2026 年 11 月 13 日

株式会社イノベーション（東証スタンダード：3970）
2027 年 3 月期 第２四半期 決算補足資料（テキスト詳細版）

本資料は株式会社イノベーションの IR 情報を初めてご覧になられた個人投資家様向けに、
決算短信や決算補足資料では掲載されていない会社基本情報を含む詳細な情報をテキスト形式で掲載するものです。

（IR に関するお問い合わせ先：ir-info@innovation.co.jp）

目次

1. 決算サマリ
   - 1-1. 2027 年 3 月期 2Q の業績について
   - 1-2. 各セグメントの業績は？
   - 1-3. オンラインメディア事業の業績が伸びていないように見えるが？
   - 1-4. 金融プラットフォーム事業について、赤字が続いているがどう考えているか？
   - 1-5. 2027 年 3 月期の業績見通しは？
   - 1-6. 2027 年 3 月期の方針は？
   - 1-7. 中長期の方針は？
   - 1-8. 株価についてどう考えているのか？

2. 基本情報
   - 2-1. 株式会社イノベーションはどんな会社？
   - 2-2. 主軸となる事業は？
   - 2-3. 事業セグメントの構成は？それぞれどんな事業？
   - 2-4. 競合はどこにあたる？競合と比べたときの強みは？
   - 2-5. 連結子会社シャノンとの関係は？
   - 2-6. 最大のリスク要因は？どんな対策をしているのか？

3. 本資料の取り扱いについて

1. 決算サマリ

1-1. 2027 年 3 月期 2Q の業績について

当第 2 四半期連結累計期間は、売上高は 3,029 百万円（前年同期比 10.1%減）、営業損益は 202 百万円（前年同期比 464 百万円増）となり、第 1 四半期に続き営業損益の連続黒字を達成いたしました。コストコントロールを徹底した構造改革を全社で推進し、原価・販管費の削減によるコスト圧縮を実現できたことが要因です。また、第 1 四半期からさらなるコスト圧縮が進み、中間純利益についても黒字転換を実現しました。

売上高は前年同期比で減少しておりますが、主にオンラインメディア事業においてビジネスモデルの転換を進行している影響と、IFA 業務委託部門の売却が要因となります。「IT トレンド」の既存のビジネスモデルは売上規模を追わず利益率の向上を優先する一方で、新ビジネスモデルの売上高を伸長させております。

業績サマリ(決算概要)

INNOVATION

2027年3月期2Q実績

・売上規模より収益性を重視した構造改革を全社で推進し、営業損益は202百万円(前年同期比＋464百万円)と大幅に黒字転換。

・中間純利益は113百万円(前年同期比＋383百万円)と、最終損益も黒字化。

2027年3月期通期見通し

・修正予想に対し営業損益72.3%・経常損益75.7%と高い進捗。通期予想は据え置き、下期の推移を精査。

単位:百万円

	FY26/3 2Q	FY27/3 2Q	前年同期比(増減)	前年同期比(%)
売上高	3,369	3,029	△340	△10.1%
営業損益	△261	202	＋464	-%
EBITDA	△45	433	＋479	-%
経常損益	△327	181	＋509	-%
親会社株主に帰属する中間純利益	△269	113	＋383	-%

※株式会社シャノンの連結対象期間は2026年1月~6月となります。株式会社Innovation X Solutionsにおける2026年1~3月の業績は、当会計期間には含まれておりません。

6

1-2. 各セグメントの業績は？

●オンラインメディア事業

当第 2 四半期連結累計期間におけるオンラインメディア事業の売上高は 1,570 百万円（前年同期比 12.0%減）、セグメント損益は 577 百万円（前年同期比 1.1%減）となりました。

オンラインメディア事業では、生成 AI の普及・ビジネスパーソンの行動変化をうけ、ビジネスモデルの転換を進めております。

既存のビジネスモデルである資料請求モデルは売上規模を追わず利益率の向上を優先しております。セグメント全体の売上額、利益額は減少しているものの、売上総利益率+5.4pt、セグメント利益率+4.2pt 向上し、利益率を重視した運営として意図した結果となりました。

一方、新ビジネスモデルである月額サブスクリプションや、動画プラットフォームである bizplay の売上高は伸長し、収益構造の転換が進展しつつあります。

●IT ソリューション事業

当第 2 四半期連結累計期間における IT ソリューション事業の売上高は 1,360 百万円（前年同期比 0.0%）、セグメント損益は 257 百万円（前年同期比 184.5%増）となりました。

主力事業であるサブスクリプション事業への経営リソース集中に加え、徹底したコスト管理と運用（生産）効率の向上が利益率伸長の要因となっています。

●金融プラットフォーム事業

当第 2 四半期連結累計期間における金融プラットフォーム事業の売上高は 106 百万円（前年同期比 52.6%減）、セグメント損失は△36 百万円（赤字幅が 56 百万円縮小）となりました。

2026 年 3 月期において、固定費抑制を狙った IFA 業務委託部門の売却を行いましたが、これによる売上減少が引き続き発生しております。一方で、販管費の見直しが一段落し、セグメント損益は復調傾向にあります。

セグメント別の業績

INNOVATION

オンラインメディア事業　：資料請求モデルを費用対効果の観点から最適化し、減収の一方で利益率が向上。
ITソリューション事業　：主力事業へのリソース集中と業務効率化により、大幅な増益(＋184.5%)を実現。
金融プラットフォーム事業：販管費・事業体制の見直しにより、赤字幅が縮小。
VCファンド事業　：当中間期は投資先の減損が発生しなかったこと等により、赤字幅が縮小。

