



各位

2022年5月31日

会社名ポート株式会社
代表者名代表取締役社長春日博文
(コード番号:7047 東証グロース・福証Q-Board)
問い合わせ先 執行役員兼財務IR部長 辻本拓
TEL. 03-5937-6466

2022年3月期通期決算説明会 Q&A

当社は、2022年5月13日（金）に2022年3月期通期決算説明会を行いました。ご出席の皆様から頂いた主なご質問に対する回答をまとめてレポートいたします。なお、理解促進のために一部内容の加筆修正を行っております。

1. 業績について

#業績

Q. ウィズコロナで消費活動や就職活動が徐々に回復していますが、今回の予算ではコロナからの回復をある程度見込んでいるのでしょうか？

一定程度は見込んでいます。元々、2023年3月期については、コロナが収束しているという前提で中期経営計画を立てておりました。その中において、就職活動の回復も一定程度見込んでいますが、全く問題ないという状況にはなっていません。採用人数のボリュームはリアルな業態である旅行業や販売小売業が牽引していましたが、こういった業態の企業様は採用がストップしており、取引が縮小しています。このような状況の中、リカバリーのために、新規顧客開拓に取り組んでおり、この2年間を通じて新規獲得はできましたが、一方でこの減少分の回復を見込んで総収益が上がる見立てをしていた部分は、まだ実質回復しておりませんので、売上は中期経営計画時からマイナスさせていただきました。一方、効率を上げることで、今回就職領域の事業利益計画は中計数値から据え置きとしています。約16億円の事業利益を出せれば、1プロダクト単体で50億円、100億円というトップラインに向けての足場をつくることができると考えています。

Q. 2023年3月期第3四半期の伸びが第1四半期、第2四半期に比べ高くなっていますが、その理由は何でしょうか？大幅の伸びは引越し需要があるINE社の伸びであるということですが、どの事業が第3四半期に大きく伸びるのでしょうか？

これはINE社（エネルギー領域）もそうですが全体的にこの第3四半期のタイミングはより大きな成長を想定しています。

2022年3月期は、カードローン領域が第2四半期から第3四半期、第4四半期にかけて、売上収益が落ち込んでいる状況になっていることが四半期の売上収益の推移を見ていただける

と分かると思います。これは第2四半期に入った時にカードローン事業者様の急激な予算縮小の影響を受けたことによります。結果的に第3四半期、第4四半期と伸び悩む結果になりました。2023年3月期は各事業者様とお話しさせていただいているので、第2四半期から第3四半期に向けてマイナストrendになるということは想定しづらいと思っております。また、就職領域においても第3四半期が勝負になると思っております。これはトレンド的な話になりますが、今までは第4四半期偏重でしたが、全体的に就職活動が前倒ししています。そのため、1月、2月、3月だけではなく、大学3年生の10月、11月、12月から就職活動をしている早期の就活層がマーケットとしては伸びています。この需要を取り込むことを想定しています。

リフォーム領域においても第3四半期（特に12月）が成約のピークになります。

このようなところを鑑みるとそれぞれが第3四半期に伸びてくるとご認識いただければと思います。

#中期経営計画

Q. 中期経営計画を下方修正しましたが、今期の予算組みは強気予想になりますか？ INE社の減損の可能性はありますか？

今回、中期経営計画を下方修正してしまったことに対しては大変申し訳なく思っております。

その上での今期の予算組みについてですが、再度、各領域を精査した結果、我々として現時点で株主様にコミットできる計画と認識して開示しております。「達成確度に対して強気である」とご認識いただければと思います。

また、現時点で減損の可能性はないと思っております。減損というのは「投資コストに対して回収が不透明である」、「回収が確実にできない」というような状況であり、事業計画を大幅に下回っていて、単年だけでなく数年その状況が続き、回収が不可能であると会社が認識するかどうかということになると思っております。そのため現時点ではそういった状況には至っていないと思っております。

今回は約51%の株式を取得させていただきましたが、まずは減損のリスクではなく、INE社の業績と向き合い、しっかりと株主の皆様にもこの会社の業績連結が「ポートにとって非常にポジティブだ」と認めていただくことが重要だと思っております。単純にこの1年間の業績のマイナス度合いでみると、散々たる状況だと思いますが、これをどこまで当初の計画に近づけることができるかが重要であると思っておりますので、そこに向けてしっかりと取り組みたいと思っております。

