

2022年9月期

個人投資家向け ご説明資料

2022年11月17日

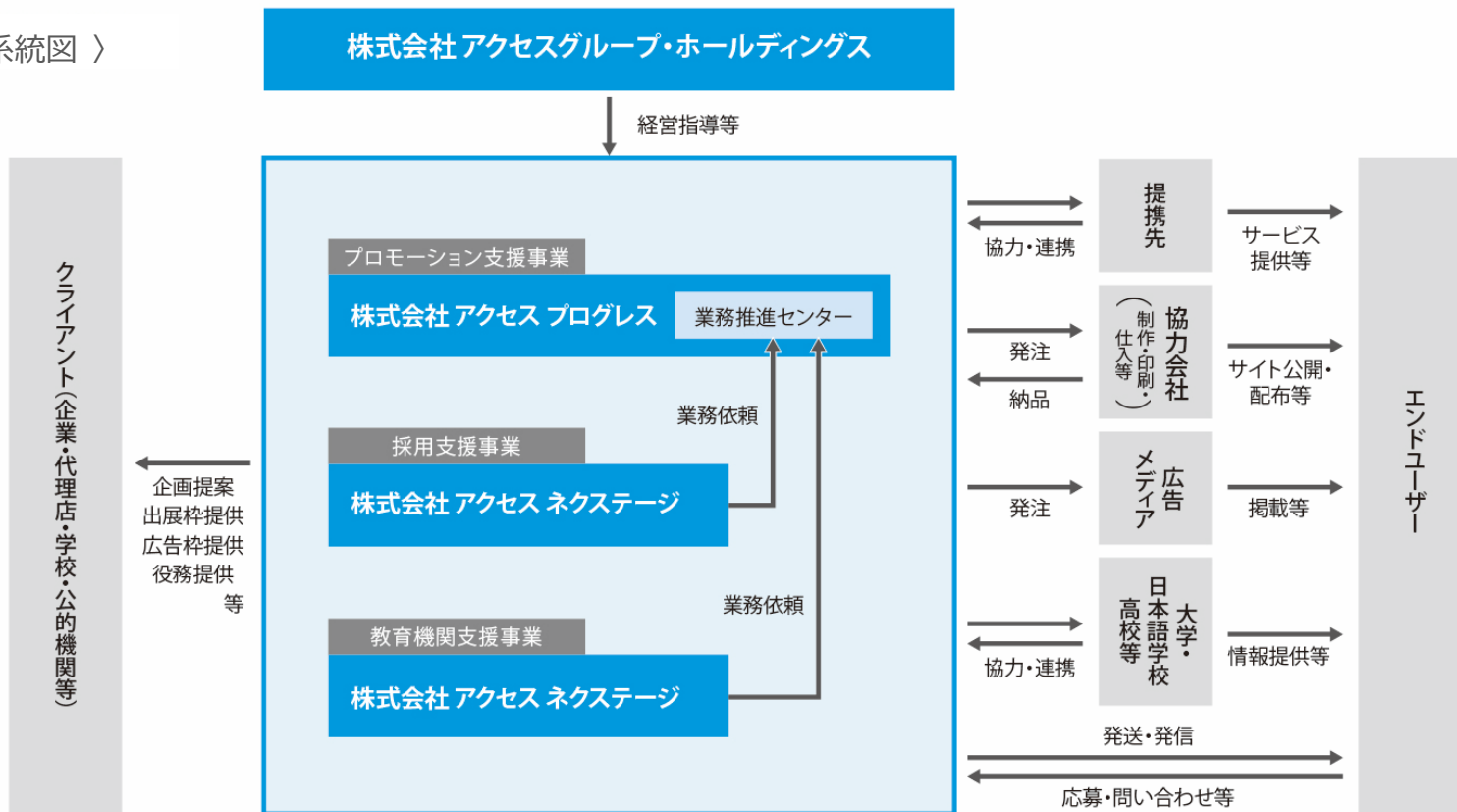
そのとき、ベストな未来へ。

The logo for ACCESS Group, featuring the word "ACCESS" in blue with a green diagonal bar to its left, and the word "Group" in blue to its right.

