



PORT INC.

Kabu Berry

個人投資家向け 説明会資料

ポート株式会社 証券コード：7047

2024.3.7

会社概要

PURPOSE

社会的負債を、次世代の可能性に。

社会は常に今を優先してきました。
負債を、次世代へと先送りしながら。

多方面での歪みは複雑な摩擦を生み、深刻化する一方です。
にもかかわらず、その複雑さが故、いまだ放置されている状態にあります。

だからこそ、いつかではなく、今やる。

私たちは、100年後の次世代にその負債を引き継ぐのではなく、
自ら社会課題を特定し、提言から実行まで、
テクノロジー×リアルで推進します。

「あったらいいな」ではなく、「無くてはならない」、
世の中にとって大切なものを社会実装します。

そう、一つでも多くの社会的負債を、次世代の可能性に変えていくために。

社名	ポート株式会社／PORT INC.
設立	2011年4月18日
本社所在地	東京都新宿区北新宿2-21-1 新宿フロントタワー5F
サテライト所在地	宮崎県日南市岩崎3丁目9-5
資本金	2,321百万円（2023年12月末時点）
代表者	代表取締役社長CEO 春日博文
事業内容	成約支援事業
従業員数	510名（2023年12月末：連結）
平均年齢	約28歳（2023年12月末）
男女比率	6：4
証券コード	7047（東証グロース、福証Q-Board 2018年12月21日上場）
主要グループ会社	株式会社INE/株式会社Five Line/ 株式会社ドアーズ

FY2011 (第1期)	●	創業	<ul style="list-style-type: none"> ・創業者の春日が大学卒業と同時に創業 ・東京都渋谷区渋谷にて、株式会社ソーシャルリクルーティング設立
FY2014 (第4期)	●	新規プロダクト	<ul style="list-style-type: none"> ・就職ノウハウ情報サイト「キャリアパーク！」の運用を開始
FY2015 (第5期)	●	社名変更	<ul style="list-style-type: none"> ・社名をポート株式会社に変更 ・本社を東京都新宿区西新宿に移転 ・オンライン診療プラットフォーム「ポートメディカル」の運用を開始
FY2016 (第6期)	●	地方進出	<ul style="list-style-type: none"> ・宮崎県日南市にサテライトオフィスを設立 ・ファイナンス領域の情報サイト「マネット」サービス開始
FY2018 (第8期)	●	上場	<ul style="list-style-type: none"> ・東京証券取引所マザーズ及び福岡証券取引所Q-Boardへの新規上場
FY2020 (第10期)	●	中計発表/M&A	<ul style="list-style-type: none"> ・就活口コミ情報サイト「就活会議」をM&A ・外壁塗装領域メディア「外壁塗装の窓口」を運営するドアーズ社をM&A ・中期経営計画を発表
FY2021 (第11期)	●	業務提携/M&A	<ul style="list-style-type: none"> ・チェンジ社と資本業務提携等、各領域で業務提携を加速 ・エネルギー領域に参入し、中核事業としてINE社をM&A
FY2022 (第12期)	●	中計達成/新規事業	<ul style="list-style-type: none"> ・中計達成。グループ売上収益100億円突破 ・人材支援サービスの拡大に向けた、若年層向けの本格展開と新会社設立



代表取締役社長 CEO

春日 博文



取締役副社長 CGO

丸山 侑佑



社外取締役 監査等委員

馬淵 邦美



社外取締役 監査等委員

富岡 大悟

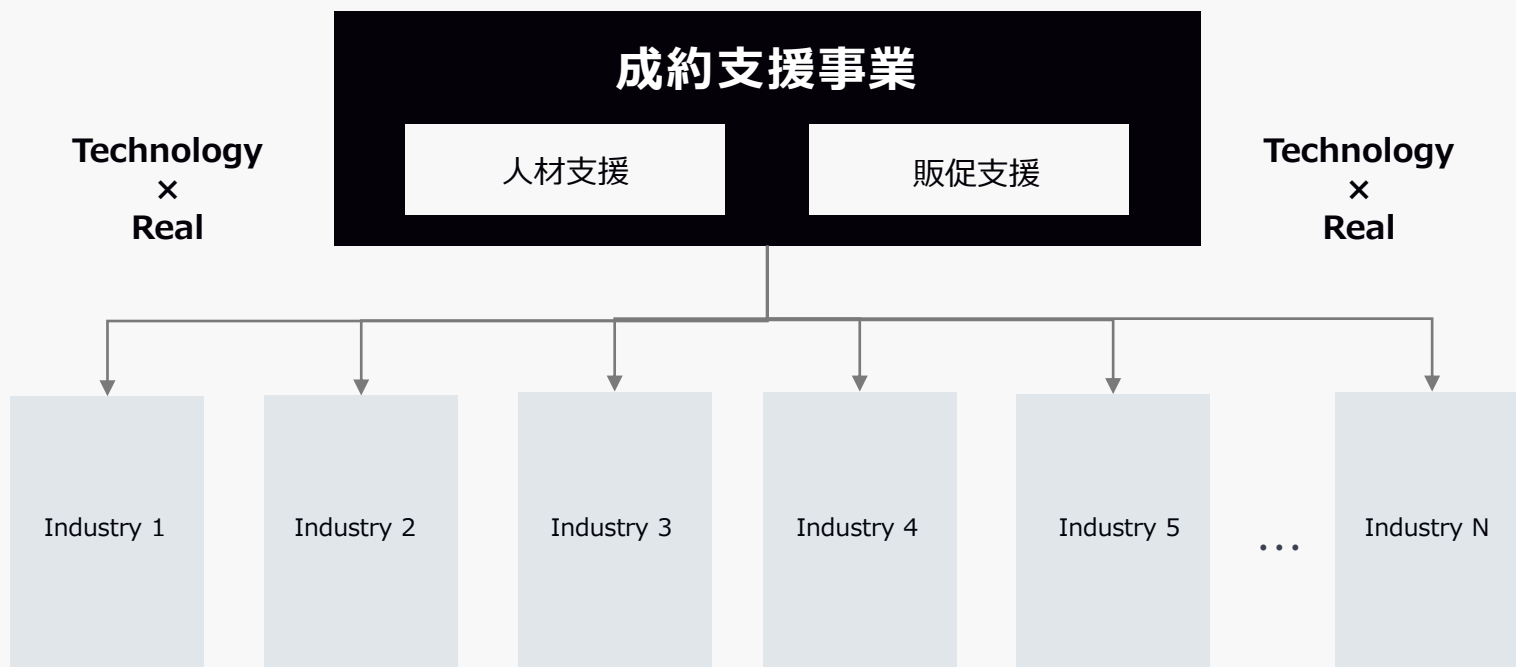


社外取締役 監査等委員

伊田 愛久美

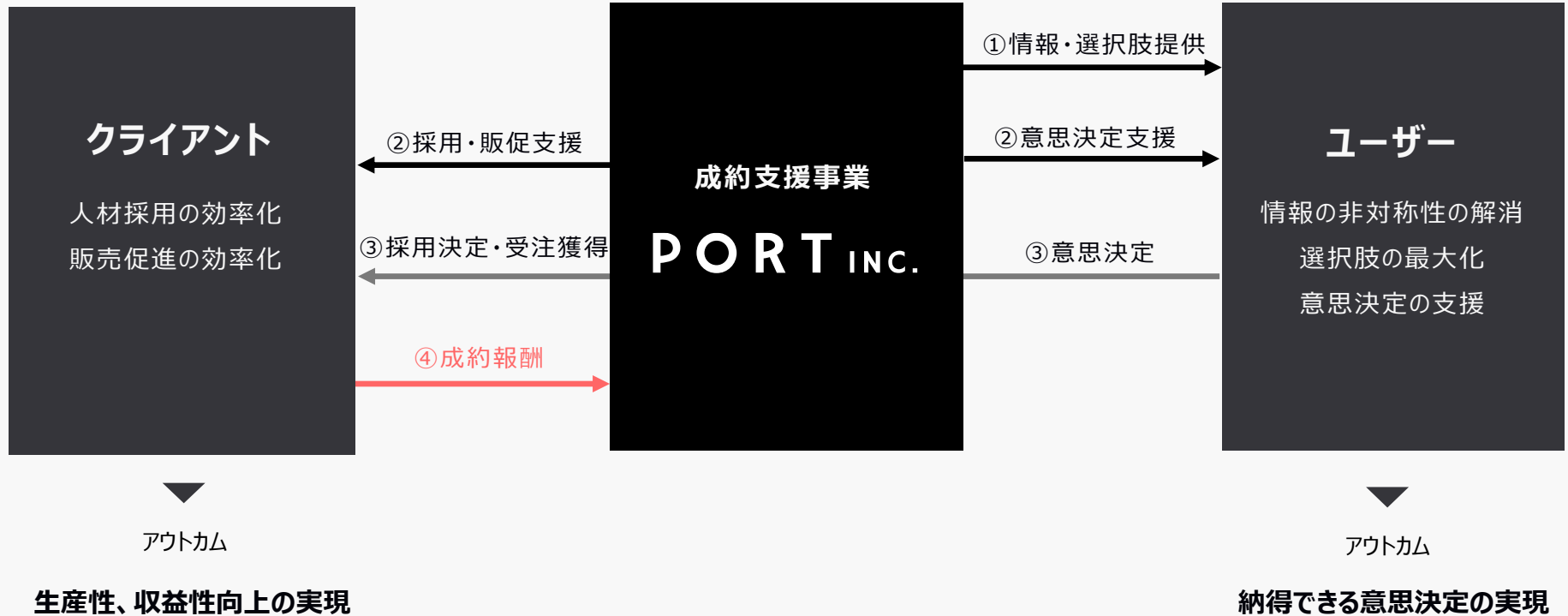
労働人口減少社会に、可能性を。

成約支援事業で、各産業への人材供給、生産性向上を実現し、労働人口減少社会に可能性をつないでいく。



成約報酬型サービスによる各産業の効率化、収益性向上を通じて、
社会全体の生産力の向上を実現する。

各社の人材採用、販促活動プロセスに深く入り込み、成約に応じて報酬を頂戴する共通のビジネスモデルを採用。
ユーザーの母集団を形成し、成約まで支援することで、クライアントの採用・販促活動のリスクを最小化する。



成約支援事業 共通のビジネスモデル

成約先となる社数×一社あたり売上高(ARPU)が全体の売上を構成する。

上記の指標を向上させるために、集客力、成約力、営業力を重要項目とする。

売上高

=

成約社数

×

ARPU

重要項目

集客力

- ユーザーファーストによる有効な情報提供、選択肢の提供
- データストックによる継続的な集客

成約力

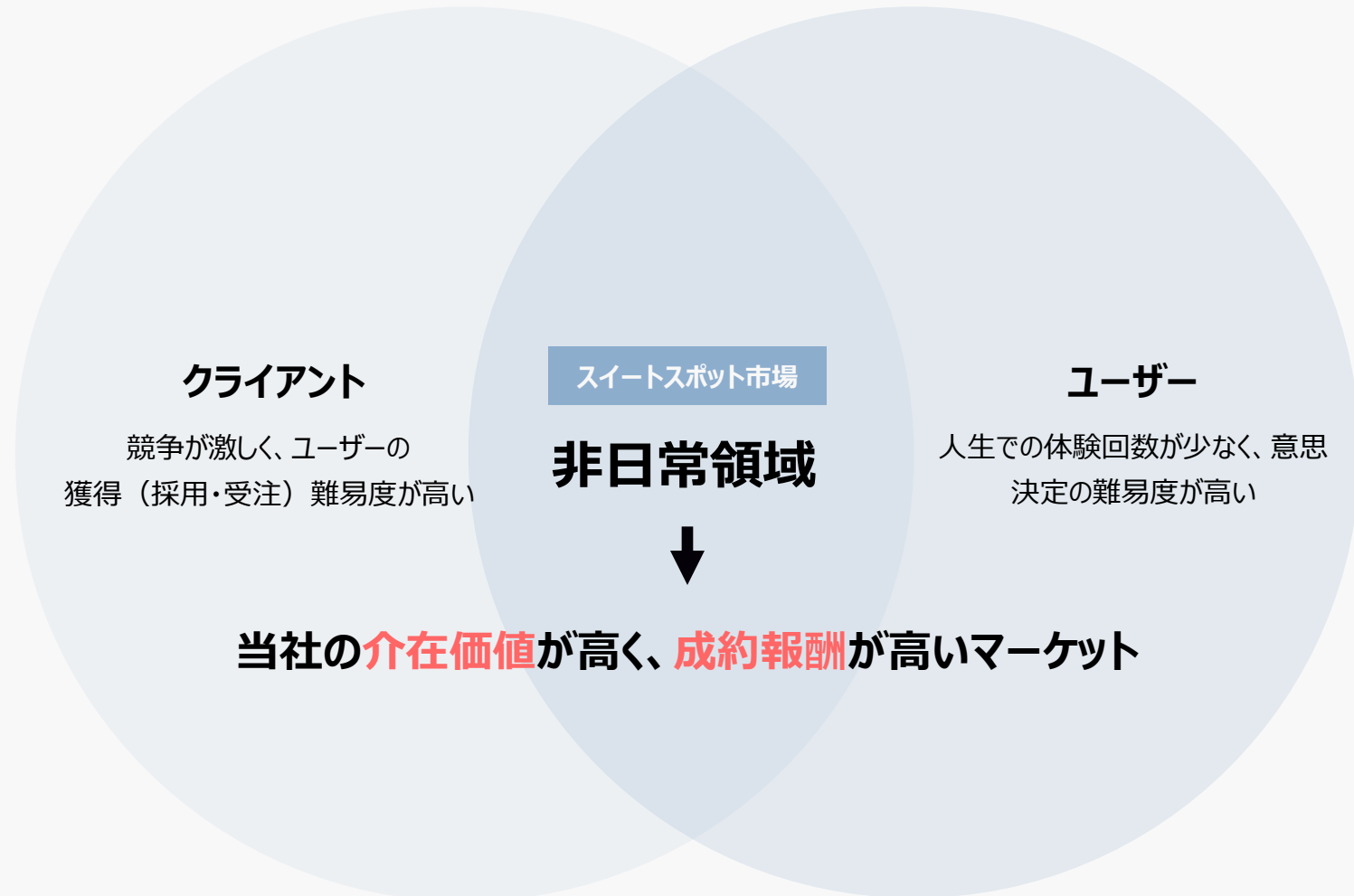
- クライアント、ユーザー双方の最適な成約の実現
- クロスセルによる成約件数の増加

