

株式会社オールアバウト

2022年3月期第2四半期  
決算説明資料

2021年11月4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。



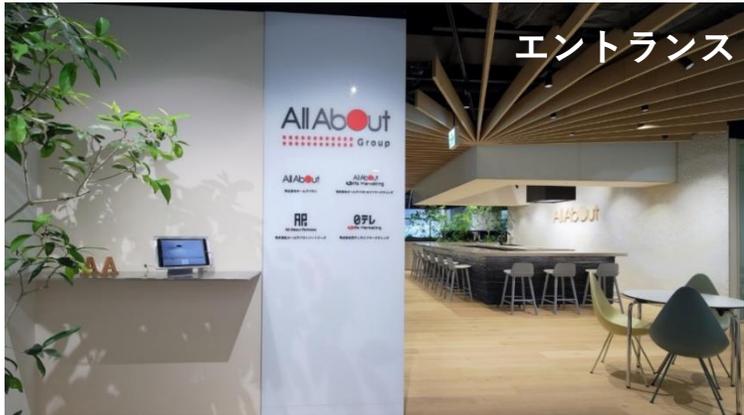
# 個人を豊かに、社会を元気に。

個人のチカラをベースに、世の中の不合理・不条理をなくし  
既存の情報流・商流・製造流や社会システムをあるべき姿に変える  
イノベーションプラットフォームとなることで、  
経済的発展と持続可能な社会の両立に貢献する。

## ■アフターコロナを見据えた“新しい働き方”を実現するオフィス移転を実施

コストへの影響は軽微

1. オフ・オンラインどちらでもパフォーマンス向上を目指し、イノベーションを創出するための環境づくり
2. 現場でのゴミを20%削減する環境にも配慮した独自のユニット工法を採用
3. 映像配信のスタジオ機能を持ったオフィスも本社と同エリアに開設



## 当社グループ

株式会社オールアバウト



### 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



株式会社オールアバウトナビ



株式会社オールアバウトパートナーズ

All About Partners

ディー・エル・  
マーケット株式会社

株式会社LMサービス

### 持分法適用会社

日テレ・ライフ  
マーケティング株式会社



## 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



株式会社オールアバウトナビ



株式会社オールアバウト  
パートナーズ

All About Partners

### 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



## 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



### 生涯学習事業

株式会社オールアバウトライフワークス



- ① 連結決算ハイライト
- ② 事業ハイライトと今後の取り組み
  - └ マーケティングソリューション セグメント
  - └ コンシューマサービス セグメント
- ③ 業績見通し

※参考資料

# ① 連結決算ハイライト

---

※2022年3月期より**収益認識に関する会計基準**を適用

1 コロナ禍においても、引き続き

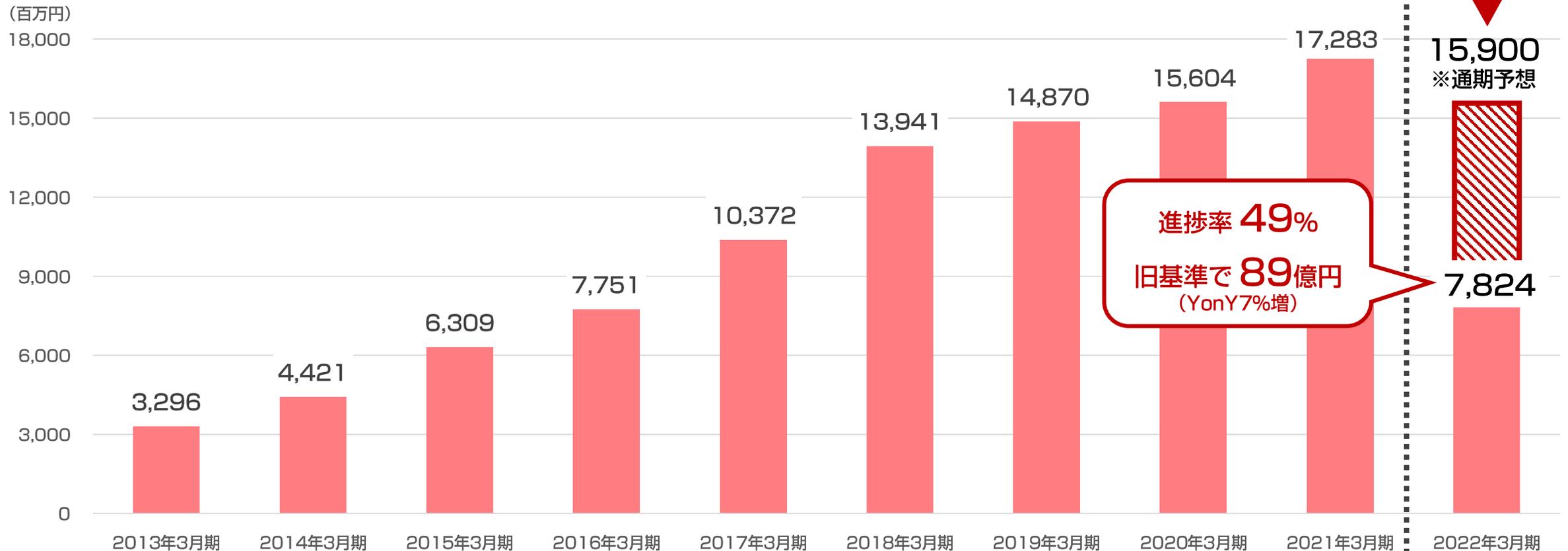
- ・ トライアルマーケティング&コマース事業において  
dショッピング事業の拡大により、取扱高・利益が大きく伸長
- ・ メディア&デジタルマーケティングビジネスも健闘

2 (旧基準ベース)  
過去最高の売上高  
& 営業利益

3 さらに成長への  
戦略投資も進捗

# ① 連結売上高の推移（年度）

## 上期ベースで10期連続増収



上期  
連結  
業績

# 対前年同四半期累計で増収増益 売上高・営業利益ともに過去最高

(旧基準ベース)

【売上高】

7,823 百万円

(旧基準ベースでの対前期増減率：7.3%増)

【営業利益】

445 百万円

(旧基準ベースでの対前期増減率：10.1%増)

## 売上高・営業利益が過去最高

(旧基準ベース)

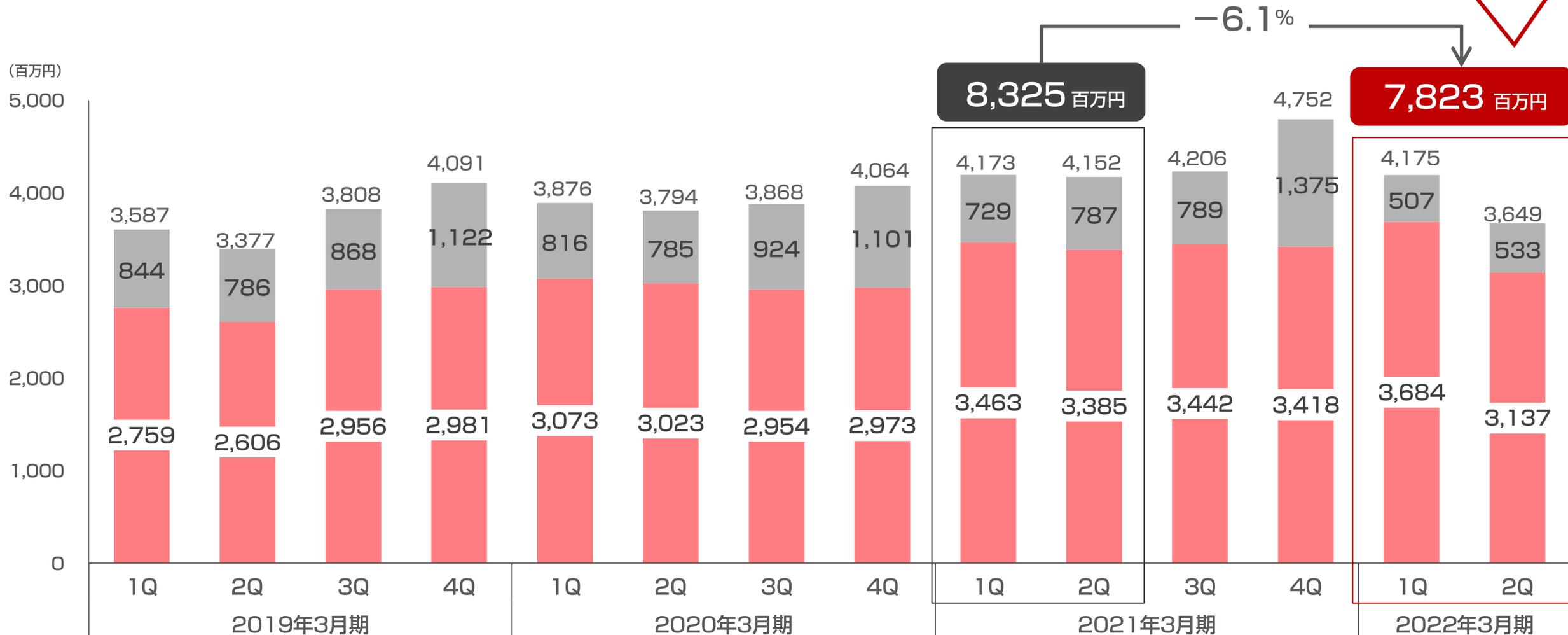
(百万円)

	2021年3月期 第2四半期	2022年3月期 第2四半期	対前期増減率 (旧基準)
売上高 ※カッコ内は旧基準	8,325	7,823 (8,929)	+7.3%
営業利益	404	445 (445)	+10.1%
経常利益	406	451 (452)	+10.1%
親会社株主に 帰属する 四半期純利益	225	221 (222)	△1.9%

