

2023年3月期

決算説明資料

2023年5月18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.07
③	業績ハイライト	P.21
④	2024年3月期 業績予想・取り組み	P.27
⑤	株主還元	P.31

- 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

事業年度末日を3月31日に変更しました。
2023年3月期は、「6カ月変則決算」です。

変更前

毎年 9月30日



変更後

3月31日

※当社の連結対象子会社についても同様に変更。

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・利益とも前年同期比で大幅伸長。 例年、業績の季節変動による繁忙期前に黒字化を達成

売上高 **1,906百万円（前年同期比+14.8%）**

プロモーション 支援事業	843百万円（前年同期比+19.2%）	販促キャンペーン等事務局運営代行が堅調に推移。 自治体・官公庁関連業務の受託が増加。
採用 支援事業	796百万円（前年同期比+27.4%）	対面型採用イベントのニーズが復調。採用業務アウトソーシング、新卒向け人材紹介伸長。採用活動の早期化に伴い受注が増加。
教育機関 支援事業	266百万円（前年同期比△18.9%）	留学生募集ニーズが大幅に回復、デジタル広告、寄付募金関連の個別案件が伸長。前期にあった大学職域接種の失注により前年同期減も想定内。

営業利益 **57百万円（前年同期比+126百万円）**

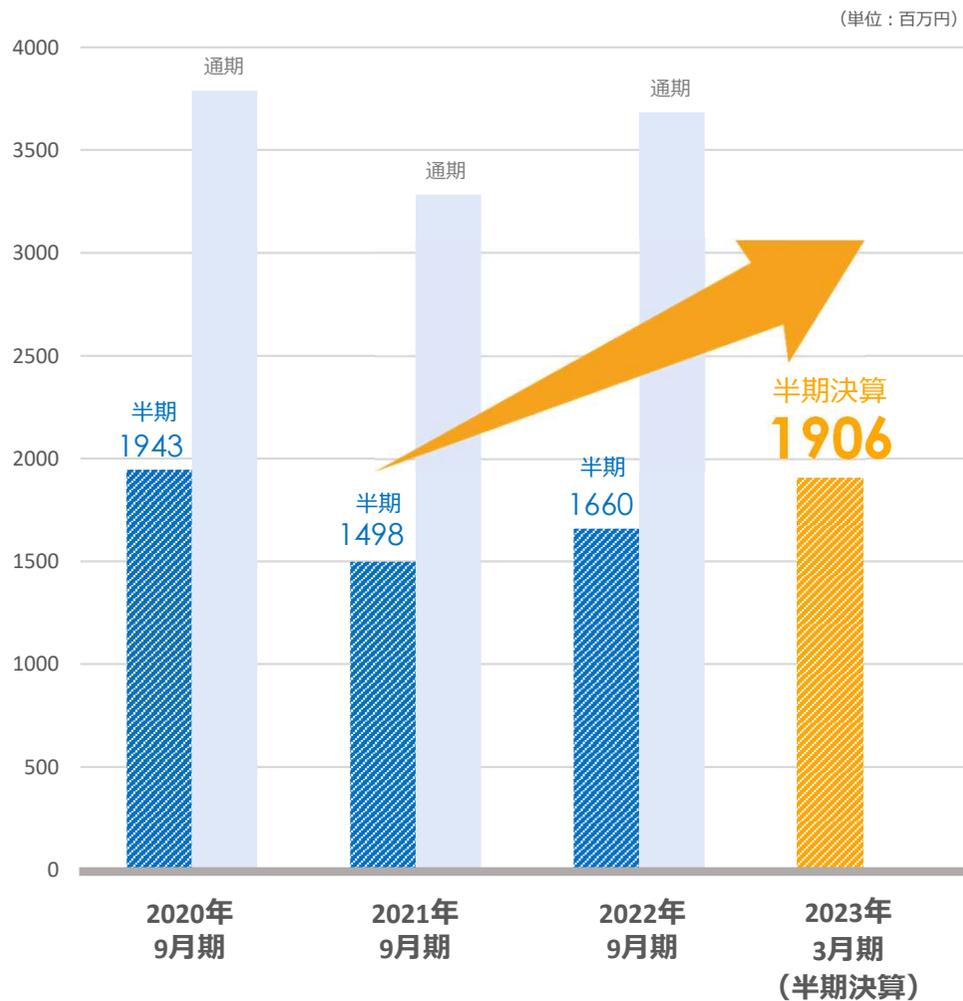
プロモーション 支援事業	19百万円（前年同期比+21百万円）	売上高の伸長に伴い、 営業黒字転換 。
採用 支援事業	126百万円（前年同期比+100百万円）	高収益型商材と官公庁関連が牽引。販管費の削減も奏功し、 大幅増益 。
教育機関 支援事業	△105百万円（前年同期比△15百万円）	ワクチン職域接種運営見送りを主要因に前年同期比減となるも、期初より見込んでおり、 概ね想定どおり 。
当社 （アクセスグループ・ホールディングス）		合理化施策が奏功 、販管費の抑制に努め増益を後押し。

- ◎プロモーション支援、採用支援のセグメント利益が伸長。教育機関支援は繁忙期前となる当期の損失は期初想定どおり。
- ◎連結ベースでも各段階利益を確保し、当期純利益は43百万円。

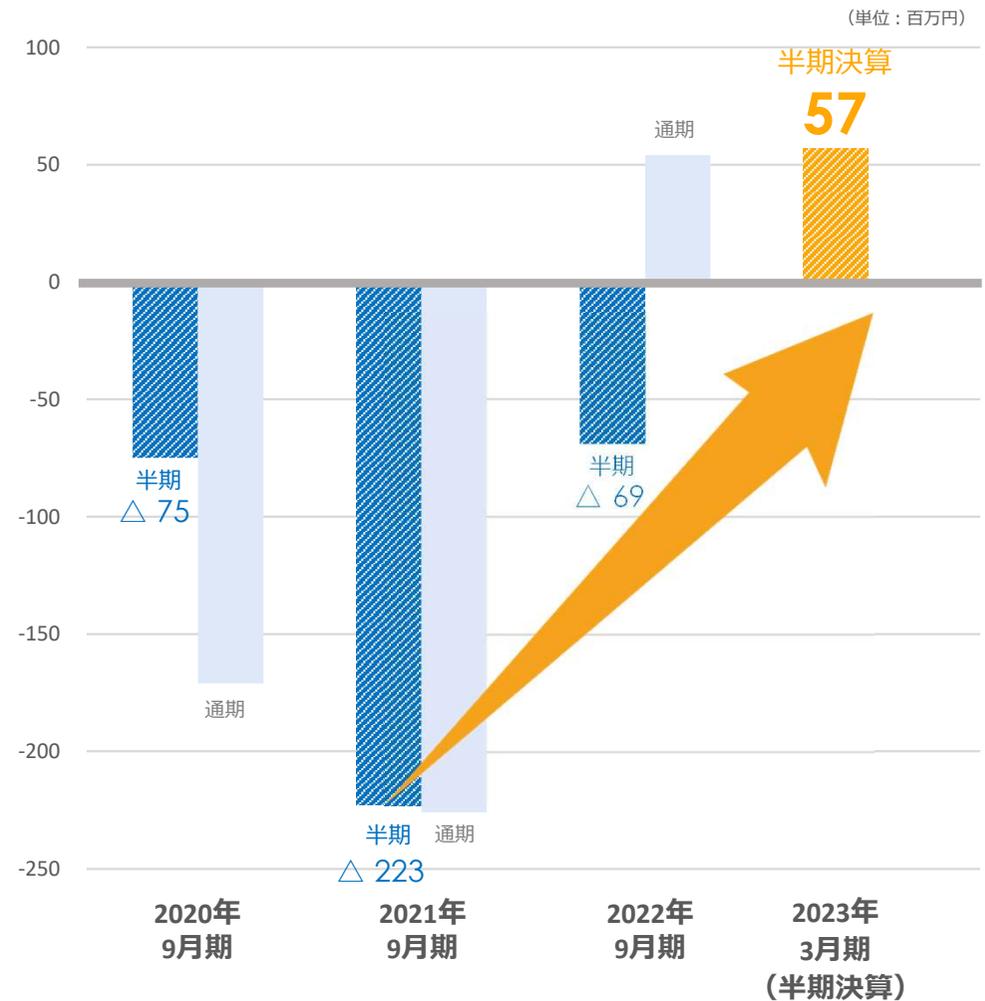
注) 当連結会計年度は6か月間の変則決算にて、上記の「前年同期比」は2022年9月期第2四半期累計（2021年10月～2022年3月）との対比となります。

