

PORT INC.

就活口コミ情報サイト「就活会議」M&A補足資料



1

契約内容変更について

2

M&Aによるシナジーについて

3

Appendix

PORT INC.

契約変更内容について

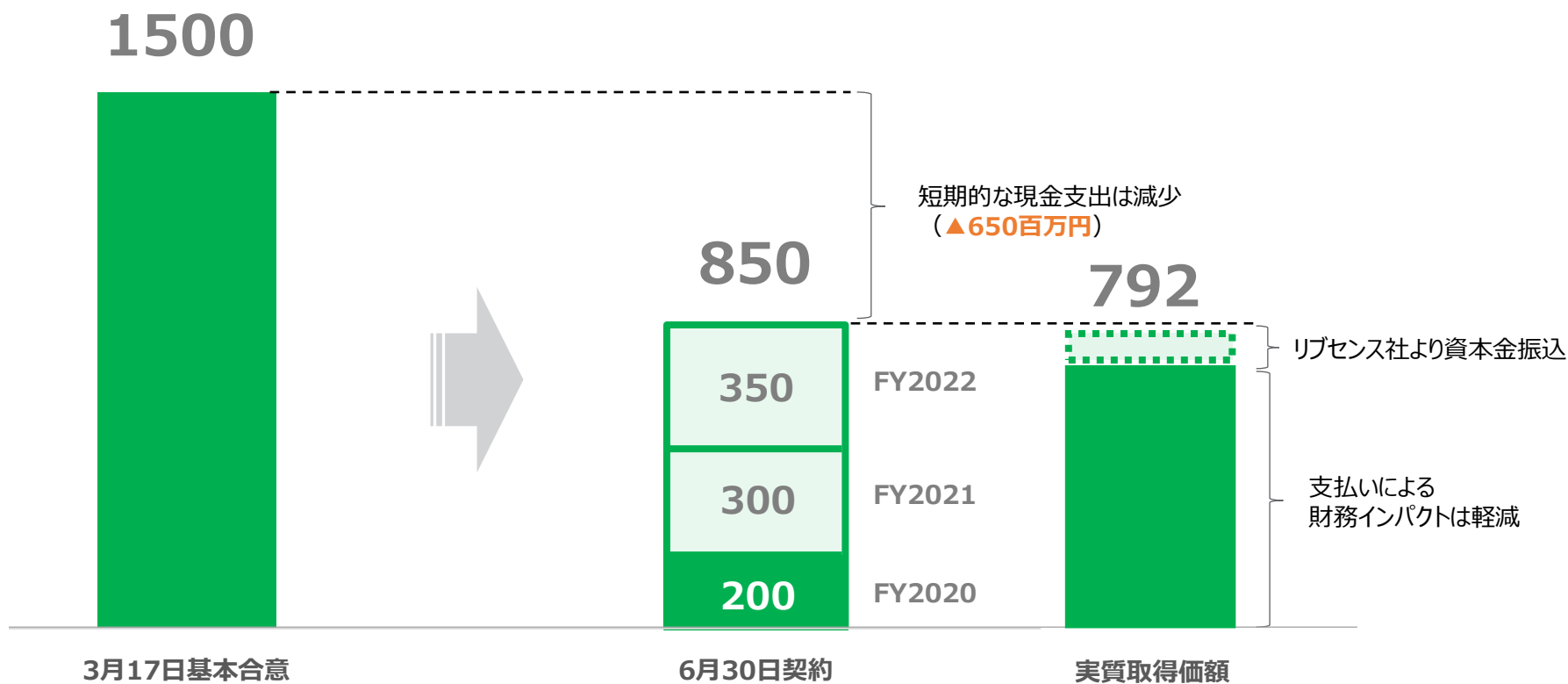
変更点について

新型コロナウイルス感染拡大防止のため、株式取得期日を延期し、現在の市場環境等を考慮した合理的な価格を協議の上決定。

	3月17日基本合意	6月30日契約
取得価額	1,500百万円	850百万円
支払い方式	一括支払い	分割払い (3年間)
株式取得日	2020年5月1日 (新型コロナウイルス感染拡大防止のため延期)	2020年7月1日
資本金 (資本準備金含む)	未定	58百万円 (リブセンス社より振込)
実質取得価額	—	792百万円 (取得価額－資本金)

取得価額の変更について

足元の急激な市況変化を考慮した結果、取得価額変更により現金支出は減少し、**資本配分の柔軟性が向上**。
支払い方法の変更により割引率の観点で実質的な支払いによる財務インパクトは軽減。



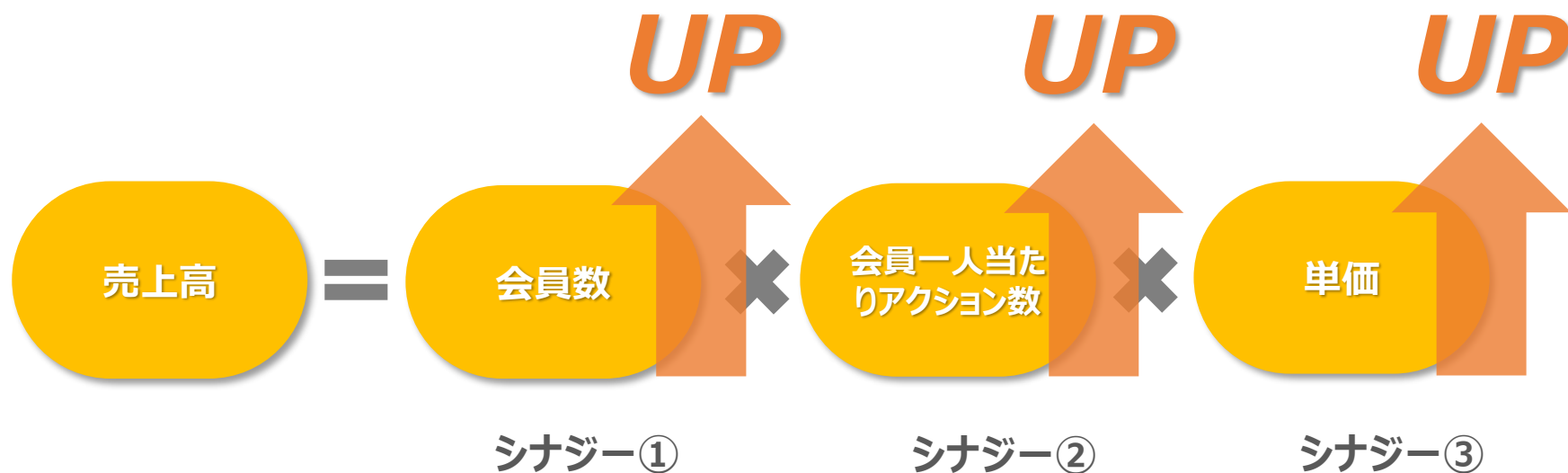
単位：百万円

PORT INC.