単位:百万円

セグメント	売上高 FY26/3 2Q	売上高 FY27/3 2Q	前年同期比 (%)	セグメント損益 FY26/3 2Q	セグメント損益 FY27/3 2Q	前年同期比 (%)
オンラインメディア	1,784	1,570	△12.0%	583	577	△1.1%
ITソリューション	1,360	1,360	±0%	90	257	＋184.5%
金融プラットフォーム	223	106	△52.6%	△92	△36	赤字縮小
VCファンド	―	―	―	△110	△33	赤字縮小

14

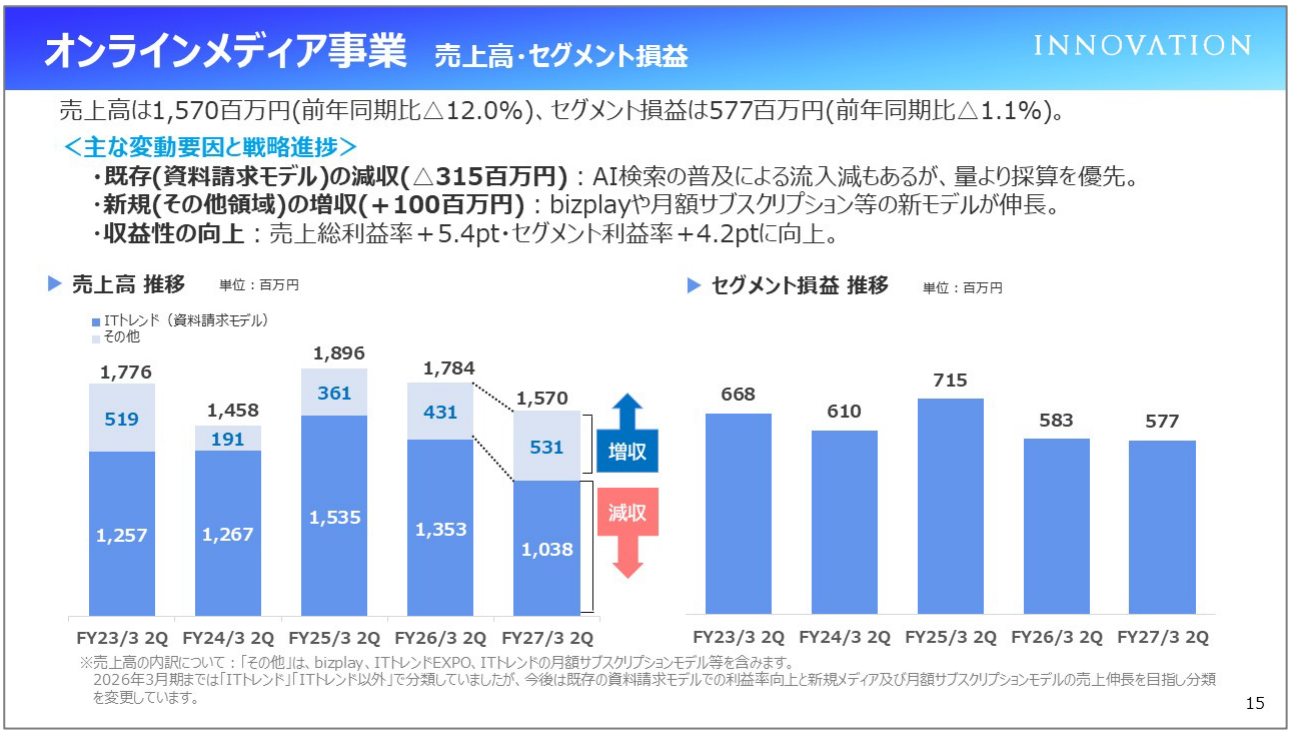
1-3. オンラインメディア事業の業績が伸びていないように見えるが？

当第 2 四半期連結累計期間におけるオンラインメディア事業の売上高は 1,570 百万円（前年同期比 12.0%減）、セグメント損益は 577 百万円（前年同期比 1.1%減）となりました。

オンラインメディア事業において、今期および来期にかけては「ビジネスモデルの転換期」と捉えております。検索流入から多くのユーザーを獲得していた「IT トレンド」の既存ビジネスモデルにおいては、生成 AI の普及でビジネスパーソンの検索行動が変化したことにより、売上向上よりも採算を優先して運営しております。

この状況の中、「IT トレンド」では新たなビジネスモデル「月額サブスクリプション」を開発し、掲載製品数も順調に推移しております。今期においては、既存ビジネスモデルでの利益率向上と、新規ビジネスモデルのストック収益の積み増しを目指し運営をしております。

