

2022年9月期

決算説明資料

2022年11月11日

そのとき、ベストな未来へ。

The logo for ACCESS Group, featuring a stylized blue and green graphic element followed by the text "ACCESS Group" in a bold, blue, sans-serif font.

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〉

①	エグゼクティブサマリー	P.03
②	会社概要	P.05
③	業績ハイライト	P.13
④	2023年3月期 業績予想・取り組み	P.22
⑤	株主還元	P.27

- 本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements) を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。
- それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。
- 今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。

1 エグゼクティブサマリー

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、名古屋駅前の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**。

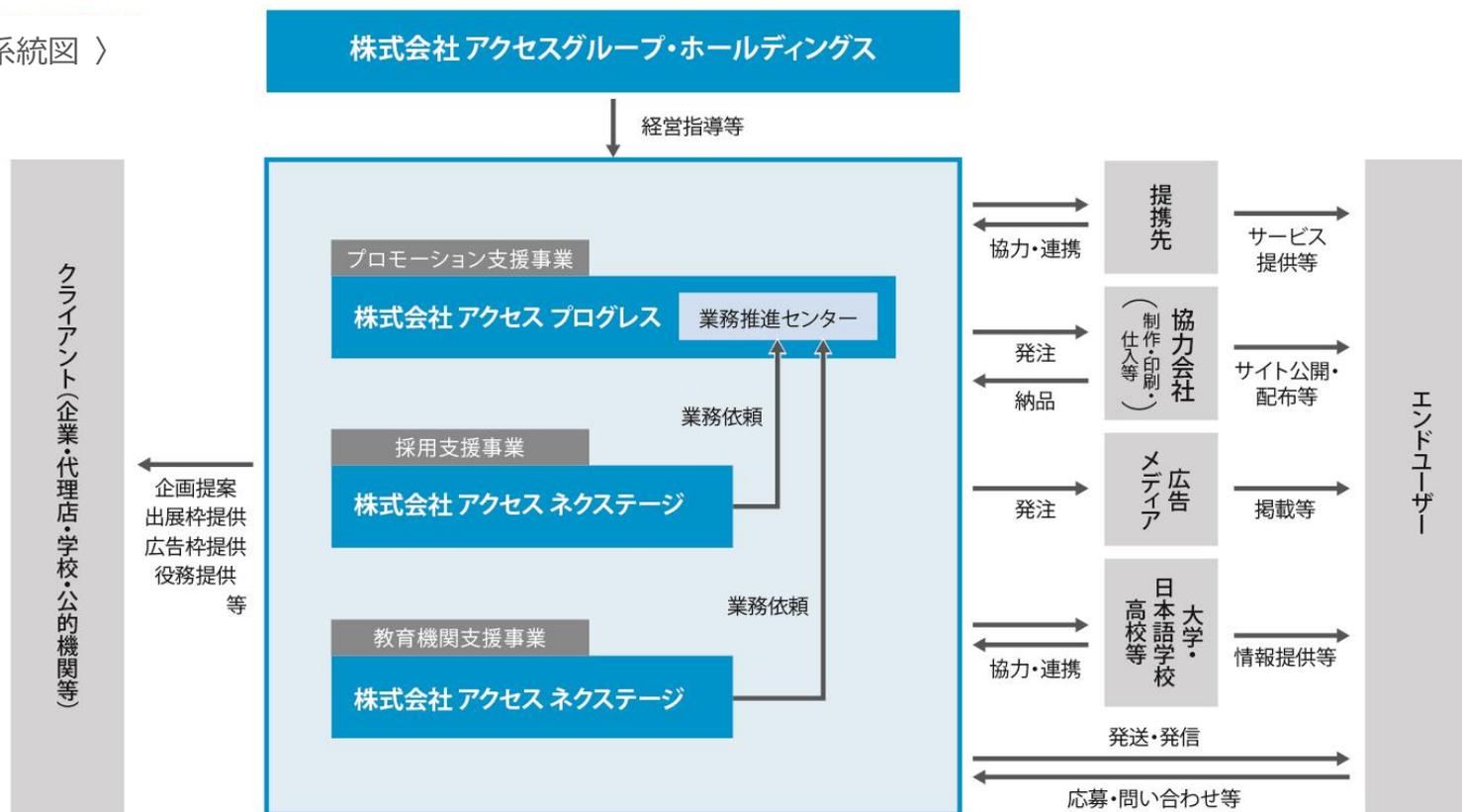
◎渋谷フォーラム縮小、名古屋駅前フォーラム閉鎖、遊休資産の売却益により各段階利益に差異が発生も、当期純利益は11百万円。

