

|| 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 >>>](#)

2025年3月24日(月)

執筆：客員アナリスト

茂木稜司

FISCO Ltd. Analyst **Ryoji Mogi**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 2025年3月期第3四半期の業績概要	01
2. 2025年3月期通期の業績見通し	02
3. 中期経営計画の進捗状況	02
■ 会社概要	03
1. 会社沿革	03
2. 事業内容	05
■ 市場環境	09
1. オンラインメディア事業	09
2. ITソリューション事業	10
3. 金融プラットフォーム事業	10
■ 業績動向	11
1. 2025年3月期第3四半期の業績概要	11
2. 事業セグメント別動向	12
3. シャノンとの協業について	15
4. 財務状況	16
■ 今後の見通し	17
1. 2025年3月期通期の業績見通し	17
2. 中期経営計画の進捗状況	18
■ 株主還元策	20

■ 要約

企業の IT ツールに対する底堅い需要を背景に、各事業で収益基盤の拡大が進む

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・不動産など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、ベンチャー企業などへの投資を行うVCファンド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. 2025年3月期第3四半期の業績概要

2025年3月期第3四半期の連結業績は、売上高で前年同期比15.3%増の3,892百万円、営業利益で同27.3%減の226百万円、経常利益で29.8%減の221百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益で同87.6%減の25百万円となった。オンラインメディア事業と金融プラットフォーム事業の双方で売上高は堅調に推移したものの、広告単価や顧客獲得単価の上昇といった環境の影響を受け、全体として前年同期比で増収減益となった。オンラインメディア事業では、集客コストの増加が利益率を押し下げ、金融プラットフォーム事業においてもデジタルマーケティングへの積極的な投資が収益に影響を及ぼした。ITトレンド及びIFAの拡大により売上高は増加したが、広告単価や顧客獲得単価の上昇によって売上原価も増加し、さらに販管費もマーケティングコストや研究開発により増加した。そのようななかでも、同社は安定した財務基盤を維持しながら、成長を見据えた投資を継続している。加えて、新たな集客施策の導入や広告効率の向上に取り組むとともに、営業を中心とした人材採用を強化した。さらに、前年同期には実施されなかったオンライン展示会「ITトレンド EXPO」を開催し、オンラインメディア事業の売上拡大に寄与した。

要約

2. 2025年3月期通期の業績見通し

2025年3月期通期の連結業績見通しは、売上高5,944百万円(前期比23.5%増)、営業利益510百万円(同27.7%増)、経常利益508百万円(同25.9%増)、親会社株主に帰属する当期純利益300百万円(同22.7%増)と、増収増益を見込んでいる。企業のITツールに対する需要は引き続き堅調であり、既存事業の利益水準を高めながら、中長期的な成長を見据えた先行投資を積極的に推進し、業容拡大と新規事業の創出に取り組んでいる。2025年3月期第3四半期の決算発表では、通期の業績予想を据え置いたが、各事業において売上拡大を実現しながら、広告費用や集客コスト、デジタルマーケティング投資の増加による収益性の低下という課題にも直面している。オンラインメディア事業及びITソリューション事業では成長と収益性向上の両立に一定の成果が見られる一方、金融プラットフォーム事業の収益改善が今後の重要課題となる。しかし、VCファンド事業の推進やシャノン<3976>との協業を通じた新たな事業展開が順調に進めば、事業ポートフォリオの強化につながる可能性は高いと評価できる。足元ではコスト管理と成長投資の最適なバランスが求められるが、既存事業の安定した収益基盤と中長期的な成長戦略が相乗効果を生み出せば、業績予想の達成は十分に射程圏内と考えられる。

3. 中期経営計画の進捗状況

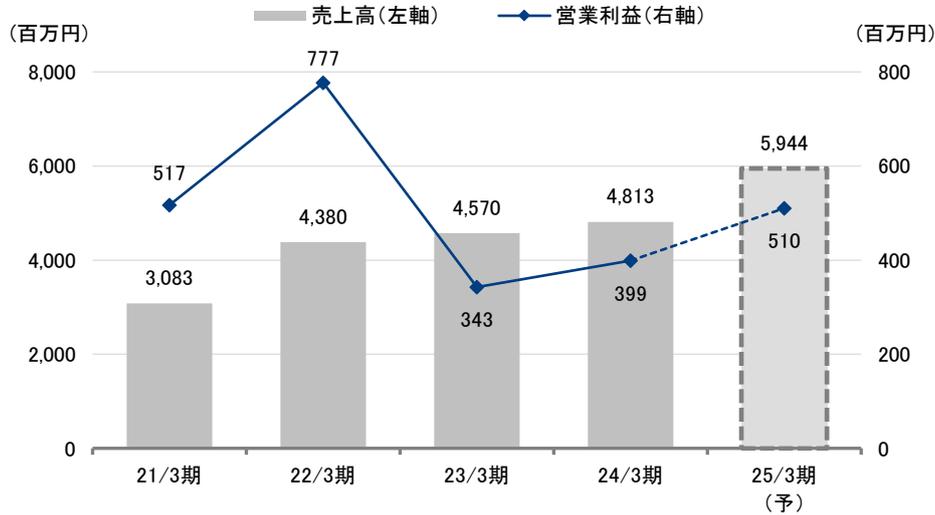
中期経営計画の進捗については、一部遅れが見られるものの、金融プラットフォーム事業においてはIFA事業の体制強化やM&A仲介事業の組み入れを通じて売上成長を加速させる方針を明確にしておき、今後の成長に期待が持てる。また、ITソリューション事業においては、2020年3月期に収益力強化へと戦略を転換して以降、安定した基盤を築いており、さらなる収益向上を目指している。その一環として、2024年6月1日以降の契約更新分より「List Finder」の価格改定を実施し、スタンダードプランの月額費用を69,000円へと引き上げた。最近のSaaS業界のトレンドを踏まえると、適切な価格改定によって利益率の向上が期待され、解約率の上昇を抑えられれば収益性の大幅な改善につながる可能性がある。こうした戦略的な施策を着実に実行できれば、中期経営計画の達成に向けた確度は一層高まると考えられる。

