

2024年3月期第2四半期

# 決算説明資料

2023年11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  
〈東証スタンダード 証券コード 7042〉



Promotion



Employment Support



Educational Institutions Support

|   |                          |      |
|---|--------------------------|------|
| 1 | エグゼクティブサマリー .....        | P.03 |
| 2 | 会社概要 .....               | P.06 |
| 3 | 業績ハイライト .....            | P.10 |
| 4 | 2024年3月期 業績予想・今後の取り組み .. | P.15 |
| 5 | 株主還元 .....               | P.21 |
| 6 | 参考資料 .....               | P.24 |

- 当社グループは前連結会計年度（2023年3月期）より、決算日を9月30日から3月31日に変更しました。これに伴い、前連結会計年度は2022年10月1日から2023年3月31日までの6か月決算となっており、2023年3月期第2四半期の連結財務諸表を作成していないため、対前年同四半期増減率及び2023年3月期第2四半期連結経営成績（累計）については記載をしておりません。
- 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

---

対面型採用企画が想定を上回る伸長。キャンペーン事務局、留学生進学関連が堅調推移。  
業績の季節変動要因による当四半期の営業利益減少は期初より想定。

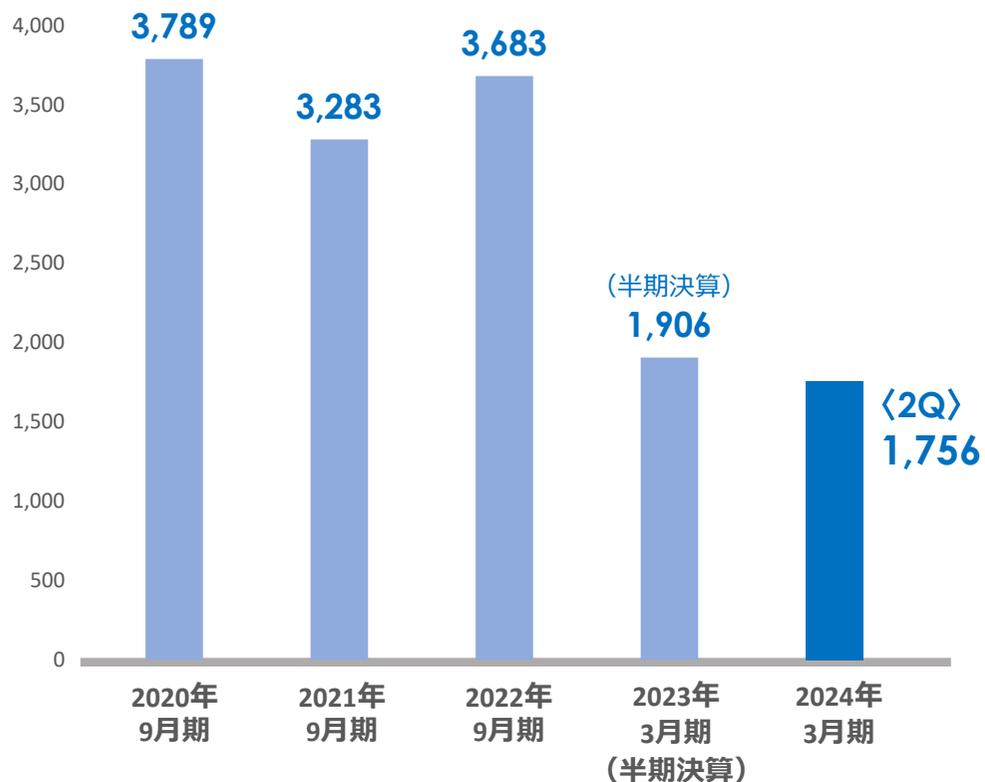
|                                   |                 |  |
|-----------------------------------|-----------------|--|
| <b>売上高</b>                        | <b>1,756百万円</b> |  |
| <b>プロモーション<br/>支援事業</b>           | <b>581百万円</b>   | 販促キャンペーン事務局代行等のアウトソーシング業務が伸長。<br>ワクチン接種会場運営を中心とした自治体・官公庁大口案件が減少。   |
| <b>採用<br/>支援事業</b>                | <b>503百万円</b>   | 対面型合同企業説明会が想定以上に伸長。採用業務アウトソーシング、新卒向け人材紹介も堅調に推移。<br>新卒採用活動の早期化に伴い、季節変動要因の売上集中は下半期、特に第4四半期（1～3月）を想定。             |
| <b>教育機関<br/>支援事業</b>              | <b>672百万円</b>   | 外国人留学生募集企画が引き続き伸長。ワクチン職域接種運営の失注により想定をやや下回るも、<br>日本人学生向け入試広報関連は堅調に推移。季節変動要因の売上集中は上半期（4～9月）を想定。                  |
| <b>営業利益</b>                       | <b>21百万円</b>    |  |
| <b>プロモーション<br/>支援事業</b>           | <b>△59百万円</b>   | ワクチン接種会場運営の大口案件減少を主要因にセグメント損失を計上。<br>事務局代行などアウトソーシング業務の受託に軸足を置き、経済変動の影響を受けにくい安定的かつ<br>ストック型収益となる事業モデルに注力し回復傾向。 |
| <b>採用<br/>支援事業</b>                | <b>△18百万円</b>   | 対面型合同企業説明会の伸長が本事業全体の高収益化に寄与。季節変動要因によりセグメント損失が<br>生じるも、 <b>想定を上回る推移</b> 。売上高と連動し、利益のピークは第4四半期（1～3月）を想定。         |
| <b>教育機関<br/>支援事業</b>              | <b>95百万円</b>    | 外国人留学生募集企画を中心に、学生募集支援領域が堅調に推移。   |
| <b>当社<br/>(アクセスグループ・ホールディングス)</b> |                 | 販管費の抑制に努め、利益確保を後押し。  |

