

PORT INC.

ポート株式会社 証券コード7047
「外壁塗装の窓口」M&Aの目的について



- 1 外壁塗装の窓口について
- 2 M&Aの背景
- 3 M&Aによるシナジーについて
- 4 今後の拡大戦略について
- 5 ファイナンスについて

PORT INC.

外壁塗装の窓口について

「外壁塗装の窓口」について



外壁塗装のニーズがあるユーザーと外壁塗装専門の施工業者をマッチングする日本最大級のプラットフォームメディア

GMV

約**4,000** 百万円

売上高

818 百万円

※当社売上高の**20%**に相当

調整後
EBITDA

173 百万円

※当社EBITDAの**22%**に相当
(当社会計基準で調整)

加盟店数

3,658 社

※2020年6月末時点

PORT

4,103 百万円

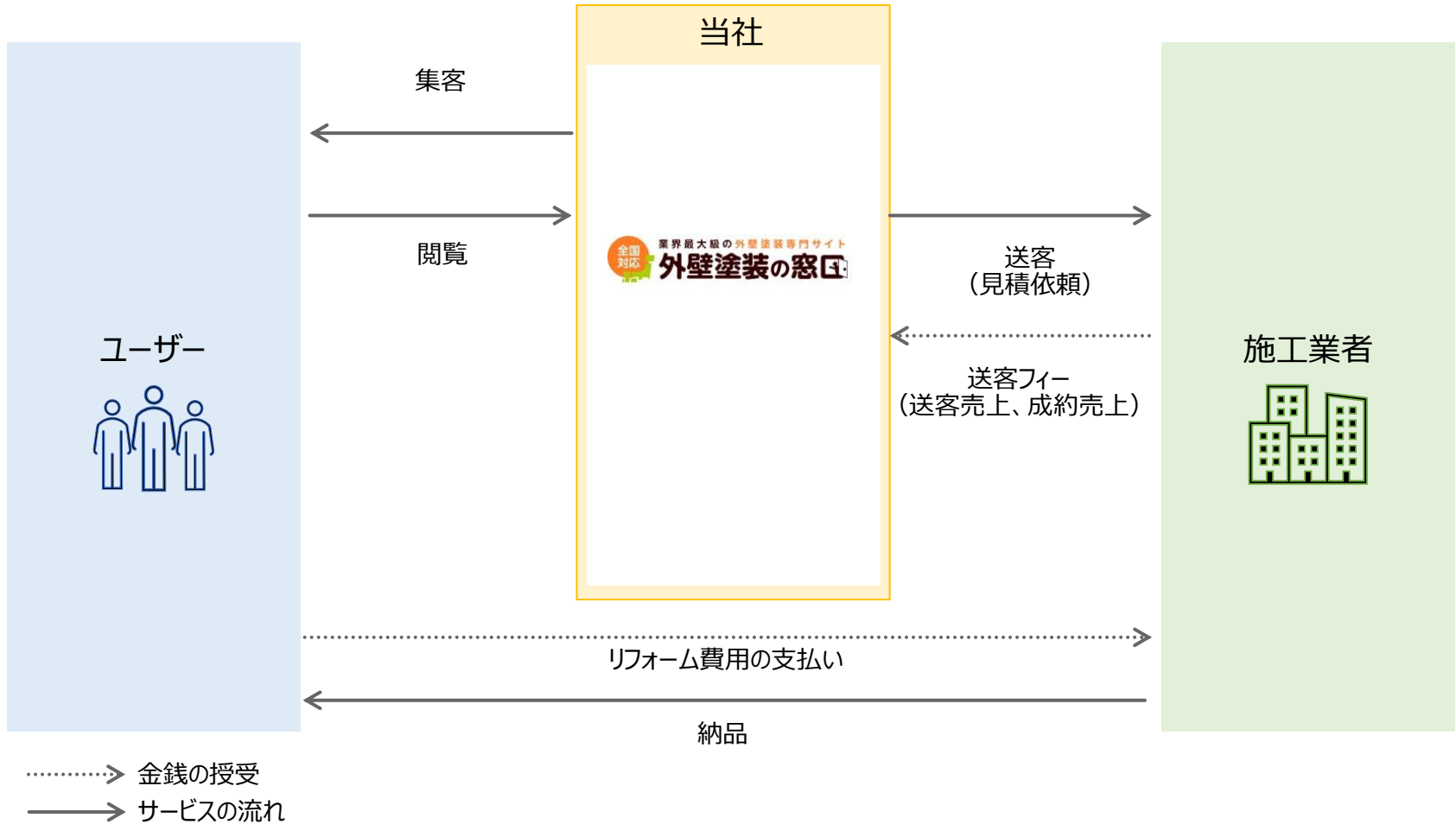
792 百万円

※GMV：流通総額

※GMV、売上高、調整後EBITDAは2020年3月期

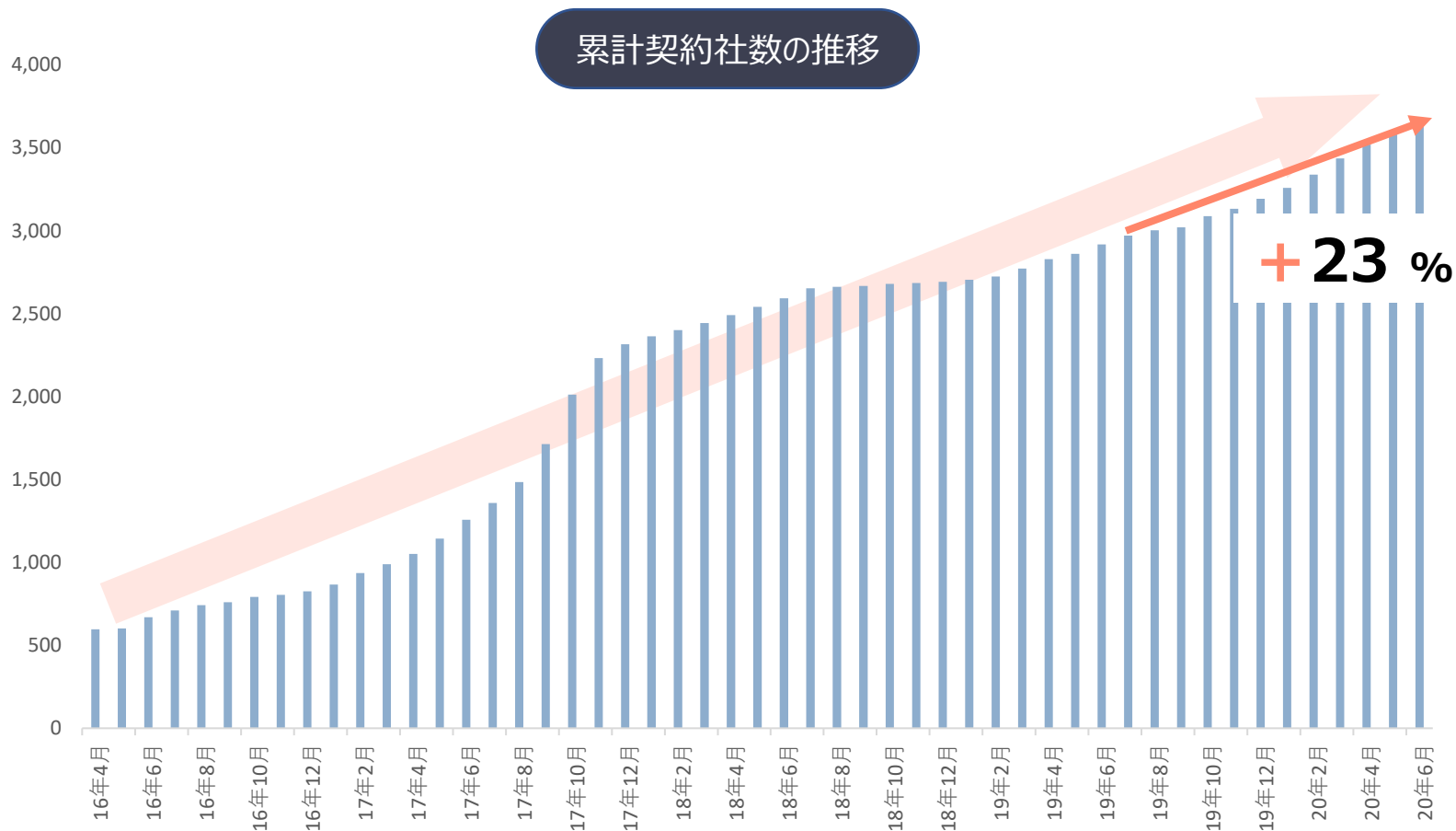
