

2020年9月期 第3四半期 業績ハイライト資料

株式会社アクセスグループ・ホールディングスは、2020年9月期 第3四半期（2019年10月1日～2020年6月30日）の業績を発表しましたので、その概況について補足説明をいたします。

- **売上高 2,926百万円（前期比△16.9%）。緊急事態宣言の影響を受けるも、衛生商材等で一定カバー。**
 - ・プロモーション事業は、前期比△22.6%。住宅・不動産等が減収。景品取扱変更・郵送物減少も要因。
 - ・採用広報事業は、同△6.4%。採用企画の延期が業績に影響するも、衛生商材引き合い強く、売上をカバー。
 - ・学校広報事業は、同△26.2%。進学企画や個別案件延期が業績に影響も、衛生商材で一定程度カバー。
- **営業利益 △115百万円（前期比△241百万円*）。売上高と同様の要因。**
 - ・プロモーション事業は、前期比△6百万円*。原価率が前期比で改善。販管費も抑制し、ほぼ前年同期並み。
 - ・採用広報事業は、同△151百万円*。対面型企画の延期が主要因。Web・衛生商材で一定程度カバー。
 - ・学校広報事業は、同△68百万円*。対面型企画、個別案件の延期が主要因。衛生商材で一定程度カバー。
 - ・当社（アクセスグループ・ホールディングス）も経費抑制に努め、連結の営業損失拡大を抑止。
- **通期の業績予想は未定。8月末を目途に、再度公表予定。**
 - ・新型コロナウイルスの感染拡大状況により、クライアントの需要動向が依然として流動的。
 - ・コストの削減に向けた各方面への折衝も継続中。
 - ・今後さらに精査した上で、8月末を目途に、通期の業績予想を再度公表予定。
- **受注は回復傾向。既存事業と親和性の高い、新たな商材やサービスの開発に努める。**
 - ・今後も、感染拡大や景気動向によるクライアントのニーズの変化を想定。
 - ・デジタル商材の受注拡大。防災・衛生関連のグッズや関連ソリューションの販売なども引き続き引き合い強い。
 - ・従来の枠組みにとらわれず、プロモーション手法の応用やシナジーが期待できる事業を展開。

*セグメント損失が発生しているため、金額による表記をしております。

（百万円未満切捨）

1. 第3四半期累計期間 連結業績概況

※単位：百万円。百万円未満切捨

連結業績	2019年9月期 第3四半期累計期間	2020年9月期 第3四半期累計期間	増減率
売上高	3,521	2,926	△ 16.9%
営業利益	125	△ 115	—
経常利益	106	△ 130	—
親会社株主に帰属 する四半期純利益	39	△ 168	—

2. 第3四半期累計期間 セグメント別売上高

※単位：百万円。百万円未満切捨

セグメント別売上高	2019年9月期 第3四半期累計期間	2020年9月期 第3四半期累計期間	増減率
プロモーション事業	1,333	1,032	△ 22.6%
採用広報事業	1,410	1,320	△ 6.4%
学校広報事業	777	574	△ 26.2%
合計	3,521	2,926	△ 16.9%

※上記数値には、「セグメント間の内部売上高又は振替高」は含んでおりません。

3. 第3四半期累計期間 セグメント別利益又は損失

※単位：百万円。百万円未満切捨

セグメント別 利益又は損失	2019年9月期 第3四半期累計期間	2020年9月期 第3四半期累計期間	増減率
プロモーション事業	△ 19	△ 24	—
採用広報事業	141	△ 10	—
学校広報事業	△ 42	△ 111	—
調整額	46	30	△ 33.8%
合計	125	△ 115	—

4. 第3四半期累計期間の業績補足説明

【 売上面の補足説明 】

連結売上高は 2,926 百万円（前年同期比 16.9%減）となりました。

政府の緊急事態宣言に伴い、対面型のマッチング企画の自粛要請や広告・販促の延期、クライアントの在宅勤務の拡大に伴う営業機会の縮小など、グループ全体として営業環境の大きな変化が生じました。一方、感染拡大の防止に向け、4月よりノベルティ商品を取り扱う協力会社との連携により販売を開始したマスク・アルコールジェル・フェイスシールド等の衛生商材の販売が伸長し、通常商材での減収分を一定程度カバーしました。

プロモーション事業では、キャンペーン景品の取扱方法の変更や緊急事態宣言に伴うキャンペーンの延期に伴い、広告代理店分野が減収（但し、損益面では前年同期並みで推移）。また、新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、住宅・不動産、外食・小売、旅行・宿泊関連分野も、影響を受けました。一方、ケーブルテレビ、自動車、自治体・公的機関・共済の各分野は、コロナ対応案件や衛生商材の取扱い等によって、堅調に推移し、前年同期比で増収となりました。特に、緊急事態宣言下でも一定の出勤が必要な公共性の高い機関から、衛生商材への強い引き合いがありました。

採用広報事業では、緊急事態宣言に伴い、4・5月に予定していた対面型の採用マッチング企画を延期したことを主要因として、特に連合企画が影響を受けました。一方、衛生商材に対して強い引き合いがあり、これを機に取引再開となったクライアントも多く、個別案件の売上は前年同期比で伸長いたしました。また、対面型の企画に代わり、Webによるライブ配信型の就活セミナーを開催し、一定の売上を確保いたしました。

