



2021年11月19日

各 位

会 社 名 ポ ー ト 株 式 会 社  
代 表 者 名 代 表 取 締 役 社 長 春 日 博 文  
(コード番号：7047 東証マザーズ)  
問 い 合 わ せ 先 取 締 役 副 社 長 丸 山 侑 佑  
TEL. 03-5937-6466

## <マザーズ>投資に関する説明会開催状況について

以下のとおり、投資に関する説明会を開催いたしましたので、お知らせいたします。

### ○開催状況

開 催 日 時	2021年11月12日(金) 19:00~21:10
開 催 方 法	Zoomを利用したオンライン配信
説 明 会 資 料 名	2022年3月期第2四半期 決算説明資料

### 【添付資料】

1. 投資説明会において使用した資料

PORT INC.

# 2022年3月期 第2四半期 決算説明資料

ポート株式会社 証券コード：7047



<b>01 2022年3月期 第2四半期 決算概要</b>	<b>P.3~16</b>
<b>02 2022年3月期 戦略と進捗状況</b>	<b>P.17~30</b>
<b>03 2022年3月期 第2四半期 領域別業績</b>	<b>P.31~53</b>
<b>04 お知らせ</b>	<b>P.54~55</b>

# 01

## 2022年3月期 第2四半期 決算概要

# エグゼクティブサマリー 2022年3月期 第2四半期 会計期間 業績ハイライト

売上収益 **1,491**百万円 調整後EBITDA **337**百万円 EBITDA **146**百万円

- ✓ 2Qは、前年対比で売上収益は**+38%**、EBITDA **+12%成長**。2Q単体、上期累計でも**過去最高売上**を更新。
- ✓ 就職・カードローン領域が牽引し、会社計画比で売上収益はほぼ計画水準、EBITDA、営業利益は計画を上回り着地。
- ✓ EBITDA等の利益水準は、上期進捗率、下期偏重を鑑みて**通期業績予想の利益レンジを上方修正**。

## 就職

1Qに引き続きYonY **+59%**と高い成長率を維持。

売上収益 : **565** 百万円 (YonY **+59%**) KPI①送客予算 : YonY **+111%**

事業利益 : **267** 百万円 (YonY **+30%**) KPI②人材紹介数 : YonY **+88%**

## リフォーム

売上収益はYonY **+14%**と増加トレンドに転じたが、依然として送客先の不足等により計画上は軟調に推移。

売上収益 : **282** 百万円 (YonY **+14%**) KPI①送客数 : **+4%**

事業利益 : **44** 百万円 KPI② 成約契約数 : **+14%** 累計加盟店数 : **+11%**

## カードローン

YonY **+34%**と年間成長率のレンジ内の成長を実現。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 : **481** 百万円 (YonY **+34%**) KPI①送客数 : **+27%**

事業利益 : **89** 百万円 (YonY **+132%**)

## 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 : **161** 百万円 (YonY **▲17%**) 事業利益 : **13** 百万円 (YonY **▲77%**)

# 業績ハイライト 2022年3月期 第2四半期 会計期間

- 2Qにおいても就職・カードローン領域が成長を牽引し、**+38%成長**で着地。2Q期間における**過去最高売上を更新**。
- 会社計画比で売上収益はほぼ計画水準、EBITDA、営業利益は計画を上回り着地。
- 当期利益は、前期の実質税金負担額が低いため前年同期比**▲28%**となった。特に利益は下期偏重を想定。

※会計基準：IFRS	2022年3月期 2Q会計期間実績	2021年3月期 2Q会計期間実績	YoY 増減率	2022年3月期 2Q会計期間計画	計画比
売上収益	<b>1,491</b>	<b>1,081</b>	<b>+38%</b>	<b>1,513</b>	<b>98.6%</b>
調整後EBITDA	<b>337</b>	<b>246</b>	<b>+37%</b>	<b>300</b>	<b>112%</b>
EBITDA	<b>146</b>	<b>129</b>	<b>+12%</b>	<b>100</b>	<b>146%</b>
営業利益	<b>96</b>	<b>92</b>	<b>+4%</b>	<b>46</b>	<b>209%</b>
税引前当期利益	<b>89</b>	<b>86</b>	<b>+2%</b>	-	-
当期利益	<b>54</b>	<b>76</b>	<b>▲28%</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


※2022年3月期第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



# 業績ハイライト 2022年3月期 第2四半期 累計期間

- 上期累計においても**過去最高売上を更新**。
- 上期累計の成長率は、通年の業績計画の成長率と**ほぼ同等**となっている。
- 利益に関しては、上期に投資を継続しているものの、**全指標前年同期比で増益**となった。

※会計基準：IFRS	2022年3月期 上期累計 実績	2021年3月期 上期累計 実績	YoY 増減率	2022年3月期 上期計画	計画比
売上収益	<b>2,914</b>	<b>1,841</b>	<b>+58%</b>	<b>2,934</b>	<b>99.3%</b>
調整後EBITDA	<b>599</b>	<b>340</b>	<b>+76%</b>	<b>505</b>	<b>118%</b>
EBITDA	<b>221</b>	<b>143</b>	<b>+55%</b>	<b>37</b>	<b>592%</b>
営業利益	<b>123</b>	<b>71</b>	<b>+71%</b>	<b>▲69</b>	
税引前当期利益	<b>105</b>	<b>51</b>	<b>+105%</b>	-	-
当期利益	<b>57</b>	<b>41</b>	<b>+38%</b>	-	-

※EBITDA = 営業利益 + 減価償却費

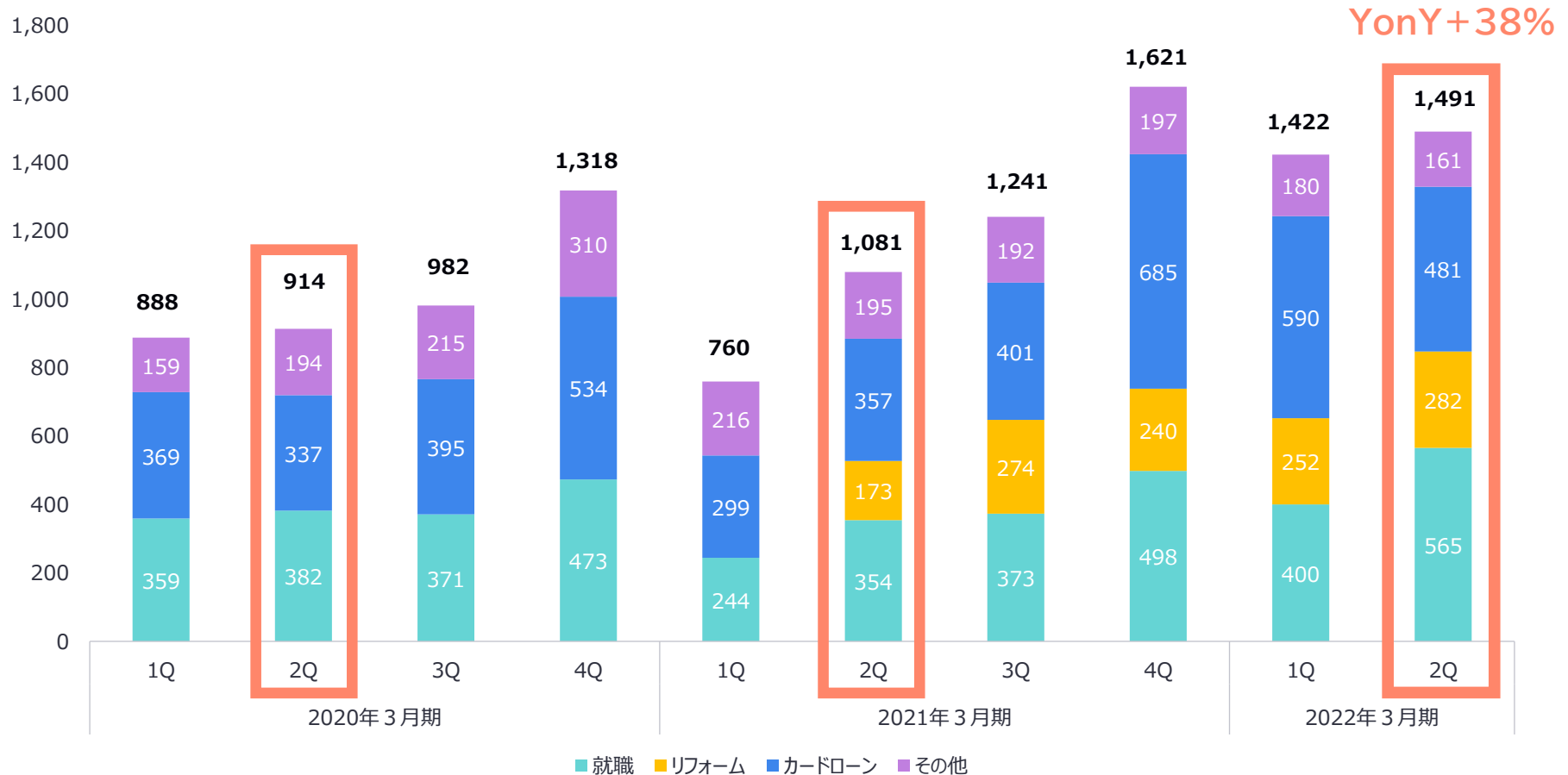
※調整後EBITDA = EBITDA + アカウント投資 + コンテンツ投資 + システム投資

※2022年3月期第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

- 前年、新型コロナウイルスの影響から回復基調であった2Qと比較してもYonY +38%と成長を継続。
- 就職領域では**四半期最高売上を更新**。カードローン領域は顧客予算の縮小等もあり1Qほどの成長率には及ばなかったが、年間成長率のレンジ内で着地。リフォーム領域は送客先等に課題が残り、軟調に推移。（後述）

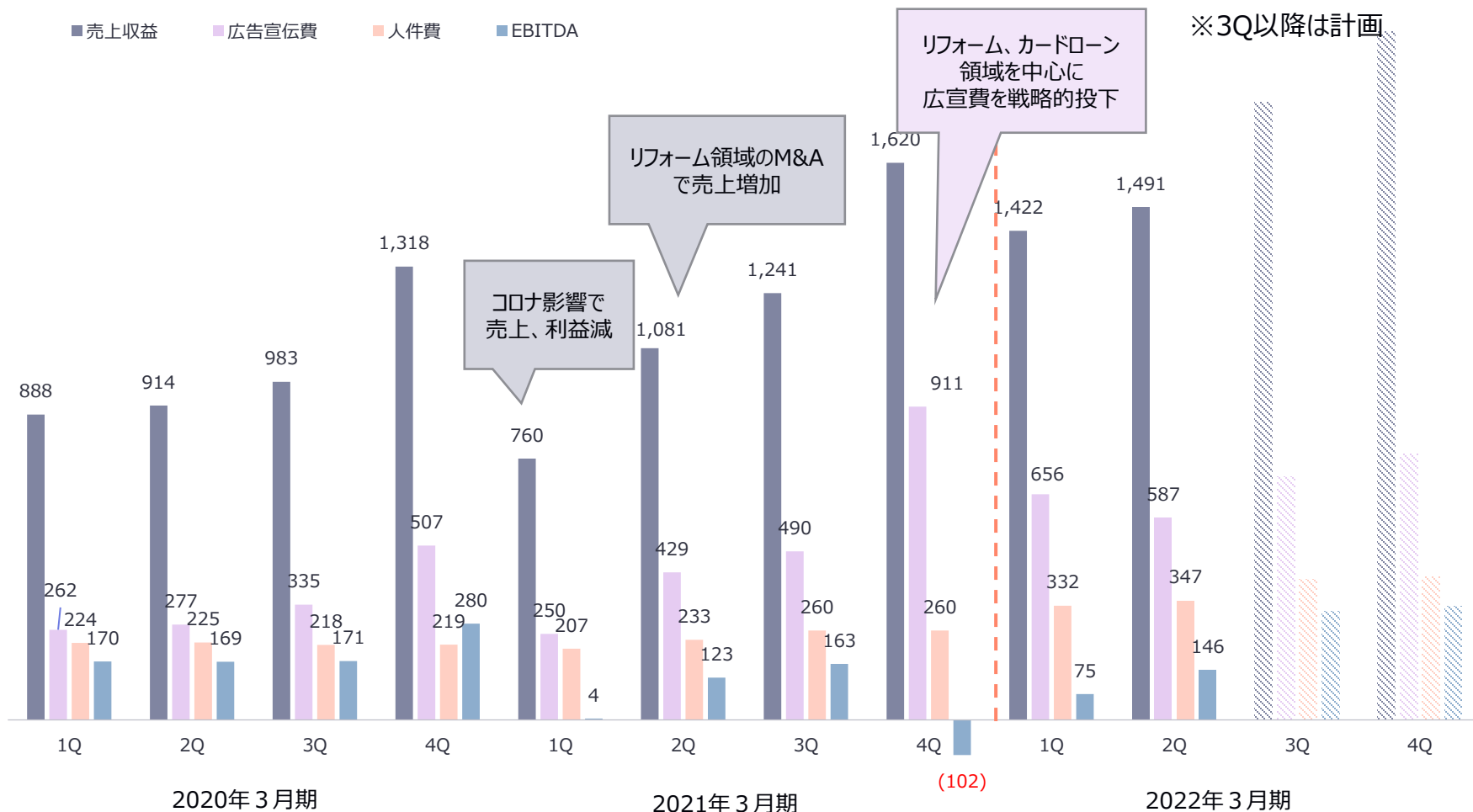


単位：百万円



# 売上収益・広告宣伝費・人件費・EBITDA推移（3Q以降は計画）

- 会社計画比で売上収益はほぼ計画水準、EBITDAは計画を上回り順調に推移。
- 売上収益、EBITDAともに下期偏重となるが、中期経営計画に向けても順調な推移を見込んでいる。
- 広告宣伝費、人件費は投資により前年対比で増加しており、3Q以降も計画的に投資を継続予定。



※2021年3月期以前は日本基準、2022年3月期以降はIFRS。

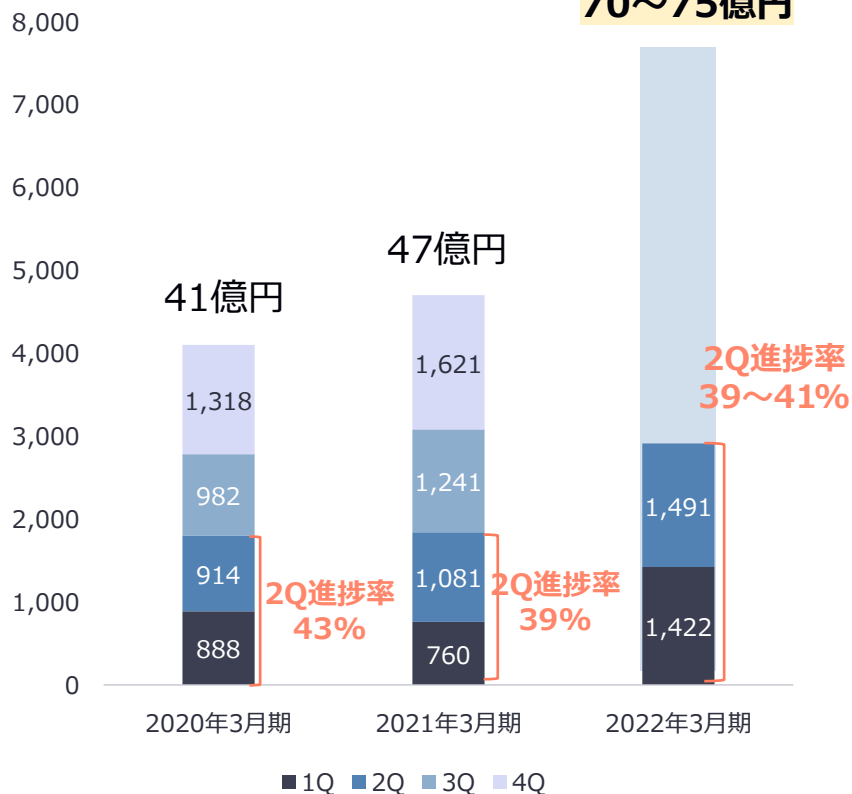
単位：百万円

# 第2四半期 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2Qの進捗は**例年通り40%前後と良好**。
- EBITDAは、下限に対して**44%と良好**で、下期にかけてさらに伸長を予定している。

