

2023年3月期 決算説明資料

2023. 5. 10

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考える考え方】

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

All About
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

All About
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
ふるさと納税 百選

d払い
d払い
ネットショッピング

「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

- ・ 取扱高および売上高は両セグメントとも伸長。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*の実施により営業減益
- ・ Q3決算時に業績予想を下方修正。ほぼ想定内で着地

Summary

3

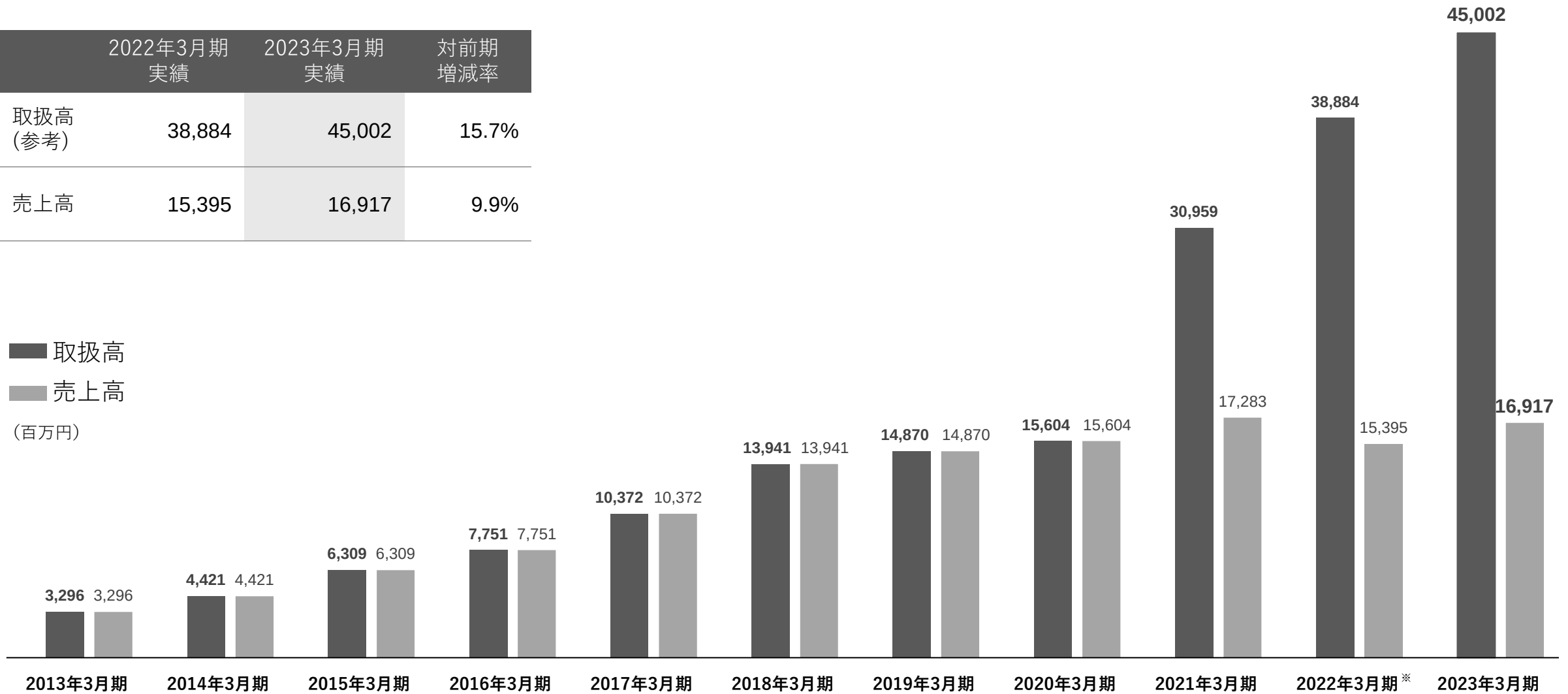
- ・ 戦略投資は費用対効果を考慮し機動的に実行。前期比増加も計画比で減少
- ・ 戦略的取り組みは着実に進行

1 連結取扱高と売上高の推移

取扱高、売上高ともに前期比で増収達成

	2022年3月期 実績	2023年3月期 実績	対前期 増減率
取扱高 (参考)	38,884	45,002	15.7%
売上高	15,395	16,917	9.9%

■ 取扱高
■ 売上高
(百万円)



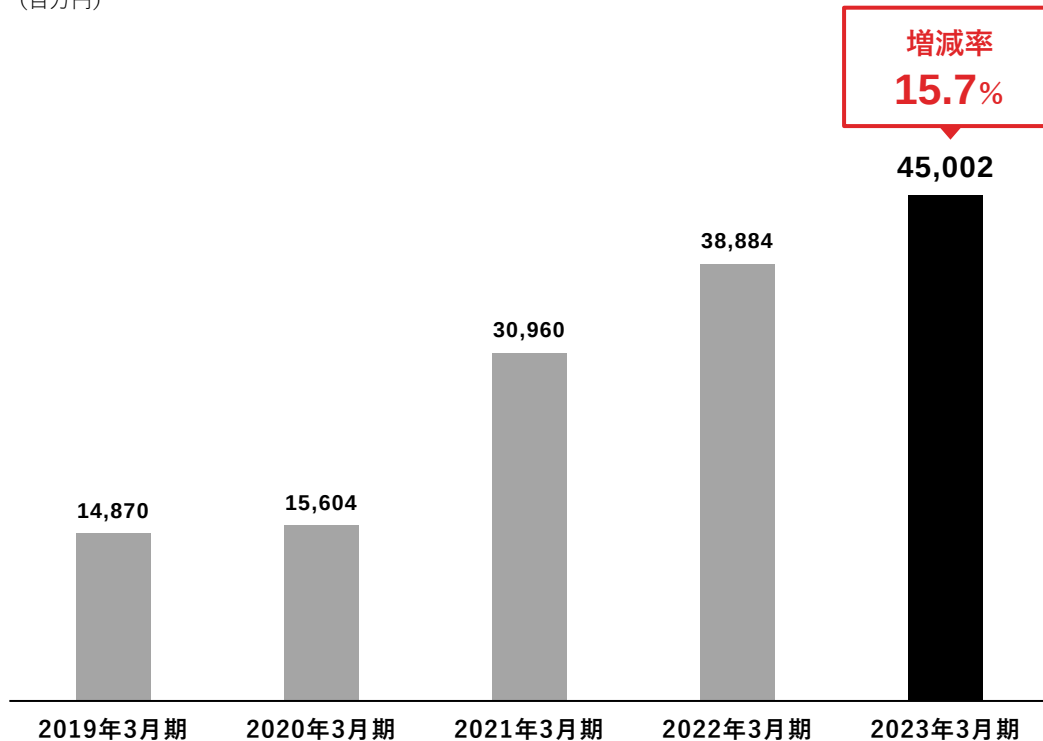
※2022年3月期より、「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を適用

