

2022年9月期第2四半期

# 決算説明資料

2022年5月13日

そのとき、ベストな未来へ。

ACCESS Group

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.08 |
| 4 | 2022年9月期 業績予想 | P.14 |
| 5 | 今後の戦略・株主還元    | P.17 |

# 1 エグゼクティブサマリー

---

すべてのセグメントが、売上・損益面とも前期比伸長。特に、プロモーション支援事業のキャンペーン事務局、自治体・公的機関・共済分野等が堅調で売上を牽引。採用支援事業も損益改善効果大きく、セグメント黒字を確保。前期堅調の教育機関支援事業も、販管費増を吸収し、さらに伸長。

|  |   |
|--|---|
| <b>売上高 1,660百万円 (前期比 +10.8%)</b>                   |   |
| プロモーション支援事業<br>707百万円 (+ 26.2%)                    | キャンペーン事務局、デジタル商材が広告代理店分野で伸長。自治体・公的機関・共済分野も堅調。全体で前期を大きく上回り、概ね想定内で推移。 |
| 採用支援事業<br>625百万円 (+ 1.1%)                          | 個別案件は採用代行業務、新卒紹介等が伸長。官公庁案件も堅調。連合企画はイベントを厳選・効率化。セグメント全体では前期比伸長。      |
| 教育機関支援事業<br>328百万円 (+ 2.6%)                        | 個別案件が堅調。特にデジタル広告が売上を牽引。連合企画は利益効率を重視し、企画数を絞り込み。セグメント全体で前期上回り、概ね想定内。  |
| <b>営業利益 △69百万円 (前期比 +154百万円*)</b> 営業損失の発生は期初段階より想定 |   |
| プロモーション支援事業<br>△2百万円 (+ 62百万円*)                    | 要因は売上と同様。原価率は前期を上回るも、販管費は前期比減。いずれも想定通り。全体で前期を大きく上回る。                |
| 採用支援事業<br>26百万円 (+103百万円*)                         | 要因は売上と同様。原価率は前期比若干アップ。販管費は前期・想定を下回る。全体で前期比大きく改善。概ね想定範囲で、セグメント利益確保。  |
| 教育機関支援事業<br>△90百万円 (+ 3百万円*)                       | 要因は売上と同様。原価率は前期比並み。販管費は前期比増も想定を下回る。セグメント損失は前期並みで想定より改善。             |
| 当社 (アクセスグループ・ホールディングス)                             | 経費抑制に努め、販管費は圧縮。   |

