジェネレーション）や見込み顧客の育成（リードナーチャリング）、顧客獲得後のフォローアップまで、すべてのプロセスにおいてサービスを提供していることが特徴となっている。見込み顧客獲得のサービスとしては IT 製品の比較・資料請求サイトの「ITトレンド」、見込み顧客育成から顧客獲得後のフォローアップを MA ツールの「List Finder」で、それぞれサービス提供する格好となっている。事業セグメントは、オンラインメディア事業と IT ソリューション事業と金融プラットフォーム事業の3つに区分されている。

#### 事業セグメント別のサービス内容

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

注：事業承継 M&A サービスは、非連結子会社で運営しているため業績には織り込まれていない  
 出所：決算補足資料より掲載

#### (1) オンラインメディア事業

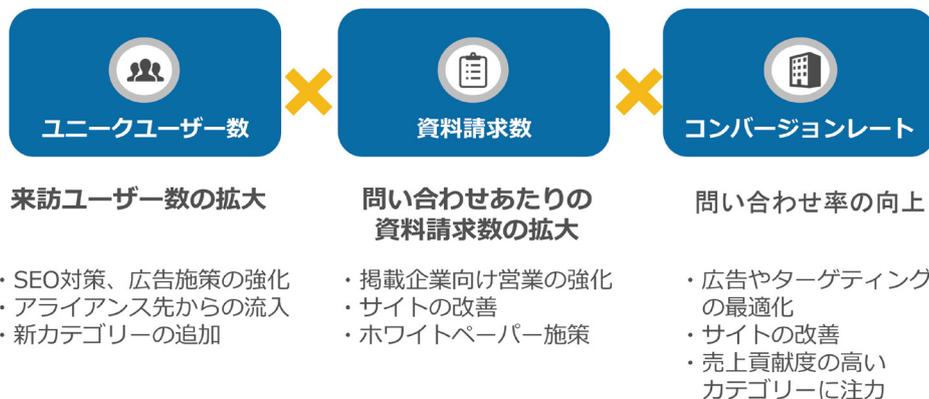
オンラインメディア事業は、B2B 商材のマッチングプラットフォームである「ITトレンド」を中心に展開している。また、B2B 特化の動画プラットフォーム「bizplay」や B2B 特化のイベントプラットフォーム「ITトレンド EXPO」も手掛けている。

会社概要

「ITトレンド」は、勤怠管理システムや会計システム等の法人向け IT 製品やアウトソーシングサービスを提供する企業（以下、掲載企業）が見込み顧客の獲得を目的として自社製品・サービスを掲載する Web サイトである。掲載数や集客力は業界最大規模を誇っている。新たな IT 製品やアウトソーシングサービス等の導入を検討する企業が「ITトレンド」に訪れ、掲載されている製品・サービスの中から関心のある品目を一括して無料で資料請求できる仕組みとなっている。

ビジネスモデルとしては、資料請求が行われた段階で掲載企業から成果報酬（1件当たり1万円が主流）が発生し、これが同社の売上となる。掲載企業から見れば、自社の製品・サービスに関心度の高い見込み顧客の獲得コストとして1件当たり1万円を支出することになるが、最終的な成約率まで考慮すれば、検索エンジン広告や有カメディアへの広告出稿やSEO対策を実施するよりも費用対効果としては大きい。このため、大手企業だけでなく営業リソースが不足しているベンチャー企業や中小企業等も見込み顧客獲得のための有カツールとして「ITトレンド」を活用しており、結果、多くの製品・サービスが同サイトに掲載されるようになっている。同社の費用としては、Webサイトを運営するためのサーバー費用のほか、掲載する製品・サービスの紹介文等の作成及び顧客対応に携わる人員の人件費、Webサイトの認知度を向上させ、来訪者を増やしていくためのインターネット広告費等となる。費用としては広告費を除けばほぼ固定費となるため、限界利益率の高いビジネスモデルとなっている。

「ITトレンド」のビジネスモデル



注：ユニークユーザー（UU）数とは、集計期間内に Web サイトに訪問したユーザーの数。コンバージョンレート（CVR）とは、顧客転換率。購入や申し込み等にどのくらい至っているかを示す指標  
 出所：決算説明資料より掲載

資料請求件数を増やすための施策としては、掲載製品数を拡充していくと同時に同サイトへの来訪者を増やしていくこと、CVR を高めていくことが重要となる。現在、来訪者の流入経路としては検索エンジンを経由したものが約 7 割を占めているため、検索エンジンで上位表示されるような SEO 対策が重要となる。

#### 会社概要

なお、競合する比較・資料請求サイトとしては、マネーフォワード<3994>が2019年11月に子会社化したスマートキャンプ(株)の「ボクシル」のほか、アイティメディア<2148>の「キーマンズネット」等がある。IT製品の比較サイトが複数あるなかで同社の強みとしては、「掲載企業を増やし維持するノウハウ」「見込み顧客を獲得するノウハウ」の2点が挙げられる。「掲載企業を増やし維持するノウハウ」としては、業界知識や組織的な営業力を生かした直接販売による新規開拓力を持つこと、また、掲載企業の見込み顧客獲得後の「フォロー方法」や「管理手段」まで踏み込んだフォロー体制を構築し、掲載企業の売上向上サポートにも注力している点が挙げられる。

