

PORT INC.

# 個人投資家向け説明会

ポート株式会社 証券コード：7047



## 取締役副社長COO 丸山 侑佑

---

1986年兵庫県（淡路島）生まれ。大学卒業後、人事組織コンサルティング会社を経て、東証一部に上場するソーシャルゲーム会社に転職しHRマネージャーを経験。

その後、2013年にポート株式会社に入社。  
同年、取締役COOに就任し事業担当役員として従事。  
2015年に組織拡大に伴う体制整備やIPOのためコーポレート部門の統括専任となり、取締役副社長COOに就任。

---

**01 会社紹介**

**02 事業ビジネスモデル**

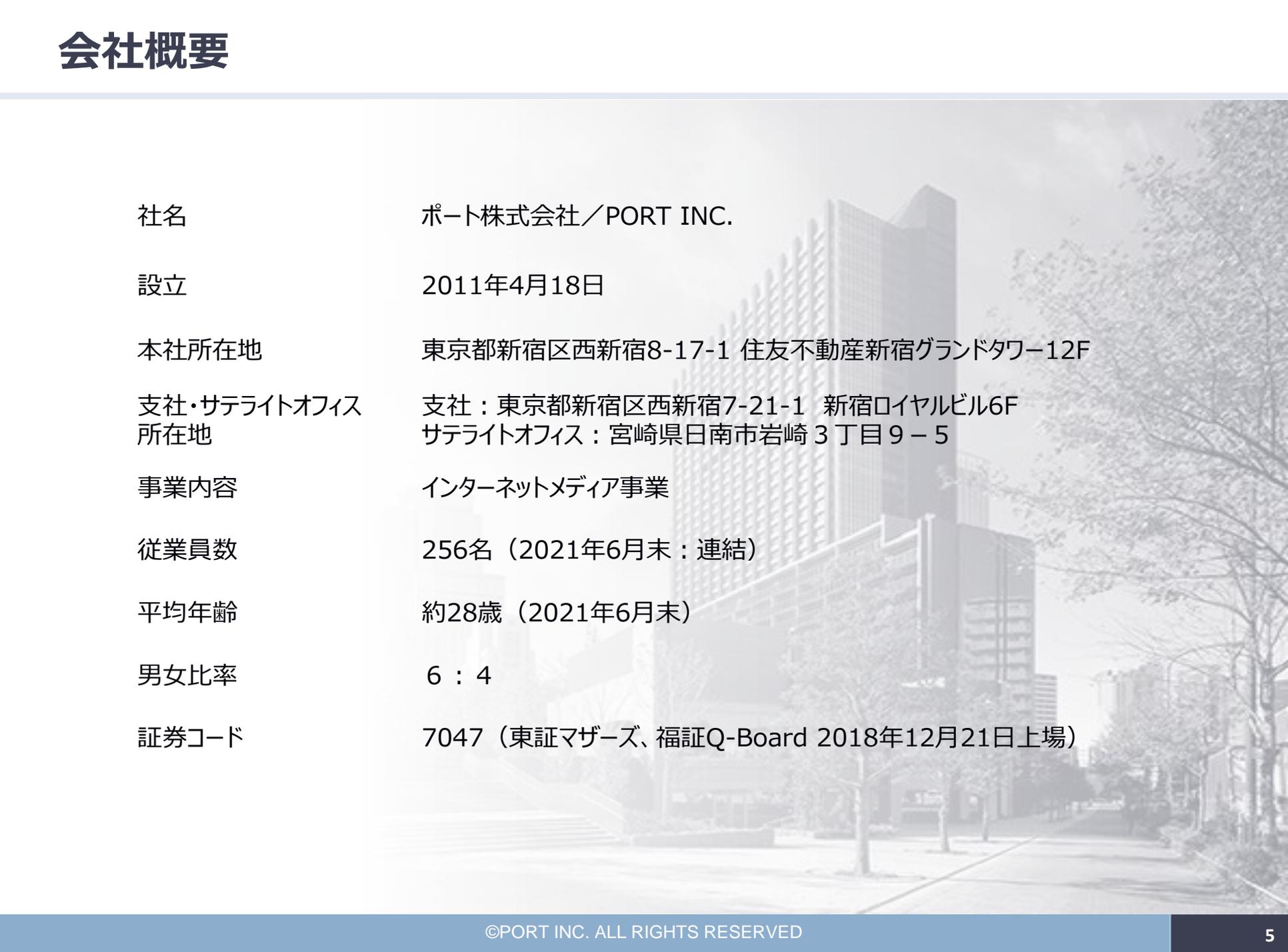
**03 2022年3月期 通期 業績予想**

**04 2022年3月期 第1四半期 決算**

01

会社紹介

# 会社概要



社名	ポート株式会社／PORT INC.
設立	2011年4月18日
本社所在地	東京都新宿区西新宿8-17-1 住友不動産新宿グランドタワー12F
支社・サテライトオフィス所在地	支社：東京都新宿区西新宿7-21-1 新宿ロイヤルビル6F サテライトオフィス：宮崎県日南市岩崎3丁目9-5
事業内容	インターネットメディア事業
従業員数	256名（2021年6月末：連結）
平均年齢	約28歳（2021年6月末）
男女比率	6：4
証券コード	7047（東証マザーズ、福証Q-Board 2018年12月21日上場）

