



PORT INC.

会社紹介資料

ポート株式会社 証券コード：7047

01	会社紹介 - 沿革・経営陣紹介	P3
02	経営戦略 - ビジネスモデル・対象市場	P7
03	事業概要 - 成約支援事業（人材支援サービス・販促支援サービス）	P17
04	競争優位性 - 3つの強み	P26
05	コーポレートガバナンス ESG/SDGs	P41

01 会社紹介

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	944百万円（2023年3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	375名（2023年3月末：連結）
平均年齢	約29歳（2023年3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

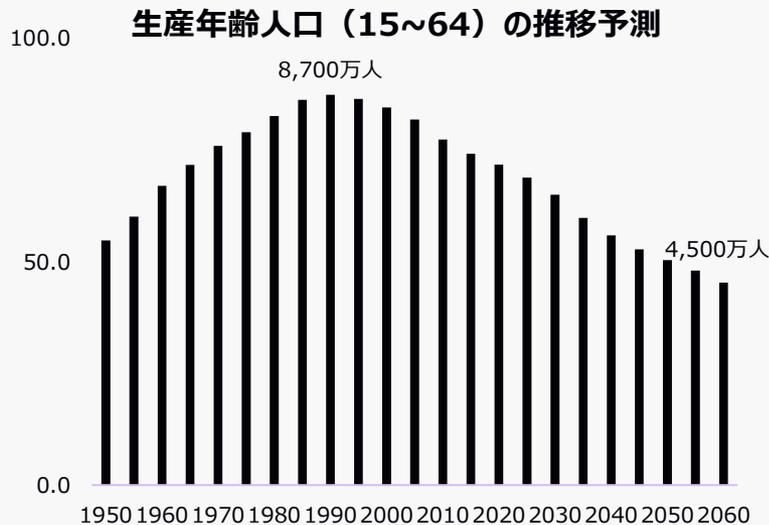
伊田 愛久美

02

經營戰略

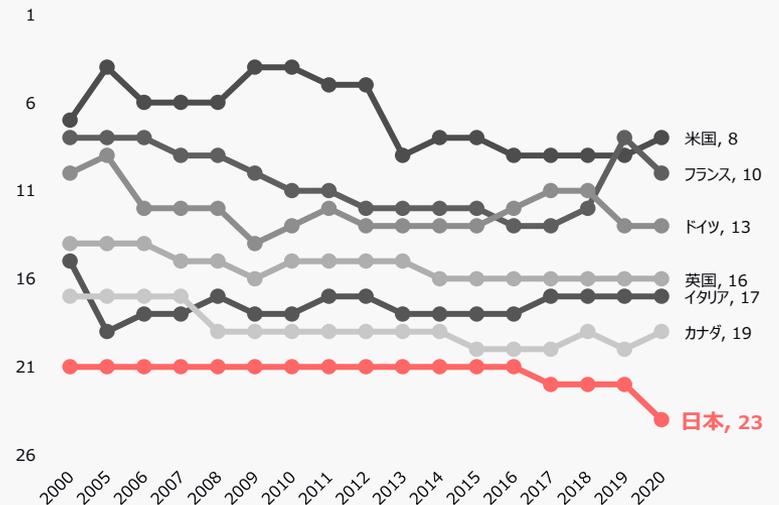
労働人口（生産年齢人口）の減少

少子高齢化に伴い、日本の生産年齢人口は減少していく。※1



労働生産性の低迷

日本の労働生産性は、2020年度はOECD38か国中23位となっており、近年、順位が低下している。※2

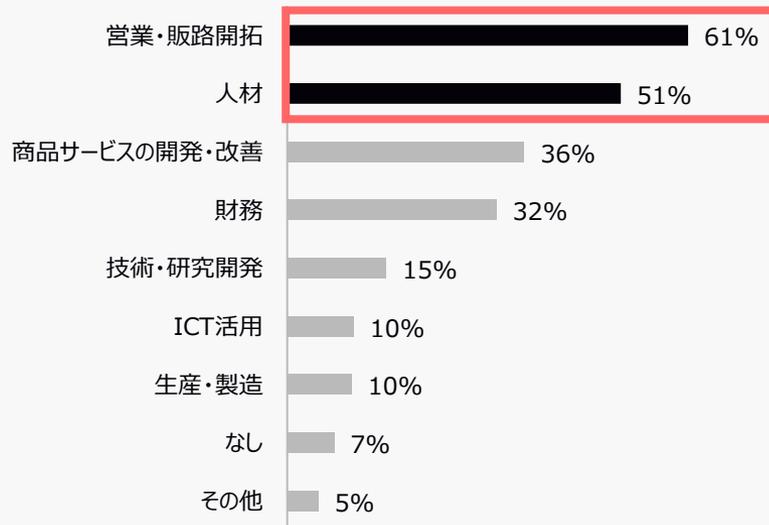


労働人口は確実に減少する。さらに、労働生産性も低く、持続可能性の危機に直面。

※1 https://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/H30/h30/html/b2_1_2_1.html
 ※2 https://www.jpc-net.jp/research/assets/pdf/international_trend_summary2021.pdf

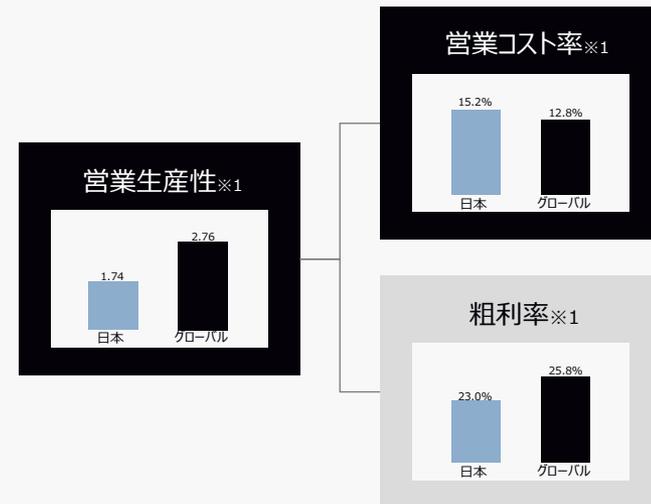
中小企業の経営課題は営業

日本企業の9割を占める※1中小企業における経営課題は「販促」と「人材」※2。つまり営業的課題といえる。



営業活動の低い生産性

グローバルと比較し、日本の営業生産性は低いと言われており、低い収益性、営業コスト率の非効率に起因。



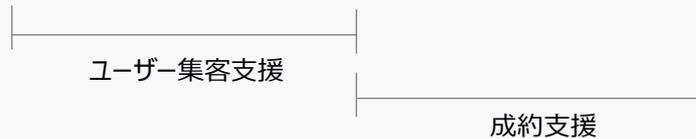
企業の経営課題とされる**販促活動、人材採用の効率化**を、最も解決すべきテーマとして特定。

※1 <https://www.chusho.meti.go.jp/koukai/chousa/chushoKigyozentai9wari.pdf>
 ※2 野村総合研究所「中小企業経営に関するアンケート（2021年3月）」より

※1 マッキンゼー「日本の営業生産性はなぜ低いか」よりベンチマーク業種別ROI等を単純平均して算出
https://www.mckinsey.com/jp/~/_media/mckinsey/locations/asia/japan/our%20insights/why%20is%20japan%20sales%20productivity%20so%20low%20japanese.pdf

求められていること

テクノロジー×リアルの融合による
集客から成約まで一気通貫でサポート



市場ポテンシャル

総計	販売促進費	人材採用費
49兆円	= 39兆円	+ 10兆円

販売促進費 = 広告宣伝費市場※1
+販売従事者人件費（人口×平均報酬/年）※2

人材採用費 = 求人広告市場※3+職業紹介市場※3+派遣市場※3
+庶務・人事人件費（人口×平均報酬/年）※3

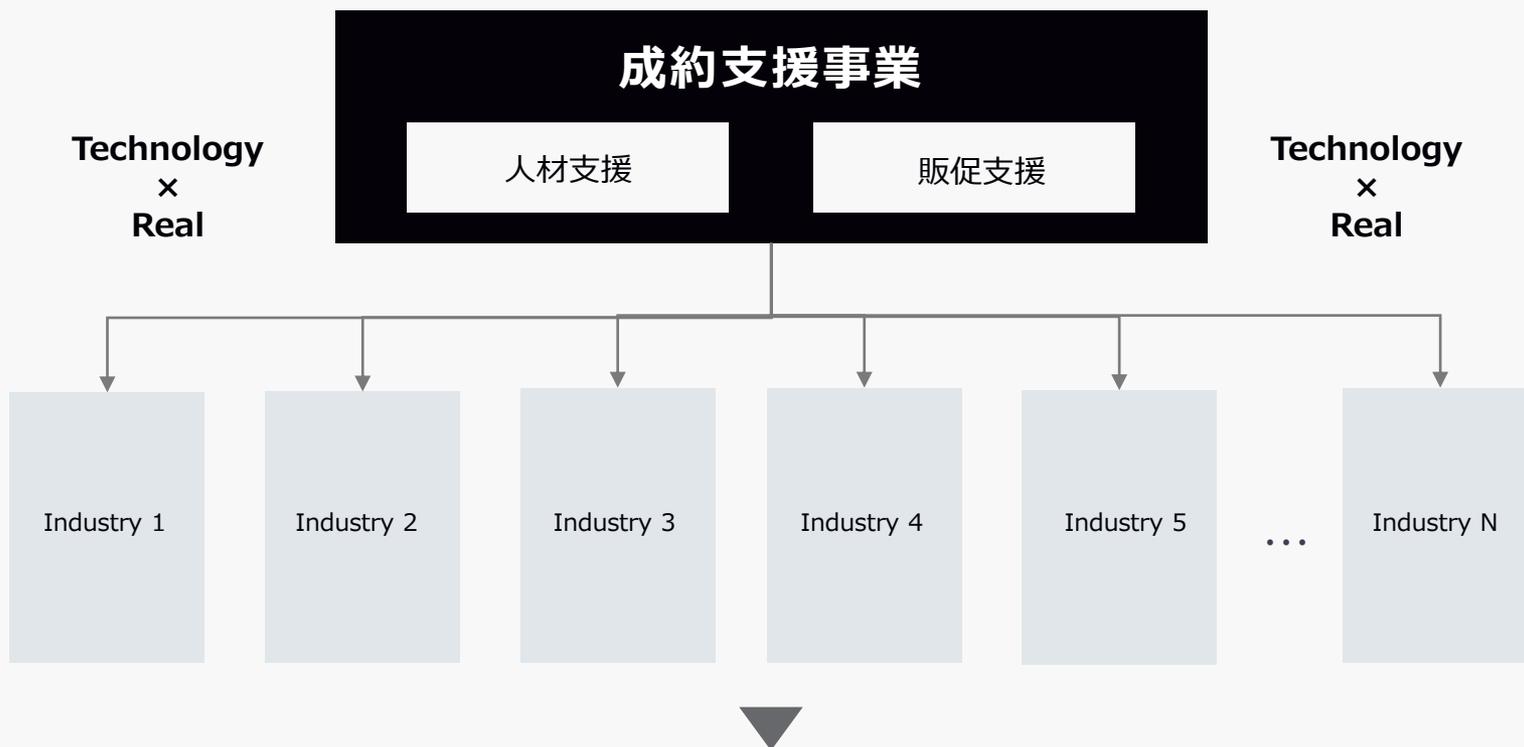
成約報酬型サービスの確立

企業の人材採用、販促活動において、ユーザー集客から成約までを一気通貫で支援することで、企業はリスクなく、効率的に便益を享受することができ、巨大市場におけるシェアの拡大を目指すことが可能。

※1 <https://www.dentsu.co.jp/news/release/2022/0224-010496.html>
 ※2 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
 ※3 https://j-hr.or.jp/wp/wp-content/uploads/JHR_JHR_2030_report_20210125.pdf

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。



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、成約力、営業力、集客力を重要項目とする。

売上高

=

成約社数

×

ARPU

重要項目

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

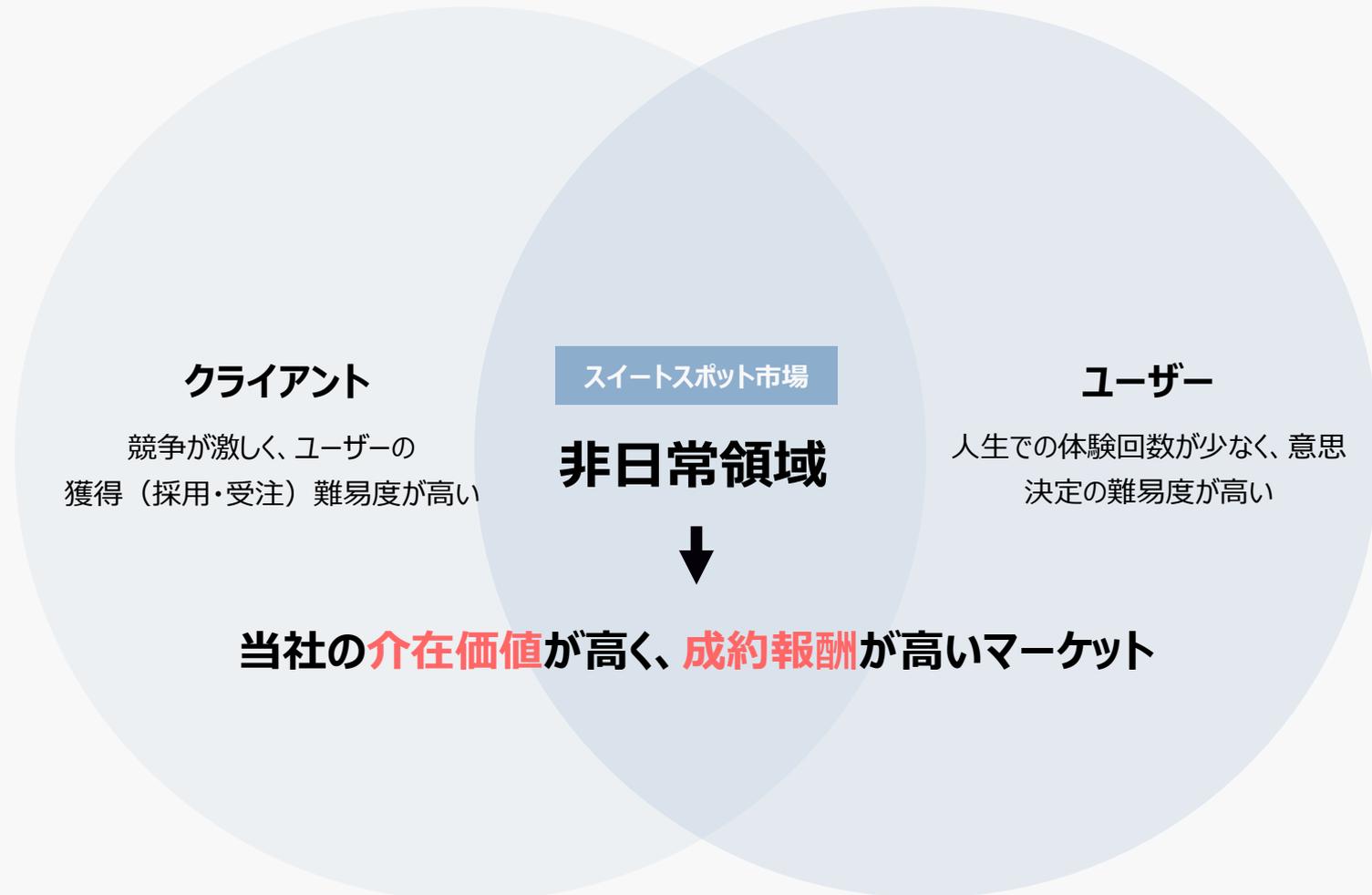
- 選択肢最大化のための新規顧客開拓
- 成約実績に応じた成約報酬向上

集客力

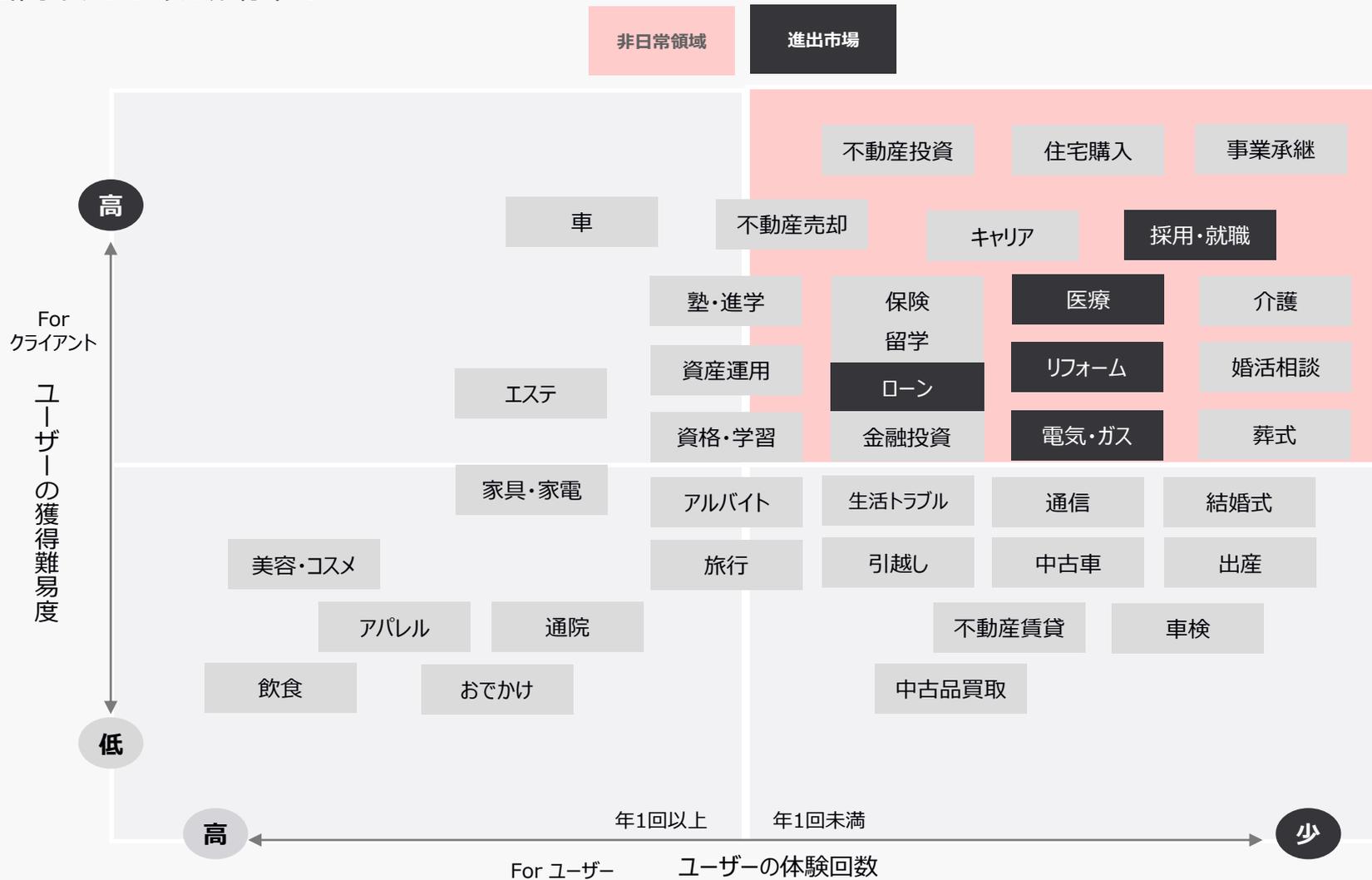
- ユーザーファーストによる有効な情報提供、選択肢の提供
- データストックによる継続的な集客

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。



「非日常領域」という切り口で進出可能な市場は多数あり、同一のビジネスモデルを通じて多方面の巨大市場への展開ポテンシャルが存在。



成約支援事業において、企業の採用活動、販売促進活動を効率化するサービスを提供。

成約支援事業

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** %

 **イネチヨイス**

 **マネット**

業界最大級の外壁塗装専門サイト
外壁塗装の窓口

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・その他の売上を除いて算出

03 事業概要

成約支援事業

人材支援
サービス

販促支援
サービス

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

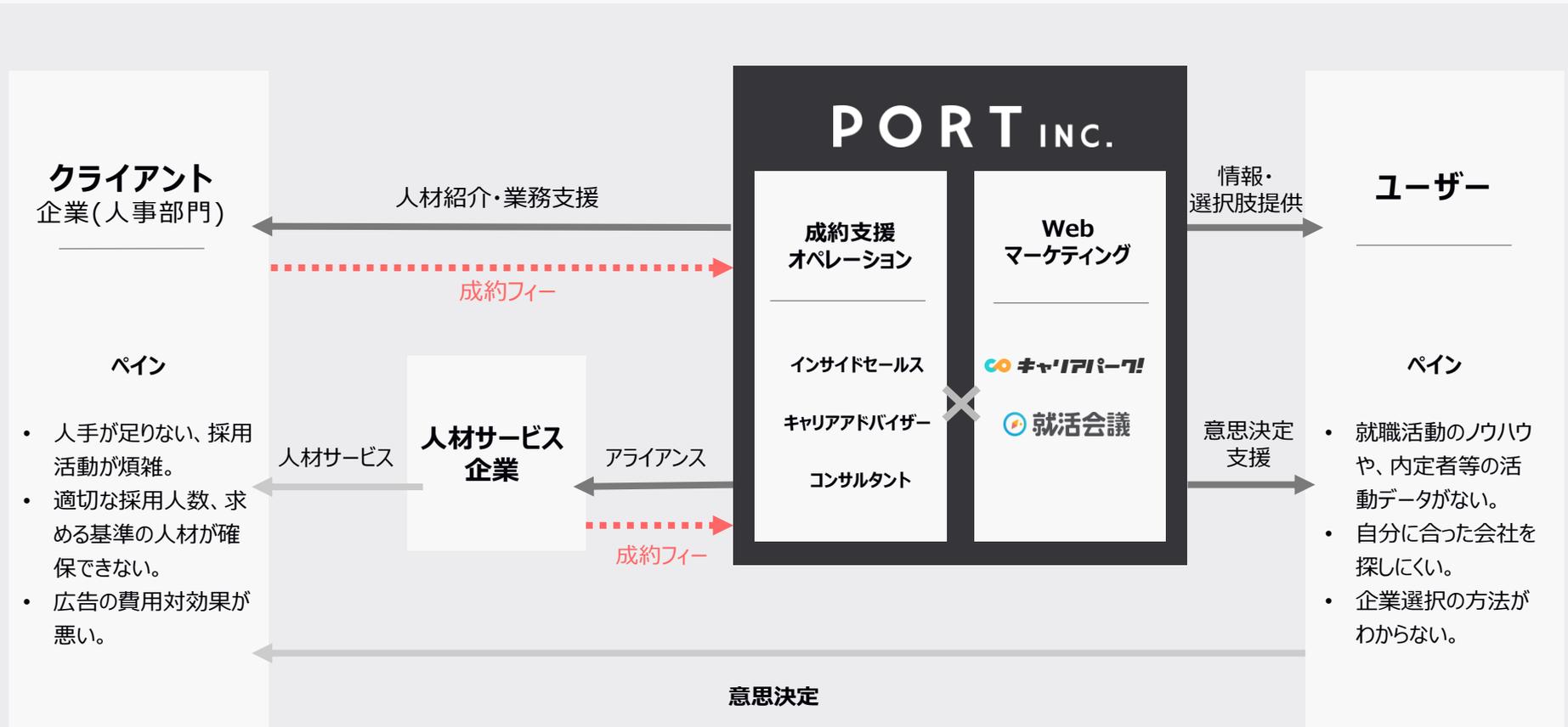
※2 https://www.mext.go.jp/content/20221221-mxt_chousa01-000024177_001.pdf

※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

主に各社の人事部門に対して、人材紹介、業務支援や、アライアンス先企業と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。



当社は現在、新卒支援市場がメイン市場となる。

新卒者が年数を経過するごとに若年層になるため、クロスセルとして徐々に若年層マーケットへ進出。

人材市場全体

求人広告市場※3+職業紹介市場※3+派遣市場※3
+庶務・人事人件費（人口×平均報酬/年）※4

約**10**兆円

人材支援市場全体

求人広告市場※3+職業紹介市場※3

約**1**兆円

若年層

未就業+未経験人材支援市場※2

約**2,960**億円

新卒支援市場※1

約**1,400**億円

2023年3月期

当社売上高 約**38**億

※1株式会社矢野経済研究所「新卒採用支援市場の現状と展望2023年度版」

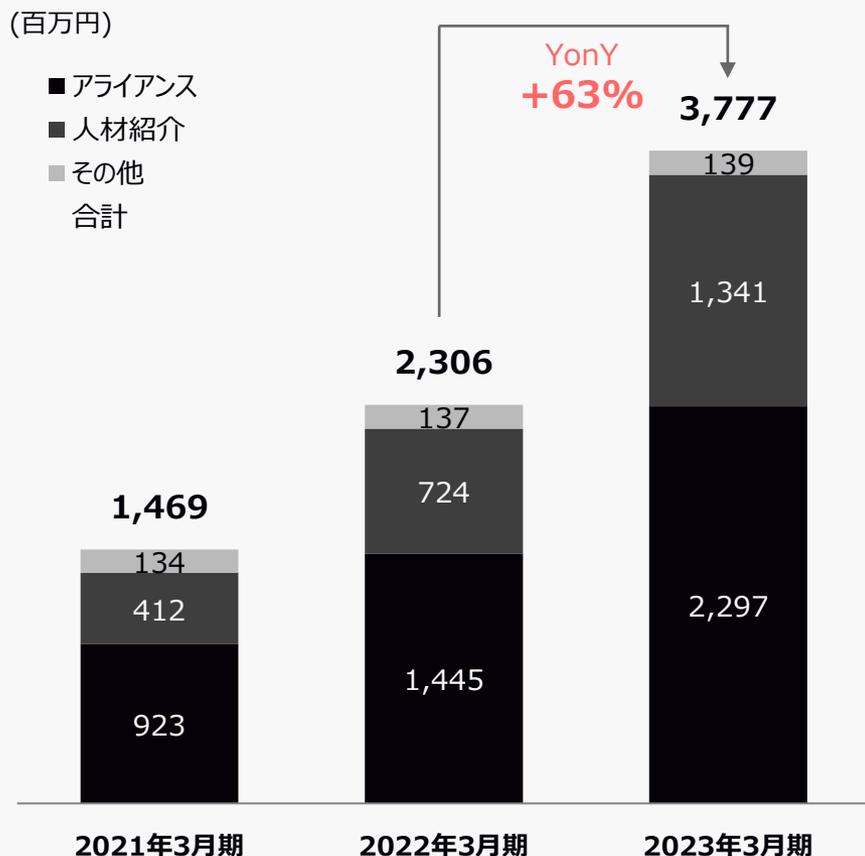
※2求人広告市場+職業紹介市場の規模1兆円に厚生労働省労働力調査より15歳~34歳の転職者比率を乗じ、
https://www.recruit.co.jp/newsroom/pressrelease/2021/0805_9201.html より未経験比率を35%と仮定して当社にて算出。

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

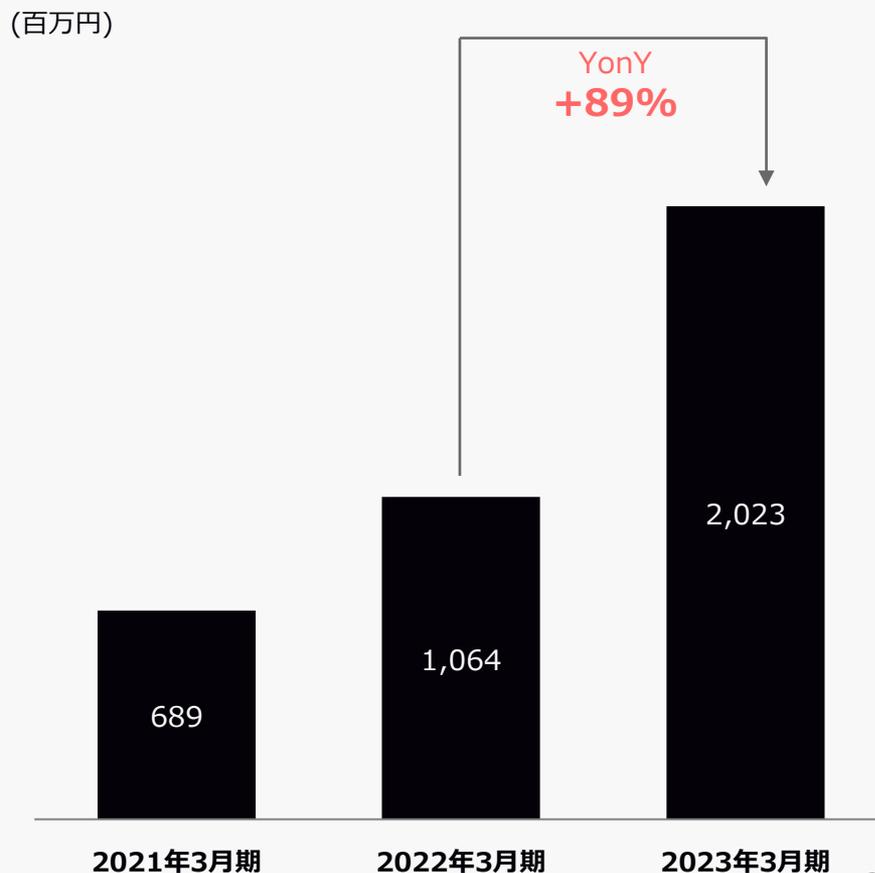
※4 厚生労働省「労働力調査」/日本の統計「主要職種別平均年齢、勤続年数、実労働時間数と月間給与額」より当社推計

圧倒的なユーザー集客力、成約力を起因とし、アライアンス、人材紹介ともに大きく伸長。
成約単価の上昇による収益効率も向上し、事業利益も拡大。

売上収益



事業利益



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

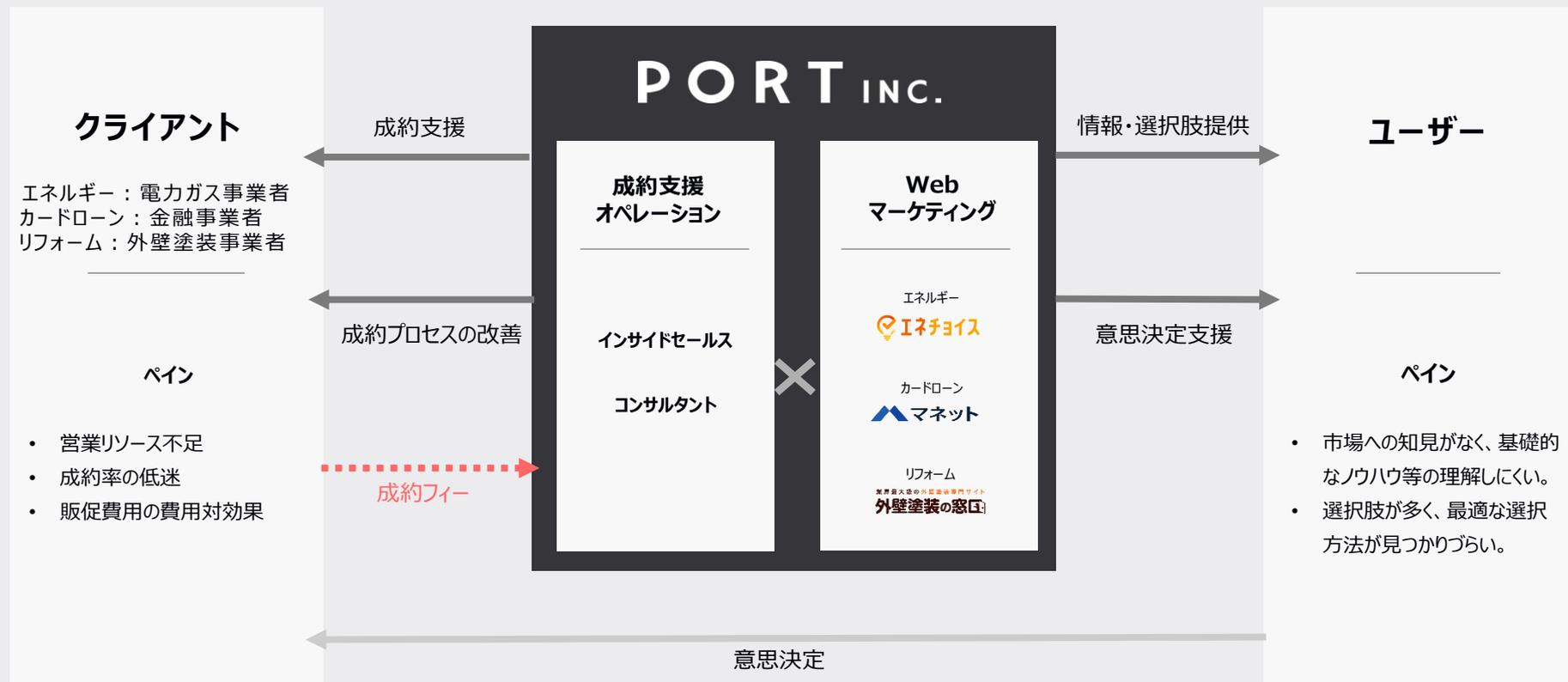
販促市場規模	アプローチ	アウトカム
エネルギー 参考市場 3,000億円※1	各市場の事業者に対して、 大量のユーザー集客×成約型で販促支援 巨額な販売促進費が投下されている市場に対して、成約支援事業でより効率的に、ユーザー獲得を実現する。	販促活動の 生産性の向上
カードローン 参考市場 1,490億円※3		各産業の 収益性の向上
リフォーム 参考市場 2,700億円※2		社会全体の 生産性の向上

※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 = 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」）

※3 市場規模 = 個人向け新規貸出残高（日本貸金業協会、日銀統計より当社集計）× 新規貸付金額に対する広告費率（大手金融機関3社の実績値を決算説明資料より抜粋し平均を算出）

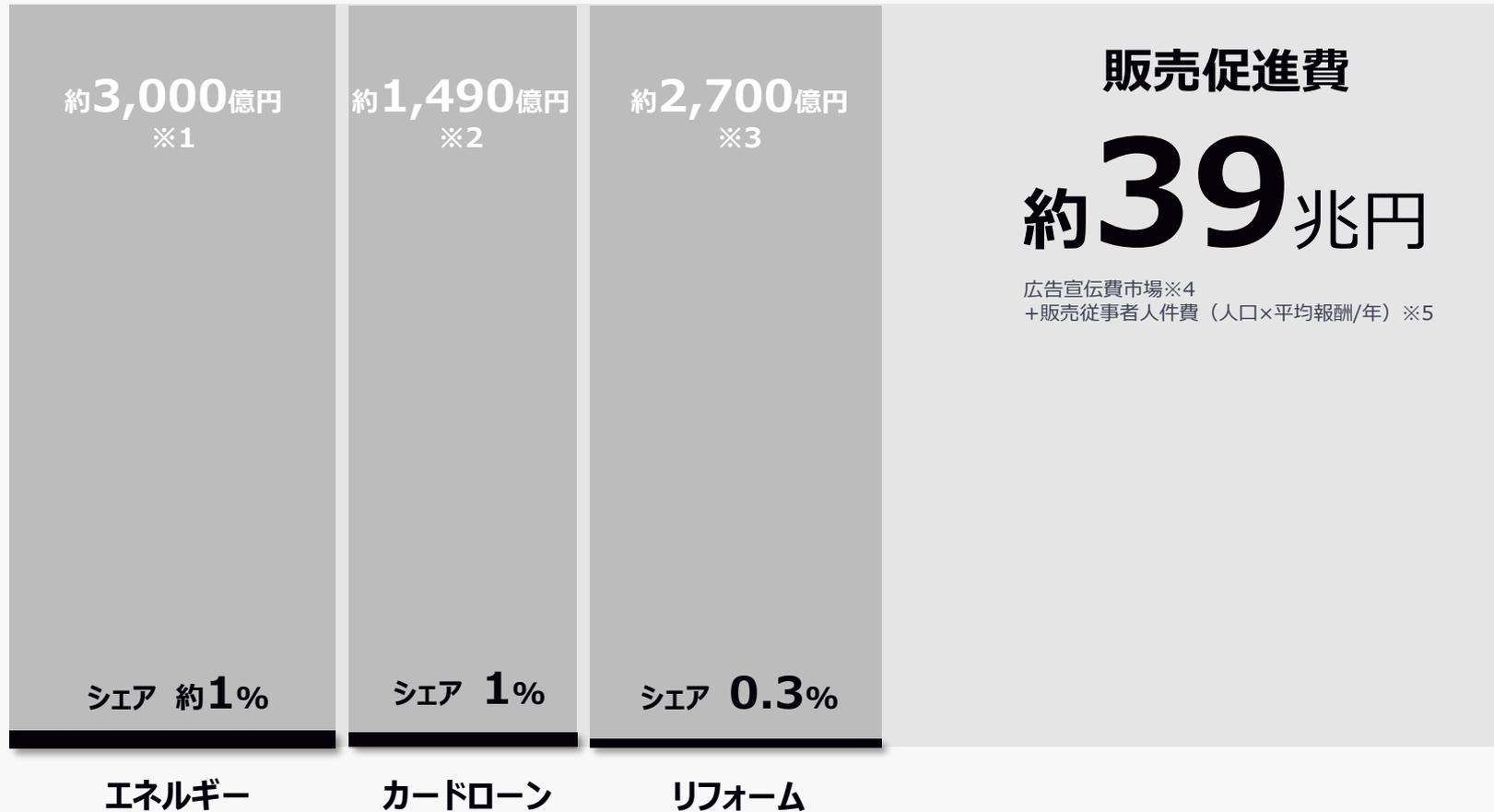
Webマーケティングによるユーザー母集団の集客後、インサイドセールス等によりユーザーの意思決定を伴走し、クライアントの販促活動を支援する。



———> サービスの流れ - - - - -> フィーの流れ

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 = 個人向け新規貸出残高 (日本貸金業協会、日銀統計より当社集計) × 新規貸付金額に対する広告費率 (大手金融機関3社の実績値を決算説明資料より抜粋し平均を算出)

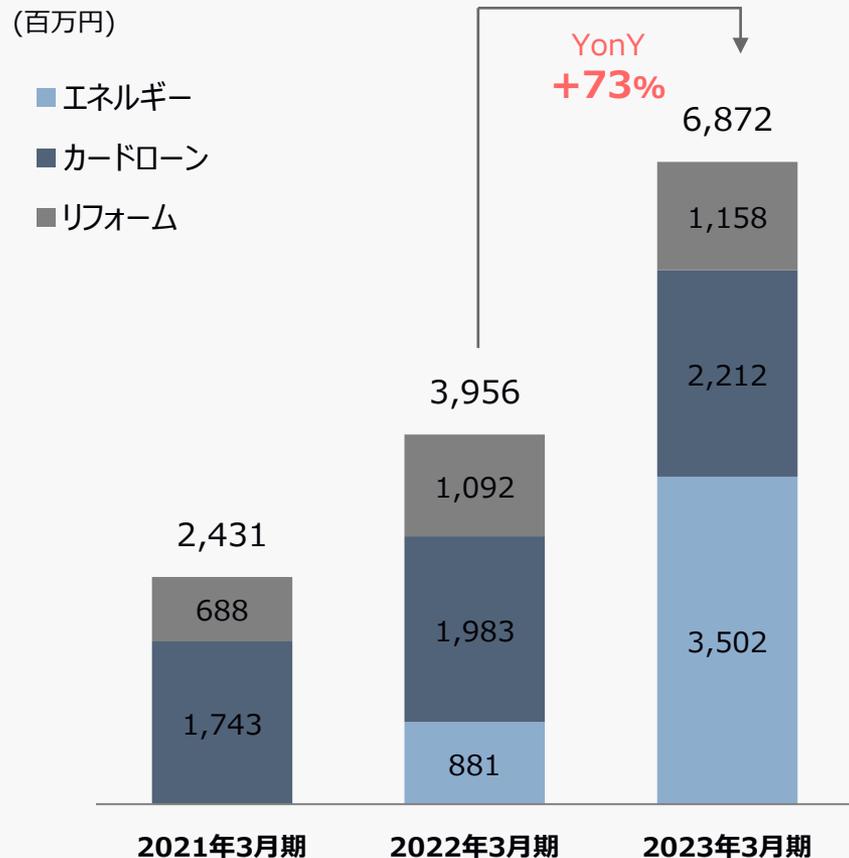
※3 市場規模 = リフォーム全体市場7兆円 (矢野経済研究所「2021年版住宅リフォーム市場の展望と戦略」) ×平均集客コスト比率4% (「これからの時代のリフォームビジネス」)

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

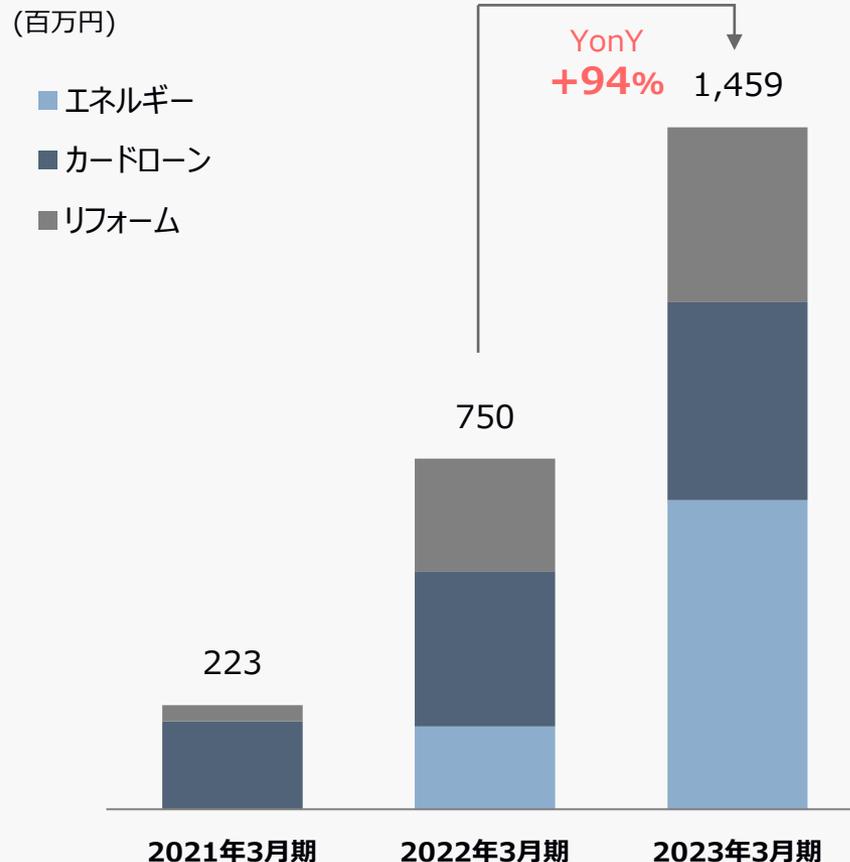
※5 厚生労働省「労働力調査」/日本の統計「主要職種別平均年齢、勤続年数、実労働時間数と月間給与額」より当社推計

対象市場の拡大により売上、利益ともに伸長。M&Aしたリフォーム領域においても買収後の成長を実現。エネルギー領域は市場環境の悪化の影響を受けるも善戦。24年3月期以降の市場回復を受けてさらなる成長を見込む。

売上収益



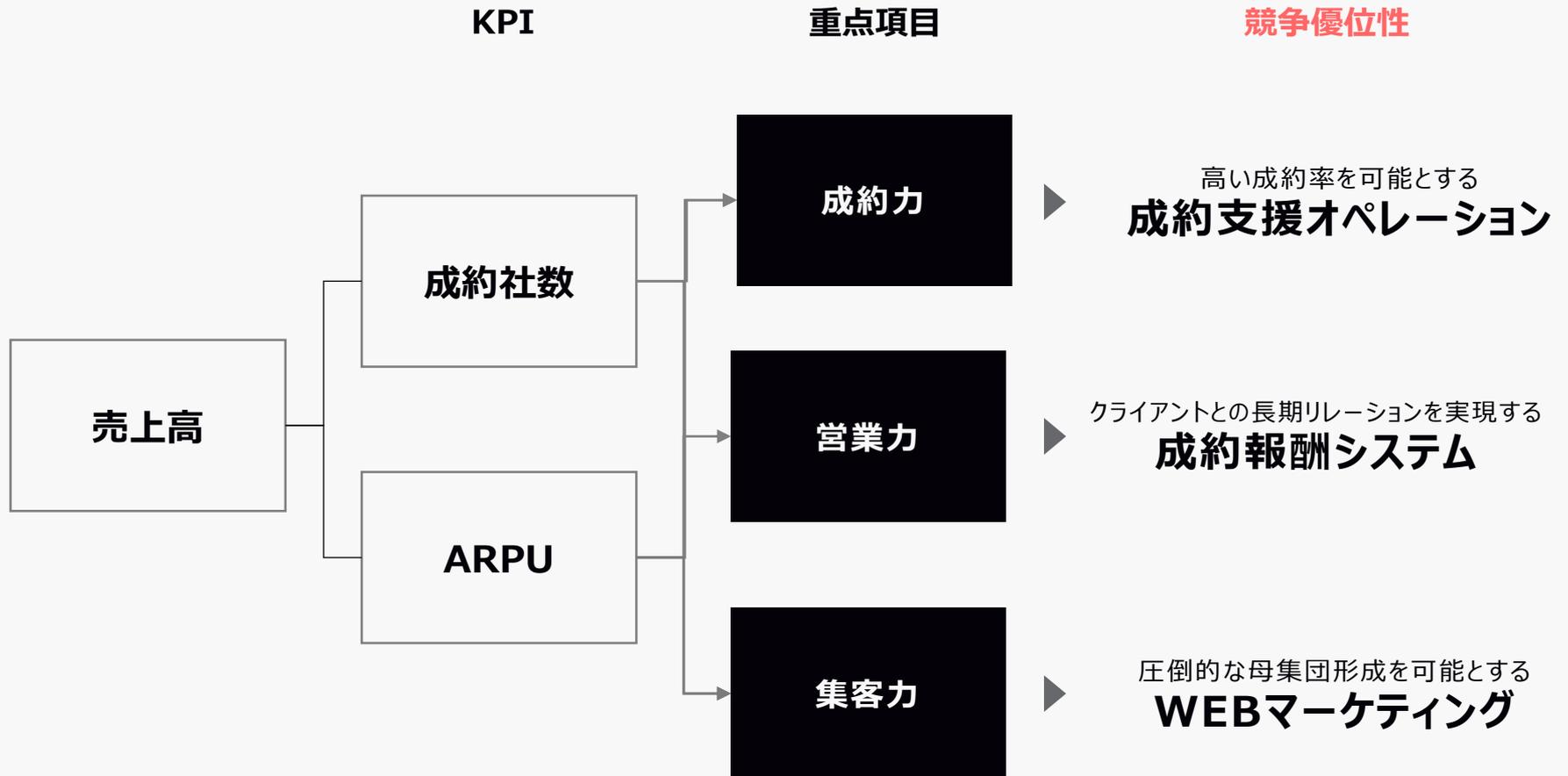
事業利益



04

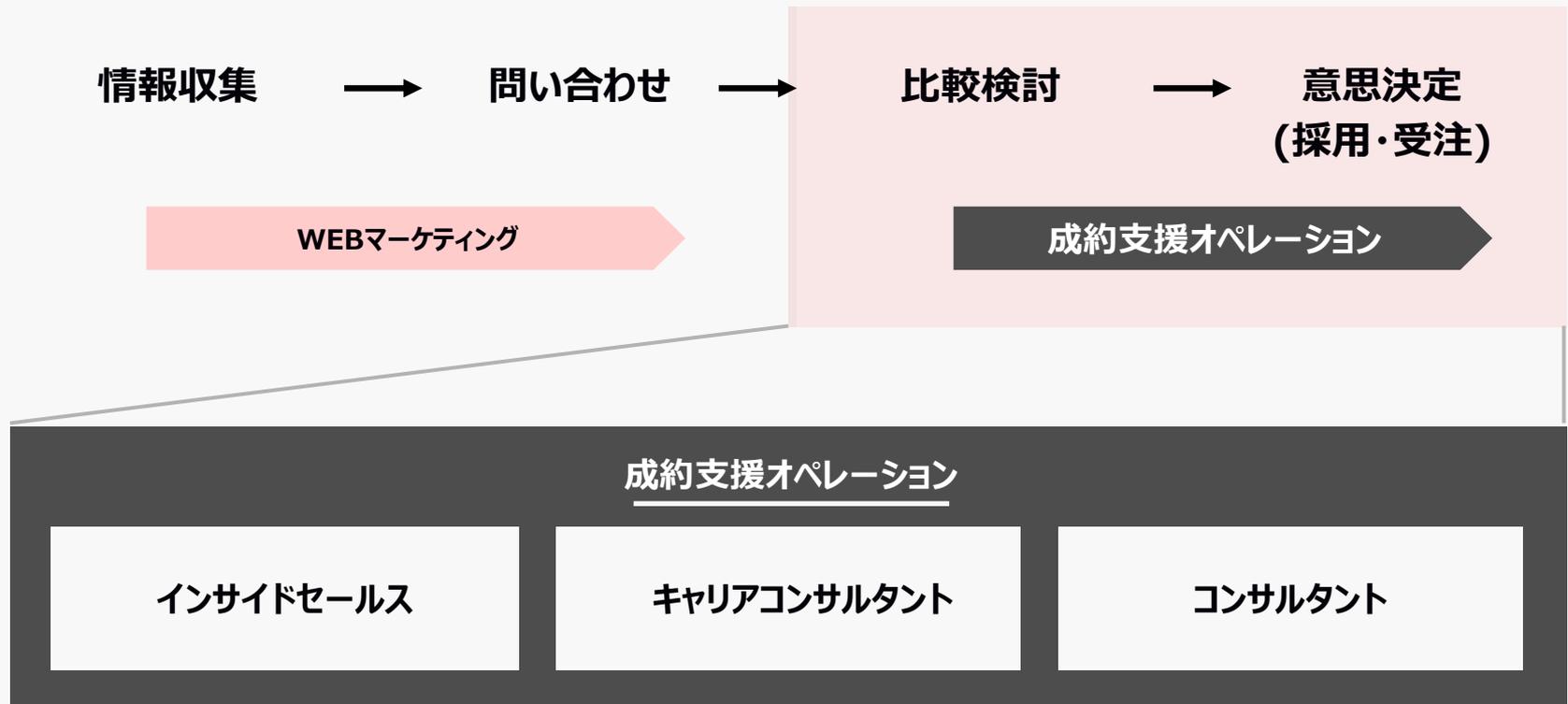
競争優位性

重要指標である成約社数とARPUを拡大するための「成約力」「営業力」「集客力」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。



3つの強み ① 成約支援オペレーション

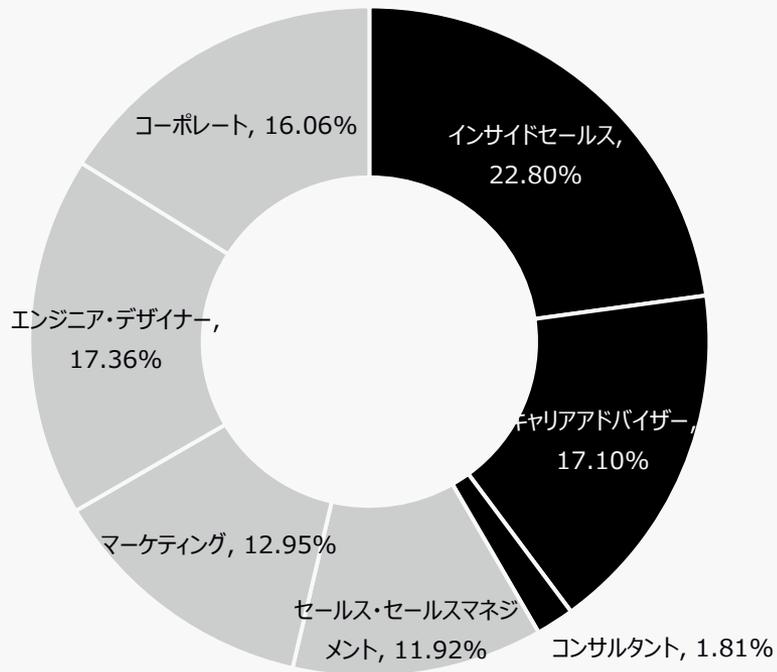
Webマーケティングのみならず、比較検討・意思決定のフェーズにおいて、洗練された成約支援オペレーションによる意思決定支援を行うことで、高い成約率を実現。



3つの強み ①成約支援オペレーション

組織全体の40%以上を成約支援オペレーション組織が占めており、今後も拡大を予定。

グループ全体職種別
(2023年3月末時点)



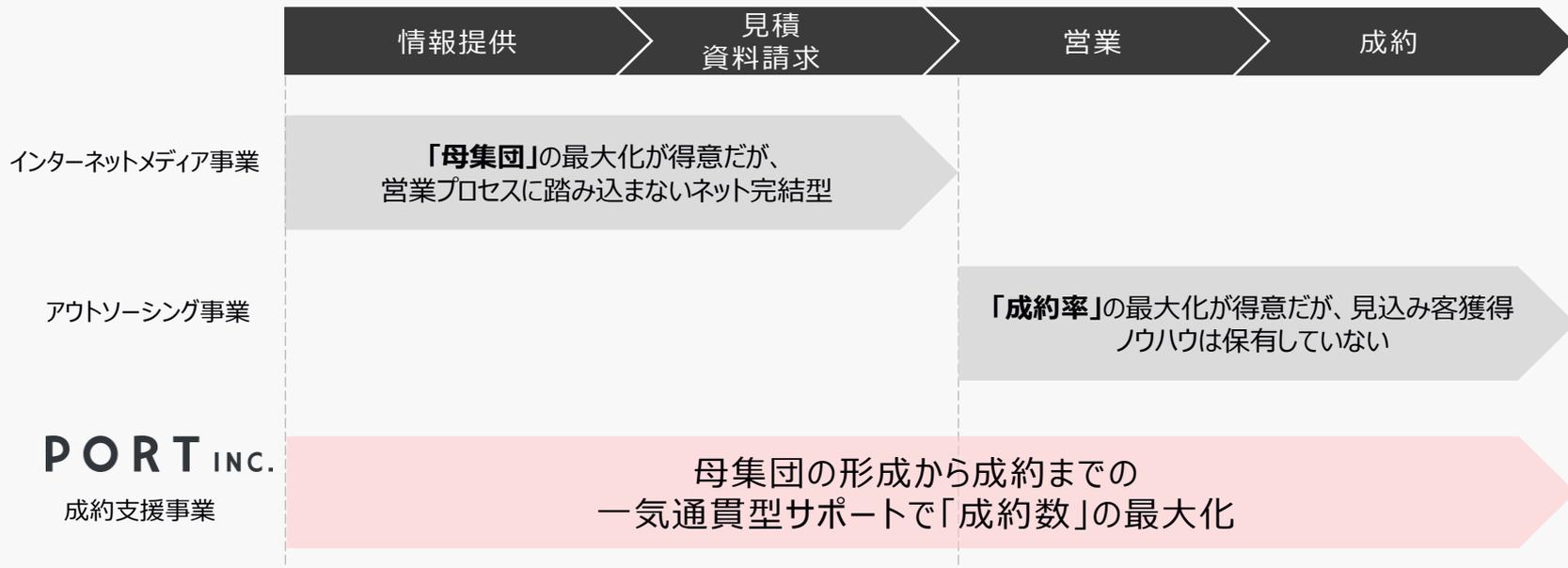
成約支援人材比率

40%以上

3つの強み ①成約支援オペレーション

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。

テクノロジー×リアルの融合による ユーザー集客から成約までの一気通貫型支援モデル



3つの強み ②成約報酬システム

成約に応じた報酬体系と、成果にコミットメントするリレーションシップ担当を専属で配置することで、クライアントのサービス導入ハードルを下げつつ、長期リレーションを築く。

成約報酬取引システム

成約に応じた報酬体系

クライアントの成果にコミットメントする
専属のリレーションシップ担当の配置



導入による効果

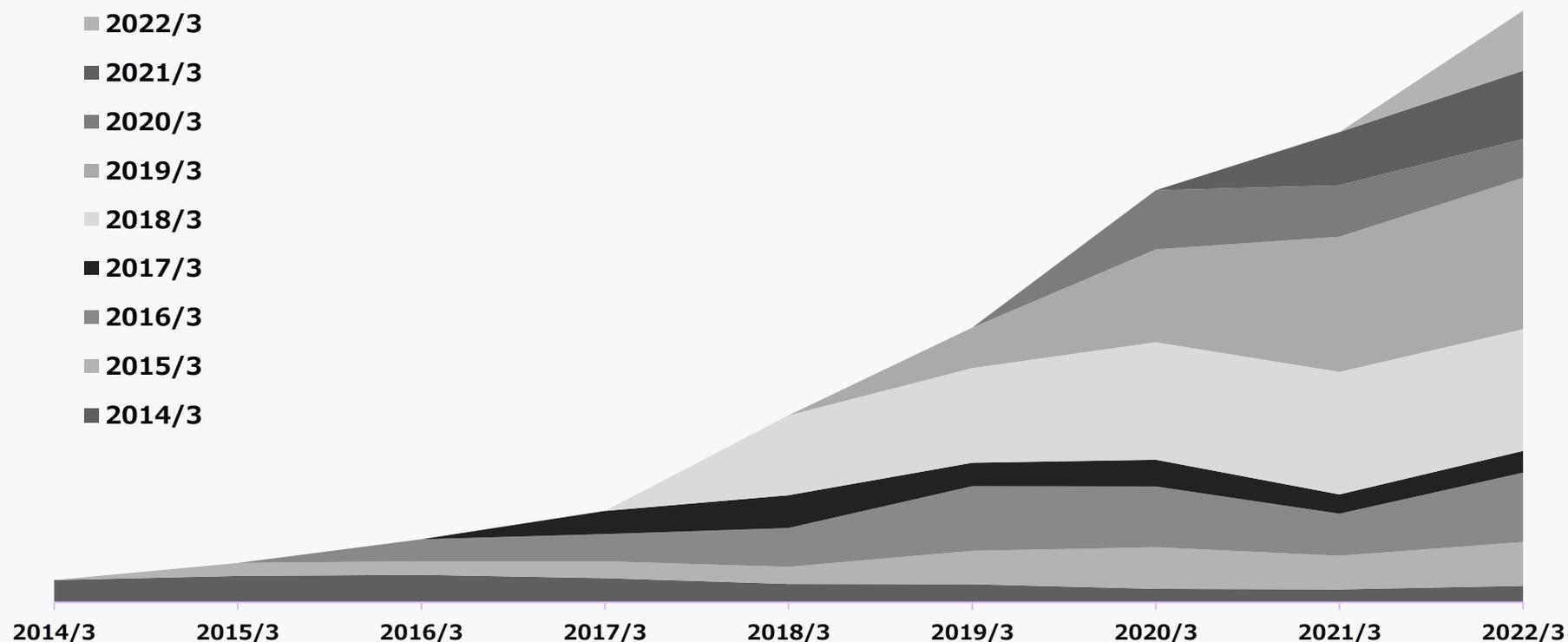
サービス導入ハードルの低下による
クライアント母集団の拡大

長期リレーションの構築による
取引単価、規模の拡大

3つの強み ②成約報酬システム

成約報酬システムにより、顧客リレーションが長期で継続するため、顧客開拓が大きな資産になると捉え、現在は新規顧客開拓に注力。

当社における取引開始年度別売上高



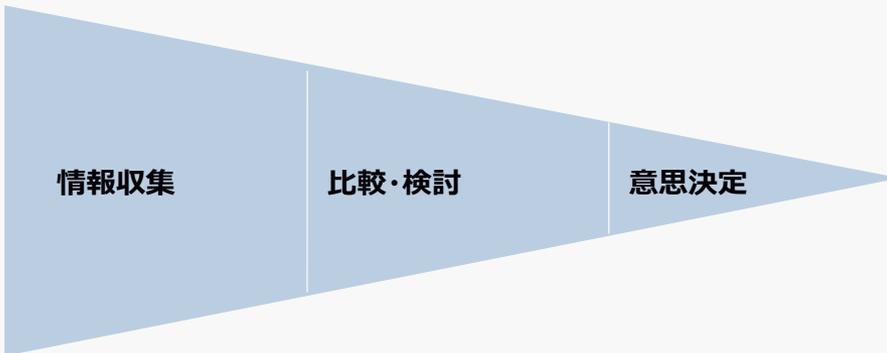
3つの強み ③WEB集客力

1 徹底したユーザーファースト

非日常領域においてノウハウ・口コミ情報を提供。ユーザーボリュームの多い潜在層からアプローチし、圧倒的な母集団形成の実現を可能とする。その後、成約支援オペレーションを通じて高い成約率で意思決定を支援。

ユーザーアプローチの違い

ユーザーの意思決定プロセス



求人サイト・予約サイト・比較サイト等

- 見込み客をWeb完結で獲得

PORT INC. 成約支援事業

- 圧倒的にボリュームの多い見込み潜在層ユーザーからアプローチ
- 見込み客をWeb完結ではなく、成約支援オペレーションを介して、意思決定を支援

ビジネスモデルの構造的な違い

1

情報の制約条件なしにユーザーの意思決定までに必要な情報を網羅的に提供

広告が主体ではないため、企業都合による情報の制約をうけることなく、ユーザーの立場に寄り添った情報を提供可能。

2

成約支援オペレーション構築による高い成約率の実現

成約支援オペレーションを構築しているため、情報収集段階のユーザーでもナーチャリングしていくことで高い成約率を実現可能。

3つの強み ③WEB集客力

1 徹底したユーザーファースト

(例：人材支援サービス)

新卒支援市場における大手求人サイトと、当社が提供するサービスのユーザーからの立ち位置の差別性により、圧倒的なユーザー集客を実現。

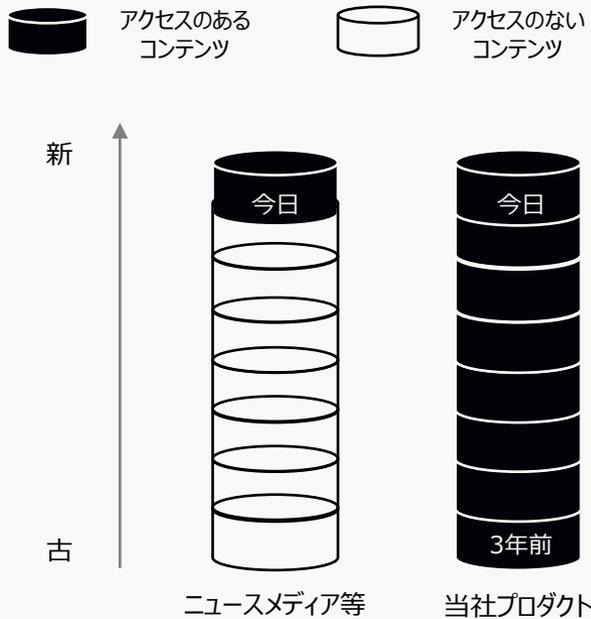
ユーザーニーズ	「就活対策」のために活用	「選考活動」のために活用
提供サービス	ロコミ・ノウハウサイト  	求人検索広告サイト
サービス内容	<ul style="list-style-type: none"> ユーザーから提供される企業のロコミや、就職活動初期～内定までの就活対策情報を網羅的に提供。 	<ul style="list-style-type: none"> 求人企業を検索し、エントリーが可能。求人広告を出稿している企業のみが掲載。
差別性	<ul style="list-style-type: none"> 企業からの広告掲載料なし。 ユーザー視点でのサイト・コンテンツ設計のため圧倒的なアクセス数を実現。 	<ul style="list-style-type: none"> 企業からの広告掲載料あり。 広告の情報化がメイン。

3つの強み ③WEB集客力

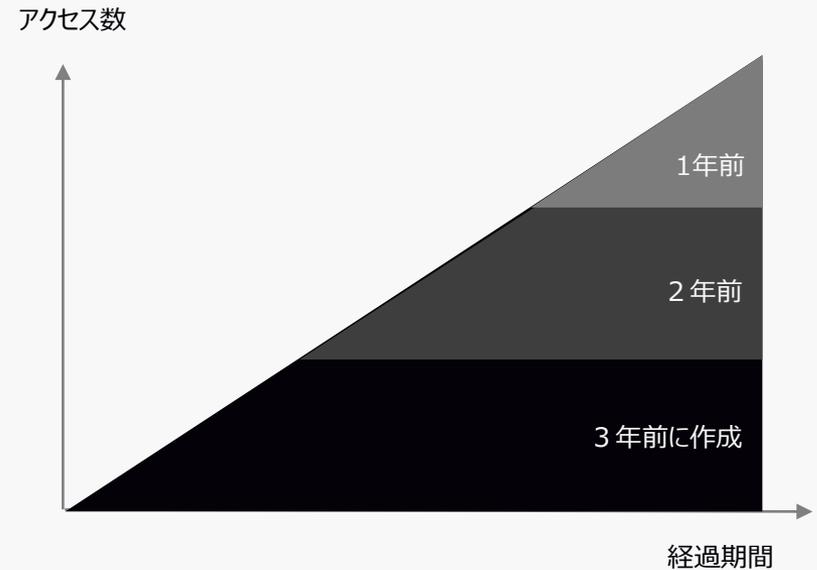
2 ストック型コンテンツ

情報の普遍性が高く、ユーザーの体験回数が少ない非日常領域でビジネスを展開しているため、コンテンツは流行に左右されづらい。長期間にわたってコンテンツが陳腐化せず、安定したアクセス獲得につながり、収益の源泉を生み出すことができている。

コンテンツのストック化



アクセス獲得イメージ

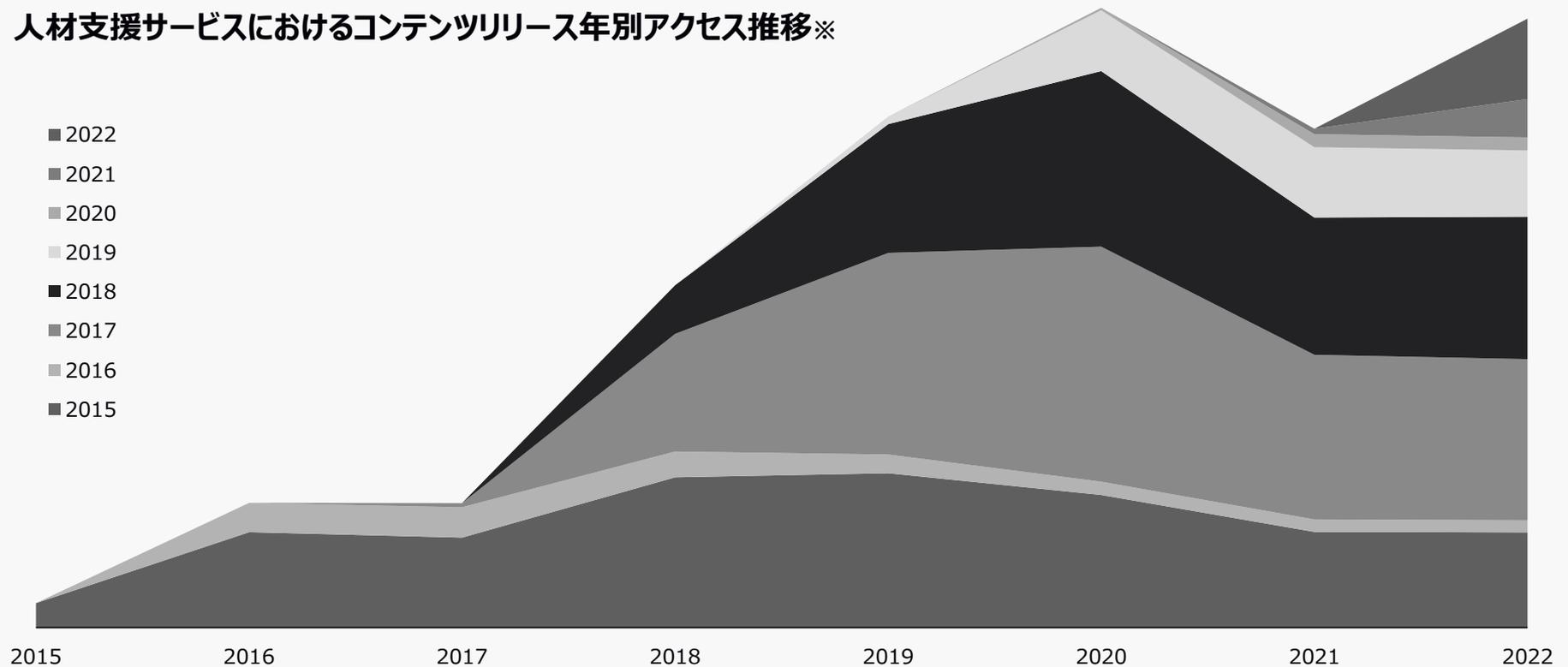


3つの強み ③WEB集客力

2 ストック型コンテンツ

普遍的なコンテンツをストックしていき、2015年等のリリースコンテンツが依然としてアクセスを生み続けているため、今後もコンテンツ投資を通じて、継続的なアクセス獲得、増加が可能。

人材支援サービスにおけるコンテンツリリース年別アクセス推移※



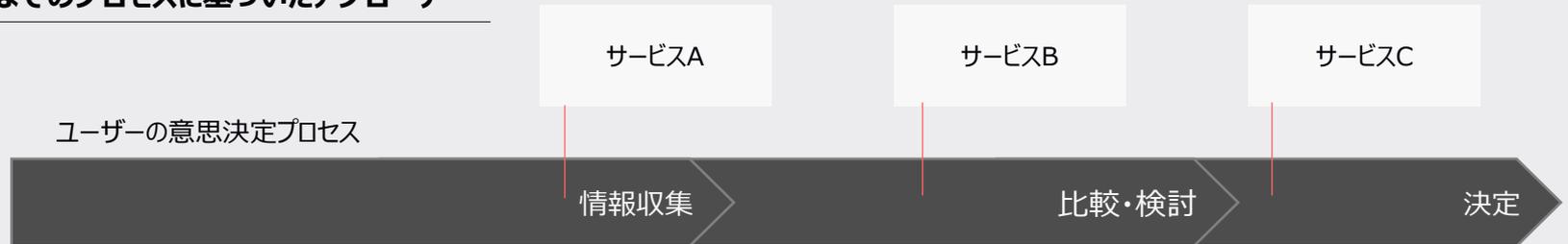
※「キャリアパーク!」、「就活会議」をはじめ、当社が運営するサービスの合算アクセス推移

3つの強み ③WEB集客力

3 分散型サービスポートフォリオ

1つのプロダクトに依存せず、様々な角度からユーザーニーズを満たすべく、複数のプロダクトを展開。また、プロダクトの特徴やユーザーの意思決定プロセスにおいて、配信方法やチャンネルを分散することでよりユーザー様々なニーズに合わせたサービス提供を実現。

意思決定までのプロセスに基づいたアプローチ



接触頻度向上を目指した多面的なアプローチ



3つの強み ③WEB集客力

3 分散型サービスポートフォリオ

(例：人材支援サービス)

情報収集から意思決定まで、就職活動における初期～内定までサービスを提供することで、対象ユーザーのパイを最大化。

潜在層

顕在層

就職活動における意思決定プロセス

就活準備 → 就活サービス登録 → イベント参加 → 入社試験対策 → 内定・意思決定

当社カバー領域

就活ノウハウ（自己分析、業界研究）、会社情報

イベント情報

企業口コミ、面接・選考対策

内定支援

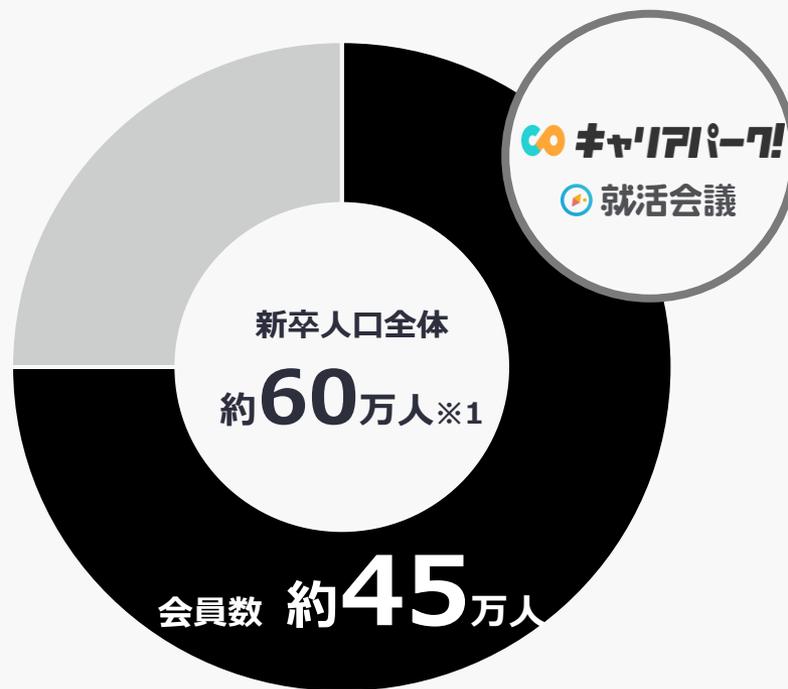


3つの強み ③WEB集客力（参考）

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

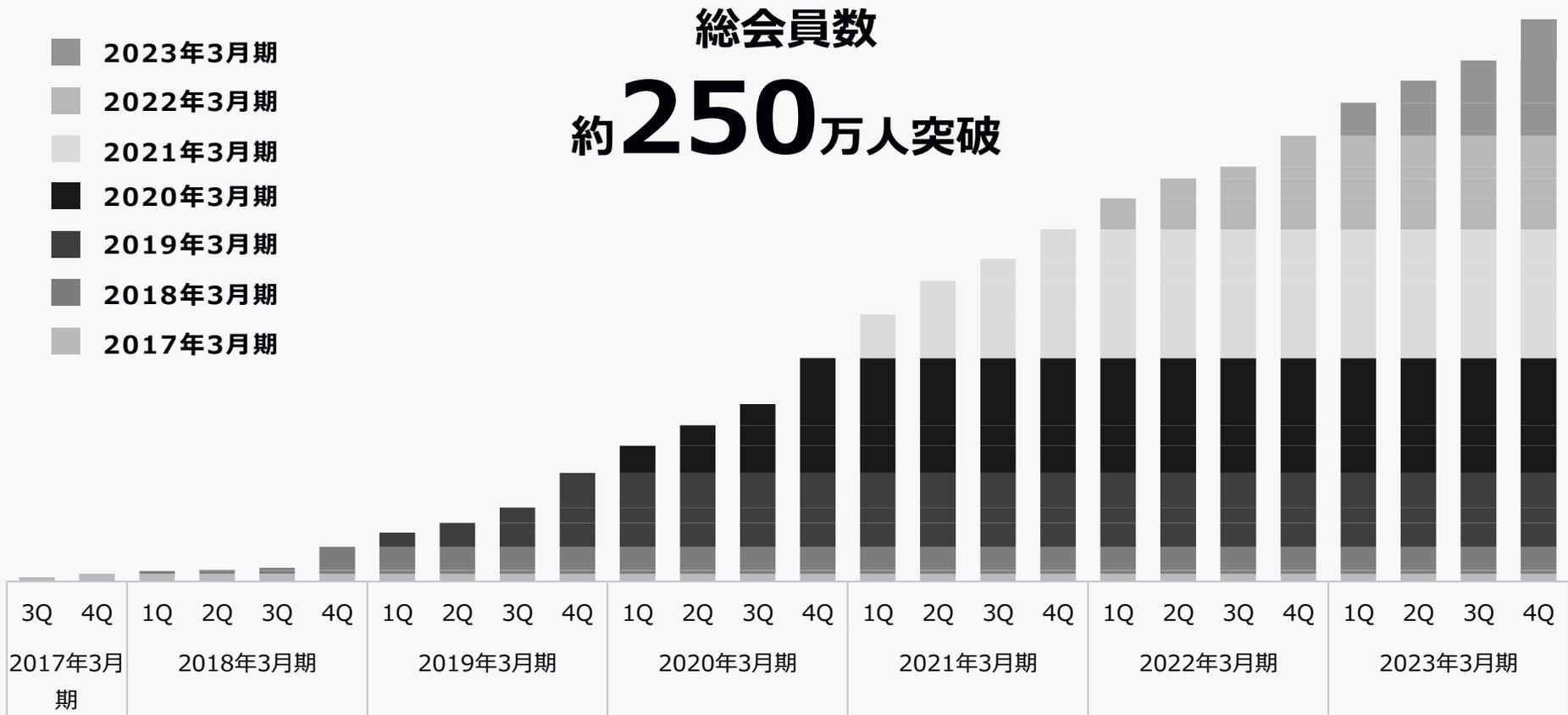
新卒ユーザー利用率

75%以上

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

3つの強み ③WEB集客力（参考）

毎年度のユーザー数の積み重なりにより、未就業・未経験の若年層人材の会員数が合計**約250万人**を突破。



05
コーポレート・ガバナンス
ESG/SDGs

パーパス実現に向けて、「事業」を通じて様々な社会課題を解決すること、それらを可能にする「組織」の強化、「ガバナンス」の徹底による、透明性の高い企業経営を推進していく。

事業

当社が取り組む事業自体が、直接的な社会課題の解決につながる

組織

多様な人材が活躍でき、働きがいのある組織である

ガバナンス

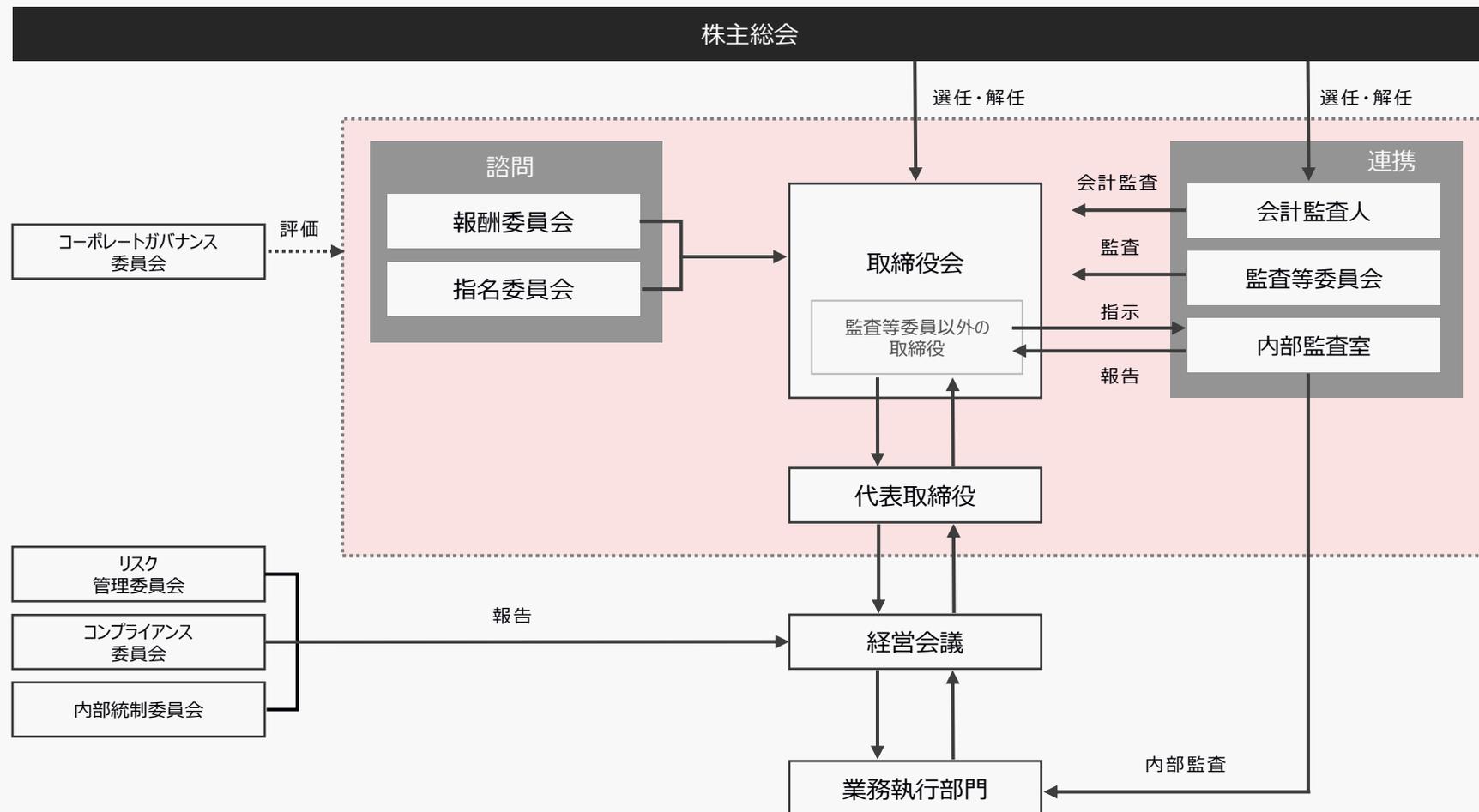
内外の人材を登用した、透明性の高い、強固なガバナンス体制である

具体的な施策一覧

事業、組織、ガバナンスの観点から様々な取り組みを通じて持続可能な社会づくり、そして持続可能な成長を可能とする会社づくりに取り組んでいく。

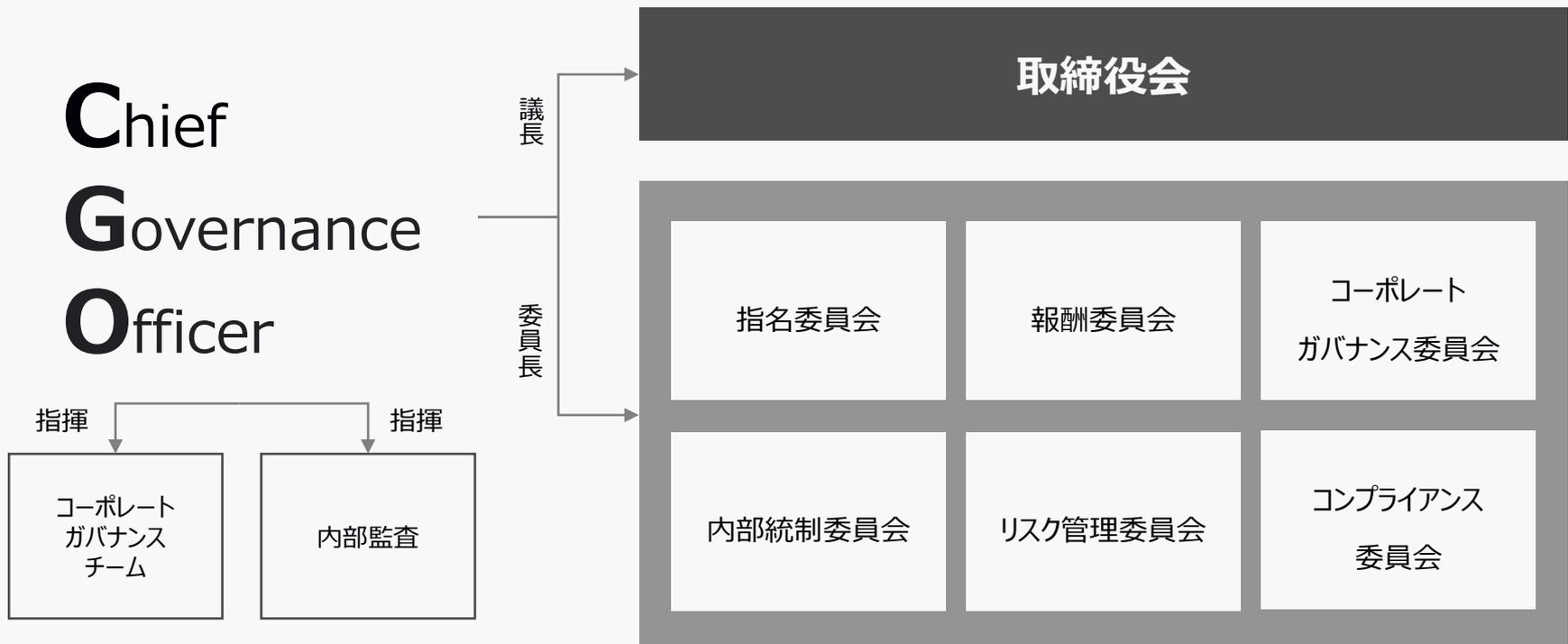
		ESGテーマ	具体的な取り組み	SDGs
E	事業	地球環境に配慮した企業・事業活動	<ul style="list-style-type: none"> 業務のオンライン化によるペーパーレス化への貢献 再生可能エネルギーの普及に向けた活動 不動産の耐用年数向上（廃材の減少） 	7, 11
		DXによる業界変革	<ul style="list-style-type: none"> 非日常領域におけるユーザーの意思決定支援 事業者の生産性向上 	9
S	事業	平等な雇用機会の提供	<ul style="list-style-type: none"> 若者の就職支援 フリーターや非正規雇用者の就職支援 デジタル人材育成 	4, 5, 8
		地域経済の活性化	<ul style="list-style-type: none"> 宮崎県日南市、島根県隠岐郡西ノ島町にサテライトオフィスを設置 地方創生支援事業を通じて、雇用政策、デジタル化を支援 	8, 11
		オンライン診療の推進	<ul style="list-style-type: none"> オンライン診療サービスの提供 大学との共同研究、無医地区での医療過疎対策 	3
	組織	働きがいのある環境	<ul style="list-style-type: none"> エンゲージメント可視化のためのサーベイモニタリング体制 社員のキャリア支援（ジョブポスティング制度、資格取得支援） 働き方改革（リモートワーク導入） 	8
		多様な人材の活躍	<ul style="list-style-type: none"> 積極的な人材採用（中途人材比率60%、女性比率42%） 子育て支援、看護介護支援体制 女性管理職比率の向上（女性管理職比率 26%（単体）） 	5
G	ガバナンス	ガバナンスの強化	<ul style="list-style-type: none"> ガバナンス体制の強化（監査等委員会設置会社への移行） 透明性の高いガバナンス体制（社外取締役比率60%、女性取締役比率20%） 各種委員会の設立をはじめ、リスクマネジメントの強化 CGOの設置 	17

企業価値向上を目指し、経営の適格性、透明性等のガバナンス強化を目的として、2022年6月に監査等委員会設置会社への移行。



独自のコーポレートガバナンス強化施策

PORTグループガバナンスを強化するため、CGO（最高ガバナンス責任者）を設置。
 実効性あるガバナンス強化に向けCGO管轄の6つの委員会を新設。



取締役会におけるスキルマトリクス

企業成長を牽引する創業者に加え、各部門のエキスパートを役員に迎え、バランスの取れた体制を構築。

独立社外取締役（監査等委員である取締役を含む）が取締役会の過半数を占める取締役会構成に変更。

氏名	地位	主な経歴	専門性・経験						
			企業経営	セールス マーケティング	会計 ファイナンス	テクノロジー	M&A・PMI	組織	リスク コンプラ
春日博文	代表取締役 社長CEO	在学中に新卒採用支援業やプロモーション支援を個人事業主として開始。2011年、大学卒業と同時に株式会社ソーシャルリクルーティング（現：ポート株式会社）を創業。	●	●		●	●		
丸山侑佑	取締役 副社長CGO	大学卒業後、人事組織コンサルティング会社 株式会社トライアンプで外資系メーカー等の採用・教育設計を担当。その後、KLab株式会社へ転職し、HRマネージャーを経て、2013年に株式会社ソーシャルリクルーティング（現：ポート株式会社）に入社。同年より取締役COOを務め、2015年に取締役副社長COOに就任。2022年6月に取締役副社長CGOに就任。	●					●	●
富岡大悟	社外取締役 監査等委員	1986年東京都生まれ。公認会計士試験合格後、新卒でKPMG Japan/有限責任 あずさ監査法人に入所し、IPO支援、会計監査等に従事。フロンティア・マネジメント株式会社にてM&AのFA業務に従事。オーストラリアに駐在し、TMF Groupにて日系企業の海外進出支援業務等に従事。帰国後、IdeaLink株式会社の取締役CFO、M&A BANK株式会社の代表取締役として事業会社経営を行う。株式会社SUPER STUDIO等、複数社の社外役員を務める。2022年6月にポート株式会社社外取締役 監査等委員に就任。	●		●		●		
伊田愛久美	社外取締役 監査等委員	神戸大学法科大学院修了、同年司法試験合格。2015年サイボウズ株式会社に入社し、法務統制部にて、契約審査、通信関連の規制対応、J-SOX業務等に従事。2018年株式会社メルカリに入社し、同年弁護士登録（東京弁護士会所属）を行う。新規事業の立ち上げ、IPO、組織再編、株式報酬制度の整備、海外子会社対応等を担当。2020年法律事務所ZeLoに参画。2022年6月にポート株式会社社外取締役 監査等委員に就任。					●		●
馬淵邦美	社外取締役 監査等委員	1990年にLondon Business Schoolを卒業後、デジタルエージェンシー領域においてグローバルトップ・マネジメントを歴任し、2012年にオグルヴィ・ワン・ジャパン株式会社/ネオ・アット・オグルヴィ株式会社（現ジオメトリー・オグルヴィ・ジャパン合同会社）代表取締役社長に就任。FleishmanHillard Japan K.K., Senior Vice President&Partnerを経て、2018年にポート株式会社の社外取締役に就任。2022年6月にポート株式会社社外取締役 監査等委員に就任。	●	●		●		●	

PORT INC.

社会的負債を、次世代の可能性に。