\*前期または当期に営業損失が発生しているため、金額による比較をしております。

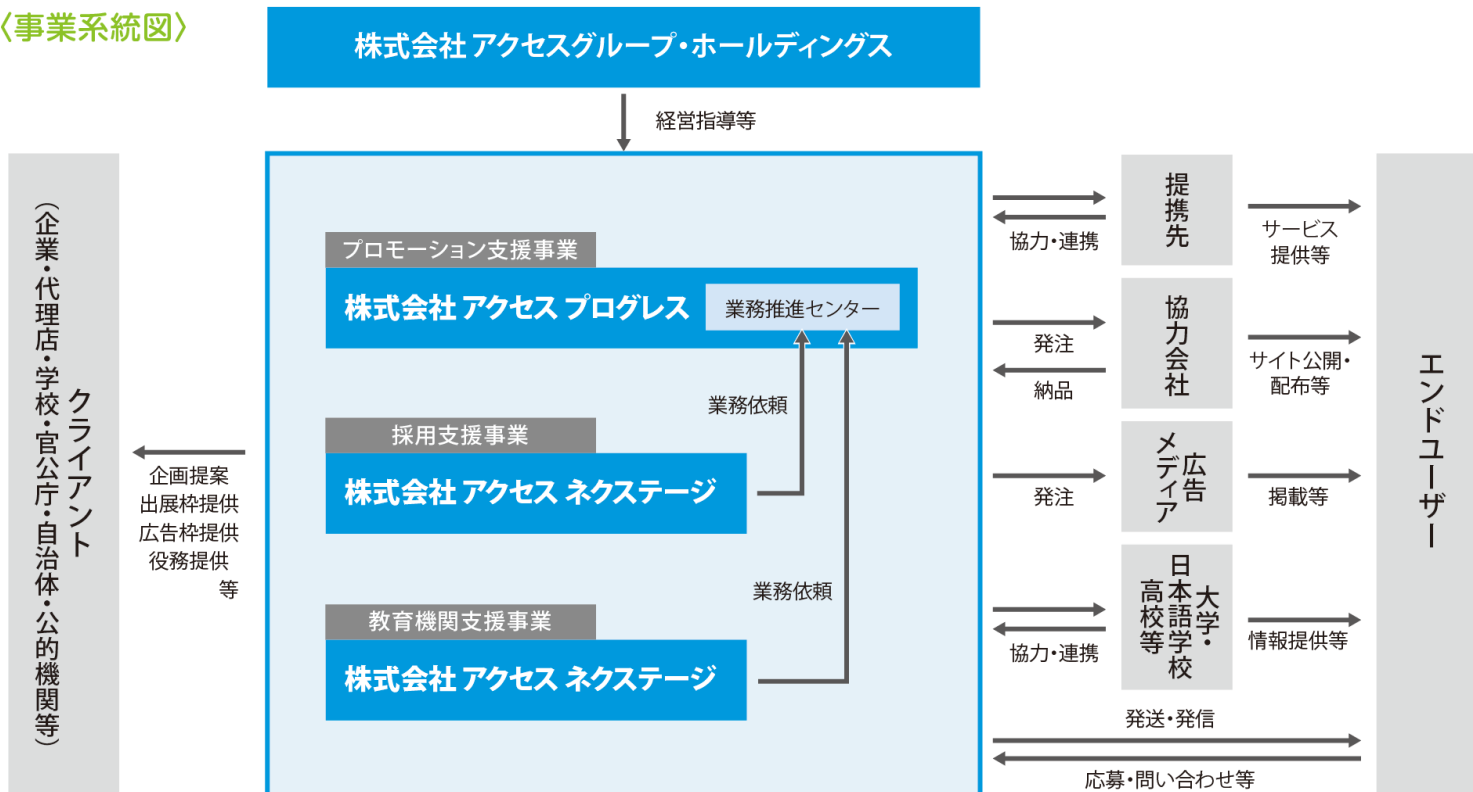
◎通期の業績予想は維持。配当予想は「未定」を継続。

## 2 会社概要

---

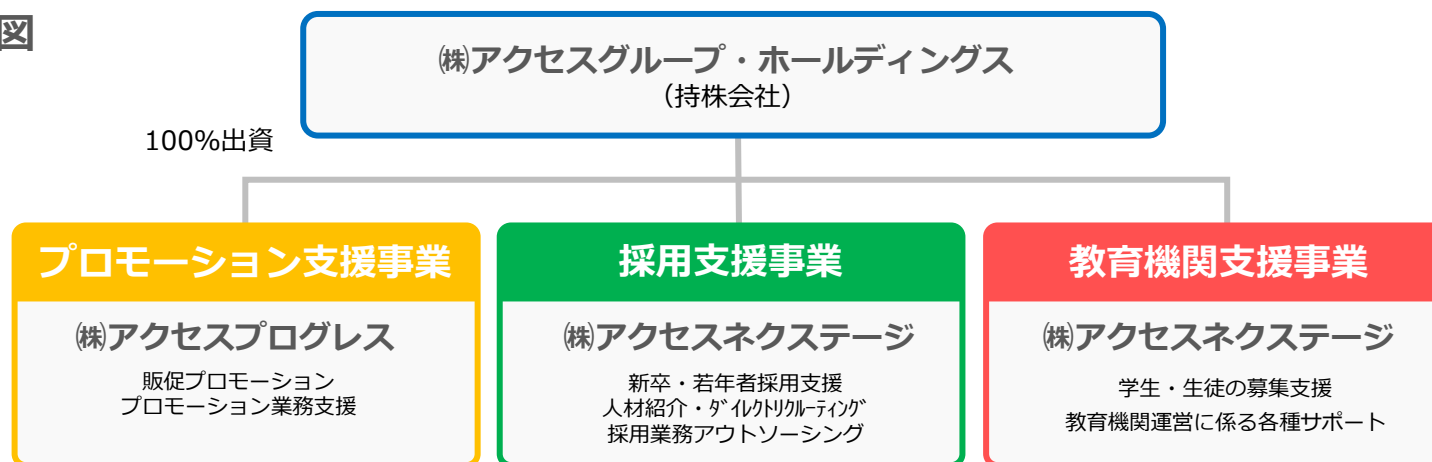
わたしたちは、人や社会をベストな未来に導くために、心の通うメディアとコミュニケーションの場を創造します

