



PORT INC.

2022年3月期 通期 決算説明資料

ポート株式会社 証券コード：7047

2022.5.13

目次

- 01 2022年3月期 第4四半期 決算概要
- 02 2022年3月期 通期 決算概要
- 03 2022年3月期 通期 領域別業績
- 04 2023年3月期 通期 業績予想
- 05 お知らせ

01

2022年3月期 第4四半期 決算概要

エグゼクティブサマリー 第4四半期

売上収益 **2578** 百万円 調整後EBITDA **619**百万円 EBITDA **398**百万円

- ✓ 就職領域は前年比 **+57%**増収、INE社（エネルギー領域）の連結もスタートし、4Qの売上収益は**過去最高を更新**
- ✓ リフォーム領域は成約支援DXの取り組みにより、成約契約数が伸長し、大きく増益
- ✓ カードローン領域は、顧客予算縮小の影響により売上収益は減少したが、2Q以降、利益重視の運営により大きく増益

就職

需要期である4Qで着実に成長し、YonY + 57%。1Qからの増員メンバーの戦力化により事業利益が大きく増益

売上収益 : **781** 百万円 (YonY **+57%**) 事業利益 : **408** 百万円 (YonY **+91%**)

KPI①送客予算 : YonY **+61%** KPI②人材紹介数 : YonY **+166%**

リフォーム

成約支援DXの取り組みが好調で、4Qは成約契約数が伸長した結果、事業利益が大きく増益

売上収益 : **255** 百万円 (YonY **+6%**) 事業利益 : **84** 百万円 (YonY -) ※前期赤字

KPI①送客数 : YonY **+7%** KPI② 成約契約数 : **+24%** KPI③累計加盟店数 : **+13%**

カードローン

継続的な顧客予算の全体縮小の影響により売上収益は減少したが、運営効率を重視し大きく増益

売上収益 : **458** 百万円 (YonY **▲33%**) 事業利益 : **40** 百万円 (YonY **+54%**)

エネルギー

資源価格高騰等のマーケット環境の影響を最小限に抑え、微減で進捗

売上収益 : **881** 百万円 事業利益 : **177** 百万円

新規・その他

フリーランス支援サービスは好調に推移しているが、一部事業撤退の影響で事業利益は減少

売上収益 : **201** 百万円 (YonY **+2%**) 事業利益 : **25** 百万円 (YonY **▲54%**)

2022年3月期 第4四半期 会計期間

- 就職領域の着実な成長、及びINE社（エネルギー領域）の連結もスタートし、**四半期最高売上を更新**
- 21.3期に続き、22.3期も投資を継続しているものの、既存領域の増収、効率化による増益効果もあり、EBITDA以下の利益が増益

※会計基準：IFRS	2022年3月期 4Q会計期間実績	2021年3月期 4Q会計期間実績	YoY 増減率
売上収益	2,578	1,606	+60%
調整後EBITDA	619	308	+101%
EBITDA	398	▲84	-
営業利益	341	▲159	-
税引前当期利益	327	▲78	-
当期利益	203	▲41	-
親会社の所有者に 帰属する当期利益	170	▲41	-

※EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + 株式報酬費用 ※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

02

2022年3月期 通期 決算概要

エグゼクティブサマリー 通期

売上収益 **6,994**百万円 調整後EBITDA **1,604**百万円 EBITDA **810** 百万円

- ✓ 通期の売上収益は、業績予想には僅かに未達だったが、就職領域の業績牽引、4QからINE社（エネルギー領域）を連結により、前年対比 **+49%**の成長を遂げた
- ✓ リフォーム領域、カードローン領域は、売上収益は計画に及ばなかったものの事業利益を伸ばし、EBITDA以下の利益達成に貢献

就職

送客、人材紹介ともに成長し、YonY **+57%**と高い増収を実現。会員数も好調に推移

売上収益 : **2,308** 百万円 (YonY **+57%**) 事業利益 : **1,064** 百万円 (YonY **+54%**)

KPI①送客予算 : YonY **+87%** KPI②人材紹介数 : YonY **+96%**

リフォーム

下期に各種PMI施策を講じたものの、通期ではYonY **+8%**の着地。来期に大幅な増益を想定

売上収益 : **1,092** 百万円 (YonY **+8%**) 事業利益 : **241** 百万円 (YonY **+582%**)

KPI①送客数 : YonY **+5%** KPI② 成約契約数 : YonY **+9%** KPI③累計加盟店数 : YonY **+13%** ※2020年8月から連結

カードローン

顧客予算縮小の影響が続き、売上収益は微増であったが、運営効率を重視し大きく増益

売上収益 : **1,983** 百万円 (YonY **+14%**) 事業利益 : **332** 百万円 (YonY **+77%**)

エネルギー

資源価格高騰等のマーケット環境の影響を最小限に抑え、微減で進捗

売上収益 : **881** 百万円 事業利益 : **177** 百万円

新規・その他

一部事業撤退、縮小等の影響で売上収益、利益ともに減少

売上収益 : **728** 百万円 (YonY **▲9%**) 事業利益 : **86** 百万円 (YonY **▲62%**)

2022年3月期 通期 業績予想対比

- 売上収益は業績予想を若干下回ったが、**ほぼ計画水準**、EBITDA、営業利益、税引前当期利益は、**レンジ内での着地**となった
- 当期利益はINE社の当社保有比率が51%であり、49%の当社保有分でない非支配株主に帰属する当期純利益の控除によりレンジ予想を下回る結果となった

※会計基準：IFRS	2022年3月期 通期実績	2022年3月期 業績予想 (11/12上方修正)	評価
売上収益	6,994	【上限】 7,500 【下限】 7,000	△
調整後EBITDA	1,604	【上限】 2,000 【下限】 1,500	○
EBITDA	810	【上限】 900 【下限】 700	◎
営業利益	599	【上限】 700 【下限】 550	○
税引前当期利益	564	【上限】 700 【下限】 550	○
当期利益	365	【上限】 500 【下限】 400	×
親会社の所有者に 帰属する当期利益	332	【上限】 500 【下限】 400	×

※EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + 株式報酬費用 ※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

2022年3月期 通期 前年比

- 売上収益はYoY +49%の成長を実現
- 22.3期も大規模投資を継続していたが、大幅な増収と各領域のマーケティング効率化の影響により、EBITDA以下の利益指標は大幅な伸び率となった

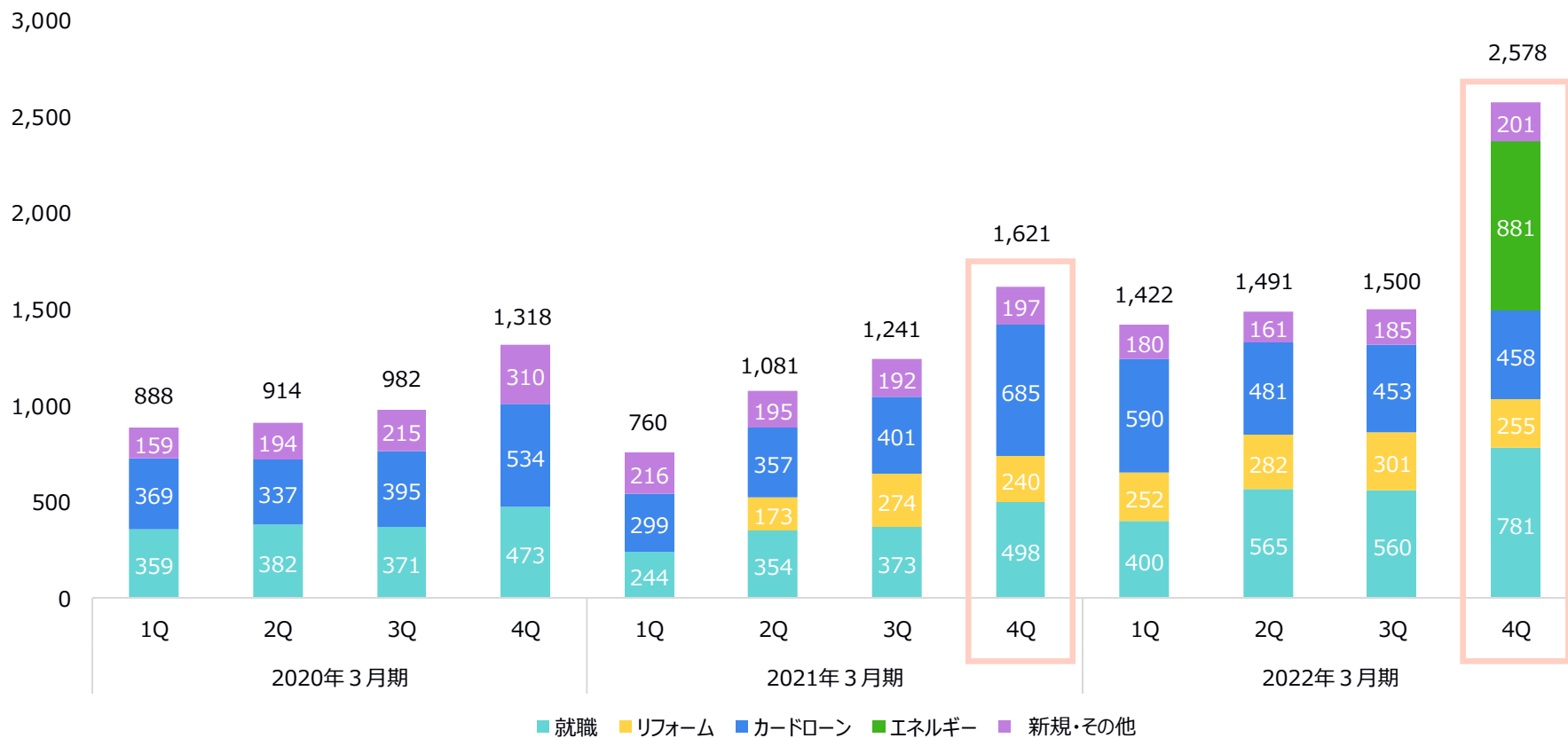
※会計基準：IFRS	2022年3月期 通期実績	2021年3月期 通期実績	YoY 増減率
売上収益	6,994	4,689	+49%
調整後EBITDA	1,604	1,031	+55%
EBITDA	810	290	+179%
営業利益	599	106	+465%
税引前当期利益	564	159	+254%
当期利益	365	160	+128%
親会社の所有者に 帰属する当期利益	332	160	+107%

※EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + 株式報酬費用 ※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

- 就職領域では**四半期最高売上**を更新
- INE社（エネルギー領域）を除く、既存領域の合計でも**四半期過去最高売上**となった



中期経営計画 投資進捗

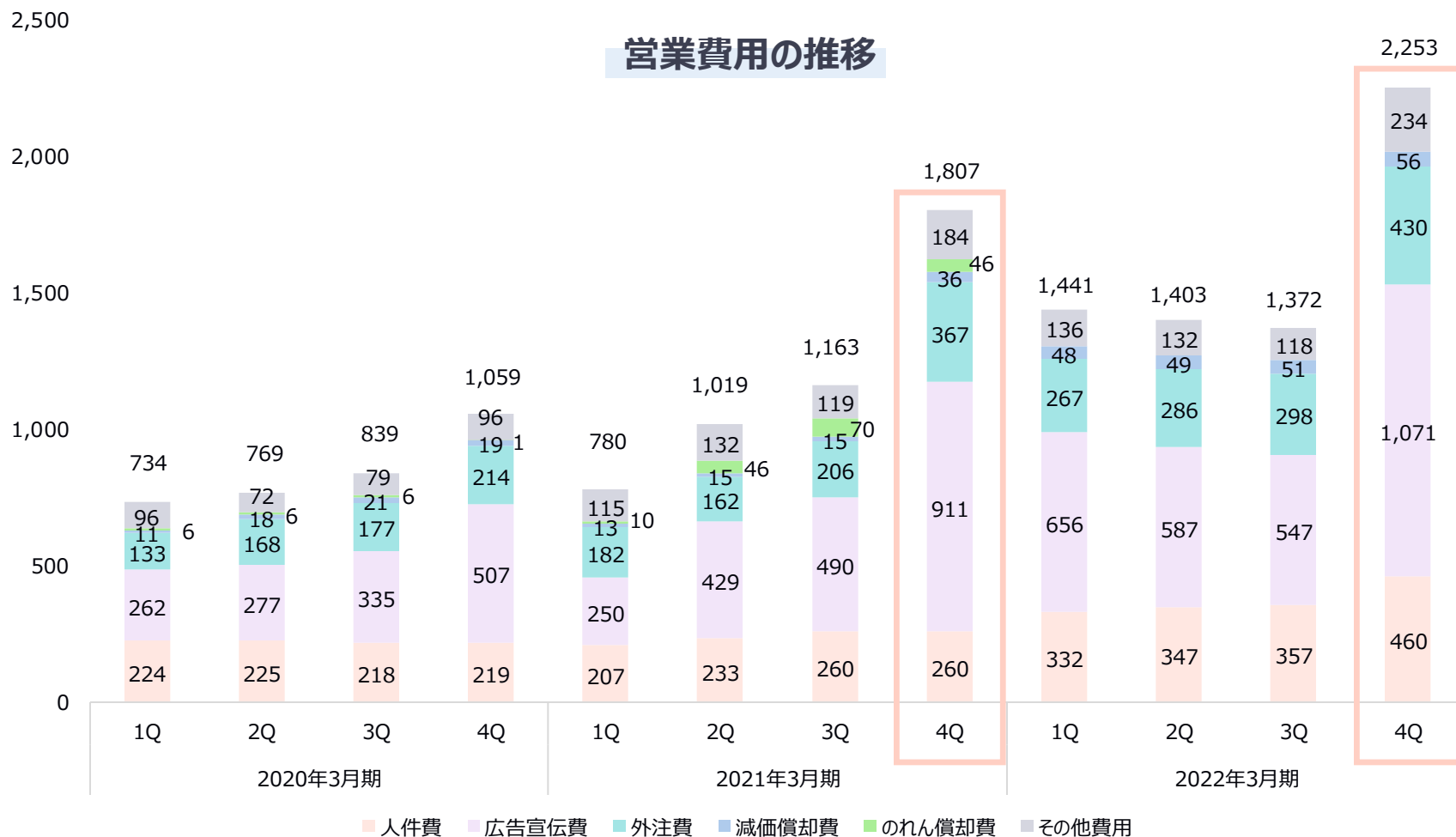
- 4Qは合計220百万円、22.3期は合計で794百万円の投資を実行

投資種別	投資額 22.3期 4Q	投資額 22.3期 通期	投資内容
コンテンツ投資	47百万円	144百万円	<ul style="list-style-type: none"> • 動画コンテンツの生成（就職領域） • オンライン学習コンテンツの生成（就職領域） • 就職診断コンテンツの生成（就職領域） • オリジナルコンテンツの生成（リフォーム領域） • 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） • 共同サービスの開発（就職領域） • 書籍出版（リフォーム領域） • PORTブランド（全領域）
アカウント投資	24百万円	124百万円	<ul style="list-style-type: none"> • 新規顧客開拓（就職・リフォーム領域） • 新商流のR&D（就職・リフォーム領域） • アライアンス開拓（全領域）
マッチング システム投資	148百万円	525百万円	<ul style="list-style-type: none"> • マッチングオペレーションのための人員強化（就職領域） • 費用削減のためのツール開発（就職領域） • 売上向上のためのツール開発（カードローン領域） • マッチング効率の改善（リフォーム・カードローン領域） • 加盟店向け販売管理システムの開発（リフォーム領域） • 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） • PORTブランドサイトの構築（全領域） • アライアンスメディアの構築（リフォーム領域） • 就活メタバースの開発（就職領域）

主な費用の推移

- INE社（エネルギー領域）の連結により、全体的に費用が増加
- 4Qは、人件費、外注費等に大きく投資を継続

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。

営業費用 前年同期比較

- 費用は増加しているものの、売上対比では人件費以外は減少
- 21.3期4Qにおいて戦略的広告投資を行ったため、22.3期は広告宣伝費が下がっている

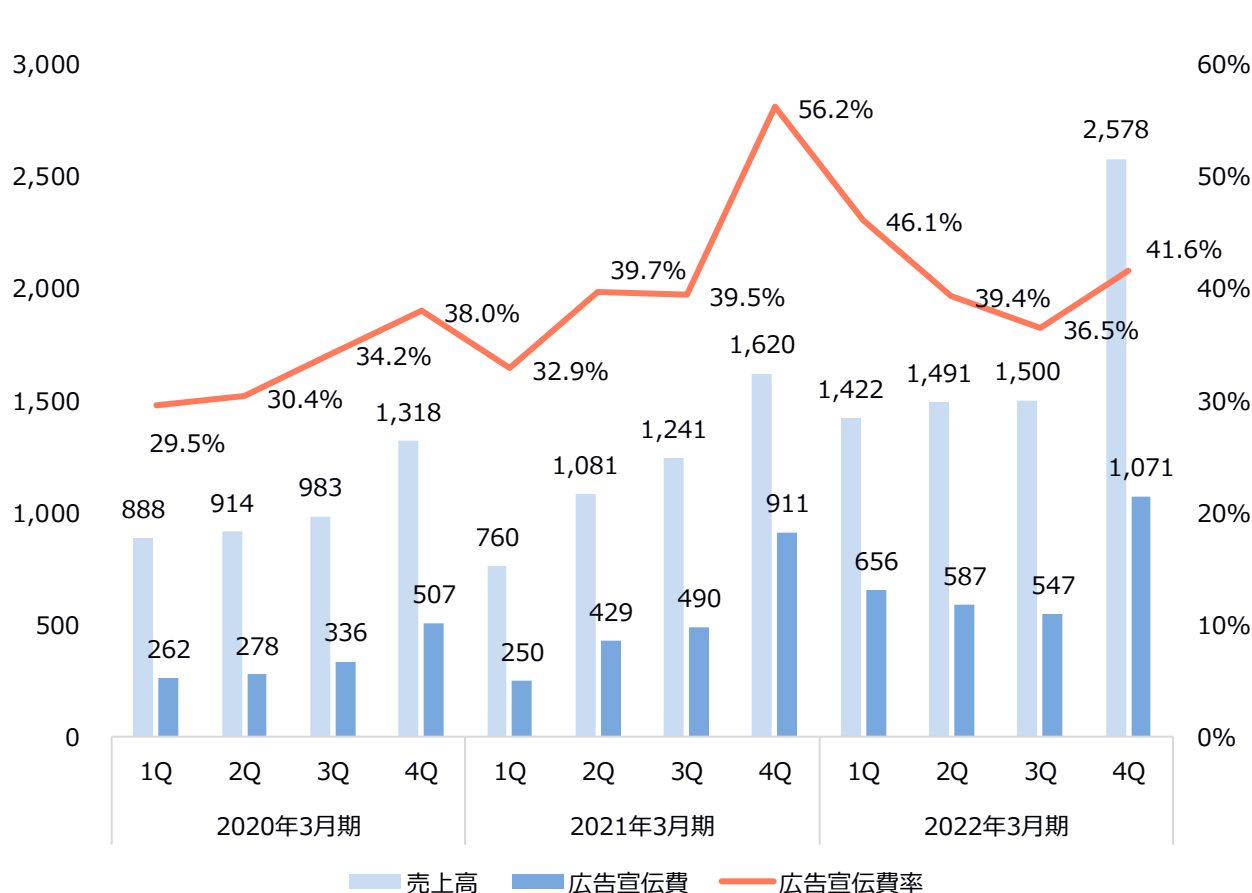
	2022年3月期 第4四半期	売上対比	2021年3月期 第4四半期	売上対比	増減額	売上対比
人件費	460	18%	260	16%	+199	+2%
広告宣伝費	1,071	42%	911	56%	+160	▲15%
外注費	430	17%	367	23%	+63	▲6%
減価償却費	56	2%	36	2%	+19	-
のれん償却費	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
その他費用	234	9%	184	11%	+49	▲2%