注) 当社グループは前連結会計年度（2023年3月期）より、決算日を9月30日から3月31日に変更しました。これに伴い、前連結会計年度は2022年10月1日から2023年3月31日までの6か月決算となっており、2023年3月期第2四半期の連結財務諸表を作成していないため、対前年同四半期増減率及び2023年3月期第2四半期連結経営成績（累計）については記載をしております。

業績の季節変動による売上集中は、教育機関支援事業が上半期、採用支援事業は下半期（特に第4四半期）を想定。

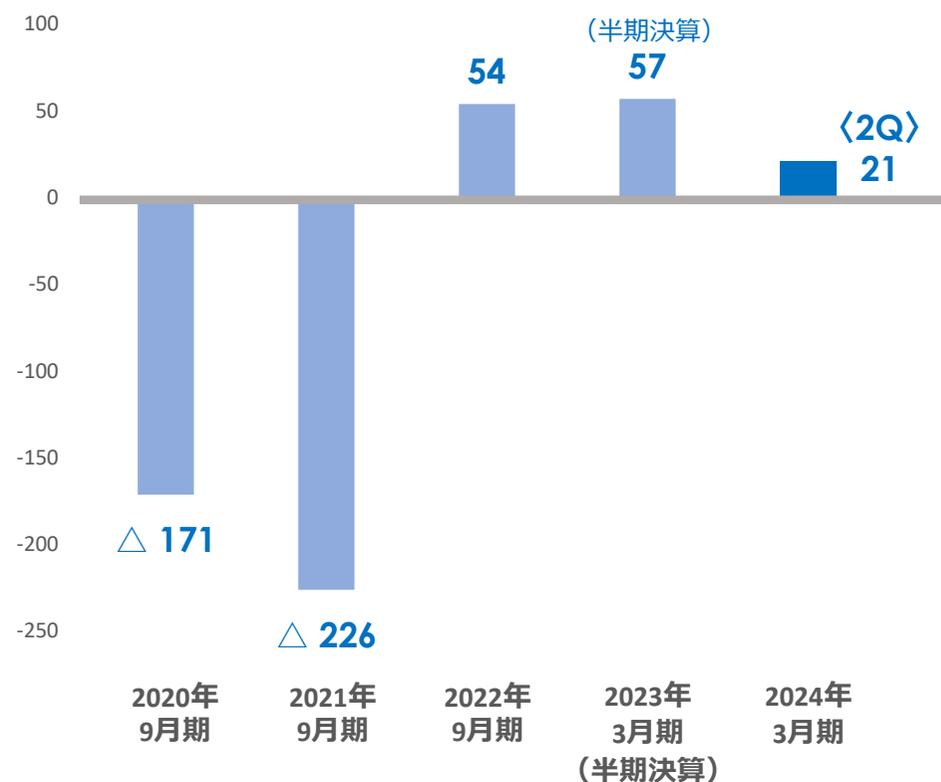
## 売上高

(単位：百万円)



## 営業利益

(単位：百万円)



### 〈業績の季節変動について〉

#### ■ 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時期に合わせ、当期は上半期（4～9月）が売上集中のピークと想定しています。

#### ■ 採用支援事業

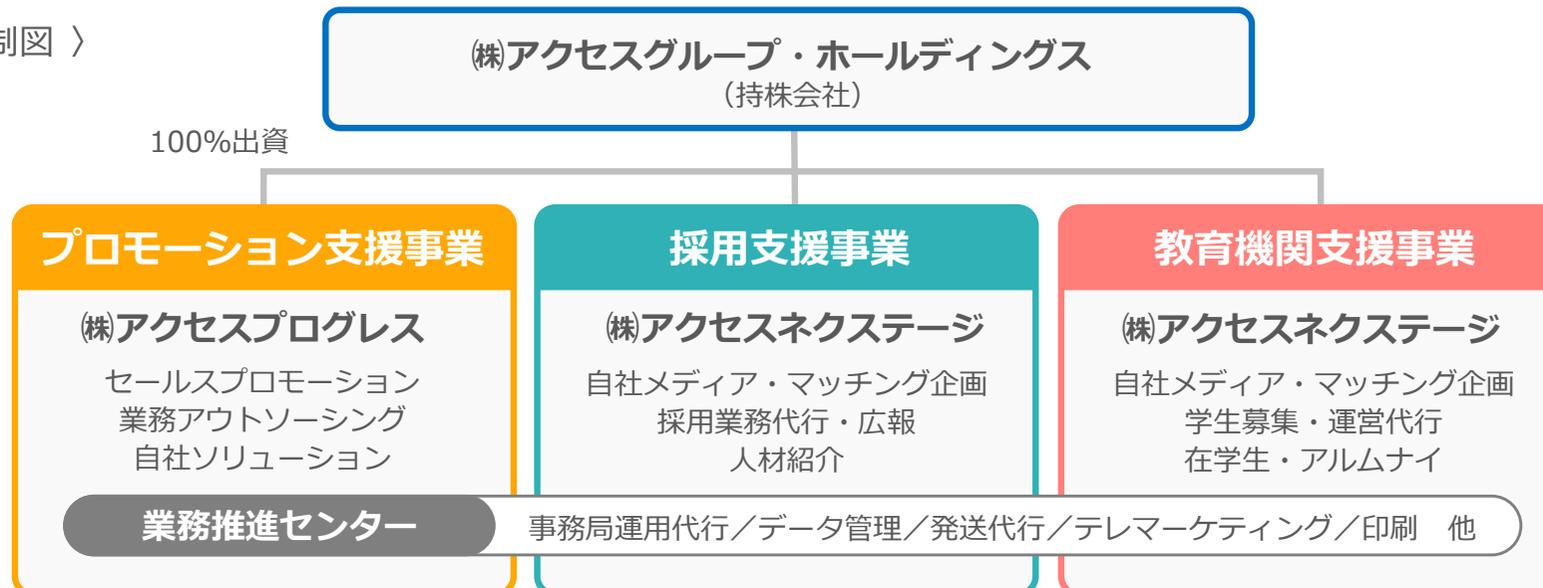
就職活動時期に合わせたサービス展開のため、就職活動時期の早期化に伴い、当期は下半期、特に第4四半期（1～3月）に売上集中を見込んでいます。