◎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。

2 会社概要

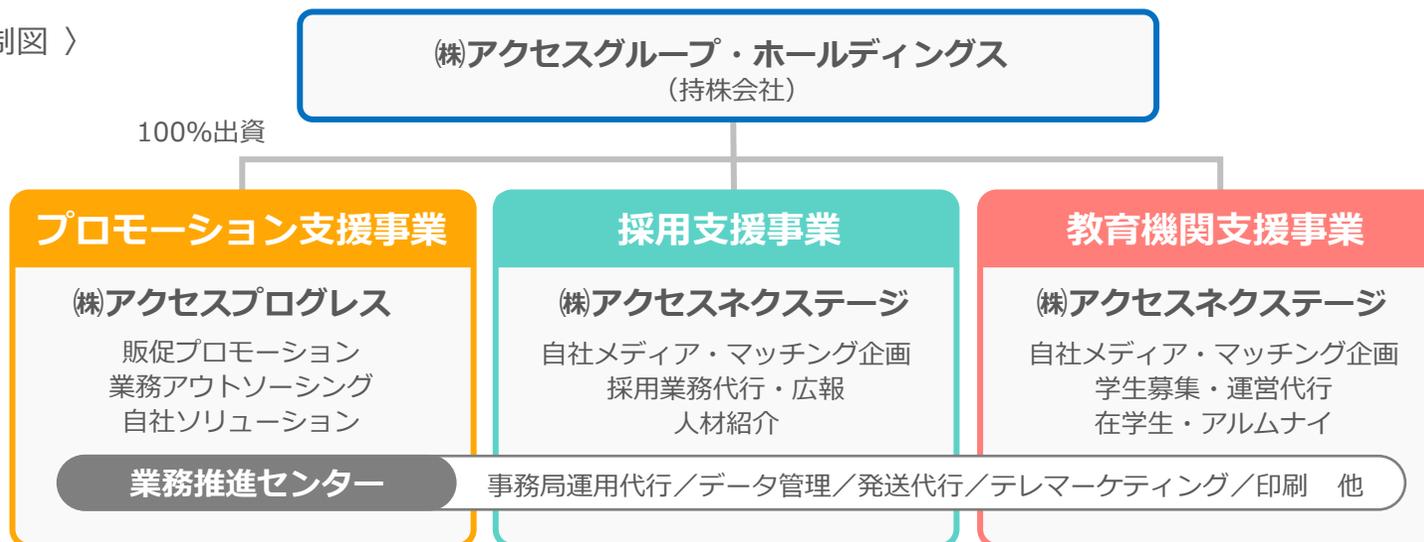
わたしたちは、人や社会をベストな未来に導くために、心の通うメディアとコミュニケーションの場を創造します

〈 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 〉



フレキシブルな提案力と業務代行機能により、提案から実行までを一貫して実行。

01

連合企画・個別案件の複合的アプローチによるクライアントの開拓

- ・連合企画をノック媒体とした新規クライアントの開拓。
- ・公共性、公益性の高いクライアントとの取引拡大。



02

アナログ・デジタル・モノを融合したフレキシブルな提案力の拡大

- ・多数の協力会社と連携。アナログ・デジタル・モノの豊富な商材を提案。
- ・クライアントのお困り事にきめ細かくフレキシブルに提案する体制を強化。



03

多様化したニーズに応える業務代行・事務局機能の強化

- ・自社保有の業務推進センターの一部をキャンペーン等の事務局機能に改装。
- ・業務拡大のため、大阪府吹田市に「関西キャンペーン事務局」を新規開設。



04

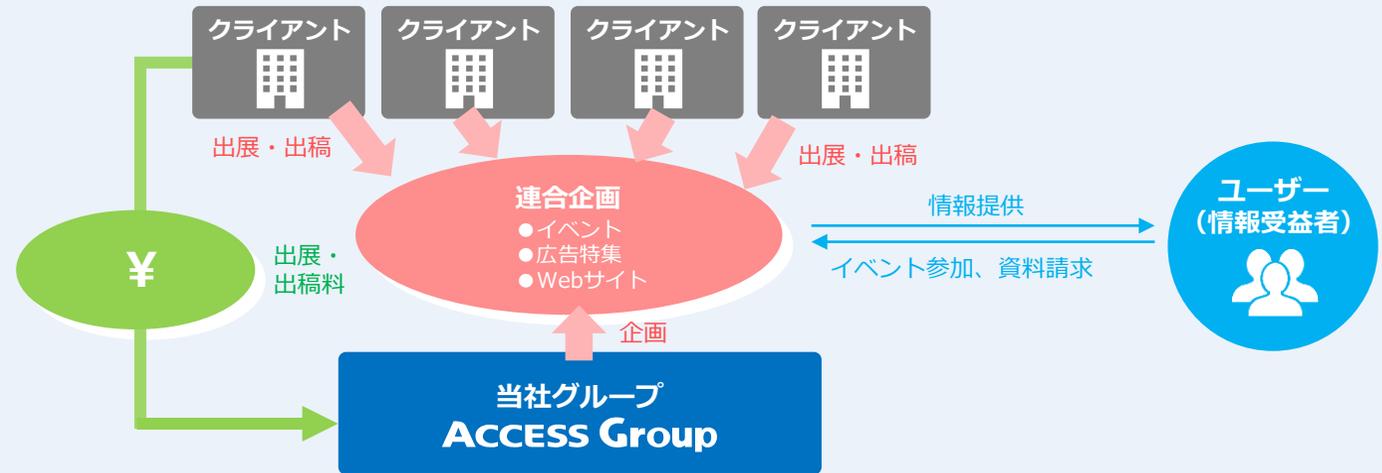
外国人留学生分野等、教育機関のニーズを広範に捉えたビジネスの拡大

- ・日本語学校との長年のリレーションで、国内のほぼ全ての外国人進学希望者にアプローチ。
- ・大学が推進する寄付金募集、スポーツ振興領域、同窓会組織活性化分野などにも進出。