Key Points

- ・2024年3月期第3四半期は主力事業において売上高は堅調に推移した一方、広告単価や顧客獲得単価の上昇の影響により全体としては前年同期比で増収減益
- ・2025年3月期は増収増益の見通し、新たな集客施策や広告効率の改善に注力する
- ・中期経営計画では、既存事業の利益水準を高めながら、中長期的成長を見据えた先行投資を積極推進。業容拡大と新規事業の創出により飛躍的成長を目指す

要約

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

「働く」を変える」のミッションに基づき、法人営業の生産性向上に貢献するサービスを展開

1. 会社沿革

同社は2000年に現代表取締役社長CEO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。

会社概要

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など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などの比較・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など、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を考慮して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など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(株)Innovation X Solutions)の全株式を取得して子会社化し、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(株)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の株式を取得、2022年4月にベンチャーキャピタル投資を行うINNOVATION HAYATE V Capital投資事業有限責任組合を設立した。2024年12月末現在、同社グループは、同社及び同社の連結子会社5社の構成となっている。加えて、直近では2025年1月に、マーケティング支援のクラウドサービスを展開するシャノンをTOBにより子会社化した。

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
2018年10月	100% 出資子会社である(株)アンチパターン(現 Innovation X Solutions) を設立
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「コクリポウェビナー」を運営する(株)コクリポを完全子会社化
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.(現 連結子会社) を設立
2019年12月	(株)アンチパターン(現 Innovation X Solutions) が(株)コクリポを吸収合併
2020年 2月	(株)Horse IFA Partners(現 Innovation IFA Consulting(現 連結子会社))の株式を取得
2020年10月	(株)ティアパートナーズ(現 Innovation M&A Partner(現 非連結子会社))の株式を取得
2021年 5月	「BIZトレンド」を「ITトレンド」へ統合
2022年 4月	東京証券取引所の市場区分見直しにより、東京証券取引所のマザーズ市場からグロース市場に以降
2022年 4月	INNOVATION HAYATE V Capital 投資事業有限責任組合(現 連結子会社) を設立
2023年 4月	IT ソリューション事業を(株)Innovation & Co. から(株)Innovation X Solutions へ移管
2025年 1月	マーケティング支援のクラウドサービスを展開する(株)シャノン TOB により子会社化

出所：有価証券報告書、会社リリースよりフィスコ作成

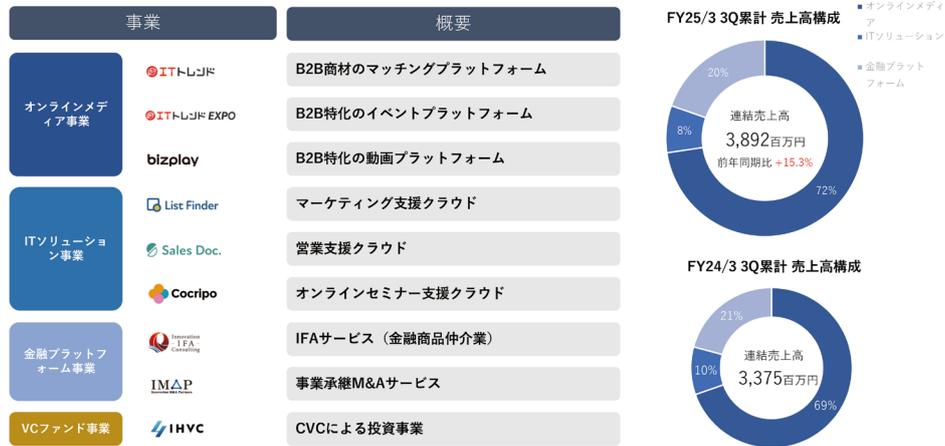
IT 製品の比較サイト「ITトレンド」と MA ツール「List Finder」が主力サービス

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、IT ソリューション事業、金融プラットフォーム事業、VC ファンド事業の4つに区分されている。

会社概要

事業セグメント別の概要



(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。

「ITトレンド」は、勤怠管理システムや会計システムなどの法人向け 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などの導入を検討する企業が「ITトレンド」に来訪し、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 12,000 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 12,000 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など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・サービスの紹介文などの作成及び顧客対応に携わる人員の件数費、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などとなる。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。

会社概要



注：(1) 株式会社電通より2022年インターネット広告媒体費用型広告より引用
(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

出所：事業計画及び成長可能性に関する事項より掲載

資料請求件数を増やすため施策としては、掲載製品数を拡充すると同時に同サイトへの来訪者を増やすこと、CVRを高めることが重要となる。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。

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」などがある。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。単なる広告販売ではなく、クライアントの課題解決に重点を置いている営業スタンスであることがうかがえる。