# 事業紹介

各領域において、マッチングDXメディアや新規プロダクトを開発。

## 就職

 **キャリアパーク!**

 **就職の未来**

国内最大級の就活ノウハウ情報サイト

 **就活会議**

国内最大級の就活生向け  
企業口コミ情報サイト

 **イベカツ**

就活生向けイベント情報サイト

 **キャリアパーク!**  
**就職エージェント**

就活生と企業のマッチング支援サービス

## リフォーム

業界最大級の外壁塗装専門サイト

**外壁塗装の窓口**

業界最大級の  
外壁塗装専門サイト

## カードローン

 **マネット** **カードローン**

プロの解説とみんなの口コミが集まる  
カードローン情報サイト

## 新規

 **ゆくくるサーベイ**  
YUKUKURU SURVEY

自治体向け転入転出調査アプリ

 **ポートメディカル**  
オンライン診療プラットフォーム

**telemedEASE BP**

高血圧診療支援アプリケーション

 **Futurizm**  
フューチャリズム

フリーランスエンジニアマッチングサービス

# 会社の歴史

## 創業

FY2011（1期目）

- 創業者の春日が大学卒業と同時に創業
- 東京都渋谷区渋谷にて、株式会社ソーシャルリクルーティング設立

## 新規 プロダクト

FY2014（4期目）

- 就職ノウハウ情報サイト「キャリアパーク！」の運用を開始

## 会社名 変更

FY2015（5期目）

- 商号をポート株式会社に変更
- 本社を東京都新宿区西新宿に移転
- 遠隔診療プラットフォーム「ポートメディカル」の運用を開始

## 地方 進出

FY2016（6期目）

- 宮崎県日南市にサテライトオフィスを設立
- ファイナンス領域の情報サイト「マネット」サービス開始

## 上場

FY2018（8期目）

- 東京証券取引所マザーズ及び福岡証券取引所Q-Boardへの新規上場

## M&A グロース

FY2020（10期目）

- 就活口コミ情報サイト「就活会議」を運営する就活会議株式会社をM&A
- リフォーム領域メディア「外壁塗装の窓口」を運営するドアーズ社をM&A
- 中期経営計画を発表

Corporate Name

# PORT

歴史的に港はヒト・モノ・カネの交換機能インフラであった。

大きな市場（＝海）に新しいアタリマエ（＝港）を創れる会社を目指したい。

Mission

## 世界中に、アタリマエとシアワセを。

社会課題をテクノロジー×リアルで解決することで、

あったらいいのではなく、なくてはならないを創出し、

全ての人を幸せにしていきたい。

# 成長戦略で築くアセット

非日常領域のマッチングDX戦略に基づき、各産業でマッチング最大化を目指す取り組みにより、  
ユーザー基盤、投資資金顧客基盤の3つの基盤を蓄積することができる。

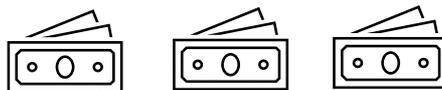
## ユーザー基盤

業界変革をする上でサービスを利用するユーザーの基盤が必要



## 投資資本

課題解決のためにはプロダクトに投資し続けられる企業体力が必要



## 顧客基盤

業界変革に向けたアプローチをする顧客基盤が必要



## マッチングビジネス

会員化モデルにより  
ユーザー基盤を構築

マージン型モデルにより  
高い収益性を実現

成果報酬型モデルにより  
契約ハードルが低下

# 社会課題と事業

就活会議において、求人掲載から採用まで完全0円のできる「0円求人」をリリース。  
資本力に左右されない、**社会を支えるすべての企業に平等な採用機会を提供し、  
就職活動生があらゆる求人にアクセスできるプラットフォーム**を目指す。

 **就活会議** 0円求人

業界初！0円新卒採用はじまる



※リリースより抜粋

## ■実施背景

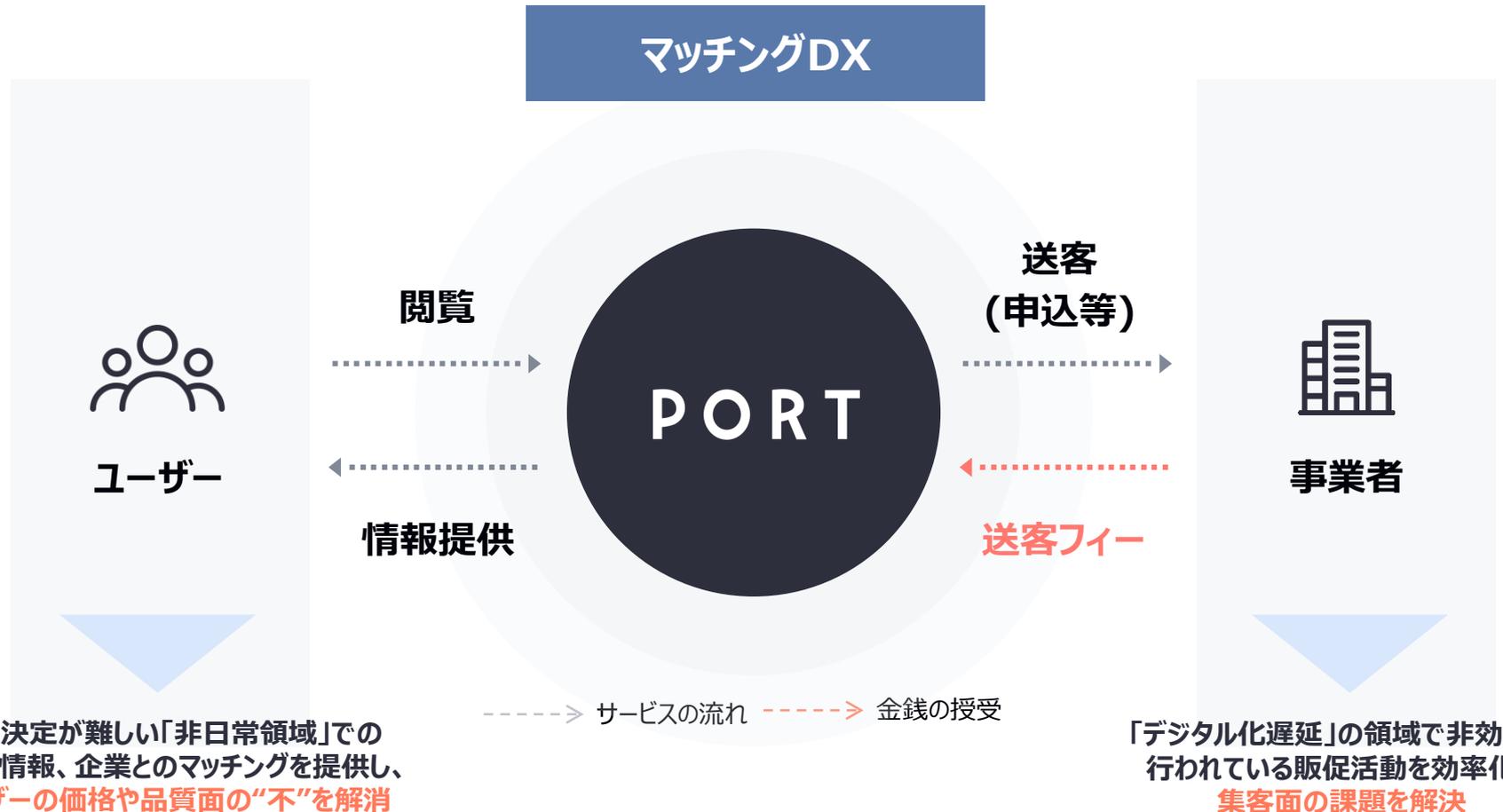
人口減少を背景に年々人手不足による人材獲得競争は激しさを増す中において、企業の採用単価（1名採用するにあたって必要なコスト）も年々上昇傾向にあり、資本力の差が採用成果に直結する時代となりました。また、求職者である学生にとって、アクセスできる求人の範囲が限定的であるという点において情報の非対称性が解消されず、資本力に依存した求人広告モデル（露出量が企業からの出稿額に比例し、かつ成果＝採用成功が保証されないモデル）はこの課題を一層深刻な状況に進展させるものと考えます。資本力に左右されず、社会を支えるすべての企業に平等な採用機会を提供し、また就職活動生があらゆる求人にアクセスできるプラットフォームが今の日本には必要であると考えます。