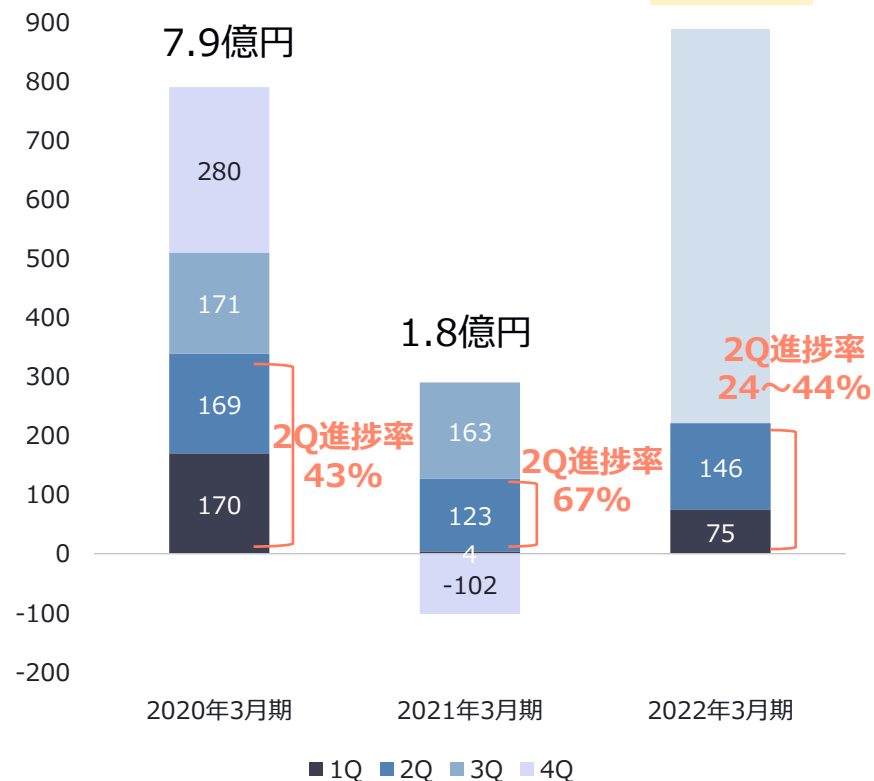
## 売上収益

70~75億円



## EBITDA

5~9億円



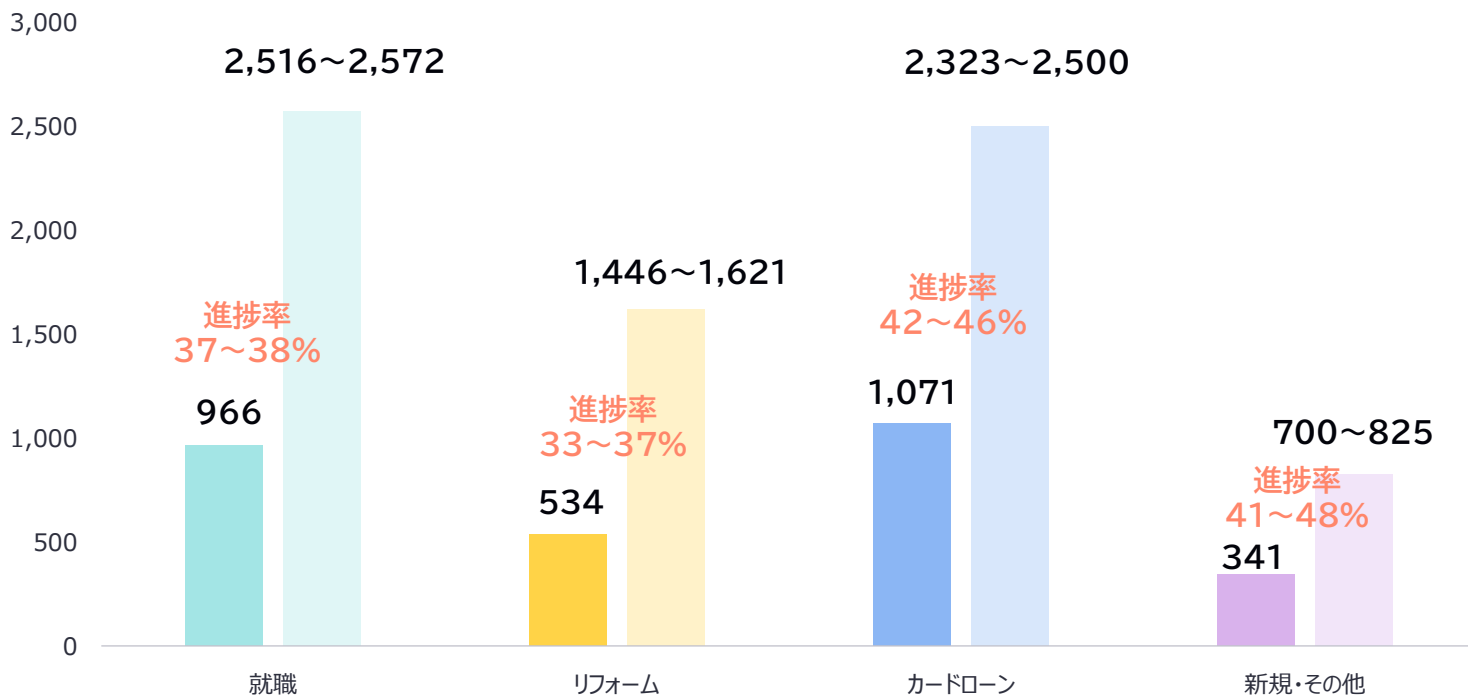
※2021年3月期以前は日本基準、2022年3月期以降はIFRS。

単位：百万円

## 第2四半期 領域別 進捗状況

- 就職領域、カードローン領域は下期偏重型となるため、**40%前後は計画通りの進捗**である。
- リフォーム領域は、計画よりビハインドしているため、業務提携や広告改善等を積極的に進めていく必要がある。
- 各領域の市況感や事業状況を見極めながら、全体での業績計画達成を目指していく。

各領域の進捗率



左：22.3期2Q累計  
右：22.3期通期予想

単位：百万円

# 中期経営計画 投資進捗

- 2Qは1Qと同規模の合計190百万円の投資を実行。
- 2Qでは、カードローン領域のアライアンスメディアのコンテンツ生成や、リフォーム領域のシステム開発を中心に投資を実行。

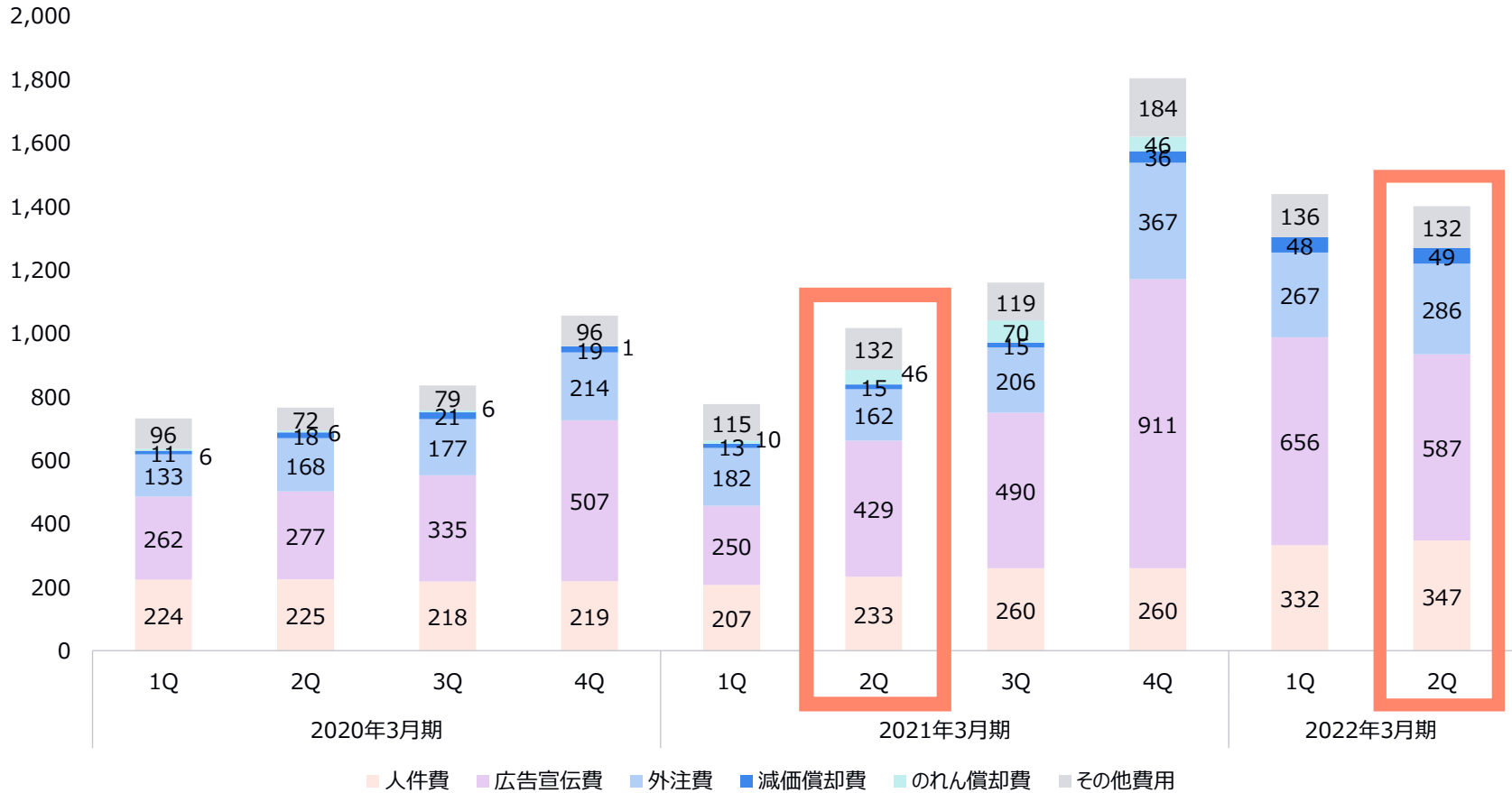
投資種別	投資額 2022年3月期 2Q	投資額 2022年3月期 上期累計	投資内容
コンテンツ投資	33百万円	65百万円	<ul style="list-style-type: none"> <li>動画コンテンツの生成（就職領域）</li> <li>オンライン学習コンテンツの生成（就職領域）</li> <li>就職診断コンテンツの生成（就職領域）</li> <li>オリジナルコンテンツの生成（リフォーム領域）</li> <li>アライアンスメディアのコンテンツの生成（カードローン領域）</li> <li>共同サービスの開発（就職領域）</li> <li>書籍出版（リフォーム領域）</li> </ul>
アカウント投資	36百万円	72百万円	<ul style="list-style-type: none"> <li>新規顧客開拓（就職・リフォーム領域）</li> <li>新商流のR&amp;D（就職・リフォーム領域）</li> </ul>
マッチング システム投資	120百万円	240百万円	<ul style="list-style-type: none"> <li>マッチングオペレーションのための人員強化（就職領域）</li> <li>費用削減のためのツール開発（就職領域）</li> <li>売上向上のためのツール開発（カードローン領域）</li> <li>マッチング効率の改善（リフォーム・カードローン領域）</li> <li>加盟店向け販売管理システムの開発（リフォーム領域）</li> <li>クロスセルのオペレーションシステムの構築（リフォーム領域）</li> </ul>

※ハイライト部分は2022年3月期第2四半期から投資開始した内容。

# 主な費用の推移

- 1Qから事業拡大に向けた人件費と広告宣伝費、外注費を戦略的に投下しており、引き続き投資は拡大していく方針。

## 営業費用の推移



※2021年3月期以前は日本基準、2022年3月期以降はIFRS。

# 2022年3月期第2四半期会計期間 営業費用前年同期比較

- 今期1Qからの組織拡大に伴い、人件費が増加。
- 引き続き外注費はコンテンツ投資、システム投資などの業務委託費により比率は上昇。

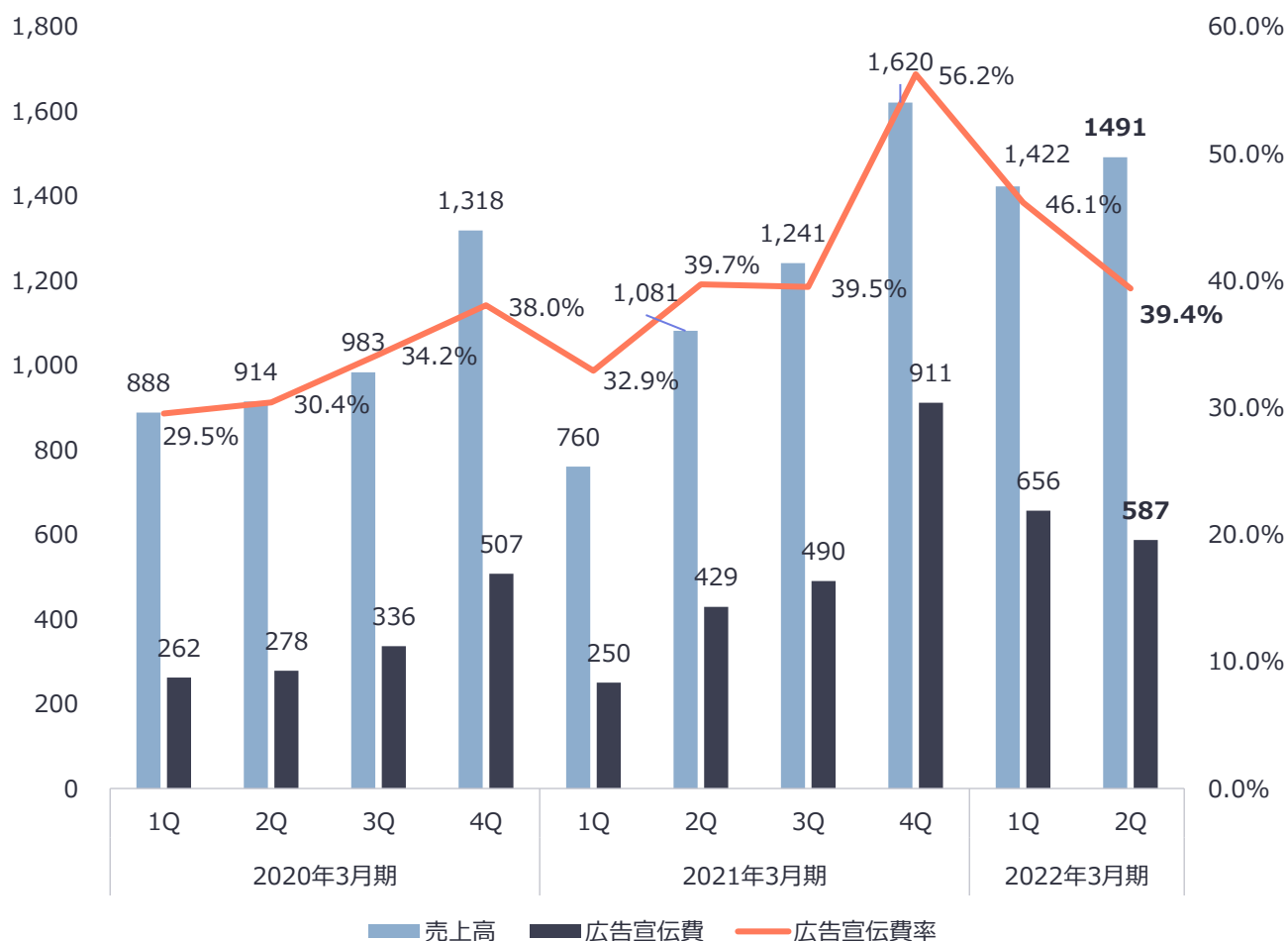
	2022年3月期 第2四半期	売上対比	2021年3月期 第2四半期	売上対比	増減額	売上対比
人件費	<b>347</b>	23%	<b>233</b>	21%	+114	+2%
広告宣伝費	<b>587</b>	39%	<b>429</b>	39%	+157	0%
外注費	<b>286</b>	19%	<b>162</b>	15%	+123	+4%
減価償却費	<b>49</b>	3%	<b>15</b>	1%	+34	+2%
のれん償却費	<b>0</b>	0%	N/A	N/A	N/A	N/A
その他費用	<b>132</b>	8%	<b>132</b>	12%	0	▲3%

