

2021年9月期第2四半期

決算説明資料

2021年5月14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.10
4	2021年9月期 業績予想・株主還元	P.16
5	新型コロナウイルスの影響と今後の戦略	P.20

1 エグゼクティブサマリー

売上高 **1,498百万円** (前期比 **△22.9%**)

プロモーション支援事業 560百万円 (△ 25.0%)	キャンペーン事務局、デジタル商材は堅調。広告代理店分野中心に伸長。アナログ商材の売上は軟調。前期・想定を下回る。
採用支援事業 618百万円 (△ 37.1%)	個別案件は想定範囲。オンライン就職セミナー運営サポート業務も伸長。イベントは緊急事態宣言で延期・キャンセル発生。前期・想定を下回る。
教育機関支援事業 319百万円 (+ 50.0%)	国内進学、外国人留学生とも堅調に推移。個別案件が前期比で大きく伸長。連合企画は企画数を絞り前期比減も、予算は超過。前期・想定を上回る。

営業利益 **△223百万円** (前期比 **△147百万円***) 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 △64百万円 (△ 67百万円*)	要因は売上と同様。原価率は想定通り。販管費は予算比減も、売上減少分はカバーし切れず。前期・想定を下回る。
採用支援事業 △77百万円 (△138百万円*)	要因は売上と同様。原価率は想定より改善。販管費は予算比・前期比減も、売上減少分はカバーし切れず。前期・想定を下回る。
教育機関支援事業 △94百万円 (+ 57百万円*)	要因は売上と同様。原価率は個別案件の増加で前期比増も想定通り。販管費は前期比減。セグメント損失は前期・想定を上回り改善。
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。

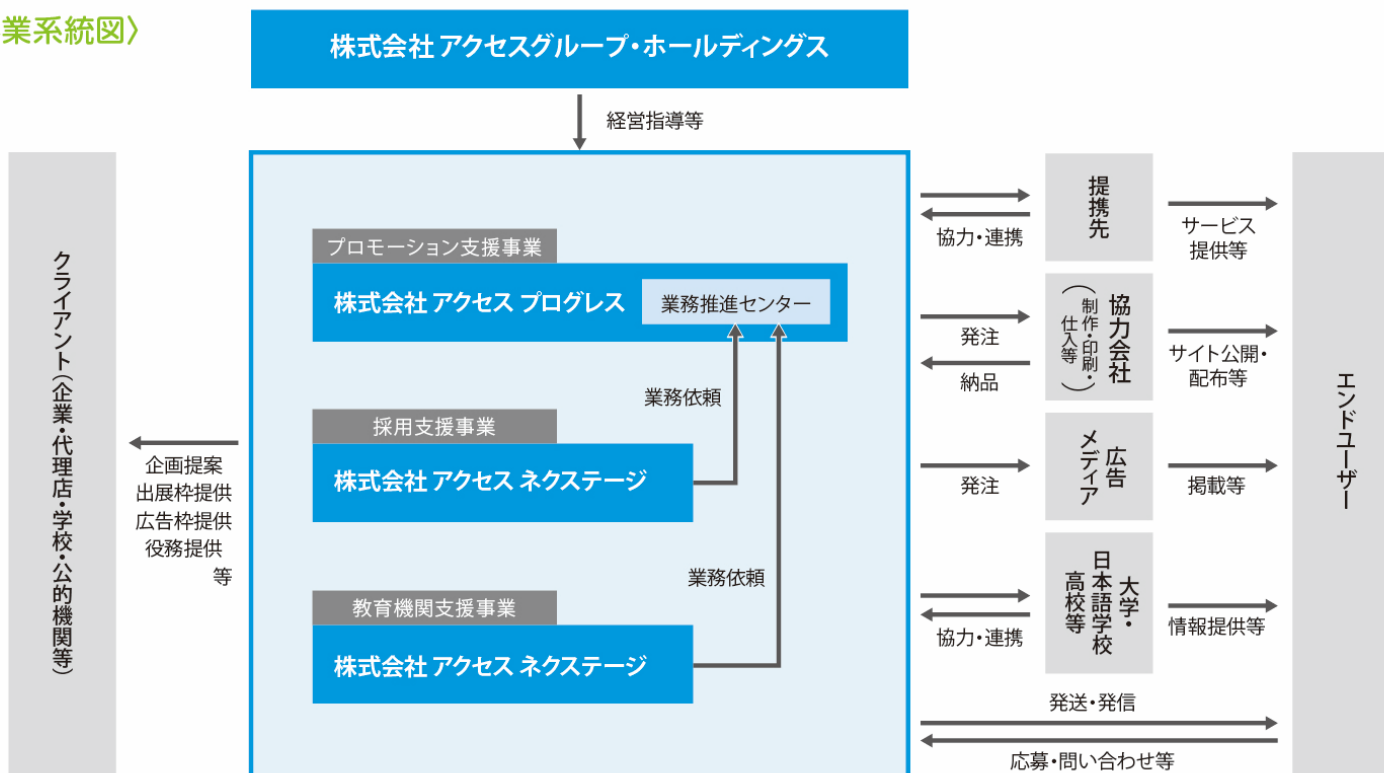
◎通期の業績予想は維持。配当予想は「未定」を継続。

※当第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、それぞれ変更しております。

2 会社概要

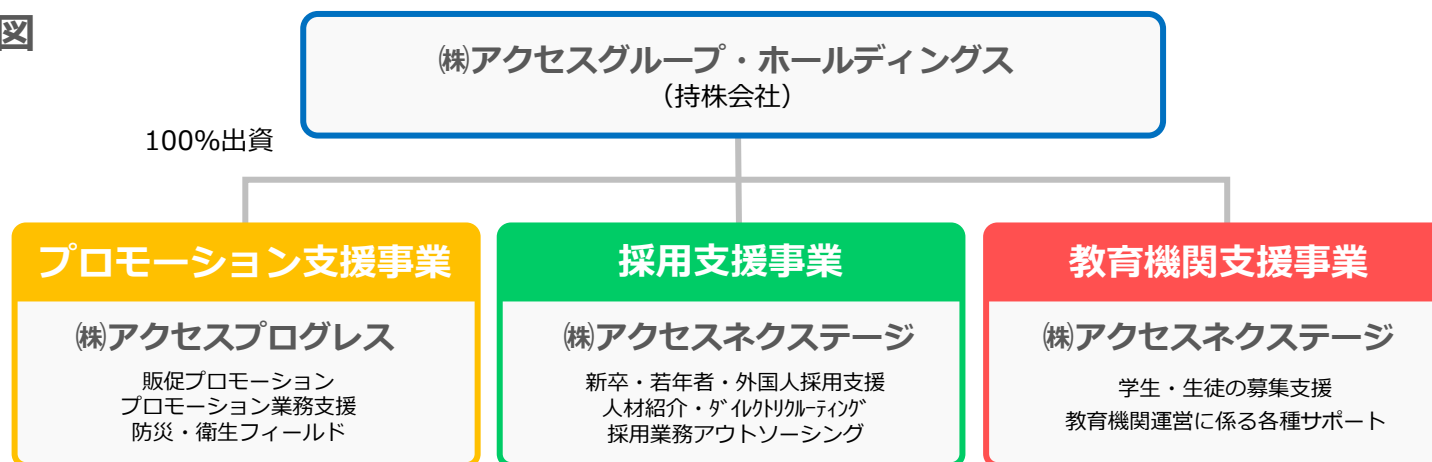
わたしたちは、人や社会をベストな未来に導くために、心の通うメディアとコミュニケーションの場を創造します

〈事業系統図〉

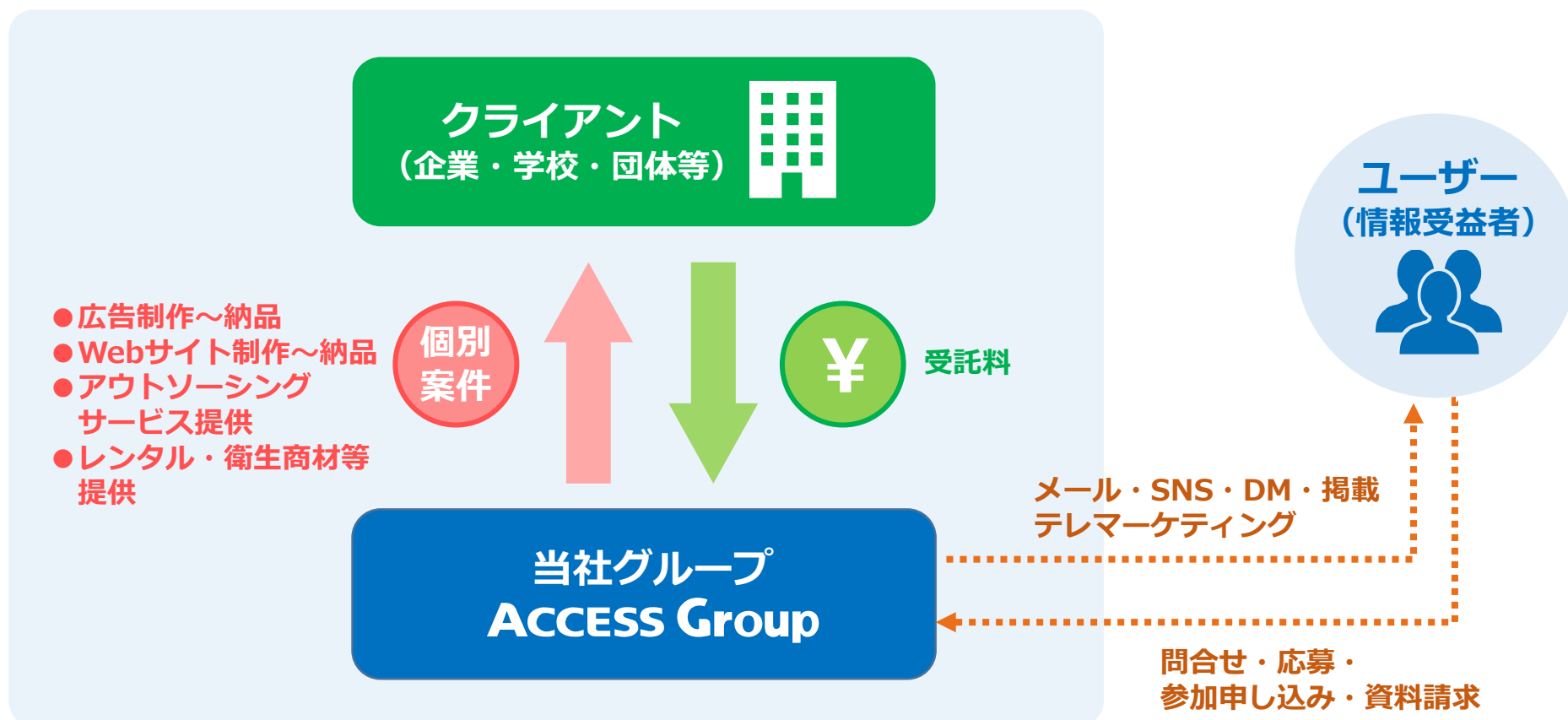


商号	株式会社アクセスグループ・ホールディングス (ACCESS GROUP HOLDINGS CO., LTD)
設立	1990 (平成2) 年4月 ※創業1982 (昭和57) 年10月
資本金	284,920千円
代表者	代表取締役社長 木村 勇也
社員数	16名 (グループ会社計 163名) ※2021 (令和3) 年3月末日現在
本社所在地	東京都港区南青山1-1-1 新青山ビル東館15F

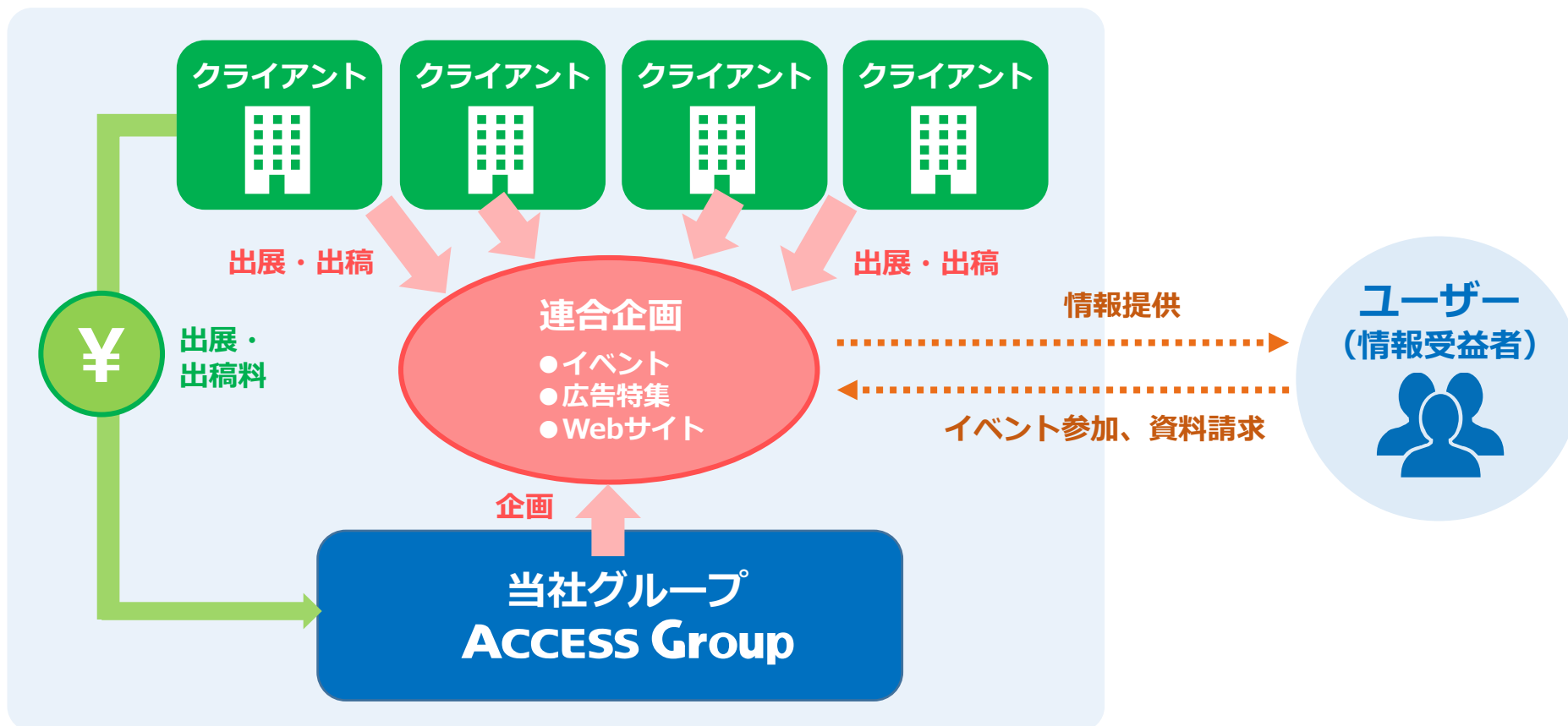
● 体制図



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。
各種広告物の制作や業務代行を請け負う案件



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。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、スケールメリットにより広告訴求力が増。



3 業績ハイライト

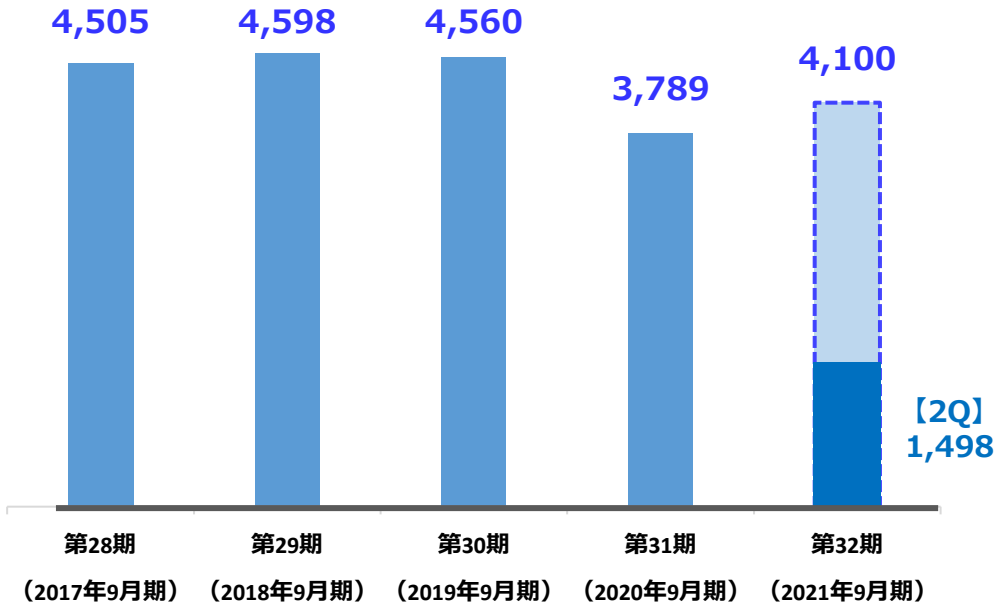
(単位：百万円)

	2020年 9月期2Q	百分比	2021年 9月期2Q	百分比	前年同期比	増減率
売上高	1,943	100.0%	1,498	100.0%	△ 444	△ 22.9%
売上原価	1,119	57.6%	890	59.4%	△ 229	△ 20.5%
売上総利益	823	42.4%	607	40.6%	△ 215	△ 26.2%
販売費及び一般管理費	899	46.3%	831	55.5%	△ 68	△ 7.6%
営業損失	△ 75	—	△ 223	—	—	—
経常損失	△ 83	—	△ 242	—	—	—
税金等調整前四半期純損失	△ 83	—	△ 242	—	—	—
親会社株主に帰属する 四半期純損失	△ 108	—	△ 244	—	—	—

※売上高及び営業利益には、消費税は含まれておりません。

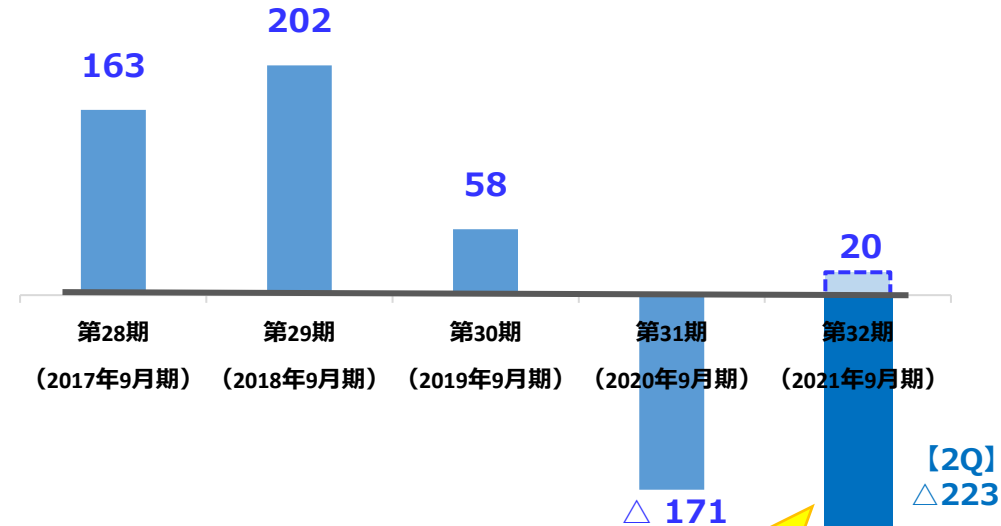
売上高推移

(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

■教育機関支援事業

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

業績の季節変動もあり、
営業損失は期初より想定

↓
下半期からの本格的な
需要回復を見込む

企業のプロモーション・業務アウトソーシング・防災・衛生

販促プロモーションからアウトソーシング、防災・衛生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

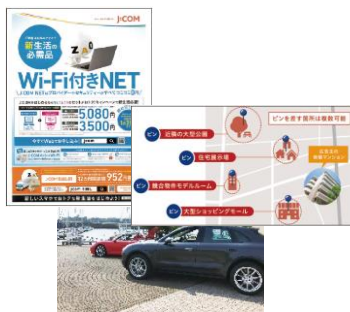
- 住宅・不動産
- 広告
- ケーブルテレビ
- シニア
- 自治体・公的機関・共済
- 自動車
- 旅行・宿泊
- 小売・外食 など

取引先 約400法人

プロモーション支援

販促プロモーション支援

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



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



防災・衛生フィールド

- 防災ハンドブック (自治体との連携)
- 衛生関連商品

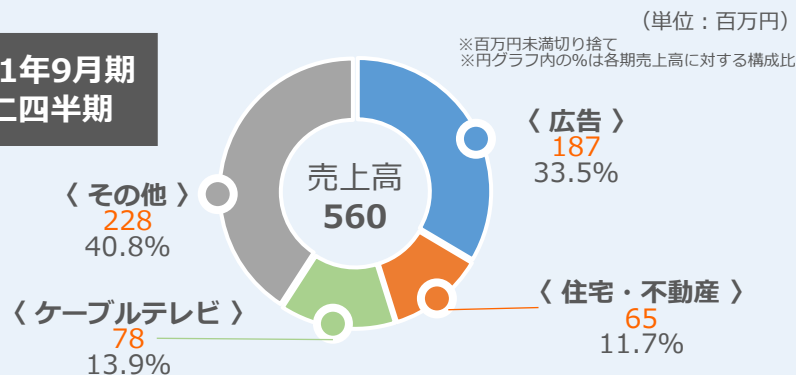


自社内センター「業務推進センター」

- ・ 個人情報管理、テレマ、印刷、デザイン、発送、キャンペーンを内製化



2021年9月期
第二四半期



売上高

5億60百万円 (前期比△25.0%)

キャンペーン事務局、デジタル商材は堅調。広告代理店分野、自動車関連分野、自治体・公的機関・共済分野を中心に伸長。アナログ商材の売上は軟調。住宅・不動産分野、ケーブルテレビ分野を中心に、前期・想定を下回る。

セグメント利益

△64百万円 (前期は2百万円)

要因は売上と同様。原価率は想定通り。販管費は予算比減も、売上減少分はカバーし切れず。前期・想定を下回る。

※ 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・外国人学生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。オンラインイベントも本格展開。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1,200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
- 中途 **Job びた** フェア
- 大学別 **UNIPLATZ アクセス 就活 LIVE**
- 早期 **アクセス 就活** ☆キャリア研究フェア
- 外国人 外国人留学生のための **アクセス 就活** フェア
- テーマ別 **アクセス 就活** FOCUS **スゴキヤリドラフト&FA**



イベント企画・運営支援

- 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

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



官公庁案件の受託

東京都「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」

人材紹介

- 新卒・若年者・外国人留学生・海外グローバル人材

売上高

6億18百万円 (前期比△37.1%)

個別案件は概ね想定範囲内。「アクセス就活」は想定上回り、オンラインセミナーの運営サポート業務の引き合いが強い。その他連合企画は、企画日程変更や採用手法の変化、一部業界での採用手控え等が発生。前期・想定を下回る。

セグメント利益

△77百万円 (前期は61百万円)

要因は売上と同様。原価率は想定より改善。販管費は予算比・前期比減も、減収分をカバーし切れず。前期・想定を下回る。

2021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

※ 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。

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500法人

企画広告

- 国内受験生向け
アクセス進学 **アクセス進学 FOCUS**
- 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**
ベトナム現地での留学生候補者向け
広報企画（株）One Terraceとの協業

クリエイティブ

- 学校案内
- Web
- 動画
- ノベルティ
- 各種ツール



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

- 学園全体の広報・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

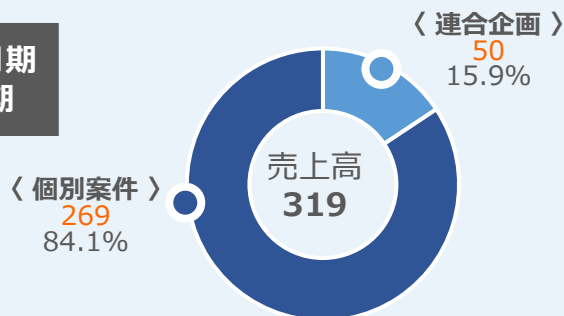


公的機関等からの受託

- 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



2021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

売上高

3億19百万円 (前期比+50.0%)

国内進学、外国人留学生とも堅調に推移。個別案件が前期比で大きく伸長。連合企画も予算を超過。前期・想定を上回る。

セグメント利益

△94百万円
(前期は△151百万円)

要因は売上と同様。原価率は前期比増も想定通り。販管費は前期比減。セグメント損失は前期・想定を上回り改善。

※ 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。

4 2021年9月期 業績予想・株主還元

2020年11月13日公表の通期の連結業績予想を据え置き。

(単位：百万円)

	2020年 9月期	百分比	2021年 9月期	百分比	前年同期比	増減率
売上高	3,789	100.0%	4,100	100.0%	+ 310	+ 8.2%
売上原価	2,199	58.0%	2,271	55.4%	+ 71	+ 3.3%
売上総利益	1,589	42.0%	1,829	44.6%	+ 239	+ 15.0%
販売費及び一般管理費	1,761	46.5%	1,809	44.1%	+ 47	+ 2.7%
営業利益又は営業損失	△171	—	20	0.5%	+ 191	—
経常損失	△189	—	△ 6	—	+ 183	—
税金等調整前当期純損失	△255	—	△ 6	—	+ 249	—
親会社株主に帰属する 当期純損失	△310	—	△ 9	—	+ 301	—

- ・ 下半期からの本格的な需要回復を見込む。
- ・ 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。
- ・ 採用支援事業で成果報酬型サービスの拡充（採用内定時に売上計上）を重点展開。
- ・ ワクチン接種会場も複数の自治体から受託。

- 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。
- 2021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。

	2021年9月期（予想）
配当金額	未定

2021年9月期より**株主優待制度を導入**。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。

5 新型コロナウイルスの影響と今後の戦略

プラス面の影響

- ・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。
- ・採用広報事業における**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**。

マイナス面の影響

- ・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。

当社グループの対応

プロモーション事業

- ・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。
- ・防災ガイドを複数自治体の横展開。

採用広報事業

- ・**成功報酬型モデル**（ダイレトリクルーティング等）に**本格参入**。
- ・好調の**採用支援業務（個別案件）**の受注を促進。

学校広報事業

- ・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**。
- ・大学・専門学校以外の**教育機関全般を対象とした支援にフィールドを拡大**

官公庁・自治体との連携事例、受託案件

採用

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

プロモーション

採用

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

大学・メディアとの連携事例、受託案件

採用

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・運営業務を受託

教育機関

「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、ゼミ情報を提供

デジタル分野の強化

プロモーション

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。動画広告制作から配信までトータルにサポート。

教育機関

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



採用

教育機関

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

プロモーション

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

その他

グループ共通

当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。

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

- 豊富な協力会社との連携による幅広いプロモーションニーズへの対応
- 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
- デジタル商材の強化
- 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の強化

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
- インターンシップ企画の強化
- 他社とのアライアンスの拡大
- 成果報酬型モデルへのシフト
- 外国人留学生・外国人材採用支援の加速

教育機関支援事業

- 広報以外の分野での受託拡大
- 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強化
- 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拡大
- システム、モノも含めた取扱商材拡充とコンタクト先の拡大

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。

- 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。