



PORT INC.

2023年3月期 第1四半期 決算説明資料

ポート株式会社 証券コード：7047

2022.8.15

目次

- 01 2023年3月期 第1四半期 決算概要
- 02 領域別業績
- 03 ESG・SDGsへの取り組み
- 04 お知らせ
- 05 Appendix

01

2023年3月期 第1四半期 決算概要

エグゼクティブサマリー

売上収益 **2,625** 百万円 調整後EBITDA **609**百万円 EBITDA **403**百万円

- ✓ 1Qは売上収益、EBITDAともに**四半期過去最高を更新**。特に就職領域は前年同期比+58%増収と成長を牽引
- ✓ リフォーム領域において**利益率が大幅に上昇し、過去最高の四半期利益を更新**
- ✓ エネルギー領域は、マーケット環境の影響を受けたものの、**取次件数は増加し、業績に貢献**

就職

送客、人材紹介ともに好調でYoY+58%の成長

売上収益 : **633** 百万円 (YoY +58%) 事業利益 : **297** 百万円 (YoY +88%)

送客予算 : YoY +60% 人材紹介数 : YoY +77%

リフォーム

マーケティング効率化、成約業務のDX推進、積極的な業務提携の効果により過去最高の四半期利益を更新

売上収益 : **293** 百万円 (YoY +17%) 事業利益 : **120** 百万円 (YoY +442%)

送客数 : YoY +15% 成約契約数 : +23% 累計加盟店数 : +12% CPA : 34%減

カードローン

事業利益を重視する方針で、マーケティング効率化が進み、顧客予算縮小前の業績水準まで回復

売上収益 : **602** 百万円 (YoY +2%) 事業利益 : **110** 百万円 (YoY +4%)

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、取次件数は好調となり業績に貢献

売上収益 : **915** 百万円 事業利益 : **248** 百万円

新規・その他

エネルギー領域をはじめ、各領域への注力に伴う事業撤退、ポートフォリオの見直しにより減益

売上収益 : **180** 百万円 (YoY -) 事業利益 : **10** 百万円 (YoY ▲50%)

2023年3月期 第1四半期 会計期間

- 1Qは前年同期比、**大幅な増収増益**。四半期計画値も大きく上回り着地
- 2Q以降も好調を維持し、当初目標（売上収益100億円、EBITDA20億円）の達成を目指す

※会計基準：IFRS	2023年3月期 1Q会計期間実績	2022年3月期 1Q会計期間実績	YoY 増減率
売上収益	2,625	1,422	+85%
調整後EBITDA	609	261	+133%
EBITDA	403	75	+435%
営業利益	349	26	+1,202%
税引前当期利益	348	16	+2,063%
当期利益	287	2	+11,613%
親会社の所有者に 帰属する当期利益	231	2	+9,331%

※EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + 株式報酬費用（22.3期1Qの実績は株式報酬費用が含まれていない）

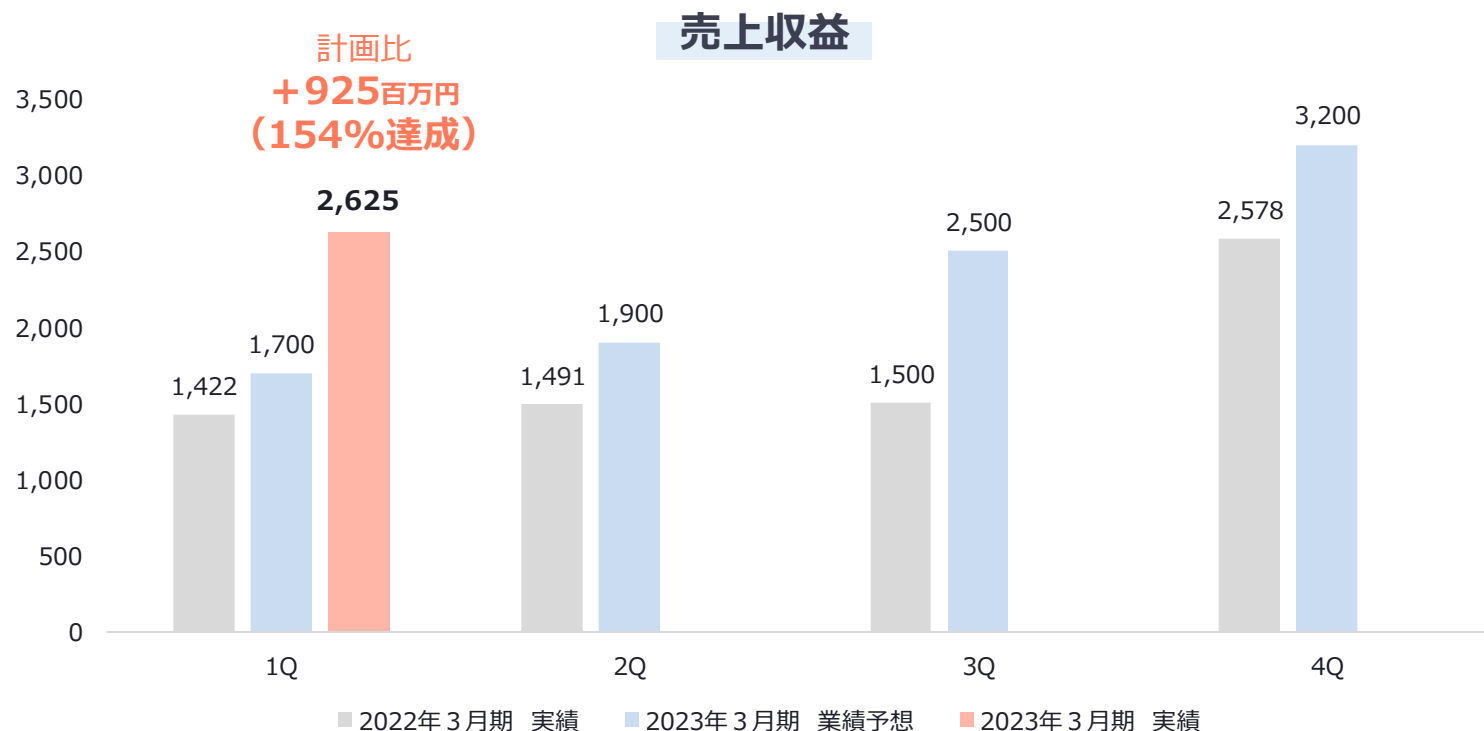
※調整後EBITDA = EBITDA + アカウント投資 + コンテンツ投資 + システム投資

単位：百万円

四半期業績推移 売上収益

- 全領域が良好に推移したことで、前年同期比 **+85%**の成長
- 当初計画比に対しても**154%達成**と大幅に上振れ

	1Q業績予想	1Q実績	差額	達成率
売上収益	1,700	2,625	925	154%

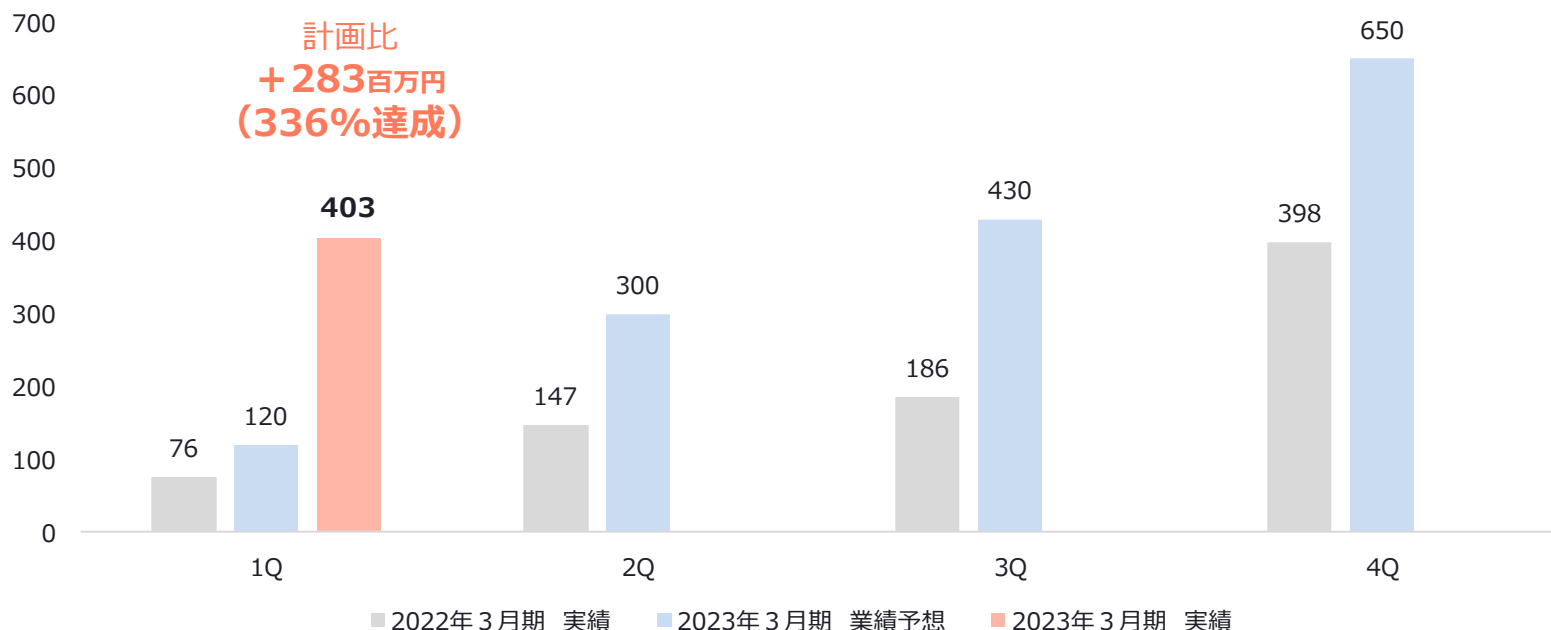


四半期業績推移 EBITDA

- リフォーム領域における利益率の大幅改善、INE社（エネルギー領域）の連結寄与により、EBITDAも業績予想から大幅に上振れ

	1Q業績予想	1Q実績	差額	達成率
EBITDA	120	403	283	336%

EBITDA



※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

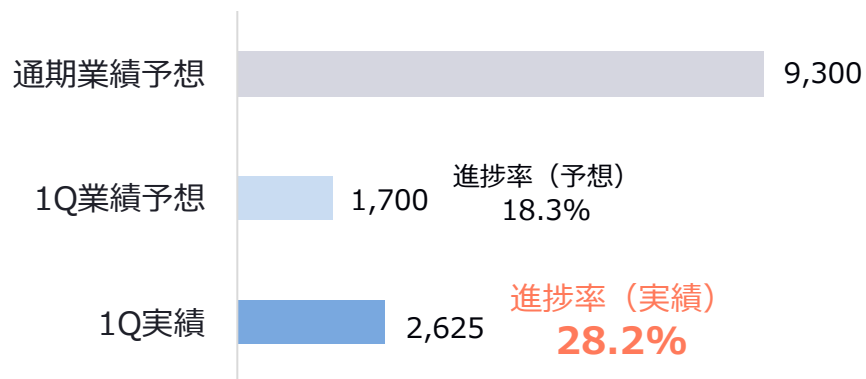
単位：百万円

第1四半期 進捗率

- 例年、下期偏重型の収益モデルであるが、1Qの業績が好調で、予想を大幅に上回る進捗率を実現

売上収益

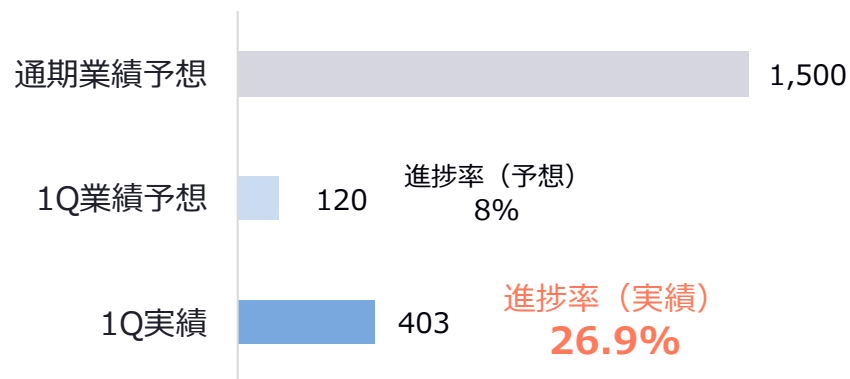
	通期 業績予想	1Q実績	1Q進捗率
売上収益	9,300	2,625	28.2%