1 連結取扱高の推移

両セグメントともに増加、特にコンシューマサービスセグメントは2桁成長

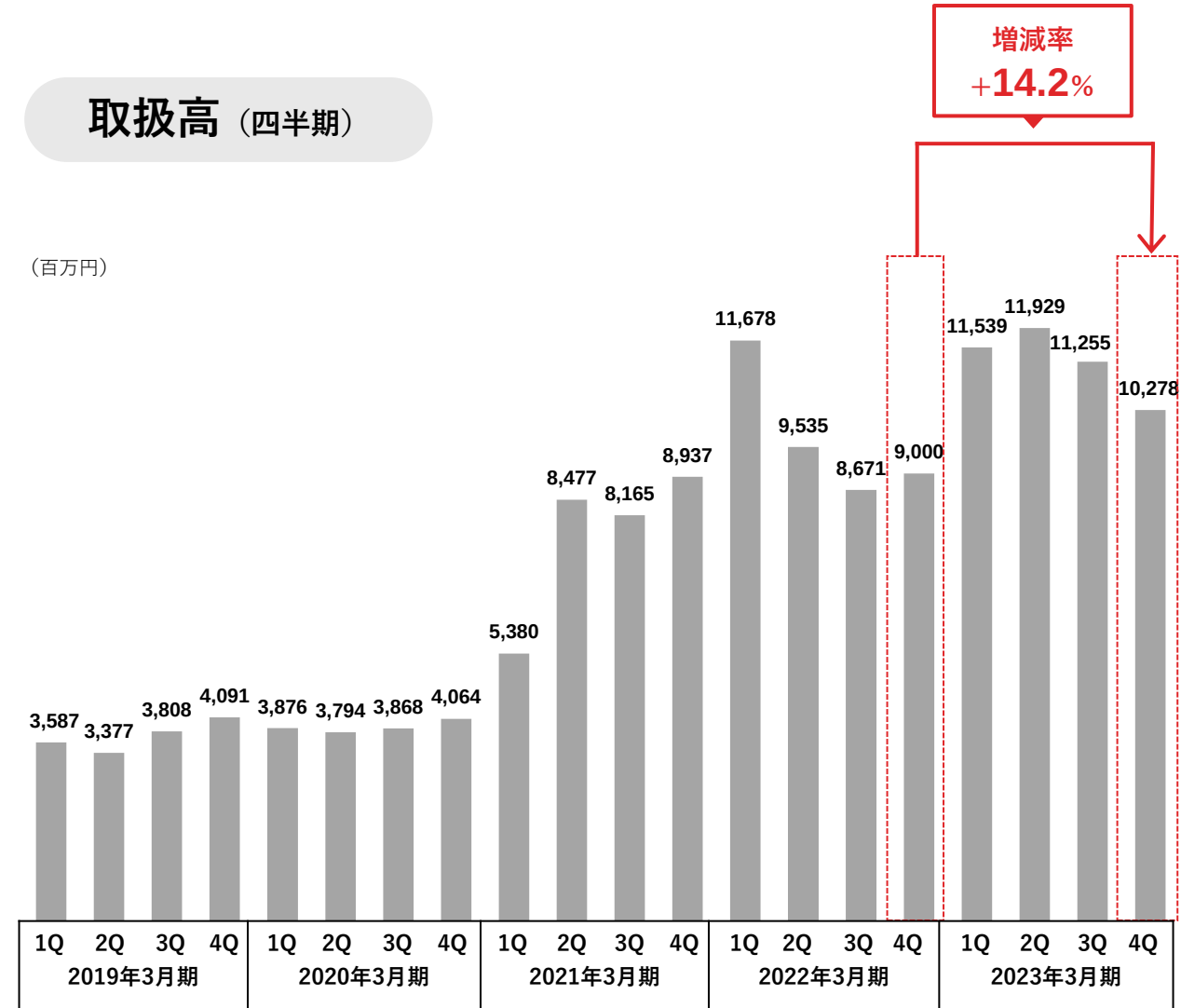
取扱高（通期）

（百万円）



取扱高（四半期）

（百万円）

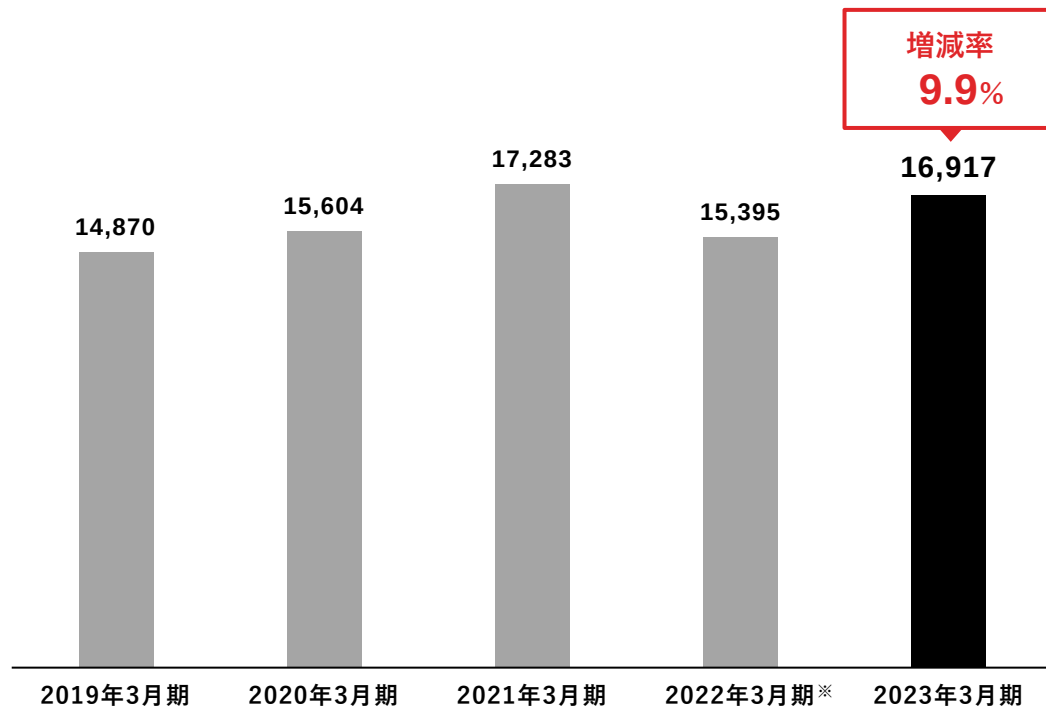


1 連結売上高の推移

両セグメントとも増収

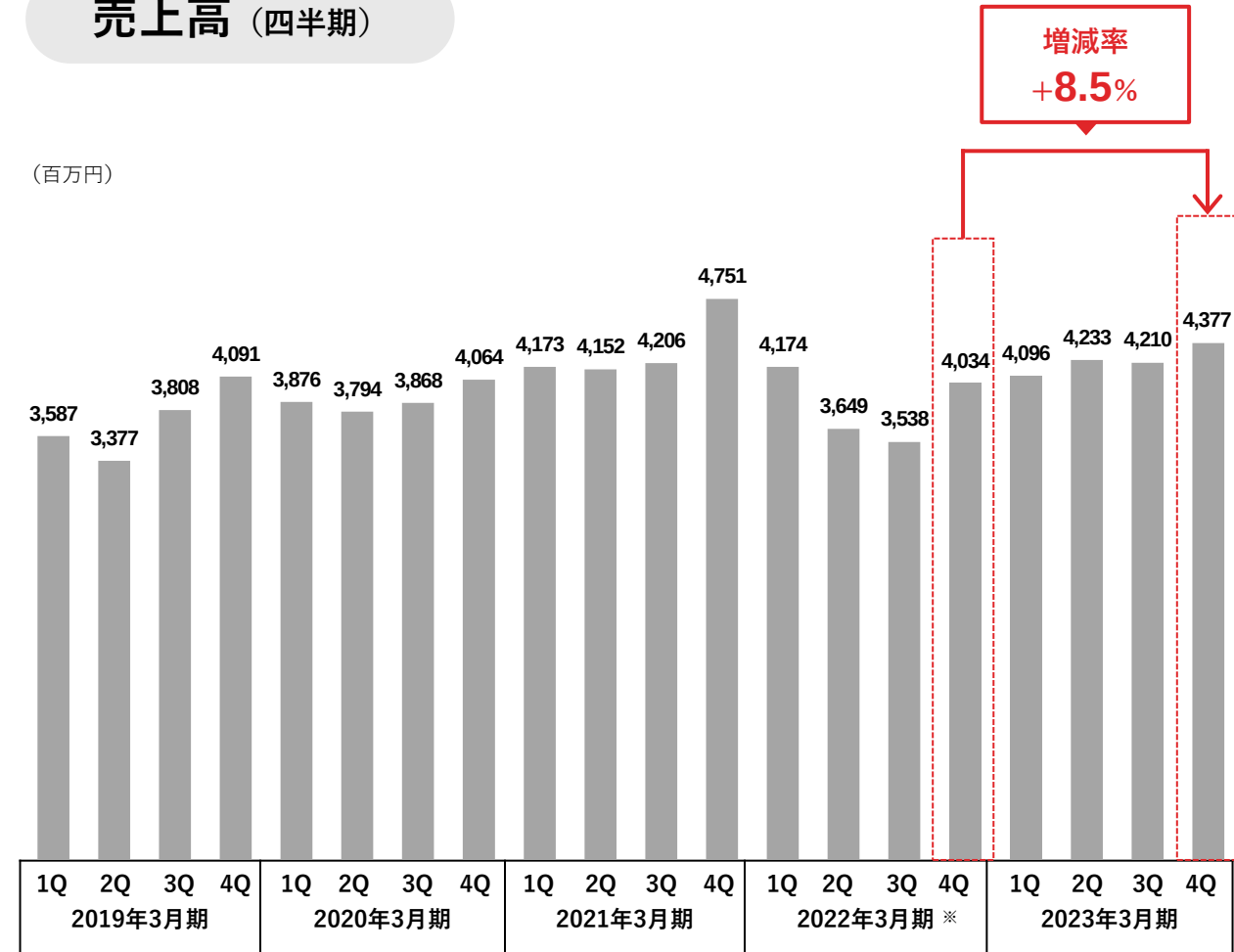
売上高（通期）

（百万円）



売上高（四半期）

（百万円）



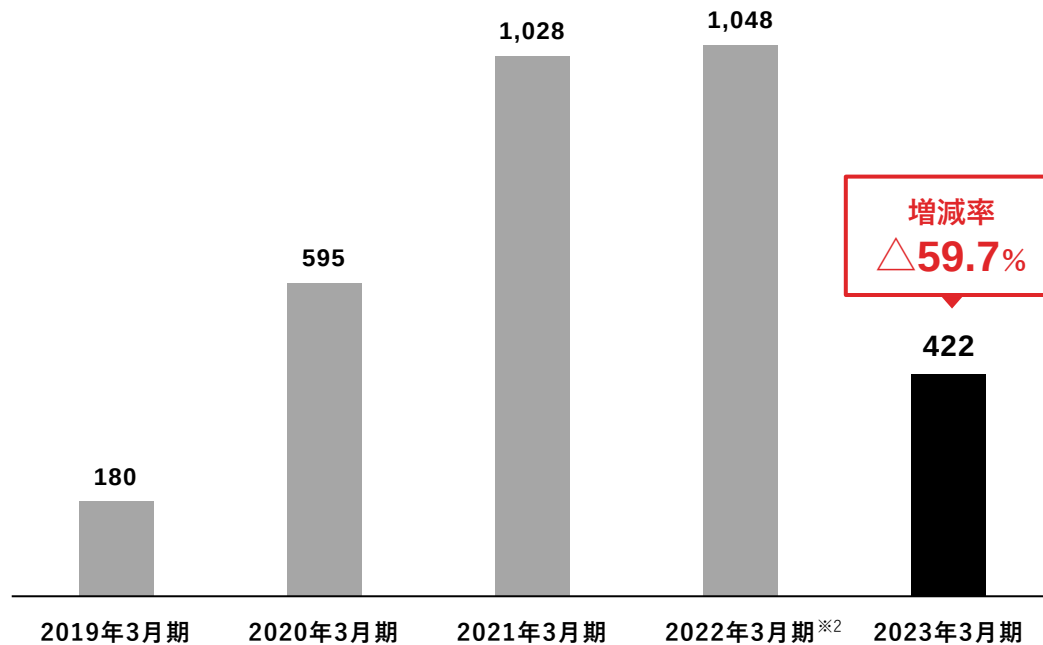
※2022年3月期より、「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を適用

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

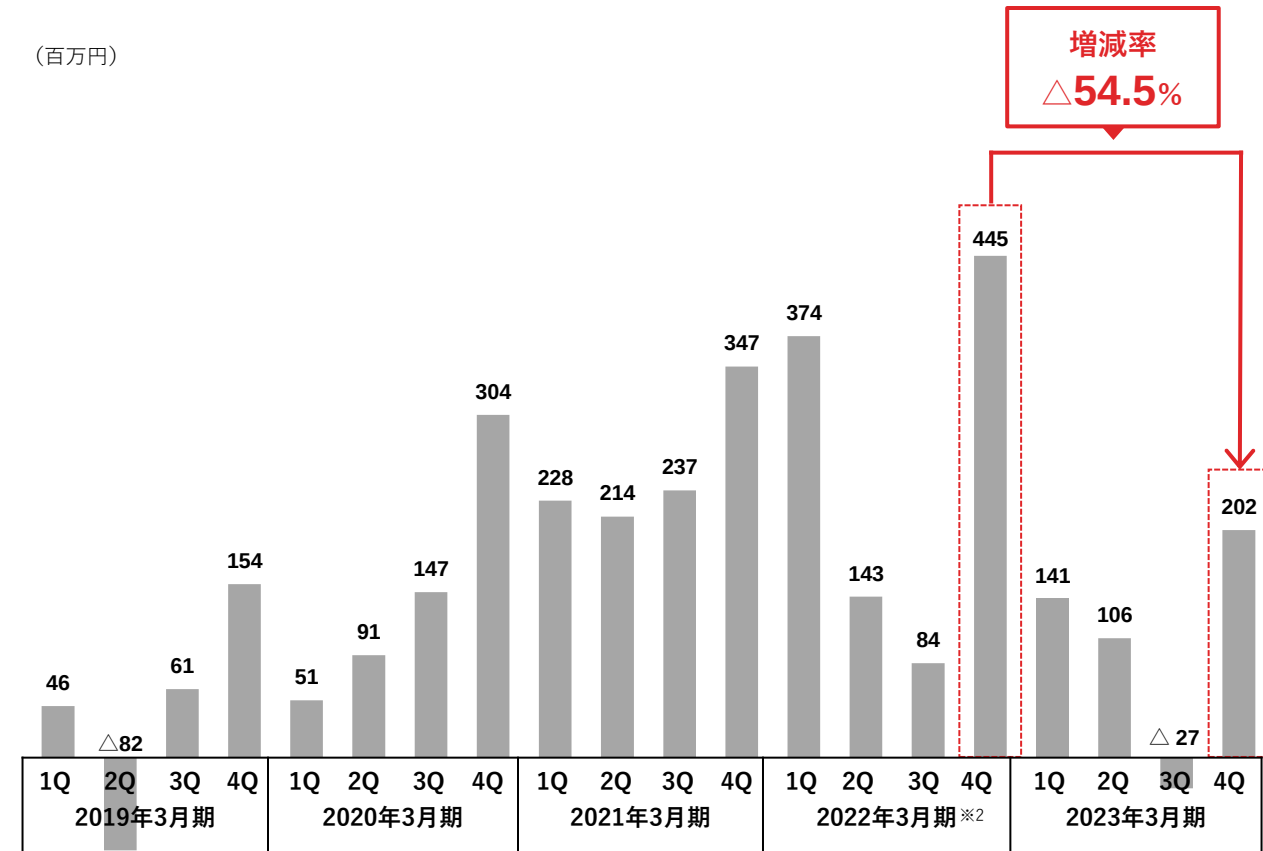
投資調整後営業利益（通期）

（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

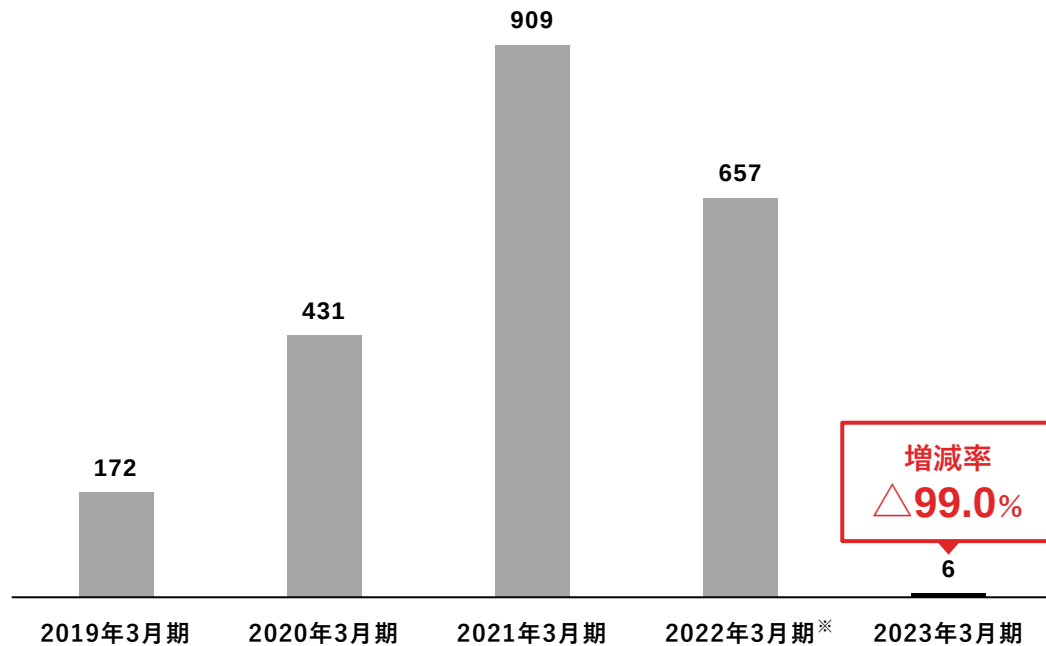
※2：2022年3月期より、「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を適用

