

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

ポート

7047 東証グロース市場・福証 Q-Board

企業情報はこちら >>>

2022 年 6 月 9 日 (木)

執筆：客員アナリスト

欠田耀介

FISCO Ltd. Analyst **Yosuke Kaketa**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 業績動向	01
2. 2023 年 3 月期業績の見通し	01
3. 中長期成長戦略	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 事業概要	04
■ 業績動向	06
1. 2022 年 3 月期業績の概要	06
2. 財務状況と経営指標	09
■ 今後の見通し	10
1. 2023 年 3 月期業績の見通し	10
2. 領域別の戦術	12
■ 中長期の成長戦略	13
1. 成長戦略及び中期経営計画	13
2. 中期経営計画の進捗	16
■ 株主還元策	19

要約

就職領域が業績を牽引し、売上収益は前期比で大幅成長 EBITDA・営業利益・税引前当期利益は予想レンジ内で着地

ポート <7047> はインターネットメディアを複数運営している。メディアのジャンルは多岐にわたるが、「就職領域」「リフォーム領域」「カードローン領域」、そして 2021 年 11 月に本格参入した「エネルギー領域」の 4 つのサービス領域を主力としつつ、既存事業とのシナジーも期待できる新規領域として、自治体向けや医療系などのメディアの研究・開発も開始した。

1. 業績動向

2022 年 3 月期の連結業績は、売上収益が 6,994 百万円（前期比 49.2% 増）、EBITDA^{※1} が 810 百万円（同 178.8% 増）、調整後 EBITDA が 1,604 百万円（同 55.6% 増^{※2}）、営業利益が 599 百万円（同 465.0% 増）、税引前当期利益が 564 百万円（同 253.6% 増）、親会社の所有者に帰属する当期利益が 332 百万円（同 107.3% 増）となった^{※3}。売上収益は業績予想をわずかに下回ったものの、就職領域の業績牽引やエネルギー領域における（株）INE（以下、INE）との連結により、大幅な成長を実現した。2022 年 3 月期において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。また、EBITDA・営業利益・税引前当期利益は期中に上方修正した利益予想レンジ内での着地を達成。当期利益に関しては、INE の非支配株主に帰属する当期利益の控除により予想レンジを下回る結果となった。

※1 EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + 株式報酬費用

※2 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

※3 2022 年 3 月期第 1 四半期より IFRS へ移行しており、前年同期間における IFRS 基準の数値との比較による参考値。

2. 2023 年 3 月期業績の見通し

2023 年 3 月期については深刻な外部環境の状況を勘案し各領域の計画を保守的に再精査した。その結果、売上収益は 9,300 百万円（前期比 33.0% 増）、EBITDA は 1,500 百万円（同 85.1% 増）、営業利益は 1,200 百万円（同 100.1% 増）、税引前当期利益が 1,100 百万円（同 94.7% 増）、親会社の所有者に帰属する当期利益が 700 百万円（同 110.5% 増）としている。ウクライナ情勢等に起因する資源価格高騰等の電力会社各社への影響、新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）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などが主な修正要因である。業績計画の修正を行ったものの、目標はあくまでも当初計画の売上収益 100 億円、EBITDA20 億円の達成であり、創業時からの連続増収の実績を鑑みれば、計画の実現可能性は高いものと弊社では見ている。

ポート

2022 年 6 月 9 日 (木)

7047 東証グロース市場・福証 Q-Board

<https://www.theport.jp/ir/ir.html>

要約

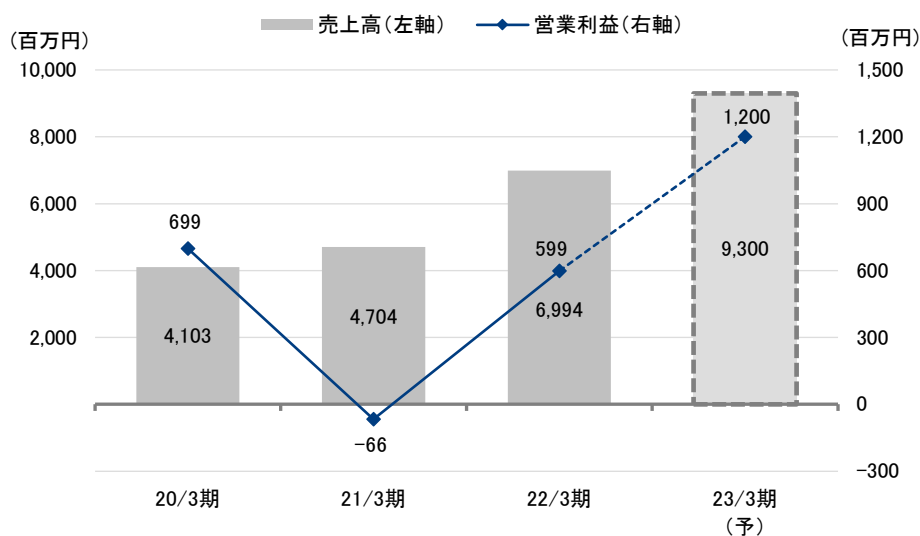
3. 中長期成長戦略

同社はこれまで離職率や過疎化、生活習慣病などの社会課題に対してサービス開発を行ってきたが、より大きな社会課題を解決していくためには「ユーザー基盤」「投資資本」「顧客基盤」の3つのアセットが必要であると考え、ユーザーにノウハウが蓄積されづらい非日常領域のマッチング DX に基づいた取り組みをベースとした3ヶ年中期経営計画（2021 年 3 月期～2023 年 3 月期）を策定している。中長期の業績成長を実現するために同社は、(1) マッチング DX の拡大、(2) 会員基盤を活用したクロスセル、(3) サプライチェーン最適化、の3つの成長戦略を推進していく。そのために、M&A も積極的に検討する方針だ。同社のビジネスモデルはマッチングプラットフォームを軸としており、マッチング総数（会員数、顧客数及びそれぞれの総量）の増加が売上収益成長のキードライバーとなる。マッチング最大化による高い売上収益成長を実現するために、同社では「コンテンツ投資（会員数拡大）」「アカウント投資（顧客数拡大）」「システム投資（マッチング数拡大）」への積極投資を行っている。2022 年 3 月期累計では、コンテンツ投資 144 百万円、アカウント投資 124 百万円、マッチングシステム投資 525 百万円を実行しており、引き続き事業拡大に向けた投資を継続する方針である。2023 年 3 月期は中期経営計画の最終年度であるが、マーケティングの効率化・成約率の向上により当初計画である売上収益 100 億円、EBITDA20 億円の達成を目指す。また、今後も売上収益 CAGR30% 以上の成長を目標としている。