新たなビジネスモデル「月額サブスクリプション」の詳細は、1-7 をご確認ください。

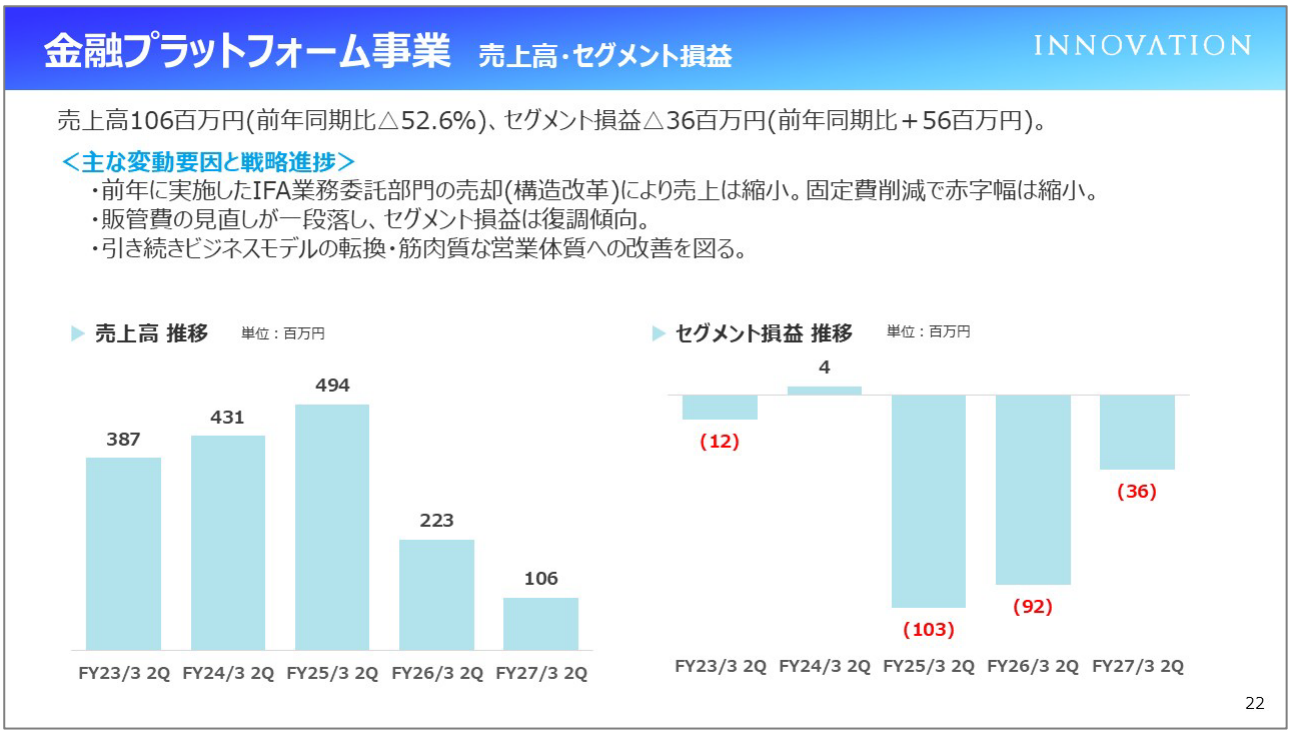


1-4. 金融プラットフォーム事業について、赤字が続いているがどう考えているか？

金融プラットフォーム事業につきまして、業績が振るわない期間が続き大変ご迷惑をおかけしております。

金融プラットフォーム事業の運営意図としましては、当社の顧客層であるビジネスパーソンのうち、重要な意思決定層である経営者層の支援を継続的に行えることにあります。例えば、起業後には CVC を通じた資金調達、事業拡大後の IPO 支援や事業売却支援、事業売却後には資産運用支援など、経営者に対する一連の支援を実現することができます。

顧客数は限られるものの、LTV（Life Time Value：顧客生涯価値）の高い事業体となりますので、十分な収益が見込まれると考えております。一方で、資本コストを意識して各事業への投資を適切に実施していきたいとも考えております。2027 年 3 月期におきましては、まずはセグメント単体での黒字を目標に、販管費の見直しと収益性の高い運営モデルの構築を図ってまいります。

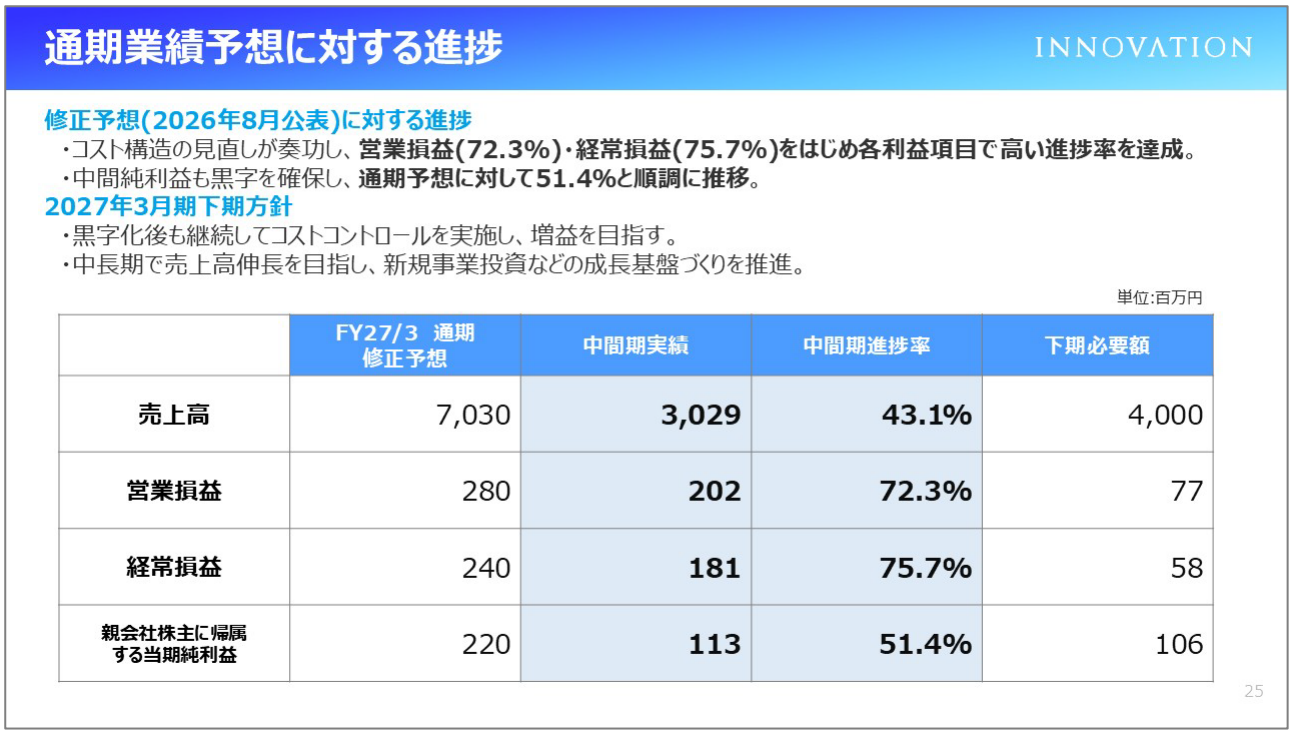


1-5. 2027 年 3 月期の業績見通しは？

第 1 四半期の決算開示日である 2026 年 8 月 14 日に、通期業績の営業損益、経常損益、当期純利益につきまして、上方修正を公表いたしました。

この修正予想に対して、営業損益(72.3%)・経常損益(75.7%)をはじめ各利益項目で高い進捗率を達成しております。中間純利益も黒字を確保し、通期予想に対して 51.4%と順調に推移しておりますが、通期予想は据え置き、下期の推移を精査する予定です。