## 2 会社概要

---

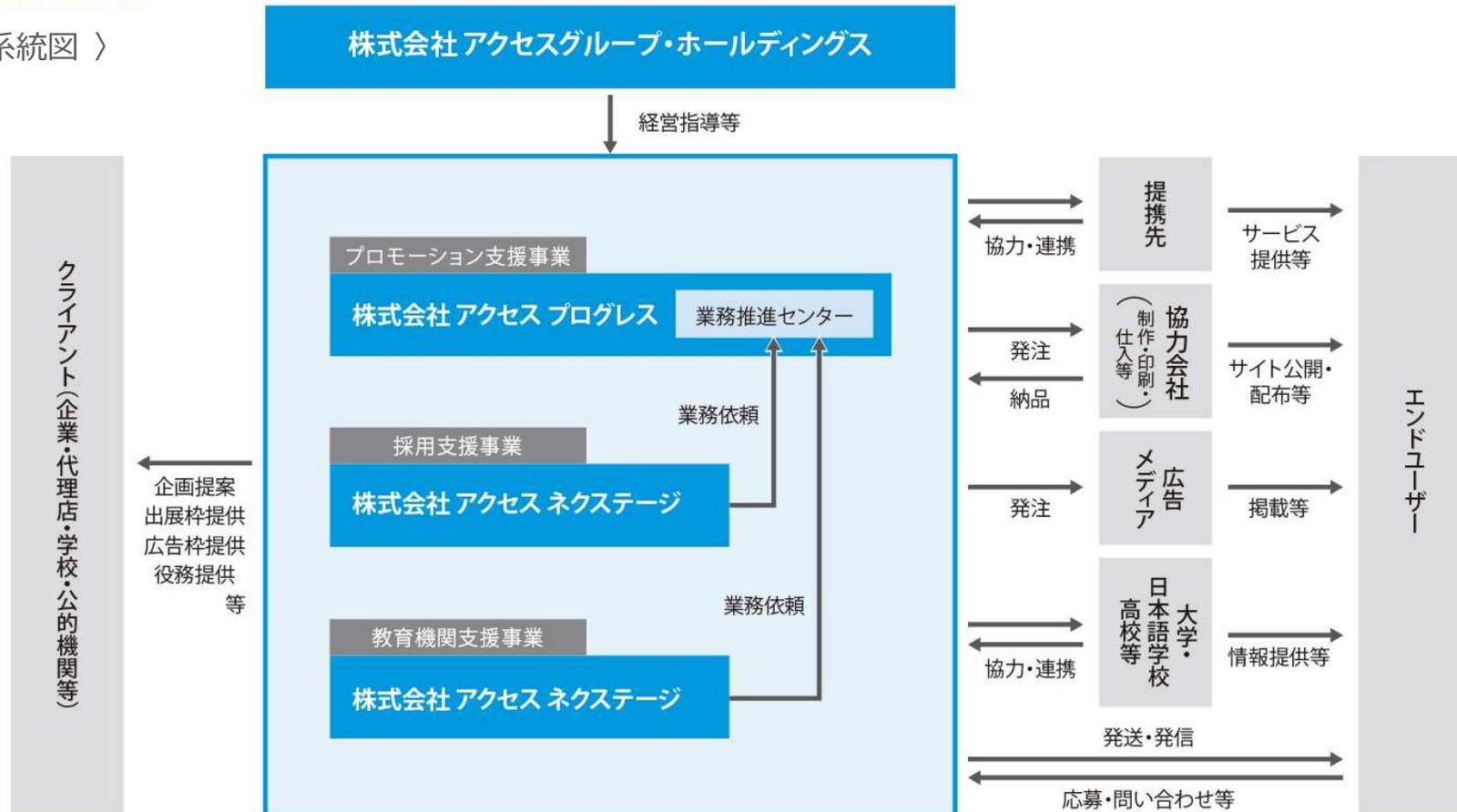
|       |  |
|-------|--|
| 商号    | 株式会社アクセスグループ・ホールディングス (ACCESS GROUP HOLDINGS CO., LTD) |
| 設立    | 1990 (平成2) 年4月 ※創業1982 (昭和57) 年10月                     |
| 資本金   | 187,445,650円   |
| 代表者   | 代表取締役社長 木村 勇也  |
| 社員数   | 20名 (グループ会社計 145名) ※2023 (令和5) 年3月31日現在(常勤役員を含む)       |
| 本社所在地 | 東京都港区南青山1-1-1 新青山ビル東館15F                               |

