



PORT INC.

M&A戦略に関する資料

ポート株式会社 証券コード：7047

2023.06.02

本資料の立ち位置

本資料は、当社のM&A戦略を明確に開示することで、売主様、M&A関連事業者様の理解を促進し、案件数増加に繋げることを意図したものになります。

エグゼグティブサマリー

1

当社は、2026年3月度を最終年度とする中期経営計画を発表し、売上250億円、EBITDA40億円、将来収益込みEBITDA48億円を目指すにあたり、**M&Aを主要戦略の一つとして位置づけ**。

2

対象は当社の主力事業である成約支援事業の拡大に向けてのグロース型M&Aを志向し、**既存事業のロールアップ型M&Aと新領域への参入を目的とした大規模なM&Aに限定**。

3

既存事業のロールアップ型M&Aとは、**人材支援、販促支援エネルギー領域の2事業**におけるスピーディーな成長を目指すためのM&Aであり、企業規模については不問。

4

新領域参入型M&Aとは、投資基準を明確に設定し、全体の業績に対して**最低10%以上のインパクトがある大規模なM&A**を積極的に志向。

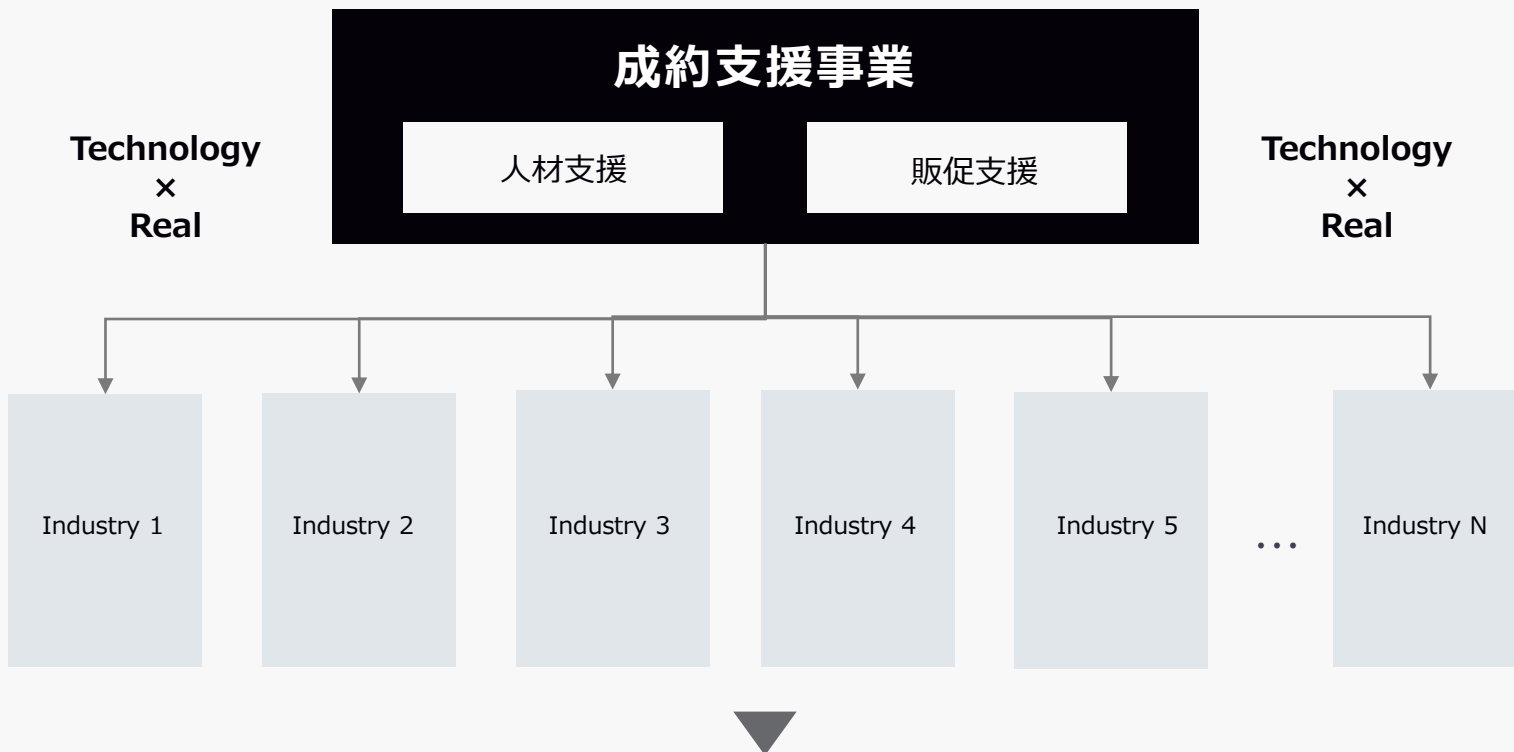
5

当社は直近3年程でM&Aを3件実施。社長直下の推進体制があり、金融機関等からの借入可能枠も潤沢なため、**スピーディーな意思決定体制**で取り組みが可能。

当社事業について

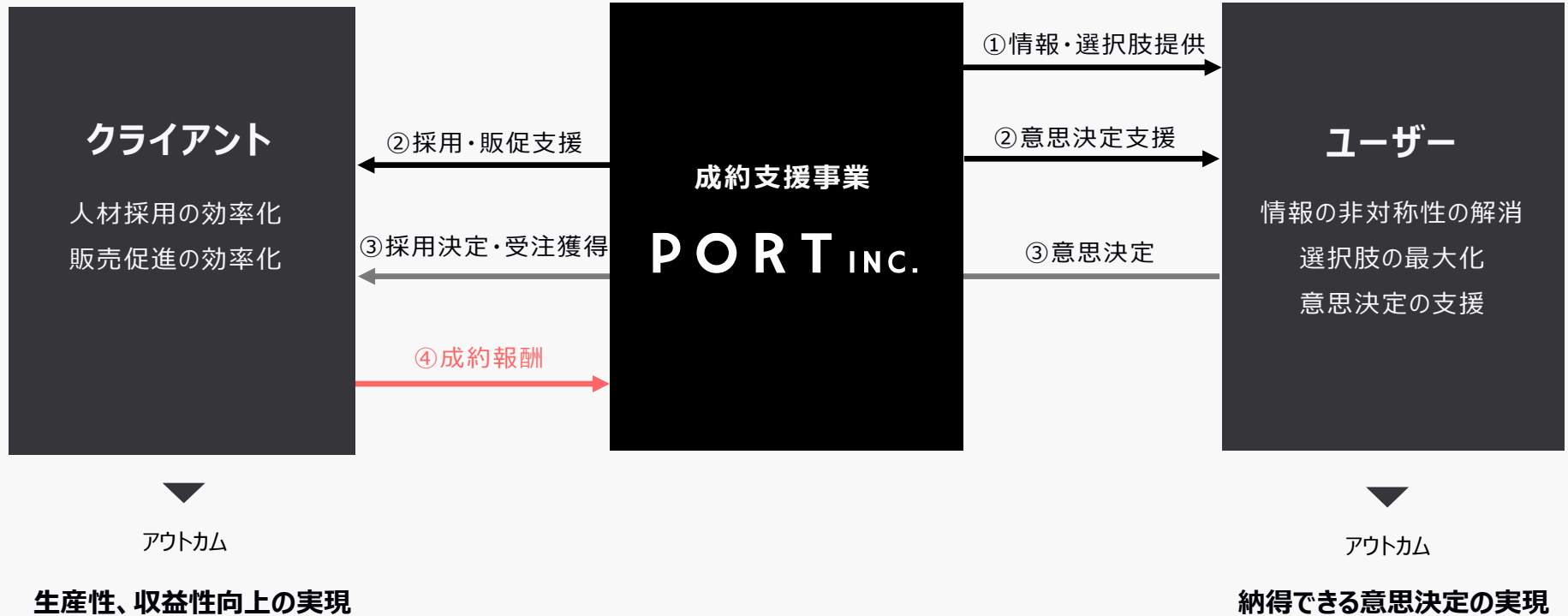
労働人口減少社会に、可能性を。

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。



中期経営計画について

M&Aを主要戦略に制定

当社は、中期経営計画実現に向けて、M&Aを通じた非連続成長を目標に掲げている。

長期方針

フリーキャッシュフローの最大化



中期経営計画方針

中長期のEBITDAの最大化

中期成長戦略

オーガニック投資

巨大市場において、テクノロジー×リアルによる成約支援事業のポジションを確立させ、シェア拡大を継続可能な状態にする。

収益の ポートフォリオ化

増収増益を前提に、収益のポートフォリオ化を図るためにストック収益を重視し、継続的な成長の蓋然性を高める。

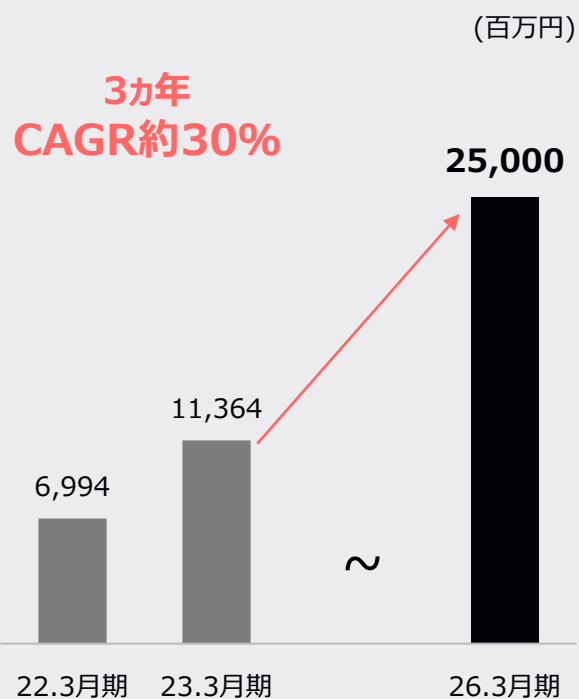
インオーガニック投資

シングル事業で100億円の早期実現に向けて、既存事業or新領域への積極的かつ大規模なM&A、新規事業開発を実行する。

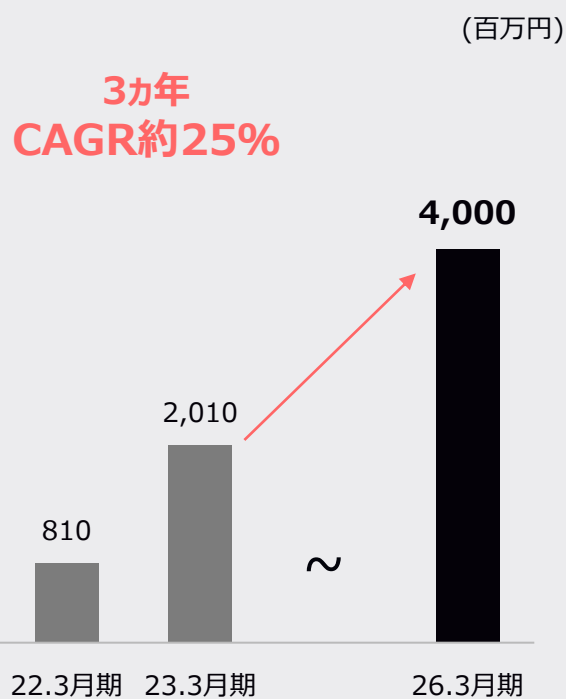
中期経営計画 財務ガイダンス

本中期経営計画は、大幅な増収増益と、野心的な計画を設定。売上収益はCAGR30%成長を前提とする一方で、期間中は将来収益を意識するため、将来収益込みEBITDAでの30%成長を目指す。