「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せ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など)を持っているほか、日経BPなど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など)も強みとなっている。また、長年のサイト運営で培った「問い合わせ率」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などに関するコンサルティングサービスを提供している。

「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、フォーム作成機能などが挙げられる。

会社概要

MA ツールの市場は、日本でも Salesforce<CRM> やマルケト（2018 年、Adobe<ADBE> に買収）などの、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・中小企業などでも需要が拡大すると見て「List Finder」を開発した。

基本的なビジネスモデルは、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た。足元の導入企業数は、2021 年 3 月期は 475 件、2022 年 3 月期は 478 件、2023 年 3 月期は 477 件、2024 年 3 月期は 436 件、2025 年 3 月期第 3 四半期は 385 件と微減傾向であるが、価格改定を経て平均請求金額（ARPU：Average Revenue Per User）については上昇傾向であり、今後も運営効率と収益性の向上に努める方針である。

List Finder の導入アカウントと ARPU の推移



注 (1)：List finderのAverage Revenue Per User。各四半期末のMRR（対金月来時点における 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

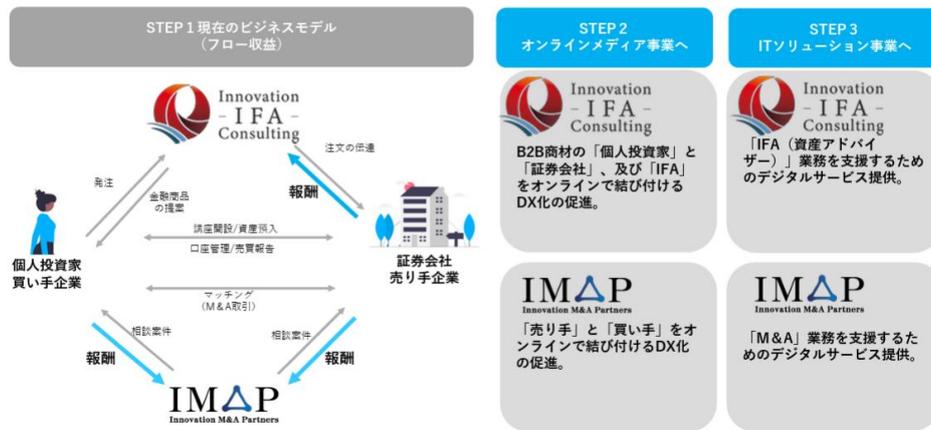
(3) 金融プラットフォーム事業

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 事業を行っている。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 の株式を取得し、事業を拡大している。IFA 事業では、IFA 人数、口座数、預かり資産残高などが重要な指標である。

会社概要

一見、ITメディアなどオンラインメディア事業や List Finder といった SaaS 事業を手掛ける同社の IFA 市場への参入はまったく異なる事業領域への挑戦に見えるが、同社がこれまで培ってきたデジタルマーケティングや組織力、IT ノウハウを IFA、M&A 仲介市場に活用し、営業マンやマンパワーに頼る現時点でのこれらのビジネスモデルを進化させ、IFA においては個人投資家と証券会社、そして IFA をオンラインで結びつける DX の促進、そして最終的には IFA 業務を支援するためのデジタルサービスを独自に提供する狙いがある。M&A 仲介市場においても、売手企業と買手企業をオンラインで結びつける DX を進め、最終的に M&A 業務を支援するためのデジタルサービスの提供を目標としている。IFA 市場の市場規模自体は拡大しているが、新規参入企業も多くレッドオーシャン化していくことが想定されるため、このように IT を活用した差別化を進めることが今後はより重要となろう。

金融プラットフォーム事業のビジネスモデル



出所：事業計画及び成長可能性に関する事項より掲載

市場環境

SaaS 市場、IFA 市場ともに中長期的な拡大余地は大きい

1. オンラインメディア事業

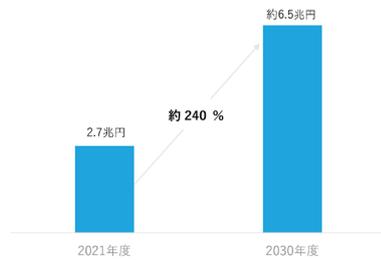
コロナ禍からの経済正常化に伴う一時的な成長率鈍化はあるものの、引き続き長期的に日本における DX 投資及び SaaS 市場は高い市場成長が続くとみられる。国内 DX 市場においては、2021 年度に 2.7 兆円だったが、2030 年度には約 2.4 倍の 6.5 兆円へ拡大すると見込まれている。また、SaaS 市場についても同様に 2021 年の 9,000 億円から 2026 年には 1 兆 9,000 億円へと拡大すると期待されている。導入コストの低さや保守コストの低減など、これまでのオンプレミス型からサブスクリプション型に切り替えるメリットは大きく、ユーザーの利便性を狙った様々な新たな SaaS プロダクトの開発が今後も進むとみられることから、顧客にとって本当に価値のある SaaS プロダクトを見極めるためのオンラインメディアの果たす役割はますます重要となるだろう。

市場環境

日本のDX及びSaaS市場の見通し

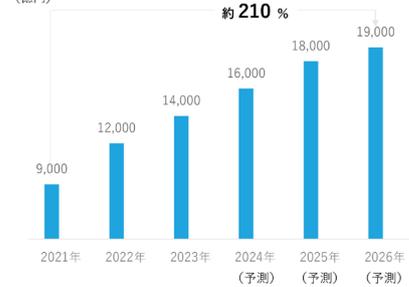
- 商材 買い手 (ユーザー) のポテンシャル

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
出所: 事業計画及び成長可能性に関する事項より掲載

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、テレビや紙媒体など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。MA については、「MA 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 B2B 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、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