〈 体制図 〉



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 〉



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。
- ・東京と大阪に2カ所の事務局機能を有する



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。



# 3 業績ハイライト

---

- 業績の季節変動要因により、当第2四半期連結累計期間は、期初より営業利益の減少を見込む。
- 人流回帰、採用市場の復調を要因に、対面型採用イベント企画が想定以上の伸長推移。
- 伸長傾向にある採用支援事業へグループ内の人材リソースを集中。売上集中は下半期（特に4Q）を想定。
- プロモーション支援事業は、アウトソーシング受託が伸長も、ワクチン接種運営減少を主要因に減収。
- 教育機関支援事業は、留学生関連が引き続き伸長。ワクチン職域接種の減少により、やや想定を下回る。

(単位：百万円)

|                  | 2023年3月期<br>2Q累計 | 2024年3月期<br>2Q累計 | 百分比    | 前年同期比<br>(金額) | 前年同期比<br>(増減率) |
|------------------|------------------|------------------|--------|---------------|----------------|
| 売上高              | —                | 1,756            | 100.0% | —             | —              |
| 売上原価             | —                | 988              | 56.3%  | —             | —              |
| 売上総利益            | —                | 767              | 43.7%  | —             | —              |
| 販売費及び一般管理費       | —                | 746              | 42.5%  | —             | —              |
| 営業利益             | —                | 21               | 1.2%   | —             | —              |
| 経常利益             | —                | 12               | 0.7%   | —             | —              |
| 税引前四半期純利益        | —                | 12               | 0.7%   | —             | —              |
| 親会社株主に帰属する四半期純利益 | —                | 10               | 0.6%   | —             | —              |

※百万円未満切り捨て

注) 当社グループは前連結会計年度（2023年3月期）より、決算日を9月30日から3月31日に変更しました。これに伴い、前連結会計年度は2022年10月1日から2023年3月31日までの6か月決算となっており、2023年3月期第2四半期の連結財務諸表を作成していないため、対前年同四半期増減率及び2023年3月期第2四半期連結経営成績（累計）については記載をしております。

## 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



### 業務アウトソーシング

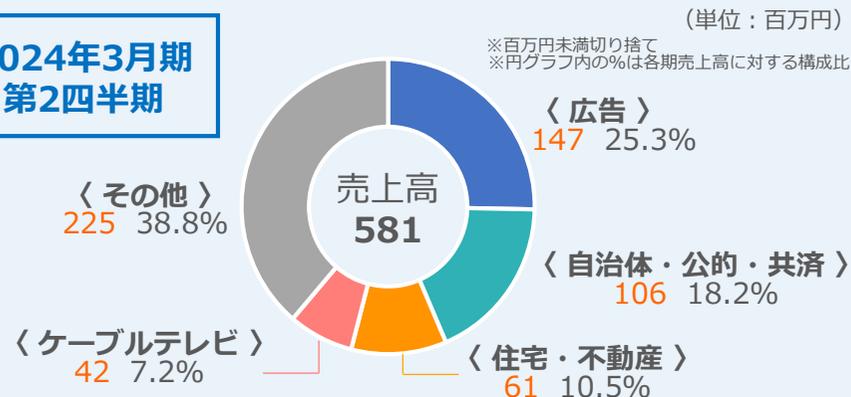
- キャンペーン事務局
- 印刷・発送・業務代行等
- データ管理・DM発送



関西キャンペーン事務局を開設



### 2024年3月期 第2四半期



### 売上高 5億81百万円

キャンペーン事務局代行を中心とするアウトソーシング業務、人流回帰に伴うイベントスペース（アクセスフォーラム）利用が伸長するも、ワクチン接種会場運営が減少。

### セグメント損失 △59百万円

ワクチン接種会場運営の減少を主要因にセグメント損失を計上。キャンペーン事務局などアウトソーシング業務に軸足を置き、ストック型収益となる事業モデルに注力し回復傾向。

※ 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 内定獲得フェア
- 大学別 **UNIPLATZ 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「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

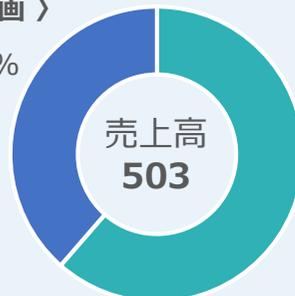
### 人材紹介

- 新卒・若年者
- 外国人留学生
- 海外グローバル人材



2024年3月期  
第2四半期

〈 連合企画 〉  
194  
38.6%



〈 個別案件 〉  
309  
61.4%

(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 **5億3百万円**

採用市場と人流回復により、対面型合同企業説明会が想定を上回る伸長推移。個別案件は、採用業務代行、新卒紹介、ダイレクトリクルーティングが堅調。新卒採用活動の早期化により、当期の売上集中は下半期（特に4Q）を想定。

