



システムではなく、人間。

AllAbout

Group

株式会社オールアバウト

2020年3月期 決算説明資料

2020年5月12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。

- ・社員と家族、並びに関係者の健康を守り、
企業の社会的責任として社会的要請に応えるため
全グループ関係者^(※)を対象に、
2月27日より原則リモートワークを実施
- ・現時点で、社員および同居するご家族において
ウイルス感染の報告はございません

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

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



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

株式会社オールアバウトナビ

citrus チルテル

ツイナビ
WELCOME TO SOCIAL WEB

facebook navi

株式会社LMサービス

ディー・エル・
マーケット株式会社

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

オールアバウトグループのセグメント

マーケティングソリューション

メディア&デジタルマーケティング事業

株式会社オールアバウト

AllAbout
PrimeAd

株式会社オールアバウトナビ

citrus 
facebook navi 

グローバルマーケティング事業

株式会社オールアバウト

 AllAbout
Japan

コンシューマサービス

トライアルマーケティング&コマース事業

株式会社オールアバウトライフマーケティング

 dショッピング(※)

生涯学習事業

株式会社オールアバウトライフワークス

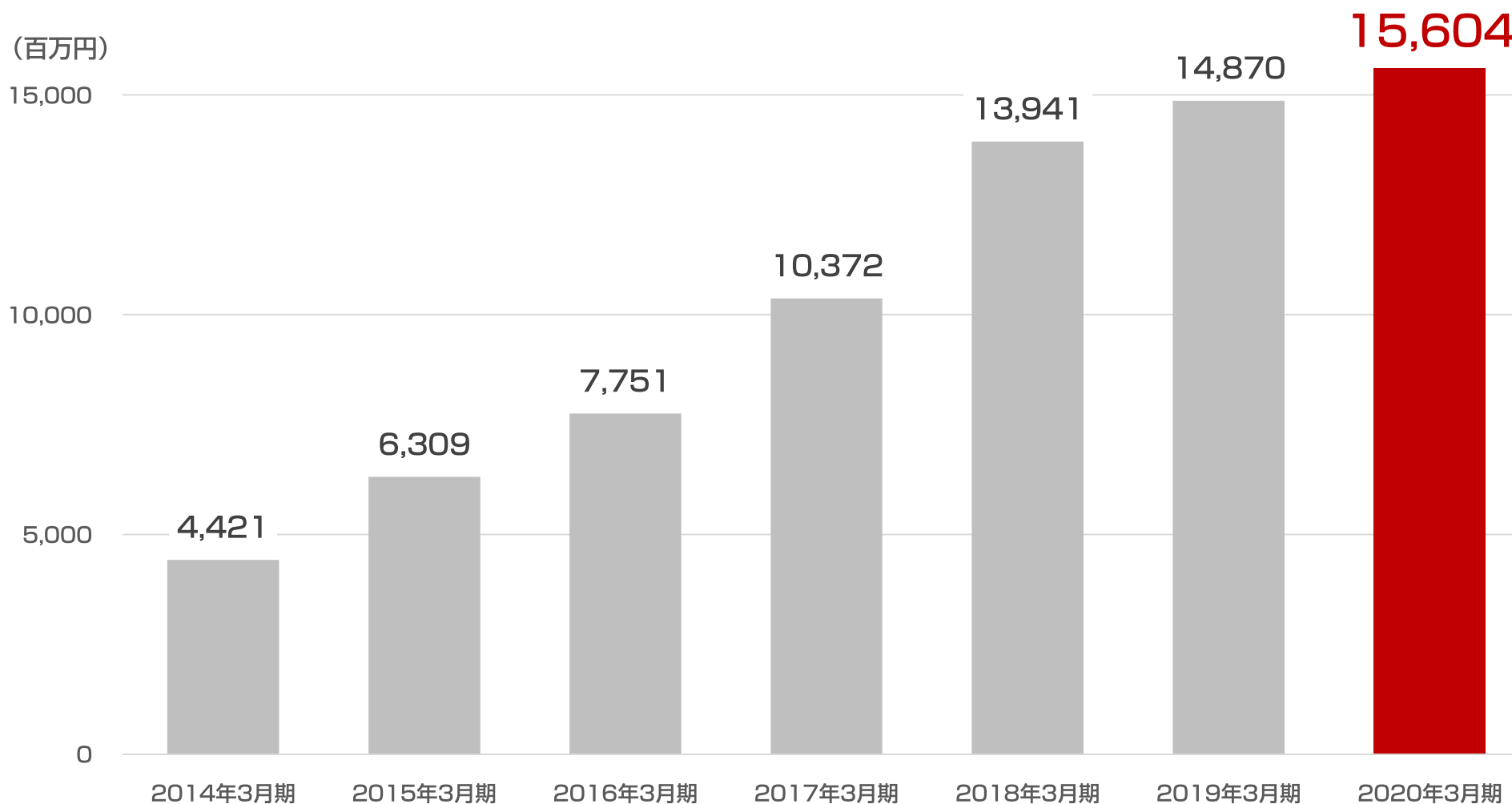
楽習フォーラム

法人向け事業

個人向け事業

※2020年7月より開始予定

8期連続増収更新



1.決算ハイライト

通期
連結
業績

2020年度通期で増収増益を達成

【売上高】

15,604 百万円（対前年比：4.9%増）

【営業利益】

430 百万円（対前年比：268.3%増）

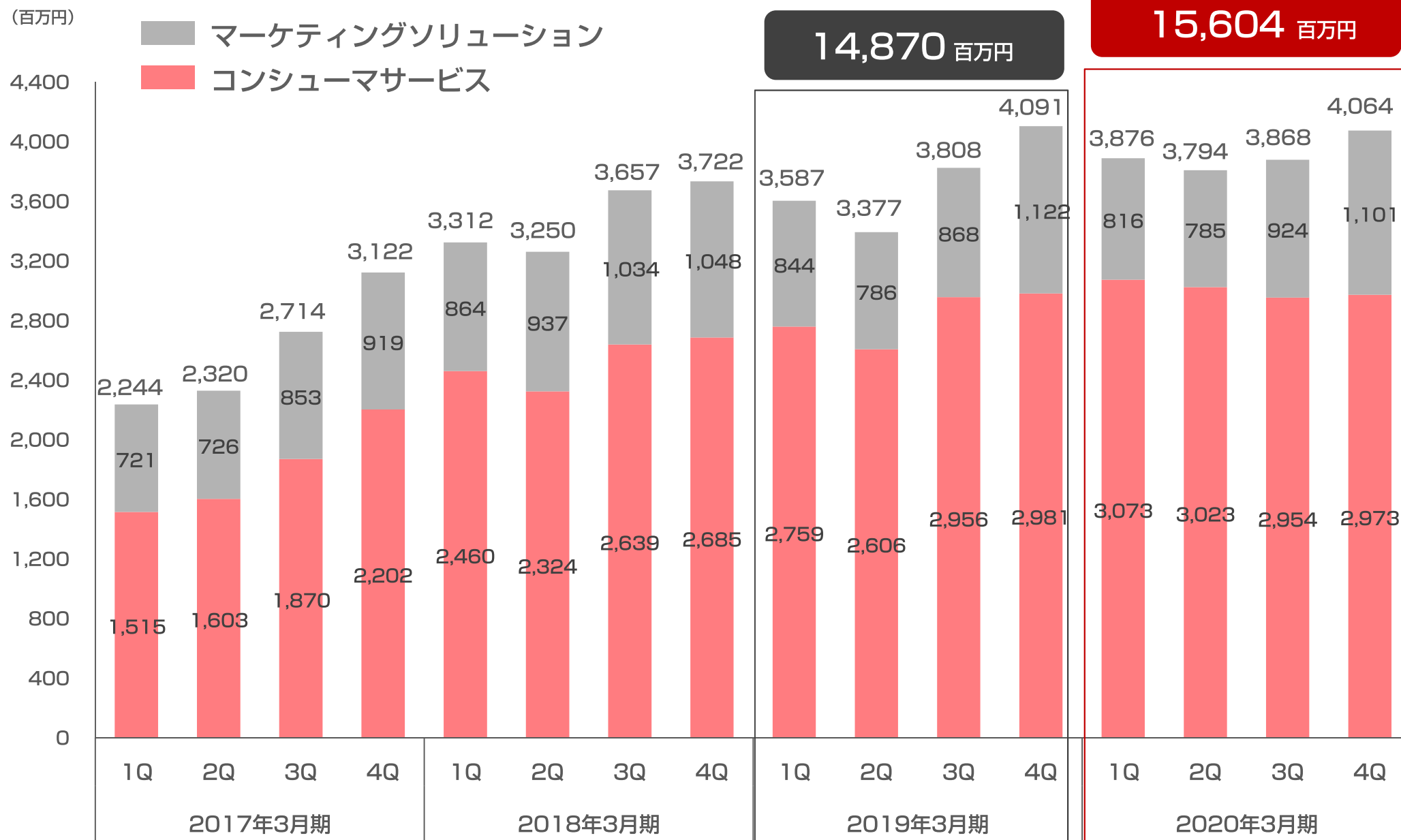
2020年3月期の決算ハイライト

売上高 156億円 営業利益 4.3億円

(百万円)

