

2023年3月期第3四半期 決算説明資料

2023. 2. 9

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。

オールアバウトグループの企業理念

Mission

- ミッション -

【存在意義、果たすべき使命】

個人を豊かに、社会を元気に。

Vision

- ビジョン -

【ミッションを遂行した先に目指す姿】

テクノロジーと人の力で
「不安なく、賢く、自分らしく」を支える
プラットフォームになる。

philosophy

- フィロソフィー -

【すべての活動において大切にしている考え方】

システムではなく、人間。

オールアバウトグループの事業領域と構成

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

メディア

AllAbout
あなたの明日が動き出す

イチオシ

Best One

総合情報サイト「All About」をはじめとしたデジタルメディアビジネス

デジタル
トランス
フォーメーション

PrimeAd

「PrimeAd」を軸に、コンテンツマーケティング業界のDXを担うビジネス

デジタル
マーケティング

ソイナビ
WELCOME TO SOCIAL WEB

facebook navi

AA PLUG IN
Digital Marketing Solution

当社のデジタルマーケティングノウハウを活用して、企業に最適なソリューションを提供

グローバル
マーケティング

AllAbout
Japan

官公庁や自治体中心にインバウンド・アウトバウンド、SDGs等の海外向けマーケティングソリューションを提供

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

サンプル百貨店

RSP
Real Sampling Promotion

dショッピング

「サンプル百貨店」を中心とした日本最大級のお試しサービスやマーケティングソリューションを提供。NTTドコモと共同運営する総合通販サイト「dショッピング」も展開

生涯学習

楽習フォーラム

手芸、食分野を中心に講師資格認定と教室運営支援のプラットフォーム型ビジネスを展開

R&D

テックベンチャー投資

当社グループの事業ドメインに関連するテックベンチャー企業への投資と育成サポートにより、ファイナンシャルリターンを担うビジネス

ライフアセット
マネジメント領域

マネー、ウェルネス、キャリア、人間関係分野における意思決定～アクションまでカバーするプラットフォーム型ビジネスを検討

Contents

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

1 2023年3月期の戦略方針（2022年5月11日開示 決算説明資料より）

1

今期は2025年度の取扱高1,000億円／売上高300億円／営業利益30億円（イメージ）の実現に向けて事業基盤をしっかりと作るフェーズ
今期グループ取扱高500億（前期比+30%）程度を目指す

2

5億円程度の
戦略投資を実行

内訳

- ✓ PrimeAdへの投資
- ✓ ドコモ経済圏向けマーケティング投資
- ✓ テックベンチャー投資
- ✓ 株式報酬費用

3

戦略投資を別管理とし、

- ① 戦略投資の進捗／成功見通し
- ② 戦略投資を除いた（既存）事業群（投資調整後営業利益※）の継続成長を追いかける

1 エグゼクティブサマリー

Summary

1

- ・ 取扱高は、コンシューマサービスセグメントが伸長し前年同期比2桁増加
- ・ 売上高は、両セグメントとも前年同期を上回り2桁増収達成

Summary

2

- ・ 一方で粗利率の低下、人員増強等にかかる費用増により、投資調整後営業利益は減益
- ・ 加えて、戦略投資*の実施により営業損失の発生
- ・ 足元の進捗と事業環境等を踏まえ、通期業績予想を修正

Summary

3

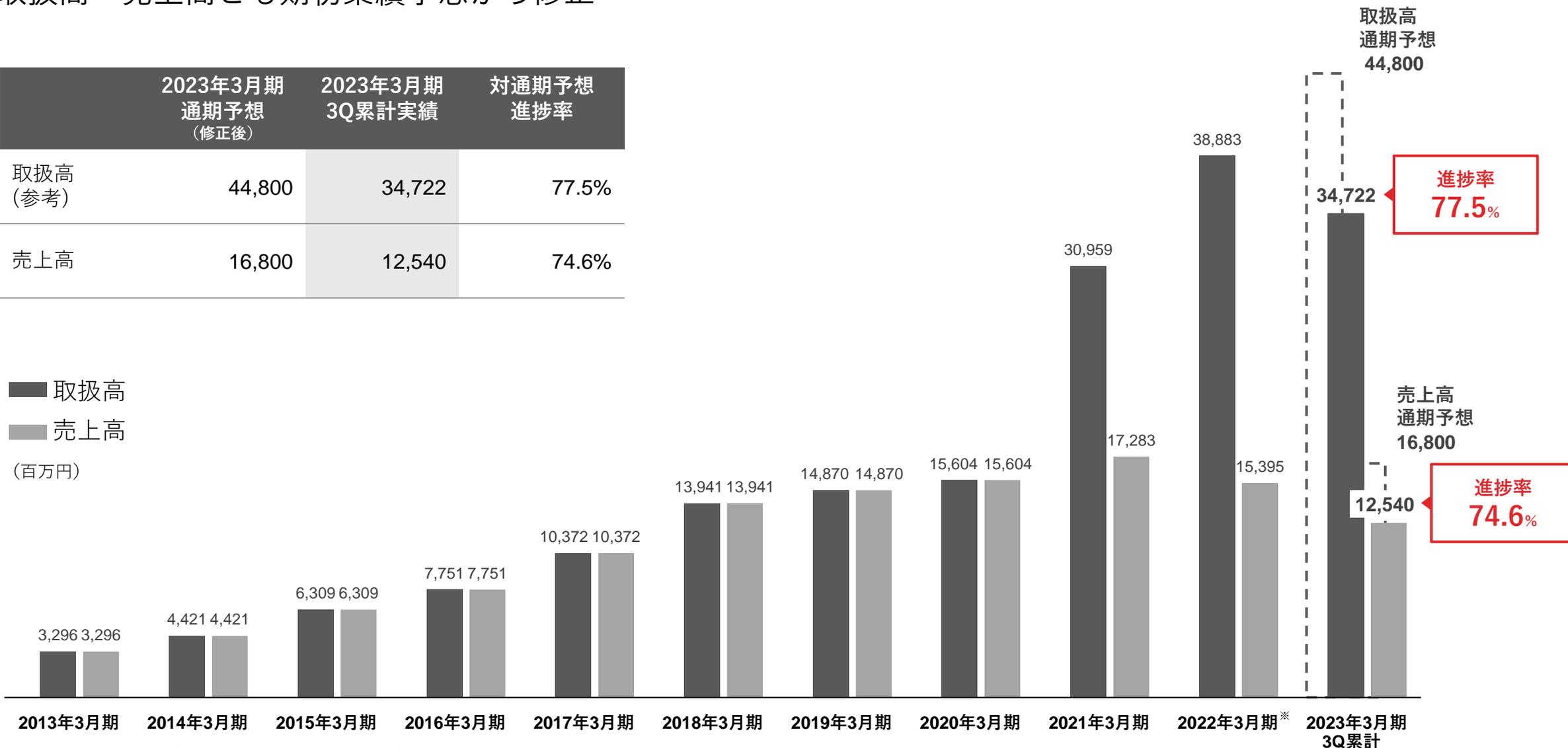
- ・ 戦略投資は費用対効果を考慮した機動的な実行により、前期比では増加も計画より低水準で推移
- ・ 戦略的取り組みは着実に進行

1 連結取扱高と売上高の推移

取扱高・売上高とも期初業績予想から修正

	2023年3月期 通期予想 (修正後)	2023年3月期 3Q累計実績	対通期予想 進捗率
取扱高 (参考)	44,800	34,722	77.5%
売上高	16,800	12,540	74.6%

■ 取扱高
■ 売上高
(百万円)



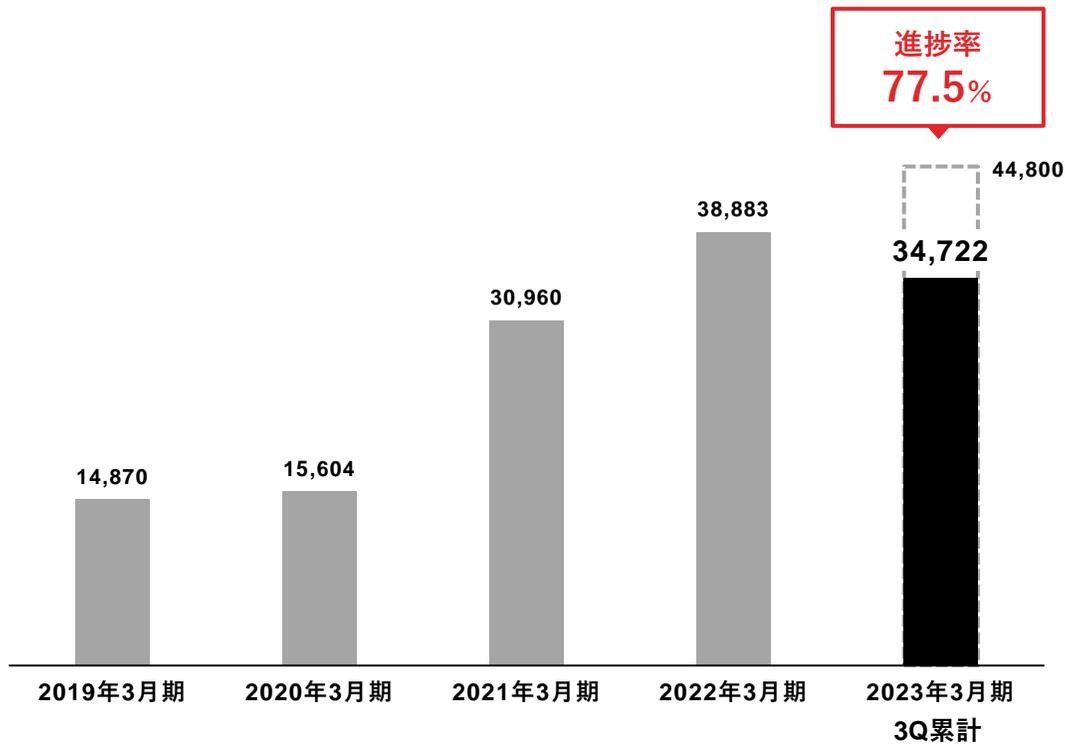
※2022年3月期より、「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を適用