Key Points

- ・「世界中に、アタリマエとシアワセを。」をコーポレート・ミッションに、インターネットメディア事業を展開
- ・2022 年 3 月期業績は就職領域が業績を牽引、売上収益は前期比 49.2% 増と大幅に成長
- ・2023 年 3 月期の見通しは深刻な外部環境を勘案し計画を修正、実現可能性は非常に高い
- ・中期経営計画の最終年度である 2023 年 3 月期は、計画を保守的に修正しているもののマーケティングの効率化・成約率の向上により当初計画である売上収益 100 億円、EBITDA20 億円の達成を目指す

業績推移



注：21/3 期 2Q より連結決算。21/3 期以前は日本基準 22/3 期より IFRS へ移行。

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

「世界中に、アタリマエとシアワセを。」をコーポレート・ミッションに、インターネットメディア事業を展開

1. 会社概要

同社はインターネットメディアを複数運営している。メディアのジャンルは多岐にわたるが、「就職領域」「リフォーム領域」「カードローン領域」、そして 2021 年 11 月に本格参入した「エネルギー領域」の 4 つの領域を主力としつつ、既存事業とのシナジーも期待できる新規領域として、自治体向けや医療系などのメディアの研究・開発も開始した。現 代表取締役社長の春日博文（かすがひろふみ）氏は大学在籍中から企業の採用マーケティングを支援しており、2011 年 4 月、大学卒業と同時に同社（旧（株）ソーシャルリクルーティング）を設立した。その後、資金調達や新メディアの開発・運用、業績拡大を経て、2018 年 12 月に東京証券取引所マザーズ市場及び福岡証券取引所 Q-Board に上場した。

同社は「世界中に、アタリマエとシアワセを。」をコーポレート・ミッションとして掲げ、幅広い分野での社会問題の解決を目指している。具体的には、社会課題領域を前提に、あらゆるサービスに対して、ユーザー側の問題を「非日常領域」、サプライヤー側の問題を「デジタル化遅延領域」と捉えている。「非日常領域」とは、ユーザー側で知識や経験の蓄積が不十分なためにサプライヤー側との情報格差が大きくなり、ユーザーだけでは意思決定が難しい領域のことである。同社の主力領域でいえば、「就職領域」「リフォーム領域」「カードローン領域」「エネルギー領域」が該当する。これらは、一般個人では知識・経験が乏しいために情報収集の仕方や価格の目安、業者の選び方などがわからず、意思決定が困難な領域である。一方で「デジタル化遅延領域」とは、デジタル化が進んでいないためにサービスマーケティングから契約手続きまでの一連の流れが非効率となっている領域のことである。同社はこの「非日常領域」「デジタル化遅延領域」の重なる部分を重点アプローチ領域と捉え、マッチング DX をコンセプトにユーザーとサプライヤーの効率的なマッチングを提供している。

ポート | 2022 年 6 月 9 日 (木)
7047 東証グロース市場・福証 Q-Board | <https://www.theport.jp/ir/ir.html>

会社概要

同社の経営方針



出所：会社紹介資料より掲載

2. 事業概要

同社は、インターネットメディアの運営を通じてユーザーとサプライヤーのマッチングサービスを提供している。送客手数料を収入源とし、「就職領域」「リフォーム領域」「カードローン領域」「エネルギー領域」の4つのサービス領域からなる。

同社のサービス領域

就職	リフォーム	エネルギー ※
 キャリアパーフェクト  就職の未来 国内最大級の就活ノウハウ情報サイト	 外壁塗装の窓匠 業界最大級の外壁塗装専門サイト	 エネチオイス 電気代・ガス代の見直しニーズのあるユーザーと電力事業者のマッチングサイト
 就活会議 国内最大級の就活生向け企業口コミ情報サイト	 引越手続き.com 引越時に役立つ電気・ガス手続き支援サイト	
 イベカツ 就活生向けイベント情報サイト	 カードローン	 新規
 キャリアパーフェクト 就職エージェント 就活生と企業のマッチング支援サービス	 マネット カードローン プロの解説とみんなの口コミが集まるカードローン情報サイト	 telemedEASE BP 高血圧診療支援アプリケーション
		 Futurizm フリーランスエンジニアマッチングサービス

※2022年1月から連結開始

出所：会社紹介資料より掲載

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

会社概要

事業全般に共通する強みとして、「ストック型のコンテンツマーケティングモデルである」ことが挙げられる。同社は流行に左右されづらいコンテンツ（就活におけるマナー解説記事など）に厳選してビジネスを展開しているため、長期間にわたってコンテンツが陳腐化せず、資産化したコンテンツをもとに安定したアクセスを獲得している。また、ユーザーを会員化することで行動データを蓄積・分析し、それを効率的に活用することで送客時に高単価な成果報酬を得ている。

各領域の概要については、以下のとおりである。

(1) 就職領域

就職領域では、就職活動生に役立つ情報を提供するメディアを運営している。具体的には、就活ノウハウを提供する「キャリアパーク!」、企業の口コミを提供する「就活会議」、就活生と企業のマッチングを支援する「キャリアパーク! 就職エージェント」などがある。特長としては、就職活動におけるあらゆる段階（情報収集やイベント参加、入社試験など）で必要とされる情報を、複数メディアで提供している点が挙げられる。同社は、メディアを通じて人材会社や求人企業にユーザーを送客することで手数料を受け取る。KPI は、送客予算、人材紹介数、マッチング担当者数、会員数などである。また、同領域では就活生が動く第 4 四半期の就活解禁時が山場となるため、業績は 2 月～3 月に集中する下期偏重型となる。