セグメント損失 **△18百万円**

企業の新卒採用活動繁忙期にあわせて売上が偏重する季節変動要素があり、当第2四半期でのセグメント損失は期初より想定済み。売上に連動し、想定を上回って推移。

## 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



2024年3月期  
第2四半期

〈 連合企画 〉  
181  
26.9%



〈 個別案件 〉  
491  
73.1%

(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 6億72百万円

外国人留学生募集関連が引き続き需要高く伸長推移。ワクチン職域接種運営の失注を主要因に想定をやや下回るも、日本人学生向けの入試広報関連は堅調に推移。当期の売上集中は上半期（4～9月）を想定。

セグメント利益 95百万円

売上と同様。外国人留学生募集関連の伸長、入試広報関連の堅調推移により、セグメント利益を確保。

## ④ 2024年3月期 業績予想・今後の取り組み

---

## 通期業績予想（2023年5月15日公表）は、「据え置き」。

（単位：百万円）

|                     | 2022年9月期<br>（通期） | 2023年3月期<br>（半期決算） | 2024年3月期<br>業績予想<br>（5/15公表） | 2024年3月期<br>（通期見通し） | 百分比    | 前期比<br>（金額） | 前期比<br>（増減率） | 業績予想比<br>（金額） | 業績予想比<br>（増減率） |
|---------------------|------------------|--------------------|------------------------------|---------------------|--------|-------------|--------------|---------------|----------------|
| 売上高                 | 3,683            | 1,906              | 4,300                        | 4,300               | 100.0% | —           | —            | 0             | 0.0%           |
| 営業利益                | 54               | 57                 | 140                          | 140                 | 3.2%   | —           | —            | 0             | 0.0%           |
| 経常利益                | 38               | 45                 | 113                          | 113                 | 2.6%   | —           | —            | 0             | 0.0%           |
| 親会社株主に帰属する<br>当期純利益 | 11               | 43                 | 103                          | 103                 | 2.3%   | —           | —            | 0             | 0.0%           |

※百万円未満切り捨て

注）当社グループは前連結会計年度（2023年3月期）より、決算日を9月30日から3月31日に変更しました。これに伴い、前連結会計年度は2022年10月1日から2023年3月31日までの6か月決算となっており、2023年3月期第2四半期の連結財務諸表を作成していないため、対前年同四半期増減率及び2023年3月期第2四半期連結経営成績（累計）については記載をしておりません。

- プロモーション支援：キャンペーン事務局などアウトソーシング業務の堅調な分野への集中。
- 採用支援：対面型合同企業説明会が急回復。グループの人的リソースを集中し、更なる伸長を加速。
- 教育機関支援：外国人留学生募集領域が伸長。寄付募金など、入試広報以外の案件獲得にも注力。
- グループ全体で、好調な採用支援事業に人的リソースを集中し、収益の最大化を図る

・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。

## 社会環境

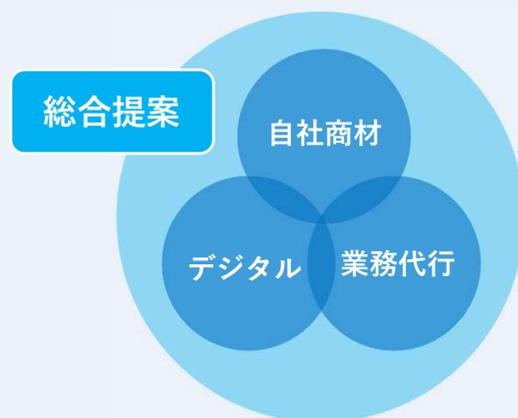
- デジタル化が急速に進展も、対面型ニーズが復調。
- 手法が多様化。選別の複雑化と運用工数増の課題。
- 働き方の多様化や人材の流動化で、ノウハウが継承されない課題。
- BPOの活用が見直されていく環境に。

※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」などの強化へ。  
「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。



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デジタルプロモーション
- ②キャンペーン事務局
- ③業務アウトソーシング  
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の強化

## 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
- (株)プロネクサスとの業務提携による取引先の拡大
- 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
- 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

- ・ 内製化している事務局代行・業務アウトソーシング案件を推進し、高収益化を図る
- ・ 伸長推移の採用支援事業へ人的リソースを集中し、収益の最大化を図る
- ・ 外国人留学生分野の更なる成長を目指す

## ■ 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



## 株式会社プロネクサス（東証プライム：証券コード7893）と業務提携契約を締結

ディスクロージャー・IRの実務支援を中核事業とし、上場企業・IPO準備企業を中心に約4,000社の取引実績を持つ株式会社プロネクサスと、「採用コンサルティング事業」、「学校法人等教育機関へのコンサルティング事業」、「販売促進コンサルティング事業」、「相互の経営資源活用による機能強化」を目的とした業務提携を締結。（2023年10月2日公表）

### 【業務提携による主な取り組み】

#### 1. 企業の人事部門に対する コンサルティングサポート強化

両社のお客様基盤を活用し、採用課題を持つ企業に対してプロネクサスのコンテンツ制作・イベント企画運営等のノウハウと当社の採用支援サービスを組み合わせたトータルサポートを共同提案。

