

PORT INC.

# 2021年3月期 第2四半期 Q&A資料

ポート株式会社 証券コード：7047



1

中期経営計画

2

領域別

3

その他

01

中期経営計画

# 1. 中期経営計画 #業績予想



Q

このまま推移すれば下期は、通期の赤字から黒字化へ上方修正の可能性があるのでありますが、いかがですか。  
今回の決算内容と業績予想は、固めの予想ですか？黒字化もありえますか。



A

第2四半期においては、新型コロナウイルスによる影響から緩やかに回復し、9月は全領域前年水準を超えをしているため、売上高はポジティブな状況であると考えています。

一方、中期経営計画で開示している通り、第3四半期以降、本格的に投資フェーズに入ります。そのような中において、既存事業の収益性と投資コストの関係をより、ご理解いただけるよう、通常のEBITDA開示に加えて、調整後EBITDA（中期経営計画で発表した投資コストを含まないEBITDA）を分けて開示予定です。

この投資コストを含んでいない調整後EBITDAに関しても、売上高同様ポジティブな状況ではありますが、第3四半期以降の投資により、通常のEBITDAに関しては業績予想の通りを予定しております。

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

中期経営計画の業績予想に関しては、2021年3月期は新型コロナウイルスの影響もあり保守的な計画となっておりますが、2022年～2023年3月期の計画は中立的な計画となっております。

# 1. 中期経営計画 #業績予想



Q

就職やカードローンなどかなり景気に左右されるがこのような状態で毎年30%成長は可能なのでしょうか。



A

就職領域は、「新卒採用」のマーケットであるため、大学生は必ず就職活動を行うこと、また入社時期は数ヵ月、ないしは1年程度後になり即時費用化されづらいことから、転職市場などの人材業界のマーケットに比べると、景気変動に対する急な引き締めを伴う、ボラティリティは高くないと考えています。第1四半期は、景気影響もさることながら、緊急事態宣言により活動自粛を伴ったことによるイベント中止等を背景に業績影響を受けましたが、今後、オンライン就活が定着していけば、安定してくると思います。さらに、就活会議の新サービスなど、新たなサービスを開始していくことで、業績を大きく成長させていきたいと思えます。

カードローン領域に関しても、景気影響よりも、緊急事態宣言による旅行やイベント自粛などを伴い需要が減少致しました。今後は経済活動の回復と共に、回復してくると思っています。またアフィリエイトリンク型から会員型へのモデル転換や、各金融機関とのアライアンス強化など、ビジネスモデルを変化させていくことで、景気対策以上に事業成長を実現する想定です。

また、既存の領域以外でも、新規領域のサービス開発やM&Aを通じて、CAGR30%を実現していきたいと考えています。

# 1. 中期経営計画 # 投資コスト



Q

全社共通の投資コストとは具体的にどのような投資になりますか。  
新規事業のことですか。



A

全社共通の投資コストとは、各領域に振り分けが難しい全社共通でかかるコストとなります。人員増強に向けた採用コストや、新規事業への投資も含まれます。

02

領域別

## 2. 領域別 # 就職領域



Q

就職領域について会員数や顧客数の大幅な伸び率からみれば、単純に考えれば売上も同程度の増加率が見込めるのではないのでしょうか。現状にとどまっているのはなぜですか。



A

会員数や顧客数の指標は順調に伸びていますが、マッチング指標（会員 1 人あたりマッチング数／会員 1 人あたり売上高）の減少から売上高の大幅な増加につながっておりません。

会員 1 人あたり売上高が減少した理由としては、新型コロナウイルスによるイベントの中止やM&Aによる影響となります。今後は、オンラインイベント等の開催も含め、イベント需要の回復により、売上高も増加していくと考えています。



## 2. 領域別 # 就職領域



Q

就職領域のマッチング数や一人当たり売上高を回復させるための具体的な施策を教えてください。



A

既存サービスである「キャリアパーク」の会員より7月に買収した「就活会議」の会員の方が、1人当たりアクション数が小さいため、就活会議における施策を強化していきたいと考えています。

新サービス「就活会議0円求人」もその施策の1つです。0円で採用活動ができることから、新規顧客契約数が増え、ユーザーの選択肢が増えることで、1人あたりのマッチング数は増加します。また、有料プランを利用する顧客が後発的に増えることで、1人当たり売上高も上昇していくと考えています。

## 2. 領域別 # 就職領域



Q

会員数のストック化とあるが、これを生かして何か事業を行っていく具体的な戦略はありますか。今の状態では1年で会員のストックデータの価値はかなり落ちると考えております。



A

中期経営計画のP.44にある通り、就職領域の会員データのクロスセルをテストマーケティングしております。起業スクール、プログラミングスクール、留学など、就職を終えたタイミングの学生と親和性のあるビジネスへの送客件数は順調に伸ばしており、今後テストマーケティングの結果を踏まえて、事業化を検討していきたいと思っております。

## 2. 領域別 #就職領域



Q

0円求人について顧客基盤獲得に貢献することはイメージできるが、0円から具体的にどのようにマネタイズしていくのでしょうか。有料プランを用意するのか、0円求人です新たに顧客となる企業が有料プランに移行するメリットはあるのか等教えてください。



A

基本的に採用は0円で完結するモデルですが、希望する企業に有料オプションを用意しております。

有料オプションは、成果報酬型の人材紹介「エージェントサービス」になります。従来のエージェントサービスとは違い、求人紹介の効率化に焦点を充てたエージェントサービスを提供することで市場価格よりも低価でのエージェントサービスを実現する予定です。なお、当社としては低価であっても、1人あたり売上高を大きく伸ばさせることができると考えます。

## 2. 領域別 #カードローン領域



Q

カードローン領域のアライアンスメディアの売上はまだわずかですが、今後アカウント投資として、この売上を伸ばしていくという認識になるのでしょうか。



A

はい、ご認識いただいている通り、アカウント投資として、アライアンスメディアの売上高を伸ばしていく方針です。現在は、エキサイト社と大手消費者金融機関の2社となっておりますが、今後はさらに提携数も増やしていきたいと思えます。

## 2. 領域別 #カードローン領域



Q

カードローン領域のマッチング指標である送客単価が、一時的な特殊要因により単価減少とあるがどういった特殊要因でしょうか。新型コロナによる影響でしょうか。



A

消費需要の回復を背景に、カードローン需要が増加したことから、カードローン各社の予算が増加しました。回復フェーズに伴う一時的な送客ボリュームへのニーズから低単価で送客数を増やしたため、単価は減少しております。今後も単価は一定変動する可能性があります。

## 2. 領域別 #カードローン領域



Q

カードローン領域への投資額について、売上比率が3割ほどあるのに、投資額の比率が10%未満になっておりますが、カードローン領域の成長は鈍化しているのでしょうか。2020年3月期の3Q資料ではまだ拡大の余地は残っているという説明でした。



A

カードローン領域に関して、中期経営計画でお示したとおり、「アフィリエイトリンク型から会員型モデルへ転換」、「金融機関とのアライアンス強化」、「システム投資によるマッチング効率改善」が主な戦略となり、拡大できる余地は十分にあると考えています。投資コストに関しては、主にコンテンツ投資とシステム投資となります。戦略特性上、業務提携やアカウント投資に関しては他領域に比べて、投資額は比較的小さくなっております。

## 2. 領域別 #リフォーム領域



Q

リフォーム領域の売上高が1QはYoYで+23%、2QはYoYで+11%と伸びが鈍化している印象を受けるがこれは広告効率化による影響か、それとも何か要因があるのでしょうか。また、今後はどの程度の伸びを予想していますか。



A

第2四半期に関しては、各種KPIは改善傾向にあるものの、施策を着手し始めたタイミングであるため、大幅な成長とはなっておりませんが、第3四半期以降、Key Driver施策で記載しているコンテンツ投資や、オペレーション改善、マッチングシステムの開発などにより、成長率は上昇させていくことができると考えています。

## 2. 領域別 #リフォーム領域



Q

リフォーム領域の売上高が2020年3月期は2Qが通期で最高額となっているが、今期は2Qでへこんでいます。通期での季節要因はありますか。1Qは新型コロナウイルスによる特需での伸びが影響しているのですか。



A

リフォーム領域においては、通期での季節性は特にございません。新型コロナウイルスによる影響に関しても特になく、安定した業績成長が見込めると想定しております。



## 2. 領域別 #リフォーム領域

Q

リフォーム領域で、決算説明資料P.51にある「ユーザー獲得単価（CPA）」は、広告宣伝費のみのCPAなのか、テレマーケティングオペレーションにおける電話人員の人件費も含めてのCPAなのか、こういった定義のCPAになっていますでしょうか。また、テレマーケティングオペレーションの電話人員のコストは、リフォーム領域の事業利益算出におけるコストとして読み込まれているのでしょうか。

A

決算説明資料でお出ししている「ユーザー獲得単価（CPA）」は、人件費を含まないCPAの推移をお出ししております。人件費については大きな変動がないため、人件費も含めたCPAも同様に過去最低水準に減少しております。

テレマーケティングオペレーションの電話人員のコストは、事業利益算出におけるコストに含まれております。また、事業利益の算出に関しては、売上高から費用となる「人件費」「広告宣伝費」「外注費」等を差し引いたものを事業利益として開示しております。

## 2. 領域別 # オンライン診療



Q

オンライン診療分野の業績や今後の戦略などについてお聞かせください。



A

オンライン診療に関しては、現状は提携医療機関との共同開発となり、まだ実証研究段階となります。今後の市場動向に応じて、ビジネスモデルは柔軟に検討し、収益化を目指したいと考えております。

## 2. 領域別 #内訳

Q

2021年3月期から領域別売上高の組み換えを行っていますが、従来のキャリア領域からその他へ計上となったサービス（受託サービス等？）とは具体的にどのようなものでしょうか。ファイナンス領域からもその他へ計上となっているものがあるようですが内容を教えて下さい。

A

キャリア領域の売上から新規・その他領域へ計上となったサービスは、主にフリーランス支援サービスです。フリーランスの就業支援と就業先への送客を行っています。ファイナンス領域から新規・その他領域へ計上となったサービスは主にFXメディアの売上です。フリーランス支援サービス、FXサービス共に、業績が大きく成長したタイミングで個別の売上開示を検討していきたいと思っております。

## 2. 領域別 #内訳

Q

新たな分類である就職領域、カードローン領域、その他で見た場合、2020年3月期の実績（キャリア領域2,208百万円、ファイナンス領域1,744百万円、その他150百万円）の金額はどうなるのでしょうか。

A

新たな分類の2020年3月期の実績に関しては、2021年3月期第2四半期決算説明資料の領域別売上高で開示している、2020年3月期の四半期ごとの売上の合計となります。

【2020年3月期実績：新分類の場合】

就職領域：1,588百万円

カードローン領域：1,636百万円

その他：879百万円

03

その他

### 3. その他 #財務



Q

貸借対照表を見ると未払金が10億円ほどあるようですが、具体的な内容や支払い時期を教えてください。第3四半期や、通期の決算に影響はありますか。



A

未払金は、就活会議の買収によるものです。6月30日の開示資料の通り、取得価額850百万円を3年間の分割払いでお支払いするため、来期以降支払う額が未払金となっております。これにより当社の資金繰りは想定よりも良化しております。貸借対照表には、のれん及び一部資産に計上されておりますので、第3四半期や通期決算への影響はございません。

<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS08676/0a307efe/58d6/4336/8a49/5887321f42f1/140120200630455532.pdf>

### 3. その他 #財務



Q

今回の決算で「のれん 2,169百万円」が計上されていますが、これは中期経営計画にもあったネット広告会社のM&Aでしょうか。  
またこの会社の純資産はいくらですか。

株主資本と比較した場合、100%を越えており毀損リスクがあるように思いますがどのようなお考えでしょうか。



A

のれんは「就活会議株式会社」「株式会社ドアーズ」の買収によるものです。  
純資産は買収時の開示の通り下記となります。  
就活会議株式会社：58百万円  
株式会社ドアーズ：324百万円

なお、当社は営業黒字ビジネスの買収を前提としており、当該2案件に関しても、買収時に策定した計画より順調に業績が推移しております。経営環境に大きな変化がない限り、M&Aの方針並びに、当社のビジネスモデルから、減損リスクは大きくないと考えています。一方、のれんの数字はPPAの手続きを経る前の数字となりますので、変動する可能性はございます。

### 3. その他 #人件費



Q

新卒をかなり増員したわりに人件費は微増となっているが、この水準で推移していきますか。



A

今後、システム投資（システム開発の人員増）やアカウント投資（顧客開拓の人員増）により、人件費は増加することが見込まれるため、計画では人件費を増やしていく予定です。



## ■ 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。