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減益

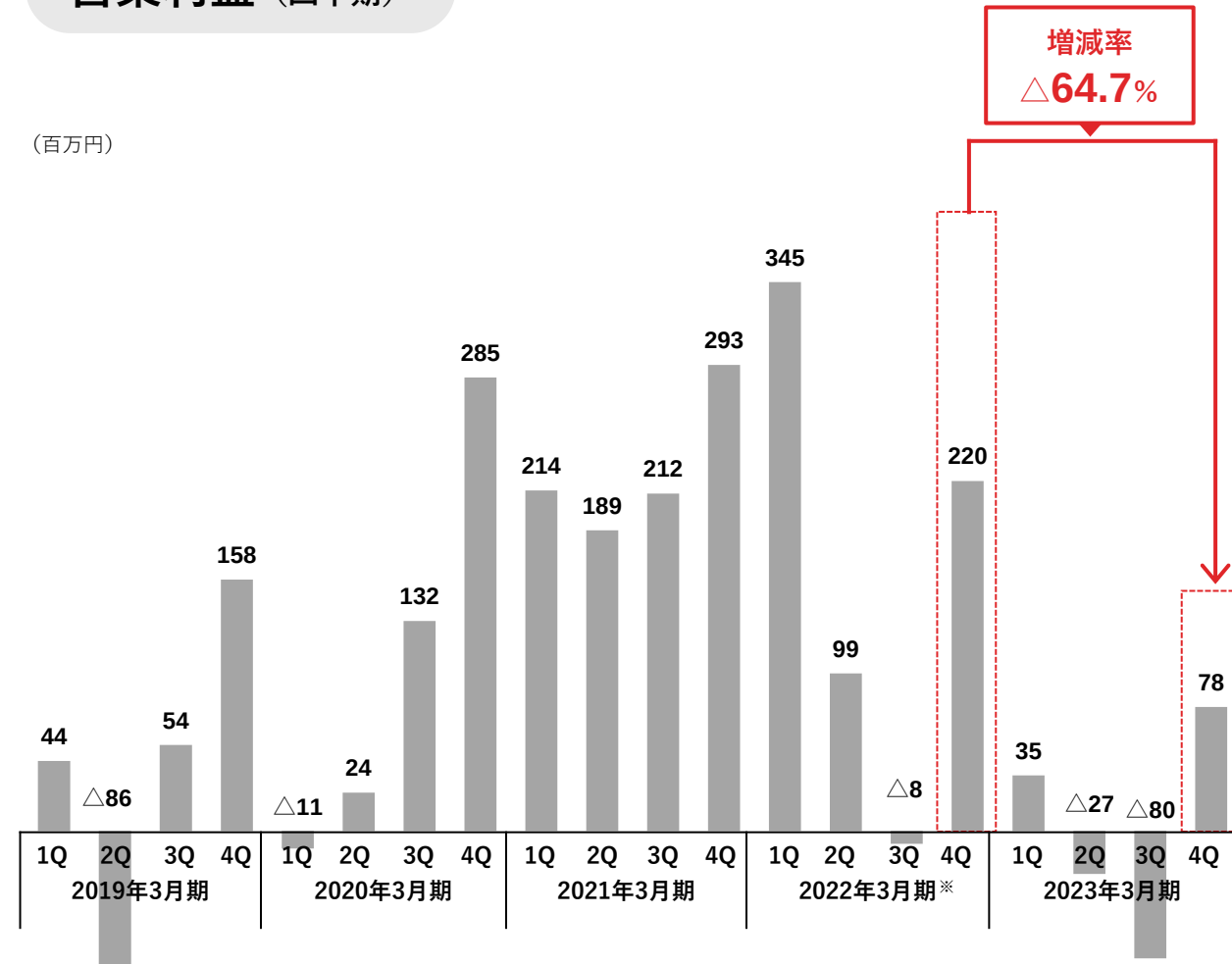
営業利益（通期）

（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、戦略投資実施により営業減益
- ・ 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

45,002百万円

対前期増減率：15.7%増

売上高

16,917百万円

対前期増減率：9.9%増

投資調整後営業利益

422百万円

対前期増減率：59.7%減

営業利益

6百万円

対前期増減率：99.0%減

2023年3月期の決算ハイライト

(百万円)

	2022年3月期	2023年3月期	増減率
取扱高	38,884	45,002	+15.7%
マーケティングソリューション	8,942	9,028	+1.0%
コンシューマサービス	30,041	36,065	+20.1%
売上高	15,395	16,917	+9.9%
マーケティングソリューション	2,390	2,701	+13.0%
コンシューマサービス	13,103	14,308	+9.2%
粗利益^{※1}	4,783	5,110	+6.8%
マーケティングソリューション	1,673	2,009	+20.1%
コンシューマサービス	3,204	3,190	△0.4%
営業費用^{※2}	4,125	5,103	+23.7%
マーケティングソリューション	1,393	1,892	+35.8%
コンシューマサービス	2,320	2,746	+18.4%
営業利益	657	6	△99.0%
マーケティングソリューション	279	116	△58.3%
コンシューマサービス	883	443	△49.8%
投資調整後営業利益^{※3}	1,048	422	△59.7%
マーケティングソリューション	406	316	△22.2%
コンシューマサービス	1,082	577	△46.6%

- ・ 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

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。「PrimeAd BMP」の認定代理店（2022年11月開始）とともに、タイアップの標準化推進

取扱高

9,028百万円

対前期増減率：1.0%増

売上高

2,701百万円

対前期増減率：13.0%増

投資調整後営業利益

316百万円

対前期増減率：22.2%減

営業利益

116百万円

対前期増減率：58.3%減

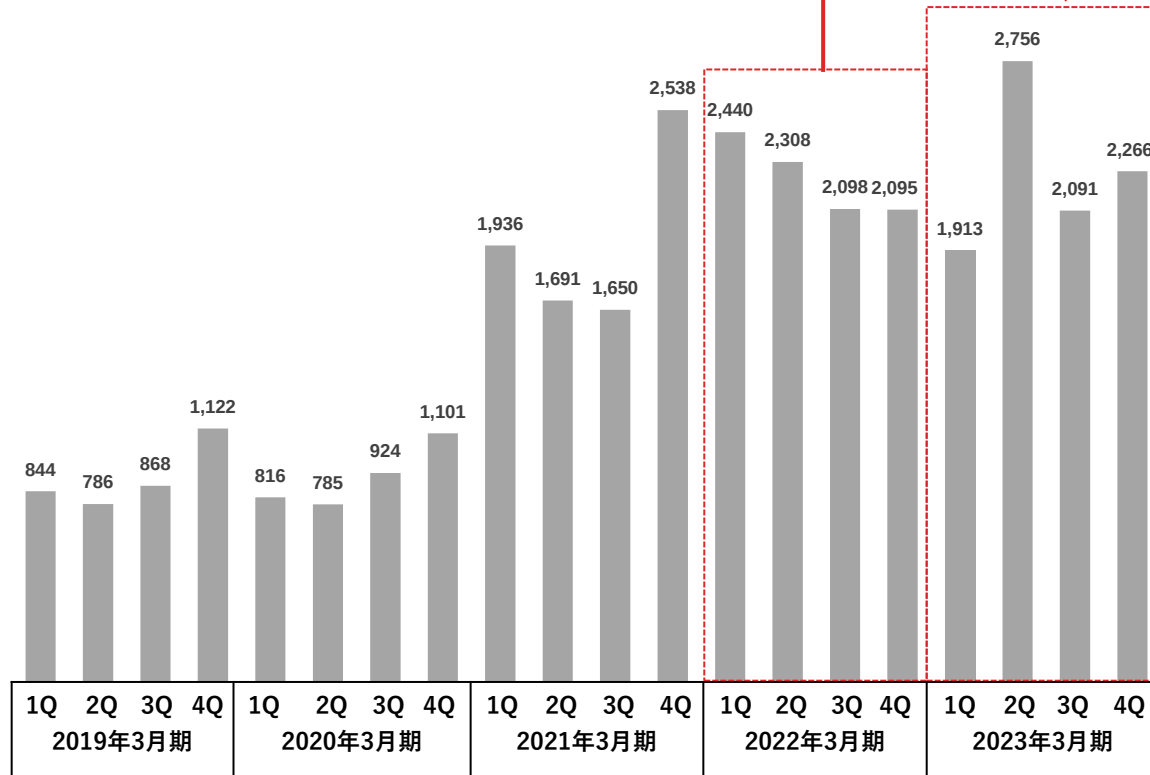
2 マーケティングソリューションの取扱高・売上高※1推移

取扱高：9,028百万円

売上高：2,701百万円

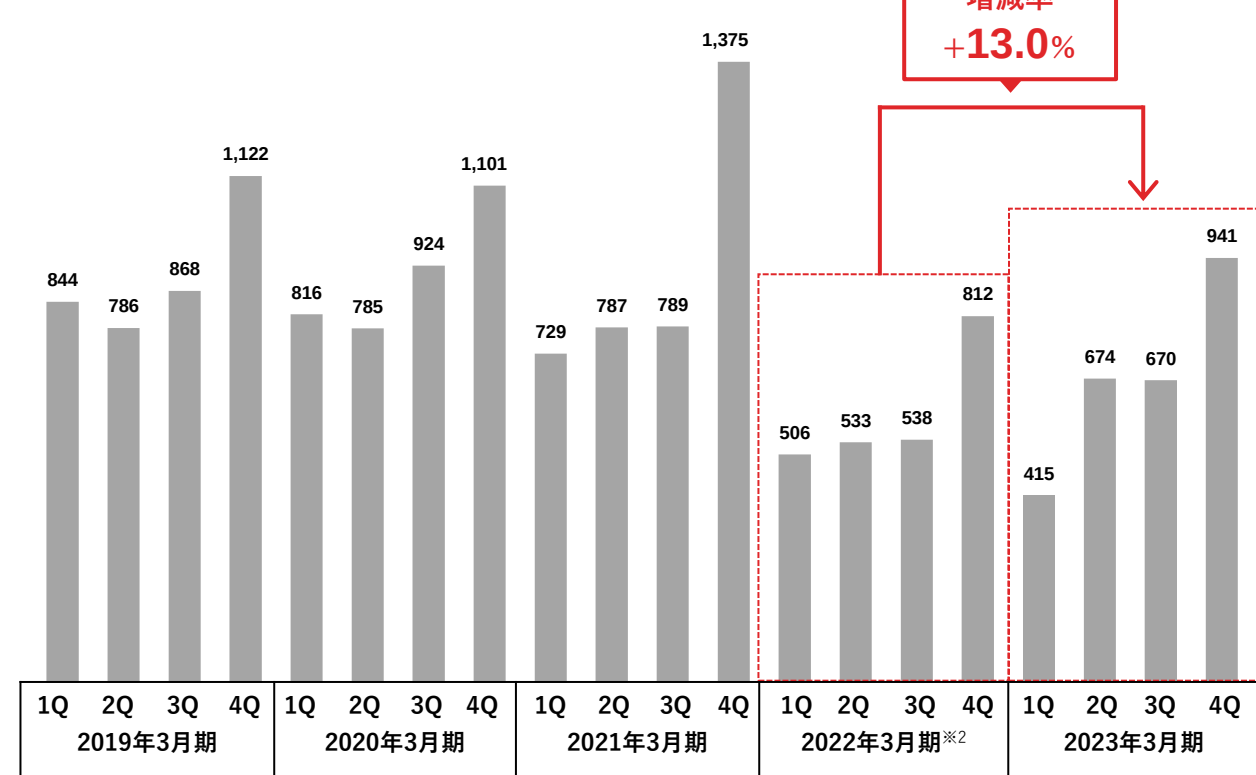
取扱高

(百万円)

増減率
+1.0%

売上高

(百万円)

