

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

ポート

7047 東証マザーズ・福証 Q-Board

企業情報はこちら >>>

2022 年 3 月 10 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. 2022 年 3 月期第 3 四半期累計業績の概要	01
2. 2022 年 3 月期業績の見通し	01
3. 中長期成長戦略	01
■ 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 月期第 3 四半期累計業績の概要	06
2. 財務状況と経営指標	09
■ 今後の見通し	10
1. 2022 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

就職領域の成長が全体をけん引、 売上収益及び EBITDA の通期レンジ達成は現実的

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」の 3 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開発・育成のほか、2021 年 11 月にはエネルギー領域へ本格参入し事業展開を開始した。

1. 2022 年 3 月期第 3 四半期累計業績の概要

2022 年 3 月期第 3 四半期累計の連結業績は、売上収益が 4,415 百万円（前年同期比 43.2% 増）、EBITDA^{※1} が 407 百万円（同 8.5% 増^{※2}）、営業利益が 257 百万円（同 2.9% 減^{※2}）、税引前利益が 237 百万円（同 0.3% 減）、親会社の所有者に帰属する四半期利益が 162 百万円（同 19.9% 減）となった^{※3}。就職領域の第 3 四半期累計の売上収益が前年通期を上回るなど全体をけん引したほか、全領域で第 3 四半期における四半期最高売上を更新した。また、EBITDA・営業利益についても計画どおり進捗している。

※1 EBITDA = 営業利益 + 減価償却費

※2 前年同期の値には、新型コロナウイルス感染症関連助成金による特別利益がその他収益として加算されている。これを除いた場合の前年同期比は EBITDA で 50% 増、営業利益で 60% 増となり、投資加速期間においても成長していると言える。

※3 2022 年 3 月期第 1 四半期より IFRS へ移行していることから、前年同期比は参考値。

2. 2022 年 3 月期業績の見通し

2022 年 3 月期については 2021 年 11 月に上方修正した連結業績予想を据え置き、売上収益は 7,000 ～ 7,500 百万円（前期比 48.8 ～ 59.4% 増[※]）、EBITDA は 700 ～ 900 百万円、営業利益は 550 ～ 700 百万円、税引前利益が 550 ～ 700 百万円、親会社の所有者に帰属する当期利益が 400 ～ 500 百万円としている。売上収益は就職領域での大幅な成長及び 2021 年 11 月に子会社化を発表した INE の第 4 四半期からの連結寄与、EBITDA は既存事業の成長及び INE の連結寄与が見込まれることから、レンジ内での達成は現実的と言える。

※ 2022 年 3 月期より IFRS へ移行していることから、前期比は参考値。

3. 中長期成長戦略

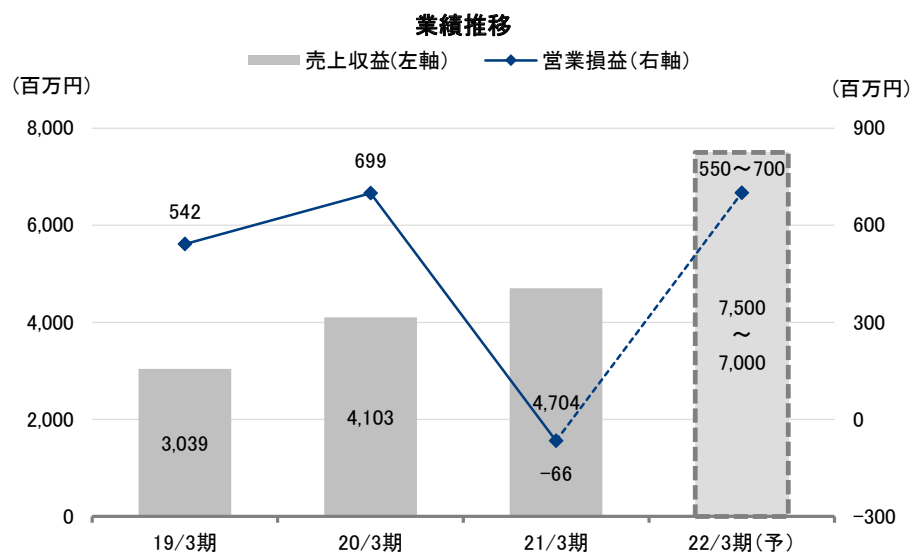
同社はこれまで離職率や過疎化、生活習慣病などの社会課題に対してサービス開発を行ってきたが、より大きな社会課題を解決していくためには「ユーザー基盤」「投資資本」「顧客基盤」の 3 つのアセットが必要であると考え、ユーザーにノウハウが蓄積されづらい非日常領域のマッチング DX に基づいた取り組みをベースとした 3 ヶ年中期経営計画（2021 年 3 月期～2023 年 3 月期）を策定した。中長期の業績成長を実現するために同社は、(1) マッチング DX の拡大、(2) 会員基盤を活用したクロスセル、(3) サプライチェーン最適化、の 3 つの成長戦略を推進していく方針を掲げているほか、これら 3 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。

