

2024年3月期第1四半期 決算説明資料

2023. 8. 8

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 -

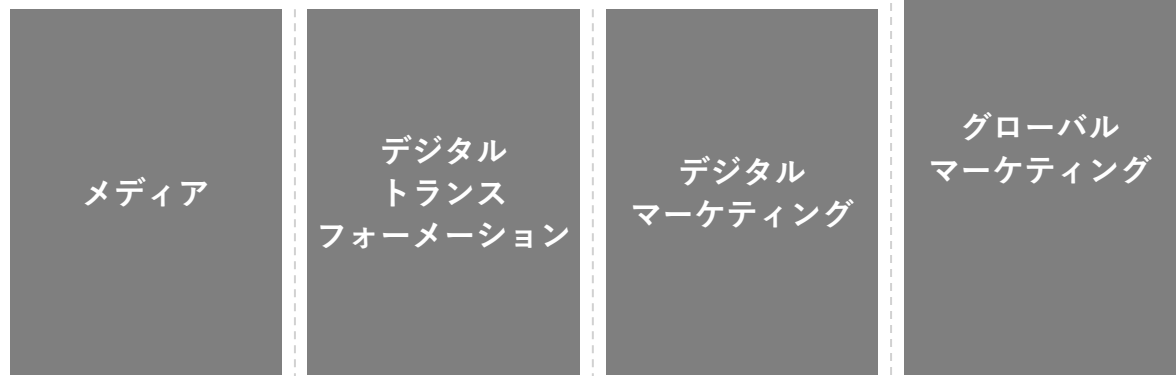
【すべての活動において大切に考える考え方】

システムではなく、人間。

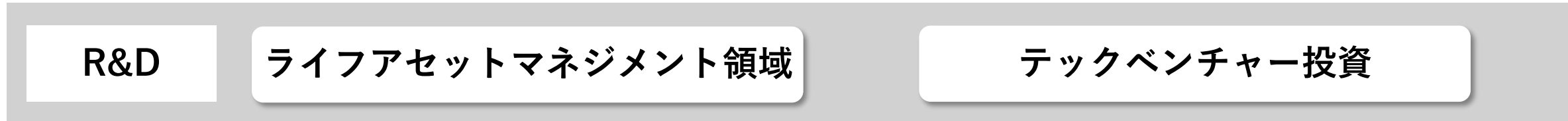
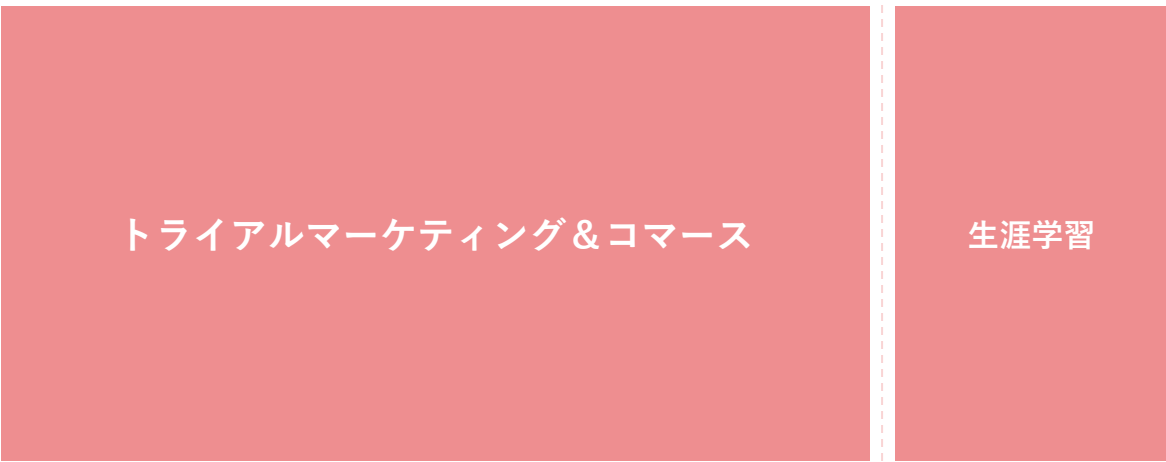
オールアバウトグループの事業領域と構成