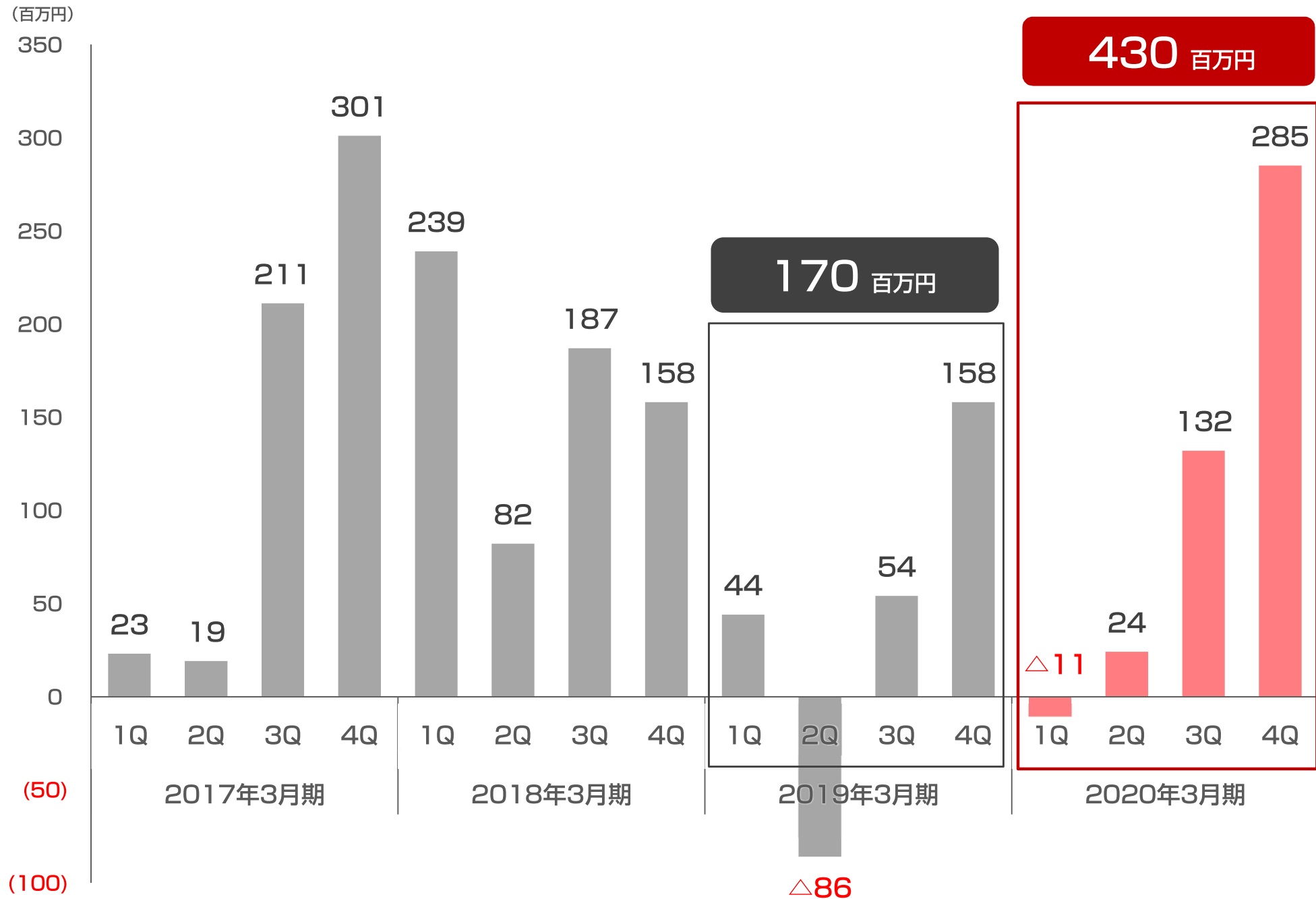
	2019年3月期	2020年3月期	対前年 増減率
売上高	14,870	15,604	+4.9%
営業利益	116	430	+268.3%
経常利益	79	436	+446.5%
親会社株主に 帰属する 純利益	△29	200	—