02

事業・ビジネスモデル

# ビジネスモデルについて

各領域においてユーザーと事業者のマッチングをデジタル化（DX）し、ユーザーの最適な意思決定を支援するビジネスを展開。



# — PORT

## 経営方針

「社会課題」領域を前提として、「非日常」「デジタル化遅延」領域であるマーケットに重点的にアプローチしていく。

### 社会課題領域

社会の構造的かつ普遍的な課題を抱えている伝統的な産業。

### 非日常領域

情報の非対称性が高く、意思決定も難しいことから、ユーザーにノウハウが乏しく、介在価値が残り続ける。

### 重点アプローチ

### デジタル化遅延領域

技術革新の遅れにより非効率な状態であり、改善した際のインパクトが大きい。

# 対象市場の参入基準

前項で対象とする市場への参入判断の基準を明確にし、これらの基準にあてはまる領域に進出していくことで、再現性高く、「新規領域参入→ビジネス拡大」をしていくことができる。今期買収したリフォーム領域も含め既存領域も凡そ基準にあてはまっている。

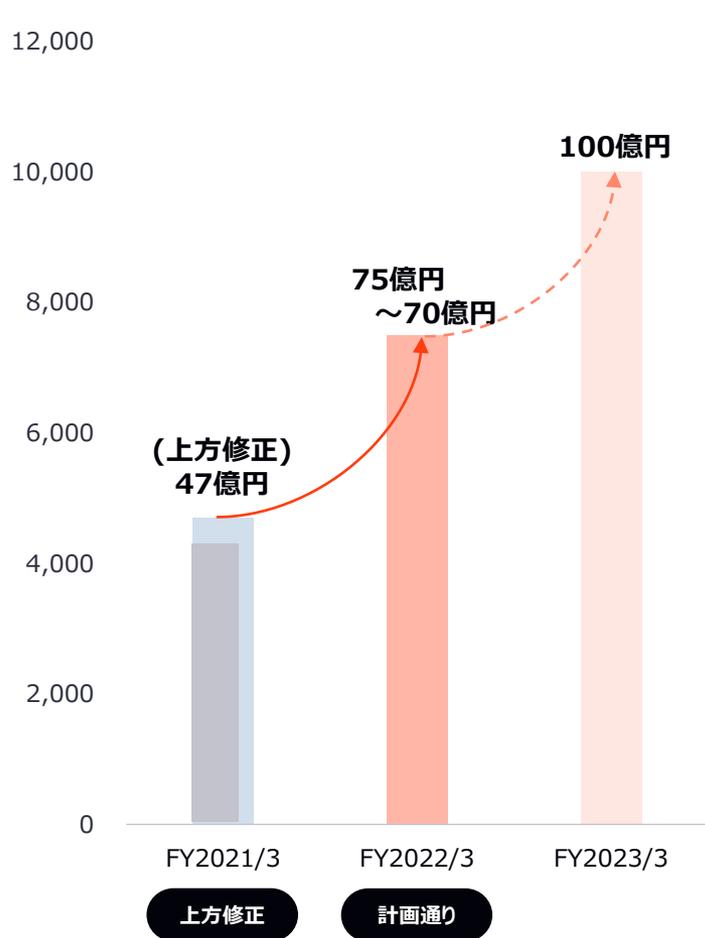
参入基準	就職	カードローン	リフォーム	説明
普遍性が高い	○	○	○	情報の流行性が低く、コンテンツのライフサイクルを長くすることができる領域。
ユーザーの経験頻度が少ない	○	○	○	就職は人生に1回、カードローンやリフォームも人生に何度も経験する領域ではないため、ユーザーに知識が蓄積されないためコンテンツメディアが必要とされる領域。
選択肢が多い (顧客が多い)	○	○	○	ユーザーにとって選択肢が多く、マッチングのミスマッチも起きやすい領域。また、顧客資産を得ることができる。
会員型モデル	○	× 要改善	○	サービスの閲覧から会員化することができる領域。会員化することで、ユーザーの基盤をつくることができる。 中期経営計画パートにてカードローン領域の会員型モデルへの対応について説明。
成果報酬型 マッチングモデル	○	○	○	当社の得意とする成果報酬型のマッチングモデルを横展開できる領域。

# 03

## 2022年3月期 通期 業績予想

# 2022年3月期 通期業績予想

- 2022年3月期の業績の主要指標は中期経営計画から変更なし（2022年3月期第1四半期より、IFRSを適用）。
- 売上高は+59.4%の上限75億円、EBITDAは+378%の上限9億円、当期利益は上限5億円を予定。
- 中期経営計画コミットメントの売上高100億円、EBITDA20億円にむけた重要な1年。