# ① 連結売上高の推移（四半期）

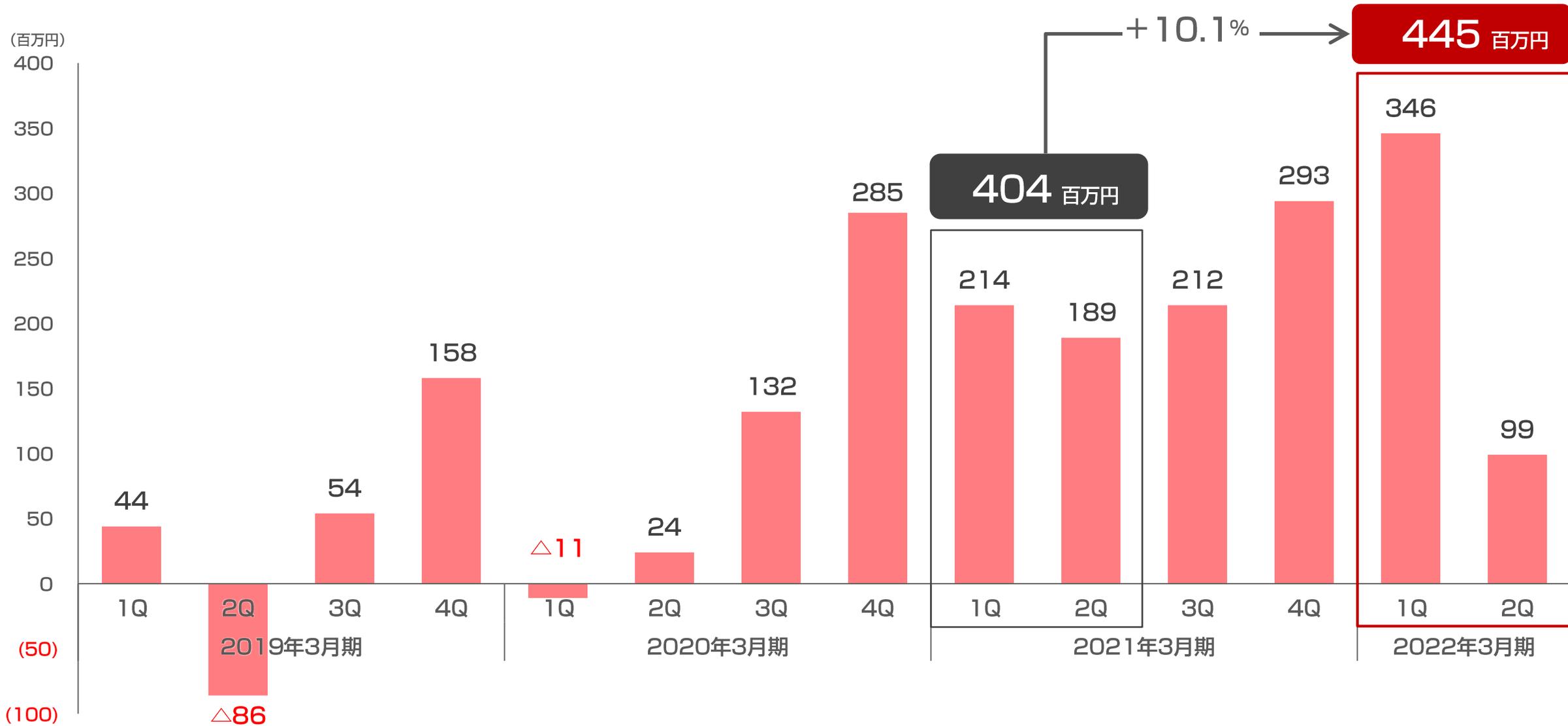
■ マーケティングソリューション  
■ コンシューマサービス

旧基準で  
8,929百万円、7.3%増



※ 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

# ① 連結営業損益の推移（四半期）



## ② 事業ハイライトと今後の取り組み

### マーケティングソリューション セグメント

---

AllAbout

AllAbout  
Japan

facebook navi

citrus

PrimeAd

イチオシ

ソイナセ  
WELCOME TO SOCIAL WEB

Best One

## マーケティング ソリューション

メディア系ビジネスはコロナ禍においても健闘し  
セグメント全体では旧基準で増収するも、  
「All About」および「PrimeAd」への積極投資のほか  
高粗利率のプログラマティック広告の  
単価下落により、対前期比減益。

### 【売上高】

1,040 百万円

(旧基準ベースでの対前期増減率：1.6%増)

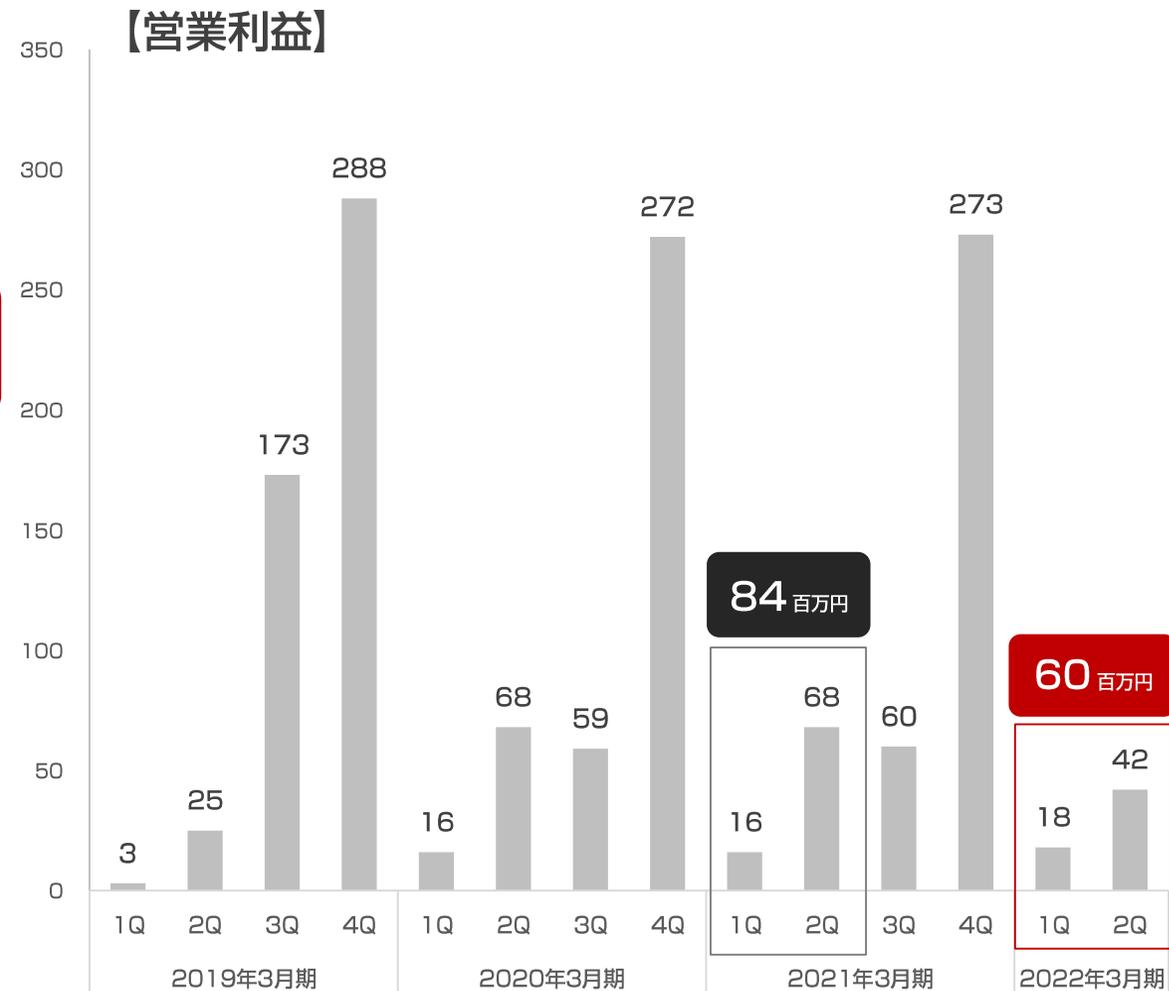
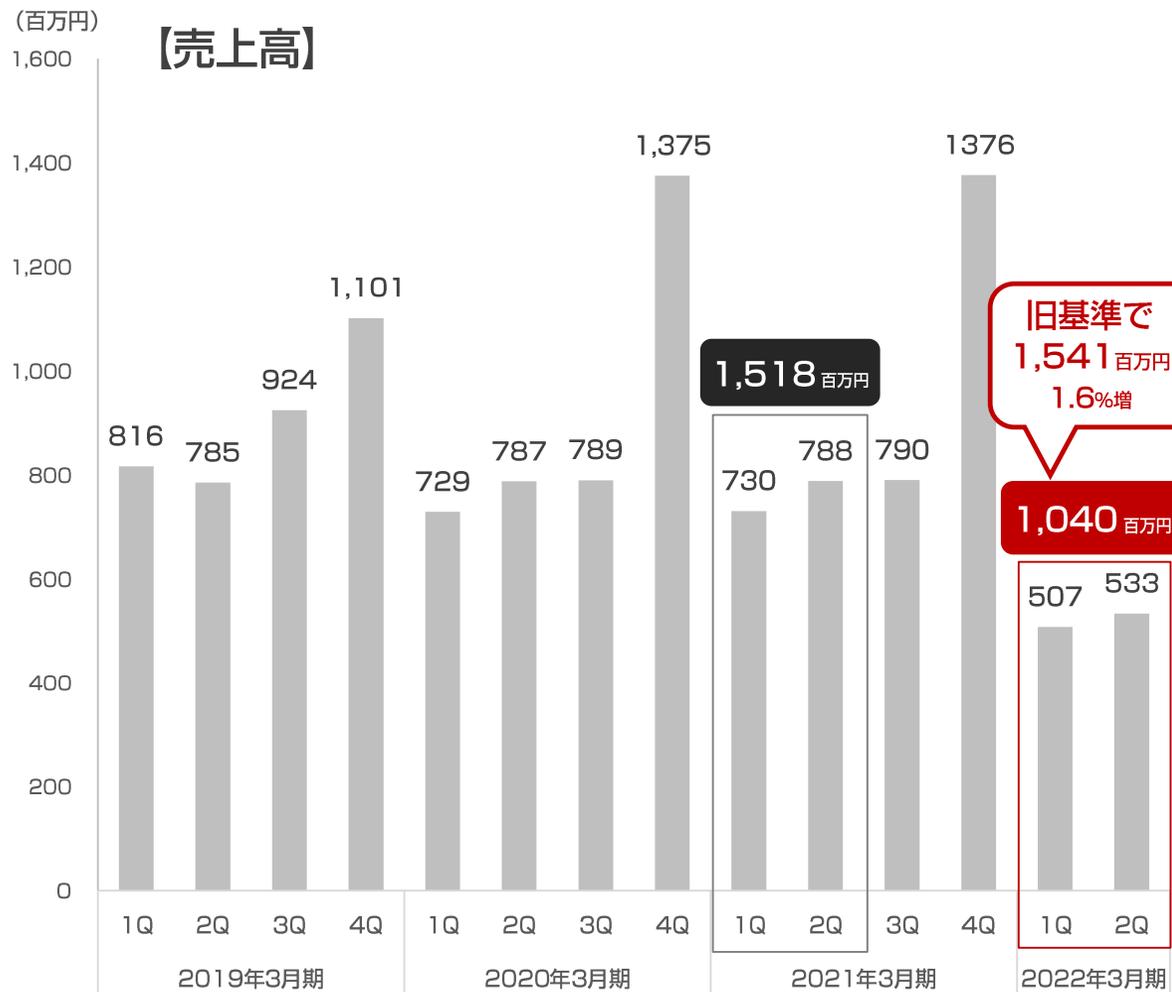
### 【営業利益】