M&Aによるシナジー

各指標に対する影響

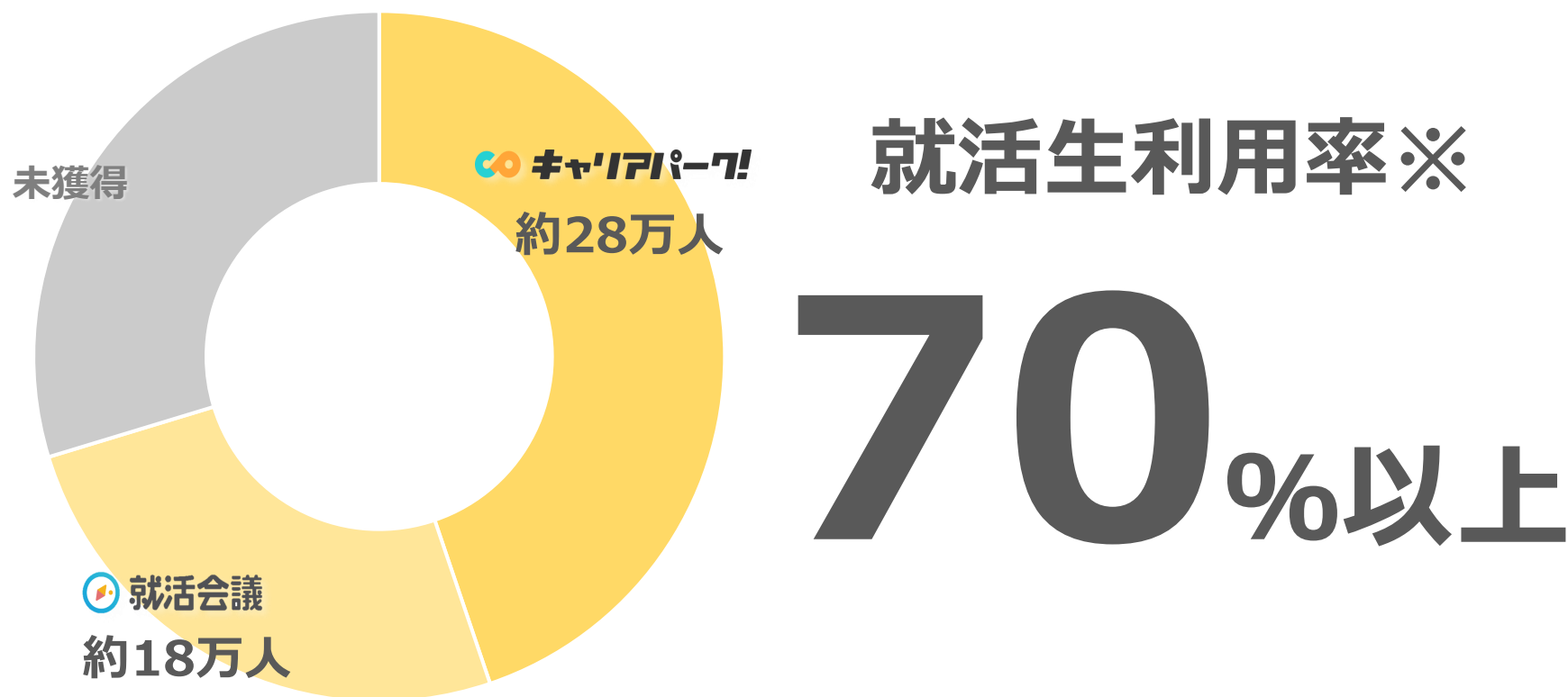
売上高を構成する、会員数、会員一人当たりアクション数、単価全てに対して上昇影響を与える。



