

成長可能性に関する説明資料

**PORT** INC.

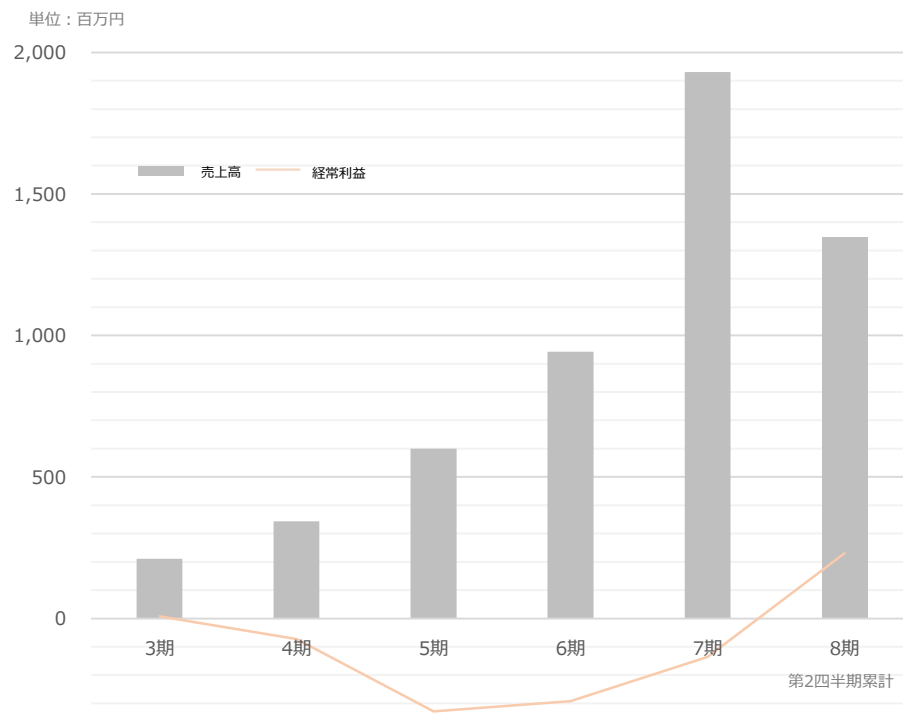


## Corporate mission

# 世界中に、アタリマエとシアワセを。

「あったらいいな」というものではなく、「無くてはならない」といわれるような世の中にとって大切なもの、必要不可欠なものを創る会社でありたいと考えています。世界中に存在する様々なリアル産業の社会課題を、テクノロジーとマーケティングで解決し、「無くてはならない」を創造します。

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
事業内容	インターネットメディア事業
従業員数	149名（2018年9月）
平均年齢	約29歳
男女比率	6：4



	3期	4期	5期	6期	7期	8期
売上高	211	343	600	942	1,931	1,348
経常利益 又は経常損失 (▲)	7	▲73	▲328	▲292	▲136	231
当期 (四半期) 純利益 又は当期純損失 (▲)	5	▲51	▲383	▲294	▲137	193

単位：百万円

# 沿革

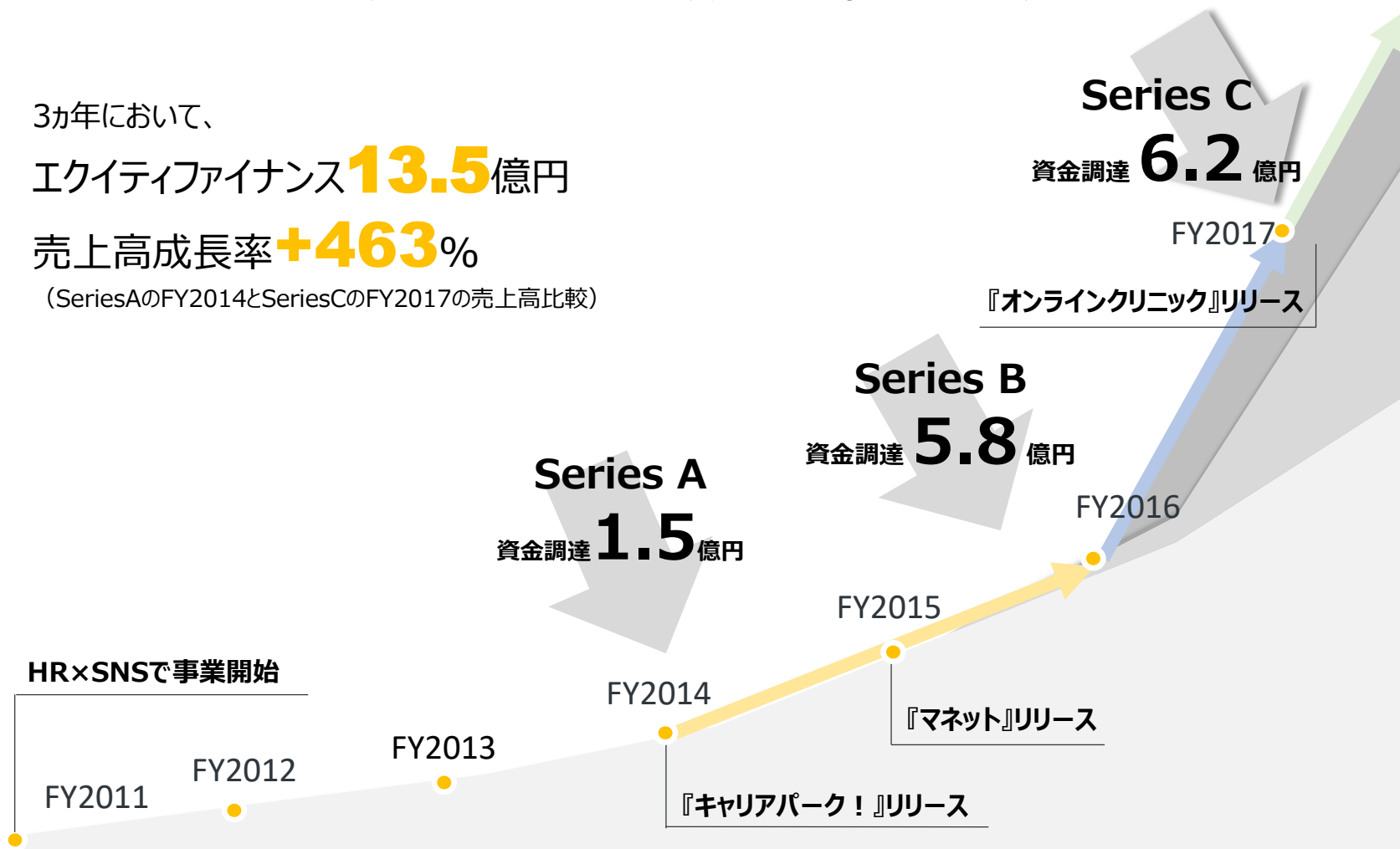
資金調達によりインターネットメディアの開発に投資を続けてきており、  
現在では3領域を立ち上げ、2領域の収益化まで実現。

3年において、

エクイティファイナンス **13.5** 億円

売上高成長率 **+463%**

(SeriesAのFY2014とSeriesCのFY2017の売上高比較)



# ビジネスモデルのご紹介

STEP1 悩む

STEP2 調べる

STEP3 行動する



## POINT1

ユーザーが抱える悩みに対する**ノウハウ**  
**記事を領域内で包括的に提供**し、領  
域内の検索優位性を高める。

## POINT2

サイトユーザーに対して**記事と関連性**  
**の高い広告**を提供することで、申し込  
み（行動）を促進する。

# インターネットメディアのご紹介

領域特化型のインターネットメディアを複数領域にて展開しており、各領域において専門家の監修するコンテンツを自社内で開発。市場規模の大きな産業において送客による成果報酬モデルを採用し、2領域が収益基盤として確立。



## 就活特化型メディア



就活を中心にすべての人のキャリア選択に役立つ、国内最大級のキャリア情報プラットフォーム

## カードローン・FX特化型メディア



お金を「かりる」「ためる」「ふやす」を通じて、皆さまのマネーライフをより豊かにする情報メディア

## 生活習慣特化型メディア



医師率いる医療専門チームが知っておくべき医療情報を分かりやすくお届けする情報メディア

# 収益拡大における重点ポイント

CV件数

※コンバージョン



単価



売上高



アクセス数

- ✓ 陳腐化しづらいコンテンツにより安定的なアクセスを継続獲得
- ✓ データ分析の結果からコンテンツのリライトを実施し、継続的にアクセスを拡大



CVR

※コンバージョン・レート

- ✓ コンテンツと広告の相関性などのテストマーケティングを繰り返し最適化を図る
- ✓ コンバージョン結果などのデータ分析から更なるコンバージョンの最適・最大化

PORT INC.