60 百万円

(旧基準ベースでの対前期増減率：29.0%減)

## ② 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）

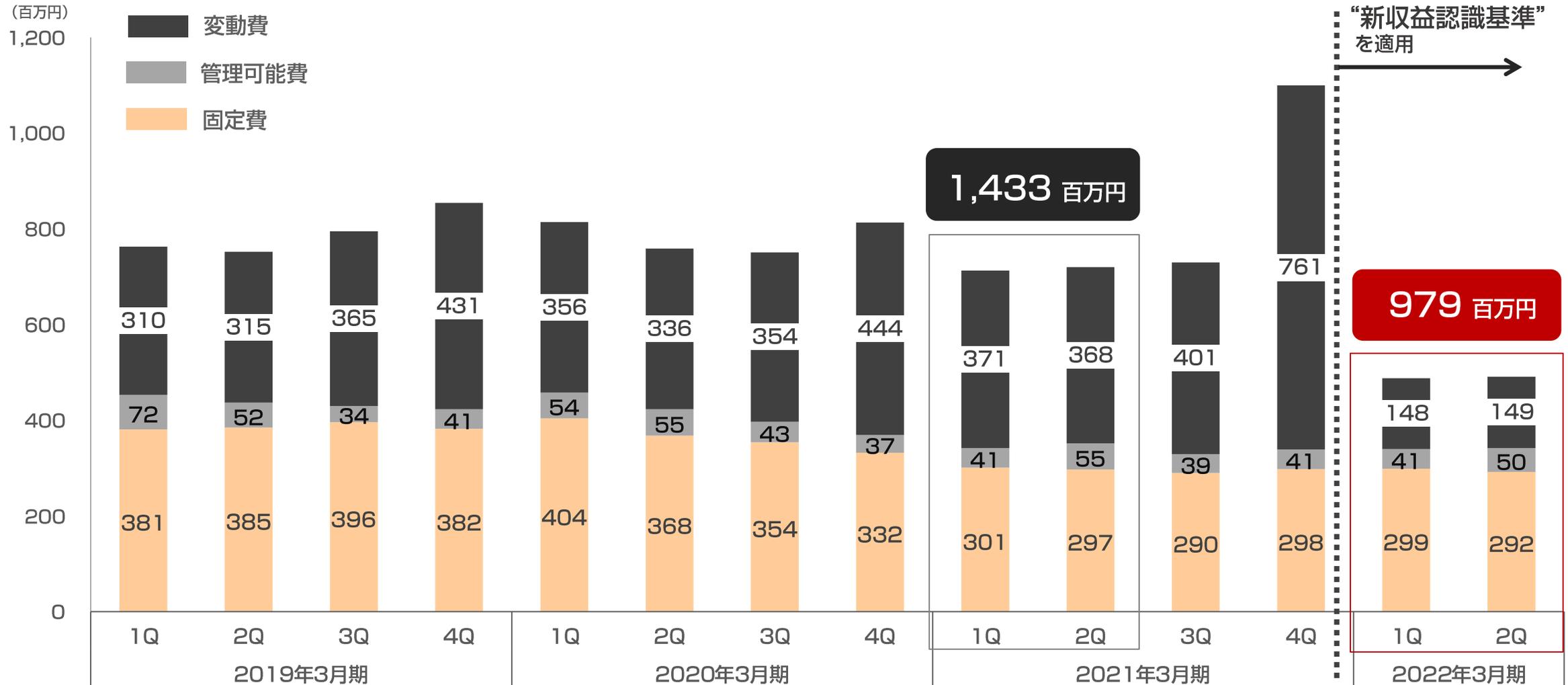
売上高：1,040百万円（旧基準ベースでの対前期増減率 1.6%増） 営業利益：60百万円（旧基準ベースでの対前期増減率 29.0%減）



※ 売上高は、セグメント間取引消去前の数字です

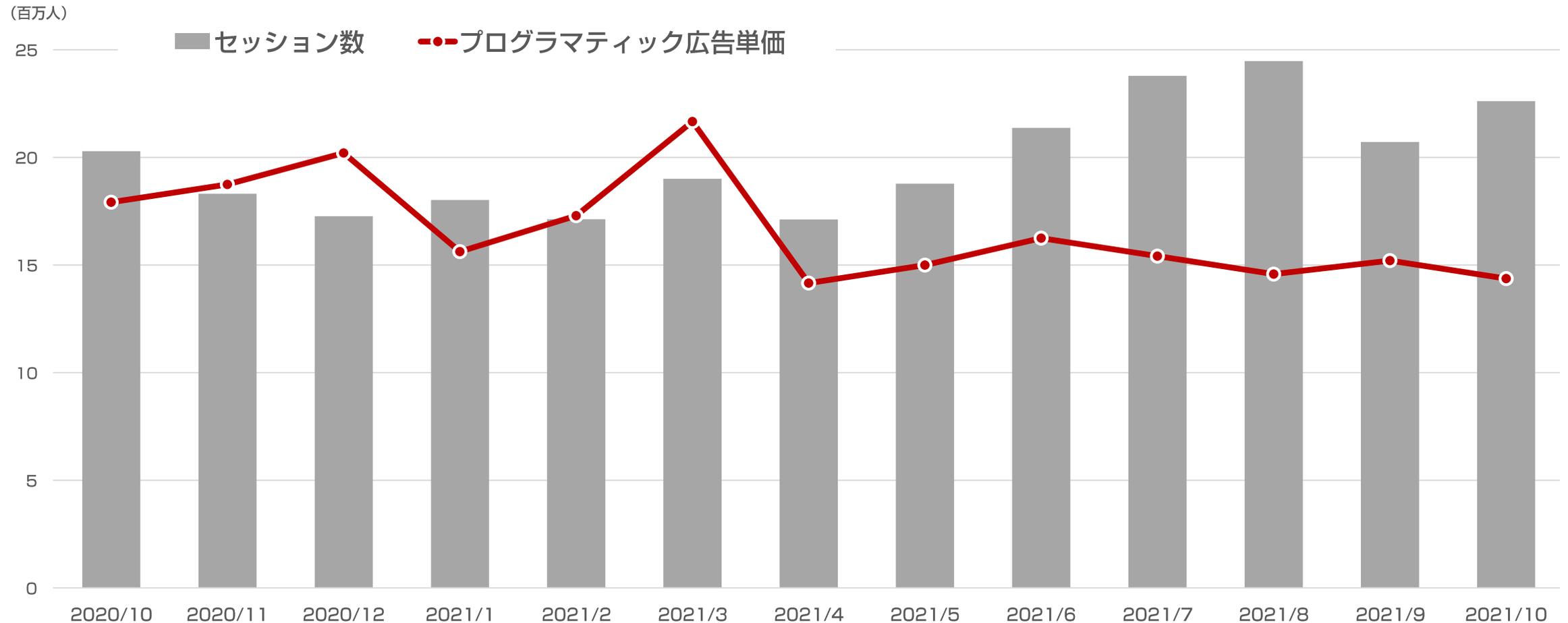
## ② マーケティングソリューションの営業費用の明細推移（四半期）

■ 総合情報サイト「All About」および「PrimeAd」への積極投資を行いながら全体最適化を図り営業費用については前期並みに推移。変動費においては新会計基準適用によって減少。