〈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   | 15名 (グループ会社計 140名) ※2022 (令和4) 年3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



## 3 業績ハイライト

---



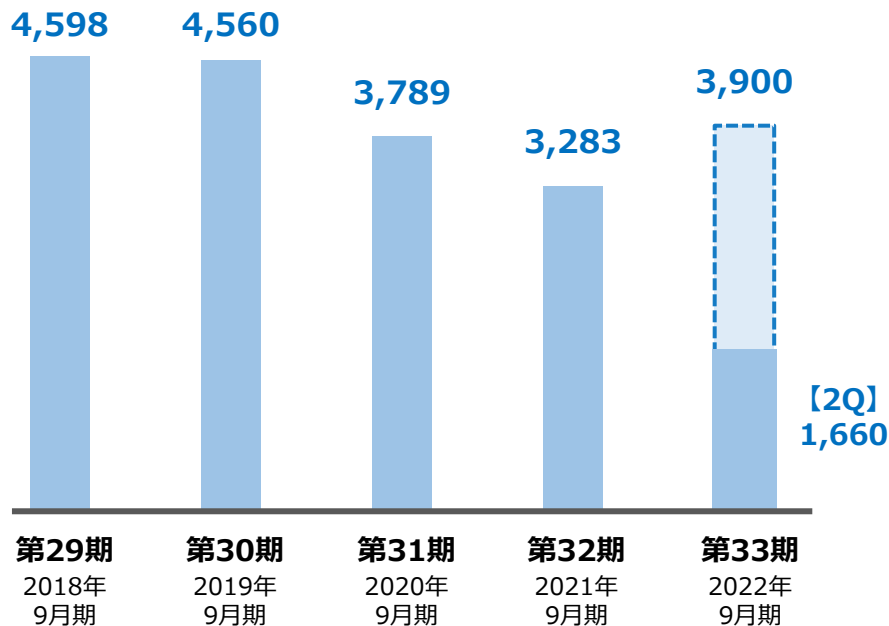
(単位：百万円)

|                      | 2021年<br>9月期2Q | 百分比    | 2022年<br>9月期2Q | 百分比    | 前年同期比 | 増減率     |
|----------------------|----------------|--------|----------------|--------|-------|---------|
| 売上高                  | 1,498          | 100.0% | 1,660          | 100.0% | + 162 | + 10.8% |
| 売上原価                 | 890            | 59.4%  | 977            | 58.8%  | + 86  | + 9.7%  |
| 売上総利益                | 607            | 40.6%  | 683            | 41.2%  | + 75  | + 12.5% |
| 販売費及び一般管理費           | 831            | 55.5%  | 752            | 45.3%  | △ 78  | △ 9.4%  |
| 営業損失                 | △ 223          | —      | △ 69           | —      | + 154 | —       |
| 経常損失                 | △ 242          | —      | △ 83           | —      | + 158 | —       |
| 税金等調整前四半期純損失         | △ 242          | —      | △ 83           | —      | + 158 | —       |
| 親会社株主に帰属する<br>四半期純損失 | △ 244          | —      | △ 85           | —      | + 158 | —       |