(2) リフォーム領域

リフォーム領域では、住宅の外壁塗装に関する情報を専門メディア「外壁塗装の窓口」にて提供している。運営主体は、同社が 2020 年 7 月末に買収した（株）ドアーズである。「外壁塗装の窓口」では住所や延床面積、予算などからユーザーに合った外壁塗装業者を探すことができる。充実した情報をもとにユーザーを集め、施工業者とマッチングさせることで、同社は送客手数料を得る。ユーザーに対する見積書の見方の支援や、ニーズを聞き出し施工業者へフィードバックするなど、きめ細かい対応によって高い成約率に繋がっている。外壁塗装の領域に特化し、ユーザーの意思決定の深いところまで関与していく紹介型の事業である。KPI には、送客数、成約契約数、施工業者の累計加盟店数などがある。

(3) カードローン領域

カードローン領域では、専門家監修の記事や口コミなど、カードローン利用における役立つ情報を運営メディア「マネット（カードローン）」にて提供している。そのほか、エキサイト（株）や大手消費者金融が運営しているメディアも共同運営（同社は記事執筆やマーケティング支援）している。お金に関する悩みを抱えたユーザーが各メディアにて情報収集し、大手消費者金融機関など各事業者に申し込むことで、同社は送客手数料を受け取る。事業の季節性として、6 月・12 月などのボーナス時期には需要が下がる傾向がある。その反面、3 月・9 月など新生活のスタート時には活況となるため下期偏重型である。KPI は送客数などが挙げられる。

(4) エネルギー領域

同社は 2021 年 11 月にエネルギー領域に参入し、中核事業として 2022 年 1 月に INE を子会社化した。INE は、ユーザーと電力事業者の国内最大規模のマッチング DX カンパニーで、「エネチョイス」「引越手続き.com」等のマッチング DX メディアを運営している。Web の集客力と意思決定まで支援するインサイドセールス力による洗練されたマッチング力を保有し、取次の完全内製による高いマッチング率が強みである。同社と INE それぞれのノウハウやアセットを活用してシナジーを創出し、成長市場でのシェア拡大を目指す。KPI は取案件数である。

業績動向

就職領域が全体の業績を牽引し大幅成長 引き続き高成長による業容拡大を見込む

1. 2022 年 3 月期業績の概要

2022 年 3 月期の連結業績は、売上収益が 6,994 百万円（前期比 49.2% 増）、調整後 EBITDA ※が 1,604 百万円（同 55.6% 増）、EBITDA が 810 百万円（同 178.8% 増）、営業利益が 599 百万円（同 465.0% 増）、税引前当期利益が 564 百万円（同 253.6% 増）、親会社の所有者に帰属する当期利益が 332 百万円（同 107.3% 増）となった。就職領域の売上収益が全体の業績を牽引し、大幅な成長を遂げた。2022 年 3 月期において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。業績予想に対する売上収益はわずかに予想を下回ったものの、EBITDA・営業利益・税引前当期利益に関しては期中に上方修正した利益予想レンジ内での着地となった。第 4 四半期の営業費用を前年同期と比較すると、INE（エネルギー領域）の連結により全体的に増加しているが、人件費以外の項目は売上対比で減少している。また、売上収益広告宣伝費率は、リフォーム・カードローン領域における効率性重視の運営により減少傾向にある。2023 年 3 月期以降は、INE 社の連結を受けて増加する可能性も含む。

※ 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。同社は投資資産化の特性が強く、投資額は期によって増減があることから、投資額の影響を除いて平準化された収益として調整後 EBITDA を設定し、重要指標としている。

2022 年 3 月期連結業績（IFRS）

（単位：百万円）

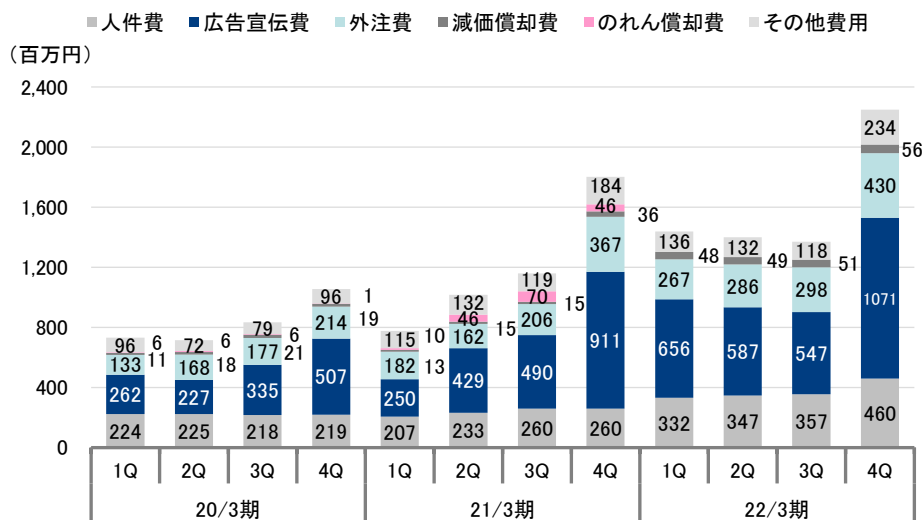
	21/3 期				22/3 期		
	実績	売上収益比	計画（上限）	計画（下限）	実績	売上収益比	前年同期比
売上収益	4,689	100.0%	7,500	7,000	6,994	100.0%	49.2%
EBITDA	290	6.2%	900	700	810	11.6%	178.8%
営業利益	106	2.3%	700	550	599	8.6%	465.0%
税引前当期利益	159	3.4%	700	550	564	8.1%	253.6%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	160	3.4%	-	-	332	4.7	107.3%

