



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

2022.4.20

本日のポイント

各領域に特化したマッチングDXプロダクトを複数保有する 高い成長率を実現している企業

01

高い成長率

売上収益は21.3期47億円、22.3期70-75億円、
23.3期100億円（EBITDA 20億円）と高い成長を目指しており、
今後も売上成長率30%以上を目指す企業

02

高い再現性

就職、リフォーム、カードローン、エネルギーと複数領域で事業を展開し、
全事業が高い成長を実現しているマッチングDX企業

03

高いシェア率

就職領域で70%以上の就職活動生が利用していることをはじめ、
各領域で高い市場占有率を実現

代表者プロフィール



ポート株式会社 代表取締役社長 春日 博文

- 1988年埼玉県生まれ（34歳）
- 学習院大学在学中に新卒採用支援等を個人事業主として開始
- 2011年、大学卒業と同時に、現・ポート株式会社を創業。主力事業は各領域特化型のマッチングDXプロダクト
- 2018年末、当時30歳で東証マザーズに上場
- 2023年3月期で売上収益100億円、EBITDA20億円を目指す

目次

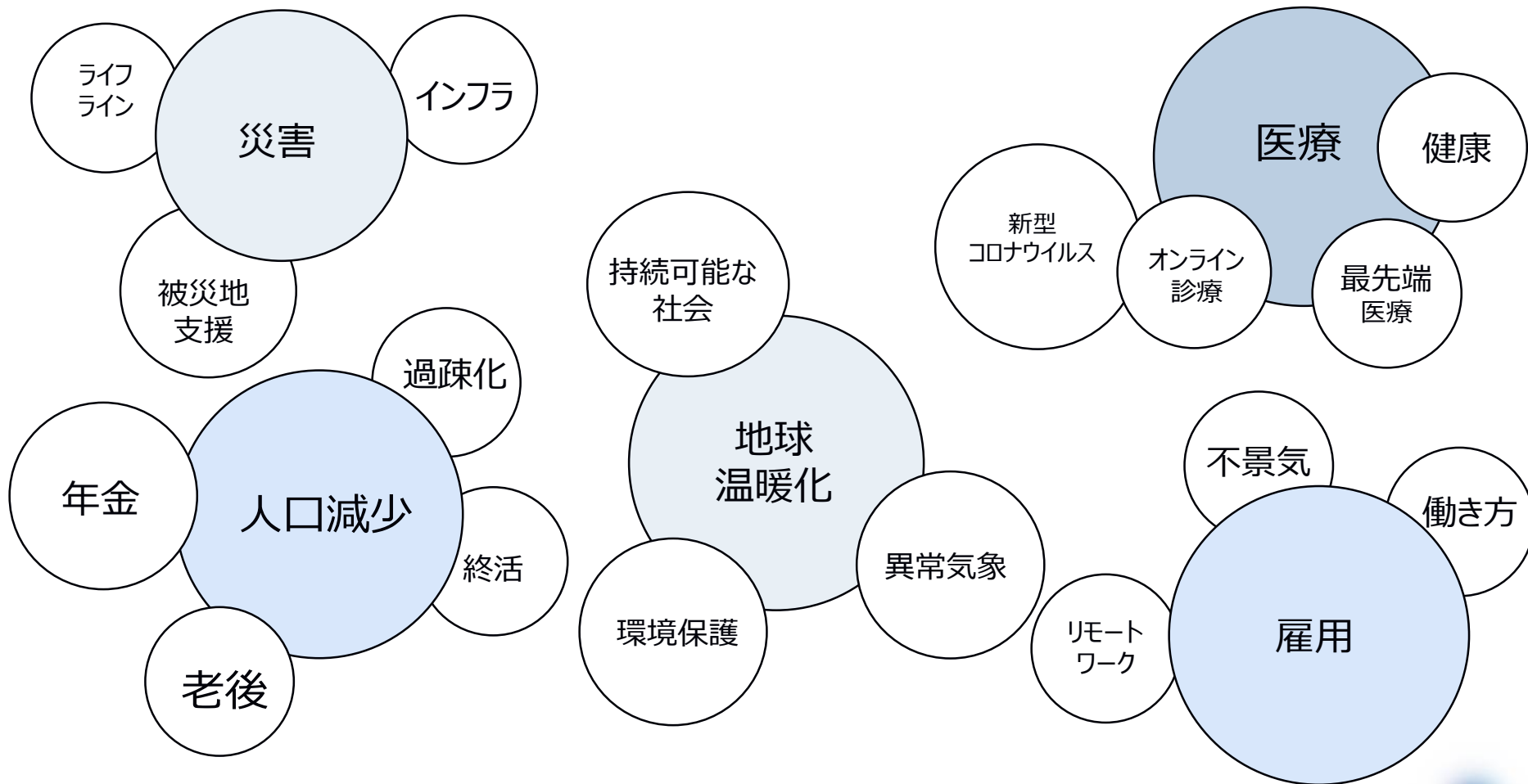
- 01 会社紹介
- 02 当社の強み
- 03 成長戦略
- 04 M&A戦略

01

会社紹介

日本が抱える社会課題

- 課題先進国と呼ばれる日本には、何十年と未だ解決されていないままの社会課題が多く存在している
- 構造的な社会の歪みによって生まれている課題に対して、当社は正面からアプローチしていく