主な利益向上の背景として、IT ソリューション事業における営業損益の向上が挙げられます。株式会社シャノンにおいて、2025 年 1 月の TOB 以降の PMI フェーズで経営体制を見直し、不採算事業の整理と徹底した販管費コントロールにより利益体質への転換が実現いたしました。引き続き下期も、運用効率化の手を緩めず運営してまいります。



1-6. 2027 年 3 月期の方針は？

前期にあたる 2026 年 3 月期は、全社横断のデータプラットフォーム構築に向けた先行投資に加え、オンラインメディア事業・金融プラットフォーム事業の利益減もあり、営業損失を計上いたしました。これを受け、前期下期より全社的な原価・販管費の見直しに着手し、収益体質の改善に取り組んでまいりました。

2027 年 3 月期は、上期を黒字化の定着を最優先とするフェーズとしており、高い進捗率に達しました。下期につきましては、増益の継続とともに新規事業への投資など中長期の売上成長に向けた取り組みを進めるフェーズと位置づけ、運営していきたいと考えています。

1-7. 中長期の方針は？

以下 2 点が大きな方針となります。

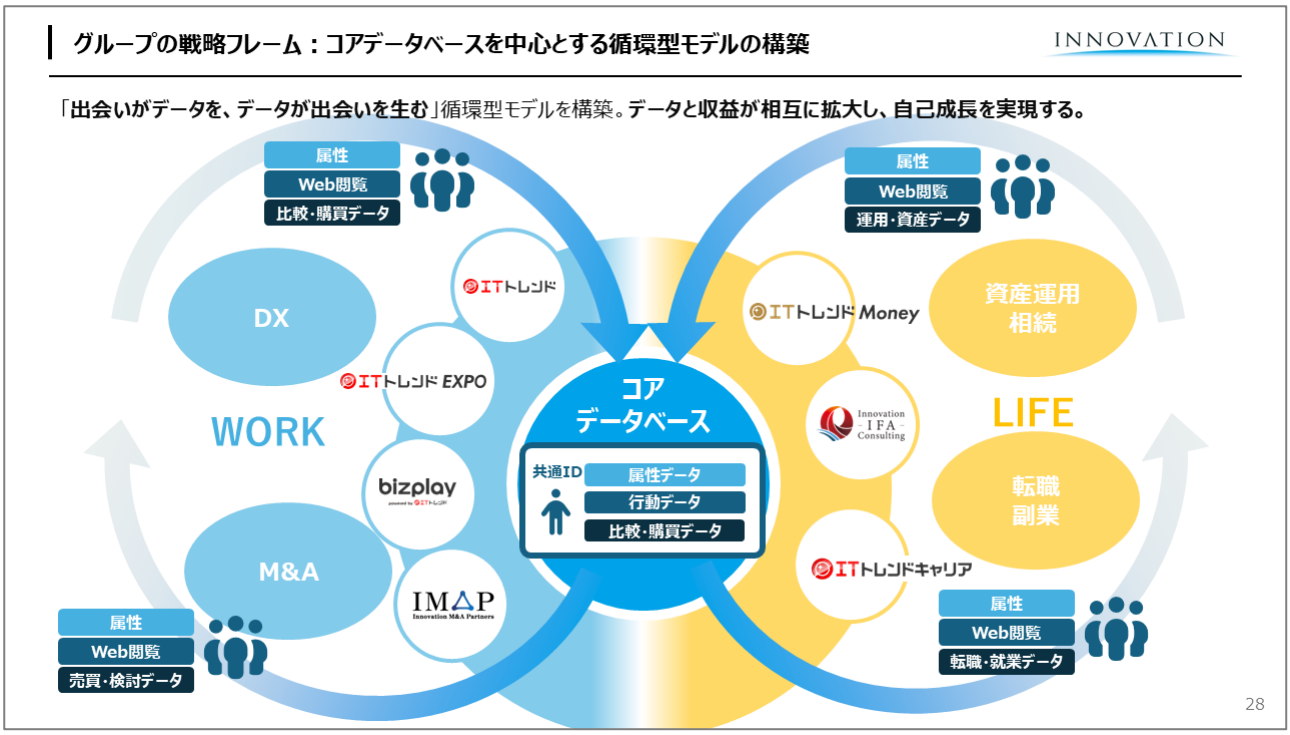
●当グループのデータベースを循環させるモデルの構築

当社が保有するビジネスパーソン顧客のデータベースを中心に、各事業活動を通じてデータの集約・拡大を行いながら、そのデータを他事業の集客・レコメンドエンジン等で流動的に活用しながら、データと出会い（マッチング収益）が循環するモデルを事業横断で構築していきます。ユーザー獲得の難易度が上がり続ける市場環境において、ユーザー1 人あたりの LTV を向上させることで収益を向上させる効果を狙うと同時に、ビジネスパーソンの「働く」を継続的に支援する事業展開を実現します。

今期（2027 年 3 月期）の上期にて、先行投資を続けていた中心部のコアデータベースの基盤環境が整いました。中期経営計画の期間となる 2027 年 3 月期～2029 年 3 月期におきましては、以下の点に特に注力していきたいと考えています。