1 連結取扱高の推移

マーケティングソリューションセグメントが前期比減収だが、コンシューマサービスセグメントの増収により、前期を上回って推移

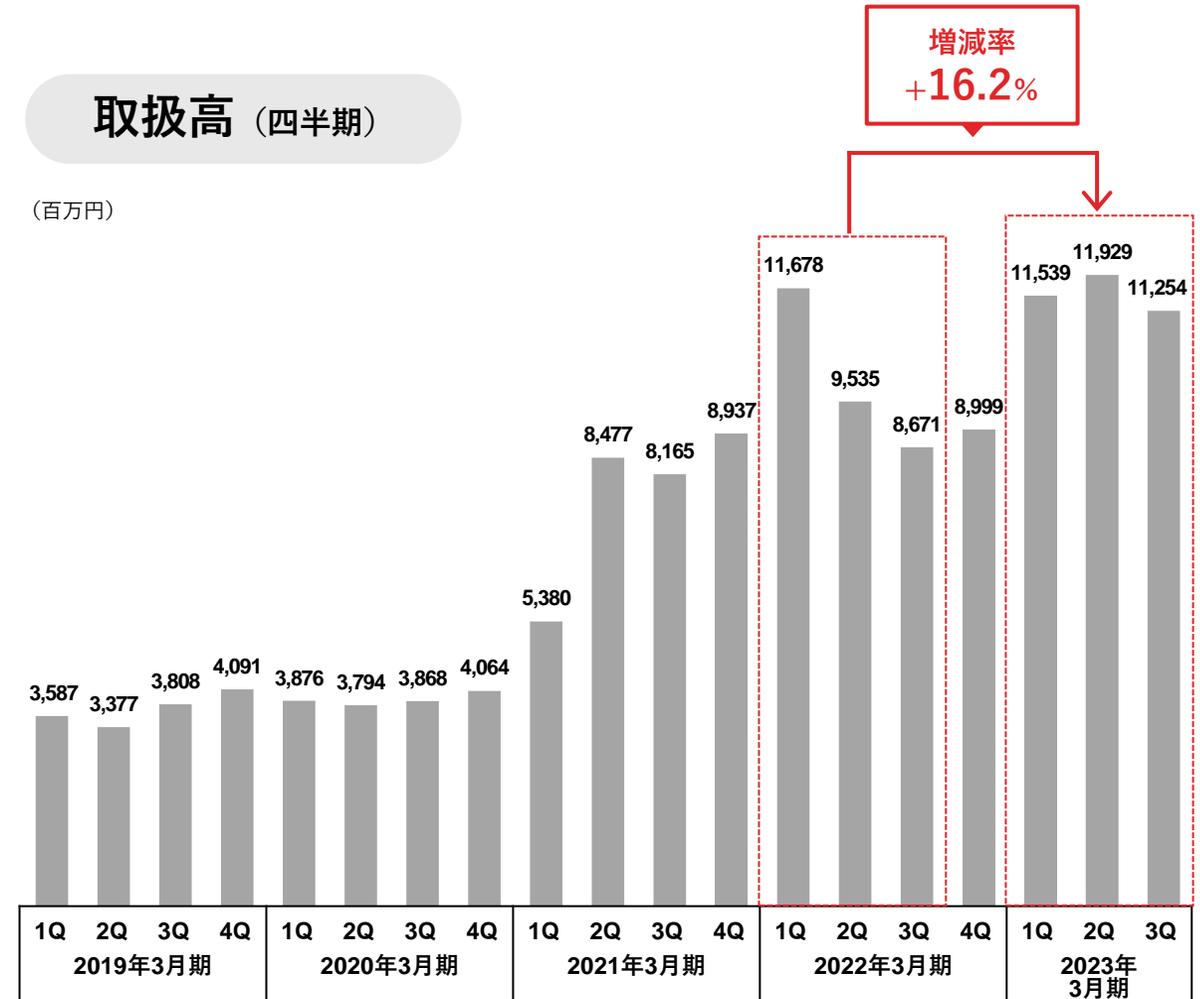
取扱高 (通期)

(百万円)



取扱高 (四半期)

(百万円)

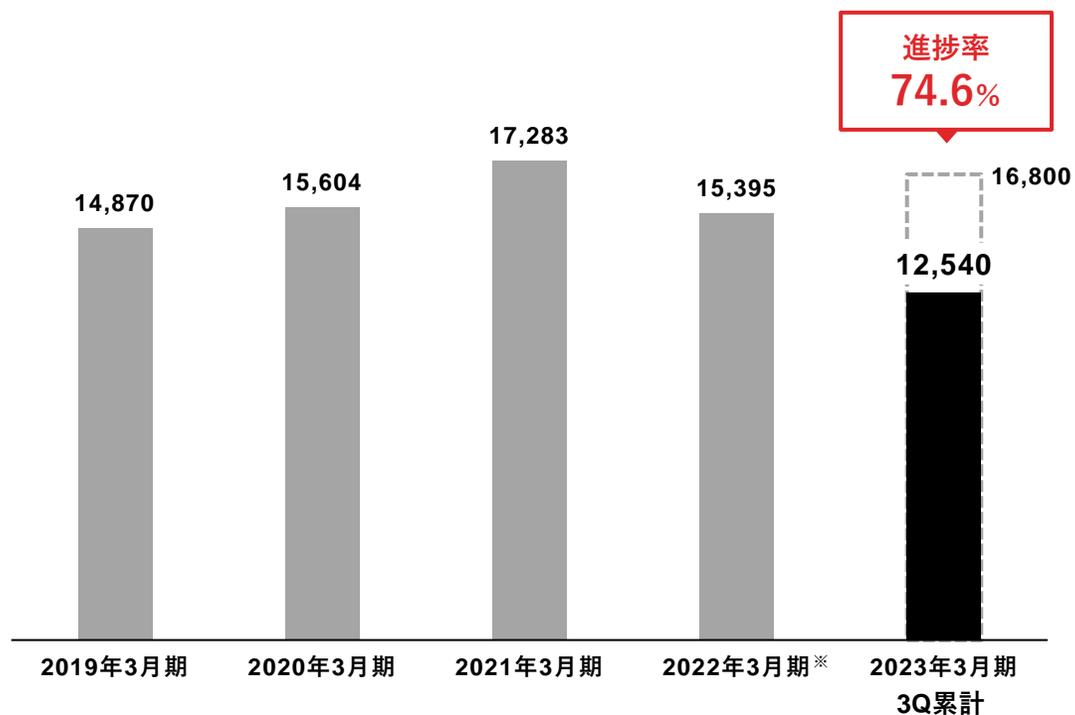


1 連結売上高の推移

両セグメントとも増収

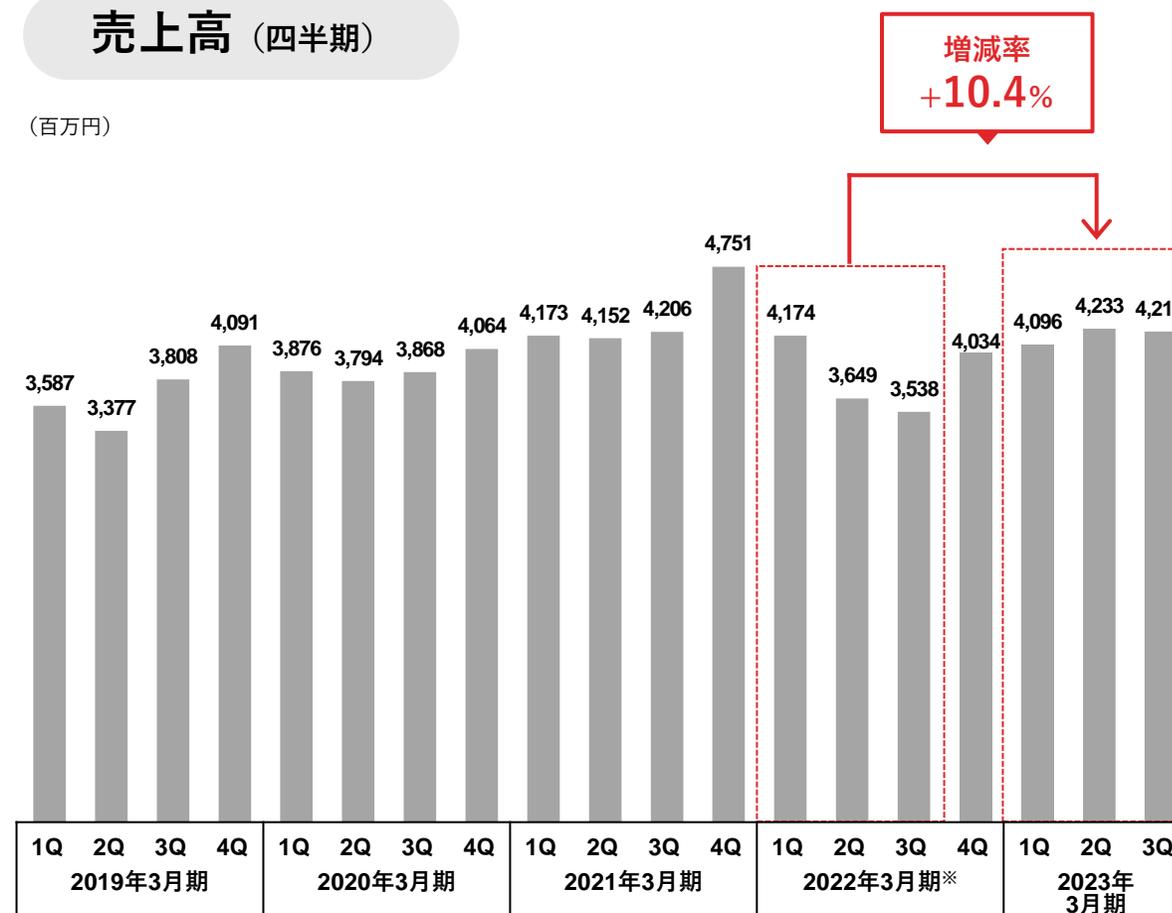
売上高 (通期)

(百万円)



売上高 (四半期)

(百万円)



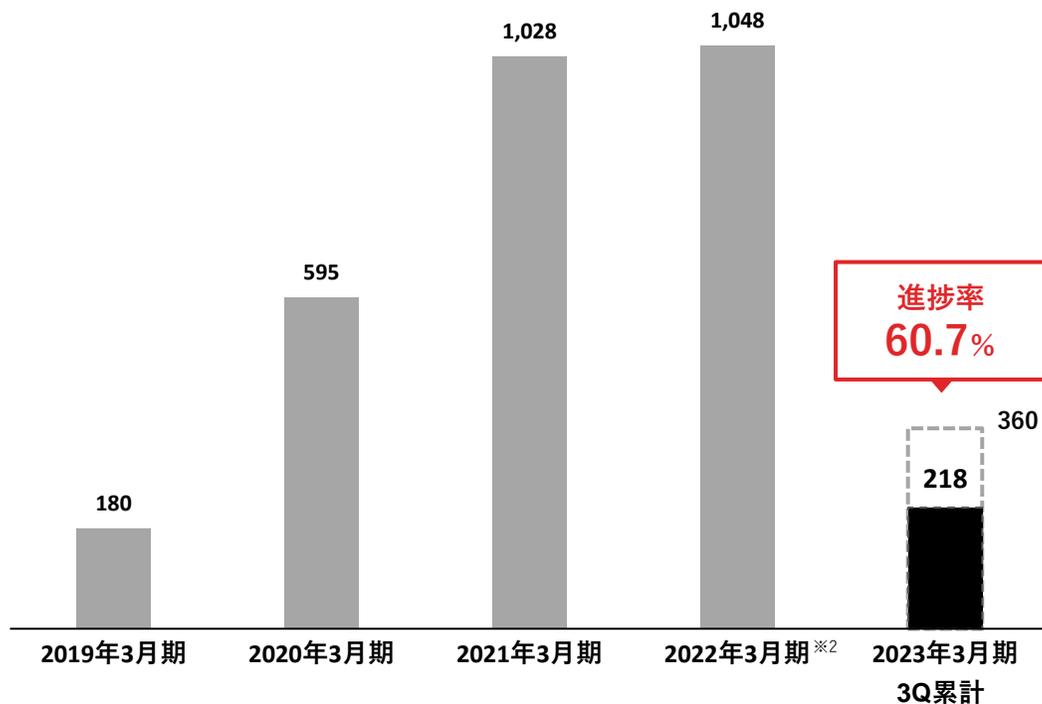
※2022年3月期より、「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を適用