コロナによる業績ダメージが回復。 業績の季節変動による例年の繁忙期前に、黒字化を達成

売上高



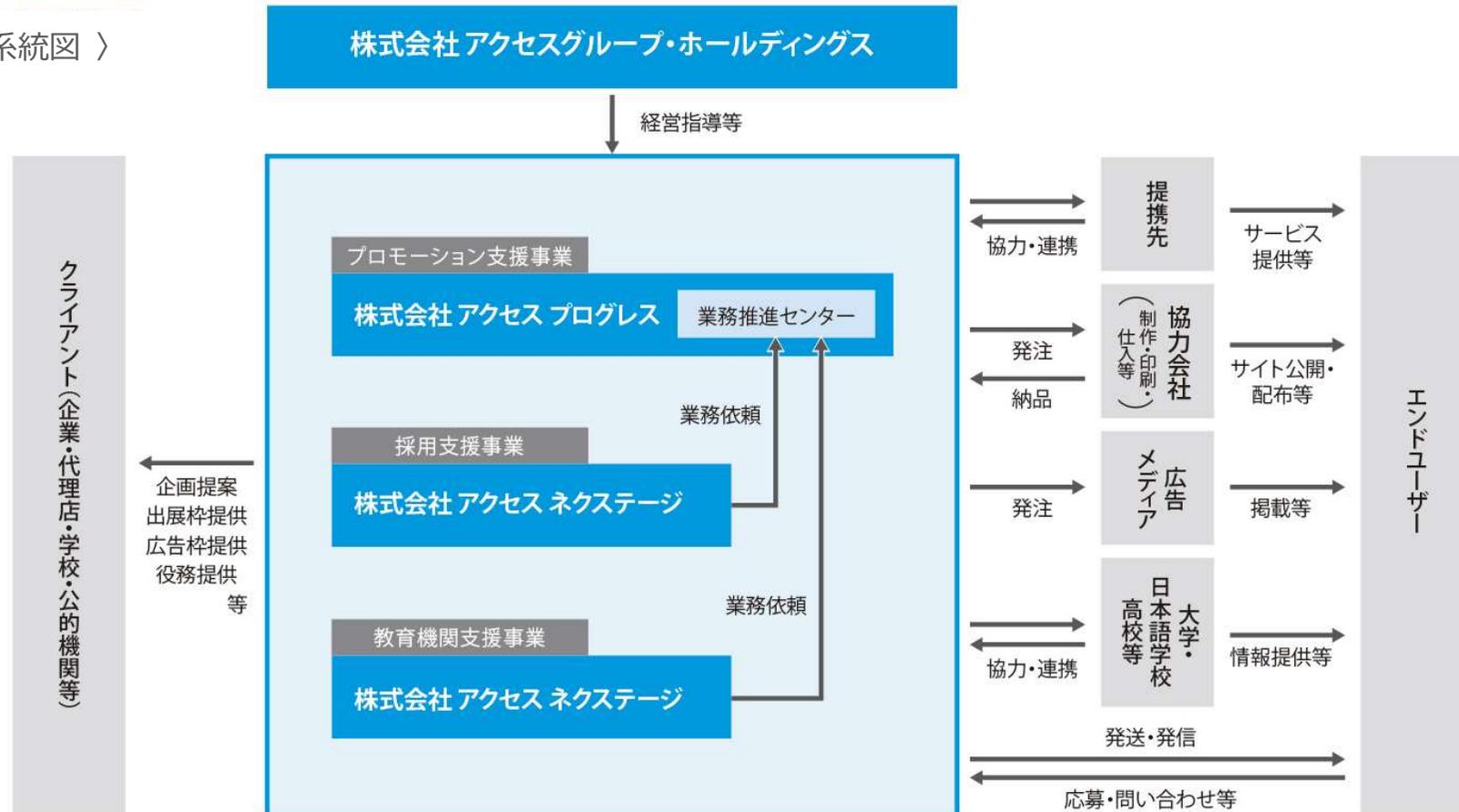
営業利益



2 会社概要

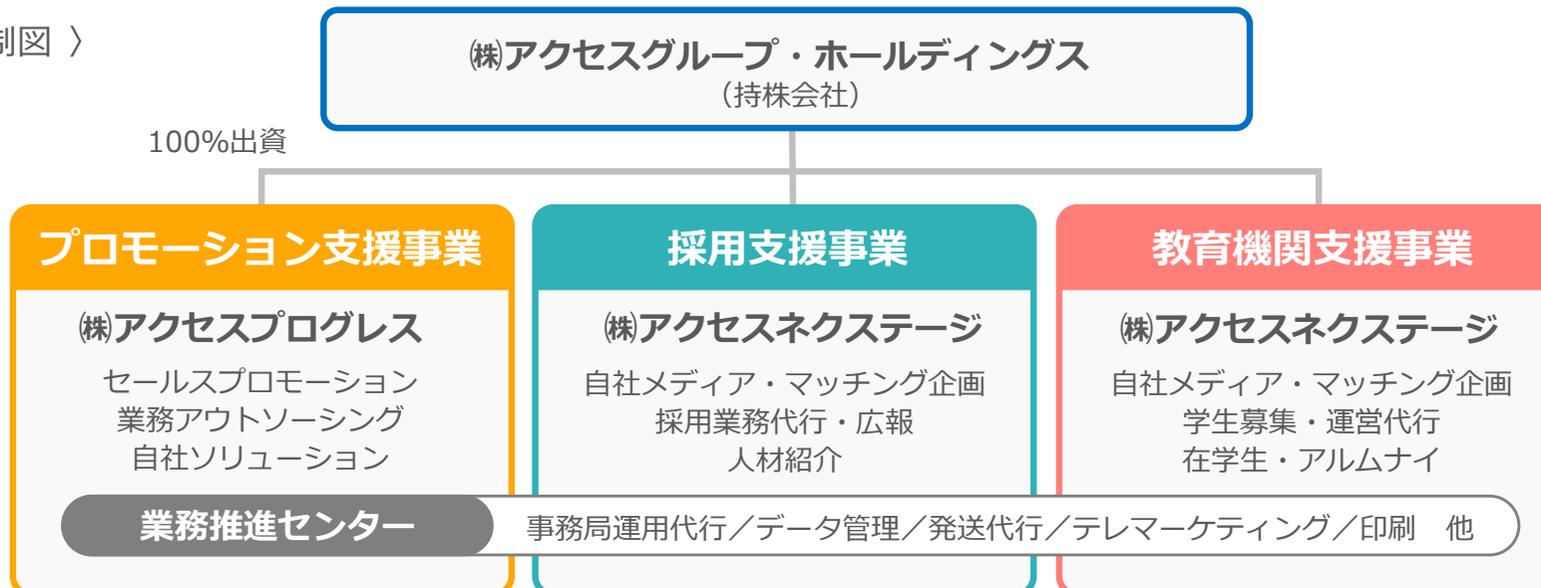
わたしたちは、人や社会をベストな未来に導くために、心の通うメディアとコミュニケーションの場を創造します