増減率
+13.0%

※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

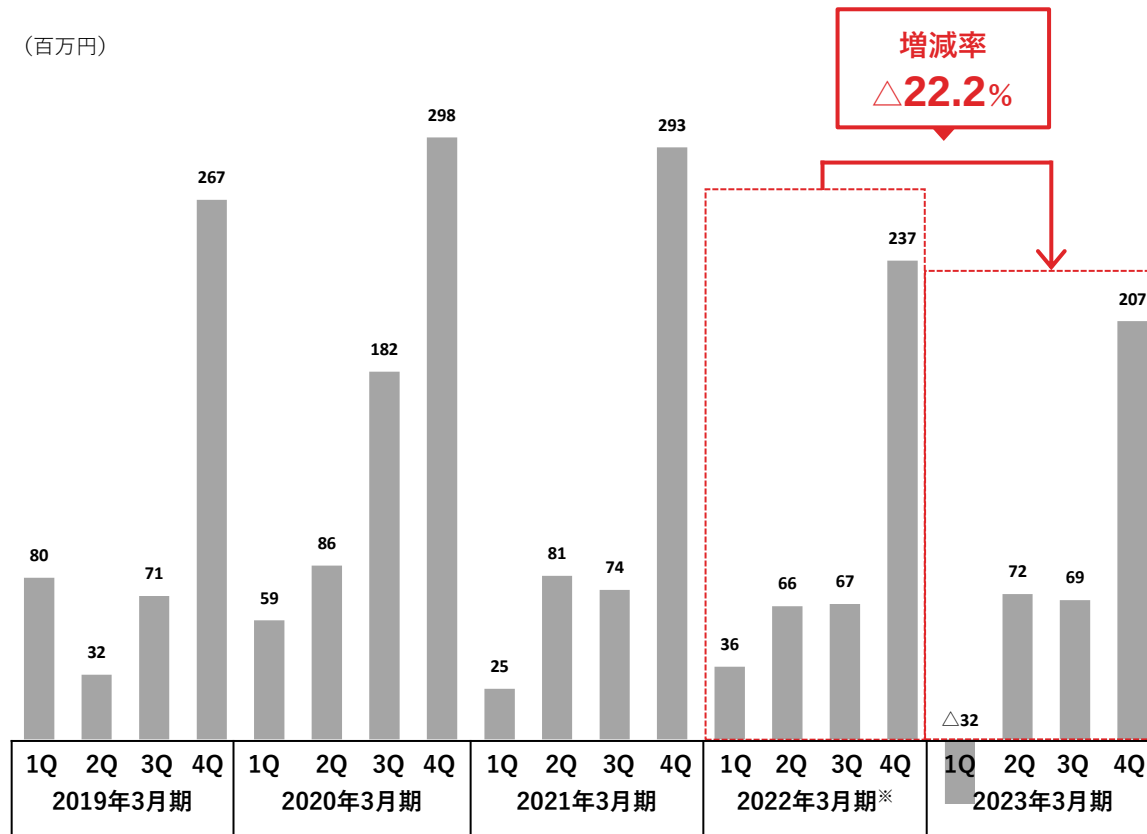
2 マーケティングソリューションの投資調整後営業利益・営業利益

投資調整後営業利益：**316**百万円

営業利益：**116**百万円

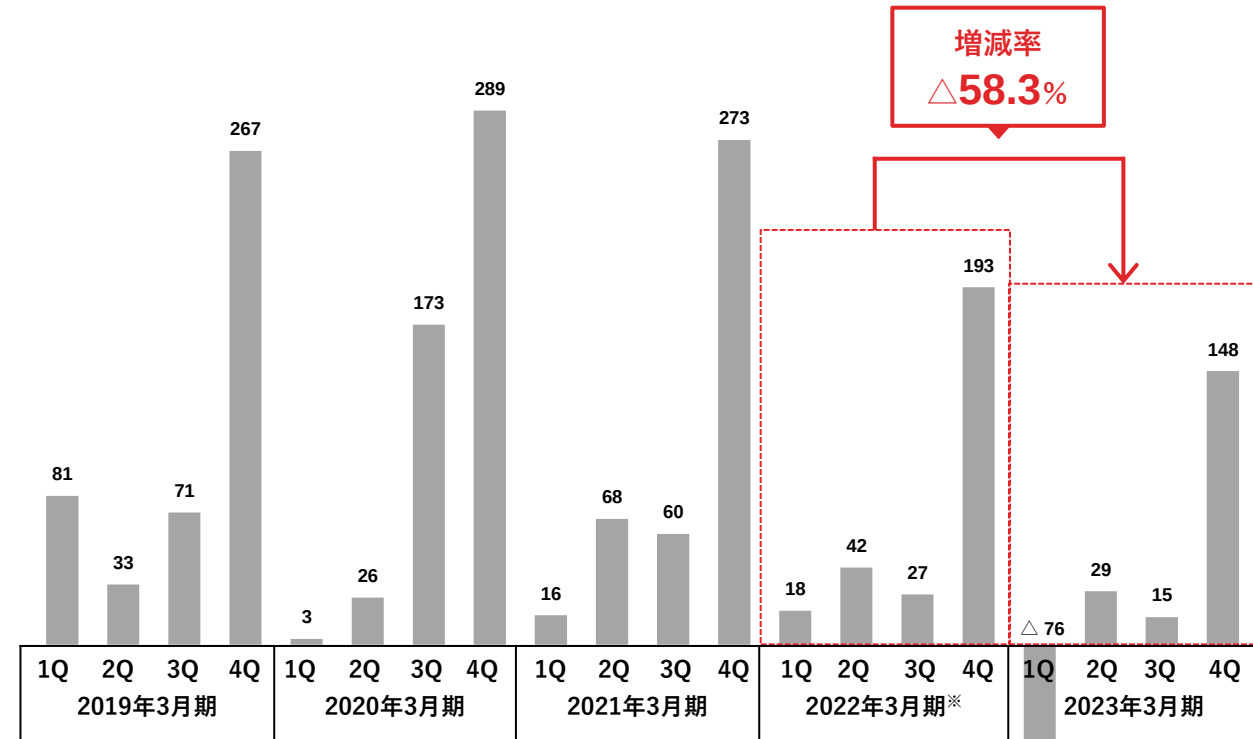
投資調整後営業利益

(百万円)



営業利益

(百万円)

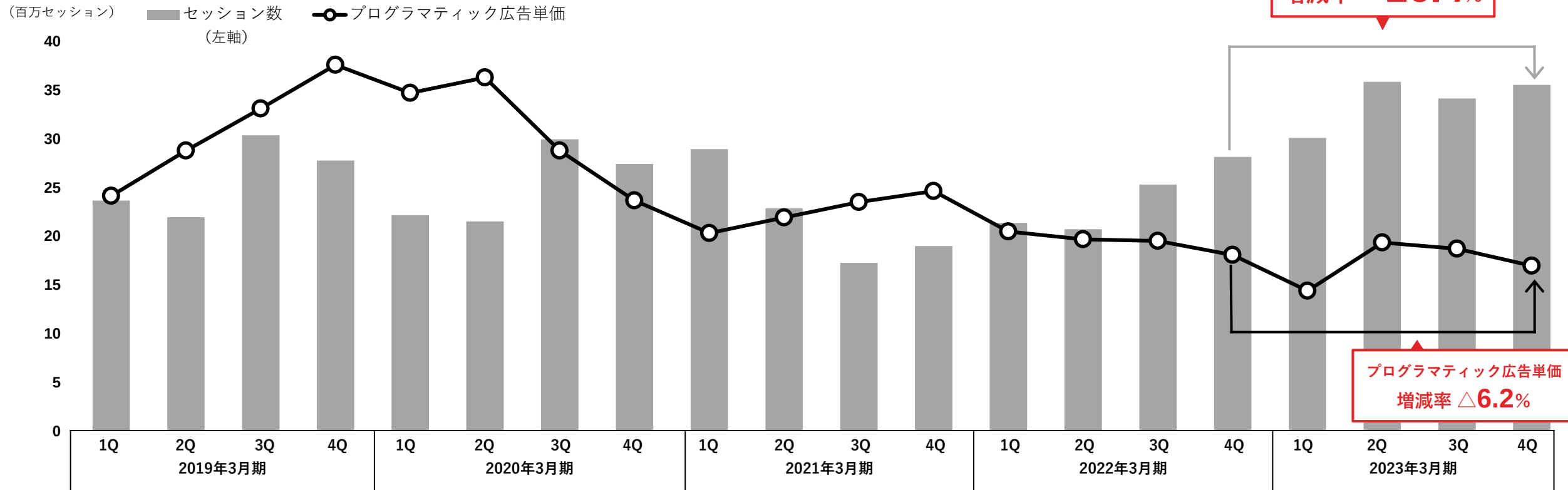


※2022年3月期より、「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を適用

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1.3倍に
- プログラマティック広告単価は、第1四半期以降は改善基調で推移

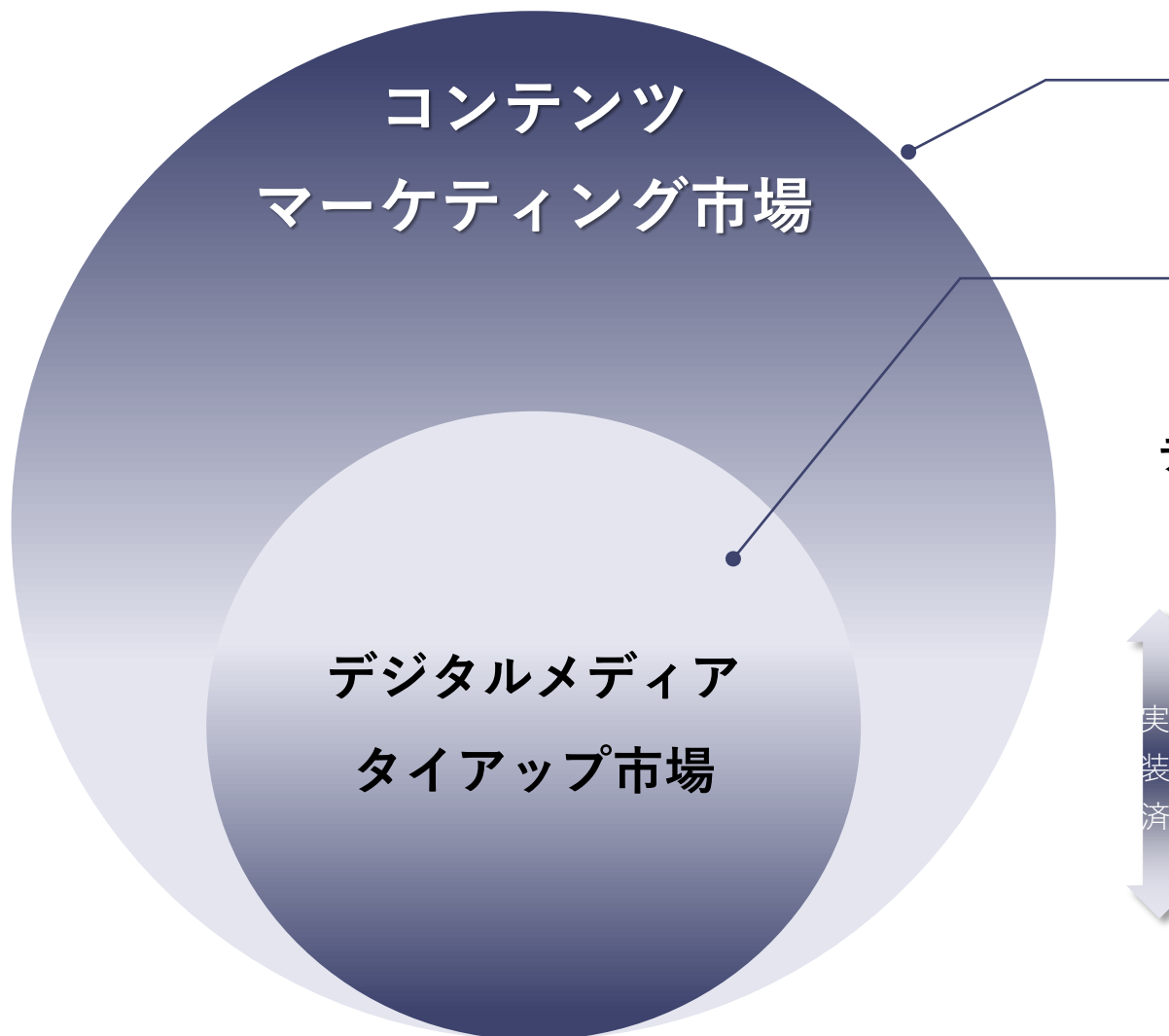
All Aboutのセッション数とプログラマティック広告単価の推移※²



※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

- 当面のターゲットはデジタルメディアタイアップ市場のDX
- PrimeAd BMPの商流確保、デジタルメディアタイアップ市場のシェア拡大



6,000億円市場*

1,000億円市場*

* 当社調べ

デジタルメディアタイアップ市場のシェア拡大に向けた取り組み

PrimeAd：業務の標準化

- 1 仕様、レギュレーション
- 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
- 5 レポートینگ 評価基準／指標
- 6 制作進行業務

標準化に向けた各取り組みを実施

パートナー連携

- 代理店の拡大：中小・地方代理店の開拓

- PrimeAd BMP利用者のアクティブ率向上
2023年3月28日、メディア向けにパブリッシャーサミット開催

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

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
- ・ 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

36,065百万円対前期増減率： **20.1%** 増

売上高

14,308百万円対前期増減率： **9.2%** 増

投資調整後営業利益

577百万円対前期増減率： **46.6%** 減

営業利益

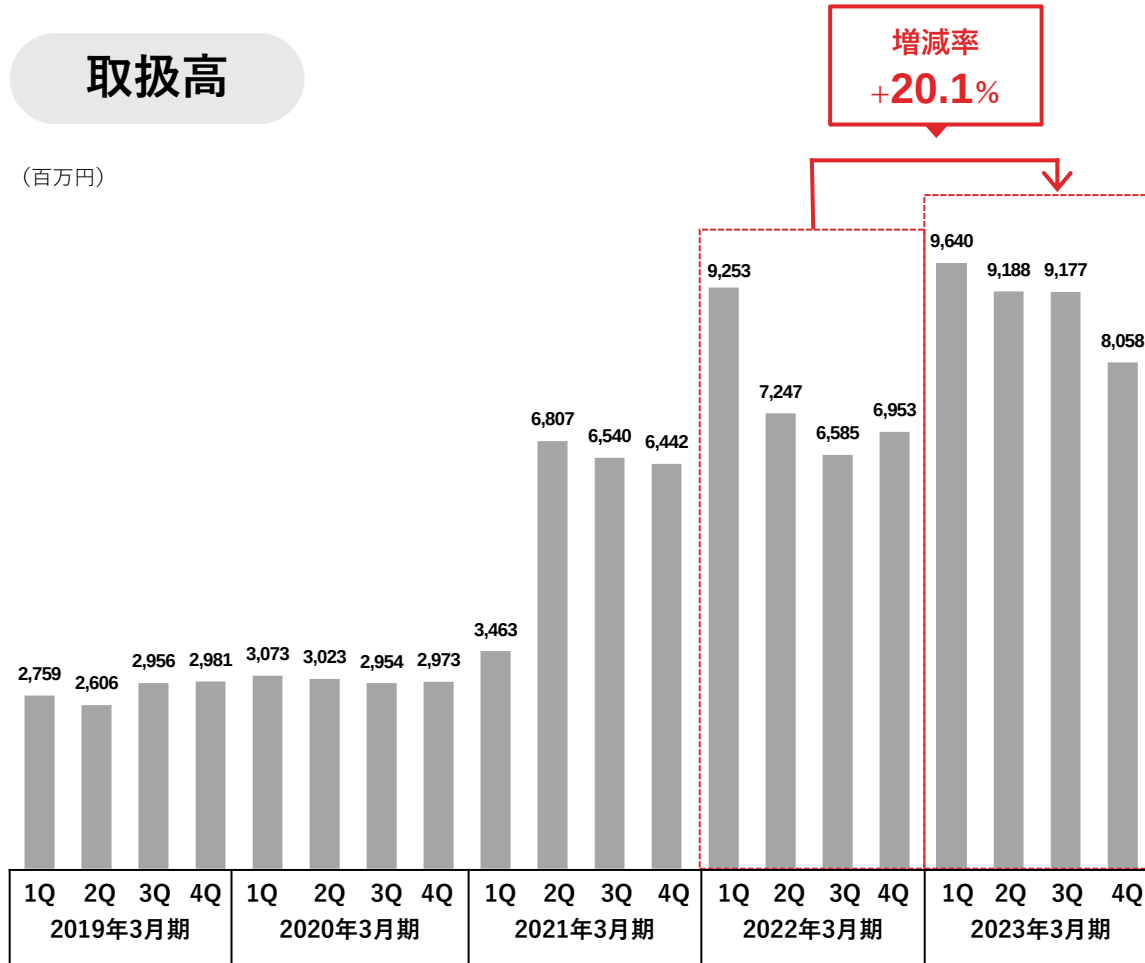
443百万円対前期増減率： **49.8%** 減

2 コンシューマサービスの取扱高・売上高※¹推移

取扱高：36,065百万円

取扱高

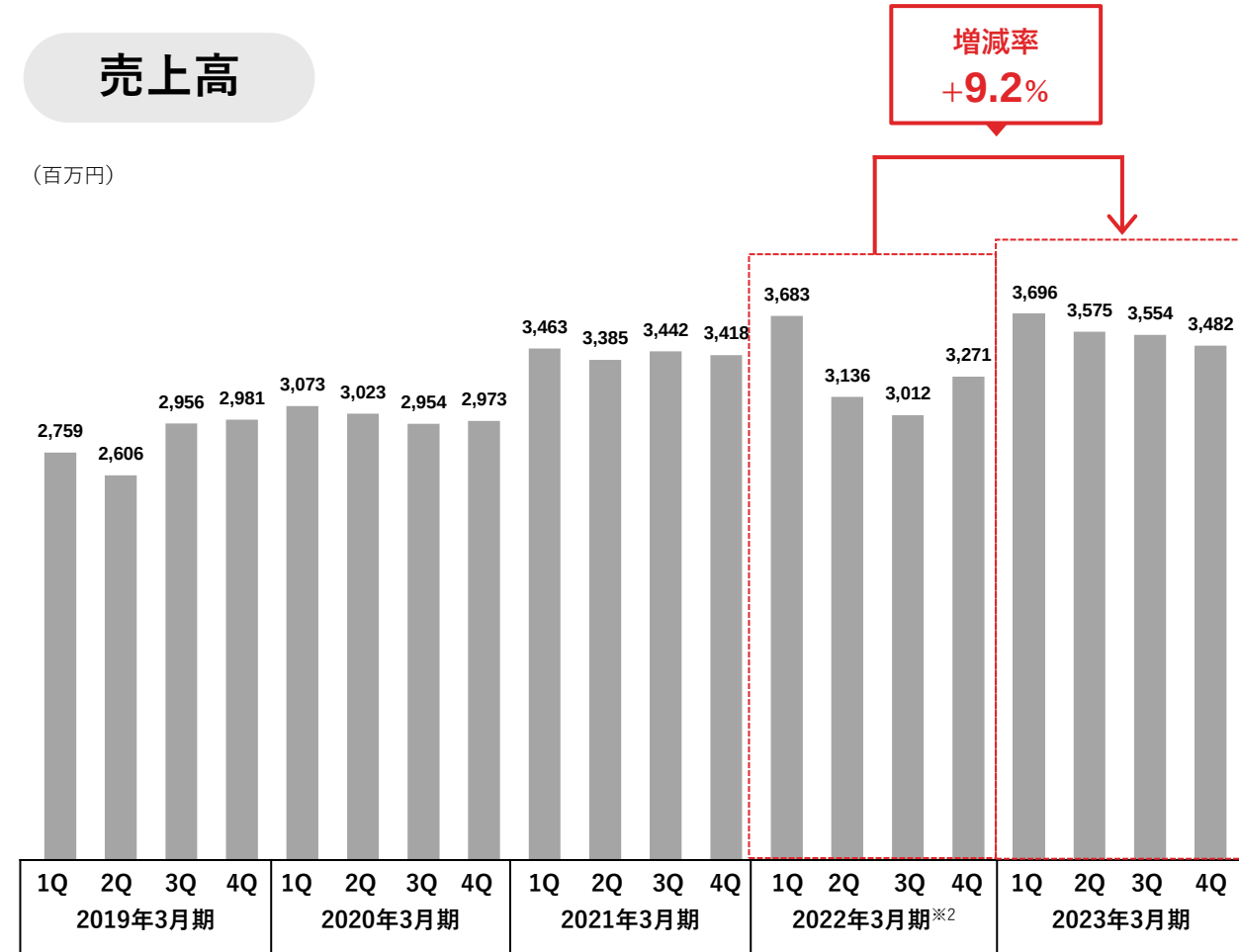
(百万円)



売上高：14,308百万円

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

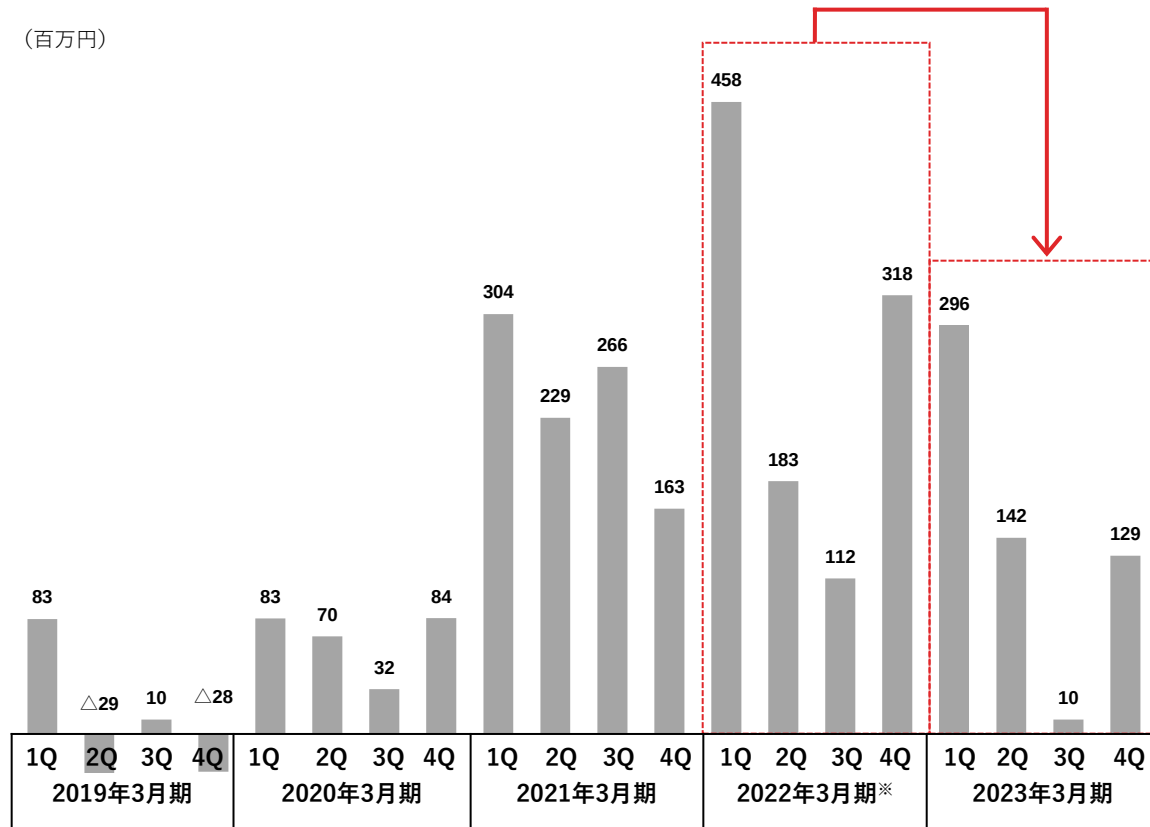
※2：2022年3月期より、「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を適用

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：577百万円

投資調整後営業利益

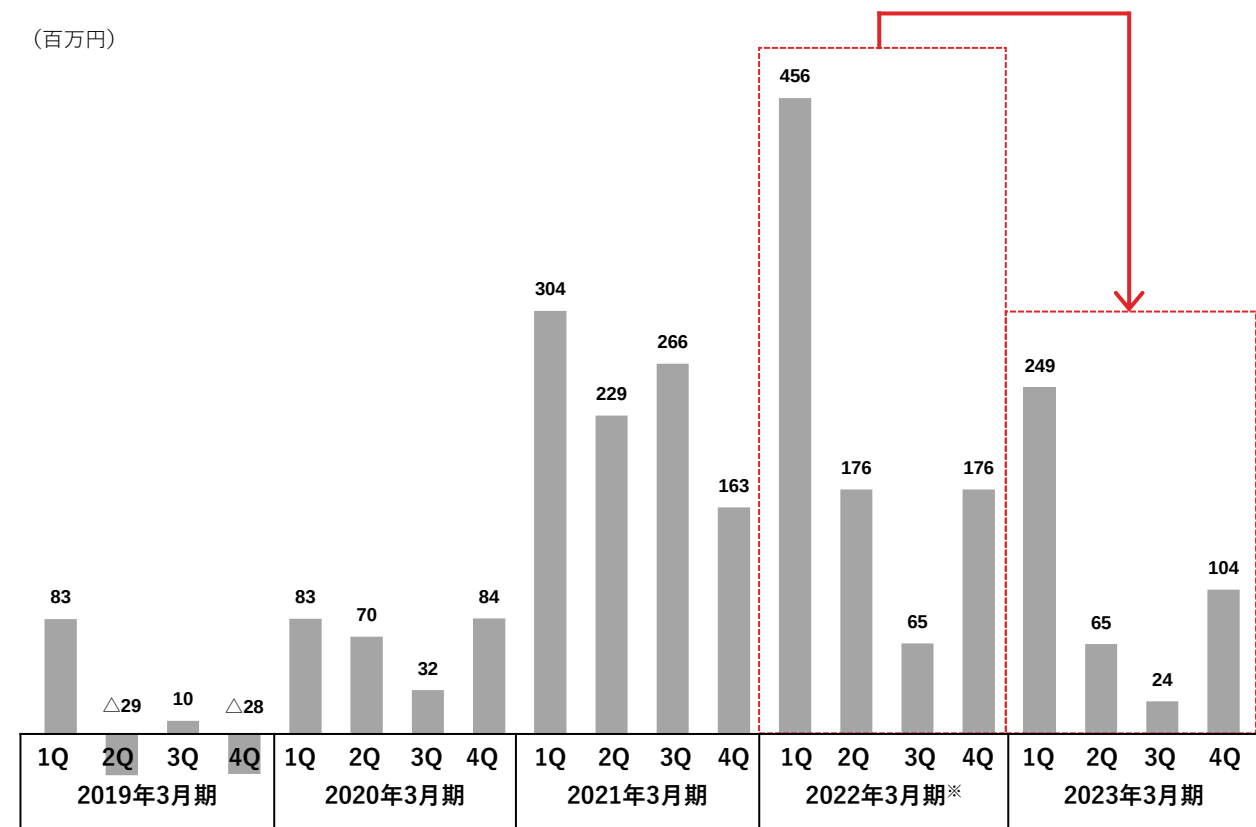
(百万円)