シナジー① – 1 業界有数の会員数規模へ

全就活生数のうち約7割、また1世代あたり4割程度が当社グループ会員となり、業界トップ水準の会員規模となる。

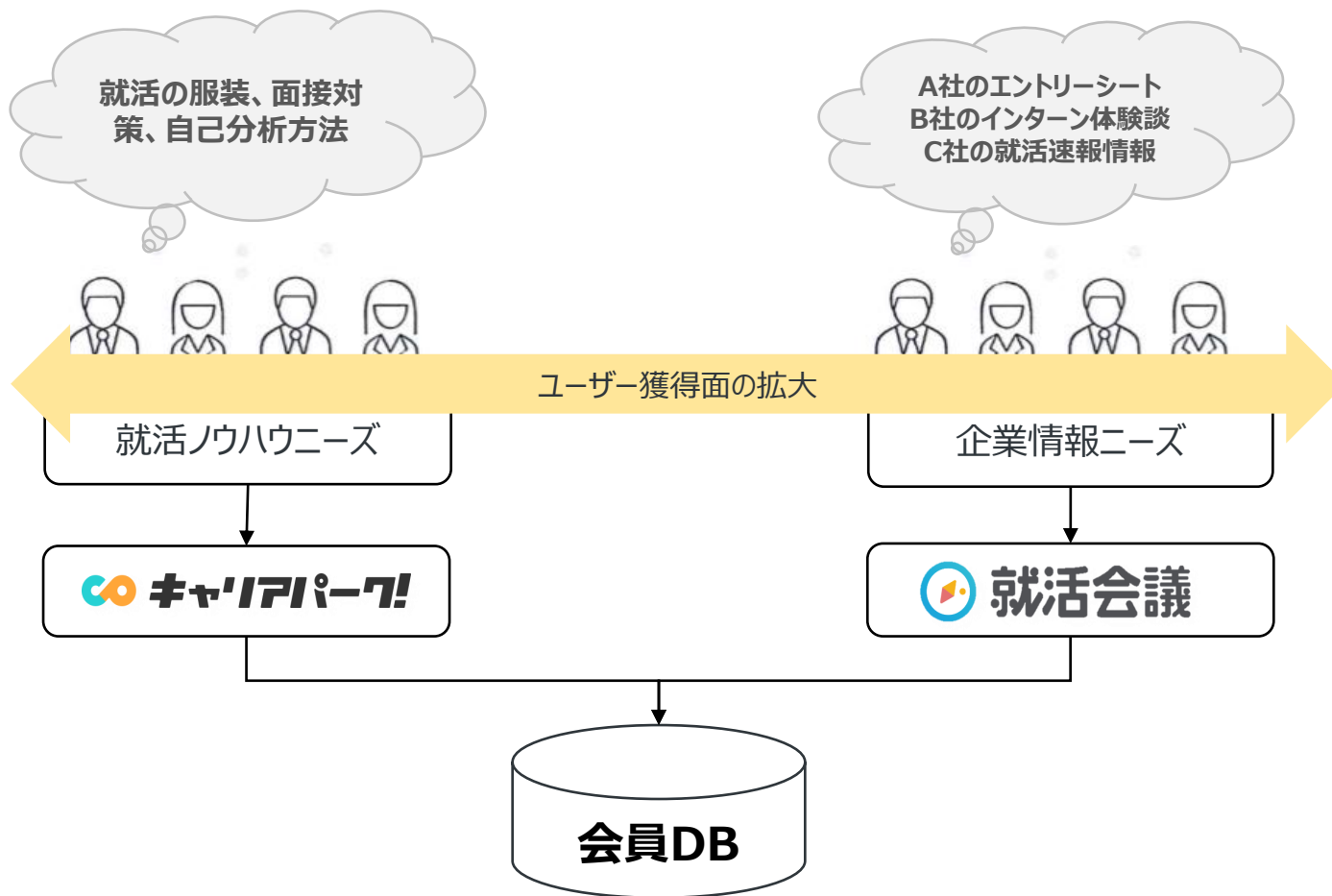
就活生全体に占める当グループ会員の比率イメージ



※就活生数を50～60万人として単純合算で46万人が当グループ会員になると想定。当社の累計カバー率は70%以上となる見込み。

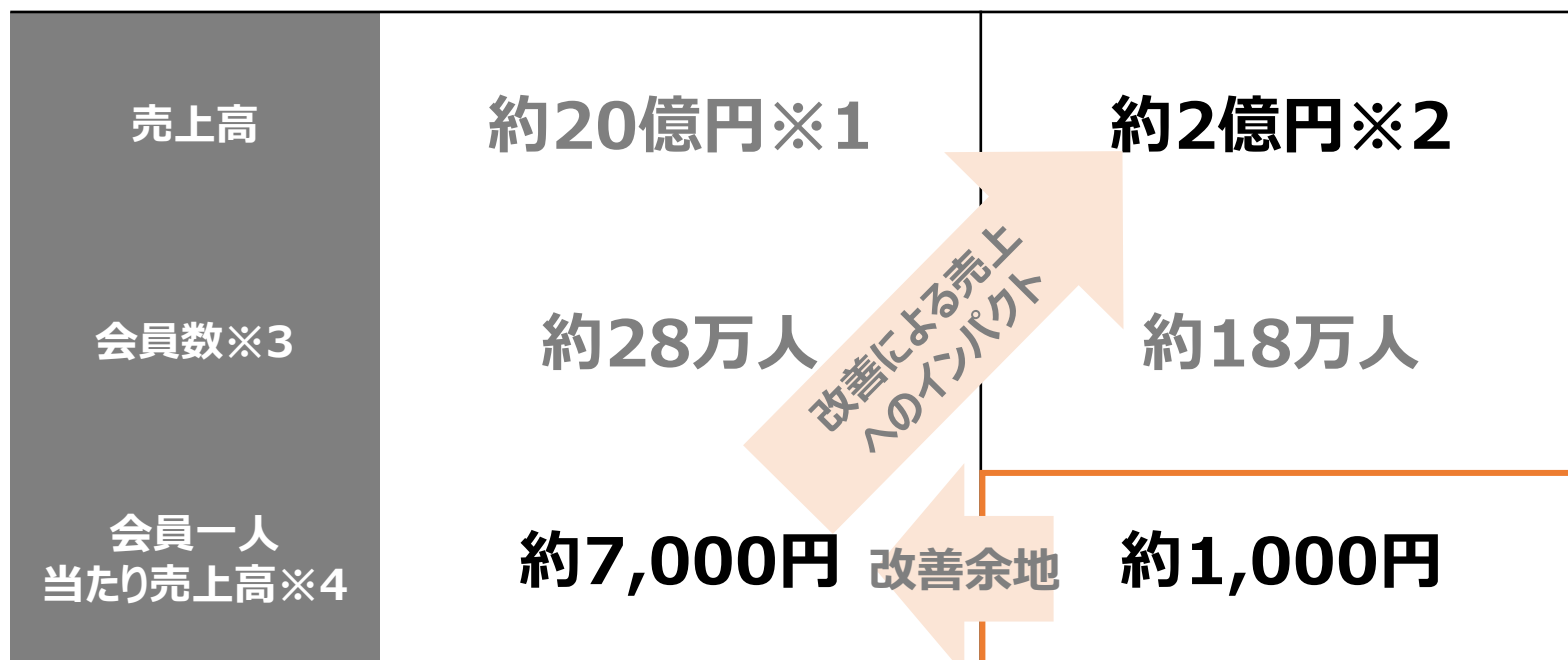
シナジー①-2 コンテンツ増加による面の拡大

コンテンツの量・種類ともに大きく増大させることで、これまでリーチできていなかったユーザー層へのアプローチが可能。
当社の課題感であったコンテンツの充足を図る。



シナジー② 会員一人当たり売上高の改善

当社マーケティングオペレーションを適用することで、就活会議の送客転換率を改善し
会員一人当たりの売上高を改善できるものとする。



※1 キャリア領域今期業績実績

※2 2019年12月期実績

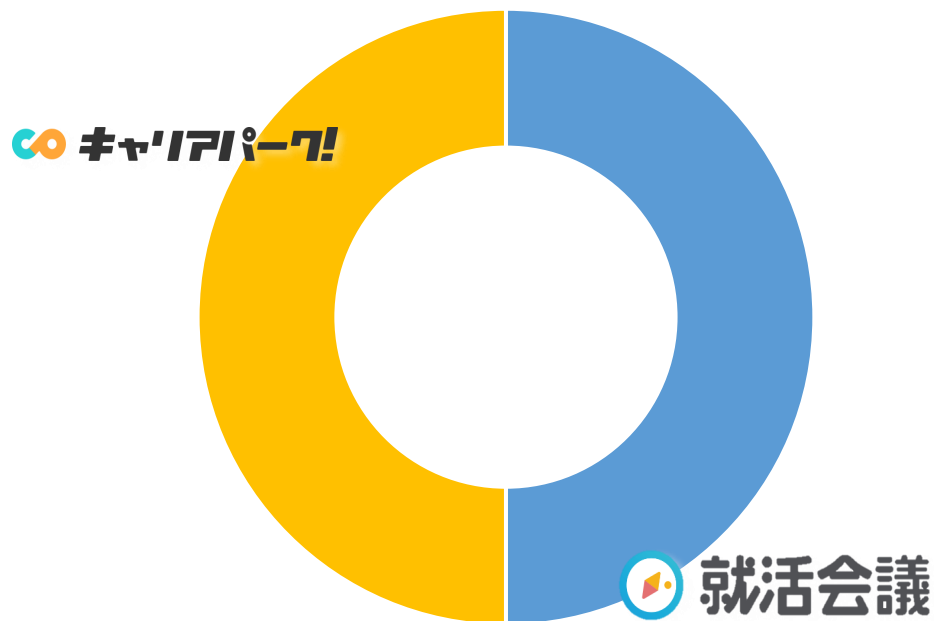
※3 2020年3月末時点

※4 会員一人当たり売上高 = 売上高 ÷ 会員数

シナジー②-2 顧客企業の増加

就活会議ではキャリアパークと同規模の顧客企業数を抱えており、今後、就活会議の顧客に対して、送客や人材紹介を実施することで、売上増加が見込める。

顧客企業数

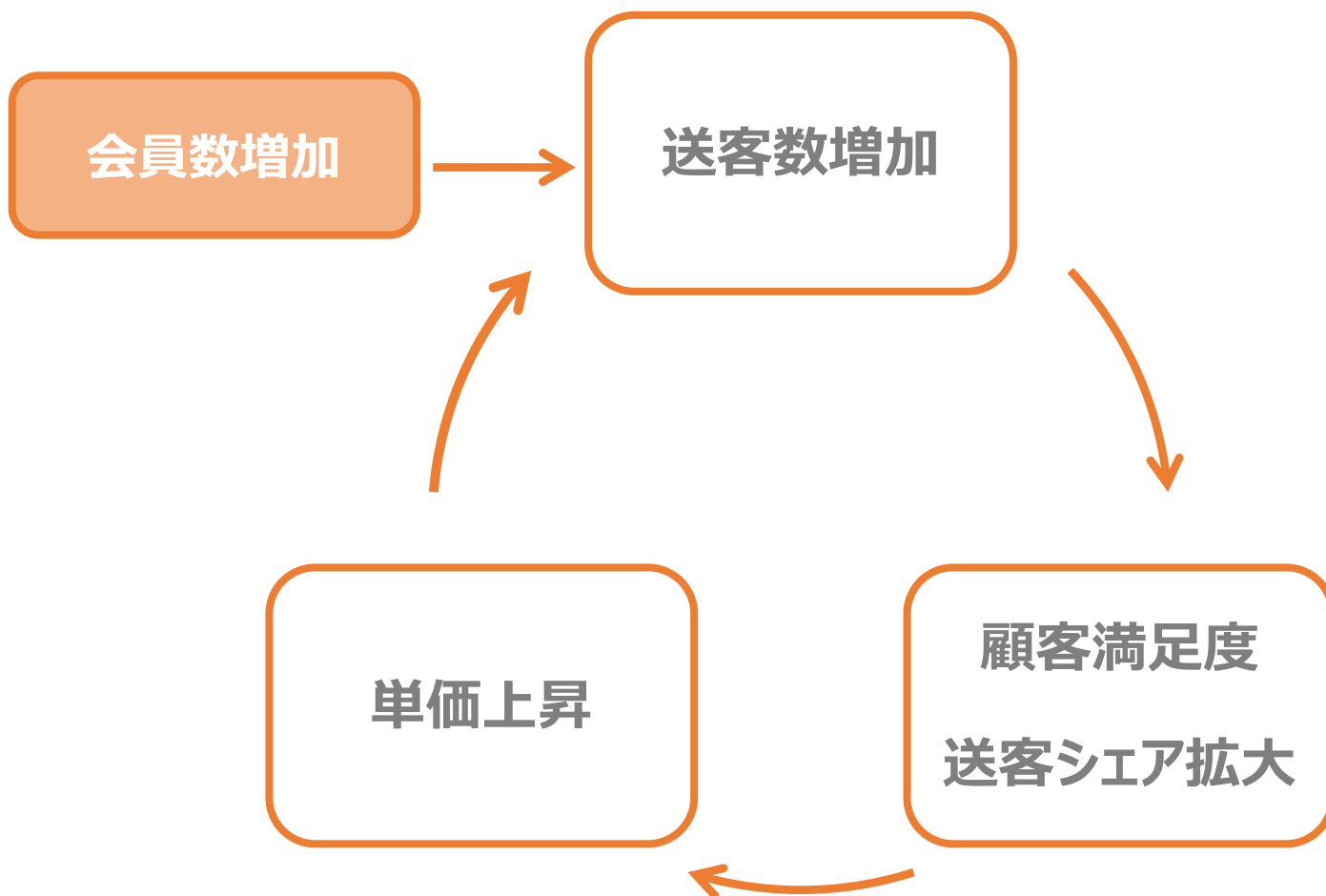


顧客企業数※
約2倍

※ 2020年3月末時点の各メディアにおける顧客企業数

シナジー③ 送客ボリューム増加による単価向上

送客可能数を増加させ、顧客満足度、送客シェアを高めることで、単価向上に期待。



PORT INC.

Appendix ※再掲※

- ・キャリアパークについて
- ・就活会議について
- ・就活市場に対する考え方

PORT INC.

キャリアパークについて

キャリアパークの概要

項目	内容
名称	 キャリアパーク!
URL	https://careerpark.jp/
内容	自己分析、業界研究、履歴書、面接、マナー等の就活ノウハウを提供する情報サイト

▼就活セミナー 服装

就活セミナーに適切な服装の選び方【スーツ・服装自由編】

目次

- 01 就活セミナーにはスーツで参加するという意見が一般的!
- 02 就活には様々なイベントがある