※2021年3月期第3四半期は日本基準、2022年3月期第3四半期は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

- INE社（エネルギー領域）の連結により広告宣伝費が増加しているものの、リフォーム領域、カードローン領域において効率性を重視した運営により4Qは41.6%とYoYで▲14.6%減少
- INE社の連結により、23.3期以降、広告宣伝費率が増加する可能性



全社増減
(YoY比)
▲14.6%

増加要因

就職領域
+0.4%

エネルギー領域
+19%

減少要因

リフォーム領域
▲9%

カードローン領域
▲25%




財政状態計算書

- INE社買収のため、非流動資産（のれん）が増加
- また、4Qの当期利益、INE取得（非支配持分）により資本が増加

	単位：百万円	2022年3月期4Q (2022年3末)	2022年3月期3Q (2021年12末)	2021/12末比
	流動資産合計	5,878	5,779	99
	非流動資産合計	4,443	2,919	1,524
資産合計		10,322	8,698	1,623
	流動負債合計	3,060	1,977	1,083
	非流動負債合計	4,274	4,319	▲45
負債合計		7,335	6,297	1,037
資本合計		2,986	2,401	585

のれんに対する当社評価

- 就職領域は足元の業績はM&A時の計画通り推移
- リフォーム領域（ドアーズ）は、計画上は軟調に推移したが、23.3期は利益重視の運営により事業利益の向上を見込む
- エネルギー領域（INE）は、資源価格高騰等の外部環境により不透明な状況ではあるが、正常収益力向上により市場回復時の成長を見込む

のれん	市場	業績	見通し
合計 3,337 2022年1月買収  1,428	△	○	△
2020年7月末買収  1,270	◎	○	◎
2020年6月末買収  638	○	○	◎

市場

業績

見通し

△

○

△

◎

○

◎

ウクライナ情勢等に起因する資源価格高騰、電力卸価格の上昇等による電力会社各社への影響があり、不透明な状況

4Qは影響を受けたものの、最小限にとどめ、大きな業績悪化にはつなげていない

市場環境の回復は不透明なものの、マッチング率の向上、ストック収益の拡充やクロスセルを強化することで正常収益力を高め、市場回復時の成長を見込む

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

22.3期様々な課題があったが、送客先の拡充や成約支援DXの推進等、各種PMIが功を奏し、4Qで大きく増益

23.3期は利益重視の運営により大きな増益を見込む

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

4Qも順調に買収計画時の業績を達成している

PMIにより会員数は成長しているため、市場の回復を鑑みれば、さらなる成長も期待できる

アライアンスを積極的に推進

- 22.3期は全領域、アライアンスを積極的に推進し、1年で19社と業務提携を発表

22.3期に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

03

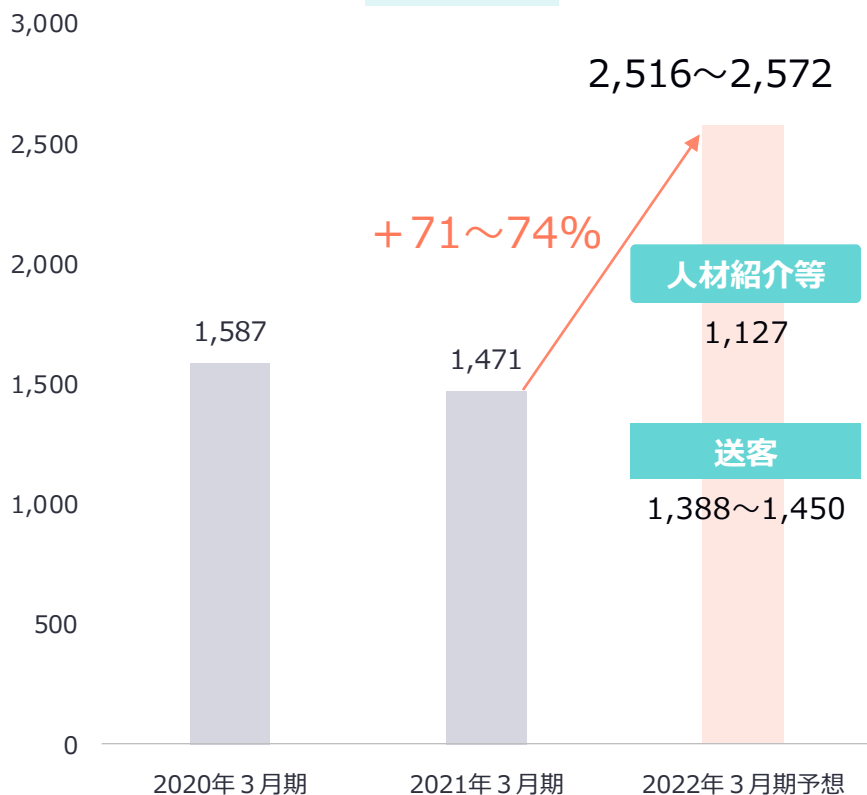
2022年3月期 通期 領域別業績

**【領域別 業績・戦術・KPI】
就職領域**

2022年3月期 業績予想及び戦術

- 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



単位：百万円

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

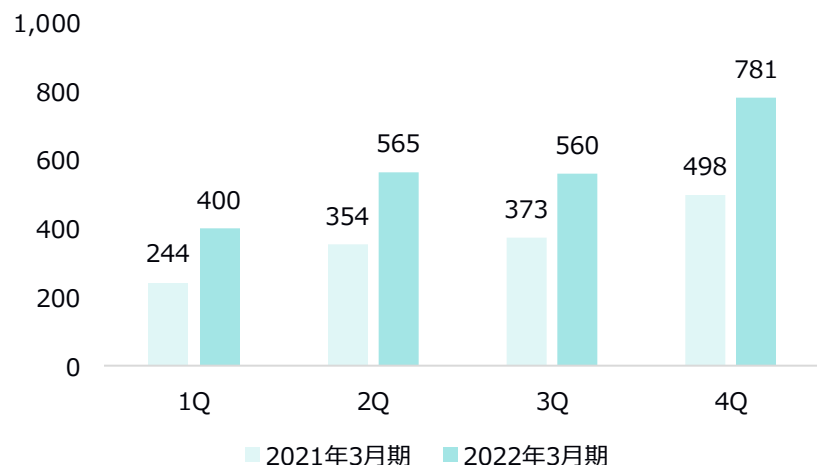
紹介対象となる会員数は十分であるため、流通量（人材紹介数）をいかに増やすかがポイントである。そのために紹介先の拡充とマッチング担当の補強を予定。

2022年3月期 通期業績

- 4Qは特に人材紹介が大きく成長し、通期の売上収益は**YoY + 57%**と大幅な増収を実現
- 事業利益はマッチング率の向上、増員メンバーの生産性向上等の影響で**大幅に達成**
- 特に4Qの事業利益率は**52.2%**と**高水準**となった

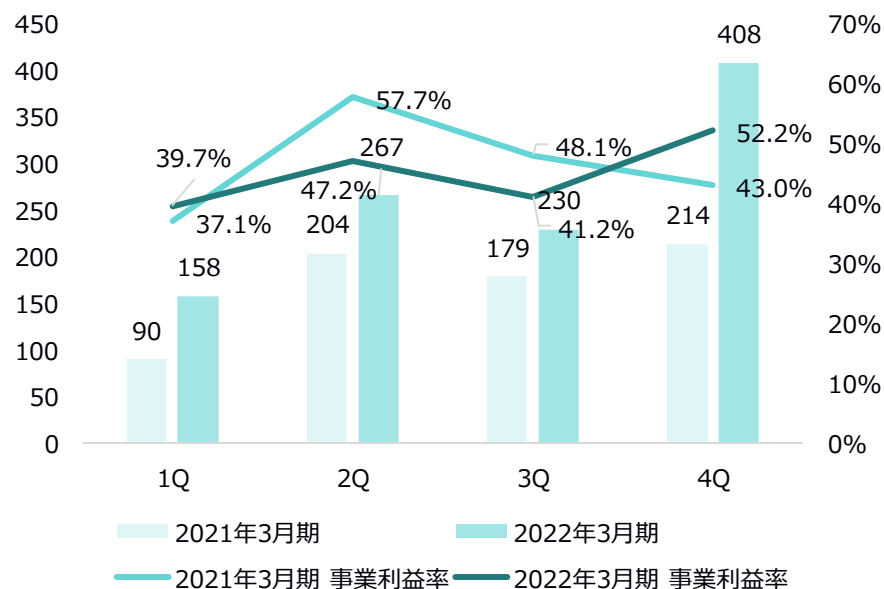
売上収益

	21.3期 通期	22.3期 通期		前年比
	実績	当初計画	実績	
合計	1,471	2,516~ 2,572	2,308	+ 57%
送客	923	1,388~ 1,450	1,445	+ 57%
人材紹介	547	1,127	862	+ 57%



事業利益

	21.3期 通期	22.3期 通期		前年比
	実績	当初計画	実績	
合計	689	780	1,064	+ 54%

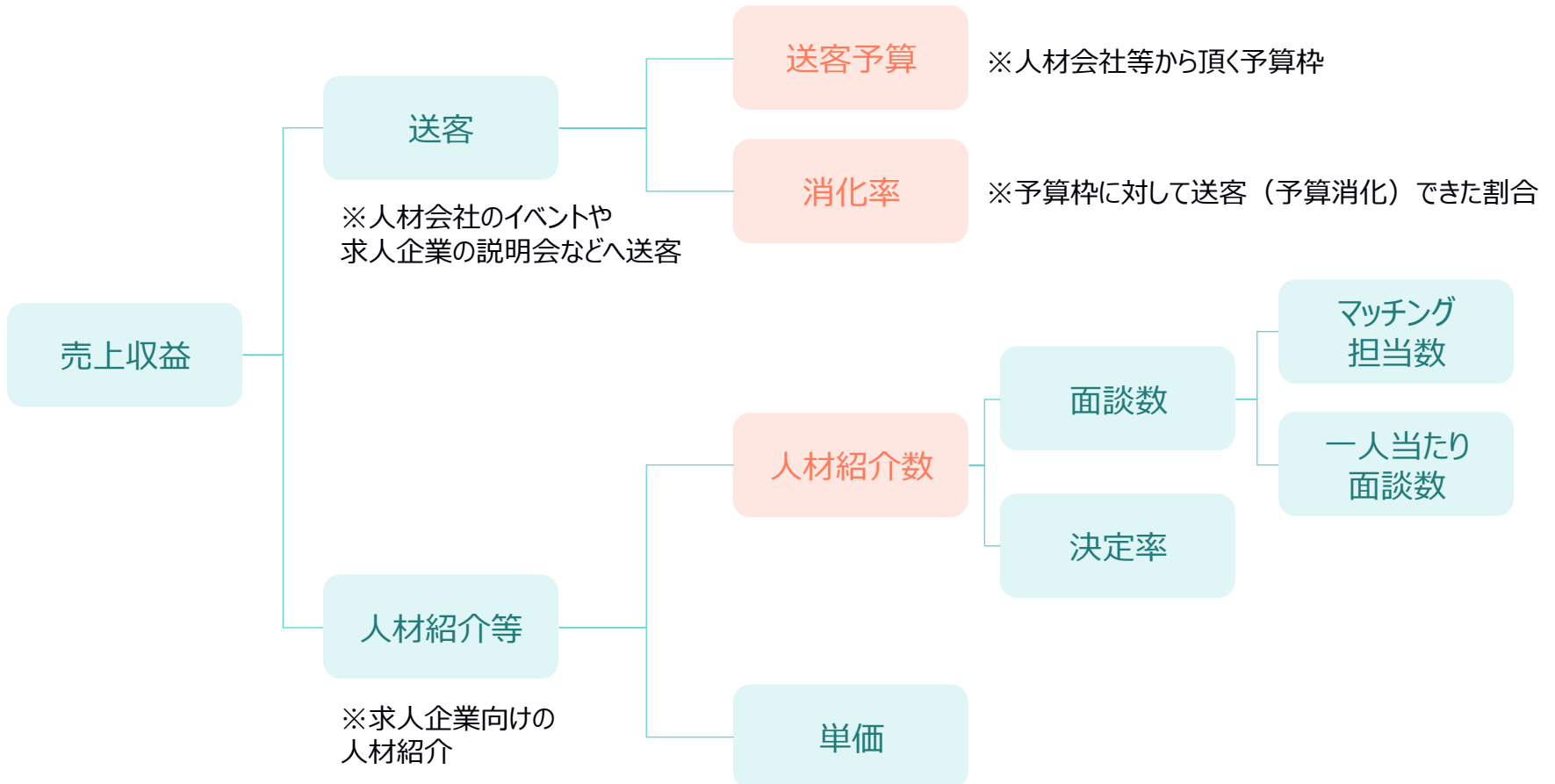


※2021年3月期の送客、人材紹介の実績は、内訳変更により調整

就職領域のKPIについて

- 就職領域では、送客、人材紹介それぞれのKPIを開示している

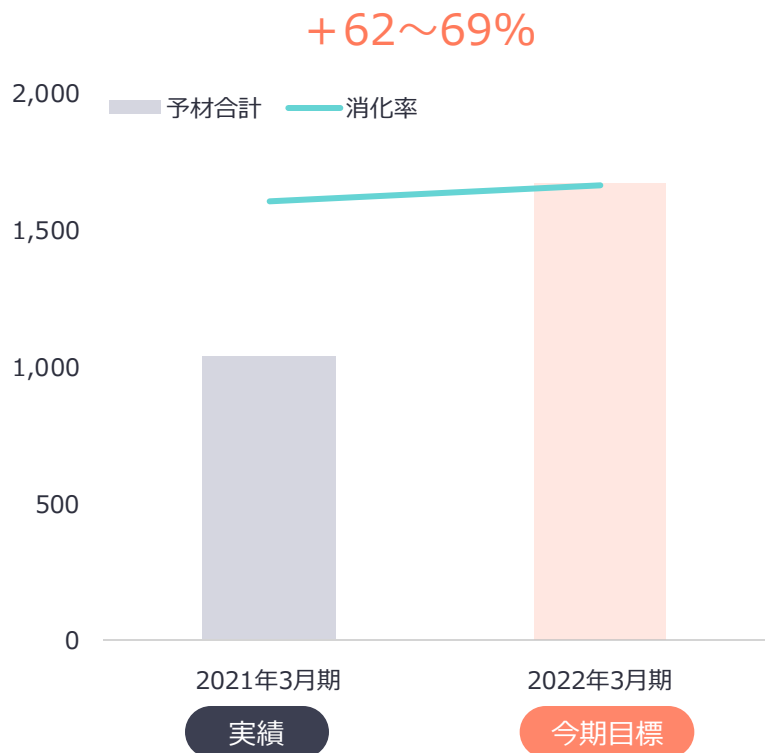
開示しているKPI



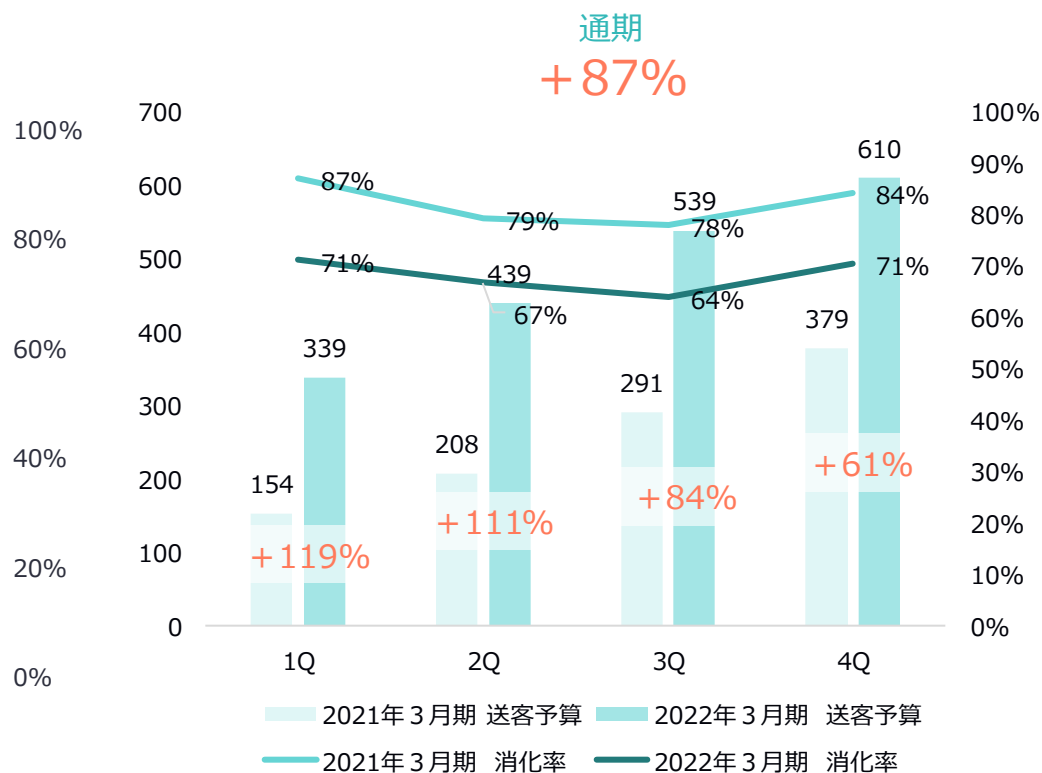
KPI①送客予算・消化率

- 積極的なアカウント開拓により送客予算は通期目標を上回りYonY+87%成長を実現
- 送客予算の増加幅が大きく、消化率は一時的に低下していたが、送客効率の改善により回復傾向