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
PrimeAd

facebook navi

ソイナビ
WELCOME TO SOCIAL WEB

citrus

チルテル

AllAbout
Japan

マーケティング ソリューション

コンテンツマーケティングやプログラマティック広告売上が前年同期に比べて減少するも、下期は復調。さらにグローバルマーケティング売上の伸長により増収増益。

【売上高】

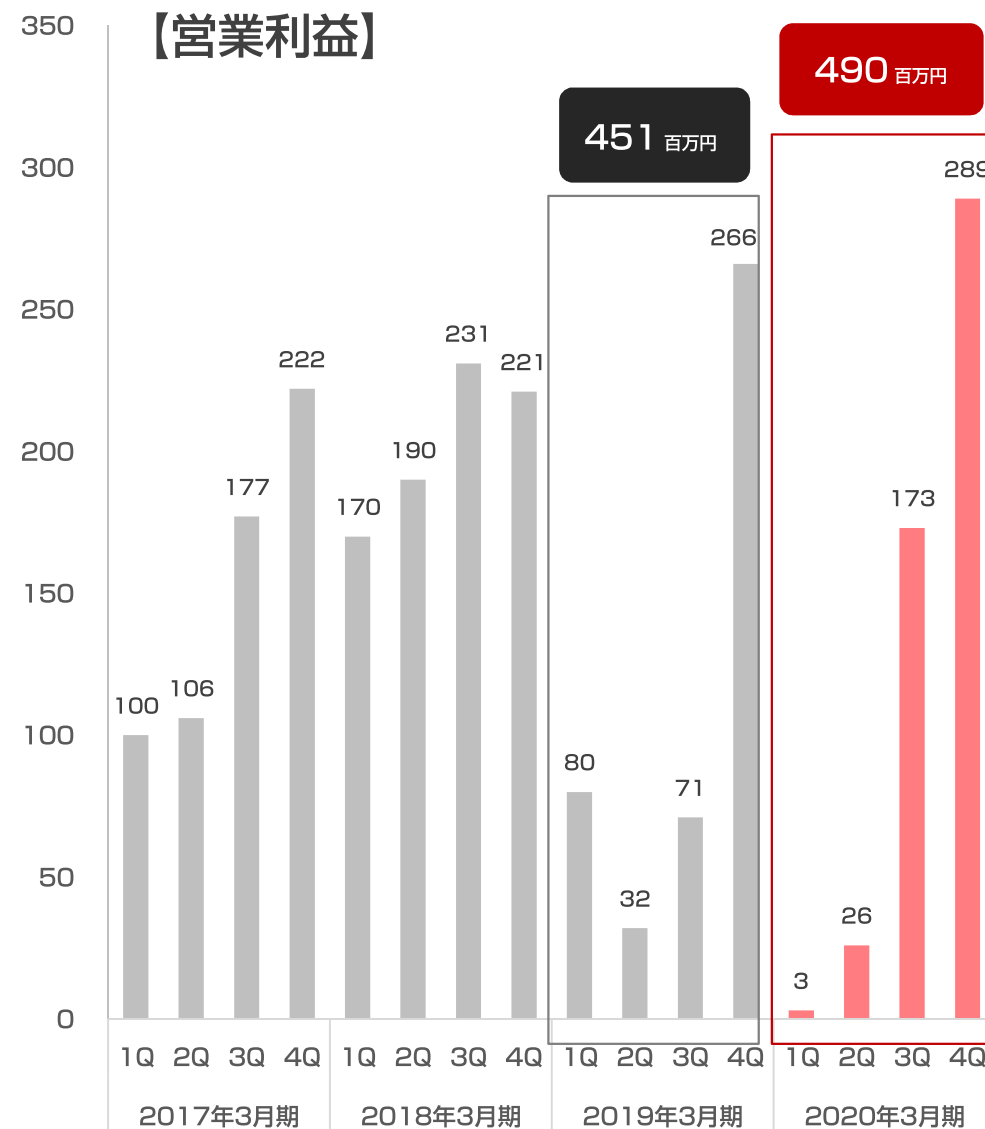
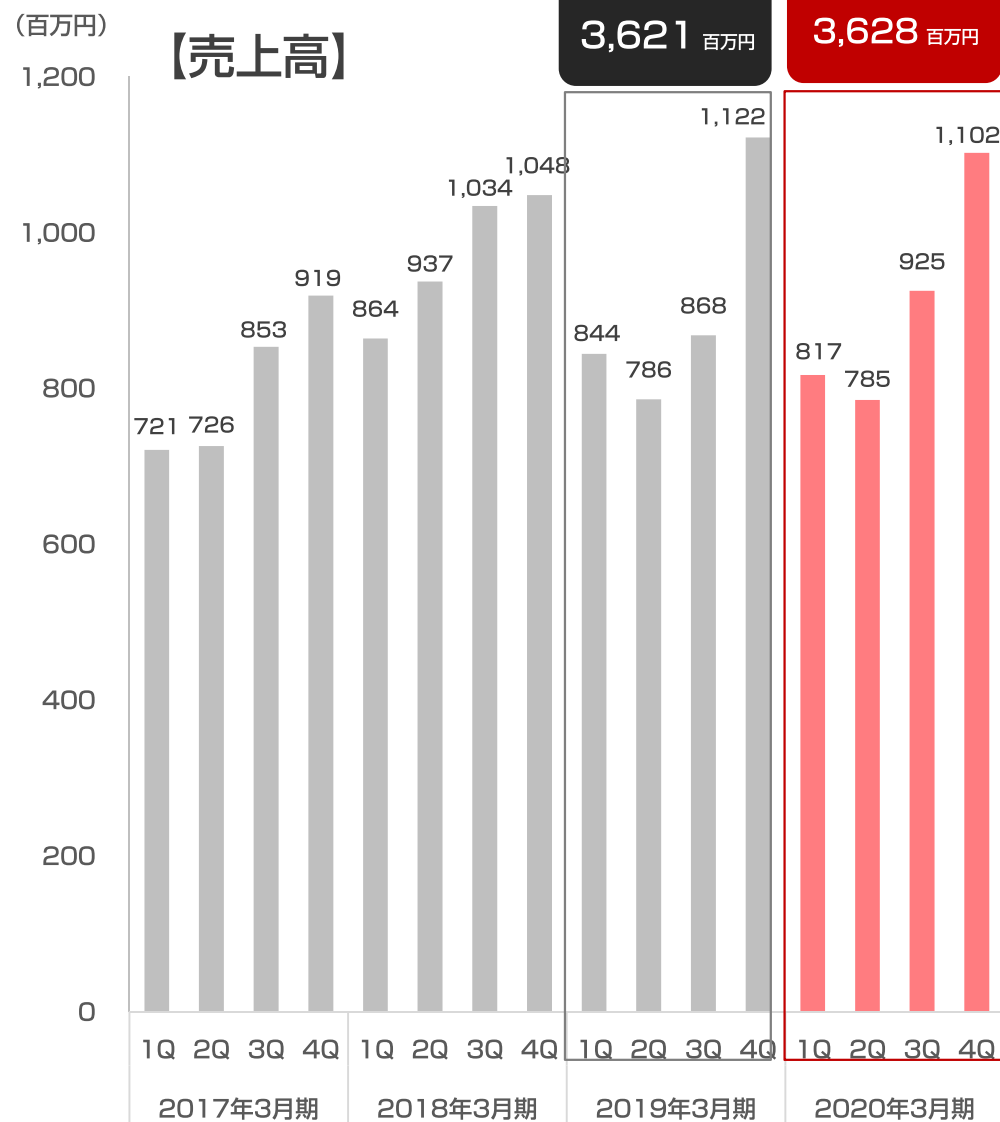
3,628 百万円（対前年比：0.2%増）

【営業利益】

490 百万円（対前年比：8.6%増）

マーケティングソリューションの売上・営業損益推移（四半期）

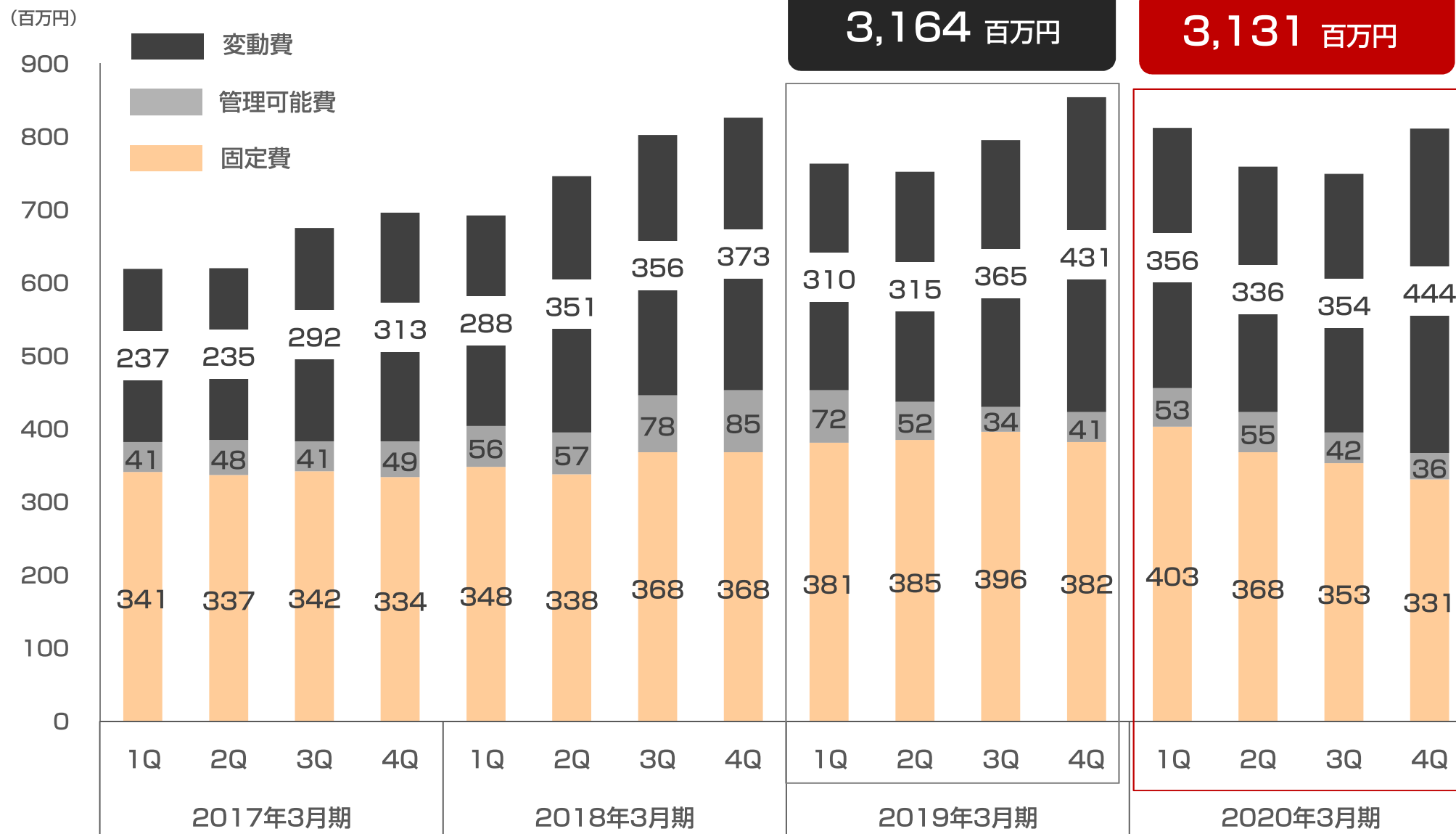
売上高：3,628百万円（対前年比 0.2%増） 営業利益：490百万円（対前年比 8.6%増）



※ 売上高は、セグメント間取引消去前の数字です

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）

年度末にかけて業務効率化により固定費を圧縮



1

「All About」の月間総利用者が2,000万人前後で堅調に推移

2

「All About PrimeAd」の提携メディアが130媒体を突破

3

コンテンツコマース「BestOne」の継続的な成長

「All About」の月間総利用者数が2,000万人前後で堅調に推移

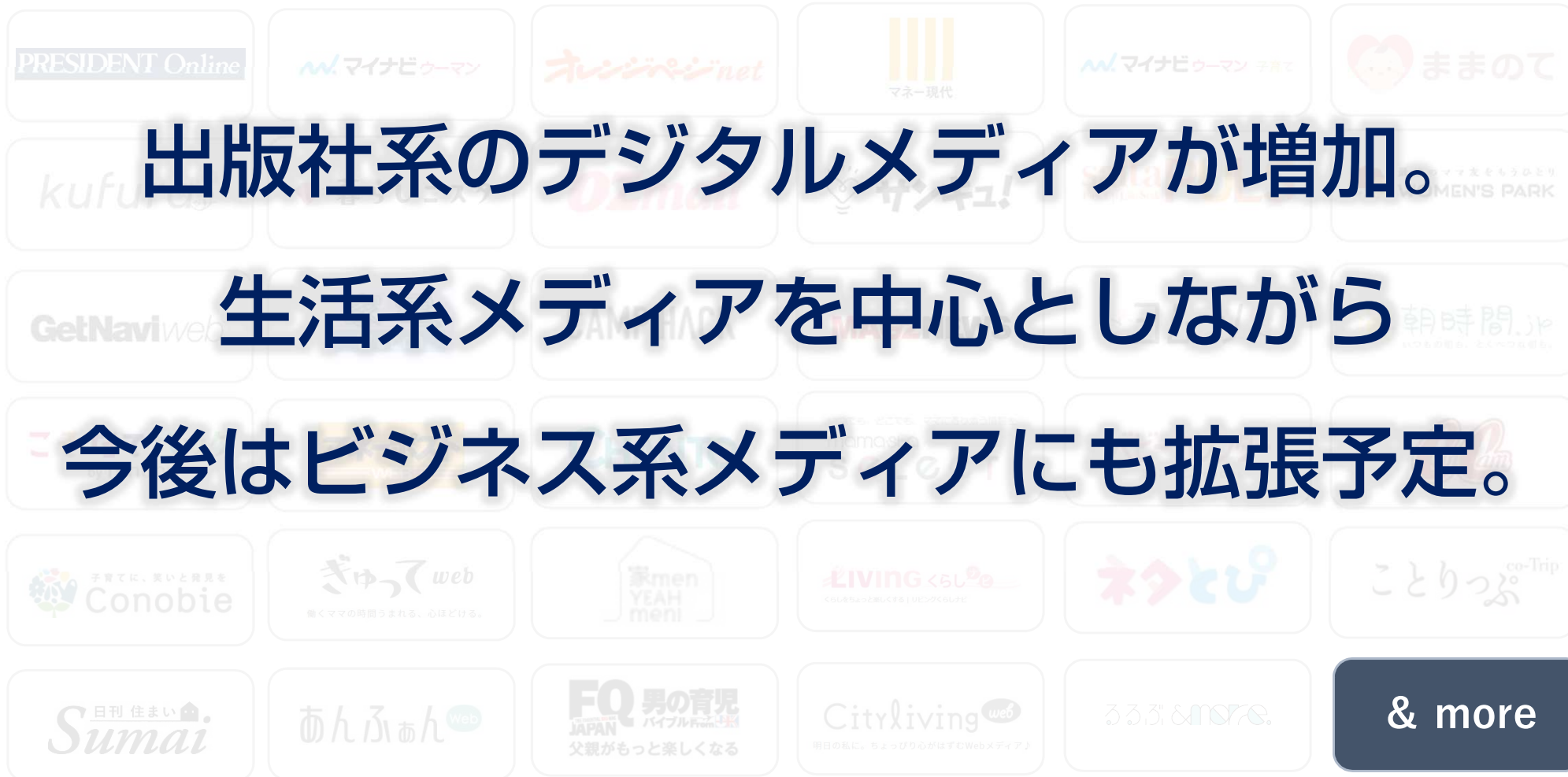


コンテンツマーケティングプラットフォーム 「All About PrimeAd」の提携メディアが130媒体を突破

出版社系のデジタルメディアが増加。

生活系メディアを中心としながら

今後はビジネス系メディアにも拡張予定。



コンテンツコマース「BestOne」の継続的な成長

【売上とセッション数の推移】



買い物やサービスで
「Bestな選択」を
お手伝いするメディア

- ・ 単月での黒字化を達成
- ・ 売上は前年の9.7倍
- ・ セッション数は5.7倍

4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月 1月 2月 3月

2019年度

売上 ■ セッション数 —●—

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

コンシューマ サービス

「サンプル百貨店」が2018年度からの
カテゴリーマネジメント課題を改善し、
前年同期比で大きく増益

【売上高】

12,025 百万円（対前年比：6.2%増）

【営業利益】

269 百万円（対前年比：480.4%増）



有料サンプリング
「ちょっプル」
の取扱高

2018年度

94.6億円

成長率

15.0%

2019年度

108.8億円

【参考】

国内EC市場^{※1}

（物販系分野のBtoC
分類①食品、飲料、酒類）

2017年度

1兆5,579億円

成長率

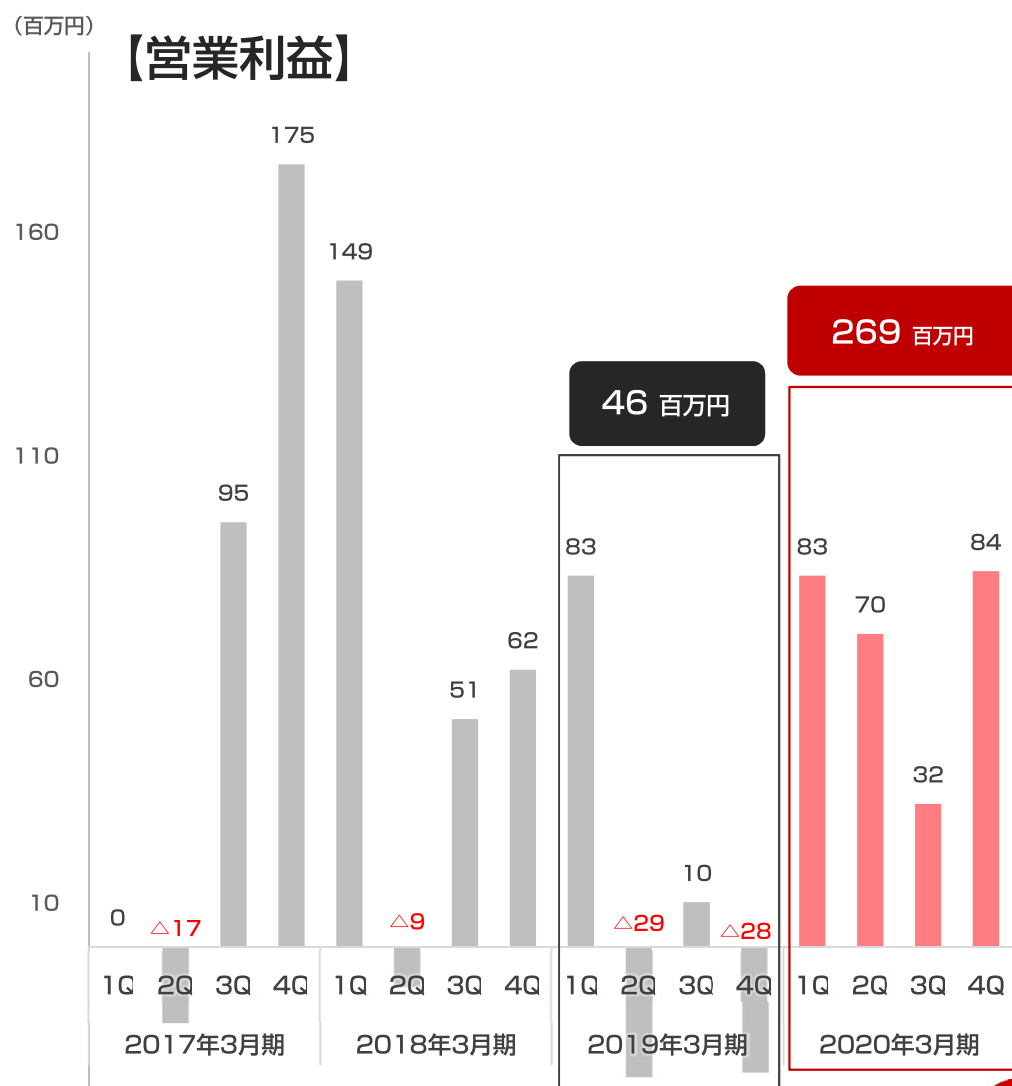
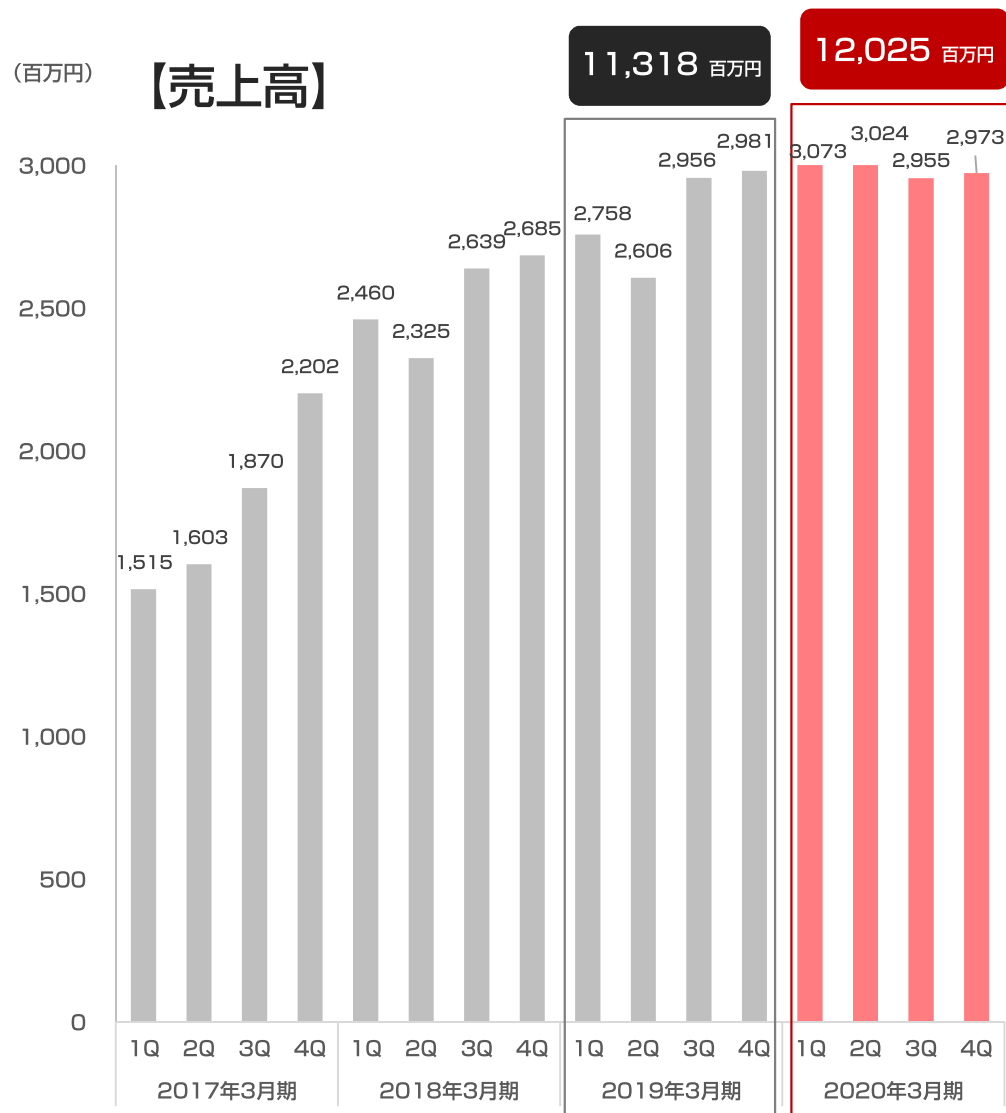
8.6%

2018年度

1兆6,919億円

コンシューマサービスの売上・営業損益推移（四半期）

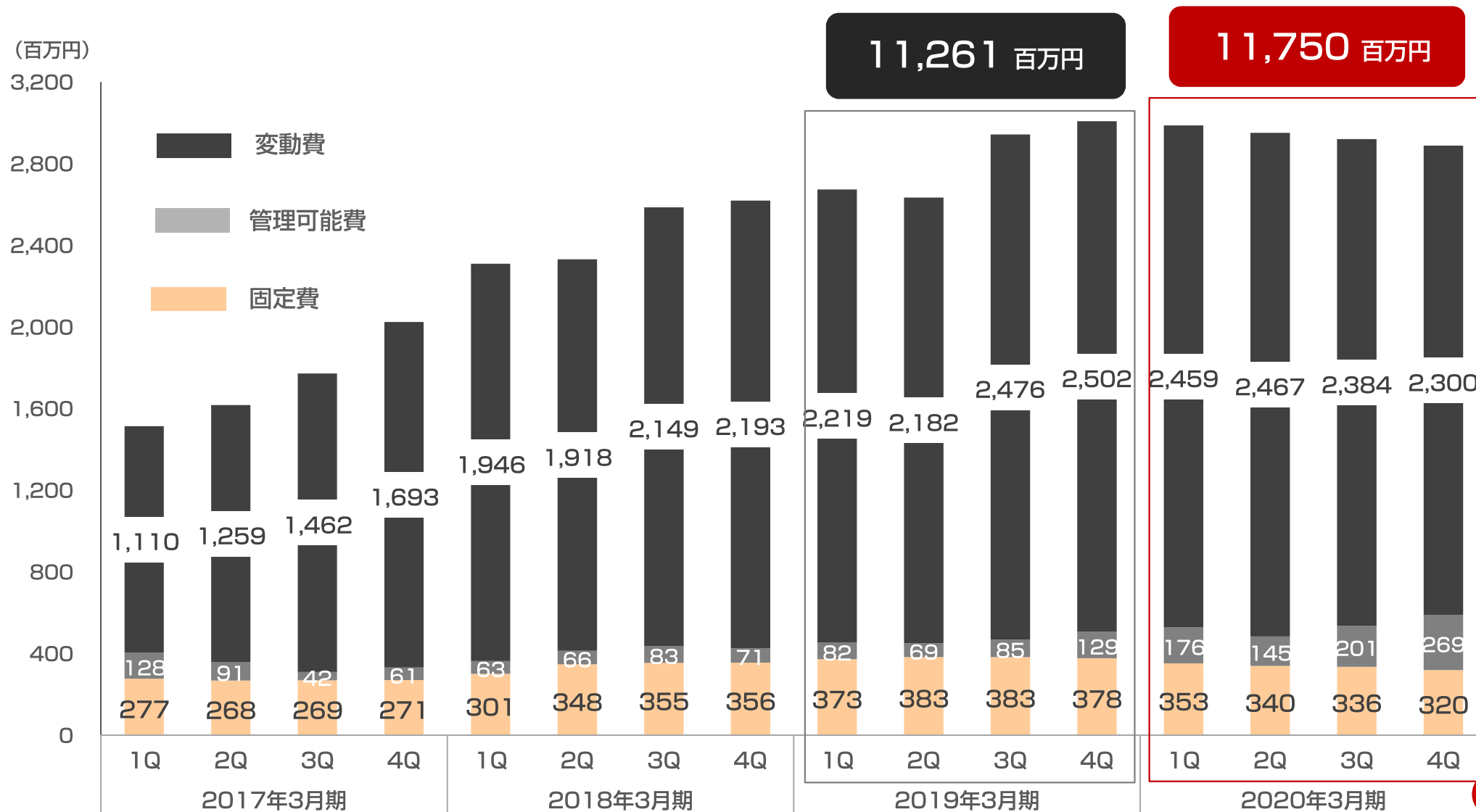
売上高：12,025百万円（対前年比 6.2%増） 営業利益：269百万円（対前年比 480.4%増）



