

「オンライン説明会のサマリーとよくあるご質問、今後の見通しについて」を公開しました

株式会社アクセスグループ・ホールディングス（東証スタンダード・7042）は、去る11月17日（木）に個人投資家の皆様を対象としたオンライン説明会を実施いたしました。説明内容のサマリーと合わせ、よくお問い合わせいただくご質問の回答と、2024年3月期の見通しについても記載しております。

◆サマリー

- 1) 2022年9月期は、全事業セグメントで大幅に増収、増益（黒字転換）
- 2) 2023年は変則決算も、前年同四半期比で増収増益の予想（22年9月期2Q対23年3月期4Q）
連結売上高は、1,830百万円（前年同期169百万円増）、連結営業利益は、0百万円（前年同期69百万円増）
- 3) 2024年3月期は、①プロモーション支援事業の伸長と、②採用支援事業における人材紹介サービスの強化を織り込み、連結売上高4,300百万円、連結営業利益140百万円の計画
- 4) 営業状況、財務体質に鑑み、株主優待制度を拡充し、株主様への還元を継続。

◆経営理念と3つの事業分野

・当社は、経営理念「わたしたちは、人や社会をベストな未来に導くために、心の通うメディアとコミュニケーションの場を創造します」のもと、主に3つの支援事業を展開しております。

①プロモーション支援事業

販促プロモーションからアウトソーシング、受託業務まで豊富な商材とノウハウでトータルサポートを提供
（主なフィールド） 広告代理店、自治体・公的・共済、住宅・不動産、CATV、自動車、外食・小売、旅行・宿泊関連 など

②採用支援事業

「人と企業のベストマッチング」による雇用の場を創出、多様化する採用ニーズに合わせ、採用業務代行関連注力
（主なフィールド） 大手企業（人事部）、中堅中小企業（人事部）、大学（キャリアセンター）、官公庁・自治体（東京都等） など

③教育機関支援事業

教育機関の総合プロデュース企業として、大学を中心とした教育機関を総合支援
（主なフィールド） 大学・大学院・短期大学・専門学校、中学・高校、官公庁、各種団体、日本語教育機関、塾・民間教育機関 など

〈体制図〉



◆プロモーション支援事業（株式会社アクセスプログレス）

広告代理店モデルからの変革、「多様化するキャンペーン等の事務局代行への運用支援」に注力

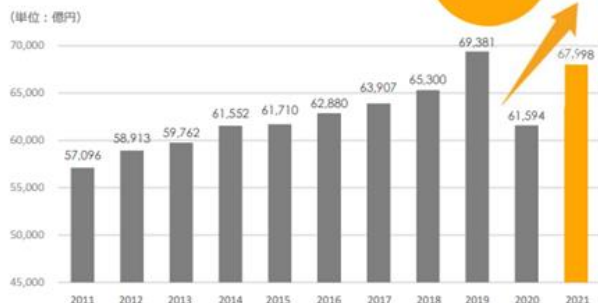
- ・SNS 関連市場は今後も伸長、事務局代行が属する BPO 市場も今後 3%成長の※安定成長分野。
- ・国内初「TikTok」に対応したキャンペーンサービスをリリースするなど、先進の提案を行う。
- ・キャンペーンは、前期で年 1,000 件以上、関連売上前期比 136%で推移。高い継続率を維持し安定収益基盤に。

※経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」より当社グループ調べ

ターゲットとする市場の動向

●日本の総広告費推移

（出典：電通「2021年 日本の広告費」より当社グループ作成）



広告市場は大きく回復

●国内SNSアカウント運用支援/キャンペーンプランニング・コンサルティング/分析ツールの市場規模推計・予測

（出典：サイバー・バズ/デジタルインファクト調べより当社グループ作成）



SNSに対する需要は継続して拡大

（プロモーション支援事業の概要）

- ・集客プロモーションを中心に、デジタル・アナログ・リアルのトータルプロモーションを提供。
- ・伸長するキャンペーン事務局の体制強化のため、関西にもキャンペーン事務局を開設。
- ・キャンペーン事務局は企画提案から実施を内製化し利益最大化。多様化するキャンペーンの外注ニーズを取り込む。
- ・ワクチン接種会場運営受託を足掛かりに官公庁などから新たな事務局代行等も継続して受託。