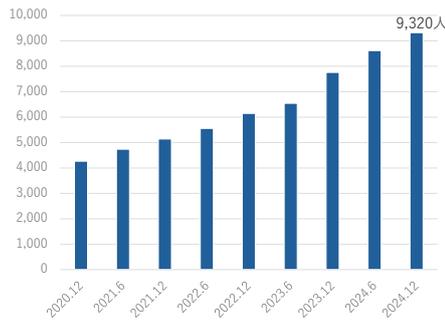
証券・保険・不動産営業の分野では、IT を活用した業務の効率化やデジタルマーケティングによる市場拡大の余地が依然として大きいと考えられる。特に、近年はオンラインを活用した営業手法の進化が進んでおり、従来の対面型営業と併用することで、より幅広い顧客層へのアプローチが可能になっている。IFA は、特定の金融機関に属さず、証券会社と業務委託契約を結び、投資家に対して投資信託や株式、債券などの金融商品を提案する金融商品仲介者を指す。従来の証券会社では、多くの営業社員を抱えて投資家に直接金融商品を販売していたが、海外では業務効率化の一環として IFA を活用する流れが進んでいる。日本においても、こうした動向を受けて IFA 市場の拡大が期待されており、今後、その役割がより重要になっていく可能性が高い。さらに、企業の後継者不足が深刻化するなかで、M&A 市場は着実に拡大を続けている。近年、事業承継を目的とした M&A の件数は増加傾向にあり、今後もさまざまな要因が重なり合うことで、市場の成長スピードが一層加速するものと考えられる。

市場環境

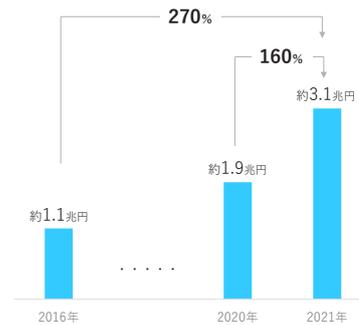
IFA 市場規模の推移

(1) 米国では既に、国内の約32倍（2020年時点）のIFAが活動しており、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



(3) - IFA経由の預かり資産残高



(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
 (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2月17日/2021年3月22日）より引用

出所：同社提供資料より掲載

業績動向

主力事業において売上高は堅調に推移。 新たな集客施策や広告効率の改善に注力

1. 2025年3月期第3四半期の業績概要

2025年3月期第3四半期の連結業績は、売上高で前年同期比15.3%増の3,892百万円、営業利益で同27.3%減の226百万円、経常利益で29.8%減の221百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益で同87.6%減の25百万円となった。オンラインメディア事業及び金融プラットフォーム事業の双方で売上高が堅調に推移したものの、広告単価や顧客獲得単価の上昇という厳しい環境下において、全体として前年同期比で増収減益となった。具体的には、主力であるオンラインメディア事業においては、集客コストの増加が利益率の低下を招き、また金融プラットフォーム事業においては、デジタルマーケティングへの積極的な投資が同様の影響を及ぼした。売上高はITトレンド及びIFAの拡大により増加した一方、売上原価も広告単価や顧客獲得単価の上昇により増加し、加えて販管費もマーケティングコストと研究開発により増加した。なお、安定した財務体質の維持に努めつつ、将来の成長を支えるための投資にも積極的に取り組んでいる。加えて、新たな集客施策への注力及び広告効率の改善に取り組むとともに、営業を中心とした人材採用の強化も実施された。また、前年同期には実施されなかった、オンライン展示会「ITトレンド EXPO」を開催したことがオンラインメディア事業の売上拡大に寄与した。なお、1回の展示会開催による平均売上高は2～3億円と同社の売上規模に比べて大きく、開催の有無やその規模が四半期業績の大きな変動要因となる点に留意する必要がある。なお、同社では2025年3月5日～7日に「ITトレンド EXPO2025 Spring」を開催した。

業績動向

2025年3月期第3四半期の業績概要

(単位：百万円)

	24/3期3Q		25/3期3Q			
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	前年同期比
売上高	3,375	-	3,892	-	517	15.3%
営業利益	311	9.2%	226	5.8%	-85	-27.3%
経常利益	315	9.3%	221	5.7%	-93	-29.8%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	208	6.2%	25	0.7%	-182	-87.6%