※ 売上高は、セグメント間取引消去前の数字です

コンシューマサービスの営業費用の明細推移（四半期）

- 販売促進施策の実施により管理可能費（販売促進費）が増加
- 物流費上昇も、価格管理はじめカテゴリマネジメントの改善により変動費率を減少
- BPRによるコスト構造改善により固定費を圧縮



1

「サンプル百貨店」の収益効率の
改善を継続

2

サンプル百貨店と日本テレビ系列局との
共同事業を推進

「サンプル百貨店」の収益効率の改善を継続

粗利ミックスの
最適化

地域別費用の
導入

売価基準の
再設定

粗利率が前年同月比**41.1%**増 (2020年3月時点)

サンプル百貨店と日本テレビ系列局との共同事業を推進し テレビ連動のコマースサービスを開始

0テレ

【テレビ新潟】

とくとくTeNY サンプル百貨店

【静岡第一テレビ】

2020年4月
より開始

Daiichi TV サンプル百貨店

サンプル百貨店で取り扱う3万点の
商品のほか、各系列局の情報番組内の
プレゼントコーナーなどを紹介



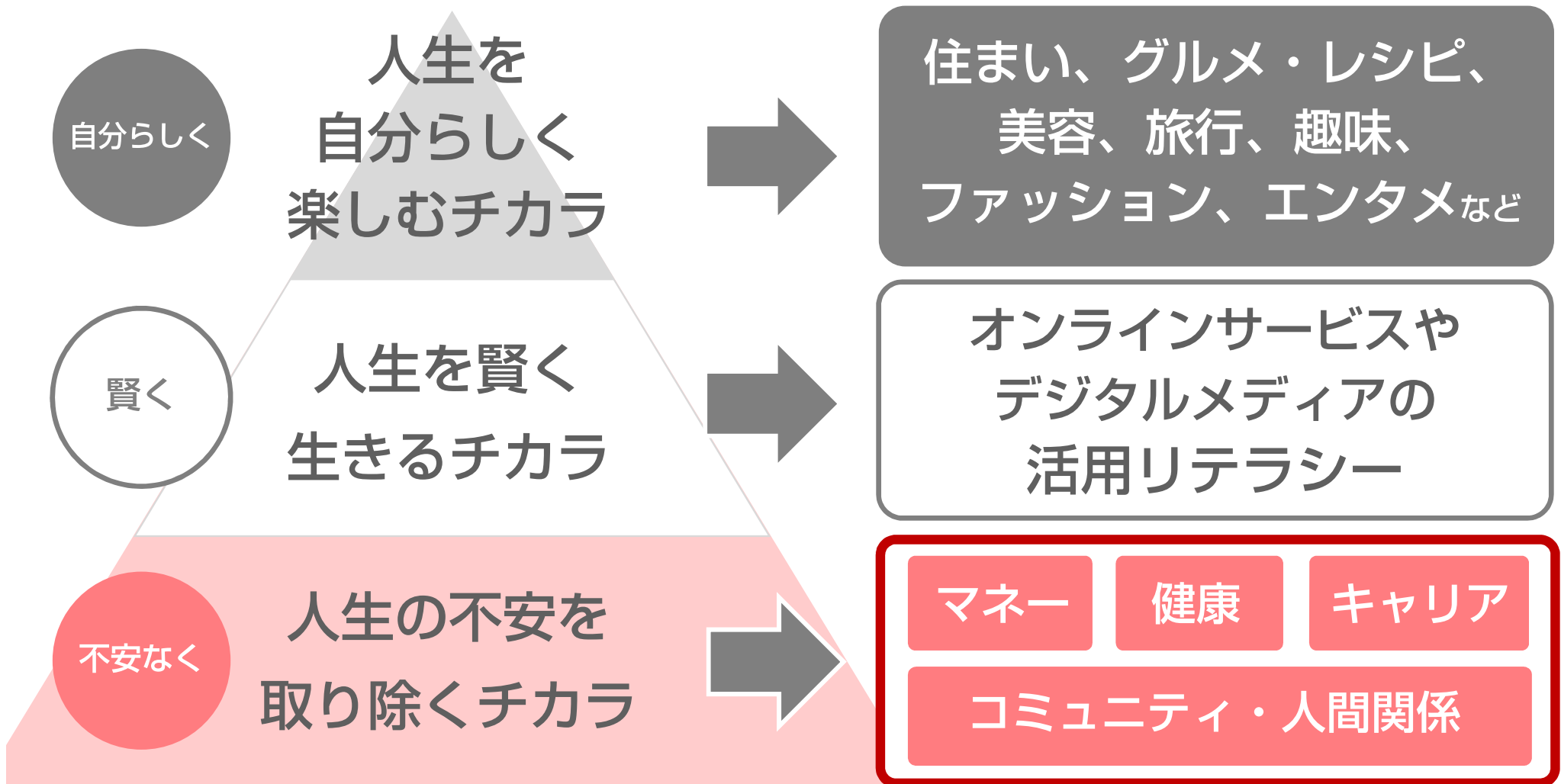
3. 今期の方向性と主要な取り組み

不安なく

賢く

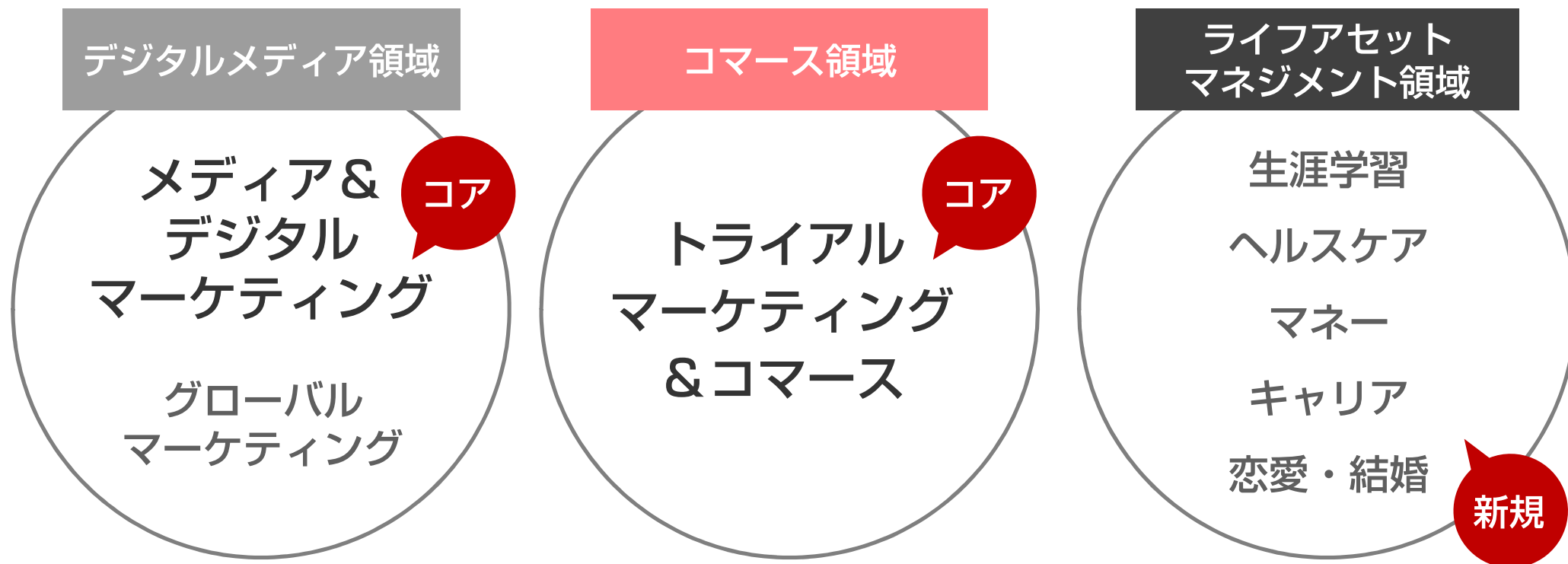
そして 自分らしく 生きたい。

3つの自立力をサポートするビジネス機会



大きな事業ポテンシャルと社会的イノベーションが進む

ライフアセットマネジメント領域



2つのコア事業を強化しつつ、
ライフアセットマネジメント領域で3つ目の柱
となる新たな事業を実現する

さらに上記事業全体のグローバル展開を図る

マーケティングソリューション

メディア&デジタルマーケティング事業

の主要な取り組み

コンテンツマーケティングにおける

デジタルタイアップ広告
1,000億円

ネイティブアドネットワーク
2,000億円

オウンドメディア&
コンテンツ制作支援
3,000億円

推定
6,000億円
※当社調べ

オールアバウトは

従来の **自社メディアビジネス** から

自社メディアビジネス + **プラットフォームビジネス**

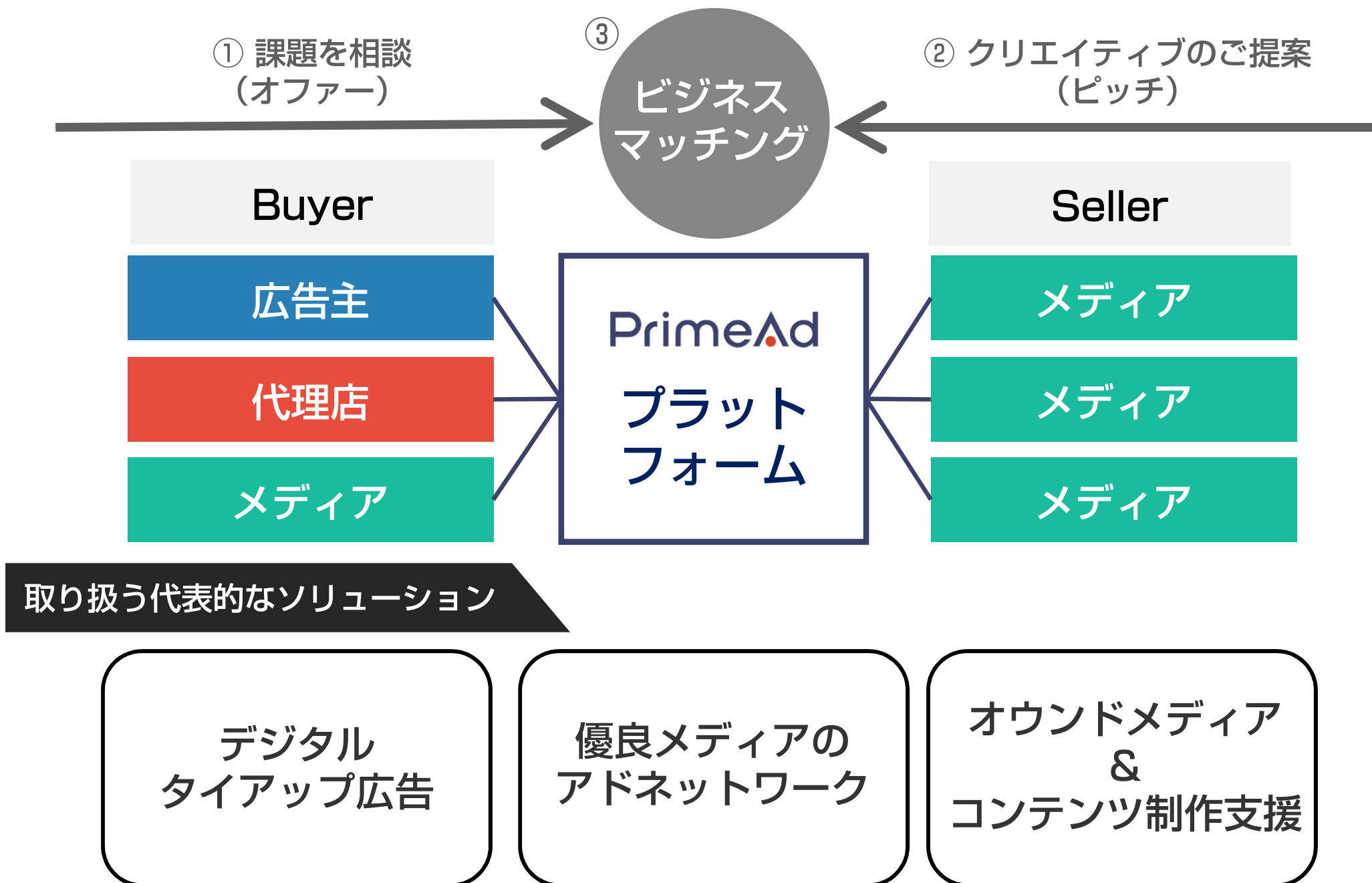
へ進化する事業構造の転換期

今夏
正式リリース
予定

PrimeAd

広告主、エージェンシー、メディア向けの
「コンテンツマーケティング」における

**ビジネスマッチング
プラットフォームへ**



PrimeAdでのビジネスマッチングイメージ

