

キャピタル・アイ特別企画：～新規上場企業のいま～

そのとき、ベストな未来へ。



アクセスグループ・ホールディングス <7042>

複雑化するニーズに対応、外国人材紹介も推進

アクセスグループ・ホールディングスが東証ジャスダックスタンダードに上場して1年2ヵ月ほどが経った。同社はプロモーション事業、新卒学生や若年層を対象とした採用広報、教育機関の学生募集などを総合的にサポートする学校広報事業を手掛ける。日本語学校に通う留学生に、大学や専門学校を紹介する外国人留学生向け事業も展開している。上場当時を振り返りつつ、今後の展望などを木村勇也社長と長尾俊彦取締役聞いた。

―上場後の変化は

採用面では、企業としての信頼感が高まり、応募や内定者数が増加、内定承諾率が格段に上昇した。営業面については、これまでは大手企業の口座開設はハードルが高いこともあったが、よりスムーズになった。協業先のパートナーを広げていく方向のなか、パートナー候補からも好意的に受け止めてもらえており、前向きに進めやすい。積極的な提案も受けている。

―上場準備中のエピソードについて

キーになったのは予算管理だった。大学生の就職活動のスケジュールが年々変化するなかで、月次の予算に落とし込み、どのように達成していくか最終段階まで重点的に確認された。

創業以来 35 年、独自の仕組みだったところもあり、ガバナンス体制の整備に腐心した。整備をしたものの、逆に現場の社員に負荷をかけ、営業活動にブレーキが掛かったことなどが課題となった。かなりのアクセルをふかしておくべきだったという反省はある。

商慣習の問題があり、例えば、従来は信用に基づいて業務を進めていた取引が多少なりともあったが、口頭でなく書面化しての決裁が必要になった。これは上場企業としては当然のことだが、そういった習慣がなかったことから、ルールの遵守を意識させるあまり、契約の締結や発注などで業務フロー上の負荷をかけた。



木村勇也社長

—どう克服したのか

長尾取締役：全くイメージできていなかった業務に慣れ、こうすればいいと分かったことが一つ。そのうえでルールの範疇で、効率化について現場とコミュニケーションを取り、監査法人とも協議しながら、現場の動きに合わせて改善している。

—業務の現状は

木村社長：プロモーション事業は、大きな取り引きをしている特定のクライアントに広告方針の変更があったことで、落ち込みが大きかった。

長尾取締役：他の分野で売り上げのカバーに注力している。原価率の高い商材が売れたため、売り上げは上がったが、利益は落ちてしまった。

木村社長：前期を振り返るとプロモーションの複雑化を解決していく点に有望なニーズがあると捉えている。例えば企業が行うキャンペーンの事務局の業務を受託するケースがある。数年前は、はがきやメール、ファックスによる応募だったが、今は、Twitter や Facebook、Instagram など SNS の登場で、企業の担当者が一手に引き受けるには複雑で手間が掛かるものになっている。



キャンペーン事務局で、はがきでの応募に対応する



コールセンターで顧客対応に当たる様子

集計や抽選、商品の保管、発送代行機能、クレームなどに対応するコールセンター事業が必要で、一口にキャンペーンといっても複雑な業務が入り組んでいる。我々はそれを一括してキャンペーン事務局で手掛け、企業にとって「これは助かる！」というサービス提供に活路を見出してきた。機能を拡充して、かゆいところに手が届く受託業務を取り込み、売り上げの拡大を目指す。

—採用広報事業については

総じて学生の集客のための原価が上がった。現状は売り手市場で、就活生の活動量が減ったことが背景にある。もっとたくさんの学生に当社のイベントを知ってもらうために告知の必要があった。結果として原価がかかり、前期比で粗利率が減少した。

通年採用など早期採用に向けた動きに合わせて、職業観を学生に伝えるイベントを行う。採用活動が通年化すると、大学 4 年生のみならず 1～3 年生も対象となる。学校のキャリアセンターとのつながりの強さを活かし、大学と連携した取り組みを強化したい。

また、人材紹介事業を強化している。人材紹介ビジネスは、利益率が高い成功報酬型で、業績に寄与できるよう構築していきたい。昨年の上場のタイミングでは手探りの部分があったが、成約もあり結実しつつある。さらに広げる段階にある。

長尾取締役：人材紹介では、求職者が入社したタイミングで一括の料金が発生するケースがほとんどだが、一括での料金の支払いを好まない企業もあり、当社は両パターン用意している。動画を使って学生が企業にアピールしてダイレクトリクルーティングする「スカウト」というアプリを運用しており、採用後2年間、按分で月額料金が発生し、被採用者が退職した場合には以降の料金が発生しないモデルを作った。