〈 事業系統図 〉

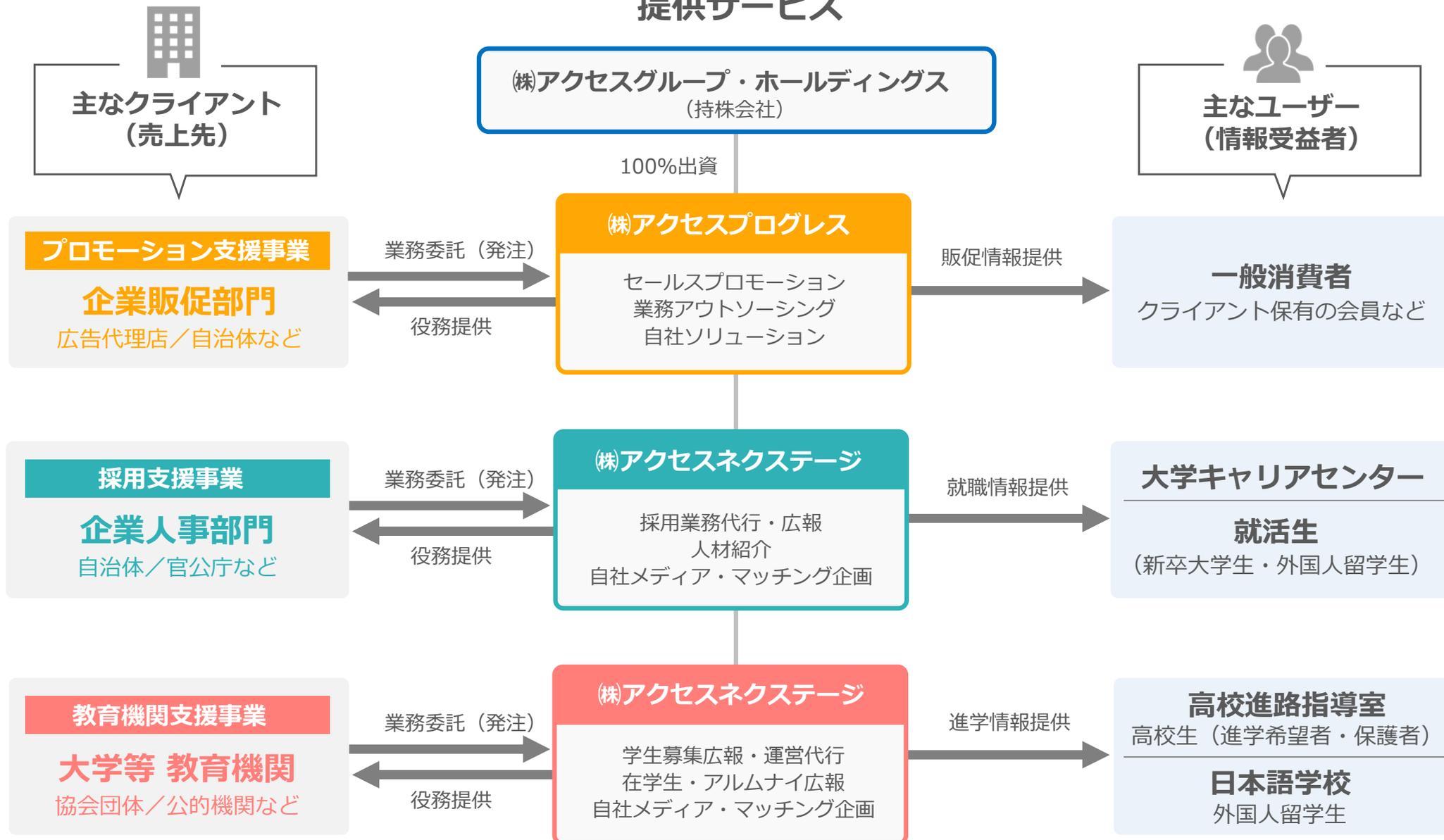


商号	株式会社アクセスグループ・ホールディングス (ACCESS GROUP HOLDINGS CO., LTD)
設立	1990 (平成2) 年4月 ※創業1982 (昭和57) 年10月
資本金	80,000千円
代表者	代表取締役社長 木村 勇也
社員数	14名 (グループ会社計 128名) ※2023 (令和5) 年3月31日現在
本社所在地	東京都港区南青山1-1-1 新青山ビル東館15F