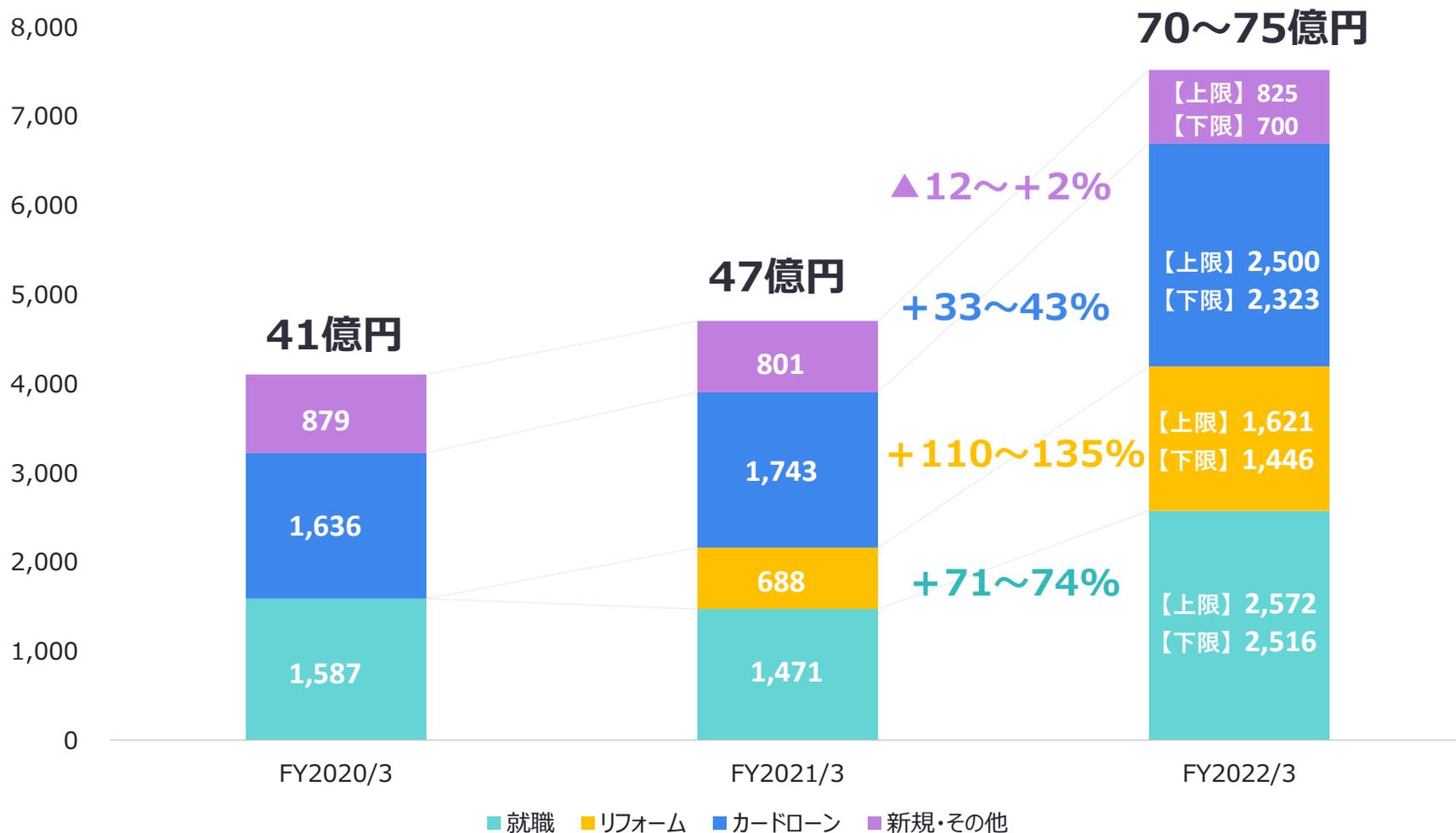


日本基準	2021年3月期	成長率 ※レンジの上の 数値で記載	IFRS	2022年3月期
売上高	4,704	+59.4%	売上高	【上限】7,500 【下限】7,000
調整後EBITDA	929		調整後EBITDA	【上限】2,000 【下限】1,500
EBITDA	188	+378%	EBITDA	【上限】900 【下限】500
営業利益	▲66		営業利益	【上限】700 【下限】400
経常利益	▲62		税引前当期利益	【上限】700 【下限】400
当期純利益	▲52		当期利益	【上限】500 【下限】300