送客予算 通期目標



送客予算 実績



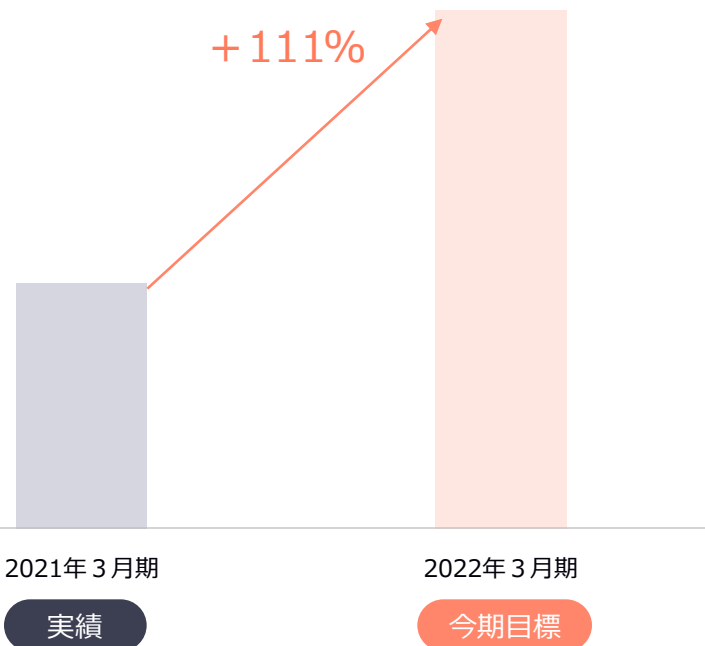
※送客予算に関しては、再精査により2022年3月期2Qの発表時点から微調整

単位：百万円

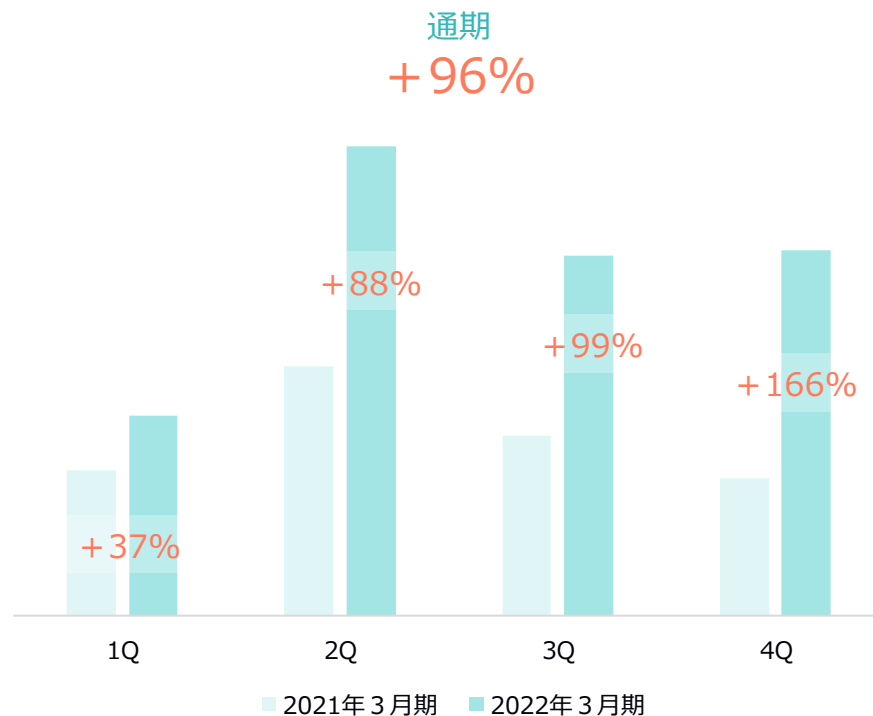
KPI②人材紹介数

- マッチング担当のパフォーマンス向上により、4QではYonY + 166%の成長を実現
- 通期目標には及ばなかったものの、通期YonY + 96%成長と大きく紹介数を伸ばした

人材紹介数 通期目標



人材紹介数 実績

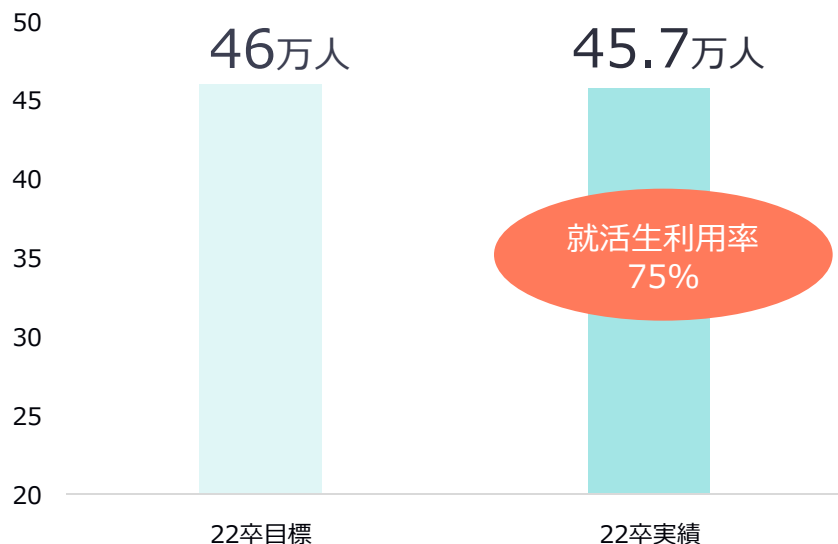


【参考】会員数

- 会員数については安定的な会員獲得を実現。就活生利用率は75%程度に成長
- 2023年卒の会員基盤をもとに、23.3期はさらなる業績向上を目指す

会員数（2022年卒）

達成率99%

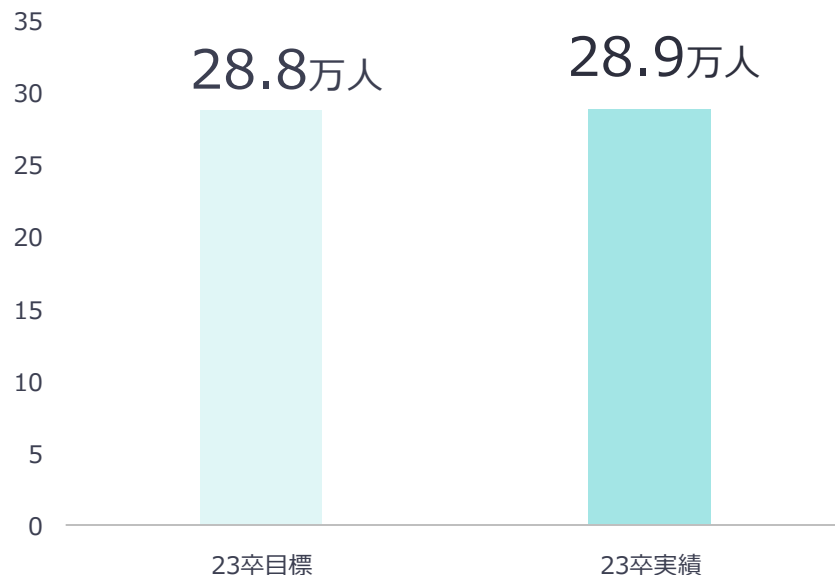


単位：万人

※2022年3月末時点

会員数（2023年卒）

達成率100%



単位：万人

※2022年3月末時点

※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（22.3期目標）

※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（22.3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

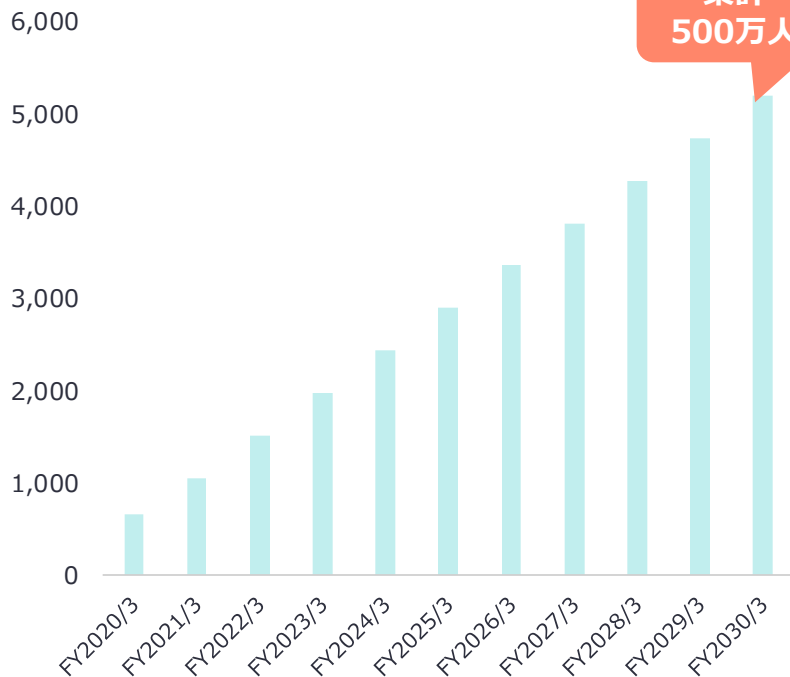
※会員数はキャリアパークと就活会議のユニーク数で算出

【参考】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%に
- 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

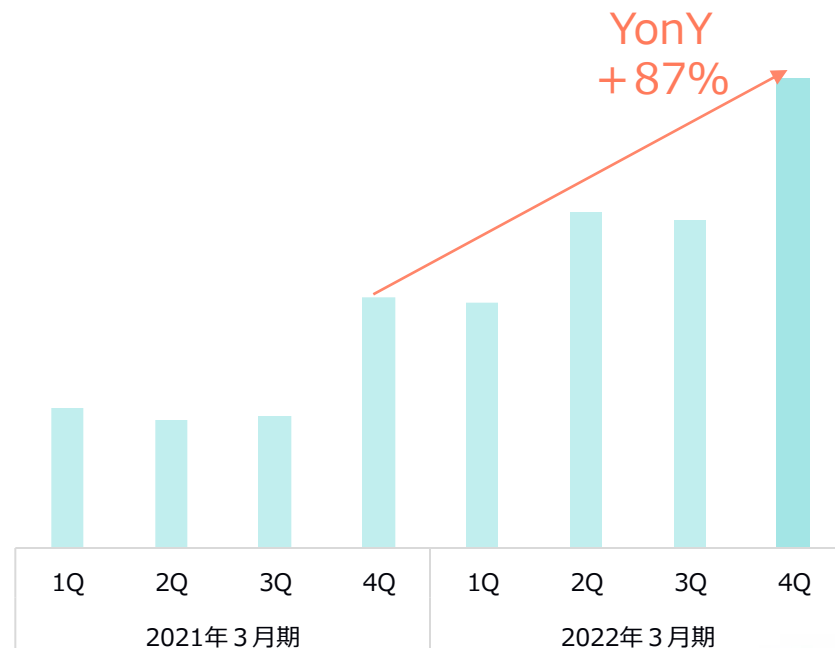
会員シェア率70%を毎年安定的に積み上げることで、10年後は500万人以上の会員基盤となる
(20代の社会人シェア70%)



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4Qと比較して+87%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

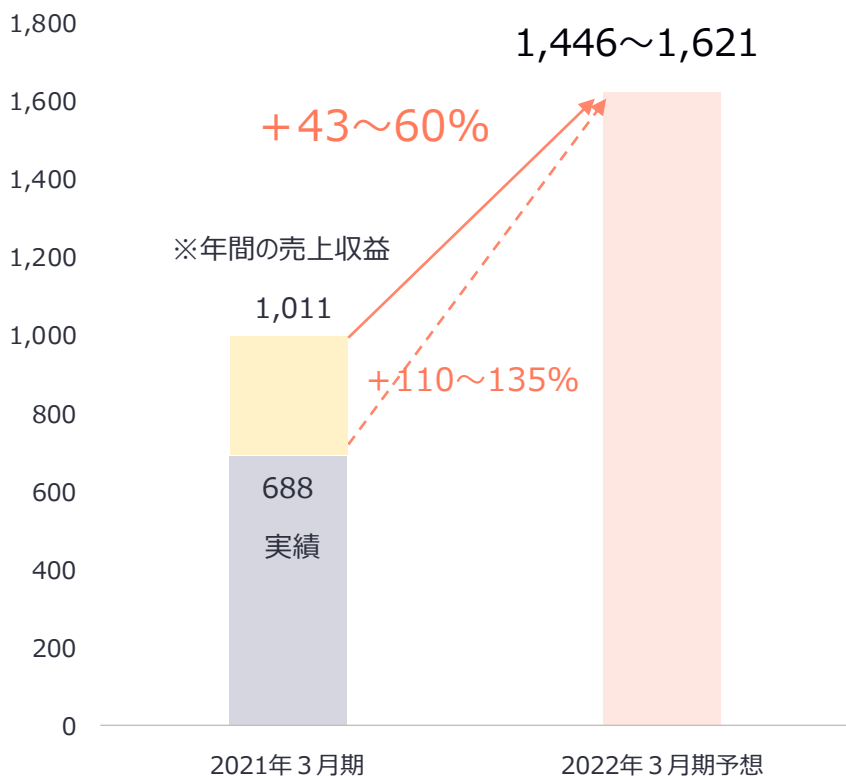


【領域別 業績・戦術・KPI】
リフォーム領域

2022年3月期 業績予想及び戦術

- 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。

単位：百万円

@PORT INC. ALL RIGHTS RESERVED

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

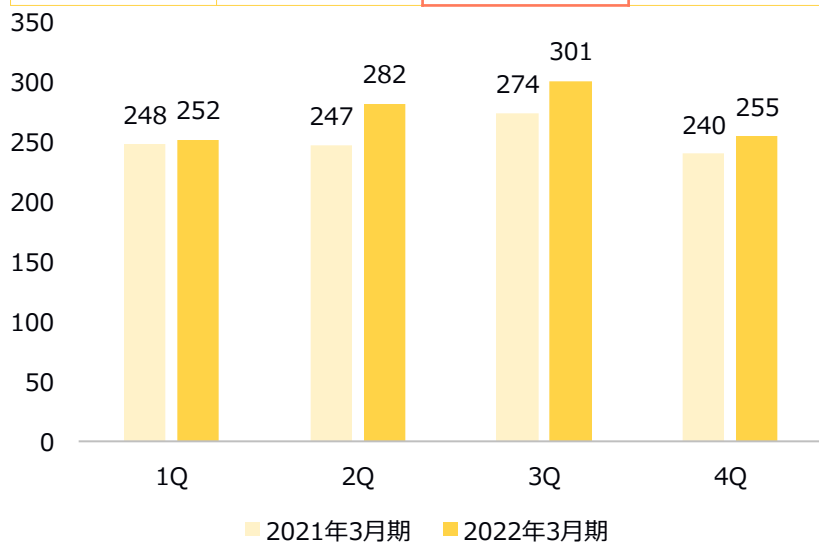
施工業者の成約プロセスに一部参入することで業務効率を改善し成約率をあげていく。

2022年3月期 通期業績

- 送客先の拡充や成約支援DX等の戦略を実行したものの、売上収益はYoY + 8%の着地となった
- 21.3期4Qは大規模投資を実行したため赤字となっており、22.3期も投資を継続しているものの、成約契約数が大きく伸長し、事業利益は大幅な増益

売上収益

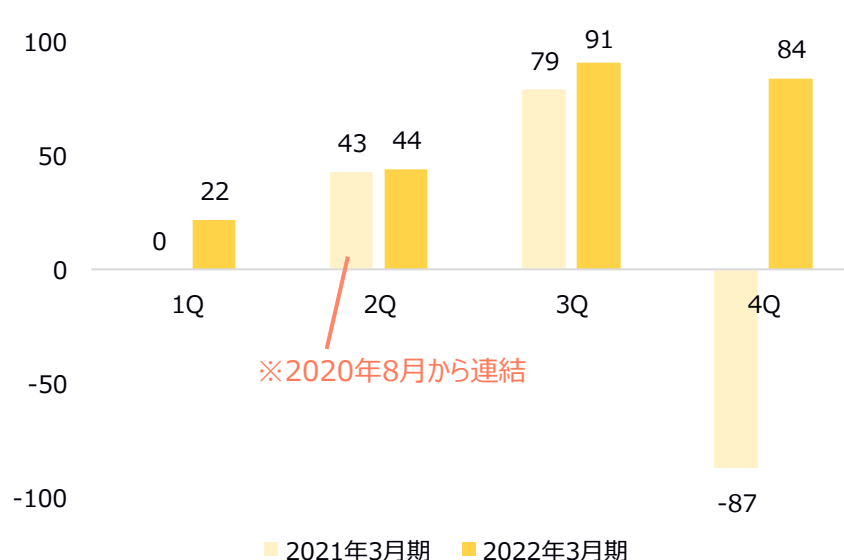
21.3期 通期	22.3期 通期		前年比
実績	当初計画	実績	
1,011	1,446~ 1,621	1,092	+8%