#### 2. IPO準備、IR活動強化を検討する企業に対する コンサルティングサポート強化

特に当社の持つお客様基盤の中で、IPO準備やIR活動の強化を検討する企業に対して、プロネクサスのサービスを共同提案。

#### 3. 両社の経営資源を相互活用した 企業価値向上

両社が得意とする採用支援・IR支援サービスを相互に提供し、「プロネクサスの採用活動」「当社のIR活動」を強化・改善することで両社の企業価値向上を目指す。

#### 4. 両社の経営資源を組み合わせたサービスの共同開発 (今後の検討事項)

両社の得意分野を活かし、人財採用分野に加え、従業員向けのインナーブランディング分野等における課題解決をはかるコンサルティングサービスの共同開発を検討。

# 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、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、前期より優待内容を拡充

|      | 2023年3月期 | 2024年3月期（予想） |
|------|----------|--------------|
| 配当金額 | 12円      | 15円          |

- ・ 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。

## 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<br>(変更前)     | 1年以上継続保有の株主様<br>(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) |

## 6 参考資料

---

## 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)

## 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><b>SNSキャンペーン</b><br/>X (旧Twitter)、Instagram、LINE 等</p> |  <p><b>Webキャンペーン</b><br/>レシート投稿<br/>シリアルナンバー<br/>LP制作 等</p> |  <p><b>郵送・店頭<br/>キャンペーン</b><br/>各種クリエイティブ<br/>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<br/>DSP広告</p>  | <p>CRM<br/>ツール</p>  | <p>その他<br/>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

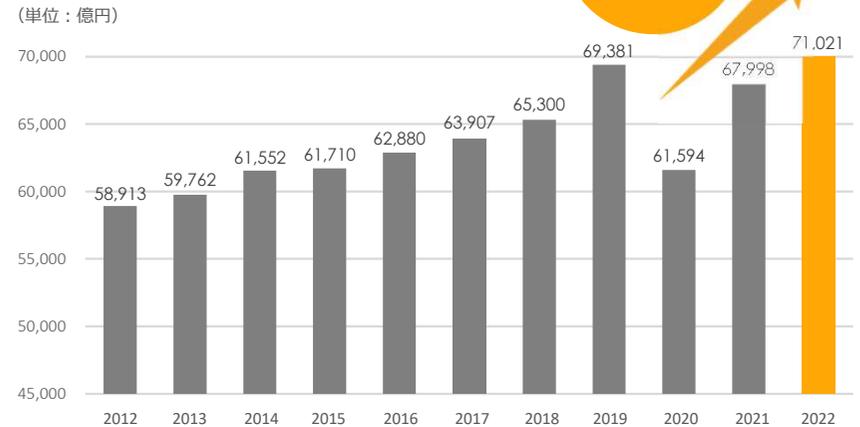
DM、ポスティング、イベント運営をはじめとするリアル&アナログプロモーション。WEBサイト、パンフレット、動画などの各種クリエイティブ業務。



### 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 (X (旧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><b>1000件</b>以上</p> <p>※当社調べ(2021.10~2022.9)</p> | <p>継続リピート率</p> <p><b>98.8%</b></p> <p>※当社調べ(2019.10~2022.9)</p> | <p>お客様満足度</p> <p><b>93.6%</b></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

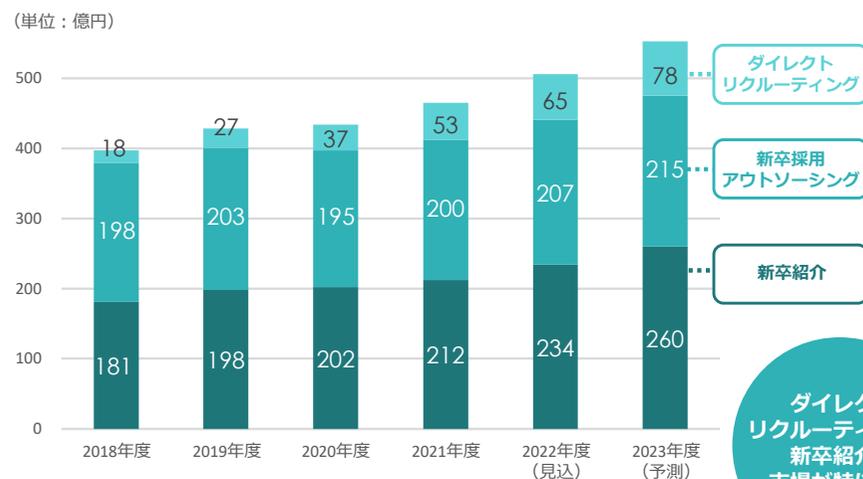
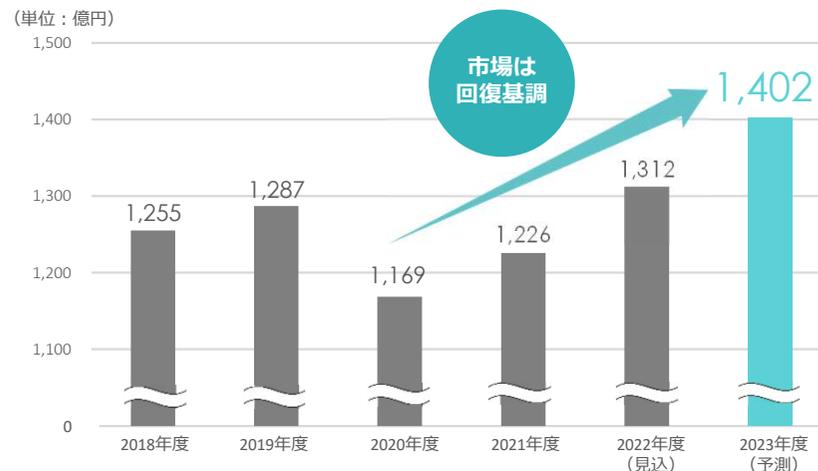
- 新卒・若年層を対象とした人材紹介  
 大学キャリアセンターと連携
- 送客サービス  
 説明会や選考等に就活生を動員するサービス