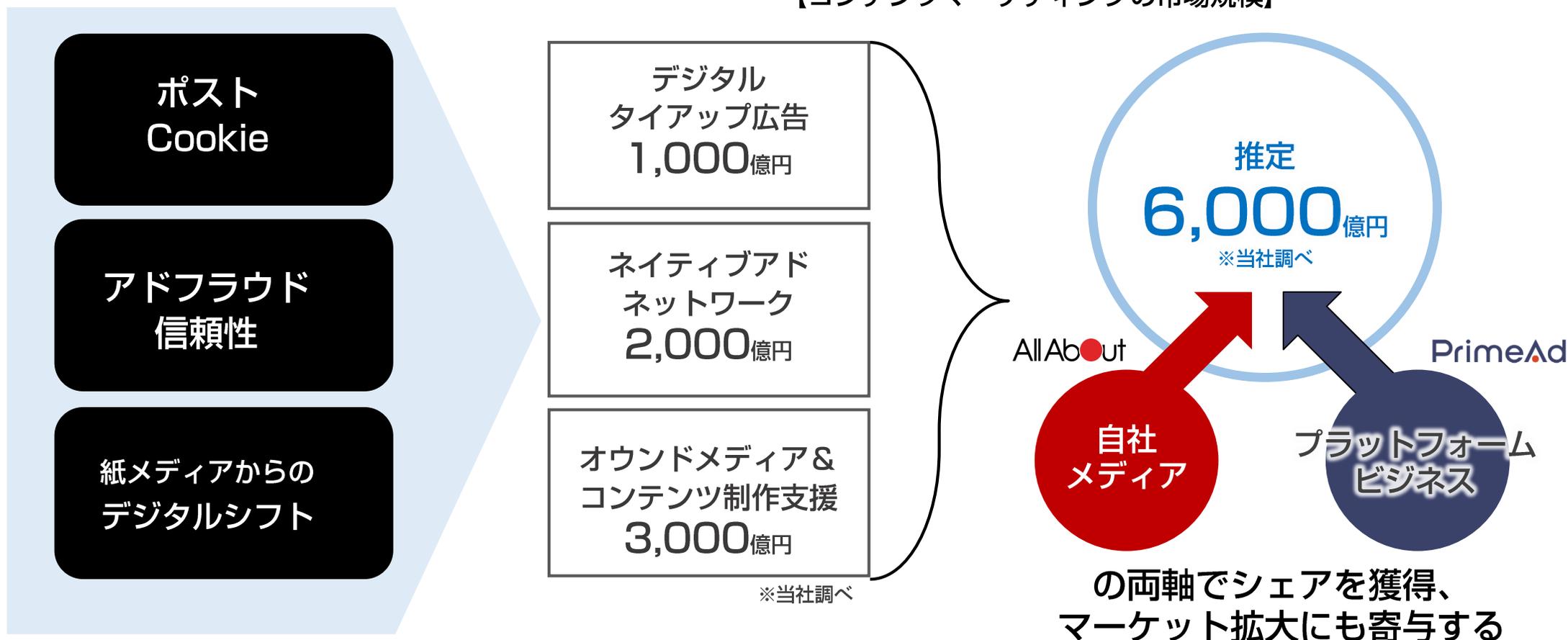
市況感に伴いプログラマティック広告の単価は昨年度下期と比べて下落するも、メディアのセッション数は堅調に推移