単位：百万円

# 領域別売上高の成長率

- 既存事業にて売上高70億円を超える水準までグロース計画。
- 新規事業やM&Aは織り込まずに、レンジの目標達成を視野に入れている。

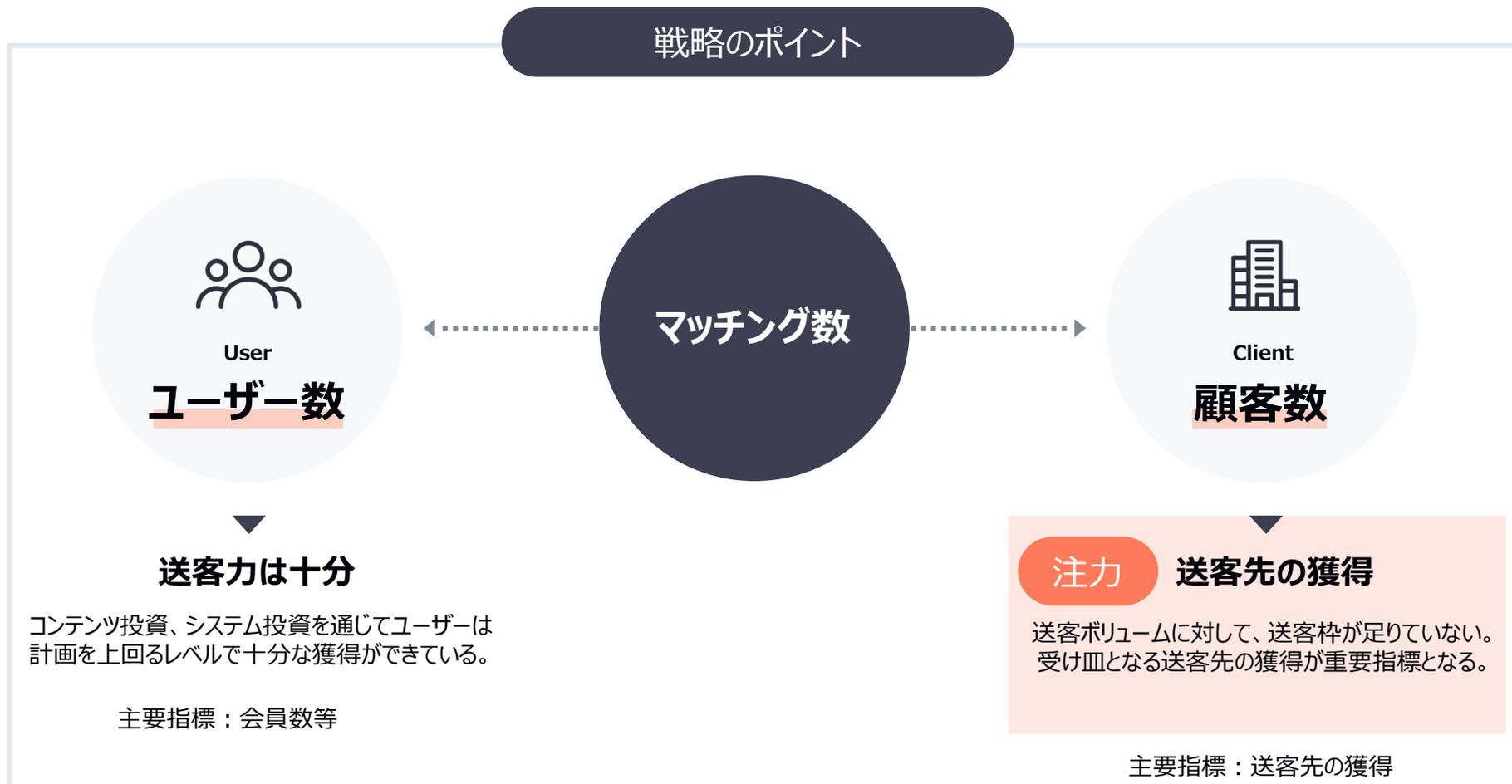


FY2021/3：就職領域で就活口コミ情報サイト「就活会議」をM&A／外壁塗装領域メディア「外壁塗装の窓口」を運営するドアーズ社を買収し、リフォーム領域に参入。

単位：百万円

# 2022年3月期の事業成長における重要ポイント

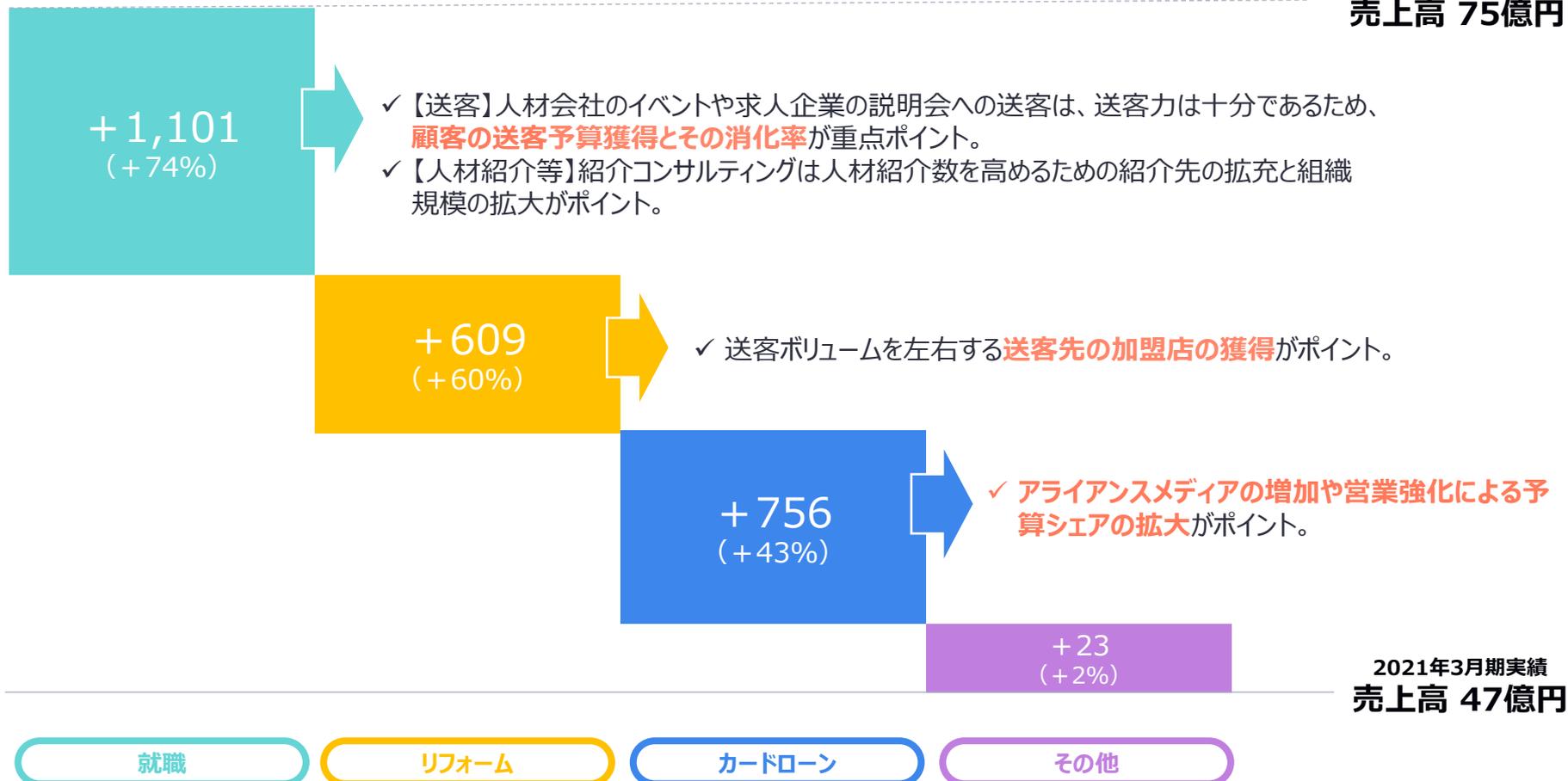
- 2021年3月期までに、コンテンツ投資、システム投資等を通じてユーザーは**計画を上回るレベル**で十分な獲得ができています。
- そのため、2022年3月期業績の達成に向けては全領域ともに受け皿となる**送客先の獲得が重要指標**となる。