営業力

- 選択肢最大化のための新規顧客開拓
- 成約実績に応じた成約報酬向上

成約支援事業 ターゲット市場（非日常領域）

クライアント、ユーザーの双方の課題が重なり合う市場を非日常領域と定義。
それらの市場を当社のスイートスポット市場として、成約支援事業を展開。



成約支援事業において、企業の採用活動、販促活動を効率化するサービスを提供。

人材支援サービス

売上比率

約 **35** %

 **キャリアパーク!**

 **就活会議**

人材紹介サービス

人材会社とのアライアンス型採用支援サービス

販促支援サービス

売上比率

約 **65** %

 **イネチョイス**

 **マネット**

業界最大級の外壁塗装専門サイト
外壁塗装の窓田

営業・販促支援サービス

営業・販促プロセス効率化支援サービス

※売上比率は新規・その他の売上を除き2023年3月期実績で算出

未就業、未経験の若手人材に特化したリスキリング型人材支援

人材支援市場規模・人口

アプローチ

アウトカム

若手人材

未就業人材
市場規模 1,280億円※1

新卒（毎年約60万人）※2

既卒（毎年約5万人）※3

未経験人材
市場規模 1,680億円※4

未経験若手
（約1,000万人）※5

**未就業・未経験の若手人材を
高付加価値化×成約型で採用支援**

未就業、未経験人材に対して、キャリア教育・リスキリング等を通じて高付加価値化させるとともに、各産業に対して成約コミットメントで人材を供給する。

**人材採用
生産性の向上**

**社会全体の
労働人口の増加**

**成長産業への
人材の最適配置**

※1 https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/2946

※2 https://www.mext.go.jp/content/20221221-mxt_chousa01-000024177_001.pdf

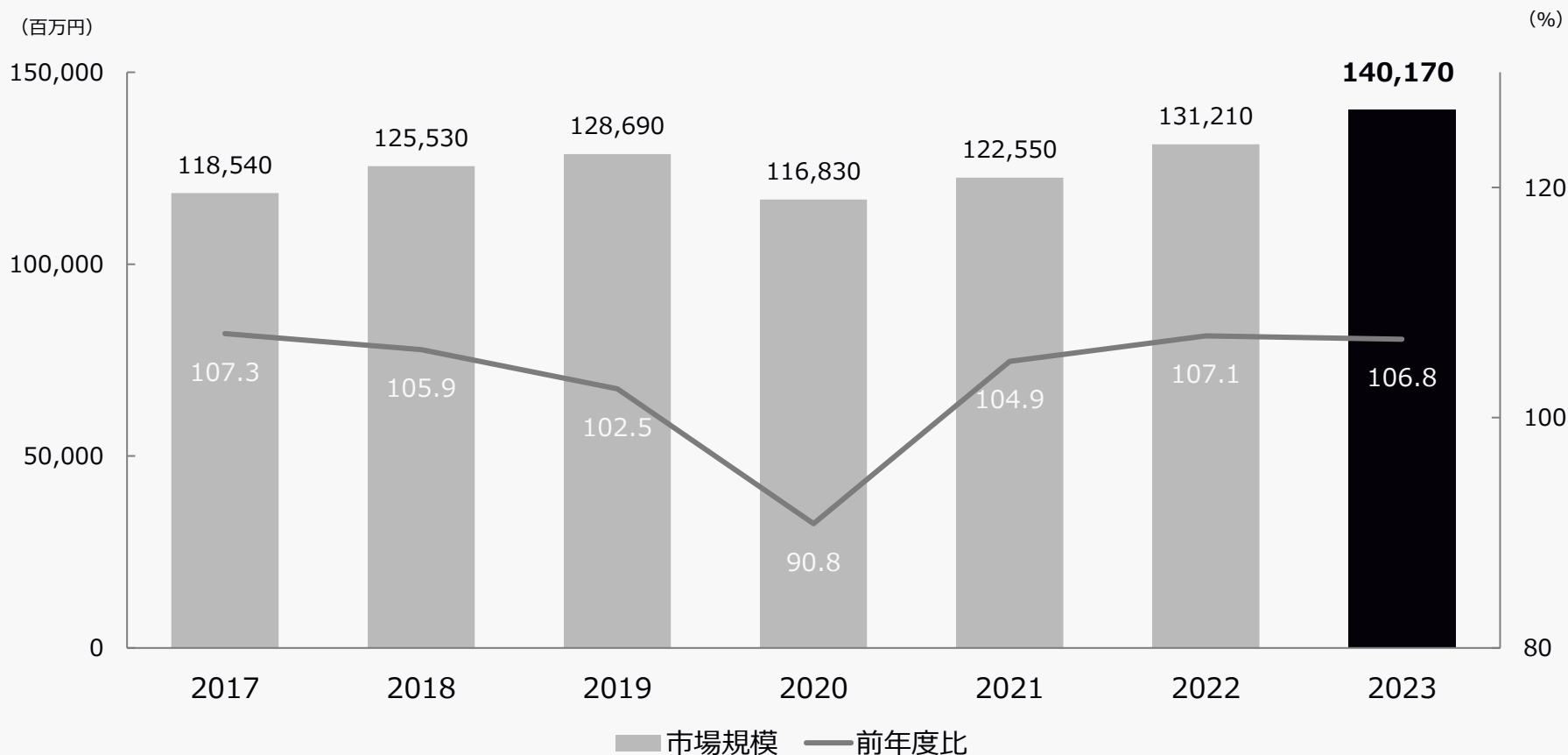
※3 <https://saponet.mynavi.jp/column/detail/20210425105821.html>

※4 求人広告市場+職業紹介市場の規模1兆円に厚生労働省労働力調査より15歳~34歳の転職者比率を乗じ、https://www.recruit.co.jp/newsroom/pressrelease/2021/0805_9201.html より未経験比率を35%と仮定して当社にて算出。

※5 https://www.mhlw.go.jp/file/05-Shingikai-12602000-Seisakutoukatsukan-Sanjikanshitsu_Roudouseisakutantou/0000058034.pdf

新型コロナウイルス感染症の影響により一時的に新卒採用支援市場は減少するも、企業の新卒採用意欲の拡大を背景に、新卒採用支援サービスへのニーズの高まりや採用コストの増加により今後も市場規模が拡大すると推測。

新卒採用支援サービス市場規模推移

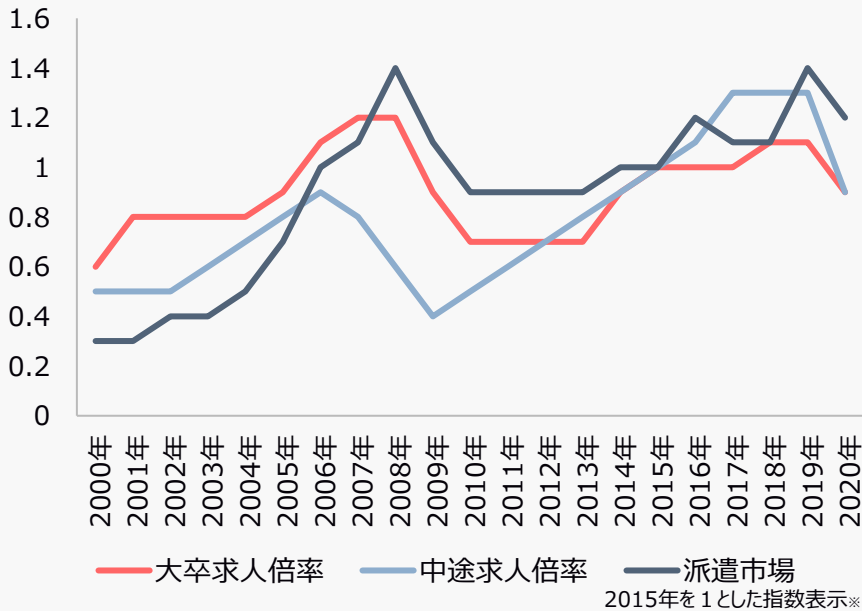


景気変動による新卒支援市場は他求人市場と比較して限定的であり、ディフェンシブな市場である。

大学進学者数は、人口減少による影響を大学進学率の増加がカバーし、当面横ばいで推移する見通し。

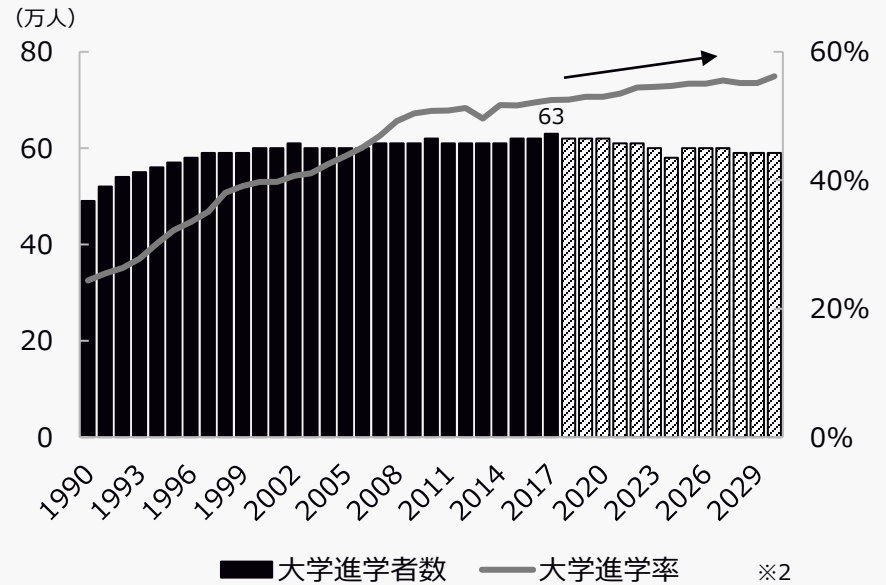
新卒・中途・派遣市場の変動推移

大卒の求人倍率は安定しており、コロナ禍においても中途採用ほどの下落は見られない。



大学進学者数の推移

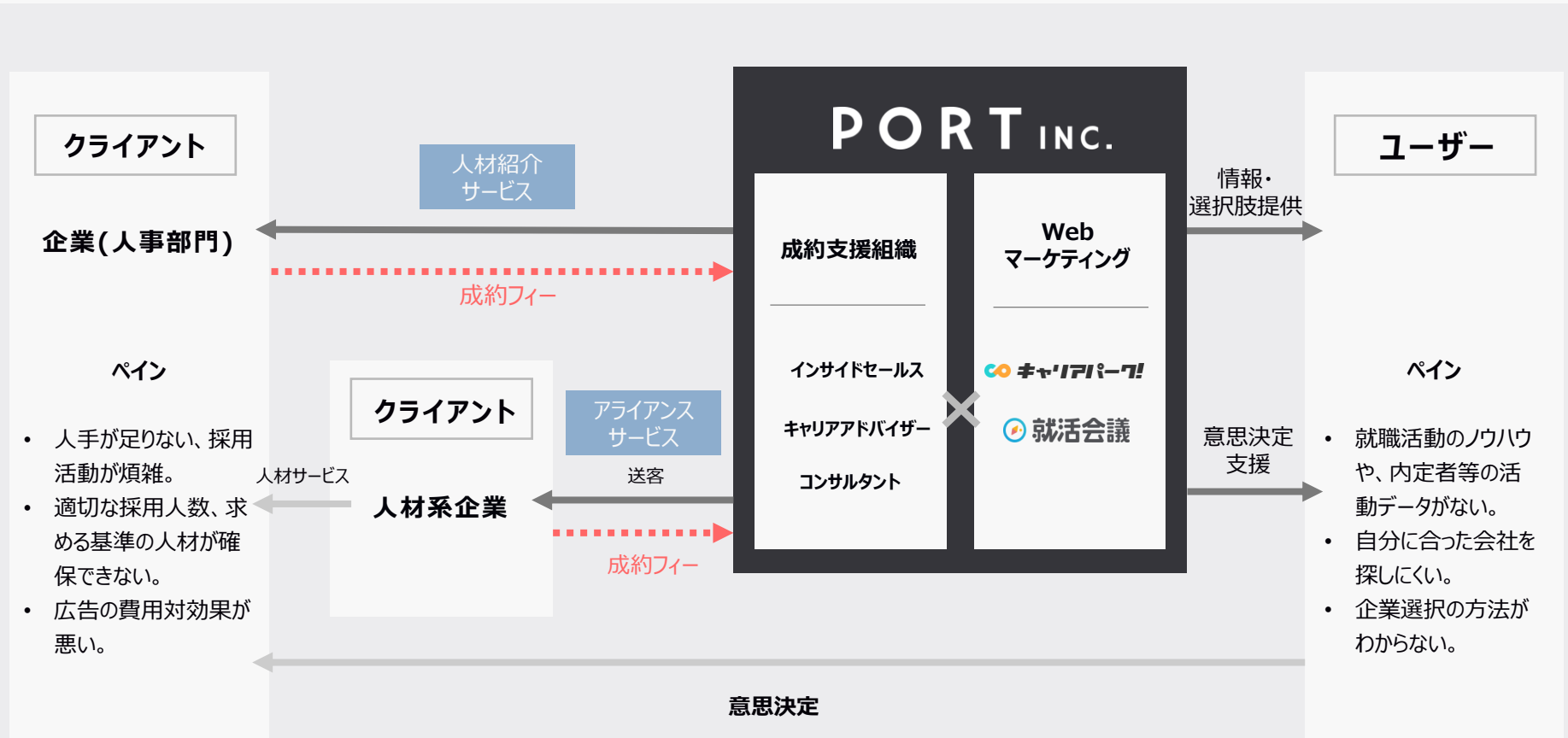
若年層の人口減少による影響を大学進学率の増加がカバーしており、新卒ターゲット人口は当面横ばいから微減。



※1：2015年前後に各種指標の変動が比較的に安定しているため基準に設定
 出所：内閣府「主要統計データ」、厚生労働省「職業安定業務統計」、リクルートワークス研究所「ワークス大卒求人倍率調査（2021年卒）」、日本人材派遣協会「派遣の現状」
 ※2 厚生労働省「大学進学者数等の将来推計について」、文部科学省「学校基本調査 高等教育機関卒業後の状況調査」

各企業への人材紹介、業務支援や、人材系企業への各種ソリューションを提供。

Webマーケティングによってユーザー集客、会員化を実現し成約支援によって意思決定を支援。



→ サービスの流れ フィーの流れ

人手不足に伴いデジタル化が必要とされる巨大市場の営業、販促支援

販促市場規模	アプローチ	アウトカム
<p>エネルギー 参考市場 3,000億円※1</p> <p>ファイナンス※4 参考市場 1,555億円※2</p> <p>リフォーム 参考市場 2,700億円※3</p>	<p>各市場の事業者に対して、 大量のユーザー集客×成約型で販促支援</p> <p>巨額な販売促進費が投下されている市場に対して、成約支援事業でより効率的に、ユーザー獲得を実現する。</p>	<p>販促活動の 生産性の向上</p> <p>各産業の 収益性の向上</p> <p>社会全体の 生産性の向上</p>