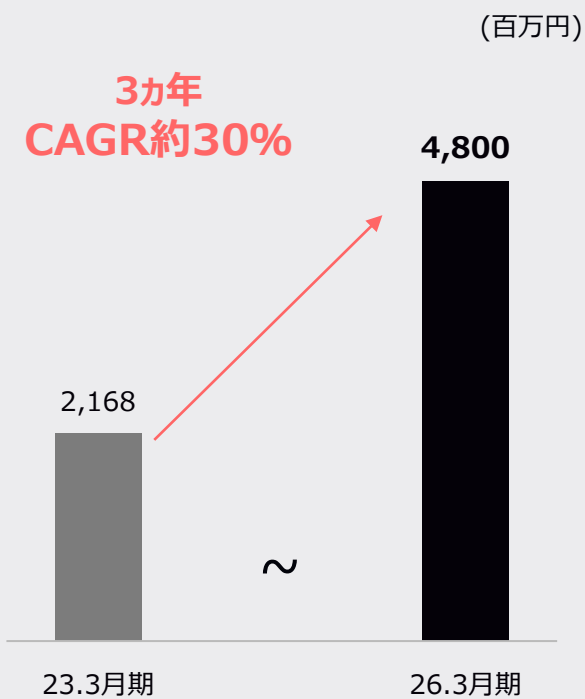
売上収益



EBITDA



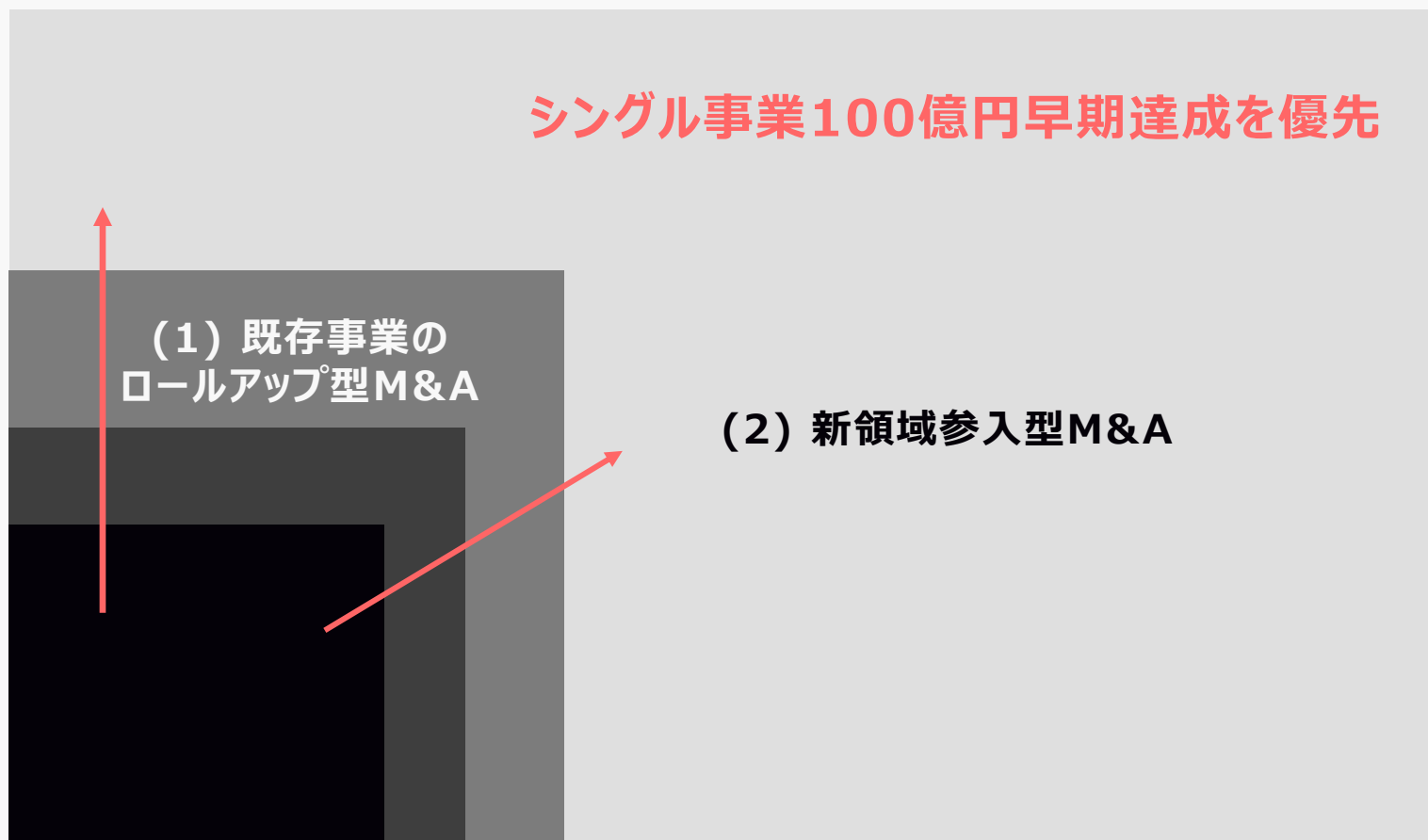
将来収益込みEBITDA※



※ 将来収益込みEBITDA=EBITDA+本来ショット収益として当期に計上した場合の収益

M&A方針について

巨大市場に参入することで、シングル事業100億円規模を複数保有できる企業グループを早期に目指す。M&Aについては、既存事業成長に寄与するものか、新領域への大規模なM&Aに集中する。



成約支援事業のさらなる拡大にあたって、明確な方針を設定し、積極的かつ大胆なM&Aを通じて、非連続なインオーガニック成長を実現する。

	(1) ロールアップ型M&A	(2) 新領域参入型M&A
対象案件	成約支援事業における既存領域のシェア拡大 ※特に人材支援事業、エネルギー領域を最優先	成約支援事業における新領域への参入 業務プロセス等の既存領域へシナジーを発揮するサービス等の新規事業への参入等幅広く検討
投資規模	0-50億円程度 ※EBITDAの3-5倍以下での実施を前提	10-50億円程度 ※EBITDAの3-8倍以下での実施を前提
業績規模	制約条件なし	売上20億円、EBITDA5億円以上 ※当社全体の業績への影響が、売上収益、EBITDA最低10%以上 ※対象事業の継続的なCAGR30%成長 ※原則、赤字である場合は対象外
原資	現預金 + 金融機関による借入をメイン戦略とし、そのほか資本性の調達スキームなど柔軟に検討	

ロールアップ型M&Aの対象

(1) ロールアップ型M&A 人材支援サービス

人材支援事業における当社のアライアンスサービス・人材紹介サービスにおいて直接的シナジーを生む事業を対象とする。

対象事業

- 人材紹介、求人サイト、その他対象の母集団を抱えるWebプロダクト。

対象ユーザー（市場）

- 新卒、既卒、第二新卒、20代等の若年層を最優先。
- そのほか成長産業、専門職等の特化型についても積極検討。

期待するシナジー

- 対象会社が保有する顧客基盤と、当社のWebマーケティング力を活かすことで更なるグロースを図れること。
- 当社が運営するプロダクトとの合算会員数で保有会員数を増加させることで業界におけるシェア拡大を図れること。
- 対象ユーザーを拡大させることによるTAMの拡大を図れること。

※人材派遣関連、採用管理システム関連については、ロールアップ型M&Aには該当しないが、(2)新領域参入型M&Aへの参入基準に該当。

電力・ガス等の総成約支援件数の拡大によりシェア拡大スピードの向上に寄与するものを対象とする。

対象企業

- 電力・ガス等の成約支援を実現している企業。

事業内容

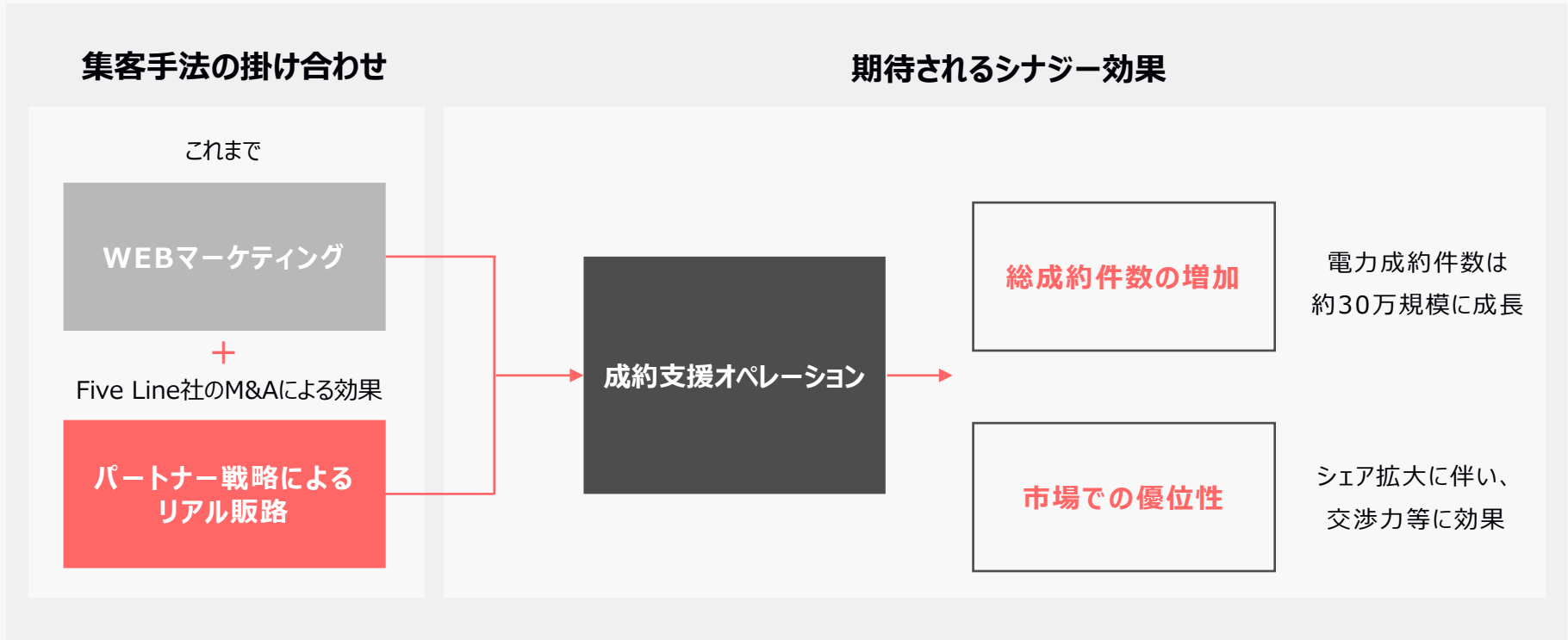
- インサイドセールス組織による見込み顧客へのアプローチやWebプロダクト、Webマーケティングによるユーザー集客、不動産会社等のパートナー戦略等、顧客獲得の手法については訪問販売関連を除き不問。

期待するシナジー

- 総成約支援件数の合算による市場におけるプレゼンスの上昇、成約単価等の交渉力が強化されること。
- ユーザー獲得手法の多様化による市場シェア拡大スピードの向上に寄与できること。

(1) ロールアップ型M&A 実績 (株式会社Five Line)

24.3月期において、エネルギー領域におけるロールアップ型M&Aを実施。M&Aによるシナジー効果を発揮することで当社エネルギー領域における成約支援事業の更なるシェア拡大となり、圧倒的No.1の実現を確実なものへ。



※ 2023年5月に株式会社Five LineのM&Aを決定

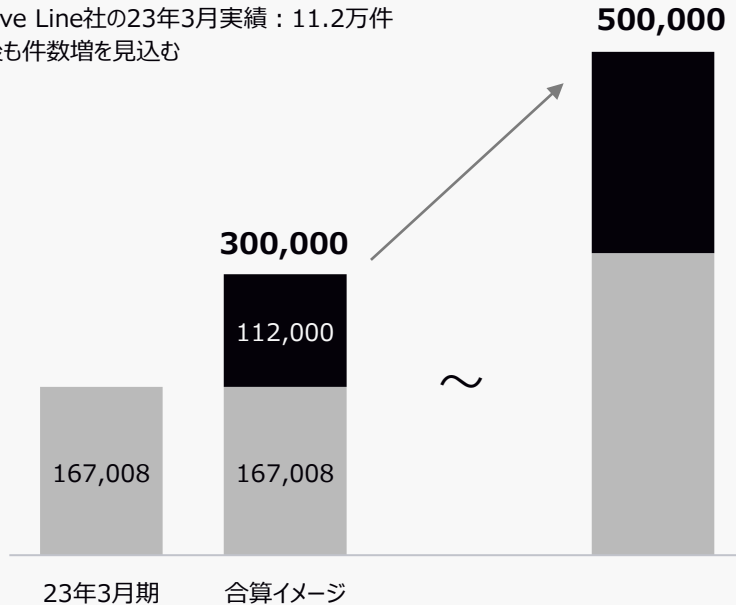
(1) ロールアップ型M&A 実績 (株式会社Five Line)

Five Line社のM&Aにより、総成約支援件数は年間30万規模へ拡大。(23.3月期実績による合算) 総成約支援件数年間50万規模、エネルギー領域でのシングル事業売上収益100億円の突破を射程圏内へ。