出所：決算短信よりフィスコ作成

2. 事業セグメント別動向

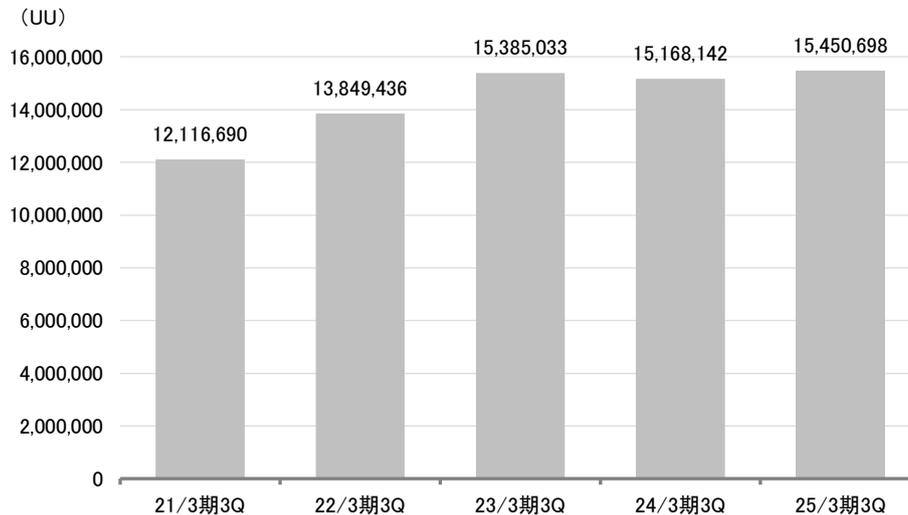
(1) オンラインメディア事業

オンラインメディア事業は、売上高で前年同期比 20.4% 増の 2,826 百万円、セグメント利益で同 9.4% 増の 1,027 百万円となった。全体として前年同期を上回る成長を遂げており、なかでも「ITトレンド」はマーケティングへの積極投資が奏功し、同 21% 増という高い売上成長を達成した。また、日経 BP や bizplay といったほかのサービスも、大手ベンダー広告の回復などを背景に堅調な推移を見せた。広告単価の上昇による原価高については、各サービスにおいて適切に吸収され、全体としての成長を支える要因となった。なお、KPI に着目すると、ITトレンドにおける来訪者数は第1四半期から連続して過去最大を記録し、動画メディアである bizplay における会員ユーザー数も堅調な伸びを維持している。さらに、主力である ITトレンドでは、掲載製品数が 3,583 製品へと同 10.5% 減となったものの、来訪者数（延べ人数）は 15,450,698 人に達し、同 1.9% 増となった。SaaS 業界では、企業の DX や AI に対する高い関心を背景として、新規参入企業が増え続けている。各社ともトップラインの拡大に注力しており、リスティング広告や SEO、展示会、テレマーケティングなど多様な手法を活用して顧客を獲得している。近年、SaaS 業界の顧客獲得コストは上昇傾向にあるが、同社のサービスは比較的リーズナブルな価格帯で提供されており、今後も成長の余地があると弊社では考える。

加えて、前年同期には開催されなかった「ITトレンド EXPO」の開催が、オンラインメディア事業全体の売上高を押し上げる原動力となった。「ITトレンド EXPO」はコロナ禍において立ち上がったオンライン形式の展示会であるが、オフラインでの展示会が回復している現在も参加者数は減ることなく増加している。クライアント側にとってオンライン展示会は、会場手配や設営、人員配置といった負担がなく、運営の手軽さからリピート利用が多い。一方で、オフライン展示会にはリアルで営業できる強みがあり、直接的な商談の場としての価値がある。そのため、どちらが優れているという単純な比較ではなく、両者の使い分けが進むと考えられる。コロナ禍の終息以降も、オンライン展示会の来場者が減ることはなく、むしろオフライン展示会と使い分けることで活用される場面が増えていくと弊社では考える。

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 7.4% 減の 301 百万円、セグメント利益で同 27.8% 増の 102 百万円となった。

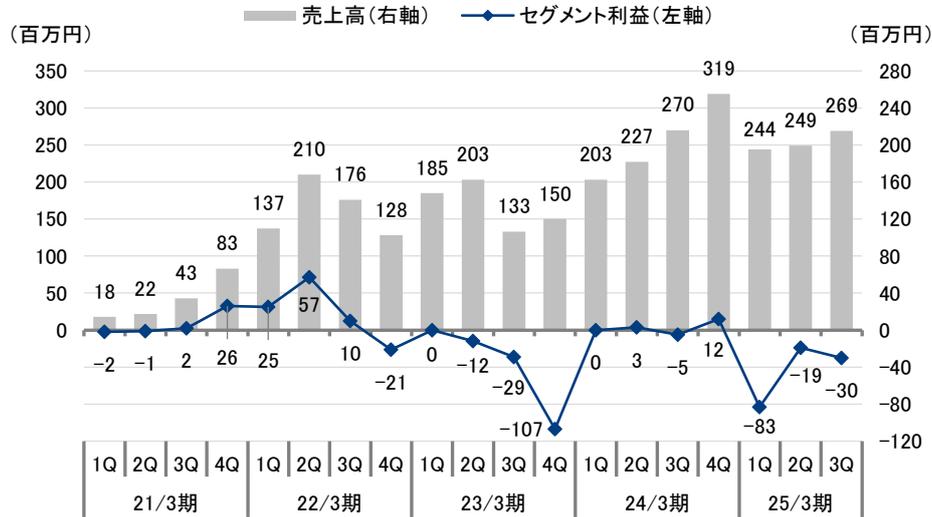
主力製品である「List Finder」に関しては、2020年3月期よりアカウント数拡大戦略から収益力強化への転換が図られており、これに伴い、アカウント数は 385 件と前年同期比 14.4% 減となったが、運営効率の向上及び価格改定の効果が現れた結果として、平均請求金額（ARPU）は上昇した。一方、「コクリポ」については、ウェビナーツールとしての競争力は「Zoom」や「Google Meet」「Microsoft Teams」など外資系サービスの普及により厳しい状況が続いている。今後は SaaS モデルによるツールの販売ではなく、ウェブセミナーの企画・運営を軸にした事業展開を模索している。