※1 市場規模 = 2021年電力総販売額13兆円（電力・ガス取引監視等委員会より作成）×ストックマージン率実績3%を乗じて計算

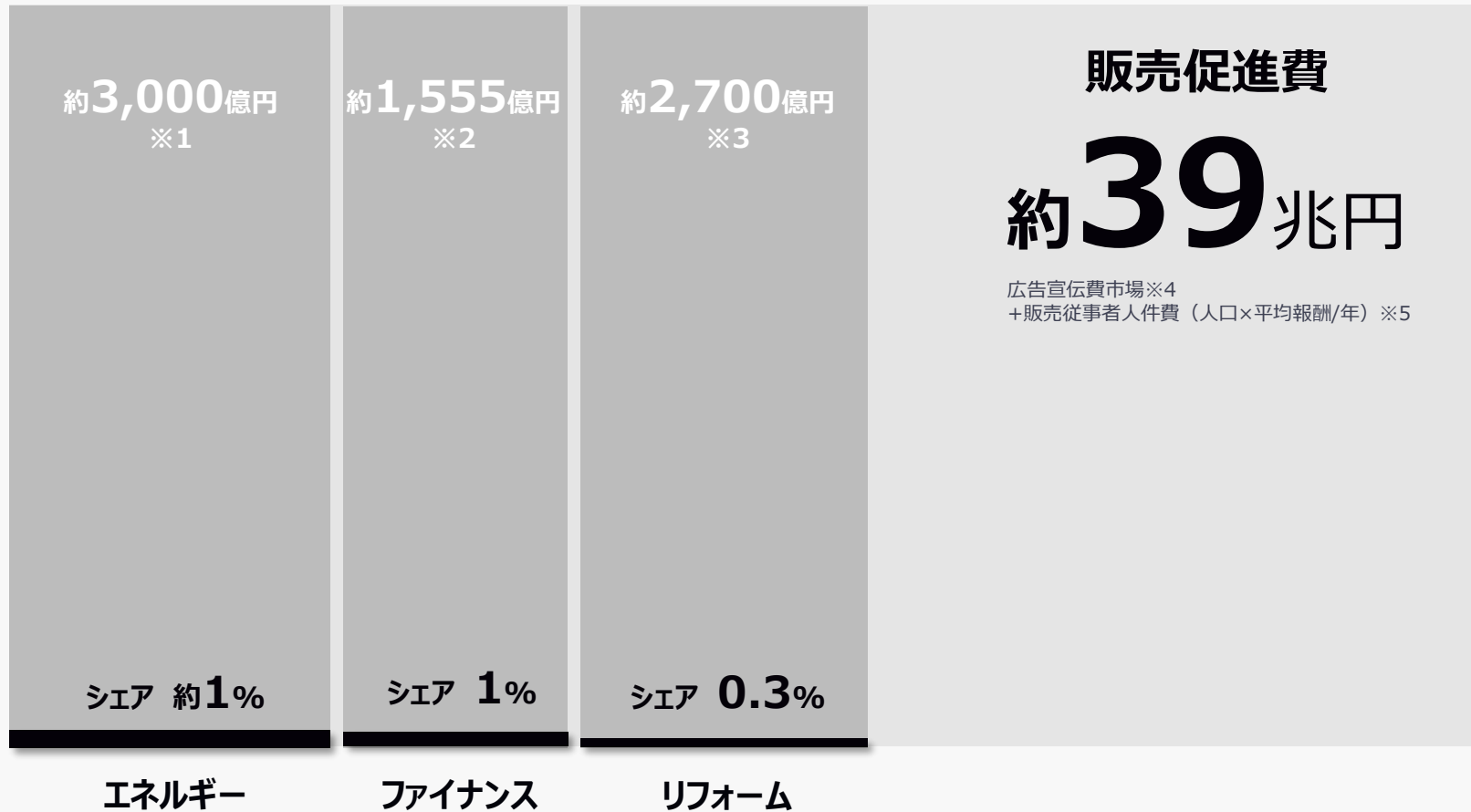
※2 市場規模 = 電通「2022年業種別広告費」 https://www.dentsu.co.jp/knowledge/ad_cost/2022/koukokuhi.html

※3 市場規模 = リフォーム全体市場7兆円（矢野経済研究所「2021年版住宅リフォーム市場の展望と戦略」）×平均集客コスト比率4%（「これからの時代のリフォームビジネス」）

※4 2024年3月期1Qより、クレジットカードをはじめ金融事業に係わる様々な販促支援に参入することから、「カードローン領域」から「ファイナンス領域」へ名称を変更

成約支援事業という同一のビジネスモデルを通じて各市場の販促支援へ参入し、対象市場を拡大。

各産業における市場シェアの拡大可能性、新市場への進出による対象市場の拡大可能性は共に極めて高い。



※1 市場規模 = 2021年電力総販売額13兆円 (電力・ガス取引監視等委員会より作成) ×ストックマージン率実績3%を乗じて計算

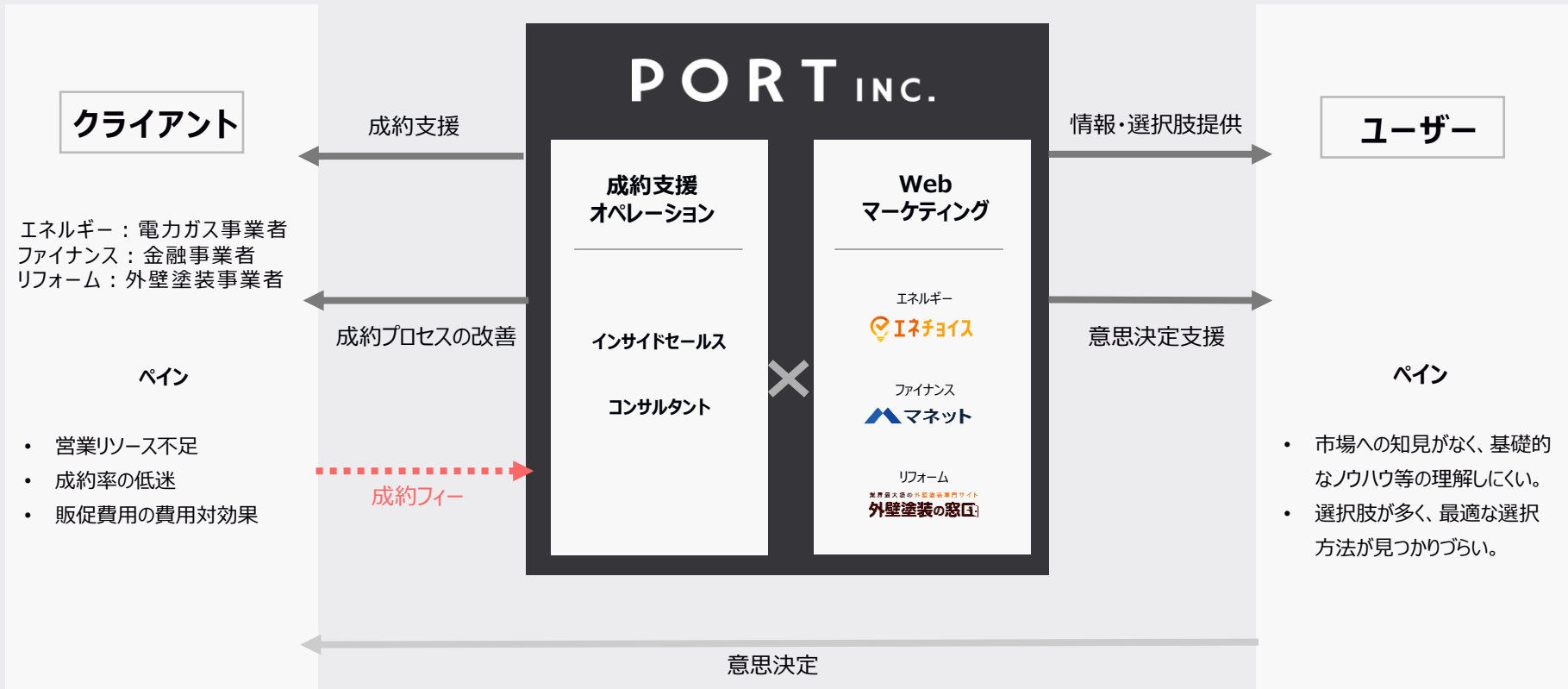
※2 市場規模 = 電通「2022年業種別広告費」 https://www.dentsu.co.jp/knowledge/ad_cost/2022/koukokuhii.html

※3 市場規模 = リフォーム全体市場7兆円 (矢野経済研究所「2021年版住宅リフォーム市場の展望と戦略」) ×平均集客コスト比率4% (「これからの時代のリフォームビジネス」)

※4 https://j-hr.or.jp/wp/wp-content/uploads/JHR_JHR_2030_report_20210125.pdf

※5 厚生労働省「労働力調査」/日本の統計「主要職種別平均年齢、勤続年数、実労働時間数と月間給与額」より当社推計

Webマーケティングによるユーザー集客後、インサイドセールス等によりユーザーの意思決定を伴走し、クライアントの販促活動を支援。



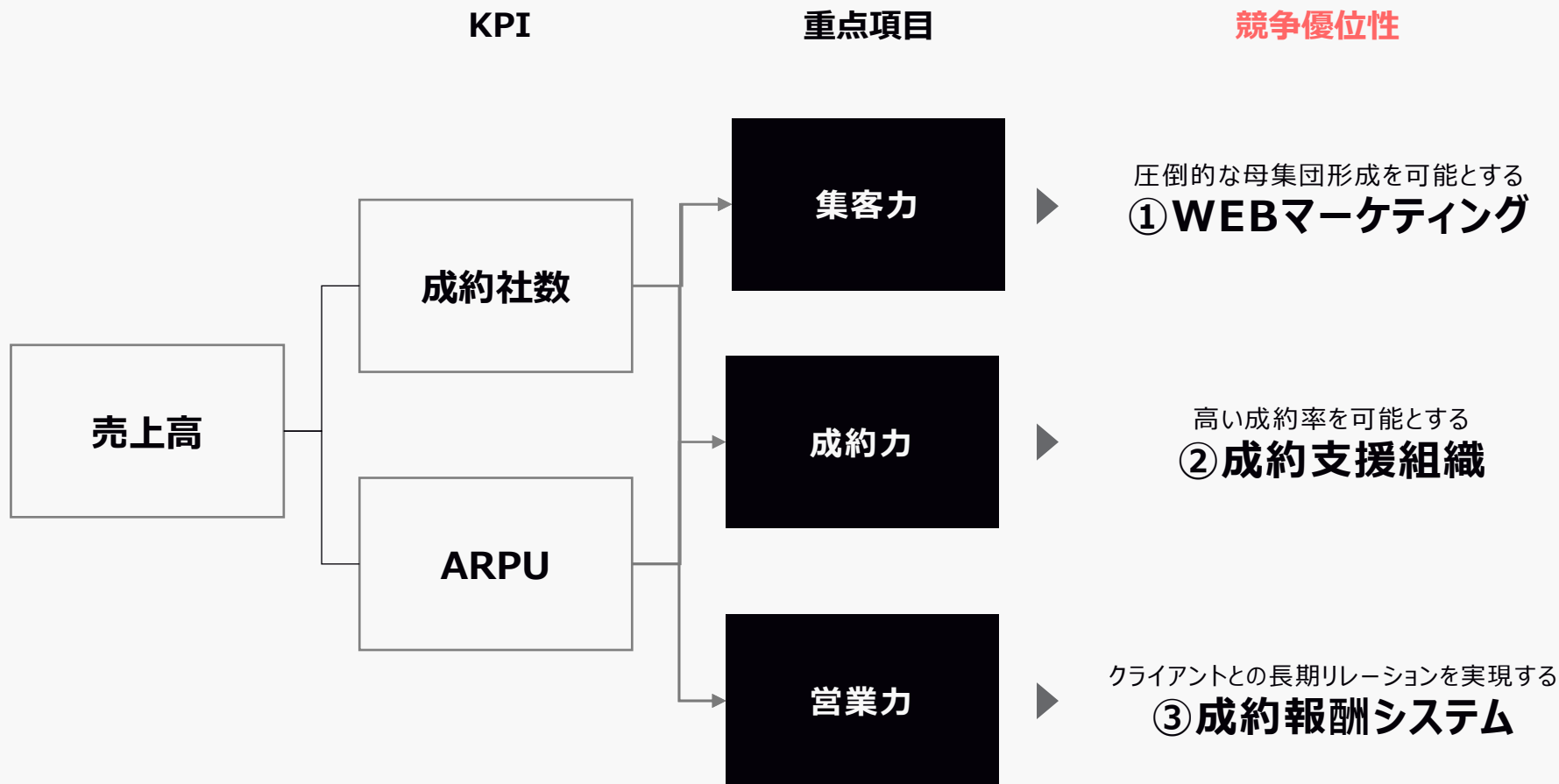
———> サービスの流れ - - - - -> フィーの流れ

競争優位性

企業として低リスクなため、成約ボリュームの増加に応じて、今後も他事業からのシェア獲得が可能。高い集客力と成約力により、独自のポジショニングを確立。



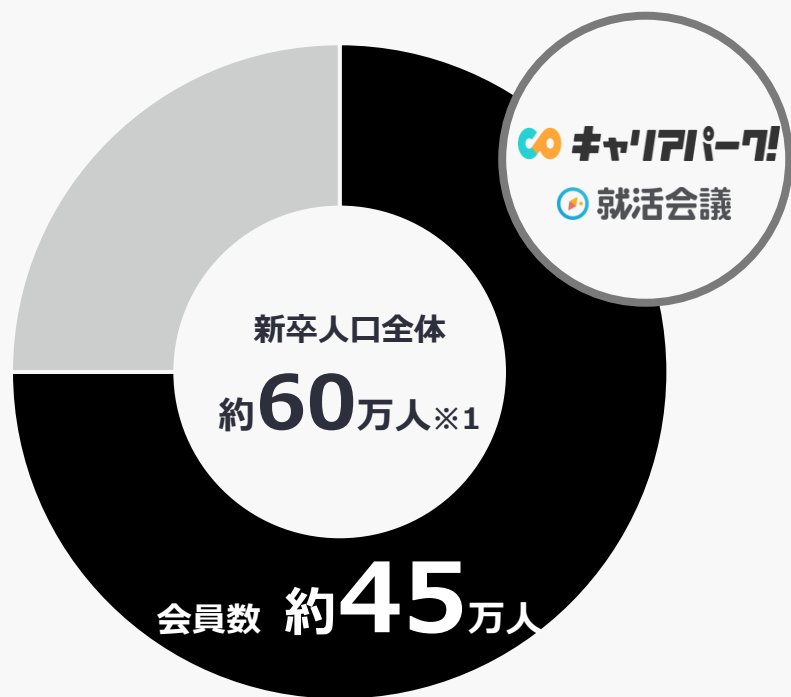
重要指標である成約社数とARPUを拡大するための「集客力」「成約力」「営業力」に対して、当社は3つの競争力の源泉となる優位性を有している。



継続的に新卒ユーザーの75%以上を会員化できており、盤石なユーザー基盤を構築。

人材支援サービスにおける単年度会員獲得数

(2023年3月末時点の23年3月卒業予定の新卒会員数)