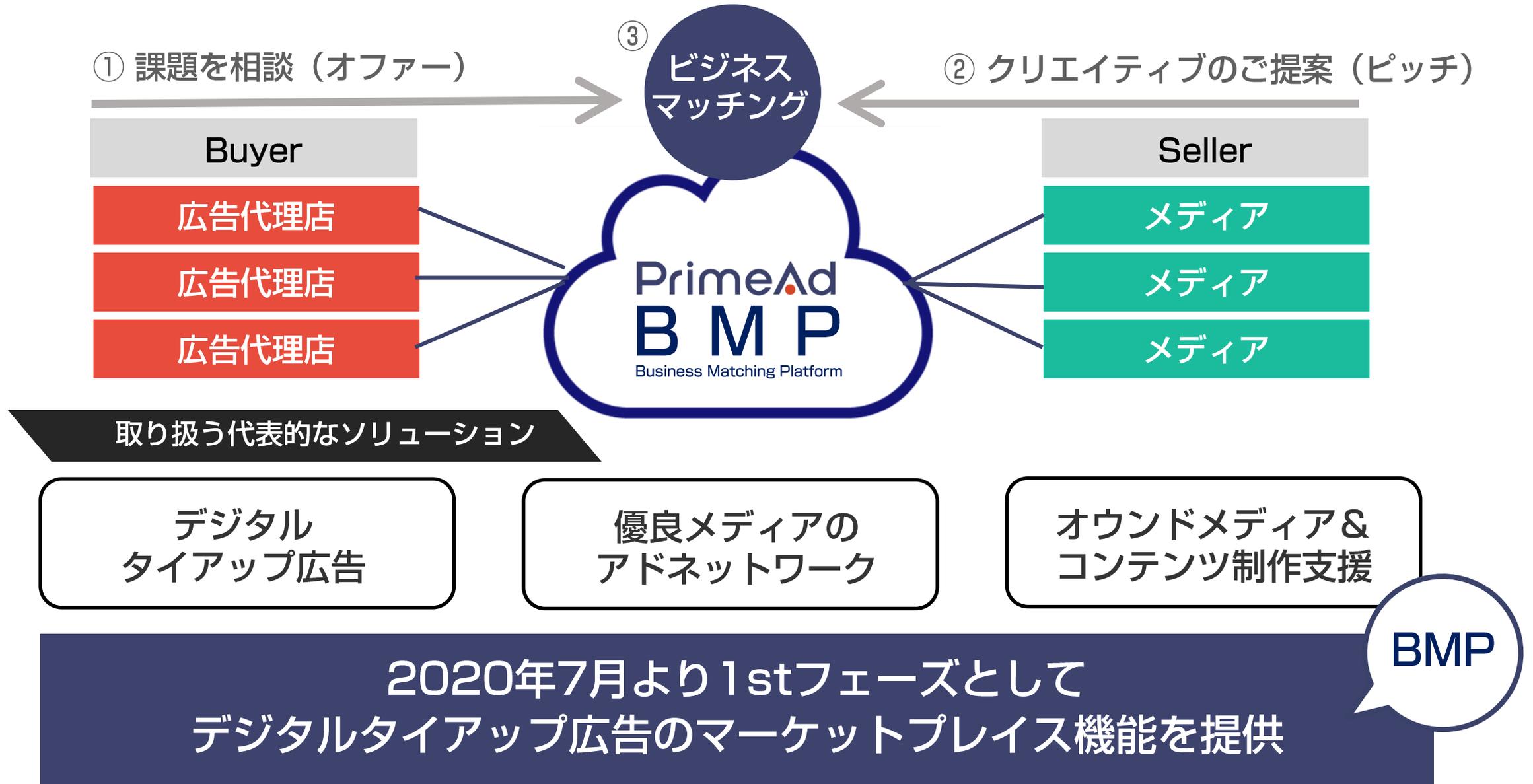
【All Aboutのセッション数とプログラマティック広告単価の月別推移】



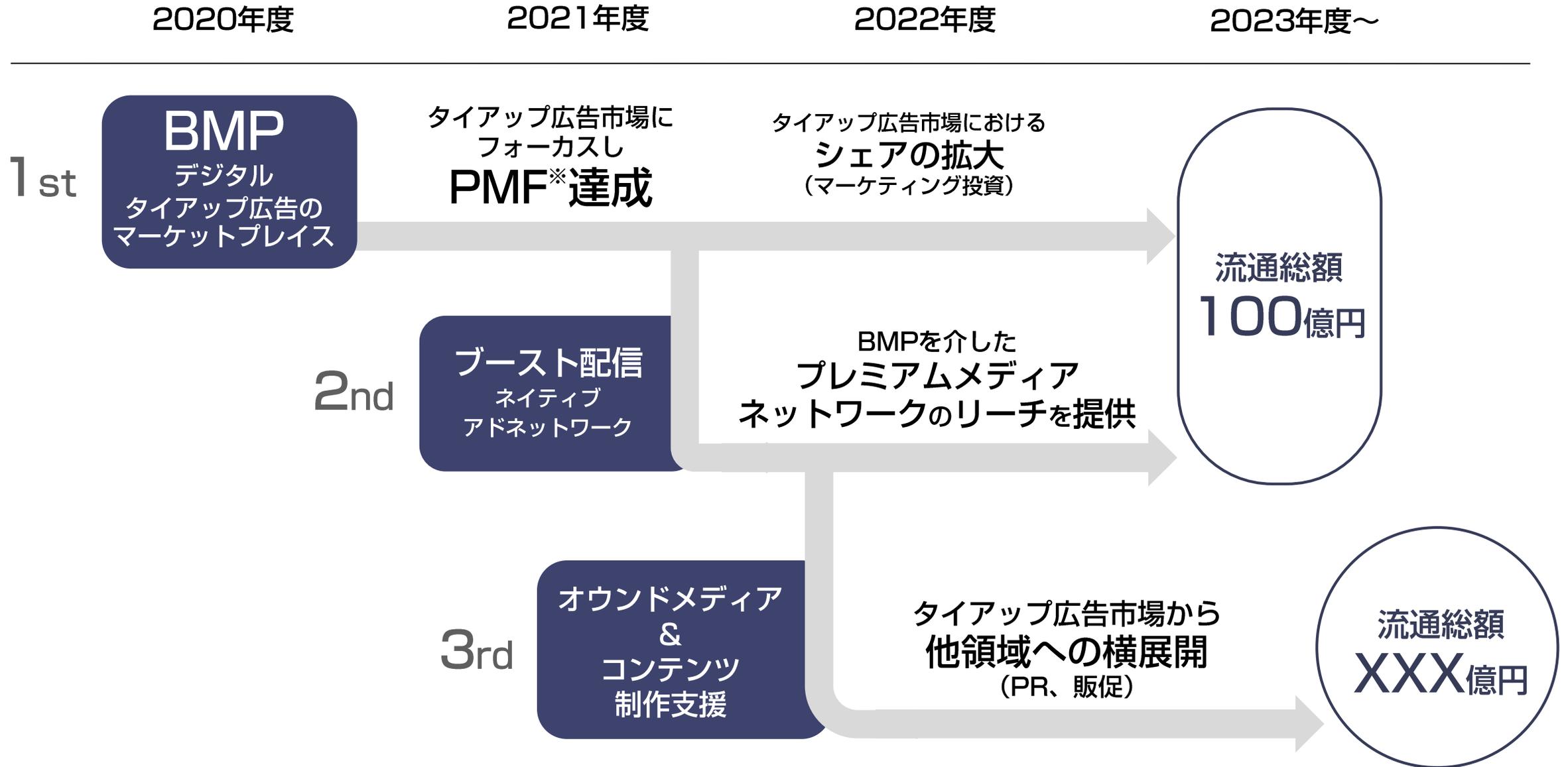
### 外部環境要因によって今後も拡大するコンテンツマーケティング市場

【コンテンツマーケティングの市場規模】





## ② PrimeAdのロードマップ

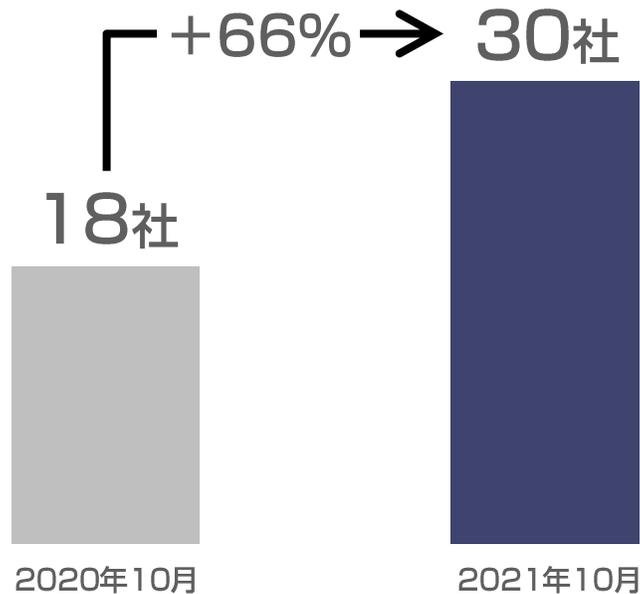


\*PMF: Product Market Fitの略。自社のプロダクトやサービスが、適切な市場に受け入れられている状態。

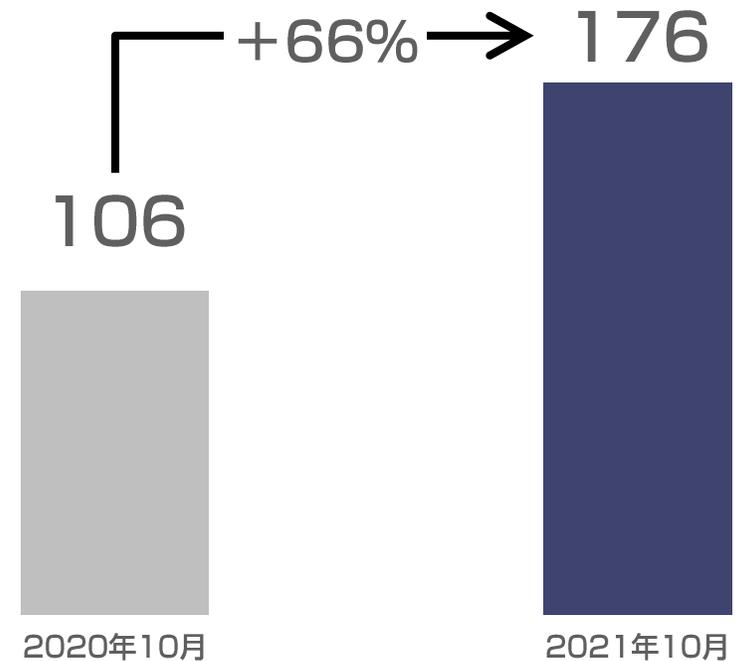
主要代理店を中心に導入が浸透。  
大手総合広告代理店がPrimeAdをタイアップ広告に  
おける公式プランニングツールとして採用

大手出版社のデジタルメディアを中心に  
提携パートナーも前年同期比66%増。  
暮らし系からビジネス系まで対応カテゴリも拡張

【導入代理店の推移】



【提携メディア数の推移】

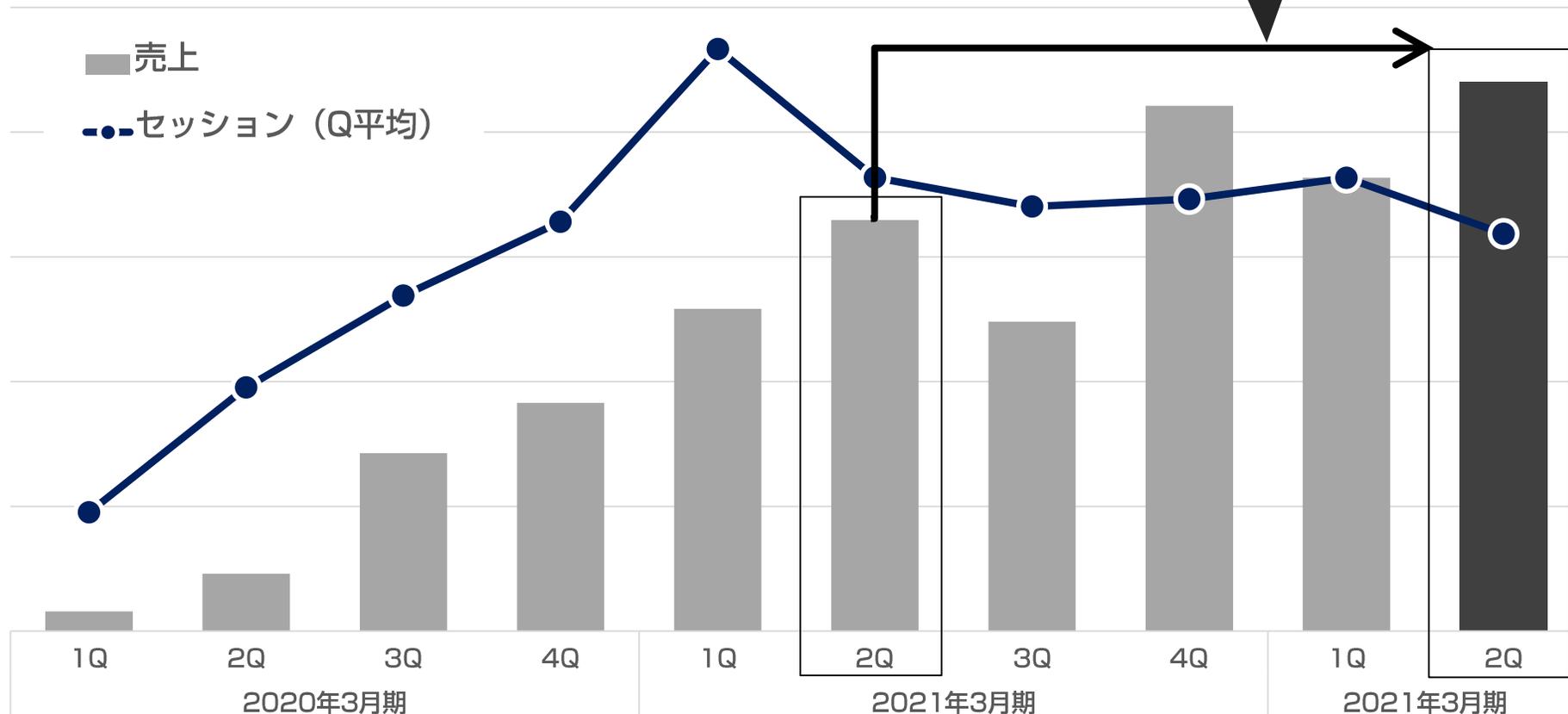


ベストが見つかる  
おすすめ情報メディア

# Best One

売上高は**33%増**

【売上とセッション数の四半期推移】



コンテンツの  
質向上

対象領域  
の深化

広告  
ソリューション  
の展開

202X

## ② 事業ハイライトと今後の取り組み

### コンシューマサービス セグメント

---

サン  
プル 百貨店

dショッピング

0テレ  
Life Marketing

楽習フォーラム

コンシューマ  
サービス

サンプル百貨店で昨年度上期の巣ごもり消費特需の反動があったものの、dショッピングの加算により増収・増益

【取扱高】

16,498 百万円 (対前期増減率：60.6%増)

【売上高】

6,820 百万円

(旧基準ベースでの対前期増減率：8.4%増)