① コアデータベースの拡張（既存事業の改善、及び新規事業検証）

② データの循環による収益性向上



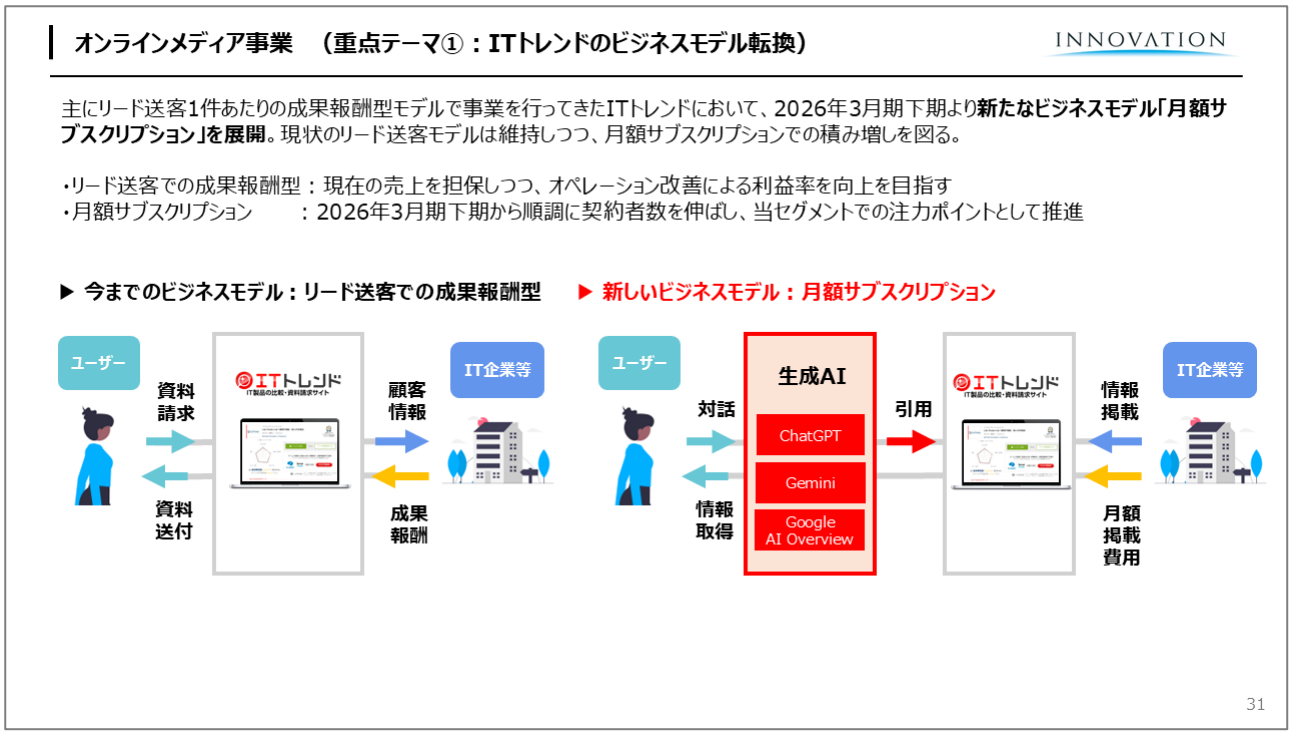
●「IT トレンド」のビジネスモデル転換による、ストック比率向上

リード送客 1 件あたりの成果報酬モデル（フロー収益）で運営していた「IT トレンド」ですが、今までインターネット検索により IT 製品を探していた人を中心に獲得し、収益につなげていました。2025 年以降、生成 AI の広まりにより、インターネット検索の行動が AI との対話に置き換わりつつあり、昨期（2026 年 3 月期）は特に、「IT トレンド」の集客に苦戦を強いられております。今期におきましても、この傾向は継続しております。

「IT トレンド」では、昨期下期以降、新しいビジネスモデル「月額サブスクリプション」を開発してきました。こちらのモデルは、月額掲載費用をいただくことで、生成 AI に引用されやすい状態を実現するサービスです。

2026 年 5 月に Google 社が公表した Google 検索における生成 AI 機能への最適化に関するガイド※では、引き続き SEO が重要である旨が発表されていました。「IT トレンド」では、サービスを開始した 2007 年から、SEO を重視して対策を継続して実施しているため、生成 AI に引用しやすい状態をつくることができております。

こちらのストック型モデルは、安定的なストック収益として収益基盤の強化に寄与するビジネスモデルです。売上比率を高めていくことで、オンラインメディア事業における収益性の向上を目指していきたいと考えています。



詳細は 2026 年 6 月に開示をいたしました、中期経営計画をご覧ください。

※「Optimizing your website for generative AI features on Google Search（Google 検索の生成 AI 機能に向けたウェブサイト最適化）」

https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/ai-optimization-guide?hl=ja

1-8. 株価についてどう考えているのか？

株価や PBR の状況につきましては、厳しい環境にあると認識しています。

当社は、①財務体質の強化をまず実行し、既存事業で売上・利益を作る、②その上で一気にアクセルを踏む、という二段階の成長戦略を掲げており、②のアクセルを踏んでいる過程にあると認識しています。

前期（2026 年 3 月期）は、②における成長投資の先行に加え、生成 AI の台頭によるオンラインメディア事業への影響等もあり、営業損失を計上いたしました。2027 年 3 月期は、上期の黒字化定着をふまえ、下期以降は再びアクセルを踏み、企業価値の向上に取り組んでいくことが重要と考えています。

資本効率については、当中間期の ROE は約 3.9%（2026 年 3 月期：△14.6%）となり、前期と比較して大幅に回復したものの、当社が推定する株主資本コスト（約 8～10%、CAPM ベースの概算）には達しておりません。また、当中間期の ROIC は約 2.7%となりました。WACC は約 7～9%と推定しており、ROIC が WACC を安定して上回る水準の実現を目指してまいります。