## 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。

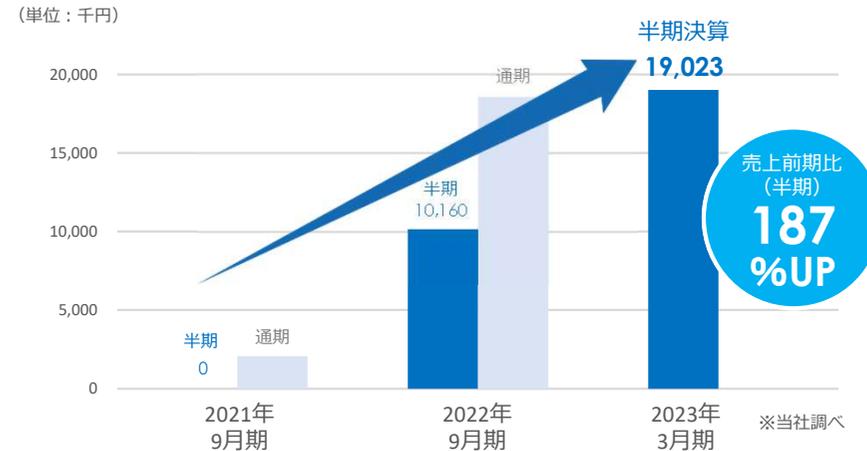


- ▶ 採用市場は「〇〇特化型」「スカウト型」などの採用サービスが台頭。売り手市場が背景。

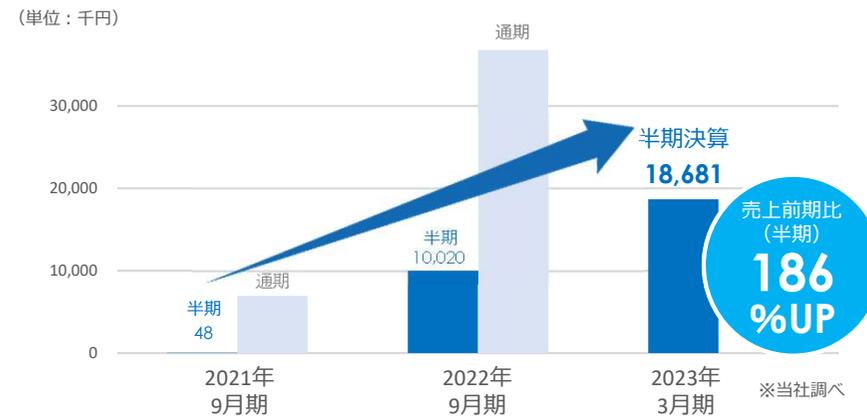
- ▶ サービス選定のコンサルティングから、採用活動やスカウトサービスの**業務代行**へと領域を拡大。合わせて**新卒紹介サービス**も開始。