※参考 前期1Q進捗率 20%

EBITDA

	通期 業績予想	1Q実績	1Q進捗率
EBITDA	1,500	403	26.9%

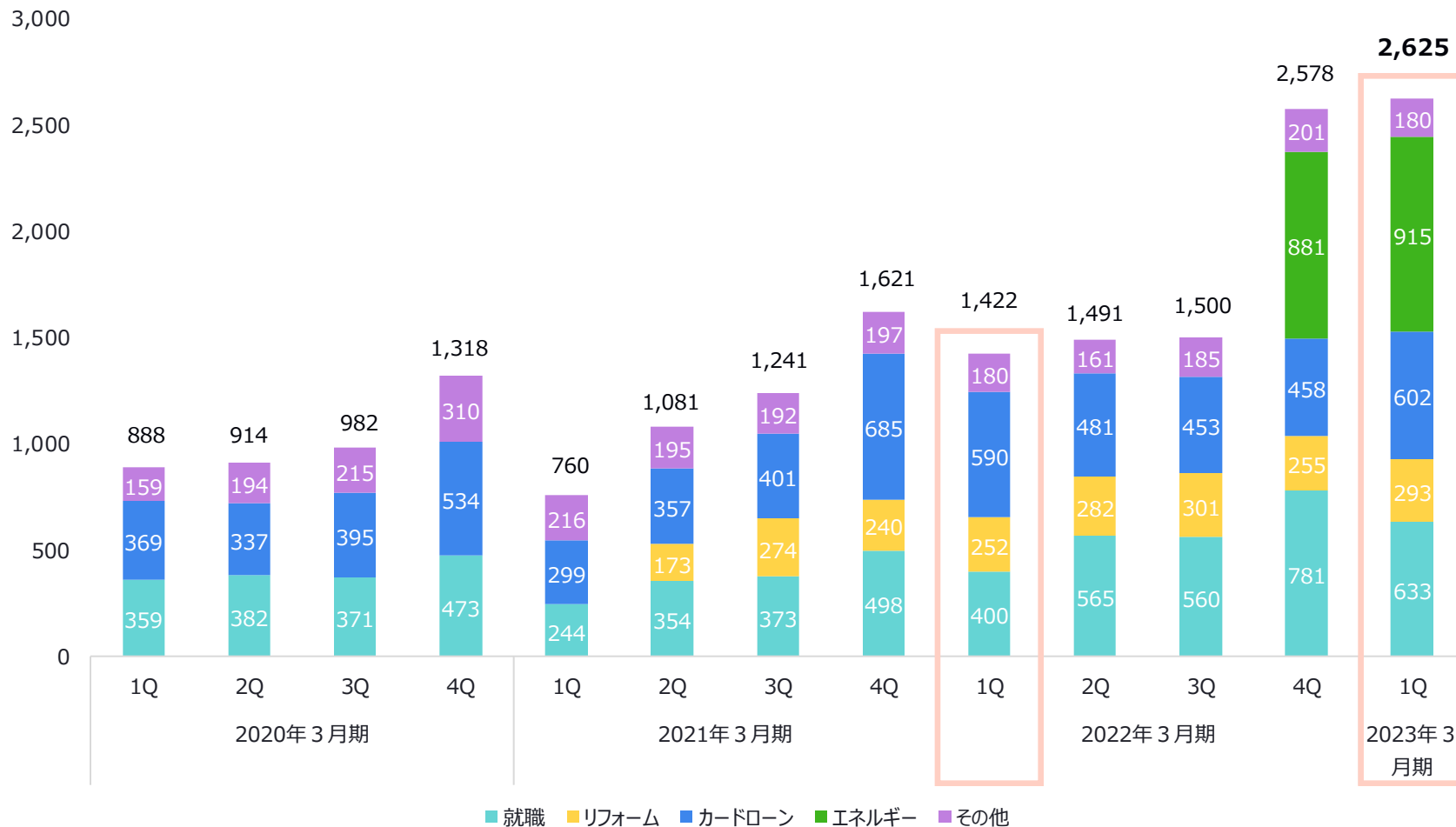


※参考 前期1Q進捗率 9%

※前期1Q進捗率は、前期実績をもとに計算

売上収益の四半期推移 領域別

- 22.3期4Qを上回り、**過去最高売上収益を更新**
- 就職、リフォーム、カードローンの既存領域においても**YoY + 23%**の成長を実現



■ 就職 ■ リフォーム ■ カードローン ■ エネルギー ■ その他

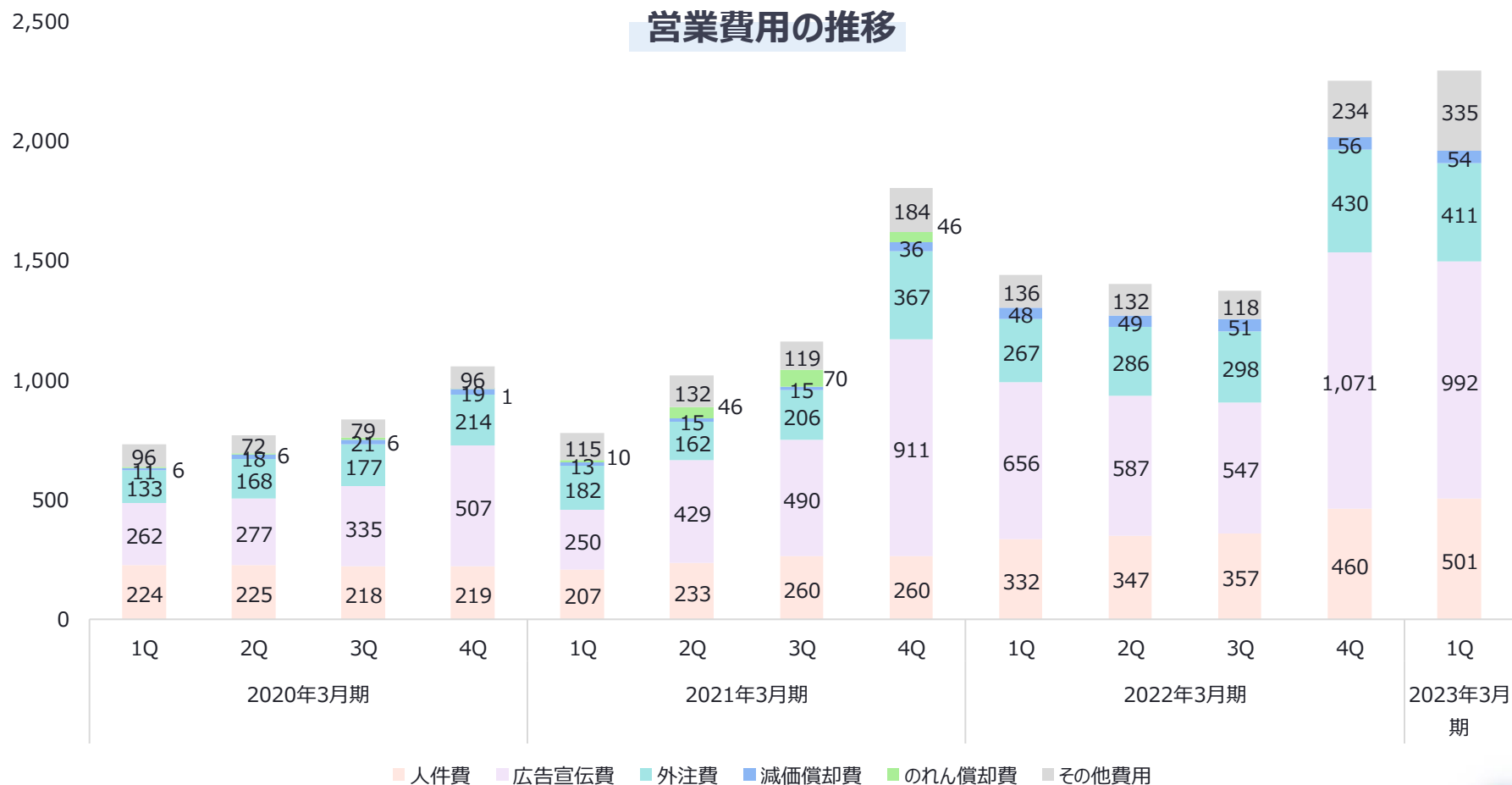
中期経営計画 投資進捗

- 1Qは当初計画通り、合計206百万円の投資を実行

投資種別	投資額 23.3期 1Q	投資内容（21.3期以降）
コンテンツ投資	44百万円	<ul style="list-style-type: none"> ・ 動画コンテンツの生成（就職領域、リフォーム領域） ・ 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） ・ イラスト画像コンテンツの作成（就職領域） ・ 内定者の就職データの収集（就職領域）
アカウント投資	37百万円	<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	123百万円	<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） ・ 成約率向上のためのオペレーションシステムの構築（リフォーム領域）

主な費用の推移

- INE社（エネルギー領域）の連結により、前期4Qから全体的に費用が増加
- 例年、1Qは新卒採用（4月に42名入社）をはじめ、入社者数が集中することから人件費が増加



※2021年3月期以前は日本基準、2022年3月期以降はIFRS。

単位：百万円

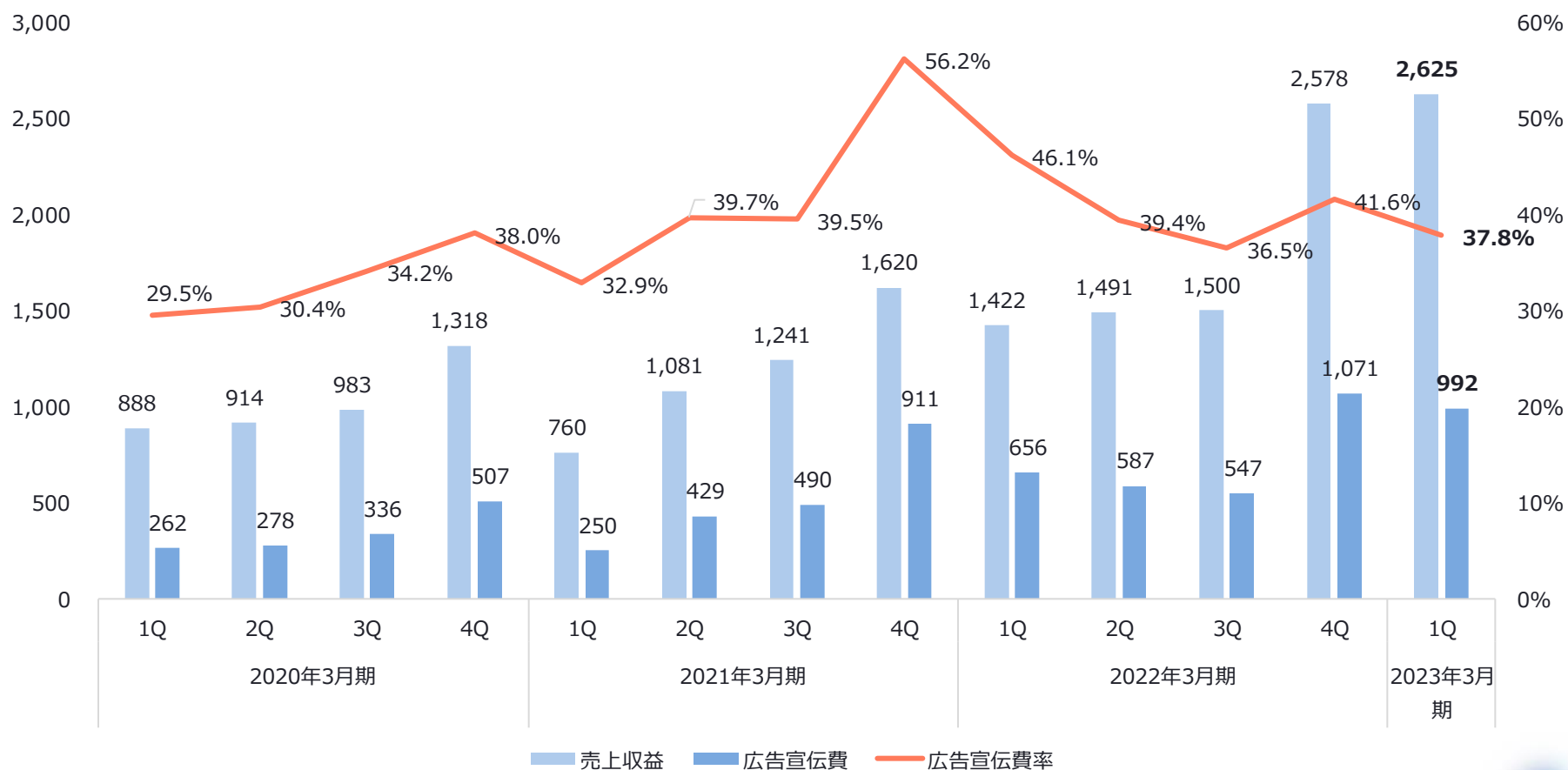
営業費用 前年同期比較

- INE社（エネルギー領域）の連結により費用は増加しているものの、売上対比ではその他費用以外は減少
- 投資活動をはじめ、費用の抑制はしていないため、今後も同水準を見込んでいる

	2023年3月期 第1四半期	売上対比	2022年3月期 第1四半期	売上対比	増減額	売上対比
人件費	501	19%	332	23%	+169	▲4%
広告宣伝費	992	38%	656	46%	+335	▲8%
外注費	411	16%	267	19%	+144	▲3%
減価償却費	54	2%	48	3%	+5	▲1%
その他費用	335	13%	136	10%	+198	+3%

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の額は増加しているものの、リフォーム領域の広告宣伝費率が大幅に減少したこと等から、1Qの売上収益広告宣伝比率は37.8%とYonYで▲8.3%減少



財政状態計算書

- 2022年5月、6月に自己株式の追加取得2億円を実施しているものの、当期利益や負債の減少により、親会社所有者帰属持分比率は25.0%と3月末から2.1%改善
- 2022年12月に本社移転（後述）を予定していることからリース負債が181百万円減少

単位：百万円		2023年3月期1Q (2022年6末)	2022年3月期4Q (2022年3末)	2022/3末比
	流動資産合計	5,212	5,878	▲665
	非流動資産合計	4,388	4,443	▲55
資産合計		9,601	10,322	▲720
	流動負債合計	2,403	3,060	▲656
	非流動負債合計	4,120	4,274	▲153
負債合計		6,524	7,335	▲810
資本合計		3,077	2,986	90

のれんに対する当社評価

- INE社取得時（2021年12月末）のB/Sの精査により一部修正があり、のれん金額が増加（+61百万円）
- 現段階においては、のれんの減損等の兆候なし

のれん

合計 **3,399**

2022年1月買収



1,490

2020年7月末買収



1,270

2020年6月末買収



638

市場	△	資源価格高騰、電力卸価格の上昇等により電力事業者の顧客獲得コストが低下し取次単価は下落傾向。一方、電気料金の高騰による電力会社切替ニーズは高まっている
業績	○	マーケットの影響を受けたものの、最小限にとどめ、取次件数は増加し、大きな業績悪化には至っていない
見通し	△	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る
市場	◎	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
業績	◎	22.3期は様々な課題があったが、マーケティング効率化や成約支援DXの推進等、各種PMIが功を奏し、23.3期1Qで四半期最高利益を更新
見通し	◎	23.3期は効率化重視の運営により大きな増益を見込む
市場	○	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
業績	◎	順調に買収計画時の業績を達成しており、就職領域の業績成長に大きく貢献
見通し	◎	会員数をはじめ、各KPIは順調に伸びているため、さらなる成長が期待できる

本社移転について

- 事業拡大に伴う人員増加に対応するため、本社移転を決定（現オフィスの隣のビル）
- 現在の複数拠点を集約し、生産性向上、コミュニケーション活性化、働きやすい職場環境の構築を目指す

移転予定先

東京都新宿区北新宿二丁目21番1号
新宿フロントタワー 5階

移転時期

2022年12月（予定）

移転のポイント

- ① 事業拡大に伴う人員増加への対応
→現状から+50%の増床
- ② 複数拠点の集約
→本社、各事業複数拠点を集約
- ③ 経費増加は最小限に抑える
→現状から平均坪単価18%低下

業績に与える影響

移転費用等による2023年3月期
業績予想に与える影響は軽微

- 2022年9月～12月に移転先オフィス内装準備及び現状回復等のため、現オフィスとの重複により約35百万程度費用増加
- 移転後の賃料増加額は年間約20百万円程度の見込み

02

領域別業績

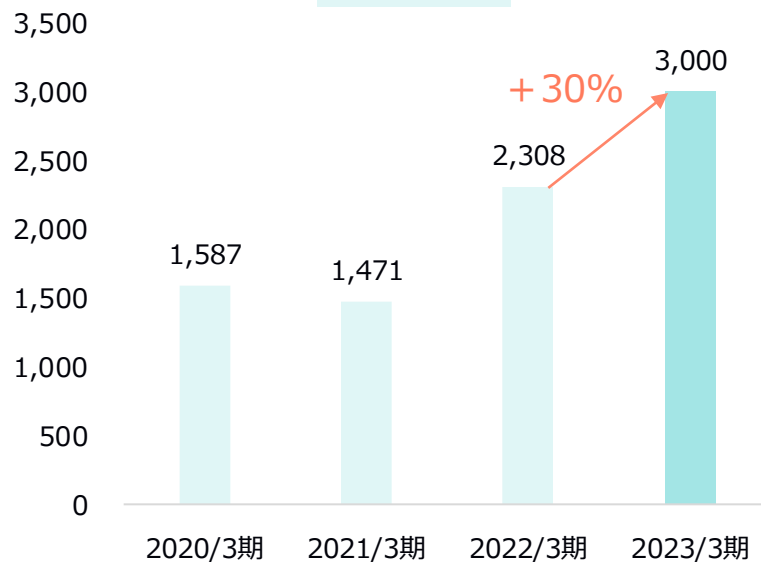
【領域別 業績・戦術・KPI】
就職領域

2023年3月期 就職領域 業績予想

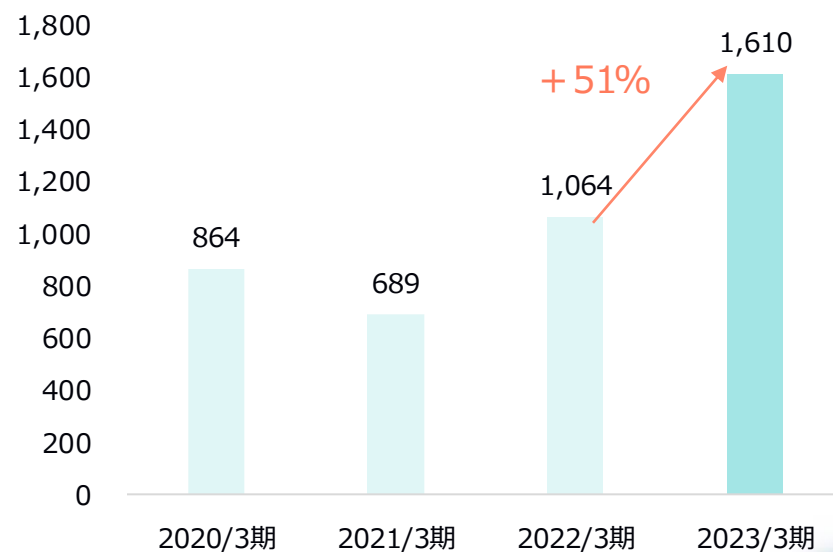
- 新規事業の一部撤退により売上収益は中期経営計画策定時より若干下回るが、引き続き高い成長を見込み、事業利益では中期経営計画の数値を見込む