なお、株主還元につきましては、年間配当 40 円を維持する方針です。

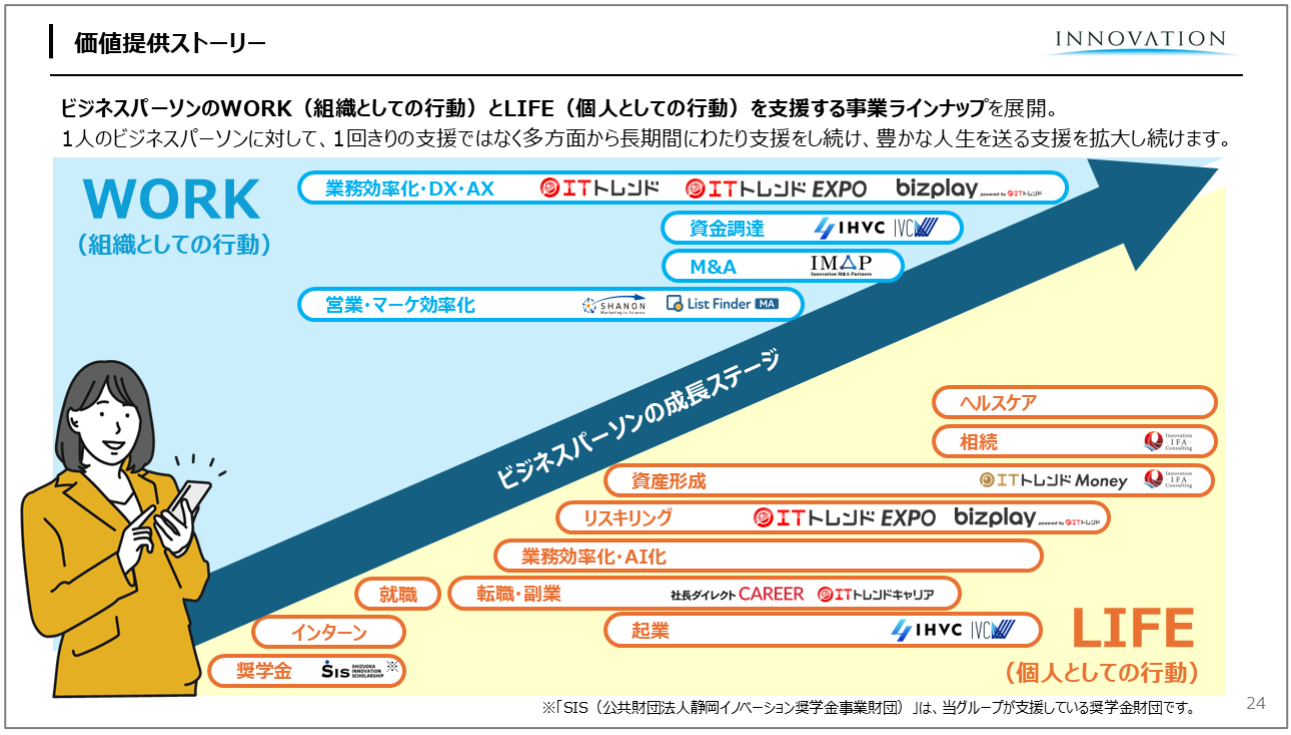
2. 基本情報

2-1. 株式会社イノベーションはどんな会社？

当社は、BtoB 企業の営業・マーケティング支援の会社として 2000 年 12 月に創業しました。創業当初はテレマーケティング事業やリスティング広告代行事業を展開していました。

2007 年に企業が導入する IT 製品の比較サイト「IT トレンド」、2010 年に MA ツール「List Finder」をリリースし、この 2 事業を軸として 2016 年 12 月に東証マザーズ（現：東証グロース）に上場を果たしました。

以降、IFA 事業や M&A 仲介事業、CVC 等の新規領域にも挑戦しています。「働く」を変える、というミッションのもと、現在は様々なビジネスパーソンの WORK と LIFE を支援する事業を展開し、働く人の豊かな人生を送る支援をしたいと考えています。



2-2. 主軸となる事業は？

2007 年にサービス開始をした IT 製品の比較サイト「IT トレンド」が、当社の主要事業の 1 つです。

"比較サイト"のイメージとしては、株式会社カカクコムが運営する「価格.com」や「食べログ」が分かりやすい例です。「食べログ」は飲食店情報を掲載し来店予約につなげ、「価格.com」は家電製品等の価格情報を掲載し購入の比較検討に役立てるサービスです。「IT トレンド」は、これと同様の"比較・検討の場"を、ビジネスパーソン向けの IT 製品に特化して提供しています。

具体的には、企業が導入を検討する IT ツール（勤怠管理システムや経費精算ツール等）について、ユーザーが「IT トレンド」に掲載された製品情報を比較したうえで資料請求を行い、その送客に応じて掲載企業様から当社が収益を得る仕組みとなっています。

2-3. 事業セグメントの構成は？それぞれどんな事業？

当社グループは、以下 4 つの事業セグメントで構成されています。



●オンラインメディア事業

企業の IT 製品比較サイト「IT トレンド」を始め、ビジネスオンラインイベント「IT トレンド EXPO」、ビジネス動画メディア「bizplay」など、ビジネスパーソンが利用する情報収集のためのメディアを複数展開しています。

当第 2 四半期では、売上高のうち 52%を占めており、当グループの主要事業の 1 つとなっています。

現在、株式会社 Innovation & Co.が運営を担っています。

●IT ソリューション事業

「List Finder」に加え、2025 年にグループインを果たした株式会社シャノンの「SHANON MARKETING PLATFORM」の 2 種類の MA（マーケティングオートメーション）ツール、営業支援クラウドやオンラインセミナー支援クラウド等の SaaS を扱っています。