# カンパニー・ハイライト

CONFIDENTIAL

# カンパニー・ハイライト

- 1 バーティカルメディアによる独自プラットフォーム構想
- 2 スtock型モデルによる集客の安定化と高収益モデルの確立
- 3 メディア立ち上げの仕組化による他領域展開
- 4 メディアを中心とした拡張性の高いビジネスモデル



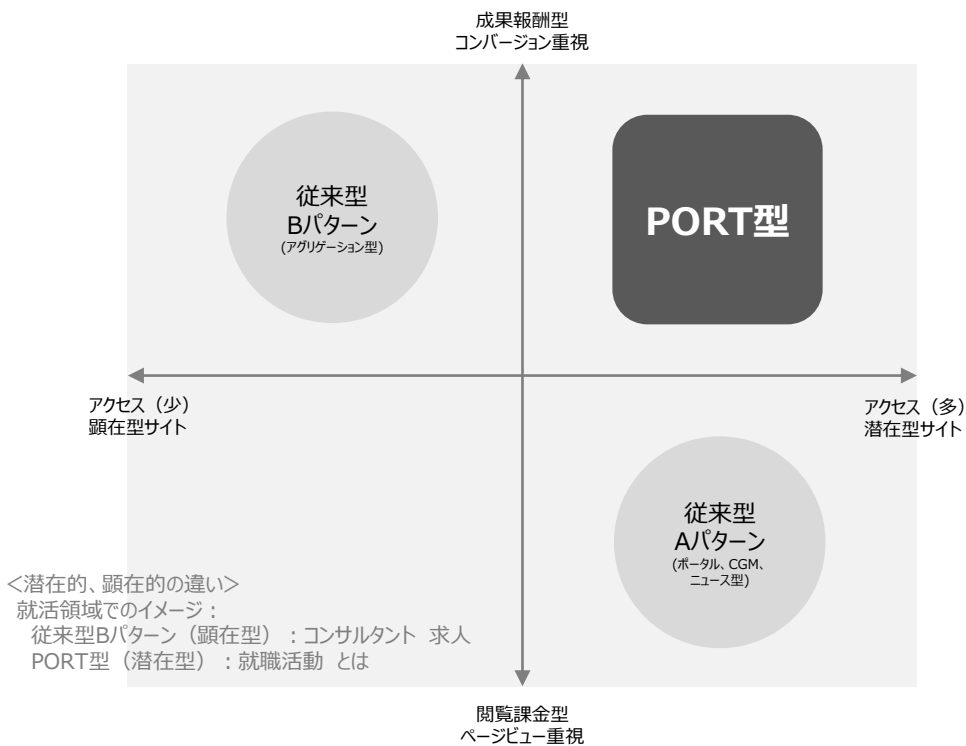
# カンパニー・ハイライト

- 1 バーティカルメディアによる独自プラットフォーム構想
- 2 スtock型モデルによる集客の安定化と高収益モデルの確立
- 3 メディア立ち上げの仕組化による他領域展開
- 4 メディアを中心とした拡張性の高いビジネスモデル

# インターネットメディア事業が目指す新しい価値

## Discover & Action

～情報の発見から、行動までを支援する新たなメディアモデル～



メディア分類	特徴
従来型Aパターン (PV重視)	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ アクセスが多い</li> <li>□ 単価の低い閲覧型課金方式(ネットワーク型バナー広告)</li> </ul> <p>➡ <u>バナー収益が中心、単価、収益率が低い</u></p>
従来型Bパターン (CV重視)	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ アクセスが少ない</li> <li>□ 単価の高い送客成果型課金方式</li> </ul> <p>➡ <u>顕在ユーザーのみを集客するため、1サイトあたりの収益が限定的</u></p>
PORT型	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>アクセスが多い</b></li> <li>■ <b>単価の高い成果型課金方式</b></li> </ul> <p>➡ <b>高単価な成果報酬型であり、潜在層にもアプローチをするためアップサイドが高い</b></p>

# 当社インターネットメディアの特徴

情報の発見＝閲覧系サイト、行動の促進＝予約・購買系サイトという分離型のモデルから、情報の発見と行動の促進をシームレスに実現できるメディアとして独自のポジションを確立。

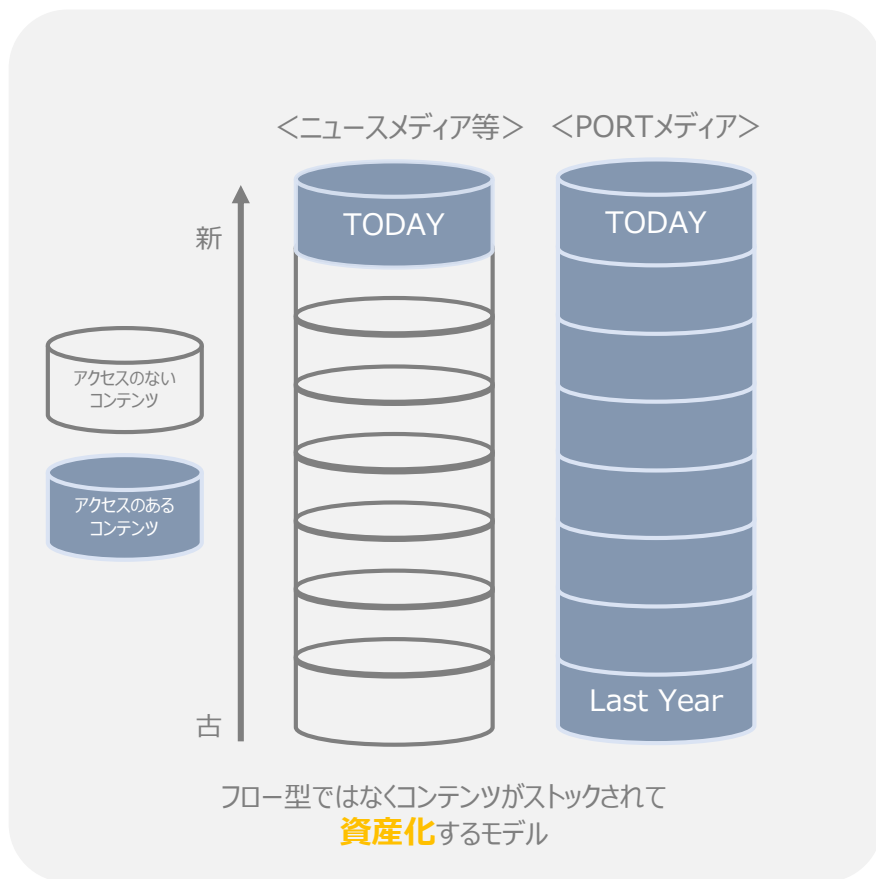
	ポータル型	CGM型	ニュース型	アグリゲーション型	PORT型	PORT型に対する解説
コンテンツの内製化	×	×	○	×	○	編集チームを内製化しておりPDCAサイクルを自社内で回せることから改善スピードの速い垂直統合型組織運営を可能にする。
専門性	△	△	○	△	○	専門家による監修体制を導入しているため、情報の信ぴょう性に対する信頼獲得が可能になる。
コンテンツのライフサイクル	×	△	×	△	○	流行に左右されづらいテーマに対してコンテンツを開発しているため、陳腐化しづらく、開発したコンテンツが長期間収益貢献する。
対象ユーザー数	○	○	△	△	○	対象領域に対してビッグワードだけではなく、ロングテール型のスモールワードを含め、網羅的にカバーしているため、潜在層の獲得が可能となり対象ターゲットが広範囲となる。
広告単価	△	△	○	○	○	PV等の浅い指標ではなく、コンバージョンによる成果報酬型であることから1件あたりの単価が高くなり、マーケティングシステムが機能することで更に収益の拡大を見込むことができる。

# カンパニー・ハイライト

- 1 バーティカルメディアによる独自プラットフォーム構想
- 2** **ストック型モデルによる集客の安定化と高収益モデルの確立**
- 3 メディア立ち上げの仕組化による他領域展開
- 4 メディアを中心とした拡張性の高いビジネスモデル

# ストック型のコンテンツ開発による集客の安定化

流行に左右されづらいテーマに対してコンテンツ開発をしているため、陳腐化しづらく、開発したコンテンツが長期間収益貢献する。そのためメディア立ち上げ時には、コンテンツ開発費用に投資をする。



## ■コンテンツイメージ



2018年10月11日(木)更新  
グループワーク・グループディスカッション選考への対策

グループワーク選考が多くの新卒採用で行われている



日本では、多くの組織で新卒採用を行っています。新卒採用とは、卒業を控える学生を対象に選考を行うことを意味しています。この新卒採用の選考にあたっては、面接試験や筆記試験の他に、グループワーク選考が取り入れられる場合があります。そのため、学生としては、グループワークがどのようなものかを知っておかなければなりません。