ビジネスモデル

- ユーザーと企業のマッチングを行うビジネスモデルは当社のインターネットメディア事業と同じビジネスモデルである。
- 売上高は施工業者からの送客フィー（送客売上、成約売上）である。



累計契約社数の推移

- 累計契約社数は創業時から堅調に推移し、直近1年間においても **+23%** 増加。現時点で **3,658社** となっている。

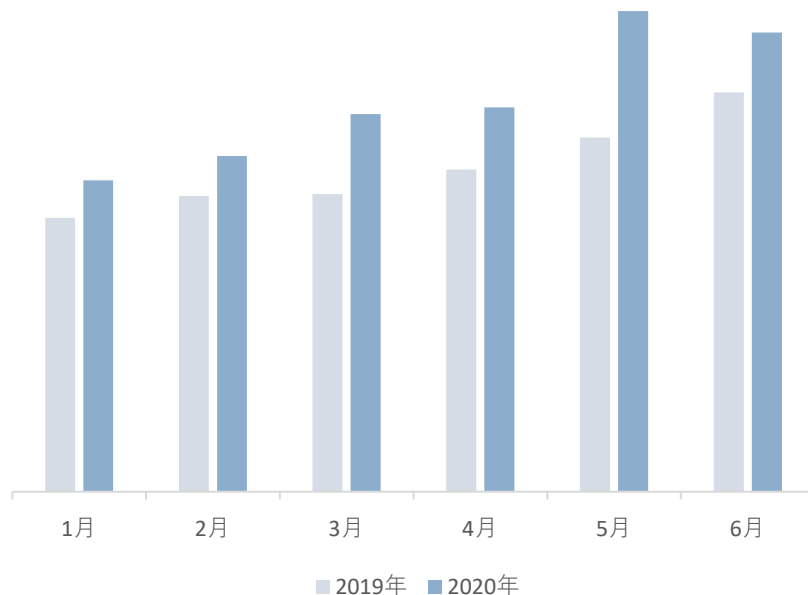


新型コロナウイルスによる影響

- 外壁塗装は、新型コロナウイルスの影響を受けておらず、直近6カ月の売上高は、順調に推移し、**継続的な成長**を続けている。

売上高

直近6カ月の売上高は
前年同期比 **+20%成長**



影響がない理由

- ✓ 外壁塗装は外での施工のため、**三密にはならない**

プラス要素

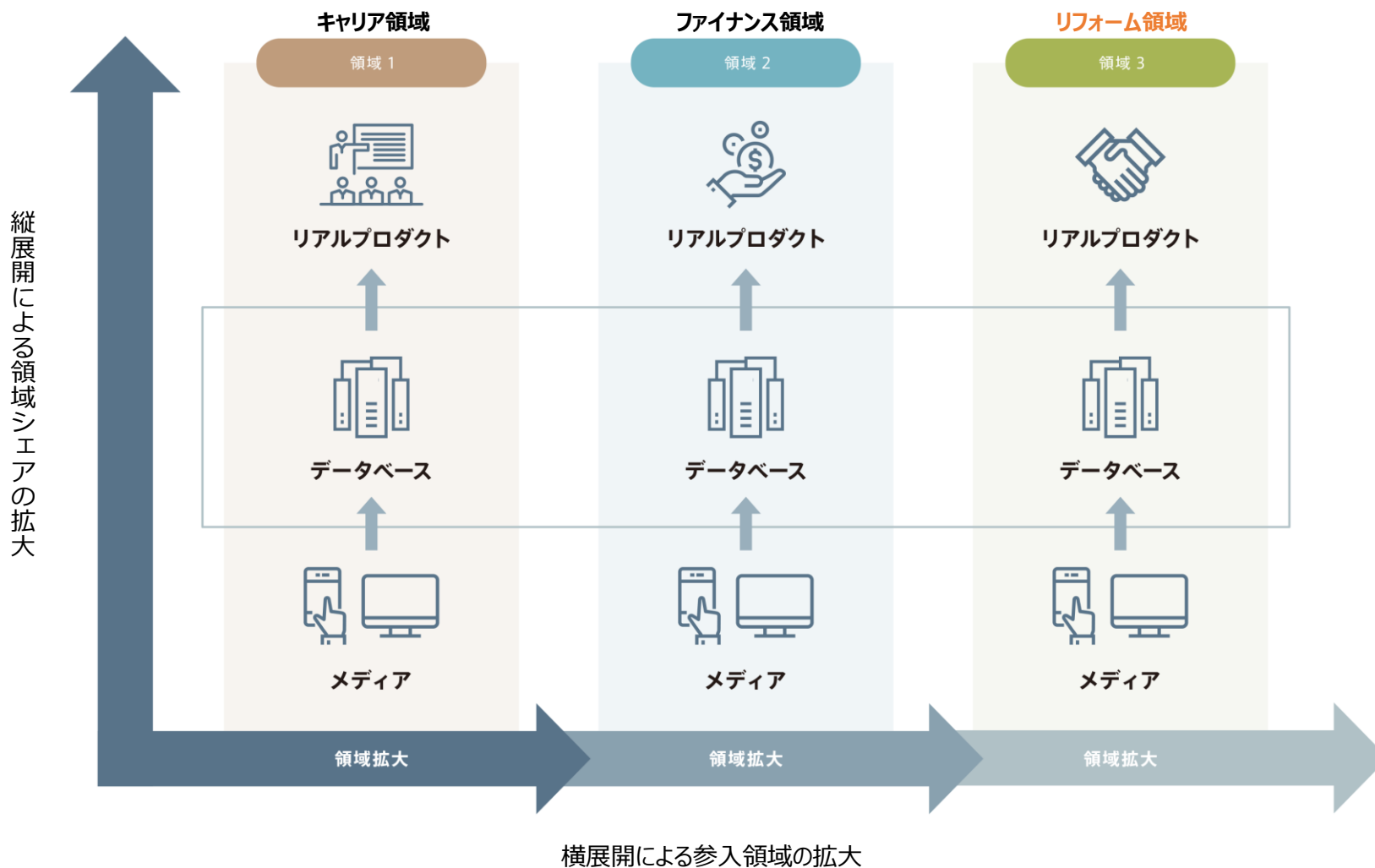
- ✓ 自粛の影響で訪問営業活動ができないため、**オンライン化が進行**

PORT INC.