〈 体制図 〉

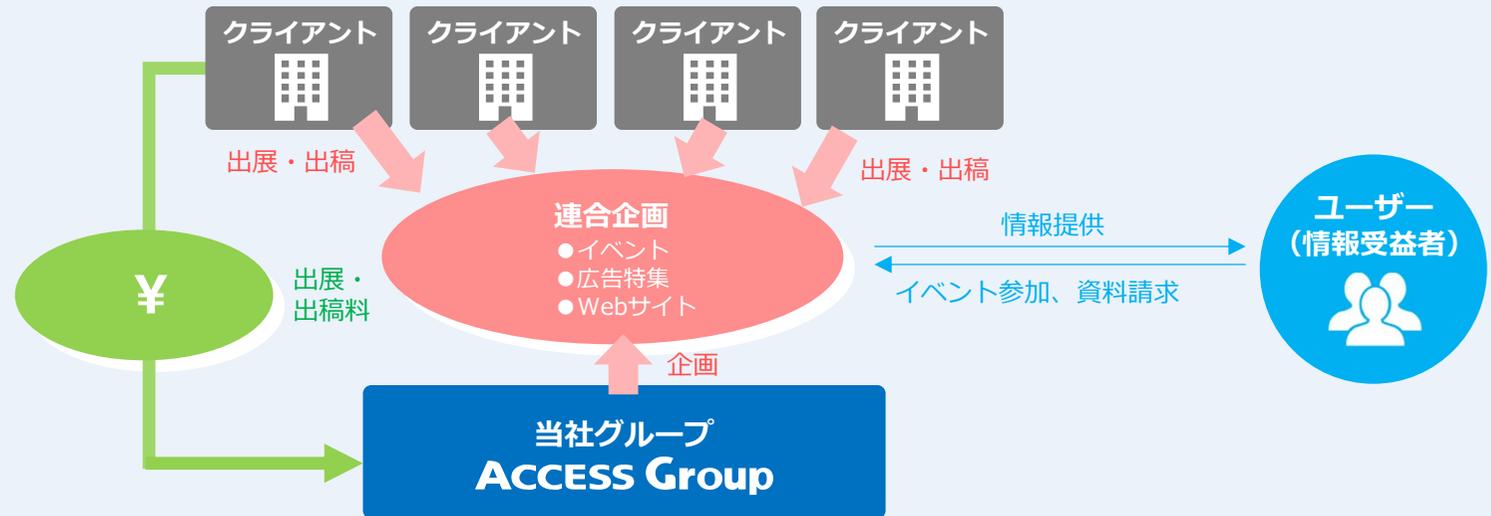


提供サービス



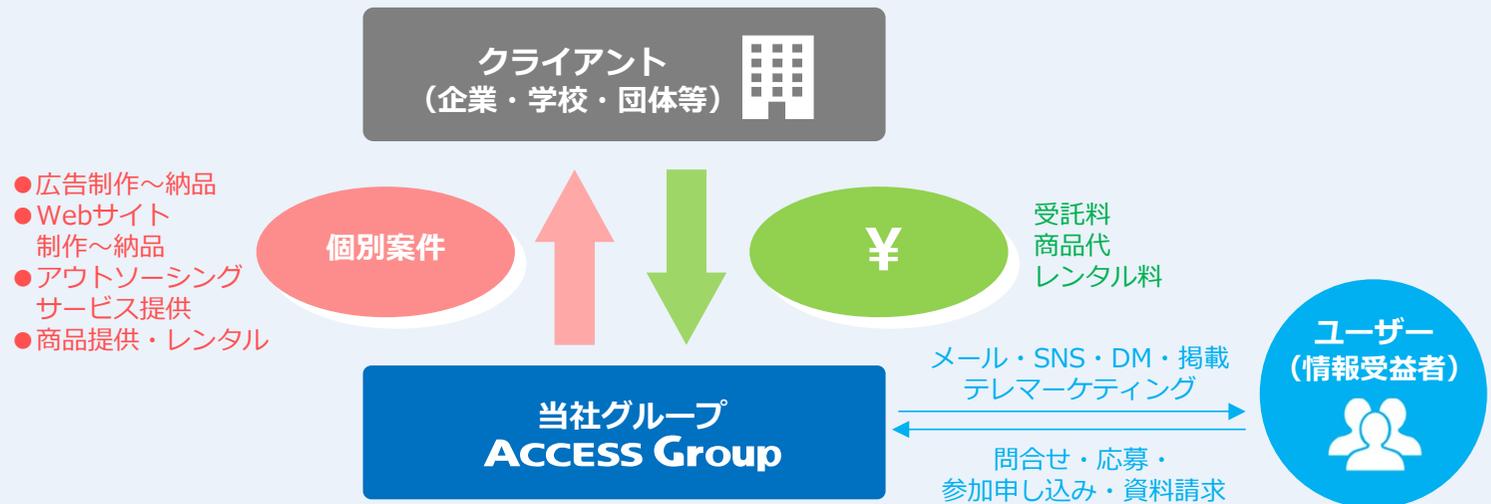
連合企画

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。



ワンストップの業務受託体制、強固な連携ネットワークを構築

1 ワンストップの業務受託体制

- ・業務ごとに委託先を分ける必要がある外注作業を、当社はワンストップで受託可能。



業務推進センター 東京(世田谷)／大阪(吹田)

2 「大学キャリアセンター」との長年に渡る就職支援ネットワーク

- ・大学キャリアセンターとの連携により当社支援サービス利用促進、大学内での就活イベント開催など、新卒採用業界の中では独自の立ち位置。



3 「日本語教育機関」との、外国人留学生支援ネットワーク

- ・国内の日本語教育機関（日本語学校）ほぼ全ての学校において活用される進学情報サービスで連携。外国人留学生進学支援のユーザー数は国内最大規模。



4 自社イベントスペース、「アクセスフォーラム」を保有

- ・オフィス併設のスペースで、収益性の高い柔軟なイベント企画立案、顧客イベントの運営受託が可能。



アクセスフォーラム 東京(渋谷)／大阪(梅田)

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。

1

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。



2

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。



3

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。



4

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。



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、官公庁、住宅・不動産、CATV、自動車、外食・小売、旅行・宿泊関連 など

■ キャンペーン等の事務局代行

- 販促キャンペーン、官公庁・自治体事業など各種事務局業務に関する様々なメニューをワンストップで受託
- 「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



SNSなどデジタルキャンペーンへの対応強化により大幅伸長。

<p>SNSキャンペーン Twitter、Instagram、LINE 等</p>	<p>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</p>	<p>郵送・店頭 キャンペーン 各種クリエイティブ 発送代行 等</p>
--	--	---

■ セールスプロモーション

● デジタルプロモーション

WEB広告、SNS広告など、クライアントの課題に合った最適なWEBマーケティングの提案から運用までをトータルに支援。自社独自のソリューションも提供。

<p>位置情報活用型 DSP広告</p>		<p>CRM ツール</p>		<p>その他 動画制作/配信 等</p>
--------------------------	--	--------------------	--	--------------------------

● リアル&アナログプロモーション/各種クリエイティブ

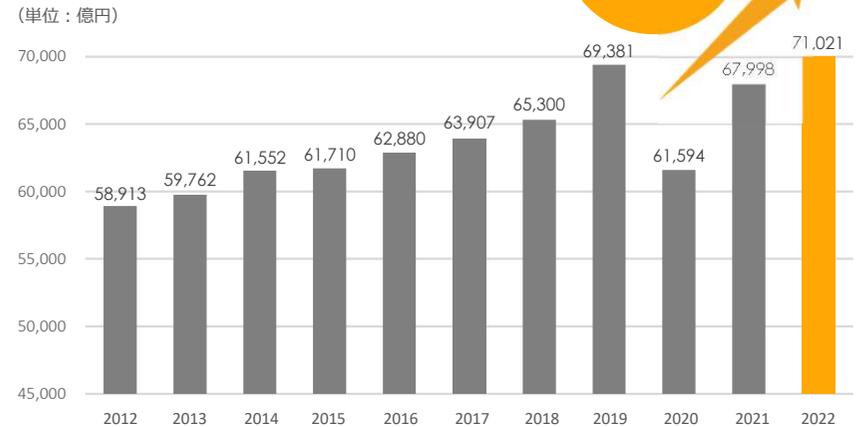
DM、ポスティング、イベント運営をはじめとするリアル&アナログプロモーション。WEBサイト、パンフレット、動画などの各種クリエイティブ業務。



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「2022年 日本の広告費」より当社グループ作成)



● 国内BPO市場規模推移・予測

(出典：矢野経済研究所「BPO市場に関する調査(2022年)」)



BPO (ビジネスプロセスアウトソーシング) の略
 (注意) 1: 事業者売上高ベース 2: IT系BPOとは発注企業からシステム運用管理業務を委託され代行するサービスとし、非IT系BPOとはその他の業務を委託され代行するサービスとする。 3: 2022年度以降は予測値

- ▶ 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 他) を活用したキャンペーンなど手段の多様化に対応。

【キャンペーンで活用される主なSNSサービス】



- ▶ 官公庁、自治体、公的機関事業の事務局業務を受託。メール対応やコールセンター業務、帳票処理等も対応。
- ▶ 人の手を介して煩雑な業務が多い。期間限定の業務により、外注ニーズが強い。
- ▶ 高い継続リピート率と豊富な実績

<p>年間運用実績</p> <p>1000件以上</p> <p>※当社調べ(2021.10~2022.9)</p>	<p>継続リピート率</p> <p>98.8%</p> <p>※当社調べ(2019.10~2022.9)</p>	<p>お客様満足度</p> <p>93.6%</p> <p>※当社調べ(2019.10~2022.9)</p>
--	---	--