	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

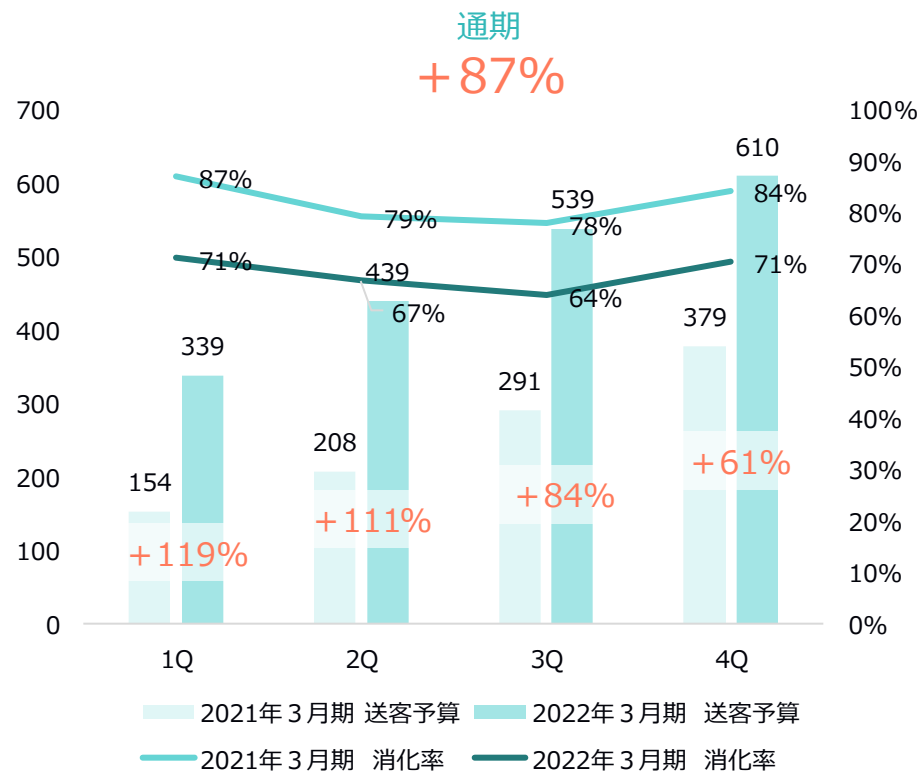
03

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

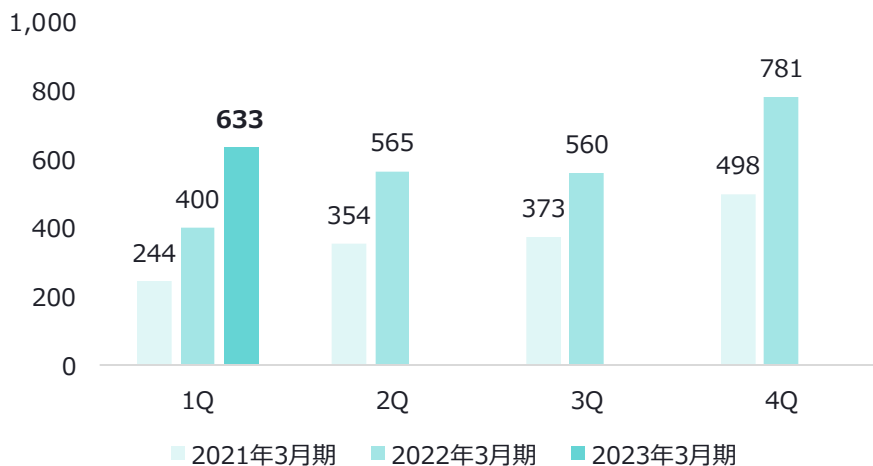


2023年3月期 第1四半期 業績

- 送客、人材紹介ともに好調でYonY +58%の増収、YonY +88%の増益となった
- 主要KPIとなる会員数、送客予算の獲得、マッチング率すべてが好調に推移

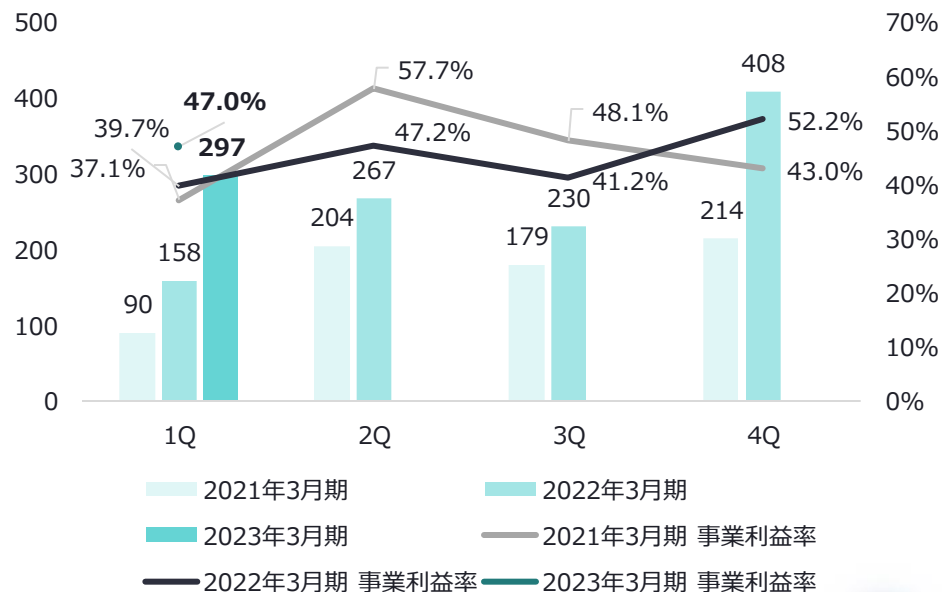
売上収益

	2023年3月期			
	通期 業績予想	1Q実績	1Q進捗率	前年比
合計	3,000	633	21%	+58%
送客	-	405	-	+57%
人材紹介	-	227	-	+61%



事業利益

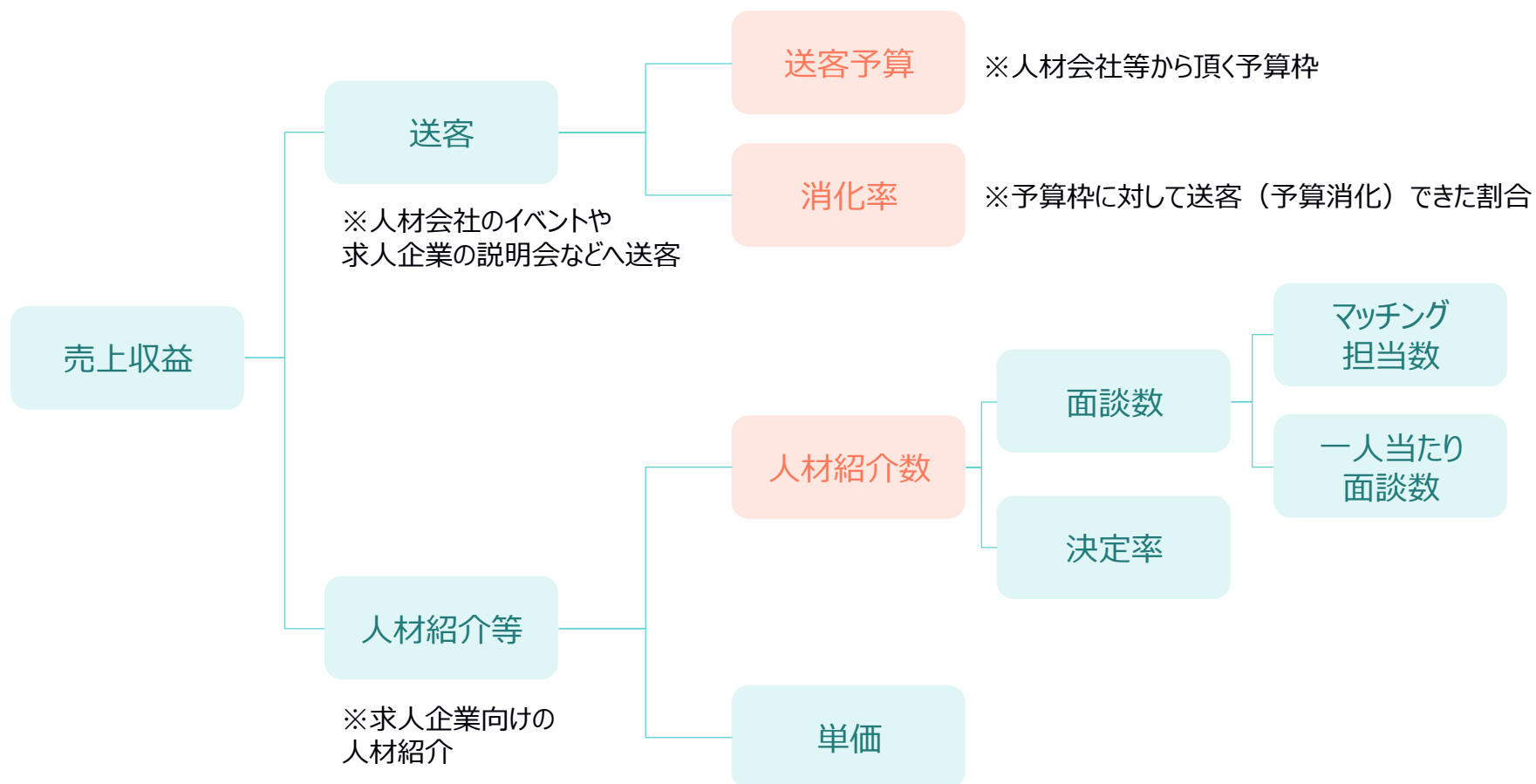
	2023年3月期			
	通期 業績予想	1Q実績	1Q進捗率	前年比
合計	1,610	297	19%	+88%



就職領域のKPIについて

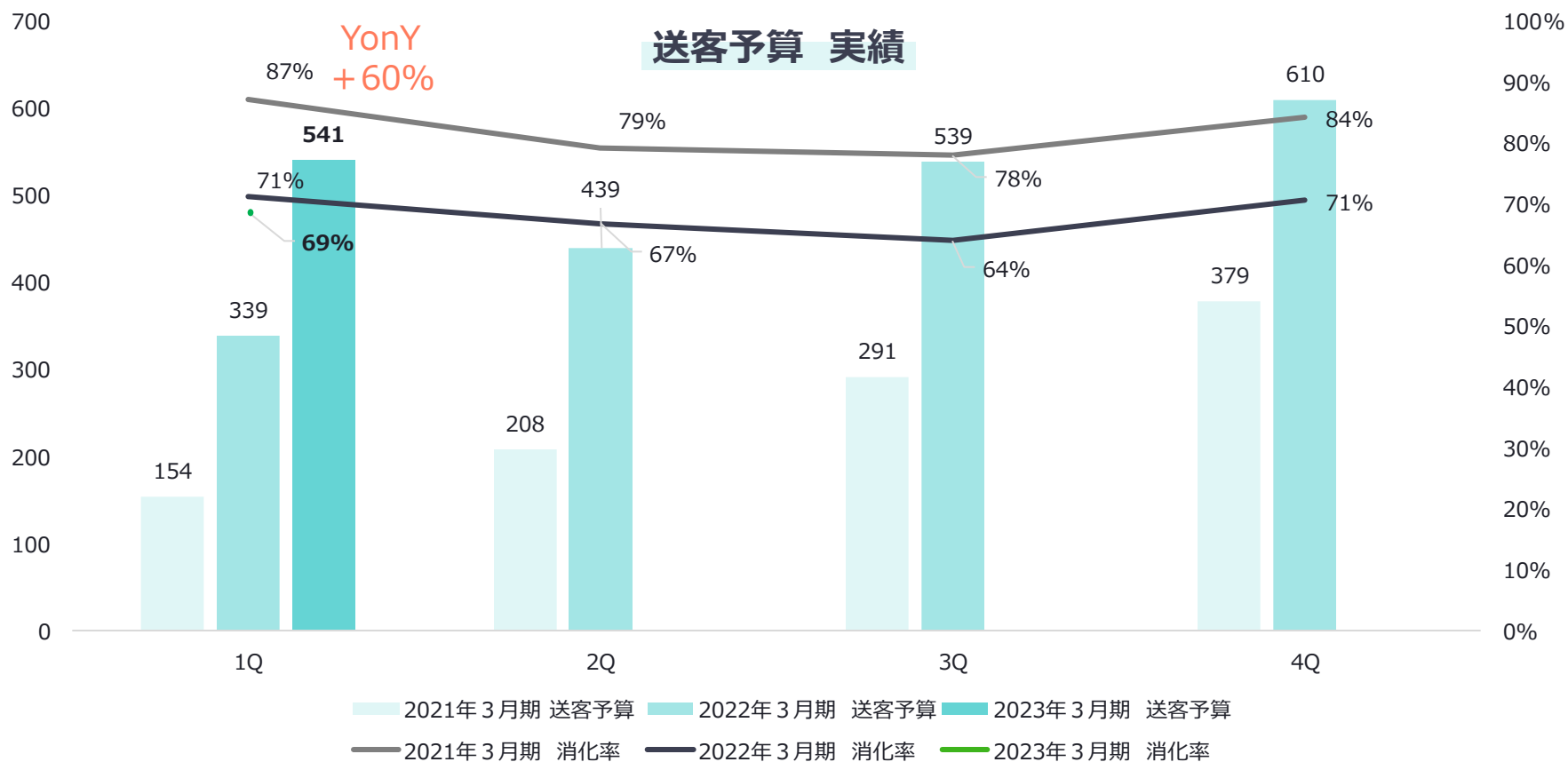
- 就職領域では、送客、人材紹介それぞれのKPIを開示している

開示しているKPI



KPI 送客予算・消化率

- 人材会社の送客予算枠は、順調に開拓が進み、**YoY + 60%** 予算枠が拡大
- 消化率は送客予算枠の拡大により低下していたが、改善傾向にあり安定的に70%前後の消化率を実現