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。



PORTが目指す社会

非日常体験の意志決定支援で人々を幸せに

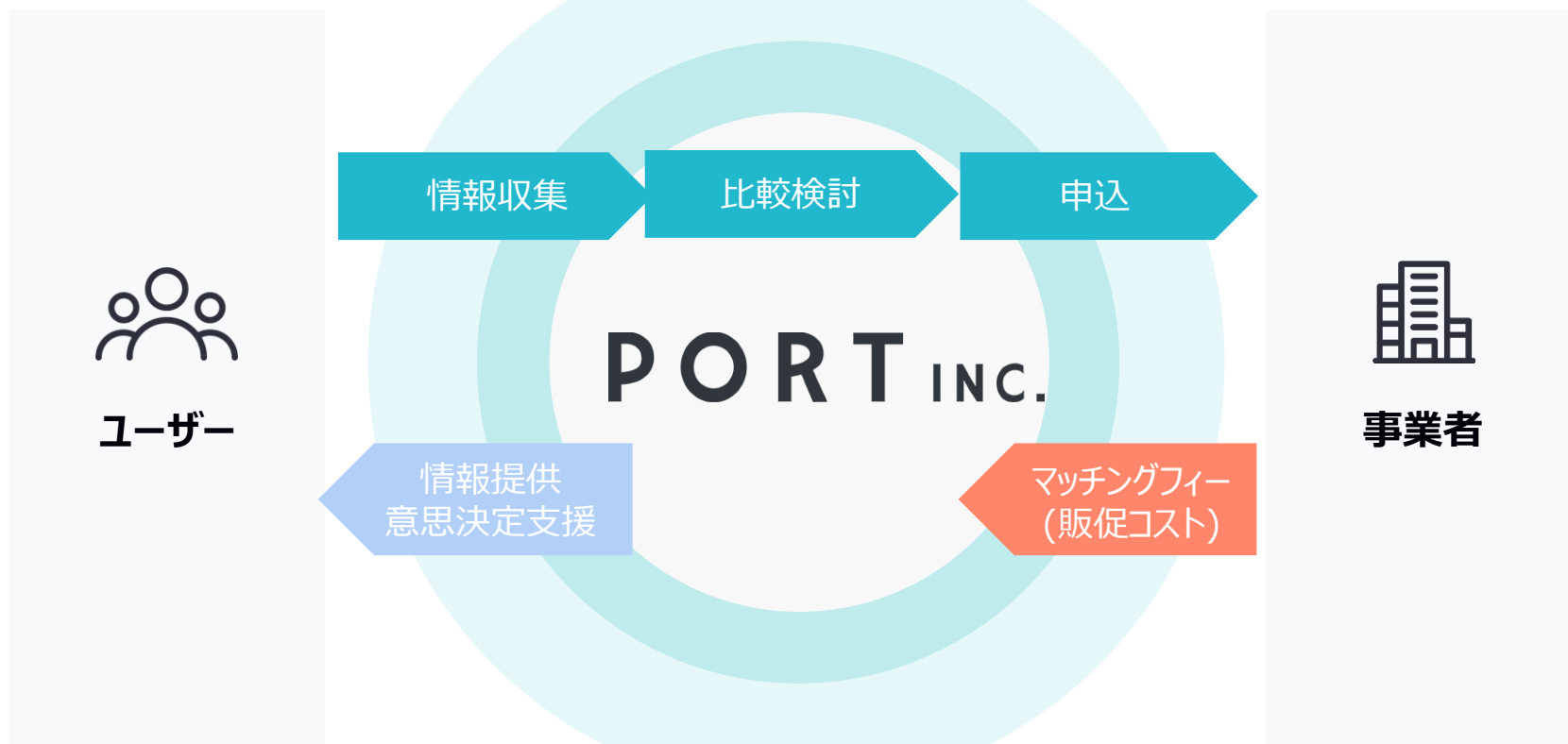
人生での体験回数が少なく、ユーザーにとってノウハウが溜まりづらい、不透明性の高いマーケットでは、ユーザーの意思決定そのものが社会課題に発展していると考えています。

当社は、それらのマーケットに最適解となるソリューションを創出し、多くの人々を幸せにし、構造的な社会課題の解決を目指します。

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）
- ユーザーの最適な意思決定と事業者の効率的な販促活動を支援するビジネスを展開