すべて見る

就活セミナーにはスーツで参加するという意見が一般的!

就活生の声

キャリアパーク会員の就活生も対象に「就活セミナーに参加するときはスーツですか?私服ですか?できれば理由も併せて教えてください!」というアンケートを実施しました。まずは回答の一部をご覧ください。

- スーツみんなそうだから
- スーツ。汚くから。
- スーツ、はずれがないため
- スーツ 私服と書いてあるとこは私服
- 私服:遠くには関係ないのでカジュアルすぎるもので参加する

▼履歴書 浪人

履歴書への予備校や浪人・留年・中退経験の適切な書き方 | 採用担当者に好印象を与える学歴の記入方法・面接での回答

目次

- 01 就活生にアンケートで聞いた生の声はコチラ!
- 02 就活生の多くは浪人や留年経験の正しい書き方を知らない

すべて見る

就活生にアンケートで聞いた生の声はコチラ!

まず履歴書を記入する際の悩みとどういったものなのでしょうか?キャリアパーク編集部が独自にアンケートを行い、学生たちの生の声を集め、代表的な意見をまとめました。

就職エントリーシートを企業に提出する際に悩んだこと一言気を遣った部分、その理由も教えてください。(対象: 浪人、学歴、責任書の書き方)

就活生の回答

私はエントリーシートを企業に提出する際に、学歴をどこまで書くのか悩みました。エントリーシートに記入するのは中学と高校。入学と卒業のどちらからかかればいいのかなどいろいろと分かりませんでした。また、浪立・再立も書いた方がいいのか分からず迷っていました。その他には、レジュメは絶対手書きなのに、エントリーシートを書く際のルールはスタジオで撮影すべきなのか、というのが気になった点です。エントリーシートを書く際のルールはスタジオで撮影すべきなのか、という点にもそういった悩みが多いため、自分で調べようとした方法がなかったのが悩んだ理由です。

▼ドアノック 回数

面接時のドアノックは何回が正しいのか | 第一印象をアップさせる回数と入室時のマナーを紹介

目次

- 01 面接は入室の立ち居振る舞いから見られている
- 02 プロトコールマナーにおけるノックの回数とは

すべて見る

面接は入室の立ち居振る舞いから見られている



面接では、話の中心だけでなく、面接中の立ち居振る舞いもチェックされます。立ち居振る舞いから受ける印象は、面接官にその人の人物像を想像させ、決定づけてしまうのです。面接開始前から悪い印象を残すのは、面接に良い影響を与えていないでしょう。