1 連結投資調整後営業利益※1の推移

物流費の増加等による粗利益率の低下や人員増強等により減益

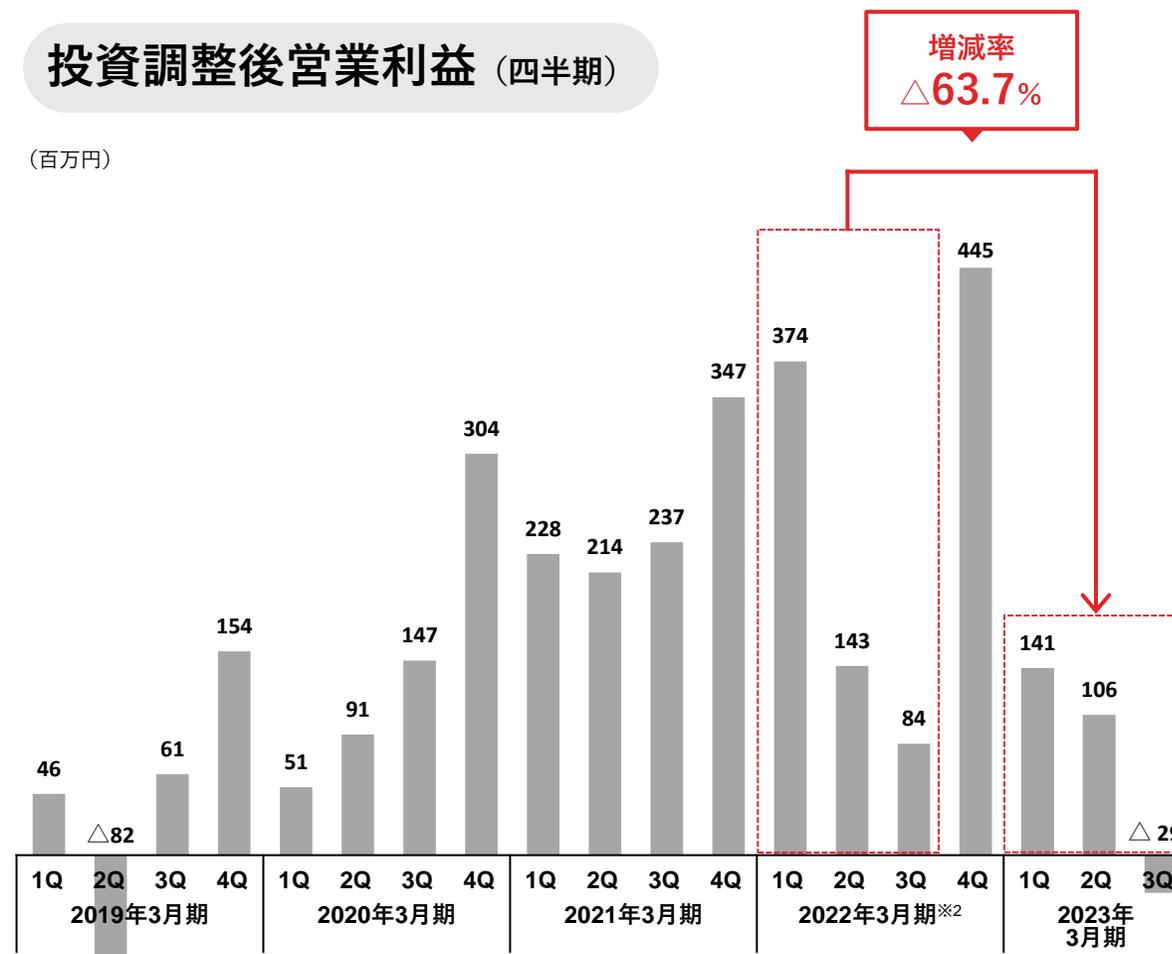
投資調整後営業利益（通期）

(百万円)



投資調整後営業利益（四半期）

(百万円)



※1：営業利益から中長期に資する戦略投資費用を除いたもの

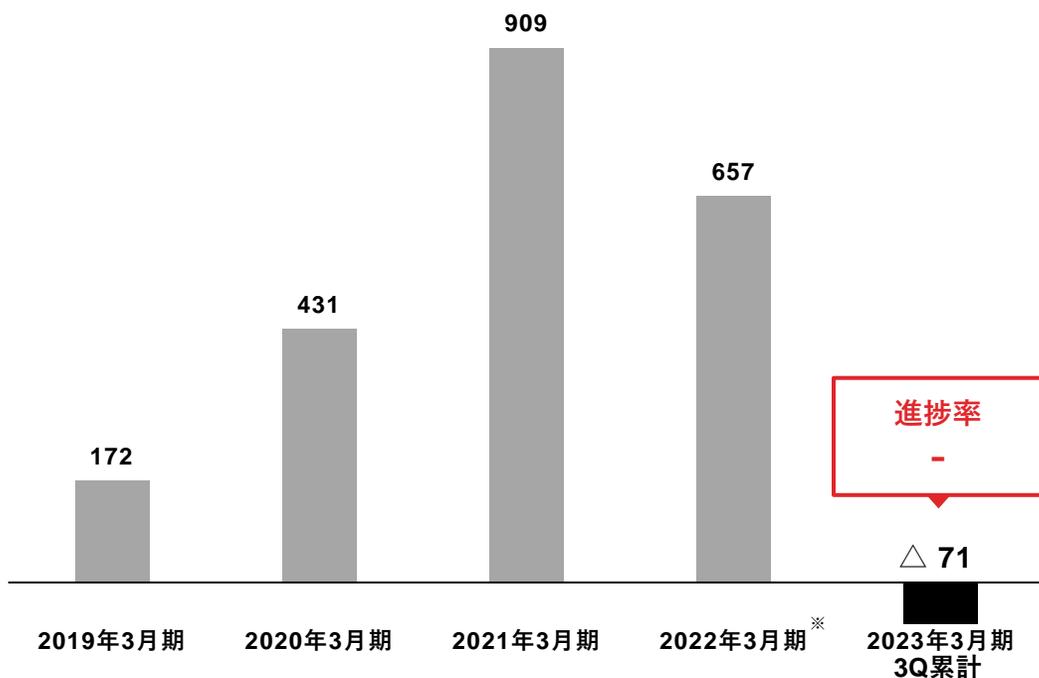
※2：2022年3月期より、「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を適用

1 連結営業利益の推移

「PrimeAd BMP」開発費用・マーケティング費用等の戦略投資の増加により営業損失

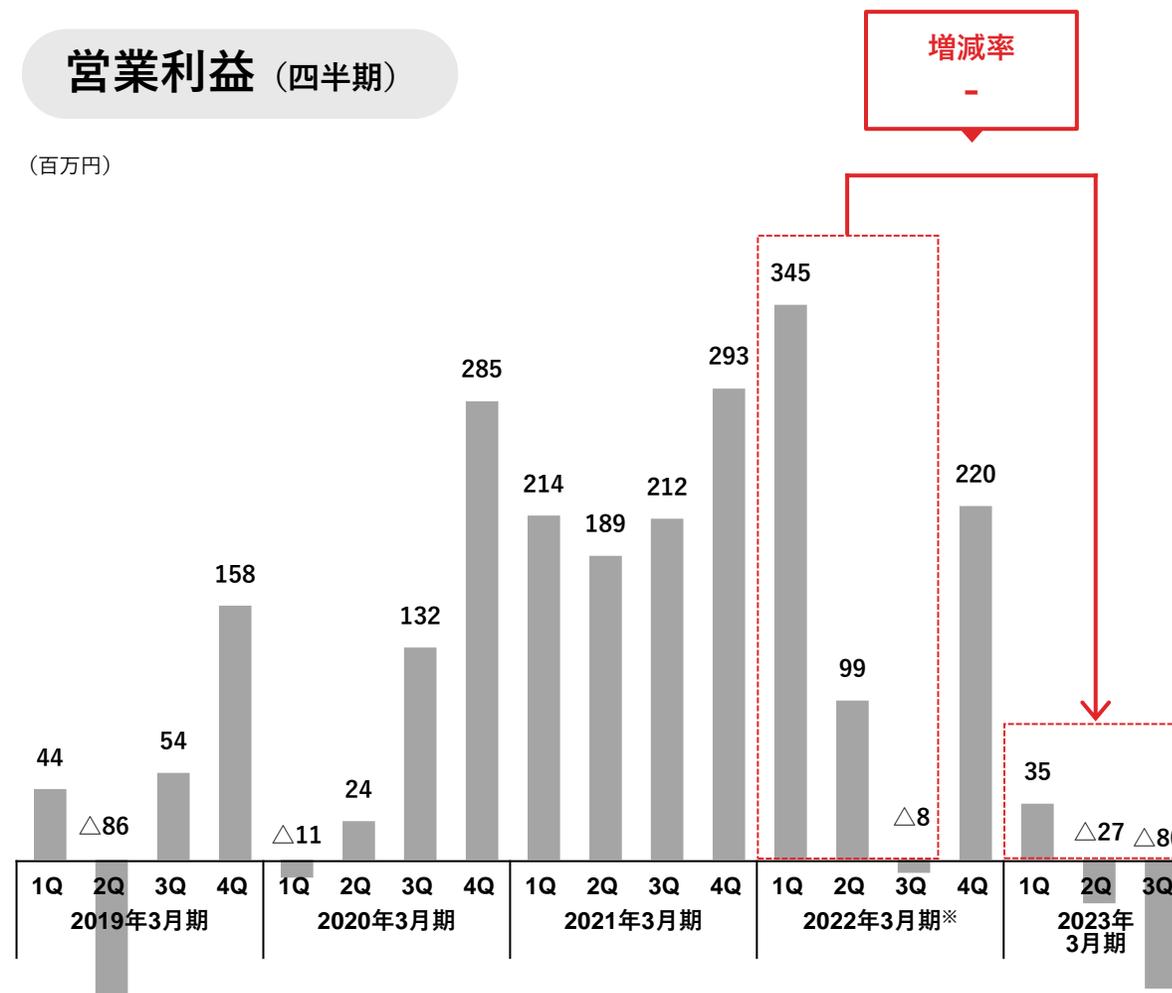
営業利益 (通期)

(百万円)



営業利益 (四半期)

(百万円)



※2022年3月期より、「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を適用

1 2023年3月期第3四半期（累計）の決算ハイライト

連結業績

- 取扱高・売上高ともに増収
- 物流費の増加等に伴う粗利率の低下や、人員増強等にかかる費用増加により投資調整後営業利益は減益。そのうえで、マーケティング費用等の戦略投資実施により営業損失
- PrimeAdやドコモ経済圏施策等、戦略的な取り組みは着実に進行

取扱高

34,722百万円

対前年同期増減率：16.2%増

修正通期計画比進捗率：
77.5%

売上高

12,540百万円

対前年同期増減率：10.4%増

修正通期計画比進捗率：
74.6%

投資調整後営業利益

218百万円

対前年同期増減率：63.7%減

修正通期計画比進捗率：
60.7%

営業利益

△71百万円

前年同期実績：

436百万円

1 2023年3月期第3四半期（累計）の決算ハイライト

(百万円)	2022年3月期 第3四半期（累計）	2023年3月期 第3四半期（累計）	増減率
取扱高	29,884	34,722	+16.2%
マーケティングソリューション	6,847	6,761	△1.3%
コンシューマサービス	23,086	28,006	+21.3%
売上高	11,361	12,540	+10.4%
マーケティングソリューション	1,578	1,760	+11.5%
コンシューマサービス	9,832	10,825	+10.1%
粗利益※1	3,504	3,745	+6.9%
マーケティングソリューション	1,119	1,377	+23.0%
コンシューマサービス	2,432	2,411	△0.9%
営業費用※2	3,068	3,817	+24.4%
マーケティングソリューション	1,025	1,408	+37.4%
コンシューマサービス	1,731	2,071	+19.7%
営業利益	436	△71	-
マーケティングソリューション	87	△31	-
コンシューマサービス	701	339	△51.6%
投資調整後営業利益※3	602	218	△63.7%
マーケティングソリューション	170	107	△36.8%
コンシューマサービス	754	448	△40.5%