注：22/3 期 1Q より IFRS に移行していることから、前期比は参考値

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

業績動向

営業費用の推移



注：21/3 期以前は日本基準、22/3 期以降は IFRS

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

各領域の業績については、以下のとおりである。

(1) 就職領域

2022 年 3 月期売上収益は 2,308 百万円（前期比 57% 増）、事業利益は 1,064 百万円（同 54% 増）。KPI である送客予算は同 87% 増、人材紹介数は同 96% 増の成長率を示した。第 4 四半期において人材送客・人材紹介ともに大きく成長し通期の大幅な増収を実現した。事業利益についても、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により増益を達成し、KPI である送客予算・人材紹介数はともに成長を続けている。送客予算の確保に注力した結果、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にある。また、会員数についても好調に推移しており、2022 年 3 月卒業予定の新卒会員数※¹ は約 45.7 万人で獲得目標に対する達成率は 99%（2022 年 3 月期末時点）、就活生利用率※² は 75% 程度になっている。2023 年 3 月卒業予定の新卒会員数※¹ は約 28.9 万人で獲得目標に対する達成率は既に 100%（2022 年 3 月期末時点）確保している。

※¹ 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。

※² 就活生全体の約 60 万人に対する同社会員のシェア。

業績動向

(2) リフォーム領域

2022 年 3 月期の売上収益は 1,092 百万円（前期比 8% 増※）、事業利益は 241 百万円（同 582% 増※）、KPI である送客数は同 5% 増、成約契約数は同 9% 増の成長を示し、2022 年 3 月末時点の累計加盟店数は 4,469 社（前期末比 12.6% 増）。アライアンスによる顧客拡大及び成約支援に向けた DX を推進したが、売上収益は計画を下回る着地となった。一方、成約プロセスに一部介入し、ユーザーと施工業者を双方向からサポートすることで成約契約数は大きく伸長し、事業利益は大幅な増益となった。重点ポイントであった送客先の拡充においては、2022 年 1 月 11 日にコーナン商事 <7516>、2022 年 2 月 28 日にサンデー <7450> との業務提携が決定している。対応エリア・ジャンルの拡大により全国のユーザーニーズに対応可能となった。また、成約支援に向けた DX 推進では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リリースし、東京海上日動火災保険（株）（以下、東京海上日動）との連携による損害賠償補償制度、SMBC ファイナンスサービス（株）との連携によるリフォームローンのサービス提供を開始した。

※ 2020 年 8 月から連結化のため、前期比は参考値。

(3) カードローン領域

2022 年 3 月期売上収益は 1,983 百万円（前期比 14% 増）、事業利益は 332 百万円（同 77% 増）、KPI である送客数は同 21% 増となった。第 2 四半期以降はカードローン市場全体の顧客予算が縮小しており、売上収益は計画を下回る着地となった。売上収益の成長率が鈍化した一方で、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の好調により、事業利益は当初計画を大幅に上回った。

トピックとしては金融機関 DX が挙げられる。消費者金融事業者等のオウンドメディア開発・運営を同社が担い、マーケティング DX を推進しており、2021 年 6 月から 10 月にかけて、アイフル <8515> グループのアイフルビジネスファイナンス（株）及び大手を含む消費者金融事業者（社名非公開）2 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した。2021 年 7 月には、オークファン <3674> とファイナンス系メディアの共同開発を目的に業務提携契約を締結。2021 年 11 月にはアイフルグループのライフカード（株）とも業務提携契約を締結した。

(4) エネルギー領域

2022 年 3 月期の売上収益は 881 百万円、事業利益は 177 百万円となった※¹。資源価格高騰等による電力会社の予算削減等マーケット環境の変化があったが、マッチング効率の改善や各種 PMI 施策の推進により影響を最小限に抑えた。同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、前期比較数値については非開示としている。KPI である電力取次件数※²については、当初想定 of 10 万件を大きく超えて 14 万件を突破し、前年比※³ 約 2 倍の取次件数を確保した。

※¹ INE は 2022 年 1 月より連結化しており、2022 年 3 月期の売上収益は第 4 四半期のみの数値。

※² 2021 年 11 月 24 日開示、M&A 補足資料 P28 に記載された数値を使用。

※³ 電力取次件数は、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。

(5) 新規・その他領域

2022 年 3 月期の売上収益は 728 百万円（前期比 9% 減）、事業利益は 86 百万円（同 62% 減）となった。フリーランス支援サービスは順調に推移したものの、撤退サービス等の影響により減収減益となった。

流動比率は十分、短期的な財務懸念はなし デットの活用により積極投資を継続し、 投資方針に沿った資本構成を展開する

2. 財務状況と経営指標

2022 年 3 月期末の資産合計は前期末比 3,566 百万円増加の 10,322 百万円となった。流動資産は 2,098 百万円増加し、5,878 百万円となった。主な要因として、現金及び現金同等物が 1,551 百万円、営業債権及びその他の債権が 702 百万円増加した。営業債権及びその他の債権の増加は、全体的な売上増や就職領域の伸長によるものだ。非流動資産は 1,468 百万円増加し、4,443 百万円となった。のれんが 1,428 百万円増加したことなどによる。負債合計は同 2,601 百万円増加の 7,335 百万円となった。流動負債は 957 百万円増加し、3,060 百万円となった。社債及び借入金が 387 百万円、未払法人所得税等が 330 百万円、その他の流動負債が 232 百万円増加したことなどによる。社債及び借入金の増加は INE 連結の影響によるものである。非流動負債は 1,644 百万円増加し、4,274 百万円となった。社債及び借入金が 2,092 百万円増加したことなどによる。これは、INE の取得に伴うものである。資本合計は同 964 百万円増加の 2,986 百万円となった。主な要因は、第三者割当増資により資本金及び資本剰余金がそれぞれ 99 百万円増加したこと、及び当期利益の計上により利益剰余金が 332 百万円増加したことなどによる。

経営指標については、流動比率が前期末比 12.4 ポイント上昇の 192.1% であることから、短期的な財務懸念はないと弊社では見ている。なお、親会社所有者帰属持分比率は前期末比 7.0 ポイント下降の 22.9% となったが、2023 年 3 月期の EBITDA 及び親会社の所有者に帰属する当期利益で財務指標改善を図るとしている。同社は、M&A に関するリリース内でも積極的な負債活用を掲げていることから、現状の資本構成は方針に沿った展開であると言える。

連結財政状態計算書及び経営指標

(単位：百万円)

	21/3 期末	22/3 期末	増減額
流動資産	3,780	5,878	2,098
非流動資産	2,975	4,443	1,468
資産合計	6,755	10,322	3,566
流動負債	2,103	3,060	957
非流動負債	2,630	4,274	1,644
負債合計	4,733	7,335	2,601
資本合計	2,022	2,986	964
(経営指標)			
流動比率	179.7%	192.1%	12.4pt
親会社所有者帰属持分比率	29.9%	22.9%	-7.0pt

出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

なお、のれんについては、就職領域の足元の業績は M&A 時の計画どおりに推移している。リフォーム領域は計画上軟調に推移したが、アライアンスや成約業務の DX 推進により成長基調にあり 2023 年 3 月期は大幅な増益を見込んでいる。エネルギー領域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んでいる。これらの状況から今後の見通しは順調であり、中長期的な業績貢献が期待できる。

のれんに対する評価

のれん 合計 3,337		市場	△	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
2022年1月買収  1,428	業績	○		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がっていない
	見通し	△		市場環境の回復は不透明なもの、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
	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
2020年7月末買収  1,270	業績	○		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
	見通し	◎		23.3期は利益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人数は向こう20年横ばい。加えて採用激化により市場は拡大傾向
2020年6月末買収  638	業績	○		4Qも順調に買収計画時の業績を達成している
	見通し	◎		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
	市場	○		

単位：百万円
出所：決算説明資料より掲載

今後の見通し

売上収益及び EBITDA のレンジ達成は現実的

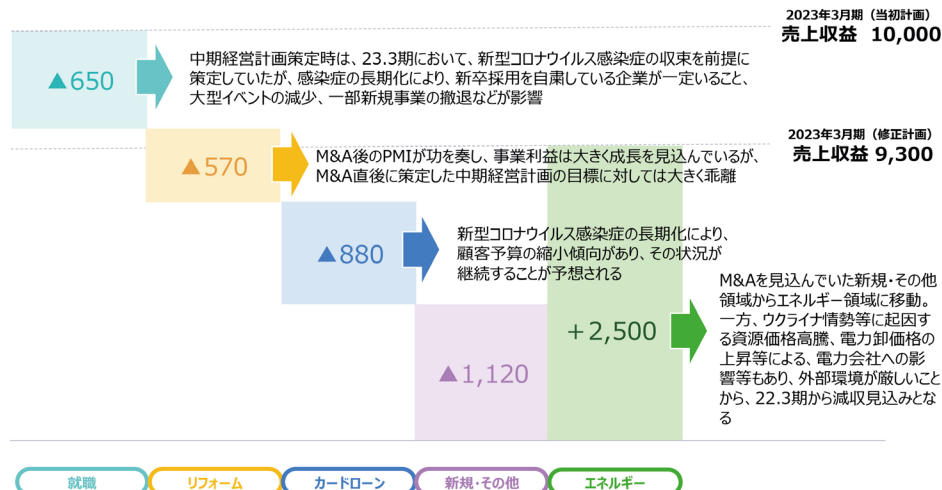
1. 2023 年 3 月期業績の見通し

2023 年 3 月期については、深刻な外部環境の状況を勘案し各領域の計画を保守的に再精査した。その結果、売上収益は 9,300 百万円(前期比 33.0% 増)、EBITDA は 1,500 百万円(同 85.1% 増)、営業利益は 1,200 百万円(同 100.1% 増)、税引前当期利益が 1,100 百万円(同 94.7% 増)、親会社の所有者に帰属する当期利益が 700 百万円(同 110.5% 増)としている。ウクライナ情勢等に起因する資源価格高騰等の電力会社各社への影響、コロナ禍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などが主な修正要因である。業績計画の修正を行ったものの、マーケティングの効率化・成約率の向上により当初中期経営計画の達成を目指すとしている。創業時からの連続増収の実績を鑑みれば、計画の実現可能性は高いものと弊社ではみている。

ポート | 2022 年 6 月 9 日 (木)
7047 東証グロース市場・福証 Q-Board | <https://www.theport.jp/ir/ir.html>

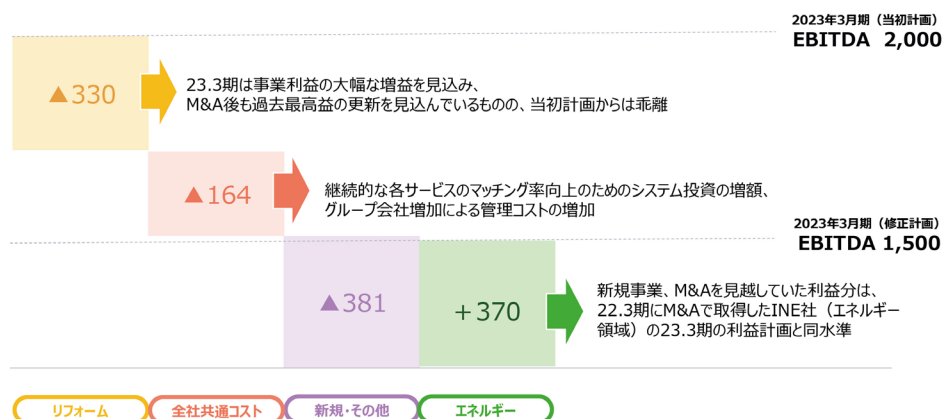
今後の見通し

計画修正の理由（売上収益）



出所：決算説明資料より掲載

計画修正の理由（EBITDA）

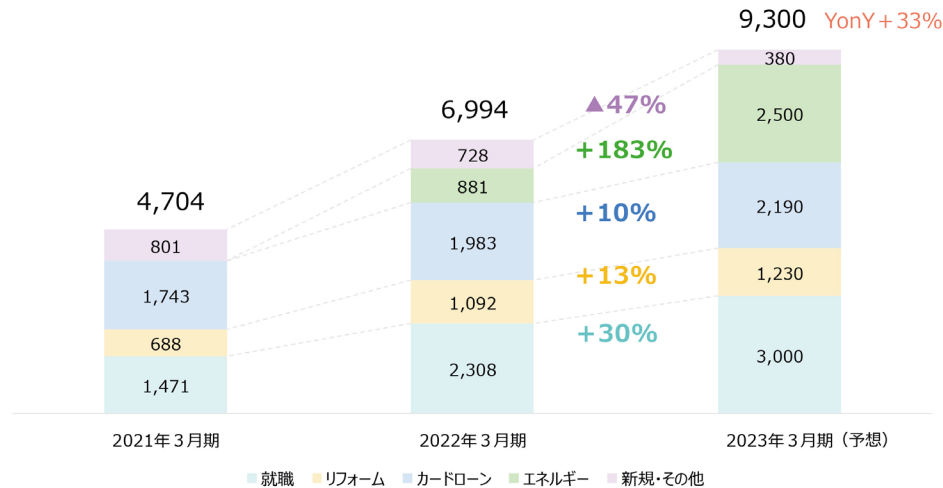


出所：決算説明資料より掲載

今後の見通し

2. 領域別の戦術

領域別売上収益の予想



(1) 就職領域

2023 年 3 月期の売上収益は 3,000 百万円（前期比 30% 増）、事業利益は 1,610 百万円（同 51% 増）を目標としている。就活生利用率 75% 以上の会員基盤により送客先の拡大は順調に進んでいる。そのため、予算確保は十分に可能であり予算消化率※アップが重点ポイントとなる。人材紹介では、紹介先の拡充や自社の組織規模拡大によるマッチング率向上が重要となる。そのため、新卒社員を中心にエージェント担当を増強する。また、市場における同社のシェアは上昇していることから、介入価値を高めマッチング時の報酬単価の向上を推進していく。その他、既卒に対するクロスセルも確実に伸びてきており、今後さらなる拡大が見込まれる。

※ 同社では消化率を「獲得した企業の予算枠に対して、送客（予算消化）できた割合」としている。

(2) リフォーム領域

2023 年 3 月期の売上収益は 1,230 百万円（前期比 13% 増）、事業利益は 370 百万円（同 53% 増）を目標としている。中期経営計画策定時の目標に対して 2022 年 3 月期より乖離が生じているが、M&A 後の PMI を通じて 2023 年 3 月期は事業利益の大幅な向上を見込んでいる。リフォーム領域では事業利益を最も重視する方針であり、1 ユーザーあたりの集客コストの低減・成約率向上の施策を進めていく。M&A 後の PMI の推進により、同社の強みであるマーケティング効率化が好影響を与え、1 ユーザーあたりの集客コストは遞減している。具体策として、2023 年 3 月期に新規マーケティング施策、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などを実施する予定だ。また、2022 年 3 月期第 4 四半期においては、施工業者の成約プロセスに一部介入し、ユーザーに対する見積書の見方の支援や、ニーズを聞き出し施工業者へフィードバックするなど、きめ細かい対応によって成約率や業務効率を改善した。2023 年 3 月期には、これらの対象範囲を一気に拡大させることで全体の成約率向上を目指すとしている。

(3) カードローン領域

2023 年 3 月期の売上収益は 2,190 百万円（前期比 10% 増）、事業利益は 440 百万円（同 32% 増）を目標としている。コロナ禍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むが、大きな予算増加となる可能性は低いとみている。そのため、マーケティング効率化、金融機関 DX による送客数増加によって事業利益を優先した運営を行う。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数を確保済みである。従って、2023 年 3 月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よる事業利益の拡大を目指す。

(4) エネルギー領域

2023 年 3 月期の売上収益は 2,500 百万円（前期比 183% 増）、事業利益は 370 百万円（同 109% 増）を目標としている。INE は 2022 年 1 月より連結化しており、2022 年 3 月期の売上収益 881 百万円は第 4 四半期のみの数値である。参考値として、連結前の売上収益を加味した年間の売上収益は 3,815 百万円である。ユーザーの新電力に対する契約ニーズは高く、マッチング効率の改善を通じた成約率の向上により、取次件数ベースでは 2022 年 3 月期と同水準以上を目指す。しかし、厳しい市場環境の影響により取次単価の低下が見込まれるため、連結前売上を考慮した 2022 年 3 月期の売上収益 3,815 百万円に対して減収を想定している。具体的な戦略としては、電力事業者のニーズに応えることで、個人向け電力取次においてもストック収益を拡充する。また、電力の他にもガスや再生可能エネルギー関連のクロスセルを強化していく。これらにより、市場環境回復時の正常時収益力の向上を図るとともに、業績予想の上振れを目指す。

(5) 新規・その他領域

2023 年 3 月期の売上収益は 380 百万円（前期比 48% 減）、事業利益は 29 百万円（同 66% 減）を目標としている。INE 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している。

■ 中長期の成長戦略

「ユーザー基盤」「投資資本」「顧客基盤」のアセット蓄積と 非日常領域のマッチング DX により、社会課題の解決を目指す

1. 成長戦略及び中期経営計画

同社はこれまで離職率や過疎化、生活習慣病などの社会課題に対してサービス開発を行ってきた。今後、より大きな社会課題を解決していくためには「ユーザー基盤」「投資資本」「顧客基盤」の 3 つのアセットが必要であると考え、ユーザーにノウハウが蓄積されづらい非日常領域のマッチング DX に基づいた取り組みをベースとした 3 ヶ年中期経営計画（2021 年 3 月期～2023 年 3 月期）を策定している。

中長期の成長戦略

マッチングビジネスによるアセット



出所：決算説明資料より掲載

中長期の業績成長を実現するために同社は、(1) マッチング DX の拡大、(2) 会員基盤を活用したクロスセル、(3) サプライチェーン最適化、の 3 つの成長戦略を推進する方針を掲げている。

(1) マッチング DX の拡大

「マッチング DX」について同社は、情報収集から契約までの流れが人や書籍などに依存しデジタル化されていない領域に対し、プロセスの最初から最後までを一気通貫してデジタル化していくことと定義しており、「販促活動のデジタル化」によってユーザーと顧客企業とのマッチング最適化を目指している。具体的には、「領域シェアの拡大（既存領域のシェア拡大）」及び「新領域への展開（同じビジネスモデルで類似領域への参入）」を通じて、マッチング DX のさらなる拡大を図る方針だ。

マッチング DX 拡大による高い売上収益成長を実現するために、「会員数」「顧客数」「マッチング数」をキーポイントとしている。「会員数」拡大に対してはコンテンツ投資（差別性のある独自コンテンツの作成）、「顧客数」拡大に対してはアカウント投資（高いリピート率を背景とした新規顧客開拓の推進）、「マッチング数」拡大に対してはシステム投資（マッチング効率改善のための 1to1 マッチングシステムの確立）を投資ポイントとし、それぞれ推進していく。これに加え、アライアンス戦略を積極的に推進し、各キーポイントの成長施策へつなげていく。

(2) 会員基盤を活用したクロスセル

各領域で獲得したユーザー（会員）基盤を活用し他領域にクロスセル展開をすることで、追加獲得費用の発生しない送客による収益力の最大化を目指している。各領域における会員基盤は強固で、就職領域は 2022 年卒で 45.7 万人、2023 年卒で 28.9 万人の会員を獲得している。就活生の会員基盤を安定的に積み上げることで、2030 年 3 月期には累計 500 万人（20 代の社会人の 70%）の会員基盤となる。就職領域では既に既卒生向けサービスを開始しており、クロスセル収益が成長トレンドとなっていることから、会員基盤の積み上げによるさらなる業績成長が見込まれる。これに加え、INE の子会社化によってクロスセルのさらなる強化が見込まれる。INE の子会社化によって年間 67 万人が同社グループの会員となるが、エネルギー領域は全人口が対象となるサービスであることから、就職領域及びリフォーム領域からの会員クロスセルが可能となる。一例を挙げると、就職領域の会員に対しては新社会人の転居時の支援、リフォーム領域の会員に対しては戸建てユーザーへの電力や太陽光等の提案などがある。同社は、エネルギー領域へのクロスセルを優先的に実施し、今後はエネルギー領域からのクロスセルを視野に入れる方針だ。

(3) サプライチェーン最適化

同社は、社会課題を根本的に解決するためにはマッチングだけではなくその後のフローにも介入し、産業全体の課題を解決するプロダクトを開発する必要があると考えており、ユーザーの最適な意思決定を支援するために、サプライチェーンへの参入を図る。サプライチェーン最適化には、同社が直接事業者となってサービス提供する「垂直展開」と、各領域の事業者を支援する「業務効率化」の 2 つの手法がある。同社はユーザーデータを大量に保有し、ユーザーニーズの解像度が高いことから、「垂直展開」では同社がリアルサービスを提供する。また、マッチング後のサプライチェーンでは DX が進んでおらず、非効率な業務も数多く存在することから、「業務効率化」では同社が顧客の業務効率化、最適化を支援していく。具体的には、販促活動のデジタル化からスタートし、管理機能をすべて取り込むことでデジタルシフトを推進していく。これらの方法を通じて、ユーザーがより最適な意思決定、最適なサービスを楽しむ状態を目指す。

(4) M&A

上記 3 つの成長戦略を推進するために、M&A も積極的に検討していく方針だ。同社は、これからデジタル化が進む領域を新規参入対象市場とし、独自の参入基準に当てはまる領域に進出することで再現性を高めている。なお、積み増し型での M&A による規模拡大を志向しておらず、同社の強みであるマーケティングを中心とした様々なノウハウを投下することにより、同社の主力事業に成長しうる企業を M&A する方針である。

中長期の成長戦略

M&A による参入基準（マッチング DX サービス）

参入基準	就職	カードローン	リフォーム	説明
デジタル化が遅延している	○	○	○	現在はリアルチャネルによる集客が主流であるが、今後デジタル化が促進され、各領域におけるインターネット広告宣伝、販促比率が拡大していく領域
普遍性が高い	○	○	○	情報の流行性が低く、コンテンツのライフサイクルを長くすることができる領域
ユーザーの経験頻度が少ない	○	○	○	就職は人生に 1 回、カードローンやリフォームも人生に何度も経験する領域ではないため、ユーザーに知識が蓄積されないためコンテンツメディアが必要とされる領域
選択肢が多い（顧客が多い）	○	○	○	ユーザーにとって選択肢が多く、マッチングのミスマッチも起きやすい領域。また、顧客資産を得ることができる
会員型モデル	○	× 要改善	○	サービスの閲覧から会員化することができる領域。会員化することで、ユーザーの基盤をつくることができる
成果報酬型マッチングモデル	○	○	○	当社の得意とする成果報酬型のマッチングモデルを横展開できる領域

出所：決算説明資料より掲載

(5) 数値目標

数値目標としては、最終年度の 2023 年 3 月期に連結売上収益 100 億円以上、連結 EBITDA20 億円以上、調整後連結 EBITDA30 億円としている。2023 年 3 月期の業績予想については、足元の外部環境を勘案し保守的な再精査を行ったが、目標とする数値はあくまでも当初計画である。同社は、マーケティングの効率化・成約率の向上により当初計画数値の達成を目指していく。また、今後も売上収益 CAGR30% 以上の継続的な成長を目標としている。

積極投資の継続により、業績成長の加速を目指す

2. 中期経営計画の進捗

同社はこれまで積極的な投資による高い売上収益成長率を経て、利益の J カーブを実現した。2021 年 3 月期から 2023 年 3 月期は株主価値の最大化（長期的なフリー・キャッシュフロー最大化）に向けた「第 2 投資フェーズ」と位置付け、業績成長の加速を目指している。

中長期の成長戦略

同社のビジネスモデルはマッチングプラットフォームを軸としており、マッチング総数（会員数、顧客数及びそれぞれの総量）の増加が売上収益成長のキードライバーとなる。マッチング最大化による高い売上収益成長を実現するために、同社では「コンテンツ投資（会員数拡大）」「アカウント投資（顧客数拡大）」「システム投資（マッチング数拡大）」への積極投資を行っている。2022 年 3 月期累計では、コンテンツ投資 144 百万円、アカウント投資 124 百万円、マッチングシステム投資 525 百万円を実行しており、引き続き投資を拡大する方針を掲げている。なお、「PORT」ブランド確立に向け、新規の大規模投資を実行している。今後の各領域のクロスセル推進に向けて、各領域のサービスを「PORT」としてブランド化するもので、中期経営計画最終年度である 2023 年 3 月期以降のさらなる成長に向け、追加投資を開始した。第 1 弾として就職領域で「PORT」ブランドのサイトを制作し、検証を開始しており、状況を見てさらなる追加投資（ジャンル拡大や機能拡張）の実行を予定している。

中期経営計画の投資進捗

投資種別	22/3 期 4Q 投資額	22/3 期累計 投資額	投資内容	対象領域
コンテンツ 投資	47 百万円	144 百万円	- 動画コンテンツの生成 - オンライン学習コンテンツの生成 - 就職診断コンテンツの生成 - オリジナルコンテンツの生成 - アライアンスメディアのコンテンツの生成 - 共同サービスの開発 - 書籍出版 - PORT ブランド	就職領域 就職領域 就職領域 リフォーム領域 カードローン領域 就職領域 リフォーム領域 全領域
アカウント 投資	24 百万円	124 百万円	- 新規顧客開拓 - 新商流の R&D - アライアンス開拓	就職・リフォーム領域 就職・リフォーム領域 全領域
マッチング システム 投資	148 百万円	525 百万円	- マッチングオペレーションのための人員強化 - 費用削減のためのツール開発 - 売上向上のためのツール開発 - マッチング効率の改善 - 加盟店向け販売管理システムの開発 - クロスセルのオペレーションシステムの構築 - PORT ブランドサイトの構築 - アライアンスメディアの構築 - 就活メタパースの開発	就職領域 就職領域 カードローン領域 リフォーム・カードローン領域 リフォーム領域 リフォーム領域 全領域 リフォーム領域 就職領域

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

(1) 就職領域

会員数 50 万人、顧客資産 5,000 社を突破することで、toC 向けメディアナンバーワンを目指している。そのための戦略としては、ユーザーが求めるコンテンツ拡充へ積極投資を実行することで独自サービスブランドの確立を目指すほか、顧客資産を全国に増やすことで通年型新卒求人契約数トップを目指す。加えて、マッチングシステムへの積極投資により 1to1 マーケティングシステムを実装し、会員 1 人当たりアクション回数を増加させることで、就職活動のプラットフォームとしてのサービス価値を高めていく。

ポート

7047 東証グロース市場・福証 Q-Board

2022 年 6 月 9 日 (木)

<https://www.theport.jp/ir/ir.html>

中長期の成長戦略

そのほか、2021 年 11 月には、次世代のマッチングサービスとして、メタバース※を活用したマッチング DX 事業の実証実験を開始した。ワークスタイルが多様化する昨今、メタバースを 1 つの「働く場所」として活用する例が増えてきているが、働く場所の変化は採用活動の変化も促進すると考え、就職領域との親和性を検証する実証実験を開始。同年 12 月には、メタバースを活用してキャリアアドバイザーが就職相談サービスを提供する「就活メタバース」をリリースした。さらに同月には、AI ソリューション事業を展開しているオプティメース（株）と資本業務提携を締結し、AI を活用した面接診断サービスを共同開発することを発表した。今後も就職関連イベント（就職相談イベントやバーチャル合同説明会）等のサービス開発について検討していくとしている。

※「meta」（超越、高次の）と「universe」（宇宙）を組み合わせた造語。オンライン上でアバター等を使用して人々が活動できる仮想空間を意味する。

(2) リフォーム領域

同社ノウハウのチューニングとサービスラインナップの拡充により、流通総額（同社サービス経由での総工事金額）100 億円を目指している。そのための戦略として、同社がこれまで培ってきた強み・ノウハウを注入し広告効果の改善やコンテンツ拡充などを進めることで、マッチング効率及び収益性を向上させるほか、全国規模の顧客基盤の獲得、サービス提供範囲の拡大を推進している。また、2022 年 1 月 11 日にコーナン、2022 年 2 月 28 日にサンデーとの業務提携が決定。対応エリア・ジャンルの拡大により全国のユーザーニーズに対応可能となった。その他、2022 年 3 月に東京海上日動との連携による損害賠償補償制度、2022 年 4 月に SMBC ファイナンスサービスとの連携によるリフォームローンのサービス提供を開始した。

(3) カードローン領域

アライアンス、マッチング投資で競合優位性を高め、業界最大手クラスを目指している。そのための戦略としては、アライアンス戦略による市場シェアの拡大、システム投資によるマッチング効率改善を推進している。

(4) エネルギー領域

INE の子会社化については、同社のエネルギー領域の中核事業として事業拡大を進める方針だ。短期的にはシナジーによるバリューアップを、中長期的には領域ナンバーワンへ向けての成長投資を推進する。なお、短期戦略については、コンテンツ投資等の集客チャネル拡大、広告改善による収益効率向上、会員クロスセルによる収益機会拡大、法人向け SaaS による ARR 最大化、組織拡大による成長スピードの加速がある。長期戦略については、ユーザー向け省エネ・スマートホーム化等に寄与するプロダクトの開発、送配電・発電事業者のサプライチェーン支援、再エネ創出量増大に向けた発電事業等の自社プロダクトの開発を挙げている。

(5) 新規・その他領域

新領域への参入と革新的イノベーションの創出を目指している。そのための戦略としては、これまでと同規模またはそれ以上の M&A を複数実施するほか、新たなビジネスモデルの研究開発を続けていく。

■ 株主還元策

投資フェーズのため、当面は内部留保を優先 収益性向上が顕著であり、将来的には株主還元の可能性も

同社は 2018 年の上場以来、配当を実施していない。当面は積極的に事業に投資するほか、M&A なども計画していることから、利益を還元せず内部留保することは適切な方針であると弊社では評価している。しかし、2022 年 3 月期末で各領域の収益性は向上しており、中長期的には利益のさらなる積み上げが予想されることから、将来的には株主還元が実施される可能性も高いと弊社では予想している。なお 2022 年 5 月に、現状の株価水準、今後の M&A における活用を含めた戦略的な資本政策遂行、財務状況等を総合的に勘案し、自己株式の取得を行うことを発表した。取得期間は 2022 年 5 月 16 日～6 月 30 日、上限 340,000 株（同 200 百万円）としている。

重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものです。フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは強く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp