



システムではなく、人間。

AllAbout

Group

株式会社オールアバウト

# 平成31年3月期第2四半期 決算説明会

2018年11月8日

当資料に記載された意見や予測などは、資料作成時点での当社の判断であり、その情報の正確性を保証するものではありません。様々な要因の変化により、実際の業績や結果とは大きく異なる可能性があることをご承知おきください。

1.決算ハイライト

2.事業ハイライト

3.成長戦略における事業領域と  
今期の主要な取り組み

4.業績見通し

※参考資料

# 本資料の前提となる連結対象企業構成

## 当社グループ

株式会社オールアバウト

All About

### 連結子会社

株式会社オールアバウト  
ライフマーケティング



ディー・エル・  
マーケット株式会社



株式会社オールアバウト  
ライフワークス

楽習フォーラム

ミューズコー  
株式会社

MUSE&Co.

株式会社オールアバウトナビ

citrus  チルテル

facebook navi

### 持分法適用会社

日テレ・ライフ  
マーケティング株式会社

0テレ  
Life Marketing

※ 上記の他、重要性の観点から連結の範囲から除外している非連結子会社として一般社団法人楽習フォーラム推進協議会があります

※ 平成30年5月にファイブスターズゲーム株式会社の全株式を売却し、平成31年3月期から連結子会社ではなくなりました

※ 平成30年12月に吸収分割によりオールアバウトライフマーケティングがミューズコーのMUSE&Co.ブランドに関する事業（スタジオ事業を除く）の権利義務を承継予定です

## マーケティングソリューション

メディア  
広告&ソリューション



グローバル



クラウド  
ソーシング

## コンシューマサービス

トライアルマーケティング  
& EC



生涯学習

楽習 フォーラム

ウェルネス

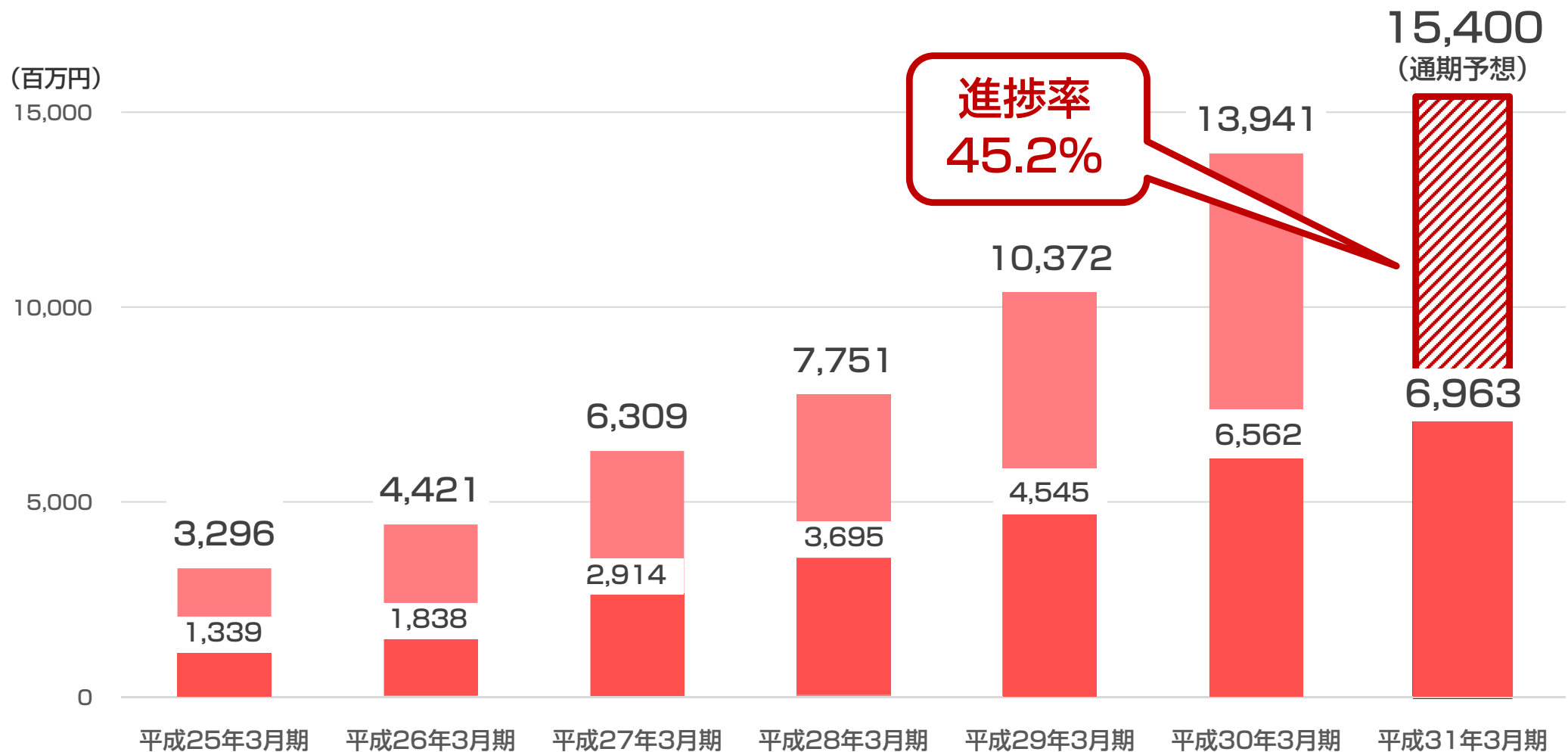
CtoC



デジタル  
コンテンツ



## 上期ベースで8期連続増収 上期の過去最高売上高を更新



# 1.決算ハイライト

---

## 上期 連結業績

コンシューマサービスの成長により増収となったが  
限界利益率低下により人件費等の固定費増加を吸収できず減益

|      |            |      |          |
|------|------------|------|----------|
| 売上高  | ： 6,963百万円 | 対前年比 | ： 106.1% |
| 営業利益 | ： △41百万円   | 対前年比 | ： —      |

## マーケティング ソリューション

利益率の高いプログラマティック広告とコンテンツ提供の減収  
さらに人員拡充に伴う人件費増加等も重なり減益

|      |            |      |         |
|------|------------|------|---------|
| 売上高  | ： 1,630百万円 | 対前年比 | ： 90.5% |
| 営業利益 | ： 113百万円   | 対前年比 | ： 31.3% |

## コンシューマ サービス

主力のサンプル百貨店が増収も、限界利益率の低下により  
人件費・外注費等の固定費増加を吸収できず減益

|      |            |      |          |
|------|------------|------|----------|
| 売上高  | ： 5,364百万円 | 対前年比 | ： 112.1% |
| 営業利益 | ： 54百万円    | 対前年比 | ： 38.5%  |

## 調整額 (全社費用)

子会社の連結除外に伴う貸倒引当金計上

|      |           |      |          |
|------|-----------|------|----------|
| 営業利益 | ： △209百万円 | 対前年比 | ： △29百万円 |
|------|-----------|------|----------|

