



システムではなく、人間。

AllAbout

Group

株式会社オールアバウト

# 2019年3月期 決算説明会

2019年5月10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.今期の主要な取り組みと方向性

4.業績見通し

※参考資料

## 当社グループ

株式会社オールアバウト

# AllAbout

### 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



MUSE&Co.

株式会社LMサービス

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

ディー・エル・  
マーケット株式会社



Font Factory

株式会社オールアバウトナビ



### 持分法適用会社

日テレ・ライフ  
マーケティング株式会社



- ※ 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
- ※ 2018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、2019年3月期から連結子会社ではなくなりました
- ※ 2018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ジアムのMUSE&Co.ブランドに関する事業（スタジオ事業を除く）の権利義務を承継しました
- ※ 2019年6月28日にDLmarket事業を終了する予定です

## 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



## 通期ベースで7期連続増収 過去最高売上高を更新



# 1.決算ハイライト

---

売上高 148.7億円、営業利益 1.1億円

(百万円)

	2018年 3月期	2019年 3月期	増減率	通期 業績予想
売上高	13,941	14,870	+6.7%	14,600
営業利益	668	116	△82.5%	0
経常利益	659	79	△87.9%	△50
親会社株主に 帰属する 純利益	326	△29	—	△45

## 通期 連結業績

コンシューマサービスの成長により増収  
事業構造転換に伴う投資や人件費等の固定費増加により、  
限界利益率が低下し減益

売上高	: 14,870百万円	対前年比	: 106.7%
営業利益	: 116百万円	対前年比	: 17.5%

## 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  
事業構造転換に伴う投資や人件費増加等も重なり減益

売上高	: 3,563百万円	対前年比	: 93.0%
営業利益	: 451百万円	対前年比	: 55.5%

## コンシューマ サービス

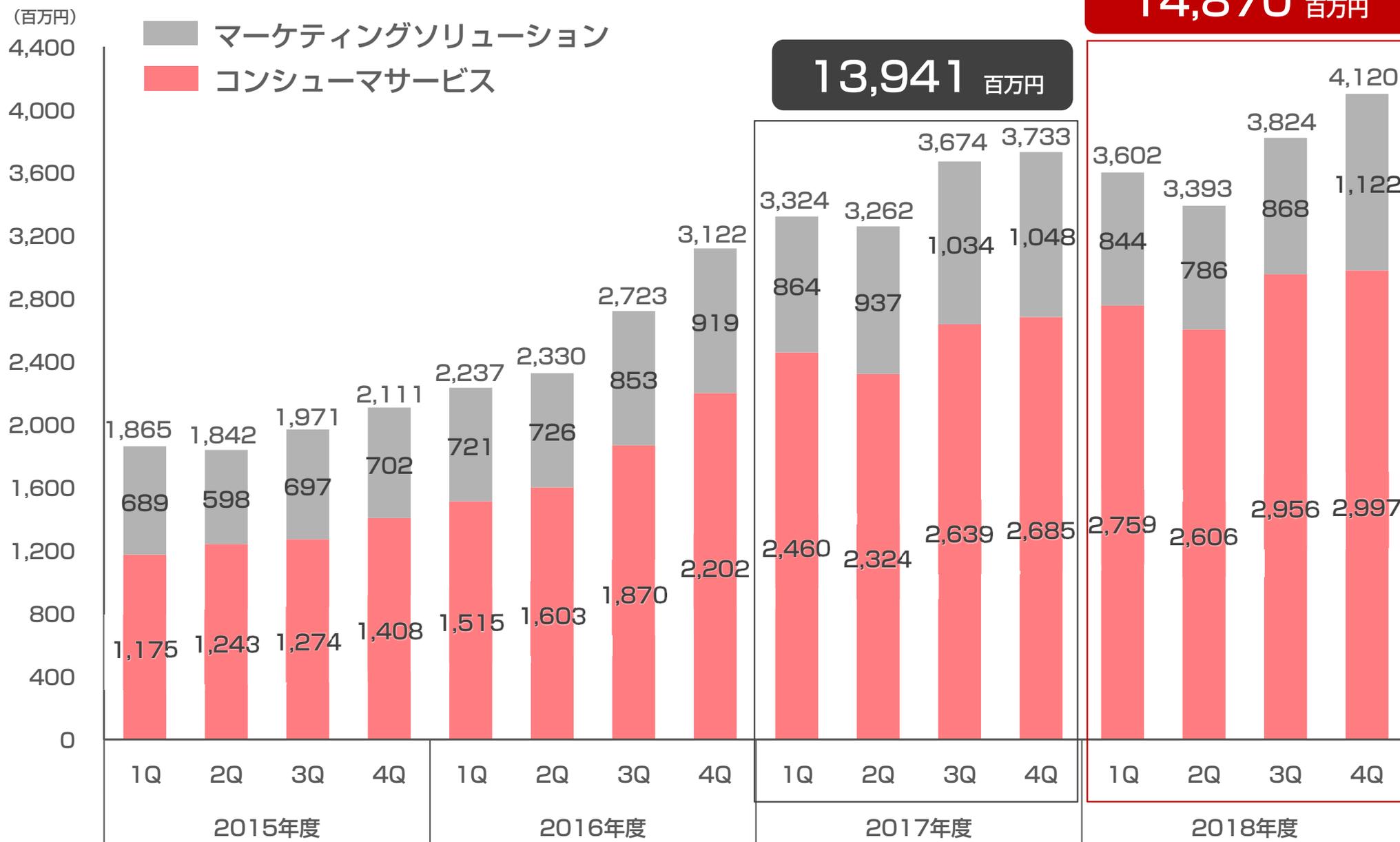
サンプル百貨店で商品数・会員数が堅調に増加  
物流費率や販促費率も上昇。人員増加やシステム開発等の  
先行投資を吸収できず減益へ

売上高	: 11,306百万円	対前年比	: 111.8%
営業利益	: 46百万円	対前年比	: 18.2%

## 調整額 (全社費用)

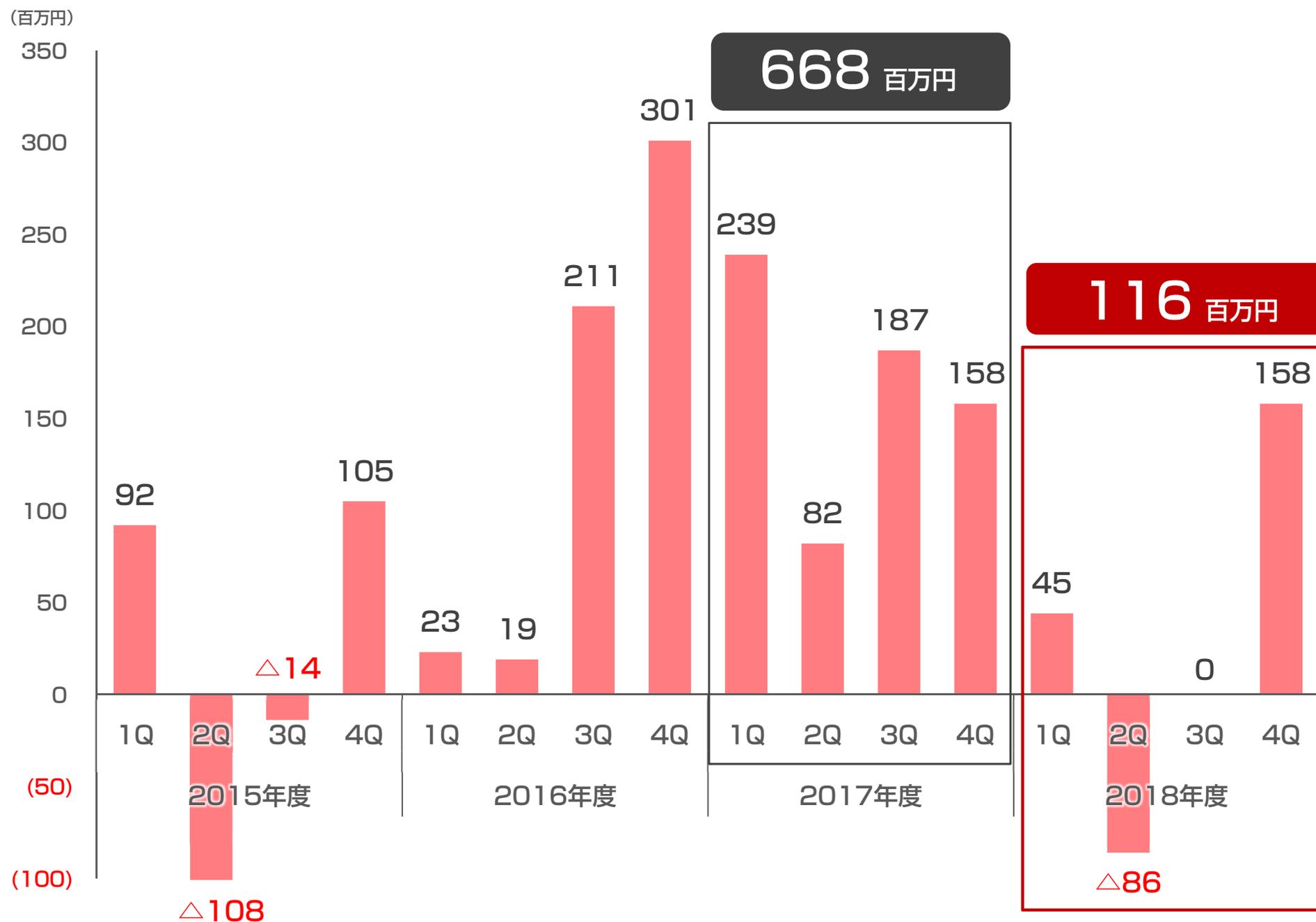
営業利益	: △381百万円	対前年比	: +18百万円
------	-----------	------	----------

# 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)



## 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

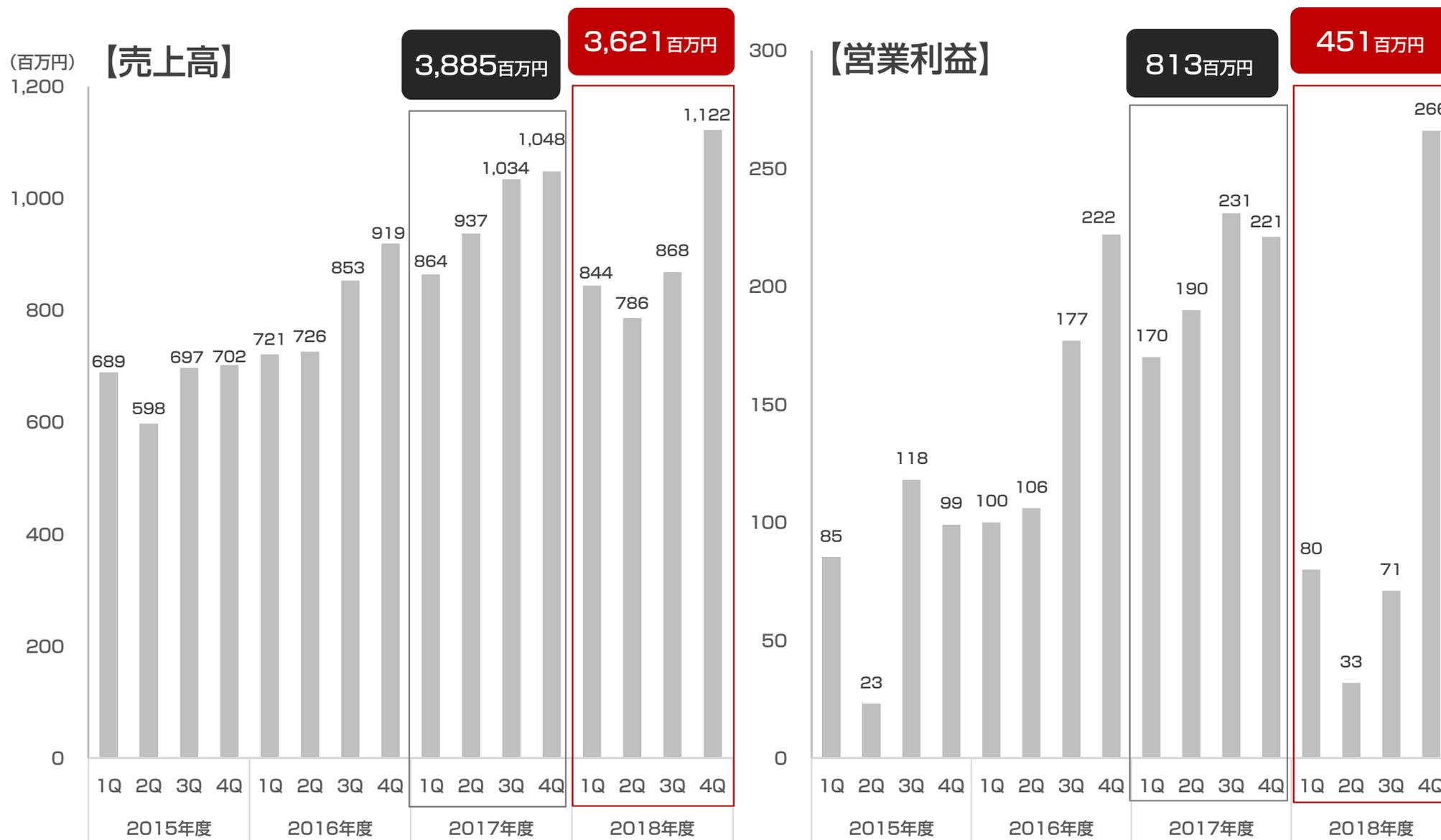
ソイナビ  
WELCOME TO SOCIAL WEB

citrus

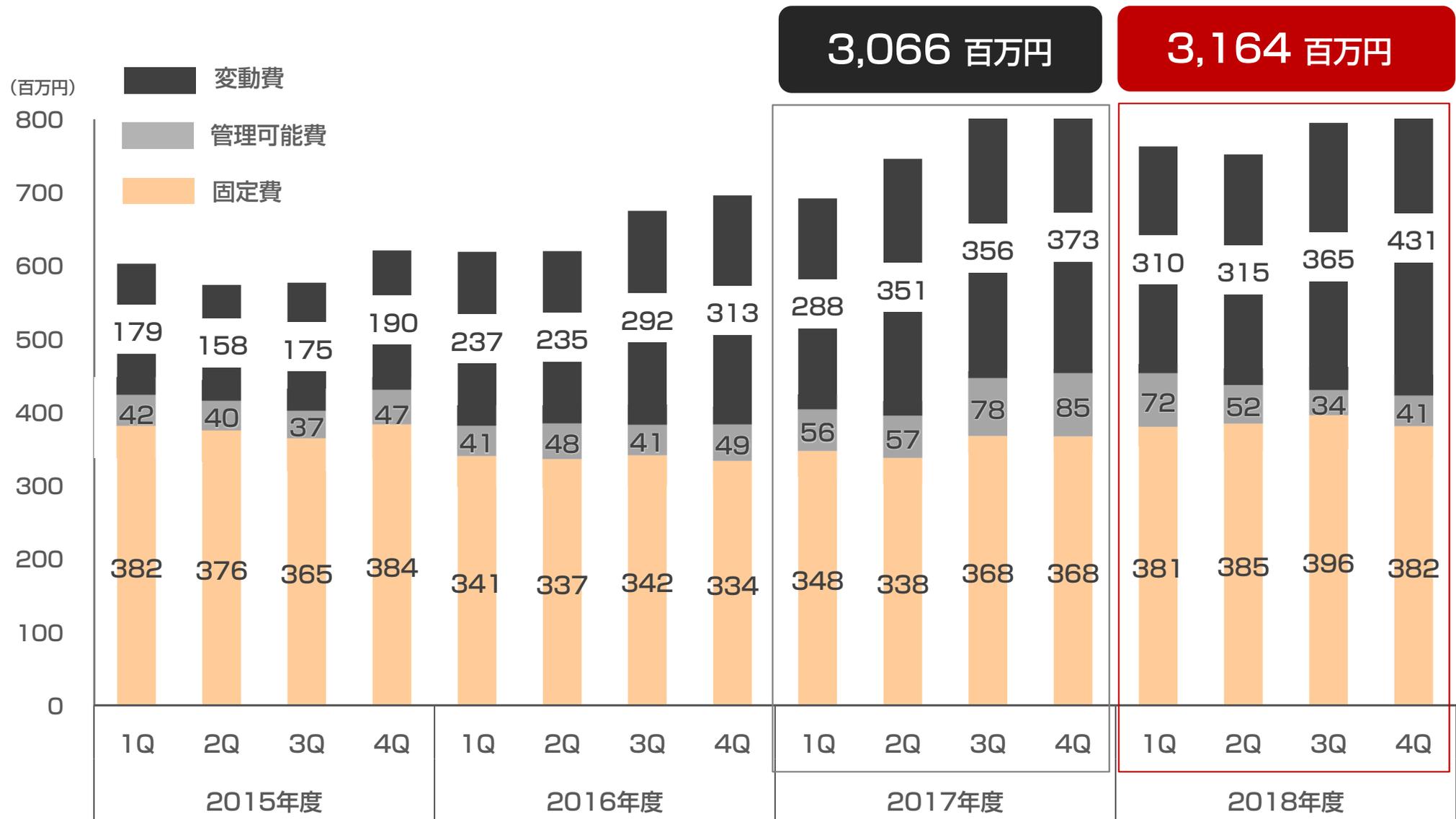
フィルテ

AllAbout  
Japan

■ここ数年増収を牽引してきたコンテンツ提供売上と、  
検索流入数の減少によりプログラマティック広告売上が減少



## ■ 事業構造転換に伴う投資・人員増により人件費等の固定費増加



※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** パブリッシャー向けにコンテンツマーケティング  
ビジネスを支援する各種取り組みを推進

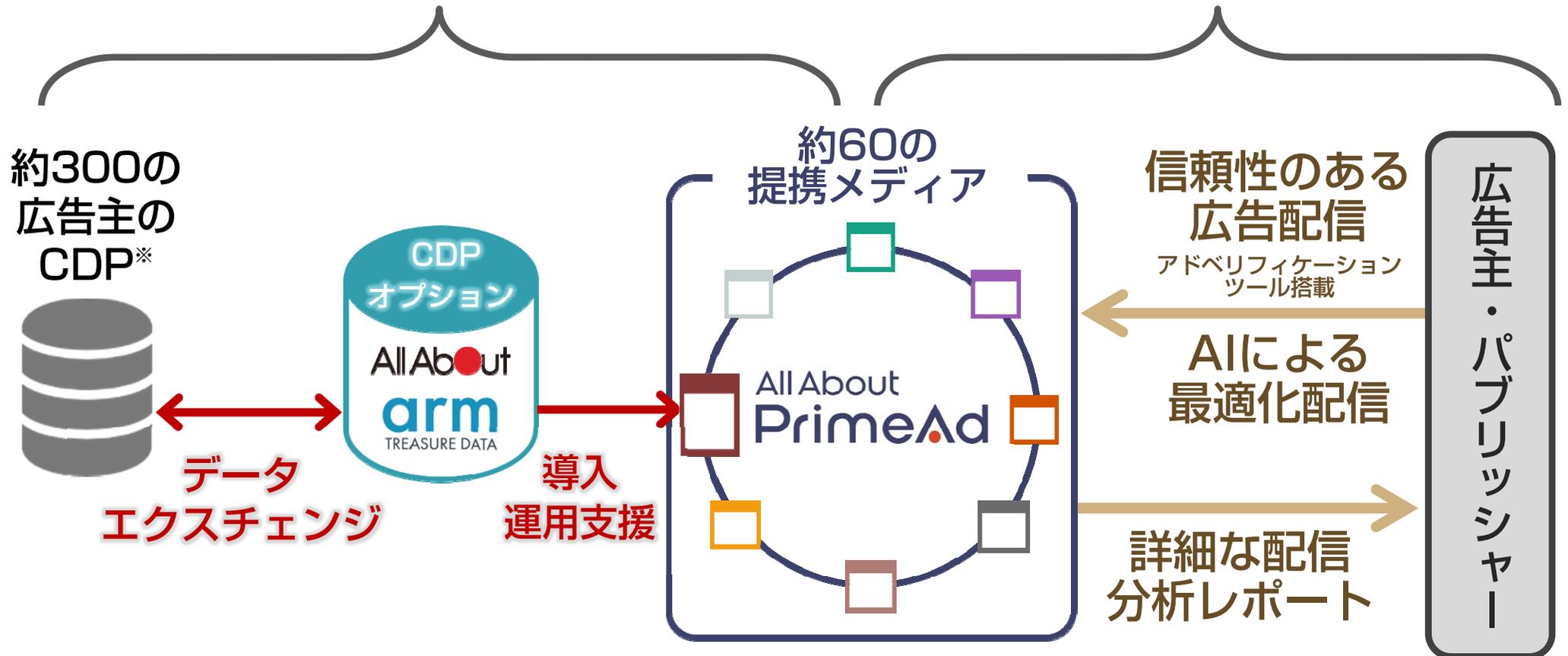
**2** 年間2,000本公開する体制構築に向けた  
動画メディアへの積極投資（オールアバウトナビ社）

**3** オールアバウトナビの関連SNSフォロワーが  
1,300万人突破

パブリッシャー向けにコンテンツマーケティングビジネスを支援する各種取り組みを推進

## プライムアド CDPオプション

## プライムアドブースト配信



## 年間2,000本公開する体制構築に向けた 動画メディアへの積極投資

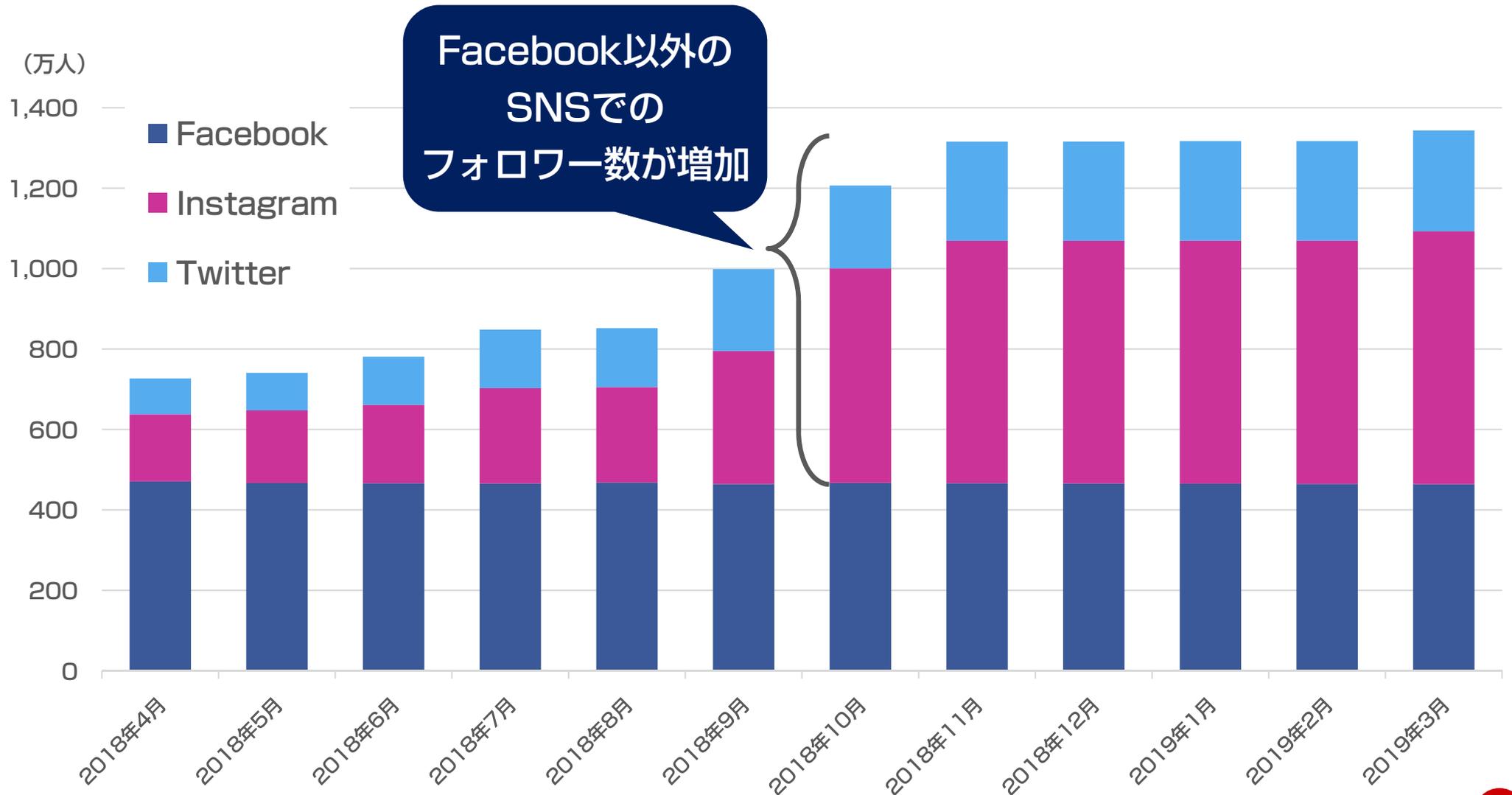
**0テシ** ミレニアル世代をターゲットにした「チルテレ」をはじめ  
日本テレビと連携した動画メディアへの投資を加速し  
動画広告による収益化を開始



累計再生回数  
**1,700万回突破**  
(2019年3月末時点)

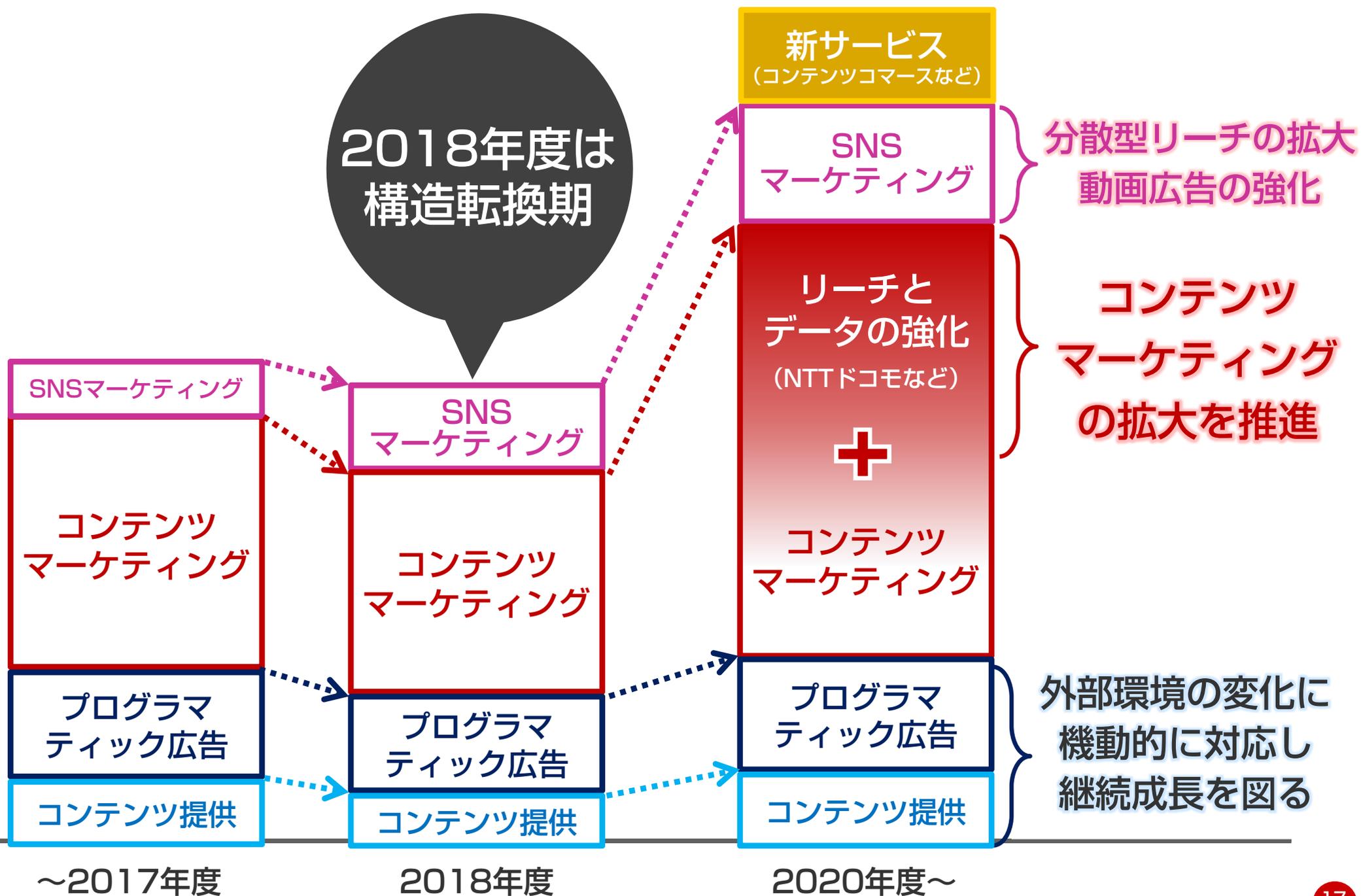


## オールアバウトナビの関連SNSフォロワーが 1,300万人突破



※Instagram、Twitterにはオールアバウトナビと提携するインフルエンサーのフォロワー数も含む

2018年度は  
構造転換期



## 2018年度の課題

検索流入の減少に伴う  
プログラマティック広告売上の減収

外部サイトへの  
コンテンツ提供売上の減収

一メディアだけでは解決できない  
企業のマーケティング課題

SNSでの圧倒的な  
影響力不足

## 取り組み

効率的に現状維持

外部環境に依存しない  
新たなビジネスへシフト  
(コンテンツマーケティング、  
コンテンツコマースなど)

複数のメディアと共同で  
コンテンツマーケティングビジネス  
を展開

- ・ facebook以外のSNSでの  
リーチ拡大
- ・ 高品質な動画の大量生産体制

## 2. 事業ハイライト

### コンシューマサービス セグメント

---



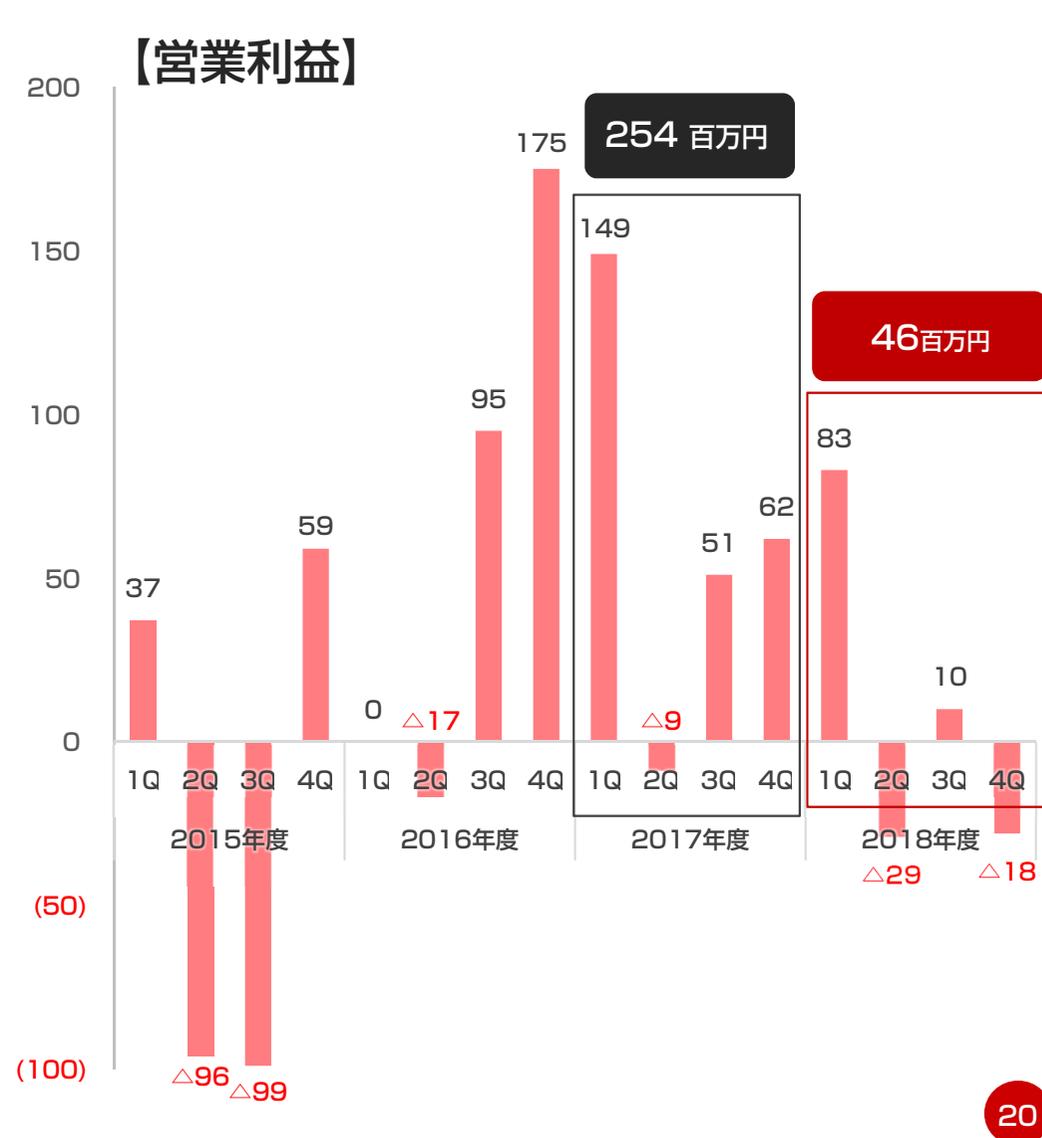
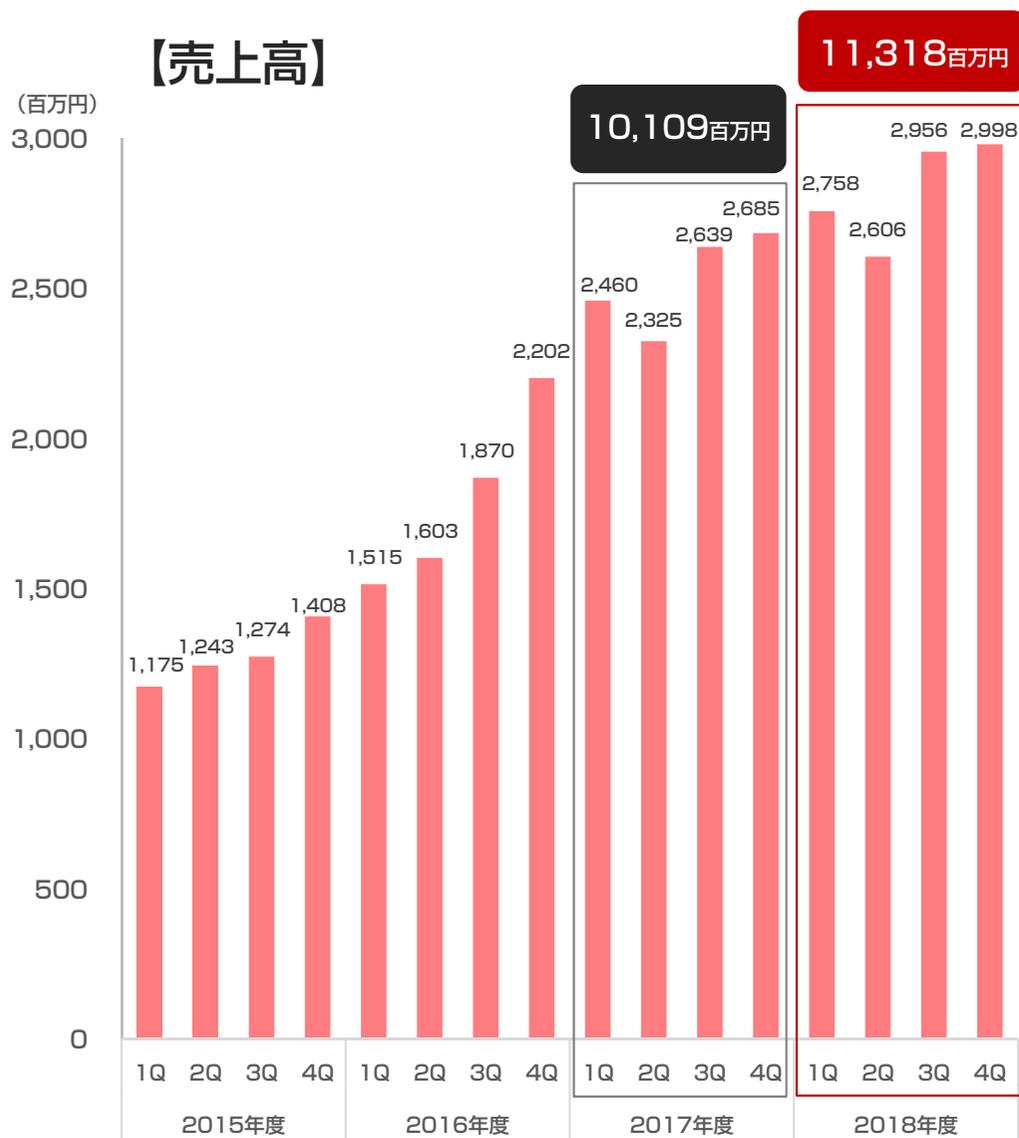
楽習フォーラム

MUSE&Co.

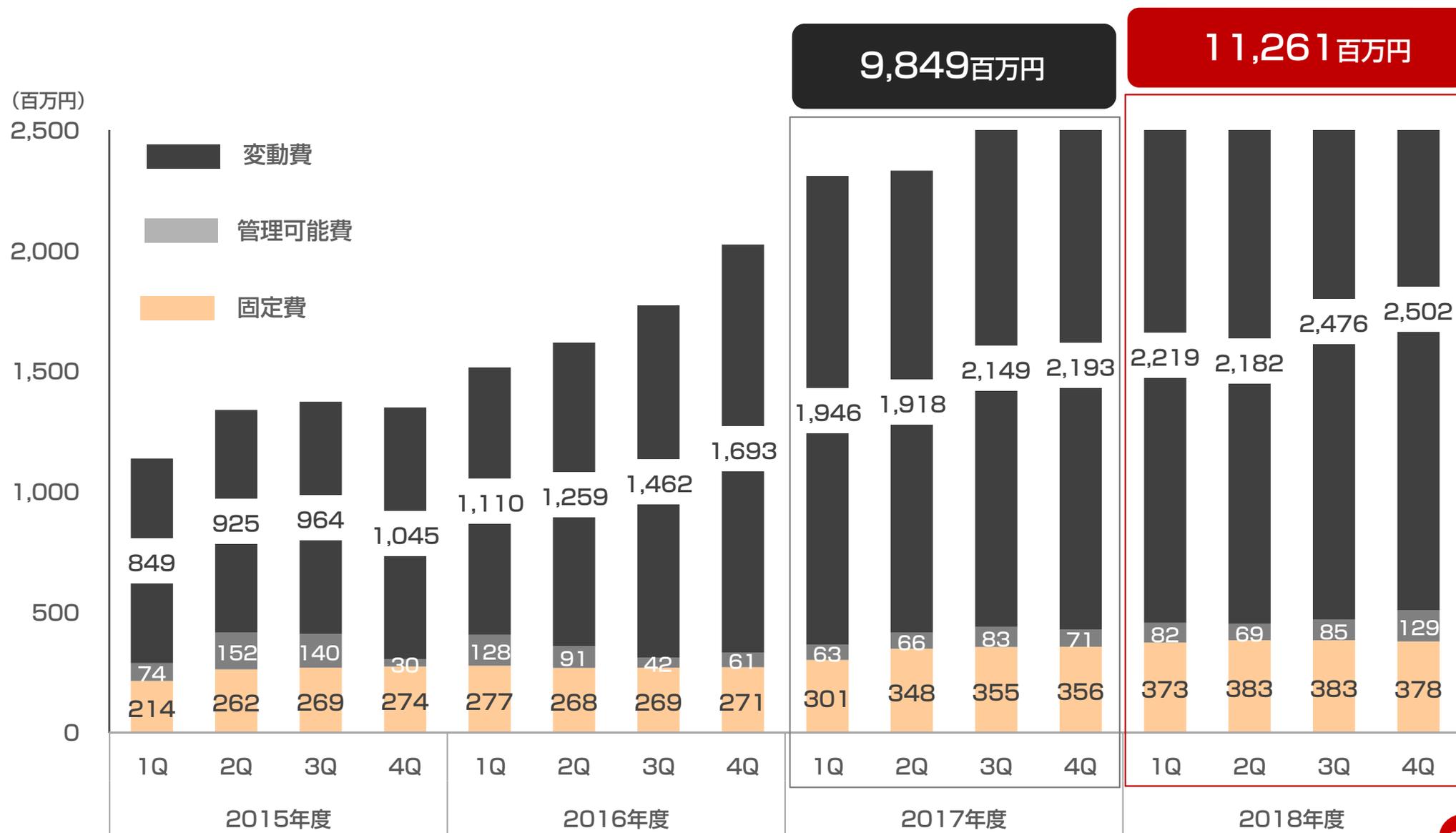
0テレ  
Life Marketing

# コンシューマサービスの売上・営業損益推移（四半期）

- サンプル百貨店を中心としたトライアルマーケティング&EC事業の売上が100億円を突破
- Q2に災害影響、Q3~Q4にかけ一過性のカテゴリーマネジメントの課題があり限界利益率低下
- 物流費上昇に対して、お試し費用の見直しを行うことで対応



- 物流費上昇の流れを受け、変動費率が上昇  
販促費の増加や人件費・システム費等の先行投資を実施



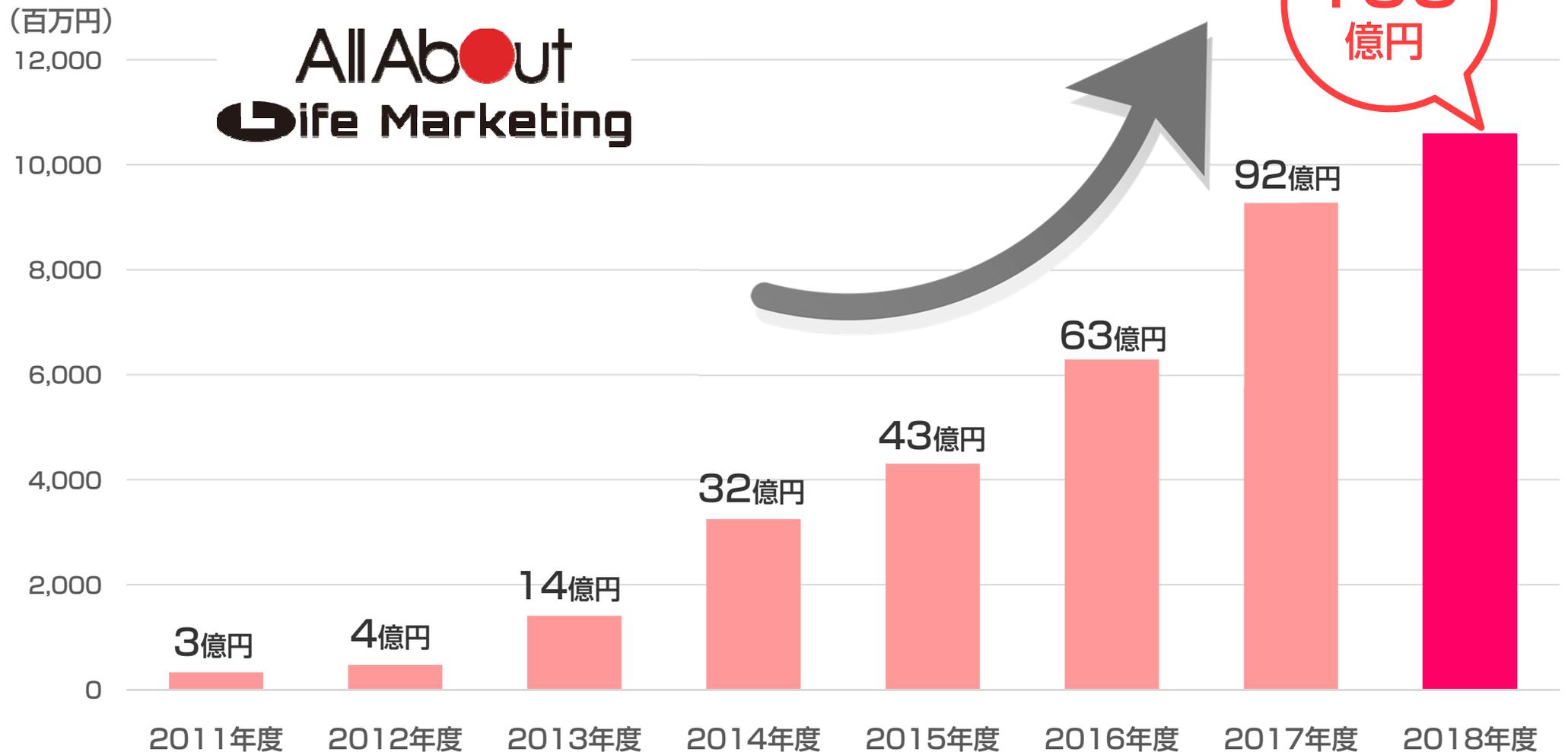
1

オールアバウトライフマーケティングの  
売上高が100億円突破

2

メーカー企業・小売事業者と共創した  
店舗販促の連動によるビジネス機会の拡大

## オールアバウトライフマーケティングの 売上高が100億円突破



※2017年度よりMUSE&Co.の売上高も加算しています

## メーカー企業・小売事業者と共創した 店舗販促の連動によるビジネス機会の拡大

【イオン九州様との取り組み例】



商品体験を提供する  
リアルサンプリング  
プロモーションを開催

イベント連動型の企画売り場を  
全店舗（64店）に設置

SNSを活用した  
プレゼントキャンペーン実施



## 【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年度の課題

災害による商品調達先の  
生産操業や物流の停滞

カテゴリーマネジメント  
の不備による  
販売機会の減少と  
滞留在庫の発生

物流費用の増加

## 取り組み

10月以降回復

チャンネル別・商品別  
ポートフォリオの最適化

陳列・導線管理の人的運用とAIの  
組合せを最適化、仕入・在庫管理の  
リソース拡充、運用精度を向上

トータルコストの効率化  
お試し費用の見直し

### 3. 今期の主要な取り組みと方向性

---

2019年  
1月  
OPEN



AllAbout  
あなたの明日が動き出す



NTT  
docomo

2019年度は共同サイト「イチオシ」内で  
広告事業を開始、その他にもdポイント  
などを活用した販売促進にも拡大予定

企業に対するマーケティング支援の場  
することで、メディアビジネス事業に  
おけるさらなる収益拡大を目指す

提携メディアに「dmenu」などが追加

多くの生活者へのリーチが可能に。さらにデータエクスチェンジによって精度の高いターゲティングも実現。

## 約60の提携メディア



## NTTドコモの運営メディア

dmenu



ママテナ



子育てに、笑いと発見を  
Conobie

NTTドコモの総合通販サイト「dショッピング」で展開する販売チャネルでのさらなる商品の拡充

サンプル百貨店とNTTドコモの決済サービス「d払い」を連動させたキャンペーンの強化



# サンプル百貨店の収益拡大を図る

マーケティングソリューション

メディア＋プラットフォーム

アクション領域での新ビジネス創出

## コンテンツマーケティング のアセット

AllAbout  
あなたの明日が動きだす

リーチ

(アドベリフィケーション、  
AIによる最適化)

データ

コンテンツ

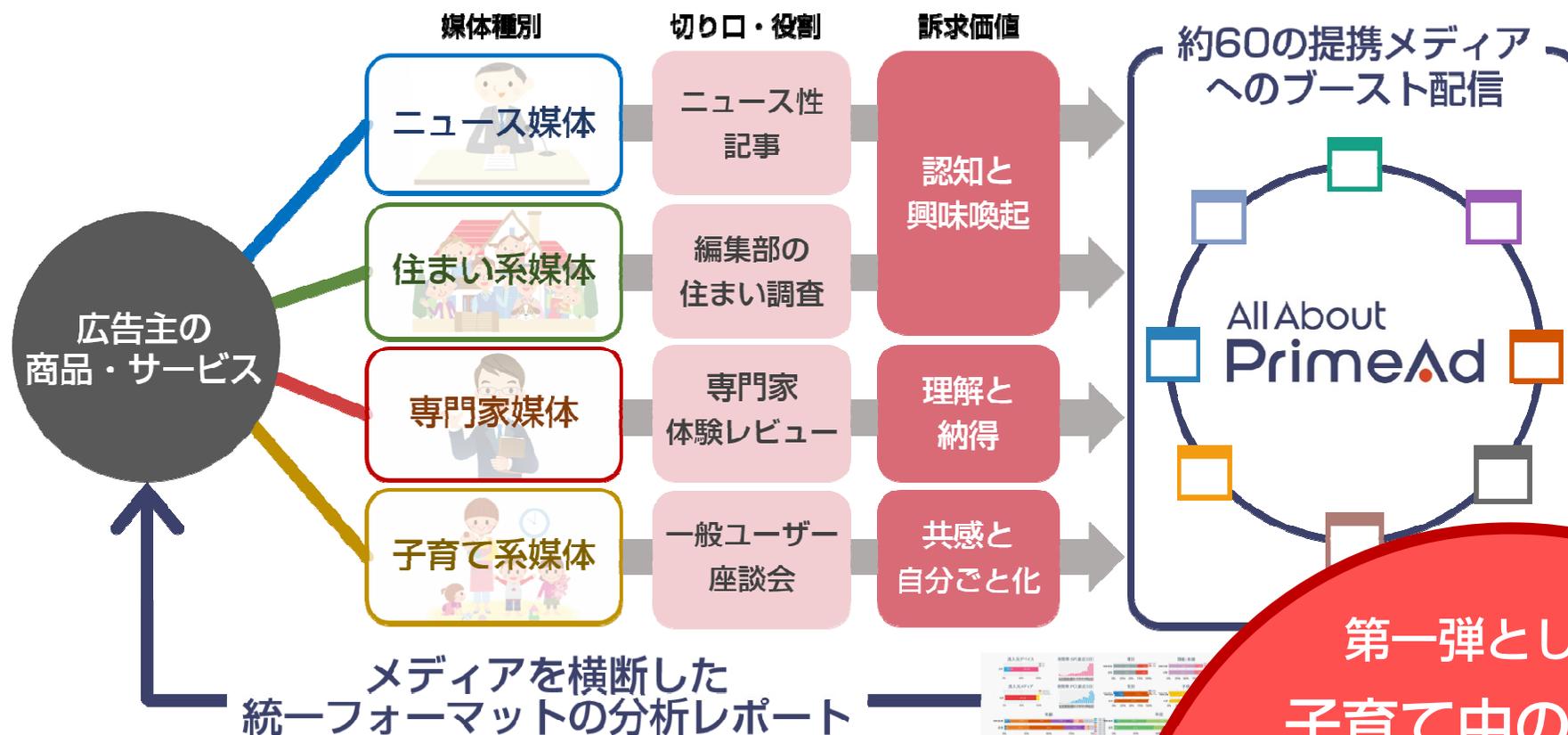
レポート

## All Aboutプライムアドの 提携メディア



メディア運営で培ったコンテンツマーケティングの  
アセットを活用し、提携する優良メディアの  
共創基盤（プラットフォーム）を目指す

複数メディアと共同でコンテンツマーケティングビジネスを提供する  
「メディアオーケストレーション」



横断的なメディアプロモーションを一括で発注でき、コンテンツマーケティングによる影響力を最大化

第一弾として  
子育て中の女性  
約6割※へリーチ可能なパッケージ商品をリリース

※総務省の統計データに対し「All About PrimeAd」に参画するメディアが保有するcookieデータの割合

## 生活者への提供価値

知見を与える  
(know)



知見を与える



提案する

相談される

共に解決する

アクション

## 新ビジネス例

ベストが見つかるおすすめ  
情報メディア「Best One」

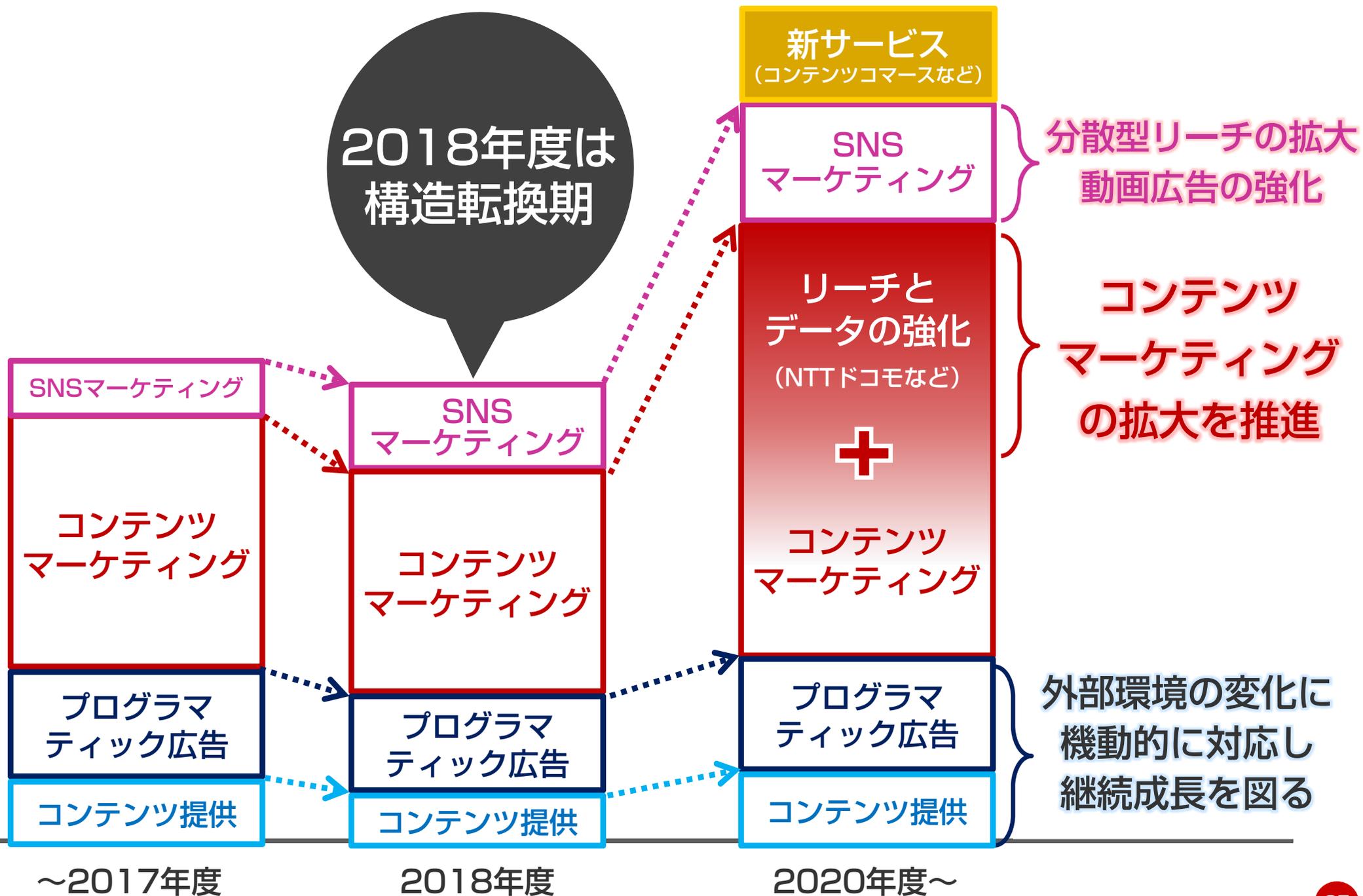
比較表や専門家のコメントを参考に  
購入（アクション）をサポート

2019年2月  
OPEN※



※前身のサービス「PICUP」は2017年12月にリリース

2018年度は  
構造転換期



コンシューマサービス

# 規模拡大と利益構造の強化

市場の成長率を超え  
トライアルマーケティング領域において  
No.1ポジションを確立

大手メーカー・通販事業者  
の商品別ポートフォリオ  
を最適化

本店のほか  
dショッピングなど  
外部チャネルも含めた  
新規会員獲得

マルチポイント  
(d払い) などFSP  
の強化

商品数

×

会員数

×

購買率

×

粗利率  
(物流・在庫)