■ キャンペーン事務局

- キャンペーンに関する様々なメニューをワンストップ受託
- SNSキャンペーン強化により大幅伸長。



SNSキャンペーン
Twitter, TikTok
Instagram,
LINE 等



Webキャンペーン
レシート投稿
シリアルナンバー
LP制作 等



**郵送・店頭
キャンペーン**
各種クリエイティブ
発送代行 等

■ 業務アウトソーシング

時流を踏まえた市況ニーズを取り込み、受託案件を中心とした連携強化による新案件増大。

- 「業務推進センター」
キャンペーン機能、発送代行、デザイン、印刷、テレマを内製
(2022年3月大阪吹田市にも新設)



■ デジタル商材

- 位置情報活用型DSP広告
- CRMツール
- 動画制作/配信 等



- ▶ 従来のハガキ応募等のアナログなキャンペーンから、Web・SNS (Twitter, LINE, Instagram, TikTok) を活用したキャンペーンなど販促プロモーション手法は多様化。

【キャンペーンで活用される主なSNSサービス】



- ▶ 特にSNSキャンペーンは、低コストで短納期。かつ即時性、話題性、期待できる効果などから着目。
- ▶ 人の手を介して煩雑な業務などが数多い。期間限定により外注ニーズ強い
- ▶ 高い継続リピート率と豊富な実績



国内初サービス

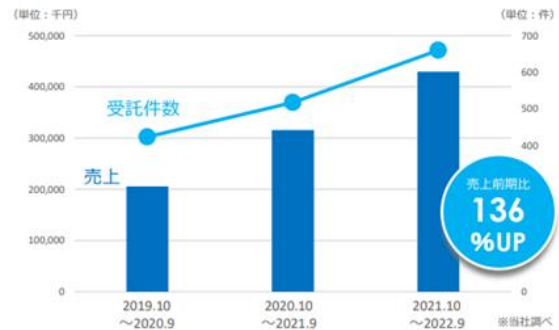


当社プレスリリースより



キャンペーン事務局風景

CP事務局受託売上・件数



キャンペーンの企画立案～実施運用代行までを一気通貫。
円滑な実施と改善提案で企業の販促プロモーションを支援。

◆採用支援事業（株式会社アクセスネクステージ）

新卒採用支援。企画する合同企業説明会が復調も、今後は「採用業務代行」と「人材紹介」に伸び代

- ・大学キャリアセンターとの深い連携が強み。これまでは大学とジョイントした合同企業説明会等を開催し、採用を支援。
- ・新卒採用市場はコロナ前の水準に回復。今後は採用業務代行、新卒紹介、ダイレクトリクルーティングが伸び予想。
- ・当社は合同企業説明会の復調と、強いニーズのある採用業務代行サービスと新卒紹介を一層注力。

ターゲットとする市場の動向

● 新卒採用支援サービス市場規模 推移・予測

(出典：矢野経済研究所「新卒採用支援市場の現状と展望 2022年版」)



(採用支援事業の概要)

- ・企業向けの新卒採用活動の支援。大学キャリアセンターとの連携が深く、就職ガイド等の制作も多数。
- ・合同企業説明会はコロナ後に縮小も、採用業務代行関連（スカウト型メディア）、新卒紹介が大きく伸長。
- ・スカウト型は今後主流と予想も、企業側の工数は増大し複雑化。外注ニーズ高まる採用業務代行への一層の注力。

〈個別案件〉

■ 採用業務代行・広報

- 採用関連の各種サポート
ダイレクトリクルーティング運用代行、採用業務全般アウトソーシング
- クリエイティブ制作
入社案内、採用HP、入社案内、映像、インターンシップコンテンツ等



■ 人材紹介

- 新卒・若年層を対象とした人材紹介
社内キャリアアドバイザーが、さまざまな角度から学生を支援し、企業との橋渡しを行う
- 送客サービス
企業の採用ターゲットと合致した学生を説明会や選考等に動員するサービス



〈自社メディア〉




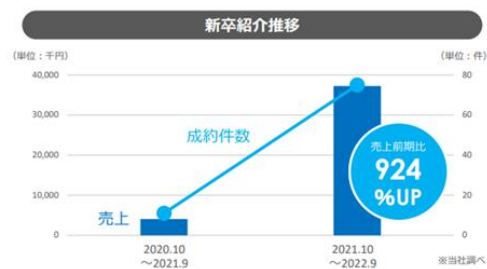
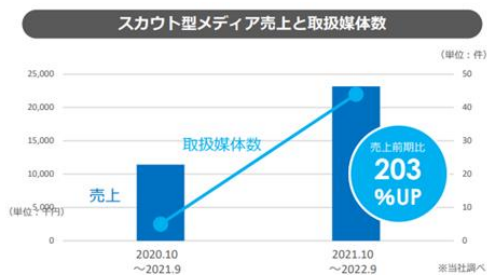
■ 自社メディア・マッチング企画

UNIPLATZ
アクセス就活 フェア
大学連携型の就活イベント
アクセス就活 LIVE



(当社の強みとサービスの変化)

- ▶ 「大学キャリアセンター」との関係性を強みにマッチング企画を展開。
- ▶ 採用市場は「〇〇特化型」「スカウト型」などの採用サービスが台頭。売り手市場が背景。
- ▶ サービス選定のコンサルティングから、採用業務やスカウトサービスの代行へと領域を拡大。合わせて新卒紹介サービスも開始。

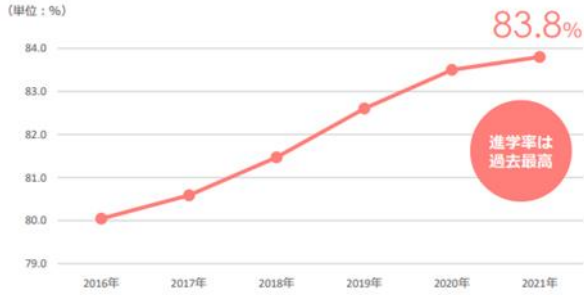
就活イベントで養った集客ノウハウ、キャリアセンターからの学生動向をもとに採用業務の代行を行い、売上・取引数ともに回復。

◆教育機関支援事業（株式会社アクセスネクステージ）

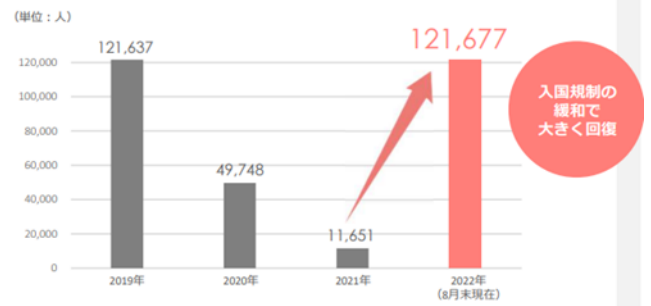
- 募集広報支援から、大学を中心とした教育機関の「総合支援事業」へ範囲を拡大。外国人留学生復活。
- ・進学率は過去最高のため、益々獲得競争が激化。外国人留学生は入国制限緩和により2022年には大きく回復。
 - ・学生募集広報のみのビジネスから脱却。コロナにより、面談サポートシステム等DX化、寄付・募金活性化にも寄与。
 - ・国内の日本語学校とはほぼ全て連携。外国人留学生の日本留学分野では最大規模のシェア。

ターゲットとする市場の動向

- 高等教育機関への進学率（過年度高卒者等を含む）
（出典：文部科学省報道発表「学校基本調査／令和3年度（確報）参考資料」）



- 新規外国人留学生の入国状況
（出典：法務省「出入国管理統計」より当社グループ作成）



【教育機関支援事業の概要】

- ・大学を中心とした教育機関向けの広報支援が主。全国幅広な取引実績に強み。官公庁も実績増加。
- ・限定マーケットながら、コロナの行動制限があった過去2年間も増収増益を達成。入試広報以外への提案が結実。
- ・外国人留学生の広報、募金・寄付金を募集するための同窓会コミュニティ支援、スポーツ振興にもすそ野を広げる。

(個別案件)

■ 学生募集（国内・海外）・運営代行

- クリエイティブ制作
学校案内、Web、動画、ノベルティ、各種ツール等
- アウトソーシング・受託
進学説明会支援、オープンキャンパス運営、入試支援、公的機関からの受託等



(自社メディア)

■ 自社メディア・マッチング企画

- 国内受験生向け
アクセス進学
- 外国人留学生向け
アクセス日本留学 **アクセス日本留学** フェア



■ 在学生・アルムナイ・外国人留学生

- 在学生・アルムナイ
Web面談システム「AEOS」、寄付・募金支援、スポーツ振興、同窓会、校友会支援等
- 外国人留学生支援
日本語教育機関に対する情報収集・PR活動で、外国人留学生募集を成功へ導く



【大学の運営支援へ事業領域を拡大】

〈 外国人留学生分野 〉

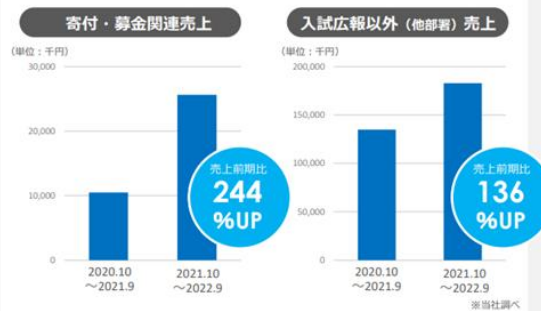
- ▶ 日本国内の約810校の日本語教育機関、ほぼ全ての機関との関係性
- ▶ 2019年に渋谷で開催した合同進学説明会には、3日間で約14,305名が来場。



- ▶ 日本語教育機関に通う外国人留学生市場では圧倒的なシェア。

〈 大学運営支援分野 〉

- ▶ 日本国内にある大学約790校の内、当社は主要大学を中心に約300校の取引実績。
- ▶ 各大学が寄付・募金分野に着目。寄付・募金活動の支援など、入試広報課以外への支援領域を拡大。



外国人留学生の復活を追い風に、進学以外のビジネスも展開へ。

大学運営を熟知する強みを活かし、「教育機関のトータルサポート」を成長軸に。

◆2022年9月期決算について

(連結サマリー)

全事業セグメントで増収、売上・利益とも前期比で大きく伸長し、黒字に転換。

売上高 36億83百万円 (前年同期比 12.2%増)

営業利益 54百万円 (前年同期は営業損失2億26百万円、前期比+281百万円)

・2022年9月期は、プロモーション支援、採用支援、教育機関支援の全事業セグメントで増収となり、セグメント利益を確保したことにより、売上・利益とも前期比で大きく伸長し、各段階利益が黒字に転換。

イベントスペース「アクセスフォーラム」の合理化に係る原状回復費用や移転費用により、販売費及び一般管理費、営業外費用が期初予想より増加も、合理化による費用増加分を除いた営業利益は69百万円となり、想定通り。

〈プロモーション支援事業〉

売上高 14億81百万円 (前年同期比 19.7%増)

セグメント利益 32百万円 (前年同期はセグメント損失60百万円、前期比+92百万円)

〈採用支援事業〉

売上高 11億円 (前年同期比 8.3%増)

セグメント利益 11百万円 (前年同期はセグメント損失2億25百万円、前期比+237百万円)

〈教育機関支援事業〉

売上高 11億1百万円 (前年同期比 7.0%増)

セグメント利益 35百万円 (前年同期比 22.3%減)

◆決算期 (事業年度の末尾) 変更、業績の季節変動について

決算期 (事業年度の末尾) を変更

現在

毎年 9月30日



変更後

毎年 3月31日

・2023年3月期は、6か月間の変則決算 (2022年10月1日~2023年3月31日)

・教育機関支援事業は4月以降に売上が集中するため、売上集中期を迎える前に期末となることを考慮した業績予想

◆2023年3月期業績見通し

2023年3月期は売上集中中期前に期末を迎えることを考慮した業績予想。
本格的な利益増は2024年3月期から。

(単位：百万円)

	2022年 9月期第二四半期	百分比	2023年 3月期（予想）	百分比	前期比	増減率
売上高	1,660	100.0%	1,830	100.0%	+169	10.2
売上原価	977	58.8%	1,090	59.6%	+112	11.5
売上総利益	683	41.2%	740	40.4%	+56	8.3
販売費及び一般管理費	752	45.3%	740	40.4%	△12	△1.7
営業利益	△69	—	0	1.8%	+69	—
経常利益	△83	—	△14	1.1%	+69	—
税引前当期純利益	△83	—	△14	1.1%	+69	—
親会社株主に帰属する当期純利益	△85	—	△17	1.0%	+68	—

(百万円未満は切り捨て)

- ・事業年度の変更に伴い、2023年3月期は6ヵ月決算。(前期比は2022年9月期第二四半期との比較)
- ・好調な事務局・業務代行案件を中心に伸長を見込み、売上は前期比+10.2%。
- ・販売費及び一般管理費は微減。事業拡大に向けた投資を想定。
- ・営業利益は、0百万円(前期比+69百万円)。売上集中期ではない6ヵ月での営業黒字化を目指す。
- ・本格的な利益増は、売上集中期を迎える4月以降、2024年3月期から。

※新型コロナウイルス感染症による政府・自治体からの行動自粛要請等は織り込んでおりません。また、実際の業績は、今後の様々な要因により見通し数値から変動する場合があります。

◆株主還元（企業価値の向上、配当・株主優待制度の拡充）

(配当・株主優待の拡充について)

- ・株主の皆様に対する利益還元は、経営の重要課題の一つであると認識。
将来の事業展開、財務体質の強化など、バランスを勘案し決定も、定期配当の方針は変わらず。
- ・2022年9月期は、財務体質の改善を優先し、期末配当は無配。
- ・2023年3月期は、6ヵ月の変則決算となり、売上集中期の前に期末を迎えるため無配の予定。
- ・一方、株主の皆様の日頃のご支援に感謝し、当社株式への投資の魅力を高め、中長期的に保有いただける株主様の増加を図るべく、保有株数に応じた「プレミアム優待倶楽部」は、優待内容を拡充して継続。

〈株主優待の拡充内容〉

保有株式数に応じて、「プレミアム優待倶楽部」のポイントを進呈 (2023年3月末より拡充します)

※ポイントによる寄付も可能

目的

- 株主の皆様の日頃のご支援に感謝
- 当社株式への投資の魅力を高める
- 中長期的に保有いただける株主様の増加を図る

概要

- 毎年3月末に3単元(300株)以上保有の株主様が対象
- 次年度以降のほうが還元が多い
⇒**中長期保有の株主様に積極的に還元**

プレミアム優待倶楽部

優待ポイントを貯めて
5,000種類以上の優待商品と交換



【株主優待ポイント表】

保有株式数	1年未満保有の株主様	(変更前)	1年以上継続保有の株主様	(変更前)
	300~499株	3,500ポイント	(3,000ポイント)	3,850ポイント
500~599株	7,000ポイント	(6,000ポイント)	7,700ポイント	(7,000ポイント)
600~699株	10,000ポイント	(6,000ポイント)	11,000ポイント	(7,000ポイント)
700~799株	12,000ポイント	(6,000ポイント)	13,200ポイント	(7,000ポイント)
800~899株	15,000ポイント	(10,000ポイント)	16,500ポイント	(12,000ポイント)
900株以上	18,000ポイント	(10,000ポイント)	19,800ポイント	(12,000ポイント)
1,000株以上	20,000ポイント	(15,000ポイント)	22,000ポイント	(18,000ポイント)

- ・ 当社の株主様の大半は個人投資家。まずは個人の株主様への魅力を高める。
- ・ 株主優待のプラットフォームを活かした株主様との対話を強化する。

◆よくあるご質問

Q 最も注力したい事業は何か。

マーケット環境は、プロモーション支援事業が最も大きい。プロモーションの手法は多様化によって大変複雑化しており、コンサルティング力と実行力が求められる。今はキャンペーン等の運用を中心とした事務局代行に注力し、一層の安定基盤を構築したい。合わせて、RPA 等を活用して徹底した効率化を図り、収益を最大化させていく。最新の企画提案から実施まで自社内で内製化できることは、大きな武器であると考えている。

Q 景気後退することによる影響はあるか。

どの事業も少ないと考えている。プロモーション支援事業は、コスト削減をする場合マスメディアからプロモーションに変更することが多く、当社はそのプロモーションの受け皿としての体制を強化していきたい。

採用支援事業は、人口減少が継続し売り手市場は当面継続すると思うが、雇用環境が悪化した場合においては、採用活動の外注ニーズが増加すると考えている。仮に企業が採用を抑制した場合は、期間限定で採用活動を行うことが考えられるからで、この場合は採用業務代行機能や、質を重視しての人材紹介の引き合いが増加する。

教育機関支援事業は、景気変動を受けず毎年募集活動を継続するため、広報予算における景気変動はかなり少ない。

Q 現状の株価水準をどう思うか。

世界的にマーケットが不安定さを増しているとはいえ、当社の現状株価は大変不本意な水準であると思っている。コロナ禍における業績をご期待に沿えなかったものとして真摯に受け止めているが、現在は行動制限に左右されない事業モデルへと変革しており成果は出てきている。一方、当社の変革をしっかりと伝える機会が不足していたと感じており、IR 活動を積極的に行っていきたい。

Q 2023年3月期以降の業績見通しはどうか。

2023年3月期以降の連結業績計画は、以下のとおり。

プロモーション支援は、伸長しているキャンペーンの企画提案を一層強化し、事務局まで内製化することによる収益の最大化を図る。採用支援は採用業務代行などの個別での受託促進のほか、人員増強により就活生や既卒生を中心とした人材紹介に力点を置く。教育機関支援は、引き続き進学広報プロモーションに偏らないビジネス領域を拡大し、外国人留学生募集分野の新サービス導入を含めた構築、寄付・募金分野のビジネスモデルの確立など、好調分野の伸長を見込み計画。

(単位：百万円)

連結業績計画	2023年3月期※	2024年3月期
売上高	1,830	4,300
営業利益	0	140
経常利益	△14	113
親会社株主に帰属する当期純利益	△17	103

※2022年10月から2023年3月の6ヶ月間の変則決算。

以上、今後とも何卒ご支援賜りますようお願い申し上げます。

本件についてのお問い合わせ先

株式会社アクセスグループ・ホールディングス

担当：田中

Tel：03-5413-3001（代） Mail：koho@access-t.co.jp HP：<https://www.access-t.co.jp/>

（〒107-0062 東京都港区南青山 1-1-1 新青山ビル東館 15 階）