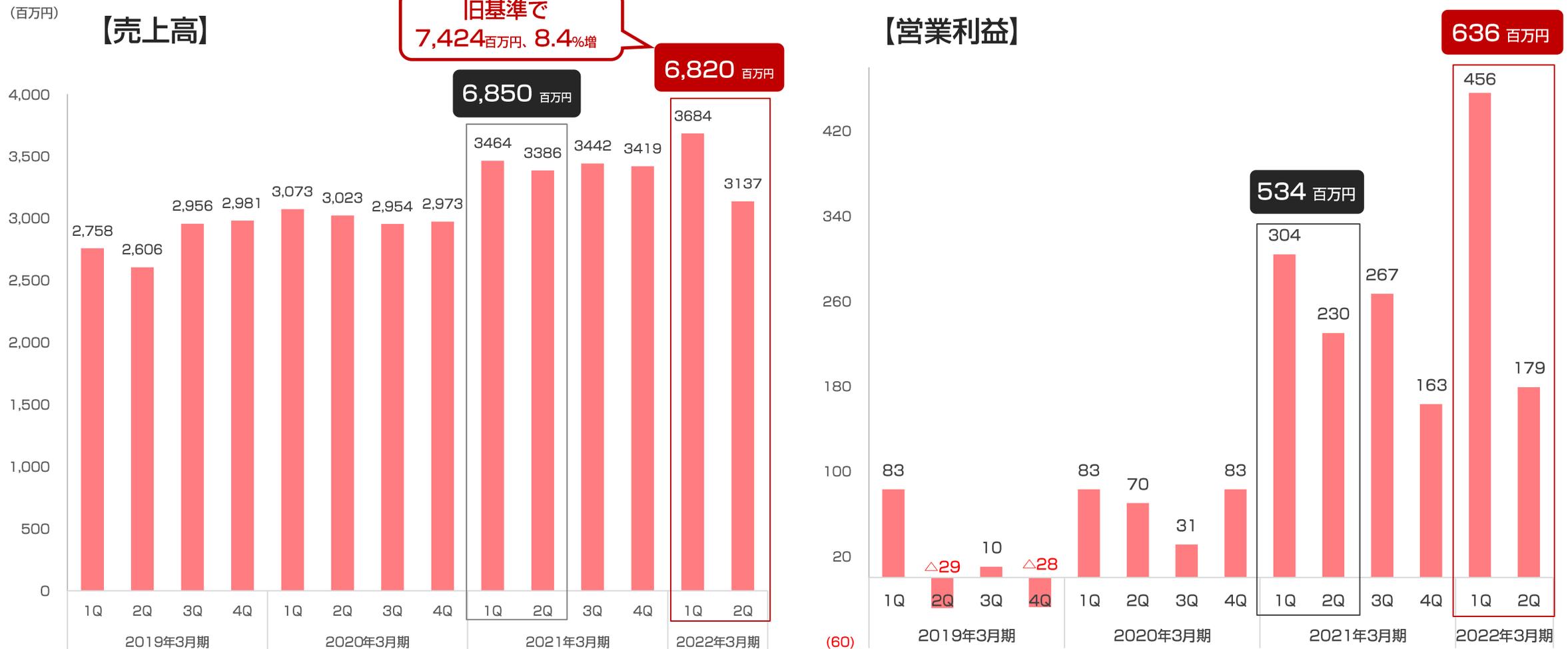
【営業利益】

636 百万円

(旧基準ベースでの対前期増減率：18.9%増)

## ② 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：6,820百万円（旧基準ベースでの対前期増減率8.4%増） 営業利益：636百万円（旧基準ベースでの対前期増減率18.9%増）

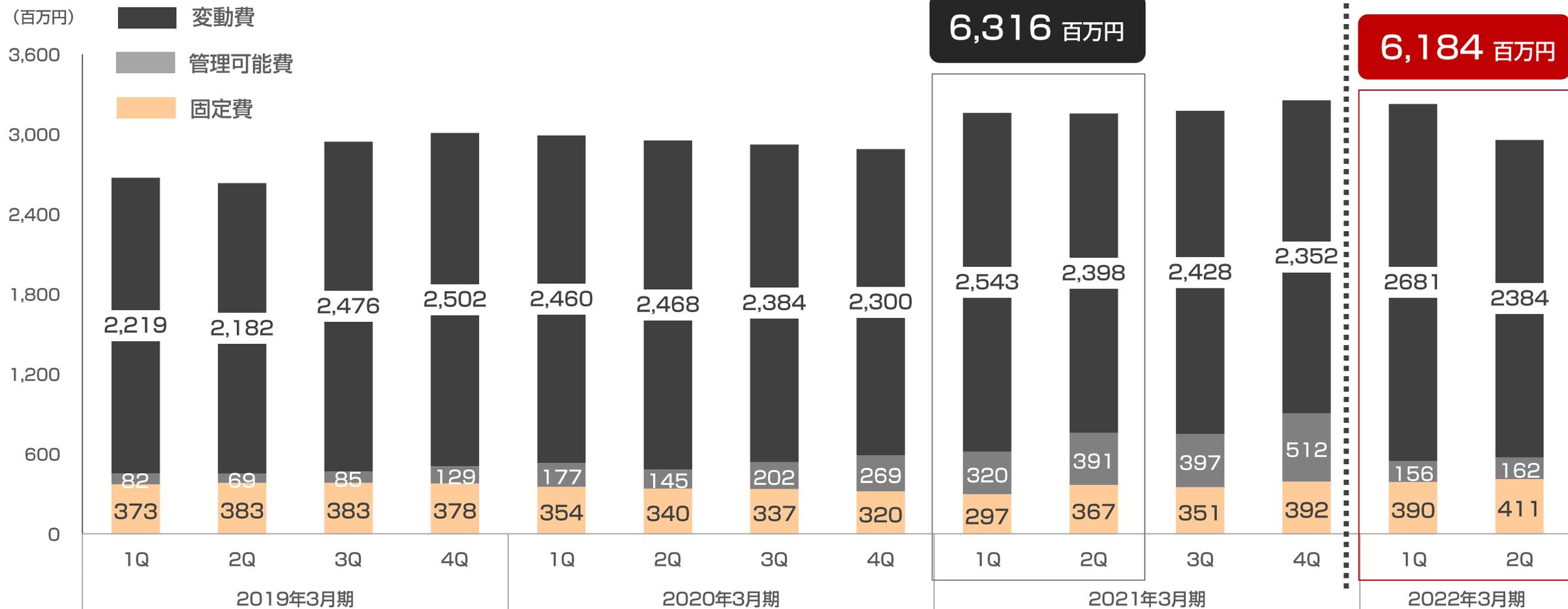


※ 売上高はセグメント間取引消去前の数字です ※2019年3月期でDLmarketサービス終了、2020年3月期中（2019/11）でMUSE&Co.サービス終了