当第 2 四半期では、売上高のうち 45%を占めております。株式会社シャノンのグループインにより、当グループの第 2 の収益柱として成長を遂げました。

現在、株式会社シャノン、及び株式会社 Innovation X Solutions が運営を担っています。

●金融プラットフォーム事業

IFA（独立系ファイナンシャルアドバイザー：特定の金融機関に属さず、中立的な立場から顧客の資産運用に関するアドバイスや金融商品の提案・仲介を行う専門家）事業、及び M&A 仲介事業を展開しています。

現在、株式会社 Innovation IFA Consulting、及び株式会社 Innovation M&A Partners が運営を担っています。

●VC ファンド事業

「働く」を変える事業に投資をし、当グループとの事業シナジーを生むために、CVC を運営しています。

現在、INNOVATION HAYATE V Capital 投資事業有限責任組合、及び INNOVATION V Capital 投資事業有限責任組合が運営を担っています。

2-4. 競合はどこにあたる？競合と比べたときの強みは？

例えば、「IT トレンド」であれば、IT 製品の比較メディア「ITreview（アイティクラウド社）」「BOXIL（スマートキャンプ社）」「アイミツ（PRONI 社）」等が挙げられます。「SHANON MARKETING PLATFORM」などの MA ツールであれば、「Salesforce Marketing Cloud（Salesforce 社）」「Marketo（アドビ社）」、国内では「SATORI」「BowNow（クラウドサーカス社）」等が挙げられます。もっとも、グループ全体の事業ポートフォリオという観点で一致する類似企業は、現状把握しておりません。

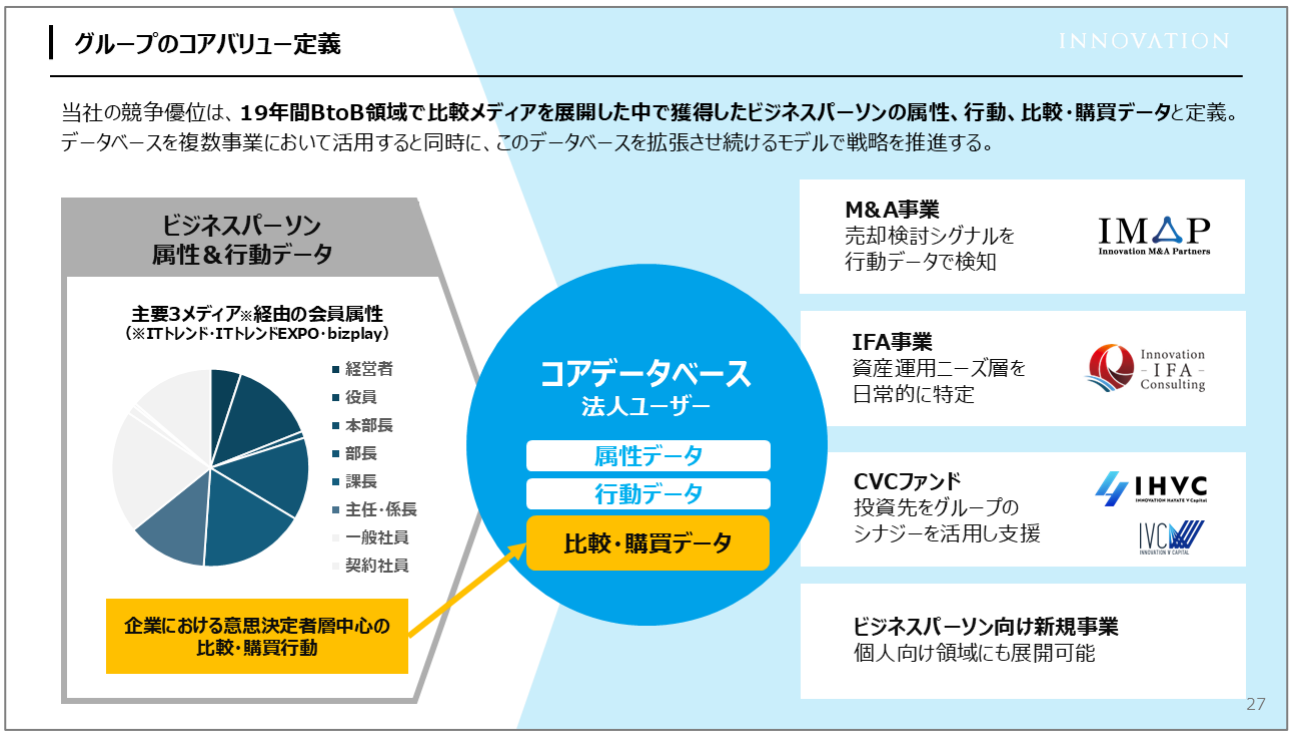
ビジネスパーソンのデータベースを保有する企業も重複する部分はありますが、当グループの強みは以下と考えています。

保有データベースのフレッシュさ

多くの企業は、ビジネスパーソンの属性データはメディア等の登録時のまま更新されることは少ない一方で、当グループにおける属性データは比較・購買等のマッチング時にアップデートされるため、最新の会社情報が付帯される環境にあります。

保有データベースの種別

一般的なメディアで獲得できるデータは、ユーザーの属性と記事閲覧情報になりますが、当グループではこれに加えて比較・選択・購買といった意思決定データが存在します。転職・起業・M&A・資産運用といった大きな意思決定と連結することで、収益性の高いビジネスへの展開可能性をもっていると考えています。