新卒生全体に占める当グループ会員の比率イメージ

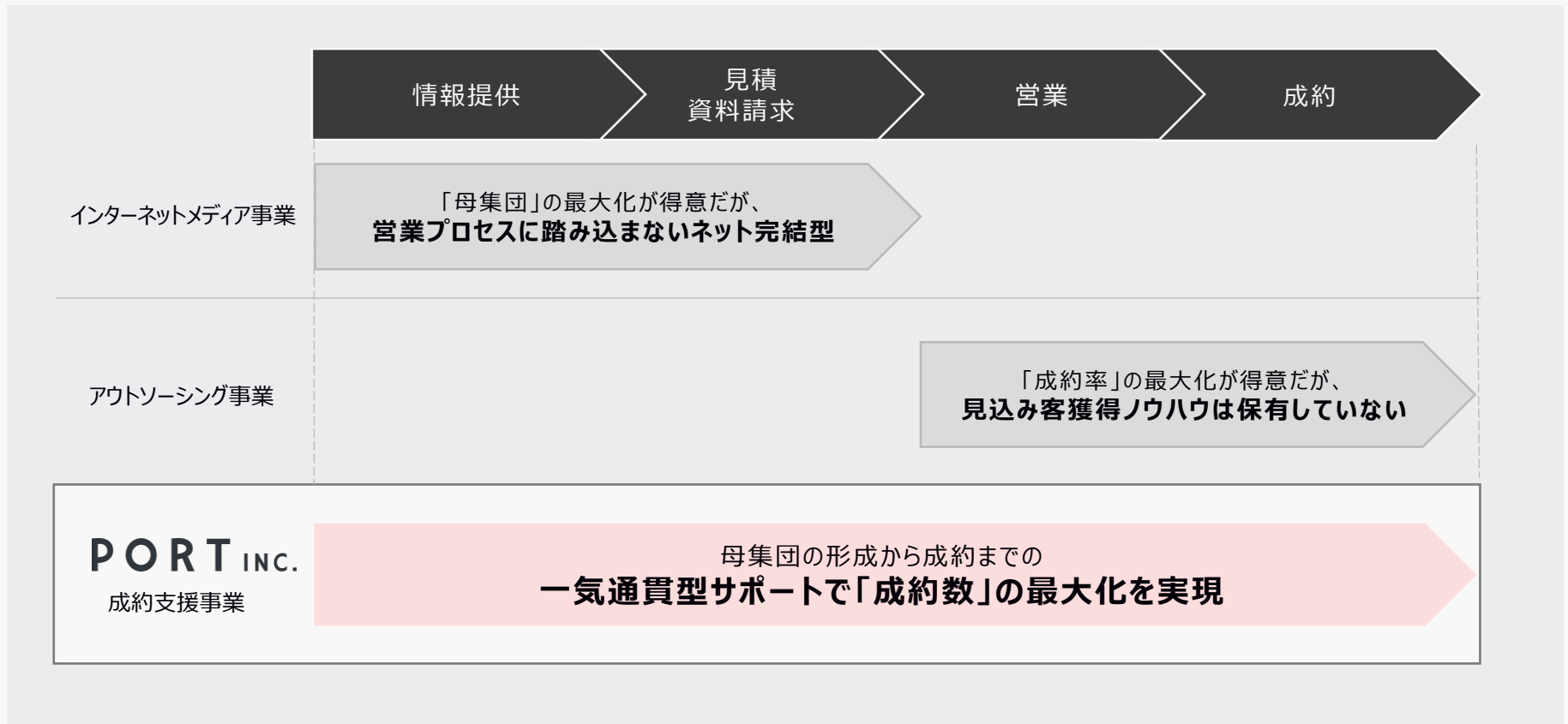
新卒ユーザー利用率

75%以上

※https://www.mext.go.jp/content/20221221-mxt_chousa01-000024177_001.pdf

競争優位性 成約支援組織

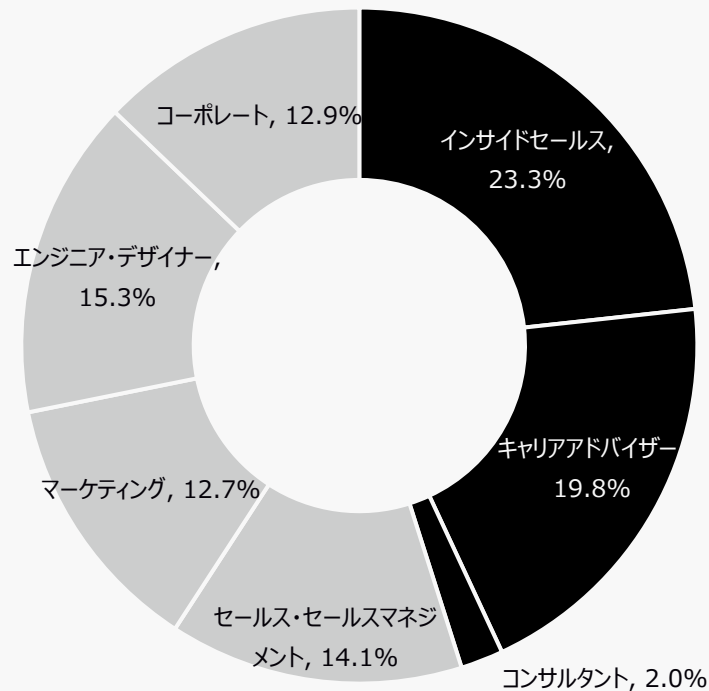
テクノロジー×リアルの融合により、クライアントの見込み客となるユーザーの集客から成約までの一気通貫型支援を実現。クライアントの費用の掛け捨てリスクが下がるため、必然的に支持が広がるモデル。



(参考) 人材支援サービス 強み：成約力

ポートグループ組織全体の45%以上を成約支援組織が占めており、高い成約率を担保。今後も拡充を予定。

グループ全体職種別
(2023年6月末時点)



成約支援人材比率

45%以上

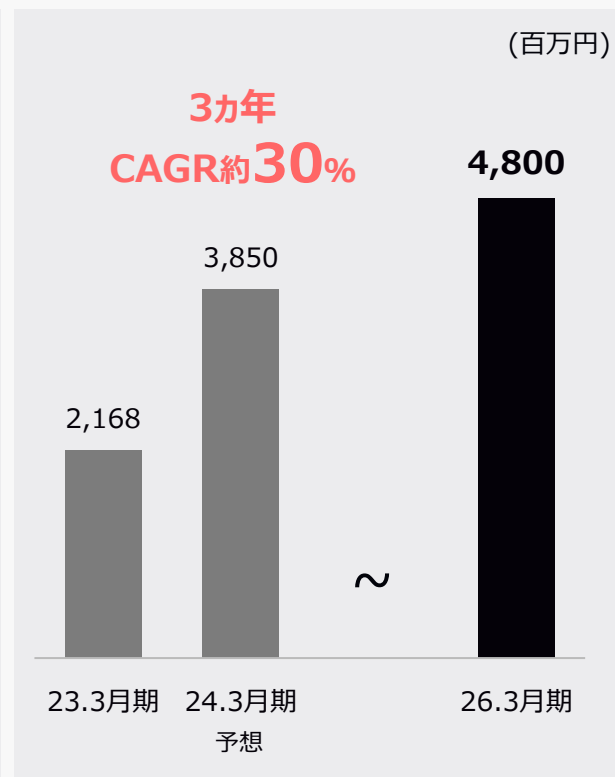
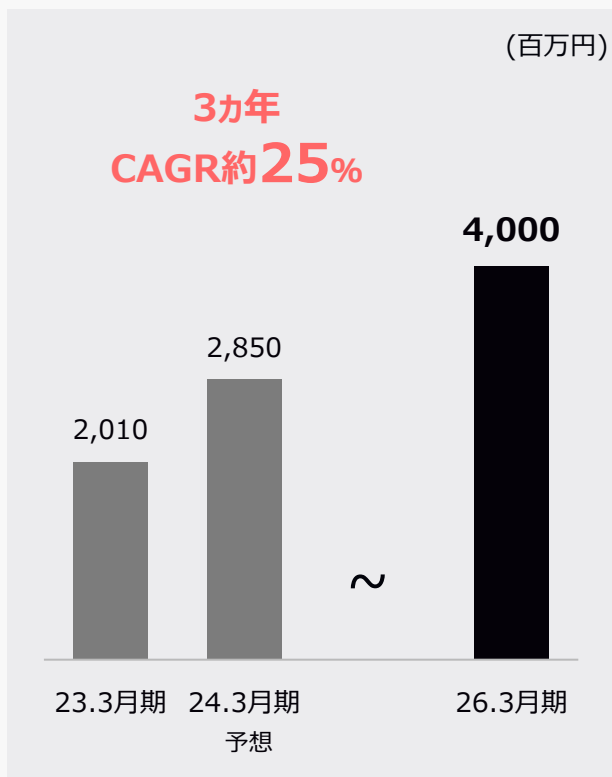
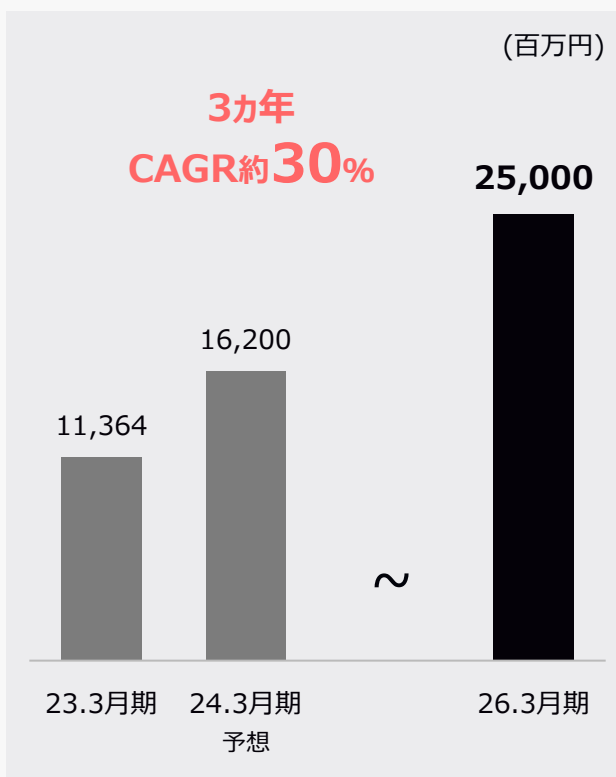
2024年3月期 通期業績予想の修正

大幅な増収増益と、野心的な計画を設定。売上収益はCAGR30%成長を前提とする一方で、期間中は将来収益を意識するため、将来収益込みEBITDAでの30%成長を目指す。

売上収益

EBITDA

将来収益込みEBITDA※



※ 2024年3月期の業績予想は2024年2月13日付公表の「2024年3月期通期業績予想の修正に関するお知らせ」にて開示。

※ 将来収益込みEBITDA=EBITDA+本来ショット収益として当期に計上した場合の収益。

2024年3月期 3Q累計進捗

当社成約支援事業のシェア拡大により、大幅成長。今期3Q累計時点で既に前期実績を突破。人材、エネルギー、ファイナンスそれぞれ事業状況は好調。

3Q累計実績

売上収益 **11,391** 百万円 (YoY+43%) EBITDA **2,100** 百万円 (YoY+57%)

■主なポイント

人材支援

売上収益 **3,762** 百万円 (YoY+49%) 事業利益 **1,860** 百万円 (YoY+45%)

- ・ 人材紹介においてキャリアアドバイザーの増員や地方展開等による成約件数の増加及び成約単価の上昇で継続成長

エネルギー領域

売上収益 **4,278** 百万円 (YoY+74%) 事業利益 **807** 百万円 (YoY+81%)

- ・ 電力市場の回復に伴うマーケティング投資による大幅な成約件数の増加及び成約単価の上昇で、大幅な増収増益

ファイナンス領域

売上収益 **2,213** 百万円 (YoY+39%) 事業利益 **506** 百万円 (YoY+75%)

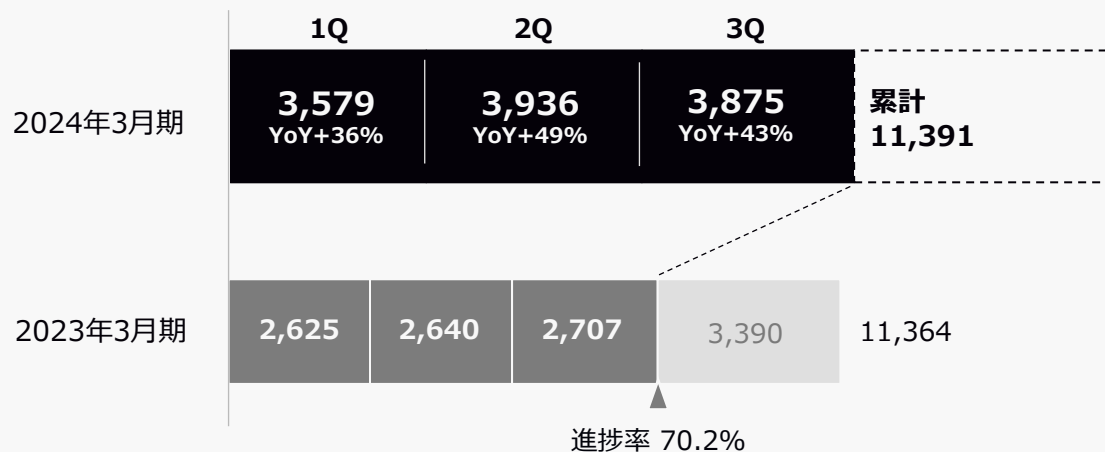
- ・ シェア拡大だけでなく、広告効率の最適化が進み大幅増益。国内トップシェアを誇る規模に大きく成長

2024年3月期 3Q累計進捗

各事業のオーガニックな成長により6月30日公表の上方修正後の業績予想に対し、想定を上回る進捗で着地。

(単位：百万円)

売上収益

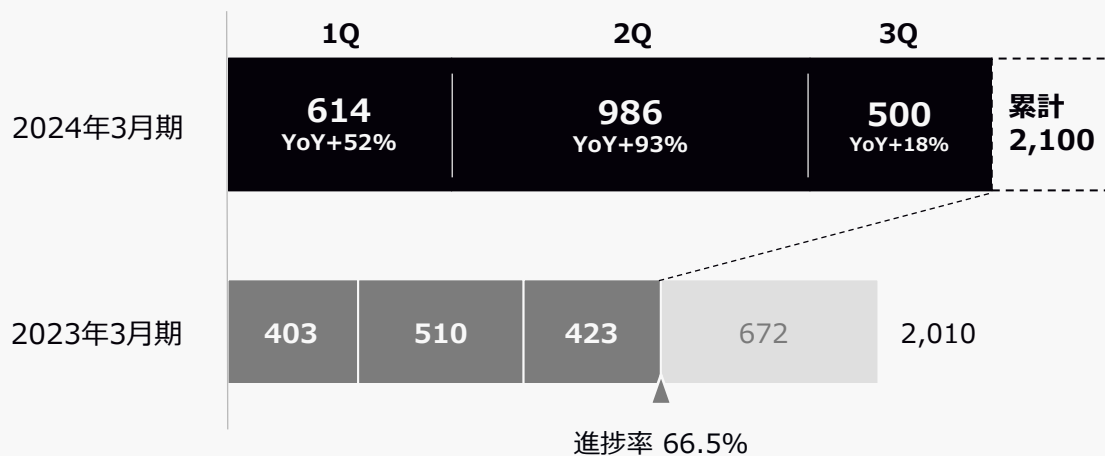


進捗率
74.4%

業績予想 (6/30公表)

15,300
YoY+35%

EBITDA



進捗率
86.1%

業績予想 (6/30公表)

2,440
YoY+21%

2024年3月期 通期業績予想 上方修正

3Q累計、及び4Qの見通しが良好であることから、今期3回目の上方修正を実施。来期を見据えた事業投資や将来収益の獲得に大きく振り向ける一方、各段階利益でも上積み想定。

会計基準：IFRS (単位：百万円)	2023年3月期 通期実績	2024年3月期業績予想		修正後業績予想 前期比	
		(修正前) 6月30日公表	(修正後) 2月13日公表		
売上収益	11,364	15,300	+6% (+900)	16,200	+43%
EBITDA	2,010	2,440	+17% (+410)	2,850	+42%
将来収益	157	690	+45% (+310)	1,000	+633%
将来収益込み EBITDA	2,168	3,130	+23% (+720)	3,850	+78%
営業利益	1,699	2,110	+14% (+290)	2,400	+41%
税引前当期利益	1,658	2,060	+14% (+280)	2,340	+41%
当期利益	1,232	1,520	+8% (+120)	1,640	+33%
親会社の所有者に 帰属する当期利益	1,074	1,460	+8% (+110)	1,570	+46%