※売上高及び営業利益には、消費税は含まれておりません。

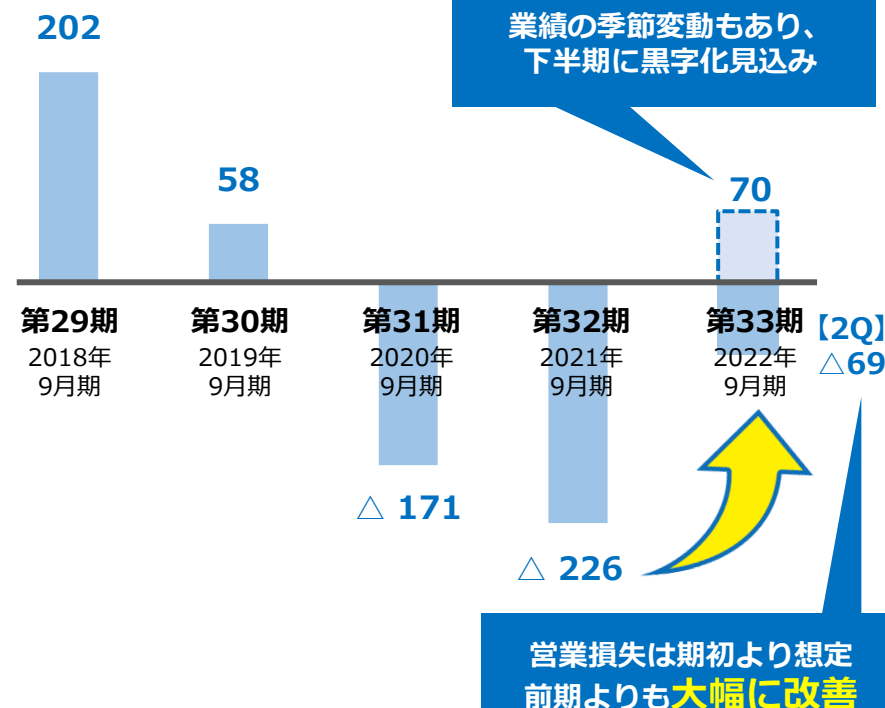
## 売上高推移

(単位：百万円)



## 営業利益推移

(単位：百万円)



### 〈業績の季節変動について〉

#### ■採用支援事業

就活関連の企画実施やアウトソーシング業務、人材紹介等が増加する第2四半期から第4四半期に売上が集中する傾向

#### ■教育機関支援事業

教育機関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

## 企業のプロモーション・業務アウトソーシング

販促プロモーションからアウトソーシングまで豊富な商材とノウハウでトータルサポートを提供

### クライアント層

- 広告
- 自治体・公的機関・共済
- ケーブルテレビ
- 外食・小売
- 住宅・不動産
- 旅行・宿泊
- 自動車 など

取引先  
約400法人

### 販促プロモーション支援

- デジタルプロモーション
- セールスプロモーション
- イベントプロモーション
- クリエイティブ制作



### プロモーション業務支援

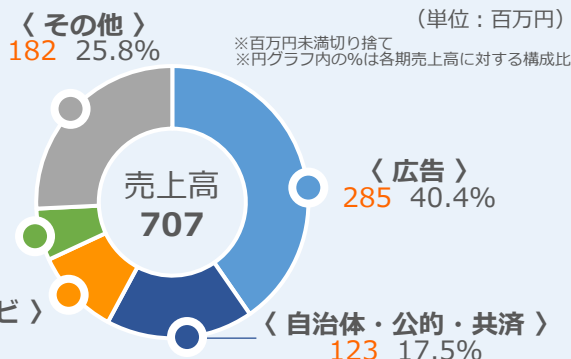
- キャンペーン事務局
- 印刷・発送・業務代行等
- データ管理・DM発送



関西キャンペーン事務局を開設



2022年9月期  
第二四半期



**売上高** 7億 7百万円 (前期比+26.2%)

キャンペーン事務局、デジタル商材が広告代理店分野で伸長。ワクチン接種会場、PCR検査会場運営代行の受託も順調で、自治体・公的機関・共済分野を中心に堅調。前期を大きく上回り、概ね想定範囲で推移。