2-5. 連結子会社シャノンとの関係は？

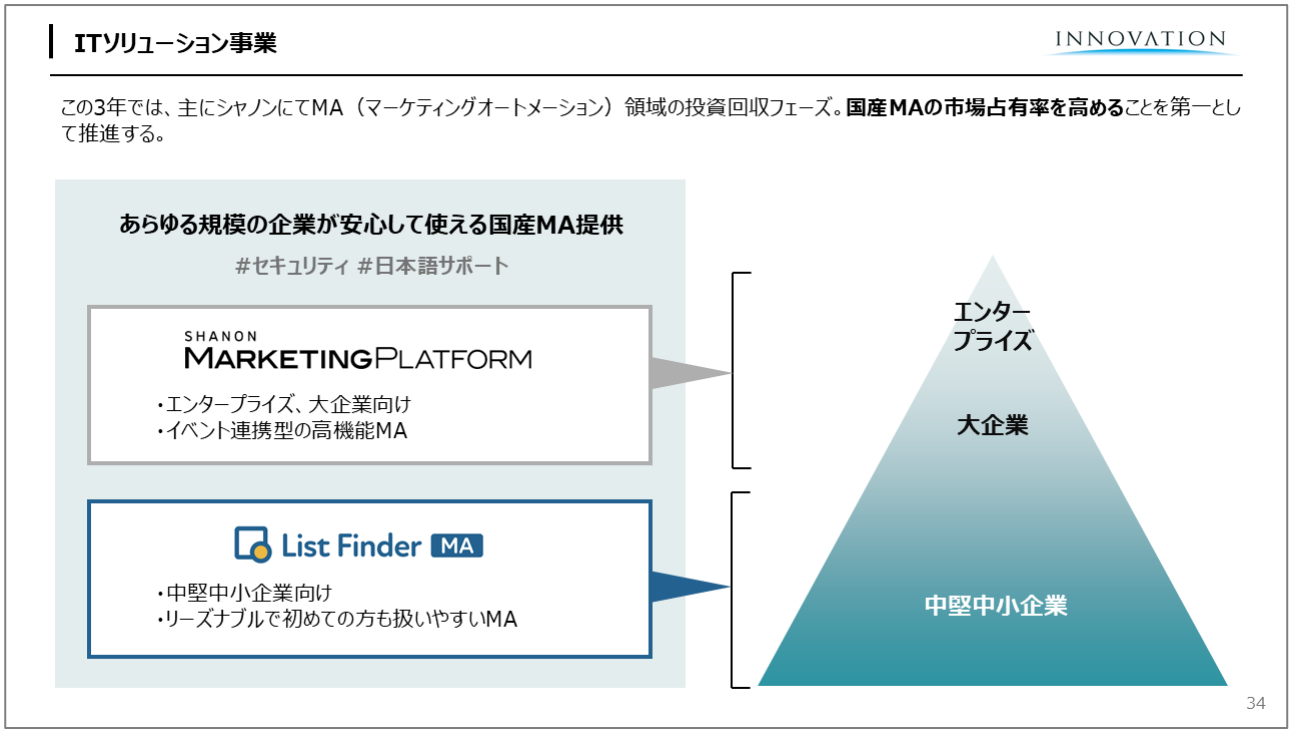
2025 年 1 月に株式会社シャノンを TOB し、グループインを実現しました。

当社グループが従来販売しておりました SaaS ツール「List Finder」は、シャノン社と同じ種別の MA（マーケティングオートメーション）ツールですが、対象としている顧客層が異なります。「List Finder」は中小企業を対象にしておりますが、「SHANON MARKETING PLATFORM」は大企業やエンタープライズ企業を対象としております。

シャノン社の TOB により、中小企業から大企業まで使用いただけるツールを揃えることができました。様々な競合企業が MA（マーケティングオートメーション）を提供していますが、基本的には大企業向けや中小企業向けなど特定の層に特化しているケースが多く、当グループのように中小企業から大企業まで幅広くカバーする例は多くないと認識しております。

同社では、MA（マーケティングオートメーション）の国産 No.1 の会社を目指すことを掲げています。グループ間シナジーを活かし、アカウント数の拡大推進や、ミドル～SMB 向けの販売にも注力してまいります。

また、2025 年 12 月に、「List Finder」を運営する株式会社 Innovation X Solutions をシャノン社に譲渡いたしました。MA ツールの運営・営業・開発などのプロセスを統合することで、IT ソリューション事業においてより効率的な事業運営ができると考えております。



2-6. 最大のリスク要因は？どんな対策をしているのか？

AI の浸透はリスクであると同時に、チャンスでもあると考えています。

デジタルの世界では、生成 AI に限らず、これまでも複数回のゲームチェンジが起きています。携帯電話（ガラケー）からスマートフォンへの移行や、Windows の登場など、プラットフォームの変化がビジネスのルールそのものを変えてしまう出来事が過

去にもありました。ガラケー向けに事業を展開していた企業が、スマートフォンの登場によって大きな影響を受けたことは、その一例です。

今回の生成 AI の進展により、当社のビジネスの土台も大きく変わりつつあると認識しています。特にオンラインメディア事業では、検索から AI との対話へと情報収集行動がシフトしつつあることを踏まえ、生成 AI に引用されやすいコンテンツづくりや、月額サブスクリプションモデルへの転換を進めています（詳細は 1-7 をご参照ください）。この変化を的確に乗り切れるかが直近の大きな課題であると同時に、大きなチャンスでもあると捉え、中長期方針を軸に運営していきたいと考えています。

3. 本資料の取り扱いについて

本資料は、投資家の皆様への情報提供のみを目的として作成されたものであり、有価証券の取得、売却等の投資勧誘を目的としたものではありません。

本資料に含まれる将来の見通し、戦略、計画、見積等に関する記述は、現時点で入手可能な情報および合理的であると判断される一定の前提に基づくものであり、実際の業績等は様々な要因により、これらとは大きく異なる可能性があります。

また、本資料に記載された業界動向・統計情報等は、信頼性が高いと判断される情報源をもとに作成しておりますが、その正確性・完全性を当社が保証するものではありません。

本資料をご利用される際は、ご自身の判断と責任において行動いただくようお願いいたします。当社は、本資料の内容に基づいて生じたいかなる損害についても責任を負いかねます。