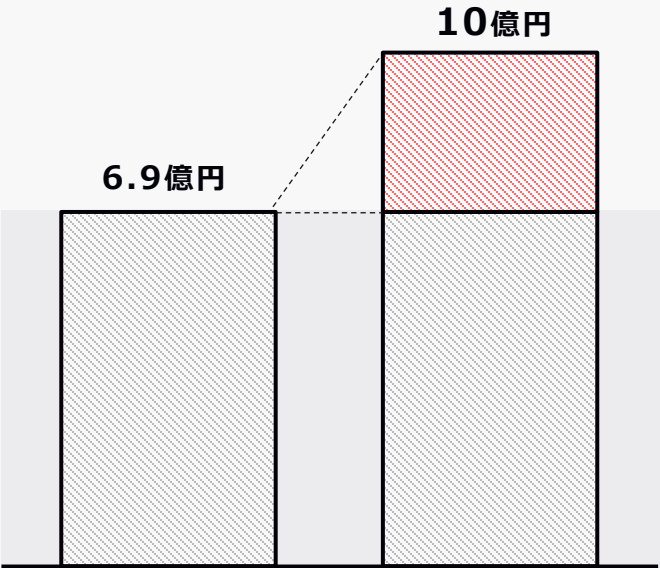
※ 2023年3月期までEBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + 株式報酬費用。2024年3月期からEBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + 固定資産除去損及び評価損益 + 株式報酬費用

※ 将来収益・・・1成約によって将来生まれる総収益。本来当期に計上されていたものを将来にわたって計上していくものであることから、当社の実力値は「将来収益込みEBITDA」によって測るべきものとする。

2024年3月期 通期業績予想 上方修正ポイント

中期経営計画で掲げるEBITDA40億円の確実な達成及び中長期での継続的な成長に向けて、ストック収益を重視し、将来収益の大幅な積み上げ方針に変更(今期10億円)。

将来収益の上方修正幅：**3.1**億円



6/30公表

2/13上方修正

将来収益計画値

将来収益を重視した今回の業績予想修正値

2024年3月期 通期計画

EBITDA **2,850** 百万円 (YoY+42%)

営業利益 **2,400** 百万円 (YoY+41%)

当初計画通りの見込み値

2024年3月期 通期実力値

EBITDA **3,100** 百万円 (YoY+56%)

営業利益 **2,650** 百万円 (YoY+54%)

4Q及び来期の見通し

全体

- 来期のCAGR30%以上の成長継続を見据えた各領域への積極投資
- 中計最終年度のストック収益確保に向けた、将来収益の最大化

人材支援サービス

- 更なる組織拡大、プロダクトラインナップを拡充
 - 4月には全体で約90名の新卒増員、半数を成約支援組織に配属予定。特に新卒紹介の成長が牽引見込み。
 - 来期1Qより「みんな就」が連結予定。さらに新規プロダクト開発等、プロダクトラインナップの拡充を通じて継続成長率を担保。

エネルギー領域

- 大規模なマーケティング投資による、市場シェア拡大を最優先
 - 4Qでの大規模なシェア拡大による市場プレゼンス向上で、電力事業者との来期の成約単価交渉は好進捗。
 - 将来収益の最大化で、来期、再来期においても着実に利益のベースラインの上昇を見込む。

ファイナンス領域

- 継続成長率の担保に向けて、4Qは既存、新規双方への成長投資
 - 来期の継続的な成長率を実現するために、カードローンの新規集客チャネルの開拓、クレジットカード等の新規ビジネスに大規模投資。
 - 継続的な成長におけるストック収益獲得に向けて、新生フィナンシャル社との業務提携に注力。

事業別

2024年3月期 第3四半期 決算概要

2024年3月期 第3四半期 決算サマリー

全体

売上収益 **3,875** 百万円 (YoY+43%)EBITDA **500** 百万円 (YoY+18%)

将来収益込みEBITDA

799 百万円 (YoY+73%)

- 売上収益は、主に人材紹介、エネルギー領域の大幅成長により+43%増収。
- 来期以降の継続的な成長に向けた成長投資や将来収益の更なる積み上げを進めながらもYoY+18%の増益。
- 将来収益を順調に積み上げ、Q単体で約3億円を獲得。3Qストック収益は65百万円。

人材支援サービス

売上収益 **1,192** 百万円 (YoY+25%)事業利益 **583** 百万円 (YoY+24%)

- 人材紹介はキャリアアドバイザー増員、地方展開含め好調持続、売上収益YoY+59%と大きく成長。
- アライアンスは早期化影響による送客対象学年需要の変化（p28記載）及び人材紹介への注力により微増。
- 既卒第二新卒等のクロスセル売上のアライアンスが+256%と著しく成長。

販促支援サービス

売上収益 **2,674** 百万円 (YoY+69%)事業利益 **551** 百万円 (YoY+81%)

- エネルギー領域は、電力事業者の新規顧客獲得意欲の増加に伴うマーケティング投資や当社プレゼンスの向上により成約件数が大幅増加。
- 上記に加え、3Qから将来収益を更に積み上げながらも+150%の大幅増益。
- ファイナンス領域は、広告効率の最適化が良好に進捗し、YoY+16%増収、+41%増益と成長。

2024年3月期 第3四半期 会計期間

各事業の成長により売上収益YoY+43%増収。EBITDAは将来収益の更なる積み上げ、成長投資継続等によりYoY+18%の増益。税引後利益は前期との税金差異から減益。

会計基準：IFRS (単位：百万円)	2024年3月期		(参考) 2023年3月期 3Q会計期間
	3Q会計期間	YoY	
売上収益	3,875	+43%	2,707
EBITDA	500	+18%	423
将来収益	299	+670%	38
将来収益込みEBITDA	799	+73%	462
営業利益	377	+13%	332
税引前当期利益	349	+10%	319
当期利益	199	▲18%	244
親会社の所有者に 帰属する当期利益	181	▲7%	194

※ 2023年3月期までEBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + 株式報酬費用。2024年3月期からEBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + 固定資産除去損及び評価損益 + 株式報酬費用

※ 将来収益・・・1成約によって将来生まれる総収益。本来当期に計上されていたものを将来にわたって計上していくものであることから、当社の実力値は「将来収益込みEBITDA」によって測るべきものとする。

2024年3月期 第3四半期 累計期間

各事業の好調な進捗や2QからのFive Line社の連結により各指標YoYで大幅成長。3Q累計時点において売上収益、EBITDA、営業利益ともに前期実績を上回り着地。

会計基準：IFRS (単位：百万円)	2024年3月期		(参考) 2023年3月期 3Q累計期間
	3Q累計期間	YoY	
売上収益	11,391	+43%	7,973
EBITDA	2,100	+57%	1,337
将来収益	560	+466%	98
将来収益込みEBITDA	2,660	+85%	1,436
営業利益	1,772	+58%	1,124
税引前当期利益	1,714	+56%	1,097
当期利益	1,053	+25%	845
親会社の所有者に 帰属する当期利益	980	+34%	729

※ 2023年3月期までEBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + 株式報酬費用。2024年3月期からEBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + 固定資産除去損及び評価損益 + 株式報酬費用

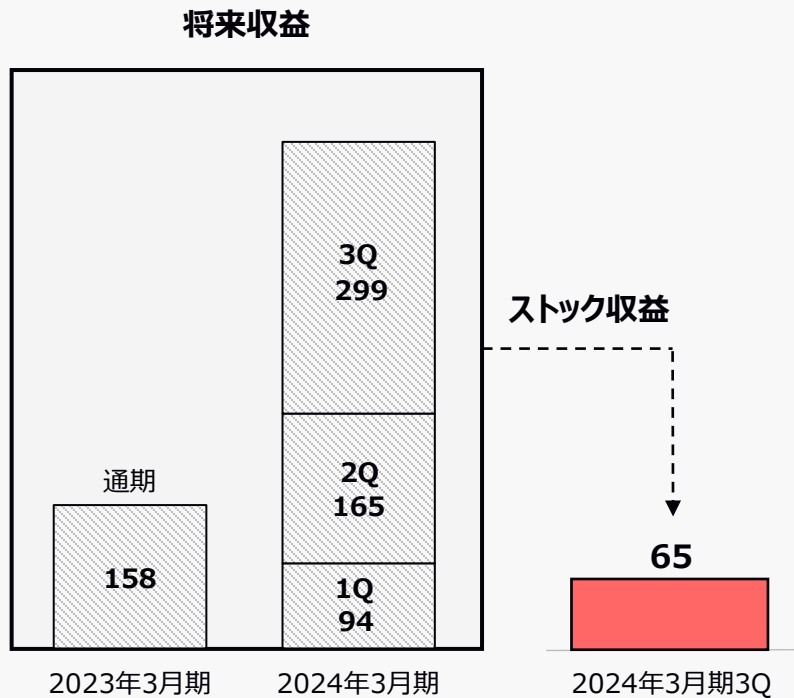
※ 将来収益・・・1成約によって将来生まれる総収益。本来当期に計上されていたものを将来にわたって計上していくものであることから、当社の実力値は「将来収益込みEBITDA」によって測るべきものとする。

2024年3月期 第3四半期 ストック収益

3Qはエネルギー領域を中心に将来収益を積み増し、3Qでのストック収益は65百万円の実績。EBITDAに占めるストック収益比率は7.4%へ上昇。4Q以降も更なる増加を見込む。

将来収益からストック収益への寄与

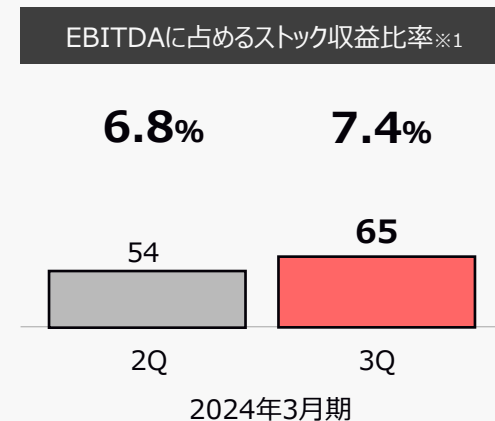
(単位：百万円)



EBITDA対ストック収益比率

(単位：百万円)

中期経営計画最終年度
2026年3月期目標20%以上



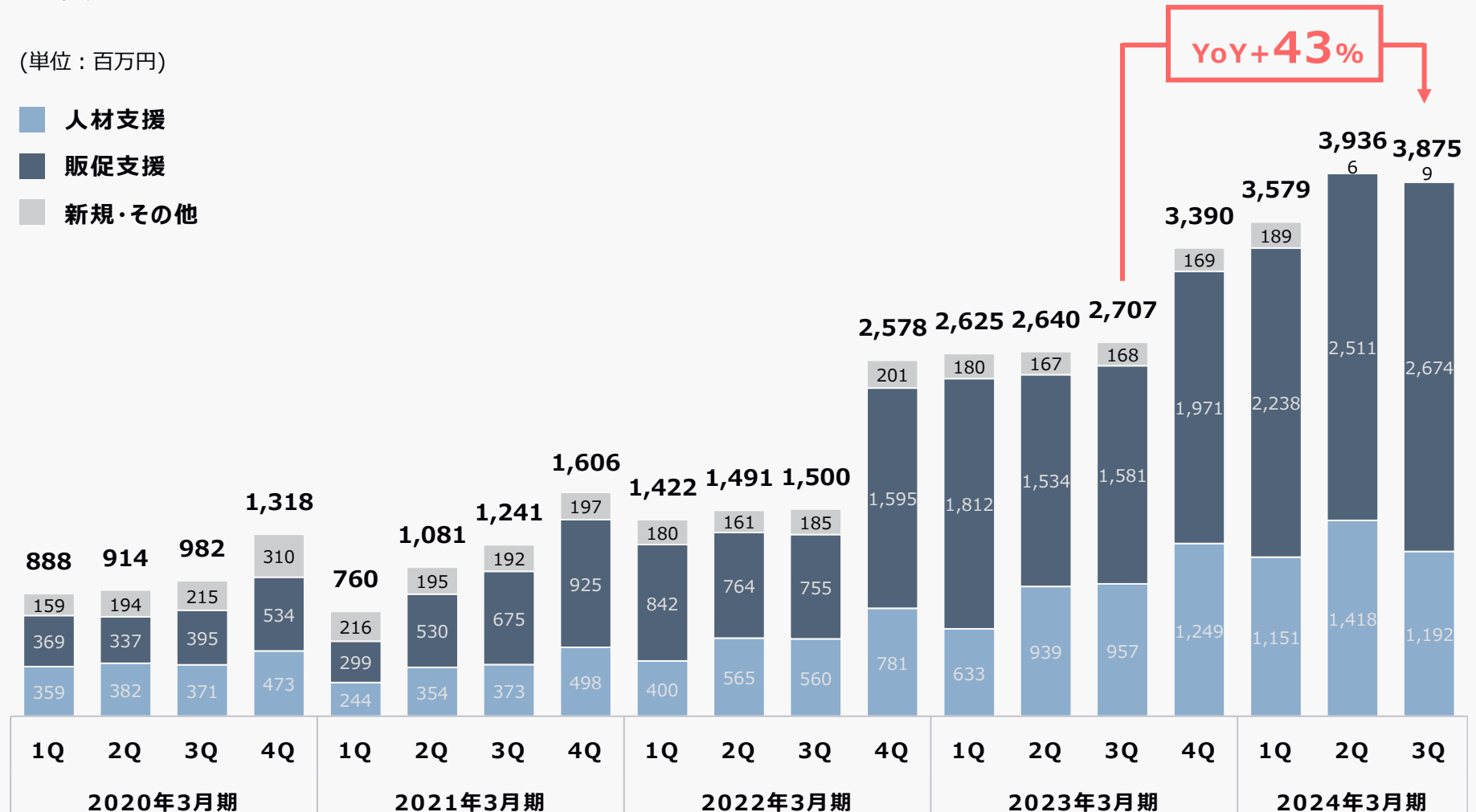
※1 2024年3月期2Qのストック収益比率は、株式譲渡益除外後EBITDA800百万円に占めるストック収益比率。
 ※2 ストック収益額は、中期経営計画の重点取組に即した注力案件でエネルギー領域数値にて算出（今後ファイナンス領域も一定寄与数値になった際に追加開示予定）。
 ※3 ストック収益・・・ストック収益型の契約案件による売上から費用を除いた利益。

売上収益の四半期推移 サービス別

売上収益は主にエネルギー領域及び人材支援サービスの人材紹介における大幅増収により、YoYで+43%と大きく成長。

(単位：百万円)

- 人材支援
- 販促支援
- 新規・その他



※ 2023年7月にポートエンジニアリング社を株式譲渡（区分：新規・その他）。

2024年3月期 第3四半期決算概要 サービス別

人材支援サービス

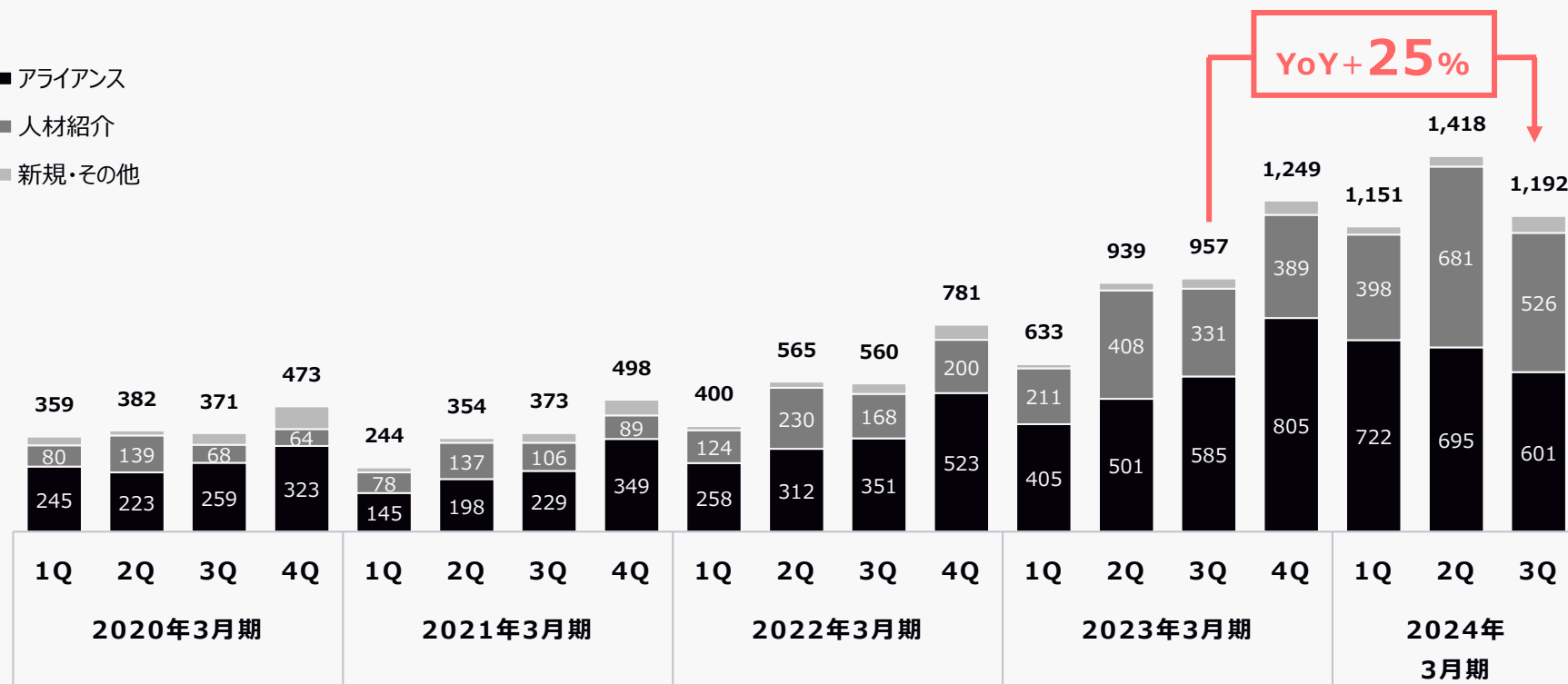
人材支援サービス 売上収益

人材支援サービス全体での成長を志向し、会員基盤を人材紹介に積極活用し、+59%の大幅増収継続。アライアンスは人材紹介への注力及び早期化影響もありYoYで+3%の微増。

(単位：百万円)

2024年3月期 3Q			
合計	アライアンス	人材紹介	その他
1,192 (YoY +25%)	601 (YoY +3%)	526 (YoY +59%)	63 (YoY +61%)

- アライアンス
- 人材紹介
- 新規・その他

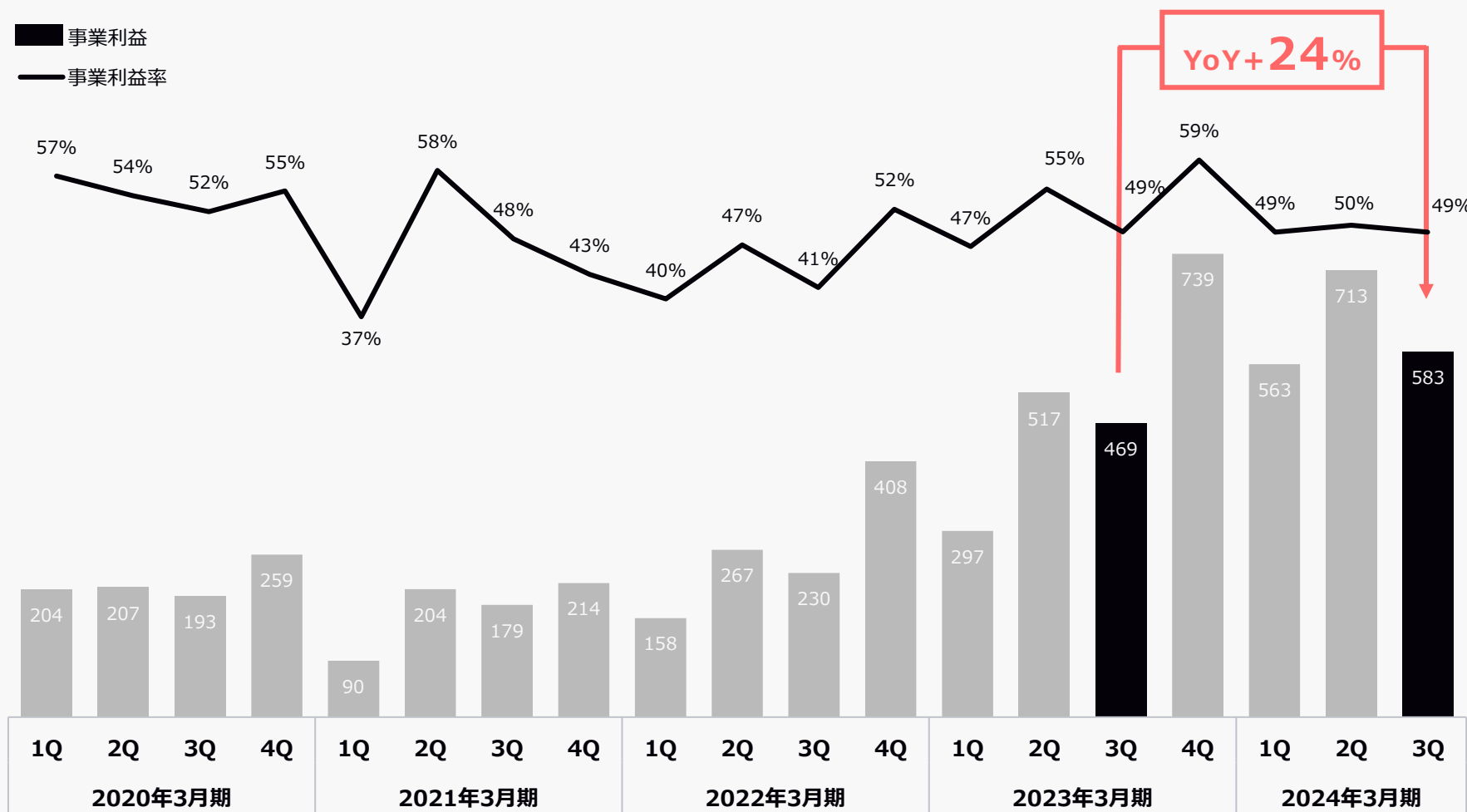


3Qにおいては就職活動の早期化影響により、求人企業の対象卒年の需要が変化したことで、前年度対比で成約件数や成約単価が大きく変化。一方で人材紹介においては地方展開・組織拡大に伴い件数は大きく増加。

	アライアンス		人材紹介	
	YoY	要因	YoY	要因
成約件数	○	前期までは10～12月期は大学4年生の送客需要が高かったが、採用直結型インターン開始等の早期化により大学3年生の送客需要が増加。	◎	自社の人材紹介に大学4年生のデータベースを積極活用したこと、地方展開等で、紹介件数が大きく増加。
成約単価	△-	希少性の高い大学4年生後半のほうが高単価だが、早期化等のニーズの変化に伴い単価の低い大学3年生の送客需要が増加し、単価減少。	◎	大学4年向け人材紹介サービスの展開企業が減少したことで、求人企業から高いニーズを獲得し、成約単価が上昇。

人材支援サービスでの持続的な成長に向けたテストマーケティング等の積極的な事業投資により、事業利益率は前年度と同水準。

(単位：百万円)



2024年3月期 第3四半期決算概要 サービス別

販促支援サービス

販促支援サービス 売上収益

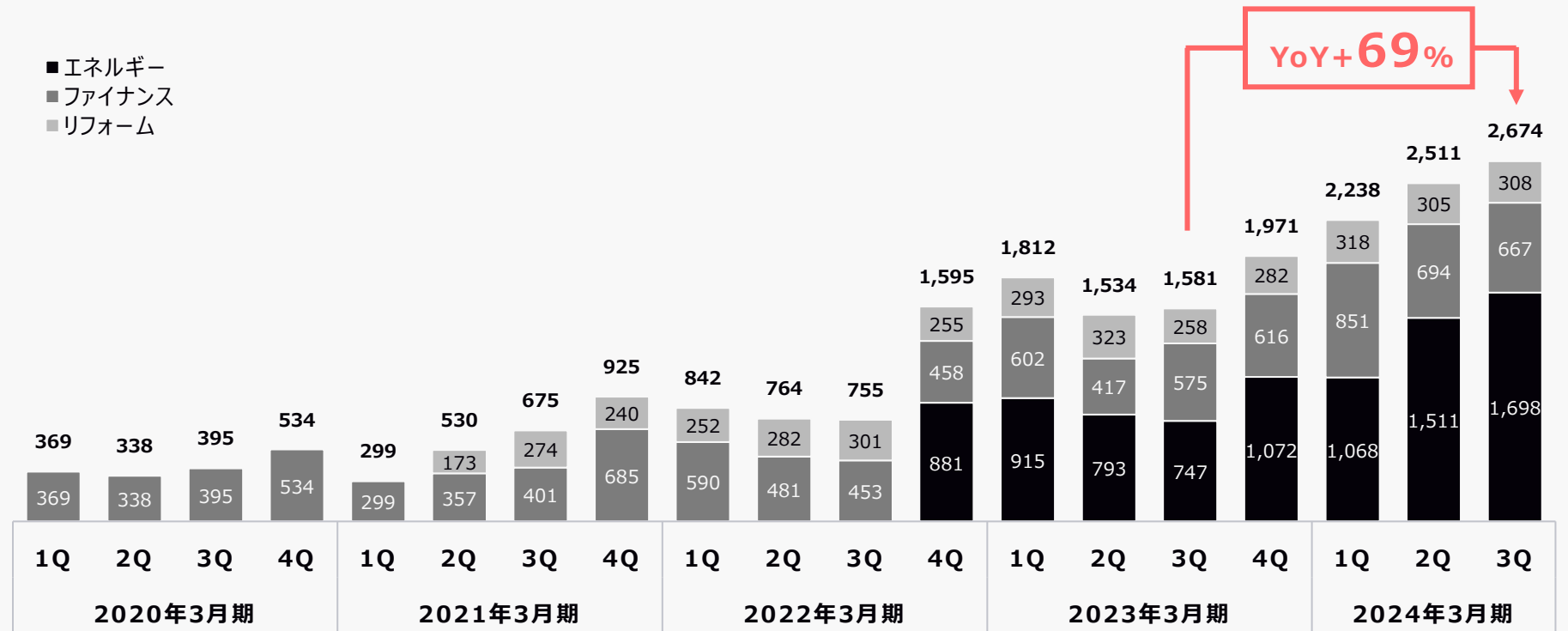
四半期過去最高の売上収益を更新。エネルギー領域は閑散期である3Qにおいても成約件数が大幅増、成約単価の改善が寄与し全てのサービスにおいて最も高い成長率を達成。成約単価改善効果は4Q以降も継続を見込む。

(※2024年3月期1Qよりカードローン領域→ファイナンス領域へ名称変更)

(単位：百万円)

2024年3月期 3Q			
合計	エネルギー	ファイナンス	リフォーム
2,674 (YoY +69%)	1,698 (YoY +127%)	667 (YoY +16%)	308 (YoY +20%)

- エネルギー
- ファイナンス
- リフォーム



※エネルギー領域については、2022年1月より株式会社INEを連結子会社化、2023年7月より株式会社Five Lineを連結子会社化。

販促支援サービス 事業利益

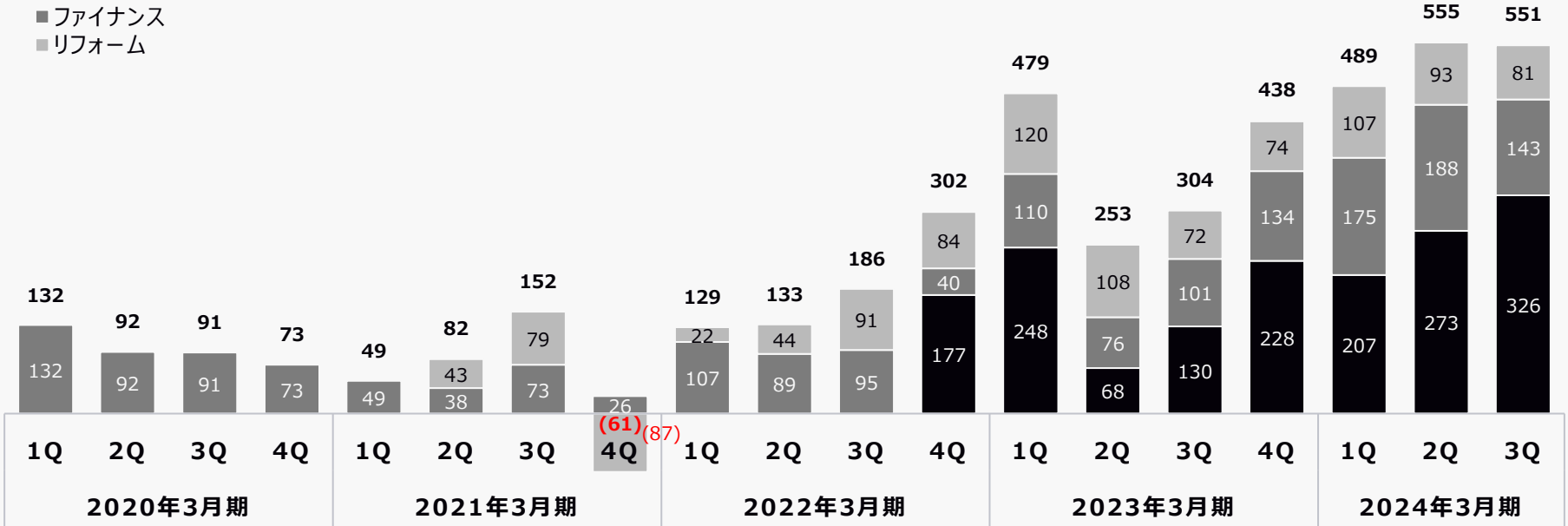
エネルギー領域では将来収益を重視しているものの、電力事業者の競争環境の激化に伴い成約単価の改善も寄与しYoY+150%の大幅増益。ファイナンス領域も引き続き広告効率の最適化が進みYoY+41%増益。

(※2024年3月期1Qよりカードローン領域→ファイナンス領域へ名称変更)

(単位：百万円)

2024年3月期 3Q				
	合計	エネルギー	ファイナンス	リフォーム
事業利益	551 (YoY +81%)	326 (YoY +150%)	143 (YoY +41%)	81 (YoY +13%)
事業利益率	20.6%	19.0%	21.6%	26.4%

- エネルギー
- ファイナンス
- リフォーム



※エネルギー領域については、2022年1月より株式会社INEを連結子会社化、2023年7月より株式会社Five Lineを連結子会社化。

株主還元方針

企業価値向上の前提

株主価値の最大化に向けては、長期でのキャッシュフローの最大化が最も重要であり、その実現に向けて、中長期でのEBITDAの最大化を中期経営計画方針に掲げ事業を拡大。

最重要指標

株主価値の最大化



長期方針

フリーキャッシュフローの最大化



中期経営計画方針

中長期のEBITDAの最大化

中期経営計画方針 ストック収益の強化

中長期のEBITDAの最大化に向け、今期より成約支援事業の収益のポートフォリオ化＝ストック収益型契約への転換を実施。中期経営計画最終年度はEBITDA40億のうちストック収益比率20%以上を目指す。

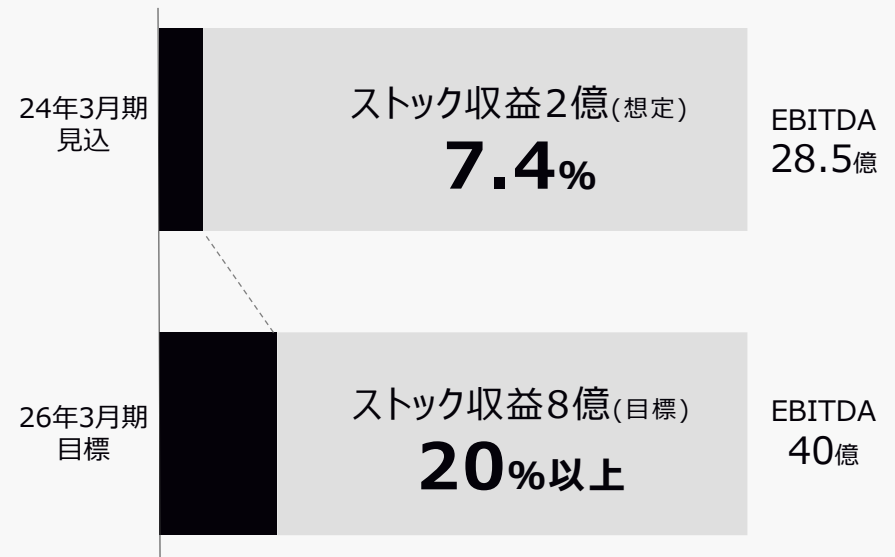
中期経営計画 重点項目

収益のポートフォリオ化

▼
ストック収益化

- 継続的な成長の蓋然性を高めるべく、一部のショット収益をストック収益へ転換
- エネルギー領域においては、毎月の電気等の使用量に応じて事業者よりストック収益を獲得
- ファイナンス領域においては、現在の貸付残高に応じて事業者よりストック収益を獲得

EBITDA対ストック収益比率



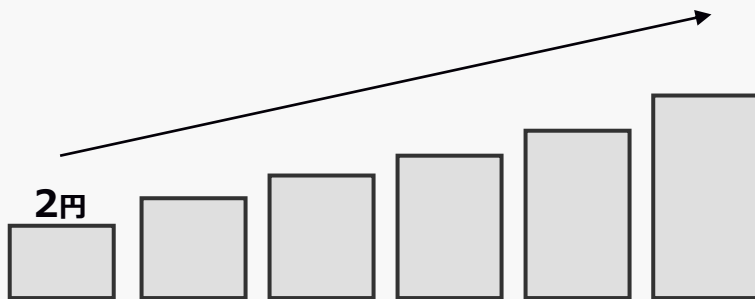
株主還元方針 配当方針

着実なストック収益の伸長及び財務状況を鑑み、当社初となる配当を今期末より開始。ストック収益を原資とし、今後も配当総額を差し引いても連結営業黒字を前提としたうえで、ストック収益の増加に応じた累進配当を予定。

累進配当

ストック収益の増加に応じた継続的な増配

- 年1回の期末配当方針
- 配当の決定機関は株主総会（中間配当は取締役会決議）
- 引き続き内部留保資金については、経営基盤の長期安定に向けた財務体質の強化・事業への成長投資資金へ



2024年3月期

	2024年3月期 業績予想	2026年3月期 中期経営計画
ストック収益（百万円）	200	800
ストック収益税引後イメージ（百万円）	140	560
1株あたり配当金（円）	2	累進配当 予定
配当総額（百万円）	26	累進配当 予定

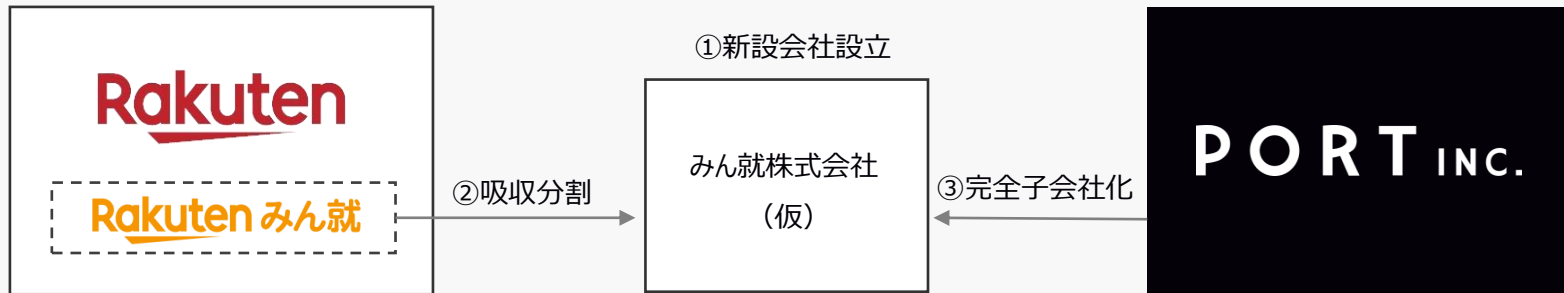
※ 2024年6月に開催予定の当社定時株主総会にて付議。

APPENDIX

「楽天みんな就」事業のM&A

本M&Aの概要

楽天グループ株式会社が運営する口コミ就職情報サイト「楽天みん就」を新設会社に吸収分割の方法で承継させたうえで、同社の株式を100%取得し、完全子会社化。



対象事業名	口コミ掲載型の就活生同士のコミュニティサイト「楽天みん就」 大学の授業評価・講義情報サイト「みんなのキャンパス」
対象事業内容	新卒採用企業向け広告事業及び人材会社向け送客事業
取得価格	22.5億円
事業規模	22/12期 売上高 850百万円（コロナ影響による減収後、回復傾向） 2024年卒 会員数 約20万人（見込み値）
スケジュール	契約締結日：2024年1月31日 株式譲渡実行日（予定）：2024年4月1日 連結開始時期：2025年3月期第1四半期

「楽天みんな就」 事業概要

「楽天みんな就」は1996年にサービスを開始以降、新卒ユーザー向けの口コミ掲載型のコミュニティサイトとして高い認知度とブランド力を有し、業界をリード。

口コミ掲載型の就活生同士のコミュニティサイト

Rakuten みんな就

1 ブランド力

- 1996年のサービス開始以来、25年以上口コミサービスを提供
- 大学生の間で「就活にはみんな就」という圧倒的なブランディングを構築

2 強固な会員基盤

- 新卒人口約60万人※1のうち約20万人が「楽天みんな就」会員※2
- 就職活動の情報収集や情報共有のために幅広く利用

3 圧倒的な就活口コミ数

- 口コミ掲載企業数約3万社※3
- 累計口コミ数約1,450万件※3

大学の授業評価・講義情報サイト

Rakuten みんなのキャンパス

1 国内最大級の授業口コミ数

- 大学の授業に関する膨大な口コミを保有、全学年がターゲット
- 過去の蓄積情報が価値を発揮

2 早期ユーザーの獲得チャネル

- 大学1年生の早期タイミングでの会員獲得が可能
- 大学生の日常生活における有効な会員獲得チャネル

3 月間数千万規模のアクセス数

- 講義評価や講義情報収集のために多くの大学生が利用
- 特に履修登録期間などの需要期においては膨大なアクセスを獲得

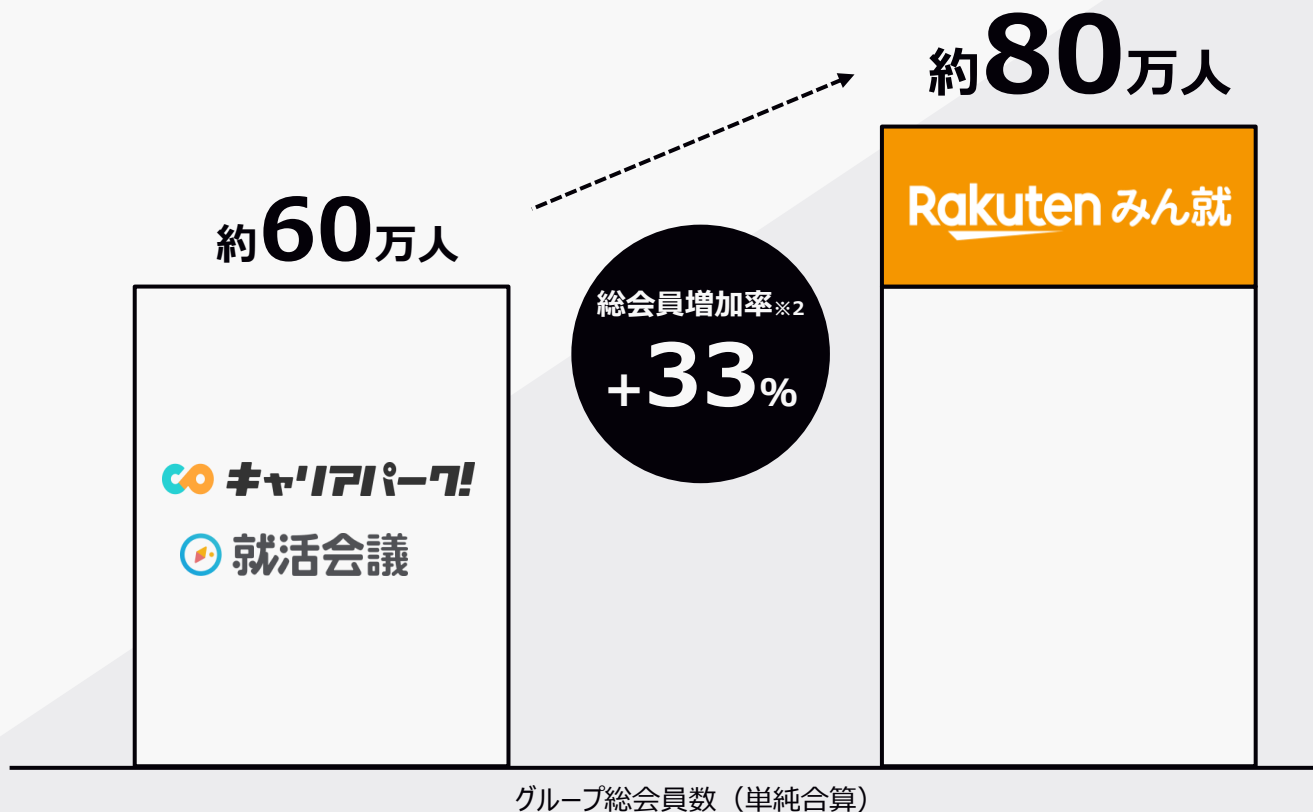
※1 https://www.mext.go.jp/content/20221221-mxt_chousa01-000024177_001.pdf

※2 2024年卒会員数（見込み値）

※3 2021年1月31日時点の口コミ数

新卒ユーザー総会員数約60万人※1の当社グループプロダクト群に、単一で会員数約20万人※1のプロダクトがグループイン。人材支援サービスの高い集客力による会員基盤が担保され、継続成長をより確実なものに。

国内最大規模の新卒会員基盤を誇るグループ企業へ



※1 2024年卒 (見込み値)

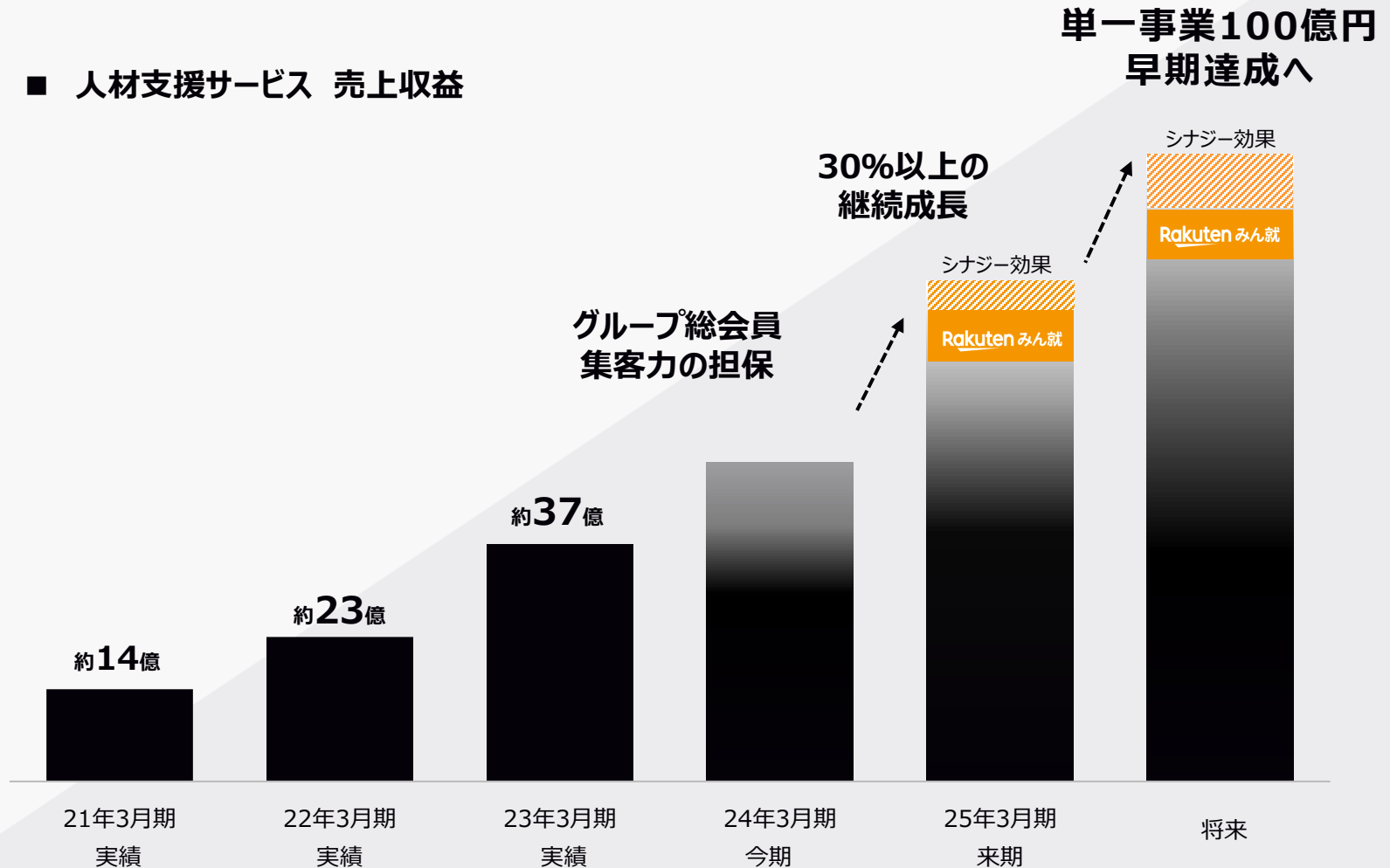
※2 総会員数 = 各プロダクトごとの会員数の合算値

Copyright © PORT INC. All Rights Reserved.

本M&Aのハイライト

対象事業の連結効果及びシナジー効果のアップサイドを見込むロールアップ型M&Aにより、人材支援サービスにおける30%以上の継続成長の実現と、単一事業での売上100億円突破の早期達成の確度が大幅に上昇。

■ 人材支援サービス 売上収益



M&Aの目的 プロダクトラインナップの拡充

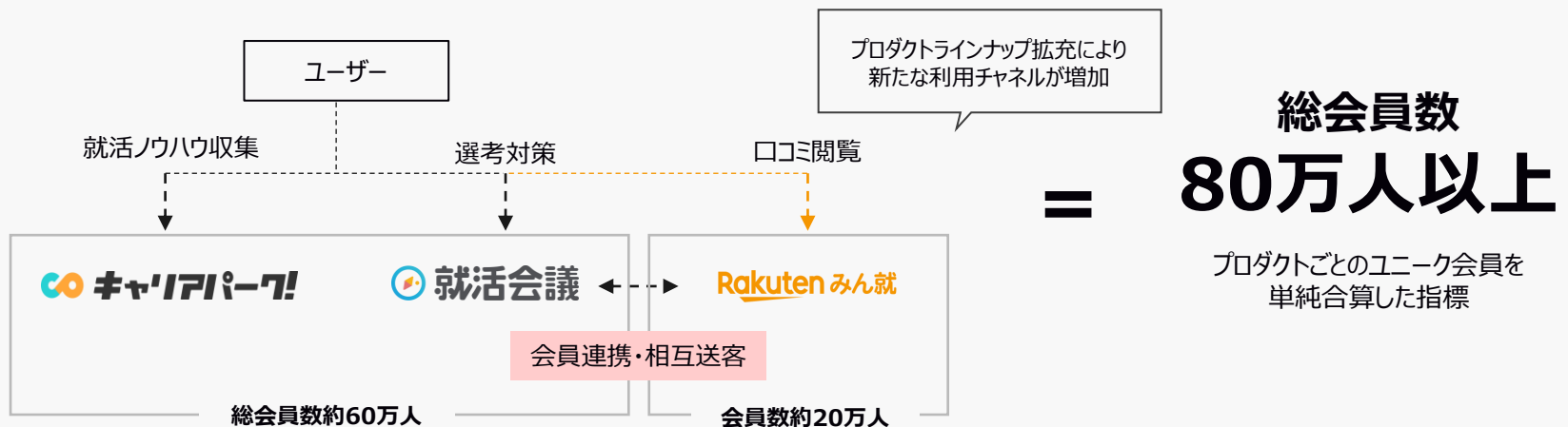
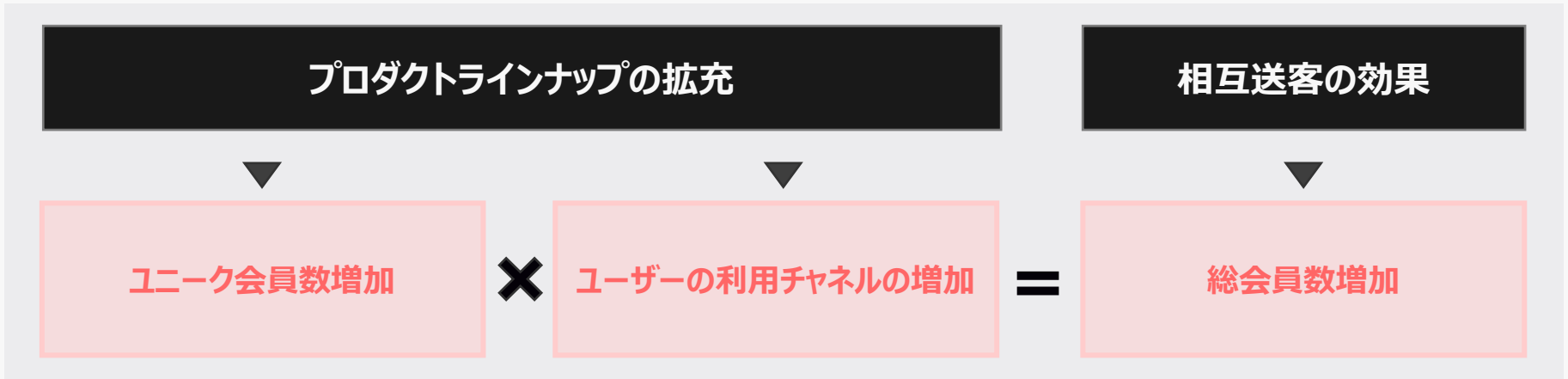
当社は就職活動期間において、目的別に設計された各プロダクトを展開。「楽天みんな就」のM&Aによりユーザー同士のコミュニティ型のサイトがグループイン。ユーザーの多様なニーズに応え、更なる総会員数の拡大を目指す。

就職活動における意思決定プロセスと当社提供プロダクト



M&Aの目的 総会員数の拡大

プロダクトごとにユーザーニーズや提供内容が異なることから、プロダクト間の会員連携・相互送客を積極展開し、各プロダクトごとの会員基盤も大幅な増加を見込む。

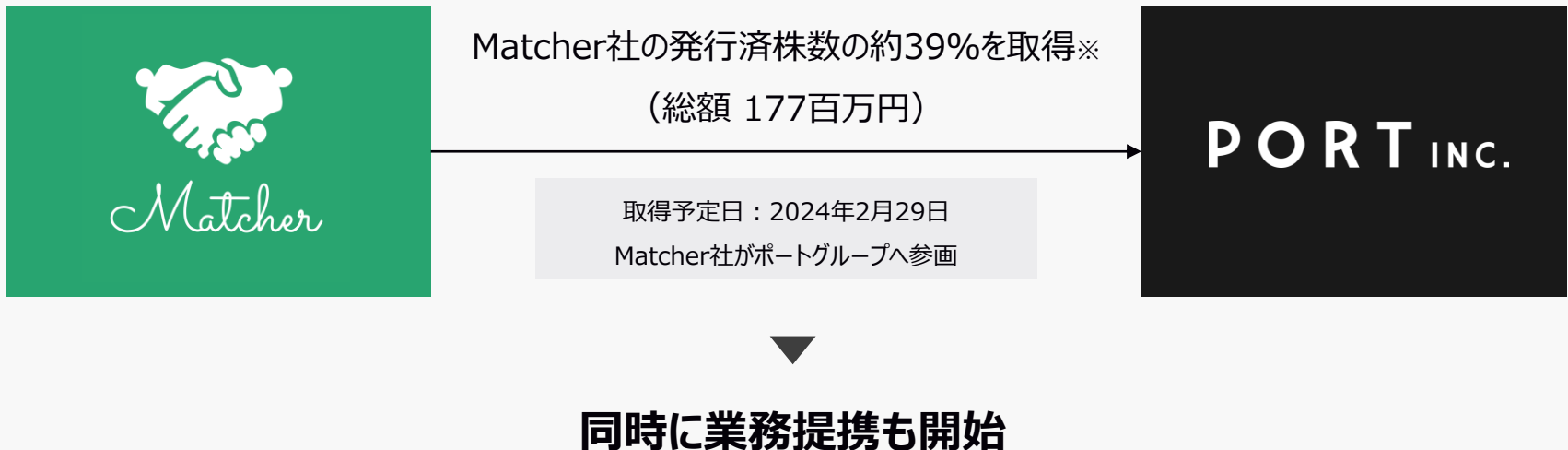


APPENDIX

Matcher株式会社との資本業務提携

資本業務提携 スキーム概要

Matcher社の発行済株式を既存株主からの譲渡及び第三者割当増資により、Matcher社の発行済株式数の約39%を取得※。Matcher社が当社グループへ参画。



提携先概要 Matcherとは

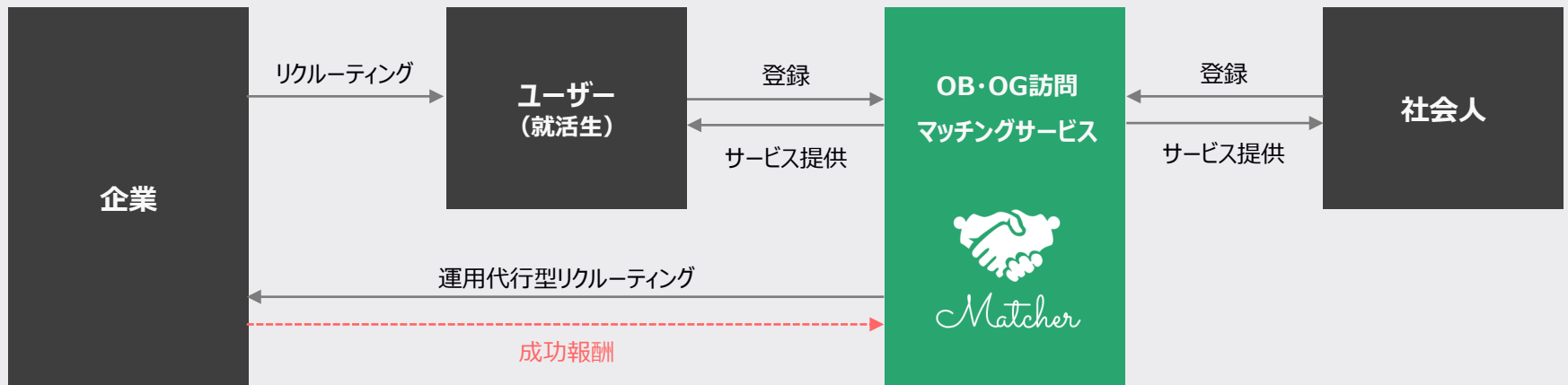
Matcherは就活生のOB・OG訪問マッチングサービスを提供。クチコミでの広がりにより登録者数を拡大し、特に就職活動に積極的なユーザーが多く登録。累計マッチング数は100万件以上。

年間約4～5万人利用

国内最大級のOB・OG訪問マッチングサービス

OB・OG訪問の敷居を低くし、所属大学や学年に関わらず気になる企業の人にOB・OG訪問ができるサービスとして登録者数を拡大

(ビジネスモデル)



OB・OG訪問の位置づけ

OB・OG訪問は業界や企業理解、選考対策として就活初期（大学2年後半）のフェーズに様々な用途で活用され、就活生の企業理解や意思決定において重要な役割を果たす。

	大学2年			大学3年										大学4年									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
学校行事	春季休暇						試験	夏季休暇					冬季休暇・試験		春季休暇						夏季休暇		
インターン						サマーインターン			オータム/ウィンターインターン														
自己分析	自己分析																						
業界分析	業界・職種分析																						
企業分析											企業分析												
選考											選考												
OB・OG訪問	OB・OG訪問																						

内定式

大学2年の終わり頃又は3年当初からOB・OG訪問を実施



就活生の4人に1人がOB・OG訪問を実施しており、平均5人に訪問※

※ マイナビキャリアリサーチLab「2024年卒 学生就職モニター調査 5月の活動状況」 n=1,978名
Copyright © PORT INC. All Rights Reserved.

資本業務提携の目的 プロダクトラインナップの拡充

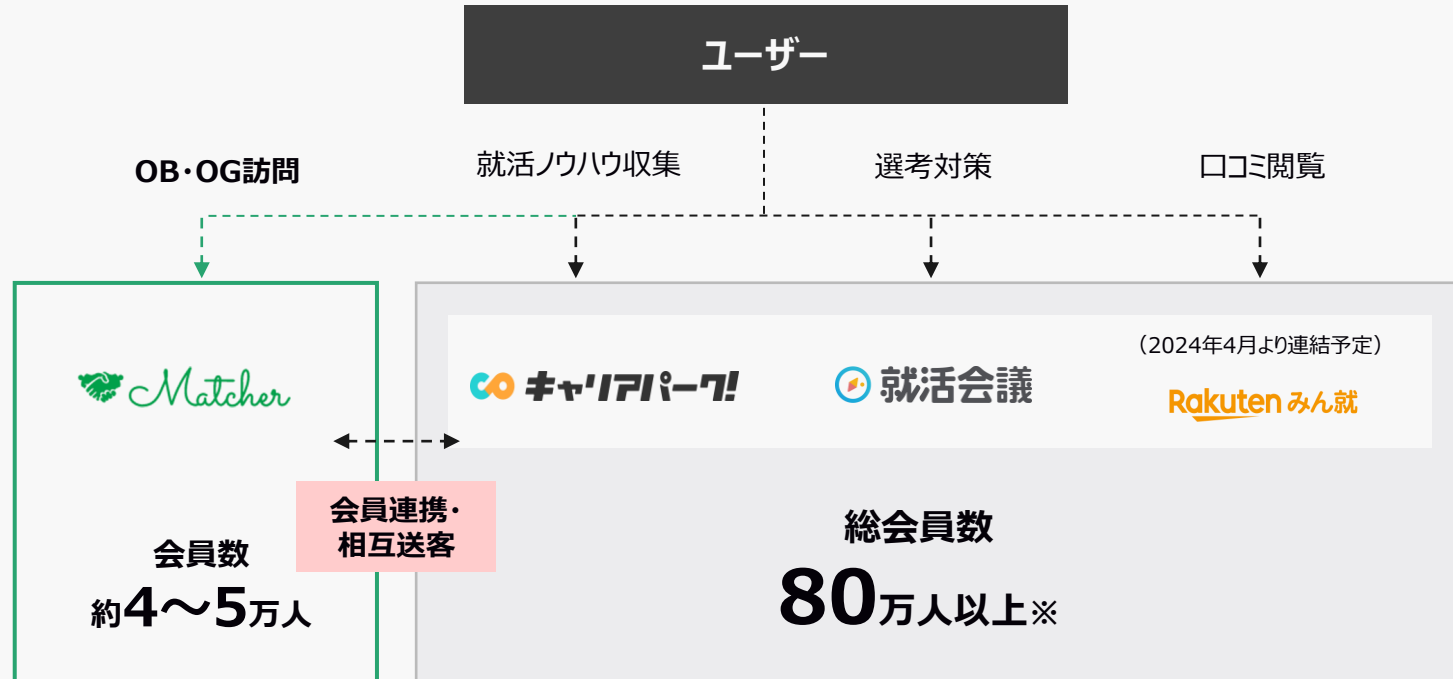
就活対策の領域においてOB・OG訪問のセグメントを補完することで、当社が提供する就活対策サービスの網羅性が向上しサービスとしての付加価値を高めることが可能。

就職活動における意思決定プロセスと当社提供プロダクト



資本業務提携の目的 総会員数の拡大

プロダクトごとにユーザーニーズや提供内容が異なることから、当社プロダクト群とMatcherの会員連携を行うことにより、ユーザーの新たな利用チャネルが増加。当社グループの総会員数が拡大し更なる収益の拡大を見込む。



総会員数の拡大

プロダクトごとのユニーク会員を単純合算した指標

PORT INC.

社会的負債を、次世代の可能性に。