※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

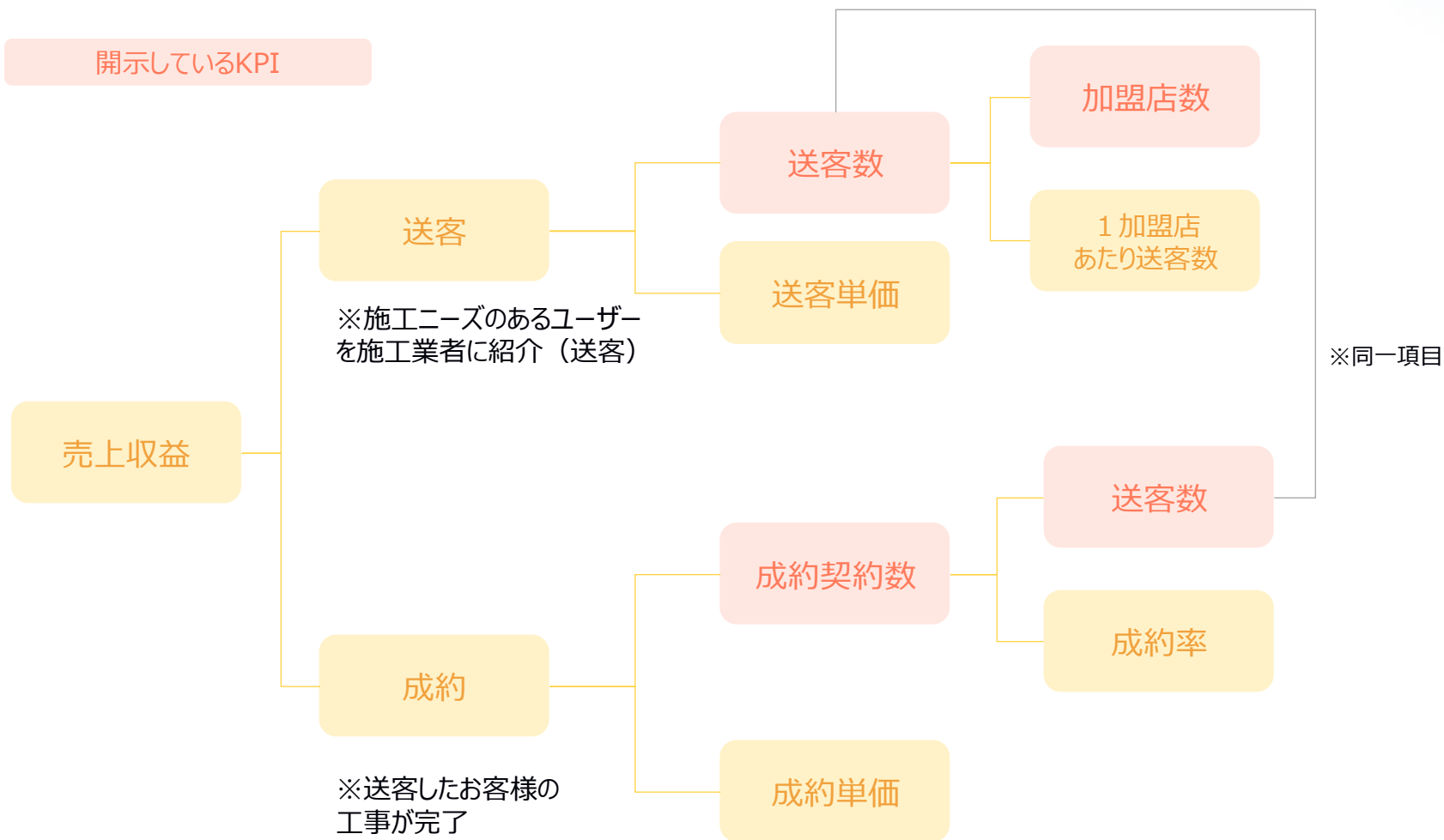
21.3期 通期	22.3期 通期		前年比
実績	当初計画	実績	
35	490	241	+582%



※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。

リフォーム領域のKPIについて

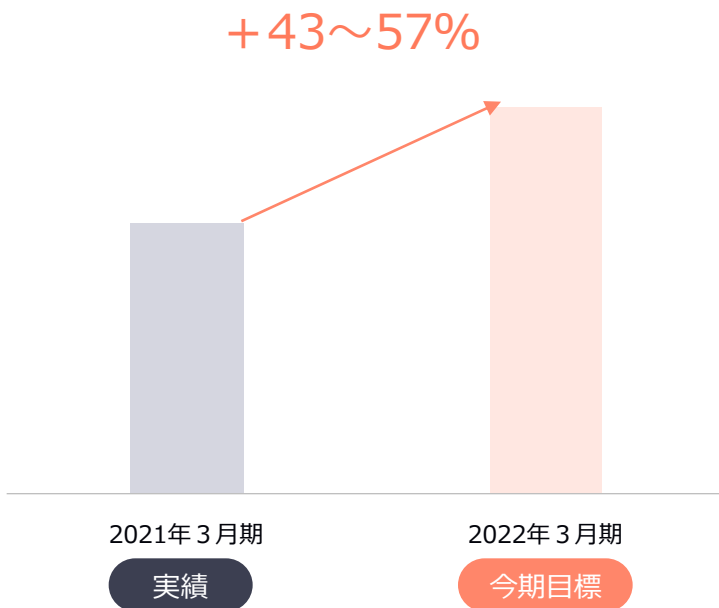
- リフォーム領域では、下記のKPIを開示している



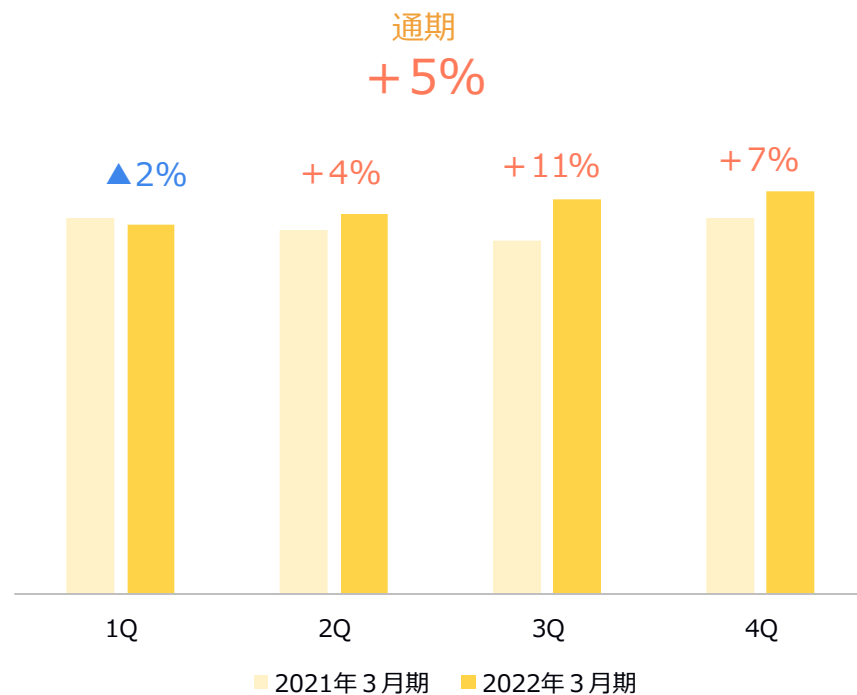
KPI①送客数

- 送客数は、2Qに提携が進んだ送客先の拡充効果もあり、4QもYoY +7%と成長したが、通期ではYoY +5%と目標には大きく及ばなかった

送客数 通期目標



送客数 実績

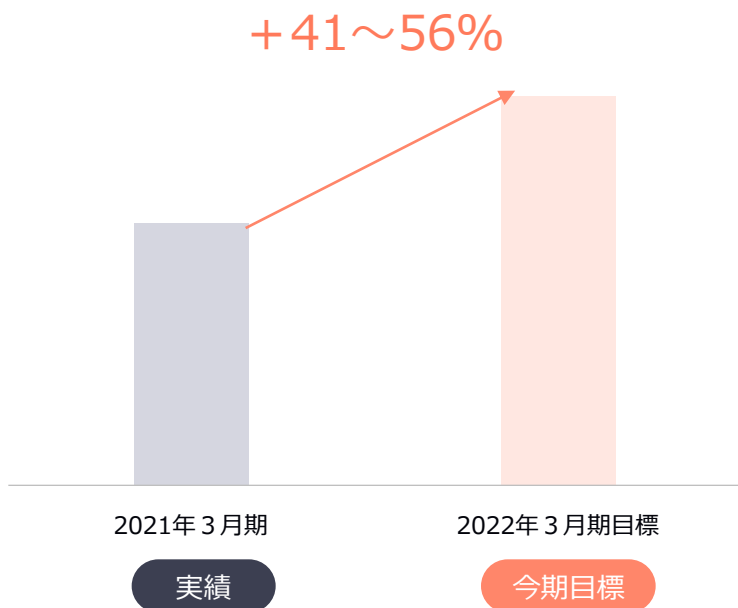


※送客数：加盟店に施工ニーズのあるユーザーを送客した数

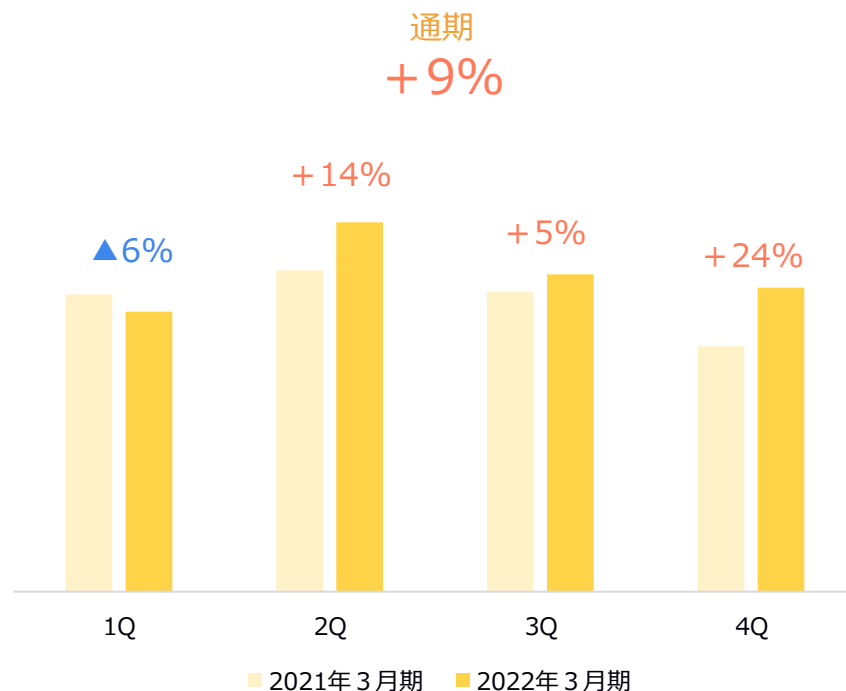
KPI②成約契約数

- 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、プラットフォーム力向上の取り組みにより、4Qの成約契約数はYonY +24%と大幅に増加

成約契約数 通期目標



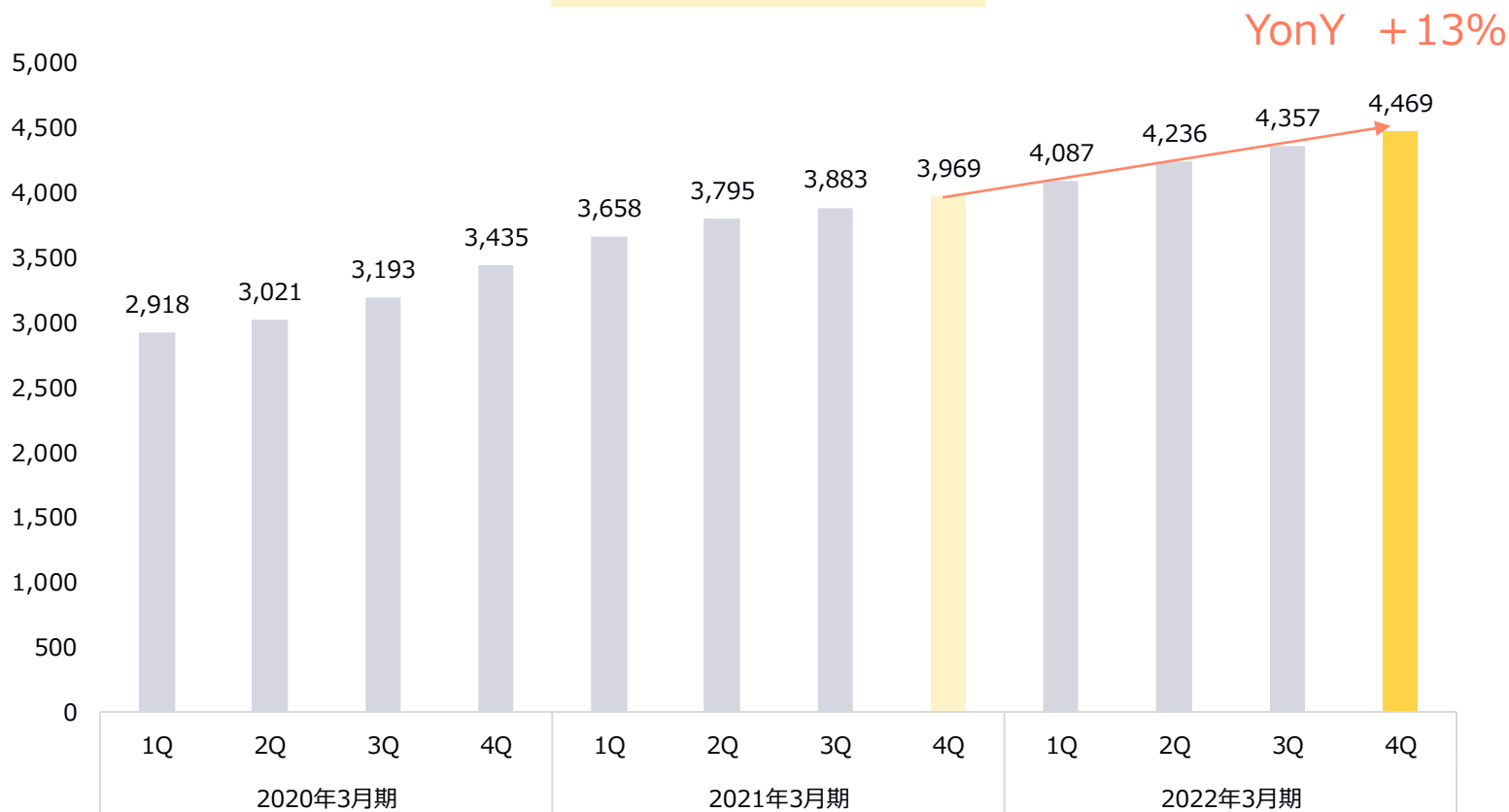
成約契約数 実績



KPI③加盟店数の推移

- 累計加盟店数は3月末時点で4,469社とYonY +13%（500社）増加
- 大手事業者との提携も順調に進捗

累計加盟店数の推移



トピックス①送客先の拡充

- 今期重点ポイントに掲げる送客先の拡充においては、新たにコーナン、サンデーとの業務提携が決定
- 対応エリア、対応ジャンルの拡大により、全国のユーザーニーズに対応できるようになっている

2021年9月6日



2021年10月22日



2022年1月11日



2022年2月28日



トピックス②成約支援DXを推進

- 成約支援に向けたDXプロジェクトを進めている
- 大手企業と連携したプラットフォーム力向上のための施策を2件リリース

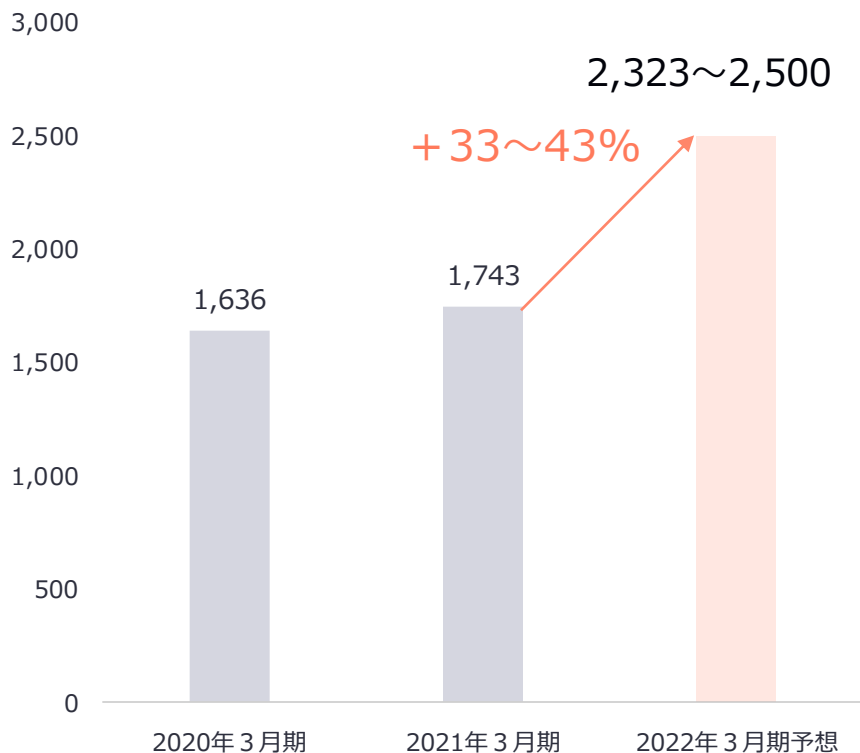


【領域別 業績・戦術・KPI】
カードローン領域

2022年3月期 業績予想及び戦術

- 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

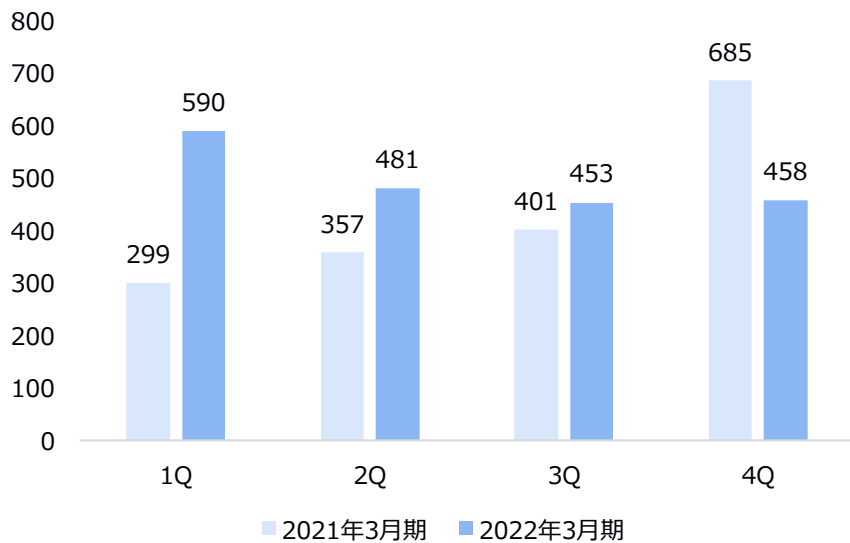
消費者金融機関や金融事業者と共同で運営するアライアンスメディアを増やし、オーガニックな送客数を増やしていく。