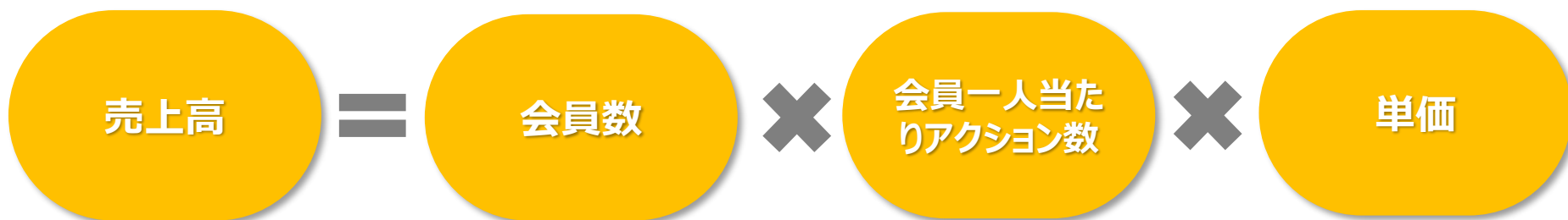
就活領域のビジネスモデル

就活生に対して、インターネット上でノウハウ情報を提供し、無料で会員化を実施。
会員を当社クライアントに送客することで成果報酬を獲得。



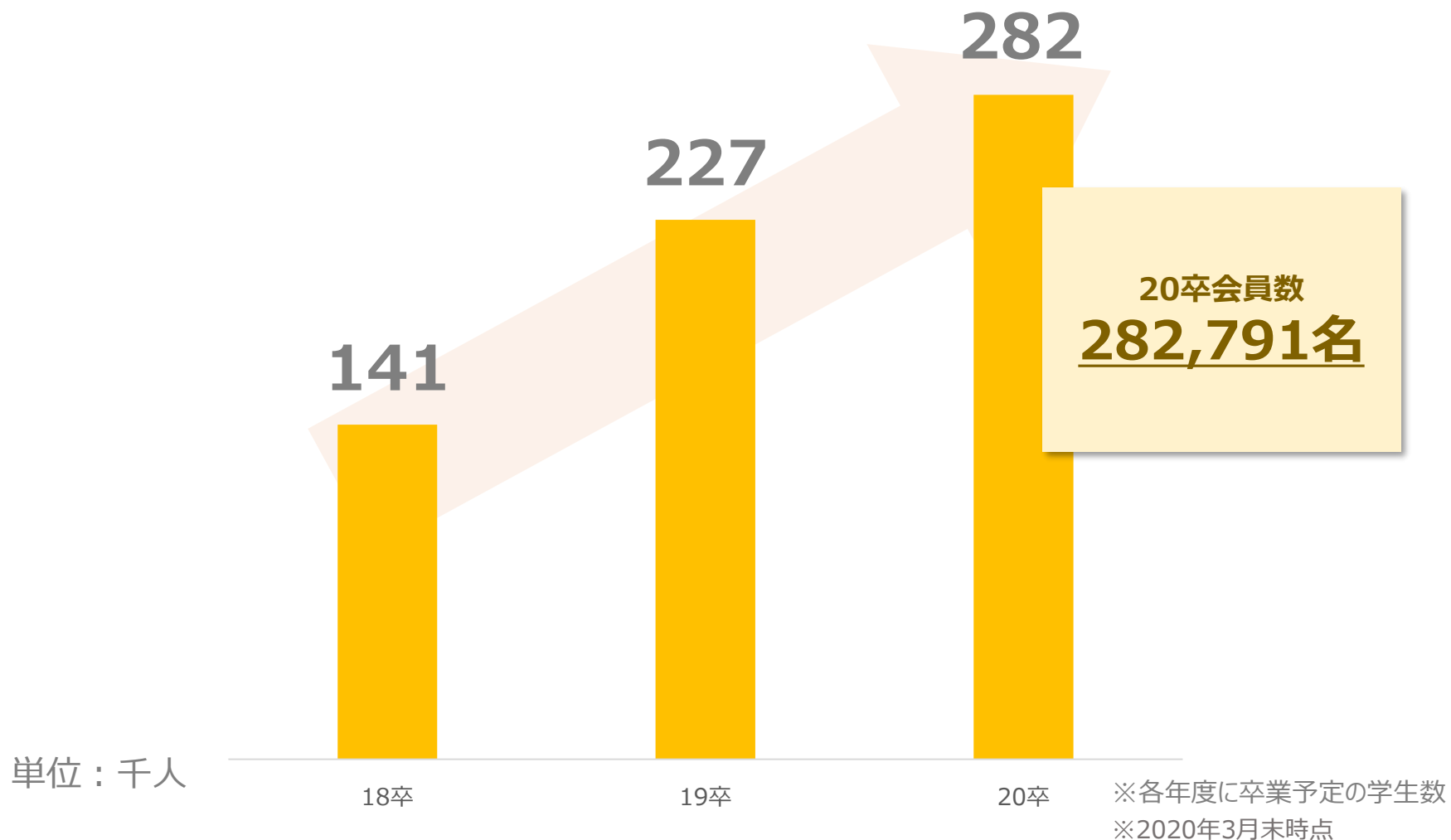
売上高の構成する指標

就活領域の売上高は会員数×一人当たりアクション数×単価で構成される。
会員数と一人当たりアクション数を順調に向上させることで、これまで業績拡大を継続。



キャリアパーク会員数の推移

会員数は順調に伸びており、20卒の就活生は28万人ほどの就活生の会員化に成功。



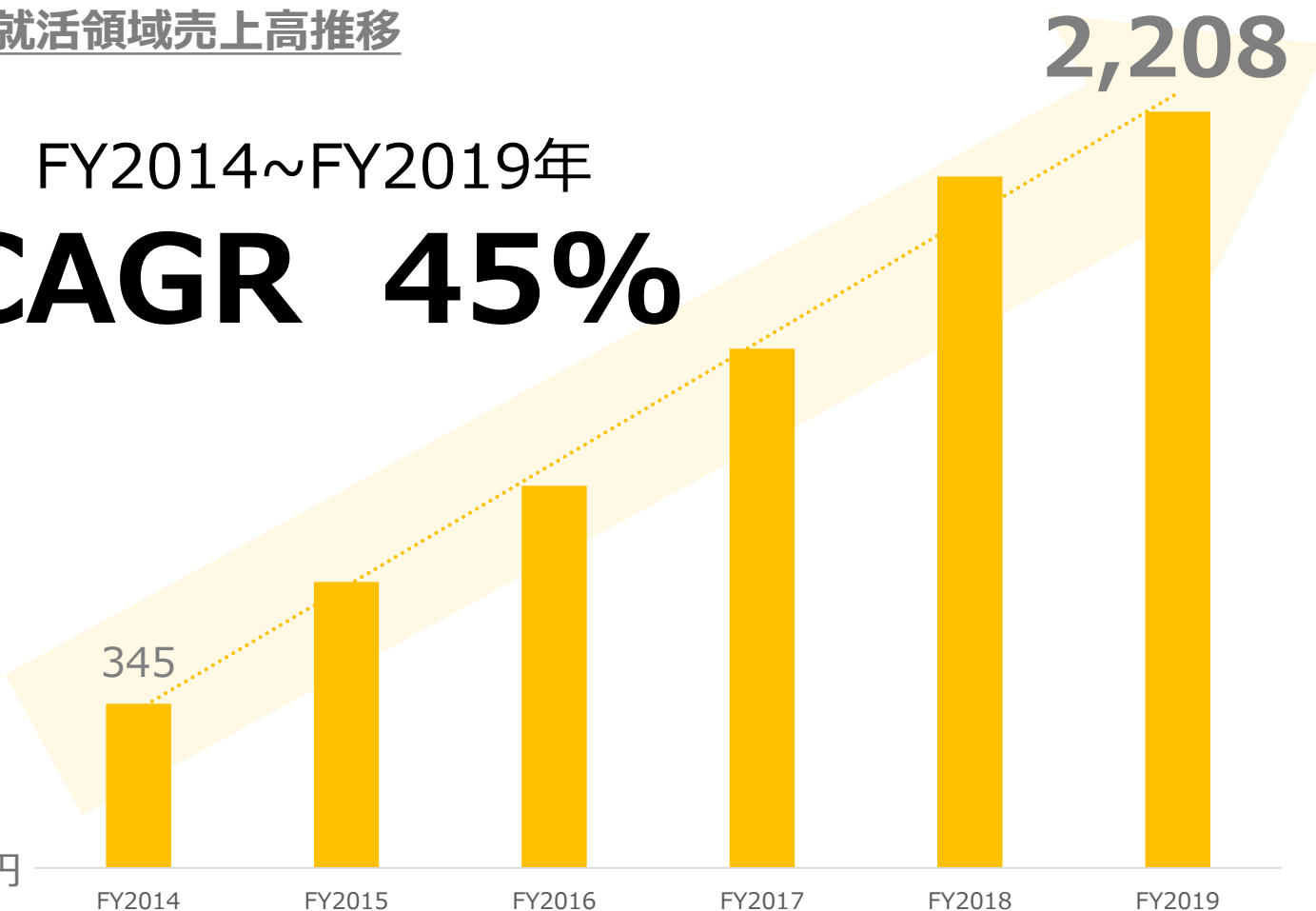
就活領域売上高推移

就活領域はこの5年間ほどで飛躍的な成長をしており、全社の業績を牽引。
独自の会員獲得マーケティングを強みに、順調に業績を拡大中。

▼就活領域売上高推移

FY2014~FY2019年

CAGR 45%



単位：百万円

就活領域の成長ドライバー

会員数、一人当たりアクション数ともにまだまだアップサイドがあり、単価が変化せずとも就活領域のポテンシャルは引き続き十分に存在。



※1株式会社リクルート 第36回ワークス大卒求人倍率調査（2020卒）（https://www.recruit.co.jp/newsroom/pdf/20190424_01.pdf）をベースにいわゆる就職浪人生等を考慮して当社推計

※2株式会社リクルートキャリア 就職白書2019（<https://data.recruitcareer.co.jp/wp-content/uploads/2019/02/c07a2df34dc6f701c465a6dbc3df4850.pdf>）より当社推計

※3当社実績より中央値を選定

就活領域の成長戦略

就活領域においては、コンテンツの拡充と、会員マーケティングの最大化により成長を実現していく。

会員数

コンテンツの拡充と 網羅性の向上

資産性の高いストック型コンテンツへの投資によって網羅性を高め、ユーザーとのタッチポイントを増加させ、会員規模を50万人以上に成長させ、名実ともに就活対策メディアとしてNO.1を獲得する。

会員一人当たり
アクション数

会員マーケティング 最大化

安定した会員獲得に依拠した自社データベース（会員）を活用したマーケティングを強めること、一人一人のリテンションを高め、売上ポテンシャルの最大化を目指す。

当社コンテンツの課題感

キャリアパークはノウハウやイベント情報はコンテンツカバー率が高い一方、企業情報などを求める就活生のニーズには十分に答えられていない。

就活生情報ニーズ

ノウハウ情報

自己分析の方法、企業研究方法

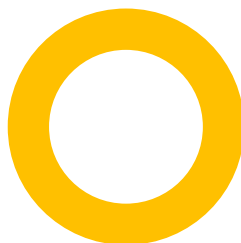
イベント情報

合同説明会、就活イベント

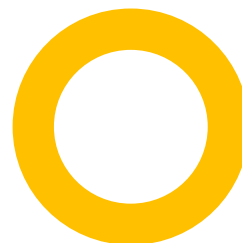
企業情報

A社のエントリーシートロコミ
面接ロコミ

 **キャリアパーク!**



70%



90%



10%

コンテンツカバー率※

※コンテンツカバー率は当社の独自の集計に基づき、各カテゴリに属する検索ワードのうち、当社メディアが1セッション以上獲得している検索ワードの数の割合

PORT INC.