① 広告主（代理店）のオファー画面

オファー概要

募集期間 2020/02/25

実施想定時期 2020/4/1 以降

予算 300万円

実施予定媒体数 3-4媒体を予定

キャンペーン詳細

訴求ターゲット
・育児中の母親
「無添加」等から、お子さんに飲ませたい母親や妊娠中の方など

訴求軸
(1) これまでの●●に対しては不満を抱いている人が多いという事実
(2) ●●はこれまでの△△といった不満を解消できる商品であること

② 媒体社からのクリエイティブ提案（ピッチ）

切り口
寝る前、身
読み聞か
グの読み
ンが生
取り替え

切り口
まんが
お悩み

切り口
料理は見た目大事！ 同じ料理をもっとおいしく
みせるコツ

切り口
子どもの家庭学習 やる気をアップさせる室内環境
づくりのコツ

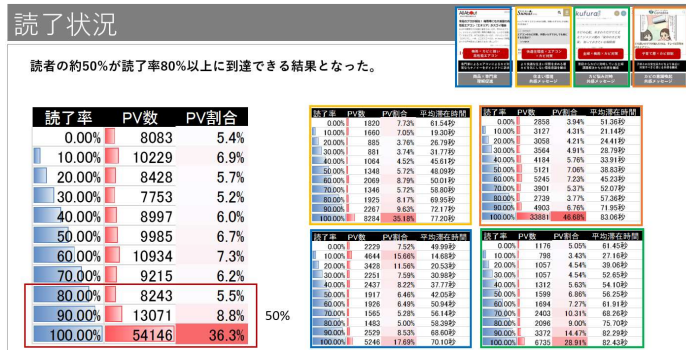
切り口
その他切り口

フォーマット
編集部執筆記事/第三者専門家取材/体験

フォーマット
All About / 株式会社オールアバウト 三輪史
All About読者には30代・40代の子育て層も多く、子育ての悩みごとを抱えているユーザーが訪れる。また、All About読者には比較的所得層が高い層も多く、家庭学習に力を入れている。そのため、読者に対して、料理のヒントを、照明を考えた購入する」といった行動につながるユーザーを期待できる。

③ ビジネスマッチング（実行）

統一指標での
レポートニング



広告主の
メリット

- ✓ 質を担保した豊富なクリエイティブ
- ✓ 統一化された広告指標
- ✓ 管理コストの削減

メディアの
メリット

- ✓ 収益機会の獲得
- ✓ 固定費の削減
- ✓ 最新のアドテクノロジーへの対応

コンシューマサービス

トライアルマーケティング&コマース事業

の主要な取り組み

NTTドコモが運営する総合通販サイト「dショッピング」事業全体を
オールアバウトライフマーケティングが共同で企画・運営



All About
Life Marketing

NTT
docomo

【強み】

サンプリングサイトの
運営ノウハウや
商品調達力

【強み】

顧客基盤や
dポイントを活用した
Eコマースビジネスの
運営ノウハウ

共同で集客及び取扱商品の販売促進に努め
本サイトの更なる拡大を目指す

4.業績見通し

短期

- ・ 外出自粛とその後の抑制に伴い、生活者のデジタルメディアやeコマースの利用等については継続的に増加
- ・ 法人における広告出稿等のデジタルマーケティング需要は全般的に減少するものの、一部業種では増加する