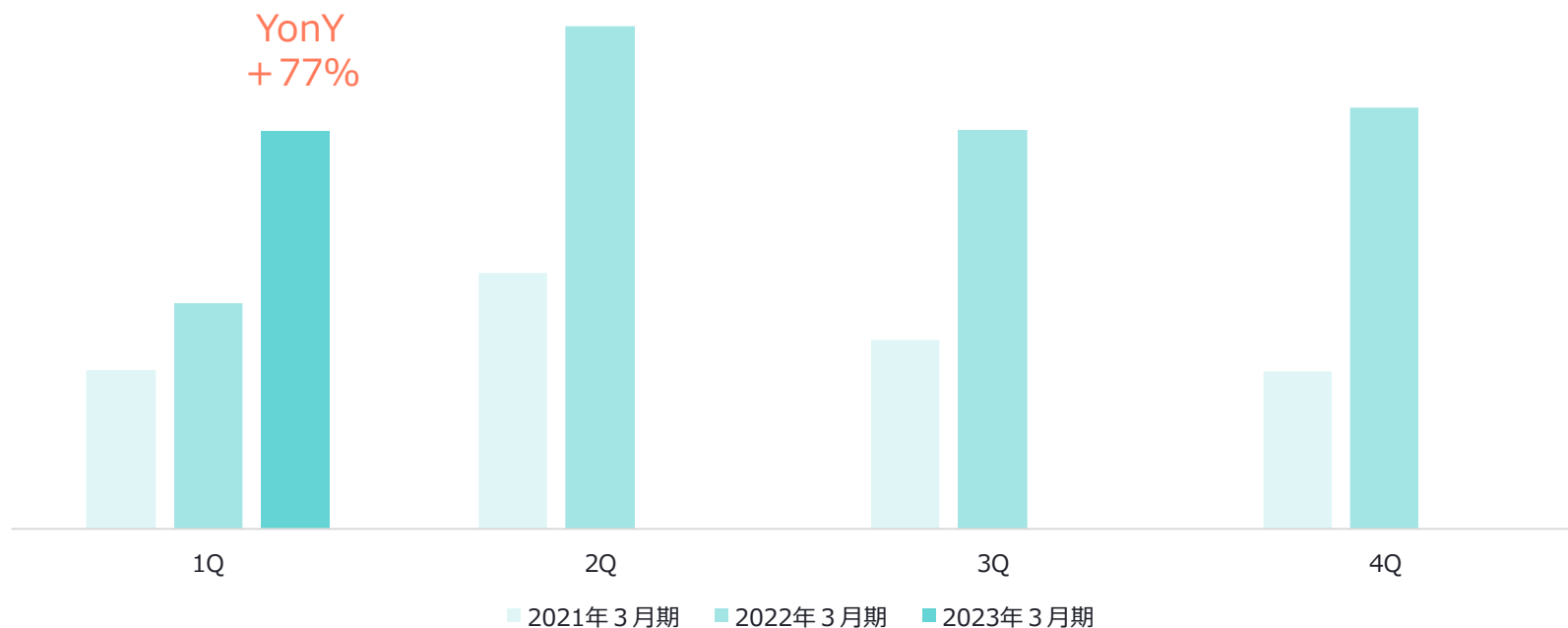


※送客の売上のうち、一部送客予算に含まれていない項目あり

KPI 人材紹介数

- マッチング担当の増員、パフォーマンス向上により、1QではYonY +77%の成長を実現
- デジタル人材育成スクールによる紹介数も大幅に増加し業績に貢献

人材紹介数 実績

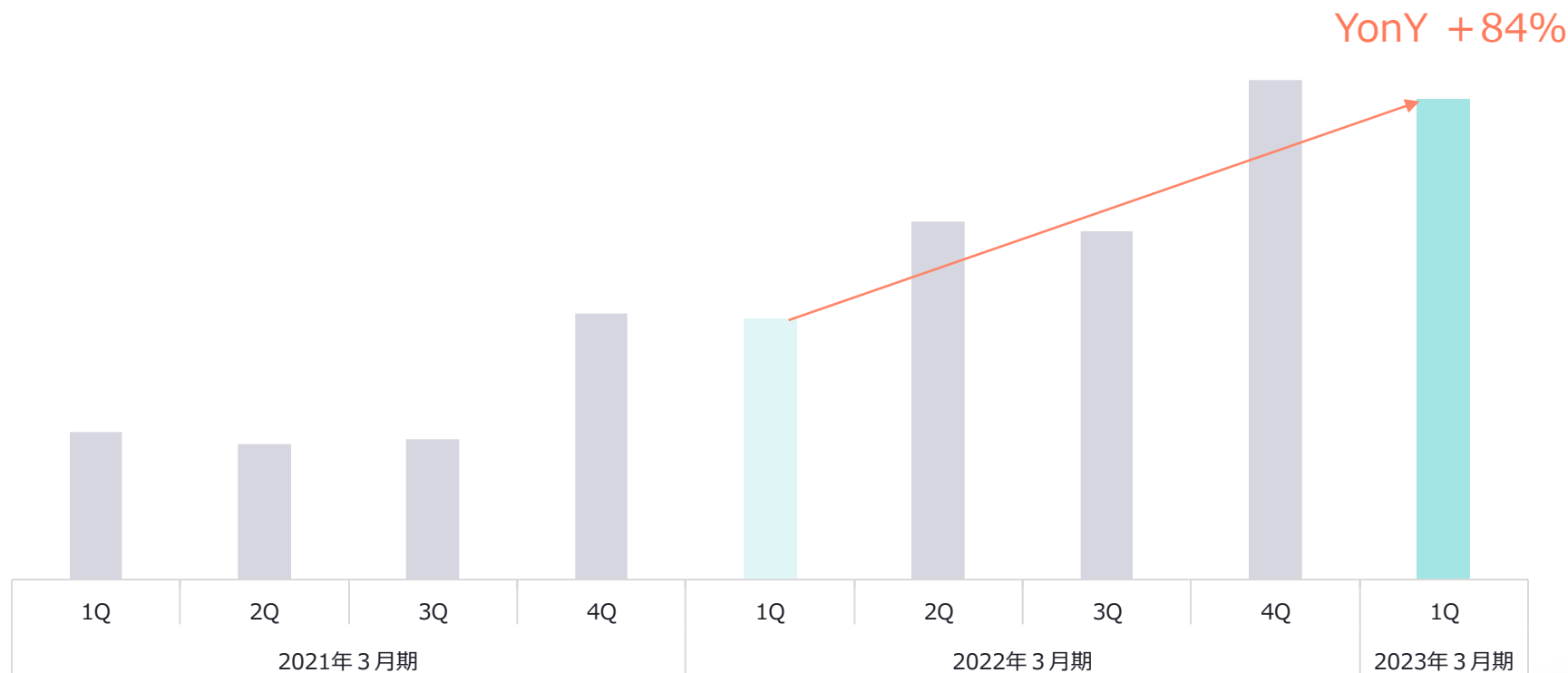


※人材紹介数に関しては、既卒、第二新卒、フリーター、デジタル人材の紹介数も含めた数値で再精査したため、22.3期通期の発表時点から微調整

【参考】就職会員のクロスセル

- 既卒、第二新卒、フリーター等を中心とした若年層向けキャリアサービスへのクロスセル売上は、**YoY + 84%**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

クロスセル売上実績

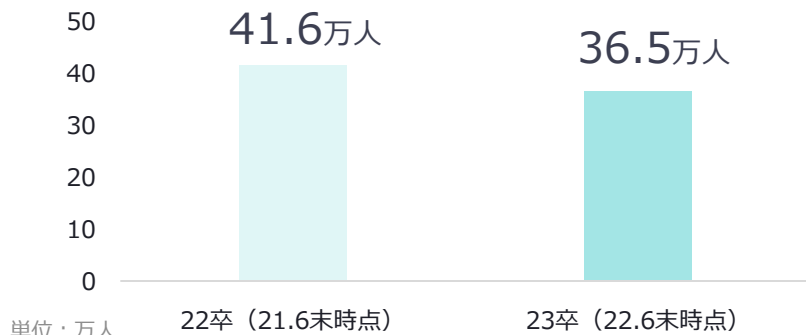


※既卒、第二新卒、フリーター等を中心とした若年層向けキャリアサービスは、大学等を卒業後、未就業の方や非正規雇用の方、就業後に早期離職をされた方等を対象

【参考】会員数

- 会員化の定義を厳格化したため、23卒は前年比で減少に見えるが、有効会員数としては変化なし
- 就職会員数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%へ
- クロスセル等へのさらなるシナジー創出を想定

会員数（2023年卒）

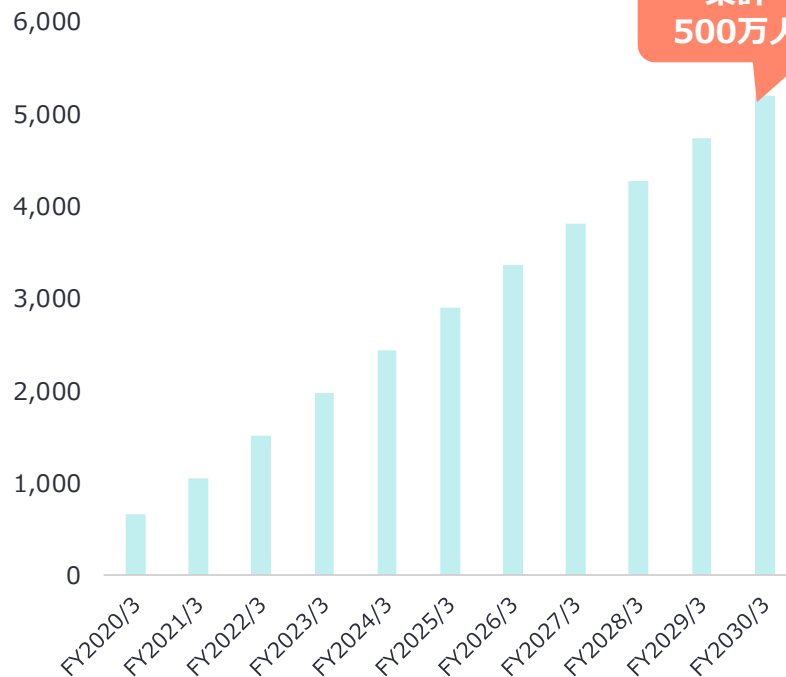


会員数（2024年卒）



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%)

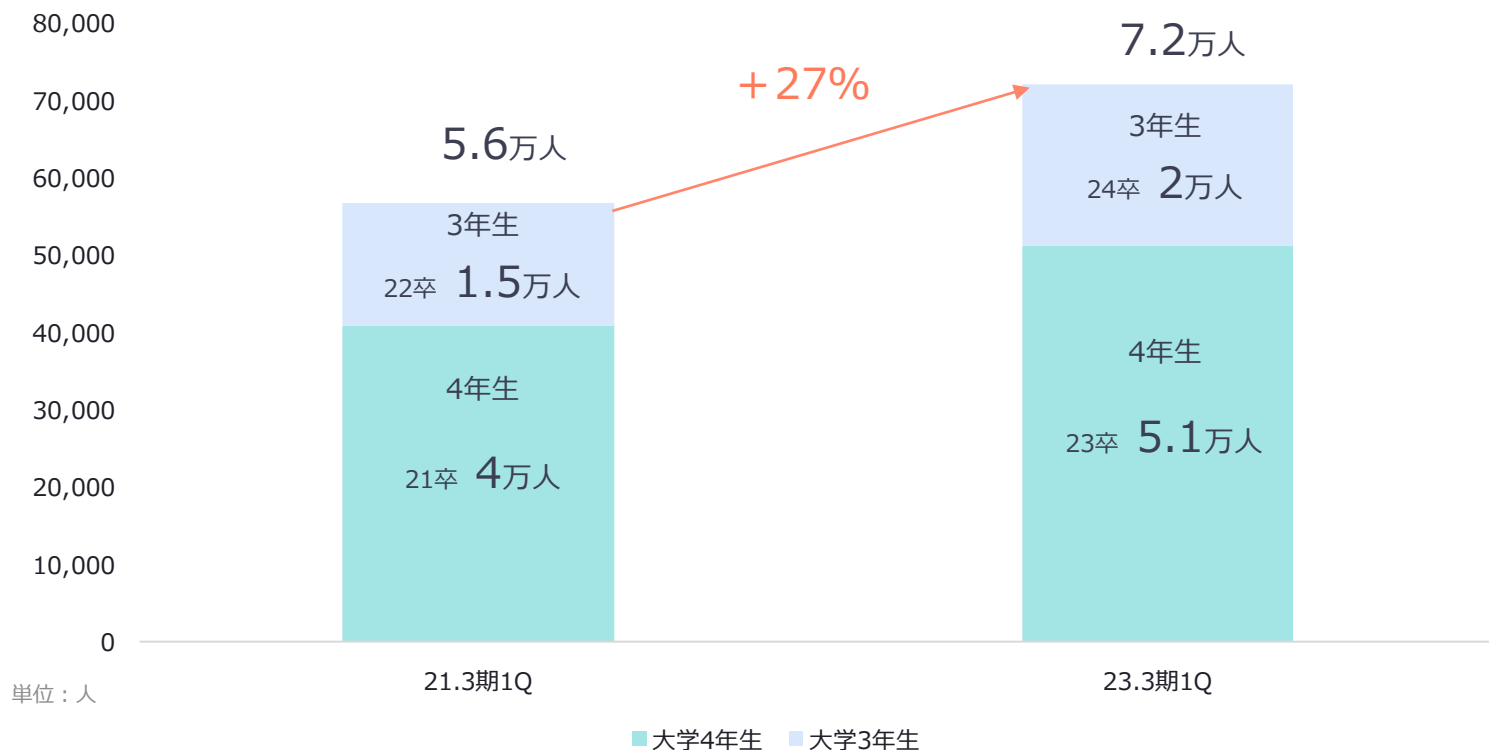


※就活生利用率：就活生全体の約60万人に対する当社会員のシェア
 ※会員数はキャリアパークと就活会議のユニーク数で算出
 ※2021年9月から会員化の定義を変更：会員としての条件を厳格化

【参考】就活会議の状況

- 就活会議のM&Aから約2年が経過。コンテンツ投資、マッチング投資等のPMIの影響で、新規会員数は四半期比較で**+27%成長**
- グループ全体の会員獲得基盤が強固になったことで、収益の安定性、成長性に貢献

就活会議 新規会員数



※2020年6月末に就活会議を買収

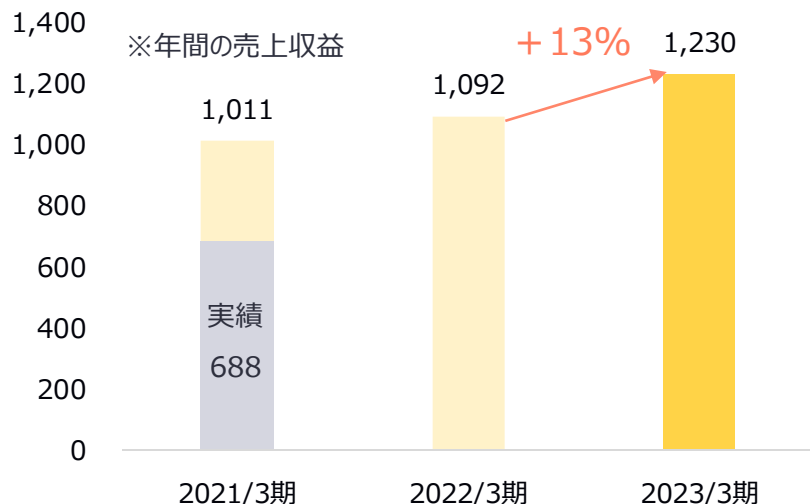
【領域別 業績・戦術・KPI】
リフォーム領域

2023年3月期 リフォーム領域 業績予想

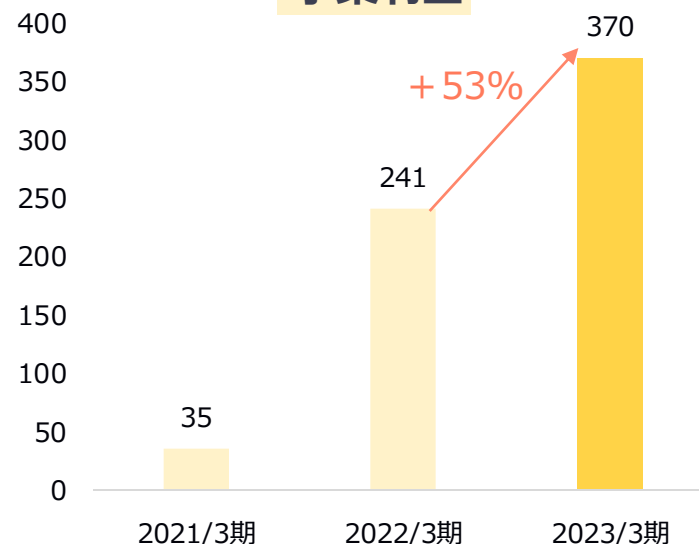
- 中期経営計画策定時の目標に対しては、22.3期より乖離が生じているが、M&A後のPMIを通じて23.3期は大きな事業利益の向上を目指す

	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

単位：百万円

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

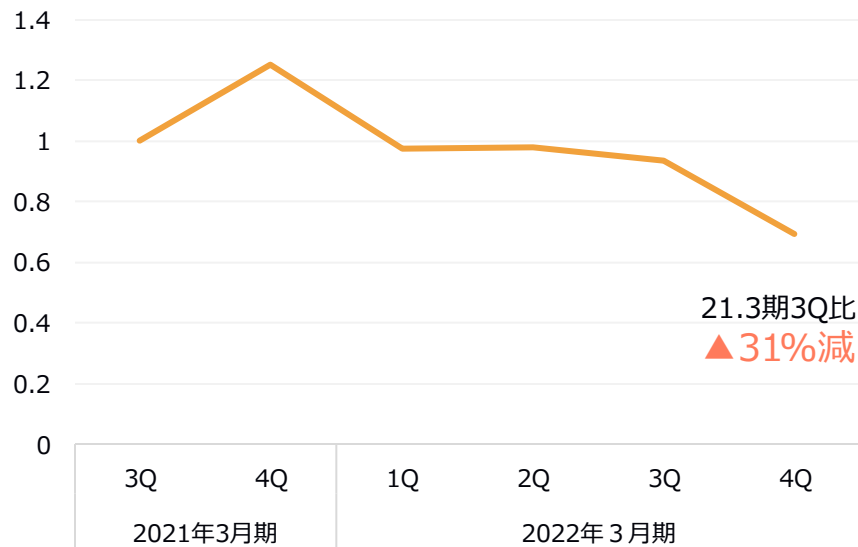
02

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



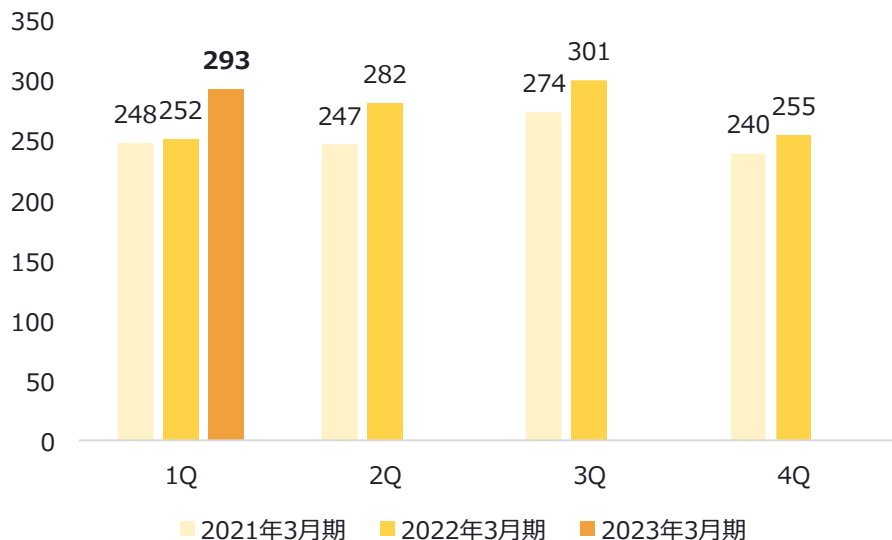
※ユーザー獲得単価（CPA）＝ユーザー1人を獲得するためにかかるコスト

2023年3月期 第1四半期 業績

- マーケティング効率化、成約業務のDX推進、積極的な業務提携の効果により、送客数、成約契約数ともに伸長し、売上収益は**YoY + 17%**増収
- 事業利益は**過去最高の四半期利益**を更新し、就職領域の収益構造に近い事業利益率へ