- ・マーケティングソリューションはメディア売上の増収により粗利益拡大
- ・コンシューマサービスは、ポイント・クーポン等のマーケティング費用や物流費の増加により減益

- ・主に人件費やシステム関連費用の拡大等により増加

※1：売上総利益より、販売費及び一般管理費に含まれる物流費、販売手数料、決済手数料等の変動費を差し引いたもの

※2：販売費および一般管理費から物流費、販売手数料、決済手数料等の変動費を差し引いたもの

※3：営業利益から中長期に資する戦略投資費用を除いたもの

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

2 2023年3月期第3四半期（累計）の事業ハイライト

マーケティングソリューション

- セッション数好調なメディア売上改善等により増収も、「PrimeAd BMP」開発費用含めた費用増加によりセグメント利益は減益
- PrimeAd：拡大フェーズへシフト
 - ①電通デジタル社が「PrimeAd BMP」を先行導入開始（8月）
 - ②「PrimeAd BMP」の認定代理店制度を開始（11月）

取扱高

6,761 百万円

対前年同期増減率：1.3%減

修正通期計画比進捗率：
76.3%

売上高

1,760 百万円

対前年同期増減率：11.5%増

修正通期計画比進捗率：
65.9%

投資調整後営業利益

107 百万円

対前年同期増減率：36.8%減

修正通期計画比進捗率：
41.5%

営業利益

△31 百万円

前年同期実績：

87 百万円

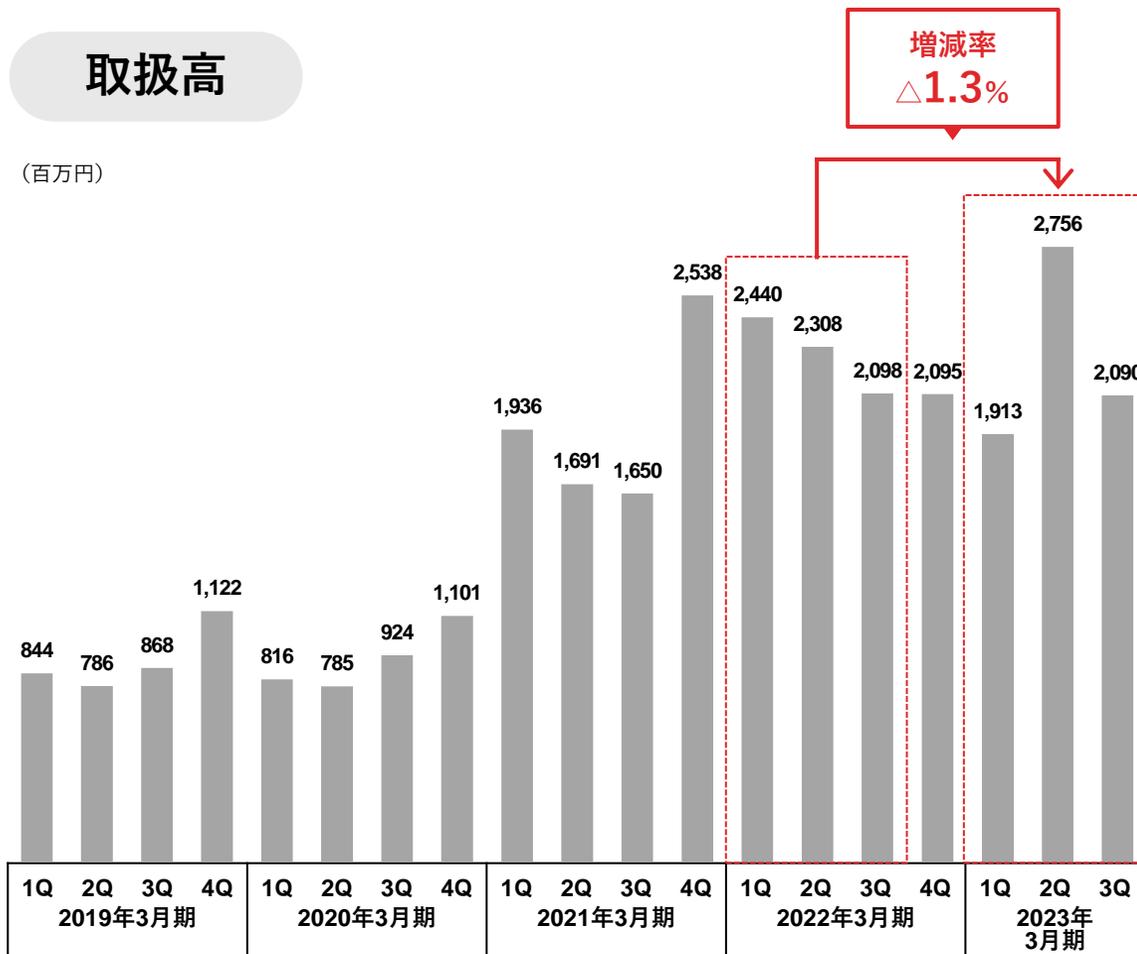
2 マーケティングソリューションの取扱高・売上高※1推移

取扱高：6,761百万円

売上高：1,760百万円

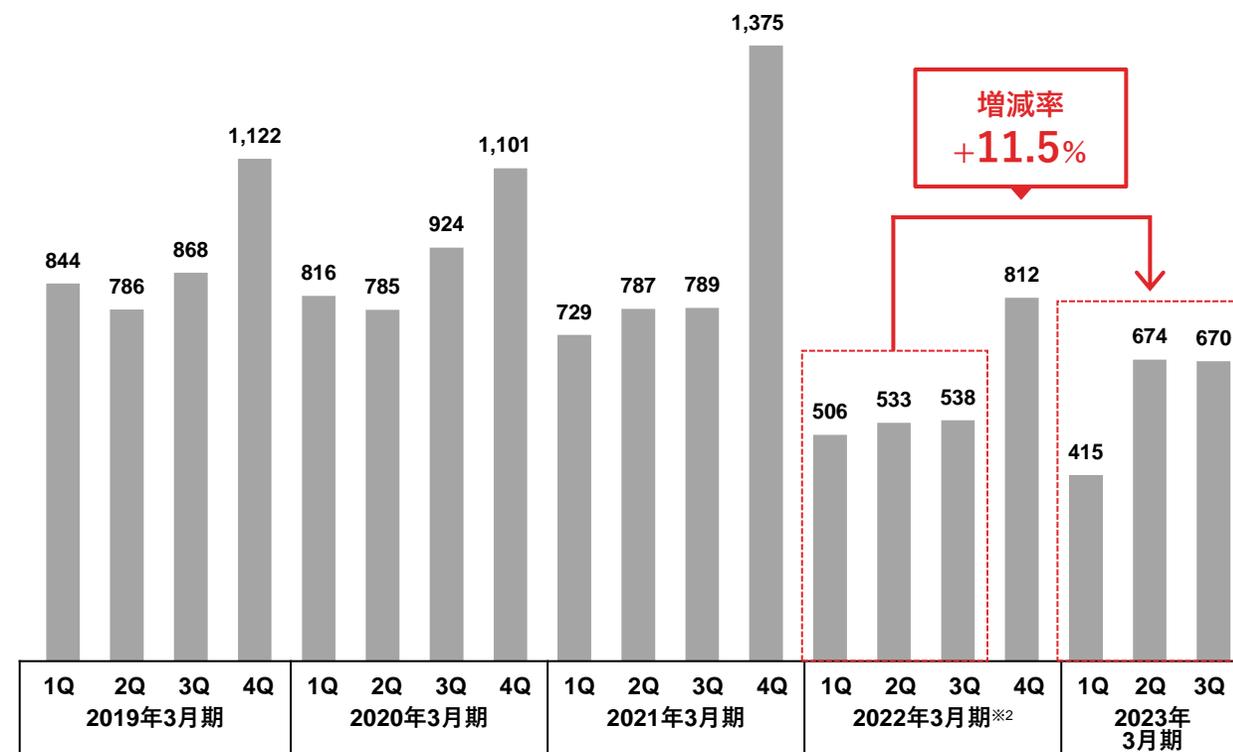
取扱高

(百万円)



売上高

(百万円)