Q. 中期経営計画のローリングは行わないのでしょうか？ 次期中期経営計画の発表時期はいつを予定していますか？

中期経営計画を出すかに関しては精査中です。ただし今後の見通しとして、CAGR30%を目線感として開示しております。これを3ヶ年で中期経営計画という形で開示することで、より成長率が高まるのであれば当然そうすべきだと思っております。こちらに関してはこれから検討して参ります。

2. 会社全体について

#M&A

Q. M&Aした会社の事業計画があまり順調とはいえないため、当面はM&Aではなく既存事業での成長を行うタイミングにきているのではないかと考えているのですが、いかがでしょうか？

まず我々が行った大規模なM&Aとして「就活会議」が挙げられます。こちらは就職領域の会員データを増やすための施策でした。就活会議のM&A後は、会員獲得の割合が格段に増え、大きく成長しております。会員獲得が安定的にできる状況になったからこそ、就職領域の成長率は飛躍的に高まってきており、これは就活会議の実績といえます。

リフォーム領域に関してはご指摘いただいたとおり、前期業績は散々たるものだと思っています。第2四半期から様々な改善施策を行ってきましたが、第3四半期、第4四半期と望ましい結果には至りませんでした。これは我々の持つPMIの力を磨き続けていかなければならない点であると反省しています。しかしながら、第4四半期単体の利益は非常に回復しました。そして今期は事業利益を約50%以上成長させたいと思っています。M&A後の年率事業利益成長率は20%を突破します。これはM&A後の事業成長としては成功していると思っています。今期の取り組み次第で、今後の成長確度も変わってくると思いますので、今期をもって本当の意味での結果を出したいと思っています。

エネルギー領域に関してはこの数ヶ月で誰も予測することができなかった外部環境の変化があり、ポジティブとは言い難い状況ですが、この苦境の中、どのように達成しにいくのかという点も経営のひとつだと思いますので、しっかりと乗り越えられる状況を作っていきたいと思っています。また、前提として当初立てた中期経営計画からの目線感をぶらさずに取り組んでいきたいと思っています。

Q. 非日常領域を中心としてM&Aを常に検討されていると思われませんが、今回のエネルギー領域参入のように新しい事業の柱を作る予定はありますか？それともリフォーム関係のM&Aなどを行う事で既存の柱の強化を図りますか？どちらを重視しているか教えていただきたいです。

「就活会議」のM&Aは就職領域における柱の強化にあたり、エネルギー領域とリフォーム領域はM&Aによる新規参入になります。

リフォームとエネルギーは共に人生において何度も意思決定するものではございません。そのため非日常領域における意思決定支援のサービスを行っており、当社が得意とするビジネスモデルとなります。

既存領域の柱の強化、M&Aによる新規参入は、両方行っていきたいと思っています。

今後はリフォーム関係のM&Aも視野に入れていきたいと思いますが、M&Aにおいては規模感も非常に重視してしています。1億円の会社のM&Aと10億円の会社のM&AではPMIの工数自体は大きく変わりません。そのためしっかりとしたグロース成長ができるM&Aを行うべきだと思っています。リフォーム領域においてもM&A後の年率の利益成長率20%以上を今期の達成目標として持ちたいと思っています。この20%成長を事業利益1,000万円から目指すのか、2億円、3億円から目指すのかで大きく変わってくると思います。そのため我々はEBITDA 2～3億円程度というM&A方針を掲げています。

Q. 事業領域がかなり拡大した現状では、既存領域へのM&Aは理解できますが、事業シナジーが見込みにくい新規領域へのM&Aも考えていらっしゃいますか？

既存領域のM&Aは理解しやすいですし、シナジーも作りやすいと思っています。ただし、前提として事業シナジーというものは会員クロスセルのシナジーだけではなく、実際にビジネスモデルのシナジーが多くあると思っています。そのため、ビジネスモデルが近い領域のM&Aを想定しています。今期に関しても新規事業を積極的に創っていきたいと思っていますので、既存領域のグロースとM&Aでのグロースを並行して取り組んでいきたいと思っています。