※2021年3月期第2四半期は日本基準、2022年3月期第2四半期はIFRS。  
 ※のれん償却費については、比較対象外。

単位：百万円

# 売上収益広告宣伝費率の推移

- 売上収益広告宣伝費率は、カードローン領域の広告効率を重視したため39.4%とYonYで▲0.3%減少。
- 引き続き、市況感や広告効果を意識し、適切なコントロールを進めていく。



全社増減  
(YonY比)

▲0.3%

増加要因

リフォーム領域  
+0.8%

就職領域  
+0.9%

その他・全社コスト  
+0.7%

減少要因

カードローン領域  
▲2.7%

単位：百万円



# 財政状態計算書

- チェンジ社に対する第三者割当増資により資本を増強。親会社所有者帰属持分比率は**34.4%**（2021年6月末は31.2%）と健全水準。
- これまでM&A等成長投資については資本コスト、財務指標に留意し、負債にて調達実行。2022年3月期通期予想EBITDA、当期利益で財務指標改善も図る。

単位：百万円		2022年3月期2Q (2021年9末)	2022年3月期1Q (2021年6末)	2021/6末比
	流動資産合計	3,763	3,555	208
	非流動資産合計	2,915	2,946	▲30
<b>資産合計</b>		<b>6,678</b>	<b>6,501</b>	<b>177</b>
	流動負債合計	1,941	1,847	94
	非流動負債合計	2,442	2,628	▲185
<b>負債合計</b>		<b>4,383</b>	<b>4,475</b>	<b>▲91</b>
<b>資本合計</b>		<b>2,294</b>	<b>2,025</b>	<b>268</b>

単位：百万円

# のれんに対する当社評価

- 就職領域は足元の業績はM&A時の計画以上に推移。リフォーム領域は計画上は軟調に推移しているが2Qから回復基調。3Q以降さらなる伸長を目指し戦略を実行。今後の見通しは順調であり、中長期的な業績貢献が期待できる。

のれん

合計 1,909

2020年6月末買収

就活会議

638 ※1

2020年7月末買収

業界最大級の外壁塗装専門サイト  
外壁塗装の窓

1,270 ※2

市場	○	若年人口は減少傾向にあるものの、大学進学率の増加により大学進学者数は向こう20年横ばい。加えて採用激化により市場は拡大傾向。
業績	○	2Qも順調に買収計画時の業績を達成している。
見通し	◎	市場の回復を鑑みれば、買収時計画以上の進捗を期待できる。

市場	◎	新築の施工数は減少傾向であるものの、リフォーム需要は堅調。また、リフォーム申込のオンライン化により、当社に関連する市場は拡大傾向。
業績	○	買収後のPMIで短期的な施策が功を奏し、前期は急成長を遂げた。今期は送客先等が課題となり、計画上は軟調に推移しているが、2Qから回復基調。業務提携も順調に増え、さらなる成長を目指す。
見通し	◎	買収時計画通りの進捗を期待できる。

※1：「就活会議株式会社」が運営

※2：「株式会社ドアーズ」が運営

単位：百万円

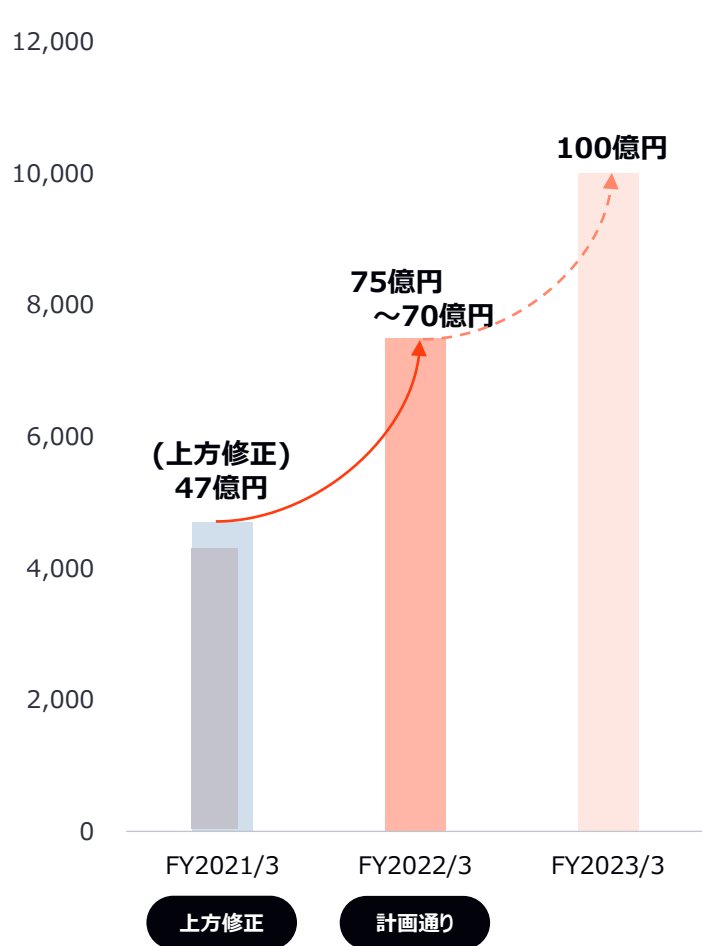
# 02

## 2022年3月期 戦略と進捗状況

# 2022年3月期 中期経営計画

再掲

- 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1Qより、IFRSを適用）。
- 売上収益は+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収益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%	売上収益	【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

# 業績予想の修正について

- 就職、カードローン領域を中心に順調に推移しており、売上収益については期初予想レンジを据え置き、EBITDA以下の各利益について**期初レンジ予想を上方修正**。
- 売上収益はほぼ計画通りの進捗に対して、収益力の改善により、投資コストを吸収し、**各利益において計画を上回る進捗**となっている。

単位：百万円	前回発表予想 (A)	今回修正予想 (B)	増減額 (B-A)
売上収益	【上限】 7,500 【下限】 7,000	【上限】 7,500 【下限】 7,000	-
調整後 EBITDA	【上限】 2,000 【下限】 1,500	【上限】 2,000 【下限】 1,500	-
EBITDA	【上限】 900 【下限】 500	【上限】 900 【下限】 <b>700</b>	【上限】 - 【下限】 <b>200</b>
営業利益	【上限】 700 【下限】 400	【上限】 700 【下限】 <b>550</b>	【上限】 - 【下限】 <b>150</b>
税引前 当期利益	【上限】 700 【下限】 400	【上限】 700 【下限】 <b>550</b>	【上限】 - 【下限】 <b>150</b>
当期利益	【上限】 500 【下限】 300	【上限】 500 【下限】 <b>400</b>	【上限】 - 【下限】 <b>100</b>

# 業績予想の修正について 各領域の状況

## 就職

就活生の7割以上となる会員を基盤に送客、人材紹介ともに順調に推移し、3Q以降も引き続き順調な業績が見込める。

## リフォーム

当初期首計画に対しては売上収益、事業利益ともに軟調な推移をしているものの、課題については明確に把握できているため、販管費を抑制することなく、改善に向けて効果的な投資活動方針を強化し、取り組んでいく。

## カードローン

1Qに比較すると2Q以降は顧客予算抑制が見込まれるものの、前期4Qにおいて戦略的に実行した広告宣伝効果やアライアンス効果、また広告効率を重視した運用もあり、事業利益は順調な推移を見込む。

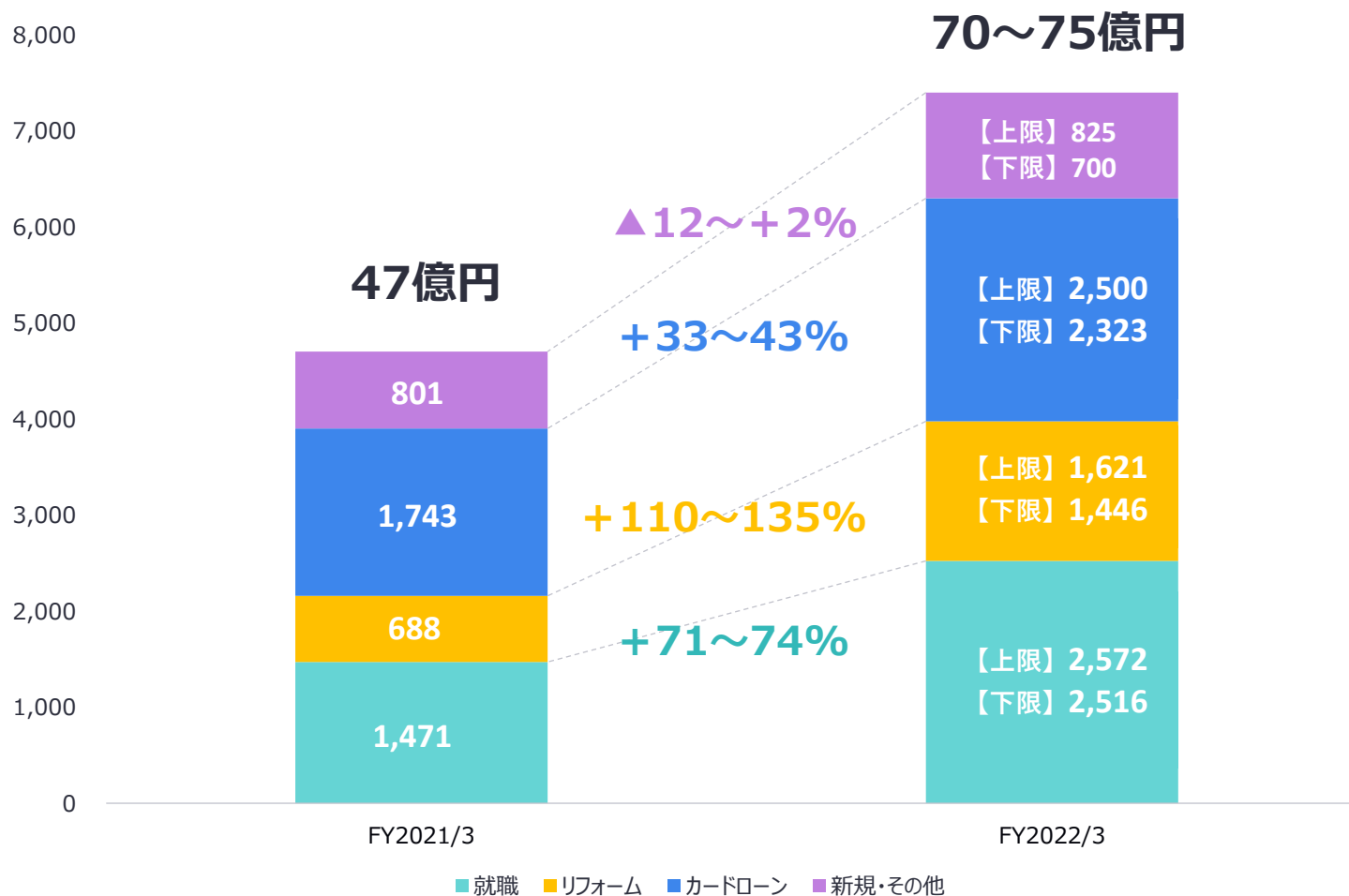
## 新規・その他

フリーランス支援サービスの更なる成長、業務提携の効果、及びエネルギー領域での事業開発等による伸長を見込む。

# 2022年3月期の領域別売上収益の成長率

再掲

- 既存事業にて売上収益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。

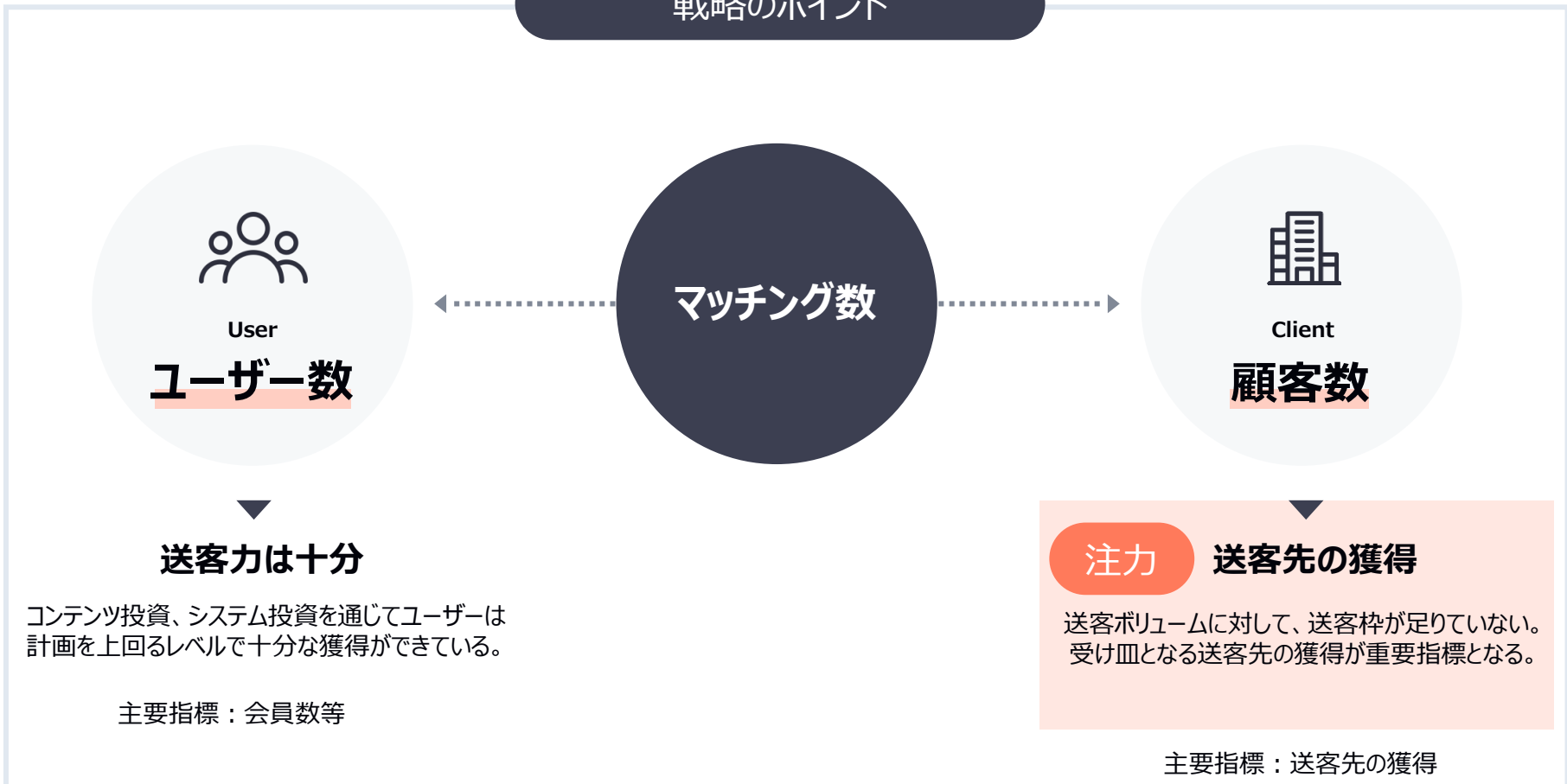


単位：百万円



- 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る。
- 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。