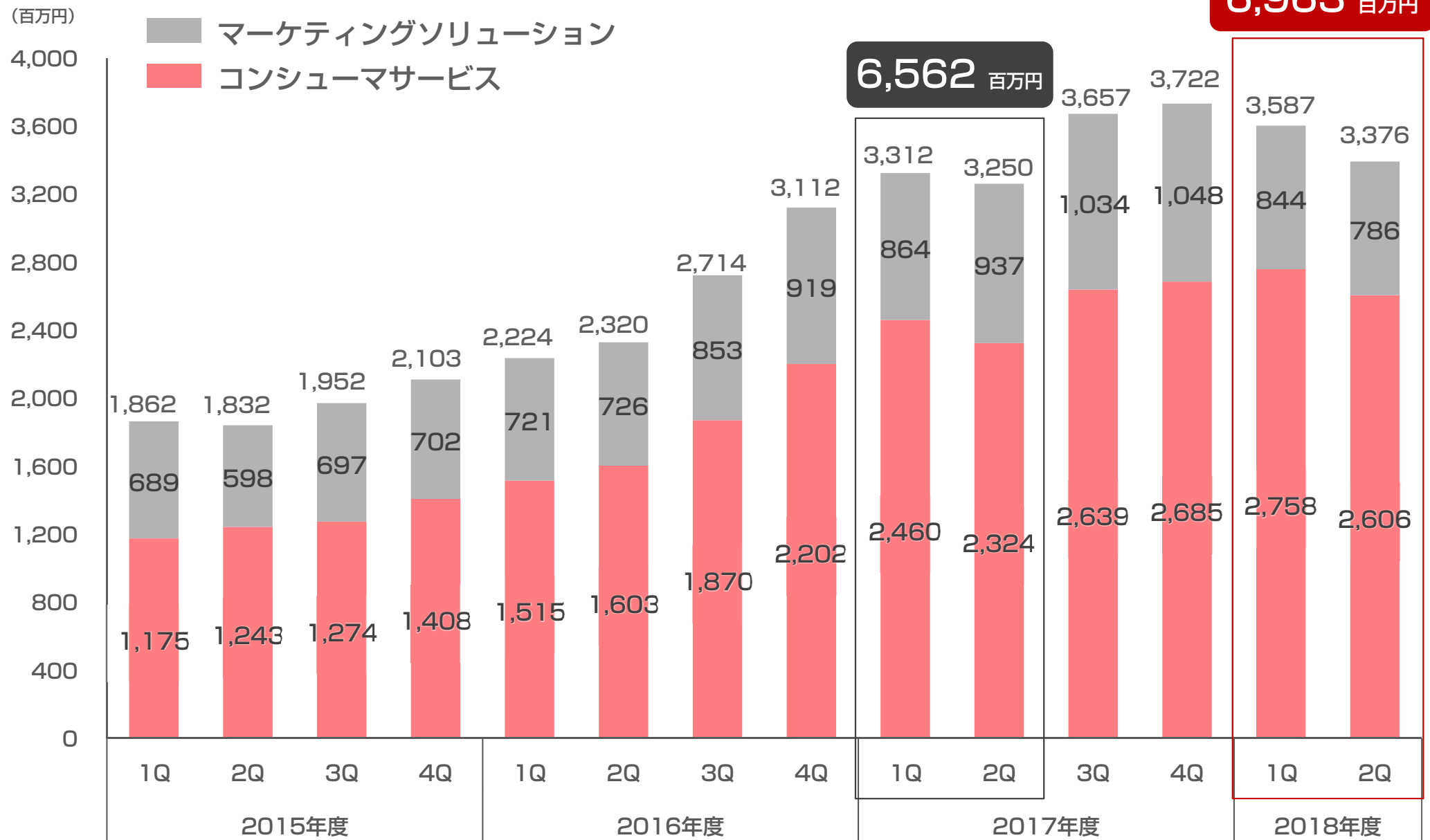
売上高 69.6億円、営業利益 △0.4億円

(百万円)

|                          | 平成30年3月期<br>第2四半期 | 平成31年3月期<br>第2四半期 | 増減率   | 通期<br>業績予想 |
|--------------------------|-------------------|-------------------|-------|------------|
| 売上高                      | 6,562             | 6,963             | +6.1% | 15,400     |
| 営業利益                     | 321               | △41               | -     | 380        |
| 経常利益                     | 321               | △64               | -     | 330        |
| 親会社株主に<br>帰属する<br>四半期純利益 | 247               | △5                | -     | 220        |

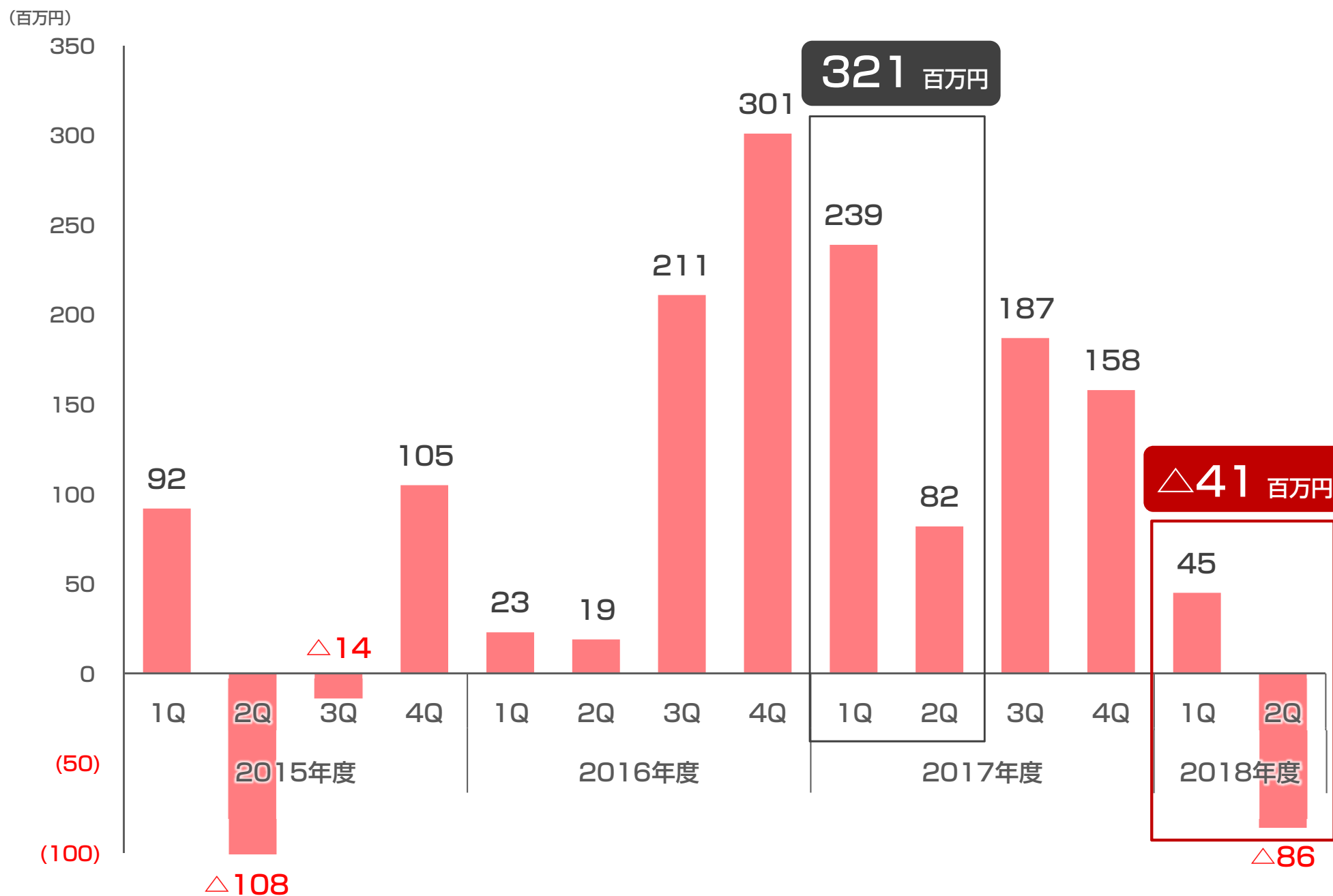


# 連結売上高の推移（四半期）

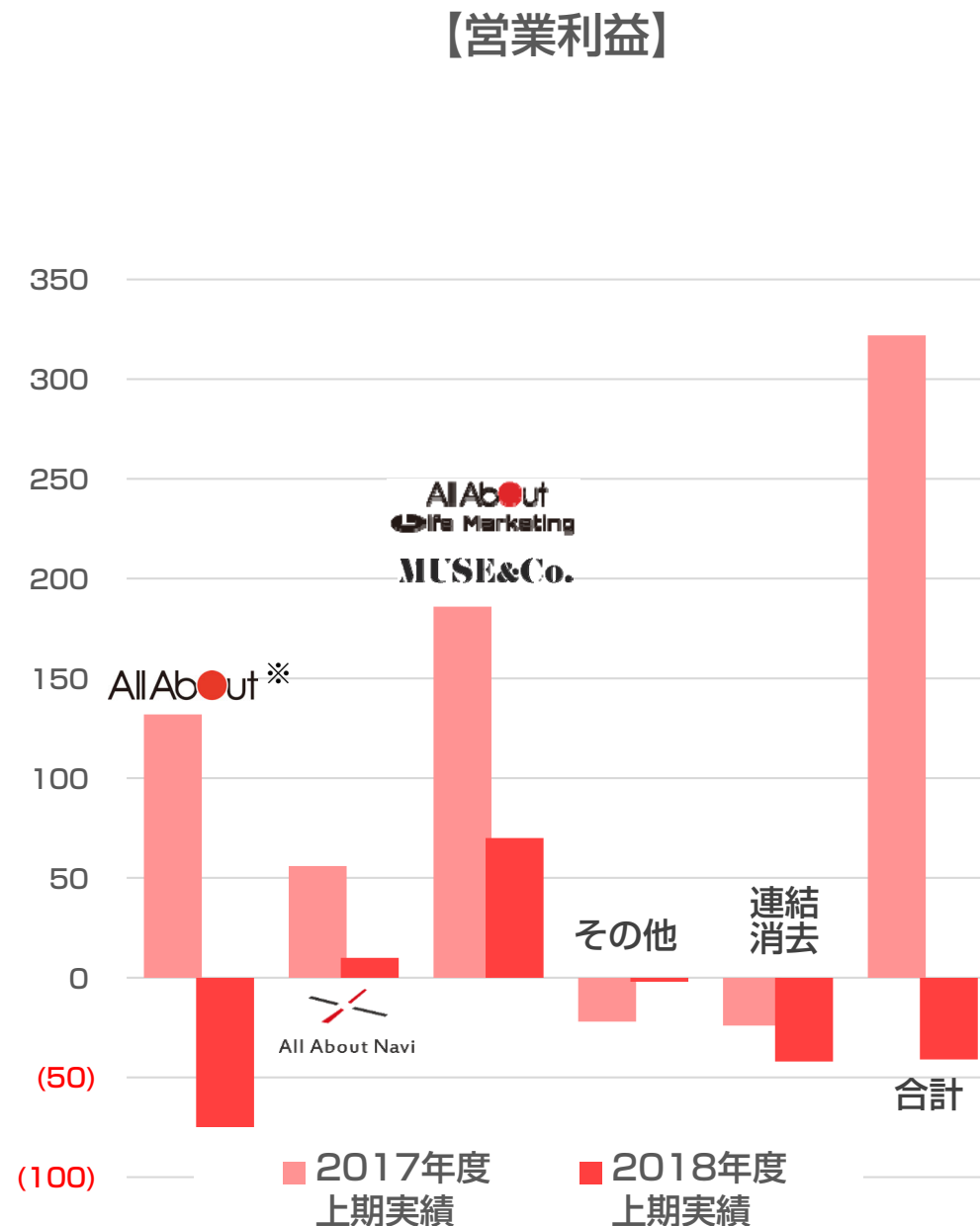
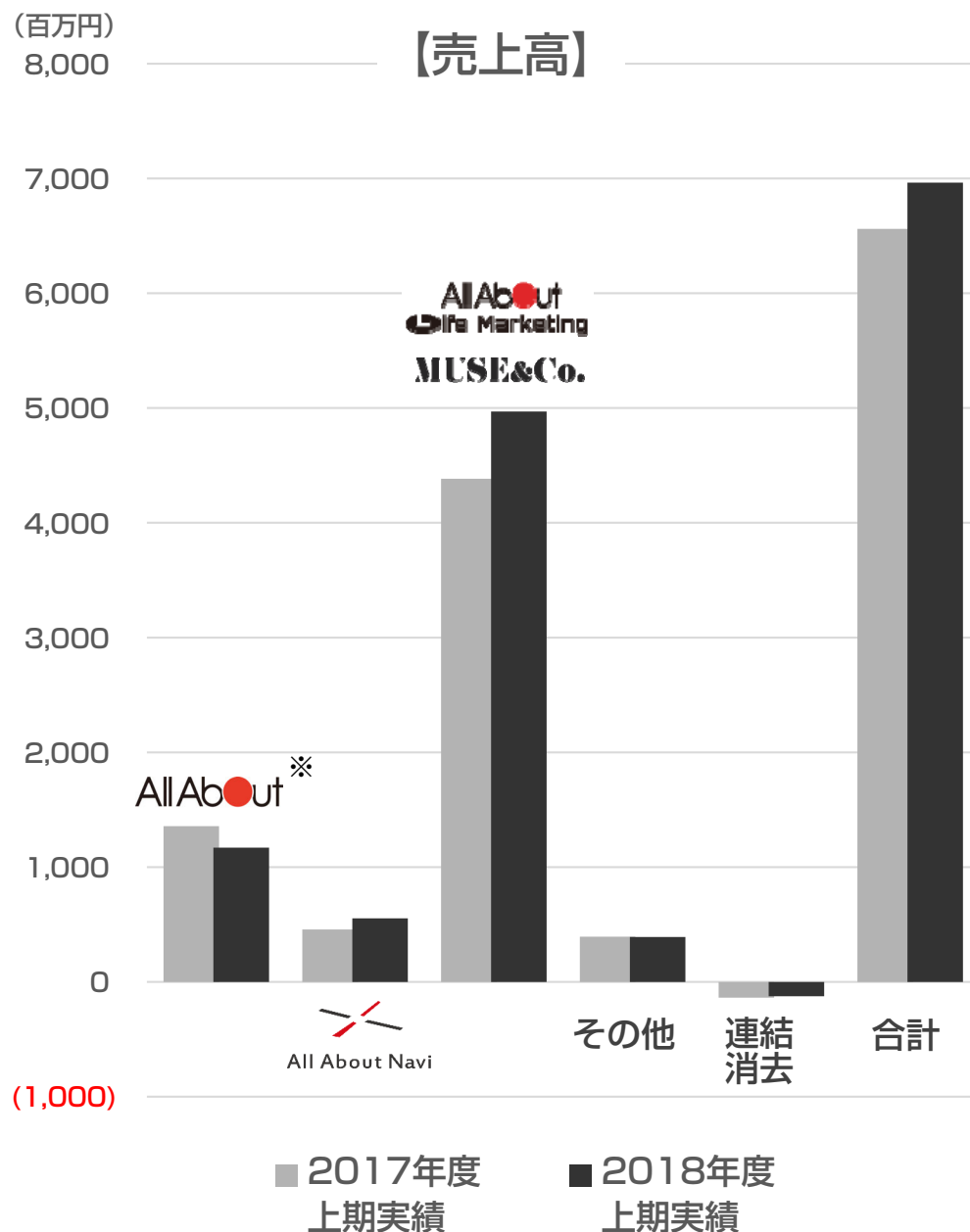


※ 各セグメントの売上高は、セグメント間取引消去前の数字です

# 連結営業損益の推移（四半期）



# (参考資料) 事業会社別の収益構成



※株式会社オールアバウトの決算には本社共通費が含まれます

## 2. 事業ハイライト

マーケティングソリューション  
セグメント

---

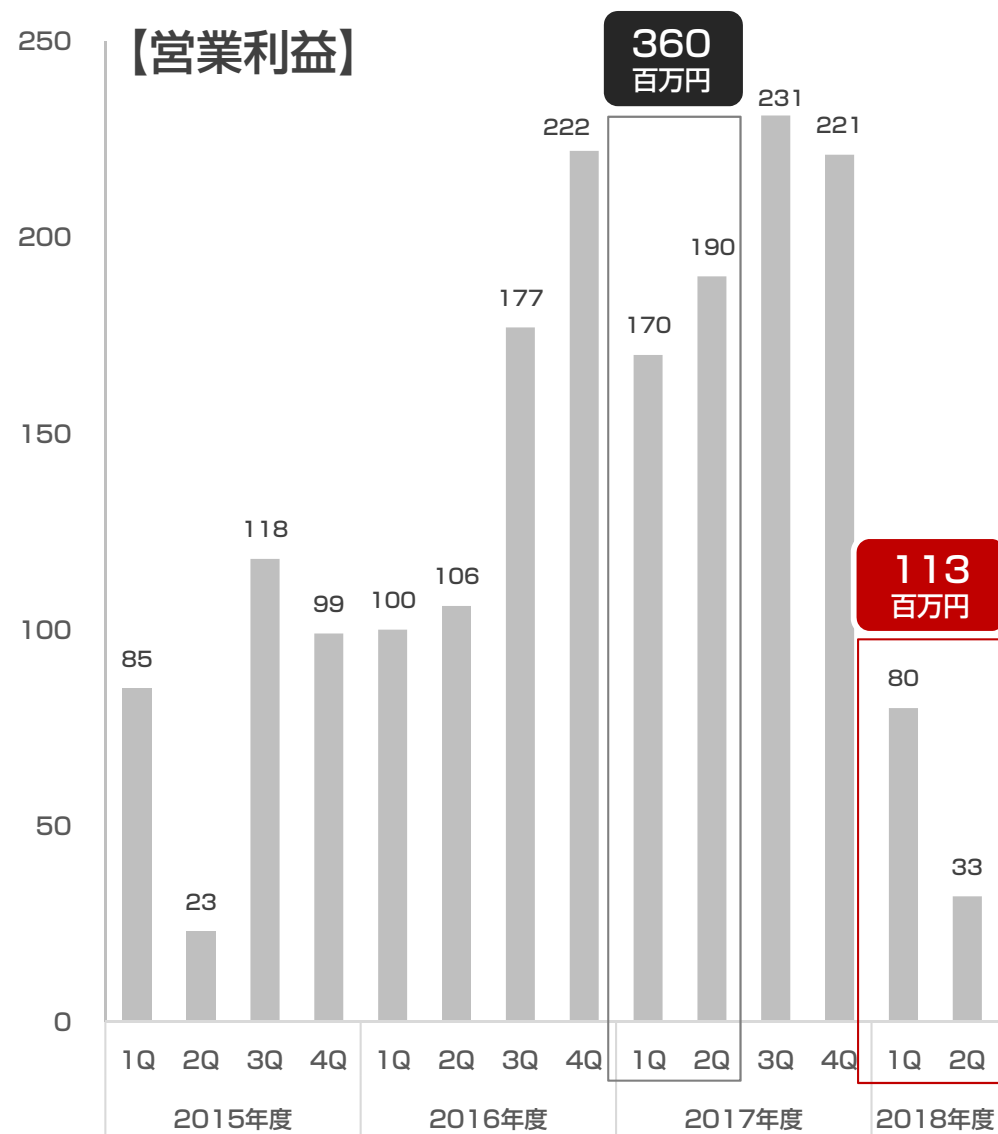
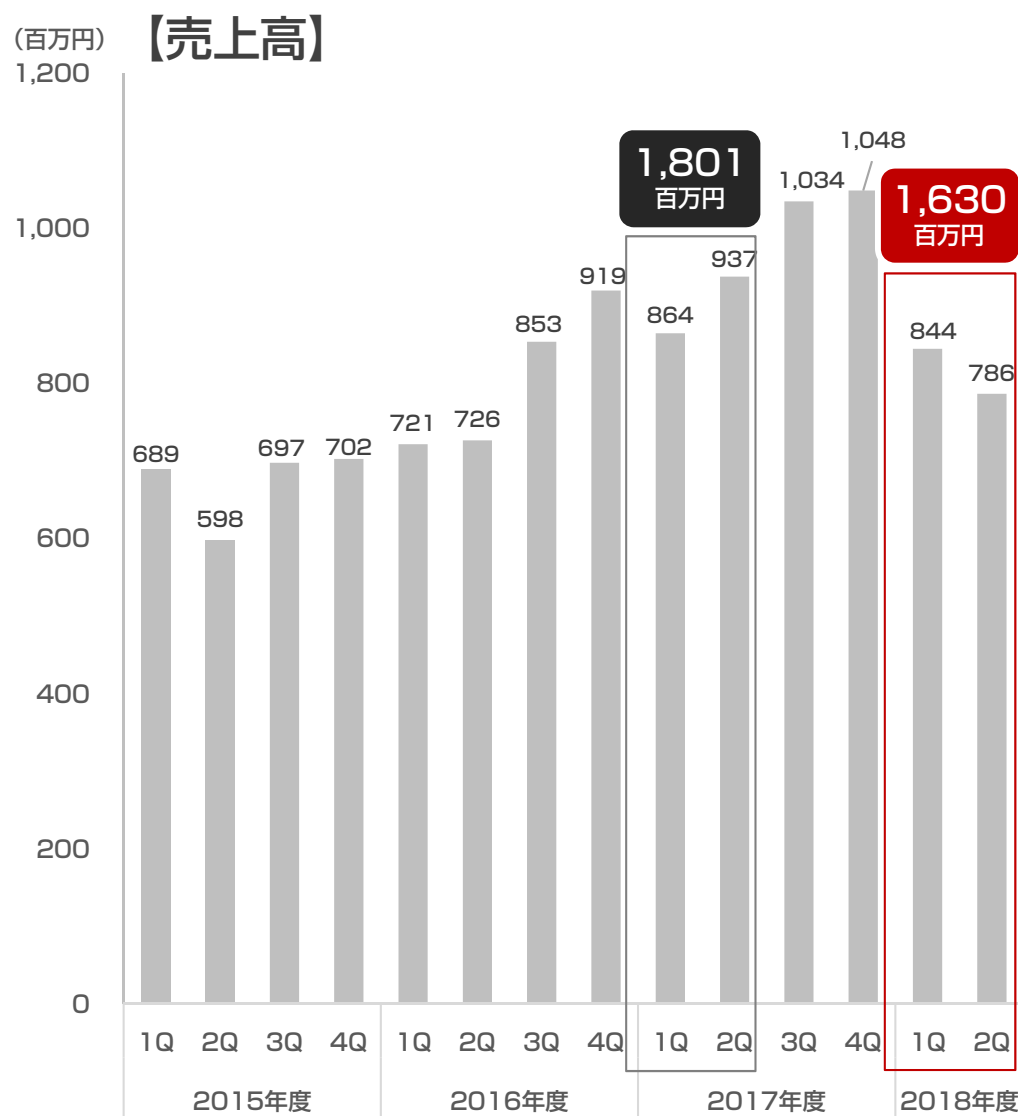
AllAbout