(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 8.9% 増の 764 百万円、セグメント損失は 134 百万円の（前年同期は 1 百万円の損失）となった。主力である IFA 事業においてデジタルマーケティングを併用した営業手法が奏功し、預かり資産残高の増加に寄与したが、デジタルマーケティングへの積極投資が大きなコスト要因となり、前年同期比で増収ながらもセグメント損失が拡大した。IFA の雇用形態については、大きく分けて正社員と業務委託の 2 種類がある。例えば、アイ・パートナーズフィナンシャル<7345>をはじめとする多くの企業では、業務委託の IFA が中心となっている。この業界では、採用を拡大するために高い業務委託マージンを設定するケースが多く、その結果として一部の企業では収益を圧迫することも少なくない。一方で、正社員型の IFA において収益を伸ばしている傾向も見られており、同社では正社員と業務委託を組み合わせたハイブリッド型の運営を最適化することが重要だと考えている。さらに、2025年3月期よりグループ会社の Innovation IFA Consulting を 100% 子会社化したことで、経営の改編を進めている最中であり、デジタルマーケティングをいかに効果的に活用するかが今後の課題となる。

業績動向

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：決算短信、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)

	24/3期 3Q	25/3期 3Q	前年同期比
売上高	3,375	3,892	15.3%
オンラインメディア事業	2,347	2,826	20.4%
ITソリューション事業	325	301	-7.4%
金融プラットフォーム事業	701	764	8.9%
VCファンド事業	-	-	-
調整額	1	0	-
営業利益	311	226	-27.3%
オンラインメディア事業	939	1,027	9.4%
ITソリューション事業	80	102	27.8%
金融プラットフォーム事業	-1	-134	-
VCファンド事業	-95	-47	-
調整額	-611	-722	-
営業利益率	9.2%	5.8%	-3.4pp
オンラインメディア事業	40.0%	36.4%	-3.6pp
ITソリューション事業	24.7%	34.1%	9.4pp
金融プラットフォーム事業	-	-	-
VCファンド事業	-	-	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

3. シャノンとの協業について

同社は、2025年1月24日にTOBによる株式取得を経てシャノンを連結子会社化した。本件の背景には、日本市場におけるMAツールの競争環境がある。同市場ではセールスフォースをはじめとする巨大資本を持つ外資系企業がマーケットの大半を占めており、日系企業は厳しい競争にさらされている。こうした状況のなか、日本ベンダーとしてMAツール市場で国内トップを目指すことが今回のTOBの狙いの1つである。シャノンが提供するMAツールのアカウント数は、同社が提供する「List Finder」と合わせると約930件となり、国内市場で第3位のシェアを占める。シャノンが主にターゲットしているのは中堅以上の企業であり、その価格帯も比較的高めに設定されている。一方で、「List Finder」はより簡単に使えるMAツールとして、主に中小企業をターゲットに展開しており、両者のサービスは機能や価格帯の面で棲み分けが可能である。このため、両社の統合によるバッティングの懸念はなく、むしろ相互補完によって市場全体へのアプローチが強化されることが期待される。また、本件を通じてマーケティングの強化が進められることで、より効果的な販売戦略が展開されると見込まれる。組織体制についても、技術者や営業の強化を進めることで、競争力の向上を図る。なお、現時点ではシャノンはグループ会社となるが、現時点では現代表取締役の永島毅一郎氏が引き続き経営を担う形となる。今後は経営体制を見直すことも視野に入れている。

自己資本比率は78.9%と高い財務健全性を維持

4. 財務状況

(1) 連結貸借対照表

2025年3月期第3四半期末の資産合計は、前期末比388百万円減少し4,289百万円となった。これは主に、営業投資有価証券が59百万円、前払費用が56百万円、ソフトウェア仮勘定が15百万円増加した一方で、現金及び預金が329百万円、受取手形及び売掛金が133百万円、繰延税金資産が49百万円減少したことによる。

負債合計は前期末比262百万円減少し848百万円となった。これは主に、契約負債が9百万円増加した一方で、買掛金が46百万円、未払費用が62百万円、未払法人税等が75百万円、長期借入金が74百万円減少したことによる。純資産合計は同126百万円減の3,441百万円となった。これは主に、資本金が30百万円、自己株式が69百万円増加、親会社株主に帰属する四半期純利益25百万円の計上があった一方で、利益剰余金の配当107百万円があったことによる。2025年3月期第3四半期末の自己資本比率は78.9%と前期末の75.3%から3.6ポイント上昇しており、高い財務健全性を維持している。

業績動向

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	24/3 期末	25/3 期 3Q 末	増減額
流動資産合計	4,213	3,867	-346
現金及び預金	3,280	2,950	-329
受取手形及び売掛金	694	561	-133
固定資産合計	464	422	-42
有形固定資産	31	39	8
無形固定資産	189	194	4
投資その他の資産	243	187	-55
資産合計	4,678	4,289	-388
流動負債合計	884	692	-191
1年内返済予定の長期借入金	99	99	-
固定負債合計	227	155	-71
長期借入金	200	125	-74
負債合計	1,111	848	-262
純資産合計	3,567	3,441	-126
負債純資産合計	4,678	4,289	-388