株式会社アクセスグループ・ホールディングス
〈証券コード 7042〉

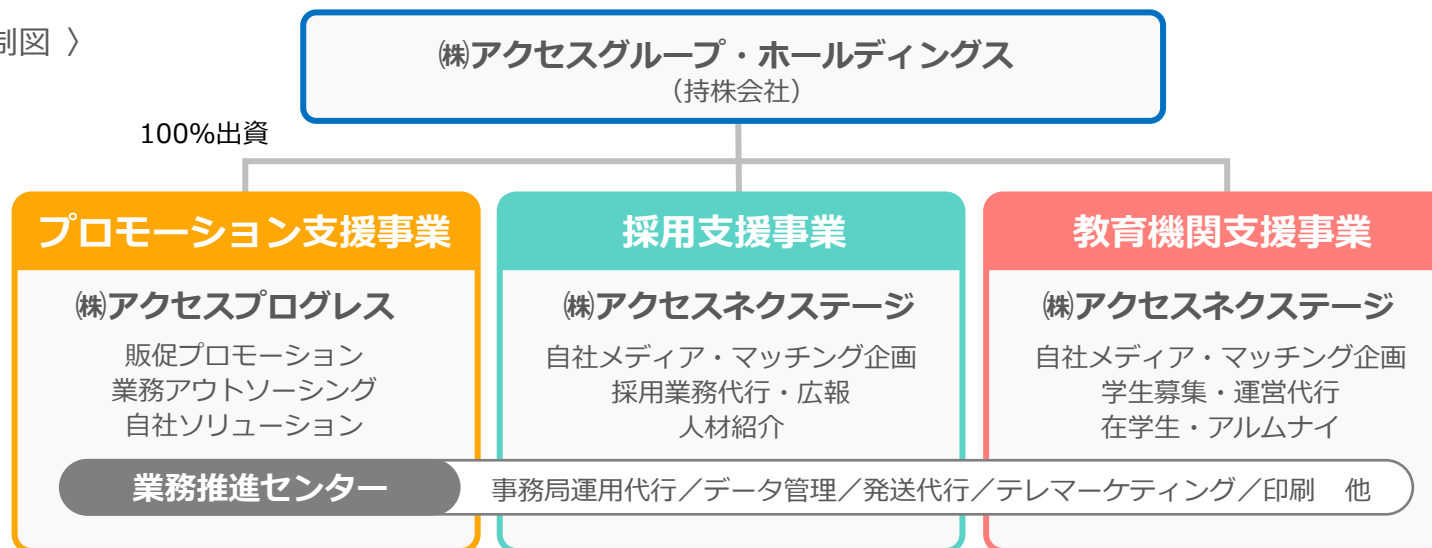
わたしたちは、人や社会をベストな未来に導くために、心の通うメディアとコミュニケーションの場を創造します

〈 事業系統図 〉



商号	株式会社アクセスグループ・ホールディングス (ACCESS GROUP HOLDINGS CO., LTD)
設立	1990 (平成2) 年4月 ※創業1982 (昭和57) 年10月
資本金	284,920千円
代表者	代表取締役社長 木村 勇也
社員数	14名 (グループ会社計 137名) ※2022 (令和4) 年9月末日現在
本社所在地	東京都港区南青山1-1-1 新青山ビル東館15F

〈 体制図 〉



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

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

■ 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

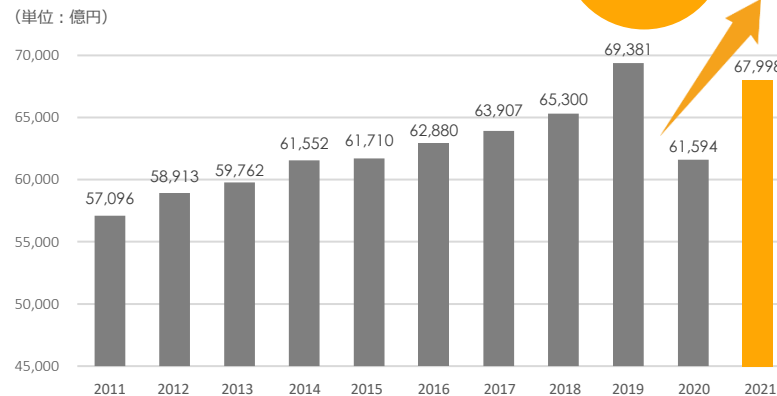
- 位置情報活用型DSP広告
- CRMツール
- 動画制作/配信 等



ターゲットとする市場の動向

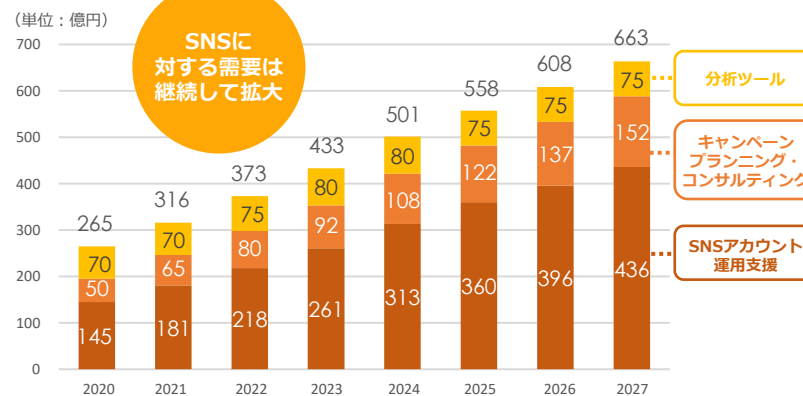
● 日本の総広告費推移

(出典：電通「2021年 日本の広告費」より当社グループ作成)



● 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・パス/デジタルインファクト調べより当社グループ作成)



- ▶ 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

【キャンペーン実施に必要なこと】

キャンペーン企画立案／キャンペーン手法選定／マニュアル作成整備／SNSアカウント設定／問い合わせ対応／スタッフ手配／電話回線用意／当選商品の保管・発送／応募の集計・分析／改善施策 など

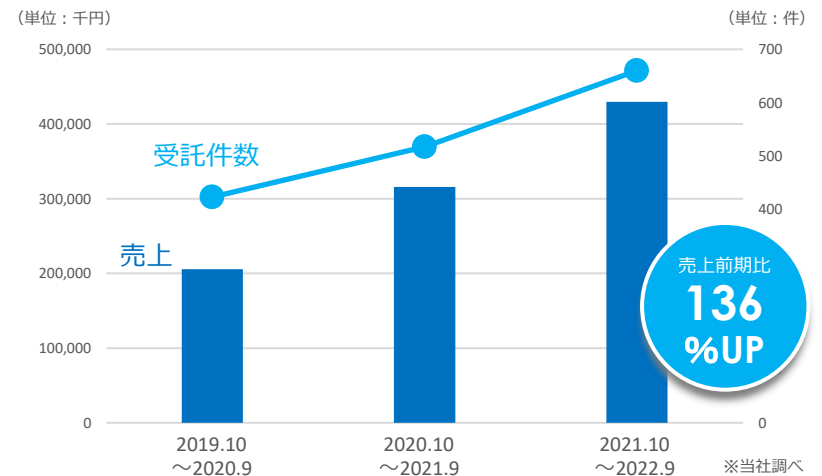


当社プレスリリースより



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。

「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て、取り扱い内容を拡充。

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

■ 自社メディア・マッチング企画

UNIPLATZ
キャリアプラットフォーム

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



■ 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

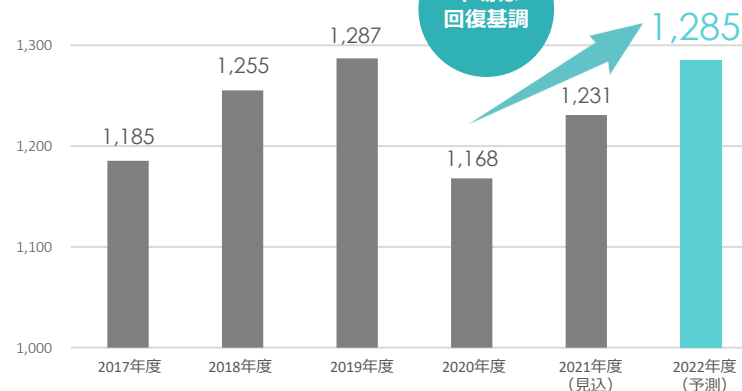


ターゲットとする市場の動向

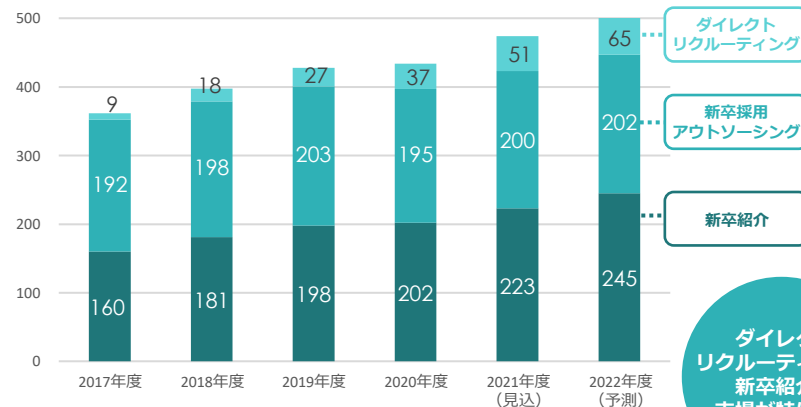
● 新卒採用支援サービス市場規模 推移・予測

(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」)

(単位：億円)



(単位：億円)

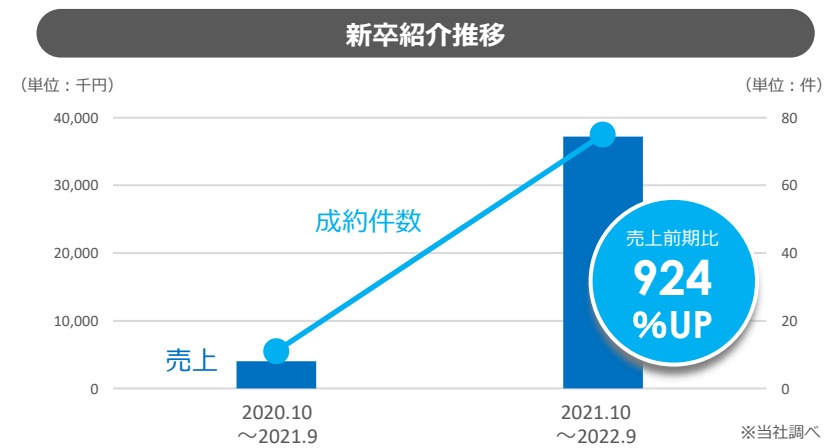
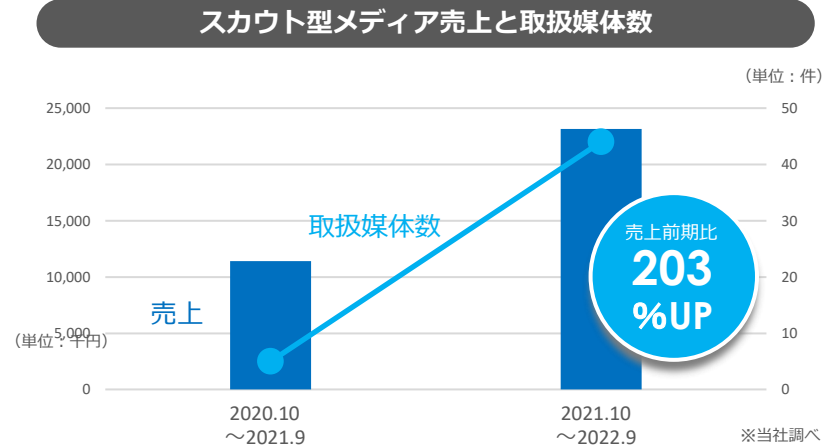


- ▶ 「大学キャリアセンター」との関係性を強みにマッチング企画を展開。



- ▶ 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。

教育機関の運営・発展のための**総合プロデュース企業**として、**デジタル・アナログ・モノを融合、教育機関をトータル支援。**

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

■ 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

■ 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



■ 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

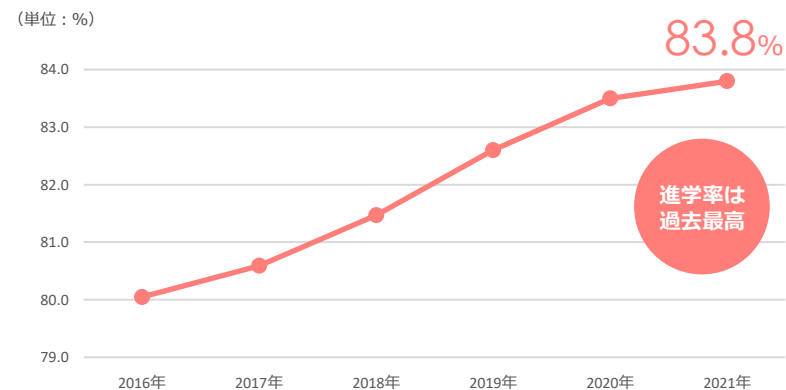
日本語教育機関に対する情報収集・PR活動で、
外国人留学生募集を成功へ導く



ターゲットとする市場の動向

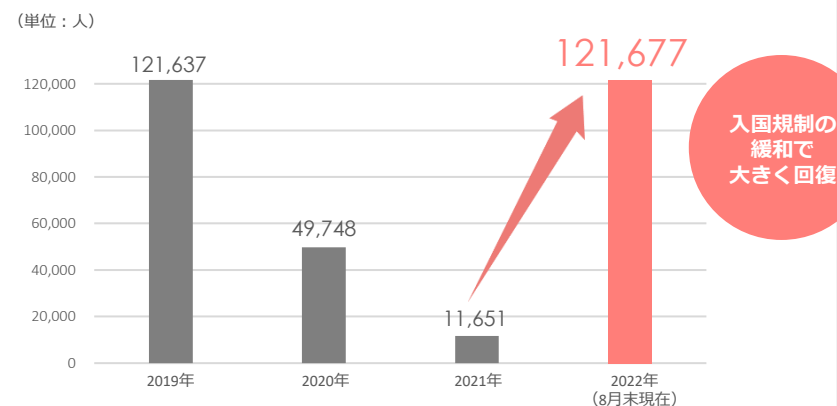
- 高等教育機関への進学率（過年度高卒者等を含む）

（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）



〈 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。

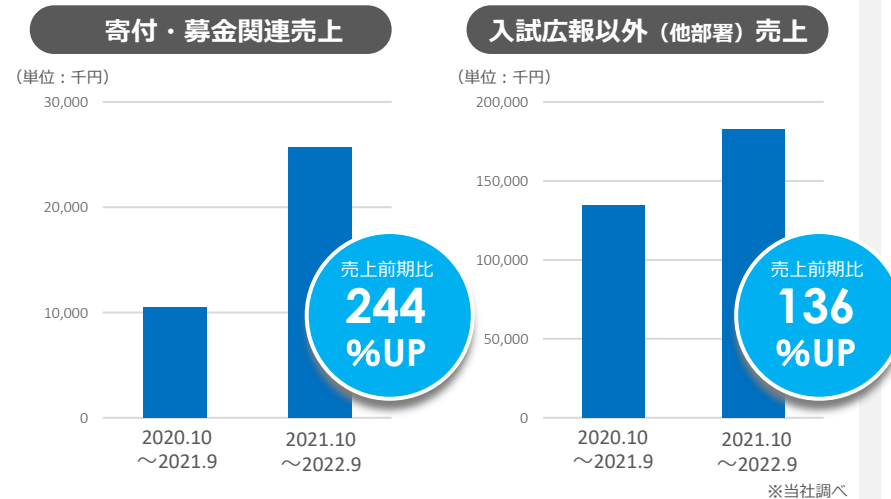


- ▶ 日本語教育機関に通う外国人留学生市場では圧倒的なシェア。

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。



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。

売上・利益とも前期比で大きく伸長。合理化費用を除くとほぼ予想通りの着地。

売上高

3,683百万円（前期比+12.2%）

プロモーション 支援事業

1,481百万円（前期比+19.7%）

キャンペーン事務局代行、Webプロモーション、官公庁事業受託が伸長。ワクチン会場運営以外の官公庁事業も堅調に推移し、**売上が大きく増加**。

採用 支援事業

1,100百万円（前期比+8.3%）

対面型企画が復調。採用業務代行、新卒紹介の注力も伸長。多様化した**就活サービスのコンサルと採用業務代行の需要増**を取り込み。

教育機関 支援事業

1,101百万円（前期比+7.0%）

大学を中心に入試広報以外の取引が拡大。Webプロモーション施策も牽引。入国規制緩和を受けた**外国人募集ニーズも下半期から回復基調**に。

営業利益

54百万円（前期比+281百万円）

プロモーション 支援事業

32百万円（前期比+92百万円）

取引の大口化が顕著になり粗利率は低下も粗利益総額が伸長。新規開設したキャンペーン事務局の開設費用も吸収し、**営業黒字**に。

採用 支援事業

11百万円（前期比+237百万円）

対面型企画の復調、高利益率の新卒紹介と利益額の大きい業務代行案件が貢献。**合理化の推進で収益性が大きく改善し、営業黒字を達成**。

教育機関 支援事業

35百万円（前期比-10百万円）

グループ全体で人員配置の最適化を実施し、前期より人件費が増加。営業利益は前期比減も、**想定を上回って着地**。

当社 （アクセスグループ・ホールディングス）

全体的に経費を抑制。渋谷、名古屋駅前フォーラムスペースの閉鎖・縮小による回復費用・移転費用が発生。

◎合理化費用を除いた営業利益は69百万円となり、ほぼ**通期予想通り着地**。

◎渋谷フォーラム縮小、名古屋駅前フォーラム閉鎖、遊休資産の売却益により各段階利益に差異が発生も、当期純利益は11百万円。

◎合理化による費用は全て当期に計上したため、**翌期への布石を打つ決算**に。

2023年3月期は、6カ月間の変則決算となります。

現在

毎年 9月30日



変更後

毎年 3月31日

※第34期は、2022年10月1日から2023年3月31日までの6カ月間となる予定。
※当社の連結対象子会社についても同様の変更を行う予定。

変更の理由

- 採用支援事業の市場環境における新卒採用活動時期の早期化・通年化
- 教育機関支援事業のお取引先である教育機関の予算執行時期

事業年度末日を3月31日に変更することが、事業運営上合理的との判断

業績の季節変動があり、特に教育機関支援事業は4～7月に売上が集中。
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	—

※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

※百万円未満切り捨て

- 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+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

※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

当社の株価水準は低く、株価向上は重要な経営課題と認識。

■ 既存事業の着実な利益の確保

- ・ 合理化施策が完了。利益を創出しやすい体質に変革
- ・ 内製化している事務局代行・業務代行案件を推進し、高収益化を図る
- ・ 官公庁事業の着実な遂行による大口案件の獲得強化

■ 減資による機動的な財務体質

- ・ 事業規模に応じた適切な税制を適用することで財務内容の健全性を維持
- ・ 今後の資本政策の柔軟性と機動性を確保

■ 新しい事業分野への投資

- ・ 資本アライアンスを含めた事業の深化・多角化
- ・ 新サービスの導入や新事業分野への進出

■ 効果的なIR活動と株主還元の実施

- ・ 個人投資家様に向けて、継続的な情報発信
- ・ IR説明会の積極的な参加
- ・ 株主優待制度の拡充

- 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。長期的な観点から、将来の事業展開、財務体質の強化などバランスを勘案しながら実施する方針。
- 2022年9月期は、自己資本の積み増しによる財務体質の改善を優先。誠に遺憾ながら、期末配当は無配。
- 2023年3月期は、6カ月の変則決算。売上集中期の前に期末を迎えるため無配。
- 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**。

	2022年9月期	2023年3月期
配当金額	0円00銭	0円00銭

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 (3,500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。

最後までご覧いただき、ありがとうございました