就活会議について

就活会議の概要

項目	内容
名称	 就活会議
URL	https://syukatsu-kaigi.jp/
内容	ES・選考体験記・インターン体験記等の就活口コミと 従業員・元従業員による企業口コミを有する新卒就活サービス

▼トップページ



就活会議

企業と面接のリアルな情報は、就活の武器になる。

社会人の口コミで企業研究、先輩のES・面接情報で選考対策が出来るサイトです。

気になる企業を検索

企業口コミ ES・面接情報

SCROLL

134,597 社の登録企業と 45,446 枚のES・体験記

▼口コミページ



TOP 説明会募集 口コミ インターン ES

三井物産株式会社
社員評価 4.4

成長性、将来性 4.2

給与水準 4.6

安定性 4.6

仕事のやりがい 4.6

福利厚生 4.5

教育制度 4.6

評判をもっと見る

お気に入り 説明会・インターンに申し込み

▼ES検索ページ



就活会議

企業検索 説明会・インターン検索 ES 選考

ES (エントリーシート) を探す

先輩内定者が実際に内定を獲得したエントリーシートを多数公開しています。業界最大級の7500枚以上のエントリーシートを選考対策にご活用ください。

フリーワードから探す

企業名、業界など

ESがある企業を全て見る (5132社)

業界別から探す

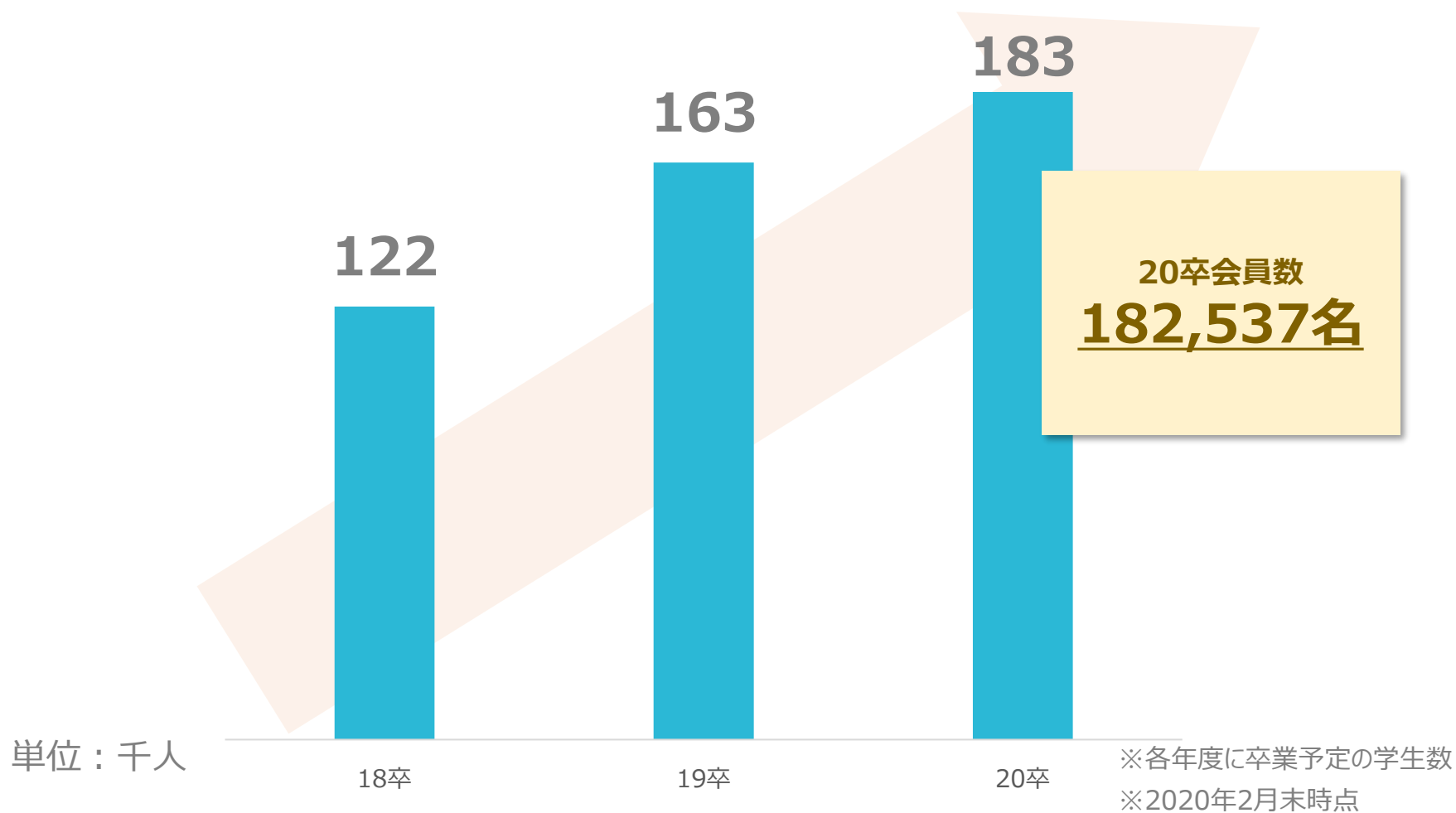
コンサル・シンクタンク

金融

広告・マスコミ

就活会議会員数の推移