グループワークとは課題にチーム一丸となって取り組むこと

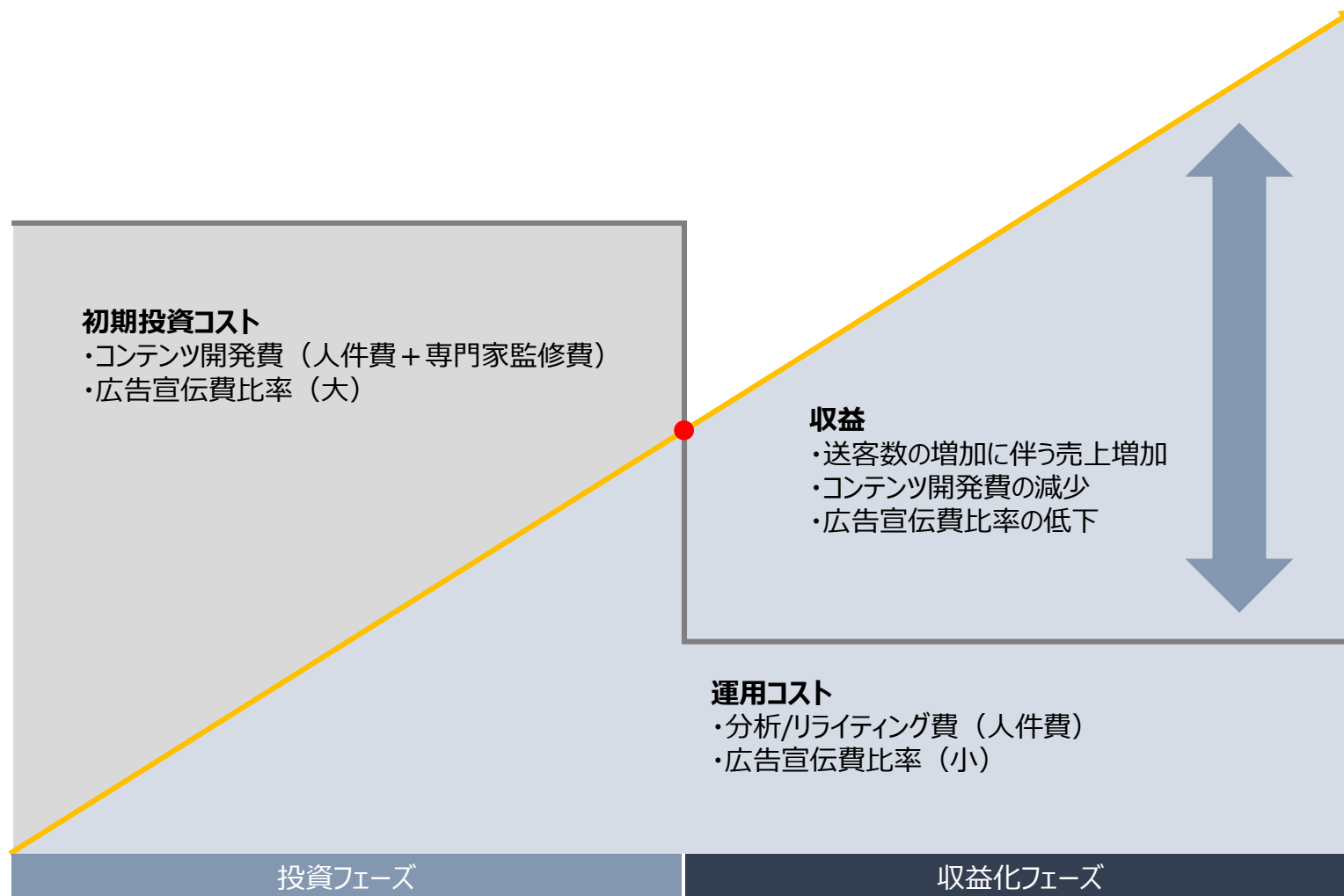
グループワークとは、組織側が提示した何らかの課題に対して、就活生がチーム一丸で取り組むというも

**初期投資費用 = コンテンツ開発費（人件費 + 専門家監修費） + 広告宣伝費**

※広告宣伝費はアクセスを増やすことによりコンテンツに対するユーザー評価を検証し、向上させるために投資

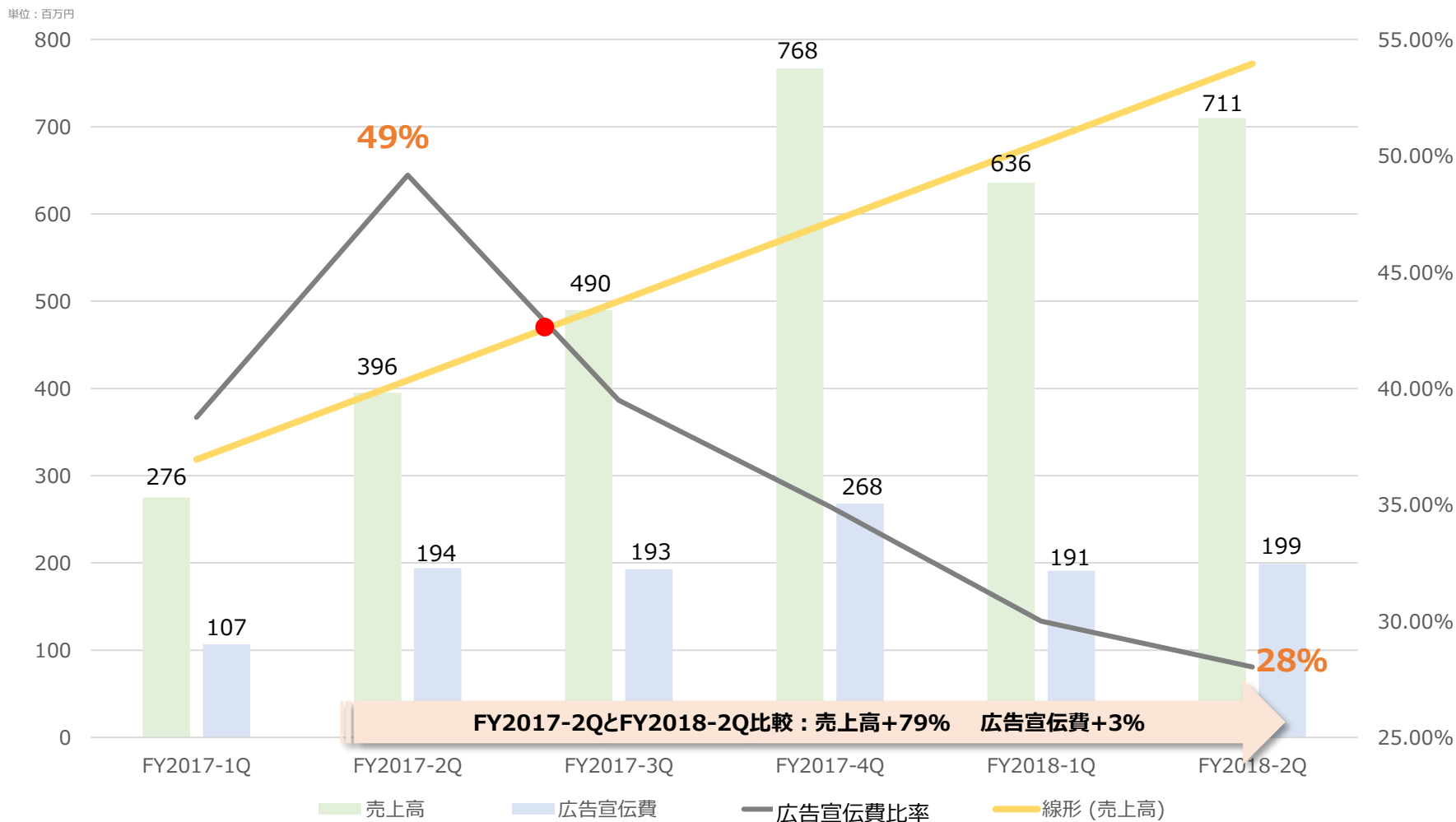
# ストック型の初期投資モデルによる収益化計画

初期投資コストによる一時的な赤字モデルではあるが、アクセスおよび送客数の拡大により黒字化を実現するモデルとして、既にキャリア領域、ファイナンス領域ともにグロースに成功。



# 直近6四半期における成長推移

前年同四半期と比較し、売上高は順調に成長しており、また広告宣伝費はほぼ同額で据え置き。  
売上高広告宣伝費比率が会計期間別にFY2017-2Qが49%に対して、FY2018-2Qは28%と大幅に減少。



# カンパニー・ハイライト

- 1 バーティカルメディアによる独自プラットフォーム構想
- 2 スtock型モデルによる集客の安定化と高収益モデルの確立
- 3** メディア立ち上げの仕組化による他領域展開
- 4 メディアを中心とした拡張性の高いビジネスモデル



# 再現性のあるインターネットメディア開発

当社のメディア開発においては、「ビジネスオペレーション」と「専門性」を切り分けることで、自社の強みを活かしてスムーズに他領域展開が可能。

横展開

 **キャリアパーク!**

 **マネット**

 **Online-Clinic  
オンラインクリニック**

ビジネス  
オペレーション

専門性

当社の強みである編集チームをはじめ、他領域展開に向けて仕組化を実現。

- 編集のプロフェッショナルチーム
- コンテンツ開発のフロー
- SEOシステム
- マatchingPDCA
- システム開発

編集のプロフェッショナルチームが各領域における専門家のアドバイスやレビューを受けてコンテンツを開発していくモデルであるため、編集チームは基本的に領域に限定することなく編集のプロとして他領域展開が可能である。

その他、レギュレーション順守、チェック体制、内部統制などを踏まえたフローやSEOシステムなど数年間の運用経験からオリジナルのモデルを設計し、安全で効率的な運営を実現している。



監修者となる専門家については、参入領域ごとに社員として採用、または顧問として契約。

- 弁護士
- 人事コンサルタント
- キャリアアドバイザー
- 企業人事
- ファイナンシャルプランナー
- 金融機関社員
- 医師
- 看護師

自社の強みをノウハウとして蓄積するとともに**仕組化**し、参入領域によって必要な専門性は**外部から招き入れる**ことで**自社の強みを生かした他領域展開**に成功している。