## ② 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取扱高増加に伴い変動費が増加  
 マーケティング施策の最適化により管理可能費を抑え、営業利益が上昇

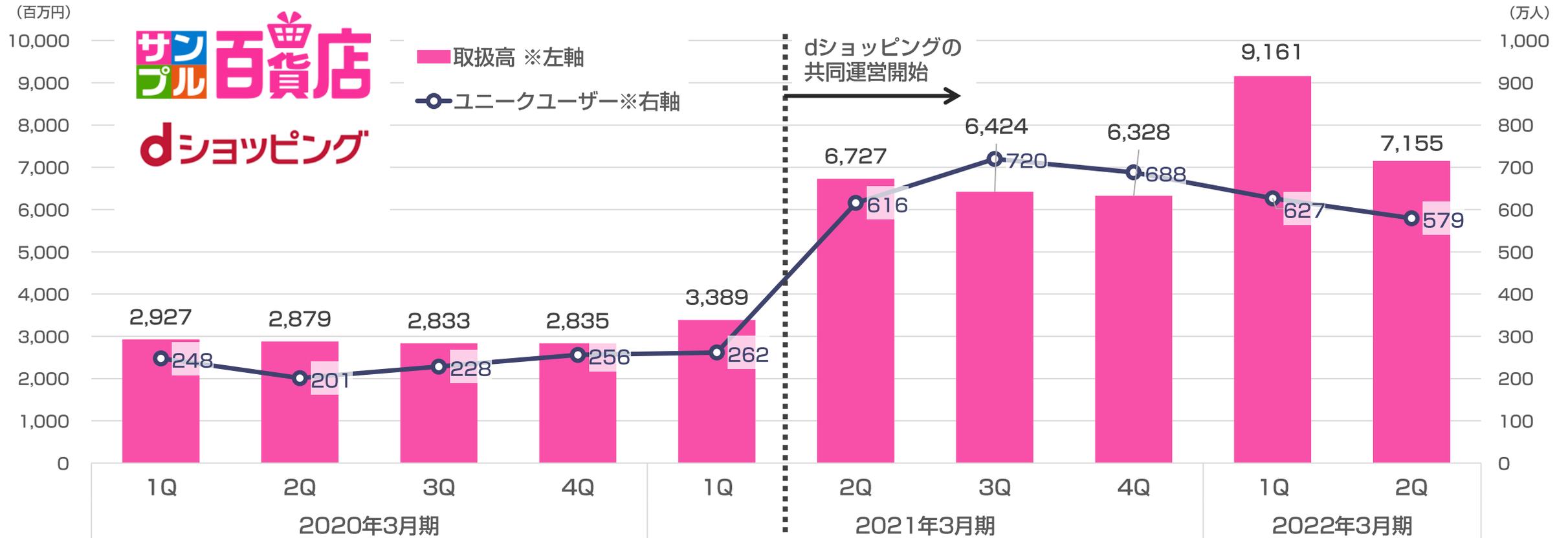
“新収益認識基準”  
を適用



## ② トライアルマーケティング&コマース事業の状況

### ■ 取扱高およびユニークユーザー数の四半期別推移

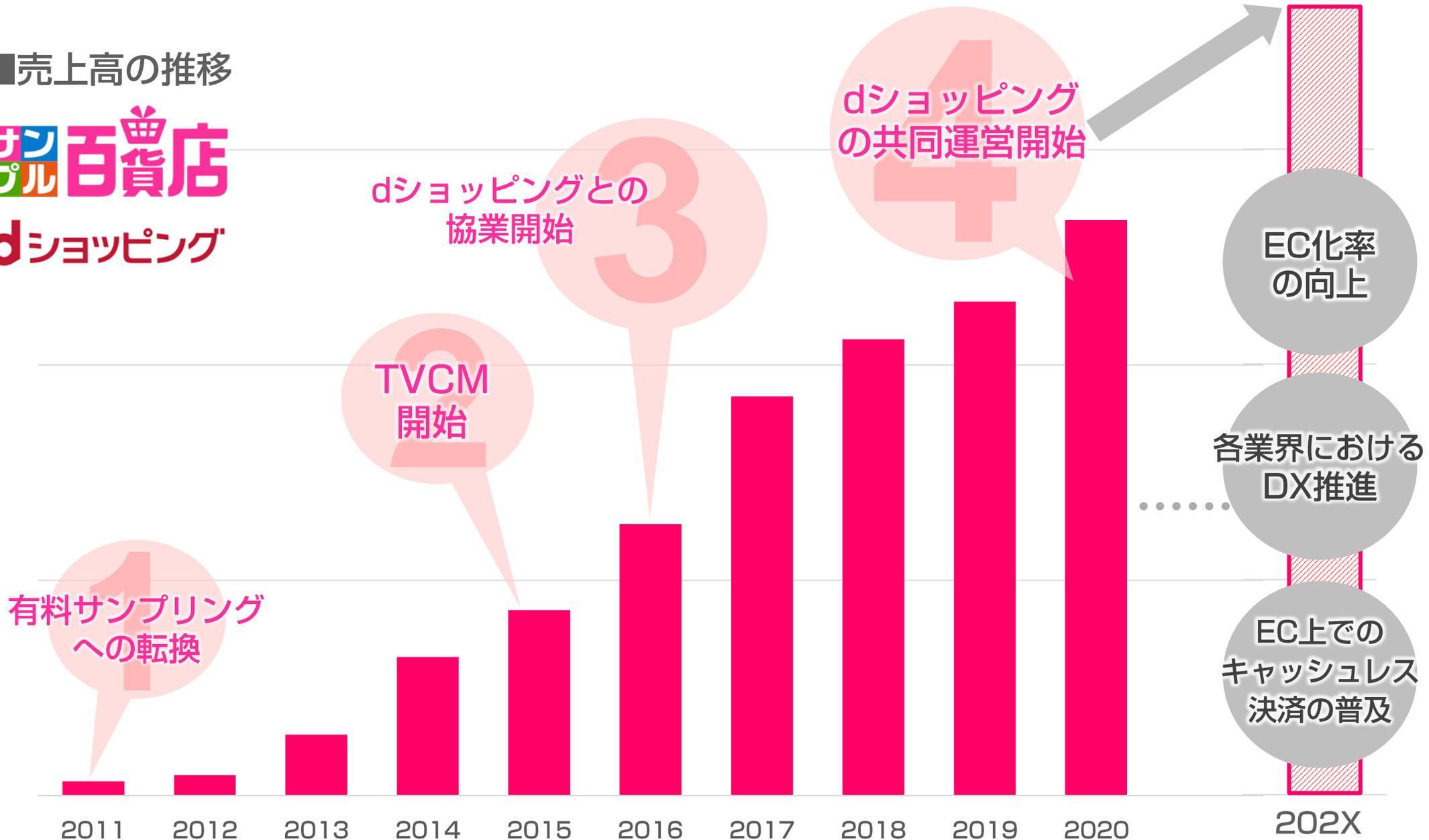
- ・ 上期比較では、昨期2Qより開始したdショッピング事業が今半期はフル計上されるため取扱高増加
- ・ 1Qは販促施策が功を奏し取扱高が伸長



※ユニークユーザー数はQ末月を対象

## ② トライアルマーケティング&コマース事業の業績推移

■ 売上高の推移



サン  
プル 百貨店

### トライアルマーケティング

新商品から在庫ソリューションまで  
企業の様々なニーズに対応

dショッピング

### 総合通販サイト

基盤整備を推進し  
出店社支援を強化

### マーケティングソリューション

オン/オフラインイベントやデジタルマーケティング支援メニューの拡張

これら3つが揃う独自性を活かし

**トライアルマーケティング&コマース**  
としてさらなる商品拡充と利用者拡大を推進

## ③ 業績見通し

---

### ③ 将来の成長イメージ（取扱高）

#### 社会背景

- ・ 経済発展と持続可能な社会の両立
- ・ ネットワーク&デバイス、テクノロジーの非連続な進化
- ・ (生活者) withコロナ時代の新しい生活様式 / (企業) DXの推進

#### 新規事業

- ・ 個人の自立が求められる社会において  
ライフアセットマネジメント（マネー、ウェルネス、キャリア、人間関係）領域での事業開発
- ・ 同領域のテックベンチャー投資&育成事業

#### マーケティングソリューション

- ・ 既存のメディア事業のサービス化やアクション強化
- ・ PrimeAdによるコンテンツマーケティング領域の広告業界のDX推進

#### コンシューマサービス

- ・ 今後も拡大するEC市場において取扱高の拡大を図る
- ・ トライアルマーケティング、モール、リテール事業を複合し、顧客への貢献度を高める

2019年度

2020年度

2021年度

2025年度

取扱高  
1,000億円

売上高  
300億円

営業利益  
30億円

ポストコロナに向けて、今後の非連続な成長イメージへの積極投資を継続しながらも実質増収<sup>※3</sup>増益に。来期以降の更なる収益貢献を図る

(百万円、%表示は、対前期増減率)

	取扱高 ※参考	売上高 収益認識基準適用 上段：有、下段：無		営業利益		経常利益		親会社株主に帰属する 当期純利益	
		金額	増減率	金額	増減率	金額	増減率	金額	増減率
通期	40,000	15,900	△8.0%	1,000	9.9%	1,000	9.0%	660	31.9%
		18,000	4.1%						

マーケティング  
ソリューション

PrimeAd等の戦略事業の収益化と主力事業の復調により実質増収<sup>※3</sup>・増益

コンシューマサービス

サンプル百貨店等の売上高と限界利益の継続向上、またdショッピング収益の加算により実質増収<sup>※3</sup>・増益

※1 通期の配当予想は未定です ※2 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

※3 2022年3月期より収益認識に関する会計基準を適用したものととして予想値を算出しております。それにより従来の基準と比較して、2022年3月期の売上高予想値が21億円小さく表示されます。



# 參考資料

---

# その他財務諸表

---

# 連結貸借対照表

## 【資産の部】

(百万円)

	2021年3月末	2021年9月末	差異
流動資産	① 6,031	6,134	103
固定資産	② 1,448	1,634	186
資産合計	7,479	7,769	289

## 【負債の部】

流動負債	③ 2,756	2,780	24
固定負債	41	112	71
負債合計	2,797	2,893	95

## 【純資産の部】

株主資本	④ 4,307	4,495	188
新株予約権	6	6	△0
非支配株主持分	368	374	5
純資産合計	4,681	4,875	193

### ①流動資産

・現金及び預金	+208
・売掛金	△461
・未収入金	+242
・商品及び製品	+36
・未成制作費	+31等

### ②固定資産

・有形固定資産	+242
・敷金	△111
・投資有価証券	+28等

### ③流動負債

・買掛金	△46
・未払金	+189
・未払費用	△21
・未払法人税等	△105等

### ④株主資本

・親会社株主帰属当期純利益	+221
・配当実施	△94
・自己株の処分	+42等

	(百万円)	
	2022年3月期 上期	
営業活動による キャッシュ・フロー	①	517
投資活動による キャッシュ・フロー	②	△222
財務活動による キャッシュ・フロー	③	△87
現金及び現金同等物の 増減額 (△は減少)		208
現金及び現金同等物の 期首残高		2,712
現金及び現金同等物の 当期末残高		2,920

## 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 +426
- ・減価償却費 +115
- ・減損損失 +3
- ・売上債権の増減 +461
- ・たな卸資産の増減 △70
- ・仕入債務の増減 △46
- ・未払費用の増減 △22
- ・その他の増減額 △74
- ・法人税の支払額 △276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
- ・有形固定資産取得・売却 △184
- ・無形固定資産取得 △122
- ・敷金の回収による収入 +111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 +7
- ・配当金の支払額 △94等

# SDGsへの取り組み

---



【グループミッション】

## 個人を豊かに、社会を元気に。

個人の子カラをベースに、世の中の不合理・不条理をなくし  
既存の情報流・商流・製造流や社会システムをあるべき姿に変える  
イノベーションプラットフォームとなることで、  
経済的発展と持続可能な社会の両立に貢献する。

生活者が  
「不安なく、賢く、自分らしく」  
生きるための各種サービスを提供

AllAbout



dショッピング

PrimeAd

楽習フォーラム

イナビ citrus

Best One



facebook navi

## 農林水産省

2020年度、“滞留ソリューション”を通じて  
約**54億円**相当の食品ロス削減に貢献。

農林水産省が推進する

**「未利用食品の販売を促進するビジネス」**  
として紹介。



地方創生SDGs  
官民連携  
プラットフォーム

内閣府が設置した**「地方創生SDGs官民連携  
プラットフォーム」**に参画。

サンプル百貨店の“直送プラットフォーム”を  
提供し、地方自治体や関連企業の取組みの  
活性化に貢献。

12 つくる責任  
つかう責任



食品ロス  
削減

8 働きがいの  
経済成長も



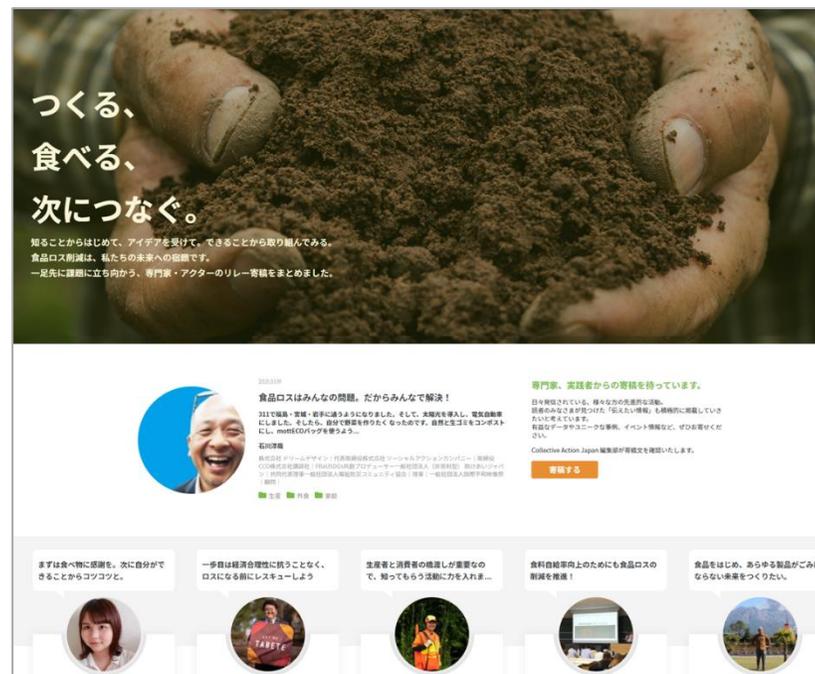
地方  
創生

サン  
プル  
百貨店  
ちよっ  
ぷる

## 国内の様々なSDGsの社会実装を支援するプラットフォーム 「Collective Action Japan」を開始

人的ネットワークの拡大、知識の蓄積で土台づくりスタート。人や組織をつなぐプラットフォームを作ることや情報発信において行政案件獲得も含めたマネタイズを目指す。

### 環境省からの受託事業として 「STOP!食品ロス」プロジェクトを実施



# 各事業のご紹介

---

## 社会

- ・ 経済発展と持続可能な社会の両立
- ・ ネットワーク&デバイス、テクノロジーの非連続な進化  
(生活者) withコロナ時代の新しい生活様式 / (企業) DXの推進