facebook navi

citrus  
FILTEL

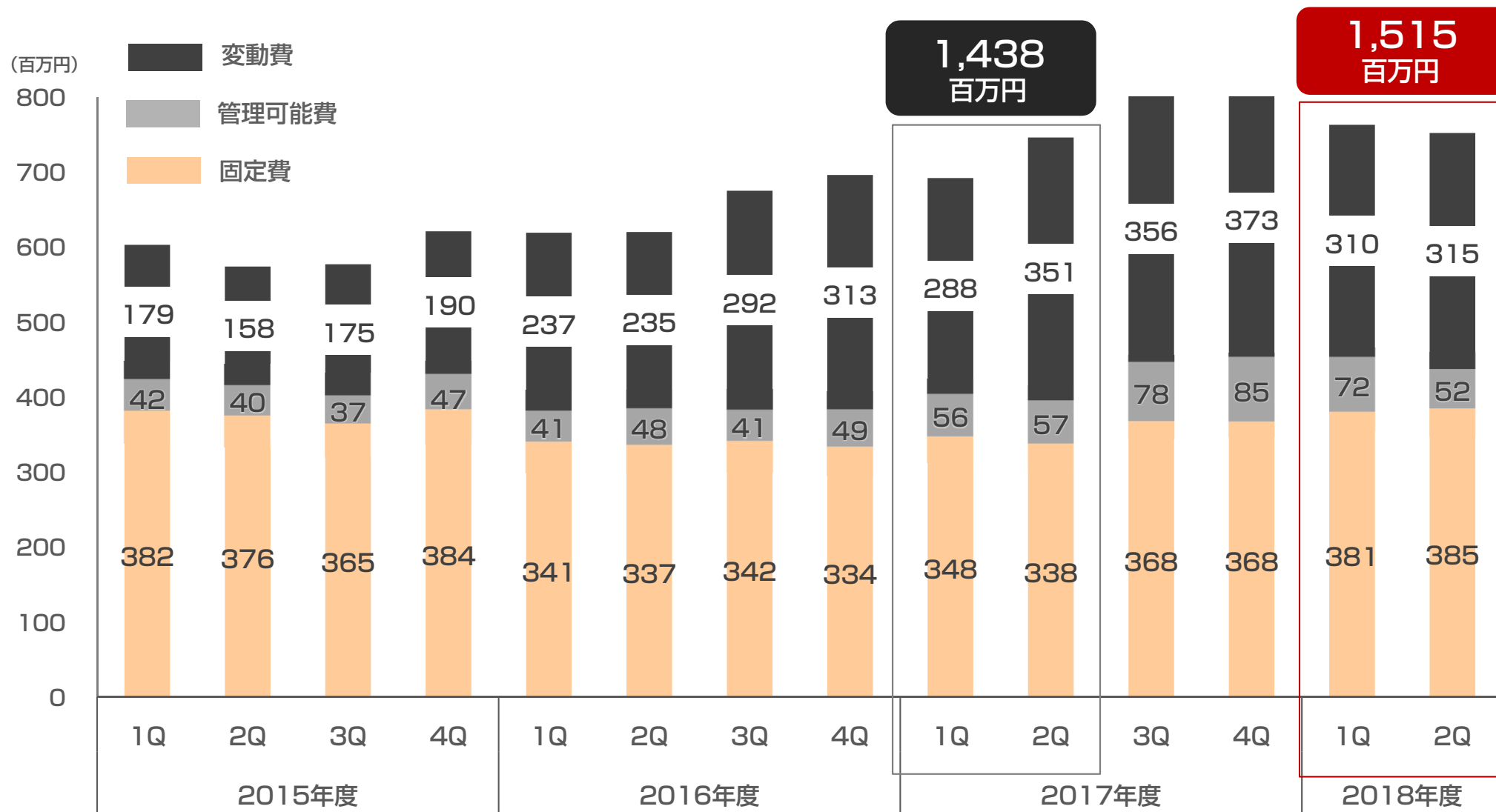
AllAbout  
Japan

- 昨年好調だったプログラマティック広告やAll Aboutドメイン外でのマネタイズ（コンテンツ提供）が苦戦し減収減益



# マーケティングソリューションの営業費用の明細推移（四半期）

- 業務拡大に伴い、メディア開発や人材採用などへの投資が増加
- 動画メディアのコンテンツ強化により費用増（オールアバウトナビ社）



※2015年1Qよりファイブスターズゲームの費用が加わっています  
 ※2015年1Qよりセグメント会計を適用していま

1

データ資産の利活用により広告効果の高い  
コンテンツマーケティングを提供

2

オールアバウトナビの関連SNSフォロワーが  
1,000万人突破

3

月間200本の動画制作体制を構築  
(オールアバウトナビ社)

4

日本テレビの新ショート動画配信サービス  
「テレビバ」と連携

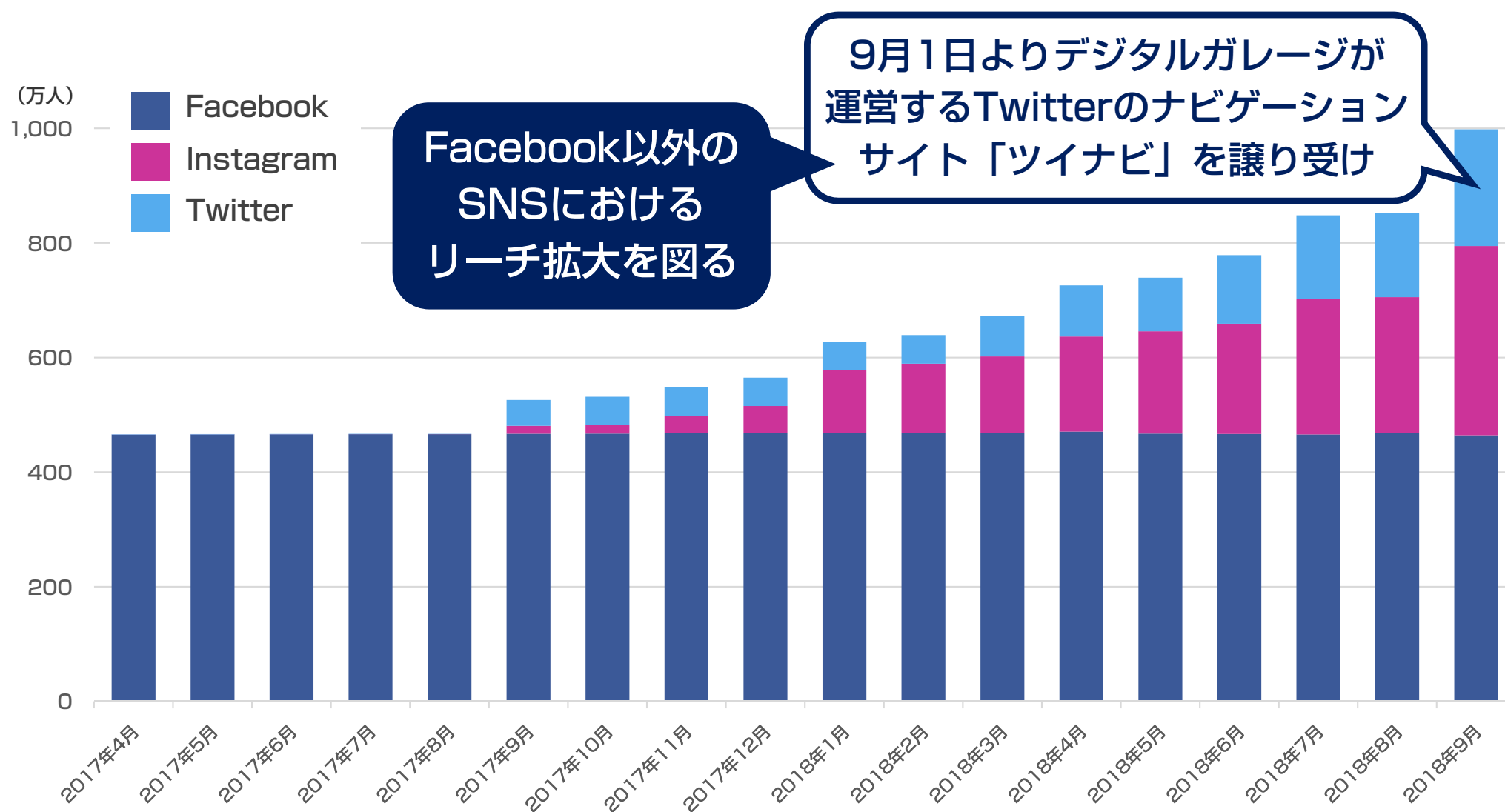
様々なデータ資産の利活用により広告効果の高い  
コンテンツマーケティングを提供



データ量の増加と質の向上によって広告価値を上げ  
取引社数の増加、出稿単価の向上を図る



## オールアバウトナビの関連SNSフォロワーが 1,000万人突破



## 月間200本の動画制作体制を構築



ミレニアル世代をターゲットにした「チルテレ」をはじめ動画メディアへの投資を加速



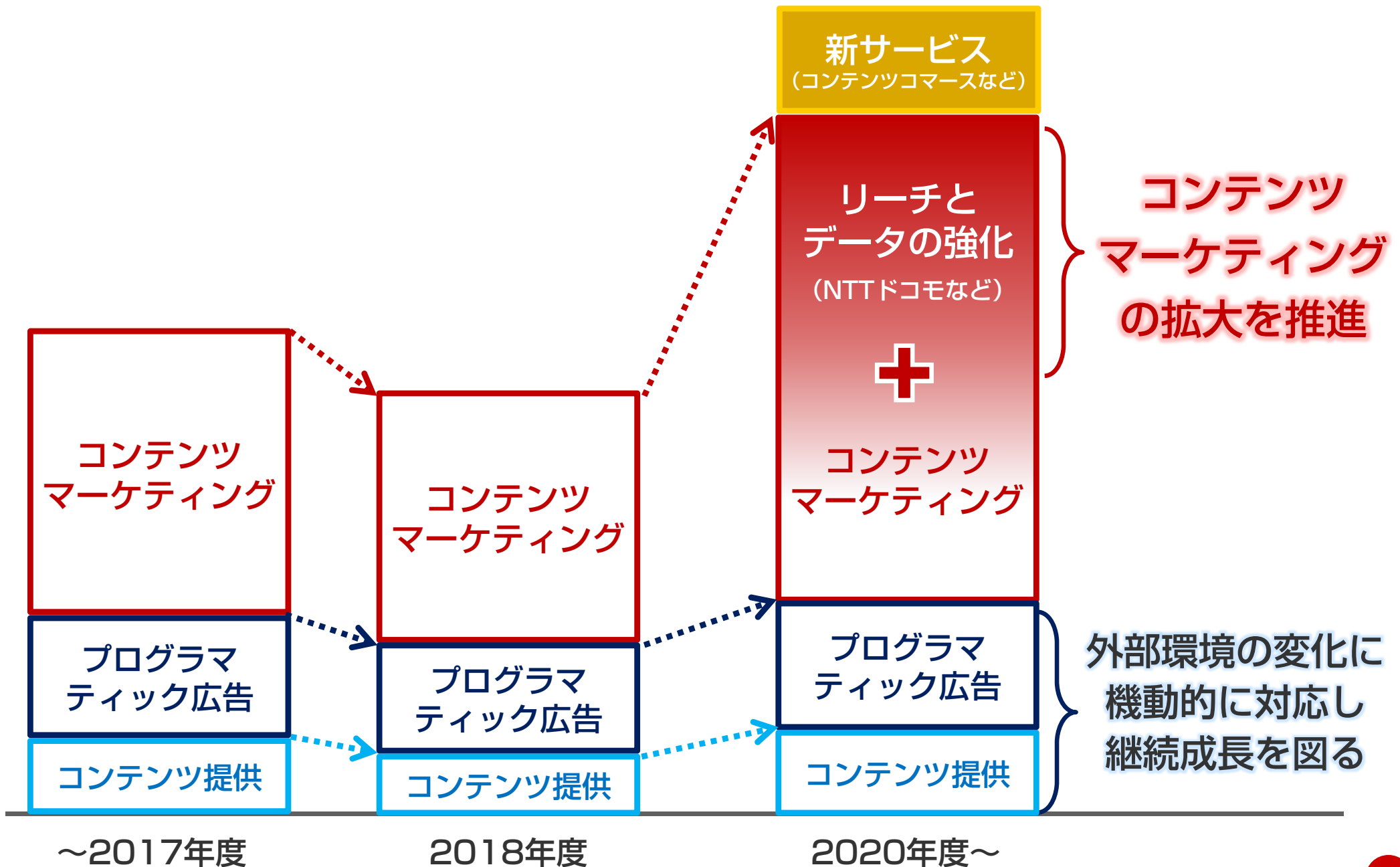
## 日本テレビの新ショート動画配信サービス「テレビバ」と オールアバウトナビの動画メディアが連携