キャンペーン事務局代行紹介サイト



キャンペーン事務局風景



キャンペーンの企画立案～実施運用代行までを一気通貫。
企業の販促プロモーション、官公庁・自治体事業等の幅広い事務局業務を支援。

「人と企業のマッチング」による雇用の場を創出。
 多様化する採用ニーズに合わせ、業務代行サービス等を拡充。

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
 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

内定獲得フェア

アクセス 就活

■ 採用業務代行・広報

- 採用関連の各種サポート
 ディレクトリクルーティング運用代行、
 採用業務アウトソーシング
- 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

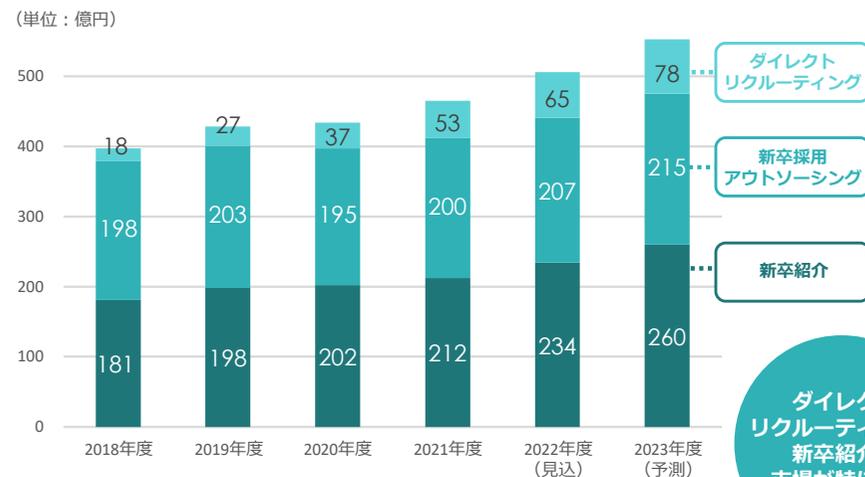
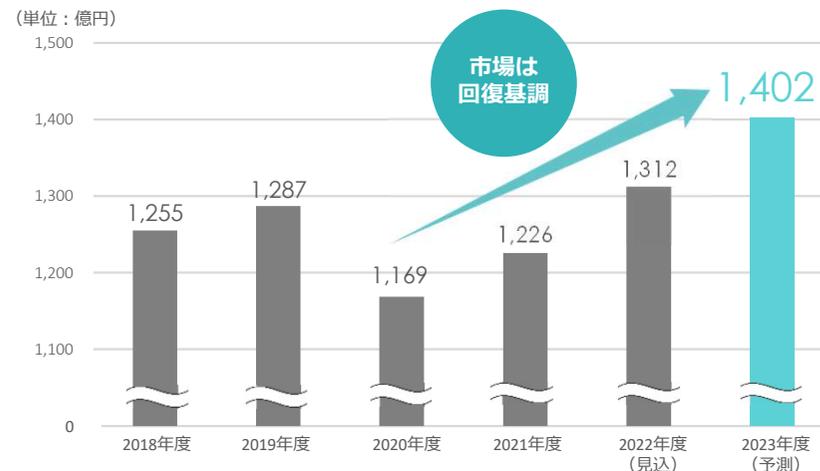
- 新卒・若年層を対象とした人材紹介
 大学キャリアセンターと連携
- 送客サービス
 説明会や選考等に就活生を動員するサービス



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 2023年版」より当社グループ作成）



- ▶ 「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。

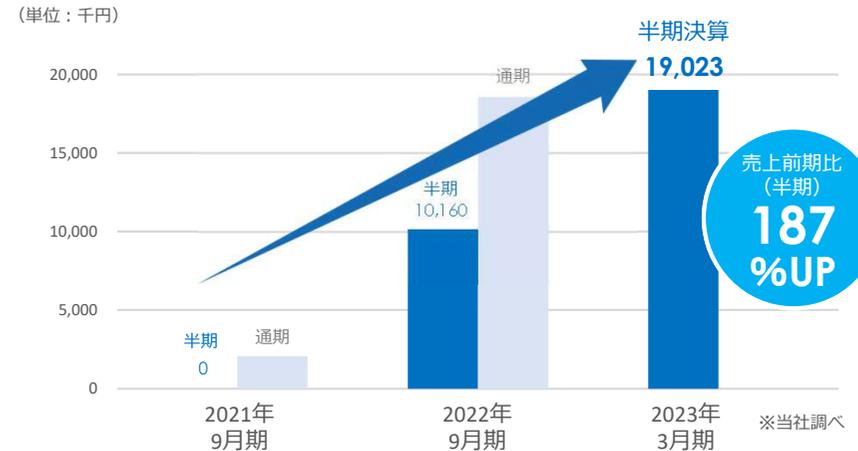


- ▶ 採用市場は「〇〇特化型」「スカウト型」などの採用サービスが台頭。売り手市場が背景。

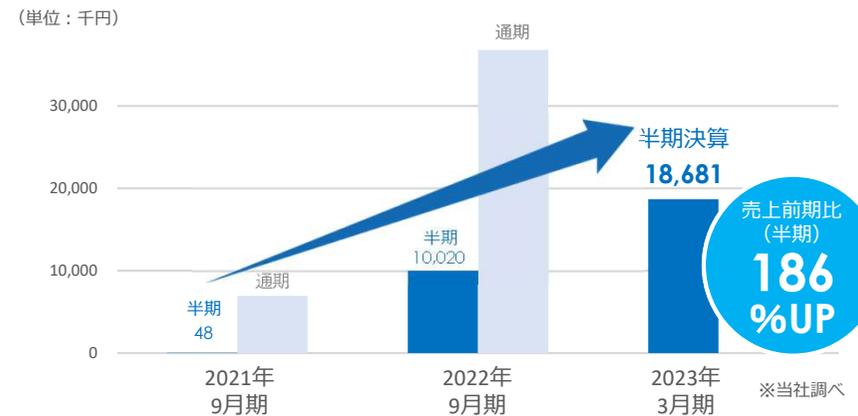
- ▶ サービス選定のコンサルティングから、採用活動やスカウトサービスの業務代行へと領域を拡大。合わせて新卒紹介サービスも開始。



スカウト型メディア売上



新卒紹介売上



キャリアセンターの連携を活かしたマッチング企画や新卒紹介はじめ、各種サービスの運用をはじめとした採用代行業務も強化

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（卒業生）・スポーツ振興領域

- 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

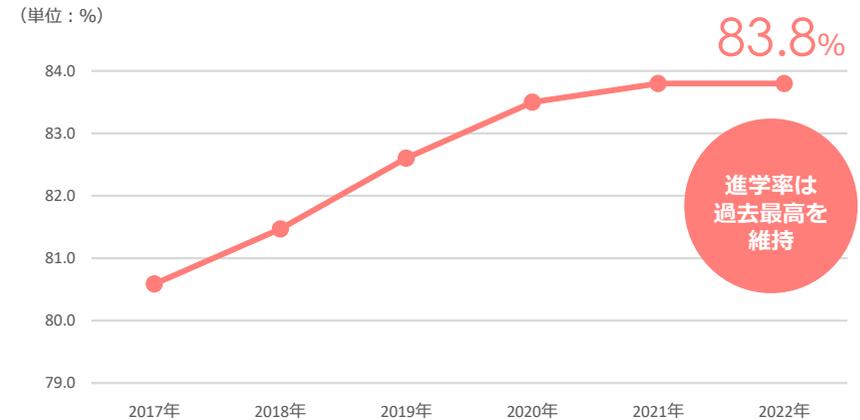
日本語教育機関のネットワークで、
大学の外国人留学生募集を支援



ターゲットとする市場の動向

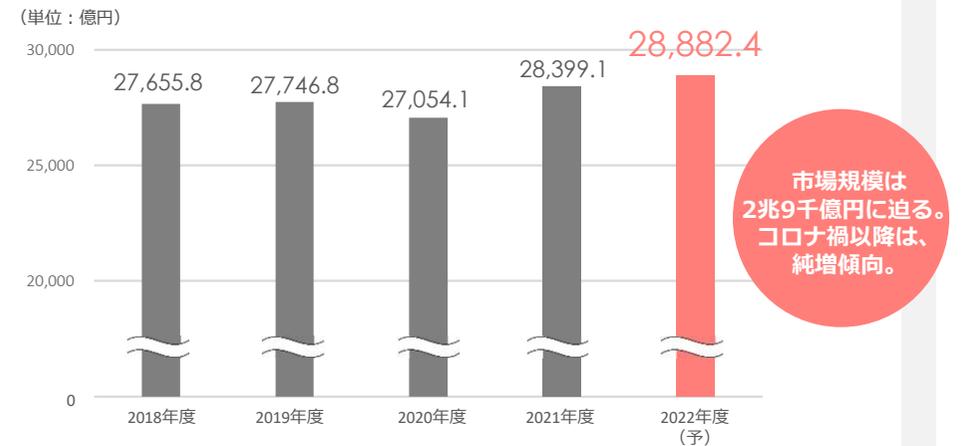
- 高等教育機関への進学率（過年度高卒者等を含む）

（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」）



- 教育産業全体市場規模推移

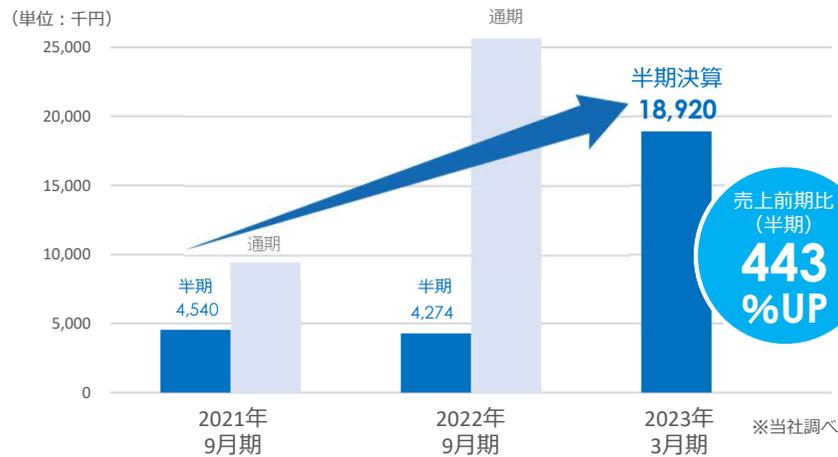
（出典：矢野経済研究所「教育産業市場に関する調査（2022年）」より当社グループ作成）



〈 大学運営支援分野 〉

- ▶ 日本国内にある大学約790校の内、主要大学を中心に約300校の取引
- ▶ 各大学は寄付・募金分野に力点
入試広報部門以外への支援領域を拡大
- ▶ 大学のスポーツ振興支援領域にも参入

寄付・募金関連売上



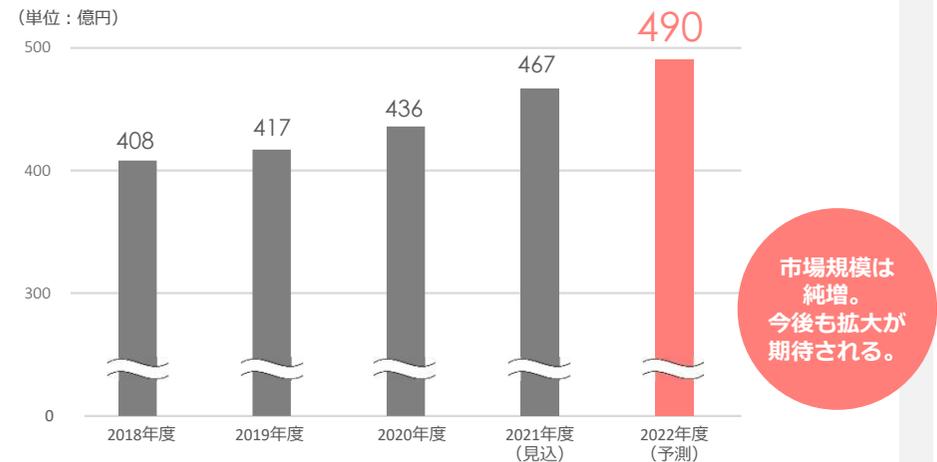
〈 資格・検定分野 〉

- ▶ 政府や企業が取得制度を拡充し、拡大基調で推移する見込み
- ▶ 就職系講座などの受講者が増加
- ▶ リカレント教育、リスキリング（学び直し）など社会人受講者も増加し、市場全体が活性化

ターゲットとする市場の動向

● リカレント教育市場規模推移

(出典：矢野経済研究所「リカレント教育市場に関する調査（2021年）」より当社グループ作成)



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」。

〈外国人留学生 進学支援〉

- ▶ 日本国内の約810校の日本語教育機関、ほぼ全ての機関と連携
- ▶ 2019年に開催した合同進学説明会には、述べ22,751人が来場



- ▶ 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 就職支援〉

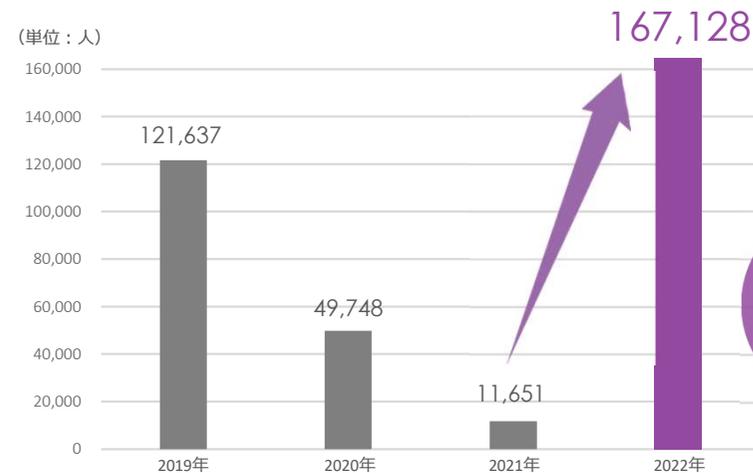
- ▶ 日本国内にある大学キャリアセンターとの連携は約300校
- ▶ 高度な日本語力に長けた人材を就労支援へ

ターゲットとする市場の動向

● 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)

(単位：人)



入国規制の緩和で大きく回復

日本の留学から就労までワンストップ。
高い日本語力を持ち、文化慣習に慣れた高度人材の人材紹介を本格化

3 業績ハイライト

(単位：百万円)