**セグメント利益** △2百万円 (前期は△64百万円)

売上と同様。原価率は前期を上回るも、販管費は前期比減。いずれも想定通り。全体で前期を大きく上回る。

※ 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。

## 新卒・若年者の採用を行う企業の採用支援と業務アウトソーシング

学生・若年層を対象に「人と企業のベストマッチング」による雇用の場を創出。ノウハウをもとに広く採用を支援。

### クライアント層

- 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

取引先  
約900法人

### 採用へ直結する採用マッチング企画

新卒 **アクセス 就活** フェア

大学別 **UNEPLATZ アクセス 就活 LIVE**

テーマ別 **アクセス 就活 FOCUS**



### クリエイティブ・採用アウトソーシング

- 採用ツール制作
- 採用業務アウトソーシング



### 官公庁・大学からの受託

- 東京都「令和4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」ほか
- オンライン説明会運営支援
- 大学キャリアセンター主催企画支援

### 人材紹介

- 新卒・若年者
- 外国人留学生
- 海外グローバル人材



2022年9月期  
第二四半期

〈 連合企画 〉  
174  
27.9%



〈 個別案件 〉  
450  
72.1%

(単位：百万円)

※百万円未満切り捨て  
※円グラフ内の%は各期売上高に対する構成比

- ※ 連合企画とは、当社グループが自社で企画する広報企画商品を総称するものです。1つの広告メディアにおいて、複数のクライアントから出展・出稿を募集します。
- ※ 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。

**売上高** 6億25百万円 (前期比+1.1%)

個別案件は、採用代行業務、新卒紹介、ダイレクトリクルーティング、イベント関連が伸長。官公庁案件も想定を上回り、堅調。連合企画は、イベントを厳選・効率化。一部販売が想定を下回る。セグメント全体では前期比伸長。

**セグメント利益** 26百万円 (前期は△77百万円)

売上と同様。原価率は前期比若干アップ。販管費は合理化奏功し、前期比大きく減で想定も下回る。セグメント全体では前期比で大きく改善。概ね想定範囲で、セグメント利益確保。

## 大学等教育機関の学生募集支援と業務アウトソーシング

「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・モノを融合し、教育機関をトータル支援。

### クライアント層

- 大学・大学院・短大・専門学校
- 私立中学・高校
- 独立行政法人・公的機関
- 教育関連企業

取引先  
約600法人

### 企画広告

- 国内受験生向け

アクセス進学 Find!



- 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



### クリエイティブ

- 学校案内
- ノベルティ
- Web
- 各種ツール
- 動画



### アウトソーシング

- 進学説明会支援
- オープンキャンパス運営
- リサーチ/データ集計等

### 広報・運営支援

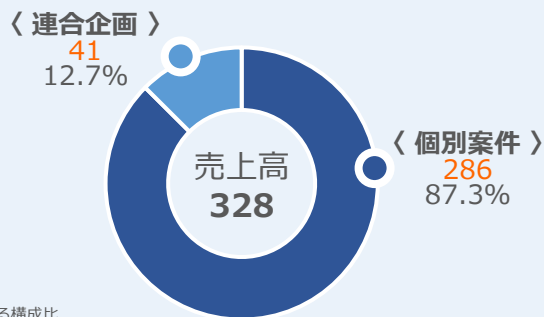
- Web出願システム導入
- 募金活動・同窓会プロモーション
- 教育関連企業へのサポート

### 公的機関等からの受託

- 文部科学省案件
- 日本学生支援機構
- 大学連合、専修学校協会 等



2022年9月期  
第二四半期



(単位：百万円)