「見込み顧客を獲得するノウハウ」については、サイトへの来訪者数をいかに増やすことができるかが重要なポイントとなるが、同社ではリスティング広告代理事業やSEO事業で培った検索エンジンからサイトへの集客力向上施策にノウハウ(キーワード検索で上位表示されるようなサイト構造の最適化等)を持っているほか、日経BP等のパートナーを通じたサイト集客施策(メールマガジン配信等)を行っていることも強みとなっている。また、長年のサイト運営で培った「問合せ率」向上のためのサイト最適化ノウハウも有しており、高いCVRにつながっている。

#### (2) ITソリューション事業

ITソリューション事業では、法人営業に特化したMAツール「List Finder」や、これらを基軸としたWebサイトへの集客施策等に関するコンサルティングサービス等を提供している。

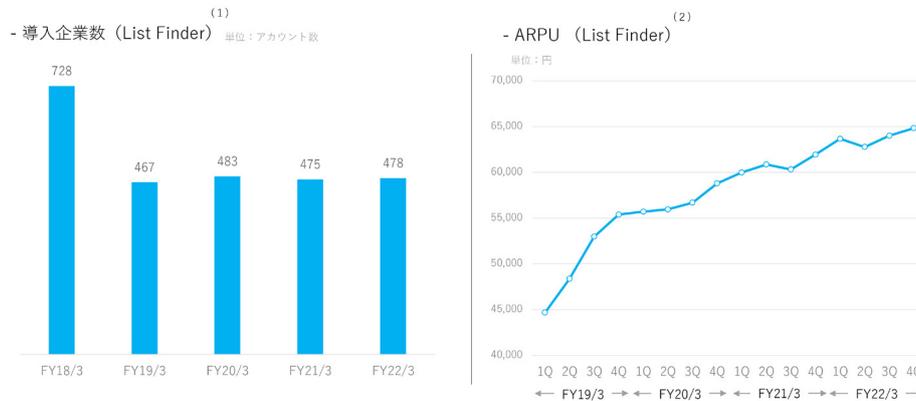
「List Finder」は、法人営業プロセスのなかで見込み顧客の育成から成約・クロージング(リードナーチャリング)、アップセル・クロスセル(フォローアップ)までを効率的に行うツールである。主な機能としては名刺情報に基づいた見込み顧客の一元管理、一括メール配信、自社サイト来訪個人解析、自社サイト来訪企業解析、フォーム作成機能等が挙げられる。

MAツールの市場は、5～6年ほど前から日本でもSalesforce<CRM>やマルケト<MKTO>(2018年、Adobe<ADBE>に買収)等の、外資系企業が販売を開始したのを契機に立ち上がり始めた比較的新しい市場となっている。ただ、外資系の製品はいずれも高機能でシナリオ設計が複雑であるため、ツールを使いこなすためにはマーケティングとITに精通した人材を専任で配置する必要がある。同社は、簡単な機能で低価格の製品を提供できれば中堅・中小企業等でも需要が拡大すると見て「List Finder」を開発した。

ビジネスモデルは、導入企業に対する月額料金の合計が収益となる構造である。2020年3月期より、それまでのアカウント数拡大戦略から収益力強化に向けた顧客満足度の最大化戦略に転換している。足元では導入企業数は2020年3月期は483件、2021年3月期は475件、2022年3月期は478件と横ばいが続いているものの、平均請求金額(ARPU: Average Revenue Per User)の上昇により、利益の拡大に成功している。

会社概要

List Finder の導入企業数と ARPU の推移



注: (1) ITソリューション事業の中間サービスである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間サービスである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)。

出所: 決算補足資料より掲載

### (3) 金融プラットフォーム事業

金融プラットフォーム事業は、2021年3月期第1四半期から事業を開始している。DX（デジタルトランスフォーメーション）が遅れており、かつ大幅な市場成長が見込まれる IFA 市場と M&A 市場をターゲットとしている。デジタルマーケティングのノウハウを生かし、金融仲介業に進出し、IFA 事業と M&A 事業を始めている。2020年2月に資産運用コンサルティング業務を行う Horse IFA Partners（現 Innovation IFA Consulting）の株式を取得し子会社化したほか、同年10月に M&A 仲介支援業務を行う Innovation M&A Partners を設立し、事業を拡大している。IFA 事業では、IFA 人数、口座数、預かり資産残高等が重要な指標である。

## 市場環境

### インターネットを活用した広告及び営業支援ツールの市場は今後も拡大傾向

#### 1. オンラインメディア事業

2021年の国内インターネット広告市場規模は前年比21.4%増の2兆7,052億円、インターネット広告媒体費は同22.8%増の2兆1,571億円（出所：（株）電通「2021年日本の広告費」）と継続的な拡大基調にあり、企業における購買プロセスでインターネットの活用が急速に進んでいる状況にある。コロナ禍は、これまで以上に企業活動におけるインターネットの活用を促すと考えられることから、インターネット広告市場の拡大基調は続くものと思われる。また、テレワークやペーパーレスの拡大等、ワークスタイルの変革に向けたIT環境の整備が企業活動の継続のために急務となっており、テレワーク関連のカテゴリー等における検索数の大幅な増加が当面は続くものと見込まれる。