## 戦略のポイント



# 今期の主なリリース 就職

- 就職領域では送客先拡充のための業務提携が進んだ。チェンジ社とは地方の雇用課題解決のための取り組みを開始。

各リリースの進捗に関しては、進捗状況により必要に応じて今後、公表していく。

## 就職



2021/05/25

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  
進捗：取引先は順調に拡大中



2021/07/05

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  
進捗：各自治体とのオンラインインターンシップを共同運営



2021/08/13

取り組み：大学のキャリアセンターを利用する学生への新サービス  
期待効果：新たな会員獲得と顧客基盤の強化  
進捗：サービスリリースに向けて準備中

# 今期の主なリリース リフォーム

- 一人親方労災保険組合とは、自転車配達員向け労災保険サービスも開始し、順調に組合員数が増加。
- JBR、タウンライフは、すでに相互送客の取り組みを開始。

## リフォーム



2021/06/02

取り組み：建設業の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）  
進捗：ノウハウ注入により、組合員数が好調に拡大中



2021/09/01

取り組み：フードデリバリーの自転車配達員向け労災保険サービス  
期待効果：組合員数増加によるストック型収益の増加  
進捗：組合員が順調に集まっており、初速は好調



2021/07/27

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



2021/09/21

取り組み：双方の得意領域を活かし、相互送客を実施  
期待効果：ユーザー数の拡大  
進捗：送客を開始

# 今期の主なリリース リフォーム

- 送客先の拡充においては、ヤマダホームズ、カインズの2社への送客が決定。
- マッチングジャパン社とは、資本業務提携を締結し、シナジー創出に向け、各種取り組みを開始。
- 成約支援に向けたDXプロジェクトも本格始動させ、成約率向上に寄与。

## リフォーム



2021/09/06

取り組み：ヤマダホームズへの送客  
期待効果：対応エリアの拡大、様々なリフォームニーズへの対応  
進捗：2Qから送客を開始、今後業績貢献予定



2021/10/22

取り組み：カインズへの送客  
期待効果：対応エリアの拡大、様々なリフォームニーズへの対応  
進捗：送客開始に向けて準備中



2021/10/26

資本業務提携

取り組み：マーケティングノウハウの注入、相互送客、新規事業開発  
期待効果：相互サービスの更なる成長、  
リフォーム領域全体への参入の足掛かり  
進捗：シナジー創出に向け、各種取り組みを開始

## 成約支援に向けたDXプロジェクトを本格開始

2021/09/29

取り組み：加盟店向け販売管理システムの開発、  
販売支援体制のチーム設立、プラットフォーム力向上のための施策  
期待効果：プラットフォーム全体の収益性向上  
進捗：オペレーションシステムの開発中

# 今期の主なリリース カードローン

- オウンドメディアの開発や相互送客のための業務提携を発表し、各種送客を開始した。

## カードローン

### 消費者金融事業者 ※社名非公開

2021/06/28

取り組み：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  
進捗：共同メディアリリース完了、送客開始



2021/08/30

取り組み：オウンドメディア開発  
双方の会員資産を活用した相互送客  
期待効果：加盟店の資金繰りの安定化、加盟店増加  
進捗：共同メディアリリース準備中

## Life CARD

2021/11/05

取り組み：ライフカードのマーケティング支援  
期待効果：送客数増加  
進捗：送客を開始

The logo for Aucfan, featuring a stylized green "A" and the text "aucfan".

2021/07/13

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  
進捗：共同メディアリリース完了、送客を開始

### 大手消費者金融事業者 ※社名非公開

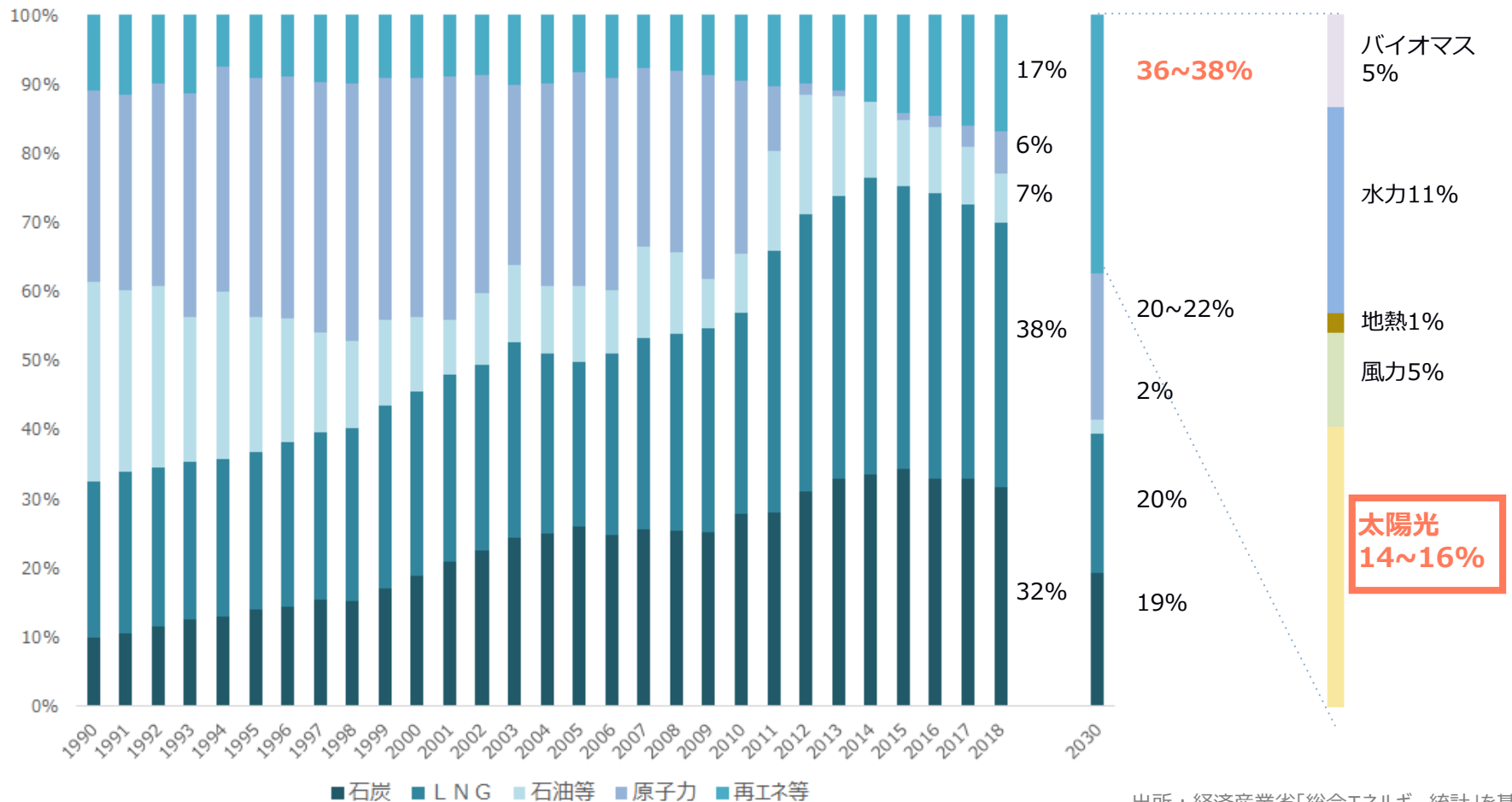
2021/10/05

取り組み：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  
進捗：共同メディアリリース完了、送客を開始

# トピックス：エネルギー領域参入①マーケット概況

- 世界各国で脱炭素に向けた取り組みが進む中、日本でも2050年に温室効果ガスの排出をゼロにする「**カーボンニュートラル**」を宣言し、各種取り組みが加速している。
- 再生可能エネルギーの比率を現状17%から、2030年には**36-38%**まで引き上げる方針。**(太陽光は14-16%)**

電力構成比の推移



出所：経済産業省「総合エネルギー統計」を基に作成

# トピックス：エネルギー領域参入②参入背景

- 「カーボンニュートラル」を目指してエネルギー領域へ参入。
- 第一弾として、マッチングによる再生可能エネルギー創出量最大化を目指す。

## エネルギー領域参入の背景

### リフォーム領域との親和性が非常に高い

政府は2030年に**新築戸建て住宅の6割に太陽光発電設備を設置する**目標を設ける方針。リフォーム領域におけるユーザーの多くが戸建ての家を有しており、住宅生活において悩みを抱えている点、太陽光事業との親和性が高く、当該領域の**ユーザー基盤を活用したクロスセルが可能**である。

### ユーザーの選択肢が多くマッチングDXニーズがある

太陽光発電に関する情報量や選択肢が増加していく中、ユーザーにとっての太陽光についての**意思決定の難易度は高まり**、適切な情報収集や比較検討の場の重要性はますます大きくなることが予想され、それに伴い**当社のマッチングDXの事業機会も拡大していくもの**と考えております。



# トピックス：エネルギー領域参入③具体的な取り組み

- まずは第一弾として、PPAモデル適用の太陽光パネル等の推進を図る。
- 今後エネルギー領域を中核事業に据えるべく、様々な事業開発にも積極的に取り組んでいく。

## 具体的な取り組み

### PPAモデル適用の太陽光パネル等による自家消費型社会の推進

PPAモデルを活用した自家消費型の**太陽光発電を提供する事業者と提携し**、  
当社リフォーム領域のサービスである「外壁塗装の窓口」から送客を実施。  
今後は、太陽光パネルのみならず蓄電池等、  
**様々なシステムの提供事業者との提携も積極的に検討。**

### 新規プロダクトの開発、M&A

エネルギー領域を当社の中核事業に据えるべく、  
マッチングDXメディアなどの**新規プロダクトの開発**や  
**M&A、アライアンスを中心に事業開発**に取り組んでいく。

# トピックス：エネルギー領域参入④新電力クロスセル

- テストマーケティングとしてリフォームユーザーに対する新電力クロスセルを実施。
- すでに**成約件数100件を突破**しており、リフォーム領域との親和性を確認。今後の拡大が見込める。



# 03

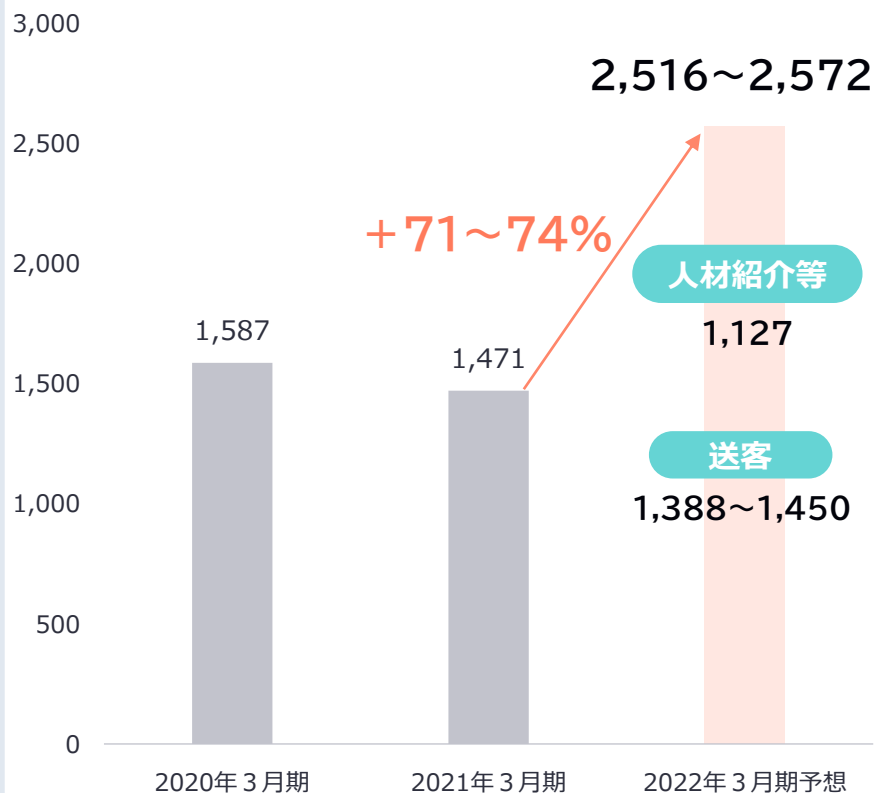
## 2022年3月期 第2四半期 領域別業績

**【領域別 業績・戦術・KPI】  
就職領域**

# 【前提】就職領域 業績予想及び2022年3月期戦術

- 人材会社のイベントや求人企業の説明会などへの送客は、会員は十分獲得できているため、**送客予算獲得とその消化率**が重点ポイント。
- 求人企業向けの人材紹介に関しては送客数を高めるための**紹介先の拡充**と**組織規模の拡大**がポイントとなる。

## 業績予想



## Key Driver

### 送客

売上発生：就活サービス、説明会などに送客した時点  
売上収益成長率（年間計画）：+65~72%  
送客予算（年間計画）：+62~69%

### 人材紹介等

売上発生：ユーザーと企業がマッチングした時点  
売上収益成長率（年間計画）：+75%  
マッチング担当（年間計画）：+100%

## 戦術

### 送客予算の獲得

人材会社、求人企業などの送客先拡充、地方案件の開拓を通じて予算を獲得する。テレマーケティング施策のパフォーマンスアップ、マッチングシステムの再開発によりマッチング率を高め、予算消化率をあげていく。

### 紹介先の拡充、組織規模の拡大

紹介対象となる会員数は十分であるため、流通量（人材紹介数）をいかに増やすかがポイントである。そのために紹介先の拡充とマッチング担当の補強を予定。

単位：百万円

# 就職領域 業績

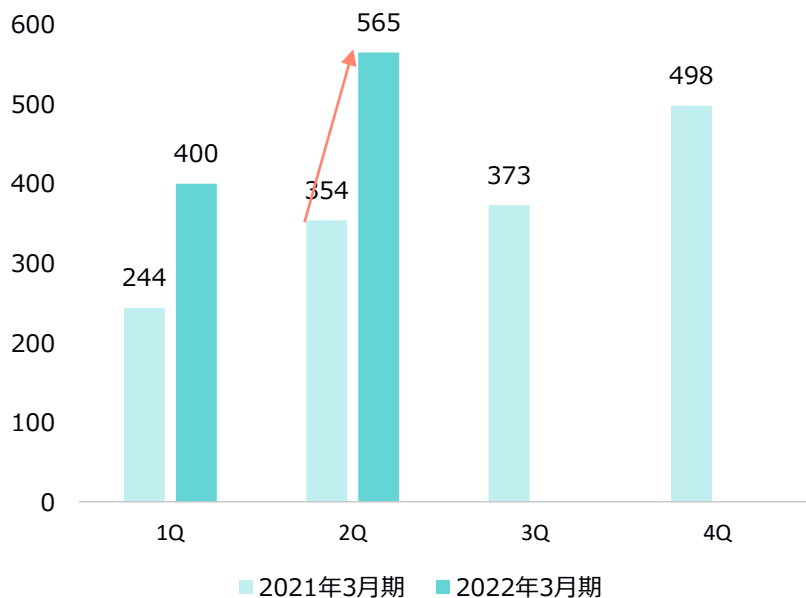
- 1Qに引き続き、送客、人材紹介ともに計画通りに進捗し、YonY **+59%**と約60%近い成長率を維持。
- 事業利益は人員増強とコンテンツ投資により売上収益ほどの伸び率にならなかったが、YonY **+30%**の成長となった。

## 売上収益

2021年3月期 2Q  
2022年3月期 2Q

354 565

**+59%**

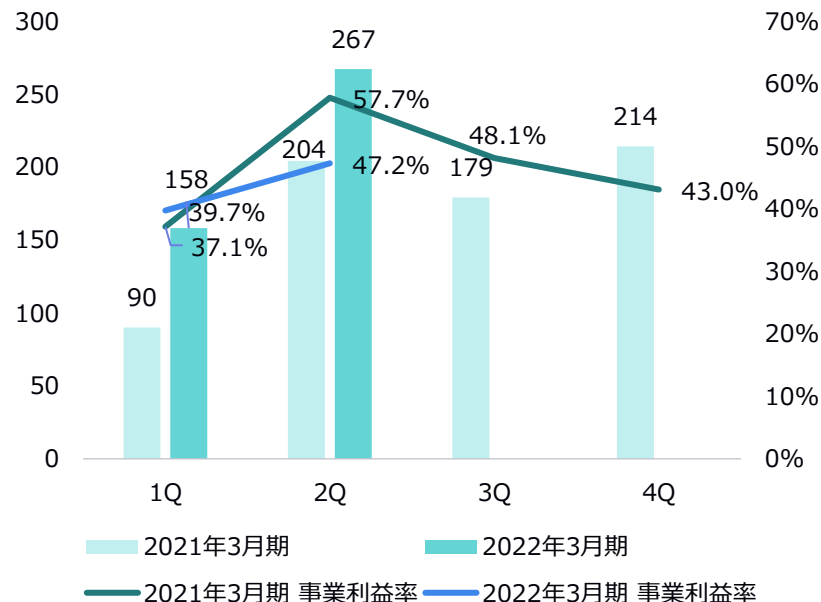


## 事業利益

2021年3月期 2Q  
2022年3月期 2Q

204 267

**+30%**



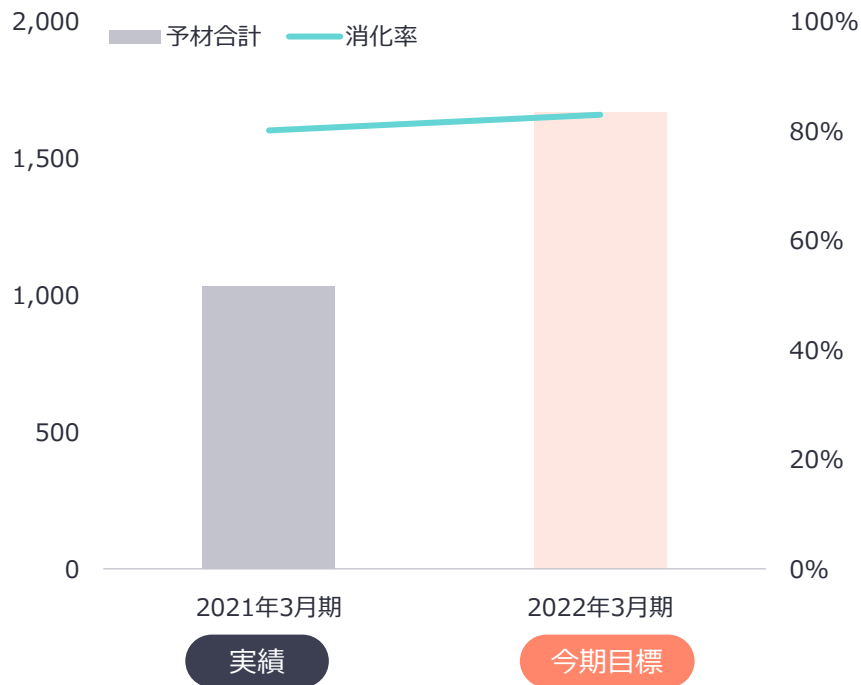
単位：百万円

# 就職領域 主要指標①送客予算

- 1Qに引き続き、積極的なアカウント開拓により送客予算は通期の成長率を上回り2QYoN **+111%成長**を実現。
- 消化率は一時的に低下しているものの、送客効率をさらに改善することで、消化率を高める方針。

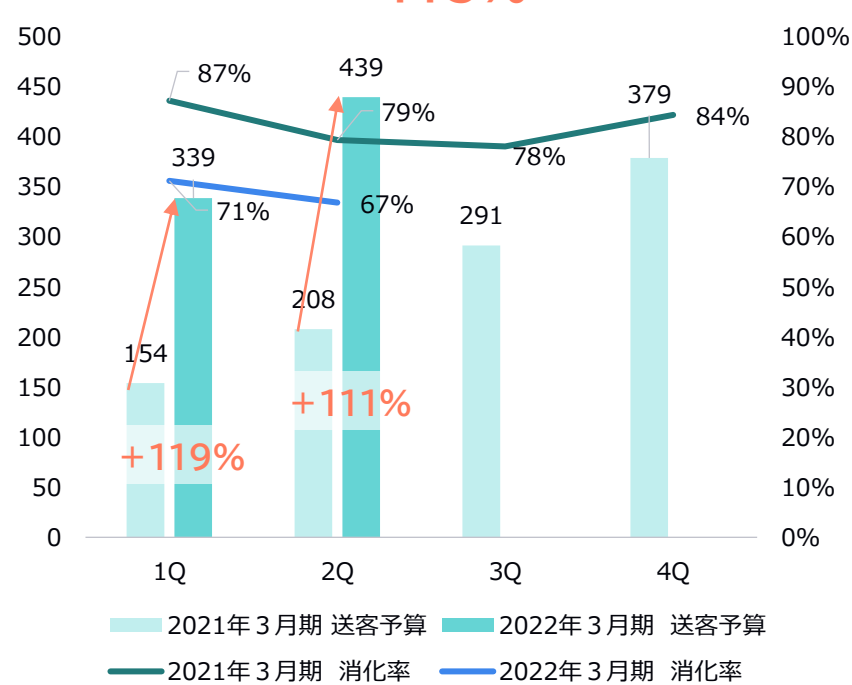
## 送客予算 通期目標

**+62~69%**



## 送客予算 実績

上期累計  
**+115%**

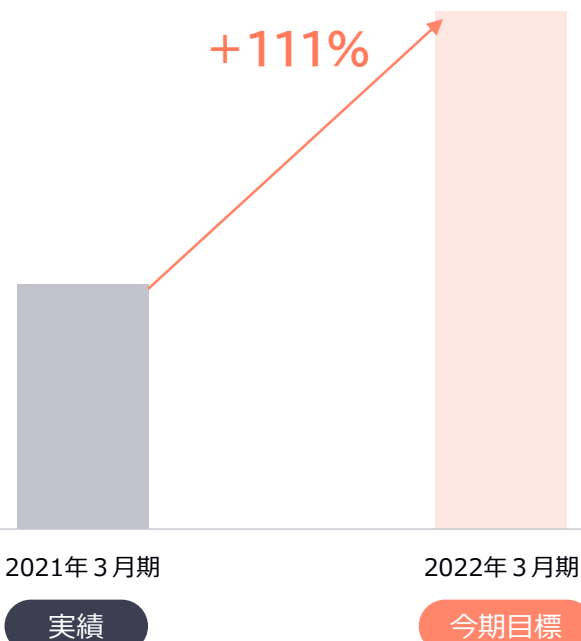


※送客予算に関しては、再精査により2022年3月期1Qの発表時点から微調整。

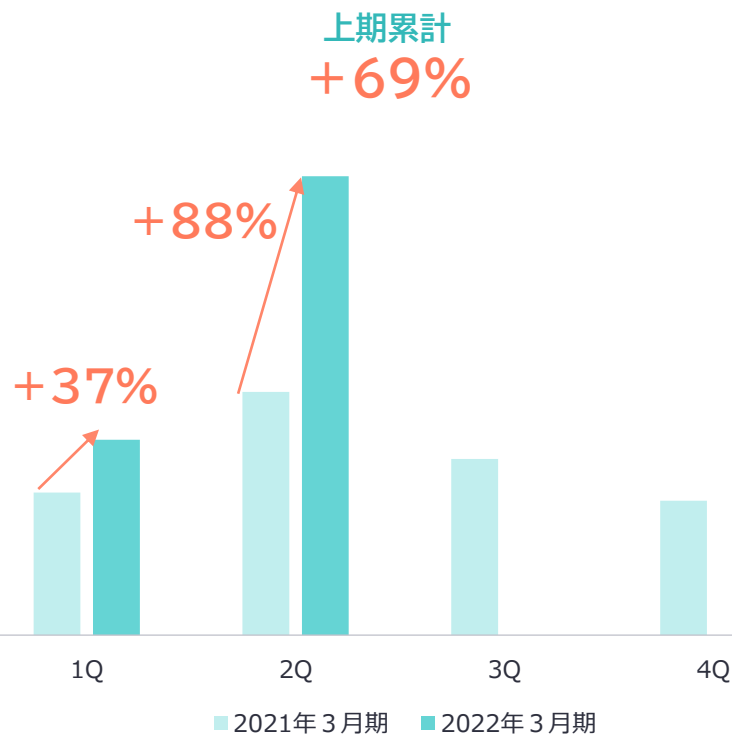
# 就職領域 主要指標② 人材紹介数

- 1Qにマッチング担当を21名増員し、2Qでは**YoY + 88%**の成長を実現。
- 顧客数の拡大や面談の効率アップにより、紹介決定率が上がったことが大幅な成長につながった。
- 通期目標の成長率に及ばないが、増員メンバーのパフォーマンス向上により3Q以降さらなる成長を目指す。

## 人材紹介数 通期目標



## 人材紹介数 実績

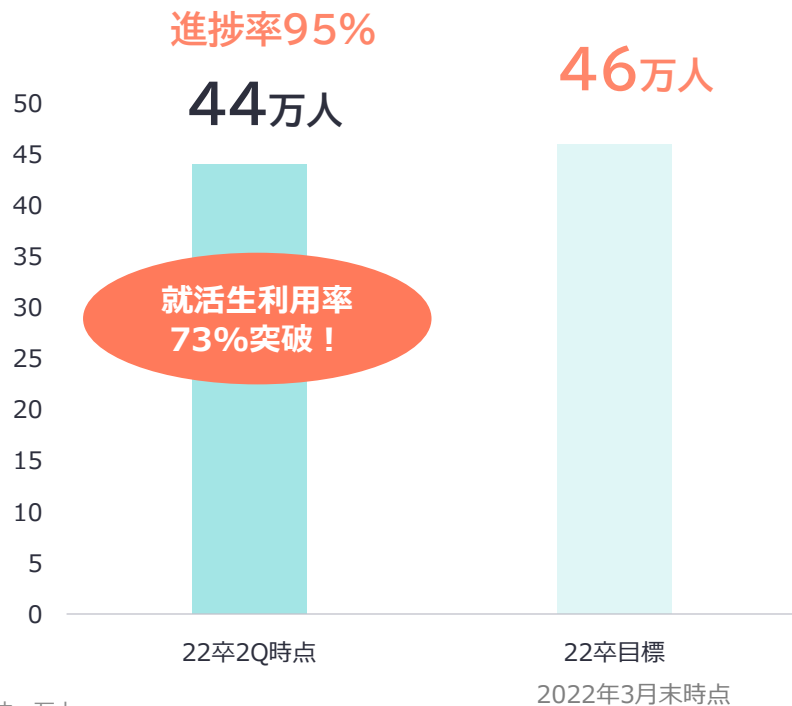




# 【参考】就職領域 会員数

- 今期末までの対象卒業年度の会員獲得目標に対して、2022年卒の会員数は**44万人**、**進捗率95%**と**進捗良好**。
- 2022年卒においても就活生における会員が70%を超え、安定的に**2年連続就活生の70%を獲得**できている。
- 2023年卒の会員数は**進捗率50%**と**良好**。3Q以降は本格的に早期の就活生が動き始めるタイミングであり、さらなる会員獲得が見込める。 ※キャリアパークと就活会議のユニーク会員数で算出

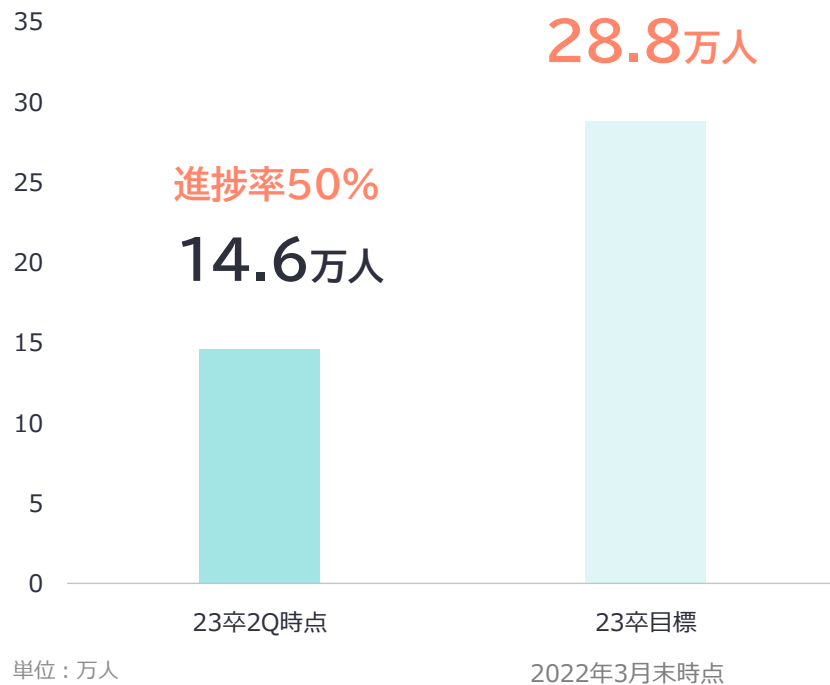
## 会員数（2022年卒）



※22卒目標：2022年3月末時点の22年3月卒業予定の新卒会員数（今期目標）

※就活生利用率：就活生全体の約60万人に対する当社会員のシェア。

## 会員数（2023年卒）



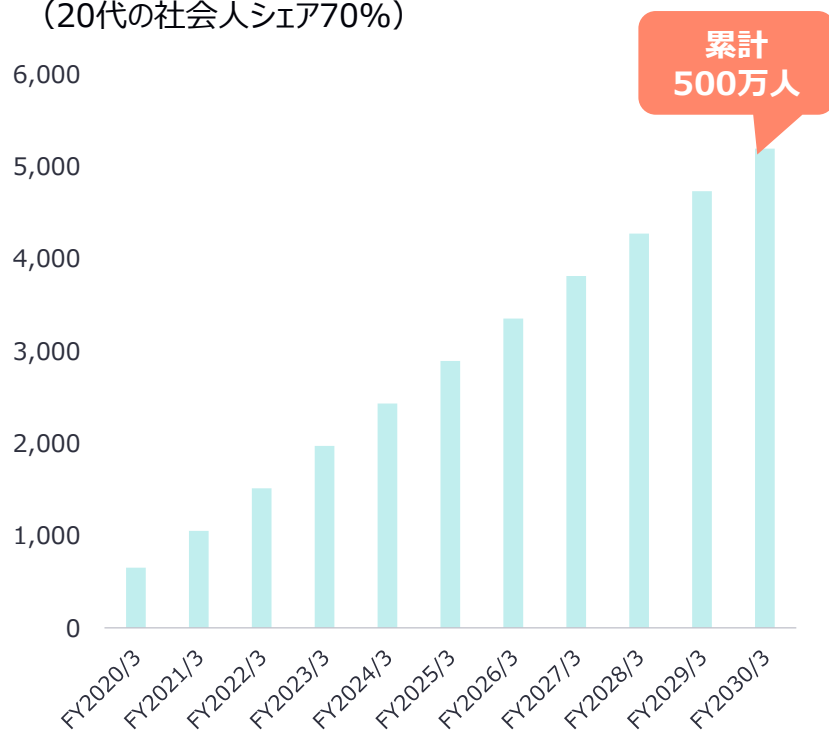
※23卒目標：2022年3月末時点の23年3月卒業予定の新卒会員数（今期目標）

# トピックス：強固な会員基盤による成長

- 就活生の会員基盤を安定的に積み上げることで、10年後には**累計500万人**を突破し**20代の社会人シェア70%**となる。
- 大学を卒業した既卒の方向けサービスも開始しており、今後、**会員基盤の積み上げによる業績成長**を目指していく。

## 会員基盤

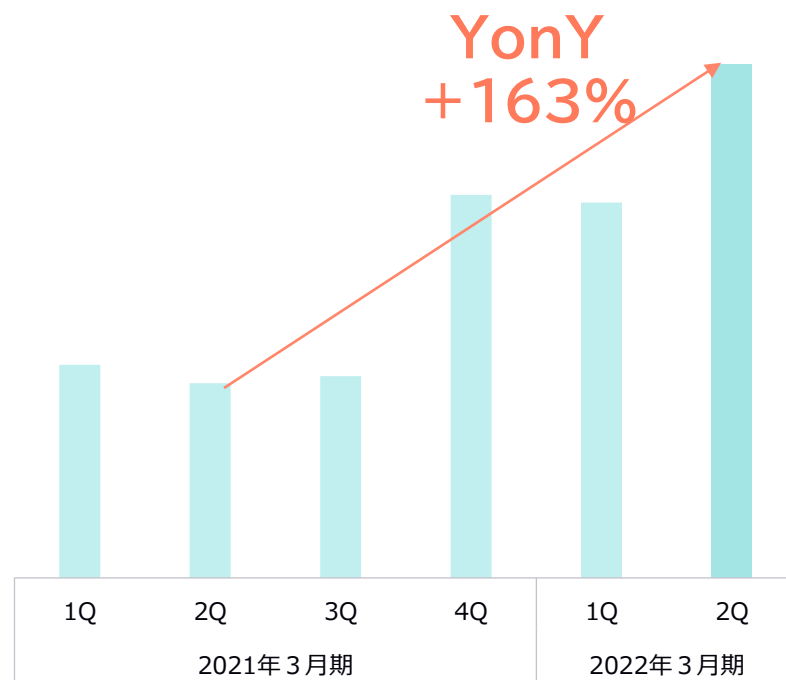
会員シェア率70%を毎年安定的に積み上げることで、10年後は**500万人以上**の会員基盤となる。  
(20代の社会人シェア70%)



単位：千人

## クロスセル 売上実績

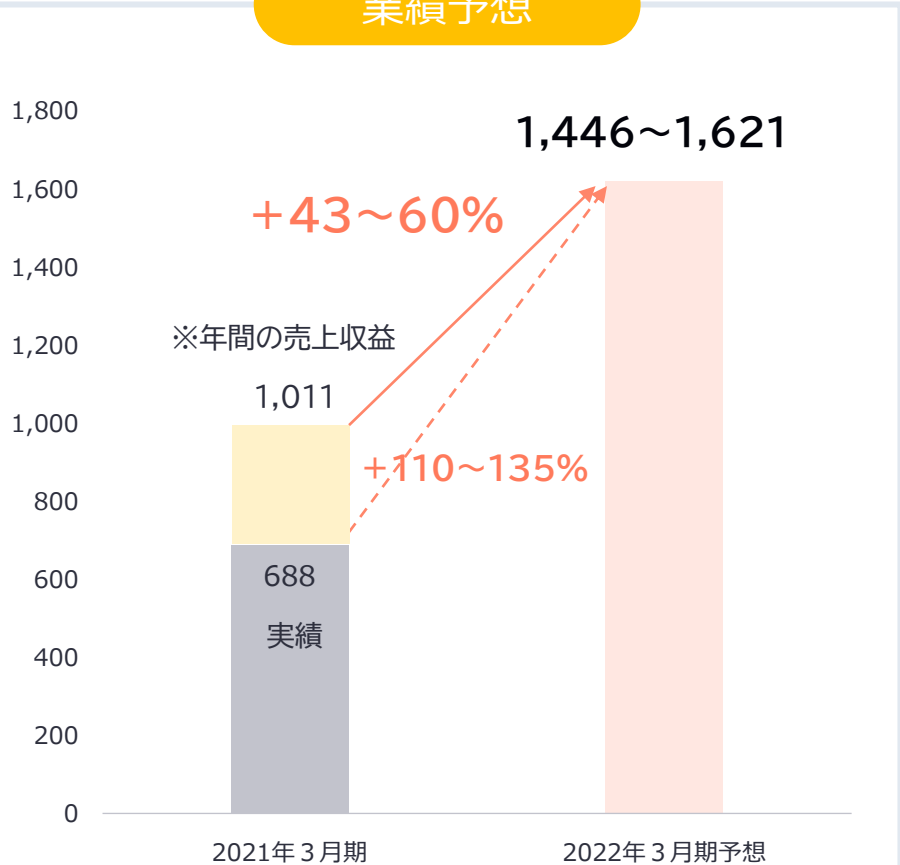
大学を卒業した既卒生向けキャリアサービスへのクロスセル売上は、前年2Qと比較して**+163%成長**しており、今後さらなる会員基盤の積み上げによる業績成長を見込む。



**【領域別 業績・戦術・KPI】**  
**リフォーム領域**

- 売上収益は会員を顧客（加盟店）に紹介した際に発生する送客売上と施工完了後の成約売上に分解される。
- 売上総和を高める注力ポイントは**送客売上**であり、そのためには1会員あたりに紹介できる**施工会社数の増加**がポイントとなる。

## 業績予想



※2021年3月期は2020年8月より連結化しているため、通期業績は約10億円水準。そのため、+43~60%成長が正確な事業成長率である。

## Key Driver

### 送客

売上発生：施工ニーズのあるユーザーを送客した時点  
 売上収益成長率（年間計画）：+38~56%  
 送客数成長率（年間計画）：+43~57%

### 成約

売上発生：送客したお客様が成約した時点  
 売上収益成長率（年間計画）：+50~65%  
 成約契約数成長率（年間計画）：+41~56%

## 戦術



### 送客先加盟店の獲得

送客先となる加盟店を増やすことで1人あたりの紹介社数を増やし、成約率を向上させ、売上伸長を目指す。



### オペレーション効率の改善

ユーザーと施工店のマッチングにおいてシステム投資等を含めた効率化を目指す。



### 成約業務のDX推進

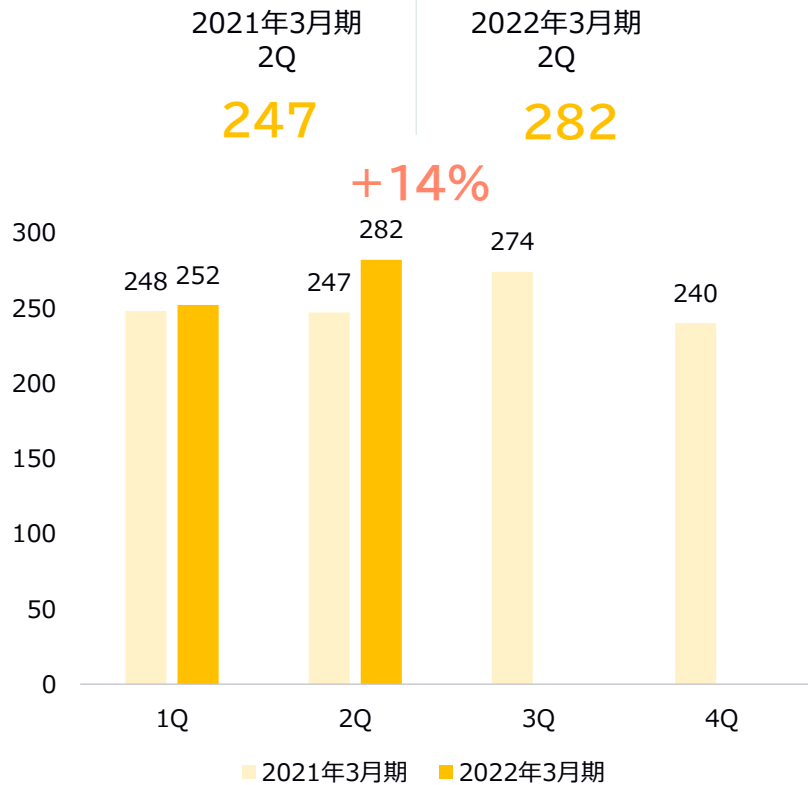
施工業者の成約プロセスに一部参入することで業務効率を改善し成約率をあげていく。

単位：百万円

# リフォーム領域 業績

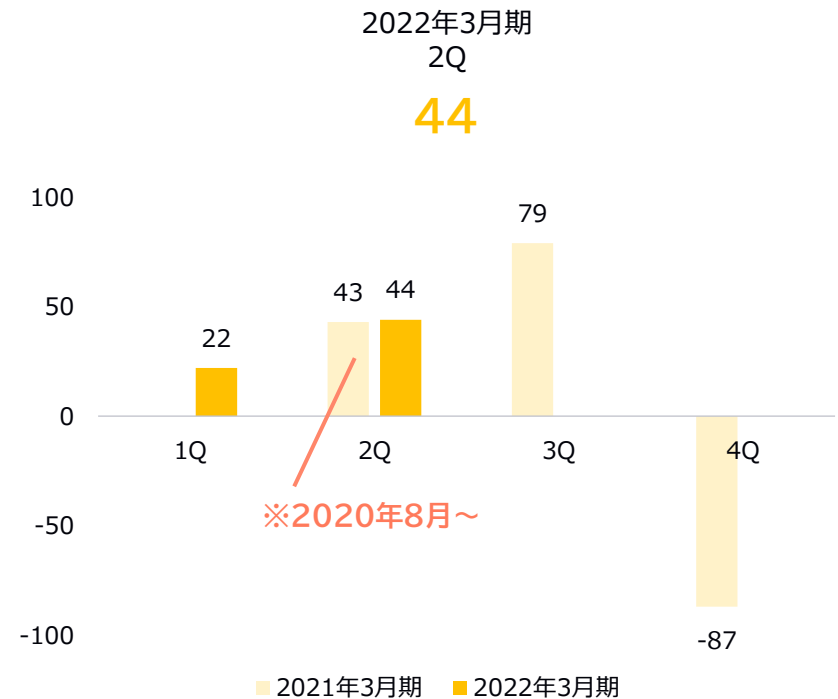
- 業務提携による送客先の拡充や成約件数の上昇に伴い、売上収益はYonY +14%と増加傾向。
- 事業利益は引き続きコンテンツ投資等を積極的に行っているため、事業利益率15%と低水準となっている。

## 売上収益



※2020年7月末に「外壁塗装の窓口」を買収したため、2020年8月から連結化となるが、参考として買収以前の業績を開示。

## 事業利益



※事業利益の算出は2020年8月から連結のため、21.3期2Qは2か月分の事業利益となる。

※2021年3月期の事業利益に関しては、再精査により2021年3月期3Qの発表時点から微調整。

単位：百万円

# リフォーム領域 主要指標①送客数

- 2Qの送客数はYoY +4%と送客先の拡充により増加トレンドに転じた。
- 2Qに提携が進んだ送客先の拡充の効果を3Q以降で発揮していく。

## 送客数 通期目標

+43~57%

2021年3月期

実績

2022年3月期

今期目標

## 送客数 実績

上期累計  
+0.6%

▲2%

+4%

1Q

2Q

3Q

4Q

■ 2021年3月期 ■ 2022年3月期

※送客数：加盟店に施工ニーズのあるユーザーを送客した数

# リフォーム領域 主要指標②成約契約数

- 成約率の上昇により成約契約数もYonY +14%と四半期過去最高の成約件数となった。
- 2Qから取り組んできたオペレーション体制の見直しや成約業務のDX推進により成約率が向上したことが起因。
- 今後も成約業務のDX推進を進め、更なる上昇を図る。

## 成約契約数 通期目標

+41~56%

2021年3月期

2022年3月期目標

実績

今期目標

## 成約契約数 実績

上期累計  
+5%

+14%

▲6%

1Q

2Q

3Q

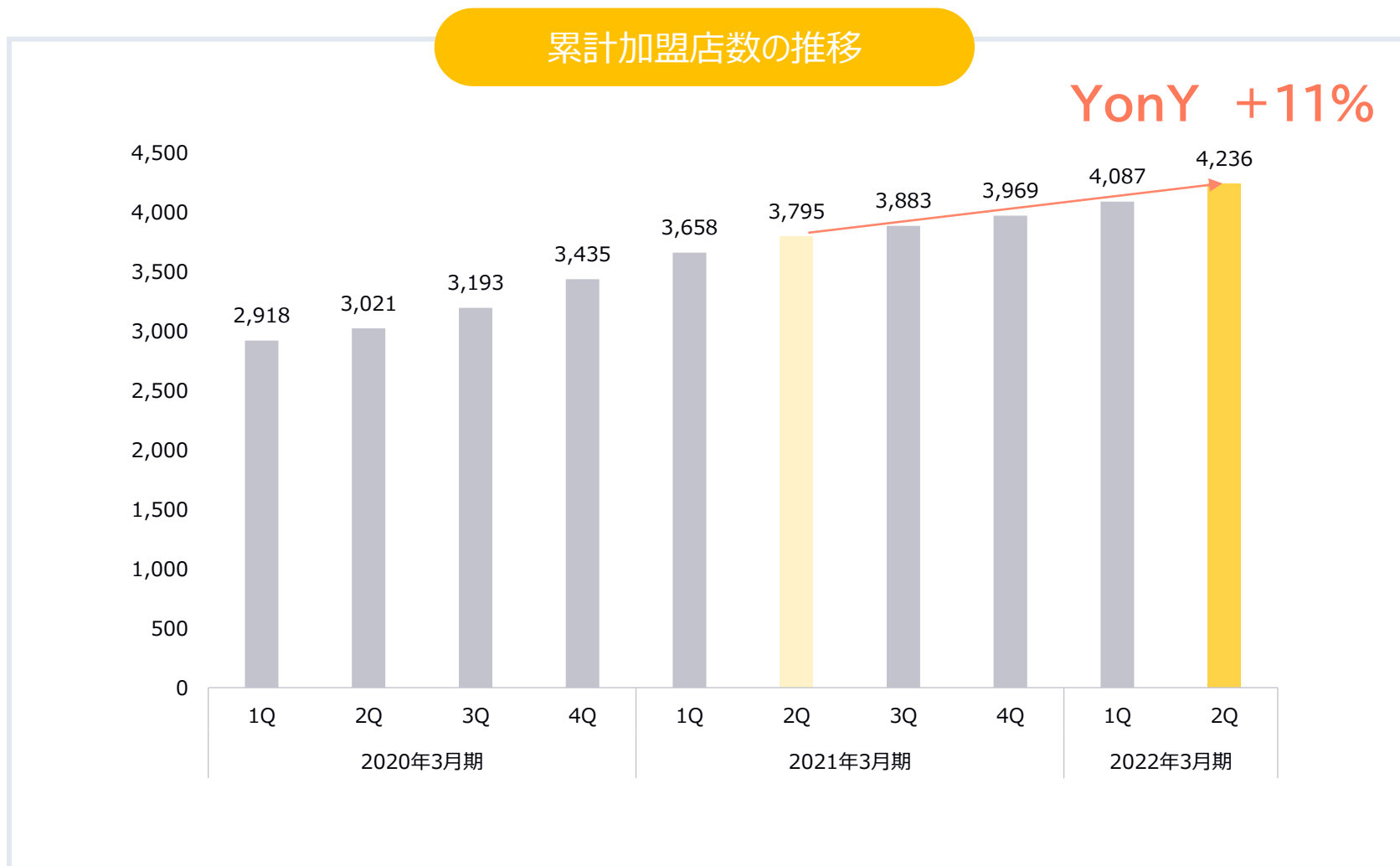
4Q

■ 2021年3月期

■ 2022年3月期

# リフォーム領域 主要指標③加盟店数の推移

- 累計加盟店数は、9月末時点で**4,236社**と好調に推移。
- 2Qでは、ヤマダホームズやカインズなど大型事業者への送客が決定。送客先の拡充が進んでいる。

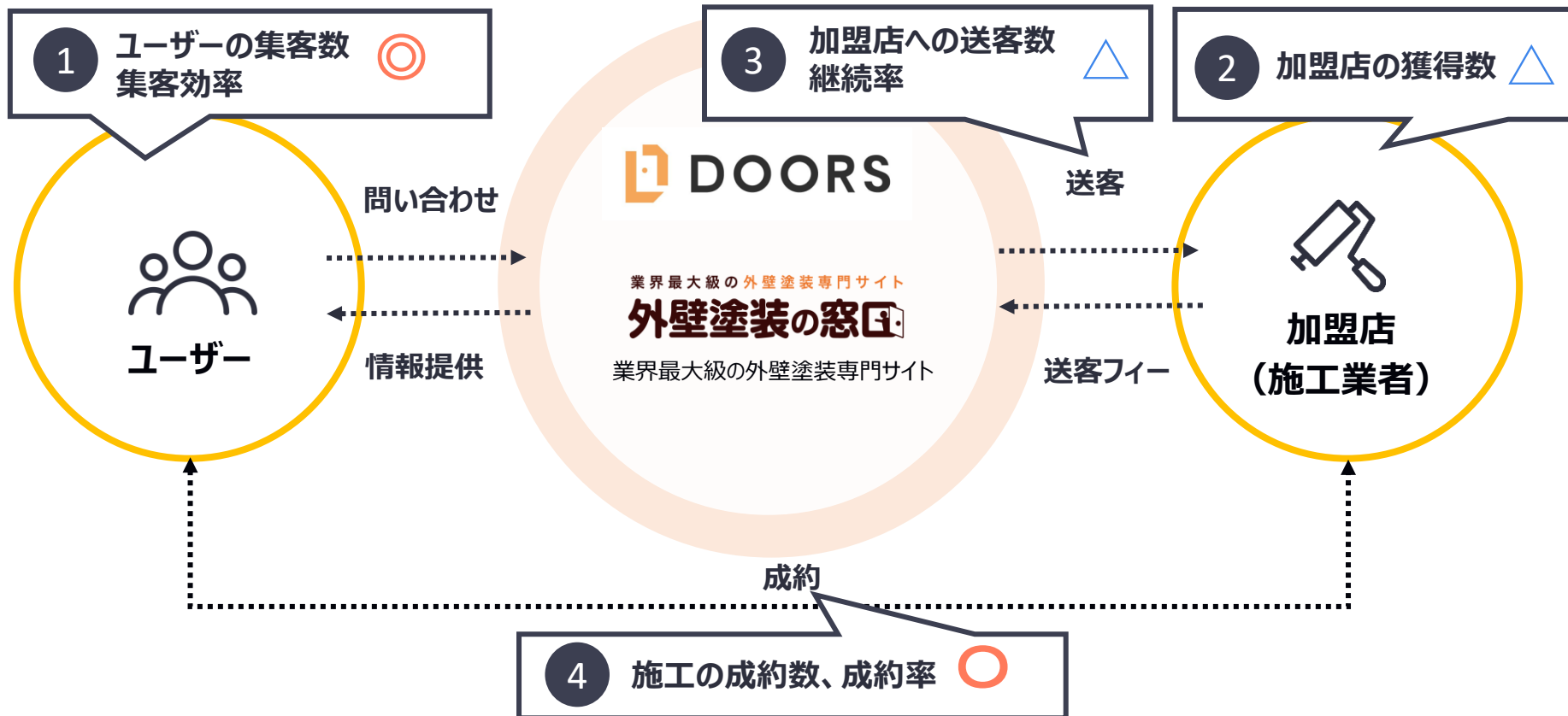




# リフォーム領域 買収後の進捗①





- 前期M&A実施後、各バリューチェーンに対して指標改善に向けたアプローチを実施。
- 集客や成約においては改善が順調に進んでいる一方、当初想定より改善進捗が遅れており、期首予算計画に対して、売上収益、事業利益ともに軟調な推移。
- 各種バリューチェーンにおける改善施策は明確であるため、販管費を抑制することなく、投資活動方針を強化していく。

## バリューチェーンにおける評価



# リフォーム領域 買収後の進捗②詳細

■ 各バリューチェーンに対して明確な打ち手を確実に実行し、期首計画トレンドに引き上げを目指す。

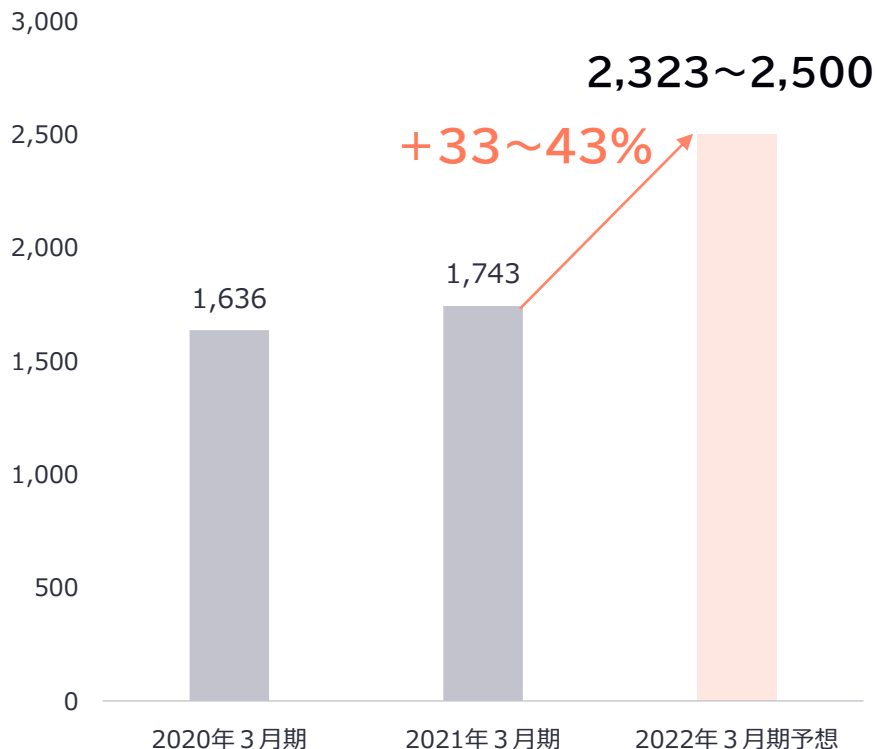
バリューチェーン	評価	現状	今後の取り組み
①集客		<ul style="list-style-type: none"> <li>CPAは、買収直後と比べて12%改善（※1）し、集客数は大きく伸長している。</li> <li>販売枠に合わせ集客量を増加させることが可能な体制を構築済み。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>集客効率の改善、コンテンツ投資により広告宣伝費率を下げしていく。</li> </ul>
②営業		<ul style="list-style-type: none"> <li>営業人員を増やし、加盟店数やアクティブな加盟店は順調に伸長。</li> <li>大手リフォーム事業者も含め、提携は進んでいるものの、集客可能ポテンシャルに対して送客先が不十分。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>提携などの取り組みや注力地域における新規開拓などの営業戦略を進めている。</li> </ul>
③送客 (販売)		<ul style="list-style-type: none"> <li>送客数は前年比微増。</li> <li>加盟店増加に伴い総販売社数は増加しているものの、1社あたりの売上及び継続利用率も低水準。</li> <li>1ユーザーあたり紹介社数が鈍化。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1社あたりのフォロー強化、アップセルに取り組んでいる。</li> <li>1ユーザーあたりの紹介社数を増やすためのアカウント開拓を継続して行っていく。</li> </ul>
④成約		<ul style="list-style-type: none"> <li>成約支援DXの取り組み開始により、成約率向上の兆し。</li> <li>2Qに関しては過去最高の成約件数を更新。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>引き続き、成約支援DXや、システム開発等を進め、成約率を引き上げていく。</li> </ul>

※1：CPA：ユーザー獲得単価＝ユーザー1人を獲得するためにかかるコスト。2021年9月と買収前の2020年9月を比較。

**【領域別 業績・戦術・KPI】**  
**カードローン領域**

- カードローン情報サイト「マネット」からの送客と、消費者金融機関等とのアライアンスメディアからの送客がある。
- 「マネット」は、**営業強化による予算シェアの拡大**、アライアンスメディアは、**提携数を増やしていく**ことがポイントとなる。
- 広告運用効率の改善ならびに中期経営計画の重要投資であるマッチングシステムの強化により送客ボリュームを増やす。

## 業績予想



## Key Driver

売上収益 = 送客数 × 単価

【年間の送客数 計画】

**送客数 : +26~38%**

## 戦術

### 既存顧客の予算シェア拡大

顧客の予算シェア獲得の戦略を引き続き行っていく。

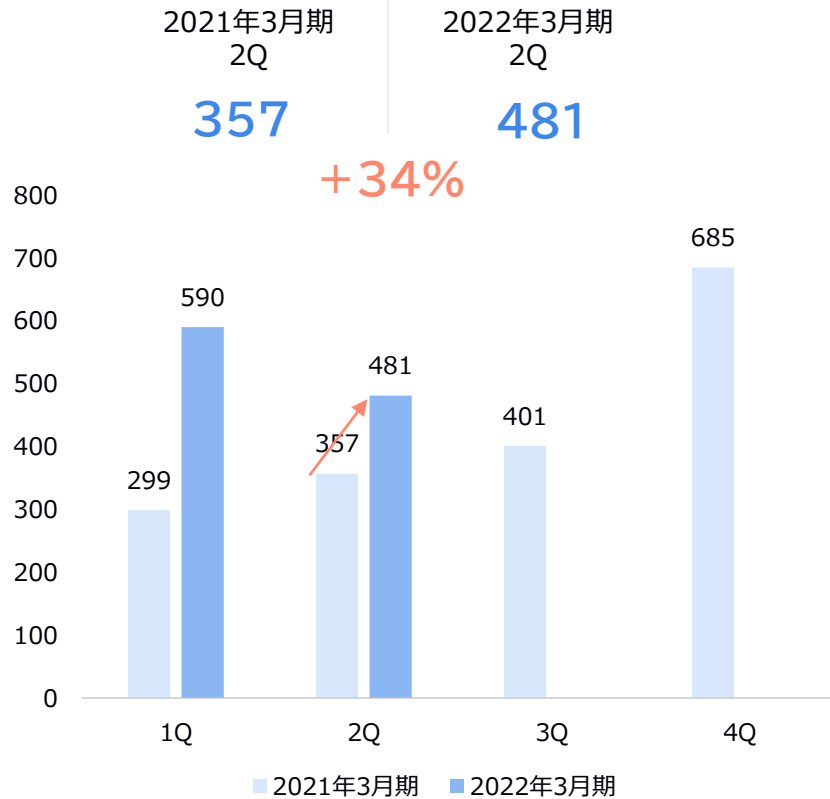
### アライアンス拡大

消費者金融機関や金融事業者と共同で運営するアライアンスメディアを増やし、オーガニックな送客数を増やしていく。

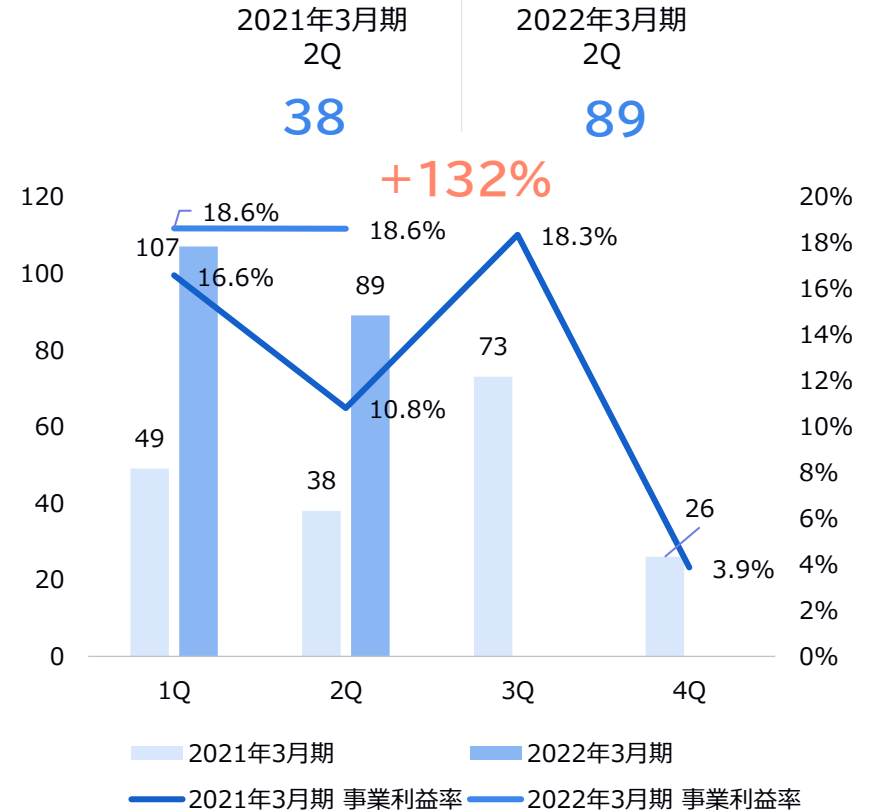
# カードローン領域 業績

- 顧客の予算縮小により1Qほどの成長率に及ばなかったが、YoY **+34%**と年間成長率のレンジ内の成長率を実現。
- 事業利益率は運用効率の改善とアライアンスメディアの影響により、1Qに続き**18.6%**と高い水準を維持。