# 領域別売上高の成長と重要ポイント

- 2022年3月期業績の達成に向けては全領域ともに**送客先の獲得が重要指標**となる。

2022年3月期予想（上限）  
売上高 75億円



※各領域レンジの上の数値で記載

単位：百万円

# 各領域の進捗

- 事業成長における重要ポイントである送客先の拡充は、全領域ともに積極的に業務提携を進め、進捗良好である。

## 就職



目的：「地方自治体・地方企業の雇用DX」の推進を図る  
期待効果：地方自治体・地方企業の顧客基盤の拡充



取り組み：人材紹介会社向け送客支援  
期待効果：キャリアバンクが抱える全国の人材会社へ送客が可能

## リフォーム



取り組み：施工業を運営する一人親方向けのサービスを共同で運営  
期待効果：加盟店数増加（塗装業の一人親方が加盟）



取り組み：双方の得意領域を活かし、相互送客を行う  
期待効果：ユーザー層の拡大

## カードローン



取り組み：個人事業主や中小企業向けのメディアを共同運営  
期待効果：オーガニック送客数増加

A社 ※社名非公開

取り組み：A社のオウンドメディアの開発・運営  
期待効果：オーガニック送客数増加

04

2022年3月期 第1四半期 決算

# エグゼクティブサマリー 2022年3月期 1Q 業績ハイライト

売上収益 **1,422**百万円 調整後EBITDA **261**百万円 EBITDA **75**百万円

- ✓ **YonY +87%**と大きく伸長。1Qの会社計画を上回り、**通期業績予想達成に向けて順調なスタート**。
- ✓ 四半期**最高売上更新**。戦略的な大規模投資の実行中ではあるが、**黒字転換に成功**。
- ✓ 就職とカードローン領域は、**現在の成長率で通期目標達成水準**。リフォーム領域は2Q以降の伸長に向け投資継続。

## 就職

会員シェア率70%の基盤を活かし、さらに送客先の拡充や人員拡充が進んだ結果、堅調に業績成長した。

売上収益 : **400** 百万円 (YonY **+63%**) KPI①送客予算 : YonY **+104%**

事業利益 : **158** 百万円 (YonY **+75%**) KPI②人材紹介数 : YonY **+37%** 組織拡大 : **+117%**

## リフォーム

ユーザーからの問い合わせ数は増加したが、送客先の枠の不足により計画上は軟調に推移。

売上収益 : **252** 百万円 (YonY **+1.6%**) KPI①送客数 : **▲2.9%** ユーザー問い合わせ数 : **+15%**

※2020年8月から連結化のため参考値

事業利益 : **22** 百万円 KPI② 成約契約数 : **▲6%** 累計加盟店数 : **+11%**

## カードローン

業界シェアを拡大し大きく成長。アライアンスメディアも好調で事業利益率が改善傾向に。

売上収益 : **590** 百万円 (YonY **+97%**) KPI①送客数 : **+86%**

事業利益 : **109** 百万円 (YonY **+121%**)

## その他・新規

フリーランス支援サービスは順調に推移したが、新規メディアが軟調で売上収益は減少。

売上収益 : **180** 百万円 (YonY **▲16%**) 事業利益 : **17** 百万円 (YonY **▲73%**)

# 業績ハイライト 2022年3月期 第1四半期 会計期間

- 1Qは前年同期コロナの影響が大きかった就職領域の順調な成長、カードローン領域の好調に加え、リフォーム領域が加わり、売上収益**YoY +87%**と大きく伸長。1Q計画に対して、売上収益・利益ともに上回り**順調なスタート**。
- 継続的に投資を実行しているものの、1Qの**営業利益赤字計画に対して黒字転換**。なお、例年通り事業特性により業績は**下期偏重型**となる。また積極的な投資により、特に利益は下期偏重を想定。

※会計基準：IFRS	2022年3月期 1Q実績	2021年3月期 1Q実績	YoY	2022年3月期 1Q計画	計画比
売上収益	<b>1,422</b>	<b>760</b>	<b>+87%</b>	<b>1,421</b>	<b>100.1%</b>
調整後EBITDA	<b>261</b>	<b>94</b>	<b>+177%</b>	<b>205</b>	<b>127%</b>
EBITDA	<b>75</b>	<b>13</b>	<b>+473%</b>	<b>▲62</b>	<b>↗</b>
営業利益	<b>26</b>	<b>▲20</b>	<b>↗</b>	<b>▲115</b>	<b>↗</b>
税引前当期利益	<b>16</b>	<b>▲35</b>	<b>↗</b>	-	-
当期利益	<b>2</b>	<b>▲35</b>	<b>↗</b>	-	-