マッチングDXカンパニー



事業紹介

- 各領域において、マッチングDXプロダクトや新規プロダクトを開発

就職

 **キャリアパーク!**  **就活の未来**

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

エネルギー

 **エネチョイス**

電気代・ガス代の見直しニーズのある
ユーザーと電力事業者のマッチングサイト

 **引越手続き.com**

引越し時に役立つ電気・ガス手続き支援サイト

新規

telemedEASE BP

高血圧診療支援アプリケーション

 **Futurizm**

フリーランスエンジニアマッチングサービス

各領域でシェアを確立

- 就職・リフォーム・カードローン・エネルギー領域で事業を展開し、それぞれ市場内シェアを確立しており、今後も長期的な成長が可能

就職



就活生会員シェア

70%

リフォーム



加盟店数

No.1

カードローン



マッチング規模

TOP3

エネルギー



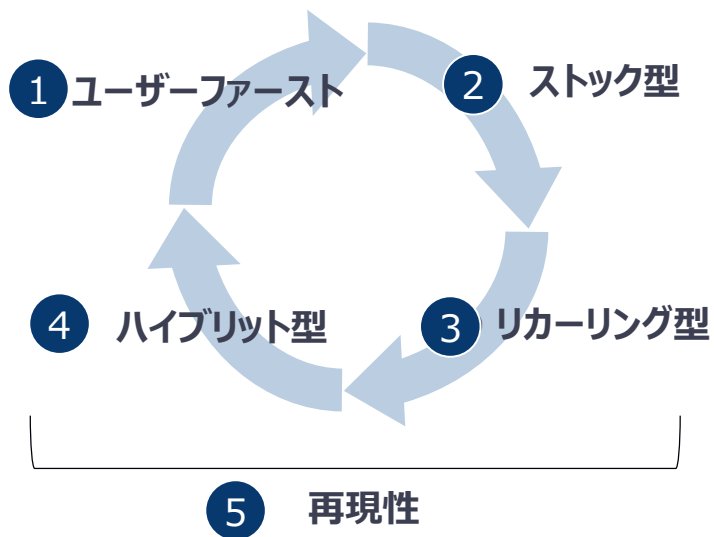
取次件数

国内最大規模

02

当社の強み

当社の強み



01 ユーザーファースト

ユーザーニーズを第一に捉え、ノウハウ、口コミ等の事業者にとって不都合な情報も含めたオープンなコンテンツ提供を通じて支持を獲得している

02 ストック型

流行に左右されづらい、普遍性の高い情報に特化するため、コンテンツが資産化し、安定的なユーザー獲得、収益増を実現している

03 リカーリング型

事業者にとって必要不可欠な販促活動の領域で、成果報酬型システムによって利用ハードルを下げ、継続的な利用を実現している

04 ハイブリッド型

「Web集客」×「インサイドセールス」によるハイブリッド戦略により、意思決定難易度の高い領域における高いマッチング率を実現している

05 再現性

マッチングDX事業において共通のビジネスモデルを採用しているため、再現性の高い事業成長、事業開発を可能としている

01 ユーザーファースト

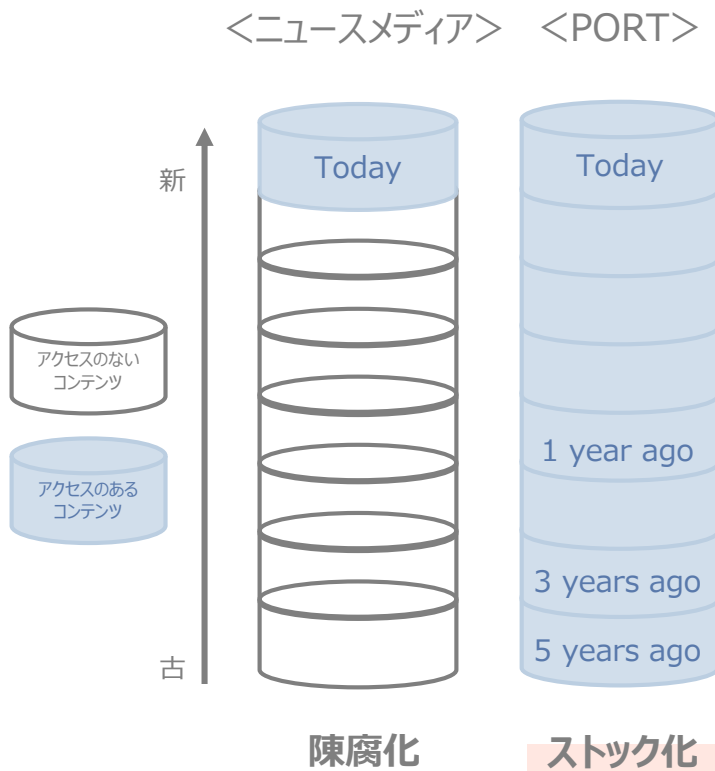
- ユーザーニーズは高いものの、事業者にとっては情報提供に積極的ではない情報も含めて、ユーザー第一主義の情報提供を通じて高い支持を獲得している
- 情報収集から意思決定まで網羅的に情報を提供しているため、潜在層にもアプローチすることができ、対象ユーザーのパイを最大化し、結果的に多くの会員獲得を実現している

例) 就職領域



02 ストック型

- 戦略的に、流行に左右されづらい普遍的な情報に特化してコンテンツ投資を実施する
- 長期間にわたってコンテンツが陳腐化せず、継続的なアクセスを獲得できるため総アクセス数は積み上がっていく



例) 就職領域

ニュースメディアの場合

- 今年の就活トレンド
- 就職内定率
- 就職人気ランキング

⇒情報の移り変わりが激しい

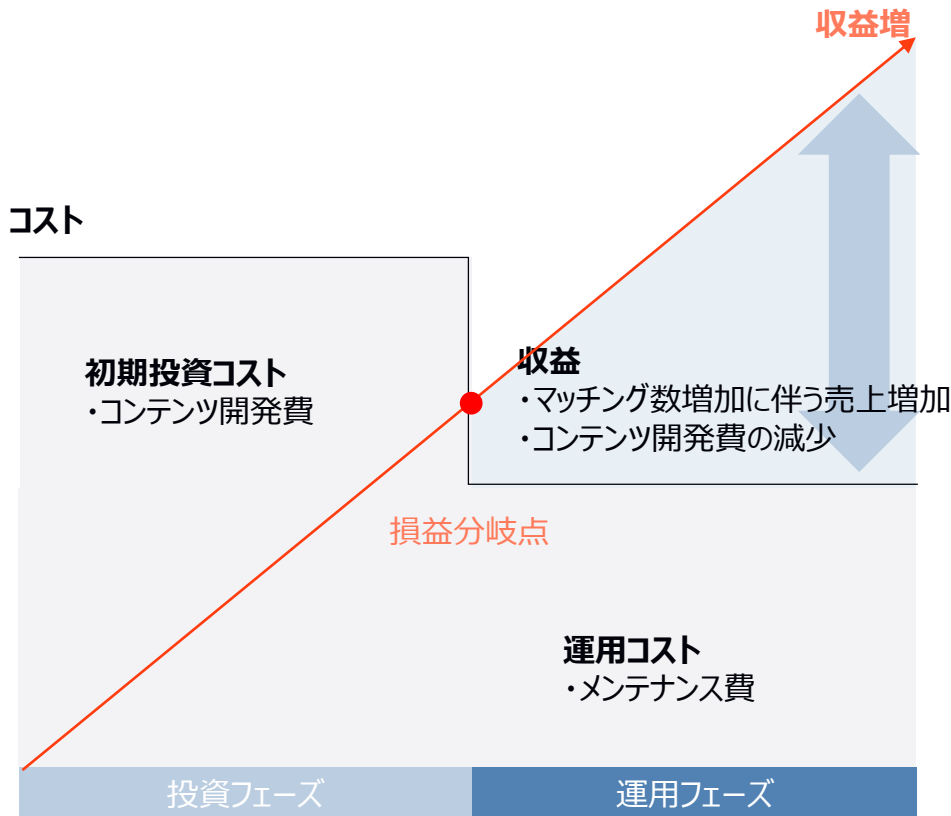
PORTの場合

- 履歴書の書き方
- 企業研究・業界研究のノウハウ
- 自己分析の方法

⇒数年程度、大きな変化がない

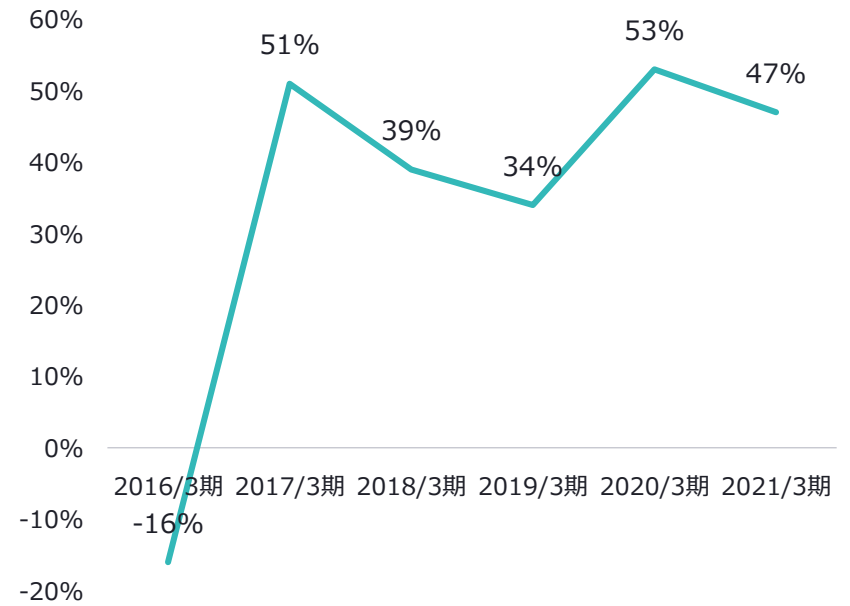
02 ストック型

- コンテンツ初期投資が一時的に発生するが、ストックコンテンツによって安定的に多くのアクセス数を獲得できた段階で運用フェーズに移行
- その後は過去の投資効果で安定的にアクセスおよびマッチング数が拡大することにより高い利益率を実現するモデル



就職領域 事業利益率

就職領域では、2017/3期に損益分岐点を超え、高い利益率を実現。その後、2回目の投資により利益率が下がったものの、2020/3期にはさらに上昇



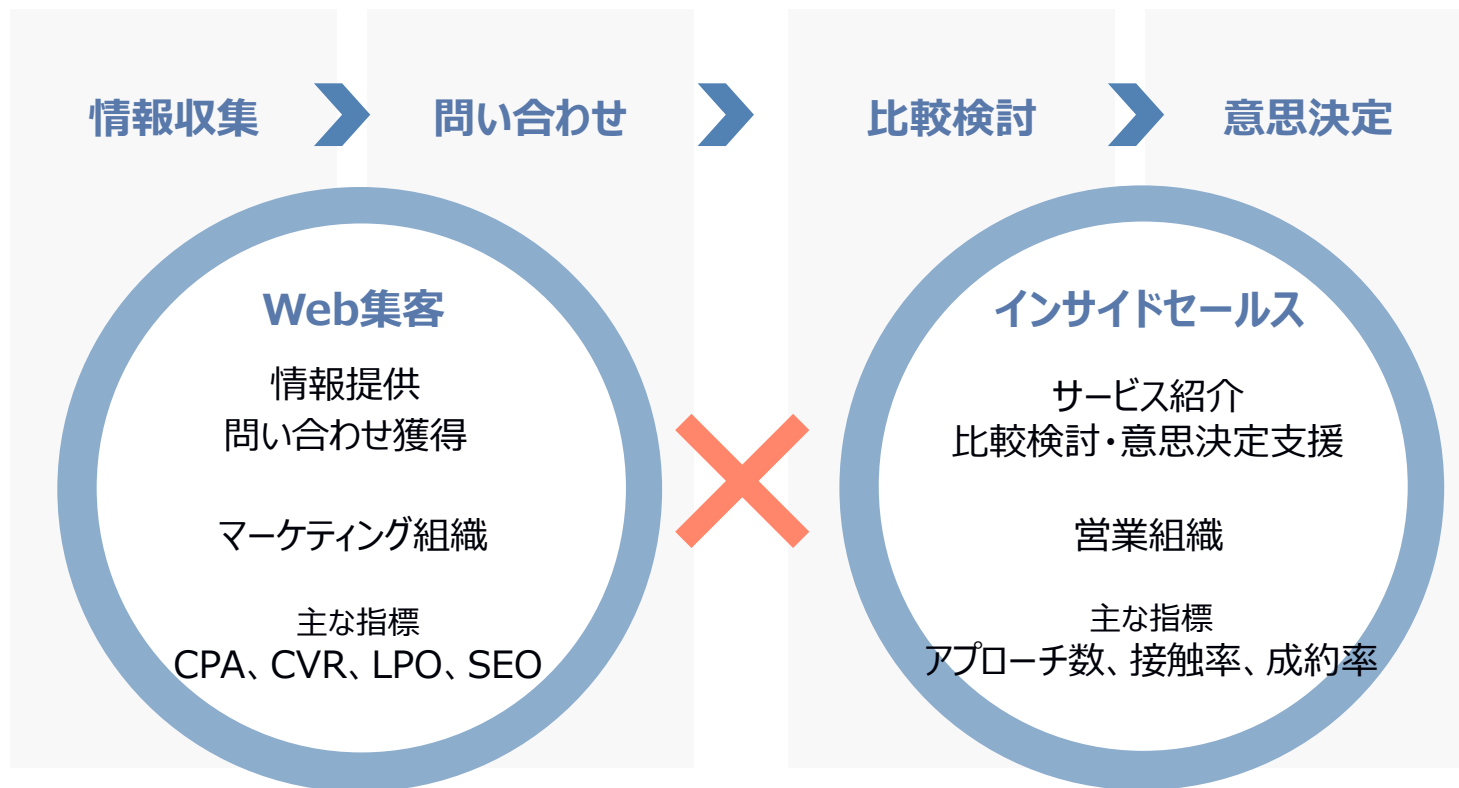
03 リカーリング型

- 事業者にとって経済活動の継続において必要不可欠な販促活動を効率的なサービス提供を通じて支援
- 完全成果報酬型モデルを採用していることから、マッチング実績に応じた支払いしか発生せず、顧客にとっての機会損失が少ないため契約ハードルが低い

	PORT INC. 成果報酬型モデル	掲載型モデル
支払い時点	マッチングした時点	掲載した時点
契約ハードル	成果に応じた支払いのため 契約ハードルは低い	成果が不透明であり、 契約ハードルは高い
リピート	継続的	一時的
サービスイメージ	<ul style="list-style-type: none"> ・就職) 企業の採用での候補者の獲得 ・カードローン) 借入ニーズのあるユーザーの獲得 ・リフォーム) 施工ニーズのあるユーザーの獲得 	<ul style="list-style-type: none"> ・キャンペーン ・新商品プロモーション ・ブランディング

04 ハイブリッド型

- 「Web集客力×インサイドセールス力」による洗練されたマッチング力を保有
- 意思決定にまで介入し、事業者に貢献するため通常の問い合わせ支援サービス等と違い送客単価が高い
- 高い事業利益率を実現でき、再投資によるさらなる事業成長が可能



05 高い再現性 ① マatchingビジネスによるアセットの確立

- MatchingDXの展開により、今後の事業拡張に貢献する3つの基盤を蓄積することが可能

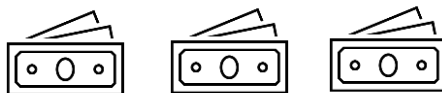
ユーザー基盤

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



MatchingDX

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

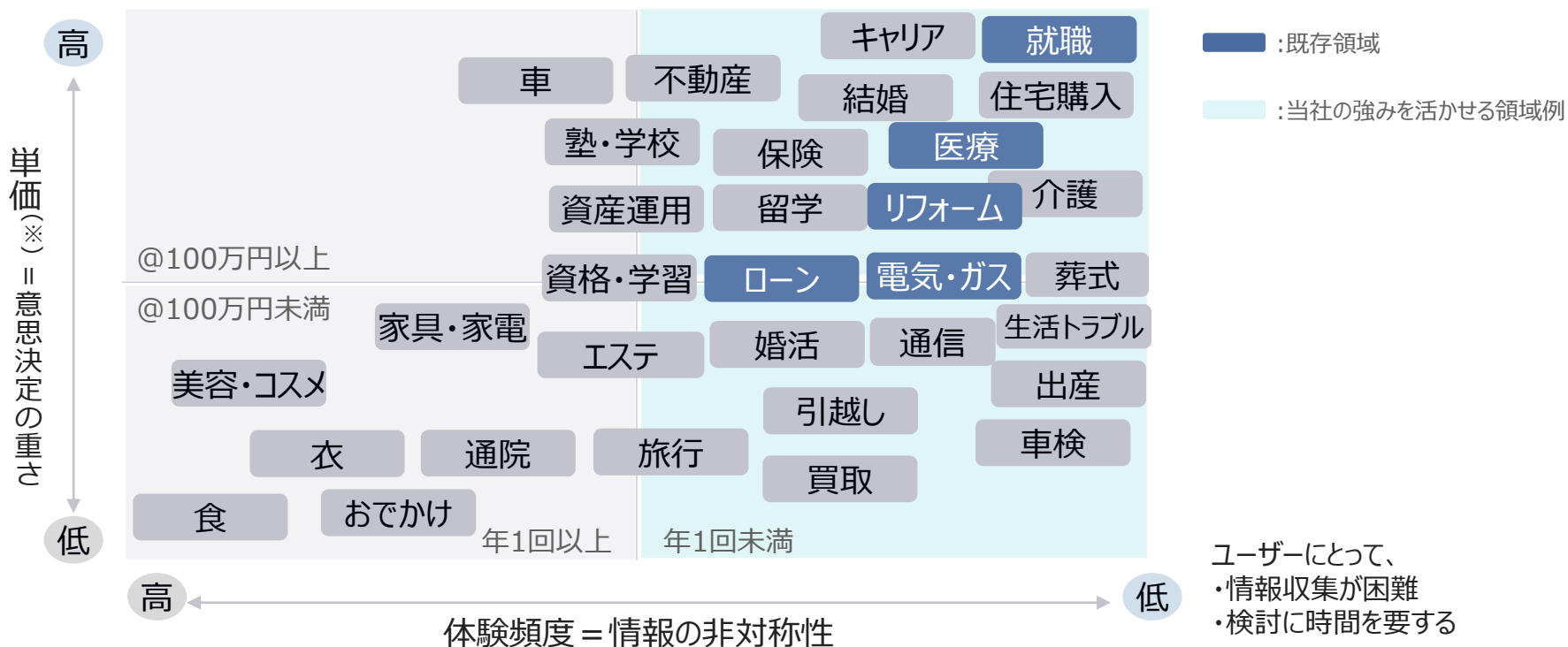
成果報酬型モデルにより
契約ハードルが低下

05 高い再現性 ②新領域への参入

- 非日常領域において、今後も同様のビジネスモデルにて展開できる市場は非常に多い
- 既存事業の成長だけでなく、新規参入についても積極的に検討

顧客企業にとって、

- ・広告単価が高い
- ・一方で、競争が激しく顧客獲得が難しい



ユーザーにとって、
 ・情報収集が困難
 ・検討に時間を要する

※ 一申込/想定平均単価 (生涯単価)

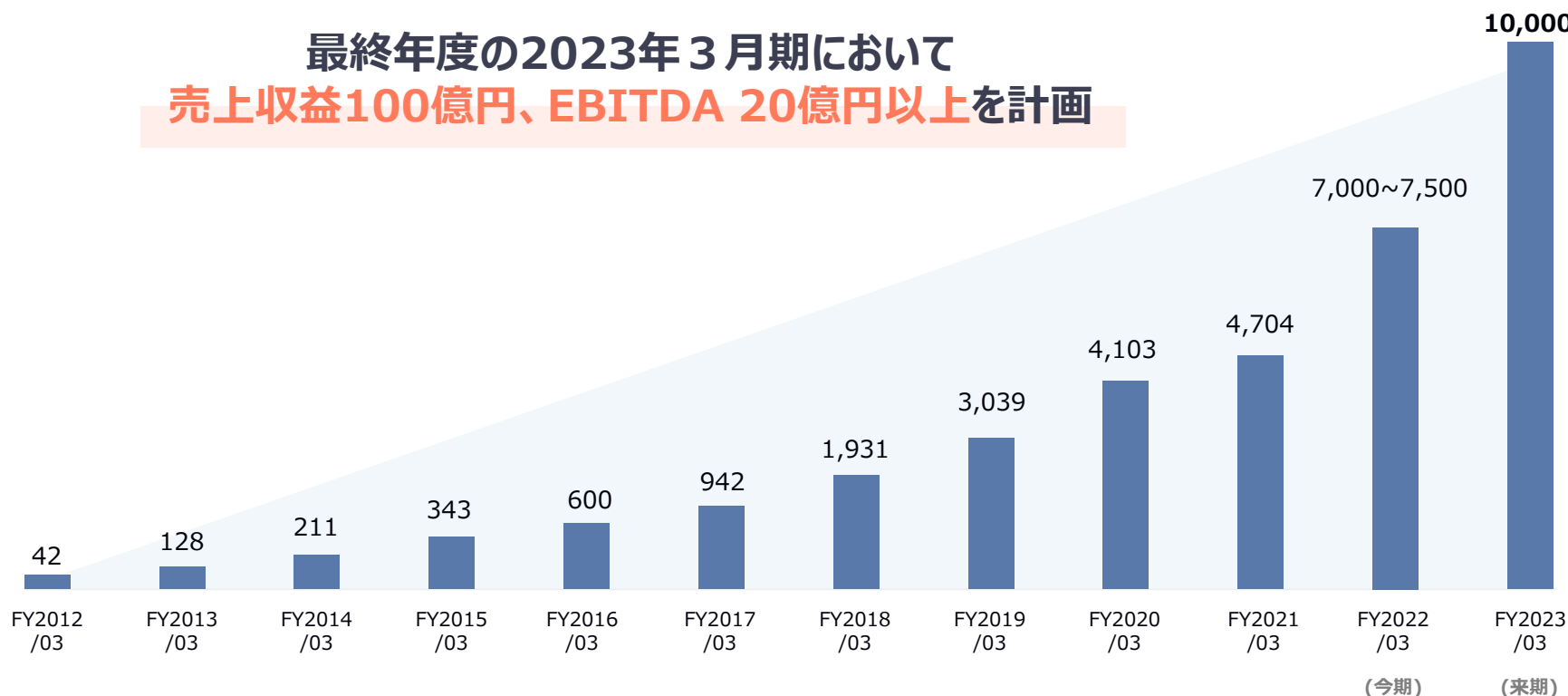
03

成長戦略

中期経営計画（2020年9月発表）

- 創業時から連続増収を実現し、直近6年間の売上収益CAGRは+54%
- 2023年3月期には100億円以上の売上収益、今後も売上収益CAGR30%以上の成長を目指す

最終年度の2023年3月期において
売上収益100億円、EBITDA 20億円以上を計画



■ 売上収益 単位：百万円

※EBITDA=営業利益+のれん償却費+減価償却費

※CAGR=年平均成長率

中期数値 目標概要

- 売上収益の他、M&A等を含めた積極的な投資を実施することからEBITDAを重要指標とする
- 各事業の進捗状況や機動的投資判断、利益下の意思決定を行うことができるよう、レンジ方式での開示とする
- 事業利益を原資にEBITDA黒字内での投資を進めていく

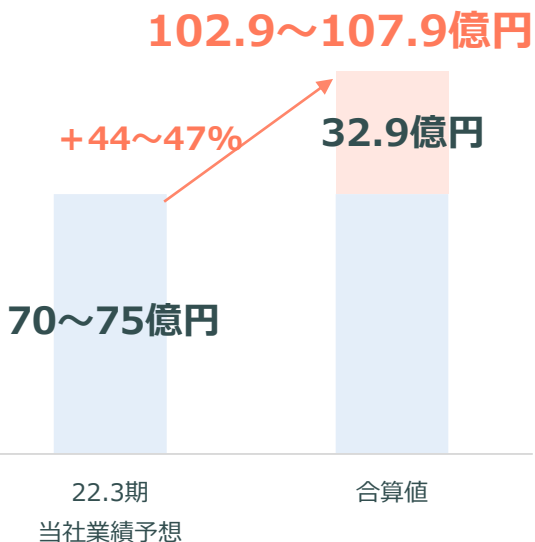
単位：百万円	2021年3月期 (実績)	2022年3月期	2023年3月期
売上収益	4,704	【上限】 7,500 【下限】 7,000	10,000
調整後 EBITDA	929	【上限】 2,000 【下限】 1,500	3,000
EBITDA	188	【上限】 900 【下限】 700	2,000
営業利益	▲66	【上限】 700 【下限】 550	-
税引前 当期利益	▲62	【上限】 700 【下限】 550	-
当期利益	▲52	【上限】 500 【下限】 400	-

現状の進捗状況

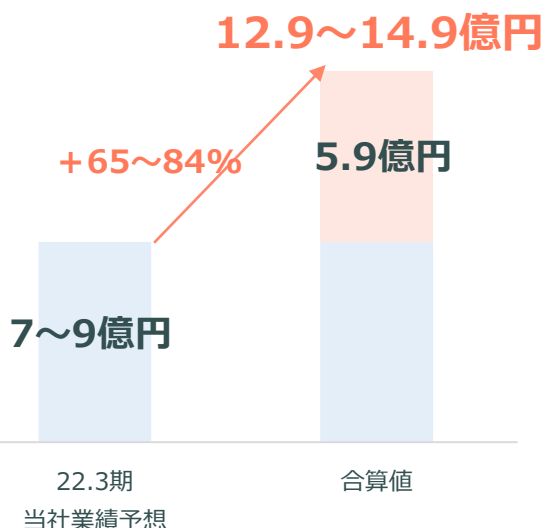
- 2021年11月発表のINE社連結子会社化により、売上収益、EBITDA、営業利益は大きく増加
- INE社の前期実績と当社今期予想の単純合算値で中期経営計画（23.3期）目標の売上収益100億円を突破
- EBITDAは12.9～14.9億円の實力値となり、23.3期の成長により目標20億円の達成を目指す

22.3期当社業績予想とINE前期実績を単純合算した實力値イメージ

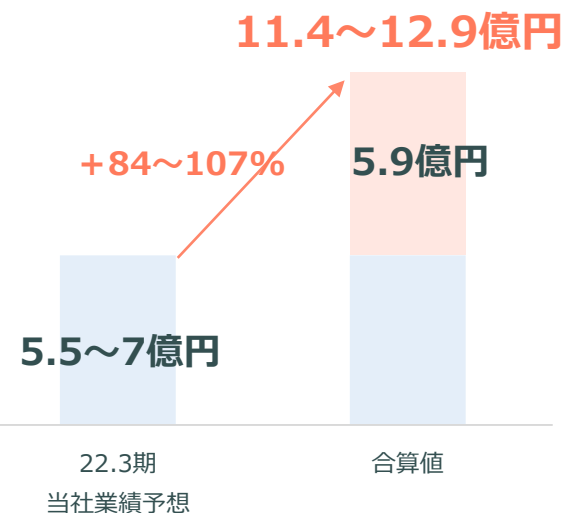
売上収益



EBITDA



営業利益



■ ポート ■ INE

※EBITDA = 営業利益 + 減価償却費
 ※当社業績予想を据え置き前提として算出
 ※INE社の当社連結対象は22.3期4Qからを予定

成長戦略

- 中長期の業績成長を実現するため、3つの成長戦略を推進していく

01

マッチングDXの拡大

既存領域のシェア拡大、及び新領域への展開を通じてマッチングDXの更なる拡大を図る

02

会員基盤を活用した
クロスセル

各領域で獲得しているユーザーの会員基盤を活用し、クロスセルを実現することで収益力の最大化を図る

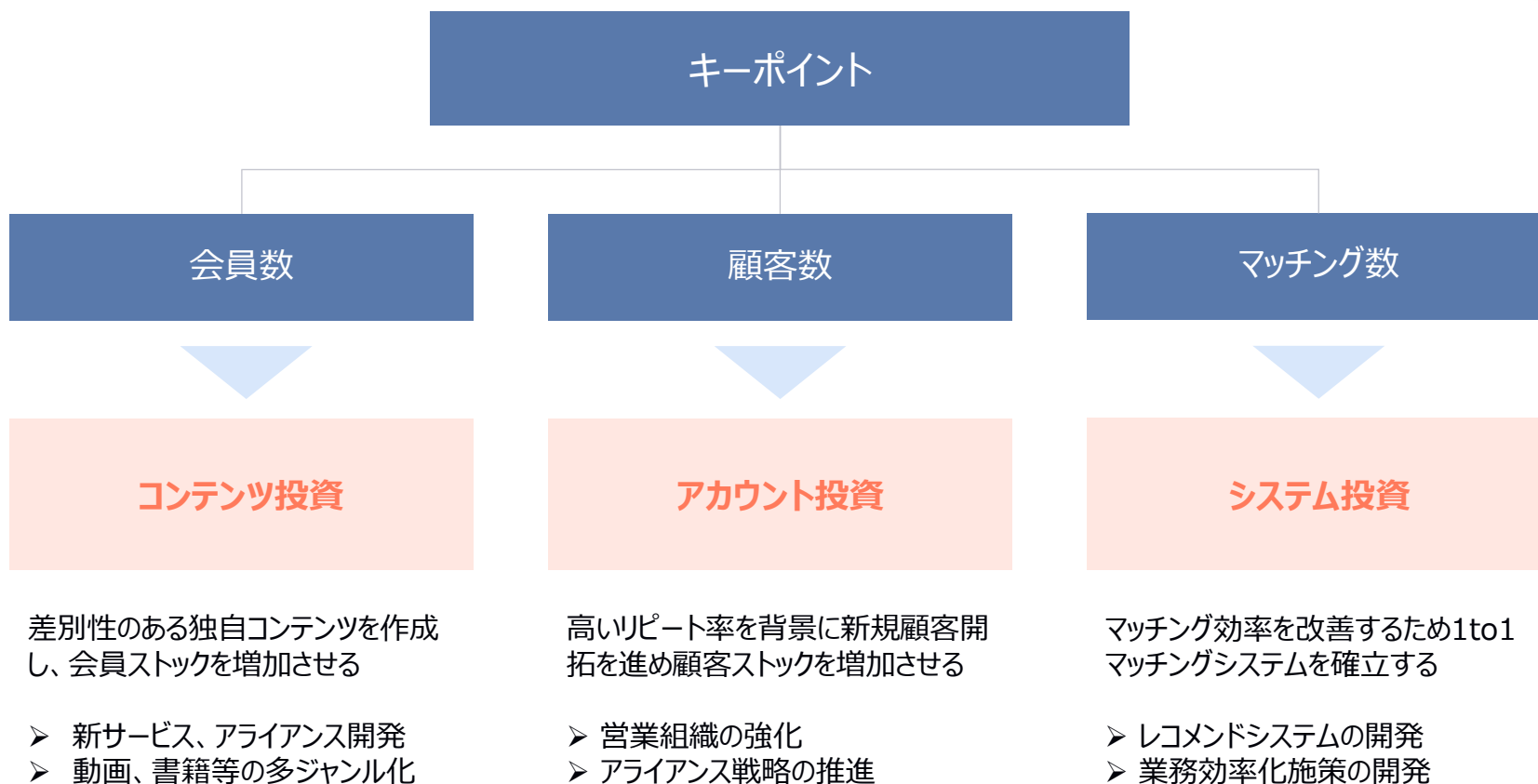
03

サプライチェーン
最適化

ユーザーに最適な意思決定を支援するために、サプライチェーンへの参入を図る

01 マッチングDX拡大のキーポイント

- マッチングDXの拡大による高い売上収益成長を実現するため、以下の3点が投資ポイントとなる



アライアンス戦略の推進

- アライアンス戦略を積極的に推進し、各キーポイントへの成長施策へ繋げていく

当社の今期発表した主な提携先

就職



株式会社 アクセス ネクステージ



リフォーム



town life



CAINZ



カードローン



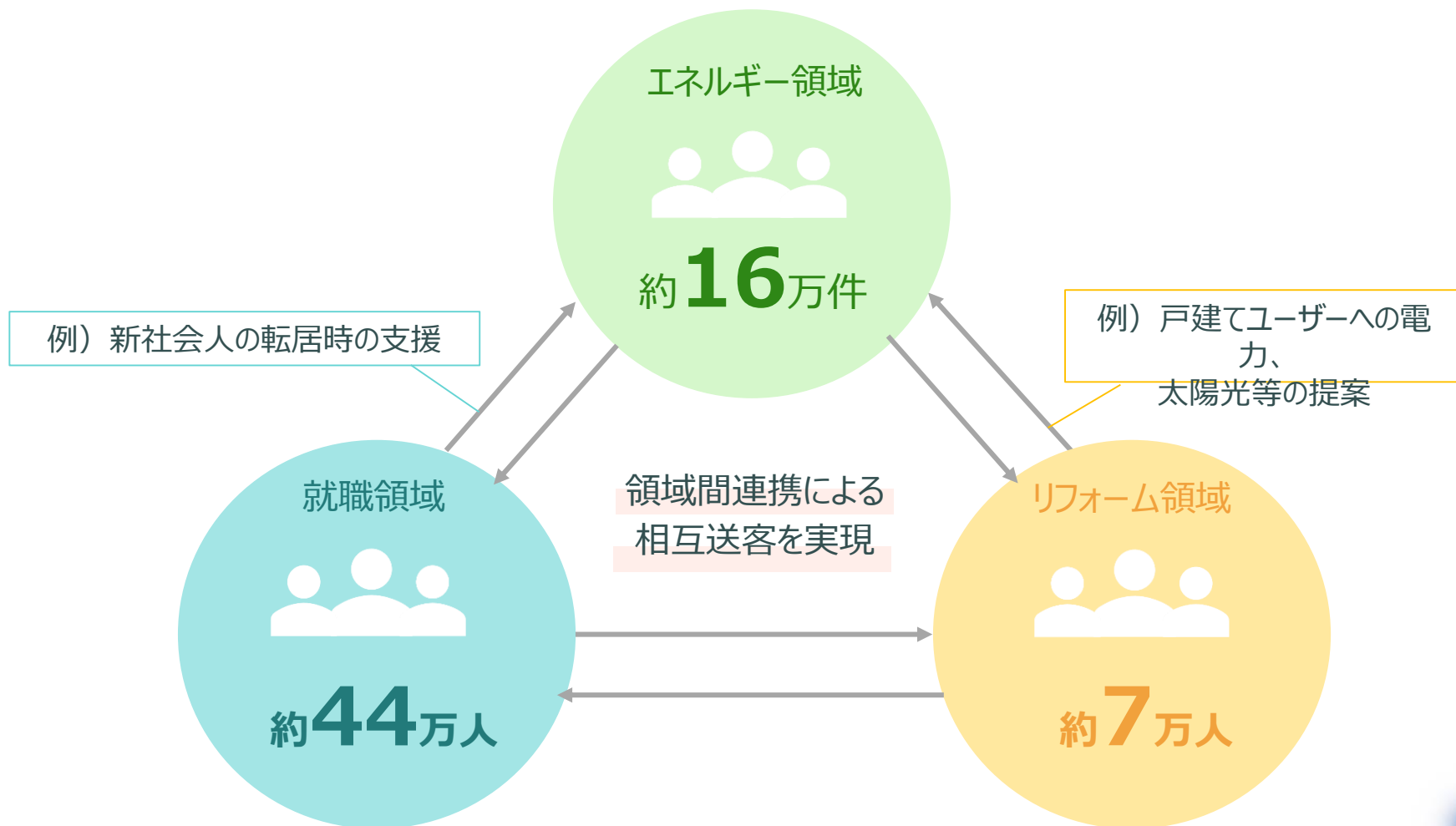
Life CARD



複数の大手消費者金融事業者

02 会員基盤を活用したクロスセル

- **年間67万人**が当社グループの会員となる
- エネルギー領域が加わることで、就職領域、リフォーム領域とのクロスセルによるシナジーが可能となった



03 サプライチェーン最適化

- サプライチェーンの最適化には、当社が直接事業者となってサービス提供する「垂直展開」と、各領域の事業者を支援する「業務効率化」の2つの手法がある
- 上記の方法を通じて、ユーザーがより最適な意思決定、最適なサービスを楽しむ状況を目指す



ユーザーデータを大量に保有しているため、
ユーザーニーズの解像度が高い

マッチング後のサプライチェーンでは、DX化が進んでおらず、
非効率な業務も数多く存在する

① 垂直展開

当社が直接事業者となり、リアルサービスを提供

② 業務効率化

当社が顧客の業務効率化、最適化を支援

04

M&A戦略

M&Aについて

- 先述の3つの成長戦略を推進するため、M&Aも積極的に検討していく

投資概要		
対象領域	マッチングDX	当社と同様に、ユーザーの最適な意思決定と事業者の効率的な販促活動を支援する事業
	クロスセル	既存の領域で蓄積されている会員データを活用して、シナジーを生み出すことができる事業
	サプライチェーン	各産業において事業者の業務効率化やリアルサービスの提供などを通じてサプライチェーンを最適化していく事業
投資規模	10-50億円程度 ※EBITDAの3-8倍程度	
業績規模	EBITDA 2億円以上 ※原則、赤字である場合は対象外 ※当社全体において売上、利益において一定のインパクトのある対象会社、事業を想定	
原資	現預金 + 金融機関による借入、そのほか資本性の調達スキームなど柔軟に検討	

M&Aによる参入基準（マッチングDXサービスの場合）

- 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参入していく
- 現在の既存領域の特徴と合致させ、再現性高く、M&A後のビジネスグロースを実現する

参入基準	就職	カードローン	リフォーム	説明
デジタル化が遅延している	○	○	○	現在はリアルチャネルによる集客が主流であるが、今後デジタル化が促進され、各領域におけるインターネット広告宣伝、販促比率が拡大していく領域
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
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

M&A実績

- 21.3期、22.3期において大型M&Aを実行
- M&A戦略を発表し、M&Aに関する問い合わせや持ち込み案件も増加中

2020年6月末



就職領域

国内最大級の就活生向け
企業口コミサイト

投資規模

850百万円

2020年7月末



リフォーム領域

業界最大級の外壁塗装マッチングDX
「外壁塗装の窓口」を運営

投資規模

1,600百万円

2021年11月



エネルギー領域

電気代・ガス代の見直しニーズのある
ユーザーと電力事業者のマッチングDX

投資規模

2,036百万円

※INE社株式50.9%を取得

M&A後のグロース

- 当社の強みであるマーケティングを中心とした様々なノウハウを投下することにより、当社の主力事業に成長させることができる企業をM&Aする
- 単に積み増し型でのM&Aによる規模拡大は志向しない

当社のノウハウ

- Webマーケティング、コンテンツマーケティング
- マーケティング組織体制の構築
- 開発組織体制の構築
- マッチングオペレーションシステム
- 採用支援
- アライアンス推進

当社のノウハウの注入により、主力事業に成長させていく

M&A後の
業績成長イメージ

買収時点

質疑応答



■ 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。