会員数も順調に伸びており、20卒は約18万人の会員を獲得。



キャリアパーク&就活会議比較



就活ノウハウ情報サイト

2014年6月

約28万人（20卒）

ノウハウ記事：約20,000

掲載情報

開始時期

会員数

コンテンツ数

就活企業口コミ情報サイト

2015年4月

約18万人（20卒）

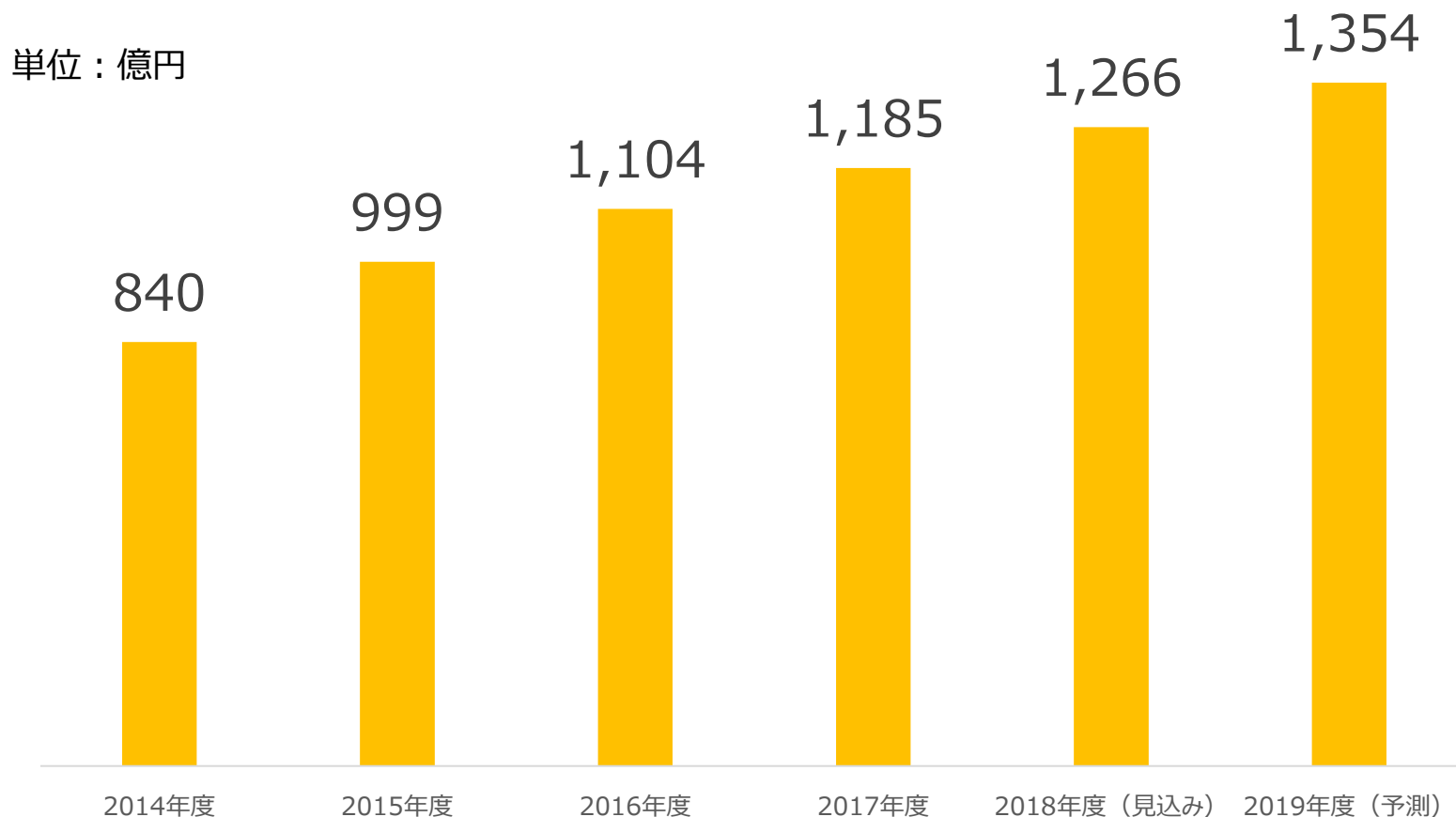
全体口コミ数：約400,000

PORT INC.

就活市場に対する考え方

新卒採用支援市場規模の推移

近年新卒採用支援市場は規模を拡大しており、中でも人材紹介、小規模型マッチングイベント、ダイレクトリクルーティングなど既存の求人媒体以外の市場が大きく伸びている。



※矢野経済研究所 新卒採用支援市場の現状と展望2019年度版 https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/2122より

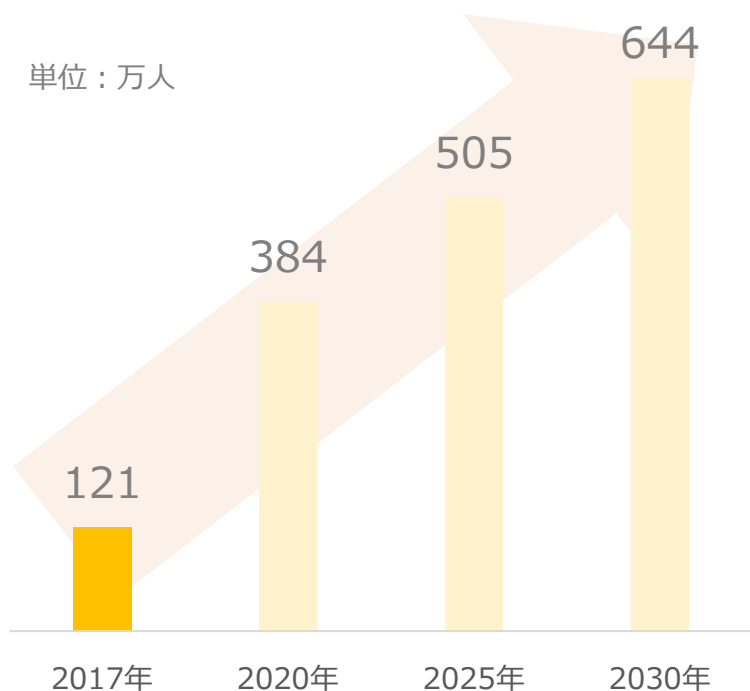
慢性的な人手不足

日本の労働市場における人材不足は今後ますます拡大し、2030年には644万人の労働力が不足すると推計されている。

特に従業員数200名以下の中小企業を中心に大卒者の有効求人倍率は高い水準で推移。

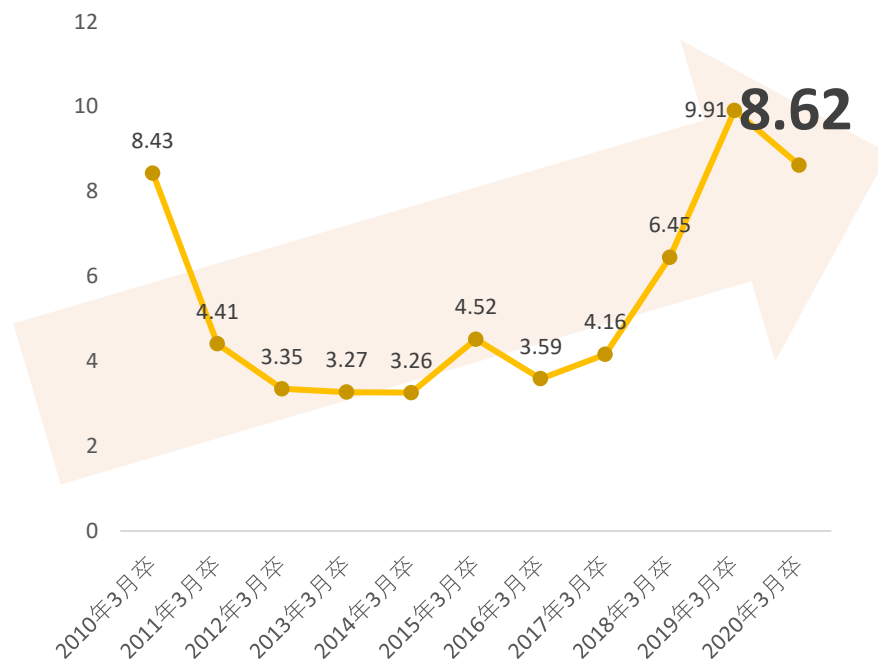
これまでの求人媒体中心の採用スタイルから、より確実に採用できる人材紹介等の手法を活用する企業が中小企業を中心に増加し、新卒採用支援市場の多様化と拡大を牽引。