一外国人留学生向けビジネスは

木村社長：エイトグローバル人材と資本業務提携し、11月20日に、インドネシアの理工系やIT人材の良さを企業に伝えるために、自社イベントスペースを使って説明会を開催した。インドネシア大使館の協力とスカイプをつなぎ、学生になぜ日本で働きたいのか熱弁してもらった。そこでの引き合いを紹介につなぐ最初の第一歩ができた。ベトナムでもパートナー企業との業務提携が進行中。



エイトグローバル人材とは、インドネシアのバンドン工科大学でガイダンスなども共催している

また、既に日本の大学に通っている外国人学生に向けての早期キャリア教育を、複数の大学から受託・実施している。日本では卒業見込みの状態が就職するため、他国に比べて就職活動の時期が早い。日本語で学び、高度なコミュニケーションを取ることができる優秀な留学生が、日本の独特な就職活動に合わせられないケースがあるため、1年生の時点で、日本における「就職活動の実際」を教える。合わせて我々のサービスを活用してもらう種まきをしている。

日本語学校生向けには、通信キャリアや銀行などの口座開設に向けたアプローチのニーズがあり、生活情報としてプロモーションすることで、進学、生活、就職をつなげていきたい。外国人向けサービスを展開する会社からの引き合いも増えてきている。



学生は場所や時間を問わず就職活動に取り組み、学業や部活動などに専念する時間を増やすことができ、企業側はより効率的に選考を行うことができる

―学校広報事業は

期ズレが起きた点が業績に影響した。学校は広報予算について選別してきており、学校全体の「総合プロモーション企業」として事業展開する。これまでは入試の広報に特化していたが、枠組みを広げて営業活動を展開する。学校や学園広報ブランディング全般、業務の引き受けなどのアウトソーシング、募金・寄付金関連に提案を広げている。

いろいろな学校と取り引きがある面的な広がりを生かして、近隣での成功事例など情報を紹介しながら提案できる。

―中長期的に見た今後の事業展開について

プロモーション業務受託の拡大に向けて、複合的な案件の受託に向けた機能拡充に取り組んでいきたい。デジタルといっても様々な商材や技術が必要になり、そのノウハウを吸収しながら、紙・イベントも含めた複合的なニーズに応えられる体制を整えて、企業から総合的に受託する。

長尾取締役：キャンペーン事務局事業は一例であり、他の業務についても当社の窓口一つでサポートを含めた機能を充実させて一括受注する。募金なら募金の集め方、集めた後のフロー構築など、企画を考えたら丸投げではなく、頭も手も動かす。

木村社長：外国人分野も拡大する。これまでは日本最大規模のイベント集客で日本語学校生におけるシェアはトップクラスと言われてきたが、我々の上場の翌月に法令が改正され、外国人の労働者を受け入れる機運が高まっている。高度人材に絞るが、海外でも日本語を学ぶ人はたくさんいて、進学情報だけではなく、企業への人材紹介事業を拡大していきたい。

国によって規制や文化、慣習が異なるため、現地に精通している企業とタイアップし、我々のクライアントに対して安心・安全な方法で紹介をする。我々のイベントスペースを使ったイベントの加速などで国内企業のグローバル化に貢献していきたい。

―投資計画については

システム投資や機能拡充に充てていく。それ以外は資本を入れる連携や M&A、商材や業界で親和性がある企業との M&A に積極的に取り組みたい。

2020 / 2021 インターン

留学生のための
就活アプリ
SmartOffer

日本の
企業が
あなたへ
OFFER!!

外国人留学生の皆さんが持つグローバルな視点と
日本での学びを活かし、日本でのキャリアアップを実現させよう！
一人ひとりの経験と特徴をもとに、あなたに会いたいという
企業からのオファーがくる無料就活アプリ♪

“動画”で
あなたをアピール！

まずは登録！ オファーを待つだけ！

“動画”で自分をプロデュース！

登録無料 & お祝い特典アリ！

SmartOffer 検索
https://smartoffer.jp

アクセス ヒューマネクスト

App Store
GET IT ON
Google Play

詳しくは動画へ

外国人留学生向けの就活アプリ「SmartOffer」も展開している

―投資家に向けて

当期は期初予想より利益が減少したが、取り組みのスピードを一層速める種を蒔いた期だった。外国人ビジネスや複雑化するプロモーションニーズをしっかりと受託できる体制について期待してもらいたい。

―上場を考えている企業にひとこと

上場によって社会の目が向けられている実感があり、厳しい指摘や意見をもらうこともあるが、ファンも存在し、真摯に応えなければという意識が会社全体に根付いてきた。これが上場による企業体力の付け方なのかと思う。上場後を見据えたアグレッシブな構想力と実行力を持って経営すると良いと思っている。



木村社長は、「多様化する社会こそ『直接体感して決める』ニーズは増える。ターゲットを絞り、メディアを駆使して体感の場へ導く総合的なプロモーションやサポートができる体制を構築していく」としている。

画像などの出典：アクセスグループ・ホールディングス資料（2019年11月）

[2019/11/26 : キャピタルアイ・ニュース 鈴木 洋平]