#クロスセル

Q. INE社でウォーターサーバーやインターネット（Wi-Fi事業）などのクロスセルは行わないのでしょうか？

INE社に限らず就職領域、リフォーム領域も通信との親和性がありますので、しっかりとクロスセルは推進していきたいと思っています。

Q. 就活生の会員データは貯まっている一方で、そこまでまだ活用されていないように思います。今まで外壁塗装やカードローンなど就活生と親和性の低いサービスでなかなかクロスセルがしにくかったように思いますが、エネルギー領域が加わったことで今後会員資産の活用は積極的に行いやすい状況になったといえるのでしょうか？

おっしゃるとおり一般的に見て就職領域とリフォーム領域の外壁塗装のシナジーというものはなかなか難しいと思います。

外壁塗装のメインターゲットは50代～60代、一方で就活生は大卒者なので20～22歳になります。親の世代にクロスセルを行うということは間接的にはあるかもしれませんが、実現することは難しいという状況にありました。

一方、昨年度参入したエネルギー領域では、引越しのタイミングで電気・ガスを切り替える方が多いため、新生活が始まる就活生にも需要があり、クロスセルが可能だと思います。また、カードローン領域に関しましても、4月のタイミングで成人年齢の法改正があり18歳から対象となりました。こういった動きの中で我々が就活生のデータを活用できる可能性はより広がりました。

今現在、就活生のクロスセルは、既卒生、第二新卒生などの若年層キャリアに広がっています。新型コロナウイルスの収束が世界全体でみえてくる状況においては、留学等のシナジーも非常に大きくあると思っていますので、今後取り組むべきだと思っています。

特に、エネルギー領域は現在厳しい環境になりますので、会員データのクロスセルを意識して取り組みたいと思います。

Q. 引越し比較サイトと電力小売事業、就活事業の会員のクロスセルの親和性が非常に高いと思いますが、どのように考えていますか。

電力の小売を我々は行っていませんが取次（送客）を行っています。このような中で就職領域の会員へのクロスセルの親和性は非常に高いと思っています。そのため、新社会人向けのクロスセル施策をしっかりと考えていきたいです。

3. 各領域に関する質問

#就職

Q. 人材の採用活動が完全に回復するのは来期になりますでしょうか？今期予算はコロナ前に比べて何%くらいになりますか？

新卒の採用活動の回復は比較的早いと見込んでいましたが、今期に関しての新卒採用は一旦現状のままだと思っています。新卒採用は4月、5月が繁忙期となりますが、今のタイミングでは回復せず、いきなり10月頃に回復するというのもなかなか考えづらいからです。どのタイミングで完全回復するのかという点はなかなか見通しが立たない状況ですが、このような状況の中でも、新規の顧客開拓をして、結果的に減少分を埋めることはできましたし、それ以上の成長を作ることもできました。ただし、採用が止まっている企業も回復すると見込んでいたので、中期経営計画からの乖離は、その分が回復しなかったということになります。

Q. 就活メタバースを立ち上げたかと思いますが、状況はいかがでしょうか？私個人は就活とメタバースにどのような親和性があるのか想像が付きませんが、差し支えない範囲で事業状況と戦略などをご教示ください。

総じてメタバースは非日常との相性がいいと思っています。実名型でリアルな人物としての自己表現は非常に重要だと思いますが、一方で一定程度の匿名性であったり、キャラクターを使ったりといった方法だからこそできる、非日常の意思決定支援というサービスも必要だと考えているからです。

実際に就活メタバースも応募が比較的多く、企業様からも今後の取り組みについてご相談をいただいております。一方、我々は受託会社ではないので、そういったメタバースの運営代行をするといったことは想定していません。我々は自社のプロダクトで、ユーザー様の意思決定を支援する方法のひとつとしてメタバースの使用を想定しております。あるコンサルティングファームの調査もよく見ているのですが、その調査でもメタバースとリクルーティングの親和性は出てきているので、これから注目されてくるのではないかと考えています。