増減率
△46.6%

営業利益：443百万円

営業利益

(百万円)

増減率
△49.8%

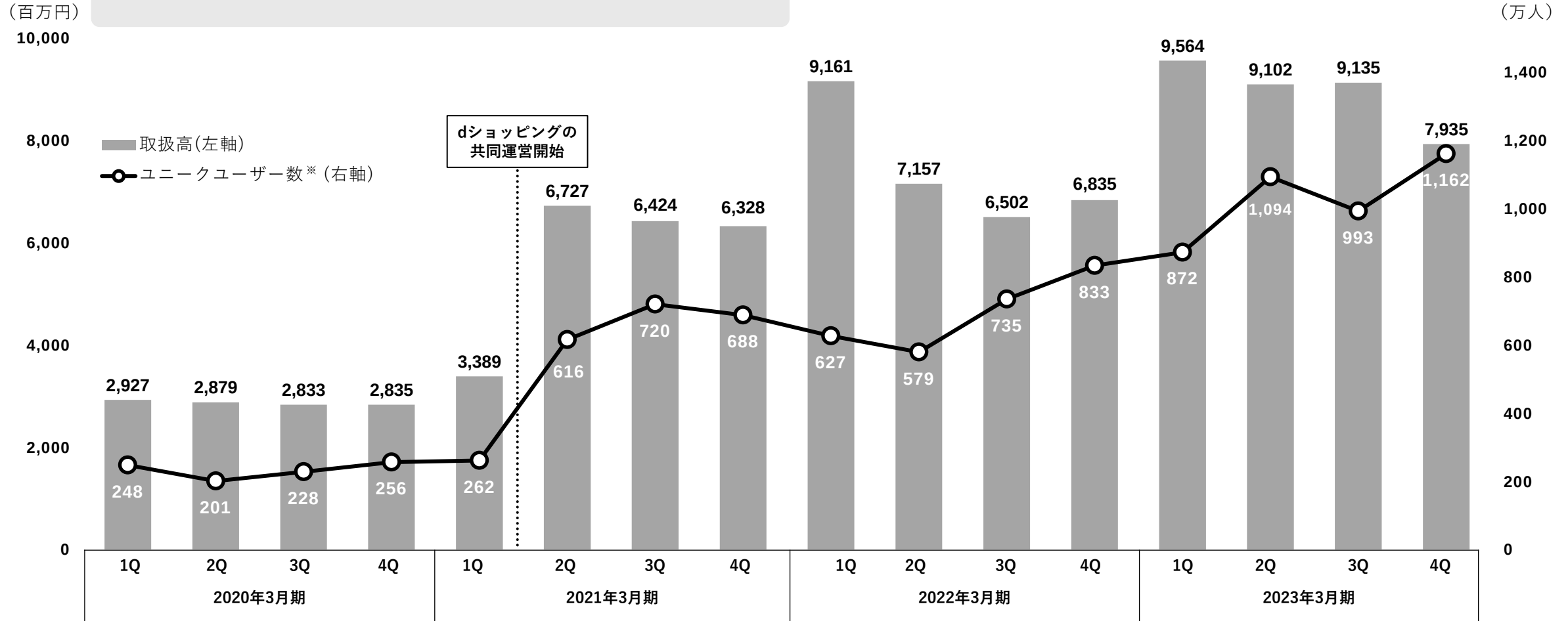
※2022年3月期より、「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を適用

2 トライアルマーケティング&コマース事業の状況

取扱高および
ユニークユーザー数の
四半期別推移

サ
ル
百
貨
店

dショッピング



※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

■ 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

トライアルマーケティング

取り扱いサービス



サンプル百貨店 本店
dショッピング サンプル百貨店
d払い サンプル百貨店

2012年3月～ 2016年7月～ 2021年10月～

商品拡充を通じて
利用者拡大へ

- ・売れ筋商品の拡大
- ・調達先の多様化
- ・サンプリングイベント連携

コマース

取り扱いサービス



ドコモと共同運営
dショッピング内のふるさと納税サービス
d払いミニアプリ内のECサービス

2020年7月～ 2022年10月～ 2023年1月～

【ドコモ連携】
dポイント・dカードと
連携強化

dショッピング 有名店の誘致

ふるさと納税 有力自治体の誘致

d払い dショッピングとの
シナジー強化

マーケティングソリューション

サンプリングイベント：実施回数・規模拡大



日本テレビ放送網との協業



- ・物納CMの利用拡大
- ・Good For the Planet「グップラ」への協賛

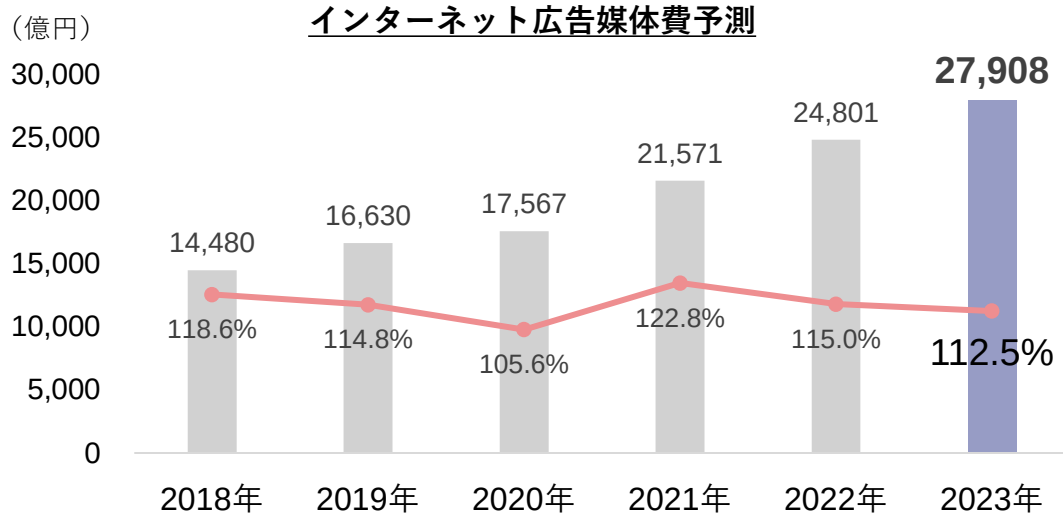


dショッピングにおける出店社向けの販促支援

3

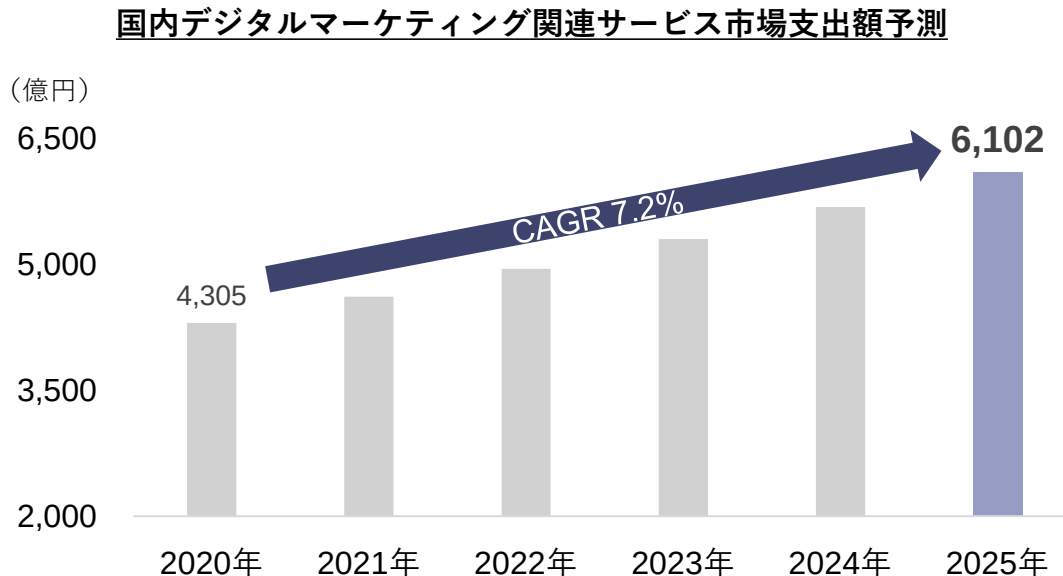
業績見通し

3 環境認識①：インターネット広告・デジタルマーケティング市場



出展：電通「日本の広告費」より当社作成

- ・ 2022年のインターネット広告媒体費は、運用型広告やビデオ（動画）広告の成長などがけん引し、前期比115%の成長
- ・ 2023年も堅調な推移を想定。引き続き2桁成長を持続、2兆7,908億円まで増加する見込み



出展：IDC Japan「国内デジタルマーケティング関連サービス市場支出額予測、2020年～2025年」より当社作成

+ デジタルマーケティング市場は引き続き拡大傾向

- デジタルマーケティングをやっていない企業・部署の活用増
- SNS・動画伸長、ミドルファネル、オウンド伸びしろ
- デジタル・IT商材も増加
- あらゆる業界がDX化

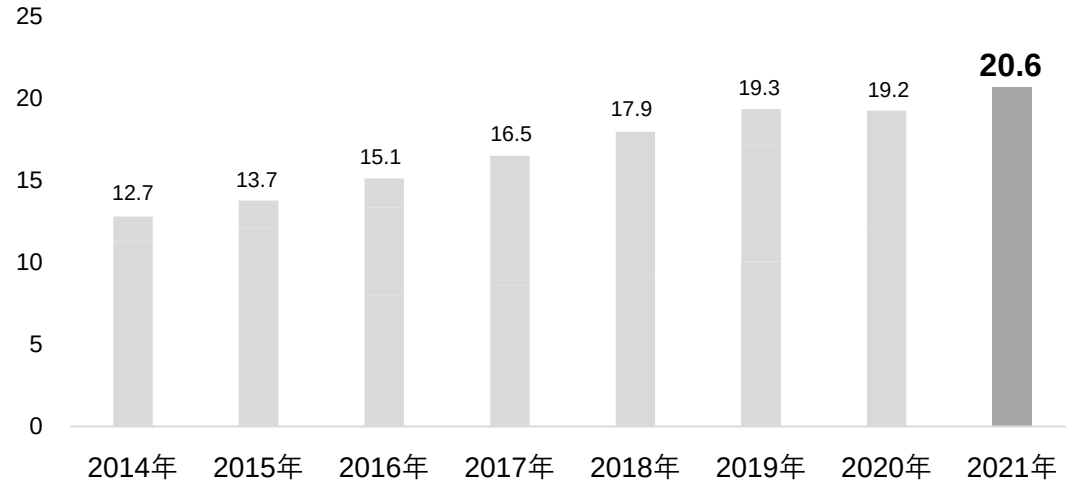
-

- プライバシー規制：Cookie問題、iOS、GDPR等
- 人材不足
- 運用型偏重：マーケット疲弊
- 競合激化：SNS、インフルエンサー、決済、ポイント領域販促シフト
- プログラマティック広告単価は調整フェーズ

環境認識②：ECビジネス市場

(兆円)

BtoC-EC市場規模の経年推移



出展：経済産業省「電子商取引に関する市場調査」

物販系分野のBtoC-EC化率

書籍、映像・音楽ソフト	46.20%
生活家電、AV機器、PC・周辺機器等	38.13%
生活雑貨、家具、インテリア	28.25%
食品、飲料、酒類	3.77%

出展：経済産業省「電子商取引に関する市場調査」

+

- ・ 日本国内の（BtoC）EC市場規模は20.7兆円
（前年19.3兆円、前年比7.35%増）
- ・ コロナ影響が強まる前の2019年の市場規模以上
- ・ 物販系分野は高成長率（全体+7.35%、物販系+8.61%）
- ・ 「食品、飲料、酒類」の市場規模は2兆5,199億円
（前年比14.1%増）、伸びしろは引き続き十分ある状況