	2022年 9月期2Q	百分比	2023年 3月期	百分比	前年同期比	増減率
売上高	1,660	100.0%	1,906	100.0%	+246	+14.8%
売上原価	977	58.8%	1,135	59.5%	+158	+16.1%
売上総利益	683	41.2%	771	40.5%	+88	+12.8%
販売費及び一般管理費	752	45.3%	714	37.5%	△38	△5.0%
営業利益	△69	—	57	3.0%	+126	—
経常利益	△83	—	45	2.3%	+128	—
税引前当期純利益	△83	—	45	2.3%	+128	—
親会社株主に帰属する当期純利益	△85	—	43	2.2%	+128	—

※百万円未満切り捨て

- 市場の復調、事業モデル変化によりプロモーション支援及び採用支援事業が伸長、売上高は+14.8%。
- 売上高増、事業モデルの変化に伴い売上原価は+16.1%。
- 売上総利益は+12.8%。個別案件を中心に伸長、対面型イベント商材も復調傾向に。
- 販売費及び一般管理費は△5.0%。
- 営業利益並びに各段階利益が、例年、業績の季節変動による繁忙期前に黒字化を達成

注) 当連結会計年度は6か月間の変則決算にて、上記の「前年同期比」は2022年9月期第2四半期累計(2021年10月~2022年3月)との対比となります。

社会環境

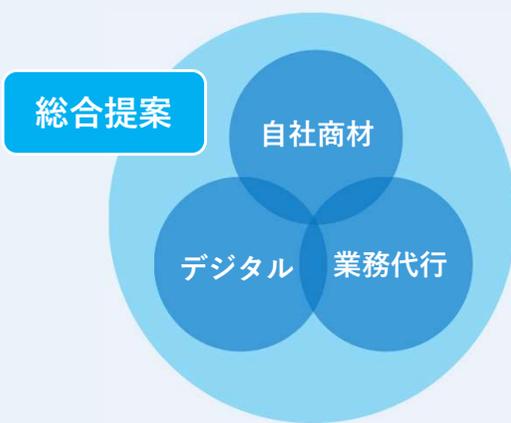
- デジタル化が急速に進展も、対面型ニーズが復調。
- 手法が多様化。選別の複雑化と運用工数増の課題。
- 働き方の多様化や人材の流動化で、ノウハウが継承されない課題。
- BPOの活用が見直されていく環境に。

※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

「事務局代行」「採用業務代行」などの強化が奏功。
「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。



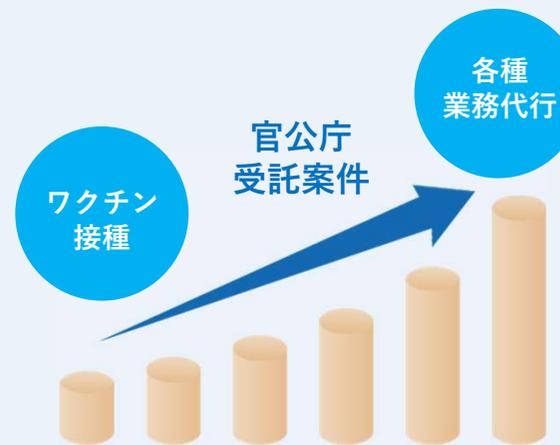
合理化と増強施策

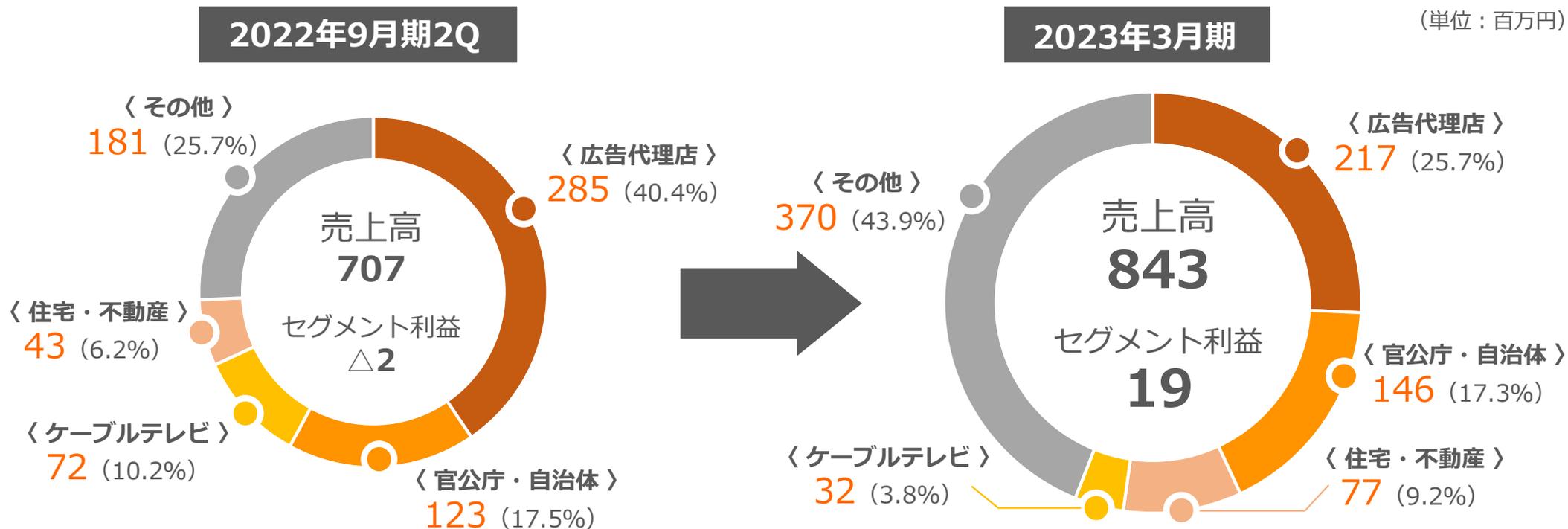
自社スペース「アクセスフォーラム」を合理化し固定費は減少へ。
一方、事務局機能を新規開設。注力分野であるBPO市場の体制を強化。



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。





※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 8億43百万円 (前年同期比+19.2%)