様々なプラットフォームで番組関連  
コンテンツやオリジナルコンテンツを  
配信する動画サービス

ミレニアル世代を  
ターゲットにした  
動画メディア



急拡大する動画広告ビジネスにおいて  
共同でマネタイズを推進



## 2. 事業ハイライト

### コンシューマサービス セグメント

---



楽習フォーラム

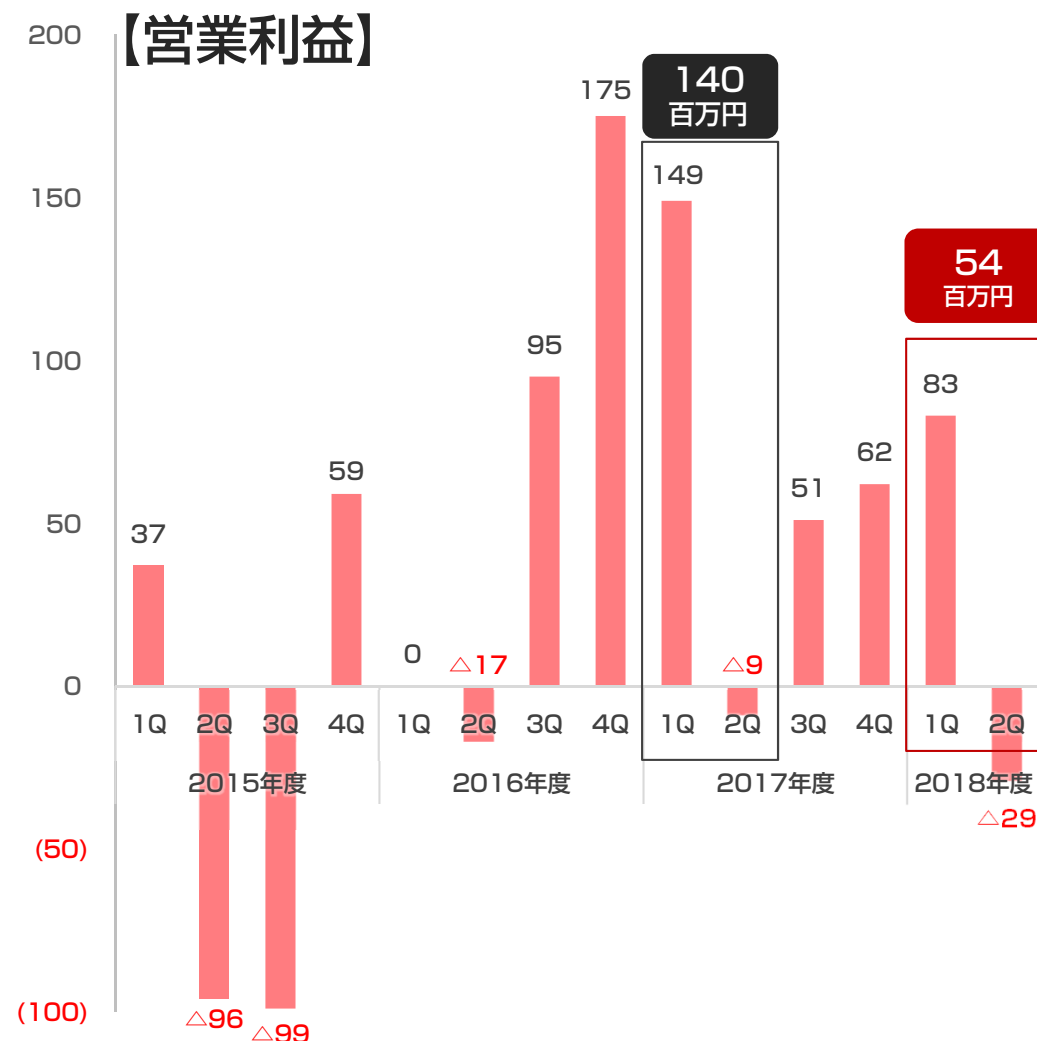
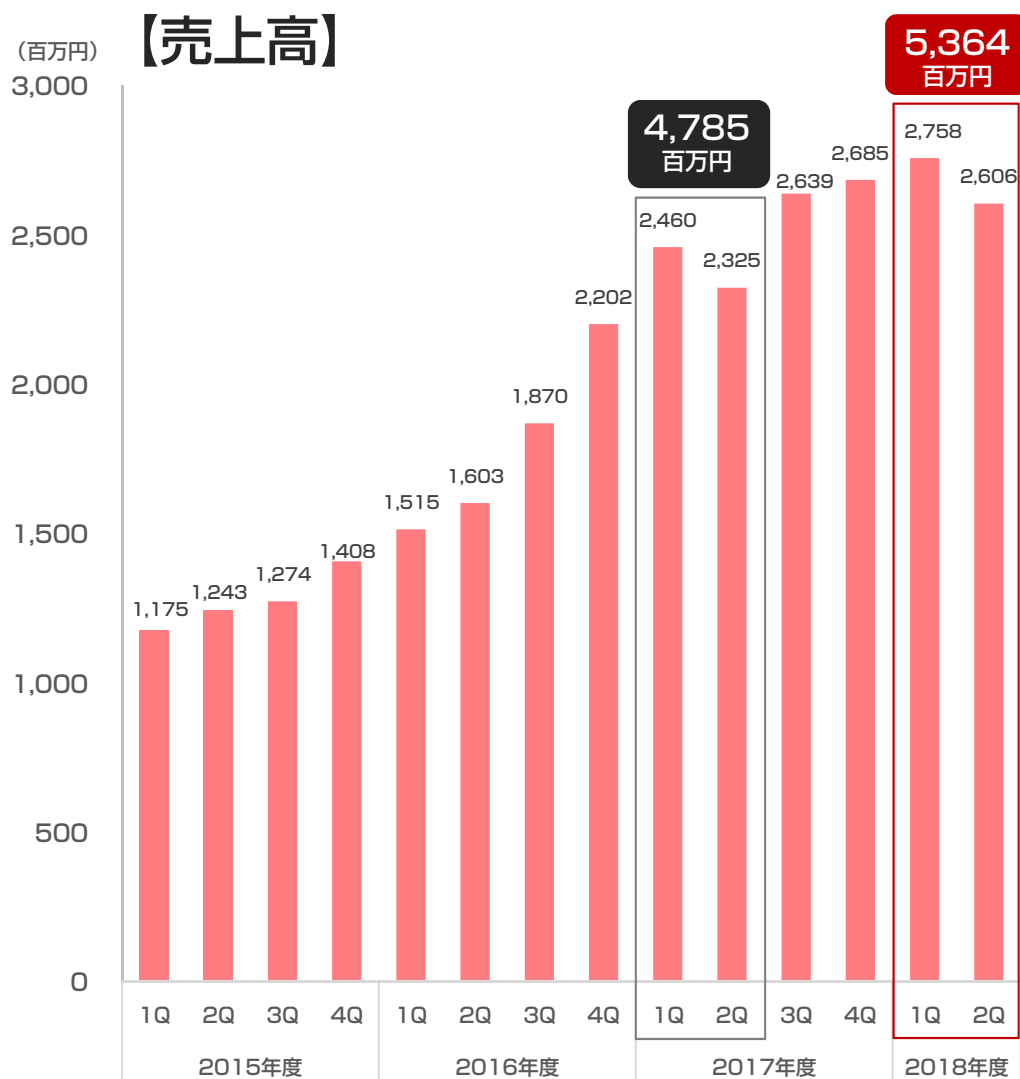


MUSE&Co.



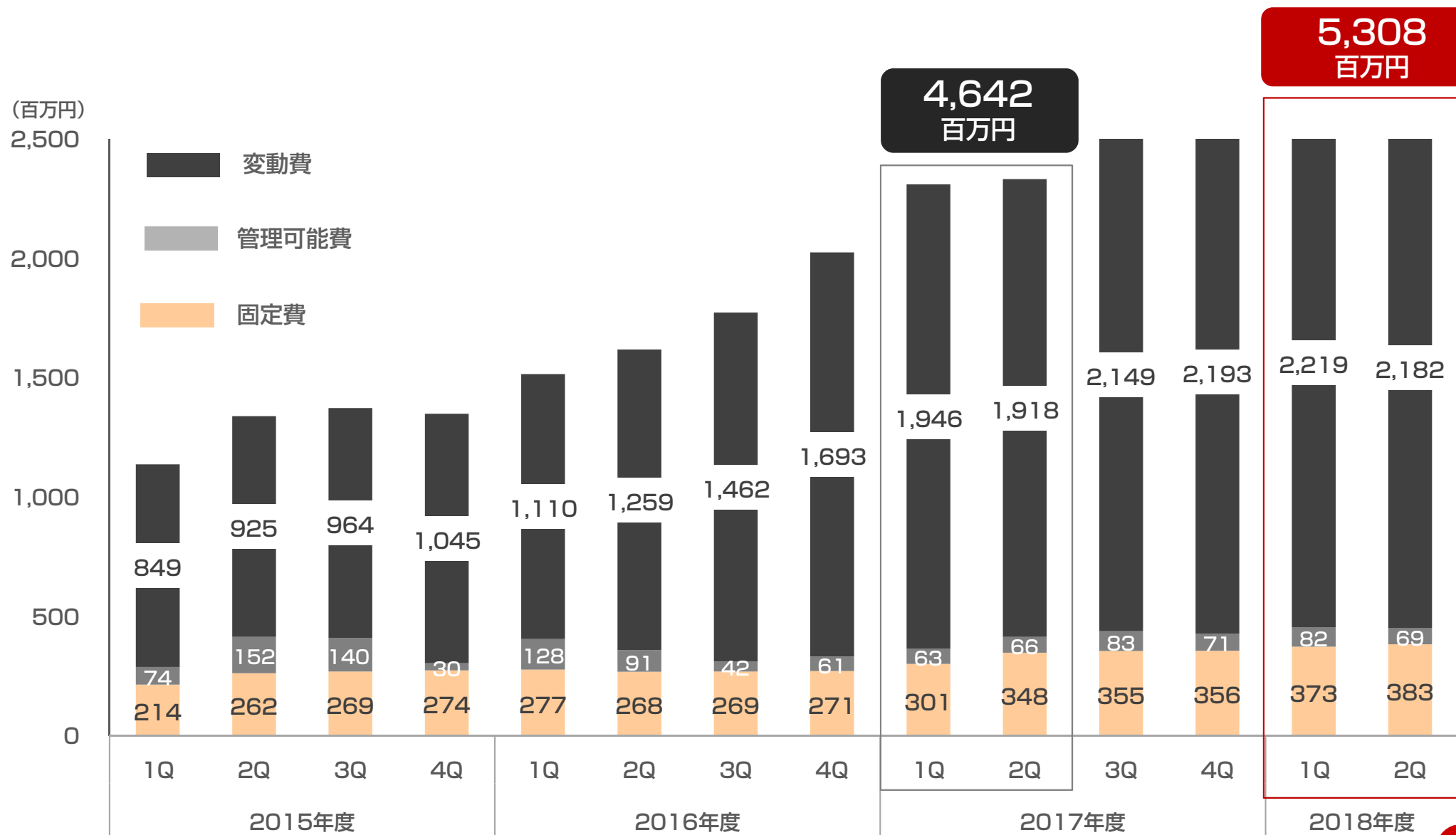
# コンシューマサービスの売上・営業損益推移（四半期）

- サンプル百貨店が自然災害の影響を受けながらも「直送モデル」拡大で増収  
ミューズコーの売上も寄与し、過去最高の上期売上高を更新
- 原価や販売費等の変動比率の上昇（商品構成とチャネルの変化）に加え、人件費等の固定費も増加