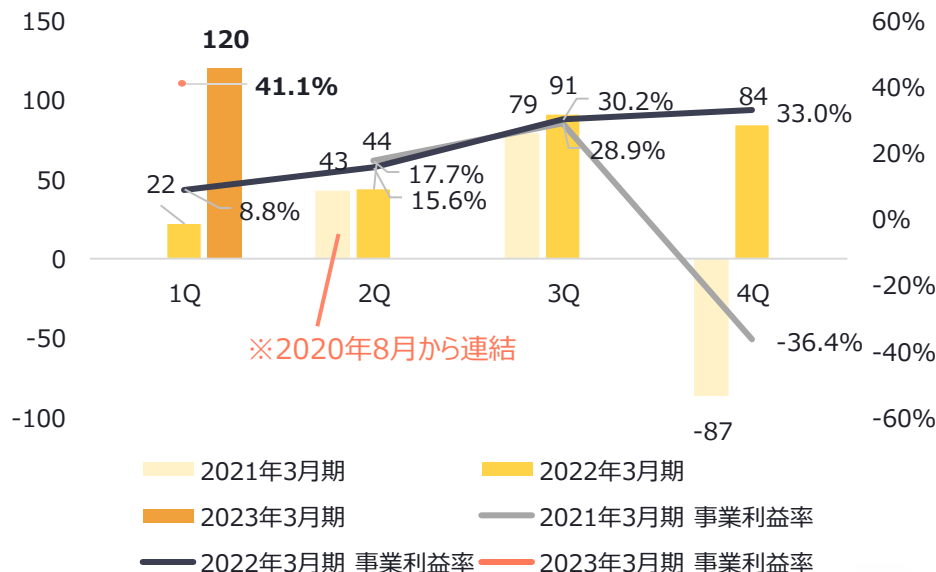
売上収益

2023年3月期			
通期業績予想	1Q実績	1Q進捗率	前年比
1,230	293	24%	+17%



事業利益

2023年3月期			
通期業績予想	1Q実績	1Q進捗率	前年比
370	120	33%	+442%

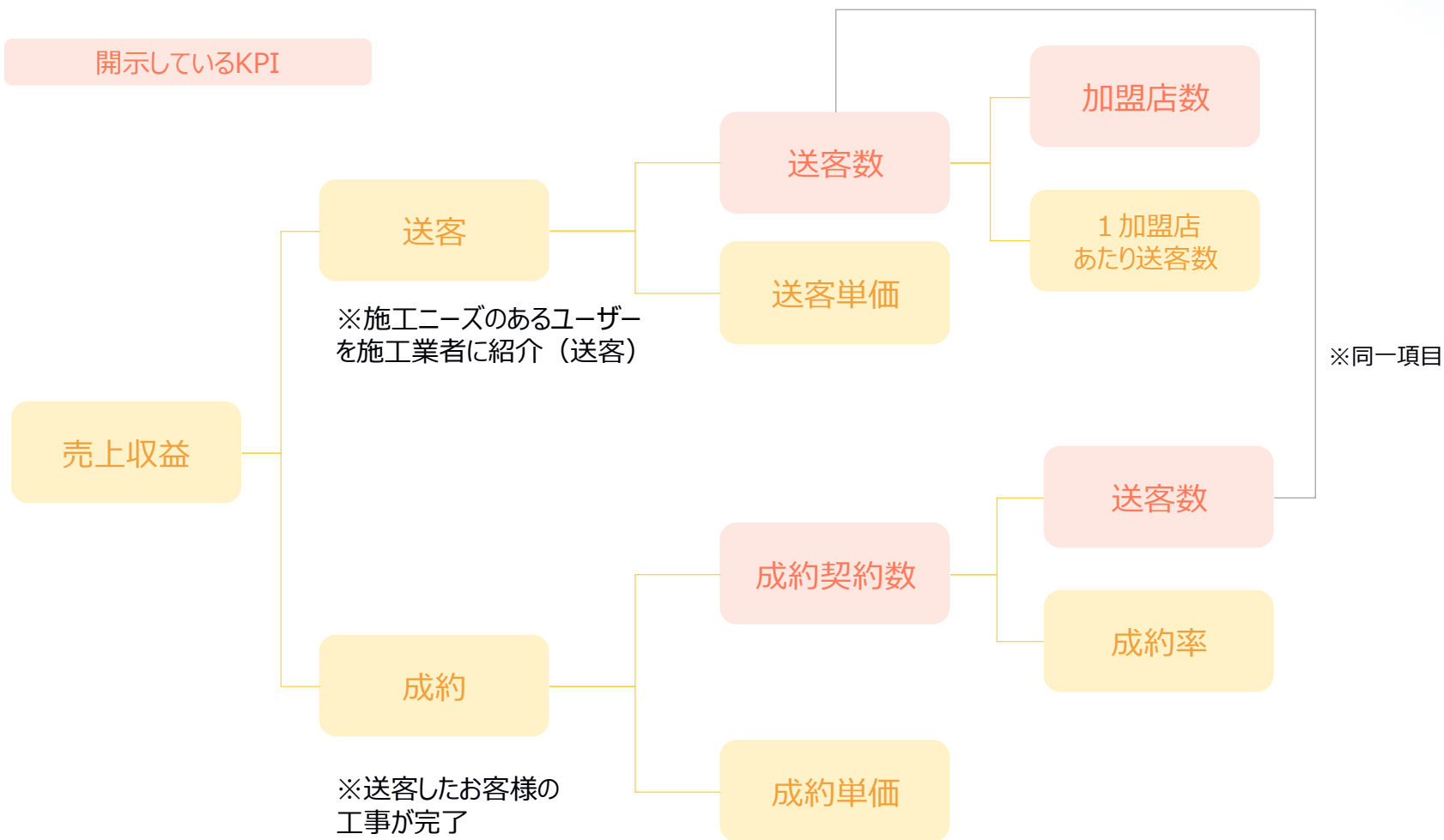


※2020年7月末に「外壁塗装の窓口」を買収したため、2020年8月から連結化となるが、参考として買収以前の業績を開示。

※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

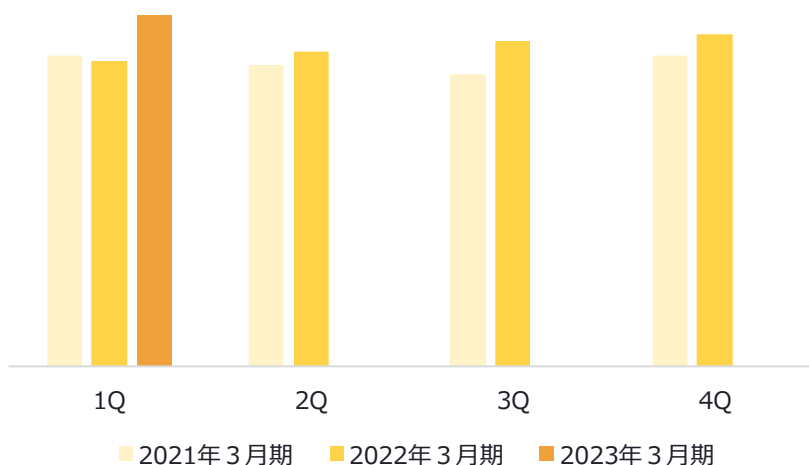


KPI 送客数・成約契約数

- 専任アドバイザー制の導入により成約率が上昇し、1Qの成約契約数はYonY +23%と大幅に増加
- 成約契約数が向上したことで、加盟店の満足度向上、サービスの継続率上昇につながり、送客数もYonY +15%と好調

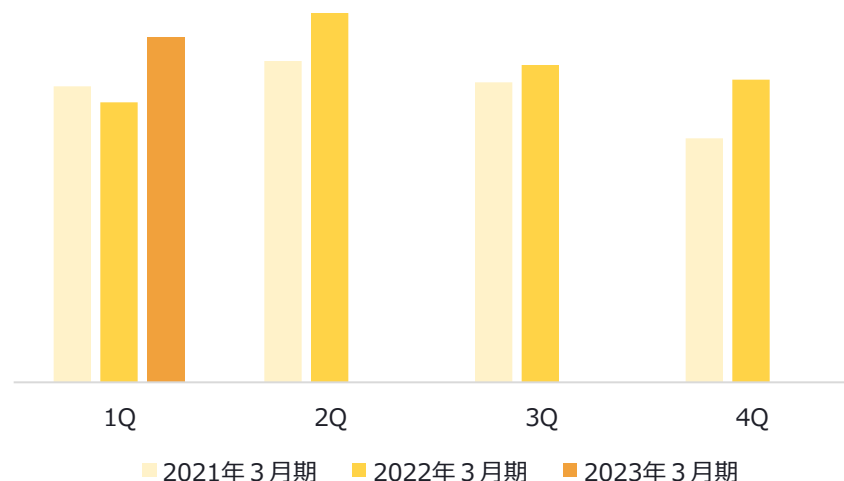
送客数 実績

YonY
+15%



成約契約数 実績

YonY
+23%



※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

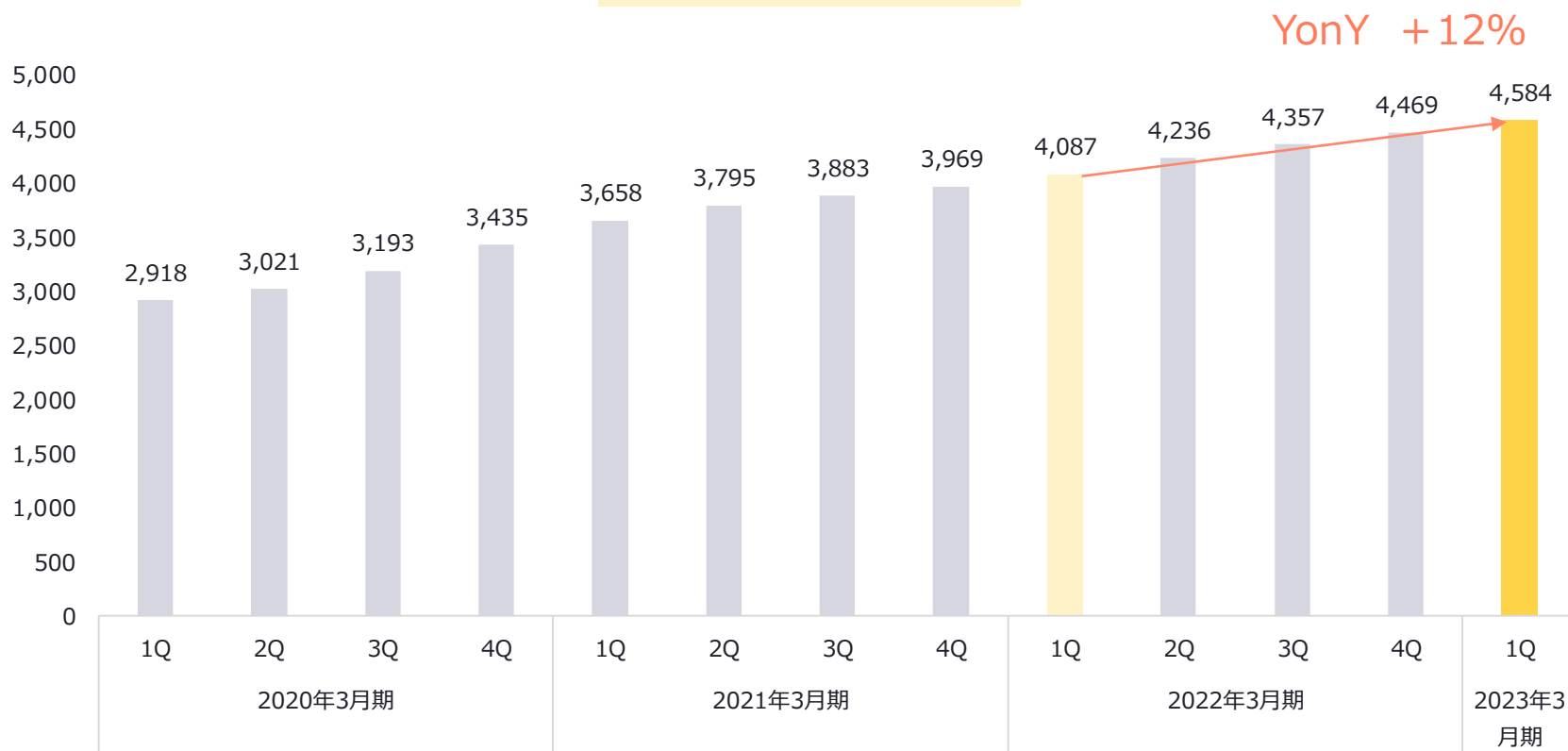
※成約契約数：送客したお客様のうち、成約し工事まで完了した数

KPI 加盟店数の推移



- 累計加盟店数は6月末時点で4,584社とYonY +12% (497社) 増加

累計加盟店数の推移

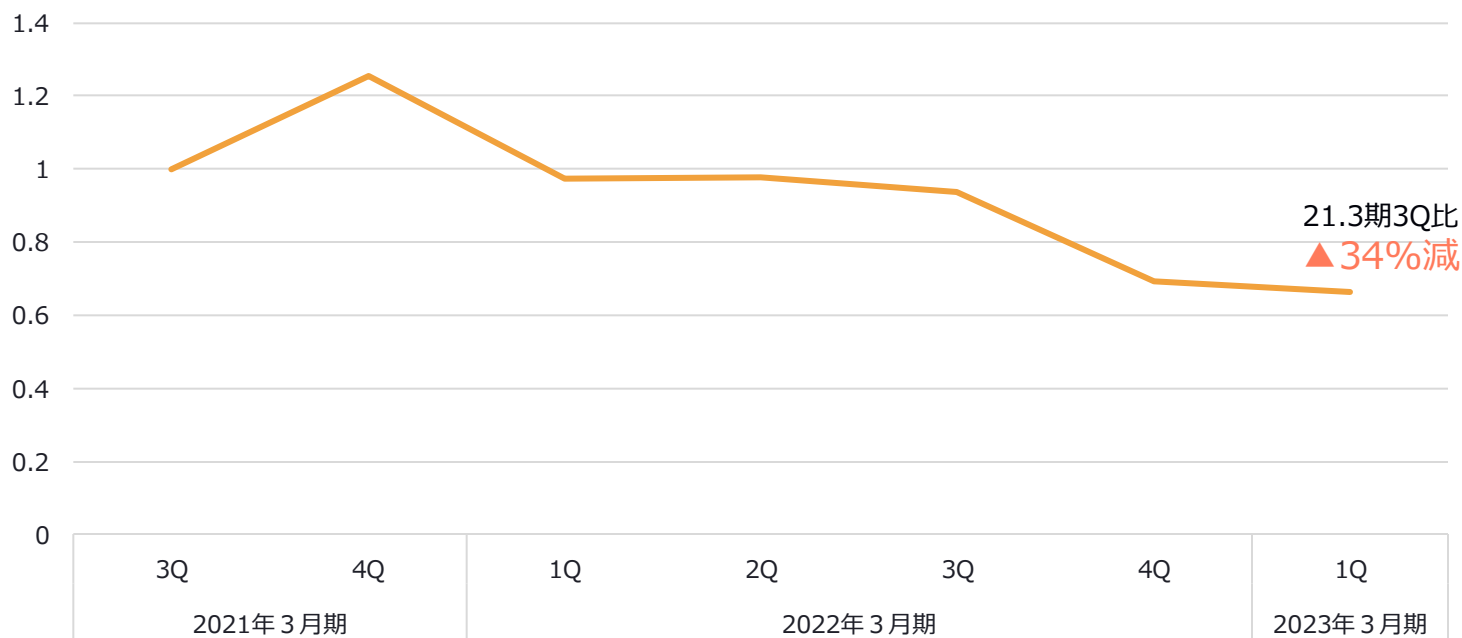


KPI ユーザー獲得単価 (CPA)

- 買収後のPMIによりマーケティング効率化が進み、順調にCPAは減少し、21.3期3Q比で**34%コスト減**

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

PMI進捗状況



- 2020年7月末にドアーズ社を買収してから2年が経ち、様々なテストマーケティングで前期は成長率が鈍化した
が、今期は大幅な利益成長を想定

01

マーケティング効率化

- 1ユーザーあたりの集客コストの指標となるユーザー獲得単価（CPA）は、23.3期1Qにおいても、21.3期3Qと比較して、**34%減少**し、集客コストは順調に下がっている

02

成約業務のDX推進

- 専任アドバイザー制を導入することで、23.3期1Qの成約契約数は前年同期比**+23%**
- 加盟店の満足度向上、及び生産性向上による当社サービスの継続率の上昇というプラスの効果も

03

積極的な業務提携

- 22.3期に積極的に推進した大手企業との業務提携により、送客数、成約数が増加
- プラットフォーム力向上の施策も成約率向上に寄与

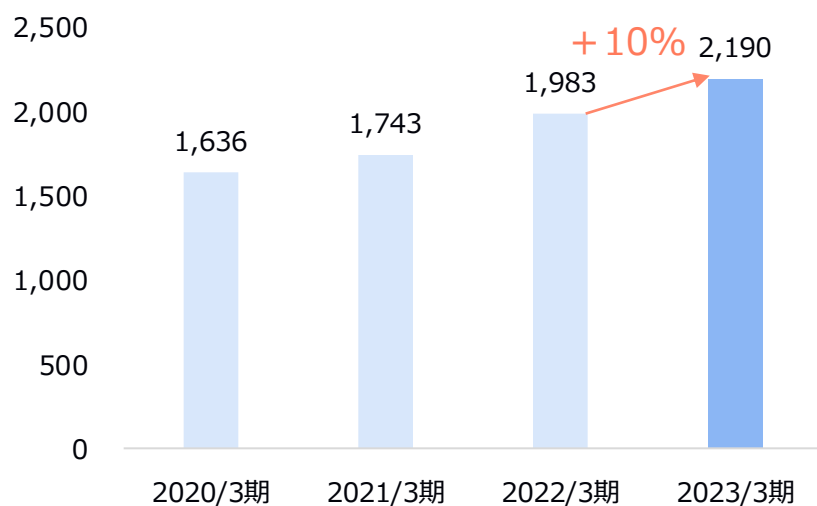
【領域別 業績・戦術・KPI】
カードローン領域

2023年3月期 カードローン領域 業績予想

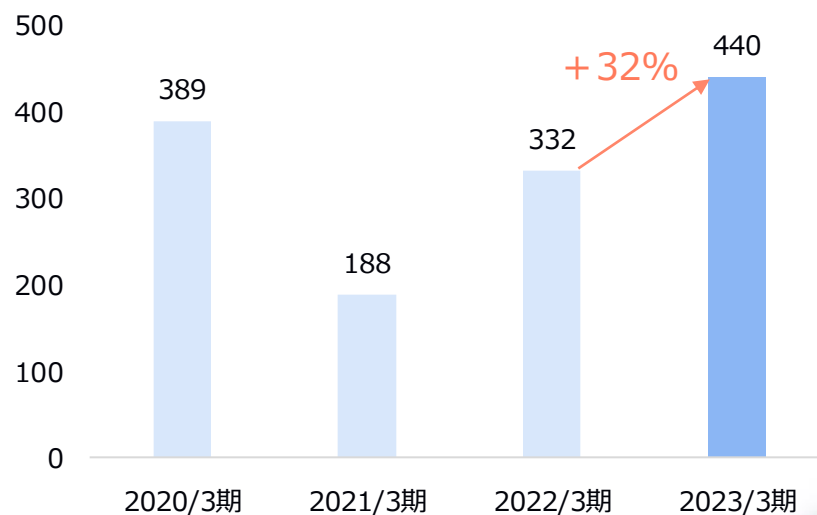
- 22.3期から継続している新型コロナウイルスの長期化による顧客予算縮小から一定程度の回復を見込んでいるものの、大きな予算増加は見込みづらいため、事業利益を優先した運営を行う

	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





- 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

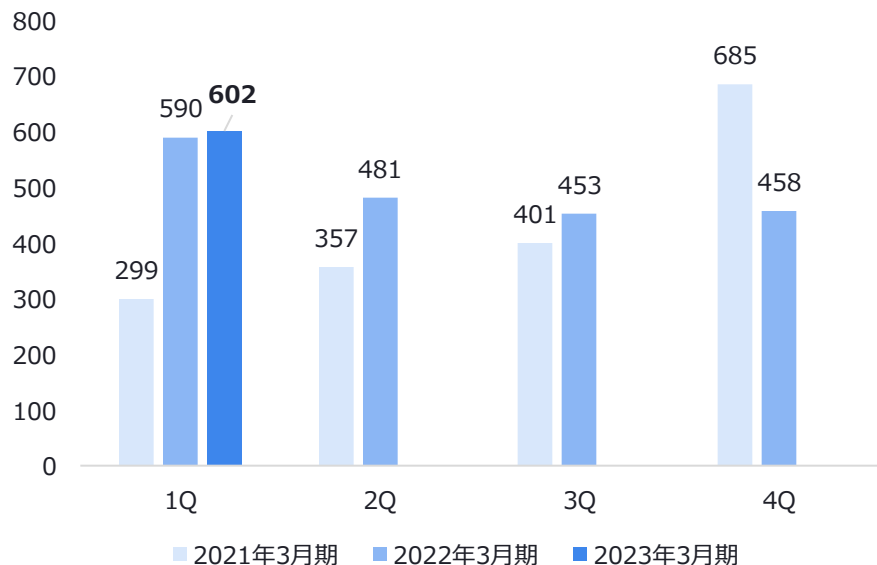
大手消費者金融事業者
※社名非公開

2023年3月期 第1四半期 業績

- 事業利益を重視する方針で、マーケティング効率化及び金融機関DX事業によるアライアンスメディアが好調で、顧客予算縮小前の前期1Qと同水準の業績まで回復

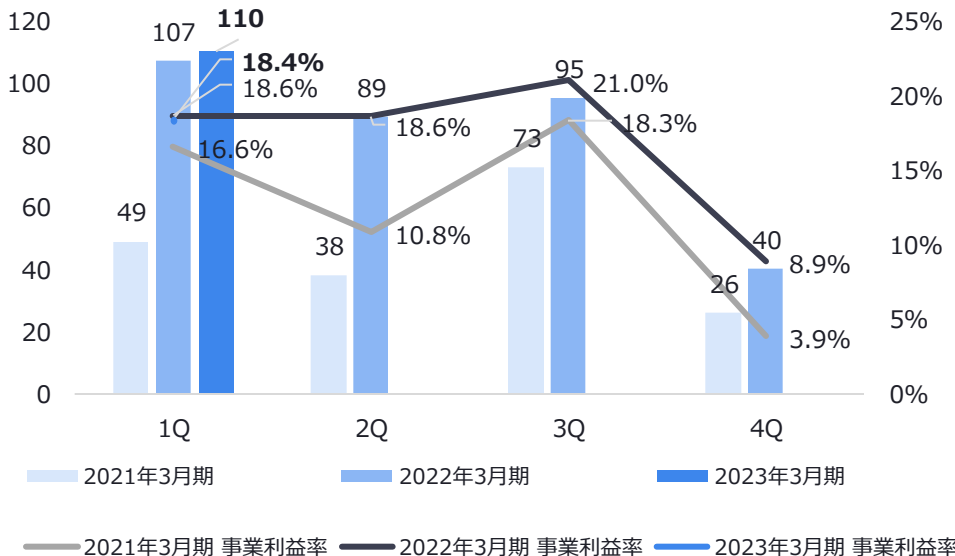
売上収益

2023年3月期			
通期業績予想	1Q実績	1Q進捗率	前年比
2,190	602	28%	+2%



事業利益

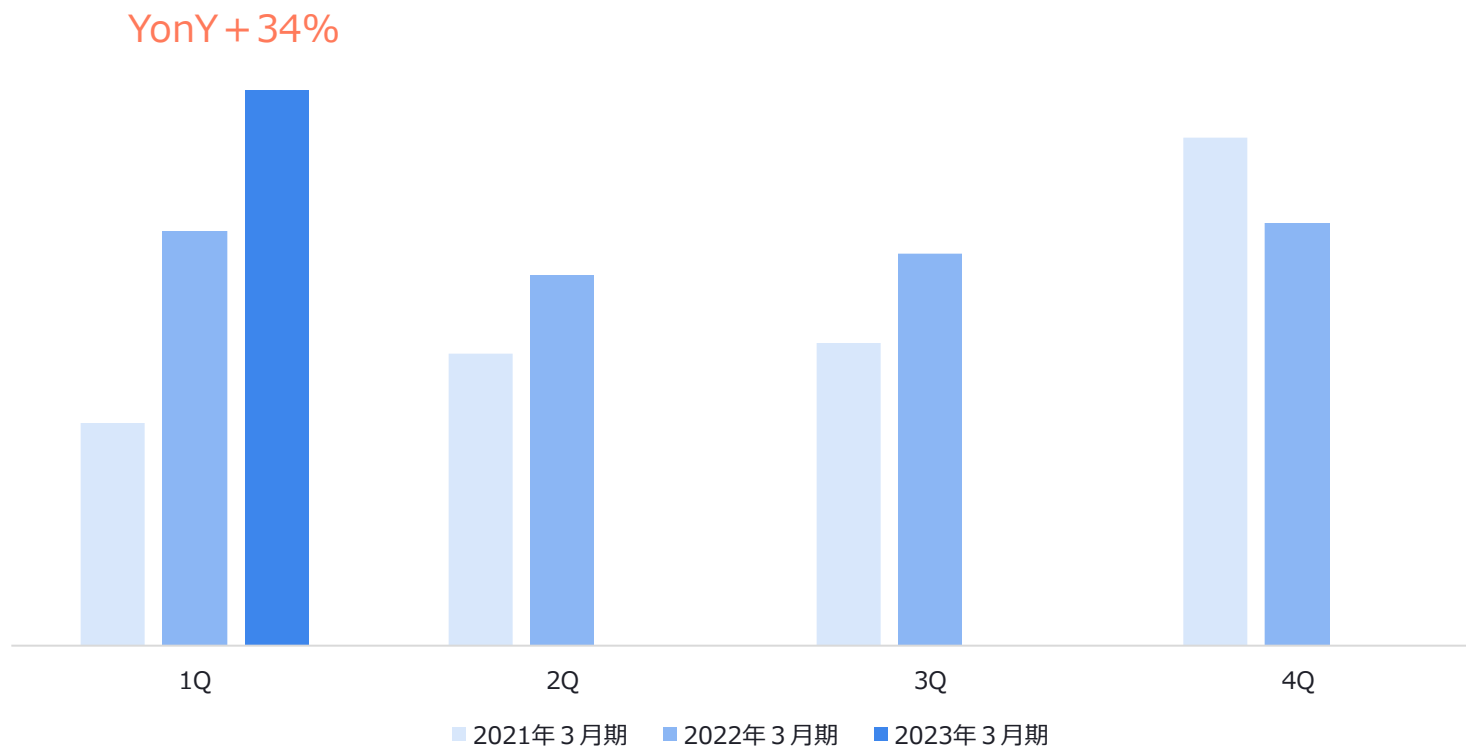
2023年3月期			
通期業績予想	1Q実績	1Q進捗率	前年比
440	110	25%	+4%



KPI 送客数

- マーケット環境は復調傾向にあり、送客数はYonY + 34%増加
- 一方、送客単価は減少したため、増収にはつなげっていない

送客数 実績



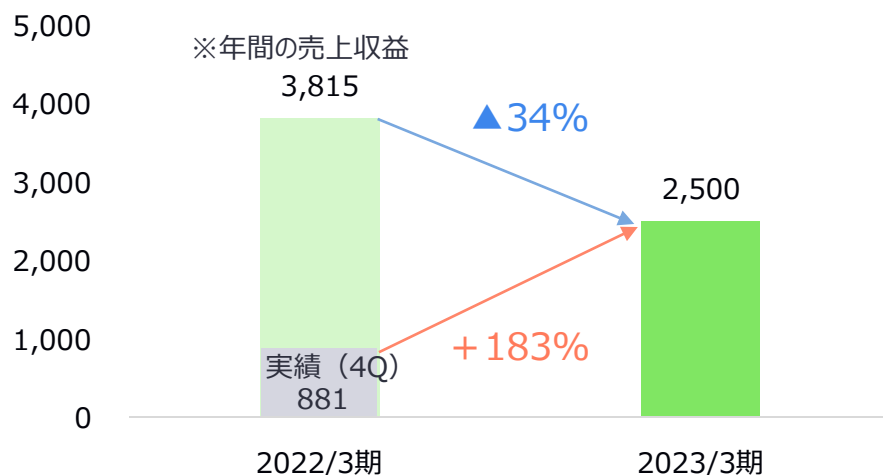
【領域別 業績・戦術・KPI】
エネルギー領域

2023年3月期 エネルギー領域 業績予想

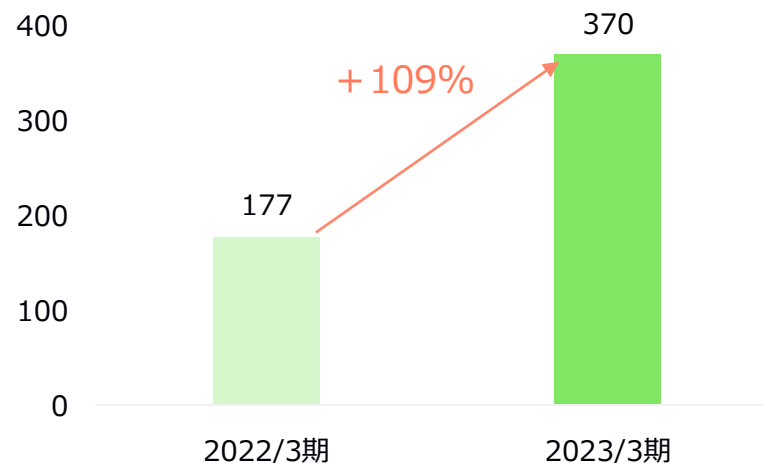
- ユーザーの新電力の契約ニーズは高く、マッチング効率の改善を通じた成約率の向上を図り、取次件数ベースでは、22.3期と同水準以上を目指す。が、厳しい市場環境の影響で取次単価の低下が見込まれるため、減収減益を想定

	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

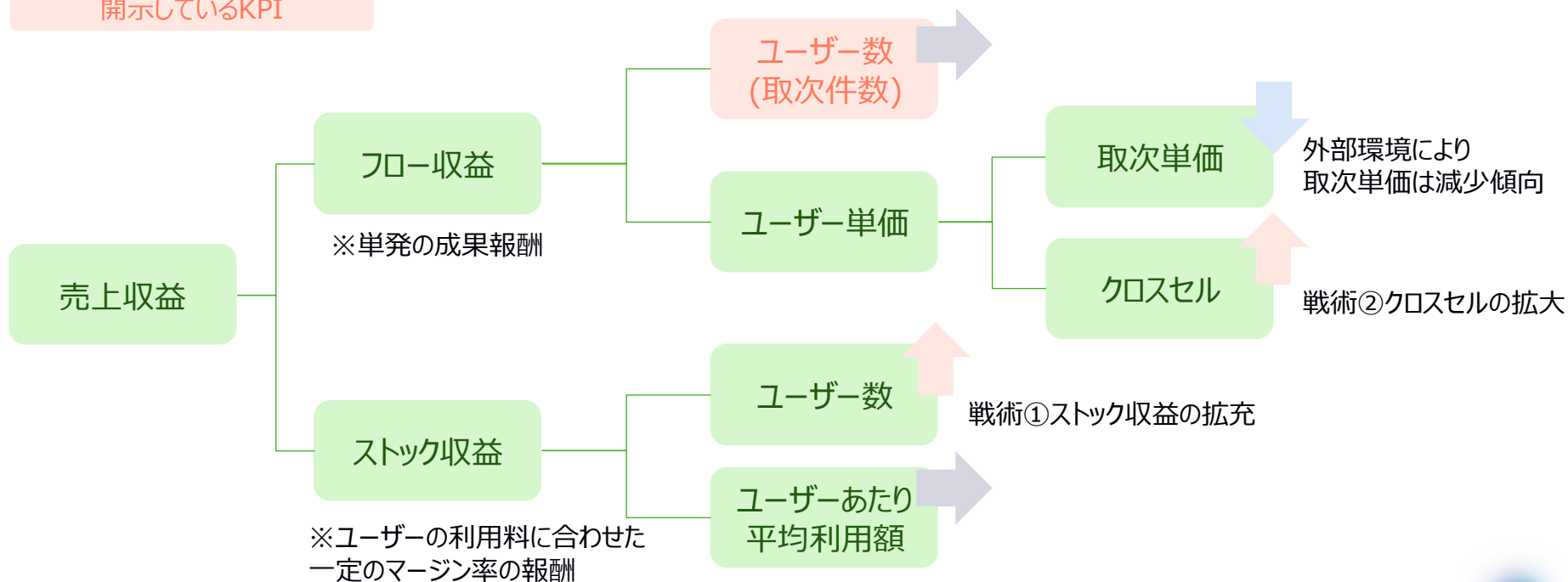
- 電力事業者のニーズにも応え、個人向け電力取次においてもストック収益を拡充

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

開示しているKPI

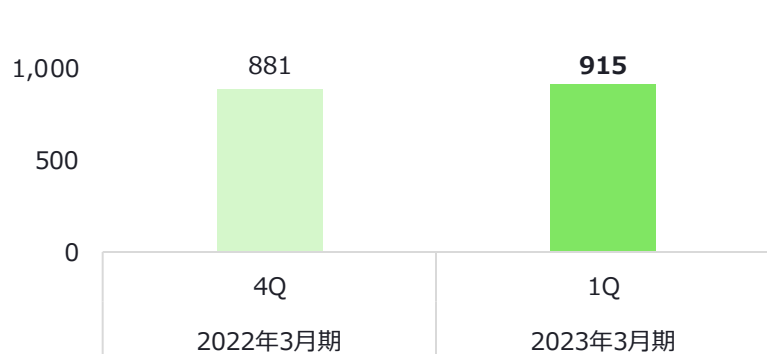


2023年3月期 第1四半期 業績

- マーケット状況の悪化により、電力取次単価の下落の影響はあったものの、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、通期業績予想に対して好調な進捗率となった

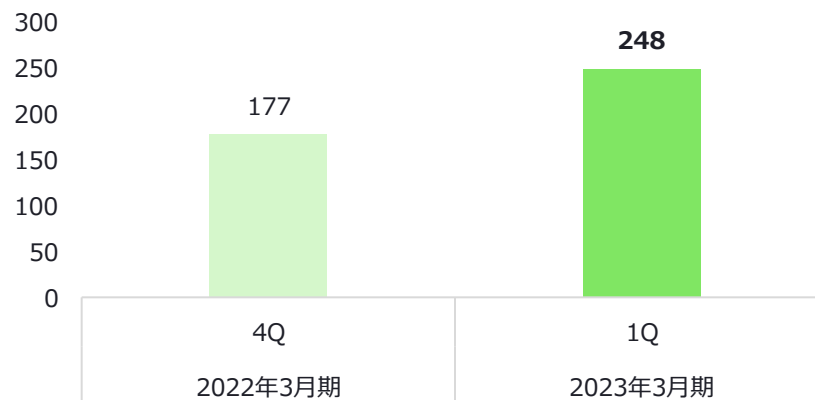
売上収益

2023年3月期			
通期業績予想	1Q実績	1Q進捗率	前年比
2,500	915	37%	-



事業利益

2023年3月期			
通期業績予想	1Q実績	1Q進捗率	前年比
370	248	67%	-



※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前期比較は非開示

マーケット環境の状況について

- 電力取次単価は想定範囲内で下落し、今後も単価の下落傾向は続く見通したが、今後エネルギー領域の市場が安定化となった場合には電力取次単価の正常化が見込まれ、売上収益・利益率改善が図れる見込み

	23.3期1Qの状況	23.3期2Q以降の影響
マイナス	<ul style="list-style-type: none"> ● 電力会社の新規顧客獲得姿勢、顧客獲得コスト負担余力の低下 ● 一部の新電力事業者の事業撤退や廃業（撤退、停止となっている各社と直近での取引実績はない） ● 電力取次単価の低下（通期業績予想発表時の想定範囲内での下落） 	<ul style="list-style-type: none"> ● 電力事業者の取次単価の低下は想定通り進行 ● 当社が取引している一部の大手電力事業者の中で、2Qから新規顧客獲得の一時停止が見込まれる
プラス	<ul style="list-style-type: none"> ● 電気料金の高騰によるユーザーの電力会社切替ニーズの高まり ● 引越しをはじめとしたライフスタイルの変化を契機とした新規契約へのニーズ ● ユーザーニーズに対応した当社コンシェルジュによる成約率は上昇傾向 	<ul style="list-style-type: none"> ● 取次件数は前年同水準または伸長していくようマッチング効率の改善を図る ● 収益力改善に向けてガス等のクロスセル強化を継続

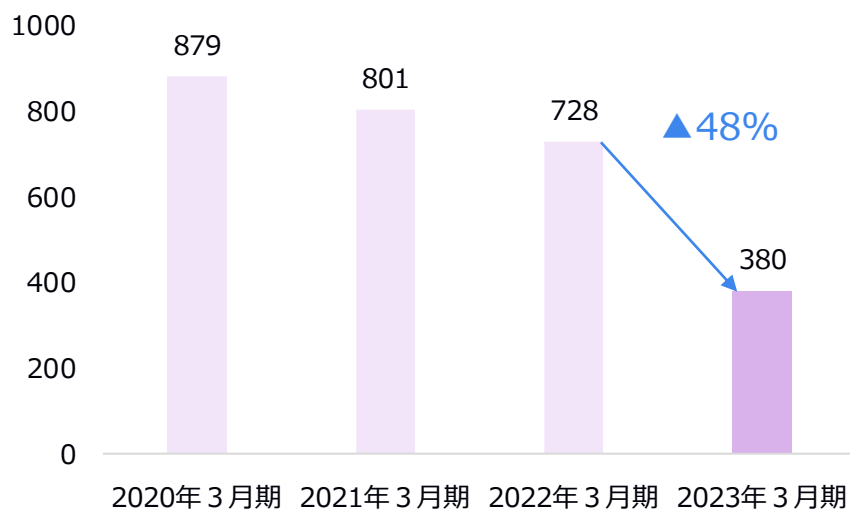
【領域別 業績】
新規・その他領域

2023年3月期 新規・その他領域 業績予想

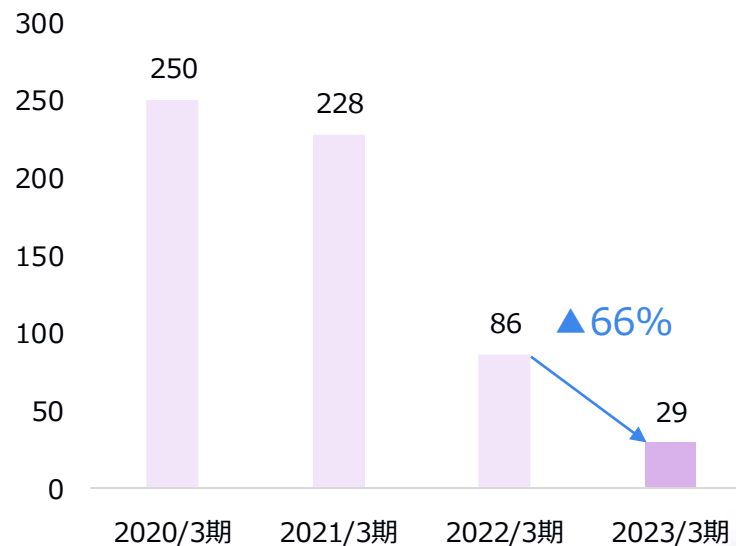
- INE社のM&Aによるエネルギー領域への移管や、一部事業の撤退、非注力化、事業ポートフォリオの一部見直しを行うため、減収減益を想定

	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



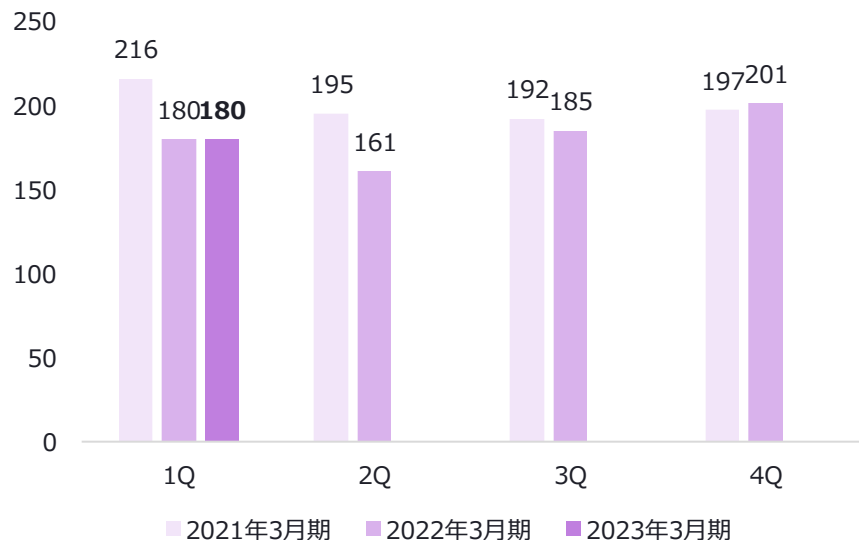
単位：百万円

2023年3月期 第1四半期 業績

- 事業撤退などポートフォリオの見直しを実施したため減益

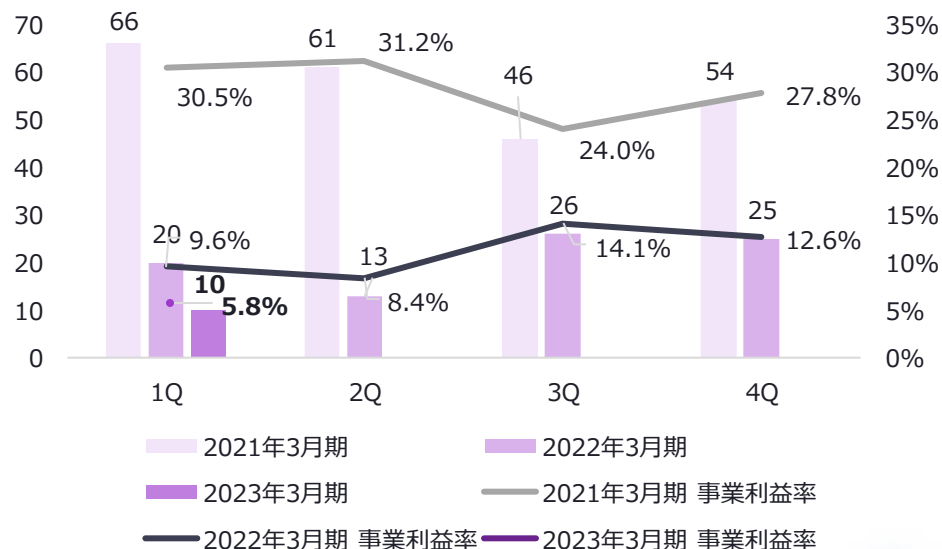
売上収益

2023年3月期			
通期業績予想	1Q実績	1Q進捗率	前年比
380	180	47%	-



事業利益

2023年3月期			
通期業績予想	1Q実績	1Q進捗率	前年比
29	10	36%	▲50%

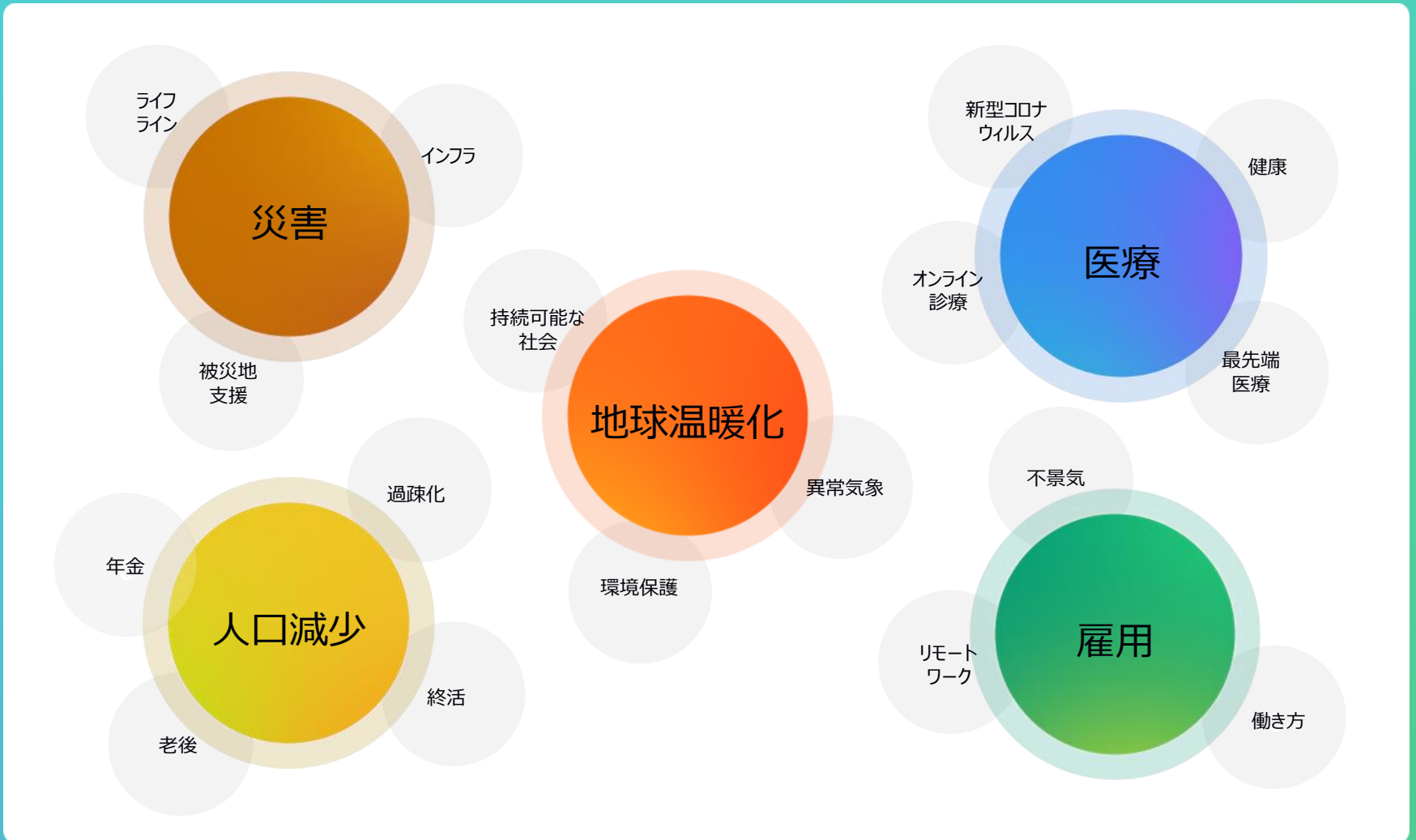


03

ESG・SDGsへの取り組み

日本が抱える社会課題

- 課題先進国と呼ばれる日本には、何十年と未だ解決されていないままの社会課題が多く存在している



ミッション

世界中に、アタリマエとシアワセを。

社会課題を抱える領域において、あったらいいだけでなく、なくてはならないを創出し、社内外全ての人を幸せにする

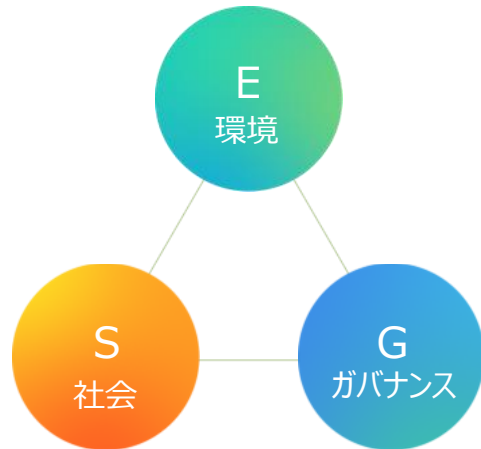
目指す社会

非日常領域の
意思決定支援で人々を幸せに

PORTのESG・SDGsポリシー

ミッションの実現に向けて、様々な社会が抱える課題を事業を通じて解決することを目指しています。

そのため、ESG・SDGsの取り組みについても経営上の重点事項であると認識し、積極的に推進していきます。



PORTのESG・SDGsポリシー

- ミッション実現に向けて、各領域の「事業」を通じて様々な社会課題を解決すること、それを運営する「組織」の強化、「ガバナンス」の徹底による透明性の高い企業経営、この3つの観点を主軸として推進していく
- 本取り組み自体が、結果的に当社の競争力の源泉になると考える

事業

当社が取り組む事業自体が、直接的な社会課題の解決につながる



組織

多様な人材が活躍でき、働きがいのある組織であること



ガバナンス

内外の人材を登用した、透明性の高い、強固なガバナンス体制であること



具体的な施策一覧

	ESGテーマ	具体的な取り組み	SDGs
E	地球環境に配慮した企業・事業活動	<ul style="list-style-type: none"> 業務のオンライン化によるペーパーレス化への貢献 再生可能エネルギーの普及に向けた活動 不動産の耐用年数向上（廃材の減少） 	7 11
	DXによる業界変革	<ul style="list-style-type: none"> 非日常領域におけるユーザーの意思決定支援 事業者の生産性向上 	9
S	事業	<ul style="list-style-type: none"> 平等な雇用機会の提供 	4 5 8
	地域経済の活性化	<ul style="list-style-type: none"> 宮崎県日南市、島根県隠岐郡西ノ島町にサテライトオフィスを設置 地方創生支援事業を通じて、雇用政策、デジタル化を支援 	8 11
	オンライン診療の推進	<ul style="list-style-type: none"> オンライン診療サービスの提供 大学との共同研究、無医地区での医療過疎対策 	3
	金融リテラシーの向上	<ul style="list-style-type: none"> 借りる、増やす、貯めるなど、さまざまなマネーライフの情報提供 	4
	組織	<ul style="list-style-type: none"> 働きがいのある環境 	8
G	ガバナンス	<ul style="list-style-type: none"> 多様な人材の活躍 	5
	ガバナンスの強化	<ul style="list-style-type: none"> ガバナンス体制の強化（監査等委員会設置会社への移行） 透明性の高いガバナンス体制（社外取締役比率60%、女性取締役比率20%） 各種委員会の設立をはじめ、リスクマネジメントの強化 	17

04

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>

23.3期1Q決算説明会

2022/8/15 (月) 18:00-

登録はこちら

https://us02web.zoom.us/webinar/register/WN_9tqE00AHRZSfVa0Zlmv0RQ

個人投資家向け説明会

2022/9/8 (木) 19:00-20:00

登録はこちら

https://us02web.zoom.us/webinar/register/WN_E7YksqX5RyaJUxcORIZuHw

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>

05

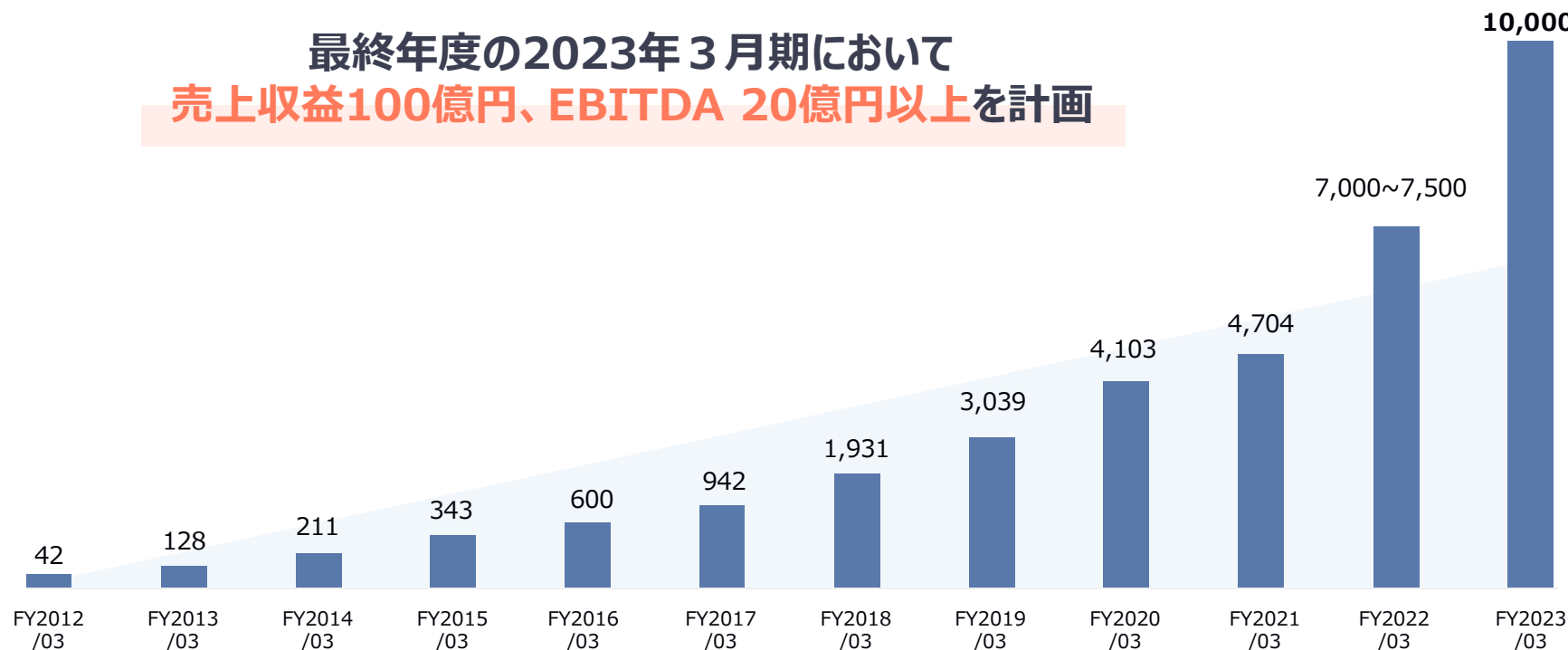
Appendix

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

- 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	810
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

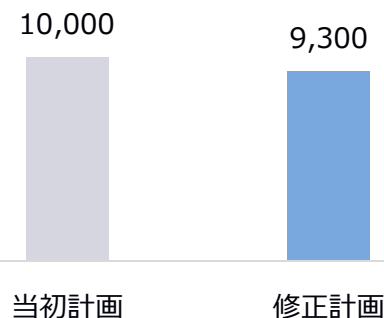
単位：百万円

2023年3月期 業績予想の修正について

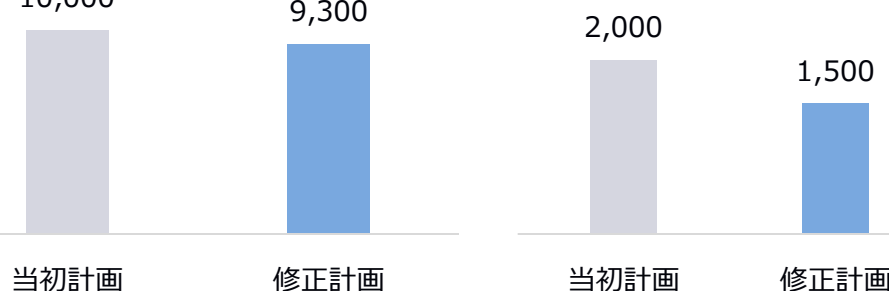
- 深刻な外部環境の状況を勘案し、当社として再精査を行った結果、現時点で達成可能な業績計画へ、各領域の計画を保守的に再精査
- ただし、社内では、当初中期経営計画の達成に向けて、あらゆる施策を講じていくスタンスで達成を目指す

	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



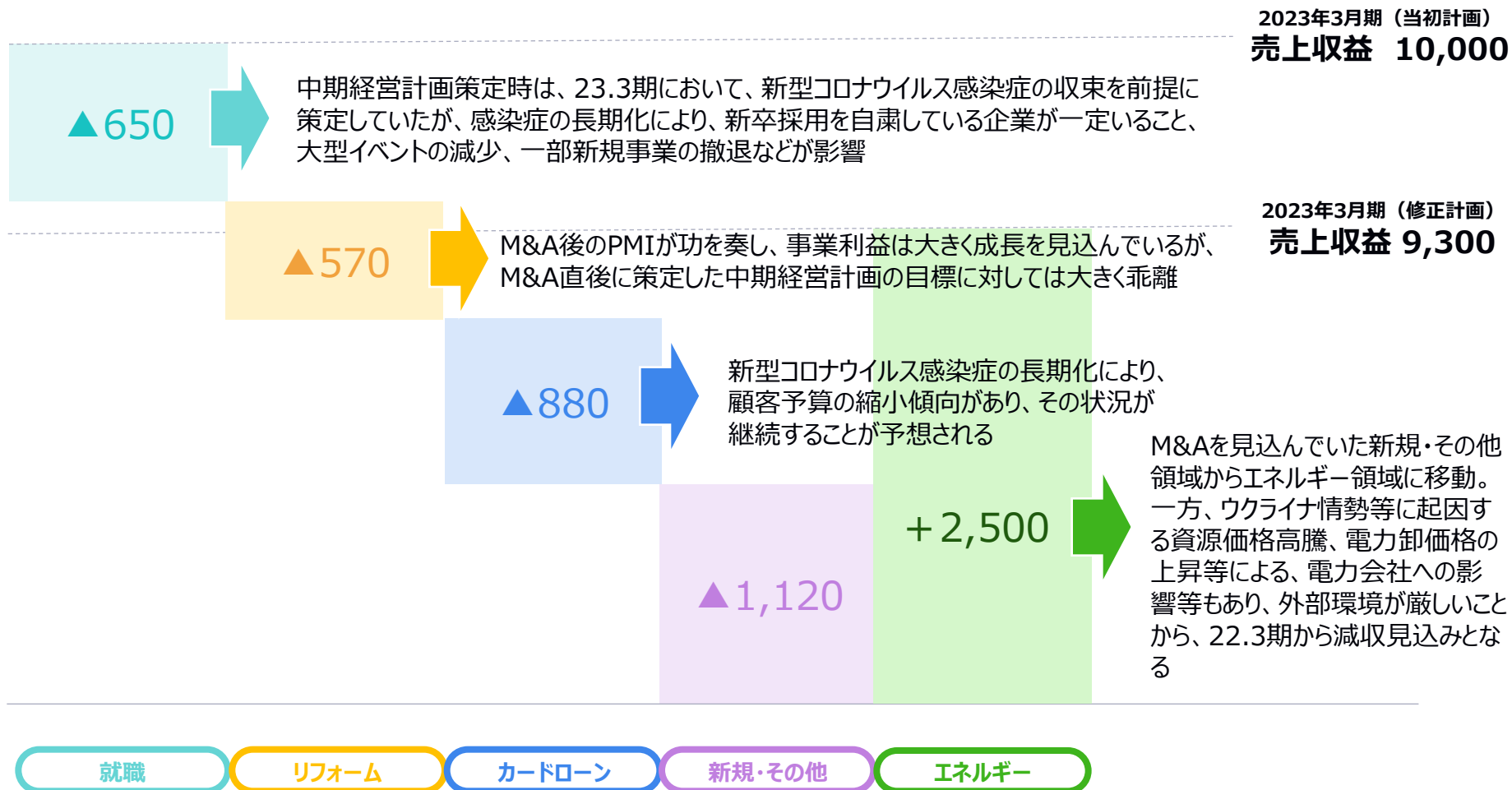
EBITDA



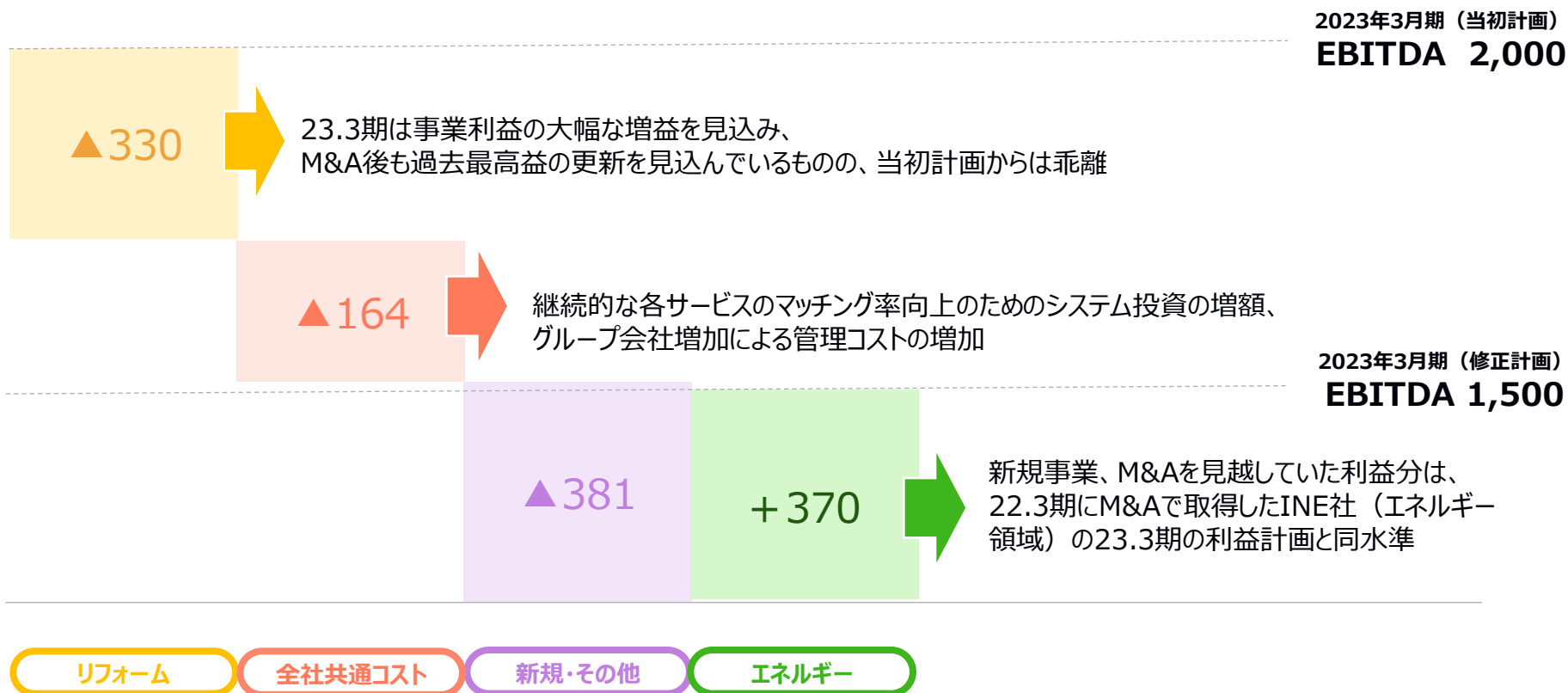
主な修正の要因

- ✓ 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）

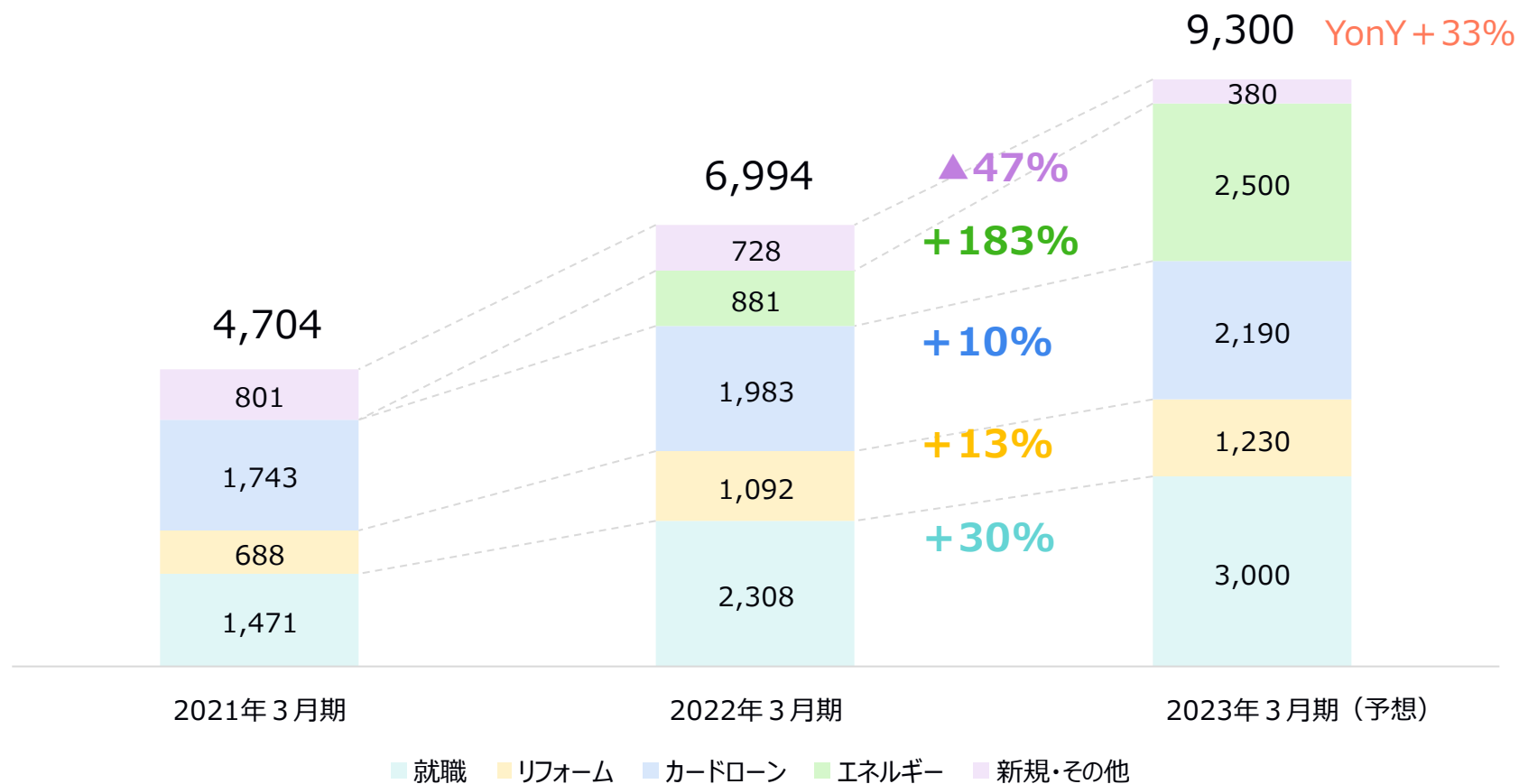


計画修正の理由 (EBITDA)



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





■ 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。