—

- ・ 在庫調整の難易度増
- ・ 2024年問題⇒粗利の圧迫
- ・ 新たなプレイヤー参入
- ・ 消費のセンチメント（物価高・インフレ・先行き不安等）

1

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構築

2

取扱高の拡大を図りつつ、粗利構造も強化のフェーズ

3

- ・ 戦略投資を進化させながら継続
- ・ 戦略投資を除いた（既存）事業群（投資調整後営業利益※）の継続成長を追求

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

(百万円)	2023年3月期 実績	2024年3月期 通期予想	対前期 増減率
取扱高（参考）	45,002	49,370 ～51,960	9.7% ～15.5%
売上高	16,917	17,890 ～18,850	5.7% ～11.4%
営業利益	6	200 ～400	-
経常利益	20	200 ～400	866.1% ～-
親会社株主に帰属する 当期純利益	△82	90 ～210	-

マーケティングソリューション

- ・メディア事業の継続伸長、タイアップ広告受注の向上等により既存事業は改善基調へ
- ・PrimeAd BMPの商流確保。代理店・メディア等パートナー連携深め事業拡大
- ・成長領域への投資を継続しつつ増収増益を目指す

コンシューマサービス

- ・商品調達・出店社の拡充を継続
- ・ドコモ経済圏向けのマーケティング投資は今期も機動的に実行
- ・取扱高・売上高の積極拡大を図りつつ、粗利構造の強化も推進

※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	2023年3月末	差異
流動資産	6,223	5,879	△344
固定資産	1,711	2,193	482
資産合計	7,934	8,072	138

【負債の部】			
流動負債	2,829	3,092	263
固定負債	118	121	3
負債合計	2,947	3,214	266

【純資産の部】			
株主資本	4,604	4,475	△129
新株予約権	6	6	△0
非支配株主持分	374	378	3
純資産合計	4,987	4,858	△128

【流動資産の減少の主な要因】

- ・ 固定資産取得等による現預金の減少 (△797百万円)
- ・ 未収入金の増加 (+375百万円)

【固定資産の増加の主な要因】

- ・ 投資有価証券の増加 (+193百万円)
- ・ ソフトウェアの増加 (+328百万円)

【流動負債の増加の主な要因】

- ・ 未払金の増加 (+345百万円)
- ・ 未払法人税等の減少 (△47百万円)

【株主資本の減少の主な要因】

- ・ 親会社株主に帰属する当期純損失 (△82百万円)
- ・ 配当による減少 (△95百万円)

連結キャッシュ・フロー計算書

(百万円)

	2023年3月期
営業活動によるキャッシュ・フロー	143
投資活動によるキャッシュ・フロー	△852
財務活動によるキャッシュ・フロー	△89
現金及び現金同等物の増減額（△は減少）	△797
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	1,900

【営業活動によるキャッシュ・フロー】

- ・ 主な増加：減価償却費（+304百万円）
売上債権増（+149百万円）
- ・ 主な減少：法人税等の支払（△121百万円）

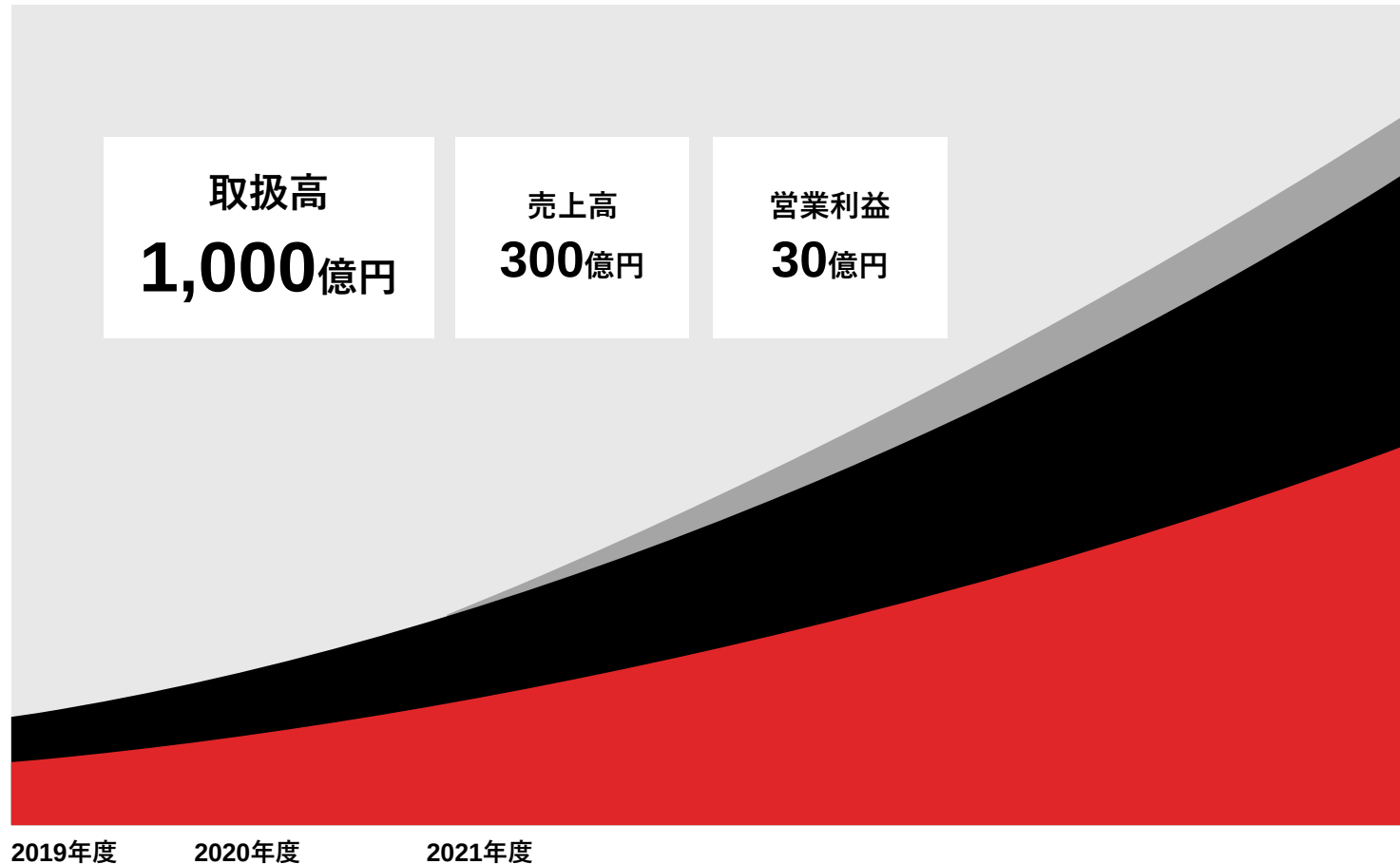
【投資活動によるキャッシュ・フロー】

- ・ 主な支出：ソフトウェア等の無形固定資産の取得（△634百万円）
投資有価証券の取得（△200百万円）

【財務活動によるキャッシュ・フロー】

- ・ 主な支出：配当金の支払（△94百万円）

将来の成長イメージ（取扱高）



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

- 今後も伸長する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、コマース、マーケティングソリューション事業を複合し、顧客への支援領域を拡充

社会背景

- 新型コロナウイルス影響の緩和が進み、経済的な復活も進行
- 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
- 国、企業、個人の自立の必要性 ・ 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）postコロナ時代の新しい生活様式、自立力の獲得 / （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	・ 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	12.88億円（2023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120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

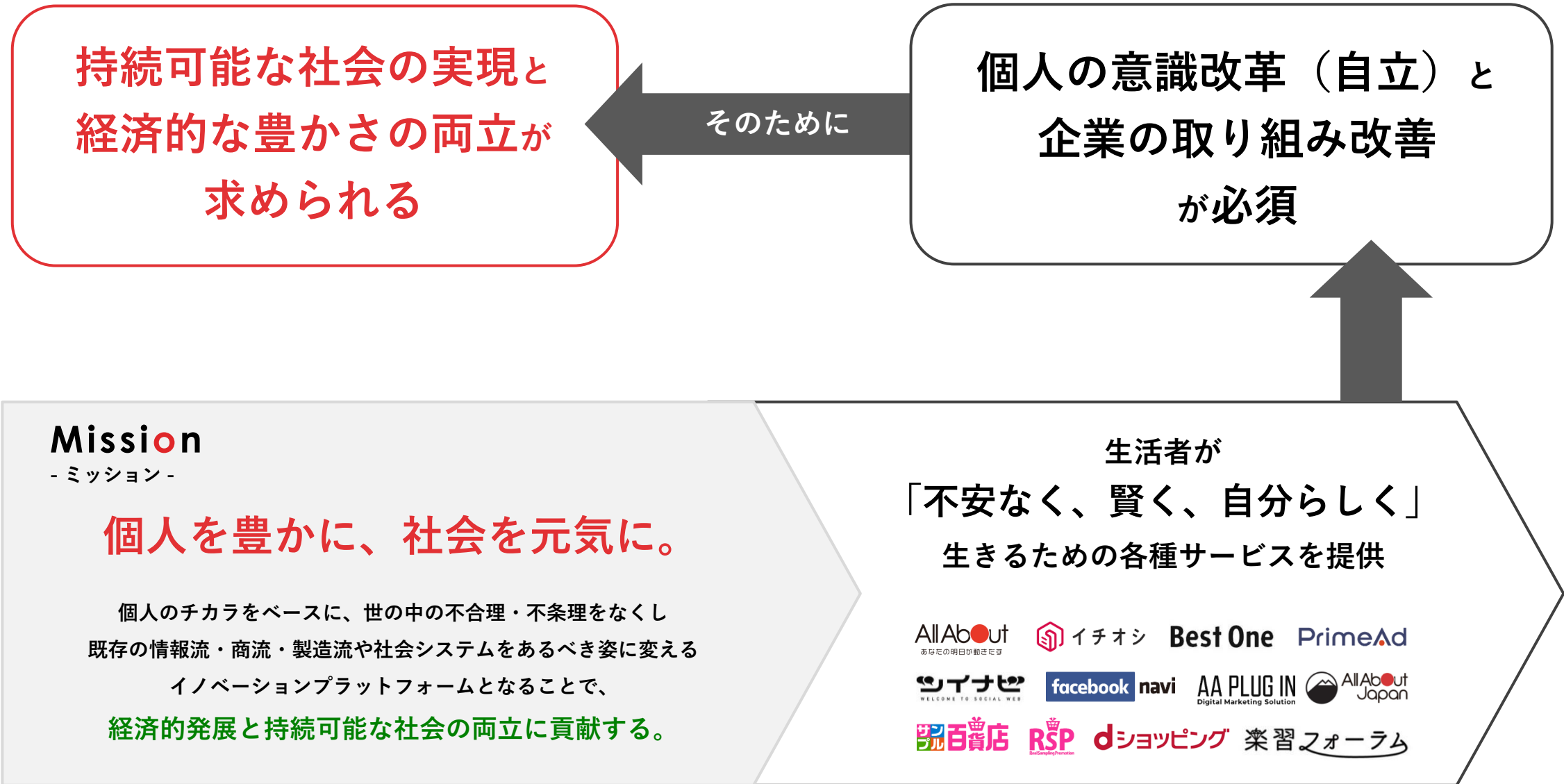
株式会社LMサービス

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



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



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

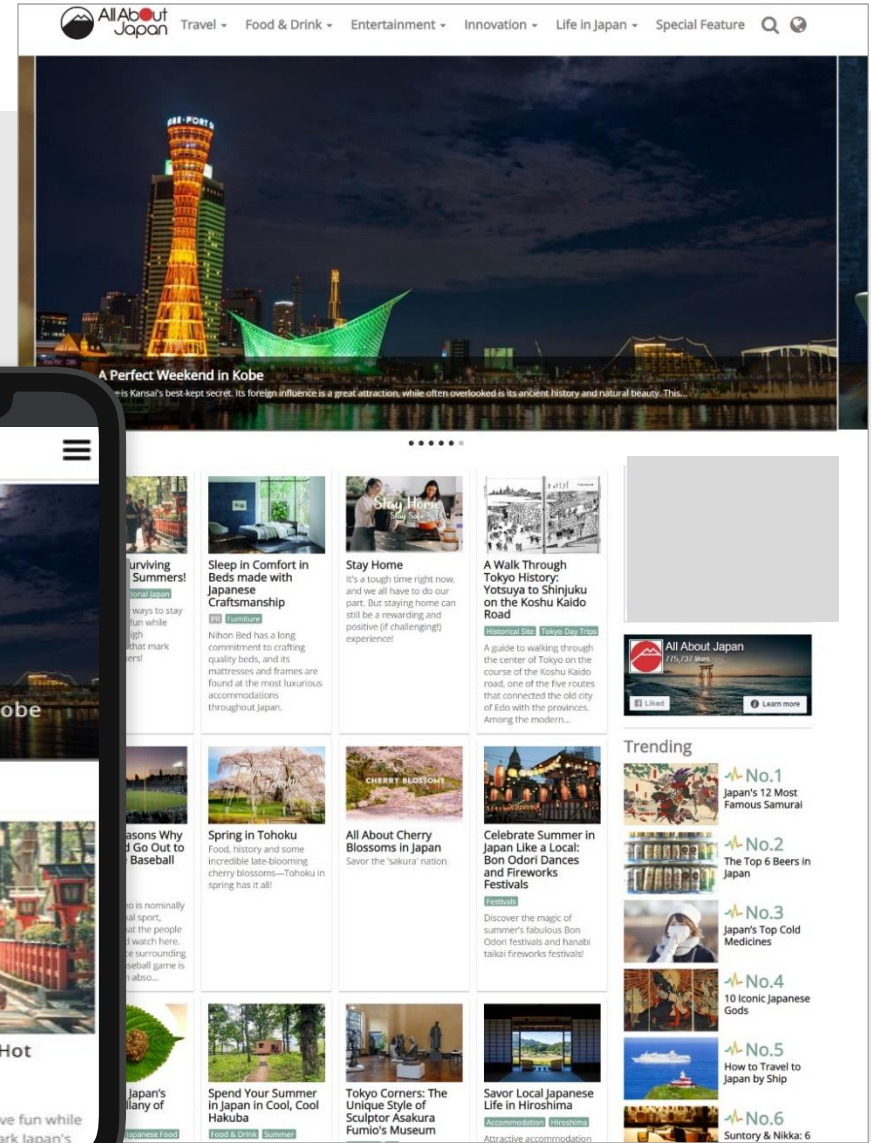
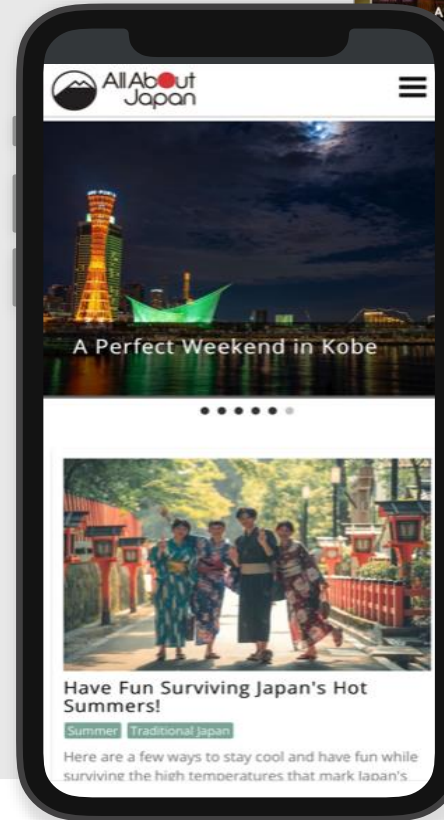
累積記事本数
10,000本超

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

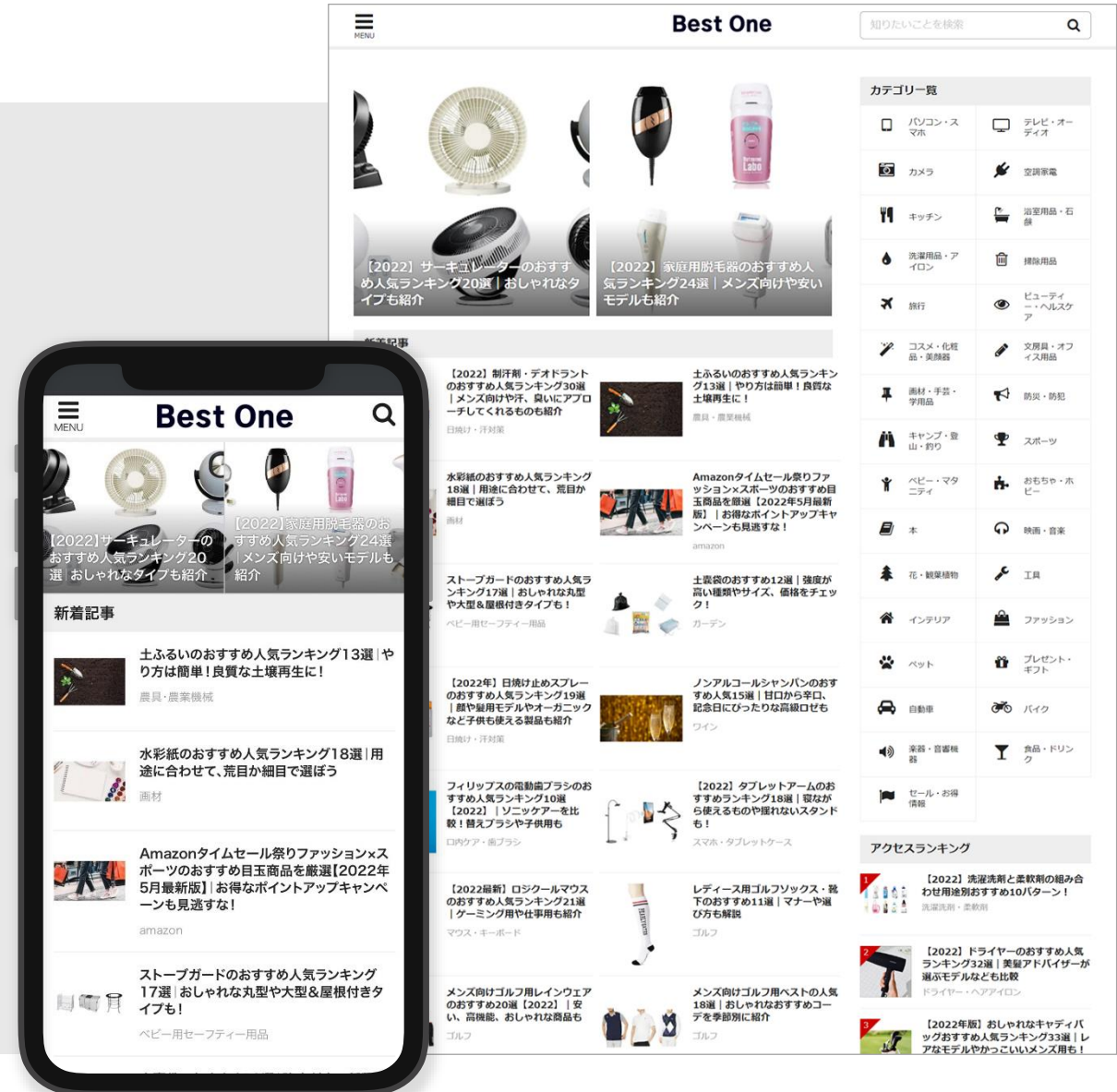


ベストが見つかるおすすめ情報メディア「Best One」

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

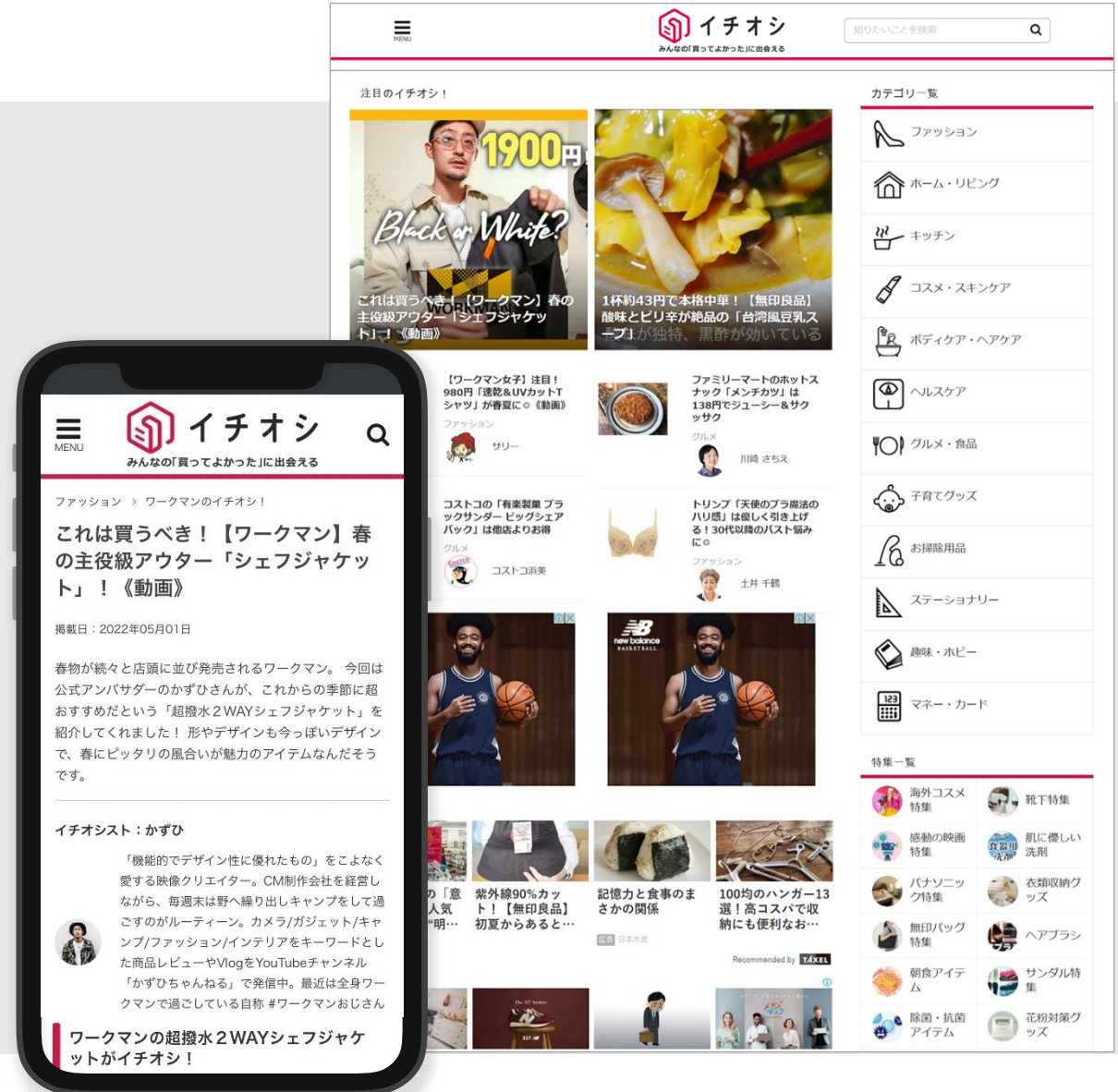
失敗しない選び方をはじめ、比較表や
専門家のコメントを参考に、お気に入りの
1つを見つけることができます。



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

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370万人の「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

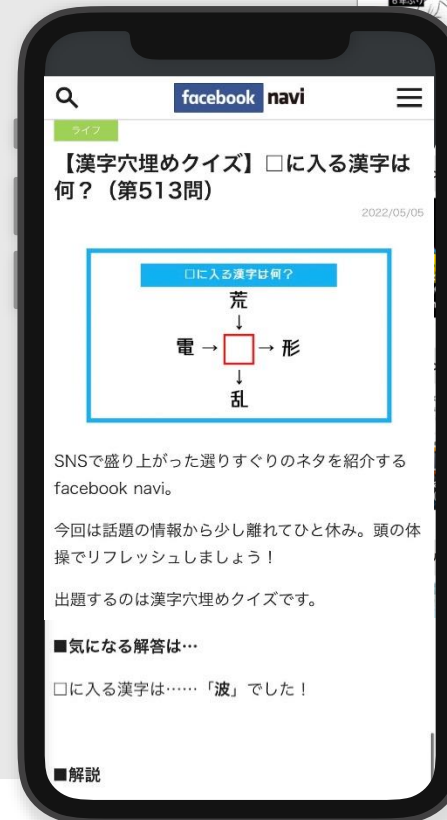
dショッピング
セレクト

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
Facebook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

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

趣味教室（社会参加）による認知機能低下
抑制・フレイル予防、認知機能低下者の
QOL向上のエビデンス構築を行い、
高齢社会における健康ソリューションの
提供を推進



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。