M&Aの背景

インターネットメディア事業のグロース戦略

- インターネットメディア事業は、縦展開による領域シェアの拡大と横展開による参入領域の拡大でグロース。
- 横展開は、キャリア領域からファイナンス領域への展開に成功。次の第3の柱となる**リフォーム領域**に今回進出する。



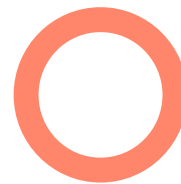
横展開の領域選定の軸

■「社会課題」「市場規模」「流行性」を軸に、参入領域を選定。



社会課題
(高)

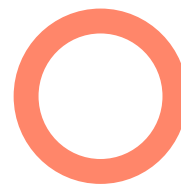
インターネットメディア利用者の情報発見をサポートすることにより、社会の慢性的な課題解決ができる、重要度が高い市場を選定。



ユーザーと施工業者の情報の非対称性

市場規模
(大)

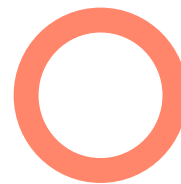
産業規模が大きく、社会課題を解決することによる市場インパクトの大きな市場を選定。



リフォーム市場
5.7兆円

流行性
(低)

流行に左右されづらいファッション性の低い領域でコンテンツを開発。そのため、開発したコンテンツのライフサイクルが長い。



10～15年の
安定的な需要

- 近年、自然災害が各地で増加しており、災害に備えた耐震工事等の需要が高まっている。

自然災害の増加

日本は地理的な条件から自然災害に見舞われやすく、特に昨今は異常気象等も相まって、各地で甚大な災害被害が生じている。



災害による損害を最小限に抑える工事

災害に備えて、耐震工事や災害に強い建材の利用などを進めることで、災害による損害を最小限に抑えることができる。政府は「国土強靱化年次計画2020」の中で、住宅・建物の耐震化や水災害対策を全国的に進めていく方針を示しており、今後、需要は拡大していくと考える。



社会課題（高） リフォーム市場（外壁市場）における課題

■ユーザーと施工業者のそれぞれの課題を解決し、最適なマッチングを実現するメディアである。

ユーザー



課題①情報不足

10～15年に一度発生する工事であるため、ユーザー側で基本専門知識を保持していない。

課題②料金体系が不透明

使用する材料や施工業者によって、大きく変動する。

課題③施工業者を選ぶ際の分かりやすい基準がない

外壁塗装の工事品質の優劣は塗装の数年後に出てくるため、不透明。

施工業者



課題①営業組織を有していない

地場工務店、専門工事業者が工事の主な担い手であるため、少人数規模の事業者が多く、営業に注力できない。

課題②下請けの場合、利益率が低い

大手ハウスメーカーや工務店の下請けの場合、中間マージンがあるため、利益率が低くなる。

課題③職人の高齢化

職人の高齢化により職人人口の不足が危ぶまれている。テクノロジーの活用により生産性の向上等の対策が求められる。

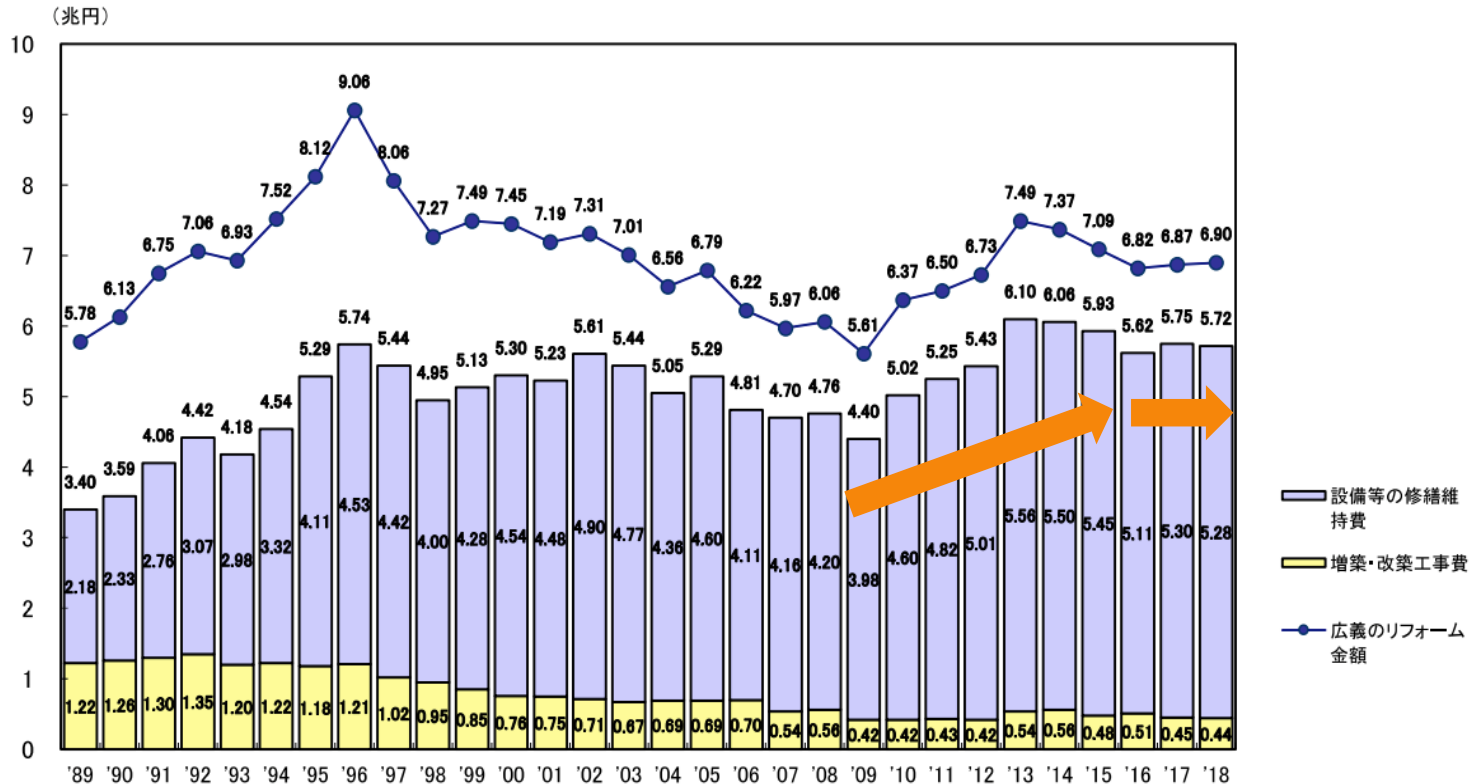


情報の非対称性を解消し、最適なマッチングを実現

市場規模（大） リフォーム市場規模推移

- 住宅リフォーム市場は国民のリフォーム意識の向上、設備取替需要の本格化を背景に、緩やかに拡大してきており、足元数年では5兆円超えで安定的に推移。

【リフォーム市場規模の推移】



2008年の凹みはリーマンショック、2013年～15年の増加は消費税増税による駆け込み需要、東日本大震災後の耐震需要によるもの

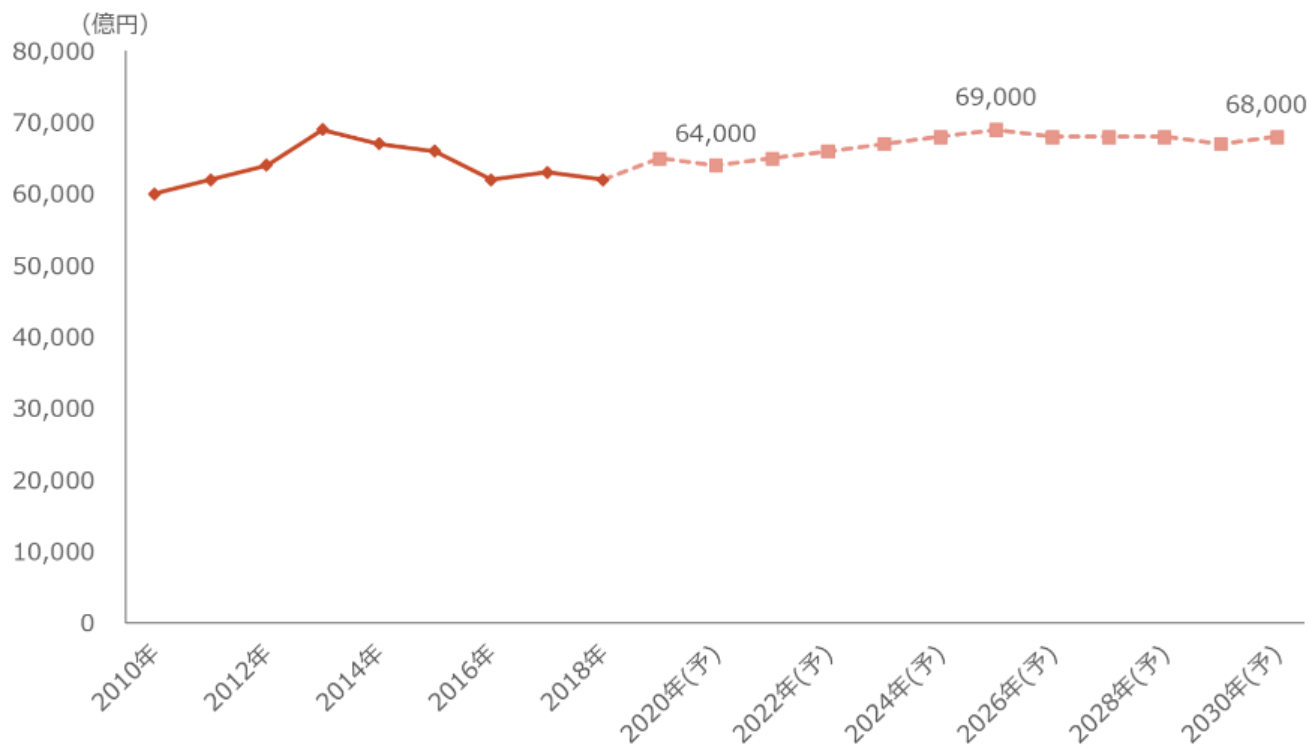
注：広義のリフォーム市場規模とは、住宅着工統計上「新築住宅」に計上された増築・改築工事と、エアコンや家具等のリフォームに関連する耐久消費財、インテリア商品等の購入費を含めた金額を言う
分譲マンションの大規模修繕等、共用部分のリフォーム、賃貸住宅所有者による賃貸住宅のリフォーム、外構等のエクステリア工事は含まれていない

Source：公益財団法人住宅リフォーム・紛争処理支援センター「住宅相談統計年報2019」

市場規模（大） リフォーム市場の見通し

- 住宅ストックが増える一方、世帯数（特にファミリー層）が減少するため、リフォーム市場は概ね横ばい～微増で推移。

【広義のリフォーム市場規模の見通し】

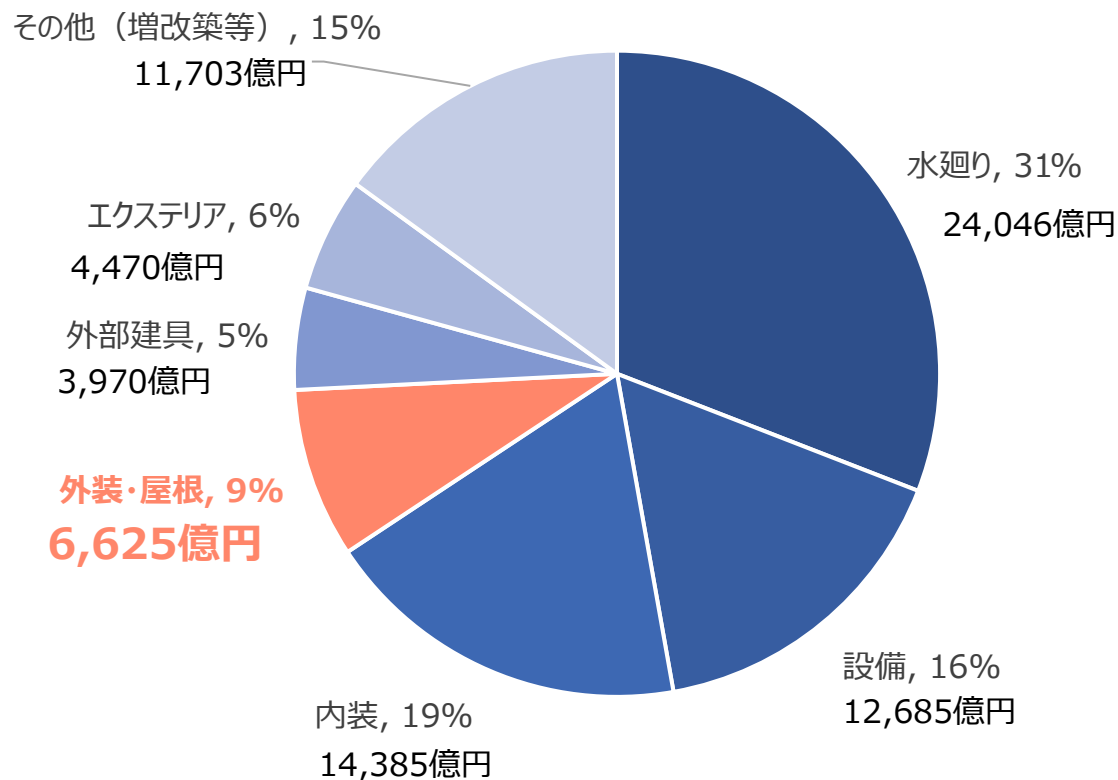


Source : 矢野経済研究所「2019年7月8日プレスリリース（住宅リフォーム市場に関する調査を実施（2019年））」

市場規模（大） 外壁塗装の市場規模（戸建）

■ 外壁・屋根リフォームは水廻り、内装に次ぐ大きな市場であり、6,600億円程度と想定する。

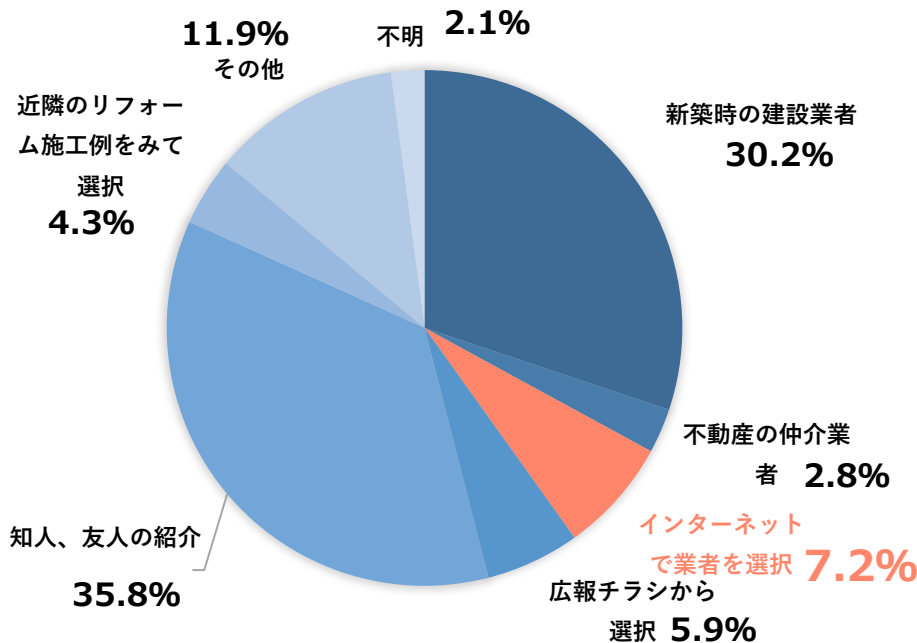
【2013年部位別リフォーム市場規模】



市場規模（大） リフォーム市場 足元のネット経由率

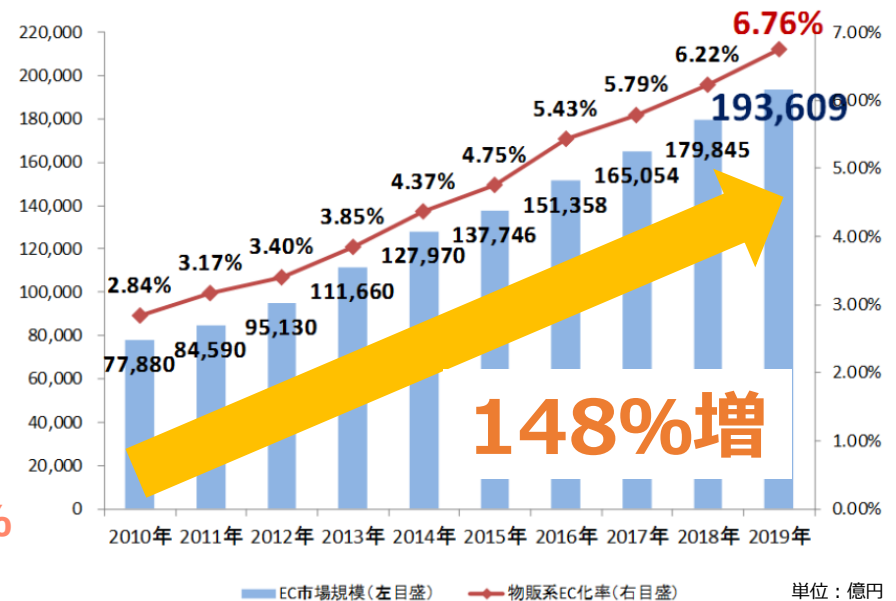
- 現時点では、業者の選択においてリアルチャネルで情報を入手する人が過半数で、EC化率は約7%と低い水準である。
- BtoC-EC市場は19.4兆円であり、9年間で**148%増加**している。リフォーム市場のEC化を進めることで市場拡大していく。

【リフォームを実施した業者の選択方法（戸建て）】



【日本のBtoC-ECの市場規模の推移】

2010年から9年間で市場規模は**148%増**



Source (左図) : 一般社団法人住宅リフォーム推進協議会「平成29年度住宅リフォーム実例調査」

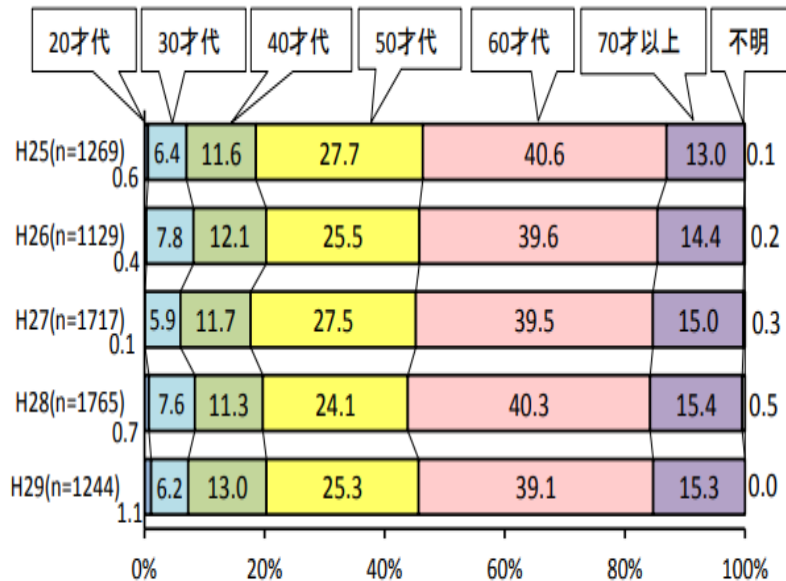
Source (右図) : 経済産業省「令和元年度内外一体の経済成長戦略構築にかかる国際経済調査事業（電子商取引に関する市場調査）」

市場規模（大）

（参考）住宅リフォーム施主の年齢構成・業者選択方法

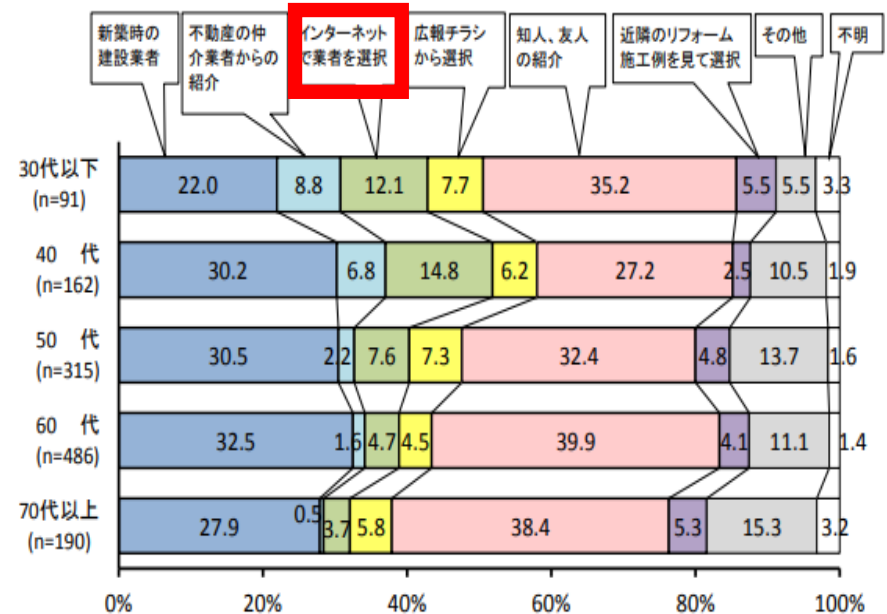
- 住宅リフォーム施主は50～60代が全体の約7割を占める。
- 今後、ITリテラシーの高い40代～50代が施主の大半となるため、ネット経由率は上昇が見込める。
- 新型コロナウイルスの影響によるEC化率のベースアップもネット経由率の上昇を後押し。

【住宅リフォーム施主の年齢構成】



【戸建て】

【年齢別リフォームを実施した業者の選択方法】



【戸建て】

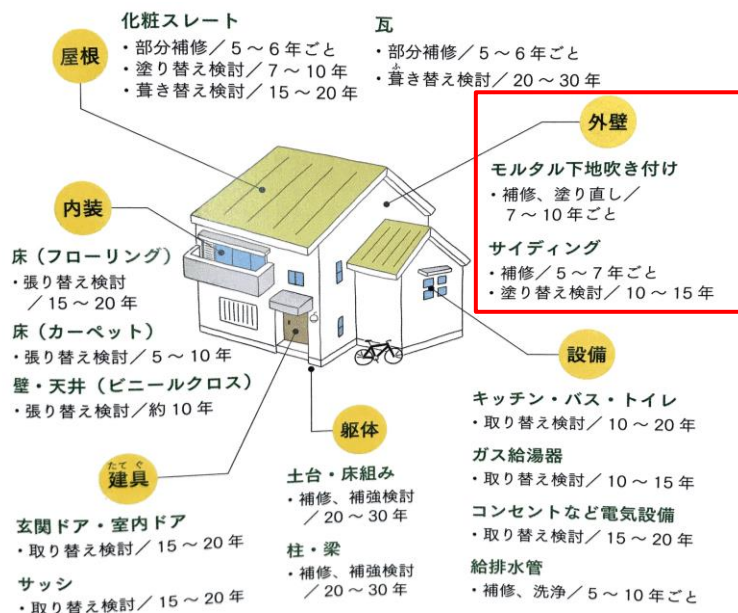
Source : 一般社団法人住宅リフォーム推進協議会「平成29年度住宅リフォーム実例調査」

流行性（低）

- 外壁のメンテナンスは7～10年ごとに定期的に行うため、流行性が低い。
- また、他部位に比べて工事の件数が多く、安定的に需要を見込める市場である。

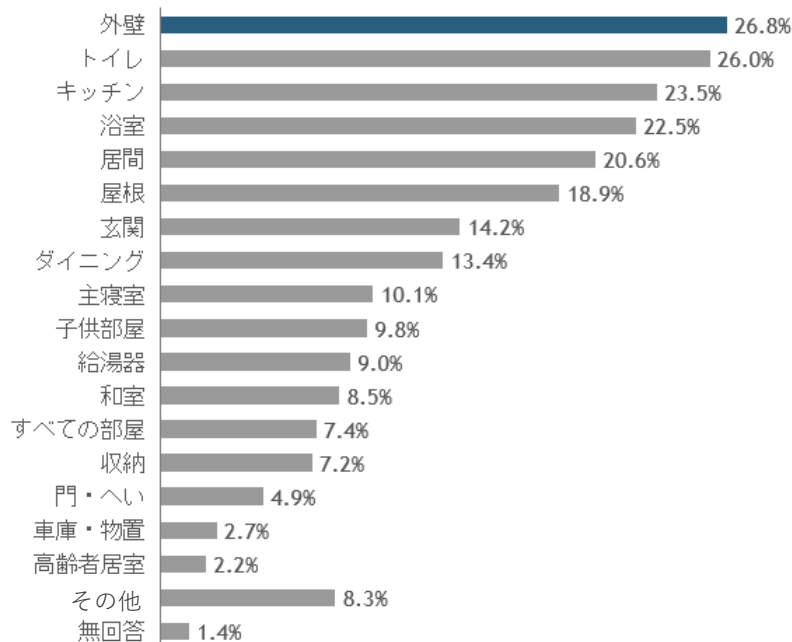
戸建てでの一般的なメンテナンス周期

他部位と比べ、外壁の塗替えサイクルが短く、比較的早いタイミングでリフォーム工事が必要になる



2018年度内にリフォームした部位（複数回答）

外壁リフォーム工事は、他部位よりも件数が多い



Source（左図）：PHPビジュアル実用BOOKS「最高の住まいをつくるリフォームの教科書」

Source（右図）：国土交通省「建築物リフォーム・リニューアル調査」、国土交通省「成30年住宅市場動向調査報告書」

M&Aの背景 総括

市場規模

リフォーム市場5.7兆円、社会課題を解決することによる業績インパクトが大きい。また、EC化が進んでいない領域のため、今後の市場拡大が見込める

参入戦略

リフォームの部位別No.1の外壁塗装から参入する

社会課題

情報の非対称性等、慢性的な課題があり、マッチングビジネスで課題解決できる

ビジネスモデル

インターネットメディア事業で同じマッチングビジネスを展開しているため、相互シナジーを生むことができる

流行性（低）

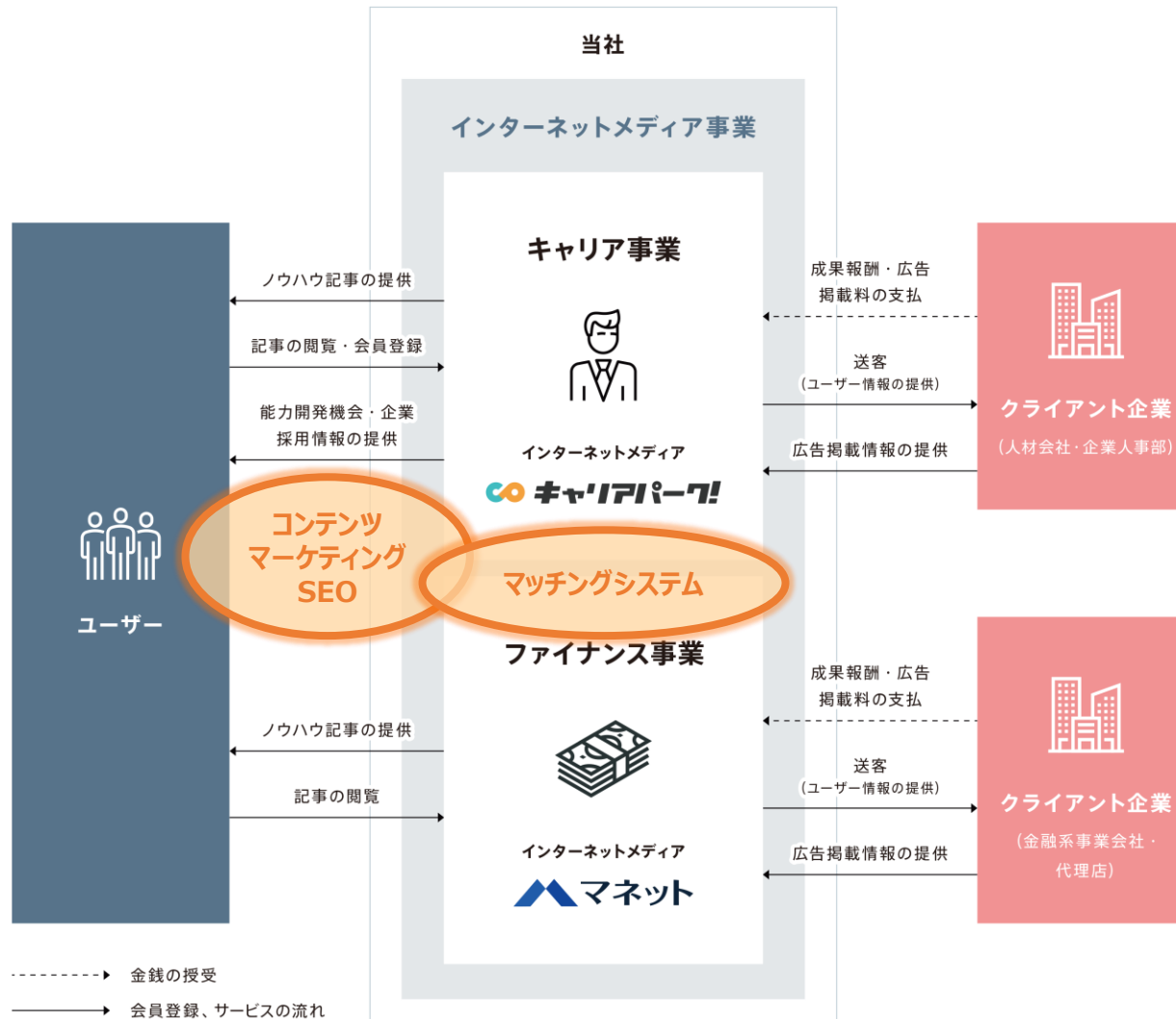
10～15年に一度発生するため、景気変動に左右されにくく、安定的な需要が見込める

PORT INC.

M&Aによるシナジーについて

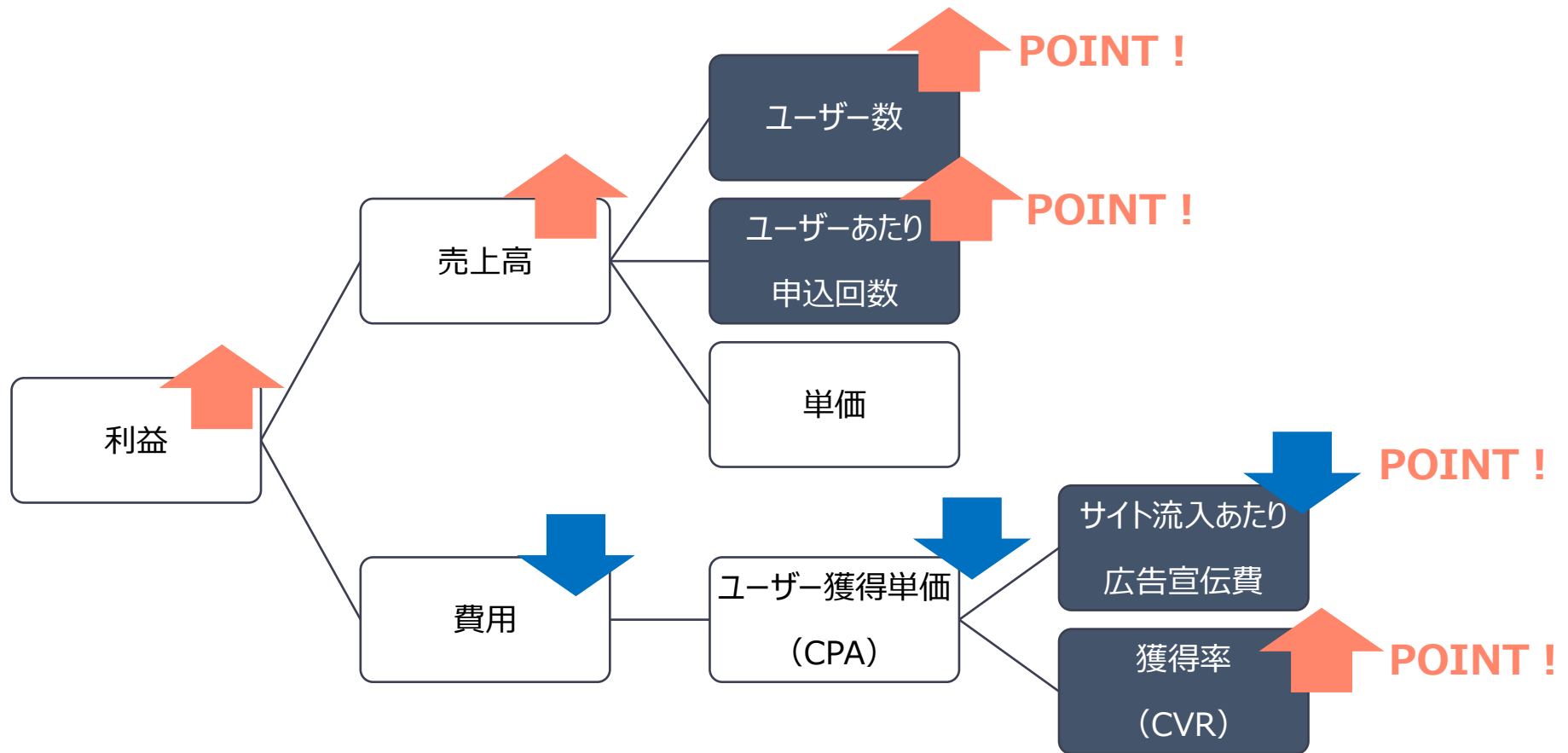
当社の強み

- 当社は悩みごとの解決を目指すユーザー向けにインターネットメディアを開発。
- ユーザーの集客に関するコンテンツマーケティング、SEOのノウハウ、及びマッチングシステムに関するノウハウを有している。