総成約支援件数 年間50万件突破を目指す

電力成約件数

※Five Line社の23年3月実績：11.2万件
今後も件数増を見込む

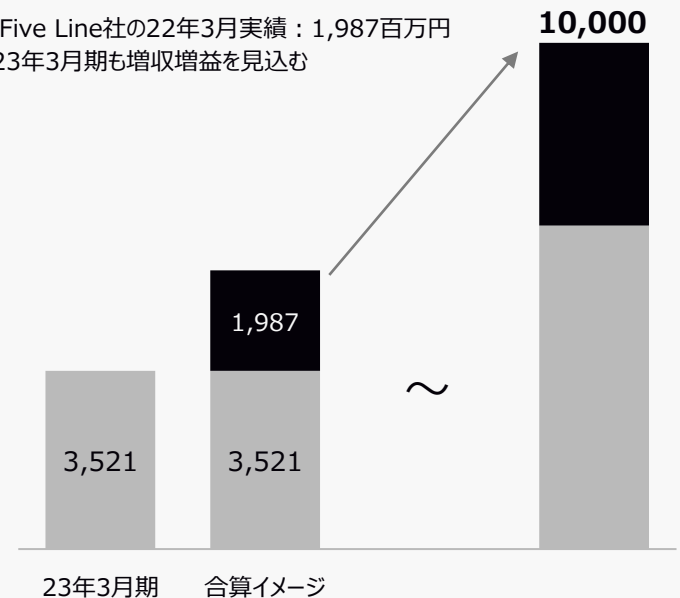


シングル事業 売上収益100億円突破を目指す

エネルギー領域 売上収益

(百万円)

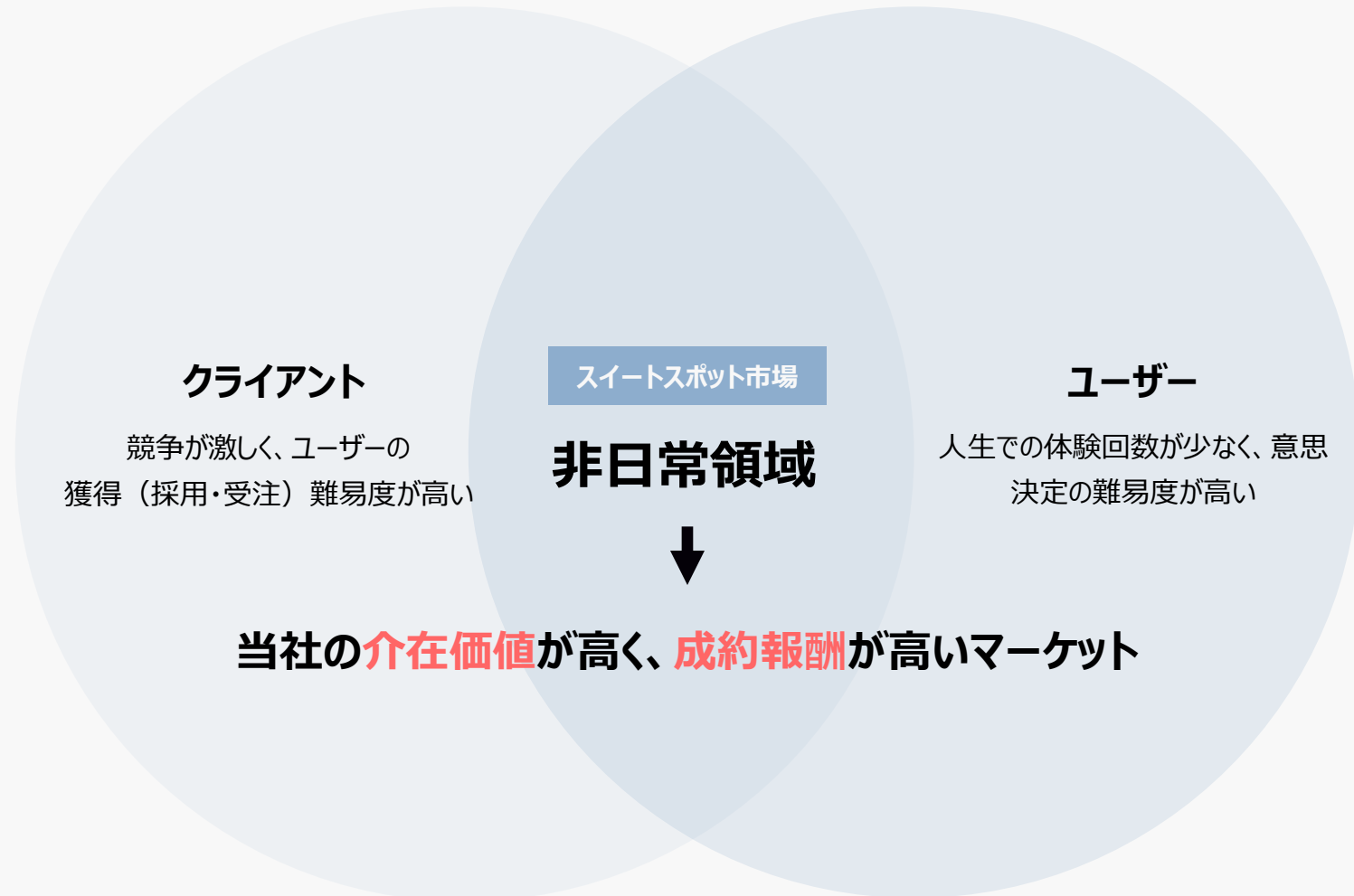
※Five Line社の22年3月実績：1,987百万円
23年3月期も増収増益を見込む



新領域参入型M&Aの対象

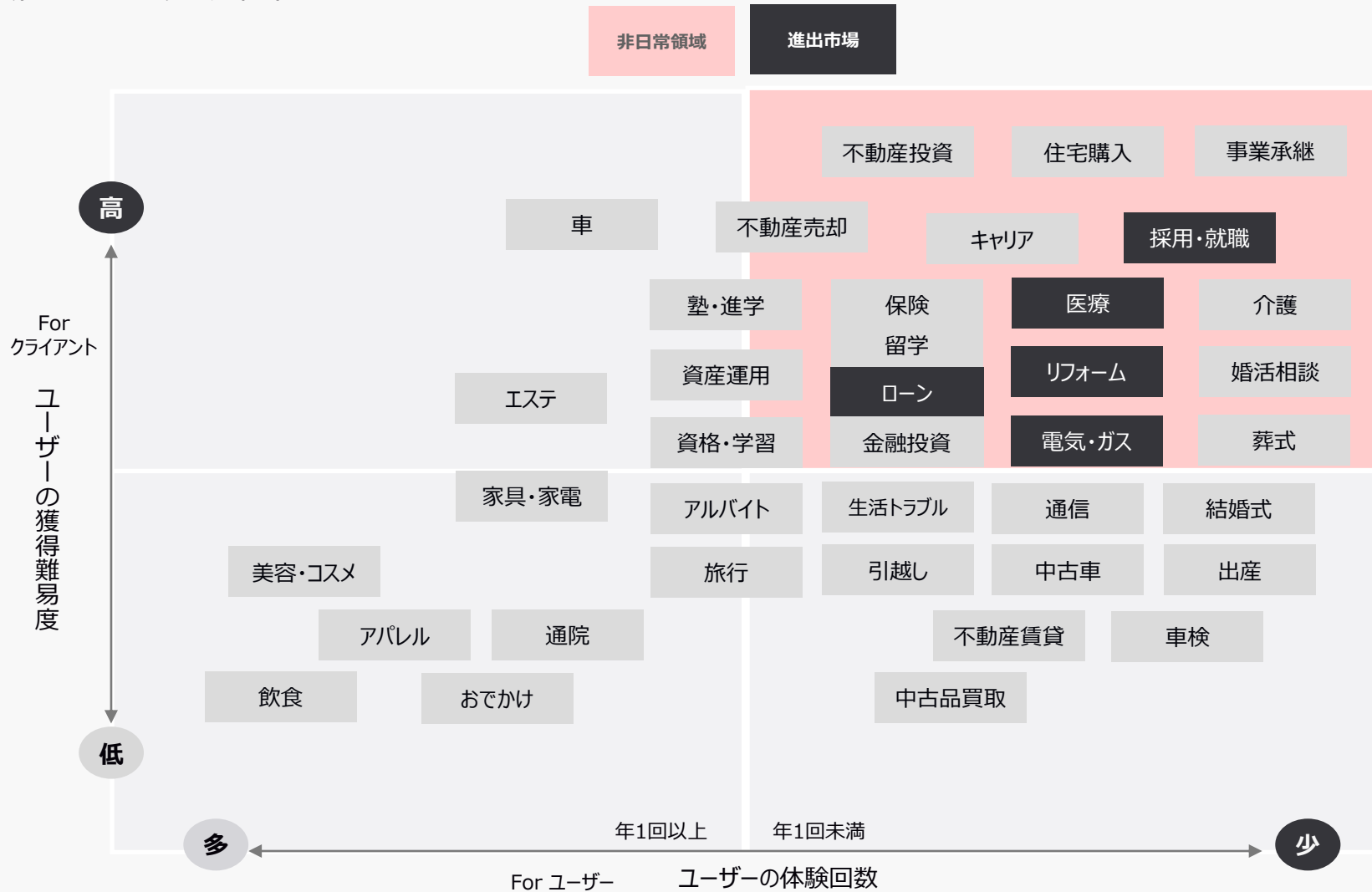
(2) 新領域参入型M&A

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。



(2) 新領域参入型M&A

「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。



(2) 新領域参入型M&A

対象とする市場への参入判断の基準を明確にし、再現性高く、M&A後のビジネスグロースを実現する。
コスト効率の改善のみならず、グロース型のM&Aを指向。

参入基準	(リフォーム領域) 株式会社ドアーズ	(エネルギー領域) 株式会社INE	説明
成約報酬型モデル	○	○	当社の得意とする成約報酬型のビジネスモデルを横展開できる市場。
クライアントの 成約コストが高い	○	○	ユーザーの獲得コストが高く、成約報酬が高い市場。
ユーザーの 体験回数が少ない	○	○	就職は人生に1回、リフォームも人生に数回など、ユーザーに知識が蓄積されないため非日常領域が当社の介入価値が高い市場。
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ため、介入価値が高い市場。また、顧客資産の獲得、他市場へのクロスセルも視野。
会員型モデル	○	○	会員資産の獲得、他市場へのクロスセルも視野。