※1：売上高は、セグメント間取引消去前の数字です

※2：2022年3月期より、「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を適用

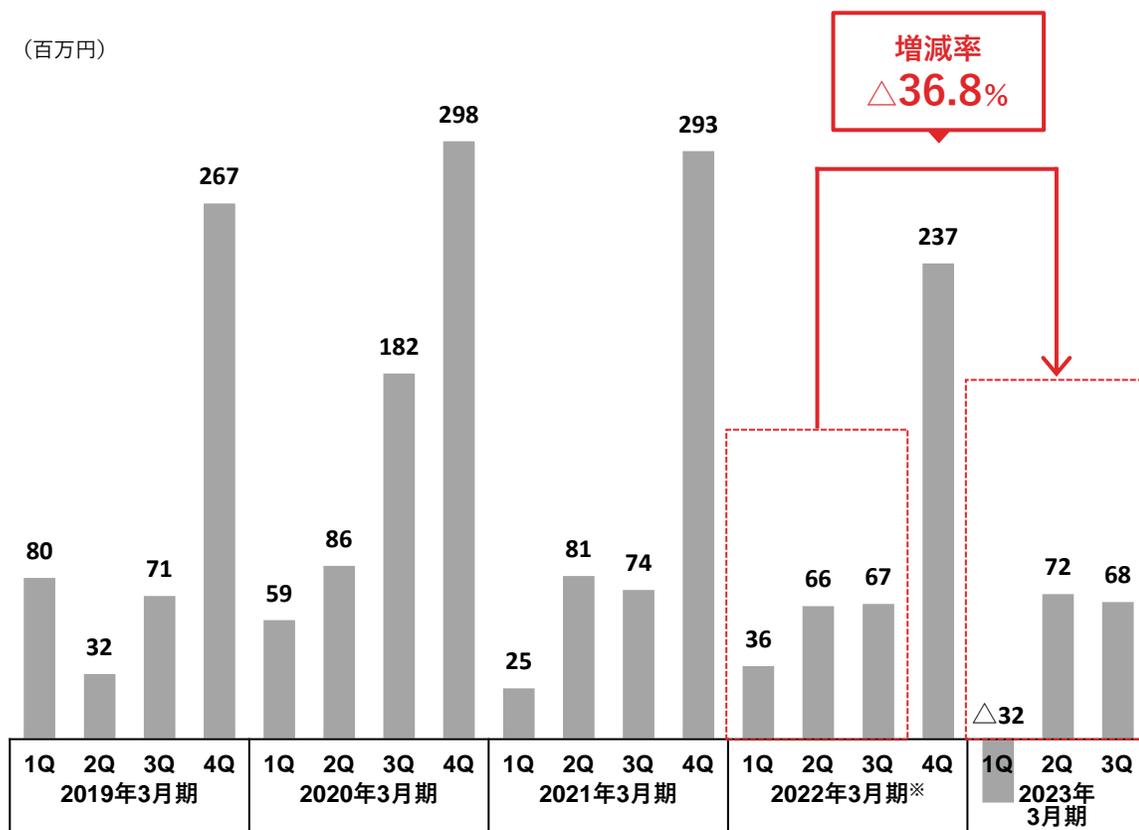
2 マーケティングソリューションの投資調整後営業利益・営業利益

投資調整後営業利益：107百万円

営業利益：△31百万円

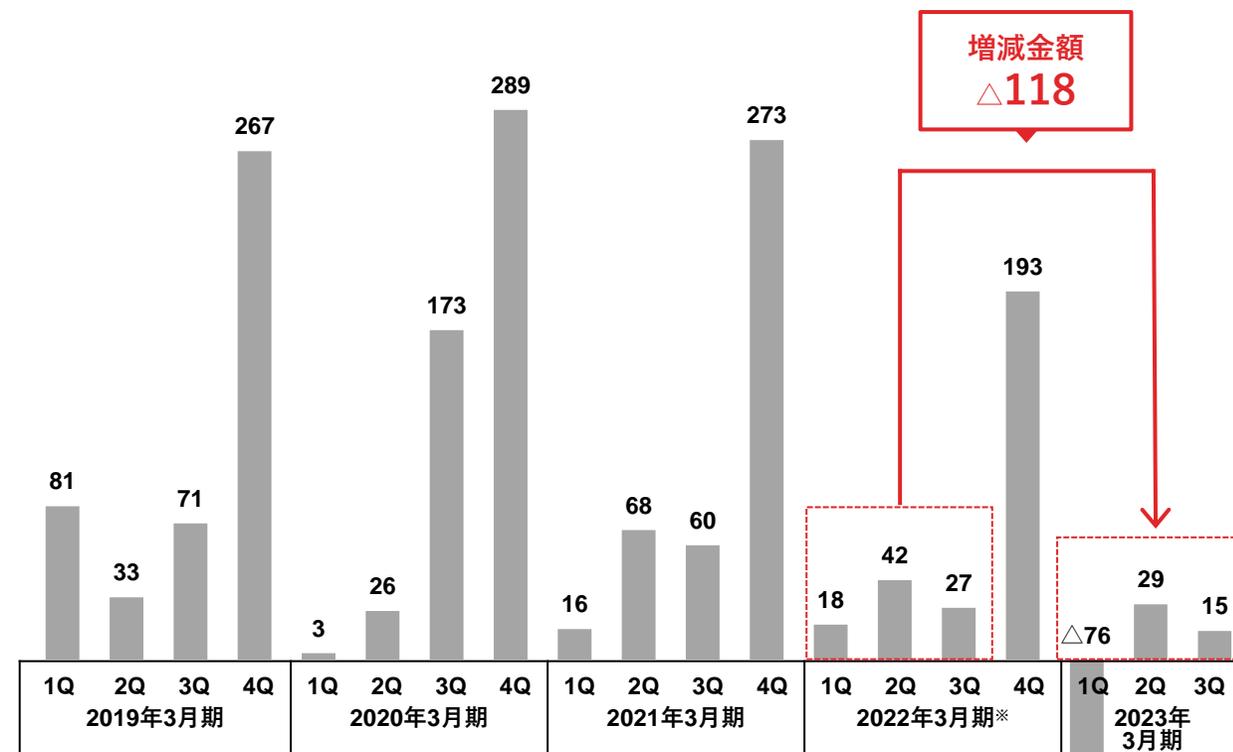
投資調整後営業利益

(百万円)



営業利益

(百万円)

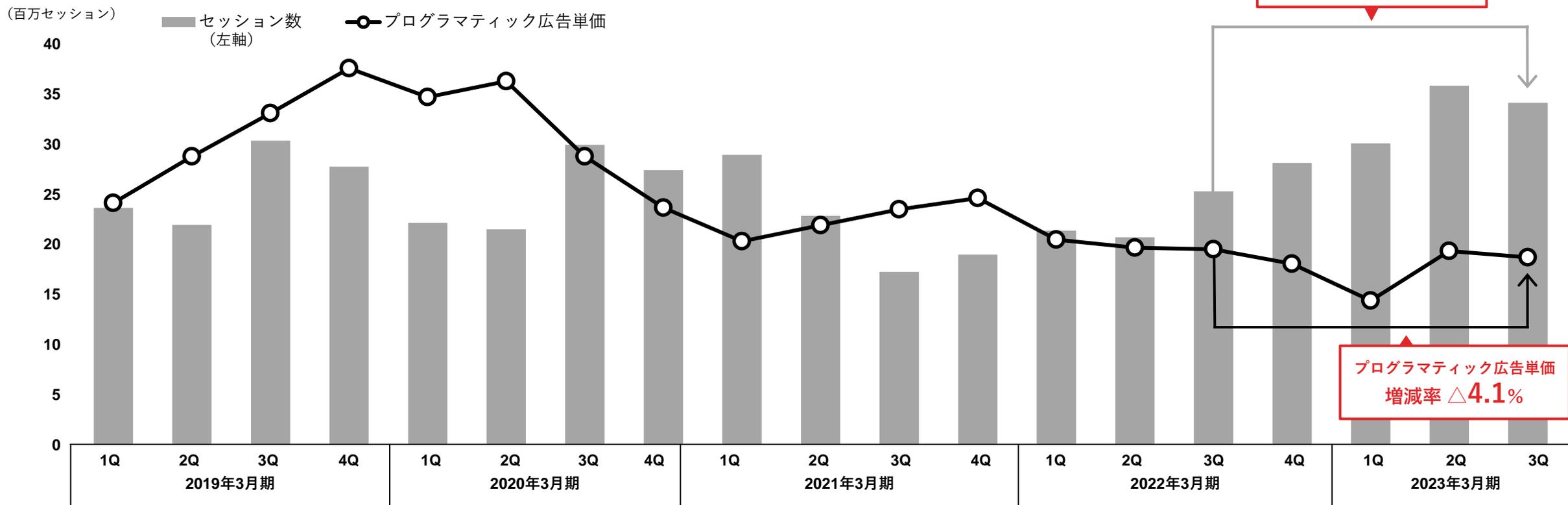


※2022年3月期より、「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を適用

2 総合情報サイト「All About」の状況

- セッション数※1は、検索流入が堅調だったほか、他メディアからの参照流入が増加し、前期比約1.4倍に
- プログラマティック広告単価は、高単価領域の流入増加により第1四半期以降は改善基調

All Aboutのセッション数とプログラマティック広告単価の推移※2



※1：セッション数の定義：特定の期間内にWebサイトに訪問したユーザーの訪問回数

※2：セッション数、プログラマティック広告単価ともに各Qの末月（6月、9月、12月、3月）の数字を記載

2 PrimeAd：拡大フェーズへシフト

- コンテンツマーケティング市場拡大に向けて、認定代理店とともに記事型タイアップの標準化推進

1 PrimeAd BMP 認定代理店制度を開始 (2022年11月28日)

コンテンツマーケティング施策のプランニング実績や、コンテンツマーケティング市場拡大に積極的に取り組む企業を認定する制度

認定代理店 (2023年1月末現在)



株式会社ADK
マーケティング・ソリューションズ



株式会社電通デジタル



株式会社博報堂DYメディアパートナーズ

2 保証形態を「PV保証」に統一可能に (2023年1月11日)

「掲載期間保証」と「PV保証」の二種類ある記事型タイアップ広告の保証形態を「PV保証」に統一可能に

記事型タイアップにおいて標準化を目指す業務

今回

- 1 仕様、レギュレーション
(保証形態・二次利用・タグ設置etc)
- 2 メディアから代理店への
メディアプラン提示方法
- 3 メディアと代理店の
コミュニケーション方法
- 4 受発注業務
(見積もり・発注書・請求書etc)
- 5 レポートینگ
評価基準/指標
- 6 制作進行業務
(スケジュール管理etc)

今後も標準化に向けた様々な取り組みを実施

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

2 2023年3月期第3四半期（累計）の事業ハイライト

コンシューマサービス

- ・ d払いサンプル百貨店の加算、dショッピングの堅調な推移に加え、ふるさと納税サービスの開始もあり増収も、計画に対しては弱含みで推移
- ・ 物流費の増加等による粗利率の低下に加え、ドコモ経済圏向けマーケティング費用やふるさと納税関連等の戦略投資の増加により前期比減益

取扱高

28,006百万円対前年同期増減率：**21.3%**増通期計画比進捗率：
77.6%

売上高

10,825百万円対前年同期増減率：**10.1%**増通期計画比進捗率：
75.8%

投資調整後営業利益

448百万円対前年同期増減率：**40.5%**減通期計画比進捗率：
76.7%

営業利益

339百万円対前年同期増減率：**51.6%**減通期計画比進捗率：
70.7%

2 コンシューマサービスの取扱高・売上高※1推移

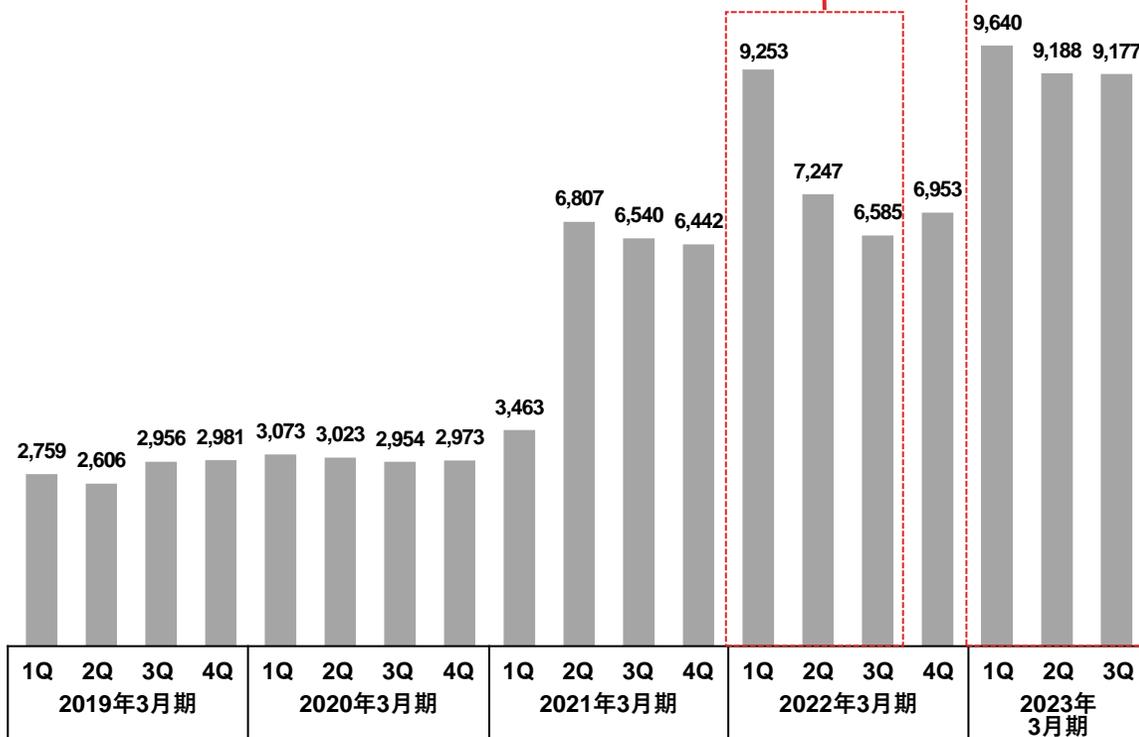
取扱高：28,006百万円

売上高：10,825百万円

取扱高

(百万円)