対象会社におけるドライバー

- 対象会社のKPIは当社のKPIと類似しており、当社ノウハウの注入によるシナジーを創出する。



成長ドライバーに対する主な施策

■利益拡大のための施策のポイントは下記の4つである。

コンテンツ拡充

現状SEO流入率ほぼ0であり、専門家監修コンテンツや施工業者の口コミコンテンツ等を拡充することで、Non-Paidの流入数を増加させる。

**自然流入増による
広告宣伝費低下**

ユーザー数向上

ランディングページ最適化

当社がこれまで蓄えたノウハウを活用し、よりユーザーの申し込み意欲を高めるサイトページ、構造を生成し、CVRを高める。

CVR向上

広告運用最適化

ユーザー獲得の主たる経路となっているウェブ広告に関して、当社のオペレーションを適用し、獲得効率を高める。

**流入あたり
広告宣伝費低下**

クロスセルの実施

ユーザーに対して外壁塗装以外のサービスを紹介。施工業者に対するDX支援などの実施で、ユーザーおよび施工業者双方のLTVを向上させる。

**ユーザーあたり
申込回数**

相互シナジーへの期待

- 当社と対象会社のそれぞれのノウハウを注入することで相互シナジーが期待できる。

リアルマッチングノウハウの注入

PORT



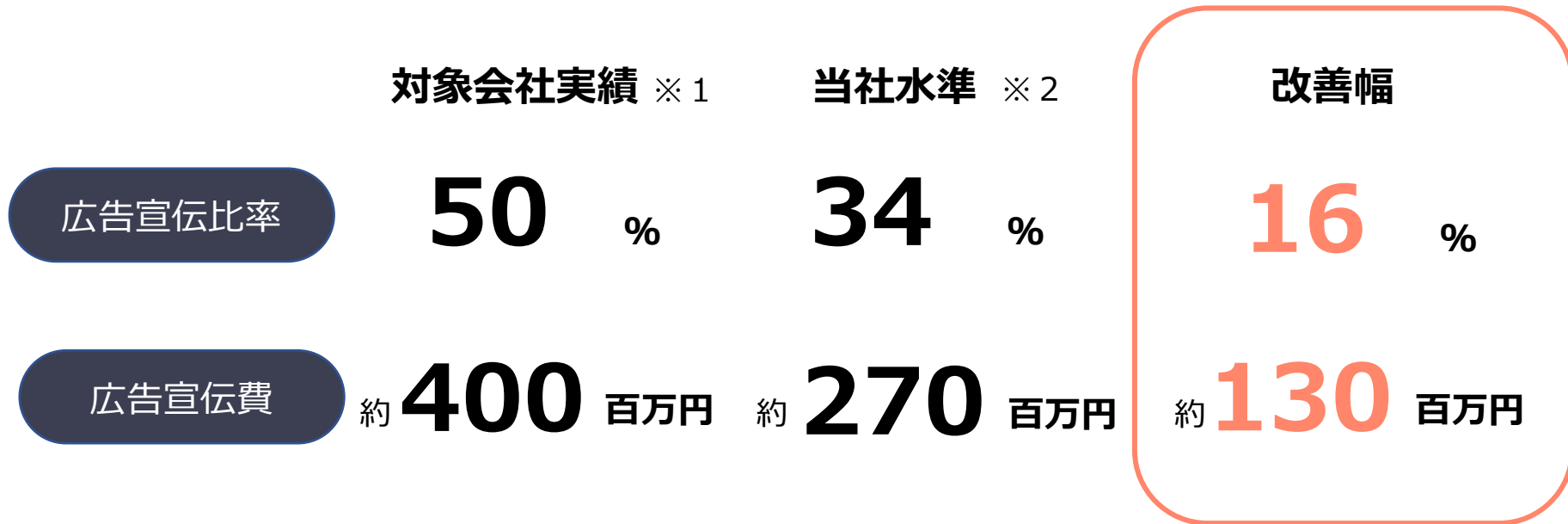
- ① コンテンツマーケティングノウハウ
- ② 広告運用オペレーション
- ③ ウェブページ開発ノウハウ

- ① テレマーケティングオペレーション
- ② 豊富なクライアントネットワーク

ウェブマッチングノウハウの注入

対象会社と当社のKPI比較

■ 主要なKPIを比較すると大きく乖離しており、当社ノウハウにより業績改善は比較的大きいものと推測。



※1 2020年3月期実績

※2 当社の広告宣伝費率を対象会社の売上実績に乗じて算出

M&Aによるシナジーについて 総括

コンテンツ
マーケティング

当社のコンテンツマーケティングノウハウを注入することで自然流入を拡大させる

広告運用オペレーション最適化

当社の広告運用オペレーションおよび人材を導入しCPAを低下させる

マッチング最適化

ウェブマッチングノウハウを注入し、CVRを向上させる

リアルマッチング

対象会社のリアルマッチングノウハウを逆輸入し当社のCVRを改善する

クロスセル

ユーザーに対してのクロスセルを進め、ユーザーLTVを向上させる

PORT INC.

今後の拡大戦略について

- 短・中期的にこれまで述べたシナジーによる利益の適正化を実現。中長期では資産を活用してGMVの最大化を目指す。

短・中期

ノウハウの注入による利益適正化

当社ノウハウを対象会社に注入し、各種ドライバーを改善する。また同時に販管費を中心としたコスト見直しによる利益適正化を進める。

中・長期

ユーザー・顧客資産の活用によるGMVの最大化

獲得したユーザーデータや顧客データを活用したクロスセルを進めGMVを最大化させる。

外壁塗装以外のリフォーム ジャンルへの横展開

外壁塗装でマッチングしたユーザーはリフォームニーズの高いユーザーである可能性が高く、対象会社の豊富なユーザーデータベースを用いて、内装、水廻り等、外壁塗装以外のリフォームジャンルへ横展開し、ユーザーの利便性を高め、ユーザーLTVを向上させる。

ユーザーLTV最大化

中小事業者に対する DX支援

近年スタートアップを中心に各種土木建築関連のクラウドサービス等が増加傾向にある。他企業のパートナーシップおよび自社プロダクト（採用支援、材料調達支援、ファクタリングサービスなど）の開発を通じて3,600社を超える対象会社の豊富な顧客資産とのマッチングを促進し、中小事業者のDXを促進させる。

施工業者LTV最大化

GMV約100億
の早期突破

約40億

PORT INC.

ファイナンスについて

ファイナンスについて

- 取得価額は1,600百万円
- りそな銀行、みずほ銀行から資金調達予定。
- 買収費用に利用する自己資金部分に関しては金融機関から追加調達を計画。自己資金割合の最小化を目指す。

取得価額

1,600 百万円

※ドアーズ社 手元資金約250百万円

資金調達

りそな銀行 750 百万円

みずほ銀行 500 百万円

An aerial, high-angle photograph of a large, paved plaza. The plaza is composed of large, light-colored square tiles. Several people are scattered across the plaza, some walking in different directions. The lighting is soft, suggesting an overcast day. The overall tone is muted and professional.

世界中に、アタリマエとシアワセを。

私たちは、リフォーム領域という新たな社会課題に向き合っていきます

■ 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。