(2) 新領域参入型M&A 実績

21.3期、22.3期において大型M&Aを実行し、成約支援事業における新領域へ参入。

2020年8月



販促支援サービス
リフォーム領域

業界最大級の
外壁塗装成約支援事業

投資規模
1,600百万円

2022年1月



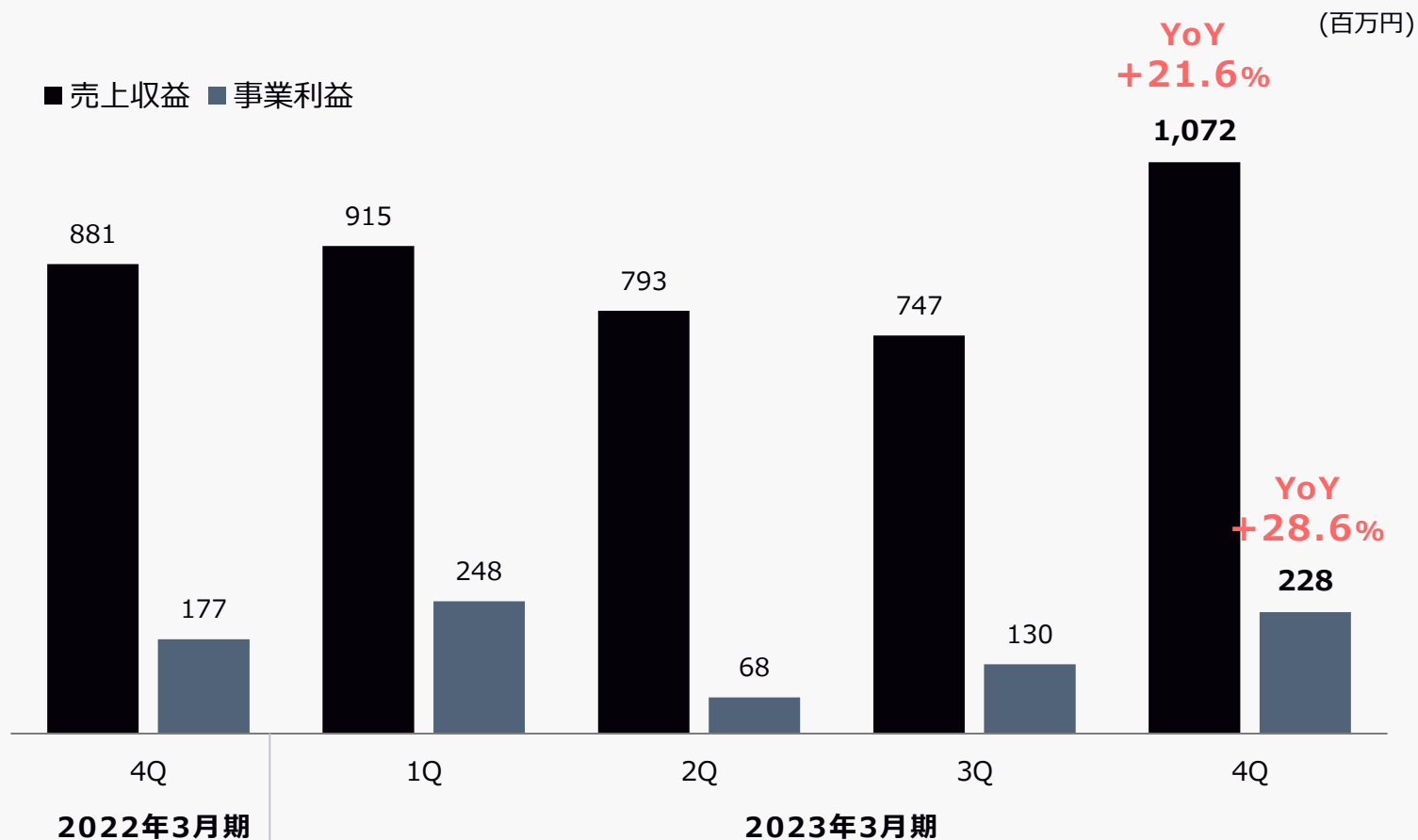
販促支援サービス
エネルギー領域

業界最大級の電気、ガス等の
エネルギー成約支援事業

投資規模
2,036百万円
※株式50.9%を取得

INE社においては、M&A後成約時におけるガス等の付帯率の増加によりARPUが向上し利益率も改善。

売上収益・事業利益推移

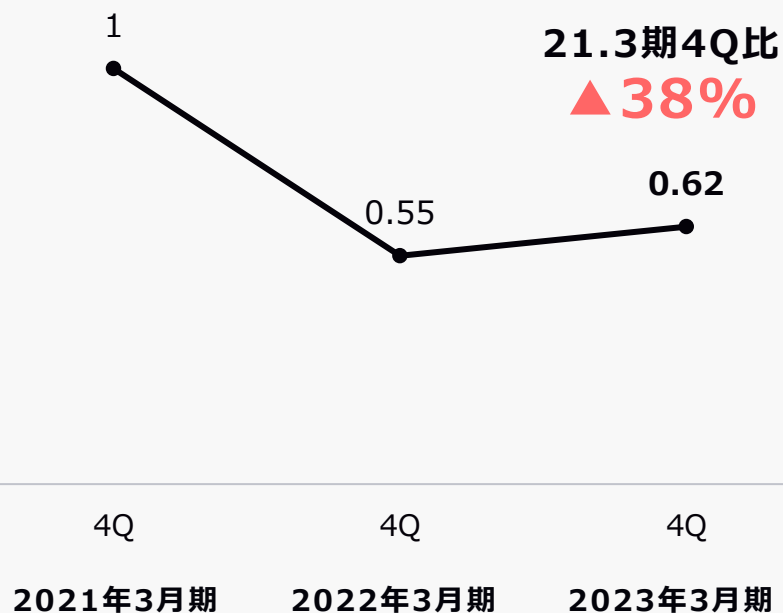


※ 2022年3月期よりINE株式会社を連結子会社化。(取得年月: 2022年1月)

ドアーズ社においては、成約支援事業のノウハウを注入し、ユーザー獲得単価を押し下げ、利益効率の改善に成功。

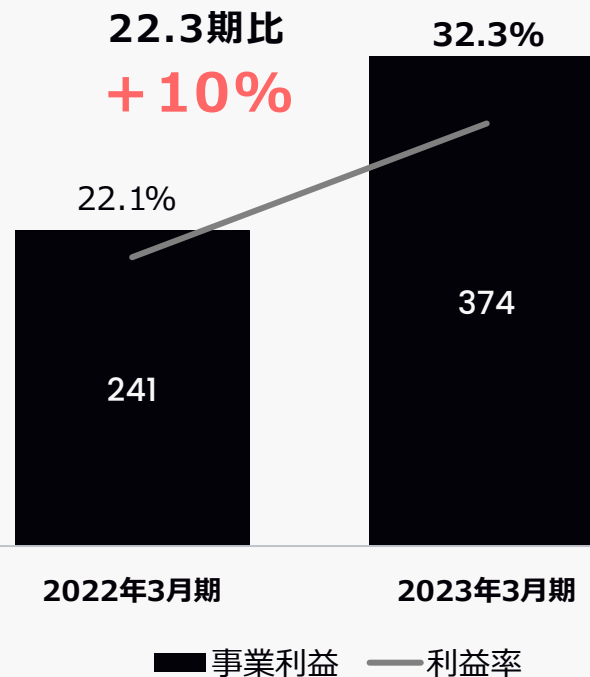
獲得単価（CPA）の推移

※2021年3月期第3四半期実績を1とした推移



事業利益率の推移

(百万円)



※ 2021年3月期より株式会社ドアーズを連結子会社化。(取得年月: 2020年8月)

財務方針について

M&A時の資金調達の方針

事業からの営業キャッシュフローを源泉に負債性調達によるレバレッジをかけた投資戦略を原則とする。
マーケット、財務状況等を総合的に判断し、EPSの向上を前提として資本性の資金調達も選択肢として検討する。

キャピタルアロケーション方針

営業キャッシュフロー

持続的な事業成長に伴う営業キャッシュフローの創出。



有利子負債等

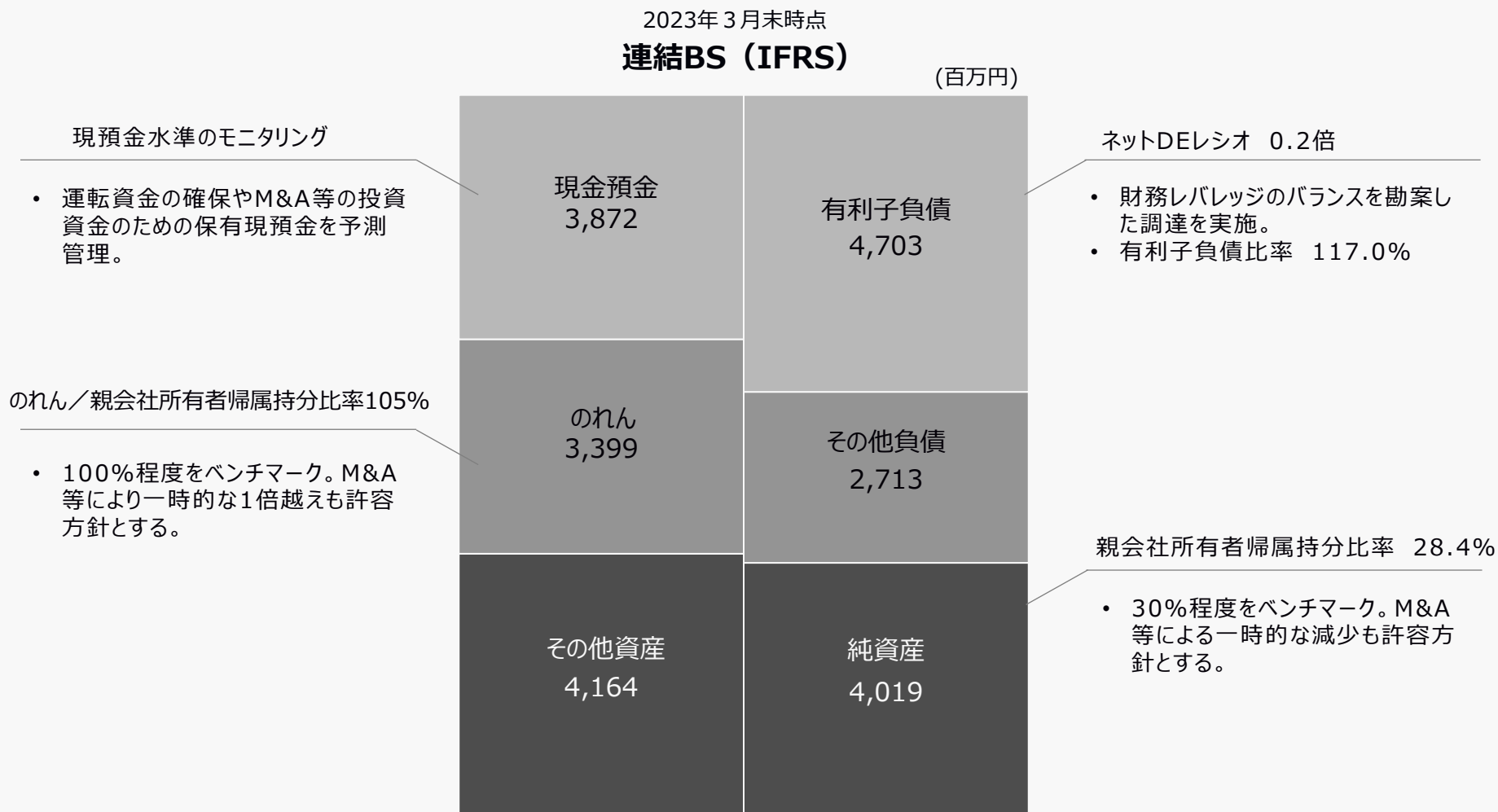
事業の安定成長、金融機関リレーションに基づく調達力を生かし、財務レバレッジを意識。



エクイティ

株価水準、マーケット環境、財務状況を総合的に判断。
EPSの向上を前提に、アライアンス戦略としても活用。

財務基盤の盤石化を図りながらも、積極的な事業投資やM&Aが実行可能な投資資金を確保していく。



※ 親会社所有者帰属持分比率（自己資本比率）

M&Aに関するQ&A

M&Aに関するQ&A

デューデリジェンス体制について

ビジネス・財務・法務等、それぞれに精通したメンバーが在籍しており、M&Aの規模によっては社内完結型でデューデリジェンスを実施いたします。

成約までの期間について

規模感によって前後することが想定されます。スピーディーなものについては1ヶ月以内のクロージング実績もあります。一方で大規模な案件等については意向表明を提出後、デューデリジェンスについては2ヶ月程度になります。

PMIについて

対象企業の組織に双方協議の上、積極的に人員を配置していきます。INE社（※2022年にM&A）においては、現在ビジネス、コーポレートに計5名程度が常勤体制で対応しています。

スキーム及び対価の支払い方法について

100%株式取得による完全子会社化を前提としつつ、過半数程度の取得による一部継続保有、事業譲渡、アーンアウトなど、さまざまな方法を検討可能です。

経営体制の変更について

原則として、当社代表取締役社長が対象会社の取締役にも早期に就任する体制をとらせていただきますが、基本的には現経営陣に執行を委任することを基本方針としています。

マネジメントメンバーの配置について

マネジメントメンバーについての入れ替え等も原則行いません。希望によって入れることは可能ですし、PORTから人材を入れているケースもありますが、過去実績として、マネジメントメンバーの退職はドアーズ社0名、INE社若干名程度です。

経営ロックアップについて

原則として、売主様のご意向に沿う形で実施いたします。会社に対する影響を双方で見極めて適切に対応していく形が理想だと考えています。双方協議の上、譲渡実行と同時に退任となったケースもあります。

M&Aに関するQ&A

買収資金の資金調達について

原則、金融機関による融資を積極的に活用する想定です。金融機関とは常に密なコミュニケーションを通じて現時点の弊社の調達力について擦り合わせしており、今回のM&A戦略も策定タイミングより十分にコミュニケーションをとっています。

M&A後の事業資金について

弊社グループとなるシナジー効果を含め創出するCFからの充当を基本とし、弊社グループとしての与信力、金融機関との良好な関係を活かした資金調達支援も行います。

資本業務提携によるスタートについて

双方のニーズとして、まずは資本業務提携からのスタートについても積極的に検討しています。その上で双方のシナジーを確認後、M&Aのステップに進行するか否かについて検討するという形を想定しています。

M&Aに関するお問い合わせ

M&Aに関するお問い合わせ

M&Aに関するお問合せは、当社コーポレートサイトよりお願いいたします。
積極的なお問合せ、お待ちしております。

ポート株式会社

お問い合わせ先

コーポレートサイト：<https://www.theport.jp/tie-up>

Appendix

会社概要

PURPOSE

社会的負債を、次世代の可能性に。

社会は常に今を優先してきました。

負債を、次世代へと先送りしながら。

多方面での歪みは複雑な摩擦を生み、深刻化する一方です。

にもかかわらず、その複雑さが故、いまだ放置されている状態にあります。

だからこそ、いつかではなく、今やる。

私たちは、100年後の次世代にその負債を引き継ぐのではなく、

自ら社会課題を特定し、提言から実行まで、テクノロジー×リアルで推進します。

「あったらいいな」ではなく、「無くてはならない」、

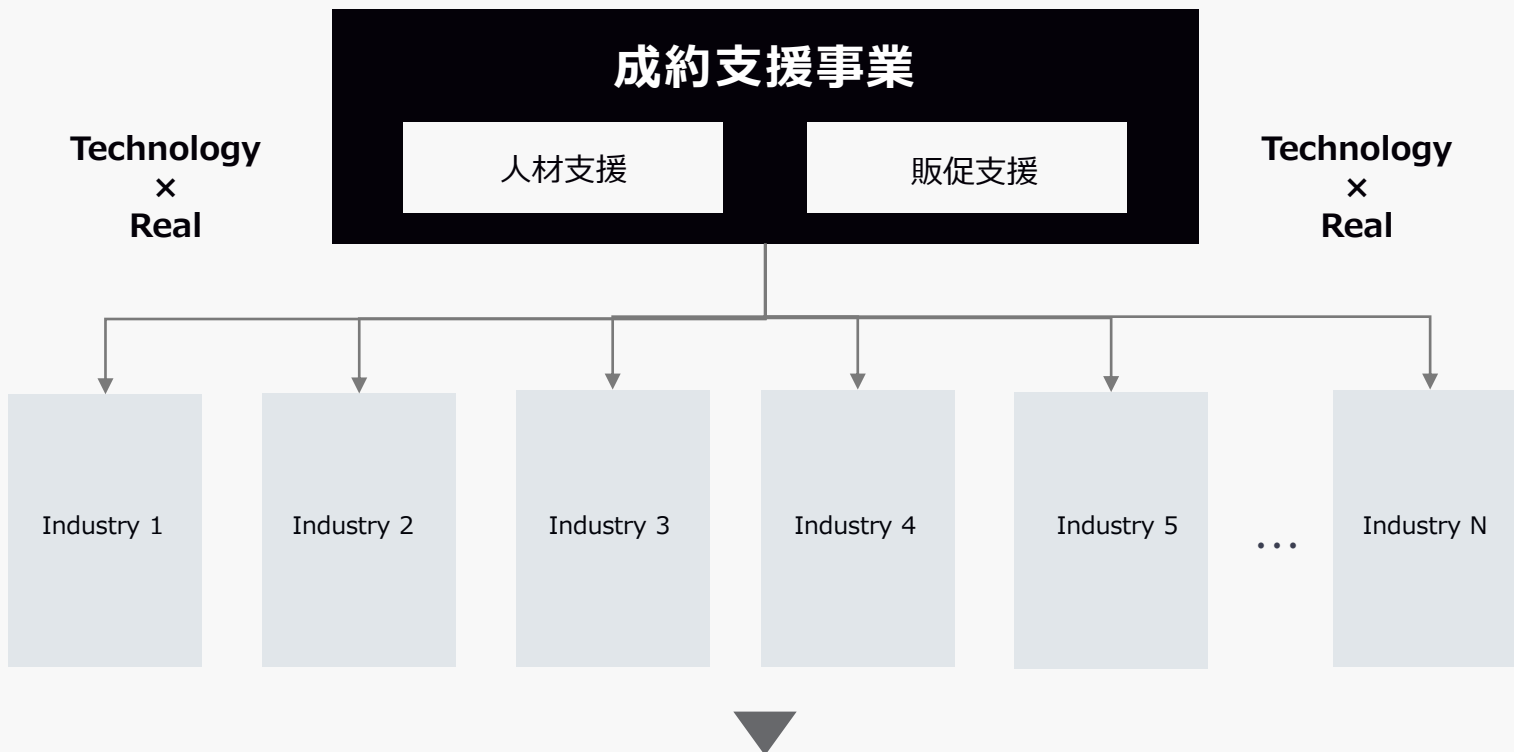
世の中にとって大切なものを社会実装します。

そう、一つでも多くの社会的負債を、次世代の可能性に変えていくために。



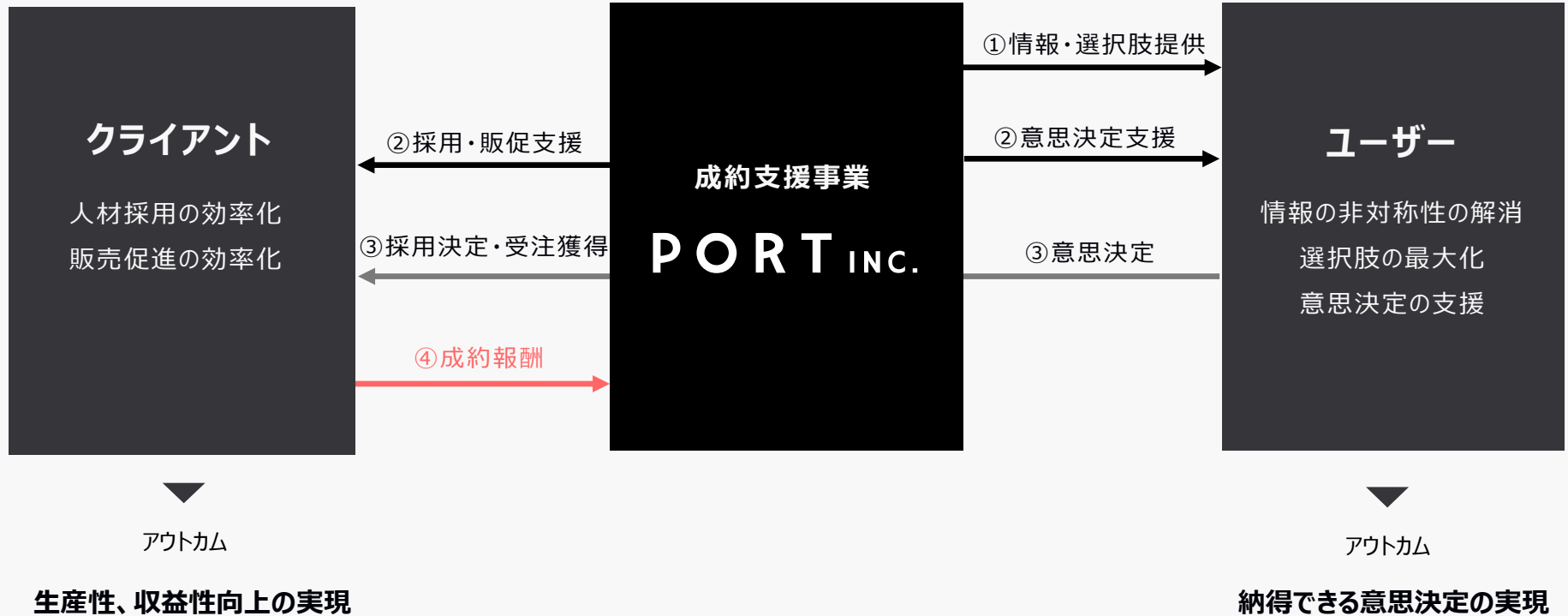
労働人口減少社会に、可能性を。

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** %

 **イネチョイス**

 **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

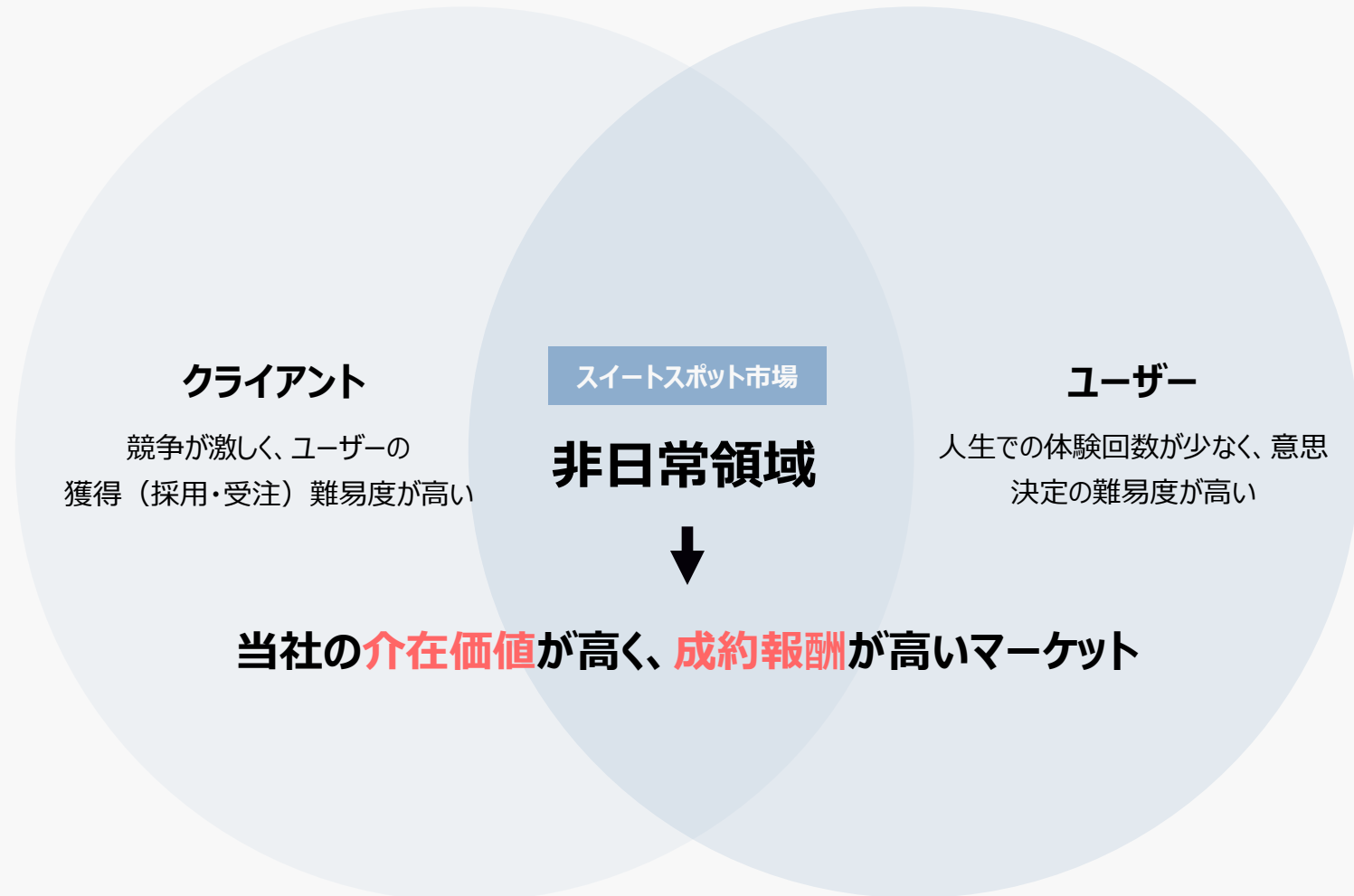
営業・販促支援サービス

営業・販促プロセス効率化支援サービス

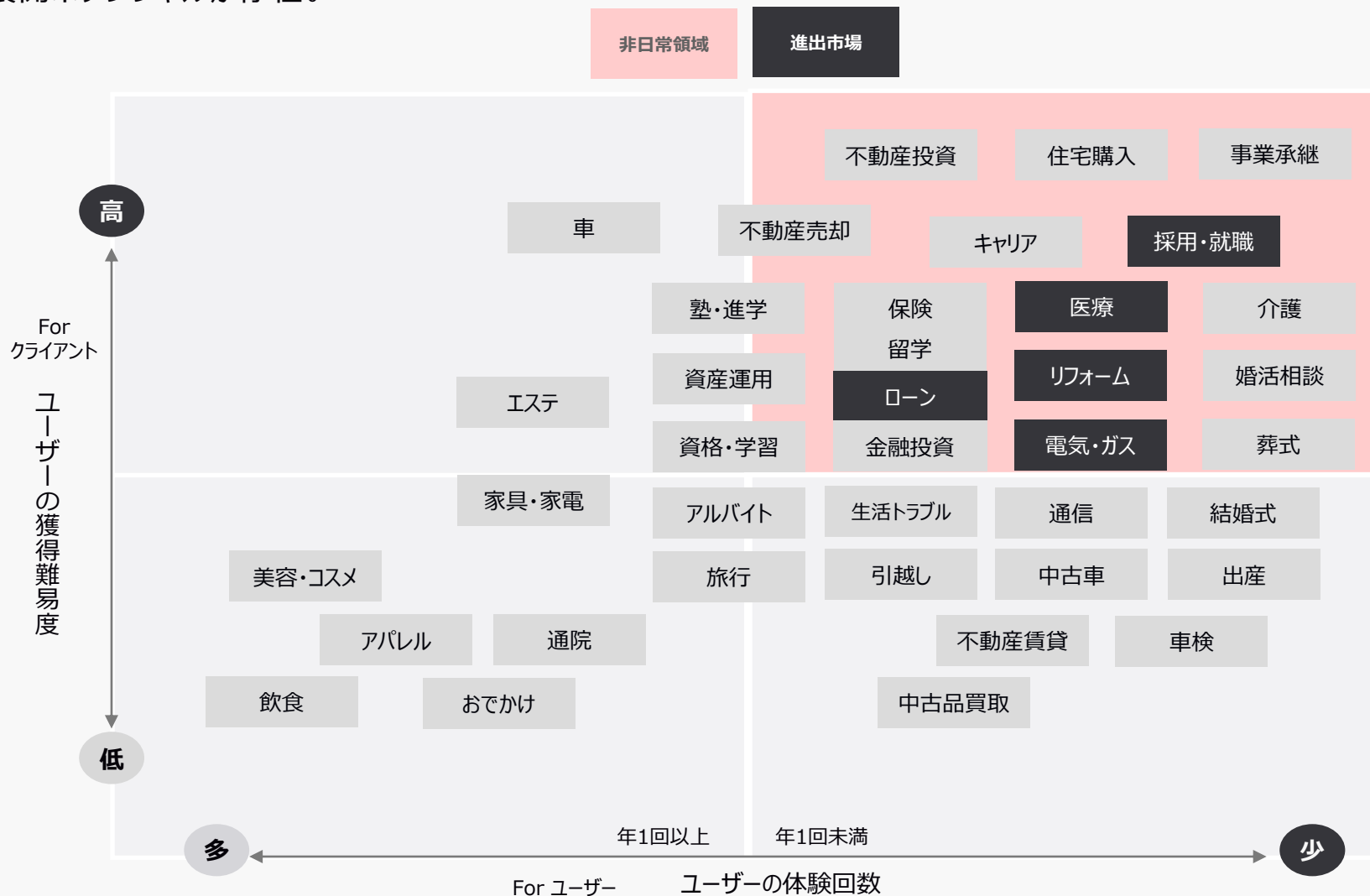
※売上比率は新規・その他の売上を除いて算出

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。



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

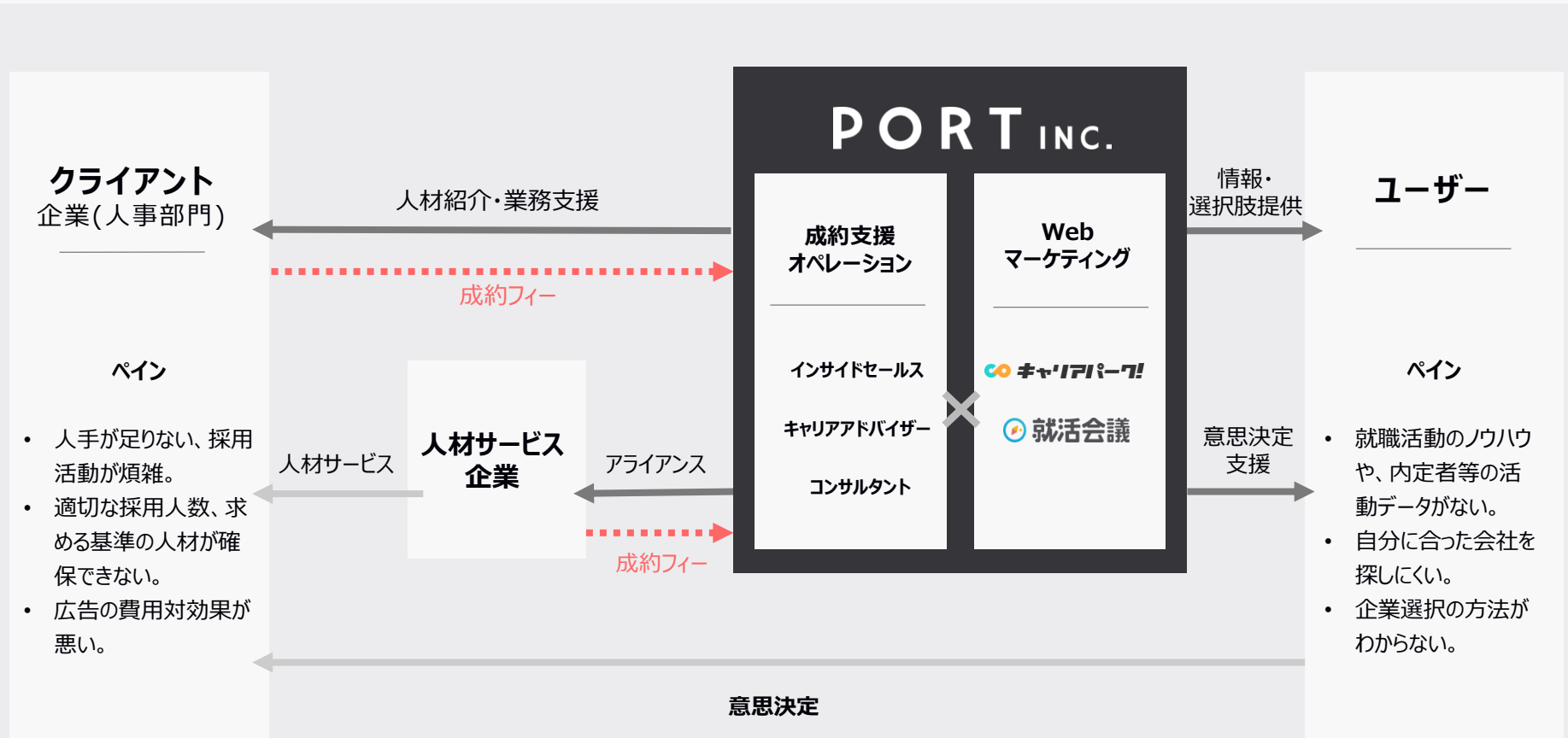
※2 https://www.mext.go.jp/content/20221221-mxt_chousa01-000024177_001.pdf

※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。



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

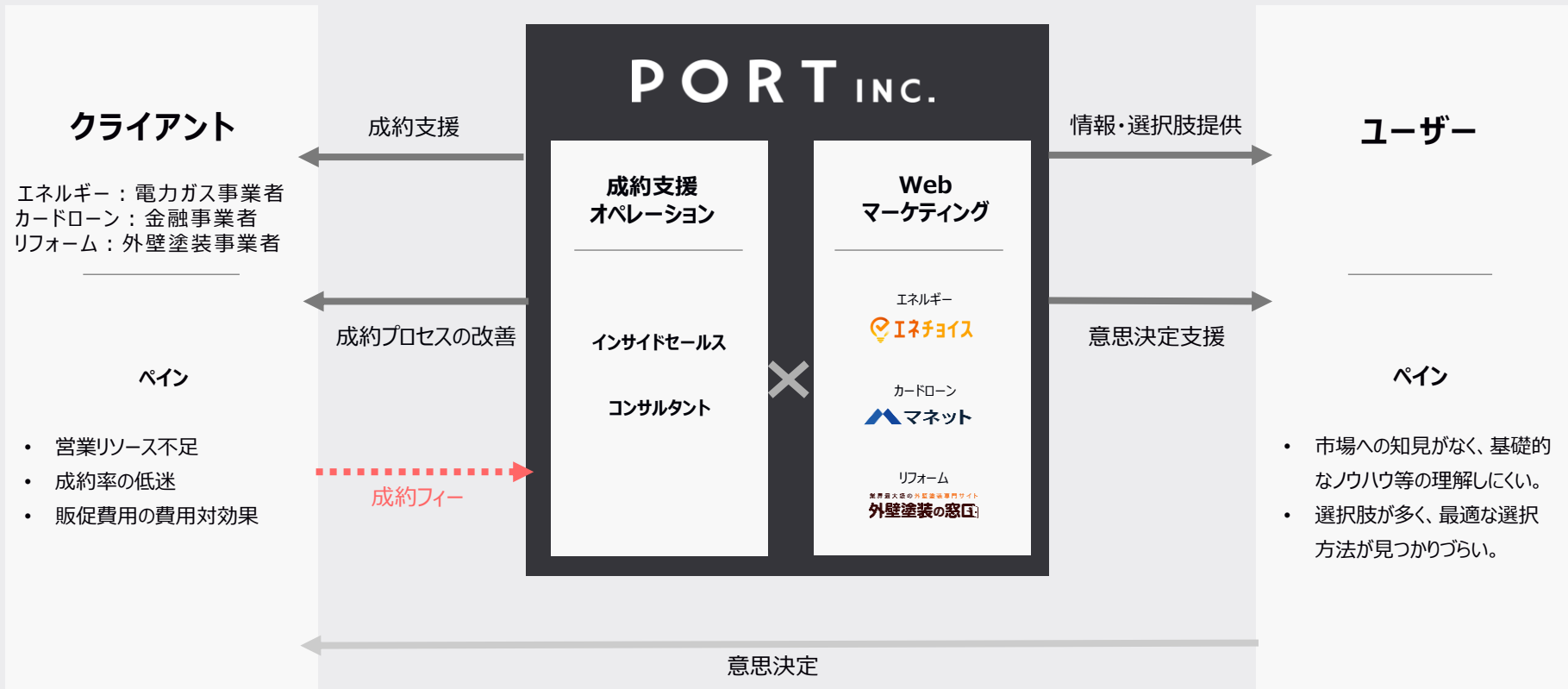
販促市場規模	アプローチ	アウトカム
エネルギー 参考市場 3,000億円※1	各市場の事業者に対して、 大量のユーザー集客×成約型で販促支援 巨額な販売促進費が投下されている市場に対して、成約支援事業でより効率的に、ユーザー獲得を実現する。	販促活動の 生産性の向上
カードローン 参考市場 1,490億円※3		各産業の 収益性の向上
リフォーム 参考市場 2,700億円※2		社会全体の 生産性の向上

※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。

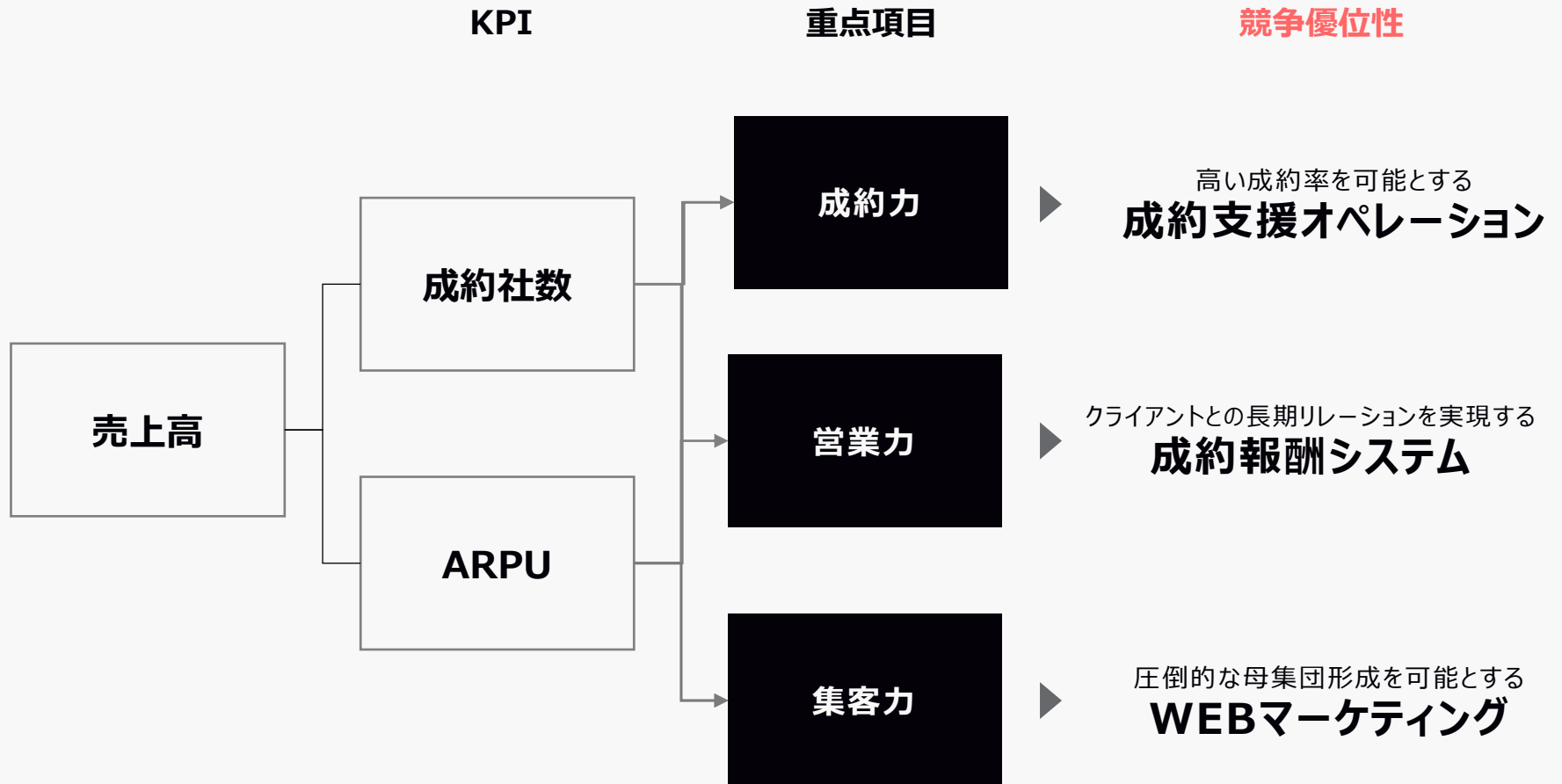


———> サービスの流れ - - - - -> フィーの流れ

Appendix

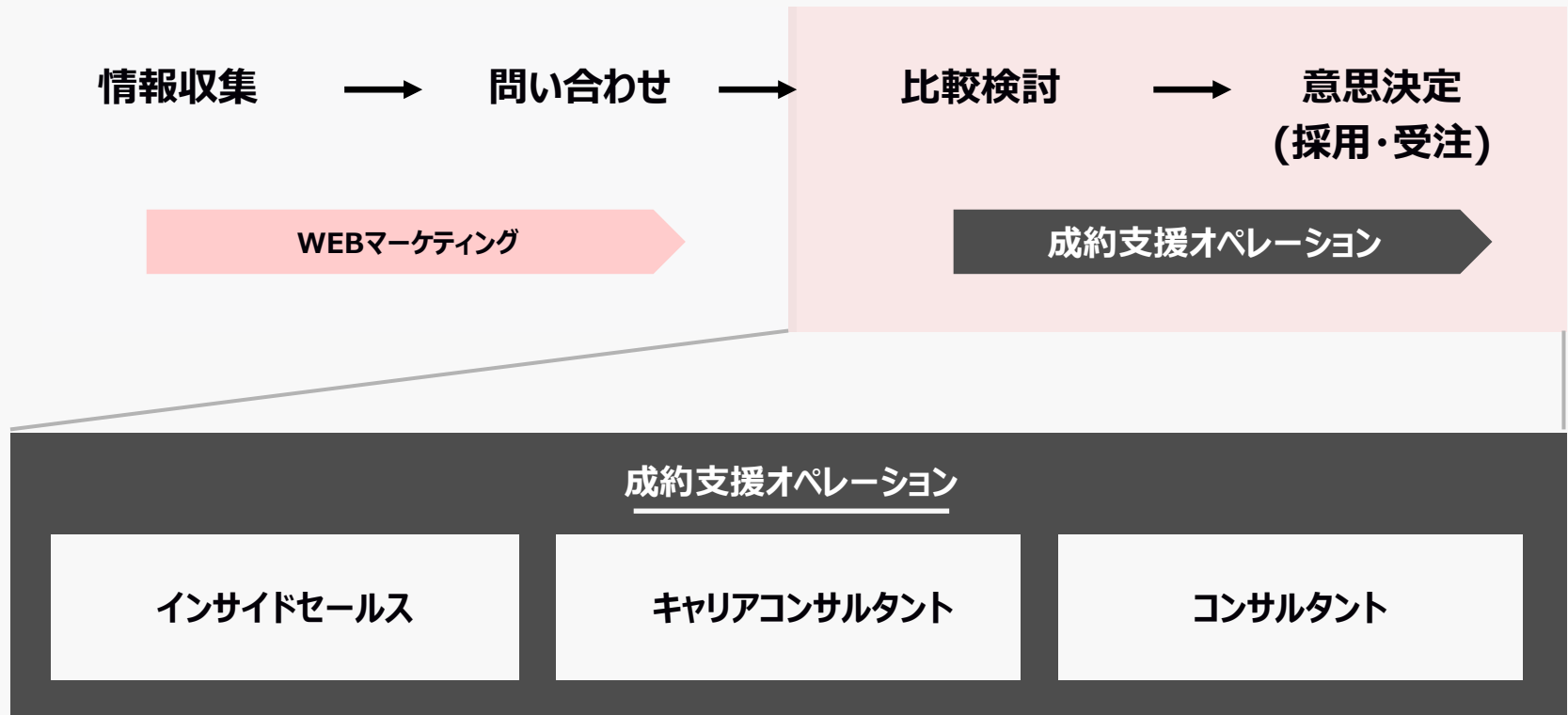
競争優位性

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

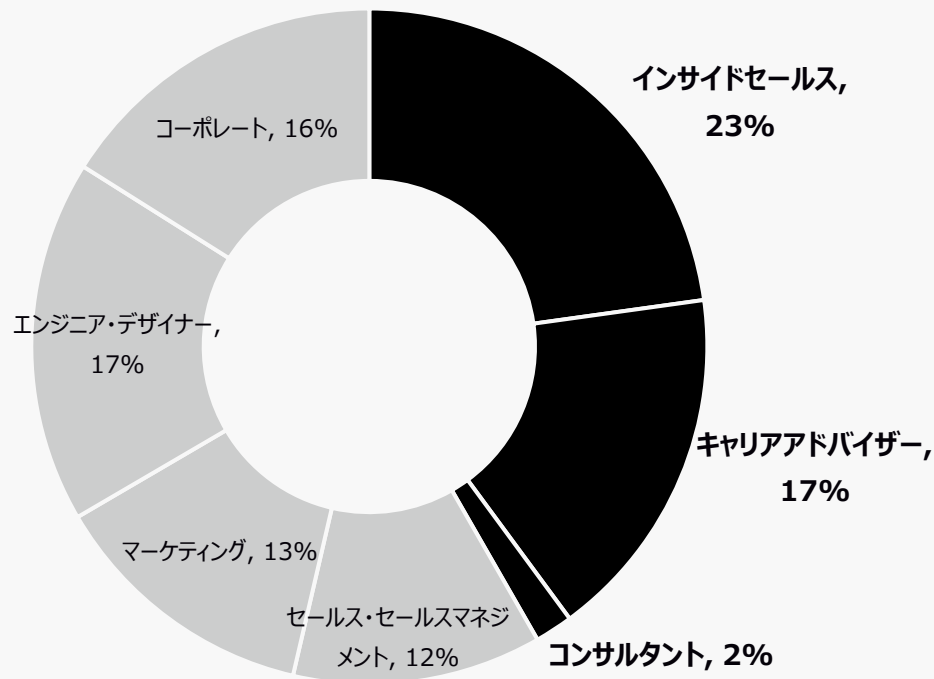
Webマーケティングのみならず、比較検討・意思決定のフェーズにおいて、洗練された成約支援オペレーションによる意思決定支援を行うことで、高い成約率を実現。



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)



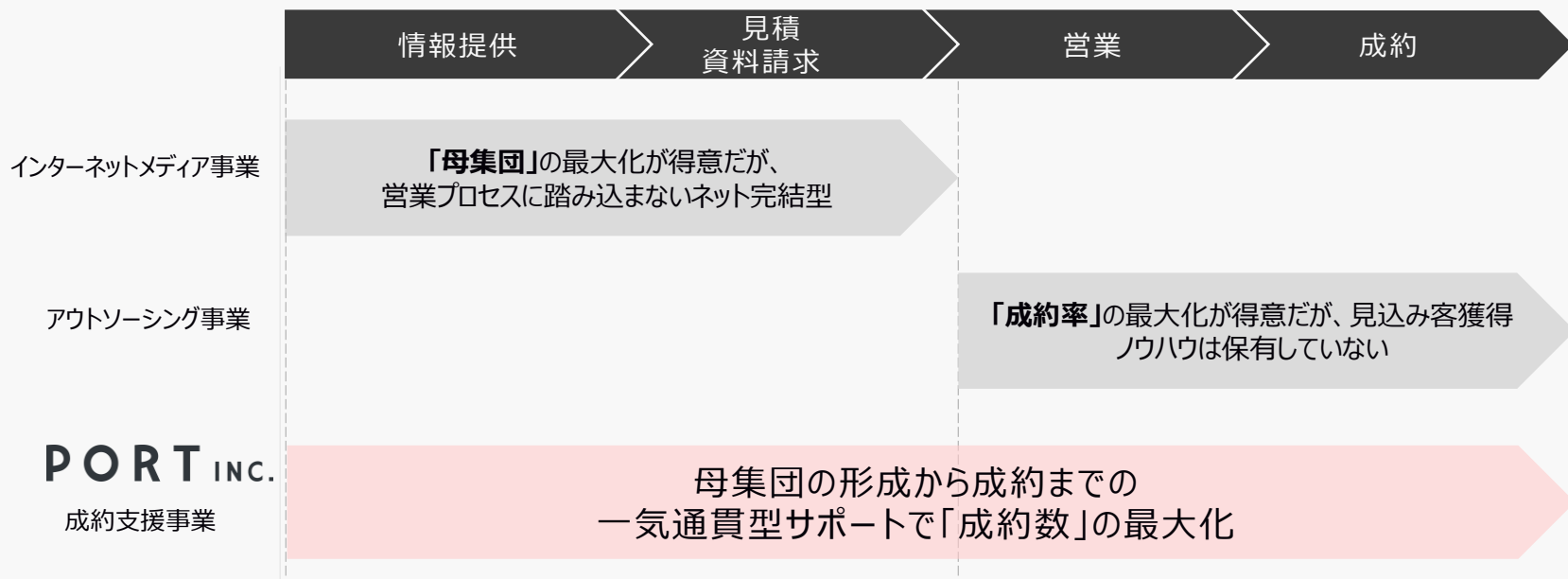
成約支援人材比率

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

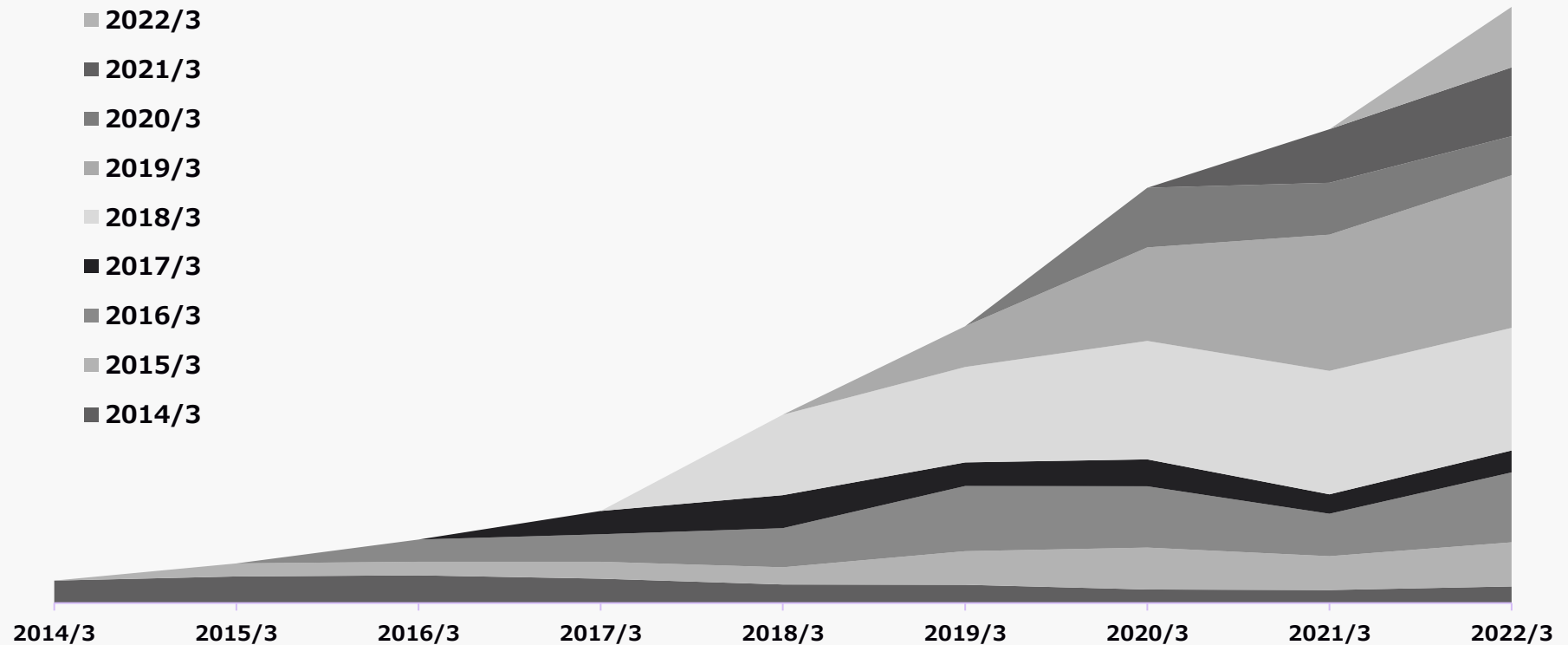
サービス導入ハードルの低下による
クライアント母集団の拡大

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



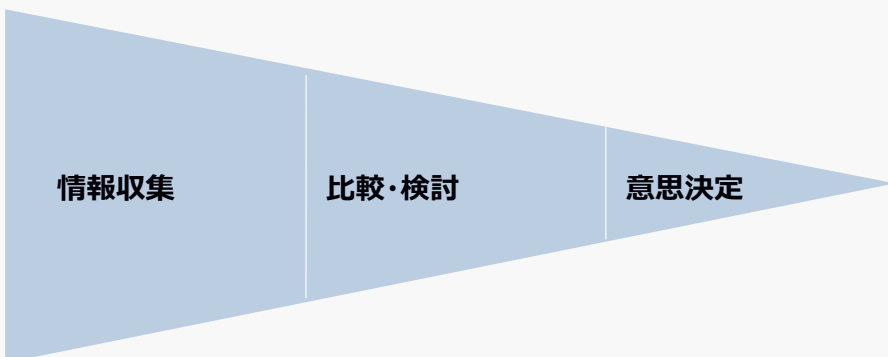
3つの強み ③WEB集客力

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。

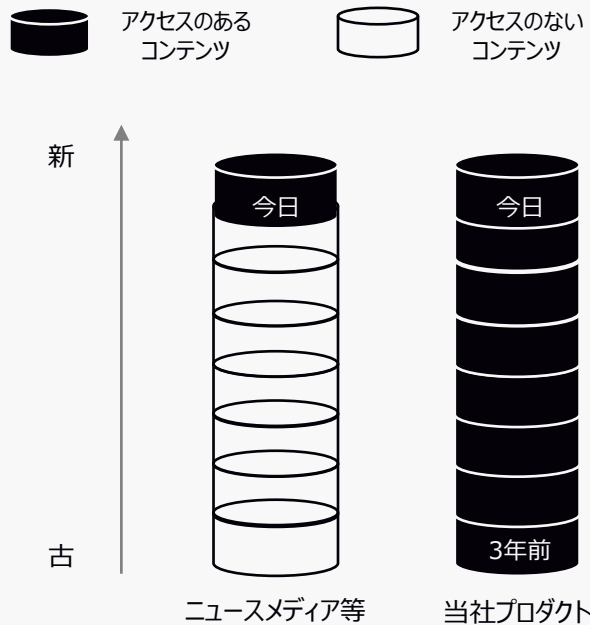
ユーザーニーズ	「就活対策」のために活用	「選考活動」のために活用
提供サービス	ロコミ・ノウハウサイト  	求人検索広告サイト
サービス内容	<ul style="list-style-type: none"> ユーザーから提供される企業の口コミや、就職活動初期～内定までの就活対策情報を網羅的に提供。 	<ul style="list-style-type: none"> 求人企業を検索し、エントリーが可能。求人広告を出稿している企業のみが掲載。
差別性	<ul style="list-style-type: none"> 企業からの広告掲載料なし。 ユーザー視点でのサイト・コンテンツ設計の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

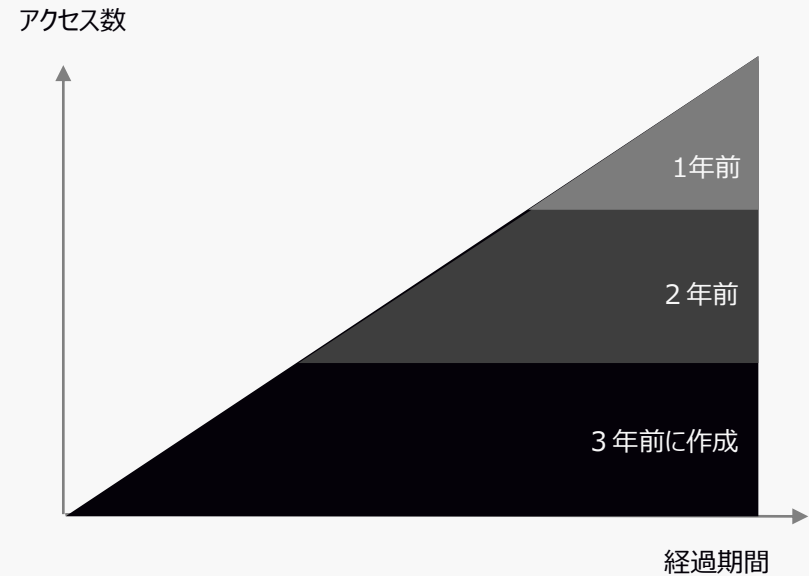
2 ストック型コンテンツ

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

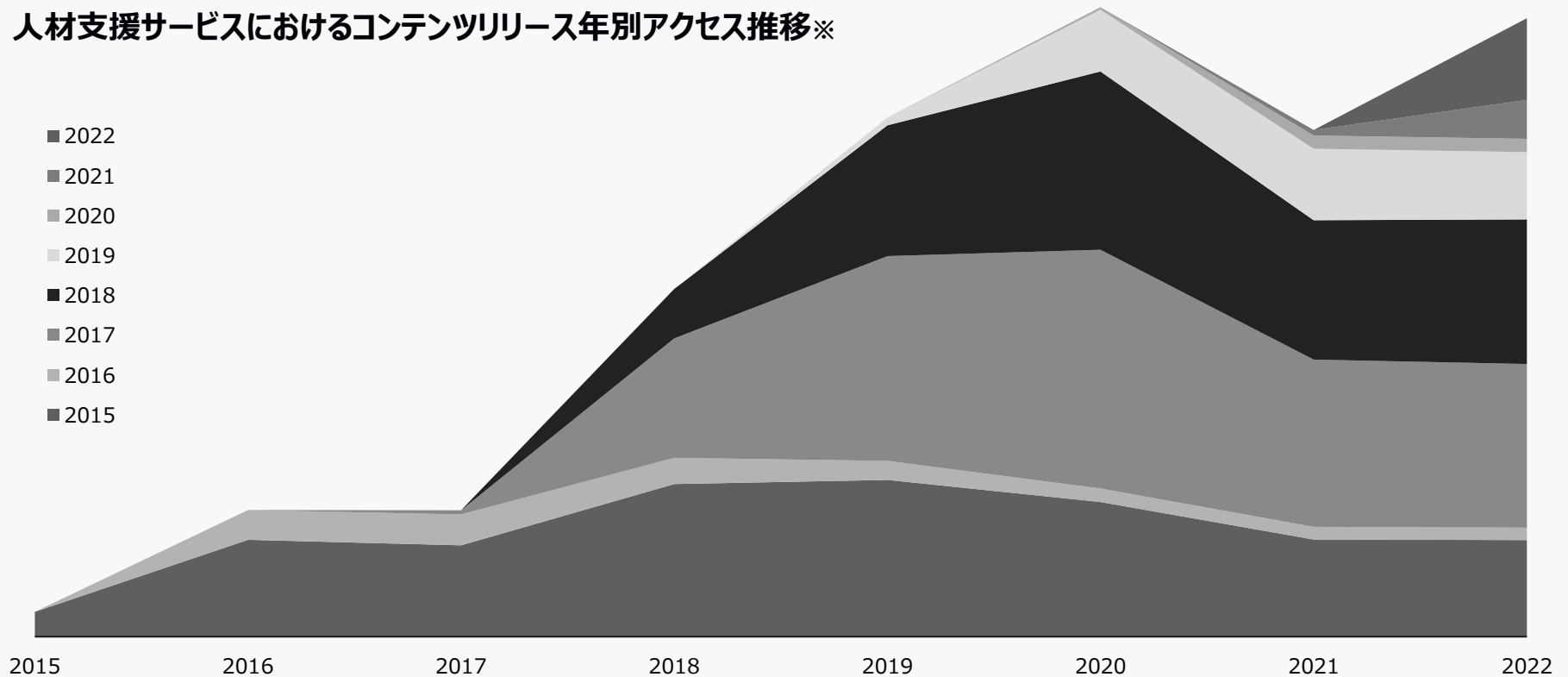


3つの強み ③WEB集客力

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※



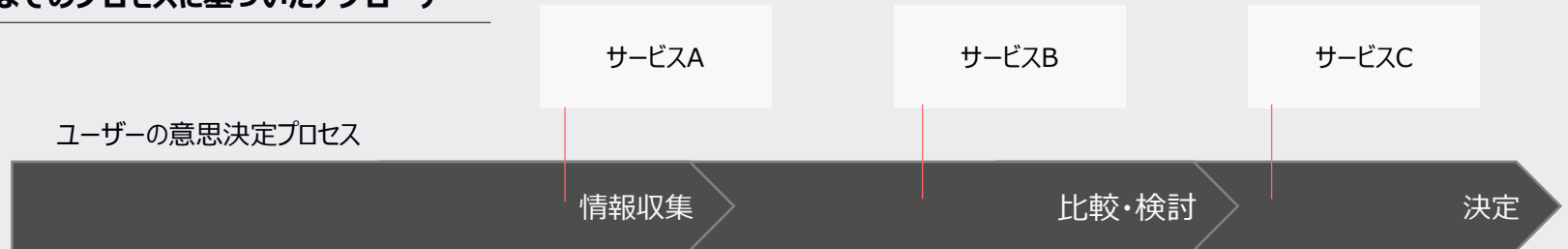
※「キャリアパーク!」、「就活会議」をはじめ、当社が運営するサービスの合算アクセス推移

3つの強み ③WEB集客力

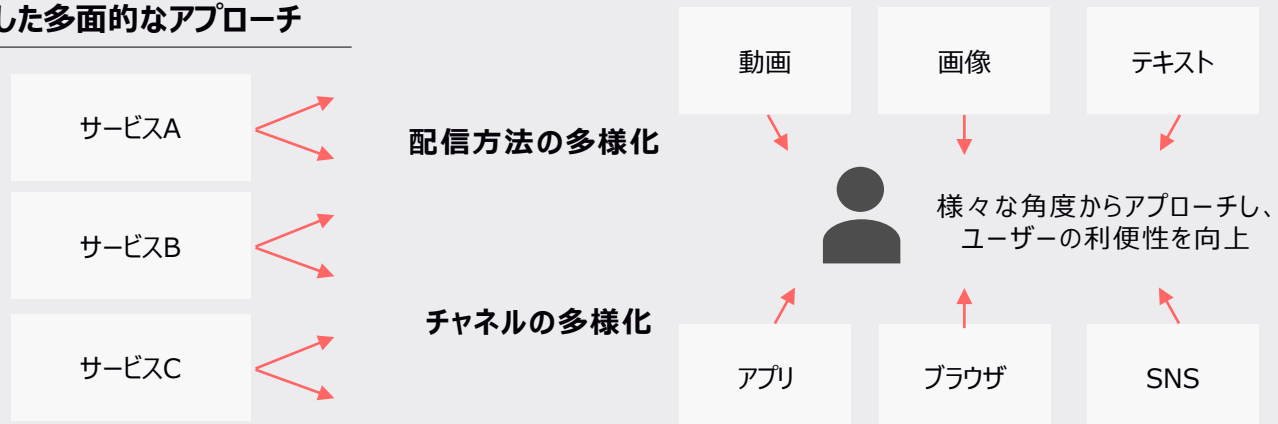
3 分散型サービスポートフォリオ

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

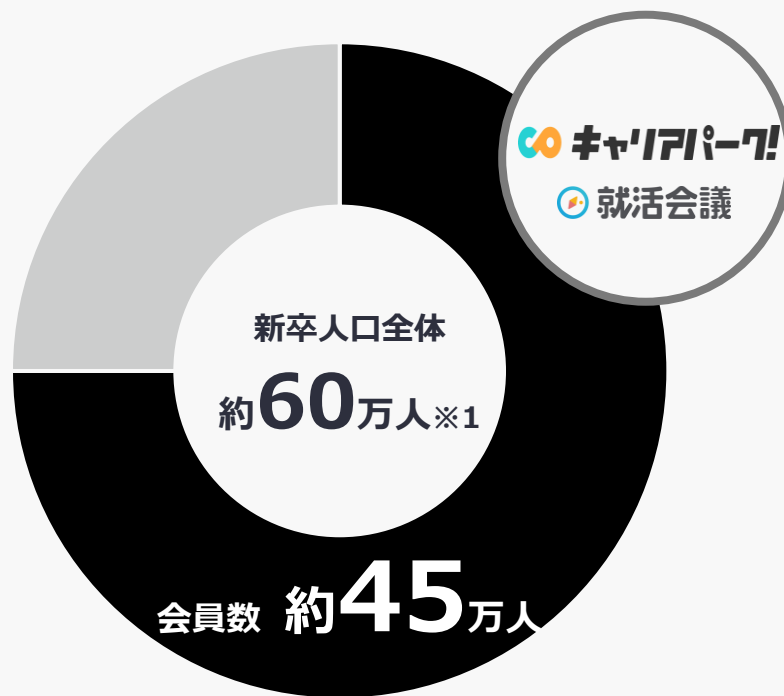


3つの強み ③WEB集客力（参考）

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。



PORT INC.

社会的負債を、次世代の可能性に。