2022年3月期 通期業績

- 2Q以降のカードローン市場全体の顧客予算縮小により売上収益は業績予想の数値には及ばずYonY + 14%
- 一方、利益重視の運用体制構築、及び金融機関DX事業によるアライアンスメディアが好調で、事業利益は当初計画を上回り、YonY + 77%増益と大幅達成

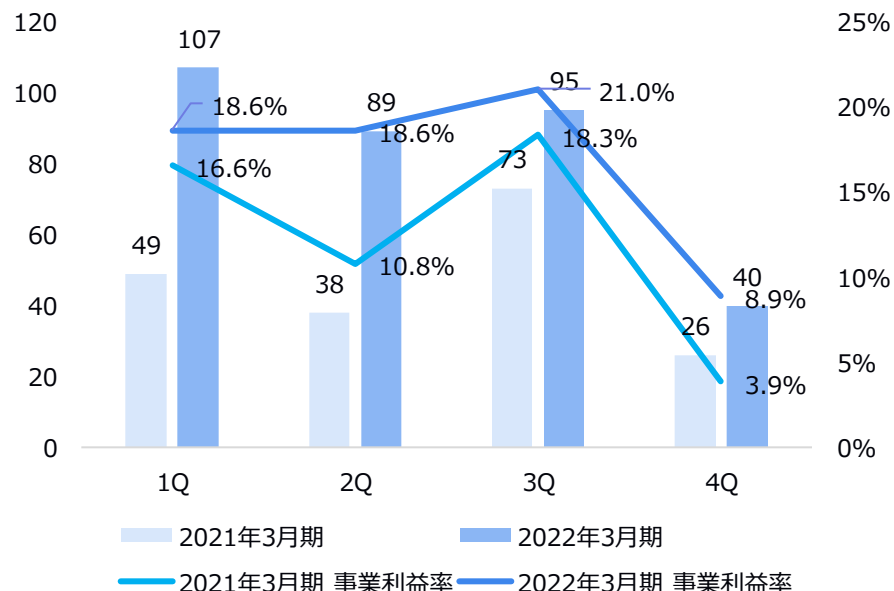
売上収益

21.3期 通期	22.3期 通期		前年比
実績	当初計画	実績	
1,743	2,323~ 2,500	1,983	+ 14%



事業利益

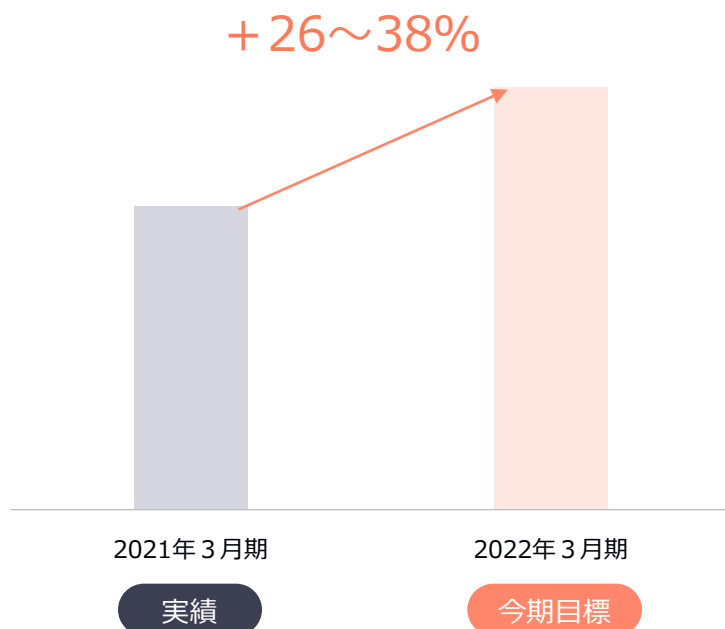
21.3期 通期	22.3期 通期		前年比
実績	当初計画	実績	
188	240	332	+ 77%



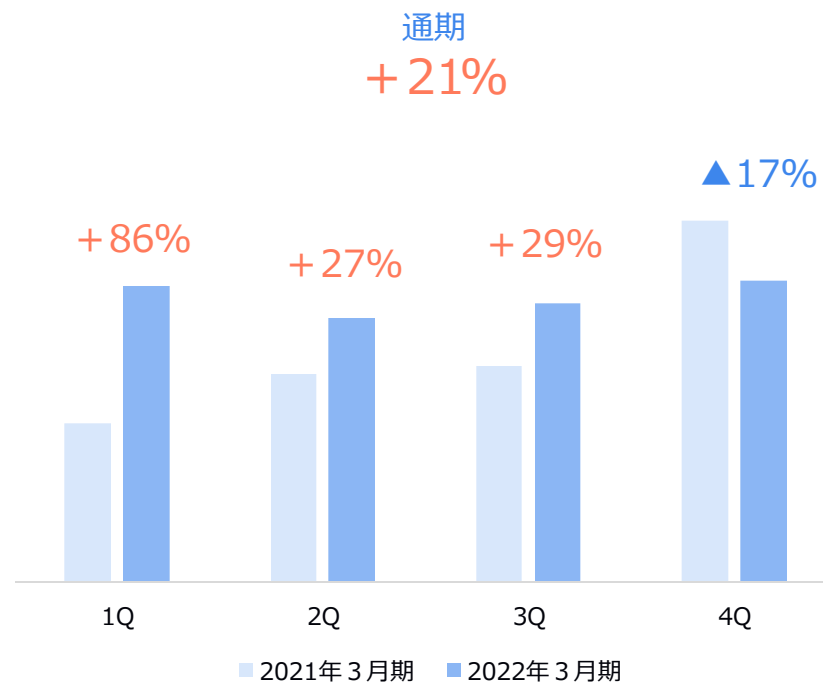
KPI 送客数

- 前期4Qは戦略的な広告投下による送客数が増加しているため、4Qの送客数はYonY ▲17%と減少
- 累計の送客数はYonY +21%と2Q以降の予算縮小の影響を受けて年間計画の成長率を若干下回った

送客数 通期目標



送客数 実績



再掲 トピックス：金融機関DX

- 消費者金融事業者等のオウンドメディア開発・運営を当社が担い、マーケティングDXを推進
- 3社と業務提携し、オーガニックでの送客数を増やすことで、利益率改善に寄与

1 2021/06/28

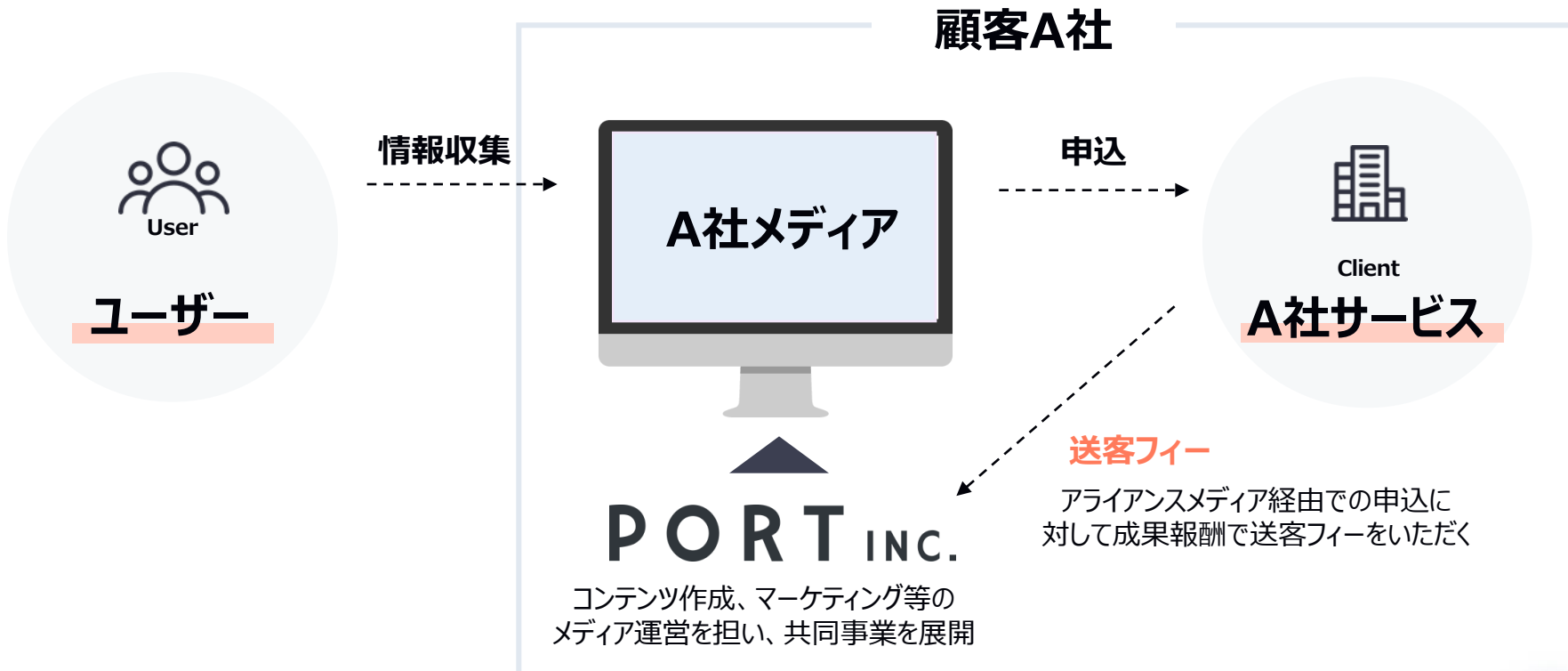
消費者金融事業者
※社名非公開

2 2021/08/30



3 2021/10/05

大手消費者金融事業者
※社名非公開



【領域別 業績・戦術・KPI】
エネルギー領域

2022年3月期 第4四半期 業績

- 資源価格高騰等により、電力会社の予算削減の影響を受けているものの、マッチング効率の改善や各種PMI施策により、影響を最小限にとどめる
- 当社会計基準への適応により、収益認識基準の変更があるため、4Qの前期比較は非開示