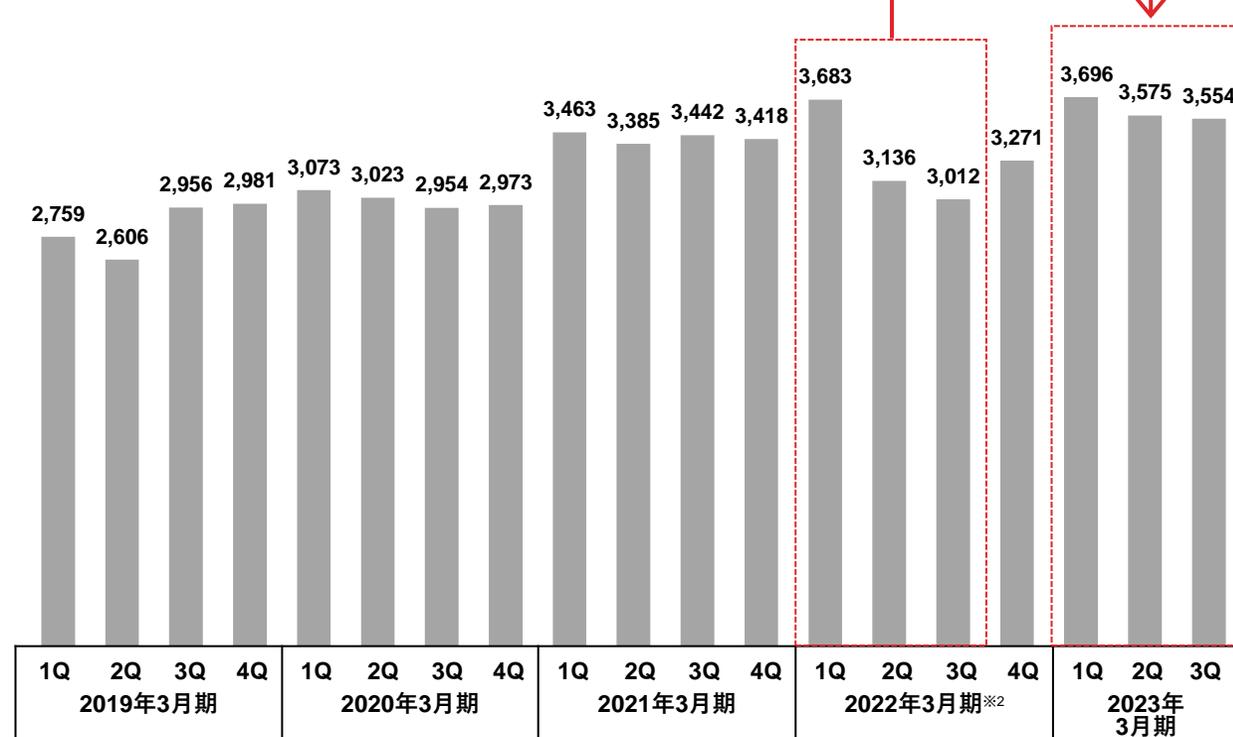
増減率
+21.3%



売上高

(百万円)

増減率
+10.1%



※1：売上高は、セグメント間取引消去前の数字です

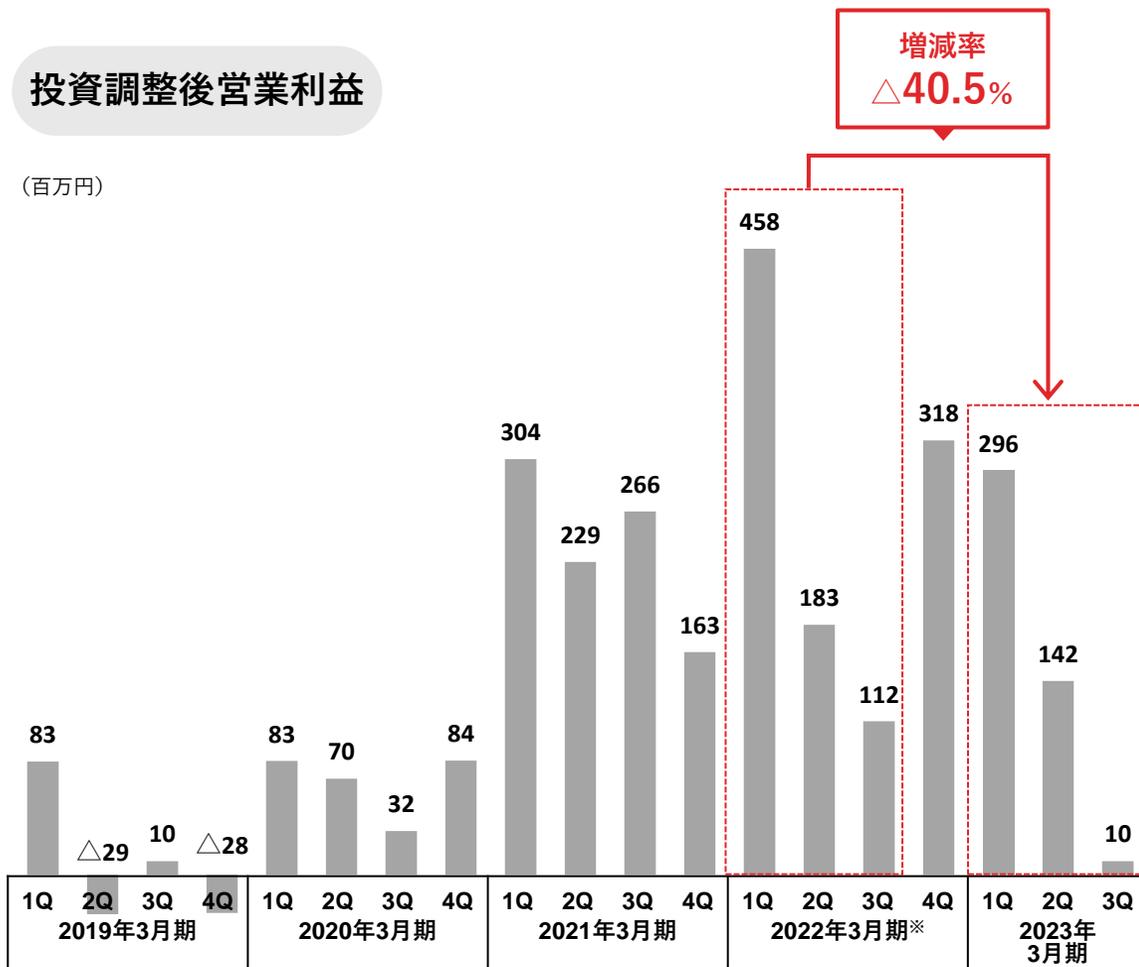
※2：2022年3月期より、「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を適用

2 コンシューマサービスの投資調整後営業利益・営業利益

投資調整後営業利益：448百万円

投資調整後営業利益

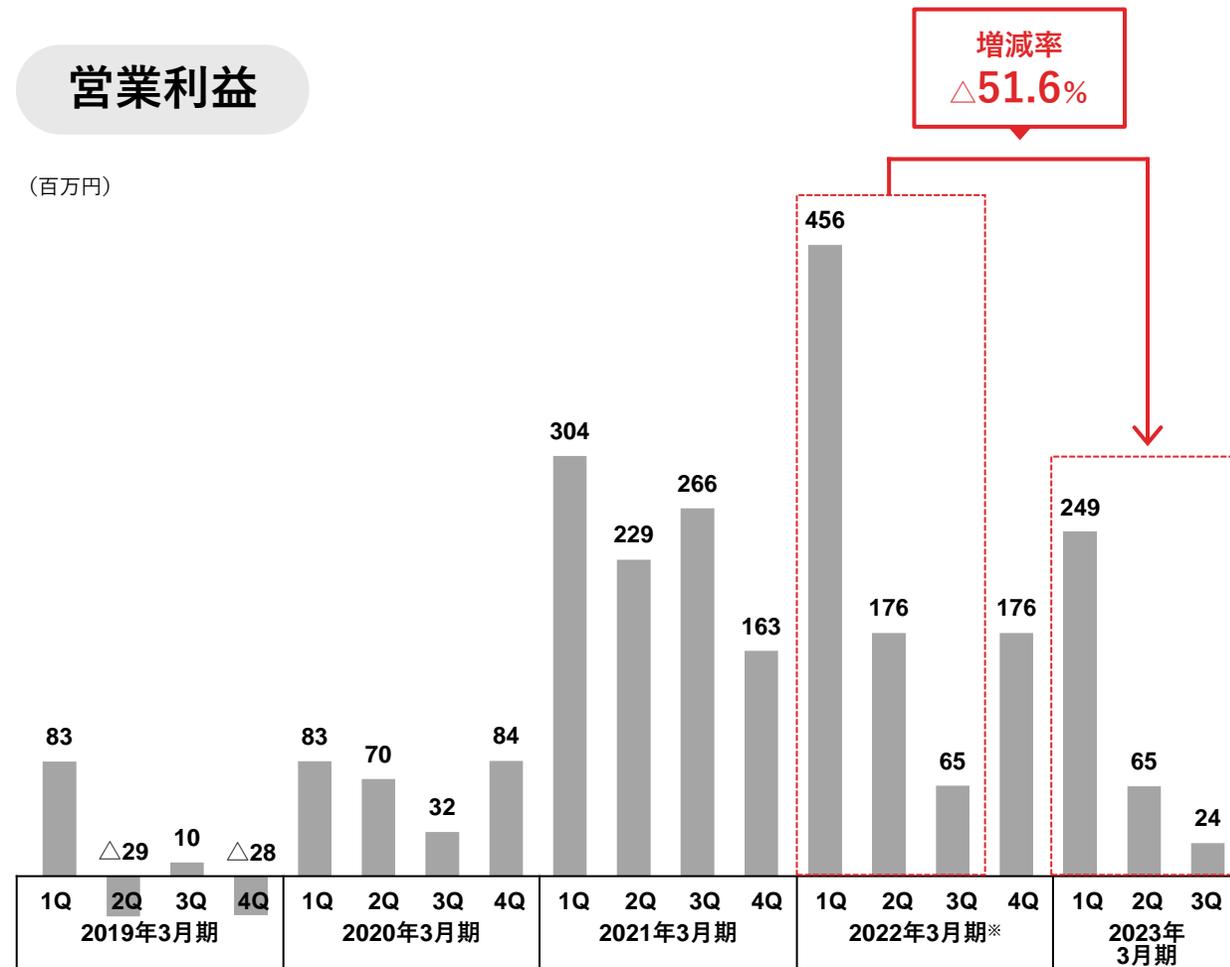
(百万円)