## 売上収益



## 事業利益



※22.3期1Qの事業利益に関しては、再精査により微調整。

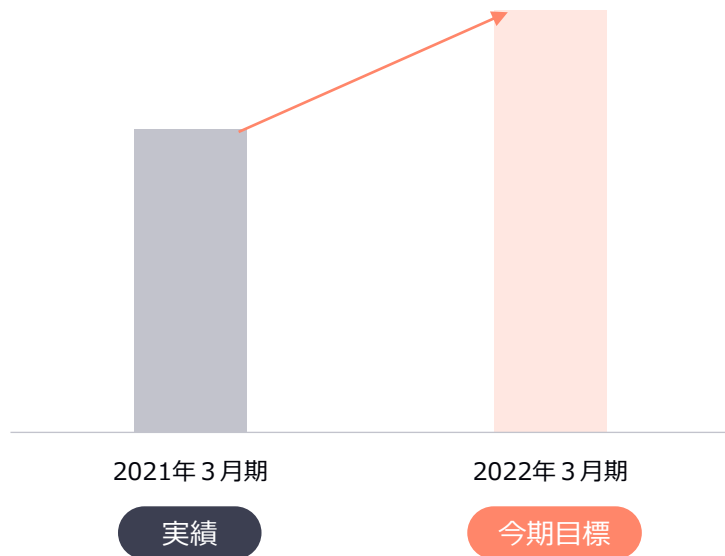
単位：百万円

# カードローン領域 主要指標①送客数

- 2Qの送客数はYonY +27%と年間計画内の成長率で着地。
- 累計の送客数はYonY +52%と1Qの大幅な伸びもあり年間計画の成長率を大きく上回っている。

## 送客数 通期目標

+26~38%

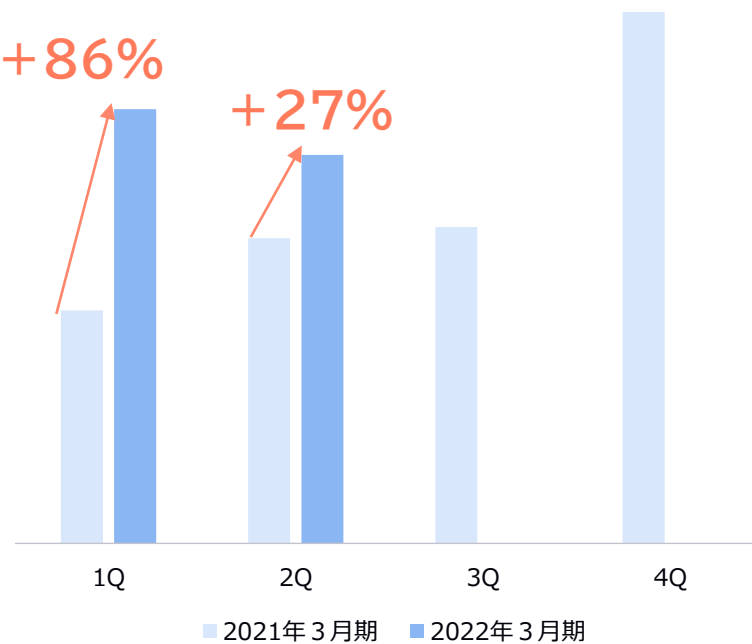


## 送客数 実績

上期累計  
+52%

+86%

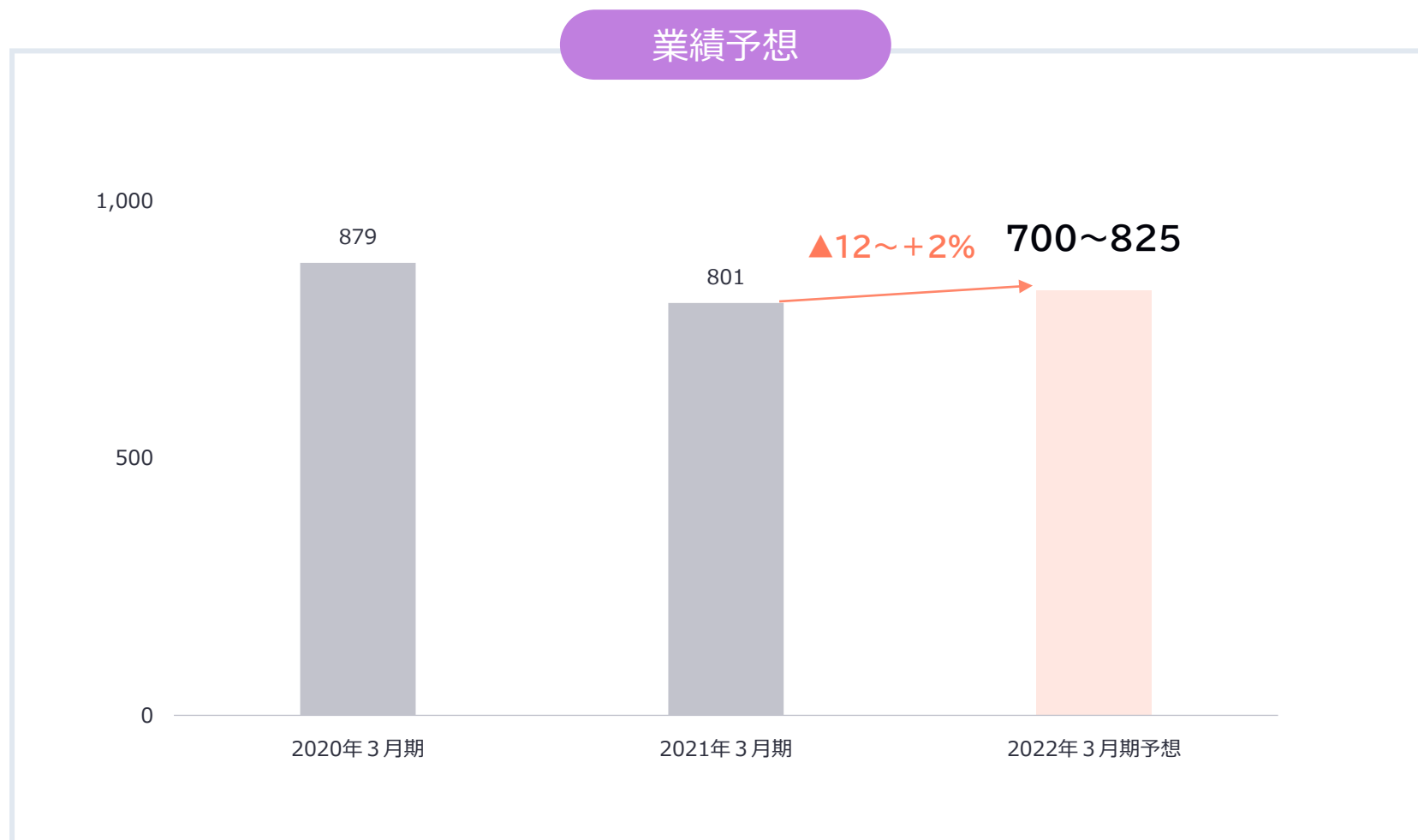
+27%



**【領域別 業績】**  
**新規・その他領域**

# 【前提】新規・その他領域 2022年3月期予想

- 2022年3月期は、フリーランス支援サービスを主軸に+2%の成長を目指す。（M&Aは業績予想に織り込んでいない）

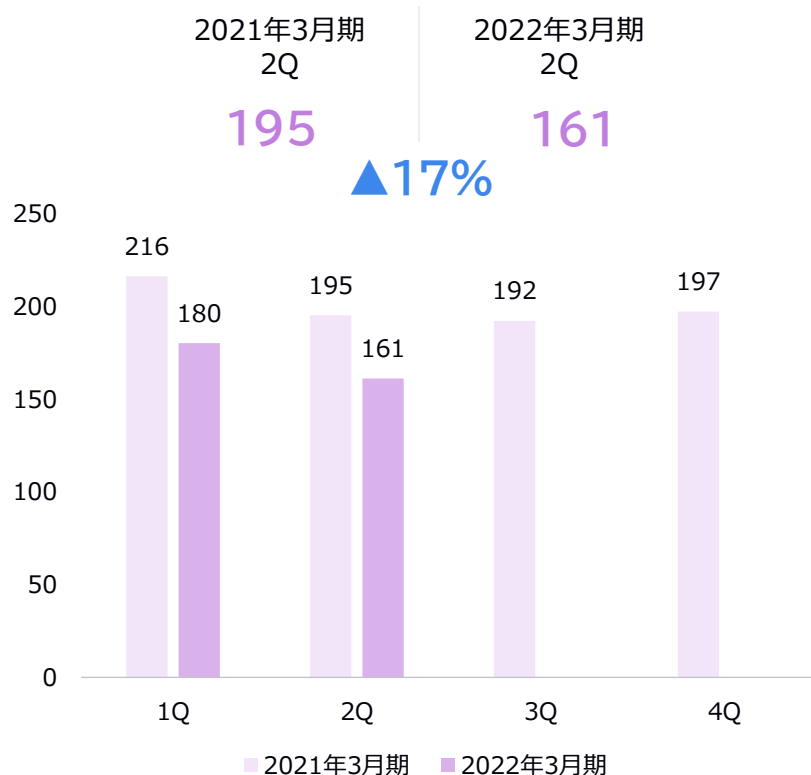




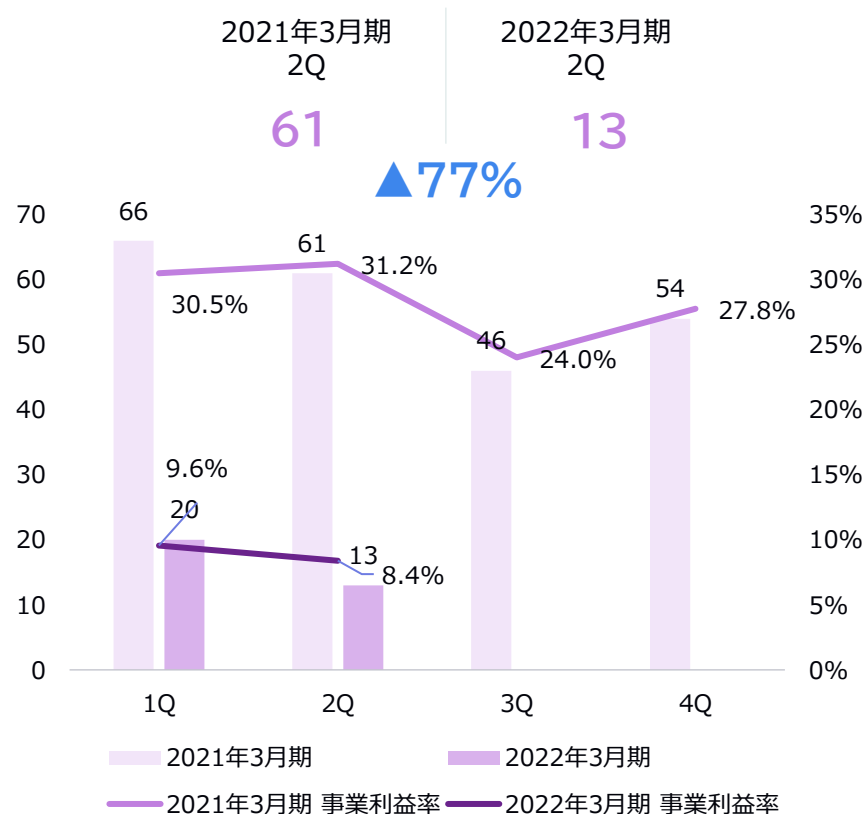
# 新規・その他領域 業績

- 引き続き、フリーランス支援サービスは、順調に推移しているが、新規メディアの売上が軟調に推移し売上収益が下がったため、全体は▲17%となった。

## 売上収益



## 事業利益



※22.3期1Qの事業利益に関しては、再精査により微調整。

04

お知らせ

# お知らせ

より多くの投資家の皆様に当社に対するご理解を深めていただくため、下記の取り組みを行います。詳細はHPよりぜひご覧ください。

<https://www.theport.jp/ir/ir.html>

## 個人投資家向け説明会

直近の決算内容について説明させていただき、その後、参加者の皆様からのご質問に対して、回答していく内容となっております。

**2021/12/9 (木) 19:00-20:00**

オンラインで開催！

事前登録制 無料

### 会社説明会

PORTの今と未来をまるごと理解！



登録はこちら

[https://us02web.zoom.us/webinar/register/WN\\_i\\_mNcVGMNSKer1i\\_TWh3-NQ](https://us02web.zoom.us/webinar/register/WN_i_mNcVGMNSKer1i_TWh3-NQ)

## 投資家向けIRニュースメール配信

当社のIR関連の最新情報を中心に、投資家の方々にタイムリーに情報をお届けするべく、投資家IRメール配信を行っております。情報開示に合わせて、月数回、不定期に配信いたします。



広報IR担当

ポートのIR情報について分かりやすく配信していきます！  
情報を見逃さないよう、この機会にぜひメールの配信登録をお願いします！

登録はこちら

<https://theport.hubspotpagebuilder.com/mail/ir>

## ■ 将来見通しに関する注意事項

- 本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements) を含みます。
- これらは現在における見込み、予想およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。
- それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。
- 今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。