#リフォーム

Q. 第4四半期のリフォーム領域の成約数が昨対比で大きく伸び今後の成長が見えたとの説明がありましたが、グラフの絶対数では第2四半期→第3四半期→第4四半期で伸びているようには見えません。このあたりは季節要因が大きいのでしょうか？

第3四半期の成約数は増加傾向にあります。これは「12月の年末までにリフォームを終えよう」といったユーザーのニーズが多いからです。一方で1月～3月は積雪の時期であり、外壁塗装の施工が行いづらい状況になります。こういった季節性もあり、大前提として昨年対比で比較いただくことが適切だと思っています。昨年対比は第4四半期そして直近は非常に良い進捗なので、この状況が続けば、通年の業績計画の達成確度は高まってくると思っています。

Q. リフォーム事業の事業利益の効率化や成約率の向上で成長させることは分かりましたが、トップラインを伸ばしていくためにはどのような施策が必要だと考えているのでしょうか？

これは来期に向けてになります。まずは成約率、成約件数を最重要指標として取り組んでまいります。我々の場合は、施工ニーズのあるユーザーを施工業者に紹介した時点で成果報酬をいただく「送客フィー」と、送客したお客様が成約した時点で成果報酬をいただく「成約フィー」の二つの成果地点があります。成約フィーは契約してからお金をお支払いいただくので、加盟店様もリスクがないです。一方で送客フィーは加盟店様にとっては掛け捨て型になるのでリスクが伴います。ではこの掛け捨てをなぜやるのかというと、高い成約率があり、「このプラットフォームを使えば成約する」という見通しが立っているからです。そこで、成約率を上げるための施策を前期第3四半期から注力して行い、成約数は増加傾向にあります。

その中で今後トップラインを伸ばしていく時には、成約率が上がると1加盟店当たりの送客フィーが上がり、購入件数も増えるので、トップラインが伸びていきます。また、成約に加えて、今期のタイミングでは「集客のボリュームを増やす」のではなく「獲得効率を上げる」という点に注力します。ただし、獲得効率を上げながら様々なチャネルを開拓しておくことによって、来期のタイミングでそれぞれの獲得チャネルからの獲得ボリュームを増やしていきます。つまり、今期は利益効率を大幅に向上させ、来期トップライン成長を目指す想定です。

Q. リフォーム領域は現在、外壁塗装だけですが、他のリフォーム箇所のサイトを立ち上げる予定はありますか？

こちらは積極的に考えていきたいと思っています。まず、外壁塗装はリフォームの中で最もニーズの高い領域です。ここで獲得したユーザー様のデータを基に他の領域でリフォーム支援をするということを今後やっていきたいと思っています。資本業務提携をさせていただいている販売支援SaaSの「家仲間コム」というサイトは、現在1,000社以上の優良の加盟店様がいます。こちらは月間で約5,000件のリフォームの問い合わせがある非常に規模の大きいサイトです。こちらのM&Aも視野に入れつつ、まずはパイプラインづくりの一環として資本提携させていただきました。今期の業績状況やシナジーを踏まえて、より深い関係を検討していきたいと思っています。

#カードローン

Q. カードローン市場の顧客予算縮小の理由はどういうものがあるのでしょうか？またこの傾向が今後も続きそうであれば、一時的に経費を抑えて利益を出してもいずれ成長は止まってしまうように思いますが、なにか対応策はありますか？

まずこの傾向がずっと続くとなると成長が見えないというのはおっしゃるとおりだと思います。利益効率をどれだけ上げることができるのかとなった時、「事業利益率50%にすることはできるのか」と問われると、「就職領域は50%ですがそれ以上となるとなかなか難しいだろう」と考えています。そのためご指摘の通りだと思っています。

前提としてカードローンの市場は本来であれば成長しています。ただし、昨今の新型コロナウイルスの長期化によりカードローンに対するニーズが一時的に落ちています。これは消費者金融事業を展開している上場会社様の決算から見ても分かるかと思っています。実際に昨年対比、一昨年対比で見てもやはり良い状況ではなく、マーケット全体が影響を受けています。一方でカードローン市場において我々は現在3番手の送客ボリュームとなっています。我々が調査している限り市場でのシェア率が下がっているという状況ではございません。むしろ