売上収益

2022年3月期 4Q

881 百万円

事業利益

2022年3月期 4Q

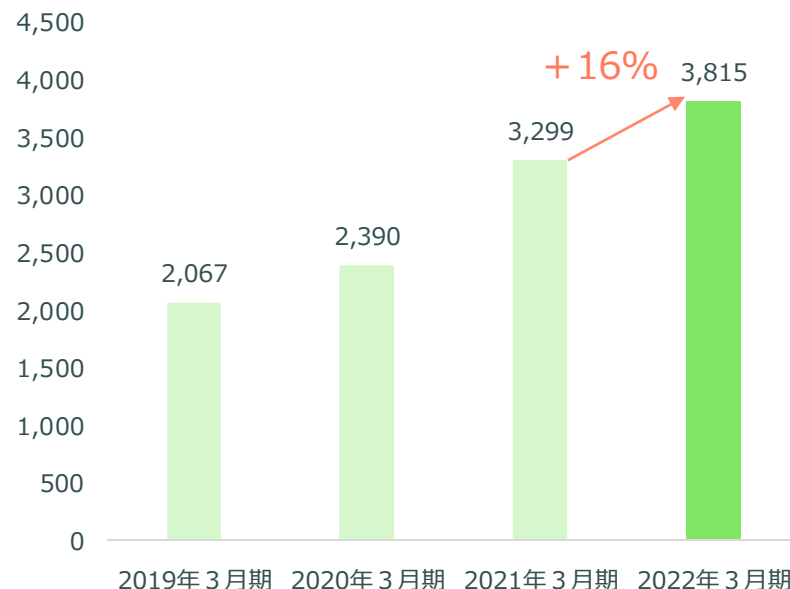
177 百万円

Key Driver

売上収益 = 送客数（取次件数）× 単価

※当社会計基準適応前の参考データ※

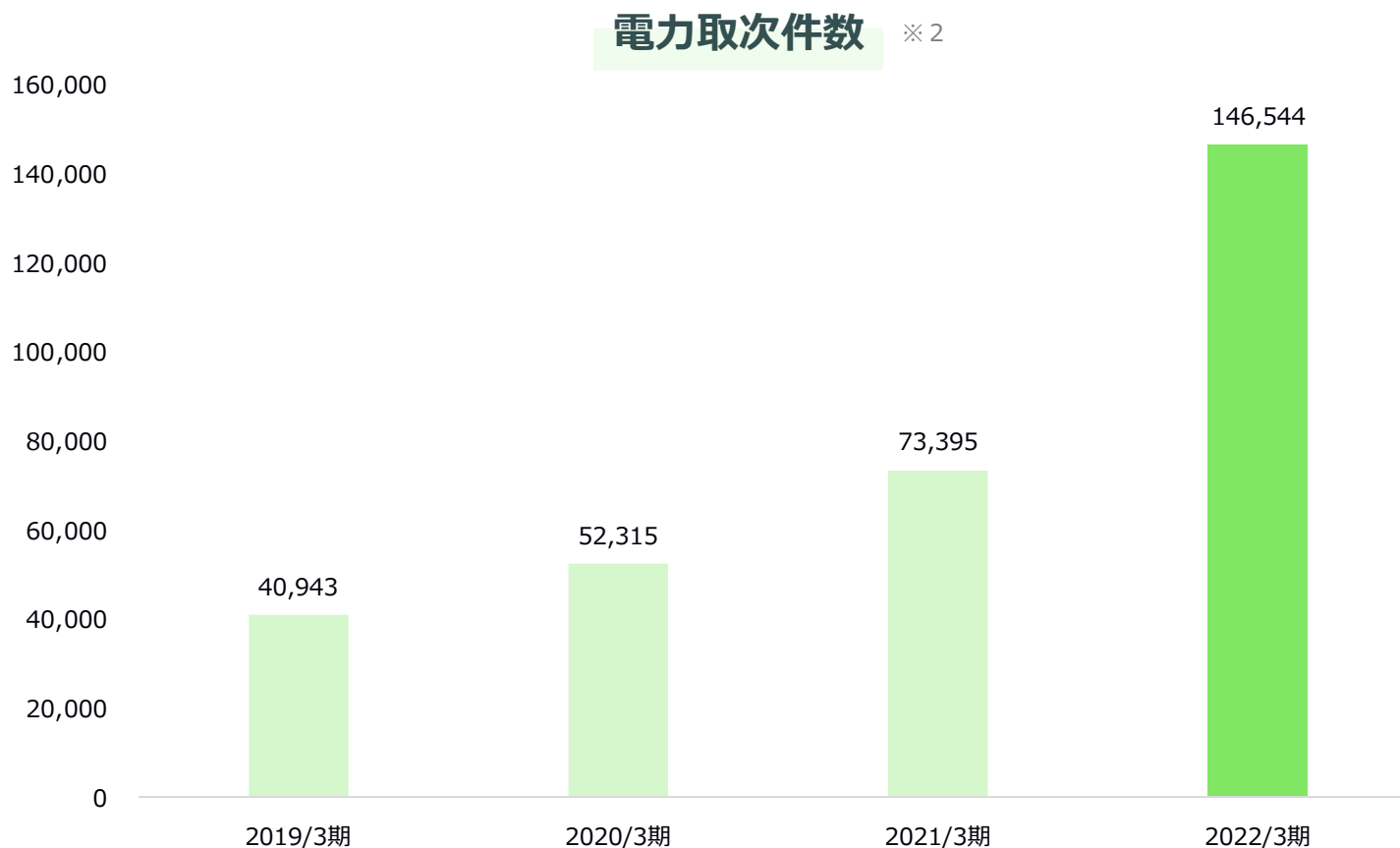
売上収益



※22.3期4Qから連結であるため、3Q以前の数値は当社連結対象前で一部内容精査中の数値となり、参考数値

KPI 送客数（取次件数）

- 電力取次件数は、当初想定の10万件を大きく超え、**14万件を突破**し、前年から約2倍となった ※1



※1：2021年11月24日開示 M&A補足資料 P.28に掲載

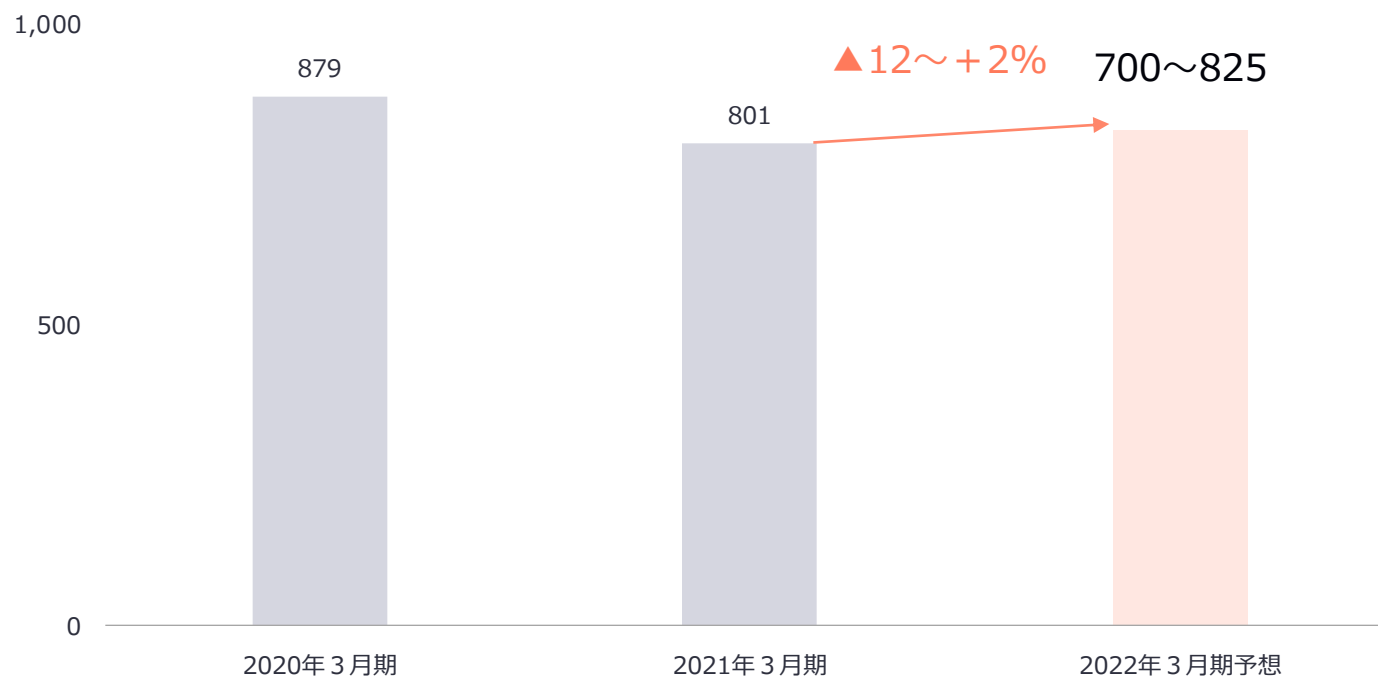
※2：INE社の重要指標である受注数に平均的な開通率を乗じて算出

【領域別 業績】
新規・その他領域

2022年3月期 業績予想

- 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

業績予想



2022年3月期 通期業績

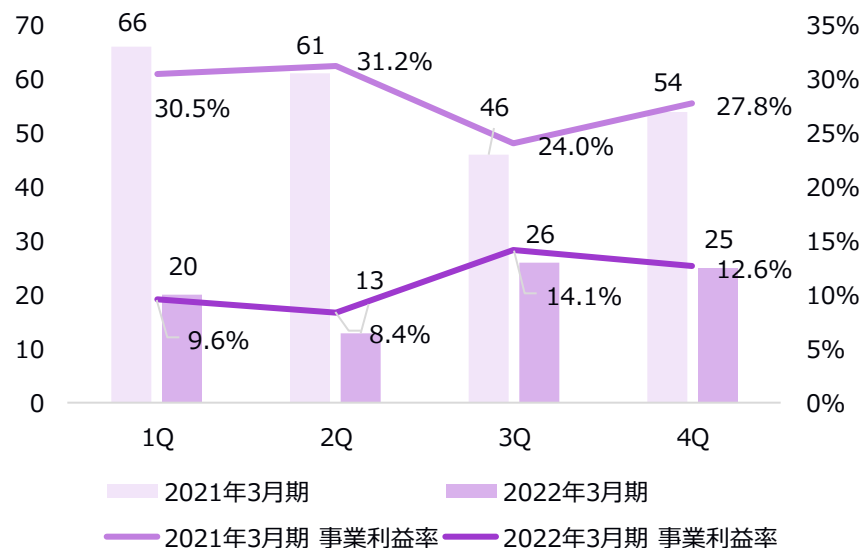
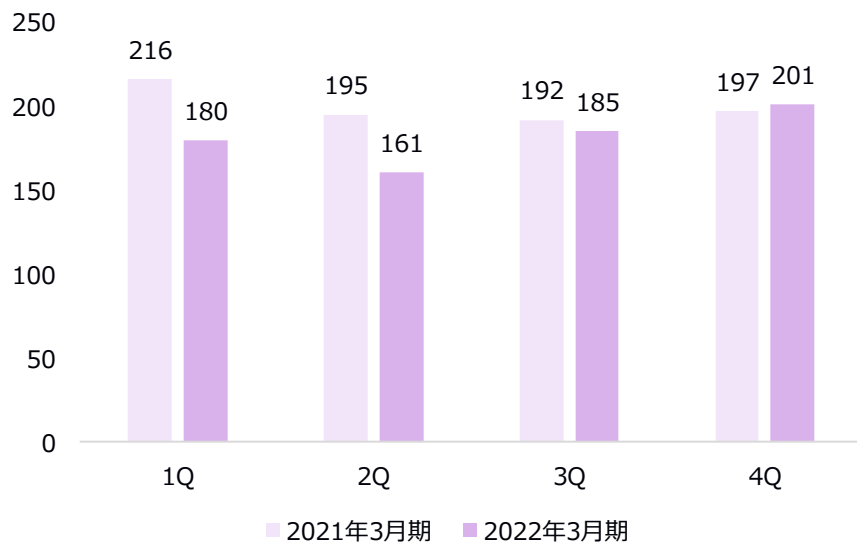
- フリーランス支援サービスは好調に推移しているものの、撤退サービス等の影響で売上収益▲9%、事業利益▲62%となった

売上収益

21.3期 通期	22.3期 通期		前年比
実績	当初計画	実績	
801	700~825	728	▲9%

事業利益

21.3期 通期	22.3期 通期		前年比
実績	当初計画	実績	
228	300	86	▲62%



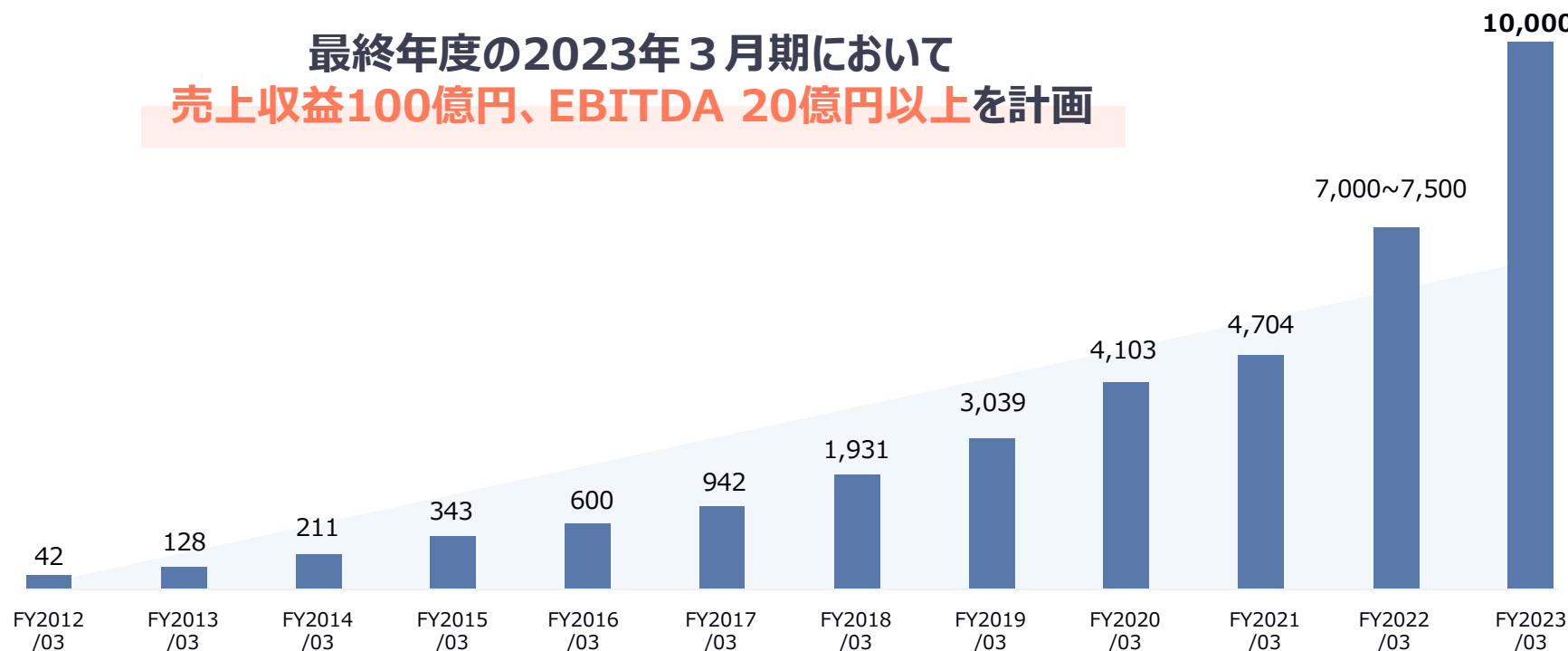
04

2023年3月期 通期業績予想

中期経営計画 (2020年9月発表時)

- 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

※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=Σ投資前事業利益

※CAGR=年平均成長率

※会計基準は、2021年3月期以前は日本基準、2022年3月期以降はIFRS

業績推移

- 21.3月期、22.3月期は計画に対して、ほぼ達成し、大きく成長を遂げた
- 一方で、直近における大きな外部環境の変化を鑑み、当初計画からの修正が必要な状況

	2021年3月期		2022年3月期	
	計画	実績	計画	実績
売上収益	4,600	4,704	【上限】 7,500 【下限】 7,000	6,994
調整後 EBITDA	【上限】 900 【下限】 500	929	【上限】 2,000 【下限】 1,500	1,604
EBITDA	【上限】 100 【下限】 0	188	【上限】 900 【下限】 700	806
営業利益	【上限】 0 【下限】 ▲130	▲66	【上限】 700 【下限】 550	599
税引前 当期利益	【上限】 0 【下限】 ▲100	▲62	【上限】 700 【下限】 550	564
当期利益	【上限】 0 【下限】 ▲75	▲52	【上限】 500 【下限】 400	365

※EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + 株式報酬費用
 ※2021年3月期は日本基準で記載

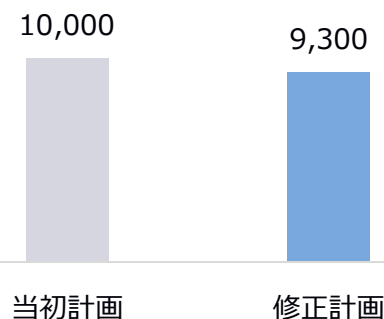
単位：百万円

2023年3月期 業績予想の修正について

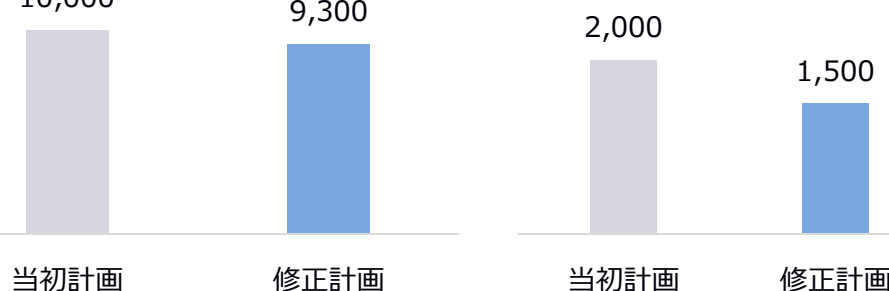
- 深刻な外部環境の状況を勘案し、当社として再精査を行った結果、現時点で達成可能な業績計画へ、各領域の計画を保守的に再精査
- ただし、社内では、当初中期経営計画の達成に向けて、あらゆる施策を講じていくスタンスで達成を目指す

	2023年3月期		
	当初計画	修正計画	増減率
売上収益	10,000	9,300	▲7%
調整後EBITDA	3,000	2,500	▲17%
EBITDA	2,000	1,500	▲25%
営業利益	-	1,200	-
税引前当期利益	-	1,100	-
当期利益	-	800	-
親会社の所有者に 帰属する当期利益	-	700	-

売上収益



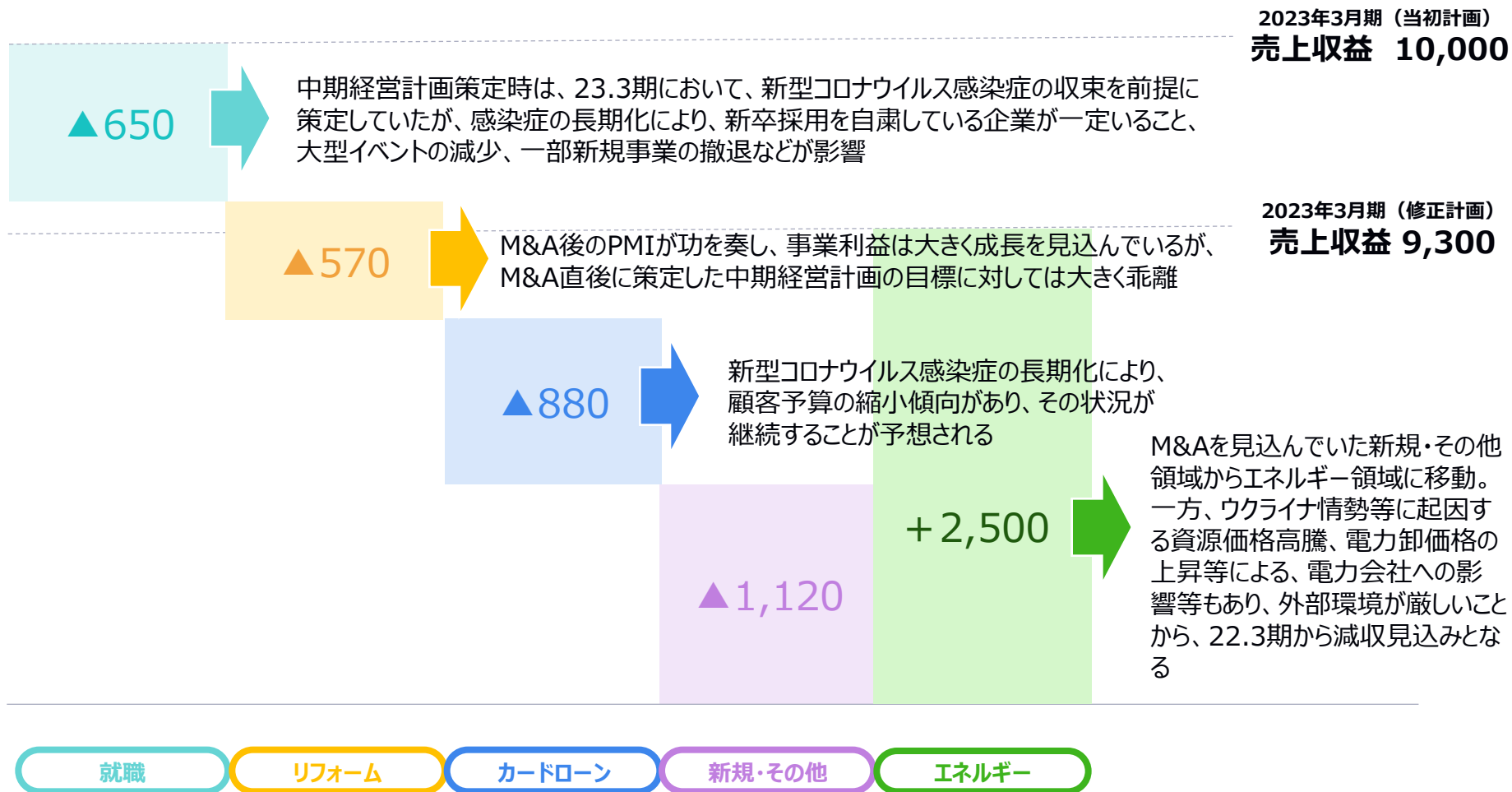
EBITDA



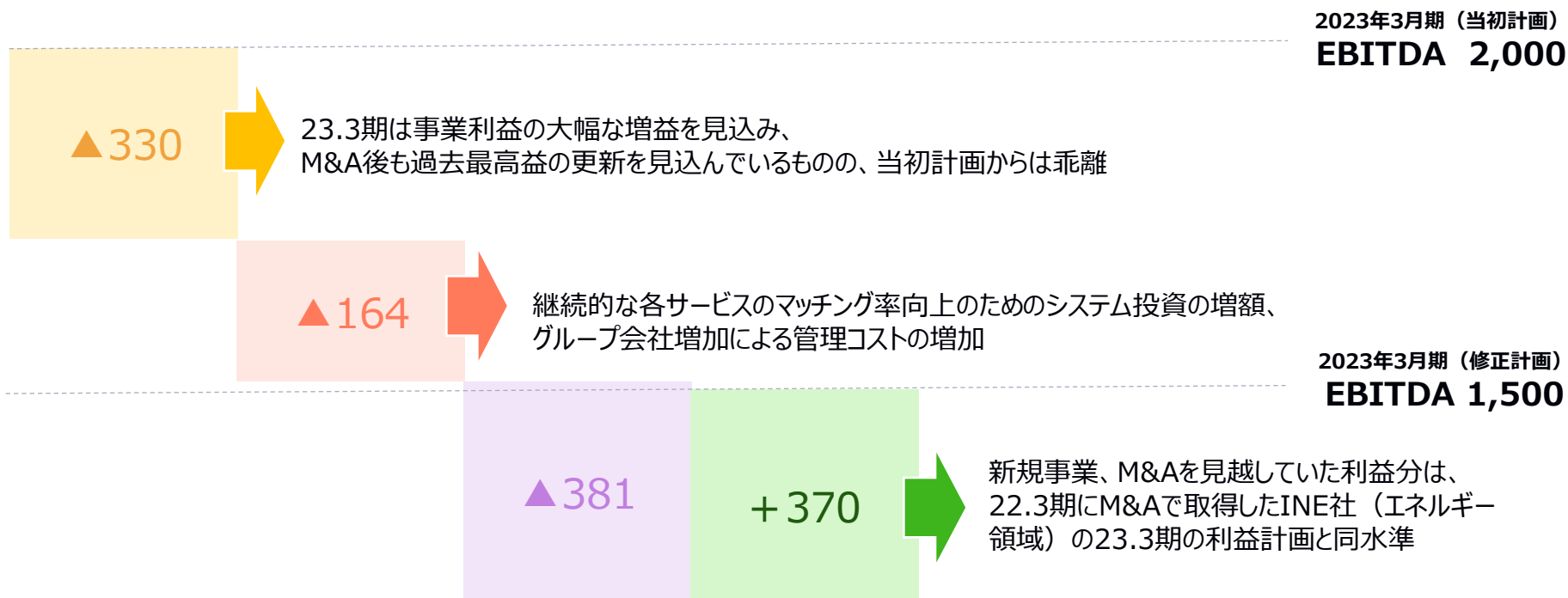
主な修正の要因

- ✓ ウクライナ情勢等に起因する資源価格高騰等による電力会社各社への影響
- ✓ 新型コロナウイルスの長期化による、就職領域、カードローン領域への影響
- ✓ リフォーム領域のM&A後に策定した計画との乖離