※EBITDA = 営業利益 + 減価償却費

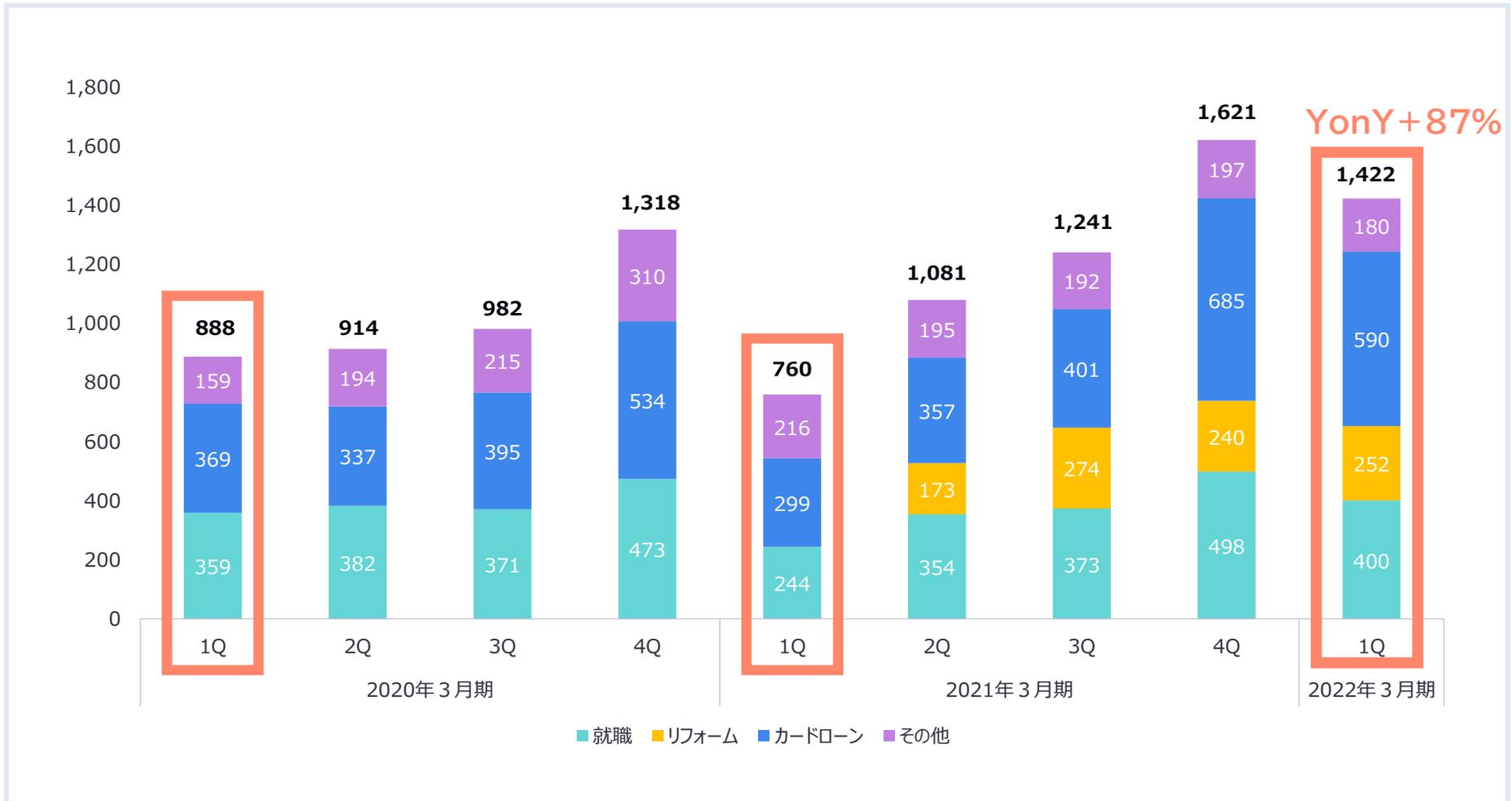
※調整後EBITDA = EBITDA + アカウント投資 + コンテンツ投資 + システム投資

※当第1四半期より、IFRSへ移行しておりますが、参考として、同年同期間におけるIFRS基準の数値と比較。

単位：百万円

# 売上収益の四半期推移

- 各領域の収益力が上がり、YoY **+87%**と大きく成長。
- 新型コロナウイルスの影響を受けていない2020年3月期1Qと比較しても **+60%**と成長している。