シェア率は上がってきています。この中ではトップラインを取りに行くのではなく、事業利益をしっかりと担保していくということが重要であると判断しています。ただし、これが長期的に続くという事であればそこは領域の拡張等、経営判断が必要だと思っております。

#エネルギー

Q. 自治体の電力小売事業者の変更が相次いでいますが、自治体への再生可能エネルギー設置コンサルや設備販売などのニーズはあると思っています。それらの新規事業の可能性はありますか？

可能性としてあると思います。一方で我々は自治体とのネットワークが弱かったため、昨年度のタイミングでチェンジ社と資本業務提携をさせていただきました。可能性は否定しませんが、我々が現時点で強みが活かせるマーケットかという点、そこまでには至っていません。むしろリフォーム領域で獲得している戸建てのデータをエネルギー領域とのマッチングや、再生可能エネルギーとマッチングする方が可能性としては高いと思っています。

Q. 電力価格の高騰を受け電力切り替えに対する広告費が減少していると推測されますが、現状を説明して頂けると有難いです。例えば、体力のある事業者がここぞとばかりに新規契約の囲い込みに走ったり、ソーラーパネルの設置案件がむしろ増えるなど思ったよりも状況は悪くないのか、あるいは多くの事業者が広告費をかなり削減しておりマッチング効率を高めるだけでは当面は高い利益率を維持するのは難しいのかといったように実際の状況を詳しくお伺いできると嬉しいです。

体力のある事業者がここぞとばかりに新規契約の囲い込みに走るという状況も出てくると思います。ただし、少なくともこの2月～4月の状況下において「ここで一気に攻めるんだ」という姿勢を全面的に出している企業があるかという点、これはマーケット全体的にないと思います。夏に向けての見通しをしっかりと立てながら進めている企業様が非常に多い印象です。

このような状況下で我々が何をすべきかという点ですが、我々は1ユーザー様あたり収益性に着目し、電力だけでなく「再エネ」や「ガス」といったところを中心にクロスセルを行いお客様のニーズを満たしていくことだと思っております。

加えて我々の会員基盤を活用したクロスセル（広告宣伝費をかけずに粗利を獲得する）という取り組みも行っていきたいと思っています。

電力の取次単価が下がっている今の状況で電気の送客だけを行っていたら売上も利益も下がると思っています。そこをカバーリングすることが経営だと思っておりますので、そこに向けてこの1年、全力を尽くしたいと思っています。

Q. 電力小売事業者の再エネ電源開発を支援するような新規事業のニーズはあると思います。そのようなコンサルサービス、事業開発の可能性はありますか？

発電事業は様々な企業様がありますので、いきなり我々が電源開発事業に乗り出すということが現実的かどうかという点は当然検討の余地があると思います。

しかし我々の基本的な取り組みの方向感としては合っていると思います。例えば就職領域では送客マッチングだけでなく人材紹介といった形でリアルなオペレーションに自社で取り組んでいます。そのためエネルギー領域においても、リアルなオペレーションとして「発電」という選択も全く無視できるものではないと思っています。このようなことも視野に入れながら取り組んでいく方針でございます。

Q. 決算資料P62のエネルギー領域の事業利益に関して、第4四半期と通期を比較して利益が増えているように見えますが、2022年3月期通期の事業利益はいくらだったのでしょうか？

開示させていただいたものは、「2022年3月期第4四半期のみの事業利益」になります。2022年3月期通期の事業利益についてですが、こちらについてはもう少し精査が必要だと判断し、非開示といたしました。1月からポートの会計基準を適用し、決算開示を向けての締めを行っていましたが、通期の事業利益については当社連結前の数値（4～12月）もあり、こちらを開示すべきかはもう少し精査が必要だと判断したためです。リフォーム領域においてもM&A前の事業利益の算出に関してはなかなか難しく、開示しておりません。そのため、こちらに関しては現段階においては非開示とさせていただきます。非開示の理由はM&A前の会計基準によるものではなく、我々の業績として開示すること自体に疑義があると認識した上での判断となります。

Q. INE社の広告費獲得が厳しく減損の恐れがないか心配しておりましたが、杞憂であることが良く分かりました。引き続き株主として応援させていただきます。

広告での獲得に関してですが、ユーザーの獲得は非常に順調です。ユーザーが電気を新規で契約するという点に関しての需要は、引越などによる人の移動がなくなる限り必ずあるので底堅いと思っています。

このような状況の中で、どのようにユーザーを獲得していくかがWebマーケティングになりますが、こちらは堅調に推移しています。加えて、マッチング率を向上させていくことで、主要指標である「契約件数」はしっかりと維持以上を目指しています。維持以上を目指せば、電気の獲得単価が回復してくると収益力はむしろ上がります。また、このタイミングで電気のストック収益の拡充やクロスセルの拡大を行いたいと思います。ストック収益の拡充は来期以降の成長に繋がり、クロスセルは、1ユーザー当たりの収益率が向上します。この2つの施策を通じて本来の正常収益力を上げることができます。1年間を通じて何もせず業績を30%ダウンさせるということはありません。このタイミングで獲得率、クロスセル率、ストック率をしっかりと上げていき、本来の収益力を高める1年にしていきたいと思っています。

Q. 2021年11月4日開示でエネルギー領域に参入（太陽光パネル）されましたが、その後の状況はいかがでしょうか？

こちらはまだ研究段階になり、これからINE社と連携を図っていく予定です。東京都が戸建への太陽光パネルの設置を義務化する可能性があるということで非常にチャンスだと思っています。社会情勢的にも太陽光パネルに関しての需要が高まると想定しています。そのためここはクロスセルのターゲットになります。「0円型のPPAモデル」または「初期費用ゼロの有償型」等についても研究を進めているところです。今は助成金も出るので、ユーザーにとっても意思決定にプラスに働く可能性があります。

Q. INE社の取次件数が伸長しましたが、この春に新電力事業者のサービス提供終了が相次いだ影響による特需のようなものがあつたのでしょうか？また、足下でINE社の顧客の中に新規受付を停止している電力事業者はないか確認させていただきたいです。

INE社に関して取次件数が約2倍に伸長しまして、今期に関して維持以上ということで開示させていただきました。特需に関して一部はありましたが、我々は事業撤退をした新電力事業者様とお取引をしていなかったため、我々はそこまでポジティブな影響を受けたわけで

はありません。ただし、取次の進捗がとても悪化しているということではないです。我々は比較サイトのように30社40社の電力事業者様の価格比較を行うサービスではなく、5～10社程度の企業様と提携し、企業様の販売支援という立て付けで取り組ませていただいております。当然、商材力も非常に重要だと思っていますので、我々は地域電力様や電源を持っている事業者様、又は会社全体として電力事業を継続して取り組んでいく理由が明確にある企業様とお取引しております。

電力小売事業を行う事業者様は600～700社あるというところで事業者様も増えてきました。今年は倒産件数、事業撤退件数が過去最高になったという状況にはなりますが、我々がお取引をさせて頂いている企業様の中で、新規の受付を停止したという企業様は現時点で確認しておりません。ただし、一方でマッチングの単価が下がっているということは事実です。我々がお取引させて頂いている企業の中には単価を下げた企業様または獲得ボリュームを下げた企業様がございます。事業撤退をしたということではないので、取引関係が全くなかったという状況ではないです。

自由化をしてからどういった変遷を辿ってきたかは我々もM&A前からしっかりと勉強したつもりなので、適切な事業者様との取引を検討して取り組んでいきたいと思っています。

#オンライン診療

Q. 高血圧に関するオンライン診療の進捗はいかがでしょうか？撤退されたのでしょうか？

撤退はしておりません。しっかりと進捗しております。まだ具体的などころまでお伝えすることはできないのですが、高血圧のオンライン診療の取り組みをより強化しており、オンライン診療の会員数も着々と増えてきています。我々はオンライン診療システムを提供して、そのシステム利用料をストック型でいただくという形をとっているのですが、こちらは業績に反映されるタイミングで開示させていただきたいと考えております。

高血圧というのはマーケットが非常に大きく、オンライン診療の継続ニーズが高いです。3年前にオンライン診療についての研究発表を行っていますが、高血圧は病院に行き、血圧の値を測って、血圧のお薬をいただくという通院スタイルになっています。もちろんこれを全否定するというわけではないのですが、高血圧に関してはオンライン診療で毎日のデータを病院に送付してそのデータを基にモニタリングしてお薬を出すということが可能になります。また、このようにデータを定期的に送付しモニタリングすることが非常にポジティブだという研究結果を出しています。そのためオンライン診療のニーズは非常に高いですし、継続率も非常に高いので、ここは我々がこの領域の No. 1 になれるように取り組んでいきたいと思っています。

#新規・その他

Q. その他事業で撤退した事業とINE社へ移管した事業の内訳を教えてください。

以前新規事業として金融系の領域のサービスなども一部行っておりましたが撤退しました。INE社への移管を行った事業というのは特にはないですが、業績の「新規・その他」のところ想定していた事業の売上収益や事業収益をM&Aや新規事業で作っていきますと開示しています。「新規・その他」の領域で想定していた業績をエネルギー領域の方に移管をしたという方が正しい回答になります。

4. その他

#IR

Q. 多かったIR活動が急に無くなってしまいました。間違っても踏み上げ相場を起さないうように、ご配慮なされているのでしょうか。それともたまたまでしょうか。

株価を気にしている発言は動画で何度か見ておりますが、反面、実際はここまで下がり続けていても一切対策を行わない現状であり、株主軽視している方針に大変遺憾に感じております。

貴重なご意見ありがとうございます。我々としてもこの状況を真摯に受け止めたいと思っています。

まず「株価を気にしている」ということに関してですが、上場会社として気にするということは当然だと思っております。会社の業績が上がると必然的に株価が上がるということではないと思いますので業績はもちろん、株主の皆様にも我々の成長性を期待していただけるよう、責任を重く受け止めたいと思っております。

一方でそのような環境下であるからこそ、第3四半期の決算のタイミングと今回の通期決算発表のタイミングという2四半期連続で自社株買いの発表をさせていただきました。こちらの金額やタイミングなどには様々なご意見があるかと思いますが、自社の株を買うことができるタイミングが限られている中、株価を見た時にアンダーバリューであるという判断をした上で自社株買いを行っております。開示させていただいたとおり自社株買いを通じてすぐ消却するのではなく、M&Aでの活用などさまざまな資本効率を意識した結果の自社株買いになります。当然ながらご判断は株主様になりますが、株主軽視をしているという前提は全くございません。是非我々の取り組み方を見ていただければと思います。

また、なぜ IR開示が少ないかという点に関しては2つ理由がございます。

1つ目は実績を持って開示をしていきたいと思っているからです。昨年度19件のアライアンスリリースを行いましたがこのアライアンスの結果をしっかりと出す会社でない限り今後アライアンスをしていただける会社は増えてこないと思っています。そのためまずは「アライアンスを収益に転換させる」ということに注力し実績をもって開示を行っていきたいと思っています。昨年度のタイミングで実績が出たものとして一般社団法人の「一人親方労災保険組合」とのアライアンスがございます。こちらのアライアンスはリフォーム領域とも非常にシナジーがございます。一人親方労災保険組合の会員数が9万人を突破したということで開示をさせていただきましたが、こちらは我々の収益、シナジー共にインパクトがあると判断したため適時開示をさせていただきました。そのため昨年度のアライアンスリリースに関しましても今後しっかりと実績が出て開示ができるレベルになったタイミングで速やかにご報告させていただきます。

2つ目は社会の状況を考慮した結果「既存の領域をアライアンスをもって課題解決していく」のではなく、「既存の領域に経営陣がしっかりと踏み込んで施策を打っていく」ということがタイミング的に必要だと判断したためです。新規施策を作っていくということも大事だとは思いますが、不透明な状況だからこそまずは既存事業の状況の把握とそこに対する取り組みというところを積極的にするという方針にしておりました。