# 再現性のあるスピーディーな立ち上げ実績

再現性のあるメディア開発により、スピーディーなメディア立ち上げが実現しており、第二弾メディア「マネット」は「キャリアパーク！」よりも、短期間で収益拡大に成功している。

 <b>キャリアパーク!</b>	 <b>マネット</b>	期間差
2014年6月	2016年6月	—
FY2017-1Q 売上高 <b>188M</b> (37か月経過時点)	FY2017-3Q 売上高 <b>192M</b> (16か月経過時点)	<b>▲21か月</b>
FY2017-3Q 売上高 <b>298M</b> (43か月経過時点)	FY2018-2Q 売上高 <b>297M</b> (28か月経過時点)	<b>▲15か月</b>

# 専門家による監修体制

社内編集チームによるコンテンツ開発、その後各領域の専門家による実名監修を導入することで、コンテンツの品質担保に努めている。

コンテンツ監修体制



社内ライターによる作成・編集

SPECIALIST



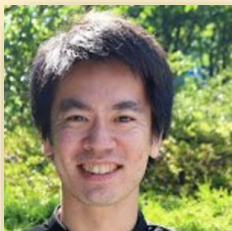
専門家による校閲・コメント



専門家の実名による記名

## キャリア

人事・キャリアアドバイザー



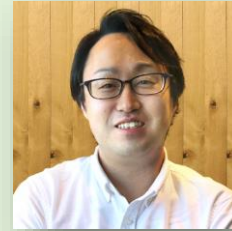
## ファイナンス

金融会社・FP



## メディカル

医師・看護師



各領域の専門家

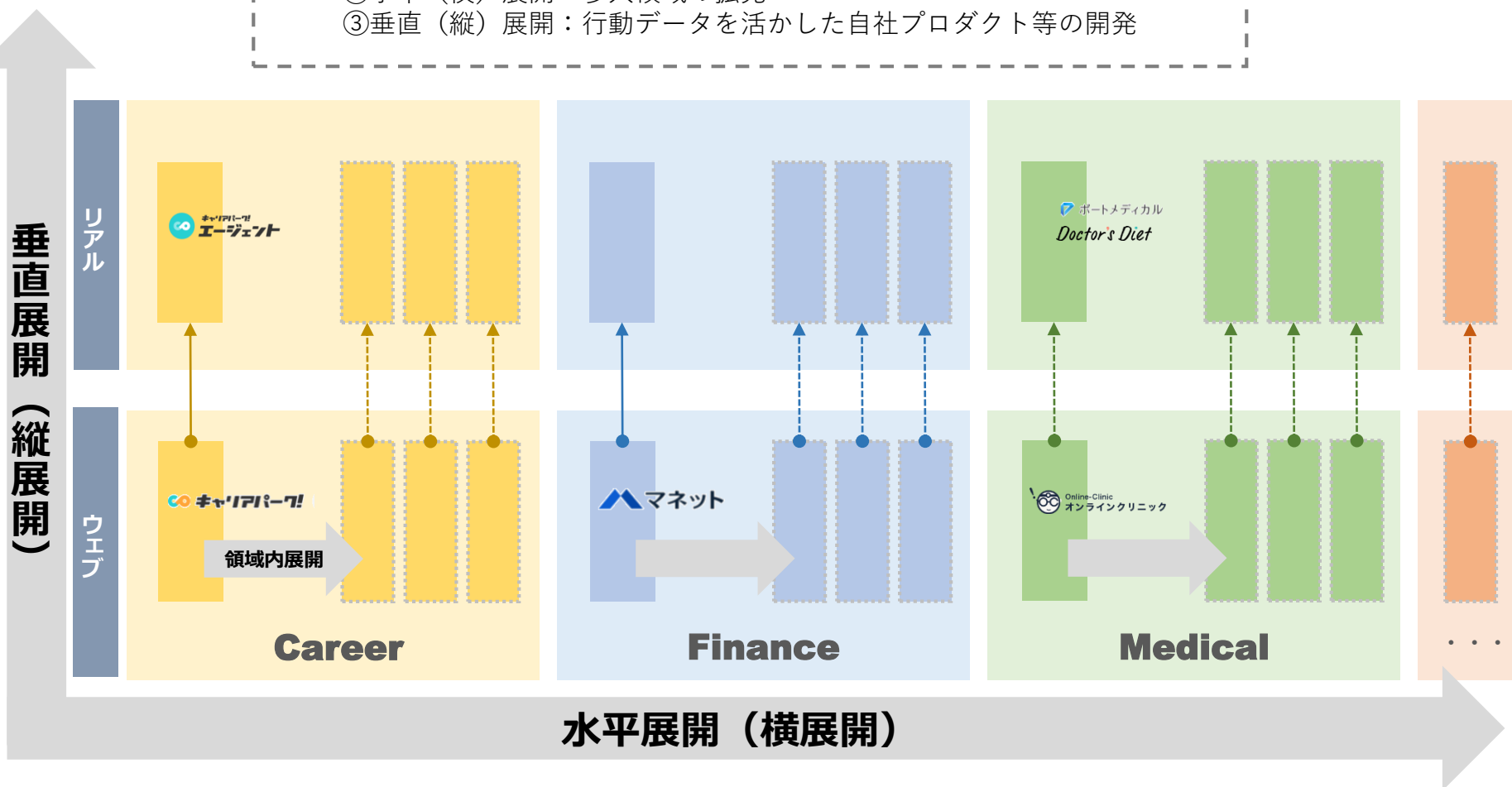
# カンパニー・ハイライト

- 1 バーティカルメディアによる独自プラットフォーム構想
- 2 スtock型モデルによる集客の安定化と高収益モデルの確立
- 3 メディア立ち上げの仕組化による他領域展開
- 4** **メディアを中心とした拡張性の高いビジネスモデル**

# インターネットメディア事業のグロース戦略

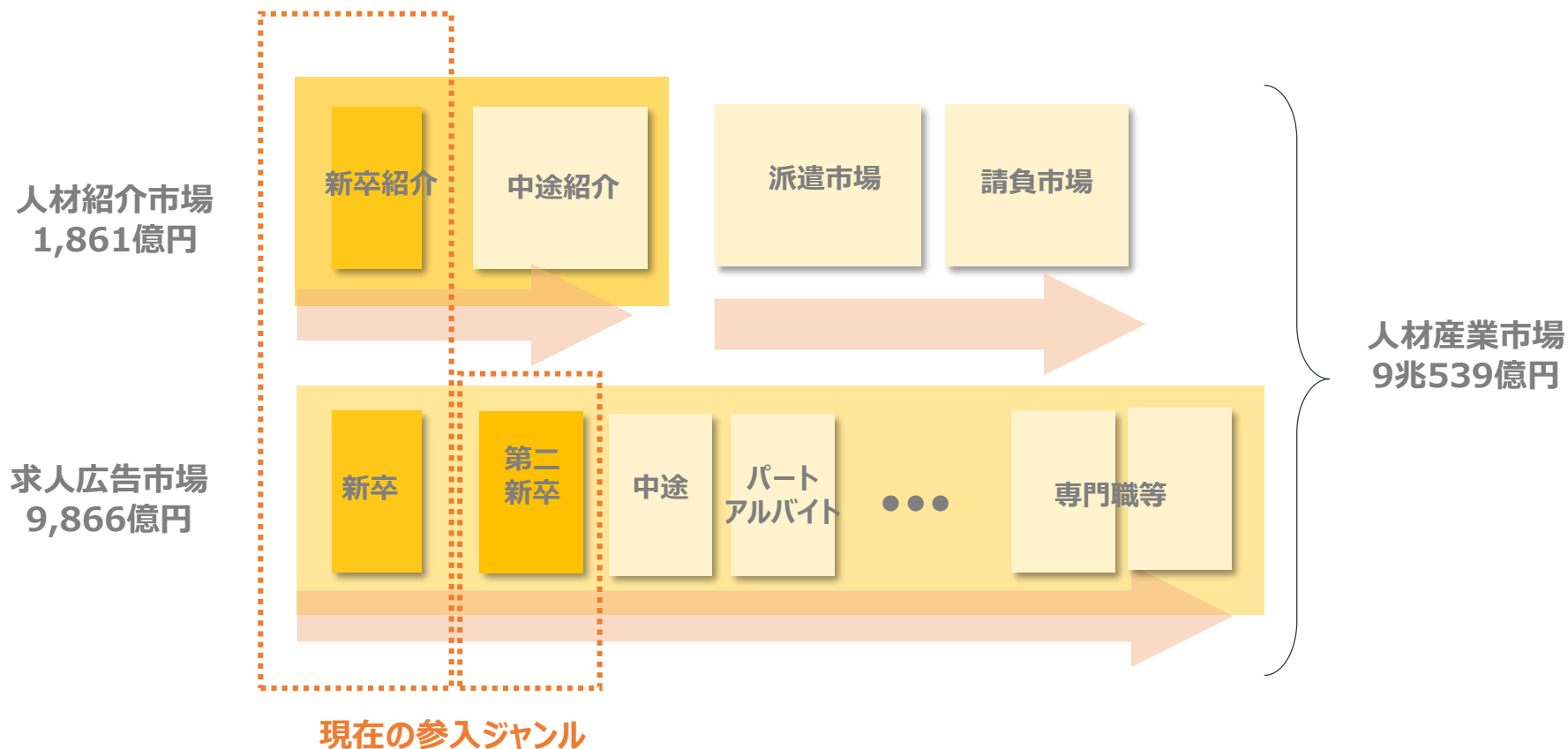
「自社の強み」×「専門性」のモデルを活かし、以下3方向に向けたグロース戦略を予定。