# コンシューマサービスの営業費用の明細推移（四半期）

- オールアバウトライフマーケティングの売上拡大により変動費が増加
- ミューズコーの連結に伴い変動費・固定費がともに増加



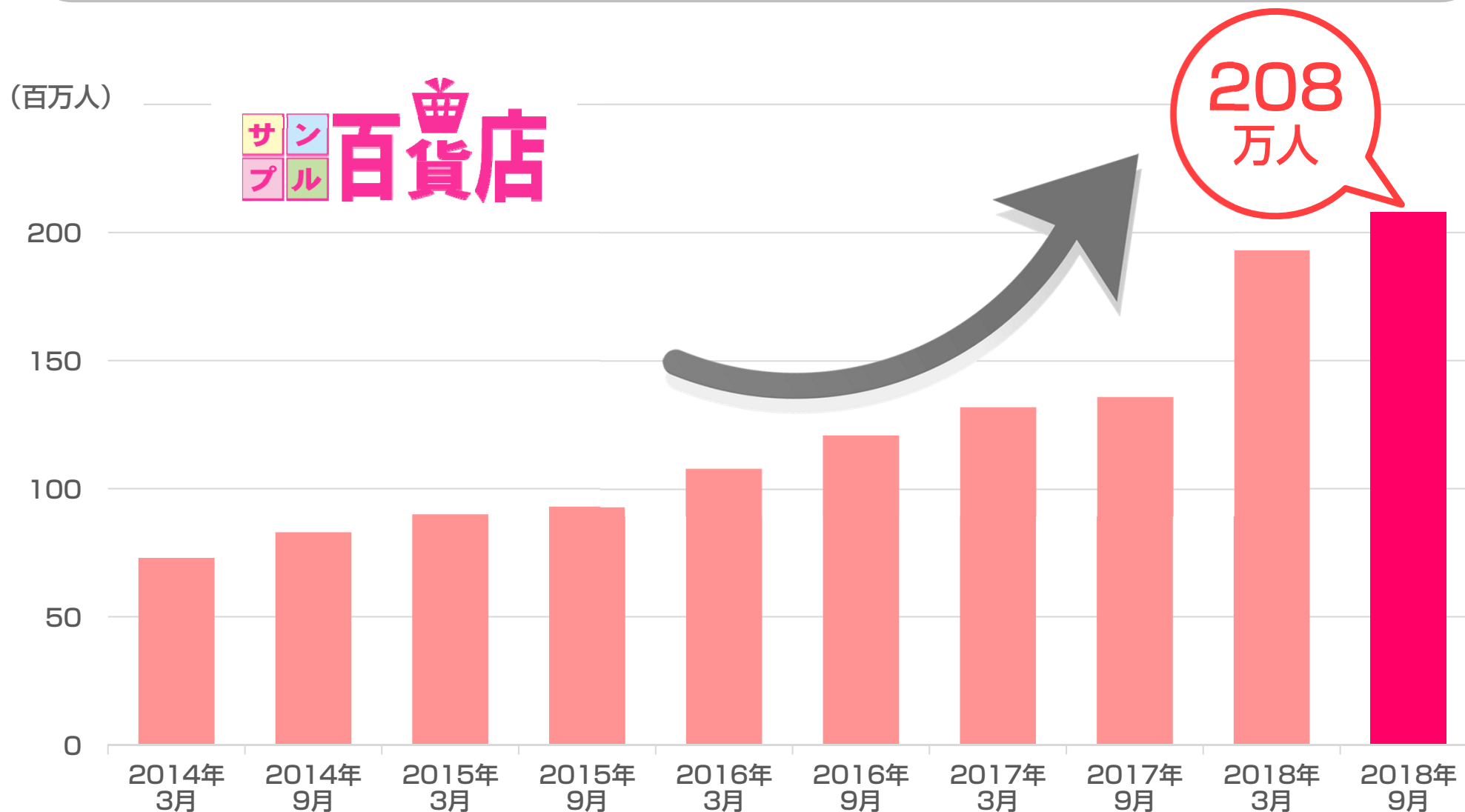
**1** サンプル百貨店の利用者数200万人突破

**2** NTTドコモのdショッピング®内で  
「All About Life Marketing」を開設

**3** ミューズコーの組織再編



## サンプル百貨店の利用者数200万人突破



※2018年3月よりサンプル百貨店の利用者数に、提携する外部サービスでの利用者数も加算しています

## NTTドコモのdショッピング®内で 「All About Life Marketing」を開設

2018年5月

地域の特産品や  
お取り寄せグルメの  
取り扱いを強化

2018年9月

大手メーカーの  
商品が“まとめ買い”  
できるサービスを開始

### トライアルマーケティングの 基盤を強化



## ミューズコーの組織再編

12/1に  
事業移管  
を予定

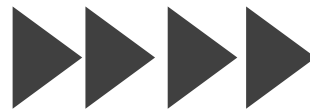
目的

オールアバウトライフマーケティングの  
**ファッション事業**を拡張し、さらなる収益拡大を目指す

サン  
プル 百貨店

×

MUSE&Co.



仕入れ先の  
統合管理、販路拡大

機能組織の融合による  
生産性UP、ナレッジ強化

2019年度中に四半期での黒字化を目指す

## トライアル マーケティング

「話題の商品がお得に試せる」

企業に口コミ・アンケート等のマーケティング  
データを提供することで、お得なお試し費用による  
商品の体験機会を創出

### 【ビジネススキーム】

#### ①新商品プロモーション

Webとリアルイベントを連動した体験機会の  
提供、生活者の声の拡散、店頭販売への誘導

#### ②在庫ソリューション

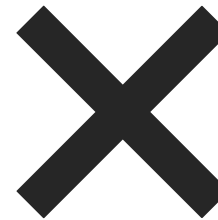
在庫を活用し、口コミやアンケート等の  
マーケティングデータを取得

#### ③販売支援

サンプル百貨店および提携サイトを活用し  
収益機会を拡大

### 【販売チャネル】

自社サイト



外部サイト

dショッピング®や  
日本テレビ系列局と  
連動したECサイトなど

## 2018年上期の課題

大手取引先を中心に台風や地震等の自然災害による工場操業停止や物流停滞の影響

販売ソリューション強化における通販事業者向け人員増

物流費用の増加

他社チャネルでの売上増加により変動費率が上昇

## 今後の改善ポイント

10月以降回復傾向

人員・体制の整備が進み  
取引先・取扱い商品拡充をさらに推進

トータルコストの効率化  
お試し費用の見直し

チャネル別ポートフォリオの最適化と売上の飛躍的な拡大

### 3. 成長戦略における事業領域と 今期の主要な取り組み

---

## マーケティングソリューション

メディア  
広告&ソリューション



グローバル



クラウド  
ソーシング

## コンシューマサービス

トライアルマーケティング  
& EC



生涯学習

楽習 フォーラム

ウェルネス

CtoC



デジタル  
コンテンツ



# 成長戦略を推進する上での注力ポイント

## 現状

メディア広告&ソリューション

トライアルマーケティング&EC

主力は2事業

## 未来

メディア広告&ソリューション

トライアルマーケティング&EC



ウェルネス  
ヘルスケア  
分野など

主力事業の非連続な成長と  
第3の柱を育成

【強化ポイント】

非連続かつ圧倒的な

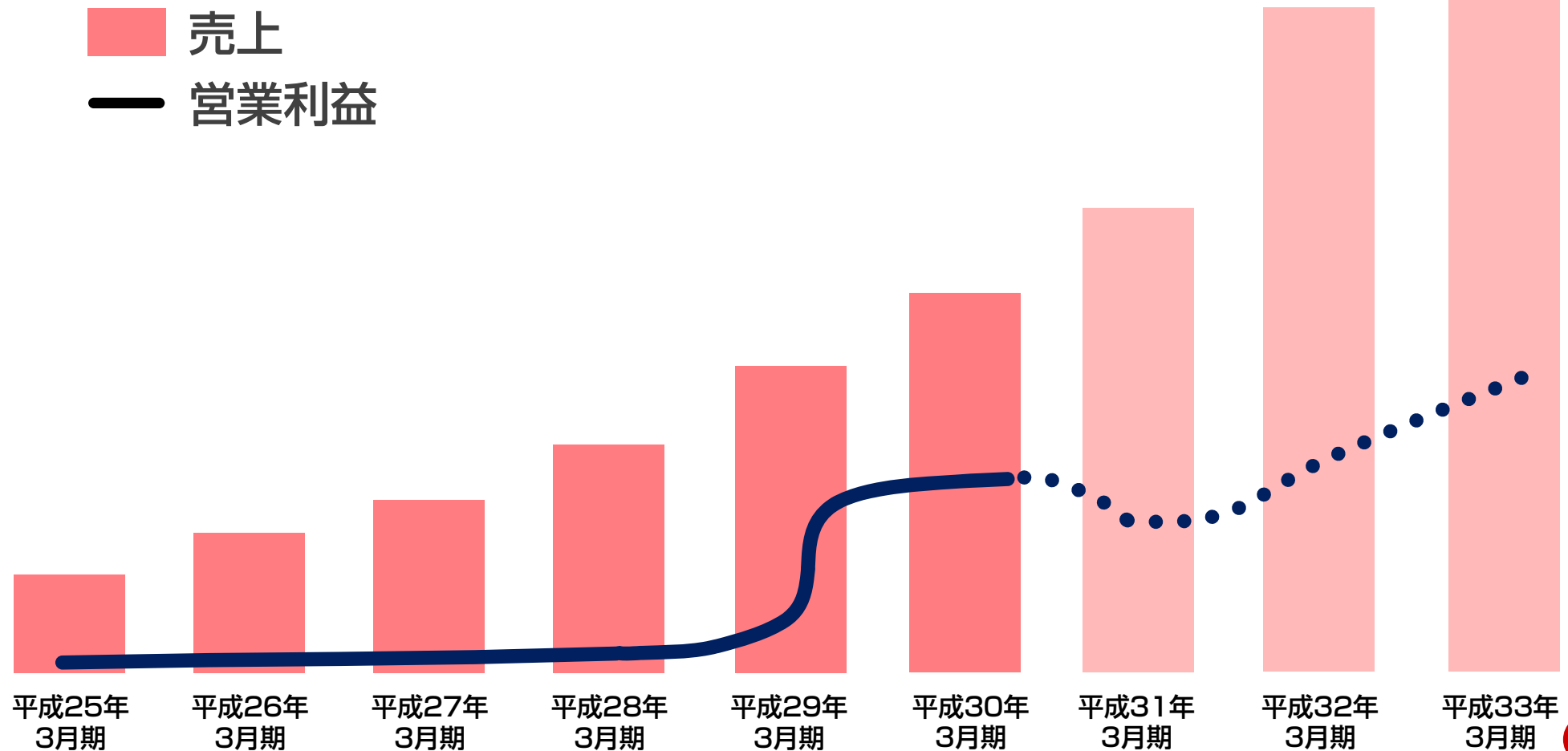
利用者  
規模の  
拡大

データ  
資産強化  
と利活用



## 4.業績見通し

- 今期の利益水準は当初計画を下回り、対前年比で減益も、継続的な売上拡大をベースに来期以降は利益も成長へ



# 下期は将来成長に対し継続的な投資を実行しつつ 前年下期比増収・増益を見込む

(%表示は、対前期増減率)

|    | 売上高    |      | 営業利益 |       | 経常利益 |       | 親会社株主に帰属する<br>当期純利益 |       |
|----|--------|------|------|-------|------|-------|---------------------|-------|
|    | 百万円    | %    | 百万円  | %     | 百万円  | %     | 百万円                 | %     |
| 通期 | 15,400 | 10.5 | 380  | △43.1 | 330  | △50.0 | 220                 | △32.6 |