#経営

Q. 事業を拡大しすぎて各事業の経営管理がうまくいってないのではないのかと感じています。各事業の経営管理はどのようにしていますか。

事業の経営管理のところに関しては実際に経営管理人材を加えるなど、かなり増強してきております。

我々の事業はマッチング事業の横展開になります。マッチング事業の事業ノウハウや見るべき事業のKPI指標というのは大部分が同じです。もちろん提供するサービスの内容や提供する情報も違いますので、情報がそれぞれ違うのは事実です。しかし取り組みのノウハウが同じだからこそ実際にオーガニックでも就職やカードローン、リフォームに関しても、そのノウハウを活用して利益効率アップといったところに活かすことができていると思っています。

例えば経営管理の体制を全く違ったジャンルに展開するということになるとう非常にリスクがあると思いますし、こういったご指摘もあると思いますが、我々の今の取り組みの方針としては既存事業のビジネスモデルを拡張し展開をしている状況になります。もちろんリスク事項として認識すべきですが、直ちに大きく影響するということではないと思っています。

Q. 一度失った市場の信頼を取り戻すのは難しいと思いますが、春日社長の意気込みは？

中期経営計画の下方修正は大変申し訳なく思っています。一方で我々の目線感はこちらから上げていくということではございません。

株主の皆様へのコミットメントラインというところを改めてお示ししたと捉えていただけますと幸いです。

今後のCAGR30%に向けての土台はこの1年でしっかり作れたと思っていますので、これをベースに中長期で見た時にしっかりと実績を作っていきたいと思っています。

Q. 様々な世界情勢の中、現在が色々な意味で最悪の状況と判断します、故にこの状況で成長できる会社である事が未来へと繋がります。御社は、まだ始まったばかりです、掲げた目標を一つ一つクリアし更なる成長を期待しています。

応援のメッセージありがとうございます。今回の中期経営計画の修正は本来であればあってはならないことだと思っています。世界情勢は当然ながら我々がコントロールできない側面がありますが、一方で自分なりに責任感を持って取り組んでいくということがこの会社を成長させる重要なファクターだと私は思っています。そのため今回掲げた目標をしっかりと達成させることを前提に、目線をぶらさずに取り組んでいきたいと思っています。

#株

Q. 2022年2月24日開示の自己株式取得に係る事項の決定に関するお知らせの動画の中で、春日社長が個人的にポート社の株を買います。と発言されていましたが、購入状況はいかがでしょうか。

結果的に購入はしっかりと行わせていただきました。前提として私は大株主になりますので、ポート社の株価の向上というところには、人一倍頑張る責任があると思っています。加えて、現段階の株価がアンダーバリューであるという認識は会社はもちろん私も思っていたので、結果として自己株式の取得のタイミングで個人的にも購入させていただきました。購入状況に関してですが大量保有が出ていないので、大量保有分購入したのではない、

ということはもちろん事実です。どのくらい購入したのかという点は、このタイミングでの具体的な購入数は控えさせていただければと思います。

#チェンジ社

Q. チェンジ社との提携におきまして、まずは地方の就活支援からスタートするという趣旨の話が当初あったかと思えます。その後コロナの影響もあり、思うように就活イベントなどが開催できず、取り組みを進めにくかった状況であったと思えますが、チェンジ社とのアライアンスについて、今後の見通しをお話いただけますと幸いです。

経営アドバイザーとして福留社長に入らせていただいておりますが、変わらず隔週でミーティングをし経営指導いただいております。地方の就活支援に関しては実際に一緒に行っており、今期受注できるかが勝負だと思っています。自治体の受注サイクルが基本的に年度更新になるので、4月以降の受注状況が重要になります。そのためこの受注状況を持って提携の状況についてしっかりと発表させていただきたいと思えます。また、こちら以外にも様々な企業様や銀行様との連携の話もチェンジ社経由でいただいておりますので、このような取り組みのプラス効果も作っていきたくと思っております。

会社概要

会社名 : ポート株式会社
代表者 : 代表取締役社長 春日博文
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
設立 : 2011年4月
資本金 : 934百万円 (2022年3月末時点)
URL : <https://www.theport.jp/>

■本件に関するお問い合わせ

ポート株式会社 : 広報IR担当 柴田
コーポレートサイト : <https://www.theport.jp/>
E-mail : ir@theport.jp TEL : 03-5937-6731

※全社原則在宅勤務を実施しており、お電話が通じにくくなる可能性があります。
お問い合わせはE-mailまでお願いできますと幸いです。