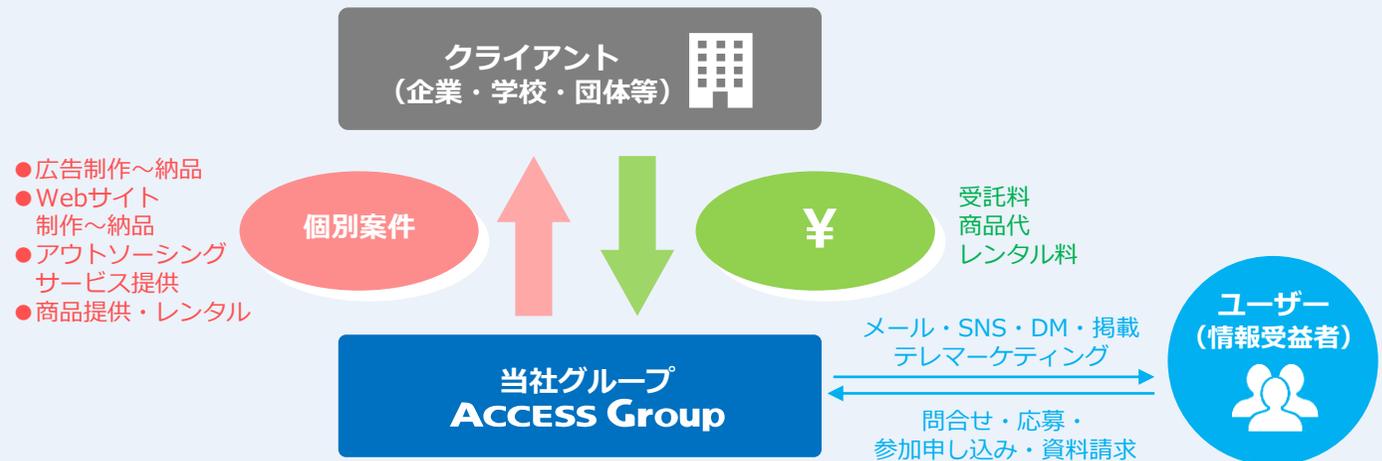
連合企画

1つのイベント・Webサイト等で、複数のクライアントから出展・出稿を募集。



個別案件

クライアント個別のニーズに応じて、最適な商材やソリューションを選別して、提案・受託。



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

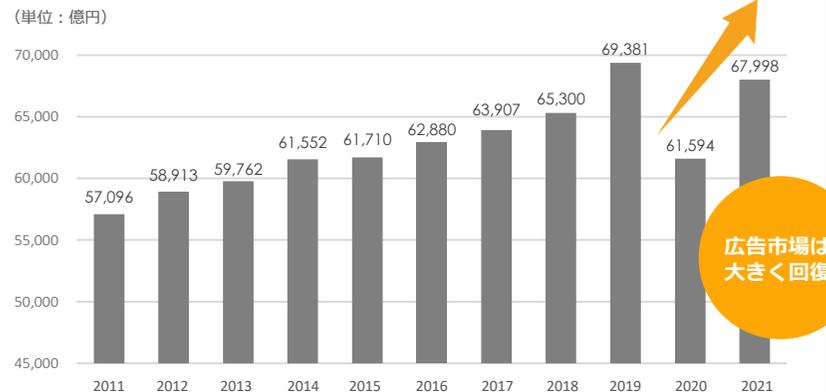
- 位置情報活用型DSP広告
- CRMツール
- 動画制作/配信 等



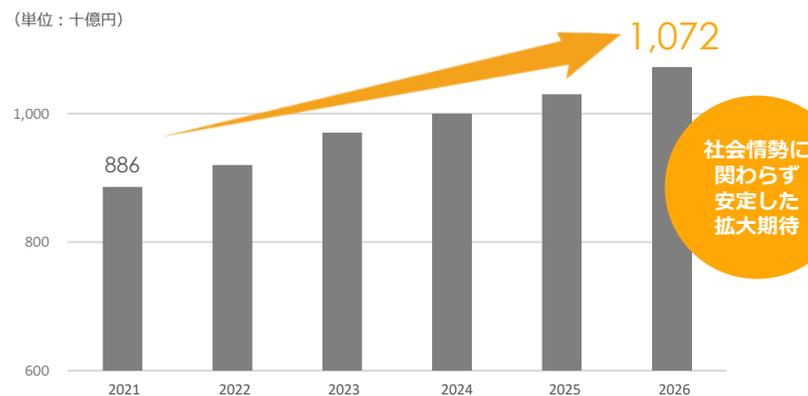
ターゲットとする市場の動向

● 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)



● 国内ビジネスプロセスアウトソーシングサービス (BPO) 市場 支出額予想 (出典：IDC Japan より当社グループ作成)



「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

hosted by **ACCESS**
UNI-PLATZ
ユニプラットフォーム

アクセス 就活 フェア
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

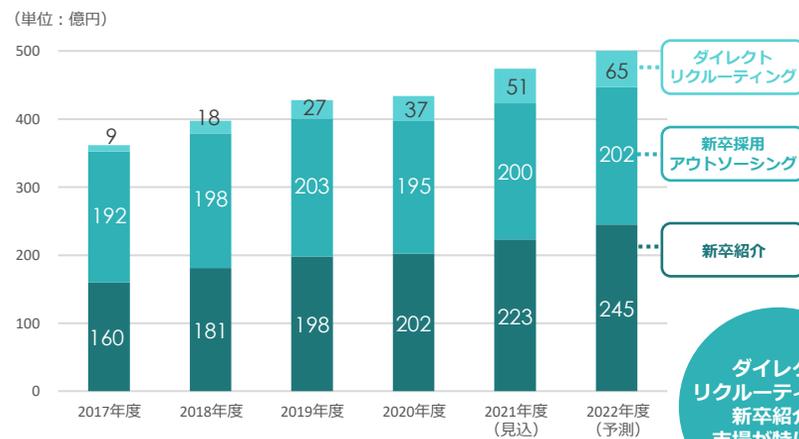
- 新卒・若年層を対象とした人材紹介
社内キャリアアドバイザーが、さまざまな
角度から学生を支援し、企業との橋渡しを行う
- 送客サービス
企業の採用ターゲットと合致した学生を
説明会や選考等に動員するサービス



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」)



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

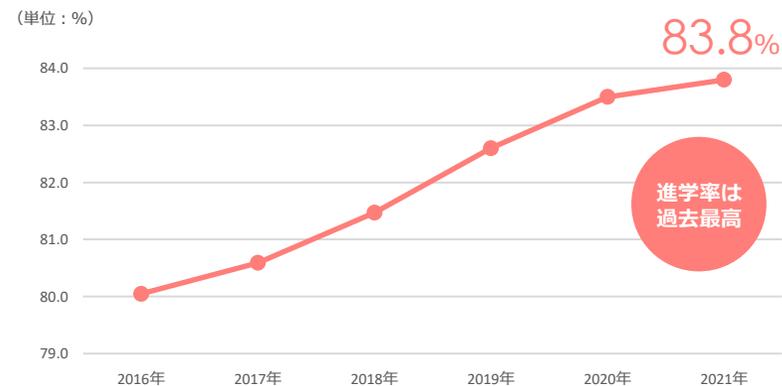
日本語教育機関に対する情報収集・PR活動で、
外国人留学生募集を成功へ導く



ターゲットとする市場の動向

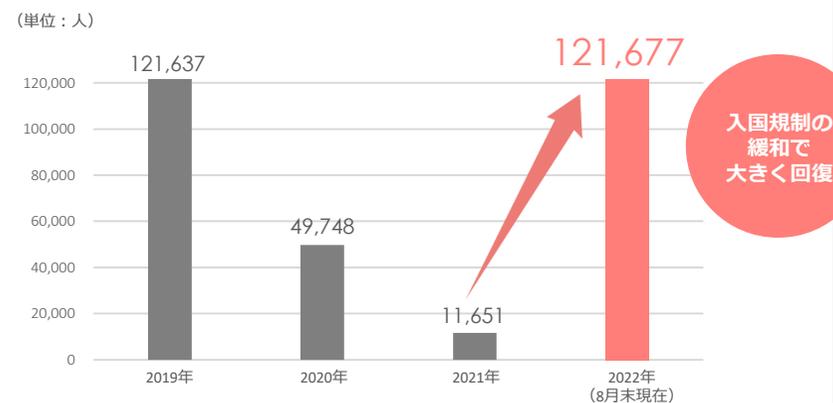
- 高等教育機関への進学率（過年度高卒者等を含む）

（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）



3 業績ハイライト

(単位：百万円)

	2021年 9月期	百分比	2022年 9月期	百分比	前期比	増減率
売上高	3,283	100.0%	3,683	100.0%	+400	+12.2%
売上原価	1,900	57.9%	2,137	58.0%	+236	+12.4%
売上総利益	1,382	42.1%	1,546	42.0%	+164	+11.9%
販売費及び一般管理費	1,608	49.0%	1,491	40.5%	△122	△7.3%
営業利益	△226	—	54	1.5%	+281	—
経常利益	△246	—	38	—	+285	—
税引前当期純利益	△425	—	14	—	+440	—
親会社株主に帰属する当期純利益	△429	—	11	—	+440	—

- 経済活動の再開、特にプロモーション支援事業が伸長し、売上高は+12.2%
- 売上高増に伴い売上原価+12.4%
- 売上総利益は+11.9%。連合企画よりも相対的に利益率が低い個別案件を中心に伸長
- 販売費及び一般管理費は△7.3%。フォーラム合理化に係る移転・原状回復費用などを今期に計上
- フォーラム縮小・閉鎖費用、遊休資産の売却益などを計上、当期純利益は黒字回復

※百万円未満切り捨て

社会環境

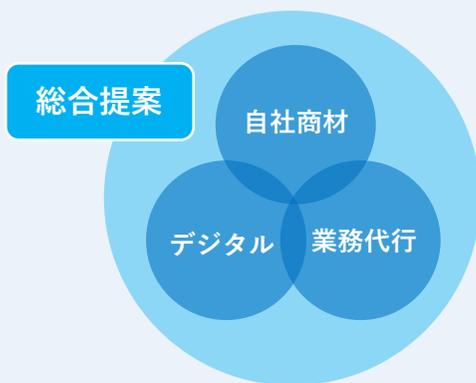
- コロナウイルス感染拡大による行動変容で、デジタル化が急速に進展。
- デジタル広告は商品や運用が多様化。選択と運用の手間が企業の負担に。
- 行動制限緩和により対面型も復調。
- 複雑な業務を外注するBPO市場が今後も成長すると予測。

※BPOとは「Business Process Outsourcing」の略称で、企業が業務を外部の専門業者へアウトソーシングする手法を指します

当社グループは、環境の変化に応じた事業シフトが奏功。
「広告」「広報」の枠に捉われない取り組みで事業領域を拡大。

業務代行モデルへの注力

既存の自社商材やデジタル商材と業務代行を掛け合わせた総合型提案を拡大。



合理化と増強施策

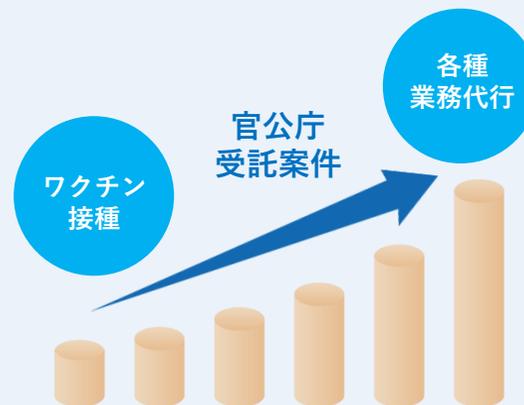
自社スペース「アクセスフォーラム」を合理化。東京本社の一部と名古屋支社のオフィスを移転。今後の固定費は減少へ。

一方、事務局機能を追加で開設。注力分野であるBPO市場の体制を強化。

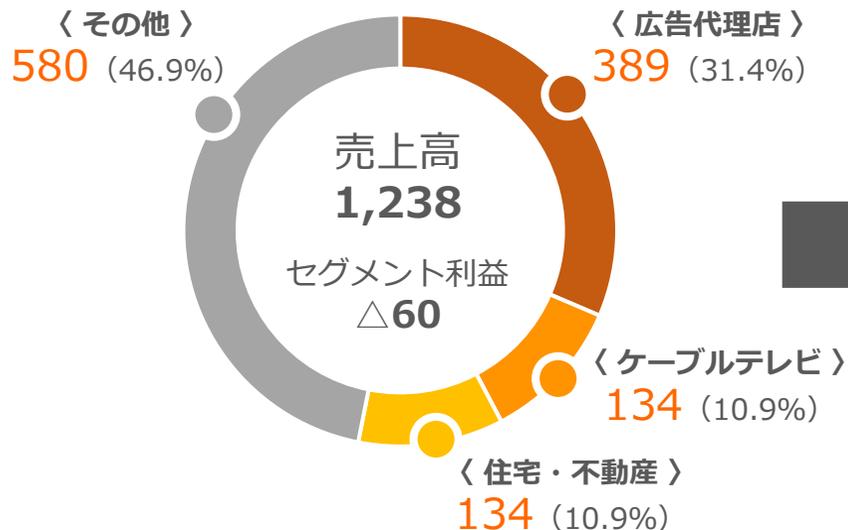


連携ネットワークの強化

ワクチン接種会場運営代行を足掛かりとした官公庁からの受託案件が増加。

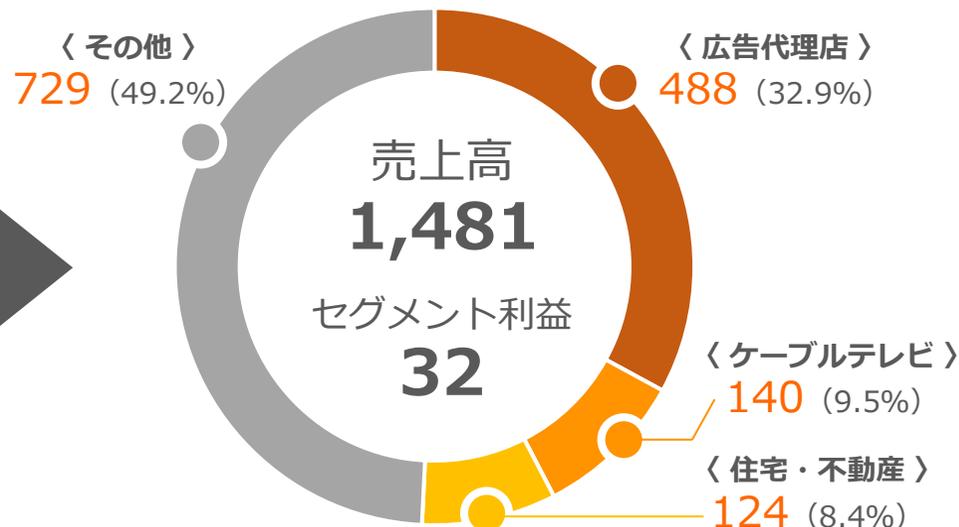


2021年9月期



2022年9月期

(単位：百万円)



※円グラフ内の内訳は売上高。%は各期売上高に対する構成比 ※百万円未満切り捨て

プロモーション支援事業

売上高 14億81百万円 (前期比+19.7%)

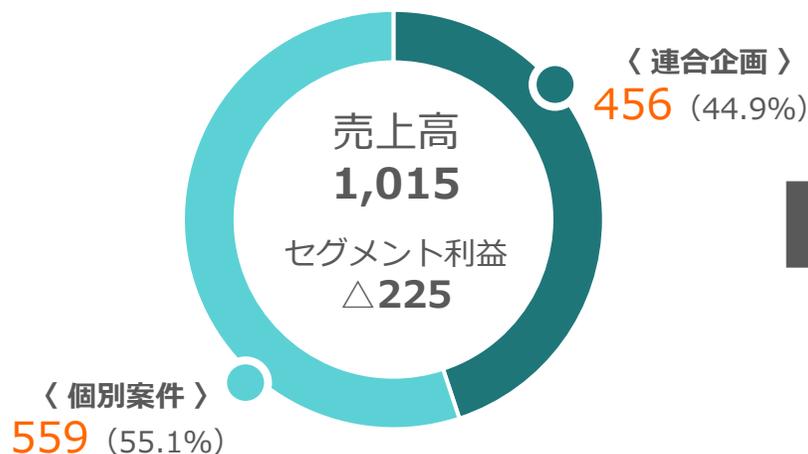
キャンペーン事務局代行やデジタル商材が伸長。ワクチン接種会場運営を足掛かりにした運営代行も結実。ケーブルテレビ分野、住宅・不動産分野は前期並みで推移。

※ 売上高は外部顧客への売上高であり、セグメント間の内部売上高又は振替高を含みません。

セグメント利益 32百万円 (前期比+92百万円)

2022年2月のキャンペーン事務局増設による費用が発生したものの、概ね想定通りの利益を確保。グループ全体での合理化が推進し販管費は前期比減。

2021年9月期



2022年9月期



(単位：百万円)

※円グラフ内の内訳は売上高。%は各期売上高に対する構成比 ※百万円未満切り捨て

採用支援事業

売上高 11億円 (前期比+8.3%)

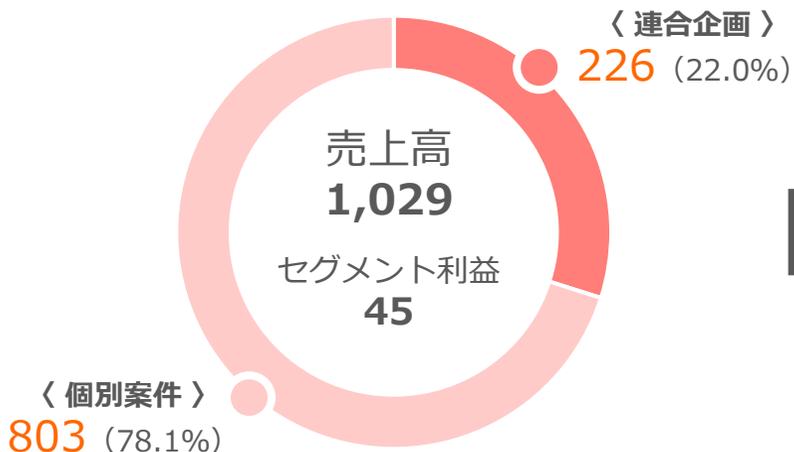
採用業務代行、新卒紹介分野等が前期より大幅に伸長。対面型採用イベントは復調、不採算企画を縮小するなど、利益効率を追求。

※ 売上高は外部顧客への売上高であり、セグメント間の内部売上高又は振替高を含みません。

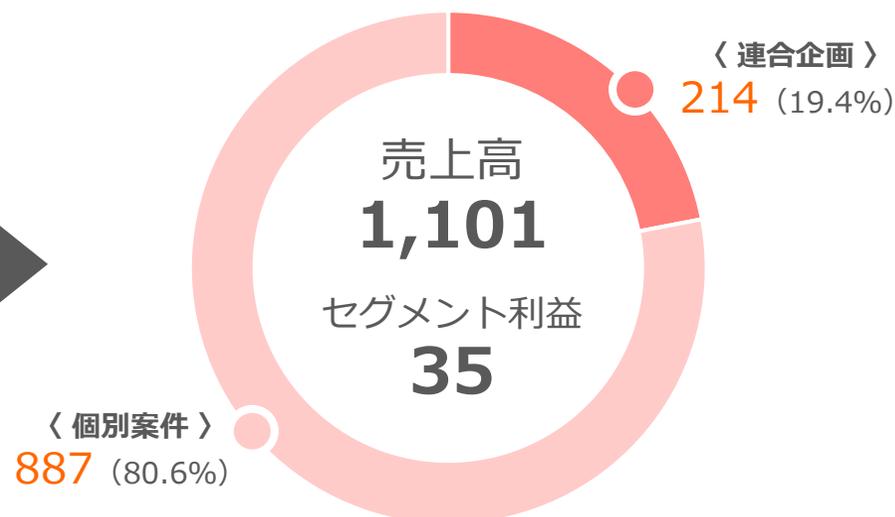
セグメント利益 11百万円 (前期比+237百万円)

利益率の高い連合企画を整理した一方、伸長した新卒紹介も利益率高く、粗利率は前期をほぼ維持。固定費の圧縮による合理化も奏功し、黒字化。

2021年9月期



2022年9月期



(単位：百万円)

※円グラフ内の内訳は売上高。%は各期売上高に対する構成比 ※百万円未満切り捨て

教育機関支援事業

売上高 11億1百万円 (前期比+7.0%)

個別案件が伸長。特にデジタル関連広告や寄付・募金関連プロモーションが前年同期を上回る。

外国人留学生分野では、入国制限の緩和により学生募集ニーズが回復基調に。

※ 売上高は外部顧客への売上高であり、セグメント間の内部売上高又は振替高を含みません。

セグメント利益 35百万円 (前期比-10百万円)

粗利率は前期と変わらず推移。

グループ全体の合理化による人員の適性化により人件費が増加したため、セグメント利益は減少するも想定通りの着地。

増収の主な要因

プロモーション支援事業

デジタル分野、キャンペーン事務局代行のほか、官公庁受託事業が伸長

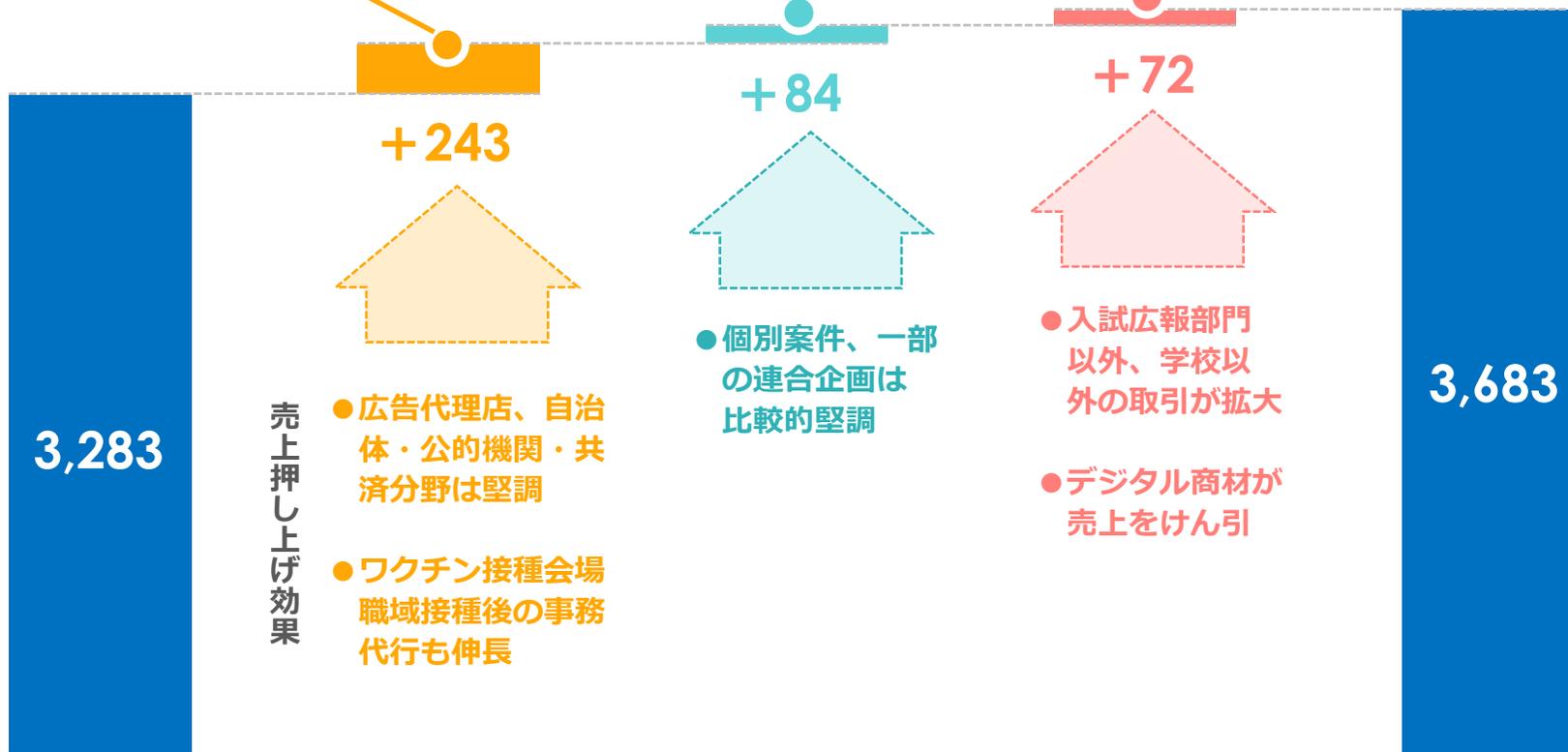
採用支援事業

採用業務代行や注力した新卒紹介などがけん引

教育機関支援事業

大学向けデジタル商材、入試広報以外の売上が貢献

(単位：百万円)



売上押し上げ効果

- 広告代理店、自治体・公的機関・共済分野は堅調
- ワクチン接種会場職域接種後の事務代行も伸長

- 個別案件、一部の連合企画は比較的堅調

- 入試広報部門以外、学校以外の取引が拡大
- デジタル商材が売上をけん引

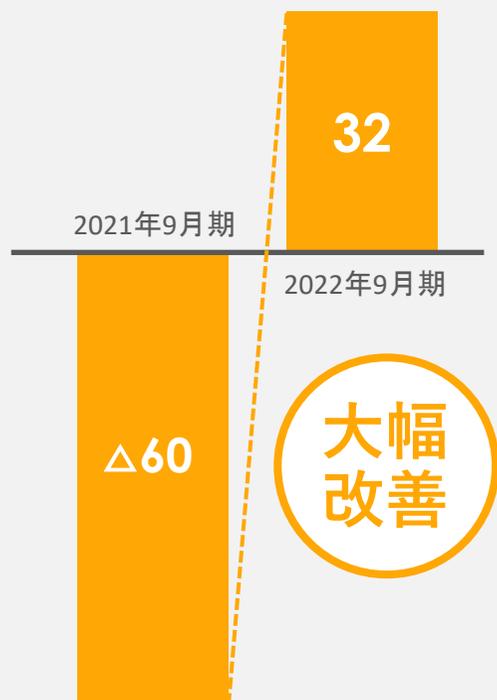
2021年9月期

2022年9月期

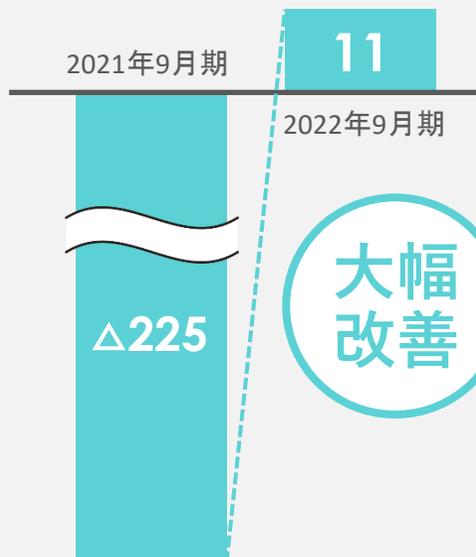
売上の伸長と合理化施策の実施によりセグメント利益は大幅に改善。全セグメントが黒字に。

(単位：百万円)

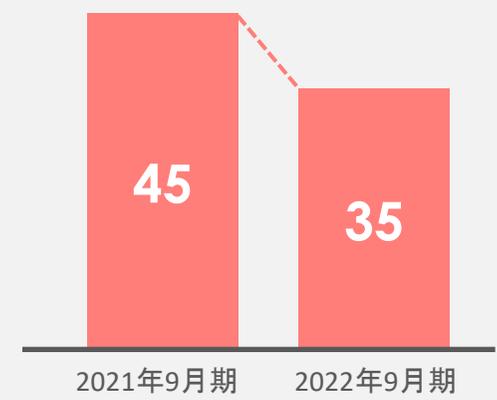
プロモーション支援事業 セグメント利益比較



採用支援事業 セグメント利益比較



教育機関支援事業 セグメント利益比較



合理化施策として社内の人員を再配置。販管費増により利益は減少も、**想定を上回る着地。**

経営資源の効率化と成長分野への投資を目的として、経営合理化に着手。
「アクセスフォーラム」の縮小（渋谷）と閉鎖（名古屋駅前）、オフィス移転。

販管費

「アクセスフォーラム」の原状回復費用を計上。

営業外収益・費用

役員を被保険者とする生命保険の解約により営業外収益を計上。
東京本社の一部と名古屋支社移転費用を計上。

特別利益・損失

財務体質の改善強化を目的に、遊休資産を処分し特別利益を計上。
名古屋支社の賃貸借契約解除による解約違約金を特別損失として計上。

- スペースの原状回復費用、移転費用を当期の販管費に計上したため営業利益が減少も、移転費用を除いた営業利益では、**ほぼ想定通り着地。**
- 経営合理化による固定費減少は、**年間約 1 億円を見込む。**

4 2023年3月期 業績予想・取り組み

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

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。

業務代行・事務局代行の機能を強化し、提案と実行までをサポートする。

プロモーション支援事業

- ①デジタル、
②キャンペーン事務局代行
③官公庁受託事業
を成長領域として成長へ
- 新商材投入と業務代行機能を
組み合わせ複雑な案件を内製化

採用支援事業

- 対面型企画は高収益性のみを集約
- 採用業務代行・運用代行の強化
- 市場ニーズの高い新卒紹介に注力
- 大学キャリアセンターとの連携

教育機関支援事業

- 外国人留学生募集支援の拡大
- 大学の募金・校友課・同窓会・
父母会、資格試験団体、
教育関連企業等、
大学広報部門以外の取引推進

重点 施策

- 業務代行機能・事務局機能の効率化と拡大
- 大学との連携の深化
- 提携による新規・既存事業の拡大
- コロナ特需を足掛かりにした公的案件の取引拡大
- 財務面の強化と企業価値の向上

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

5 株主還元

- 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。