※通期の配当予想は未定であります

※業績予想の修正が必要となった場合には、速やかに開示いたします

個人を豊かに、社会を元気に。

All About  
Group

## 参考資料

# 連結貸借対照表

## 【資産の部】

(百万円)

|        | 平成30年3月末 | 平成30年9月末 | 差異   |
|--------|----------|----------|------|
| 流動資産 ① | 4,549    | 3,969    | △579 |
| 固定資産 ② | 1,005    | 1,130    | +125 |
| 資産合計   | 5,554    | 5,100    | △454 |

### ①流動資産

- ・商品及び製品 +148
- ・現金及び預金 △399
- ・手取手形及び売掛金 △344 等

### ②固定資産

- ・ソフトウェア +71
- ・投資有価証券 +37
- ・繰延税金資産 +78 等

## 【負債の部】

|        |       |       |      |
|--------|-------|-------|------|
| 流動負債 ③ | 1,553 | 1,168 | △385 |
| 固定負債   | 90    | 73    | △17  |
| 負債合計   | 1,644 | 1,241 | △403 |

### ③流動負債

- ・買掛金 △77
- ・未払費用 △98
- ・未払法人税等 △168
- ・未払消費税等 △46 等

## 【純資産の部】

|         |       |       |     |
|---------|-------|-------|-----|
| 株主資本 ④  | 3,576 | 3,520 | △56 |
| 新株予約権   | 7     | 7     | ±0  |
| 非支配株主持分 | 326   | 331   | △5  |
| 純資産合計   | 3,909 | 3,858 | △51 |

### ④株主資本（主に利益剰余金）

- ・親会社株主帰属四半期純損失 △5
- ・配当実施 △65 等

# 連結キャッシュ・フロー計算書

(百万円)

|                          | 平成31年3月期<br>第2四半期累計 |
|--------------------------|---------------------|
| 営業活動による<br>キャッシュ・フロー     | ① △85               |
| 投資活動による<br>キャッシュ・フロー     | ② △238              |
| 財務活動による<br>キャッシュ・フロー     | ③ △50               |
| 現金及び現金同等物の<br>増減額 (△は減少) | △375                |
| 現金及び現金同等物の<br>期首残高 x     | 2,554               |
| 現金及び現金同等物の<br>四半期末残高     | 2,179               |

## ① 営業活動によるキャッシュ・フロー

- ・ 税金等調整前四半期純損失 △58
- ・ 減価償却費 +77
- ・ 売上債権の減少 +318
- ・ 関係会社株式売却益 △37
- ・ たな卸資産の増加 △149
- ・ 仕入債務の減少 △60
- ・ 未払費用の減少 △81
- ・ 未払消費税等の減少 △42
- ・ 法人税等の支払額 △171 等

## ② 投資活動によるキャッシュ・フロー

- ・ 投資有価証券取得 △40
- ・ 無形固定資産取得 △139
- ・ 事業譲受 △32 等

## ③ 財務活動によるキャッシュ・フロー

- ・ 新株予約権の行使 +15
- ・ 配当金の支払額 △65 等



925人の専門家が1297テーマで記事を発信中！



2001年  
スタート

月間利用者  
2,500万人

ガイド数  
930名

テーマ数  
1300

信頼性  
目利き

取り揃え

“専門家” がガイドする  
国内最大級の  
総合情報サイト



# 「サンプル百貨店」のビジネスモデル



## 有償サンプリング「ちょっプル」

注力  
サービス



商品の体験機会をユーザー課金型で提供するサービス



## イベント型サンプリング「リアルサンプリングプロモーション」



企業と生活者をつなぐ大規模サンプリングイベント。  
企業の担当者が1,000人の有力ブロガーに  
「商品の魅力」を直接プレゼン&サンプリング

利用者数

213万人

※2018年10月時点

女性が8割を占め、主婦が3割  
30～40代がボリュームゾーン



2011年6月より国内唯一の  
Facebook公認ナビゲーションサイト  
「Facebook navi」と  
「Facebook navi」のFBページを運営

国内最大級  
約440万 いいね！





# アラフォー向けSNS配信型メディア「citrus」

## citrus

カジュアルに知性をアップデート

弾む日常会話の情報源。  
社会や生活の話題にもう1つの視点を。

SNS配信型メディア… Facebookを中心とし、各種SNSプラットフォームへ  
向けてコンテンツを分散配信するメディアです

### 動画コンテンツ

月間2億リーチと、国内最大規模 約470万フォロワーを  
抱えるメディアの最適解



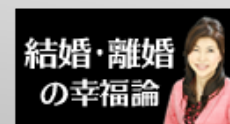
### ライブ配信

最先端のライブ配信実績。通常のライブ  
から 360度映像等、配信から拡散まで



記事コンテンツ 全10ジャンルのテーマと、さまざまなコーナーを連載。SNS上で盛り上がる、旬なネタを毎月100本以上お届けします

人間関係   ライフスタイル   マネー   エンタメ   ビジネス   話題  
ライフハック   テクノロジー   ヘルス&ビューティ   車・交通



ワカモノの本音を様々なジャンルで  
影響力のあるインフルエンサーたちと一緒に動画で発信



【コンテンツ例】

チル旅



友近&ゆりやん  
時の間





## 日本最大級の教室ビジネス・協会ビジネス 支援プラットフォーム



様々な分野の専門家の  
ノウハウを教育プログラム化し  
認定インストラクター  
ビジネスを展開

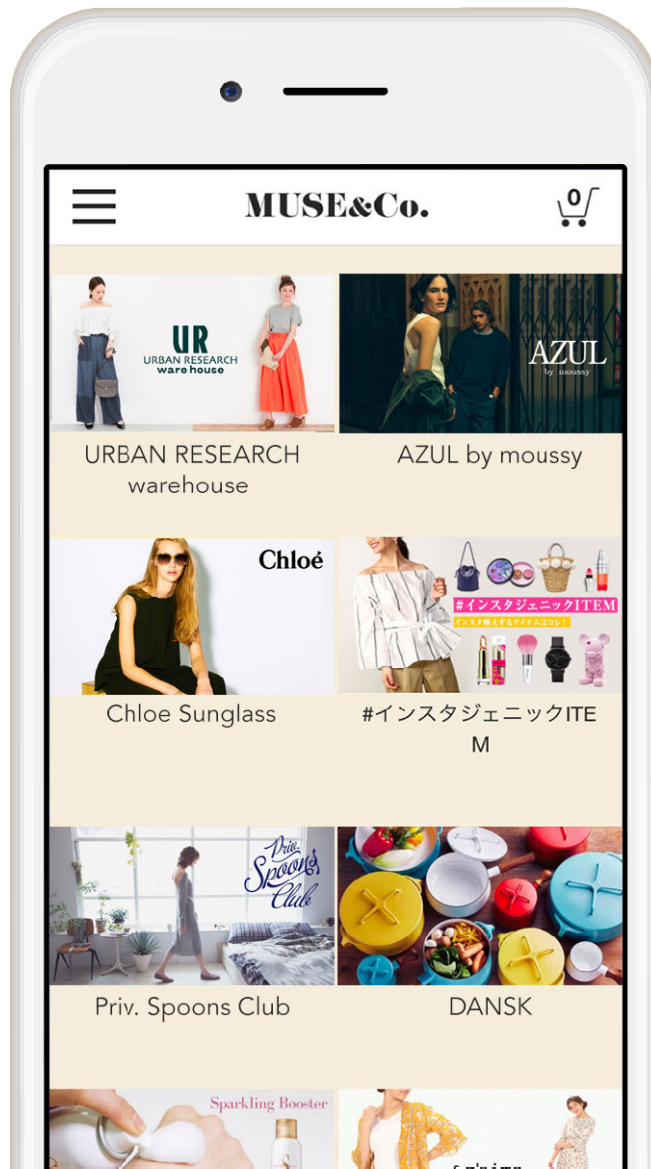
食・花・クラフトを中心に  
42講座・全国1万5千人の  
認定インストラクターを  
ネットワーク



## MUSE&Co.

ファッション通販サイト運営のミューズコーを  
2017年5月に連結子会社化

※2018年12月に組織再編予定



トレンドやファッション、コスメに敏感な  
女性のためのファッション通販サイト

会員数  
約117万人

累計掲載  
ブランド数  
2,000以上

女性ユーザー比率  
85%以上

ユーザー年齢層  
25～34歳女性  
40%以上



## 日本テレビとオールアバウト ライフマーケティングによる合併会社



テレビ局主催の物販イベント「全国うまいもの博」と連動した産地直送品等のECサイト開設

テレビのメディア力・コンテンツ力を活かし  
視聴者をWEB会員化、EC事業の更なる  
収益UPを目指す