日本労働市場における人手不足数の推計



※労働市場の未来推計 <https://rc.persol-group.co.jp/roudou2030/>

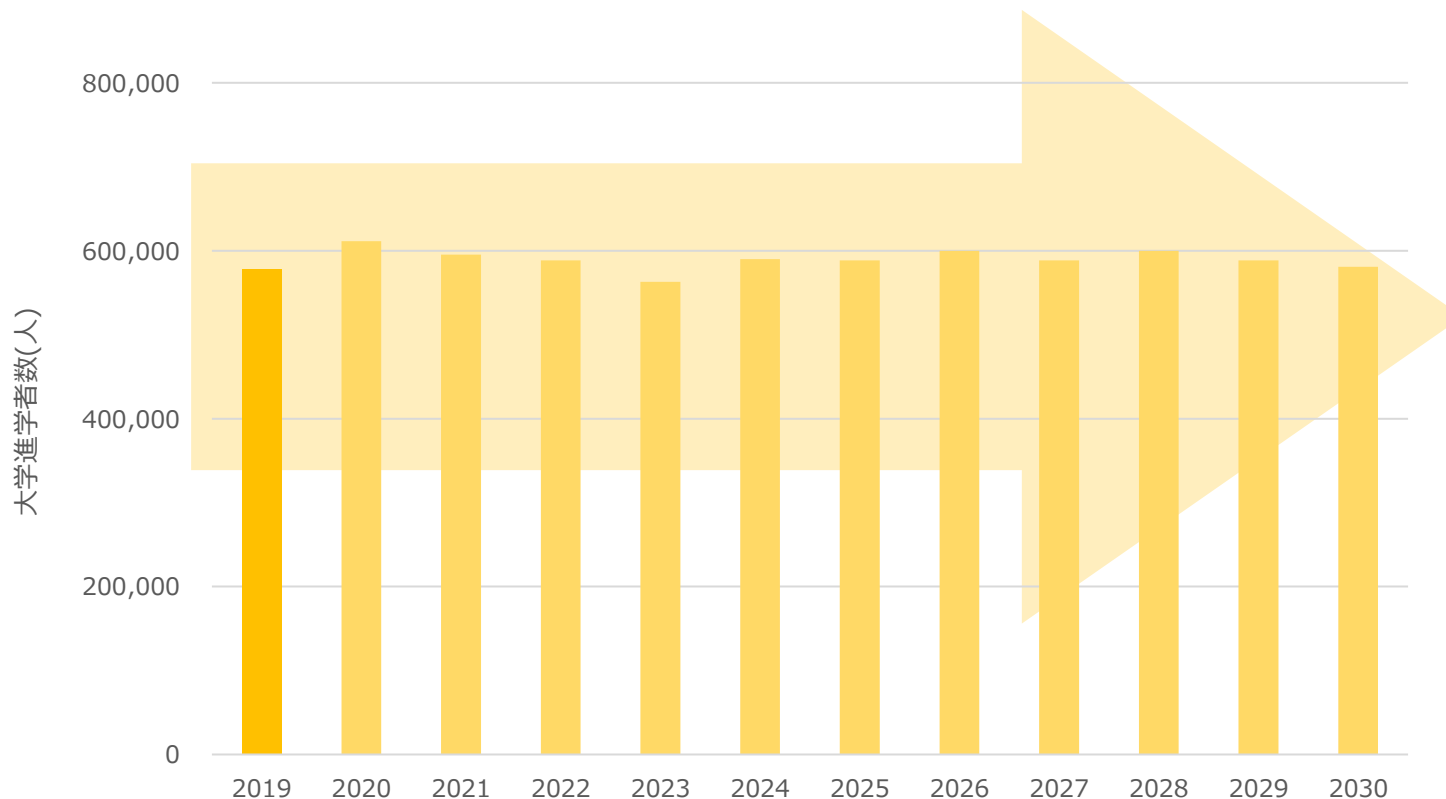
中小企業の大卒求人倍率の推移



※株式会社リクルート 第36回ワークス大卒求人倍率調査 (2020卒)
(https://www.recruit.co.jp/newsroom/pdf/20190424_01.pdf) より

大学生数の推移

昨今の人口減少局面においても、進学率の高まりにより大学生数の数は一定に推移しており、向こう10年程度は大学生数は減少せず、労働供給の主な源泉としての新卒採用は引き続き重要視されるものとする。

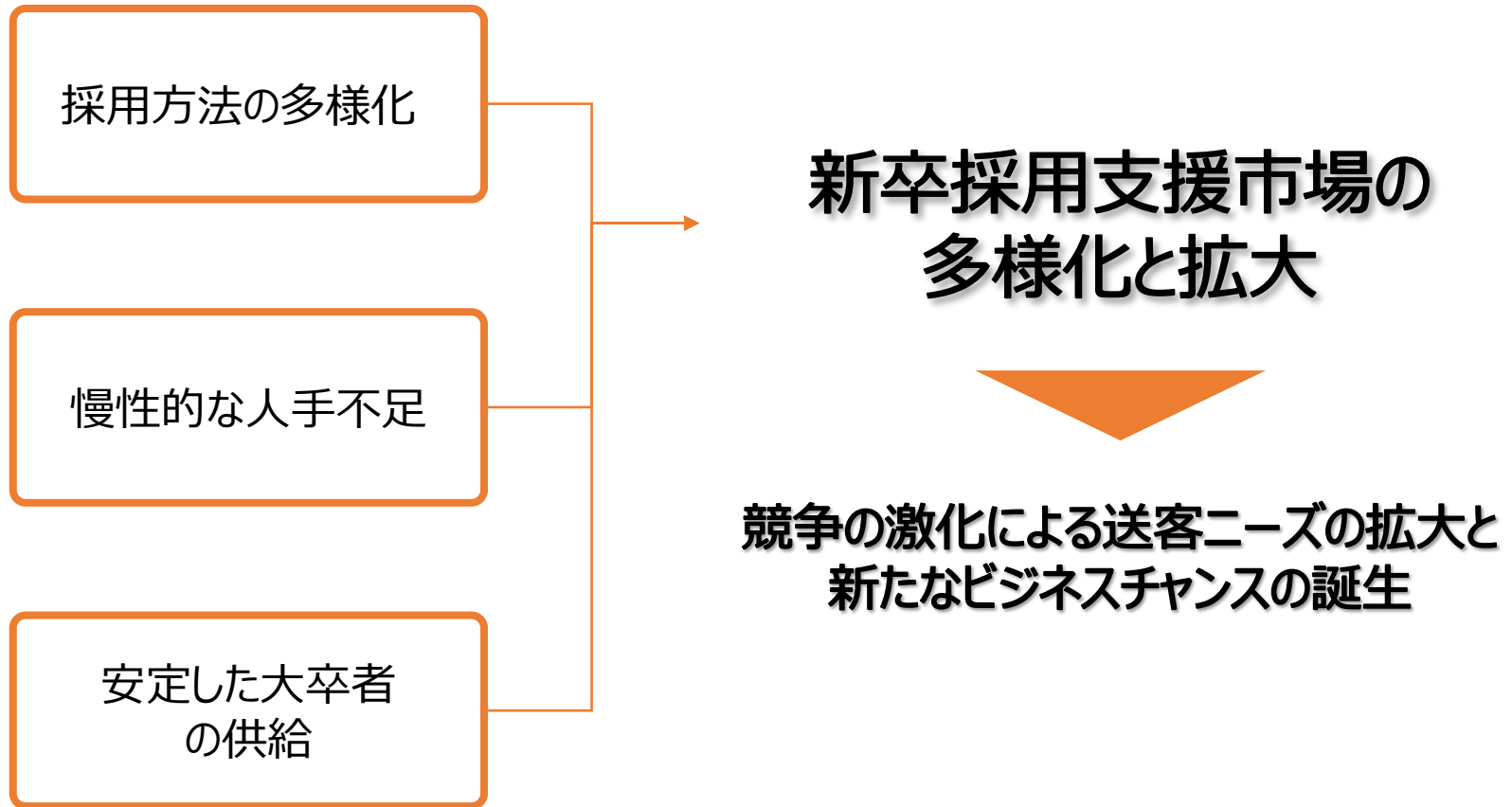


【参考】

- ①厚生労働省平成30年（2018）人口動態統計月報年計（概数）の概況
- ②文部科学省 令和元年度学校基本調査速報
- ③文部科学省 大学への進学者数の将来推計について

新卒採用支援市場の今後

今後も就活採用支援市場は拡大、変革していくものと推測され、そこには新たなビジネスチャンスが存在していると考える。



■ 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。