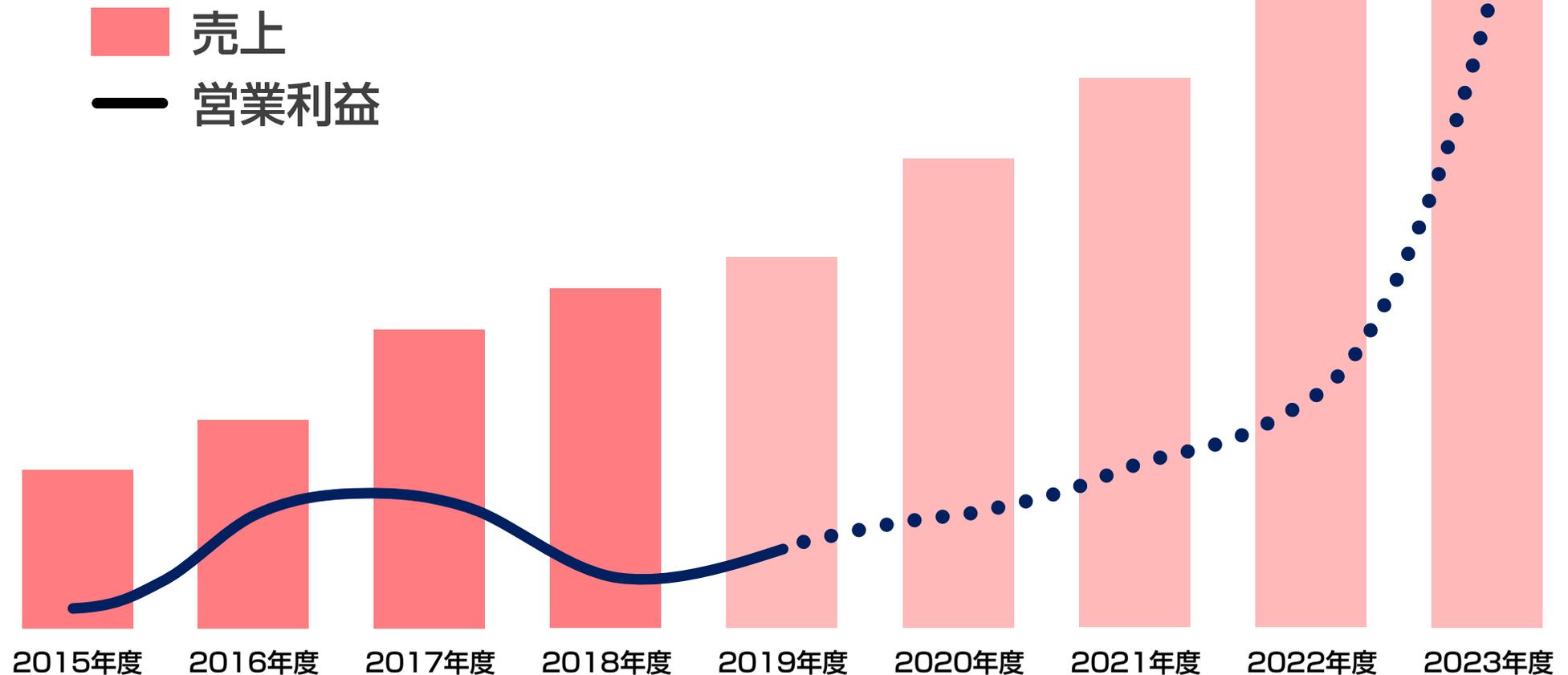
C M P  
Chopple Management Platform

人的運用とAIを最適に組み合わせた  
サプライチェーン・マネジメントの強化  
(CMP=ちょっプルマネジメント・プラットフォーム)

## 4.業績見通し

---

- メディア、トライアルマーケティング&ECの2本柱の強化と第3の柱となる事業確立のための投資を継続
- 継続的な売上拡大を実現
- まずは2017年度の利益額水準を確保



将来成長に向けた継続的な投資をしながら  
下期にNTTドコモとの協業による広告収益拡大と  
サンプル百貨店の収益性改善と売上拡大を見込む

(%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 当期純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
上期	7,200	+3.7	△175	—	△181	—	△161	—
通期	15,270	+2.7	210	+79.6	200	+150.4	85	—

※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

# 參考資料

---

# 連結貸借対照表

## 【資産の部】

(百万円)

	2018年3月末	2019年3月末	差異
流動資産 ①	4,549	4,041	△507
固定資産 ②	1,005	1,257	+252
資産合計	5,554	5,299	△255

### ①流動資産

- ・現金及び預金  $\triangle 809$
- ・受取手形・売掛金等 +126
- ・商品及び製品 +69 等

### ②固定資産

- ・投資有価証券 +68
- ・差入保証金 +150 等

## 【負債の部】

流動負債 ③	1,553	1,376	△177
固定負債	90	75	△15
負債合計	1,644	1,451	△193

### ③流動負債

- ・買掛金 +176
- ・未払費用  $\triangle 104$
- ・未払法人税等  $\triangle 192$  等

## 【純資産の部】

株主資本 ④	3,576	3,499	△76
新株予約権	7	7	△0
非支配株主持分	326	341	+15
純資産合計	3,909	3,848	△61

### ④株主資本

- ・新株発行 (SO行使) +18
- ・親会社株主帰属四半期純損失  $\triangle 29$
- ・配当実施  $\triangle 65$  等

(百万円)

	2019年3月期
営業活動による キャッシュ・フロー	① △142
投資活動による キャッシュ・フロー	② △622
財務活動による キャッシュ・フロー	③ △47
現金及び現金同等物の 増減額 (△は減少)	△813
現金及び現金同等物の 期首残高	2,554
現金及び現金同等物の 四半期末残高	1,742

## ① 営業活動によるキャッシュ・フロー

- ・ 税金等調整前当期純利益 +14
- ・ 減価償却費 +164
- ・ 減損損失 +84
- ・ 売上債権の増減 △152
- ・ 法人税等の支払額 △284 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 △70
- ・ 関係会社株式取得 △40
- ・ 無形固定資産取得 △269
- ・ 事業譲受 △67
- ・ 差入保証金の差入 △150 等

## ③ 財務活動によるキャッシュ・フロー

- ・ 配当金の支払額 △65
- ・ 新株予約権の行使 +18 等



883人の専門家が1294テーマで記事を発信中！



2001年  
スタート

月間利用者  
2,000万人

ガイド数  
900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

注力サービス



## 有償サンプリング「ちよっプル」



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 **230万人**

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430万いいね!





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 マナー 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



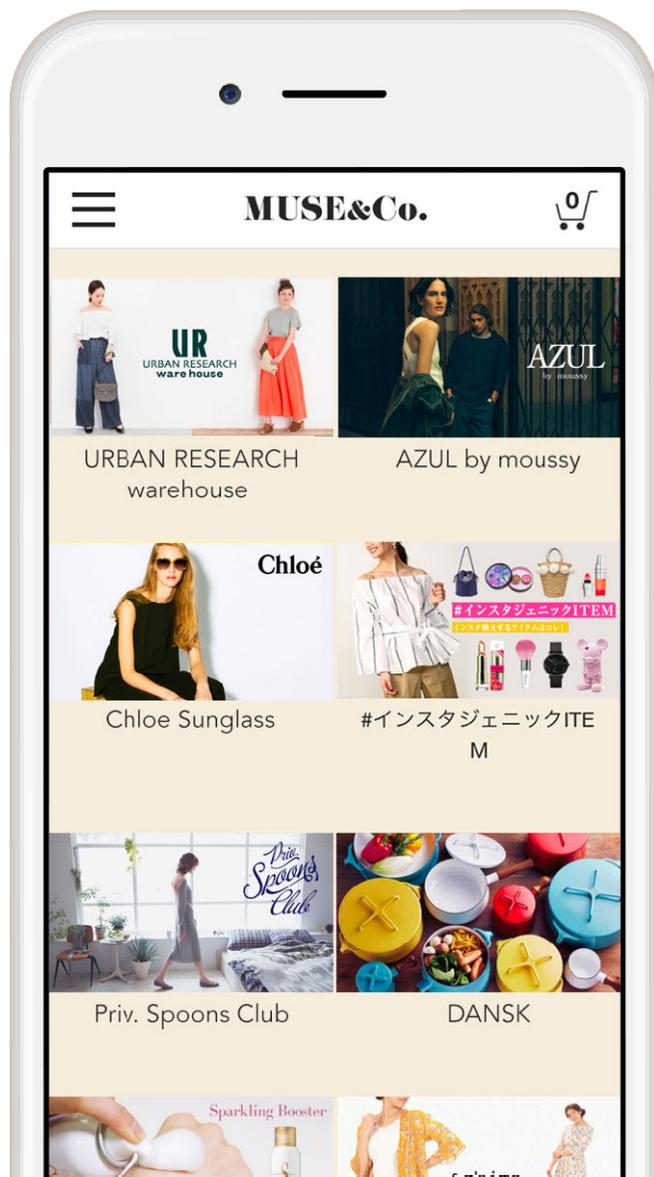
様々な分野の専門家の  
ノウハウを教育プログラム化し  
認定インストラクター  
ビジネスを展開

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



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119万人

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



テレビで  
イベントを  
告知



イベント  
サイト  
へ誘導



イベントで  
お買い物



イベント終了後  
当ECサイト  
にも訪問

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

テレビのメディアカ・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