キャンペーン等の各種事務局代行、デジタル商材が堅調に推移。ワクチン接種会場運営を足掛かりにした**官公庁、自治体関連事業の受託が伸長**。

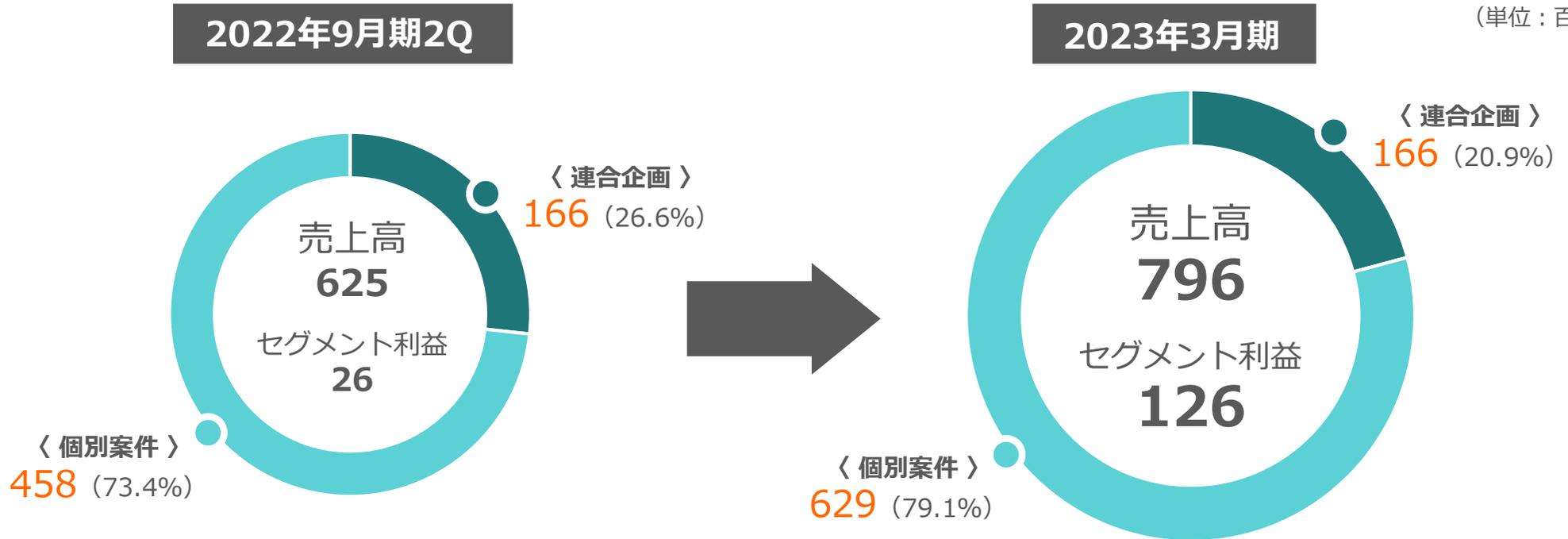
セグメント利益 19百万円 (前年同期比+21百万円)

大口案件の受託増により粗利率は減少も、経営合理化が奏功しセグメント利益が**黒字に転換**。

※ 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。

注) 当連結会計年度は6か月間の変則決算にて、上記の「前年同期比」は2022年9月期第2四半期累計 (2021年10月～2022年3月) との対比となります。

(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 7億96百万円 (前年同期比+27.4%)

官公庁主催の雇用イベントなど**運營業務受託**が堅調、**採用業務代行、ダイレクトリクルーティング、新卒紹介**が伸長し、対面型採用イベントニーズも復調。

セグメント利益 1億26百万円 (前年同期比+100百万円)

対面型採用ニーズの復調により、リアルイベントが高収益化。前期からの合理化施策等による販管費削減が奏功し、前年同期比で**大幅な増益**。

※ 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。

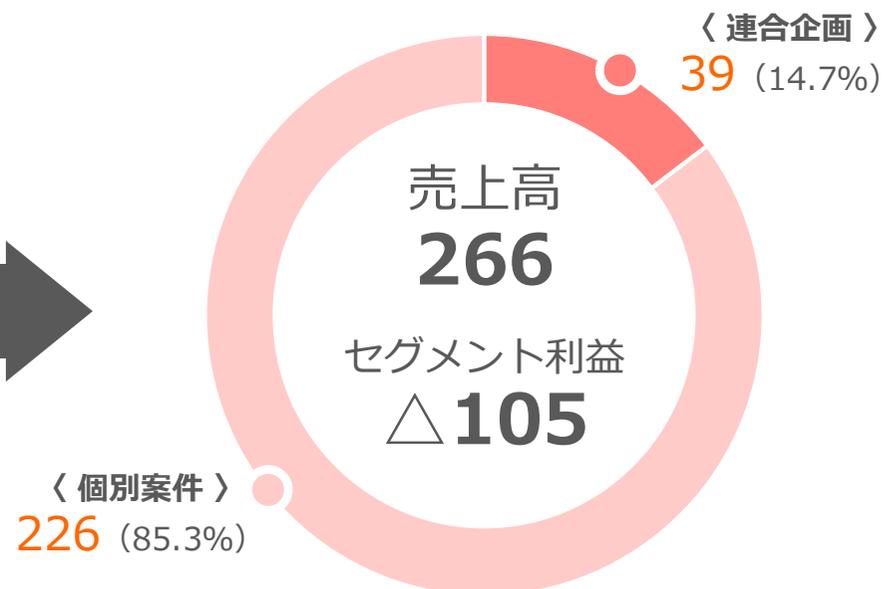
注) 当連結会計年度は6か月間の変則決算にて、上記の「前年同期比」は2022年9月期第2四半期累計 (2021年10月～2022年3月) との対比となります。

(単位：百万円)

2022年9月期2Q



2023年3月期



※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 2億66百万円 (前年同期比△18.9%)

外国人留学生の入国再開により、**留学生募集ニーズが急回復**。デジタル広告や寄付・募金プロモーションなど**新たな個別案件が伸長**。大学職域接種運営が見送りとなった点が売上減要因。

セグメント利益 △1億5百万円 (前年同期比△15百万円)

主な取引先である大学の予算執行が4月以降になることから、業績の季節変動があり、従前よりセグメント損失を想定。概ね想定通り。

※ 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。

注) 当連結会計年度は6か月間の変則決算にて、上記の「前年同期比」は2022年9月期第2四半期累計 (2021年10月～2022年3月) との対比となります。

④ 2024年3月期 業績予想・取り組み

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
を主領域として更なる成長へ
- 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

- 対面型企画の再構築
- 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
- 大学との連携強化
- 外国人材の採用支援を本格化

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
- 資格・検定広報分野への領域参入

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
- 外国人留学生分野の再拡大、就労支援を強化
- 提携強化による官公庁取引の拡大
- 財務面の強化と企業価値の向上

当社グループの市場環境は回復と想定。
新たにインバウンド需要の取り込み、外国人分野のさらなる成長を見込む

(単位：百万円)

	2022年9月期 (通期)	2023年3月期 (半期決算)	2024年3月期 (通期見通し)	百分比	※前期比	増減率
売上高	3,683	1,906	4,300	100.0%	+617	+16.7%
営業利益	54	57	140	3.2%	+86	+159%
経常利益	38	45	113	2.6%	+75	+197%
親会社株主に帰属する当期純利益	11	43	103	2.3%	+92	+836%

※百万円未満切り捨て

※決算月の変更に伴い、2023年3月期は半期（6カ月）決算。上記の前期比は2022年9月期（12カ月）決算との比較

- サービス消費、人材採用、インバウンド需要などの経済が回復。当社グループの環境は回復と想定。
- プロモーション支援： 事務局代行のサービス対応領域を拡大。官公庁案件の受託を強化。
- 採用支援： 大学や外部パートナーとの連携を強化。採用アウトソーシング、外国人採用支援にも注力。
- 教育機関支援： 寄付・募金広報、外国人留学生募集領域を強化。資格・検定広報領域にも営業展開。

・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。

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

- ・ 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
- ・ リアルニーズの取り込み、外国人の入国制限緩和による外国人留学生分野の再始動など

■ 機動的な財務戦略

- ・ 事業拡大への資金調達などを通じ、**自己資本比率を改善へ**

■ 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

■ 株主還元の充実とIR・PR活動の積極的な実施

- ・ **配当の実施と株主優待制度の拡充**
- ・ 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

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
- 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が、想定を上回る業績により、**4期ぶりに12円復配**
- **2024年3月期は、15円（前期比+3円）に増配を予定**
- 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**

	2023年3月期	2024年3月期（予定）
配当金額	12円00銭	15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月末より拡充しました）

※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。