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

同社は、2025年3月期第3四半期累計に係るキャッシュ・フロー計算書は作成していない。なお、第3四半期累計期間における、無形固定資産に係る償却費を含んだ減価償却費は51百万円（前年同期比9百万円増）である。直近作成時点である2025年3月期第2四半期累計の現金及び現金同等物の残高は前期末比300百万円減の2,979百万円であった。営業活動によるキャッシュ・フローが33百万円の支出であった。これは主に、増加要因として税金等調整前中間純利益143百万円、減価償却費32百万円、売上債権の減少額38百万円があった一方で、減少要因として仕入債務の減少額41百万円、営業投資有価証券の増加額59百万円、前払費用の増加額73百万円、法人税等の支払額94百万円があったことによる。投資活動によるキャッシュ・フローは46百万円の支出であった。これは主に、減少要因として有形固定資産の取得による支出19百万円、無形固定資産の取得による支出33百万円があった一方で、関連会社貸付けの回収による収入7百万円があったことによる。財務活動によるキャッシュ・フローは221百万円の支出であった。これは主に、増加要因として新株予約権の行使による株式の発行による収入39百万円があった一方で、減少要因として長期借入金の返済による支出49百万円、連結の範囲の変更を伴わない子会社株式の取得による支出49百万円、自己株式の取得による支出69百万円、配当金の支払いによる支出107百万円があったことによる。

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	24/3 期 2Q	25/3 期 2Q
営業活動によるキャッシュ・フロー (a)	220	-33
減価償却費	27	32
投資活動によるキャッシュ・フロー (b)	-107	-46
フリー・キャッシュ・フロー (a) + (b)	112	-79
財務活動によるキャッシュ・フロー	21	-221
現金及び現金同等物の増加額	134	-300
現金及び現金同等物の期末残高	2,429	2,979

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

企業の IT ツールに対する底堅い需要を背景に 2025年3月期は増収増益を見込む

1. 2025年3月期通期の業績見通し

2025年3月期通期の連結業績見通しは、売上高で前期比23.5%増の5,944百万円、営業利益で同27.7%増の510百万円、経常利益で同25.9%増の508百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同22.7%増の300百万円としている。企業のITツールに対する底堅い需要を背景に増収増益の見込みであり、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、業容拡大と新たな事業領域の創出に注力している。2025年3月期第3四半期の決算発表では、通期の業績予想については据え置きとしている。足元では各事業において売上拡大を実現する一方、広告費用や集客コスト、デジタルマーケティング投資の増加により収益性の低下という課題を抱えている。オンラインメディア事業及びITソリューション事業においては、成長と収益性向上の両立に一定の成果を上げたが、金融プラットフォーム事業における損失拡大は今後の収益改善に向けた重点施策が求められる点である。また、VCファンド事業やシャノンとの協業といった中長期的な成長戦略は、今後の事業ポートフォリオの充実に寄与する可能性があると評価できる。短期的なコスト管理と中長期的な成長投資のバランスをいかに最適化するかがカギになると弊社では考える。

2025年3月期通期の業績見通し

(単位：百万円)

	24/3期		25/3期		増減率
	実績	売上比	予想	売上比	
売上高	4,813	-	5,944	-	23.5%
営業利益	399	8.3%	510	8.6%	27.7%
経常利益	404	8.4%	508	8.5%	25.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	244	5.1%	300	5.0%	22.7%
1株当たり当期純利益	95.07	-	112.65	-	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

中期経営計画の達成年度を 2026 年 3 月期へ 1 年後ろ倒し

2. 中期経営計画の進捗状況

同社は 2023 年 6 月 28 日に発表した「事業計画及び成長可能性に関する事項」において、中期経営計画の業績目標の変更を行っている。これは IT ソリューション事業におけるアライアンス進捗の遅延、金融プラットフォーム事業における仕組債の問題などを受けた市場停滞の影響などから当初の業績目標と実績に乖離が発生したことによるものである。従来の中期経営計画では 2025 年 3 月期を最終年度とし、売上高 8,300 百万円、営業利益 1,840 百万円を目指していたが、同社では達成年度を 1 年間先送りとし、2026 年 3 月期にこの財務目標の達成を再度狙う。また、全体の売上高、営業利益の数値目標に変化はないが、事業別では IT ソリューション事業の売上高、営業利益目標を引き下げ、オンラインメディア事業の目標は引き上げた。金融プラットフォーム事業は従来計画から売上高、営業利益ともに変更はない。

中期経営計画の修正後数値

(単位：百万円)

	(旧) 中期経営計画			(新) 中期経営計画		
	23/3 期	24/3 期	25/3 期	24/3 期	25/3 期	26/3 期
売上高	5,550	7,000	8,300	5,087	7,000	8,300
営業利益	830	1,320	1,840	850	1,320	1,840
(営業利益率)	14.9%	18.9%	22.2%	16.7%	18.9%	22.2%
オンラインメディア事業						
売上高	3,900	4,330	4,750	4,129	4,580	5,050
営業利益	1,330	1,560	1,740	1,803	1,910	2,040
(営業利益率)	34.1%	36.0%	36.6%	43.7%	41.7%	40.4%
IT ソリューション事業						
売上高	740	990	1,270	454	740	970
営業利益	280	470	740	138	270	490
(営業利益率)	37.8%	47.5%	58.3%	30.4%	36.5%	50.5%
金融プラットフォーム事業						
売上高	1,060	1,680	2,280	844	1,680	2,280
営業利益	200	430	610	98	430	610
(営業利益率)	18.9%	25.6%	26.8%	11.6%	25.6%	26.8%