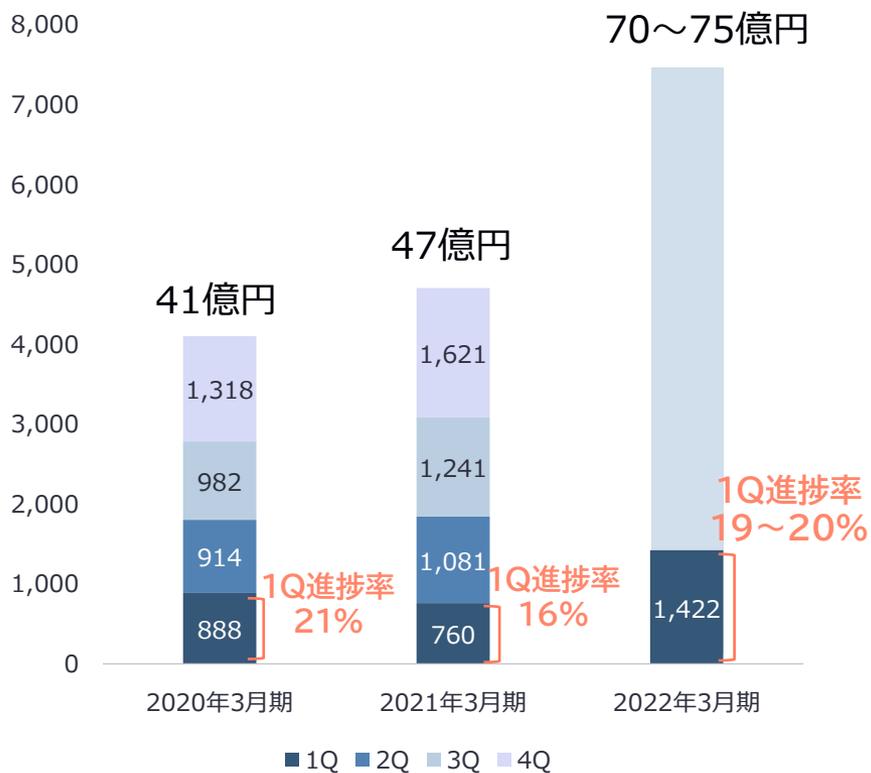
※2021年3月期以前は日本基準、2022年3月期以降はIFRS。

単位：百万円

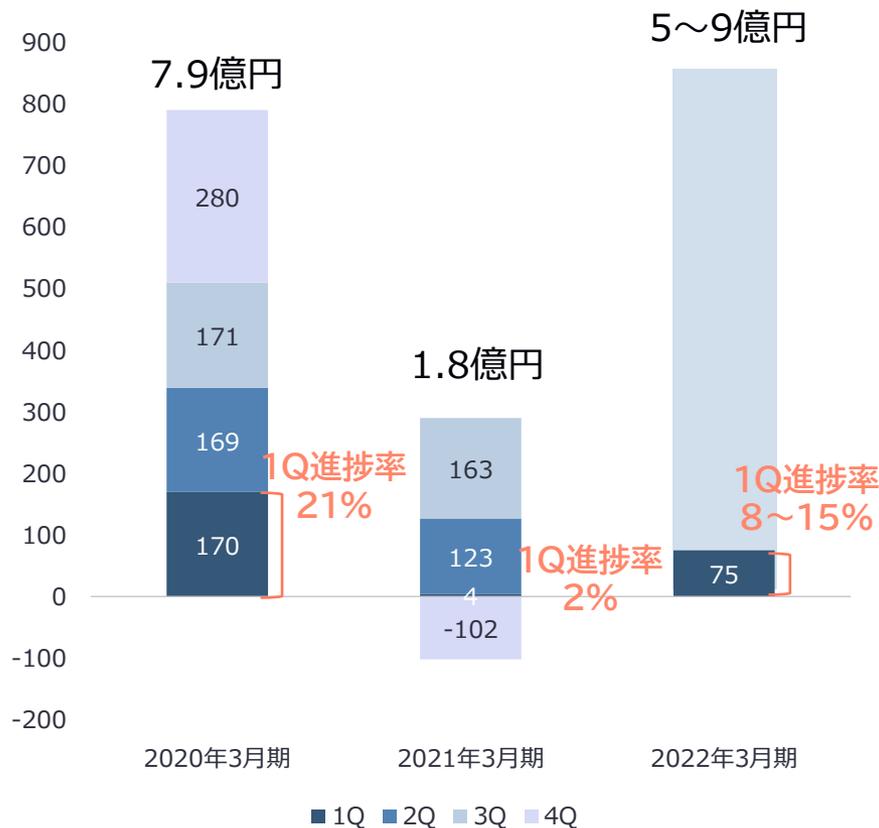
# 第1四半期 進捗状況

- 過去の実績からみても下期偏重型の収益モデルであるが、売上収益の1Qの進捗は例年通り19~20%と良好。
- EBITDAも積極的な投資を続けており進捗率は8~15%となったが、下期にかけて伸長を予定しており計画比で良好。

## 売上収益



## EBITDA

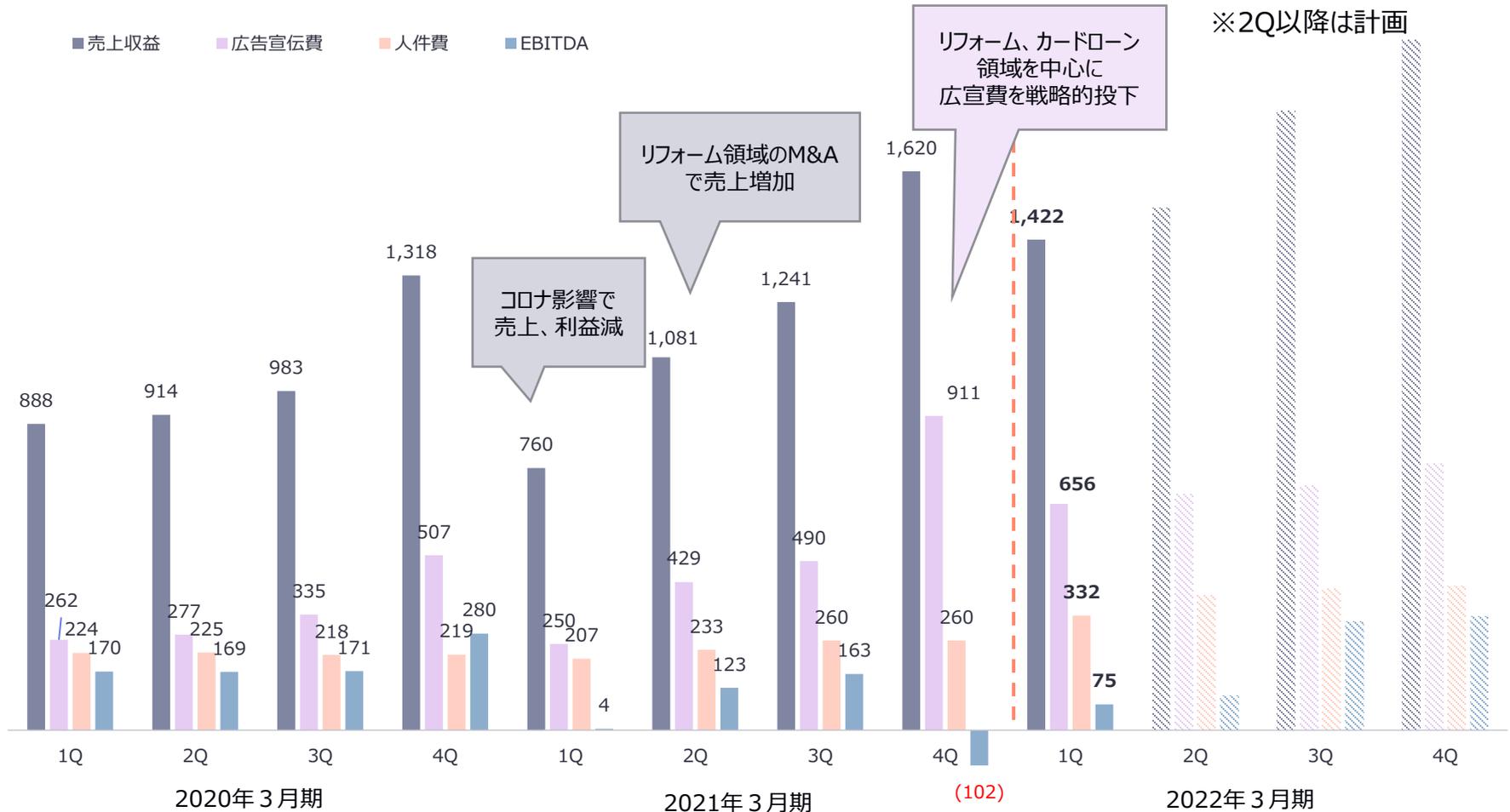


※2021年3月期以前は日本基準、2022年3月期以降はIFRS。

単位：百万円

# 売上収益・広告宣伝費・人件費・EBITDA推移（2Q以降は計画）

- 1Qの売上収益は順調に成長し、各利益指標も戦略的投資を継続しているが、**黒字転換に成功**。
  - 1QのEBITDAの進捗が軟調な理由は、例年新卒採用をはじめ春に人材採用を実施しており、今期に関しては中期経営計画実現に向けた戦略的投資（外注費・広告宣伝費）を継続していること、またコーポレート人員強化による人件費の増加も要因。
  - 2Q以降徐々に新規採用者の戦力化と送客先拡大等による広告宣伝効果の改善が見込まれ、売上伸長に対し利益拡大を見込む。



※2021年3月期以前は日本基準、2022年3月期以降はIFRS。

単位：百万円

# 質疑応答