要約

なお、積極投資の継続により、中期経営計画達成の蓋然性は高まっている。当四半期は第 1 四半期及び第 2 四半期と同規模の 197 百万円の投資を実行しており、引き続き投資を拡大する方針を掲げている。当四半期では、「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。

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 月期第 3 四半期累計業績は就職領域の成長が全体をけん引、全領域で第 3 四半期における四半期最高売上を更新
- ・2022 年 3 月期業績は売上規模の大きい第 4 四半期予測と INE 連結効果により、売上収益及び EBITDA のレンジ達成が現実的
- ・「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



注：21/3 期 2Q より連結決算。22/3 期の業績予想はレンジ予想のため、グラフは上限値を表記。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」の3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開発・育成のほか、2021年11月にはエネルギー領域へ本格参入し事業展開を開始した。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として、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」とそれぞれ捉えている。「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の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 3 月 10 日 (木)
7047 東証マザーズ・福証 Q-Board | https://www.theport.jp/ir/ir.html

会社概要

同社の経営方針



出所：決算説明資料より掲載

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



※2022年1月から連結開始

出所：決算説明資料より掲載

Copyright © All Rights Reserved.

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、積み上げにより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ることができている。

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、就職活動生向け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、複数メディアを網羅して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。

(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。KPI は、送客数、成約契約数、施工業者の累計加盟店数などである。

(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。KPI は送客数などである。

(4) エネルギー領域

同社は 2021 年 11 月に INE を子会社化し、エネルギー領域へ本格参入した。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」「引越手続きドットコム」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によってエネルギー事業を第 4 の柱にすることを目指す。なお、エネルギー事業の KPI は取次件数などを想定している。

業績動向

全領域で第 3 四半期における四半期最高売上収益を更新。
就職領域の第 3 四半期累計の売上収益が前年通期を上回って着地

1. 2022 年 3 月期第 3 四半期累計業績の概要

2022 年 3 月期第 3 四半期累計の連結業績は、売上収益が 4,415 百万円（前年同期比 43.2% 増）、調整後 EBITDA※が 982 百万円（同 36.0% 増）、EBITDA が 407 百万円（同 8.5% 増）、営業利益が 257 百万円（同 2.9% 減）、税引前利益が 237 百万円（同 0.3% 減）、親会社の所有者に帰属する四半期利益が 162 百万円（同 19.9% 減）となった。就職領域の第 3 四半期累計の売上収益が前年通期を上回るなど全体をけん引したほか、全領域で第 3 四半期における四半期最高売上を更新した。また、EBITDA・営業利益についても計画どおり進捗している。なお、費用については、人件費、広告宣伝費、外注費は前年同四半期比で増加したものの、広告宣伝費率はリフォーム領域及びカードローン領域の効率化を徹底したことにより減少した。

※ 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 月期第 3 四半期累計の連結業績（IFRS）

（単位：百万円）

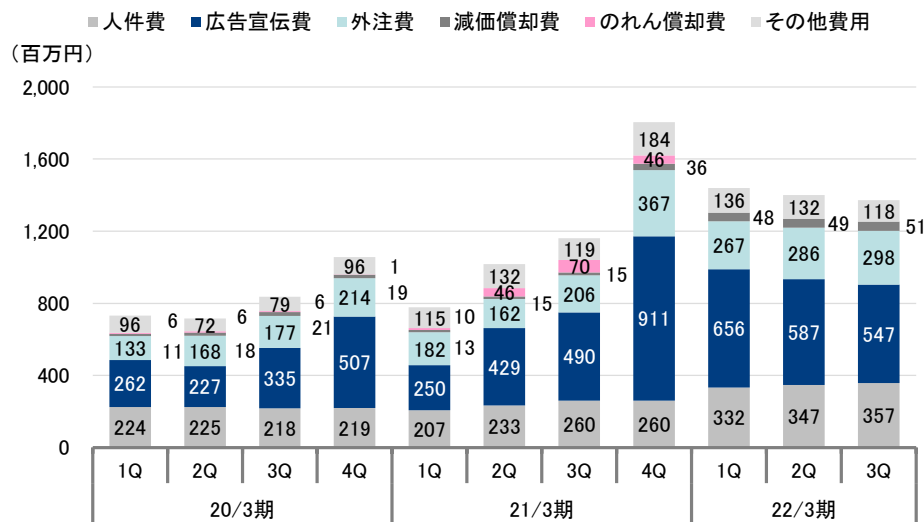
	21/3 期 3Q 累計		計画	22/3 期 3Q 累計			前年同期比
	実績	売上収益比		実績	売上収益比	計画比	
売上収益	3,082	100.0%	4,711	4,415	100.0%	-6.3%	43.2%
EBITDA	375	12.2%	407	407	9.2%	0.0%	8.5%
営業利益	265	8.6%	254	257	5.8%	1.2%	-2.9%
税引前利益	237	7.7%	-	237	5.4%	-	-0.3%
親会社の所有者に帰属する 四半期利益	202	6.6%	-	162	3.7%	-	-19.9%

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

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 月期第 3 四半期累計の売上収益は 1,525 百万円 (前年同期比 57.1% 増)、事業利益は 655 百万円 (同 38.5% 増)、KPI である送客予算は同 101.7% 増、人材紹介数は同 79% 増の成長率を示した。送客予算、人材紹介数ともに成長し、売上収益は高い成長を維持した一方で、事業利益率は一部新規事業の撤退もあり低下したものの、安定して 40% 台を維持している。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 の獲得目標に対する進捗率は 97% (2022 年 3 月期第 3 四半期末時点)、就活生利用率※2 は 75% を突破している。

※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。

送客先拡充のための業務提携についても引き続き積極的に推進しており、2021 年 12 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ス (株) と資本業務提携を締結した。AI を活用した面接診断サービスを共同開発し、就活生の「面接力」の可視化を推進、就活対策のサポートを強化することにより、会員数増加及び会員 1 人当たりの売上増加を目指す。

業績動向

(2) リフォーム領域

2022 年 3 月期第 3 四半期累計の売上収益は 835 百万円（前年同期比 8.6% 増※）、事業利益は 157 百万円（同 28.7% 増※）、KPI である送客数は同 4% 増、成約契約数は同 5% 増の成長を示し、2021 年 12 月末時点の累計加盟店舗数は 4,357 社（前年同期末比 12.2% 増）となった。アライアンスによる顧客拡大及び成約 DX 推進が好調に推移した結果、売上収益は成長トレンドを維持している。一方、事業利益については投資を継続しているものの、広告宣伝費等の改善が寄与した。

※ 2020 年 8 月から連結化のため、前年同期比は参考値。

2022 年 3 月期の重点ポイントに掲げている送客先の拡充については、（株）ヤマダホームズ及び（株）カインズに続き、ホームセンター経営及びリフォーム事業を展開するコーナン商事 <7516> と業務提携契約を締結した。これにより対応可能エリアや対応ジャンルが拡大し、全国のユーザーニーズに対応できるようになっている。そのほか、成約支援に向けた DX プロジェクトも本格稼働しており、成約向上に寄与している。

(3) カードローン領域

2022 年 3 月期第 3 四半期累計の売上収益は 1,524 百万円（前年同期比 44.2% 増）、事業利益は 291 百万円（同 81.9% 増）、KPI である送客数は同 44% 増となった。第 3 四半期のみで見ると、カードローン市場全体の顧客予算縮小により売上収益の成長率は鈍化した一方で、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、事業利益率は 21.0% と過去最高水準となった。

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。そのほか、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) 新規・その他領域

2022 年 3 月期第 3 四半期累計の売上収益は 526 百万円（前年同期比 12.8% 減）、事業利益は 59 百万円（同 65.9% 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。

短期的な財務懸念はなし。 積極的な負債活用を掲げ、投資方針に沿った資本構成を展開

2. 財務状況と経営指標

2022 年 3 月期第 3 四半期末の資産合計は前期末比 1,942 百万円増加の 8,698 百万円となった。流動資産は 1,998 百万円増加し、5,779 百万円となった。主な要因は、現金及び現金同等物が 2,212 百万円増加した一方で、その他の金融資産が 156 百万円減少したことによる。非流動資産は 56 百万円減少し、2,919 百万円となった。主な要因は、使用権資産が 78 百万円減少したことによる。負債合計は同 1,563 百万円増加の 6,297 百万円となった。流動負債は 126 百万円減少し、1,977 百万円となった。主な要因は、その他の金融負債が 194 百万円減少したことによる。非流動負債は 1,689 百万円増加し、4,319 百万円となった。主な要因は、社債及び借入金が増加した一方で、その他の金融負債が 357 百万円減少したことによる。資本合計は同 378 百万円増加の 2,401 百万円となった。

経営指標については、流動比率が前期末比 112.6 ポイント上昇の 292.3% 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 27.6%（前期末は 29.9%）となったが、2022 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 3Q 末	増減額
流動資産	3,780	5,779	1,998
非流動資産	2,975	2,919	-56
資産合計	6,755	8,698	1,942
流動負債	2,103	1,977	-126
非流動負債	2,630	4,319	1,689
負債合計	4,733	6,297	1,563
資本合計	2,022	2,401	378
(経営指標)			
流動比率	179.7%	292.3%	112.6pt
親会社所有者帰属持分比率	29.9%	27.6%	-2.3pt

出所：決算短信よりフィスコ作成

なお、のれんについて同社は、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ほか、リフォーム領域は計画上是軟調に推移しているものの、アライアンスや成約業務の DX 推進により増収増益を達成し、成長基調にあるとしている。なお、INE の子会社化により、のれん / 自己資本倍率は一時的に増加するものの、営業キャッシュ・フローの増加で対応していく方針である。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。

業績動向

のれんに対する評価



今後の見通し

売上規模の大きい第4四半期予測とINE連結効果により、売上収益及びEBITDAのレンジ達成は現実的

1. 2022年3月期業績の見通し

2022年3月期については、第4四半期偏重型のため、売上収益の各領域の内訳は変動が想定されるものの、2021年11月に上方修正した連結業績予想を据え置いた。売上収益は7,000～7,500百万円（前期比48.8%増～59.4%増）、EBITDAは700～900百万円、営業利益は550～700百万円、税引前利益が550～700百万円、親会社の所有者に帰属する当期利益が400～500百万円としている。なお、2022年3月期業績予想について同社は、新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）の影響による不確実性のある状況を鑑み、レンジでの予想としている。利益については、売上収益の前提に加え、既存事業におけるオーガニック成長のための投資費用を盛り込んでおり、経営判断による当該費用のコントロールによってレンジの範囲以内で変動するとしている。

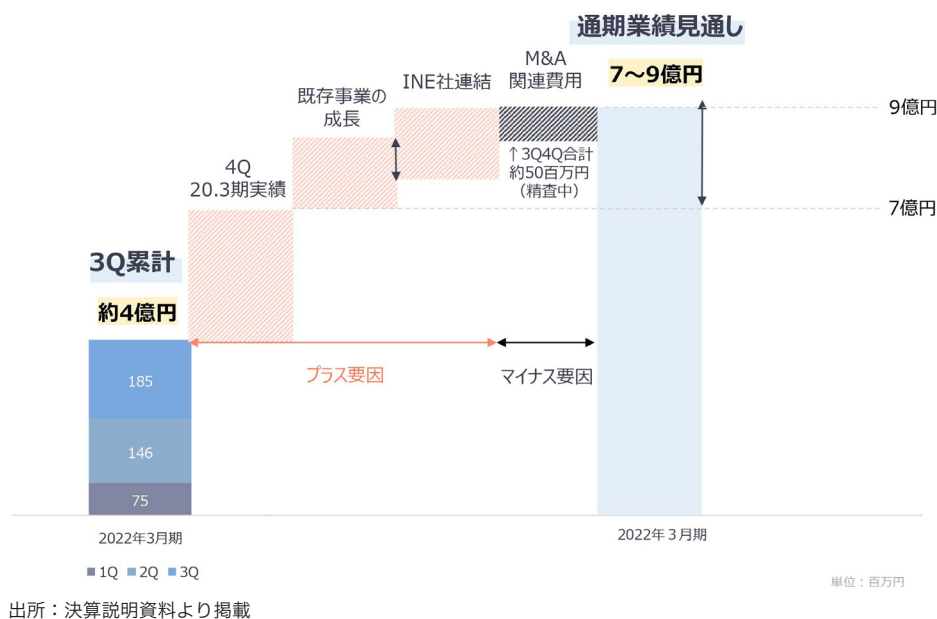
売上収益の進捗率は58.9～63.1%と、例年と比較して悪くはない※ものの、カードローン領域を利益率重視に切り替えた結果、既存領域での70億円達成は厳しくなる可能性が出てきた。一方で、就職領域での大幅な成長及びINEの連結寄与により、レンジ達成は現実的と言える。

※ 2020年3月期第3四半期進捗率は67.9%、2021年3月期第3四半期進捗率は65.5%であった。

今後の見通し

EBITDA の進捗率は 45.2 ～ 58.1% と、投資活動が継続している影響でビハインド傾向にあるものの、第 3 四半期累計実績にコロナ禍前である 2020 年 3 月期第 4 四半期実績を加えた場合、下限予想である 700 百万円水準となる。これに加え、既存事業の成長及び INE の連結寄与が見込まれることから、レンジ内での達成は現実的と言える。なお、M&A 関連費用は 2022 年 3 月期に一括計上されることから、INE の業績によるプラス効果は 2023 年 3 月期から同社では予想している。

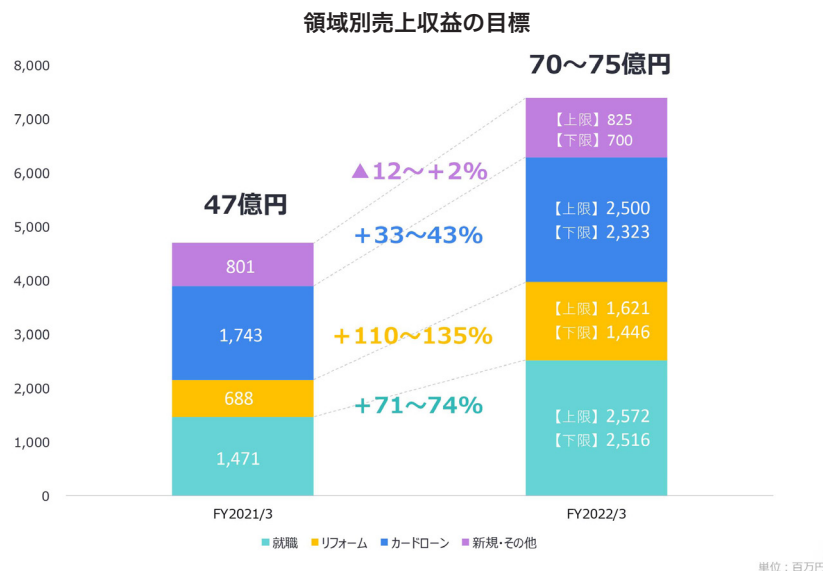
2022 年 3 月期 EBITDA の見通し



同社は 2021 年 11 月に INE を子会社化を発表し、エネルギー領域へ本格参入した。INE の 2021 年 3 月期実績は売上高が前期比 38.0% 増の 3,299 百万円、営業利益が 592 百万円、当期純利益が 402 百万円、EBITDA が 593 百万円である。同社では、INE の子会社化による業績インパクトについて、2022 年 3 月期の業績予想に INE の 2021 年 3 月期の実績を単純合算した実力値イメージとして、売上収益が 44 ～ 47% 増の 10,290 ～ 10,790 百万円、EBITDA が 65 ～ 84% 増の 1,290 ～ 1,490 百万円、営業利益が 84 ～ 107% 増の 1,140 ～ 1,290 百万円、EPS は 41 ～ 51% の増加を想定している。売上収益は中期経営計画目標値の「2023 年 3 月期に 100 億円」を突破、EBITDA は 2023 年 3 月期の成長により「2023 年 3 月期に 20 億円以上」の達成を目指す。なお、INE の連結対象については、2022 年 3 月期第 4 四半期からを予定している。

今後の見通し

2. 領域別の戦術



(1) 就職領域

2022 年 3 月期の売上収益は 2,516 ～ 2,572 百万円（前期比 71.0 ～ 74.8% 増）を目標としている。人材会社のイベントや求人企業の説明会などへの送客については会員を十分獲得できているため、送客では、送客予算獲得と予算消化率※アップが重点ポイントとなり、人材紹介では、紹介先の拡充や組織規模の拡大が重要な戦術となる。なお、既述のとおり就活生の 7 割以上となる会員数を基盤に送客・紹介とも順調に推移しており、新規事業の撤退による影響が一部あるものの、第 3 四半期に関しても高い成長率を維持していることから、繁忙期である第 4 四半期も大きな成長の実現が期待できる。

※ 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

2022 年 3 月期の売上収益は 1,446 ～ 1,621 百万円（前期比 43.0 ～ 60.3% 増※）、成約契約数は同 41 ～ 56% 増を目標としている。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。売上総和を高めるうえで重要なのは送客売上であり、そのためには 1 会員当たりで紹介できる施工会社数の増加（送客先加盟店の獲得）、成約率の向上が重要ポイントとなる。なお、期初計画に対して業績は軟調に推移していることから、売上目標の達成は厳しくなっている。しかしながら、第 2 四半期からアライアンスの推進や成約業務の DX 推進等の施策を積極的に進めることで成長トレンドとなり、第 3 四半期から効果が出始めていることから、増収増益基調に回復していると言える。

※ 前期売上収益を通期分（1,011 百万円）として計算。

(3) カードローン領域

2022 年 3 月期の売上収益は 2,323 ～ 2,500 百万円（前期比 33.3 ～ 43.4% 増）を目標としている。第 2 四半期からカードローン市場全体が大幅な予算縮小となり、第 3 四半期からはさらにこの影響を大きく受け、成長率は鈍化している。当初計画よりビハインド傾向にあることから、売上目標の達成は厳しくなっている。しかしながら、効率性を重視した運営を推進することで利益水準は過去最高を記録しているほか、業界内シェア率にも変動はない。

(4) エネルギー領域

2022 年 3 月期の具体的な数値目標は公表されていないものの、2022 年 3 月期第 4 四半期から INE が連結化される予定であることなどから、主要領域として成長していくことが期待できる。電力事業者の JEPX 価格の上昇による仕入コストの増加要因で、同社への販促コストの減少等の影響は受けているものの、集客・セールス活動の効率化、取次件数の最大化を通じて大きな成長を目指す。

(5) 新規・その他領域

2022 年 3 月期の売上収益は 700 ～ 825 百万円（前期比 12.6% 減～ 3.0% 増）を目標としている。フリーランス支援サービスを中心に順調に推移しており、計画どおりの進捗となっている。

■ 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）を策定した。

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していく方針を掲げている。

(1) マッチング DX の拡大

「マッチング DX の拡大」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、各キーポイントへ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を通じた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、既存の参入領域においても、就職領域では1学年当たり約44万人の会員を獲得、リフォーム領域では2021年3月期に約7万人を獲得している。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、ユーザーに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ているため、ユーザーニーズの解像度が高いことから、「垂直展開」では同社が直接事業者となり、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化が進んでおらず、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、独自の参入判断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 億円以上を目指しているが、INE の子会社化により、数値目標の達成確度は高まったと言える。

積極投資の継続により、中期経営計画達成の蓋然性が高まる

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。

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）」の 3 種類への積極投資を行っている。当四半期は第 1 四半期及び第 2 四半期と同規模の 197 百万円の投資を実行しており、引き続き投資を拡大する方針を掲げている。なお、当四半期では、「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。

ポート | 2022 年 3 月 10 日 (木)
7047 東証マザーズ・福証 Q-Board | <https://www.theport.jp/ir/ir.html>

中長期の成長戦略

中期経営計画の投資進捗

投資種別	22/3 期 3Q 投資額	22/3 期 3Q 累計 投資額	投資内容	対象領域
コンテンツ 投資	32 百万円	97 百万円	・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	27 百万円	99 百万円	・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	137 百万円	378 百万円	・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

※：2022 年 3 月期第 3 四半期から投資を開始した内容

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

就職領域の「PORT」ブランドサイト



出所：決算説明資料より掲載

(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。

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、主要領域の 1 つである就職領域との親和性を検証する実証実験を開始した。さらに 12 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は、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。

(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ていく方針だ。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、短期戦略について具体的には、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。また、長期戦略について具体的には、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、ドアーズ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目先の配当はないものの、 収益性向上が顕著であることから、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と弊社では評価している。ただ、2022 年 3 月期第 3 四半期末で各領域の収益性が向上するなか、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 2 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 2 月 25 日～4 月 29 日、上限 285,000 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