## 2. ITソリューション事業

近年のデジタルマーケティング手法の確立とともに、テレビや紙媒体等のマスマーケティングから、顧客ごとに最適なアプローチを行う One to One マーケティングへの移行が進んでいる。マーケティングオートメーションについては、「マーケティングオートメーション元年」と言われた 2014 年以降、急速に普及が進んでいる。企業の DX に対する取り組みが活発化するなか、営業・マーケティング部門においても生産性の向上並びに売上拡大施策として MA ツールを導入・活用する動きが、一段と進むものと予想される。

さらに、同社がターゲットとする BtoB 向けの中小・中堅企業では、MA ツールを使うために必要な顧客情報管理（名刺管理）の体制が整備できていない企業も多いと推察される。MA ツールの普及スピードは緩やかだが、こうした周辺分野でも IT ツールの普及が進んでいる。また、コロナ禍において対面営業や展示会への出展による見込み顧客の開拓が難しくなるなかで、見込み顧客の獲得から成約・育成に至るまでの一連のプロセスを自動化する MA ツールの重要性は増してくるものと思われ、中長期的な成長ポテンシャルは大きいと言えるだろう。

## 3. 金融プラットフォーム事業

証券・保険・不動産営業の分野は、IT の活用による業務の効率化、デジタルマーケティングによるマーケットの拡大の余地は、依然として大きいと言える。IFA とは、どの金融機関にも属さない独立した「金融商品仲介業者」のことであり、証券会社と業務委託契約を結び、投資家に対して投資信託や株式、債券等の金融商品の提案を行うアドバイザーを指す。従来の証券会社では多くの営業社員を抱えて直接投資家に金融商品を販売していたが、米国ではこうした業務を効率化するため IFA に委託するスタイルに変わってきており、今では証券会社に属する FA の 3 倍弱の規模となっている。日本では証券会社の FA 在籍数 7 万人強に対して IFA の数はわずか 4 千名程度にとどまっているが、米国のように IFA 市場が確立されれば、日本でも IFA の数は数万人規模に拡大するものと予想される。全国企業の後継者不在率は 65% にも及ぶなかで、2019 年には過去最多の M&A 件数を記録している。今後、複合的な要因によってさらに、市場の拡大スピードは加速するものと考えられる。

# 業績動向

## 主力の「ITトレンド」が好調。2 度の上方修正を経て、2022 年 3 月期は大幅増収増益

### 1. 2022 年 3 月期の業績概要

2022 年 3 月期の連結業績は、売上高で前期比 42.1% 増の 4,380 百万円、営業利益で同 50.2% 増の 777 百万円、経常利益で 50.0% 増の 784 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同 52.7% 増の 448 百万円となり、期中に上方修正した会社計画を上回った。

業績動向

売上面では、主力のオンラインメディア事業において資料請求数が好調であったこと、ITトレンド EXPO が計画を上回る出展者数と視聴登録者数を獲得できたことが大きい。利益面では、中長期の成長戦略を見据えた人材の確保、グループ事業を横断してデータベースマーケティングの強化に向けた開発投資により、費用の増加が見られたが、それらの投資の効果も期中に表われてきた。

2022年3月期の業績

(単位：百万円)

	21/3期		22/3期					
	実績	売上比	期初計画	修正計画	修正計画	実績	売上比	前期比
売上高	3,083	-	3,400	3,740	4,300	4,380	-	42.1%
営業利益	517	16.8%	570	590	650	777	17.8%	50.2%
経常利益	522	17.0%	570	590	630	784	17.9%	50.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	293	9.5%	325	325	350	448	10.2%	52.7%

注：1回目の修正計画は2021年8月、2回目の修正計画は2022年2月の発表値

出所：決算短信、決算補足資料よりフィスコ作成

## 各事業ともに堅調に推移

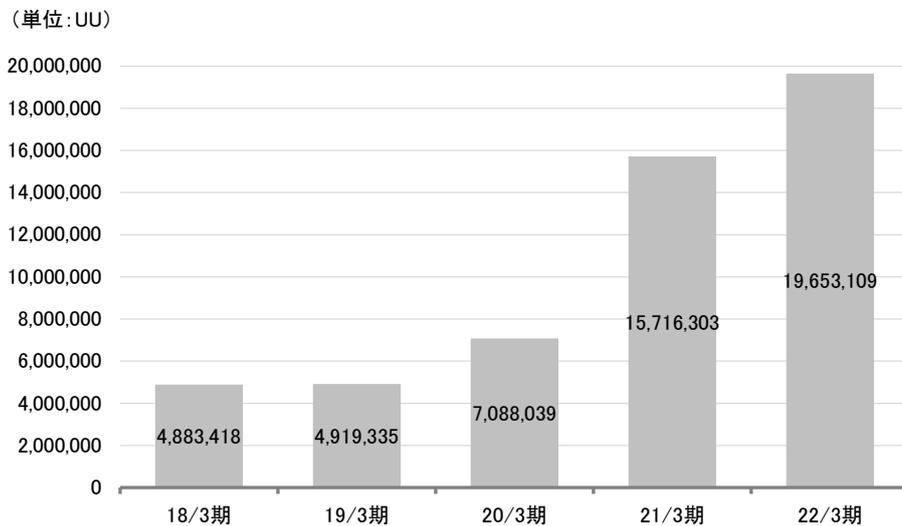
### 2. 事業セグメント別動向

#### (1) オンラインメディア事業

オンラインメディア事業は、売上高で前年同期比 32.9% 増の 3,243 百万円、営業利益で同 42.5% 増の 1,225 百万円となった。広告及び SEO の効果的な運用が奏功し、主力の「ITトレンド」の来訪者数（延べ人数）は同 25.1% 増の 1,965 万人となった。企業の DX が本格的な拡大・浸透フェーズに入ったと見られ、安定した増加が継続している。また、SaaS 関連を中心に掲載製品数が同 40.1% 増の 2,648 製品となったことに伴い、資料請求数も増加した。1人当たりの資料請求数も増えていると推察される。

## 業績動向

## ITトレンド 来訪者数

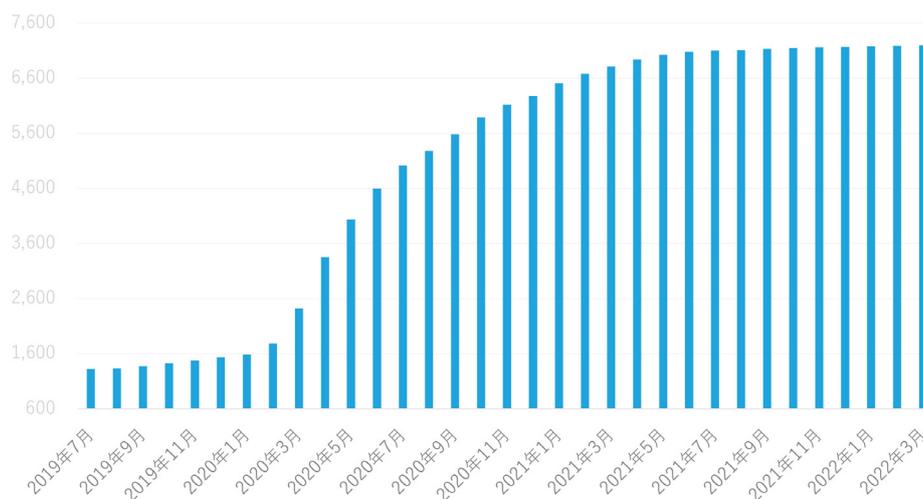


出所: 決算補足資料よりフィスコ作成

## (2) ITソリューション事業

ITソリューション事業は、売上高で前年同期比 1.1% 増の 477 百万円、営業利益で同 19.5% 減の 110 百万円となった。主力製品である「List Finder」の 2022 年 3 月期末のアカウント数は同 0.6% 増の 478 件と微増にとどまったものの、1 アカウント当たりの単価は上昇基調で推移した。一方、新規事業である「コクリポ」は、機能追加のための投資等により費用が増大するなかで新規アカウントの獲得に苦戦し、累計アカウント数は横ばいが続いている。

## 「コクリポ」累計アカウント数



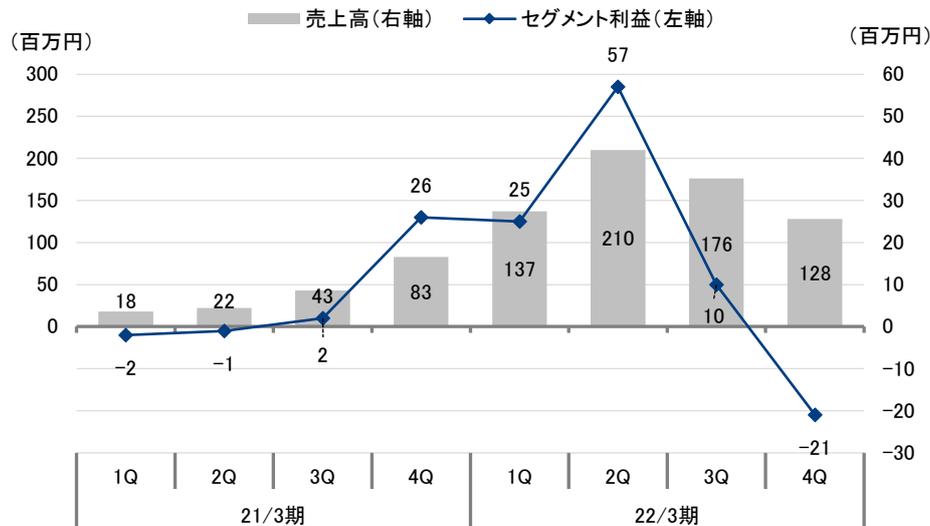
出所: 決算補足資料よりフィスコ作成

業績動向

### (3) 金融プラットフォーム事業

金融プラットフォーム事業は、売上高で前年同期比 288.4% 増の 652 百万円、営業利益で同 148.7% 増の 66 百万円となった。独立系フィナンシャルアドバイザーの増員により体制が強化されたことが大きい。なお 2022 年 3 月期第 3 四半期、第 4 四半期については、年末年始期間の稼働低下や市況の悪化の影響等から業績は右肩下がりとなったが、体制強化に注力し事業拡大を目指していく。

**金融プラットフォーム事業の四半期業績推移**



注：21/3 期の四半期ごとの売上高、セグメント利益は参考値。会計上は 21/3 期 4Q に IFA 子会社を連結子会社化したタイミングで通期分を一括計上した。

出所：決算補足資料よりフィスコ作成

### 事業セグメント別業績

(単位：百万円)

	19/3 期	20/3 期	21/3 期	22/3 期	前期比
売上高	1,487	2,022	3,083	4,380	42.1%
オンラインメディア事業	1,175	1,680	2,440	3,243	32.9%
ITソリューション事業	309	341	472	477	1.1%
金融プラットフォーム事業	-	-	168	652	288.4%
その他	3	-	-	-	-
調整額	-	-	1	5	250.4%
営業利益	16	174	517	777	50.2%
オンラインメディア事業	335	577	859	1,225	42.5%
ITソリューション事業	54	50	136	110	-19.5%
金融プラットフォーム事業	-	-	26	66	148.7%
その他	1	-	-	-	-
調整額	-375	-453	-505	-624	-
(営業利益率)	1.1%	8.6%	16.8%	17.8%	1.0pt
オンラインメディア事業	28.6%	34.4%	35.2%	37.8%	2.6pt
ITソリューション事業	17.6%	14.9%	28.9%	23.1%	-5.8pt
金融プラットフォーム事業	-	-	16.0%	10.2%	-5.8pt
その他	46.7%	-	-	-	-

注：金融プラットフォーム事業は 22/3 期より開始。21/3 期の数値は同社により遡り算出した数値。

出所：決算短信、決算説明補足資料よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレマー）をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

## 成長投資によりソフトウェア資産が増加する一方、 既存・新規事業ともに堅調なことから現金及び預金も増加

### 3. 財務状況

#### (1) 連結貸借対照表

2022年3月期末における資産合計は3,769百万円となり、前期末と比較して632百万円増加した。流動資産は3,014百万円となり、前期末と比較して424百万円増加した。これは主に現金及び預金の増加182百万円、受取手形及び売掛金の増加203百万円等によるものである。固定資産は754百万円となり、前期末と比較して207百万円増加した。これは主に無形固定資産の増加81百万円、投資その他の資産の増加128百万円等によるものである。

2022年3月期末における負債合計は747百万円となり、前期末と比較して141百万円増加した。流動負債は727百万円となり、前期末と比較して134百万円増加した。これは主に未払法人税等の増加によるものである。固定負債は20百万円となり、前期末と比較して7百万円増加した。これは主に株式給付引当金の増加によるものである。

2022年3月期末における純資産合計は3,022百万円となり、前期末と比較して490百万円増加した。これは主に、親会社株主に帰属する当期純利益の増加等によるものである。

## 業績動向

## 連結貸借対照表及び経営指標

(単位：百万円)

	19/3 期	20/3 期	21/3 期	22/3 期	増減
流動資産合計	974	1,005	2,589	3,014	424
現金及び預金	661	666	1,997	2,180	182
受取手形及び売掛金	227	272	500	704	203
固定資産合計	141	315	547	754	207
有形固定資産	14	19	22	19	-2
無形固定資産	56	149	133	215	81
投資その他の資産	70	146	391	519	128
資産合計	1,115	1,320	3,137	3,769	632
流動負債合計	227	375	593	727	134
1年内返済予定の長期借入金	29	19	-	-	-
買掛金	47	101	164	183	19
固定負債合計	19	10	12	20	7
長期借入金	19	-	-	-	-
負債合計	247	385	605	747	141
有利子負債	49	19	-	-	-
純資産合計	868	934	2,531	3,022	490
株主資本	868	934	2,514	2,985	471
その他の包括利益累計額合計	-	-	-0	-6	-6
負債純資産合計	1,115	1,320	3,137	3,769	632
< 経営指標 >					
自己資本比率	77.8%	70.8%	80.1%	79.0%	-
自己資本利益率	1.0%	10.2%	17.0%	16.3%	-
売上高当期純利益率	0.6%	4.6%	9.5%	10.2%	-
総資本回転率 (回)	1.3	1.7	1.4	1.3	-
財務レバレッジ (倍)	1.3	1.4	1.3	1.3	-

注：自己資本比率 = 自己資本 ÷ 負債純資産合計

総資本回転率 = 売上高 ÷ 負債純資産合計

財務レバレッジ = 負債純資産合計 ÷ 自己資本

出所：決算短信よりフィスコ作成

## (2) 連結キャッシュ・フロー計算書

2022年3月期の各種キャッシュ・フローの概要は以下のとおりである。

## a) 営業活動によるキャッシュ・フロー

営業活動の結果、獲得した資金は466百万円（前期は422百万円の獲得）となった。主に減価償却費45百万円を計上した。

## b) 投資活動によるキャッシュ・フロー

投資活動の結果、支出した資金は283百万円（前期は349百万円の支出）となった。主に無形固定資産の取得による支出、投資有価証券の取得による支出である。

業績動向

c) 財務活動によるキャッシュ・フロー

財務活動の結果、獲得した資金は17千円（前期は1,246百万円の収入）となった。前期は新株予約権の行使による株式の発行による収入1,256百万円があったが、2022年3月期は自己株式の処分による収入233千円と自己株式の取得による支出251千円が要因であった。

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	19/3期	20/3期	21/3期	22/3期
営業活動によるキャッシュ・フロー (a)	9	262	422	466
減価償却費	16	26	33	45
投資活動によるキャッシュ・フロー (b)	-38	-182	-349	-283
フリー・キャッシュ・フロー (a) + (b)	-29	79	73	182
財務活動によるキャッシュ・フロー	-44	-75	1,246	0
現金及び現金同等物の増減額	-74	4	1,320	182
現金及び現金同等物の期末残高	661	666	1,997	2,180

出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 今後の見通し

### 2023年3月期は、売上高・営業利益ともに過去最高を見込むも、将来成長のための投資は続行

#### 1. 2023年3月期の業績見通し

2023年3月期の連結業績見通しは、売上高で前期比26.7%増の5,550百万円、営業利益で同6.7%増の830百万円、経常利益で同5.8%増の830百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同6.0%増の475百万円である。既存事業の利益水準を高めながら、中長期的な成長のための先行投資を積極的に推し進め、成長スピードを速めていく。

2023年3月期の業績見通し

(単位：百万円)

	22/3期		予想	23/3期	
	実績	売上比		売上比	前期比
売上高	4,380	-	5,550	-	26.7%
営業利益	777	17.8%	830	15.0%	6.7%
経常利益	784	17.9%	830	15.0%	5.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	448	10.2%	475	8.6%	6.0%

出所：決算短信よりフィスコ作成

## 今後の見通し

オンラインメディア事業は「ITトレンド」への掲載製品・サービス数の拡大を図るとともに、検索エンジンを中心とした集客の最適化、口コミ機能の拡張やユーザーデータベース構築を推進することで、来訪者数と資料請求数のさらなる増加を見込んでいる。また「bizplay」も、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、書籍紹介動画を中心としたビジネスパーソン向けの動画需要の高まりから、好調に推移することを見込んでいる。

ITソリューション事業は、コロナ禍に伴い企業の営業活動におけるインターネットを活用した One to One マーケティングの重要性はさらに増してくると見込んでおり、「List Finder」は引き続き ARPU の向上が期待できる。一方で、短期的には競合関係も激化していることから、堅実なアカウント数の増加を見込んでいる。「コクリポ」については、Web 会議ツールとは一線を画すウェビナー特化ツールの強みを訴求していく方針である。具体的には、一度開設したウェビナーをアーカイブ化してメディアとして活用する等の取り組みを進めていく。

金融プラットフォーム事業は、子会社の Innovation IFA Consulting を核として、既存の IFA 事業にとどまらず、デジタル化・IT プラットフォーム化を見据えた事業展開を目指していく。昨今、投資家だけでなく証券会社の資産アドバイザーの働き方も変わってきており、優秀な IFA を採用できるかが重要となる。これらの取り組みで、同社の IFA が増員されることが期待される。

## 既存事業のさらなる成長に向けた取り組みに加えて、新規事業の育成も進めていく

### 2. 中長期の成長戦略

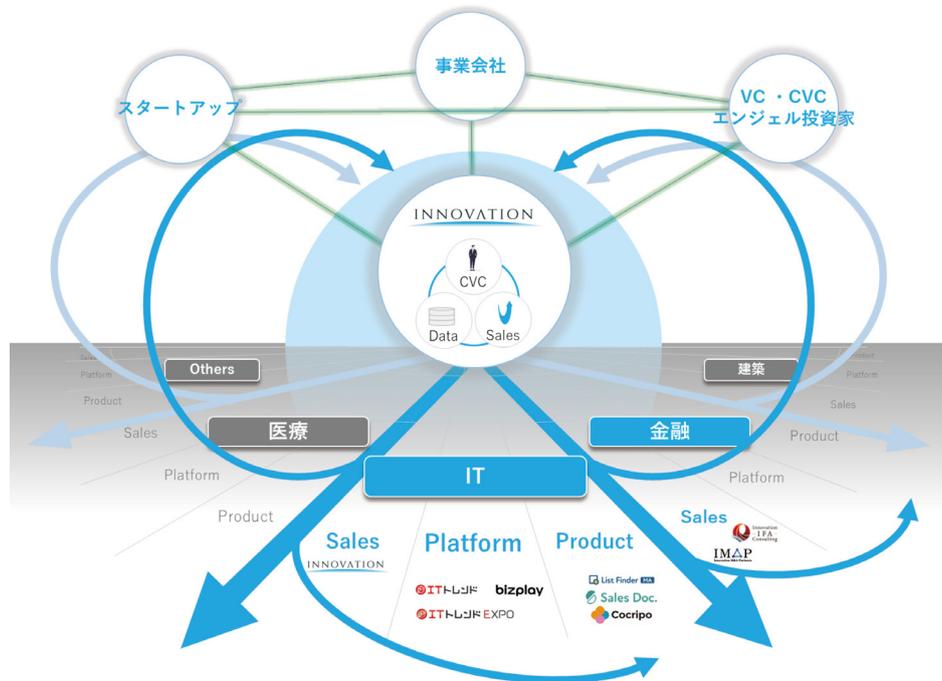
同社は 2022 年 3 月に 2023 年 3 月期～2025 年 3 月期の 3 ヶ年中期経営計画を策定した。同社のミッションは「働くを変える。」である。これまで、IT 業界に対して法人営業の生産性を向上させるために働き方を変えていくことに取り組んできた。同社は依然として各産業に非効率性は存在すると見ており、今後はそれらを解決することに取り組む考えである。中期経営計画では、こうした考えに沿って中期コンセプト『INNOVATION Ecosystem を確立し、連続・非連続領域での成長を実現する。』を掲げ、戦略を打ち立てた。同社は、独自の事業開発ノウハウとして「Sales」「Platform」「Product」を定めている。具体的には、BtoB セールス・マーケティングの強みを生かして特定の市場へ参入することで、短期間で収益力の向上につながる「Sales」、市場におけるプレイヤーとユーザーを集客し“場”を提供することでプラットフォームとして必要される存在になる「Platform」、業界や領域ごとの非効率や課題を捉え DX を推進すべく SaaS 等のプロダクトを開発・提供することができる「Product」の 3 つである。今後はそれらのノウハウを他業界に広げていく予定であり、まず初めに金融業界をターゲットとしている。IFA と M&A の領域で事業を展開し、実績を積む考えである。なお、IFA においては富裕層の見込み顧客の開拓が難しいという課題がある。同社はこれをプラットフォーム化して解決したい考えである。そしてプロダクトとして、業務を効率化するような SaaS ビジネスを展開していく方針である。当該領域については、まずは IFA の投資提案と業務効率化を支援する業種特化型 CRM（顧客関係管理）を提供する（株）MONO Investment に出資というスタンスで参入する。

今後の見通し

それ以外の業界として、医療業界や建築業界等の DX 支援を進めていく。まずは CVC を通じてスタートアップを支援しながら参入していく方針だ。マイナー出資からはじめ、その先にはグループ化する展開もあるだろう。特定業界に対して「Sales」「Platform」「Product」を広げていき、その結果としてデータが蓄積されればナレッジが溜まっていく。そうしたデータベースを使ったビジネス展開も、同社は視野に入れていると言う。そして、スタートアップ、事業会社、VC（ベンチャーキャピタル）・CVC・エンジェル投資家と一緒に「Ecosystem（エコシステム）」（＝生態系）※を確立していく考えである。

※ 同社の技術・DX 支援ノウハウ・資金を、業界やスタートアップ企業などへ提供し、同社がそれを通じて新ビジネスや新技術の足掛かりを得られるといったメリットを循環する仕組み。

『INNOVATION Ecosystem』の概念図



出所：中期経営計画資料より掲載

同社の中期的な計画値は、2025年3月期には売上高83億円、営業利益18.4億円であり、営業利益率22.2%と高利益体質を目指している。売上高の内訳はオンラインメディア事業で47.5億円、ITソリューション事業で12.7億円、金融プラットフォーム事業で22.8億円となっており、既存事業のみで構成されている。データ資産を新たな市場に投入するデータ・マネタイゼーションの始動やCVC活動を通じた連続・非連続事業の創出については、計画値に織り込まれていない。

今後の見通し

### 中期経営計画 2025 の計画値

(単位：百万円)

	中期経営計画			会社計画 23/3 期
	23/3 期	24/3 期	25/3 期	
売上高	5,700	7,000	8,300	5,550
オンラインメディア事業	3,900	4,330	4,750	-
IT ソリューション事業	740	990	1,270	-
金融プラットフォーム事業	1,060	1,680	2,280	-
営業利益	830	1,320	1,840	830
オンラインメディア事業	1,330	1,560	1,740	-
IT ソリューション事業	280	470	740	-
金融プラットフォーム事業	200	430	610	-
調整額	-980	-1,140	-1,250	-
(営業利益率)	14.6%	18.9%	22.2%	15.0%
オンラインメディア事業	34.1%	36.0%	36.6%	-
IT ソリューション事業	37.8%	47.5%	58.3%	-
金融プラットフォーム事業	18.9%	25.6%	26.8%	-

注：「中期経営計画 2025」は 2022 年 3 月に発表、会社計画は 2022 年 5 月に発表  
 出所：中期経営計画資料、決算短信よりフィスコ作成

各事業の主な取り組みは以下のとおり。

#### (1) オンラインメディア事業

主力の「IT トレンド」の成長戦略については従来と変わらず、「ユニークユーザー数（サイト来訪者数の拡大）」×「資料請求件数（問合せ当たりの資料請求件数の拡大）」×「コンバージョン率（問合せ率の向上）」の 3 つの KPI をそれぞれ引き上げていくことで、年率 2 ケタ成長を目指していく方針である。

「ユニークユーザー数」の拡大施策は、検索エンジンで上位に表示されるための SEO 対策や広告施策の強化である。そして、日経 BP 等の提携先企業からの流入のほか需要拡大が見込まれる新カテゴリーを追加し、IT 製品の比較・資料請求サイトとしての媒体価値向上に取り組んでいく方針である。市場環境としては、大企業だけでなく中堅・中小企業においても DX 推進のための IT 投資が進むと社は見ている。初期投資負担の少ない SaaS サービスの導入に向けて「IT トレンド」への来訪者数も増加するものと見ている。

「資料請求件数」の向上施策として、有力な製品・サービスをより多く掲載するため営業を強化していくほか、サイト来訪者が資料請求しやすくなるようなサイト構成への改善や、ホワイトペーパー施策に取り組んでいく。特に、IT 製品を販売する側の企業にとっては、リアルの展示会やセミナーが中止・延期となり見込み顧客の獲得手段が制限されるなか、費用対効果の高い「IT トレンド」は見込み顧客獲得のための重要なツールとなる。そのため、今後もさらに掲載社数や掲載製品数が拡充され媒体価値が向上すると、さらに来訪者数が増加するといった好循環になる可能性がある。また、「コンバージョン率」の向上施策としては、広告やターゲティングの最適化、サイトのユーザビリティ向上、売上貢献度の高いカテゴリーに注力していく。