※百万円未満切り捨て  
※円グラフ内の%は各期売上高に対する構成比

- ※ 連合企画とは、当社グループが自社で企画する広報企画商品を総称するものです。1つの広告メディアにおいて、複数のクライアントから出展・出稿を募集します。
- ※ 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。

**売上高** 3億28百万円 (前期比+2.6%)

個別案件が堅調。特にデジタル広告が売上を牽引。連合企画は利益効率を重視し、前期より企画数を絞り込み。想定は上回る。セグメント全体で前期を上回り、概ね想定内で推移。

**セグメント利益** △90百万円 (前期は△94百万円)

要因は売上と同様。原価率は前期比並み。販管費は前期比増も想定を下回る。セグメント損失は前期並みで想定より改善。

## 4 2022年9月期 業績予想

---

## 2021年11月12日公表の通期の連結業績予想を据え置き。

(単位：百万円)

|                     | 2021年<br>9月期 | 百分比    | 2022年<br>9月期 | 百分比    | 前年同期比 | 増減率     |
|---------------------|--------------|--------|--------------|--------|-------|---------|
| 売上高                 | 3,283        | 100.0% | 3,900        | 100.0% | + 616 | + 18.8% |
| 売上原価                | 1,900        | 57.9%  | 2,220        | 56.9%  | + 319 | + 16.8% |
| 売上総利益               | 1,382        | 42.1%  | 1,680        | 43.1%  | + 297 | + 21.5% |
| 販売費及び一般管理費          | 1,608        | 49.0%  | 1,610        | 41.3%  | + 1   | + 0.1%  |
| 営業利益又は営業損失          | △ 226        | —      | 70           | 1.8%   | + 296 | —       |
| 経常損失                | △ 246        | —      | 43           | 1.1%   | + 289 | —       |
| 税金等調整前当期純損失         | △ 425        | —      | 43           | 1.1%   | + 468 | —       |
| 親会社株主に帰属する<br>当期純損失 | △ 429        | —      | 39           | 1.0%   | + 468 | —       |

- ・ 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。**
- ・ **関西キャンペーン事務局の本格稼働**による受託キャパシティの拡大。
- ・ 採用支援事業で**成果報酬型サービスの拡充**を重点展開。
- ・ **ワクチン接種運営代行**も複数自治体、大学から受託を継続。

## キャンペーン事務局受託体制の強化

### プロモーション

**「関西キャンペーン事務局」を開設**  
需要高まるキャンペーン事務局業務の運営体制を強化



【関西キャンペーン事務局】  
所在地：大阪府吹田市垂水町3-18-9  
業務内容：キャンペーン事務局運営代行、その他各種業務代行

## 他社との業務提携事例

### プロモーション

(株) ウィルズと業務提携し、オンライン・ハイブリッド型  
IRイベント運営支援サービスを提供

### 採用

CLINKS (株) との共催で、若年者向けIT人材育成  
支援プロジェクトをスタート

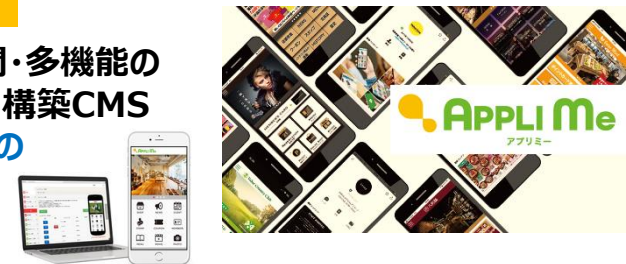
### 採用

(株) Scale Managementと業務提携し、  
新卒採用支援サービスを共同開発・提供

## 新たなデジタル商材事例

### プロモーション

低価格・短期間・多機能の  
オリジナルアプリ構築CMS  
「APPLI Me」の  
提供を開始





## 5 今後の戦略・株主還元

---

## 事業フィールドでの「トータルサポートカンパニー」を目指す



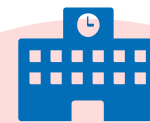
### プロモーション支援事業

- ①デジタル、②キャンペーン事務局、③業務代行（業務推進センター活用）、を成長領域として黒字化へ
- 新商材の投入とコンサル型営業へのシフトで売上・利益を拡大
- 業務代行機能の拡充・効率性の追求で収益性の改善へ