## 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

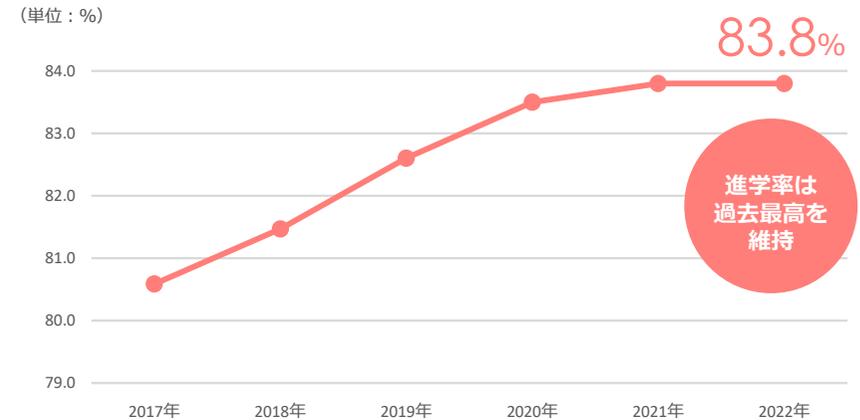
日本語教育機関のネットワークで、  
大学の外国人留学生募集を支援



## ターゲットとする市場の動向

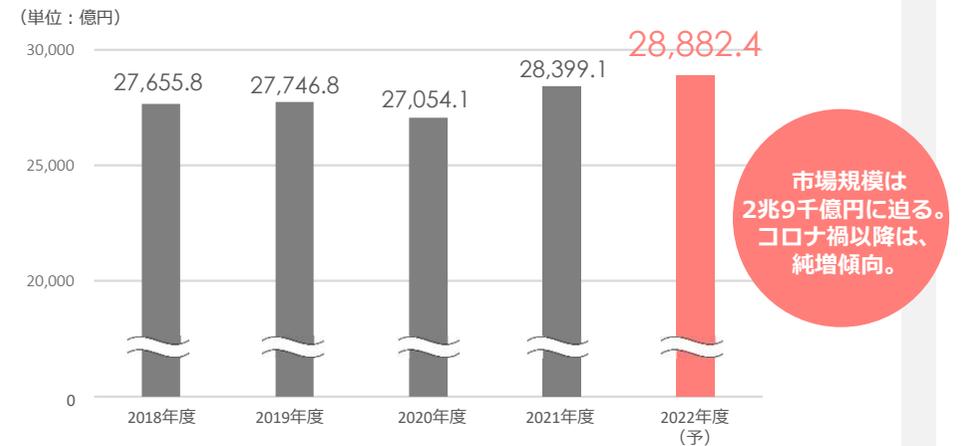
- 高等教育機関への進学率（過年度高卒者等を含む）

（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

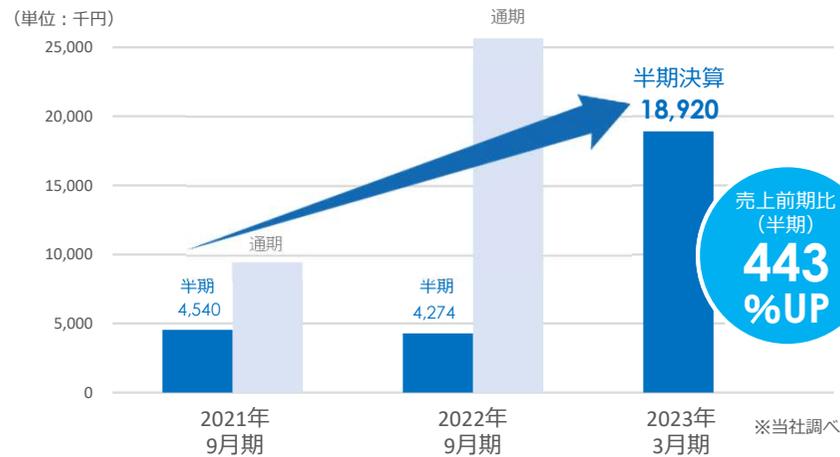
（出典：矢野経済研究所「教育産業市場に関する調査（2022年）」より当社グループ作成）



## 〈 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



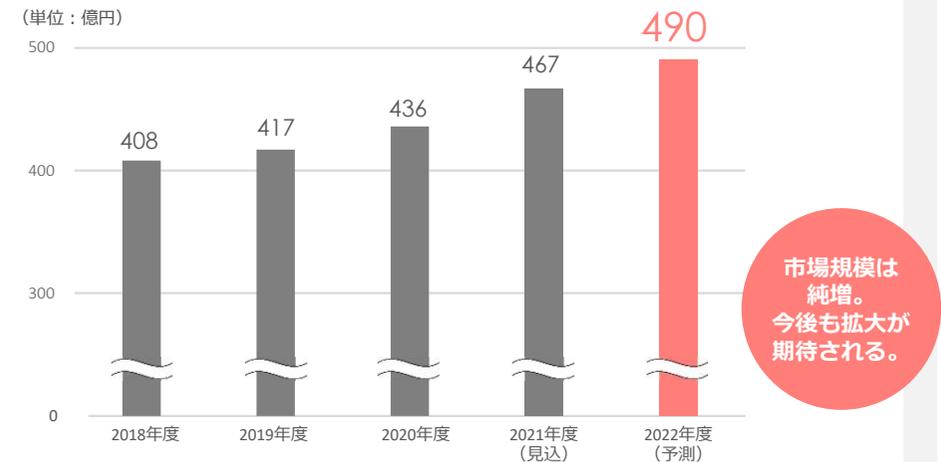
## 〈 資格・検定分野 〉

- ▶ 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〉

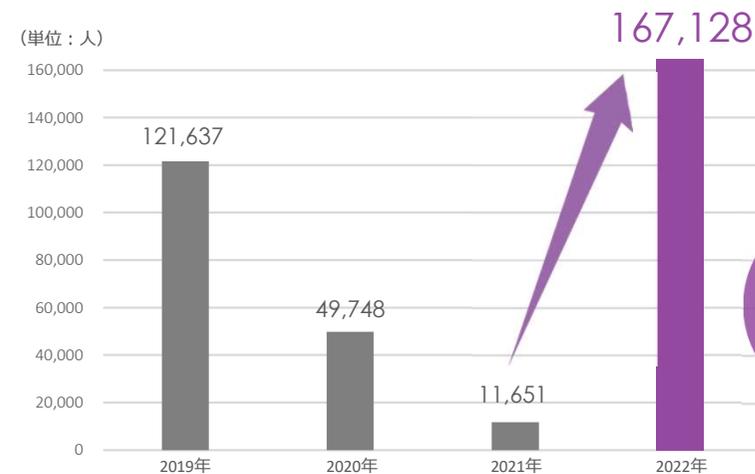
- ▶ 日本国内にある大学キャリアセンターとの連携は約300校
- ▶ 高度な日本語力に長けた人材を就労支援へ

### 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

そのとき、ベストな未来へ。



株式会社アクセスグループ・ホールディングス

<https://www.access-t.co.jp/>

お問い合わせは、当社ホームページよりお願いいたします。  
最後までご覧いただきありがとうございました。