出所：事業計画及び成長可能性に関する事項よりフィスコ作成

今後の見通し

(1) オンラインメディア事業

新たな中期経営計画では、オンラインメディア事業の売上高は2025年3月期に前期比10.9%増の4,580百万円、2026年3月期に同10.3%増の5,050百万円と約10%の増収基調が続くことを前提としている。2024年3月期はオンライン展示会の開催数が1回のみとなったことで売上成長の端境期となっているが、2025年3月期は「ITトレンド EXPO」の開催がオンラインメディア事業全体の売上高を押し上げる原動力となった。なお、1回の展示会開催による平均売上高は2～3億円と同社の売上規模に比べて大きく、開催の有無やその規模が四半期業績の大きな変動要因となる点に留意する必要がある。なお、同社では2025年3月に「ITトレンド EXPO2025 Spring」の開催をした。主力の「ITトレンド」においては、2023年春の価格改定による影響も一巡しており、来訪者数も順調に増加している。今後、ITトレンドが安定して10%程度の成長率を確保できれば、中期経営計画における売上高、営業利益目標の達成についてはこれまでの事業モデルの延長戦上でも十分視野に入ると弊社では考えている。

(2) ITソリューション事業

ここ数年で業績の停滞感が続いていたITソリューション事業について、中期経営計画では最終年度の2026年3月期に売上高970百万円、営業利益490百万円、営業利益率が50.5%へと大幅に上昇する計画となっている。主力製品である「List Finder」に関しては、2020年3月期よりアカウント数拡大戦略から収益力強化への転換が図られており、この施策の一環として2024年5月より価格改定が実施された。月額料金については、ライト、スタンダード、プレミアムの3タイプを従来から用意しており、ライトは39,800円から45,000円へ、スタンダードは59,800円から69,000円へ、プレミアムは79,800円から92,000円へとそれぞれ引き上げられた。引き上げ幅はライトが13.1%、スタンダードが15.4%、プレミアムが15.3%となっている。これに伴い、足元の平均請求金額（ARPU）は、運営効率の向上および価格改定の効果が現れた結果として上昇傾向にある。SaaSプロダクトにおける価格引き上げは粗利率の改善に直結することから、中期経営計画におけるITソリューション事業の営業利益率の大幅な上昇は蓋然性の高い目標であると弊社では見ている。

List Finder の価格改定（2024年6月契約更新分より）

	フリー	ライト	スタンダード	プレミアム		フリー	ライト	スタンダード	プレミアム
初期費用	0円	100,000円	100,000円	100,000円	▶	初期費用	0円	100,000円	100,000円
月額費用	0円	39,800円	59,800円	79,800円		月額費用	0円	45,000円	69,000円

出所：同社リリースよりフィスコ作成

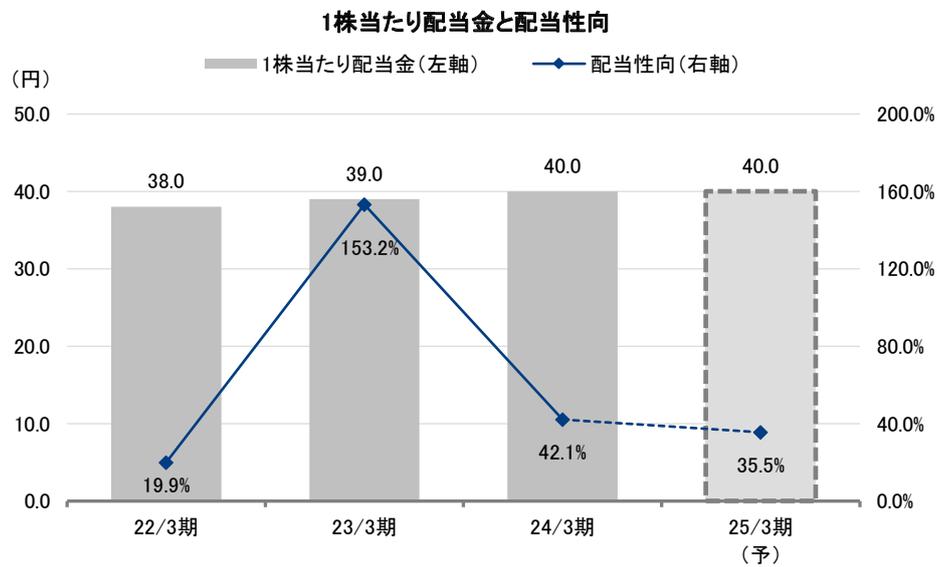
(3) 金融プラットフォーム事業

金融プラットフォーム事業の中期経営計画における数値目標は、目標達成年度を1年間後ろ倒しにしたことを除けば、売上高、営業利益ともに最終年度の目標は不変であり、引き続きIFA事業の体制整備に注力し、当初計画していた金融仲介事業の効率化を進める方針である。また、2024年3月期からは第二弾の事業として、M&A仲介事業も連結に取り込み、IFA事業と同時並行で体制整備、他事業セグメントとの連携強化へ向けた取り組みを進めている。ただし、短期的なIFA事業の業績動向は株式市場など金融マーケットに大きく影響を受けるため、外部環境が急変したとしても中期経営計画の数値目標を着実に達成できるような体制の強化を迅速に進める必要があるだろう。金融プラットフォーム事業の売上高、営業利益は向こう数年間でかなりの拡大を見込んでおり、数値目標についてはチャレンジングであると弊社では考えている。

株主還元策

2025年3月期の1株当たり配当金は40.0円の予定

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、2024年3月期と1.0円ずつの増配を実施、2025年3月期の予想配当金は1株当たり40.0円である。同社は自己資本比率も非常に高く、バランスシートも堅固であることから引き続き増配余地は大きいと見られる。



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・表示したのですが、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