## (2) ITソリューション事業

「List Finder」については、アカウント数の拡大に向けてターゲットとなる層の特徴に合わせた営業活動を進めていく方針である。活用事例を充実させ導入効果をより具体的に訴求していくことで新規顧客の開拓を推進する。また解約防止策として、導入から定着までのサポート体制をさらに強化していくほか、利便性の向上に向けた機能の改良も進めていく。また、2020年1月にはSalesforceとのAPI連携も開始した。これはSalesforceが登録している顧客情報を一括で「List Finder」にインポートし、すぐに活用できるようにしたものだ。SalesforceにもMAツールとして「Account Engagement (旧 Pardot)」があるが、料金が高いため導入していない顧客も多く、こうした顧客に対して「List Finder」を提案する。また機能面では、ユーザーの要望が高い、シナリオ設定による自動メール配信機能の強化等に取り組んでいく予定にしている。

## (3) 金融プラットフォーム事業

2020年に入って、IFAとM&A仲介を事業として展開する2つの子会社をグループ化している。いずれもまだ事業規模は小さいが、今後リソースを投下し事業の拡大を目指している。

同社は自社が持つデジタルマーケティングのノウハウも活用しながら、事業を拡大していく考えである。Innovation IFA Consultingは、(株)SBI証券、あかつき証券(株)、東海東京証券(株)等とパートナー契約を締結しており、今後もパートナー契約を増やしていく計画となっている。

M&A仲介を行うInnovation M&A Partnersは、2020年10月に同社が設立した子会社である。同社がM&A仲介事業に参入した背景は、国内のM&A市場がさらに活発化するなかで、同社が持つ顧客資産やデジタルマーケティングのノウハウを生かして非効率となっているM&A市場において新たな価値を提供し、事業を拡大していくことが可能と考えたためである。特に、中小企業のM&Aに関しては潜在的なニーズが大きいと見ている。同事業においてもコンサルタント人材の強化等に取り組んでいく予定にしている。

金融領域については、次の3つのステップで展開していく方針である。市場への早期参入を果たし、収益性を向上させながら「業界の負」を分析する(ステップ1)。特定の領域において「買い手」と「売り手」をオンラインで結びつけるDXの促進(ステップ2)。自らの営業ノウハウをパッケージ化し、SaaSとして他社へ展開していく(ステップ3)。現在は、ステップ1の段階であり、今後の進展が期待される。

## (4) 新規事業

### a) データ・マネタイゼーションサービスの立ち上げ

「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、購買行動の予測といった精度の高い予測モデルを構築する。目下で専門人材の採用活動を進めており、2022年中に組織を立ち上げる予定である。

### b) CVCの立ち上げ

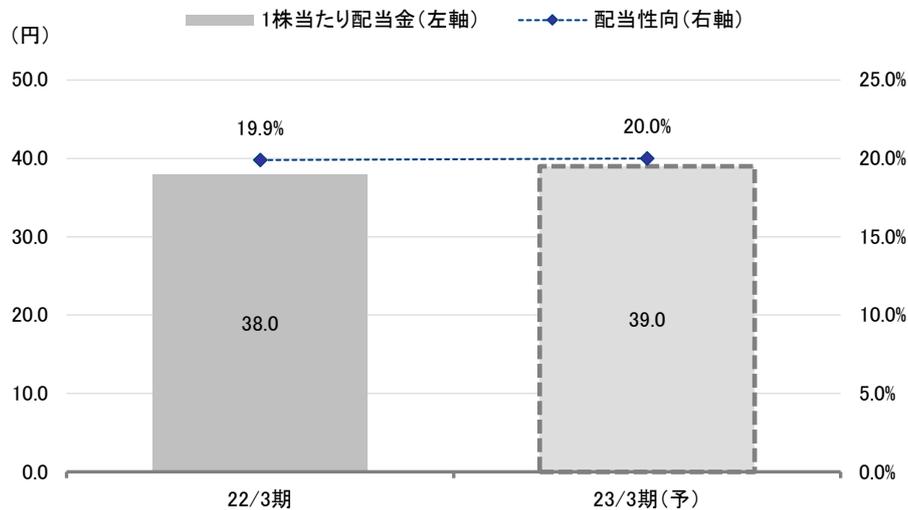
CVC活動を通じた連続・非連続事業の創出を行う。具体的には、スタートアップへの投資・ハンズオン支援を行い、次世代の経営者の育成並びにビジネスの発展に貢献する。また、同社グループの既存事業周辺領域のスタートアップを中心に投資活動を行うことで、グループ内のナレッジを生かしたハンズオン支援や同社グループとの事業共創を実現する。スタートアップのバリューアップやEXITによるファイナンシャル・リターンを獲得だけではなく、ストラテジック・リターンの獲得も目指す。

## 株主還元策

**2022年3月期は上場後、初配当を実施。  
2023期3月期以降も配当は継続予定**

同社は、株主への利益還元を重要な経営課題として位置付けている。現時点で投資フェーズの事業も多く資金需要が高いものの、株主還元にも積極的に取り組んでいく方針である。2022年3月期は上場後において初めての配当を実施し、2023年3月期以降も配当を継続する予定である。

1株当たり配当金と配当性向



出所：決算短信よりフィスコ作成

#### 重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものです。フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

#### ■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp