

 木村 勇也 社長	株式会社アクセスグループ・ホールディングス(7042)
	

企業情報

市場	JASDAQ
業種	サービス業
代表者	木村 勇也
所在地	東京都港区南青山 1-1-1 新青山ビル東館 15F
決算月	9月
HP	https://www.access-t.co.jp/index.html

株式情報

株価	発行済株式数(自己株式を控除)	時価総額	ROE(実)	売買単位	
1,132円	1,203,100株	1,362百万円	-29.7%	100株	
DPS(予)	配当利回り(予)	EPS(予)	PER(予)	BPS(実)	PBR(実)
-	-	-7.38円	-	716.36円	1.6倍

*株価は6/2終値。発行済株式数は直近四半期末の発行済株式数から自己株式を控除。

*21/9月期の配当金予想は未定。

連結業績推移

決算期	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主帰属利益	EPS	DPS
2017年9月(実)	4,505	163	152	121	132.10	1,000.00
2018年9月(実)	4,598	202	183	117	127.56	24.80
2019年9月(実)	4,560	58	38	2	1.82	29.50
2020年9月(実)	3,789	-171	-189	-310	-258.79	0.00
2021年9月(予)	4,100	20	-6	-9	-7.38	-

*予想は会社予想。単位:百万円、円。2018年7月に1株を100株に分割(EPSのみ遡及修正)。

*21/9月期の配当金予想は未定。

(株)アクセスグループ・ホールディングスの2021年9月期第2四半期決算の概要と2021年9月期の見通しについて、ブリッジレポートにてご報告致します。

目次

今回のポイント

1. 会社概要

2. 2021年9月期第2四半期決算概要

3. 2021年9月期業績予想

4. 今後の注目点

[<参考:コーポレート・ガバナンスについて>](#)

今回のポイント

- 21/9期第2四半期は前年同期比22.9%の減収、2億23百万円の営業損失(前年同期は75百万円の営業損失)。売上高面では、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、アナログ商材の売上が軟調に推移したプロモーション支援事業で減少した他、緊急事態宣言で複数のイベントで延期・キャンセルが発生した採用支援事業の減少が大きく影響した。損益面では、概ね売上原価は想定通りとなる中、販管費の抑制に努めたものの、売上高の減少の影響をカバーできなかった。
- 21/9期の会社計画は前期比8.2%の増収、営業利益20百万円から変更なし。下半期からの本格的な回復を想定している。各事業セグメントとも、新商材を投入しデジタル商材を拡充する他、採用支援事業で成果報酬型サービスの拡充を重点的に行うとともに、継続的な経費削減に努める。配当金予想は未定を継続も当期より株主優待制度を導入した。
- 同社は、ワクチン接種会場の受託事例を活かし、準備から運営までワンストップでサポートする感染対策対応型の会場運営パッケージサービスの提供を開始した。この会場運営パッケージサービスは、会場レイアウト設計から各種設備・用品の提供、スタッフ手配や当日の運営まで、スムーズに会場運営を準備・開始できる体制を構築し、安心・安全な会場運営やイベントの実現をサポートするサービスであり、今後自治体や関係機関、企業、教育機関などからの受託の拡大が期待される。会場運営パッケージサービスの受託状況が注目される。

1. 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」を経営理念とし、広報戦略から運営支援に至るまで、様々な形で企業や教育機関を支援している。事業は、販促プロモーション、プロモーション業務支援、防災・衛生フィールドなどを行うプロモーション支援事業と新卒・若年者・外国人採用支援、人材紹介・ダイレクトリクルーティング、採用業務アウトソーシングなどを行う採用支援事業、学生・生徒の募集支援、教育機関運営に係る各種サポートなどを行う学校機関支援事業の3事業に分かれる。グループは同社の他、プロモーション事業を手掛ける(株)アクセスプロGRESS、採用支援事業と教育機関支援事業を手掛ける(株)アクセスネクステージの子会社2社。

【特徴】

大学・教育機関との取引基盤	採用分野での大学キャリアセンターとの取引や、新聞企画をきっかけとした大学入試広報部門との取引で、連携イベントなど、学校・学生向け事業基盤を築く。
豊富なイベント実績と業務代行受託	採用・進学分野における豊富なイベント実績。オンライン化にも対応。対面型は感染対策も徹底。実績に基づき、クライアント主催イベントや、広告広報に関する業務代行、官公庁案件も受託。
自社スペース「アクセススペース」	東京(渋谷)、大阪(梅田)、名古屋駅前にイベントスペースを保有。イベントを多数開催できる独自の収益モデル。運営の効率化にも寄与。
外国人留学生・外国人材向けビジネス	2009年より日本在住の外国人留学生を対象とした大学・専門学校進学説明会を開催。就職支援や紹介事業も展開。海外現地の外国人材向けの事業も視野に。

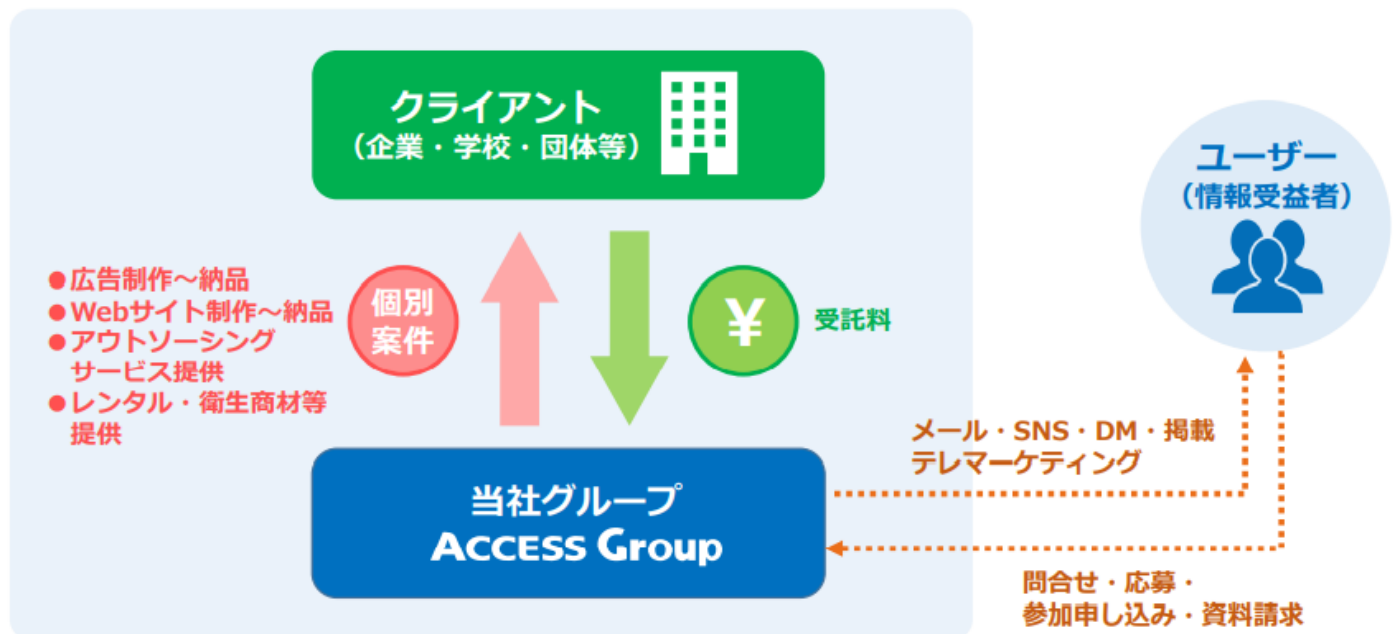
【経営戦略】

- (1) 安定収益基盤の構築と連合企画・個別案件の複合的アプローチによる新規クライアントの開拓
 - ◆ 専門特化した営業体制の整備
 - ◆ 広告広報に関連した業務代行機能の保有
 - ◆ 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
- (2) アナログ・デジタルを融合したフレキシブルな提案力の拡大
 - ◆ 約 650 社の協力会社と連携。アナログ・デジタル・モノの豊富な商材を提案可能。
 - ◆ 従来のアナログ・デジタル両面の広告商材のほか、衛生商材・レンタルなどモノの取り扱いも開始。
 - ◆ 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。
- (3) イベントノウハウの蓄積とイベントスペースの保有
 - ◆ 約 20 年間に渡るイベント開催実績のノウハウ蓄積
 - ◆ 自社イベントスペース「アクセススペース」の保有
 - ◆ イベント運営ノウハウを活かしたイベント運営事務局代行業務の受託
- (4) グループの総合力を結集した外国人留学生向けビジネスの拡大
 - ◆ 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可能。
 - ◆ 進学分野での実績を活かした採用支援への事業拡大。海外現地人材と日本企業のマッチングも視野に。

【収益モデル】

個別案件

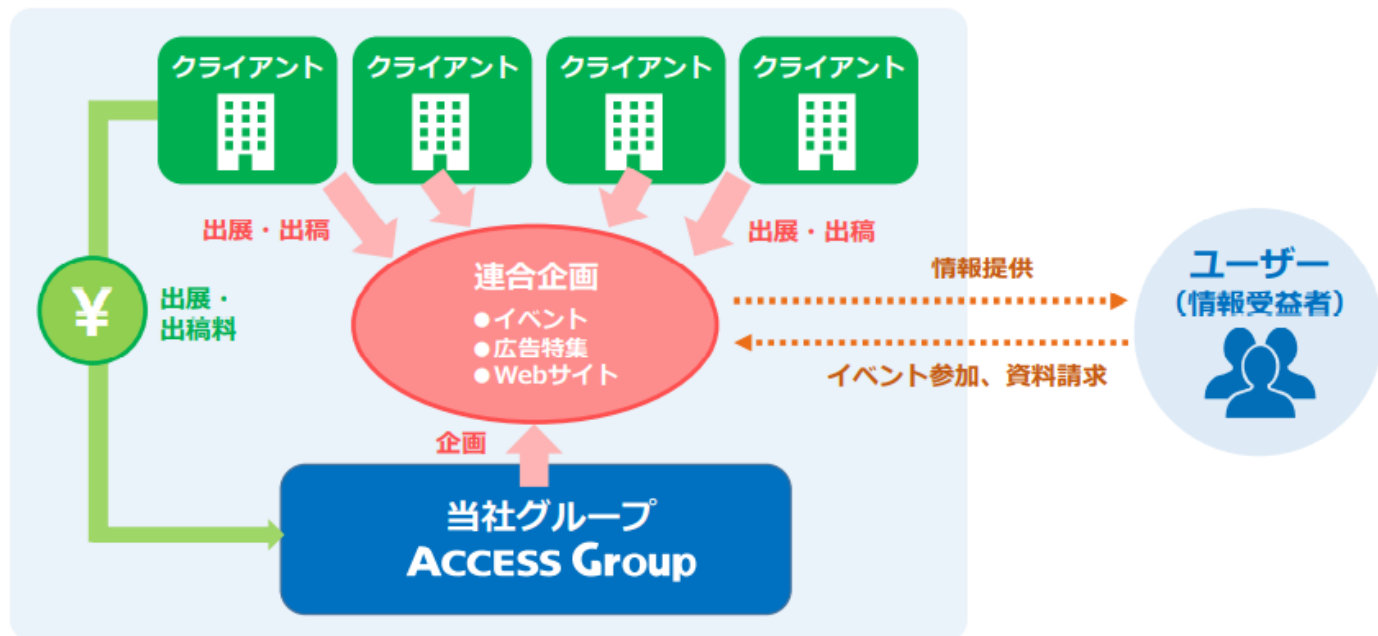
クライアント個別のニーズに応じて、営業員が最適な商材やソリューションを選別して提案・受託する。各種広告物の制作や業務代行を請け負う案件が主体となっている。



(同社決算説明資料より)

連合企画

1つの広告メディア(イベント・新聞・WEBサイト等)において、複数のクライアントから出展・出稿を募集する。広告枠を小口化することで、クライアントが出展しやすくなるとともに、スケールメリットにより広告訴求力が増加する。



(同社決算説明資料より)

【事業内容】

事業は、(株)アクセスプログレスの事業であるプロモーション支援事業、(株)アクセスネクステージの事業である採用支援事業及び教育機関支援事業に分かれる。同社は、21/9 期第 2 四半期連結累計期間より、報告セグメントの名称を「プロモーション事業」より「プロモーション支援事業」に、「採用広報事業」より「採用支援事業」に、「学校広報事業」より「教育機関支援事業」に、それぞれ変更を行った。

◎プロモーション支援：(株)アクセスプログレス

プロモーション支援事業は、取引先約 400 法人に対し、顧客の販促プロモーションからアウトソーシング、防災・衛生・レンタルまで、豊富な商材とノウハウでトータルサポートを提供する事業を展開している。具体的には、クリエイティブ(DM・パンフレット・Web サイト・サンプリング等の販促物)の制作、デジタル・セールス・イベントのプロモーションを中心に、クライアントの業界に適した効果的なプロモーション手法を提案する企画営業が主体である。また、プロモーションに関連する業務をサポートする「業務アウトソーシング」を行っており、自社内に「業務推進センター」を保有して、キャンペーン事務局、印刷・発送・業務代行、データ管理・DM 発送等、販促プロモーションに関する業務にワンストップで対応している。



(同社決算説明資料より)

◎採用支援事業：(株)アクセスネクステージ

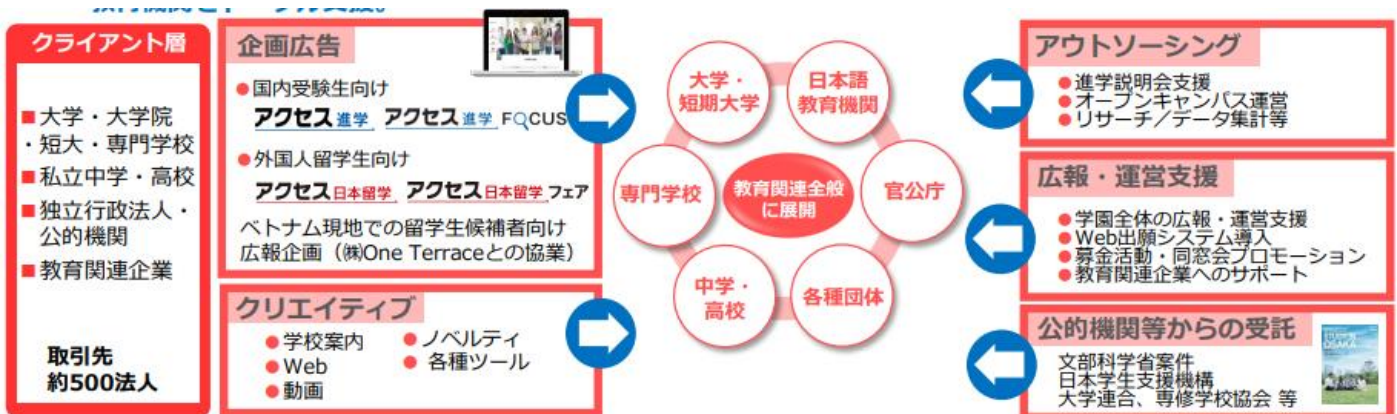
採用支援事業は、新卒学生や転職を希望する若年層の社会人に対してクライアント企業の採用情報を提供するとともに、オンライン・対面型の両面に対応した合同企業説明会やセミナー等の開催を行うことで、取引先約 1,200 法人のクライアントから広告・出展収入を得るサービスを行っている。また、クライアント企業の会社案内等の企画制作や、採用活動に関する業務代行サービス、人材紹介も手掛けている他、ダイレクトリクルーティングサービスの提供、外国人留学生や外国人材の就業支援も行っている。更に、オフィス関連用品やイベント・展示関連用品等のレンタルサービスも行い、採用支援と組み合わせたトータル提案を実施している。



(同社決算説明資料より)

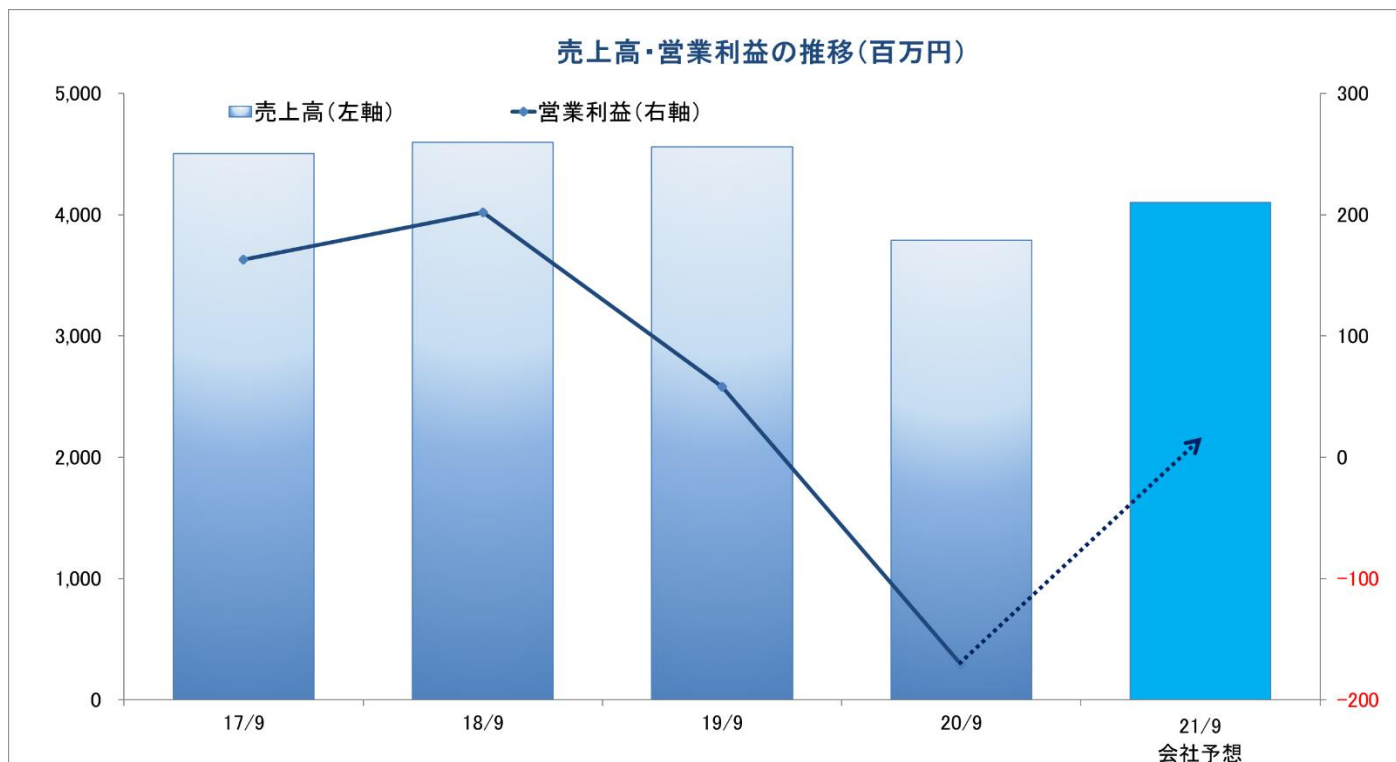
◎教育機関支援事業：(株)アクセスネクステージ

教育機関支援事業は、取引先約 500 法人の教育機関などに対し各種業務の総合的なサポートを展開している。日本人受験生や外国人留学生向けの合同進学説明会の開催や Web サイト上での情報提供を通じて、クライアント校から出展・広告収入を得るサービスを行っている。また、Web・パンフレット等による学校案内の企画制作、オープンキャンパス等の事務局運営代行、各種業務代行、Web 出願システム等の学校運営支援業務の提供も行っている。加えて、官公庁や自治体、民間の教育関連企業からの業務委託も受けている。



(同社決算説明資料より)

【事業推移】



2. 2021年9月期第2四半期決算概要

(1) 連結業績

	20/9期 2Q	構成比	21/9期 2Q	構成比	前年同期比
売上高	1,943	100.0%	1,498	100.0%	-22.9%
売上総利益	823	42.4%	607	40.6%	-26.2%
販管費	899	46.3%	831	55.5%	-7.6%
営業利益	-75	-3.9%	-223	-14.9%	-
経常利益	-83	-4.3%	-242	-16.2%	-
親会社株主帰属利益	-108	-5.6%	-244	-16.3%	-

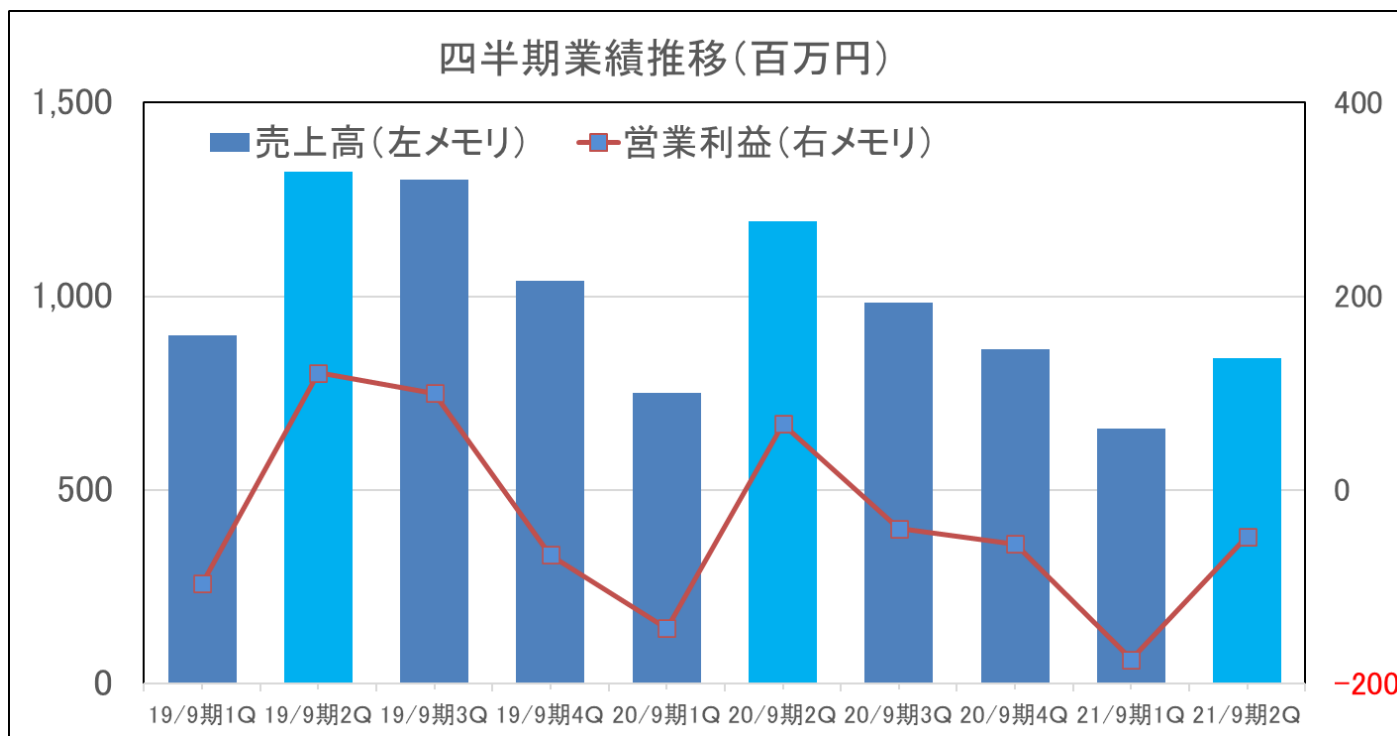
* 単位:百万円

前年同期比 22.9%の減収、2億23百万円の営業損失(前年同期は75百万円の営業損失)

売上高は前期比 22.9%減の 14 億 98 百万円。プロモーション支援事業では、キャンペーン事務局やデジタル商材が伸長し、広告代理店分野、自動車関連分野、自治体・公的機関・共済分野は堅調に推移する一方、その他の分野が感染拡大により集客や紙媒体でのプロモーションニーズが減少し、前年同期及び会社計画よりも下回った。採用支援事業では、個別案件が概ね想定範囲内で推移し、クライアント企業や大学のオンライン就職セミナーの運営サポート業務も伸長したものの、感染拡大に伴い連合企画の日程変更や参画キャンセル等が発生し、前年同期及び会社計画よりも下回った。また、教育機関支援事業では、国内進学、外国人留学生分野とも堅調に推移し、特に個別案件が伸長したことで、前年同期及び会社計画よりも上回った。営業損益は 2 億 23 百万円。概ね売上原価が想定通りとなる中、販管費の抑制に努めたものの、売上高の減少の影響をカバーできなかった。売上総利益率は、前年同期比 1.8 ポイント低下の 40.6%、販管費を実額で減少させたものの、売上高の減少が響き、売上高対販管費率は前年同期比 9.2 ポイント上昇の 55.5%となった。また、営業外費用で支払利息が増加したことにより、営業損失を上回る経常損失となった。その他、特別損益の大きな計上となった。

同社の業績は従来から季節変動要因を抱えている。採用支援事業は、就活関連のイベントの開催やアウトソーシング業務等が増加する第2四半期から第3四半期に売上が集中する傾向がある。また、教育機関支援事業においても、進学説明会の開催や学校のプロモーション活動が増加する第3四半期から第4四半期にかけて売上が集中する傾向がある。

四半期業績の推移



第2四半期(1-3月)は、過去の第2四半期よりも売上高、営業利益ともに低い水準となったものの、前四半期よりも売上高と営業利益が増加した。

(2)セグメント別動向

	20/9期 2Q	構成比・利益率	21/9期 2Q	構成比・利益率	前期比
プロモーション事業	747	38.4%	560	37.4%	-25.0%
採用広報事業	983	50.6%	618	41.2%	-37.1%
学校広報事業	213	11.0%	319	21.3%	50.0%
連結売上高	1,943	100.00%	1,498	100.00%	-22.9%
プロモーション事業	2	-	-64	-	-
採用広報事業	61	-	-77	-	-
学校広報事業	-151	-	-94	-	-
調整額	11	-	12	-	-
連結営業利益	-75	-	-223	-	-

* 単位:百万円

同社は、21/9期第2四半期連結累計期間より、報告セグメントの名称を「プロモーション事業」より「プロモーション支援事業」に、「採用広報事業」より「採用支援事業」に、「学校広報事業」より「教育機関支援事業」に、それぞれ変更を行った。

プロモーション支援事業

売上高 5 億 60 百万円(前期比 25.0%減)、セグメント損失 64 百万円(前年同期はセグメント利益 2 百万円)。キャンペーン事務局や位置情報活用型 DSP 広告を始めとしたデジタル商材が伸長したことなどを要因として、広告代理店分野、自動車関連分野、自治体・公的機関・共済分野が堅調に推移した。一方、住宅・不動産分野は、感染拡大で不動産モデルルームへの集客ニーズが抑制的となったことや、ケーブルテレビ分野を中心としてポスティング等の紙媒体への引き合いが減少したこと、感染拡大の影響が続く外食・小売、旅行・宿泊の各分野の案件縮小を主要因として、前年同期及び会社計画を下回った。

顧客業種別売上高は、広告代理店 1 億 87 百万円(前年同期比 27.2%増、構成比 33.5%)、住宅・不動産 65 百万円(同 47.6%減、同 11.7%)、ケーブルテレビ 78 百万円(同 32.2%減、同 13.9%)、その他 2 億 28 百万円(同 36.7%減、40.8%)。

損益面では、売上原価率が会社計画想定通りに推移する中、販管費を予算以上に削減したものの、売上高の減少をカバーできず、前期年同期及び会社計画よりも下回った。

採用支援事業

売上高 6 億 18 百万円(前年同期比 37.1%減)、セグメント損失 77 百万円(前年同期はセグメント利益 61 百万円)。個別案件がクリエイティブ制作や採用アウトソーシングを中心に概ね会社計画の範囲内で推移した他、Web サイト「アクセス就活」が会社計画を上回った。また、クライアント企業や大学のオンライン就職セミナーの運営サポート業務について、当事業のオンラインイベント実績を背景にした引き合いが強くなり伸長した。一方、その他の連合企画(採用関連イベント)については、感染拡大に伴う企画の日程変更や参画キャンセル、成果報酬型の採用手法へのシフト、感染拡大の影響を受ける一部業界での採用手控え等を要因として、前年同期及び会社計画を下回った。

収益モデル別売上高は、連合企画 2 億 92 百万円(前年同期比 25.5%減、構成比 47.3%)、個別案件 3 億 25 百万円(同 45.4%減、同 52.6%)。

損益面では、売上原価率は会社計画より改善、販管費も予算比及び前年同期比以上に削減したものの、売上高の減少をカバーできず、前期年同期及び会社計画よりも下回った。

教育機関支援事業

売上高 3 億 19 百万円(前年同期比 50.0%増)、セグメント損失 94 百万円(前年同期はセグメント損失 1 億 51 百万円)。国内進学、外国人留学生分野とも堅調に推移した。個別案件については、特にデジタル商材が売上を牽引し、前年同期比で大幅に上昇し会社計画を上回った。連合企画、前期から企画数を絞り込んだことから前年同期比では売上・利益とも減少となったものの、ニーズをとらえた新企画の投入が寄与し、会社計画並みに推移した。

収益モデル別売上高は、連合企画 50 百万円(前年同期比 32.4%減、構成比 15.9%)、個別案件 2 億 69 百万円(同 92.1%増、同 84.1%)。

損益面では、販管費の圧縮が進みセグメント損失は前年同期及び会社計画よりも改善した。

(3) 財政状態及びキャッシュ・フロー(CF)

財政状態

	20年9月	21年3月		20年9月	21年3月
現預金	2,794	2,470	仕入債務	200	211
売上債権	352	491	短期有利子負債	2,344	2,229
たな卸資産	36	44	流動負債	2,738	2,539
流動資産	3,339	3,113	長期有利子負債	104	376
有形固定資産	85	83	固定負債	328	589
無形固定資産	58	61	純資産	855	618
投資その他	435	486	負債・純資産合計	3,922	3,747
固定資産	579	631	有利子負債合計	2,448	2,605

* 単位:百万円

21年3月末の総資産は、前期末比 1 億 74 百万円減少の 37 億 47 百万円となった。資産面では、売上債権の主な増加要因で現預金が主な減少要因となった。負債・純資産面では、長期借入金が増加要因となり、親会社株主に帰属する四半期純損失の計上による利益剰余金が主な減少要因となった。21年3月末の自己資本比率は 16.5%と前期末比 5.3 ポイント低下した。その他、総資産の約 83%を流動資産が占めるなど、資産の流動性が高い。

キャッシュ・フロー

	20/9 期 2Q	21/9 期 2Q	前期比	
営業キャッシュ・フロー	-343	-437	-94	-
投資キャッシュ・フロー	23	-48	-71	-
フリー・キャッシュ・フロー	-319	-485	-165	-
財務キャッシュ・フロー	419	162	-256	-61.2%
現金及び現金同等物の期末残高	768	2,000	1,232	160.5%

* 単位:百万円

CF の面から見ると、税金等調整前四半期純損失の拡大や役員退職慰労引当金の減少などにより営業 CF のマイナス幅が拡大した。また、敷金及び保証金の差入による支出の増加などにより投資CFがマイナスへ転じたこともあり、フリーCF のマイナス幅が拡大した。その他、短期借入金の減少などにより財務 CF のプラス幅が縮小した。

(4)トピックス

官公庁・自治体との連携事例、受託案件

東京都より、「令和 3 年度 中小企業しごと魅力発信プロジェクト実施運営等業務委託」を受託した(採用支援事業)他、衛生商材、レンタルと会場運営ノウハウを組み合わせ、複数自治体よりワクチン接種会場運営業務を受託した(プロモーション支援事業と採用支援事業)。

大学・メディアとの連携事例、受託案件

京都の企業と大学を繋ぐ就活イベント「京都マッチングセミナー」の企画・運營業務を受託した(採用支援事業)。また、「朝日新聞 EduA」とタイアップし、受験生及び保護者へ大学研究室、ゼミ情報の提供を開始した(教育機関支援事業)。

デジタル分野の強化

民放公式テレビポータルサイト「TVer」などへ WebCM を配信できる「Red TVer PMP 配信」の取り扱いを開始し、動画広告制作から配信までのトータルサポートを実施した(プロモーション支援事業)。また、進学情報サイトを「Find! アクセス進学」としてリニューアル公開。最適な学校探しと公式ウェブサイトへの誘導を強化した(教育機関支援事業)。加えて、ペネトレイト・オブ・リミット(株)と連携し、問い合わせ対応業務を自動化する AI チャットボット「amie(アミー)」の拡販を開始した(採用支援事業と教育機関支援事業)。更に、オンライン販促キャンペーン、ウェブマーケティングへの対応を強化した(プロモーション支援事業)。

その他

同社セミナースペース「アクセスフォーラム」の名称を、「アクセス渋谷スペース」、「アクセス梅田スペース」、「アクセス名古屋駅前スペース」に変更。今まで以上に多用途かつクリエイティブなスペース活用のご提案を推進した(グループ共通)。

3. 2021 年 9 月期業績予想

(1)連結業績

	20/9 期 実績	構成比	21/9 期 予想	構成比	前期比
売上高	3,789	100.0%	4,100	100.0%	+8.2%
売上総利益	1,589	42.0%	1,829	44.6%	+15.0%
販管費	1,761	46.5%	1,809	44.1%	+2.7%
営業利益	-171	-	20	0.5%	-
経常利益	-189	-	-6	-	-
親会社株主帰属利益	-310	-	-9	-	-

* 単位:百万円

前期比 8.2%の増収、営業利益 20 百万円

21/9 期第 2 四半期が終わり、21/9 期の会社計画は、売上高と各段階利益ともに変更なし。売上高は前期比 8.2%増の 41 億円。下半期からの本格的な需要回復を予想している。各事業セグメントとも、新商材を投入し、デジタル商材を拡充する。また、採用支援事業において成果報酬型サービスの拡充(採用内定時に売上計上)を重点的に展開する。更に、ワクチン接種会場も複数の自治体から受託を目指す。

営業損益は大幅に改善し、20 百万円の利益確保を見込む(前期は 1 億 71 百万円の営業損失)。オフィス移転による一定期間の地代家賃重複や移転費用を織り込んだ結果、販管費が同 2.7%増加するものの、連合企画・高利益率商品の増加と不採算案件の削減による売上総利益の増加(同 15.0%増)で吸収する。コロナ禍における運転資金確保を目的とした借入金の積み増しによる支払利息(26 百万円)の増加等で営業外損益が悪化するため、最終損益は 9 百万円の損失が見込まれるものの、減損損失等がなくなるため大幅な改善が見込まれる。

【新型コロナウイルスの影響】

プラス面

- ・協力会社のルートを開拓し、衛生商材(アクリルパーテーション、検温器等)を拡販。
- ・デジタルプロモーション商材へのニーズ拡大。
- ・採用支援事業におけるオンラインセミナーのサポート業務が拡大。
- ・大学の本格的再開と学生数確保に向けて、プロモーションが加速。特に留学分野にクライアントの関心が高い。
- ・グループ全体でレンタル事業を開始。衛生商材との組み合わせで、学校を中心に引き合い拡大。

マイナス面

- ・緊急事態宣言再発出を受け、販促を中断・延期するクライアントが発生。
- ・当社主催の採用の対面型イベントは、予定していた企画を順次延期。

同社の対応

- ・プロモーション支援事業においては、好調なキャンペーン事務局受託とデジタルプロモーション商材を拡大するとともに、防災ガイドを複数自治体へ横展開する。
- ・採用支援事業においては、成功報酬型モデル(ダイレクトリクルーティング等)に本格参入するとともに、好調な個別案件の受注を促進する。
- ・教育機関支援事業においては、デジタル・アナログ・モノによる支援のベストプラクティスを創出するとともに、大学・専門学校以外の教育機関全般を対象とした支援に領域を拡大する。

(2)今後の成長戦略と成長ビジョン

同社の事業フィールドにおける「トータルサポートカンパニー」となり、①デジタル、②グローバル、③大型案件の受託、④アライアンスの 4 点を戦略として、早期回復と成長加速を目指す。

◎プロモーション支援事業

豊富な協力会社との連携を通じて、幅広いプロモーションニーズへ対応する。また、広告代理店との連携によるキャンペーン事務局案件の拡大を図る。加えて、デジタル商材を強化するとともに、垂直統合による上流から下流まで一気通貫で受託できる体制を強化する。

◎採用支援事業

採用活動の総合支援業務の拡大を図る。大学キャリアセンターとの連携をさらに強化するとともに、インターンシップ企画を強化する。また、他社とのアライアンスの拡大を図るとともに、成果報酬型モデルへのシフトを推進する。更に、外国人留学生・外国人材採用支援を加速する。

◎教育機関支援事業

広報以外の分野での受託拡大を目指す。また、大学、専門学校以外の教育機関・教育関連企業とのタイアップを強化するとともに、他社とのアライアンスによる海外現地での学生募集活動の支援を拡大する。加えて、システム、モノも含めた取扱商材の拡充とコンタクト先の拡大を推進する。

(3)株主還元

配当
新型コロナウイルスの感染拡大や経済情勢が依然不透明であることから、「未定」を継続。配当予想の公表が可能となった段階で改めて公表する考え。

同社は株主に対する利益還元を経営の重要課題の一つであると認識しており、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。

株主優待

株主への日頃の支援に感謝すると共に、同社株式への投資の魅力を高めること及び中長期保有株主の増加を目的に、21/9期に株主優待制度を導入した。具体的には、毎年3月末の保有株式数に応じて、「プレミアム優待倶楽部」のポイントを進呈する(ポイントは商品との交換や寄付が可能)。毎年3月末に3単元(300株)以上保有の株主を対象とするもので、中長期保有の株主に積極的に還元するべく、2年目以降の還元をより多くする。

同社の株主の大半は個人投資家であることから、まずは個人株主への魅力を高める。中長期的には、株主優待のプラットフォームを活かして株主との対話も強化していく考え。

株主優待ポイント表(1ポイント≒1円)

保有株式数	初年度	2年目以降	贈呈時期
300株～499株	3000ポイント	3500ポイント	5月中旬
500株～799株	6000ポイント	7000ポイント	
800株～999株	10000ポイント	12000ポイント	
1000株～	15000ポイント	18000ポイント	

※ 2年目以降のポイント表は、2022年3月末を権利確定日とするポイント付与分より適用される。

4. 今後の注目点

同社の22/9期会社計画は、下期からの本格的な需要回復を見込んだ内容となっている。残念ながら下期に入っても新型コロナウイルス感染症拡大が継続しており、未だ収束の目処がっていない。会社計画の達成に向けたハードルは高く、より一層のがんばりが必要となりそうである。しかし、上期は厳しい事業環境となったものの、各種の企業努力により実りが多い時期でもあった。プロモーション支援事業では、キャンペーン事務局受託とデジタルプロモーション商材の拡大が推進された他、複数の自治体よりワクチン接種会場運営業務の受託を獲得した。また、採用支援事業では、成果報酬型サービス(ダイレクトリクルーティング等)への体制が整った。加えて、教育機関支援事業においては個別案件を中心にデジタル商材が好調に推移し、売上高が前年同期比で大幅に増加した。また、コスト面においても売上原価率のコントロールと販管費の削減が進み、損益分岐点の引下げが図られるとともに、第2四半期は第1四半期に比べ業績の回復傾向が示された。これらの企業努力は、いずれ需要が回復する局面において、業績の回復力を高め、成長性の加速に結び付くものと期待される。ワクチン接種の拡大により今後経済が正常化する局面で、どのような業績回復力となって表れるのか今から楽しみである。その牽引役となるであろう今下期の大口の業務受託の獲得状況が注目される。

また、同社は、ワクチン接種会場の受託事例を活かし、準備から運営までワンストップでサポートする感染対策対応型の会場運営パッケージサービスの提供を開始した。同社はこれまでに培った対面型イベント運営や各種事務局代行のノウハウと、衛生商材、レンタルサービスを組み合わせることで、複数の自治体より新型コロナウイルスワクチン接種会場の運営を受託している。この会場運営パッケージサービスは、会場レイアウト設計から各種設備・用品の提供、スタッフ手配や当日の運営まで、スムーズに会場運営を準備・開始できる体制を構築し、安心・安全な会場運営やイベントの実現をサポートするサービスである。今後予定される大規模接種会場の設置や大学構内での会場設置構想、更にはワクチン接種会場以外での会場運営・イベントなどにもサービスを拡大する方針であり、今後自治体や関係機関、企業、教育機関などからの受託拡大が期待される。新たに開始した会場運営パッケージサービスの受託状況についても注目していきたい。

<参考:コーポレート・ガバナンスについて>

◎組織形態及び取締役、監査役の構成

組織形態	監査役設置会社
取締役	7名、うち社外1名
監査役	3名、うち社外2名

◎コーポレート・ガバナンス報告書(更新日:2021年01月18日)

基本的な考え方

当社グループは、法令・企業倫理・社会規範等の遵守が当社グループの経営の根幹であるとの認識の下、健全で透明性の高い経営を行うとともに、経営環境の変化に迅速かつ確に対応し、企業価値を高めることを、コーポレート・ガバナンスの基本方針としております。また、株主をはじめとする全てのステークホルダーに対して適時に適切な情報開示を行い、社会的信頼に応えながら持続的成長を遂げるため、コーポレート・ガバナンスの充実と強化に努めております。

<コーポレート・ガバナンスコードの各原則を実施しない理由>

当社はコーポレート・ガバナンスコードの基本原則をすべて実施しております。

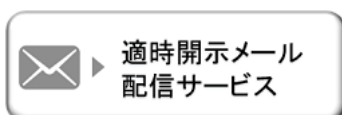
<コーポレート・ガバナンスコードの各原則に基づく開示>

当社が実施しているコーポレート・ガバナンスコードは基本原則のみとなるため、記載はしていません。

本レポートは情報提供を目的としたものであり、投資勧誘を意図するものではありません。また、本レポートに記載されている情報及び見解は当社が公表されたデータに基づいて作成したものです。本レポートに掲載された情報は、当社が信頼できると判断した情報源から入手したものです。その正確性・完全性を全面的に保証するものではありません。当該情報や見解の正確性、完全性もしくは妥当性についても保証するものではなく、また責任を負うものではありません。本レポートに関する一切の権利は(株)インベストメントブリッジにあり、本レポートの内容等につきましては今後予告無く変更される場合があります。投資にあたっての決定は、ご自身の判断でなされますようお願い申し上げます。

Copyright(C) Investment Bridge Co.,Ltd. All Rights Reserved.

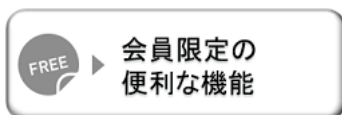
ブリッジレポート(アクセスグループ・ホールディングス:7042)のバックナンバー及びブリッジサロン(IRセミナー)の内容は、www.bridge-salon.jp/ でご覧になれます。



適時開示メール
配信サービス

同社の適時開示情報の他、レポート発行時にメールでお知らせいたします。

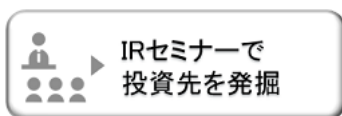
[>> ご登録はこちらから](#)



会員限定の
便利な機能

ブリッジレポートが掲載されているブリッジサロンに会員登録頂くと、株式投資に役立つ様々な便利機能をご利用いただけます。

[>> 詳細はこちらから](#)



IRセミナーで
投資先を発掘

投資家向けIRセミナー「ブリッジサロン」にお越しいただくと、様々な企業トップに出逢うことができます。

[>> 開催一覧はこちらから](#)