



2025 年 8 月 20 日

各 位

会 社 名 ポ ー ト 株 式 会 社
代 表 者 名 代表取締役社長 CEO 春日 博文
(コード番号：7047 東証グロース・福証 Q-Board)
問 い 合 っ せ 先 常 務 執 行 役 員 辻 本 拓
財 務 I R 部 長

TEL. 03-5937-6466

2026 年 3 月期第 1 四半期 決算説明会 Q&A

2025 年 8 月 12 日（火）に、ポート株式会社（代表取締役社長 CEO 春日博文、所在地：東京都新宿区、以下：当社）の 2026 年 3 月期第 1 四半期決算説明会を行いました。

ご出席の皆様から頂いた主なご質問に対する回答をまとめてレポートいたします。なお、理解促進のために一部内容の加筆修正を行っております。

1. 全体について

Q. 売上収益に対する EBITDA 率は、今期予想、中期経営計画最終年度（2030 年 3 月期）の計画も 16%前後となっていますが、現在の利益率を維持していく方針でしょうか。

A. 現状、利益率を大きく変動させるフェーズではないと考えており、原則は現在の水準を維持していく方針であり、状況に応じてストック利益の最大化をはじめとした先行投資を通じて一時的に利益率は下がる可能性も視野に入れています。当社はまだ、売上収益の絶対的な成長を追求する段階にあると考えております。

Q. 業績予想に対して上振れしての進捗とのことですが、これは売上収益、各利益ともに上振れしているという理解で良いでしょうか。また、この上振れ要因が第 2 四半期以降も継続するものなのか、一過性のものなのかどちらでしょうか。

A. 今期第 1 四半期においては、各事業のオーガニックの成長により売上収益、各利益を含め、すべての指標が今期の業績予想前提の計画に対して上振れして進捗しています。エネルギー領域では市場環境も良好な中で、積極的なマーケティング投資強化により総成約件数が拡大しており、一過性要因ではないと考えております。人材領域においても企業の採用意欲が高く、採用競争が激化している中で、強固な会員基盤を活用して人材紹介事業を主軸に大幅成長させることができているのですが、就職活動早期化により第 1 四半期が需要期になっている点も一部寄与しているものと考えています。人材領域の前年同期比成長率では第 2 四半期以降で多少の増減はありと見ていますが、年間では計画している 30%の売上収益成長となると見込んでおります。

Q. EBITDA に占めるストック利益の比率については 40%以上を目標とのことですが、今後早い段階で達成が見えている数値に見えます。中期経営計画の目標を意識しながらもストック利益率は可能な限り高めていく方針でしょうか。

A. 第 1 四半期は季節性の影響（冬場の電力需要増加）もあり、EBITDA に占めるストック利益の比

率は 36.1%となりました。このため、直ちに 40%に到達するわけではありませんが、引き続き比率を高められるよう取り組んでまいりますため、40%以上になっていく可能性も考えられます。中期経営計画で掲げている EBITDA130 億円の達成を確実にするためには、ストック利益とショート利益のバランスが重要です。業績計画を達成させながら、ストック利益の積み上げにリソースを配分していく方針です。

Q. 前期（2025 年 3 月期）の水準で見ると、広告宣伝費と外注費が年間で約 130 億円あります。今後も同等の成長率を維持するためには、同等の割合の広告宣伝費や外注費（コンテンツ製作費等）は不可欠なものという認識で正しいでしょうか。

A. 事業規模の成長を最優先と位置付けており、広告宣伝費や外注費についても同水準の割合で推移する見込みです。ただし、収益効率化を無視しているわけではなく、特に 1 人あたりの生産性向上など、生産性の向上等の取り組みは当然ながら行っておりますので、効率化を最優先で取り組んだ場合には利益率上昇を見込むことは当然可能です。

Q. 広告宣伝費のクリック単価（CPC）や顧客獲得単価（CPA）のトレンドについて教えてください。

A. 当社に限らず、デジタル広告市場全体で CPC や CPA などの集客コストは上昇傾向にあり、今後とも下がる可能性は極めて低いと考えています。市場シェアを拡大するには広告出稿量が増加し、競合との入札競争が激化するため、コスト上昇を抑えること自体を目指すべきではありません。当社が注力すべきは、広告宣伝費の増加を上回る成約率を出し、成約件数を最大化、そして成約単価交渉による上昇を通じて効率を上げていくことです。これらが結果的に、顧客獲得単価（CPA）を下げる施策につながると考えています。

2. エネルギー領域について

Q. 系統用蓄電所事業について、蓄電池本体はどのように調達されているのでしょうか。ハード面、ソフト面で御社がどの程度コントロールできるのかを教えてください。

A. ハード面、ソフト面の両方で外部から調達し運用しています。ただし、当社は 100%出資で事業を運営しているため、すべて当社のコントロール下にあることが前提です。今後は、特にソフト面に関して、自社でコントロールできる範囲を広げていく可能性も検討しています。現在は、自社で担うべき領域が存在するのか、その場合はどこか等も含めて検証している段階です。総じて現在は稼働している蓄電所自体が少ないことからノウハウを蓄積するためにも、スピーディーに事業を検証することが最優先だと考えています。

Q. 系統用蓄電所で土地の仕入れを進めているとありますが、これは今期 10 億円と言っている投資の枠外で投資しているのでしょうか。

A. 系統用蓄電所の土地の仕入れ自体は、今期 10 億円の投資枠外となります。ただし、土地の仕入れだけで追加で 10 億円等が発生するわけではありません。これは本格投資時にスピーディーに事業を開始できるようにするためにものです。

Q. 太陽光が多く出力抑制頻発の九州ではなく、東京電力管内で系統用蓄電所を展開する理由を教えてください。

A. 九州は太陽光の影響で出力抑制が多く、JEPX 価格が 0 円になることもあるため、特に卸電力市

場においてビジネスチャンスが豊富にあると認識しています。一方で、東京電力管内についても、卸電力市場だけでなく、需給調整市場も考慮すると、九州と同様に魅力的な市場だと考えています。当社は特に、これら二つの市場機会を活かして事業を展開していく方針です。なお、今後は、東京電力管内に限らず、全国で用地の仕入れを行っていく方針です。

3. 人材領域について

Q. 米国の関税施策の影響で採用を控える企業があるのではないかと考えていたのですが、前期（2025 年 3 月期）においては人材領域の業績は良好と受け止めました。今期第 1 四半期における影響の有無と今後の見通しをお聞かせください。

A. 現時点では、米国の関税政策による人材採用市場への影響は顕在化していないと考えています。このような外部要因は、即戦力を採用する中途採用市場に最初に影響が出ます。一方、新卒採用は、リーマンショック等で見られるように採用を止めたことで数年後に人材不足に陥った経験を持つ企業が多いため、影響が出るのは最も遅いと考えています。そのため、現時点での業績には影響が出ていませんがマーケット環境は常に注視しています。

Q. キャリアアドバイザーの人数から想定し、多くても数万人しか就活生との面談ができないと考えられますが、残った数十万人の会員はほとんど収益化出来ていないということでしょうか。

A. 人材領域の売上収益は、主に求人企業に直接人材紹介をする人材紹介サービス売上と、他の人材会社へ送客するアライアンスサービス売上で構成されています。そのため、当社の人材紹介サービスを利用しなかった会員全てが収益化できていないということではありません。毎年約 60 万人が当社プロダクトに会員登録をしています。現在、面談できているのは数万人規模ですが、キャリアアドバイザーを増員することにより面談件数や紹介決定率は年々増加しており、今後の成長余地は非常に大きいと考えています。
一般的に、会員データを多く持つ企業は広告ビジネスで収益を上げることが多い中、当社は成果報酬型のビジネスモデルで強みを発揮しています。今後もプロダクト開発に注力し、集客力と成約力（人材紹介）を組み合わせることで、市場をリードしていきたいと考えています。

4. 成長戦略について

Q. 現在の市場環境を踏まえると、いつ景気後退局面に入っても不思議ではないと思います。エネルギー領域のストック利益は、不況時への大きなヘッジになっているものの、これまでの実績だけを考慮すると人材領域のような高い利益率を残すのは難しいと思います。中期経営計画では、不況時のリスクを織り込んだ上で毎年 CAGR30%強の成長シナリオを描いているのか、それとも一定のリスクは許容することと引き換えに高成長を優先するという方針でしょうか。

A. 当社の基本的な方針は、マクロ環境のリスクを常に意識しながらも、事業の絶対的な成長を優先する方針です。人材ビジネスは景気後退局面で影響を受けやすいですが、企業の新卒採用は、過去の経験から人材ビジネスの中でも最後に影響が出ると見ており、リスクは想定的には低いと考えています。一方、当社のエネルギー領域は、まだ利益規模が小さいものの、将来利益を積み重ねており、現在のストック契約を全てショット契約に換算した場合、人材領域の 6 割程度の利益創出能力を持つまでに成長しました。単体事業でも十分に利益を出せる状況になり、景気変動へのリスクヘッジにもなっています。また以前は、事業ポートフォリオを分散させ、リフォーム領域を展開していましたが、現在はエネルギーと人材領域に経営資源を集中させて

います。これにより、事業規模と利益額は大きく成長している状況です。今後もポートフォリオは常に意識をしていきたいと考えています。

Q. M&A に関する活動で、自社からの直接的なアプローチも積極的にしているとのことですが、新領域についてもある程度、狙っている業界があるのでしょうか。

A. 新領域については、特定の業界を狙っているわけではなく、ユーザーと企業の双方にとって情報取得や成約の難易度が高い「非日常領域」をターゲットにしています。具体的には、企業にとってユーザー獲得が難しいマーケット、ユーザー側にとって人生での経験が少なく意思決定が難しいマーケットが対象となります。これらの特性を持つ市場を対象にM&A案件の創出にむけたアプローチを積極的に仕掛けていきたいと考えています。

尚、当社のこれまでの M&A 実績として、過去の関係性や取引から発展する直接的なアプローチによるものが約3分の2を占めています。

会社概要

会社名 : ポート株式会社
代表者 : 代表取締役社長 CEO 春日博文
所在地 : 東京都新宿区北新宿 2-21-1 新宿フロントタワー5階
設立 : 2011年4月
資本金 : 2,431百万円(2025年6月末時点)
URL : <https://www.theport.jp/>

■本件に関するお問い合わせ

ポート株式会社 : IR担当
コーポレートサイト : <https://www.theport.jp/>
E-mail : ir@theport.jp TEL : 03-5937-6731

※当社ではリモートワーク制度を導入しております。
お電話が通じにくくなる場合がございますので、
お問い合わせはE-mailまでお願いできますと幸いです。