- ①領域内（横）展開：ジャンルの拡充
- ②水平（横）展開：参入領域の拡充
- ③垂直（縦）展開：行動データを活かした自社プロダクト等の開発



# グロース戦略①：領域内展開（キャリア領域）

参入ジャンルにおけるシェアを高め、マーケティング効率化により更に収益拡大を展開するモデルを最大化するため「スモールバーティカル」をメディア開発の方針としており、領域内においてより限定的なテーマにて参入している。  
キャリア領域では「新卒」に加え、「第二新卒」の立ち上げに成功。



# キャリア領域における市場機会

当社2018年3月期におけるキャリア領域売上高をもとにした場合、  
業績成長に向けた市場機会がまだまだ存在する。

新卒採用市場

1,099億円

市場シェア1%

人材紹介市場

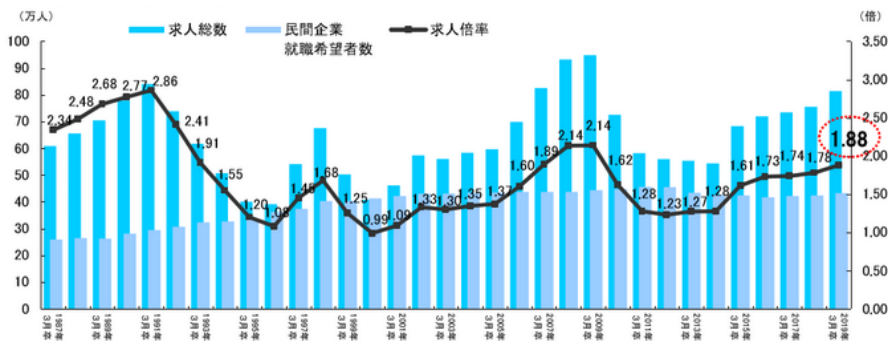
1,861億円

市場シェア0.1%

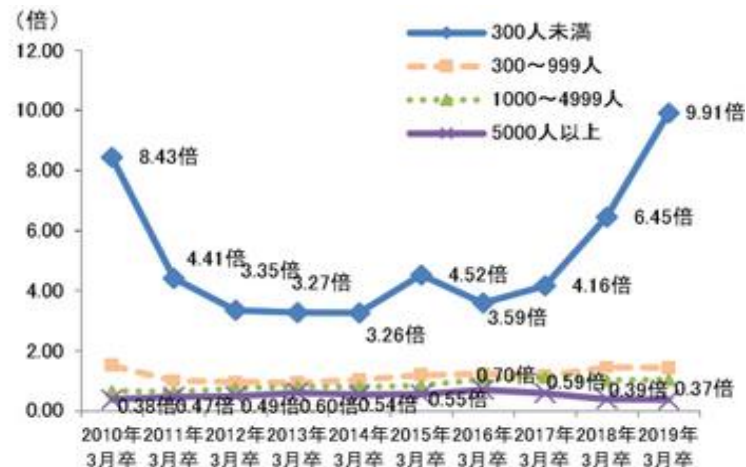
求人広告市場

9,866億円

大卒求人倍率1.88倍となり7年連続上昇、38.1万人未充足



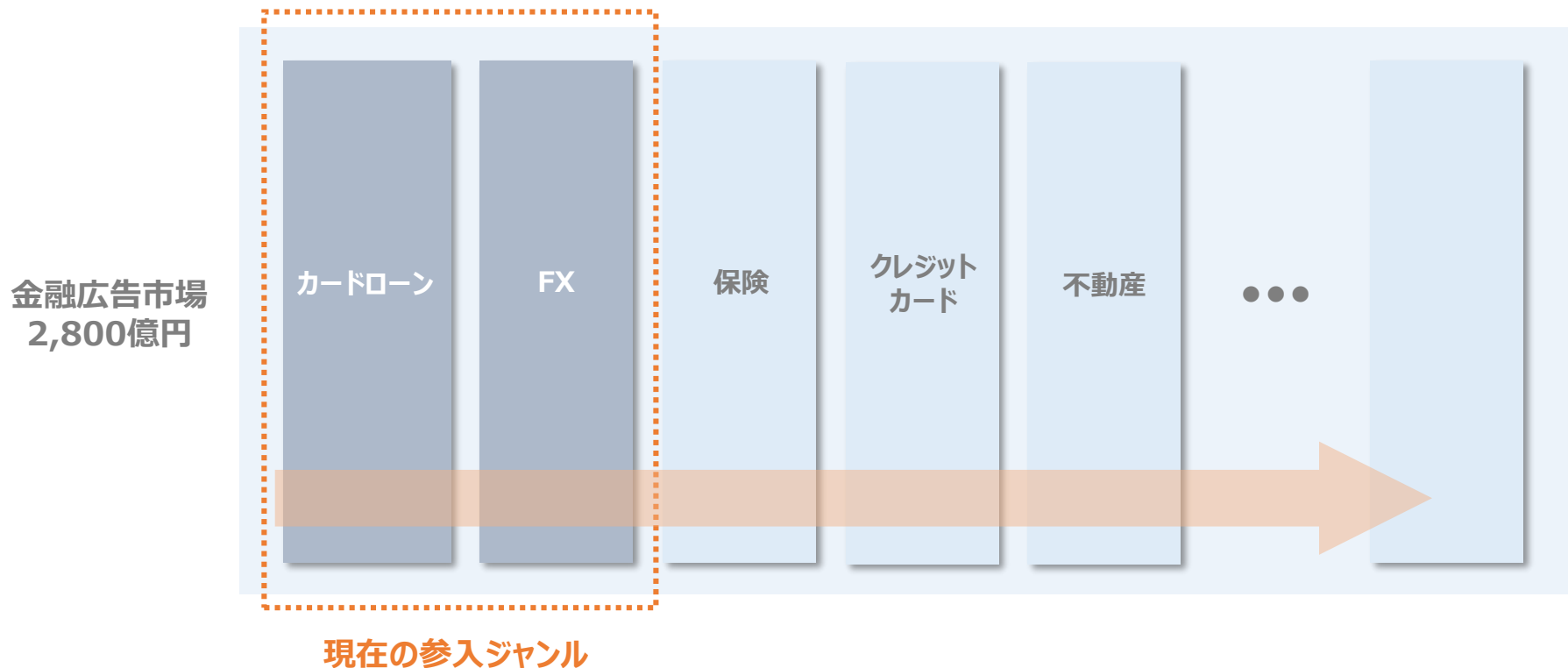
中小企業は過去最高の9.91倍となり、採用難が加速



出典：  
株式会社矢野経済研究所『新卒採用支援市場に関する調査を実施（2018年）』  
人材サービス産業の近未来を考える会『より多くの人々に多様な就業機会を～2020年の労働市場と人材サービス産業の役割』  
リクルートワークス研究所『第35回ワークス大卒求人倍率調査（2019年卒）』

# グロース戦略①：領域内展開（ファイナンス領域）

ファイナンス領域においても、領域内展開が可能であり、既に「カードローン」と「FX」の立ち上げに成功。

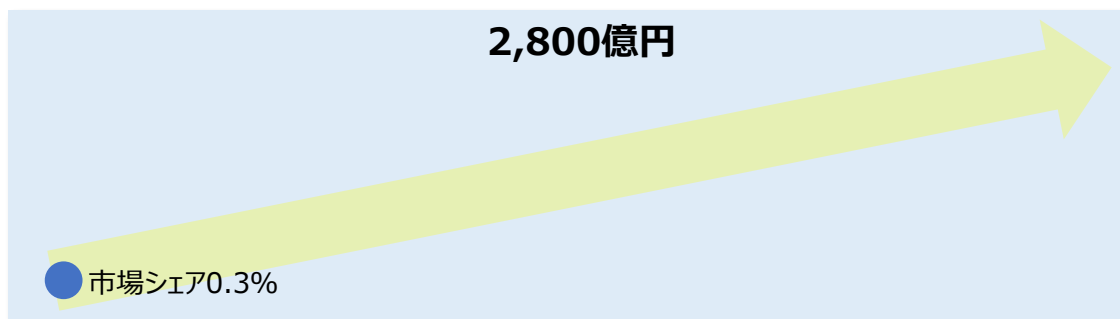




# ファイナンス領域における市場機会

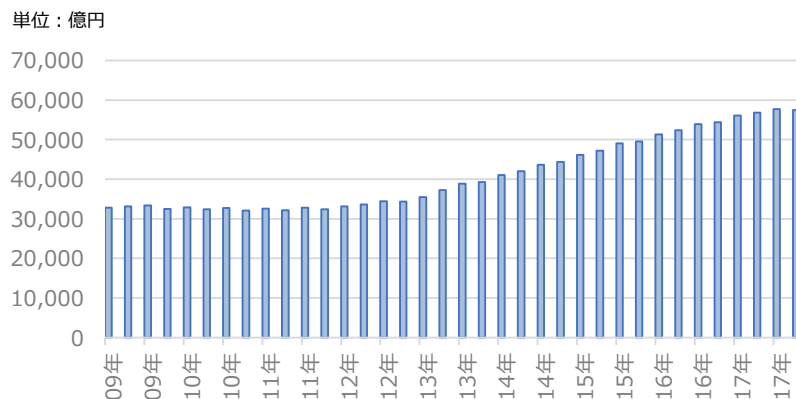
ファイナンス領域においても、業績成長に向けた市場機会がまだまだ存在し  
かつ各カテゴリーごとの市場も拡大傾向にあることが予想される。