学校広報事業でも、緊急事態宣言に伴い、4～6月に予定していた対面型の進学企画を軒並み7月以降に延期いたしました。また、大型のイベント運営案件がWebでの代替企画に変更の上、第4四半期に計上になったほか、入構規制に伴う個別案件の納期延期等も発生し、影響を受けました。一方、Webや情報誌型の連合企画についてはほぼ想定通りに推移し、衛生商材の販売効果もあったことから、減収分を一定程度カバーしました。

【 損益面の補足説明 】

連結営業利益は△115百万円（前年同期は125百万円）となりました。

損益面においても、売上面と同様、政府の緊急事態宣言による影響を大きく受けましたが、衛生商材の販売により、通常商材での減益分を一定程度カバーしました。

プロモーション事業では、自治体・公的機関・共済の各分野と、その他分野が、主に衛生商材の販売により、前年同期比で増益となりました。また、広告代理店、ケーブルテレビ、自動車分野も前年同期比並みで推移いたしました。それ以外の分野は減益となりましたが、前年同期比で粗利率が改善したことから、プロモーション事業全体の損益面は、ほぼ前年同期並みとなりました。

採用広報事業では、延期した対面型の採用マッチング企画の利益剥落により、前年同期比で減益となりました。なお、衛生商材の販売が減益分のカバーに寄与しました。

学校広報事業でも、対面型の進学企画や受託案件の延期に伴う利益剥落により、前年同期比で減益となりました。なお、Web・情報誌関連の売上や衛生商材の販売により、減益分を一定程度カバーしました。

5. 通期 連結業績の見通し

2019年11月13日に公表いたしました連結業績予想を、2020年5月14日に一旦取り下げ、「未定」とさせていただきます。新型コロナウイルスの感染拡大状況により、クライアントの需要動向が依然として流動的である一方で、現在、コストの削減に向けた各方面への折衝も行ってまいります。今後さらに精査した上で、2020年8月末を目途に、通期業績予想を再度公表させていただく予定です。

※百万円未満切捨

連結業績	2019年9月期通期	2020年9月期通期 (予想)
	百万円	百万円
売上高	4,560	—
営業利益	58	—
経常利益	38	—
親会社株主に帰属する 四半期純利益	2	—
1株あたり 当期純利益	1円82銭	—円—銭

6. 業績の季節変動要因について

当社グループの業績は、通常は以下のような季節変動要因を抱えております。そのため、例年においては、当社グループ連結の通期の営業利益が、第3四半期までの営業利益累計額と比較して大きく減少する傾向があります。2019年9月期においては、第3四半期連結累計期間の営業利益125百万円に対し、通期の営業利益は58百万円となり、第4四半期の減少幅は67百万円でした。

しかしながら、当期におきましては、感染拡大を受け、4～6月に開催予定だった企画の大半を6～9月に延期していることから、2019年9月期の傾向とは異なる可能性があります。（詳細につきましては、通期の業績予想を再度公表する際に、あわせてお知らせいたします）

【季節変動要因】

採用広報事業： 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2四半期及び第3四半期に売上が集中する傾向。

学校広報事業： 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。

7. 配当予想

2020年9月期の配当予想についても、2020年5月14日に一旦取り下げ、「未定」とさせていただきます。今後、通期の業績予想を再度公表する際に、あわせて公表させていただく予定です。

配当	2020年9月期（予想）
期末配当金	—

8. 今後の経営方針

新型コロナウイルスの世界的な感染拡大に伴い、当社グループが属する各市場においても、広告費の削減や広報手法の変化、進学・就職活動を取り巻く環境変化等によって、クライアントのニーズも変化することが想定されます。

当社グループでは、第3四半期に「VR キャンパスツアー導入サービス」「位置情報活用型 DSP（※）」「レシート応募型システム」「オンライン型就職セミナー」など、新たなデジタル商材を投入しているほか、防災・衛生に関するグッズの販売や関連するソリューションのご提供を開始しております。これらの商材の受注は拡大傾向にあり、引き続き引き合いが強い状況です。

今後も、当社グループの既存事業との親和性が高い新しい商材・サービスの開発に努め、従来の枠組みにとらわれず、プロモーション手法の応用やシナジーが期待できる事業の展開を図ることで、この課題に対処してまいります。

プロモーション事業では、キャンペーン事務局を始めとした業務代行案件を中心に受注が回復基調にあるほか、位置情報活用型 DSP を始めとしたデジタル商材への引き合いが高まっております。堅調な分野への営業注力を図ってまいります。

採用広報事業では、4・5 月から延期した対面型の採用マッチング企画を、8・9 月にも予定しておりますが、全国的な感染拡大により、クライアントの需要動向が流動的になっております。そのため、企画を絞り込んで利益効率を高めるほか、堅調な個別案件や Web 関連の商材の受託に注力してまいります。

学校広報事業では、4～6 月から延期した対面型の進学企画を、8・9 月にも予定しておりますが、採用広報事業同様、クライアントの需要動向が流動的になっております。そのため、対面型以外の Web・情報誌系の商材の受託に注力するほか、納期延期となった個別案件の確実な刈り取り、広報・運営支援案件の受注拡大を図ってまいります。

※DSP = Demand Side Platform 広告効果の最大化を支援するプラットフォーム

- 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う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。

以上