営業利益：339百万円

営業利益

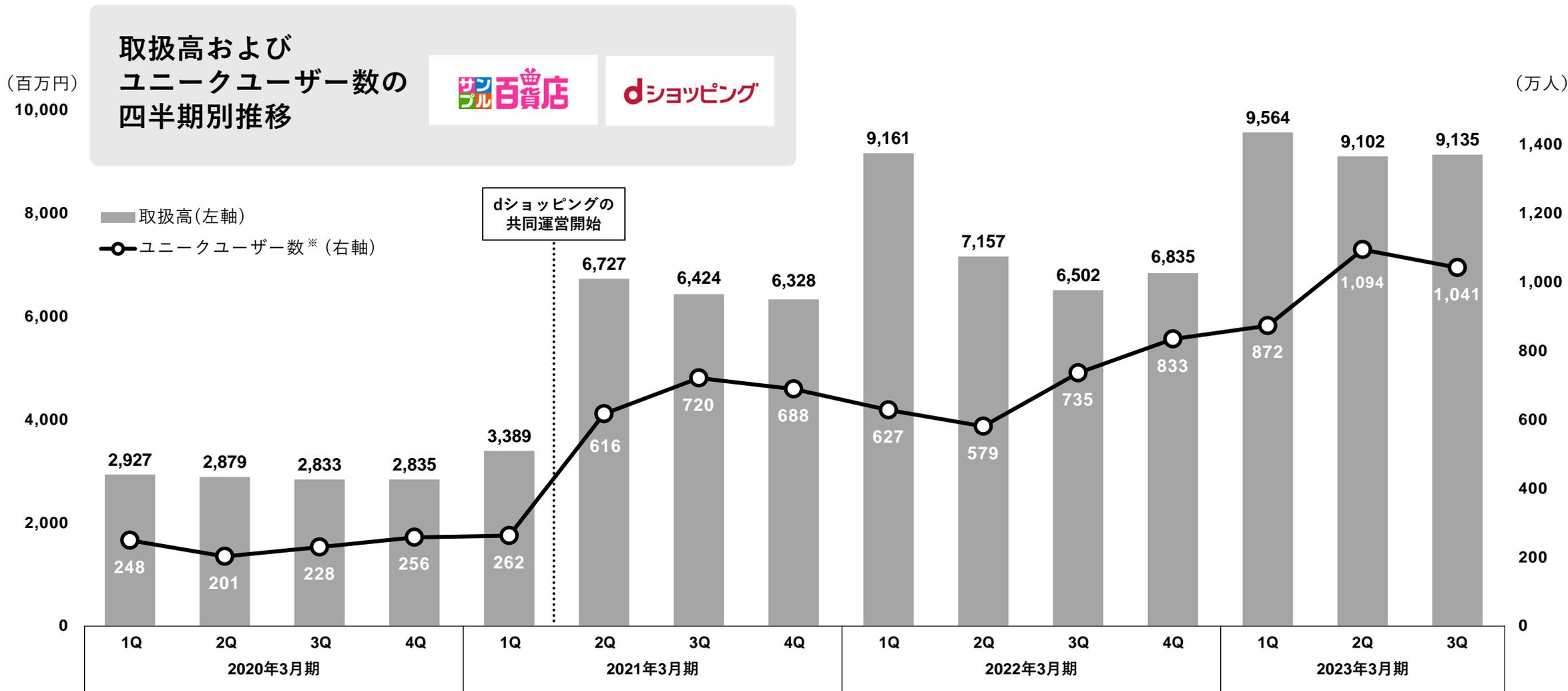
(百万円)



※2022年3月期より、「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を適用

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、ユニークユーザー数が堅調に推移



2 トライアルマーケティング&コマース事業

■ EC・キャッシュレス決済の伸長を背景にドコモ経済圏との連携を強化



* 2013年4月に (株) オールアバウトライフマーケティングへ商号変更

3

業績見通し

3 2023年3月期 業績予想の修正

- ・ 行動制限緩和や物価上昇など、EC市場は不安定な状況が続く想定
- ・ PrimeAdの事業基盤整うも、収益化には来期以降となる見込み
- ・ 足元の業績および上記認識を踏まえ、通期業績予想を下方修正

(百万円)	期初発表 (修正前)	今回発表 (修正後)	増減額	増減率
売上高	17,800 ~19,200	16,800	△1,000 ~△2,400	△5.6% ~△12.5%
営業利益	360 ~720	0	△360 ~△720	△100.0% ~△100.0%
経常利益	360 ~720	10	△350 ~△710	△97.2% ~△98.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	200 ~430	△100	△300 ~△530	- ~-

3 2023年3月期 業績予想

(百万円)	2022年3月期 実績	2023年3月期 通期予想 (修正後)	対前期 増減率
取扱高 (参考)	38,883	44,800	15.2%
売上高	15,395	16,800	9.1%
営業利益	657	0	△100.0%
経常利益	669	10	△98.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	343	△100	-

マーケティングソリューション

メディア事業のセッション数は好調な推移を見込む。一方広告単価は、戻り基調だが期初計画に対しては弱含みの推移を想定。

PrimeAdは事業基盤整備が順調に進捗。計画より低い水準で推移しているが、代理店・メディア等パートナー連携深め事業拡大を図る。

コンシューマサービス

不安定な事業環境下、秋以降は計画に対して弱含みで推移。一方で事業の背景となるEC市場やキャッシュレス決済の拡大は今後も続くことが想定されるため、戦略投資を機動的に実施しつつ、さらなる取扱高・売上高の拡大を図る。

※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

参考資料

連結貸借対照表

(百万円)

【資産の部】	2022年3月末	2022年12月末	差異
流動資産	6,223	① 7,051	828
固定資産	1,711	② 2,242	530
資産合計	7,934	9,293	1,358

【負債の部】

流動負債	2,829	③ 4,332	1,503
固定負債	118	120	2
負債合計	2,947	4,453	1,506

【純資産の部】

株主資本	4,604	④ 4,458	△145
新株予約権	6	6	-
非支配株主持分	374	376	1
純資産合計	4,987	4,840	△147

①流動資産

・現金及び預金	△ 613
・売掛金、受取手形	△ 129
・未収入金	+ 1,377
・商品及び製品	+ 61
・未成制作費	+ 50
・未収消費税	+ 38
・前払費用	+ 34等

②固定資産

・有形固定資産	△ 17
・無形固定資産	+ 328
・保証金	△ 11
・投資有価証券	+ 196等

③流動負債

・買掛金	+ 24
・未払金	+ 1,399
・未払費用	+ 85
・前受金	+ 76
・未払法人税等	△ 61等

④株主資本

・親会社株主帰属当期純利益	△ 92
・配当実施	△ 95等

連結キャッシュ・フロー計算書

(百万円)

	2023年3月期 第2四半期	
営業活動によるキャッシュ・フロー	①	215
投資活動によるキャッシュ・フロー	②	△733
財務活動によるキャッシュ・フロー	③	△95
現金及び現金同等物の増減額 (△は減少)		△613
現金及び現金同等物の期首残高		2,698
現金及び現金同等物の四半期末残高		2,085

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	△ 54
・減価償却費	+215
・売上債権の増減	+129
・たな卸資産の増減	△118
・仕入債務の増減	+ 24
・未払費用の増減	+ 84
・法人税等の支払額	+ 60等

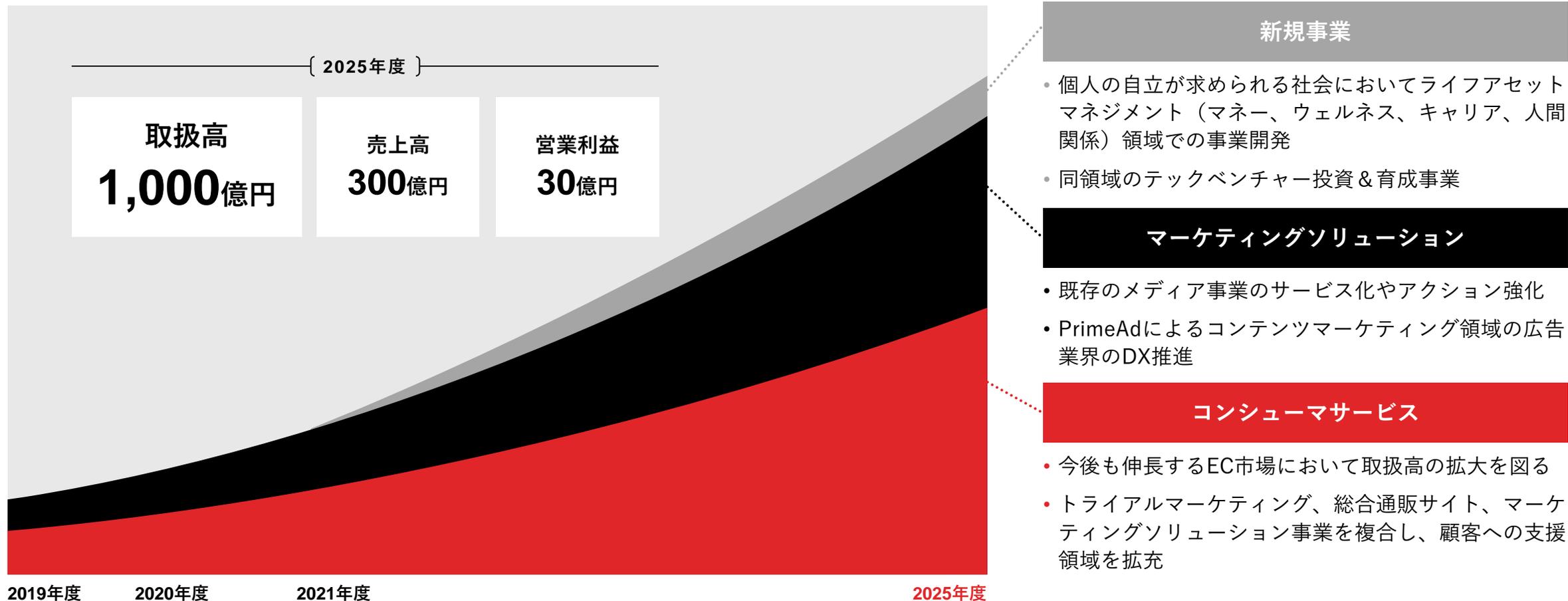
②投資活動によるキャッシュ・フロー

・投資有価証券取得	△200
・有形固定資産取得	△ 20
・無形固定資産取得	△516

③財務活動によるキャッシュ・フロー

・配当金の支払額	△ 94等
----------	-------

将来の成長イメージ（取扱高）



社会背景

- 新型コロナウイルス環境からの経済的な復活が徐々に進む
- 国、企業、個人の自立の必要性
- 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、自立力の獲得
- ウクライナ問題、インフレ・円安など不確実性が高まる社会環境が拡大
- 経済発展と持続可能な社会の両立
- （企業）デジタル活用、イノベーション、DXの推進（効率化が進行）

参考資料

会社・サービス紹介

会社概要

会社名	株式会社オールアバウト (All About, Inc.)
本社所在地	〒150-0022 東京都渋谷区恵比寿南1-15-1 A-PLACE恵比寿南3F
主な事業内容	<ul style="list-style-type: none">・ 専門ガイドによる総合情報サイト「All About」の運営・ インターネット広告事業
事業開始	2000年6月
資本金	12.85億円 (2022年3月末時点)
上場市場	東京証券取引所スタンダード市場 (証券コード：2454) 上場日 2005年9月13日
主要株主	日本テレビ放送網株式会社 株式会社NTTドコモ
従業員数	約140名 (グループ全体約290名)



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



Best One



PrimeAd

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



株式会社オールアバウトパートナーズ

AA PLUG IN
Digital Marketing Solution

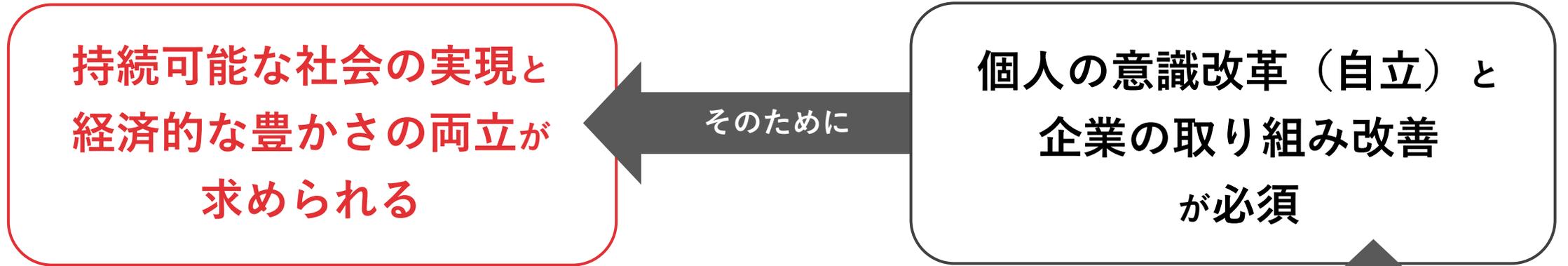
株式会社LMサービス

持分法適用会社

日テレ・ライフ マーケティング株式会社



オールアバウトグループのミッションとSDGsの関係性



Mission
- ミッション -

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。

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

総合情報サイト「All About」

“専門家”がガイドする
日本最大級の
総合情報サイト

2001年
スタート

月間利用者
2,600万人

ガイド数
900名

テーマ数
1,300

信頼性
目利き

取り揃え



877人の専門家が1292テーマで記事を発信中!