### 採用支援事業

- 採用活動の総合支援業務の拡大
- 大学キャリアセンターとの連携のさらなる強化
- 市場ニーズの高い新卒紹介に注力
- アライアンス強化で就活生を育てて紹介するスキームの構築
- 大学キャリアセンターとの受託業務拡大



### 教育機関支援事業

- 教育機関の総合支援化。  
広報以外の分野での受託拡大
- 外国人留学生募集支援の拡大、  
海外現地での学生募集活動の支援拡大
- 大学の募金・校友課・同窓会、  
その他部署、資格試験団体、塾、  
教育関連企業等との取引推進

①デジタル、②業務代行機能の拡充、  
③官公庁を含む大型案件の受託、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。

## アクセスフォーラムの体制を見直しとオフィスの移転を実施

### 合理化の内容と目的

- ・ 渋谷フォーラムを縮小、名古屋駅前フォーラムを閉鎖
- ・ フォーラム再編に伴い、一部オフィスを移転
- ・ 経営資源のより効率的な活用と、成長分野への投資を促進
- ・ 2023年9月期以降のさらなる収支改善に繋げる

### (フォーラムの体制見直し)

| 名称         | 方針                    |
|------------|-----------------------|
| 渋谷フォーラム    | 2022年9月末までに縮小         |
| 名古屋駅前フォーラム | 2022年9月末までに閉鎖         |
| 梅田フォーラム    | 現状維持<br>(2021年4月に縮小済) |

### (オフィスの移転)

| 会社名                | 名称    | 方針                  |
|--------------------|-------|---------------------|
| (株)アクセス<br>プロGRESS | 名古屋支社 | 2022年9月末までに移転※1     |
| (株)アクセス<br>ネクステージ  | 東京本社  | 2022年9月末までにフロアを移転※2 |
|                    | 名古屋支社 | 2022年9月末までに移転※1     |

※1移転先については、現在精査中  
 ※2契約中の渋谷クロスタワー21階及び24階のうち、2022年9月末までに24階に集約します。

### 合理化の理由

- ・ 従来は、合同企業説明会、進学説明会などマッチング企画を多数開催。会場費を固定化し、企画販売数の伸長で、スケールメリットと利益を創出
- ・ コロナ禍を受けた市場環境や行動スタイルの変化で、対面型企画の需要回復は限定的と判断。収益効果の高い企画や事業モデルにシフト
- ・ 年間で固定費の発生するフォーラムを、費用対効果の高いエリア・規模に限定

### 合理化の影響と予想される効果

- ・ 現状回復費用・オフィスの移転費用等は関係各所へ見積りを取得中。精査が必要のため、2022年9月期連結業績への影響額は、算定でき次第、適時に開示。
- ・ 合理化の結果、2023年9月期以降は、毎期約1億円の経費削減を見込み、一層の収支改善が図られると判断

★オンライン化や別会場開催により、売上機会の逸失は軽微

- 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月期の期末配当の予想については、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。**

|      |              |
|------|--------------|
|      | 2022年9月期（予想） |
| 配当金額 | 未定           |

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。  
(ポイントによる寄付も可能)



株主優待ポイント表

| 保有株式数     | 進呈ポイント数        |                |
|-----------|----------------|----------------|
|           | 初年度            | 2年目以降          |
| 300株～499株 | ★ 3,000 point  | ★ 3,500 point  |
| 500株～799株 | ★ 6,000 point  | ★ 7,000 point  |
| 800株～999株 | ★ 10,000 point | ★ 12,000 point |
| 1,000株以上  | ★ 15,000 point | ★ 18,000 point |

## 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

## 目的

- 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

- ・ 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。

- 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。