## 金融広告市場



主力カテゴリーのカードローン貸出残高は年々増加傾向。

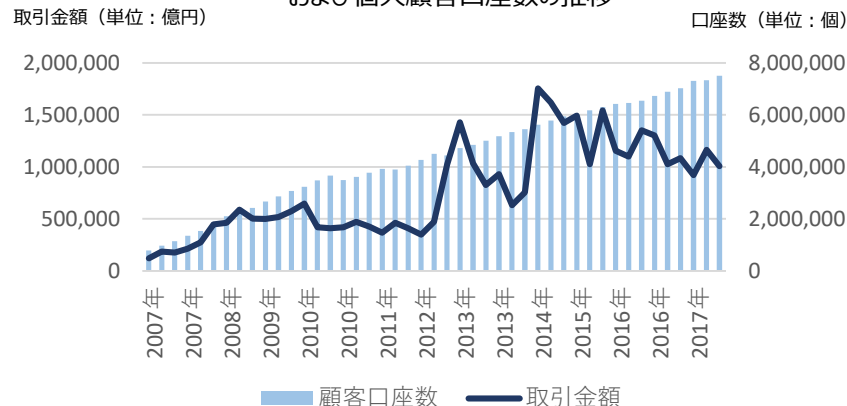
### カードローン等個人向け貸出残高の推移



出典：  
「2017年日本の広告費」電通 より当社推計  
日本銀行 貸出先別貸出金  
金融先物取引業協会 四半期統計データ

証拠金取引の取引額、口座数ともに拡大傾向にある。

### 本邦外国証拠金 (FX) 取引の取引高 および個人顧客口座数の推移



# グロース戦略②：水平（横）展開

「流行性」、「市場規模」、「介入価値」を軸に、参入領域を選定。

流行性  
(低)

当社のインターネットメディアは、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ことが特徴。

市場規模  
(大)

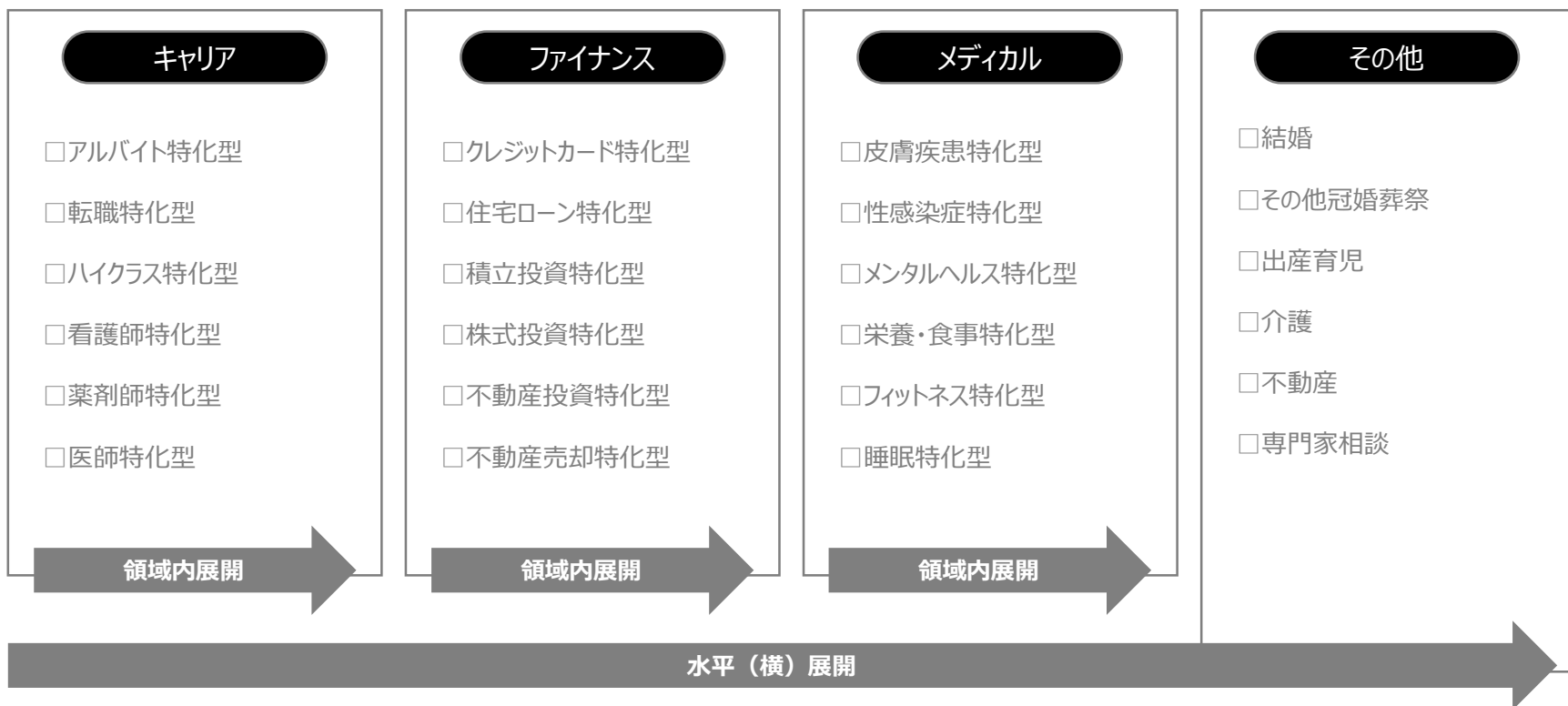
インターネットメディア利用者の情報の発見と行動をサポートすることにより、社会の慢性的な課題解決を目指している。まずは、産業規模が大きく、解決することによる市場インパクトの大きな市場を選定。

介入価値  
(高)

行動（申込等）により成果報酬で収益を得るモデルであるため、広告主の広告獲得単価の高い市場を選定。

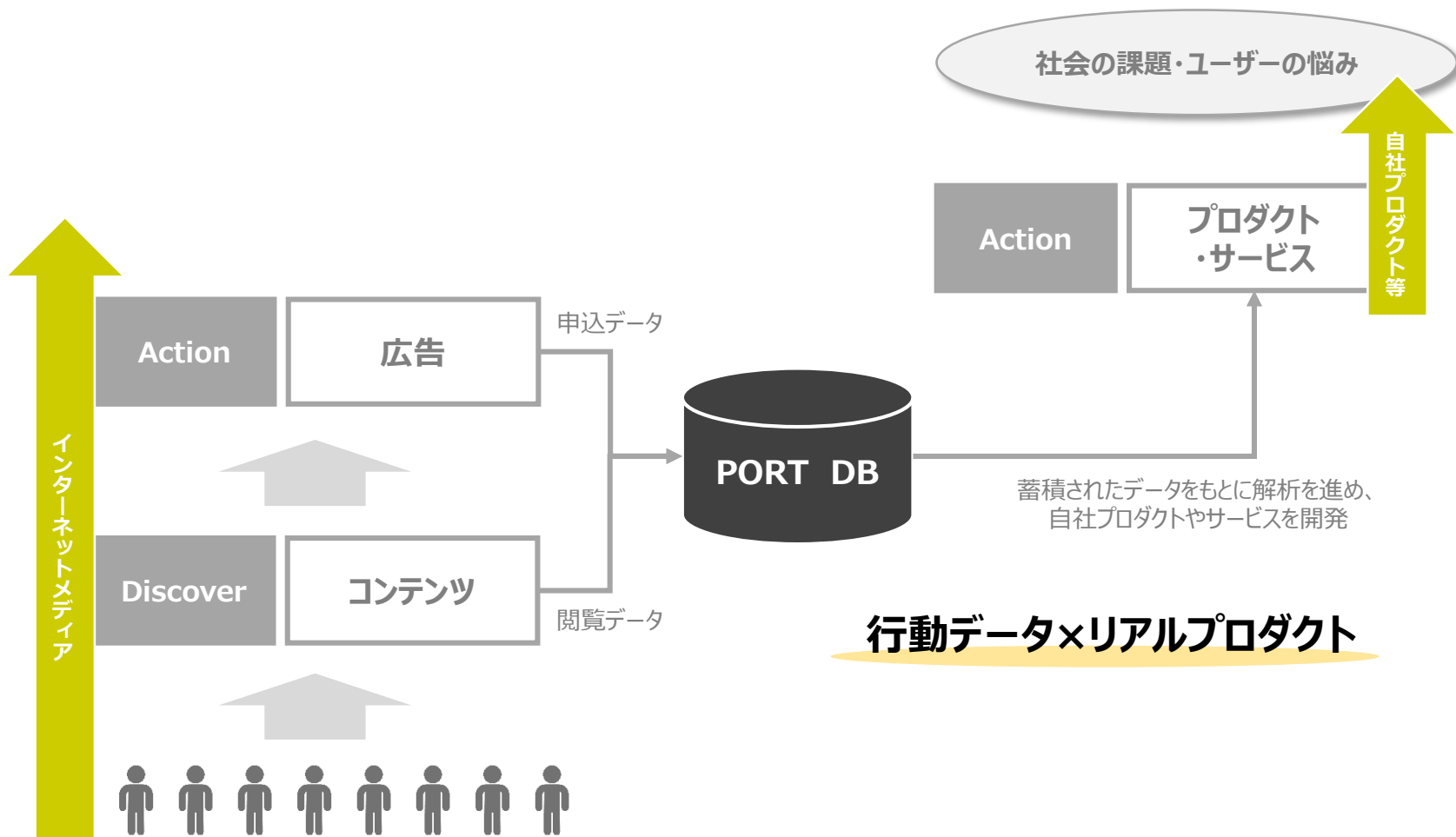
# 領域内および水平（横）展開イメージ

領域内および水平（横）展開の可能性のある領域やジャンルは多岐にわたっている。



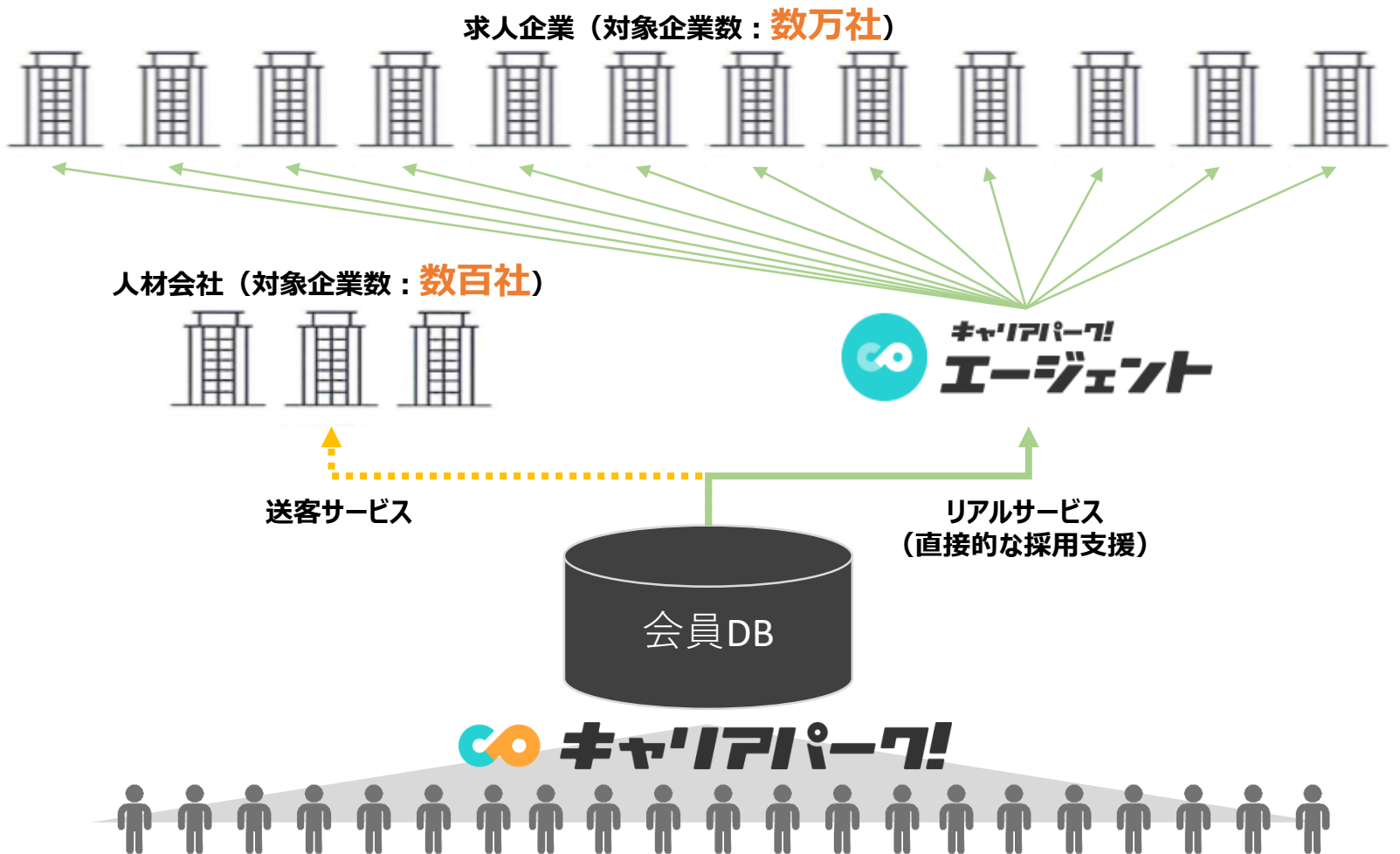
# グロース戦略③：垂直（縦）展開

メディアの参入ジャンルにて、メディアで取得したユーザーデータを活用し、自社プロダクトやサービスを開発することで、行動データ×リアルプロダクトのクロスセルで領域内における収益グロースを図る。



# 縦展開例：キャリア領域におけるリアル展開①

キャリアパーク会員に向けたキャリアアドバイスサービス（有料職業紹介）を展開。対象顧客基盤を広げ数万社の採用予算マーケットに参入することで、キャリア領域における更なる業績拡大を目指す。



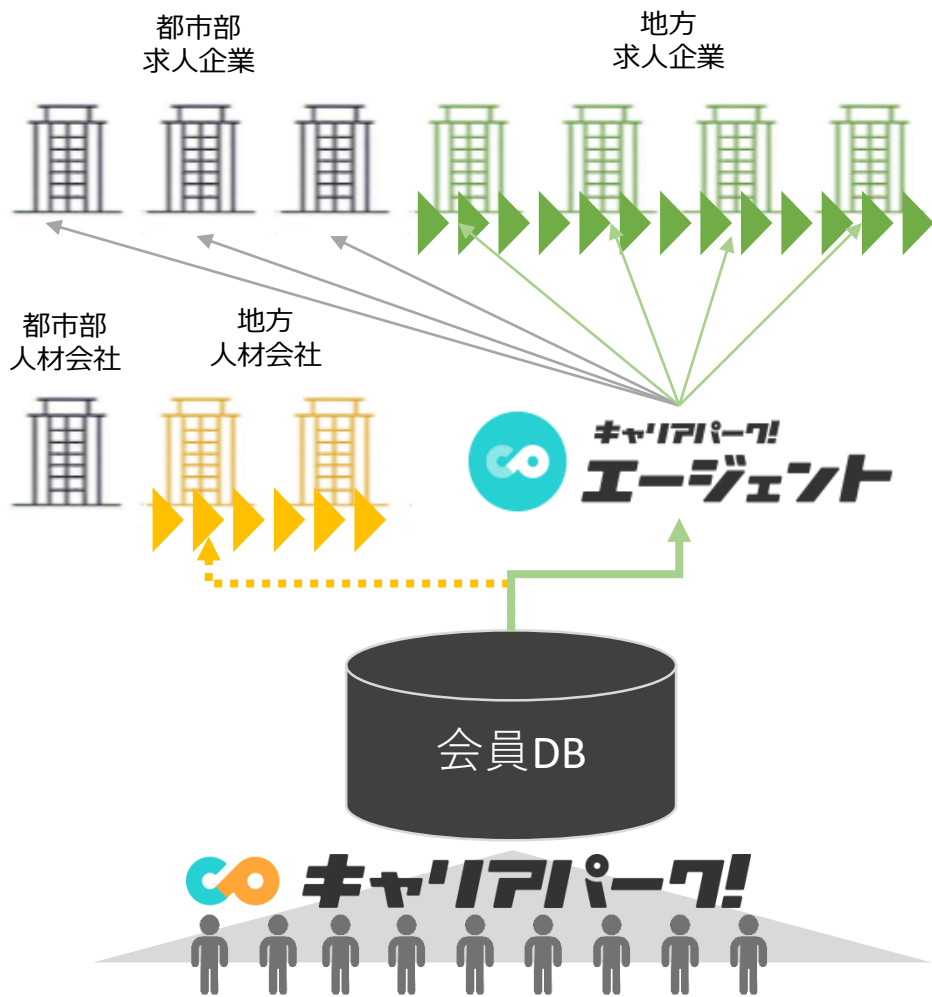
# 縦展開例：キャリア領域におけるリアル展開②

キャリア領域で培った集客・マッチングノウハウを活かして、地方自治体向けに雇用課題解決を支援。  
企業誘致による新産業の創出や地元企業の採用支援によりキャリアパークの地方送客拡大を目指す。

連携先自治体  
10以上



- 地方自治体と連携して雇用課題解決プロジェクトを推進することで、
- ①地方人材会社にアプローチし、送客顧客基盤を拡大
  - ②首都圏企業の地方進出を支援し、求人顧客基盤を拡大



# 縦展開例：メディカル領域におけるリアル展開

メディカル領域のリアルプロダクトとしてオンライン（遠隔）診療サービス。  
医師および医療機関と患者様を繋ぐプラットフォームとしてサービスを提供。



遠隔診療

## アプリダウンロード

医師から配布されたIDを入力。



ポートメディカル  
メディカル

## 再診予約

スケジュール調整



## テレビ電話やチャットで診察



## 医師の診断・処方



## 決済

クレジットカード決済・代引き決済



## 薬の配達



# 縦展開例：オンライン診療に関する実証プロジェクト

メディカル領域でのリアルプロダクトの開発に向けて、自治体や大学病院と連携をし、オンライン（遠隔）診療の導入に向けた実証研究を実施。

## 実証①

### IOT×オンライン診療

東京女子医科大学との共同研究による「IOTを活用した都市型遠隔診療の有効性検証」に関する実証プロジェクト。



## 実証②

### 地方×オンライン診療

宮崎県日南市および宮崎大学との連携による「無医地区における遠隔診療の有効性検証」に関する実証プロジェクト。



PORT INC.

# 成長戦略

CONFIDENTIAL

# 成長戦略

## 1 キャリア領域

- ✓ 更なる送客効率の改善および顧客単価の向上による送客サービスの売上拡大
- ✓ 会員向け人材紹介サービスと地方顧客の開拓によるリアルサービスの売上拡大
- ✓ 就活以外のジャンルの拡充

## 2 ファイナンス領域

- ✓ 更なる送客効率の改善および顧客単価の向上による送客サービスの売上拡大
- ✓ カードローン以外のジャンルへの拡充

## 3 メディカル領域

- ✓ 政府方針や規制改革にあわせた事業推進
- ✓ メディアコンテンツの拡充によるユーザー数の拡大

PORT INC.

# Appendix

CONFIDENTIAL

# 経営陣紹介①



**代表取締役社長**  
春日 博文 Hirofumi Kasuga

## Career

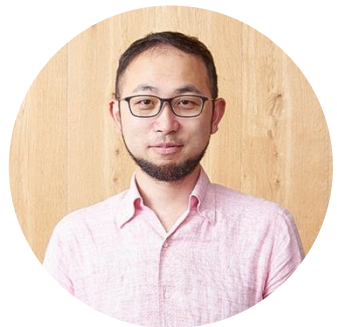
1988年埼玉県生まれ。在学中に新卒採用支援業やプロモーション支援を個人事業主として開始。2011年、大学卒業と同時に株式会社ソーシャルリクルーティング(現：ポート株式会社)を創業。



**取締役副社長**  
丸山 侑佑 Yusuke Maruyama

## Career

1986年兵庫県生まれ。大学卒業後、人事組織コンサルティング会社株式会社トライアンプで外資系メーカー等の採用・教育設計を担当。その後、KLab株式会社へ転職し、HRマネージャーを経て、2013年に株式会社ソーシャルリクルーティング(現：ポート株式会社)に入社。同年、取締役COOに就任し、2015年に取締役副社長COOに就任。



**取締役（非業務執行）**  
加藤 広晃 Hiroaki Kato

## Career

1984年大分県生まれ。大学卒業後、監査法人トーマツ（現：有限責任監査法人トーマツ）に入所。監査やIPO支援、IFRSアドバイザーに従事。その後IPO責任者として株式会社メタップスへ転職。IPO後クロスボーダーM&A、IFRS適用を財務経理執行役員を歴任。2017年に加藤会計事務所を立ち上げ、ポート株式会社に入社し、取締役就任。



**執行役員CMO**  
吉田 敦彦 Atsuhiko Yoshida

## Career

1978年東京都生まれ。大学卒業後、大手電気メーカーのコンサルティング部門に入社し、会計士のコンサルタントとして活躍。その後、戦略系Webマーケティング会社でCOOを経験後、2008年に株式会社ベアシックに入社。Webマーケティング担当者向けのメディア「ferret」の事業部長を務め、同社取締役に就任。2016年にポート株式会社に入社し、2017年執行役員CMOに就任。

# 経営陣紹介②



**社外取締役**  
馬淵 邦美 Kuniyoshi Mabuchi

## Career

1965年京都府生まれ。1990年にLondon Business Schoolを卒業後、デジタルエージェンシー領域においてグローバルトップ・マネジメントを歴任し、2012年にオグルヴィ・ワン・ジャパン株式会社/ネオ・アット・オグルヴィ株式会社代表取締役社長に就任。

FleishmanHillard Japan K.K., Senior Vice President&Partnerを経て、2018年にポート株式会社の社外取締役に就任。

## 常勤社外監査役

**磯部 寛 Hiroshi Isobe**

## Career

1944年北海道生まれ。1970年に鐘淵紡績株式会社(現 クラシエホールディングス株式会社)に入社。同社において内部管理体制の強化に貢献。2015年にポート株式会社常勤社外監査役就任。

## 社外監査役（公認会計士・税理士）

**樋口 俊輔 Shunsuke Higuchi**

## Career

1975年東京都生まれ。2001年に太田昭和センチュリー監査法人(現 EY新日本有限責任監査法人)に入所。2005年に公認会計士、2007年に税理士の登録。2012年に株式会社ソーシャルリクルーティング(現：ポート株式会社)社外監査役就任。

## 社外監査役（弁護士）

**橋本 綾子 Ayako Hashimoto**

## Career

1978年福岡県生まれ。2009年に中央大学法科大学院を卒業後、2010年に弁護士資格を取得。2011年に木下総合法律事務所に入所。2013年に東京神谷町総合法律事務所に入所。現在は複数大学の臨床研究の倫理委員会委員も務める。2018年にポート株式会社社外監査役就任。

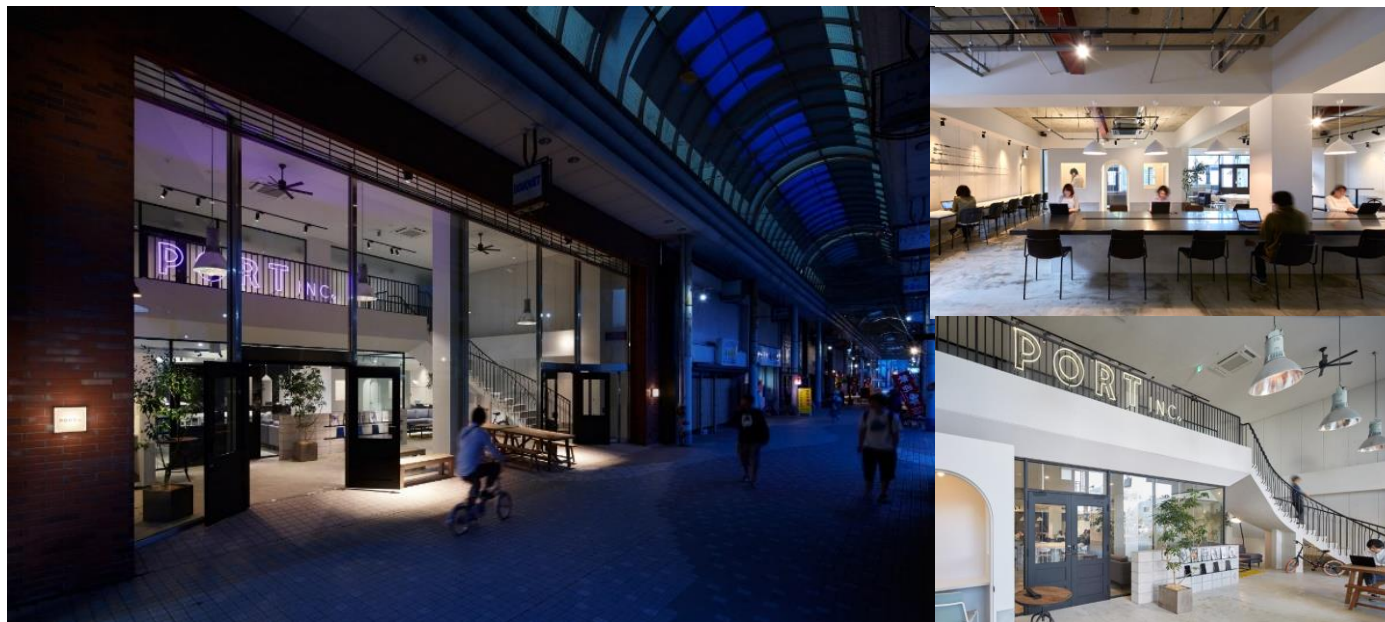
# 宮崎県日南市へのサテライトオフィス開設

2016年4月にオフィス開設し、現在では25名の社員が活躍。東京と同水準のマーケティング業務を地方に移管することで、若者が「暮らしたい町で働くことができる社会」づくりを支援。

若者がUターンする際の雇用の受け皿になるとともに、中心市街地の活性化を目指し、油津商店街にオフィスを開設。当社オフィス開設後、進出IT企業**12社**、総雇用数**約130名**と日南市の地方創生プロジェクトが拡大。

## NEWS

- 地方における新しい働き方・ワークスペースとして、グッドデザイン賞および日経ニューオフィス賞を受賞
- 地方創生特命担当大臣を中心に政財界から多くの視察を受け入れ



## ■ 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、予測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。