外国人向け日本情報総合サイト「All About Japan」

500名を超える
日本通の外国人が発信する
オンラインメディア

2015年9月
オープン

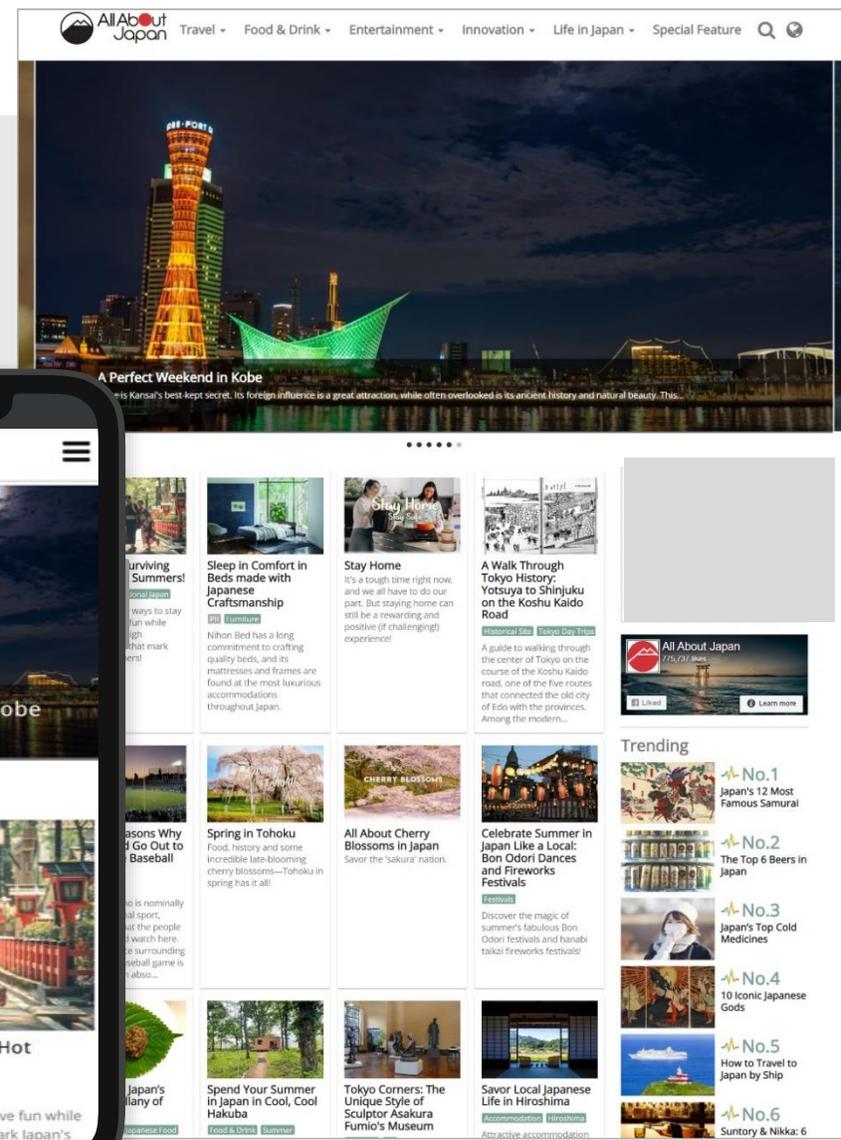
累積記事本数
10,000本超

5ヶ国語
(英・中・台・韓・
タイ) 対応

観光、食、エンタメ、
伝統文化などを
外国人目線で発信

各言語ネイティブに
よる編集制作

日本の1,700以上の
都市情報を網羅

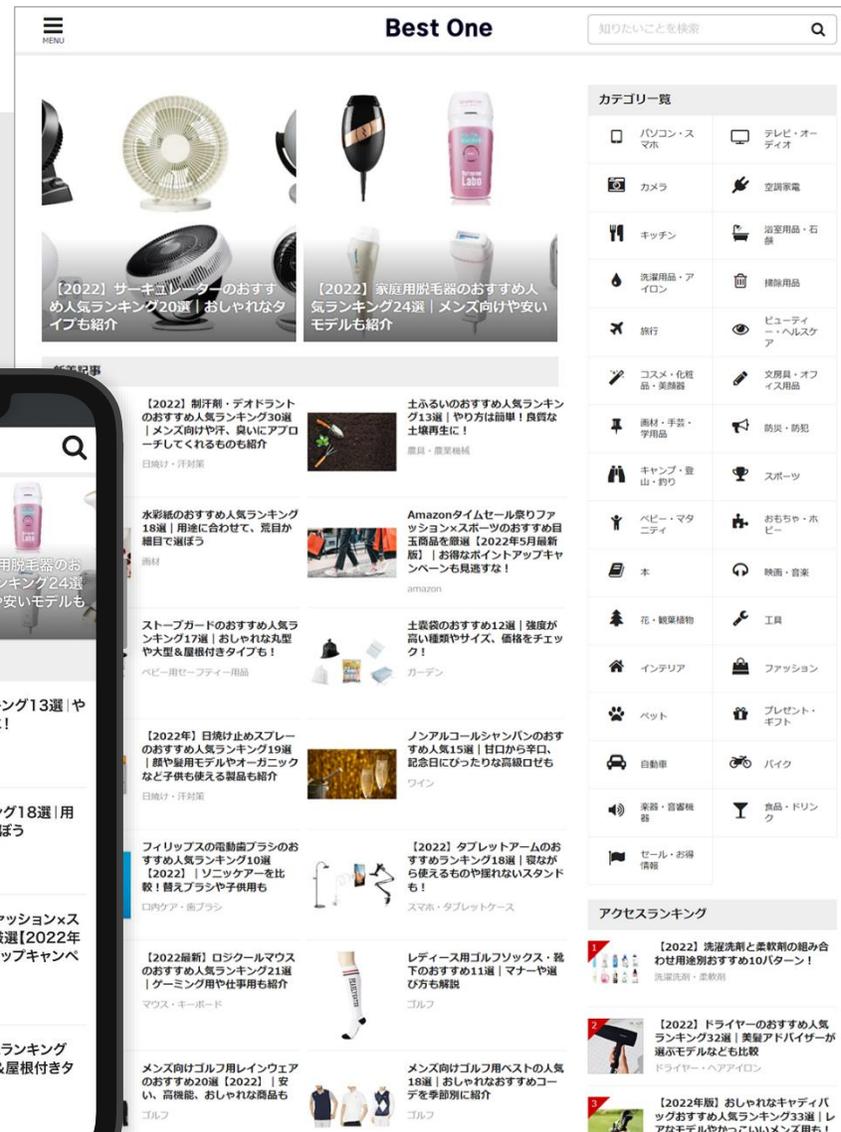


ベストが見つかるおすすめ情報メディア「Best One」

コンテンツの力で
購買を支援するメディア
(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。



専門家やインフルエンサーの愛用品を紹介するメディア「イチオシ」

みんなの
「買ってよかった」を
シェア
※NTTドコモとの共同運営

「All About」に所属する
「ガイド」のほか、800名以上の
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
厳選し紹介



コンテンツマーケティングプラットフォーム「PrimeAd BMP」



取り扱う代表的なソリューション

デジタルタイアップ広告

優良メディアの
アドネットワークオウンドメディア &
コンテンツ制作支援

2020年7月より1stフェーズとしてデジタルタイアップ広告のマーケットプレイス機能を提供

日本最大級のお試しサービス「サンプル百貨店」

企業と生活者をつなぐ トライアルマーケティング

30代～40代の主婦や働く女性を中心とした340万人の「生活者」を抱える日本最大級のお試しサービス

様々な企業がWebとリアルで「サンプリング」、「お試し」を活用し生活者との接点を拡大



日本最大級のお試しサービス「サンプル百貨店」：展開サービス

サンプル百貨店本店

サンプル百貨店運営会社であった
ルーク19を2012年3月に子会社化。
以降、当社サービスとして本格展開

dショッピング サンプル百貨店

ドコモ経済圏向け事業拡大として、
2016年7月よりサービス開始

d払い サンプル百貨店

ドコモ経済圏向け事業拡大として、
2021年10月よりサービス開始



総合通販サイト「dショッピング」

「食品」「日用品」「家電」
から「書籍」まで
厳選された人気の商品が揃う
ドコモのショッピングサイト

サービス拡充による利便性向上

2020年7月よりオールアバウトライフ
マーケティングがNTTドコモと共同運営

NTTドコモの有する巨大な顧客基盤や
決済、ポイントを活かして、
年120%で取扱高拡大中



dショッピング



dショッピング
セレクト



dショッピング
ふるさと納税百選

Facebook公認ナビゲーションサイト「Facebook navi」

Facebookライフが
もっと楽しくなるような
情報を随時提供

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



Twitterのナビゲーションサイト「ツイナビ」

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脳トレクイズや
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



楽習フォーラム

日本最大級の教室ビジネス・ 協会ビジネスの 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
77講座・全国1万2千人の
認定インストラクターをネットワーク



投資調整後営業利益：

営業利益から中長期に資する戦略投資費用を除いたもの

粗利益：

売上総利益より、販売費及び一般管理費に含まれる物流費、販売手数料、決済手数料等の変動費を差し引いたもの

営業費用：

販売費及び一般管理費のうち、物流費、販売手数料、決済手数料等の変動費を除いたもの

管理可能費：

広告宣伝費、販売促進費、コンテンツ関連費等

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

PoC：

Proof of Conceptの略。概念実証。新たなアイデアやコンセプトの実現可能性や効果などについて検証すること

セッション数：

特定の期間内にWebサイトに訪問したユーザーの訪問回数

参照流入：

ユーザーがWebサイトを訪れる経路の種類のひとつ。All Aboutは、複数の外部メディアにコンテンツを提供しているが、その外部メディアへの掲載コンテンツ経由でAll Aboutに来訪すること

個人を豊かに、社会を元気に。

All About

Group