中期

- ・ 多くの業種、業態におけるデジタルトランスメーション（DX）が急速に進み、オンラインサービスの需要拡大が見込まれる
- ・ eコマース需要も巣ごもり消費をきっかけに利用経験者数が増加・定着し、企業の販売におけるeコマース転化率が向上
- ・ ポストコロナ時代の新しい生活様式のイノベーションが進む

マーケティングソリューション セグメント

直近での想定影響	対応方針
 企業のマーケティング需要減 ↳ オフライン系の広告主を中心に	・ マーケティングニーズのある業種の営業強化 ・ オンラインで完結する営業・制作体制の確立
 ・ インターネットメディア利用の増加  ・ プログラマティック広告減 ↳ 市場全体の需要減	・ コロナ状況下で有用なコンテンツの配信 ・ コンテンツマーケティングビジネスの強化
 外出自粛に伴うEC関連の 巣ごもり需要増	在宅需要にフィットするサービスの拡大 ↳ コンテンツコマース「BestOne」
 訪日外国人向けマーケティングの 需要減	日本食レシピや日本文化など訪日以外の コンテンツの拡充

コンシューマサービス セグメント

直近での想定影響	対応方針
 外出自粛に伴う巣ごもり消費および 家庭用食品・日用品需要増	有料サンプリングの拡充による商品流通支援
 未利用食品（飲食店、イベント等の業務用、 給食用食品）の販路需要	有料サンプリングを通じた有効な在庫削減支援
 リアルイベントの中止 ↳ サンプル百貨店の「RSP」 ↳ 生涯学習事業の「楽習フォーラム」	オンラインイベントの開催 ↳ 将来的にはオンライン/オフラインの 融合を想定 ↳ オンラインレッスンへのシフト

■ 事業の状況

- ・ サンプル百貨店を中心とした、eコマース系事業はさらに成長
7月から「dショッピング」事業全体の共同運営収益をアドオン
- ・ All Aboutを中心としたデジタルメディア事業への収益影響は不透明
(中期的成長に向けコンテンツマーケティングプラットフォーム
事業等への投資を継続)
- ・ グループ全体で増収の見込み

■ 新型コロナウイルス感染症影響の収束時期は不透明

- ・ 経済面でも不透明要素が多い

こうした状況を踏まえ現時点では合理的な算定が難しいため**未定**とし、
算定可能となった段階で、速やかに公表いたします。

配当につきましても未定です。

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)

	2019年3月末	2020年3月末	差異
流動資産 ①	4,041	4,509	467
固定資産 ②	1,257	1,146	△111
資産合計	5,299	5,655	356

①流動資産

・現金及び預金	+670
・売掛金	△37
・商品及び製品	△69
・未収還付法人税等	△73 等

②固定資産

・ソフトウェア	△42
・のれん	△23
・投資有価証券	△23 等

【負債の部】

流動負債 ③	1,376	1,540	164
固定負債	75	77	2
負債合計	1,451	1,618	166

③流動負債

・買掛金	+39
・未払費用	△15
・未払消費税	+40
・未払法人税等	+108等

【純資産の部】

株主資本 ④	3,499	3,681	181
新株予約権	7	6	△0
非支配株主持分	341	350	9
純資産合計	3,848	4,037	189

④株主資本

・新株発行（SO行使）	+8
・親会社株主帰属当期純利益	+200
・配当実施	△26 等

連結キャッシュ・フロー計算書

(百万円)

	2020年3月期
営業活動による キャッシュ・フロー	① 935
投資活動による キャッシュ・フロー	② △244
財務活動による キャッシュ・フロー	③ △20
現金及び現金同等物の 増減額（△は減少）	670
現金及び現金同等物の 期首残高	1,741
現金及び現金同等物の 四半期末残高	2,411

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 +338
- ・減価償却費 +174
- ・減損損失 +74
- ・投資有価証券評価損 +55
- ・売上債権の増減 +37
- ・たな卸資産の増減 +60
- ・仕入債務の増減 +39
- ・未払費用の増減 △15
- ・法人税等の還付 +75 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 △30
- ・無形固定資産取得 △219 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 +8
- ・配当金の支払額 △26 等



2001年
スタート

月間利用者
2,300万人

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

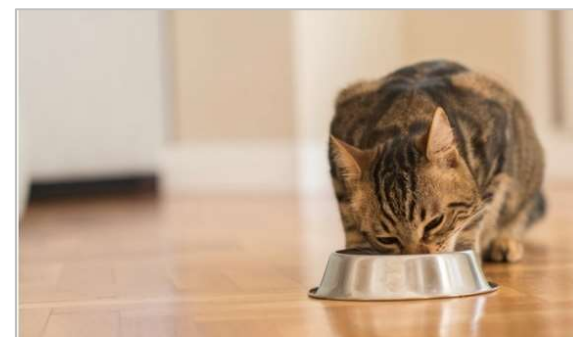
アクション領域での新ビジネス 「コンテンツコマース」

人気の商品・サービスをランキング形式で紹介。
失敗しない選び方をはじめ、比較表や専門家の
コメントを参考に、お気に入りの1つを
見つけることができます。

【掲載記事例】



【2020年版】シャンプーおす
すめ人気ランキング33選 | 市
販やサロン(美容院)専売品
も! 話題のharuも!



獣医師が選ぶ! キャットフード
の人気メーカーとおすすめ17
選



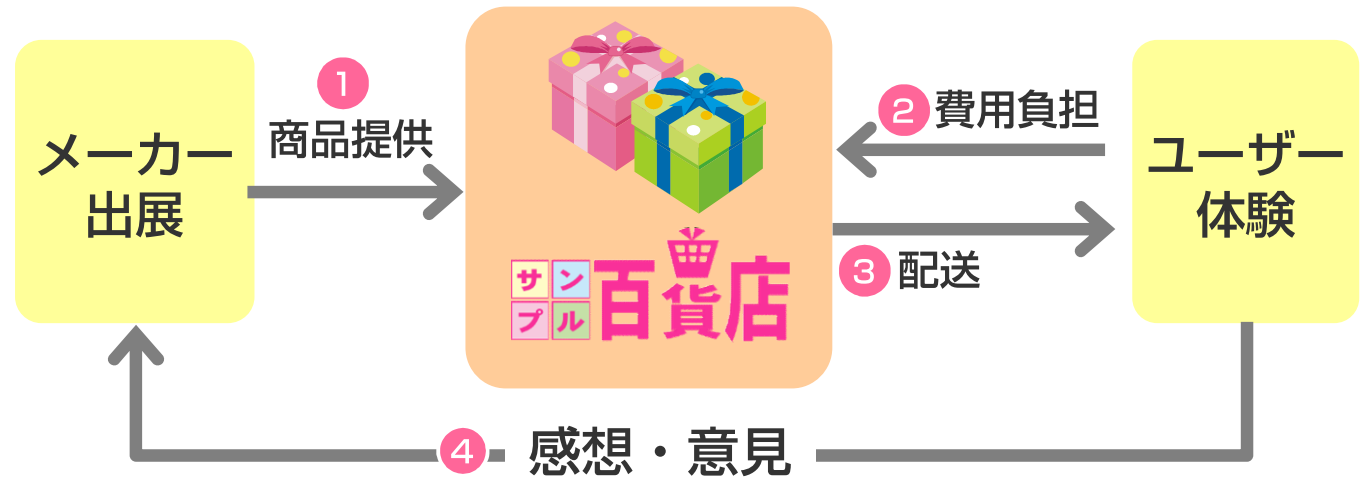
「サンプル百貨店」のビジネスモデル

注力
サービス

有償サンプリング「ちょっプル」



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

270万人

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



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



2020年4月より
日本テレビでも
放送開始！

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



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！





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
66講座・全国1万4千人の
認定インストラクターを
ネットワーク



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