計画修正の理由（売上収益）



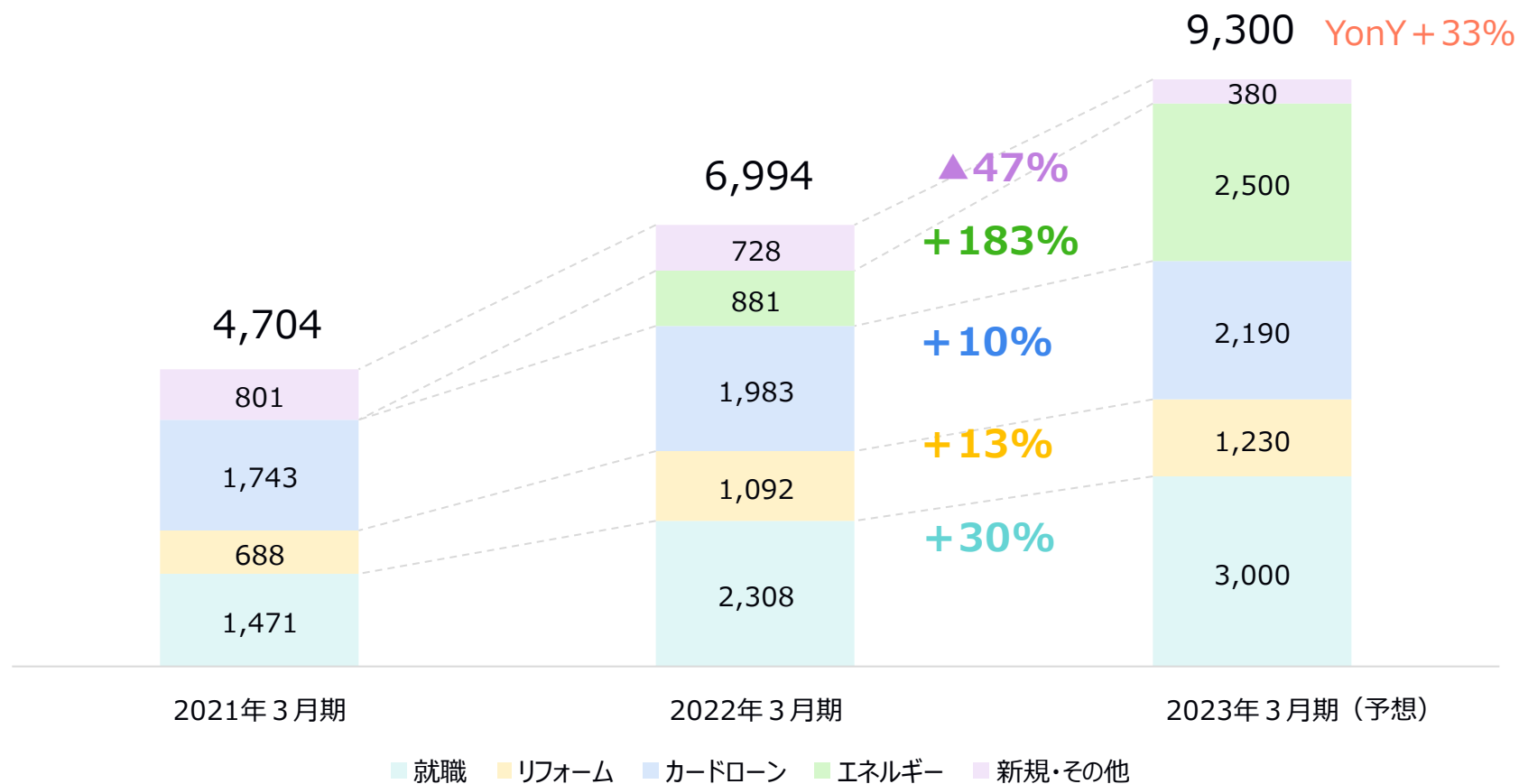
計画修正の理由 (EBITDA)



- リフォーム
- 全社共通コスト
- 新規・その他
- エネルギー

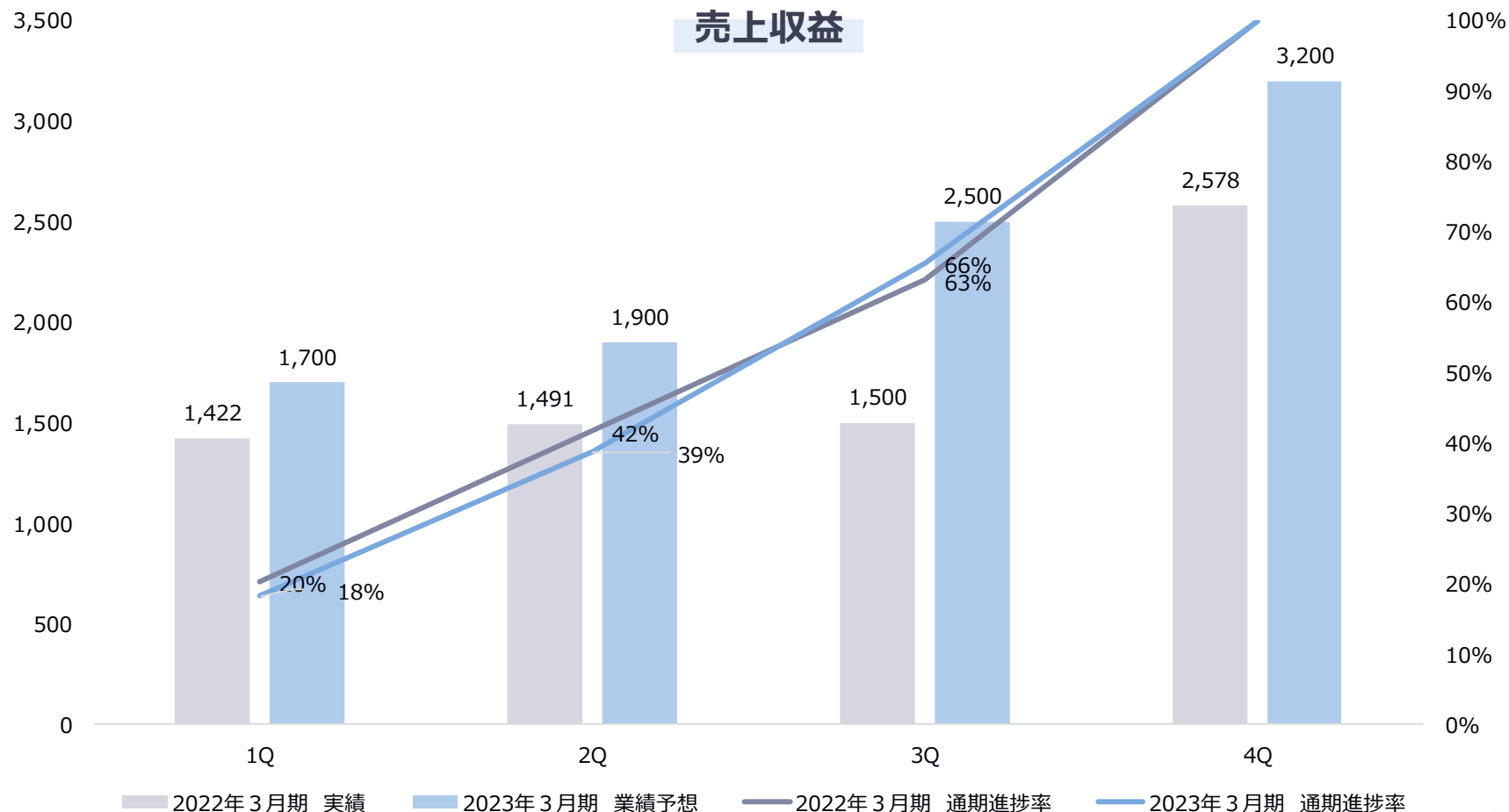
売上収益 領域別内訳予想

- 外部環境の大きな変化、不透明な状況を鑑み、各領域の計画を保守的に再精査し、現状においても達成可能な数値に修正



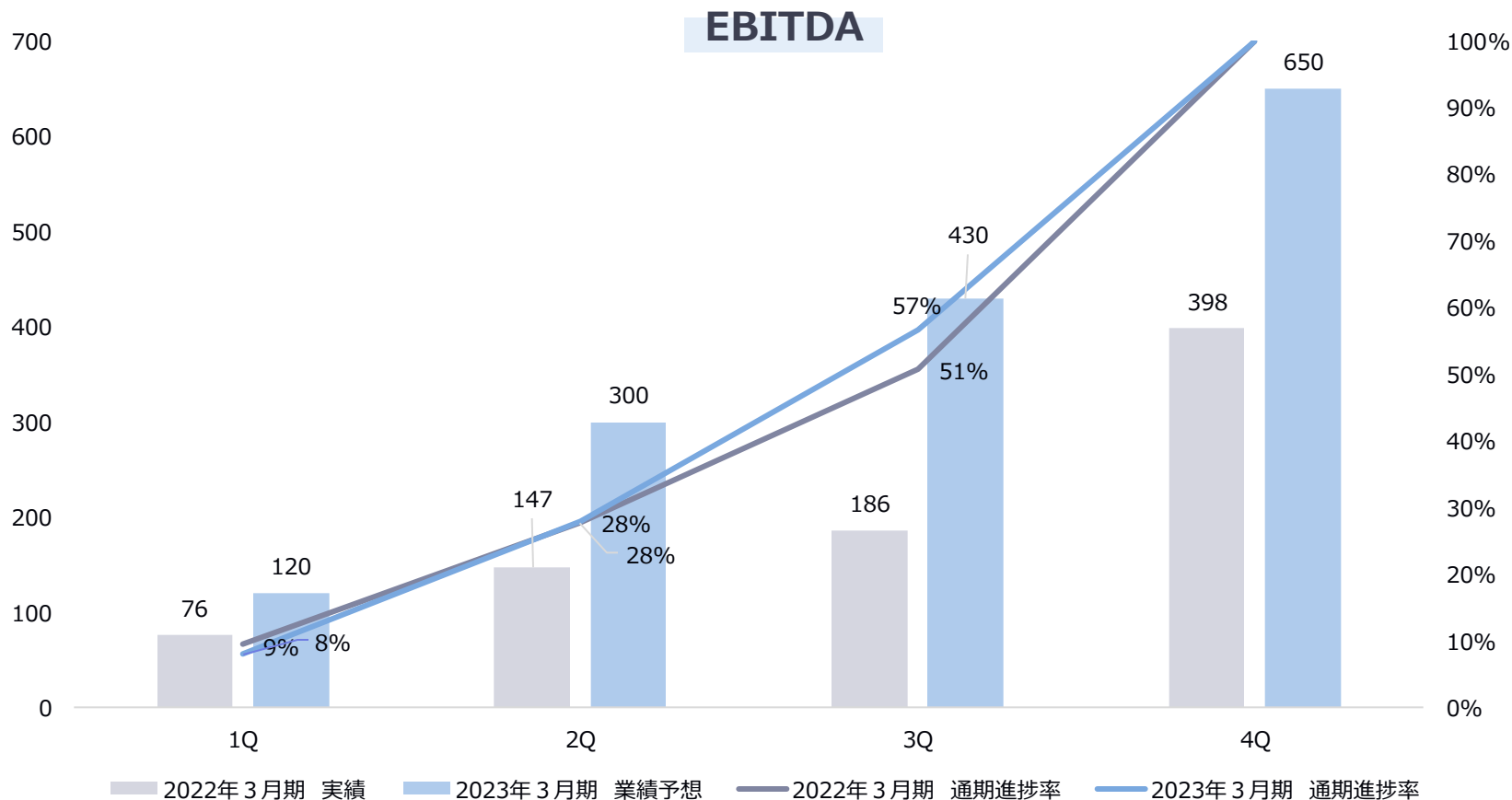
四半期業績予想 売上収益

- 四半期の業績は前期と同様の進捗率で、例年通り下期偏重となる



四半期業績予想 EBITDA

- EBITDAは売上収益よりさらに下期偏重となるが、事業特性によるものであり例年通り



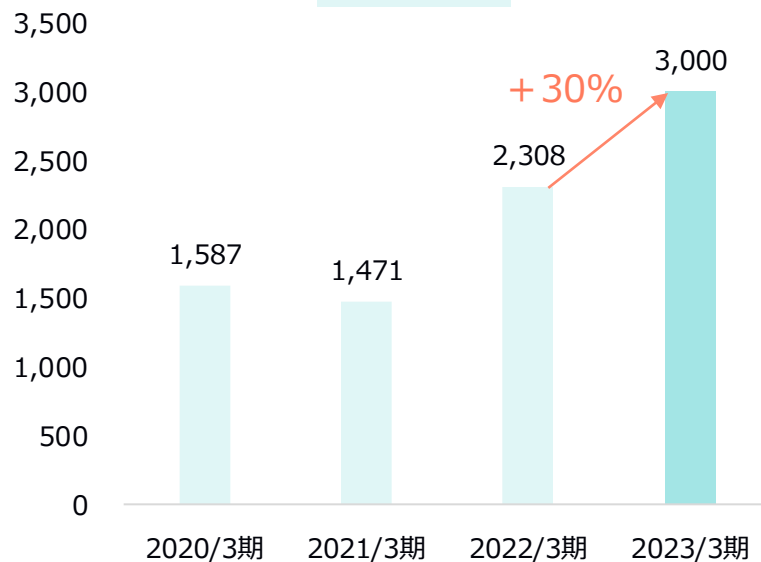
※EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + 株式報酬費用
 株式報酬費用を追加しているため、22.3期の数値を調整

2023年3月期 就職領域 業績予想

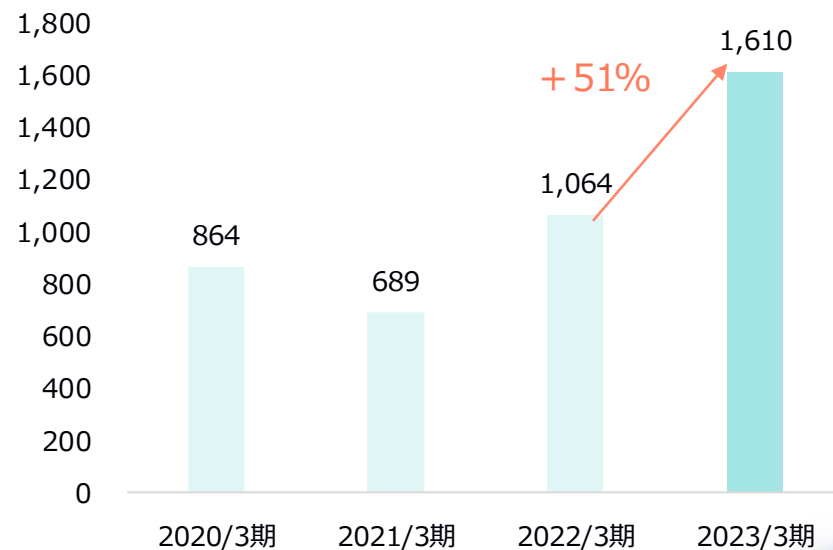
- 新規事業の一部撤退により売上収益は中期経営計画策定時より若干下回るが、引き続き高い成長を見込み、事業利益では中期経営計画の数値を見込む

	2022/3期	2023/3期		前年比	中計前 2020/3期比
	実績	当初計画	修正計画		
売上収益	2,308	3,650	3,000	+30%	+89%
事業利益	1,064	1,610	1,610	+51%	+86%

売上収益



事業利益



2023年3月期 就職領域 戦術

- 就活生利用率70%以上の会員基盤があり、送客先の拡大も順調にできている
- そのため、十分に予算確保は可能であり、23.3期は送客、人材紹介共にマッチング率向上を目指す

01

マッチング率の向上

右図の通り、送客予算枠は順調に確保できているため、23.3期は消化率を高めることで成長を目指す

- 施策としては、新規チャネルの開拓（LINE、YouTube等のSNS）やオーガニックの増加（ウェブページへの再来訪率の向上）を主軸とし、全施策の効率化を図る

02

組織規模の拡大

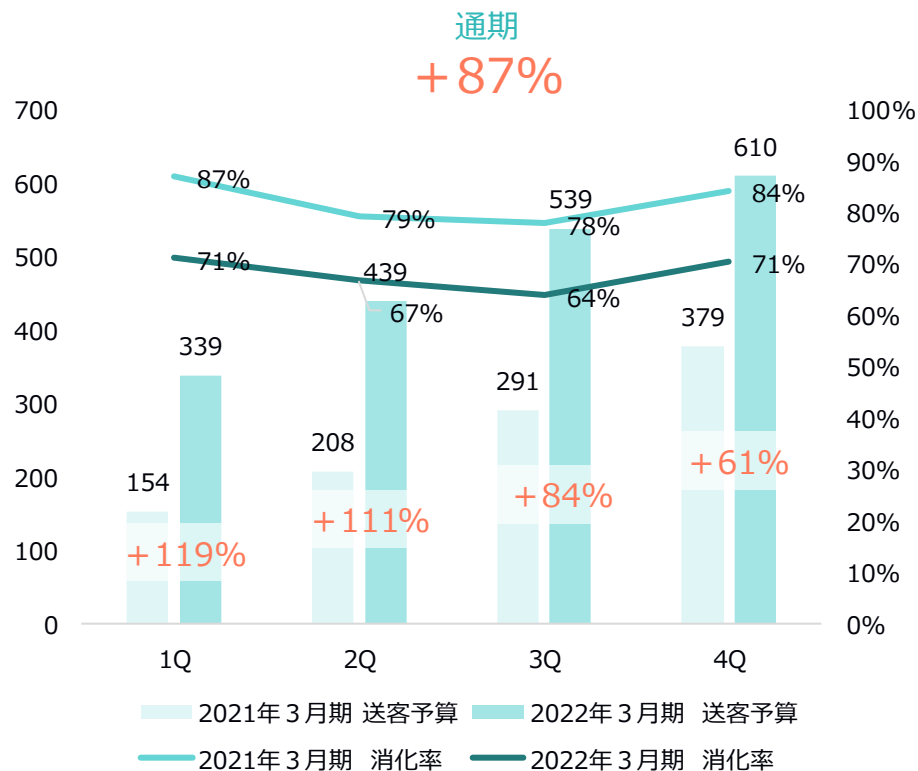
- 人材紹介は、マッチング担当の増員、生産性の向上を通じて人材紹介数の増加、決定率の上昇を目指す