## マーケティングソリューション

DX化の推進と  
デジタルマーケティング  
へのシフト

- ・ PrimeAdによる  
コンテンツマーケティングのDX推進
- ・ メディアのサービス化による  
アクション機能の強化

## コンシューマサービス

- ・ eコマース化率の上昇
- ・ オフ/オンラインコマースの融合

トライアルマーケティング&  
コマースの進化

## 新規

- ・ 国と企業が中心の社会システムから  
個人が自立する社会システムへの転換
- ・ テックベンチャーの勃興

- ・ 個人の自立支援
- ・ テックベンチャーへの  
グロースサポート





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  
日本最大級の  
総合情報サイト**



日本通の  
外国人が  
発信・拡散

2015年9月にオープン

国内外に在住の500人の日本通な  
外国人ライターをネットワーク

五ヶ国語（英・中・台・韓・タイ）対応

インバウンド、アウトバウンド情報を  
幅広く網羅

全言語ネイティブ編集者が記事作成

“日本”に関する  
グローバルメディアの  
No.1 ポータルを目指す



## 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】



【2021】Bluetoothマウスお  
すすめ25選 | ワイヤレス最高峰  
は? iPadにも使える人気の小  
型・薄型・静音タイプを比較



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



MENU

Best One



髪が早く乾く! 大風量ドライヤーおすすめ20選 | コスパ&速乾性重視! 軽量タイプも



バランスボールおすすめランキング15選 | 手軽に自宅トレーニング! 効果・使い方・選び方も紹介

### 新着記事



学習リモコンおすすめランキング13選 | アプリやスマホで操作できるスマートリモコンも!

テレビ



ソルトミルおすすめ17選 | 片手で使える電動タイプやペッパーミルとの違いも紹介

ミル・スライサー・缶切り



メイクブラシセットのおすすめ人気ランキング10選 | 初心者向けのかわいいプチプラ品から、プロ仕様の高級アイテムまで! 韓国コスメにも注目!

ベースメイク・フェイスメイク

水切りネットのおすすめ6選 | 不織布やストッキングタイプも人気



## NTTドコモとの共同運営

「All About」に所属する「ガイド」のほか様々な分野のインフルエンサーが、普段から愛用しているモノ・サービスを"1つだけ"厳選し紹介

### 【掲載記事例】

#### かさばるバケツがスッキリ！折りたためるバケツ

日常生活やアウトドアなどで必要なバケツ。生活感が出てしまうからスッキリしまいたいのになってしまう場所がない、そんなお悩みありませんか？今回はプチプラ収納ガイドの鈴木さんが、おしゃれでスッキリしまえるニトリの「たためるバケツ」をご紹介します。

執筆者：鈴木 久美子 プチプラ収納 ガイド



整理収納アドバイザー1級・色彩検定2級の資格を持つ、2児の母。3LDKのコンパクトなマンションで、スッキリ快適な暮らしを実践。出張整理収納サポートや、整理収納に関するセミナー各種、自宅での整理収納レッスンなどを行う。WEB媒体でも多数執筆中。



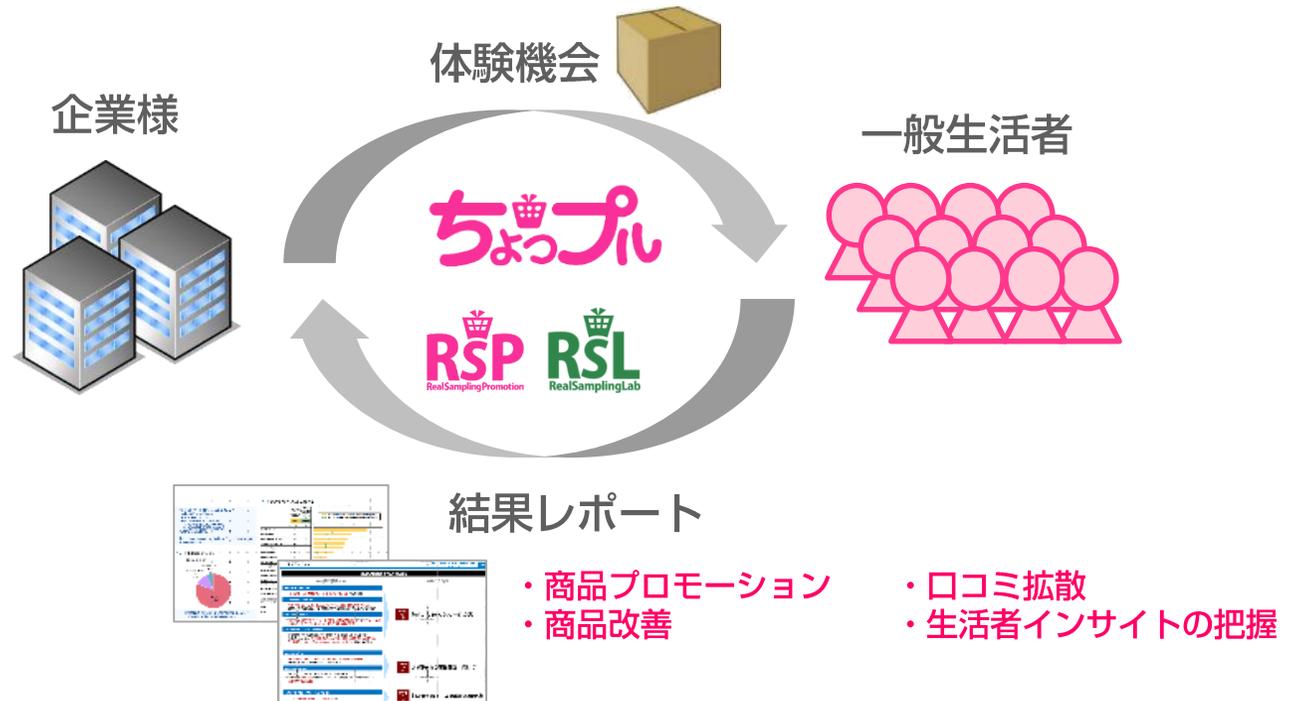
底面は滑り止めがついている



## 「生活者の声」が集まる、広がる マーケティング支援サービス

30代~40代の主婦や働く女性を中心とした**320万人**の「生活者」を抱える日本最大級のサンプリングサービス

様々な企業が**Web**と**リアル**で「サンプリング」、「お試し」を通して豊かな消費体験の機会を提供する媒体として利用





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410万いいね!



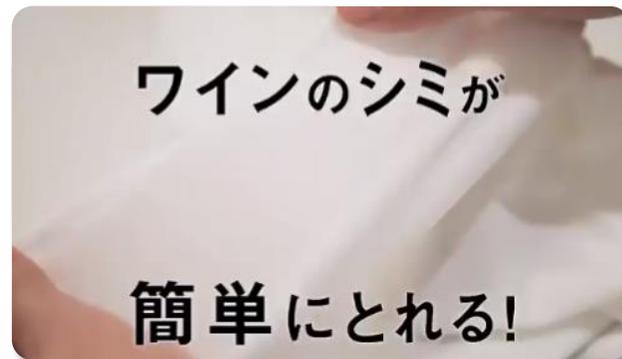


## Twitterで話題のツイートや 動画が楽しめるサイト

話題になった情報やツイートまとめのほか、  
思わず試したくなるライフハックやハウツー  
情報を**オリジナル制作の短尺動画**で紹介。

Twitter黎明期から公式ナビゲーションサイト  
として活動し、**総記事数は40万本以上**。

ライフハック系



簡単ひと手間系





## 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

創立20周年 好きを仕事にする 会員全国1万5000人

オンラインショップ ☆ 会員サポートサイト

### 楽習フォーラム

資格取得講座 募集中の講座 通信講座 全国のお教室 各種コンテンツ

**自宅で動画を見ながら  
オンライン体験会**  
期間中いつでも視聴可！  
11/21~11/29  
お申込み締切り  
11/16 8:00まで

どなたでも受講できます！

Zoom マニュアル

会員誌 Lifework  
楽習フォーラムの  
ある暮らし デジタルブック

通信講座は  
こちら

サイト内を検索

初めの方はこちら

会員専用コンテンツ

オンラインショップ  
会員サポートサイト

各種コンテンツ

楽習フォーラムとは  
資格取得講座  
活躍する会員の声

学びを体験

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1万5千人の  
認定インストラクターをネットワーク