03

マッチング単価の向上

- 送客、人材紹介共にマーケットにおいて当社のシェア率は上昇しているため、当社の介在価値を高め、各マッチング時の報酬の単価向上プロジェクトを推進

再掲 送客予算 実績



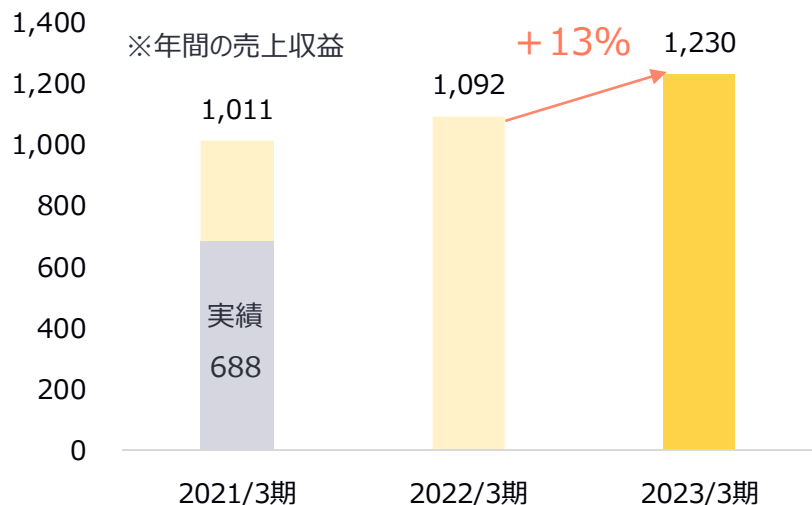
2023年3月期 リフォーム領域 業績予想



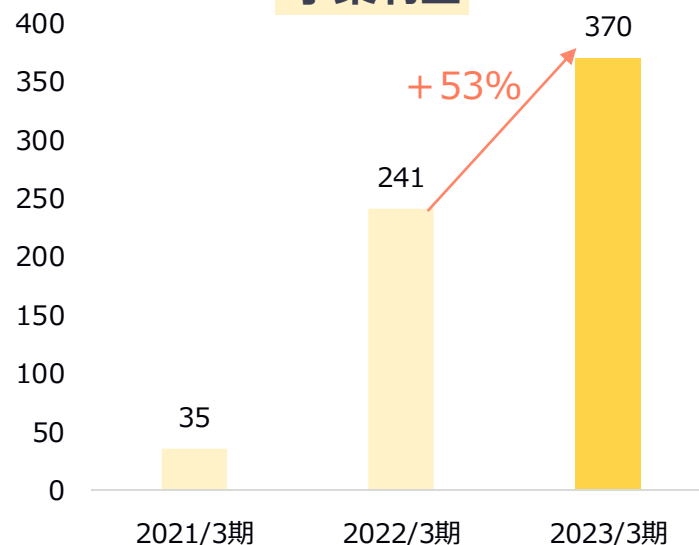
- 中期経営計画策定時の目標に対しては、22.3期より乖離が生じているが、M&A後のPMIを通じて23.3期は大きな事業利益の向上を目指す

	2022/3期	2023/ 3期		前年比
	実績	当初計画	修正計画	
売上収益	1,092	1,800	1,230	+ 13%
事業利益	241	700	370	+ 53%

売上収益



事業利益



※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

2023年3月期 リフォーム領域 戦術

- 1ユーザーあたりの集客コストの低減、成約率向上の施策により、トップライン以上に事業利益を最も重視する方針

01

マーケティング効率化

- 買収後のPMIにより、当社の強みであるマーケティング効率化の影響で1ユーザーあたり集客コスト（ユーザー獲得単価）は順調に下がってきている
- 新規のマーケティング施策の実行、ユーザー問い合わせ受付チームの生産性向上、品質向上プロジェクトを実施

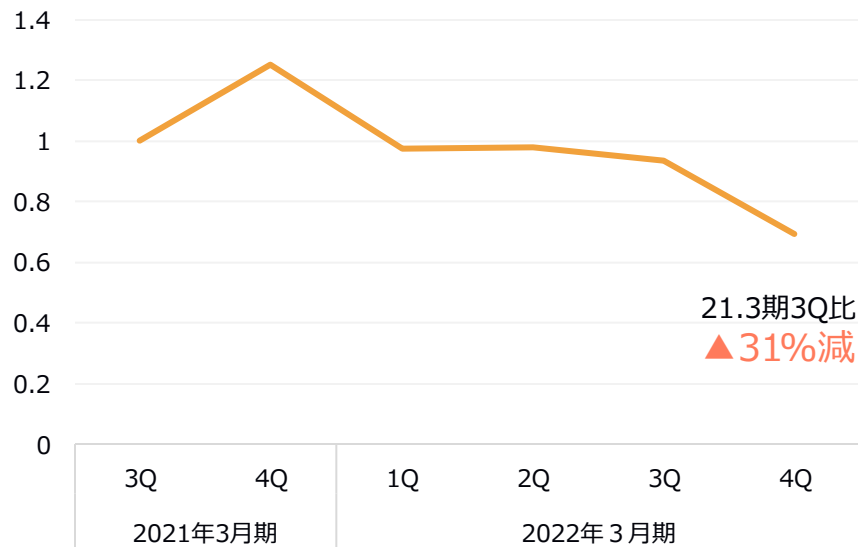
02

成約業務のDX推進

- 22.3期4Qに、施工業者の成約プロセスに一部介在し、業務効率を改善したため、その対象範囲を23.3期に一気に拡大させることで全体の成約率向上を目指す

ユーザー獲得単価（CPA）

※2021年3月期第3四半期実績を1とした推移



※ユーザー獲得単価（CPA）＝ユーザー1人を獲得するためにかかるコスト

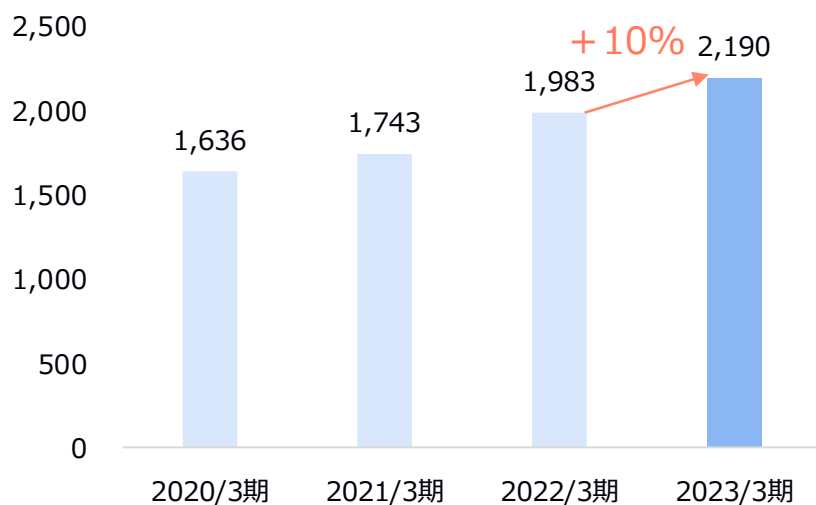
2023年3月期 カードローン領域 業績予想



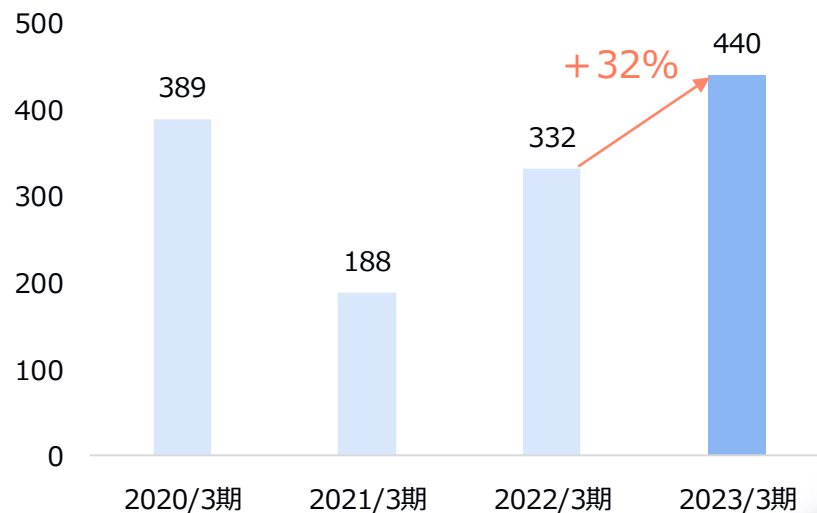
- 22.3期から継続している新型コロナウイルスの長期化による顧客予算縮小から一定程度の回復を見込んでいるものの、大きな予算増加は見込みづらいため、事業利益を優先した運営を行う

	2022/3期	2023/3期		前年比	中計前 2020/3期比
	実績	当初計画	修正計画		
売上収益	1,983	3,070	2,190	+10%	+34%
事業利益	332	440	440	+32%	+13%

売上収益



事業利益



2023年3月期 カードローン領域 戦術



- マーケティング効率化、金融事業者向けDXによる送客数増加によって、トップライン以上に事業利益を最も重視する方針

01

マーケティング効率化

- 引き続きマーケティング効率化を推進することで、事業利益重視の運用方針

02

金融機関DXの収益増

- 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については一定確保したため、今期は対象事業の成長を通じてオーガニックな送客数の増加に伴う増益を目指す

22.3期 アライアンス先一覧

2021/06/28

消費者金融事業者
※社名非公開

2021/08/30



2021/10/05

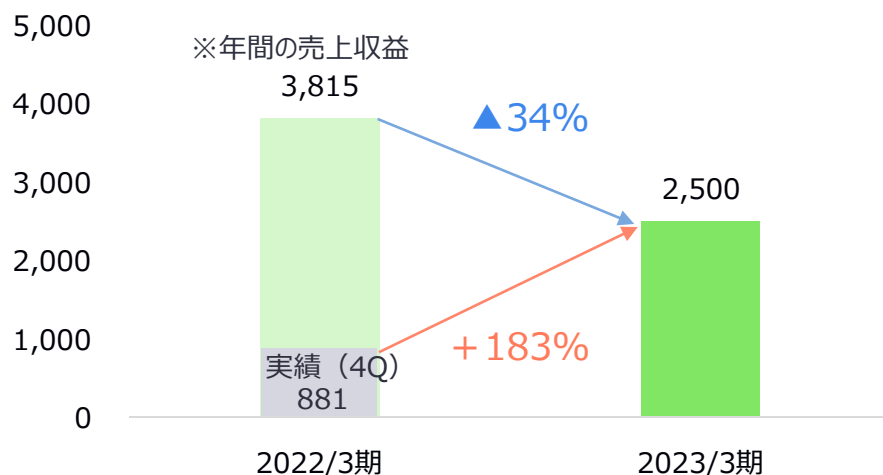
大手消費者金融事業者
※社名非公開

2023年3月期 エネルギー領域 業績予想

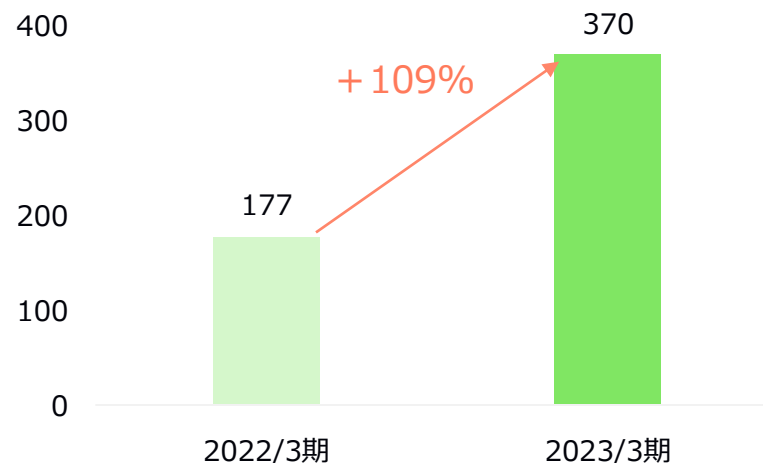
- ユーザーの新電力の契約ニーズは高く、マッチング効率の改善を通じた成約率の向上を図り、取次件数ベースでは、22.3期と同水準以上を目指す。が、厳しい市場環境の影響で取次単価の低下が見込まれるため、減収減益を想定

	2022/3期	2023/3期		前年比
	実績	当初計画	修正計画	
売上収益	881	-	2,500	+183%
事業利益	177	-	370	+109%

売上収益



事業利益



※2022年3月期は2022年1月より連結化 (4Qのみ)

2023年3月期 エネルギー領域 戦術

- 外部環境により取次単価は減少傾向にあるが、ストック収益の拡充や、クロスセルを強化することで、市場環境の回復時の正常時収益力の向上を目指すとともに、業績予想の上振れを目指す

01

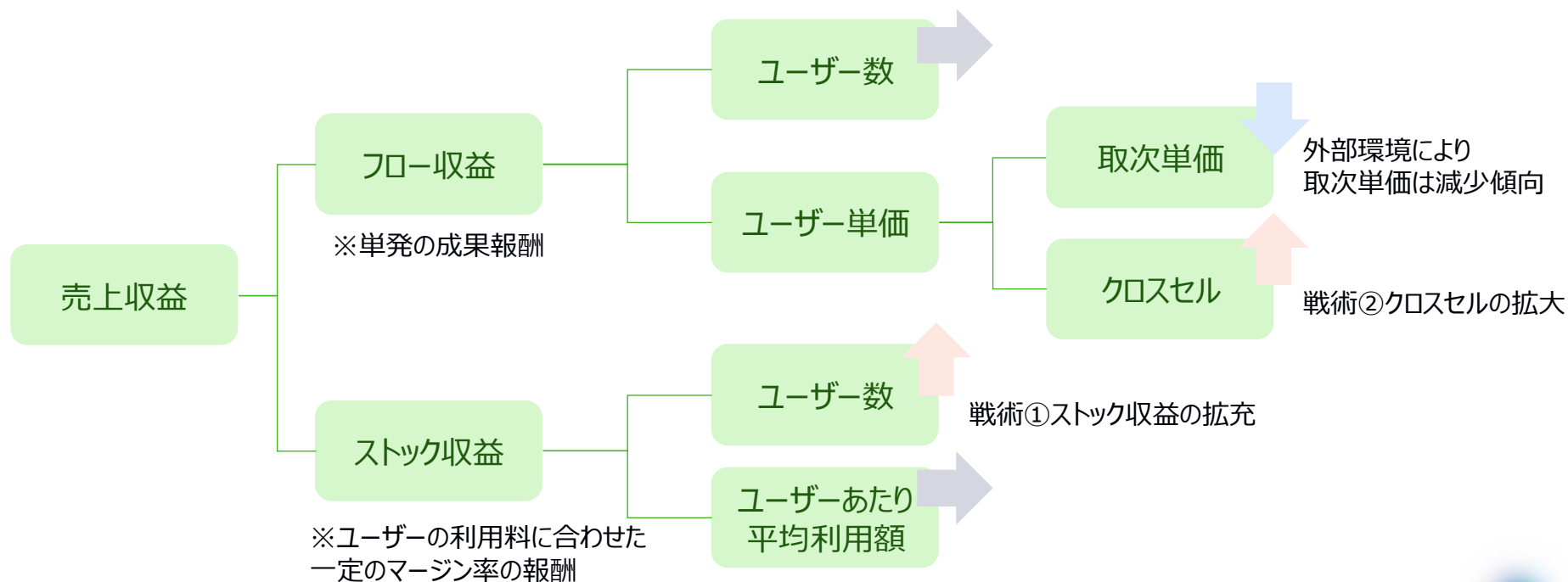
ストック収益の拡充

- 電力事業者のニーズにも応え、個人向け電力取次においてもストック収益を拡充

02

クロスセルの拡大

- 電力のみでなく、ガス、再生可能エネルギー関連のクロスセルを強化



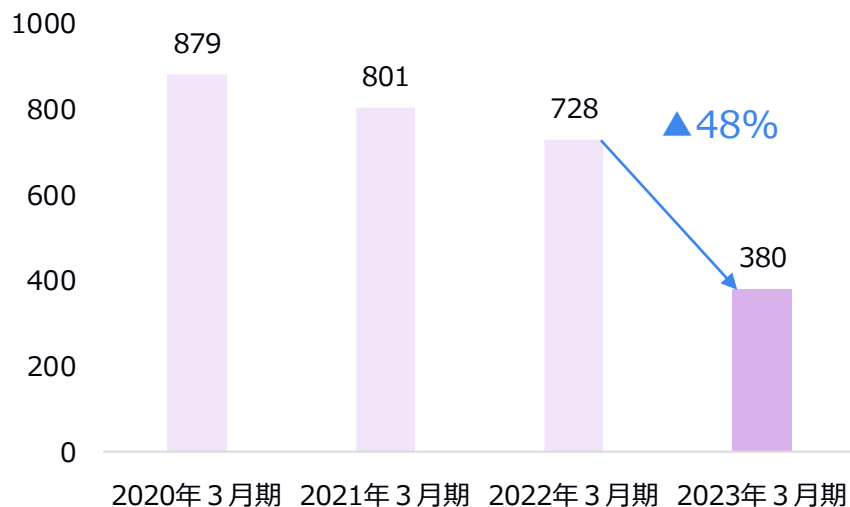
2023年3月期 新規・その他領域 業績予想



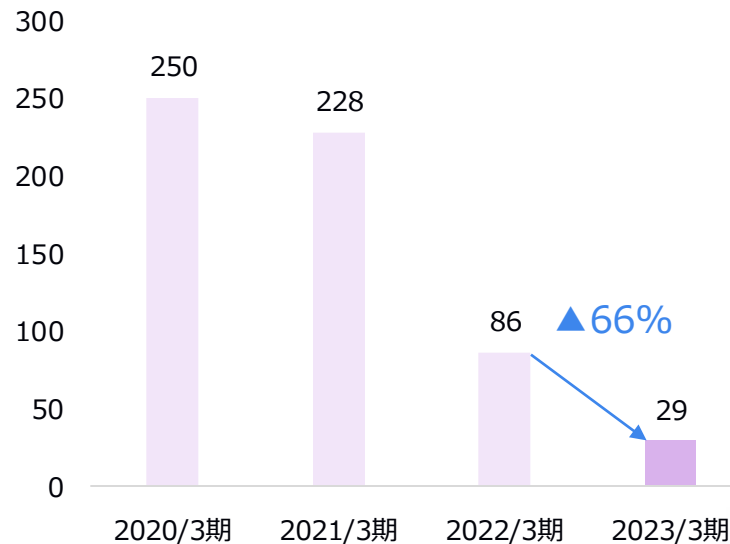
- INE社のM&Aによるエネルギー領域への移管や、一部事業の撤退、非注力化、事業ポートフォリオの一部見直しを行うため、減収減益を想定

	2022/3期	2023/3期		前年比
	実績	当初計画	修正計画	
売上収益	728	1,500	380	▲48%
事業利益	86	410	29	▲66%

売上収益



事業利益



単位：百万円

05

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っております。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。

2022/6/9 (木) 19:00-20:00

オンラインで開催！

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_-AtO8EPNR8OKSoEBZ1Xv5Q

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。