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



コンシューマサービス



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

成長実現への事業基盤構築

～ 将来の成長イメージ ～

取扱高：1,000億円

売上高：300億円

営業利益：30億円

2

取扱高拡大＋粗利構造強化

3

戦略投資：進化させ実施

PrimeAd

ドコモ経済圏向け
マーケティング

テック
ベンチャー

株式報酬
費用

Summary

1

取扱高拡大も減収

- ・ 取扱高：125億円（前期比**8%増**）
- ・ 売上高：39億円（前期比**4.5%減**）

Summary

2

Q1は営業損失

Summary

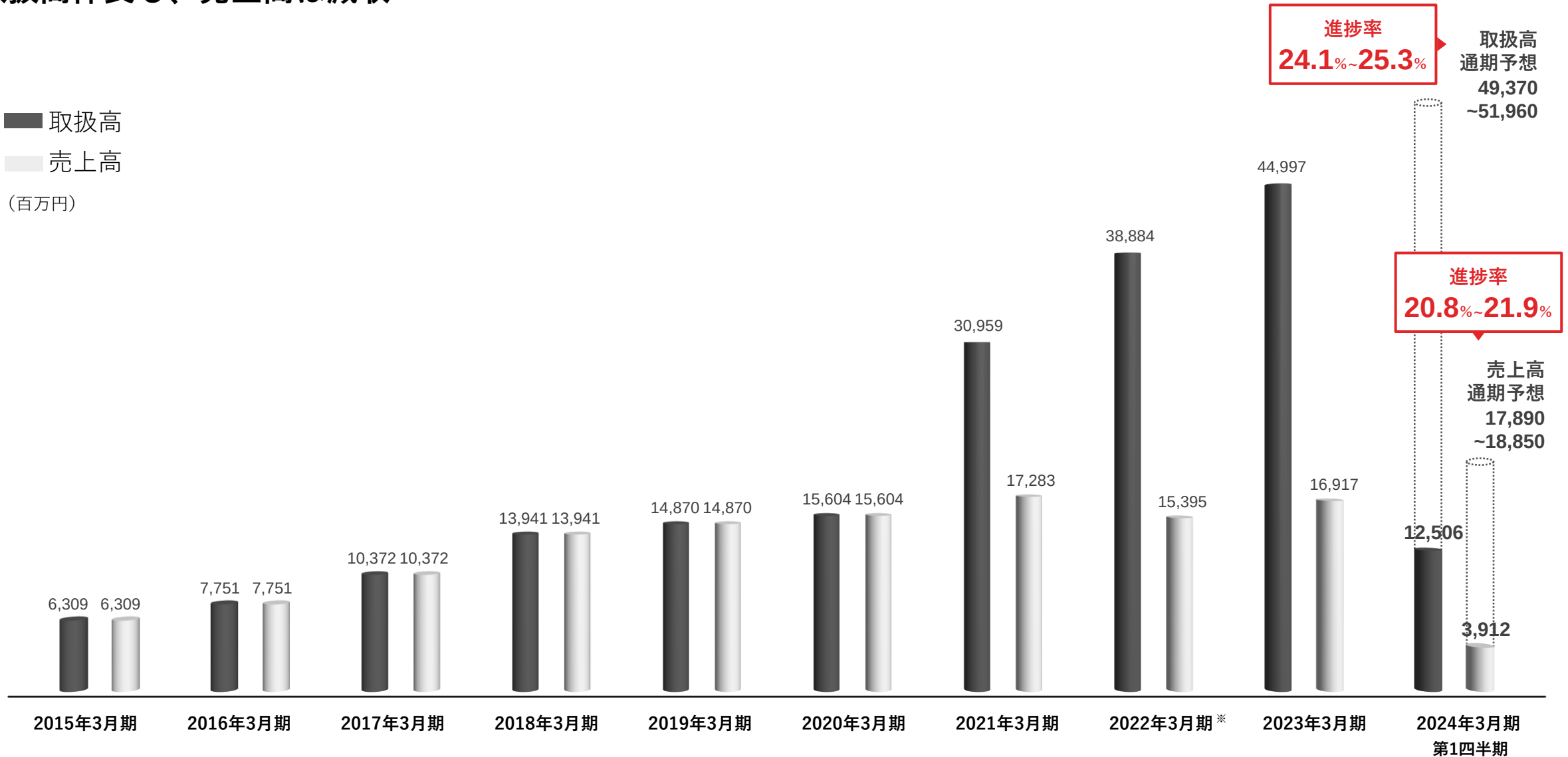
3

戦略的取り組み進行

1 連結取扱高と売上高の推移

取扱高伸長も、売上高は減収

■ 取扱高
■ 売上高
(百万円)



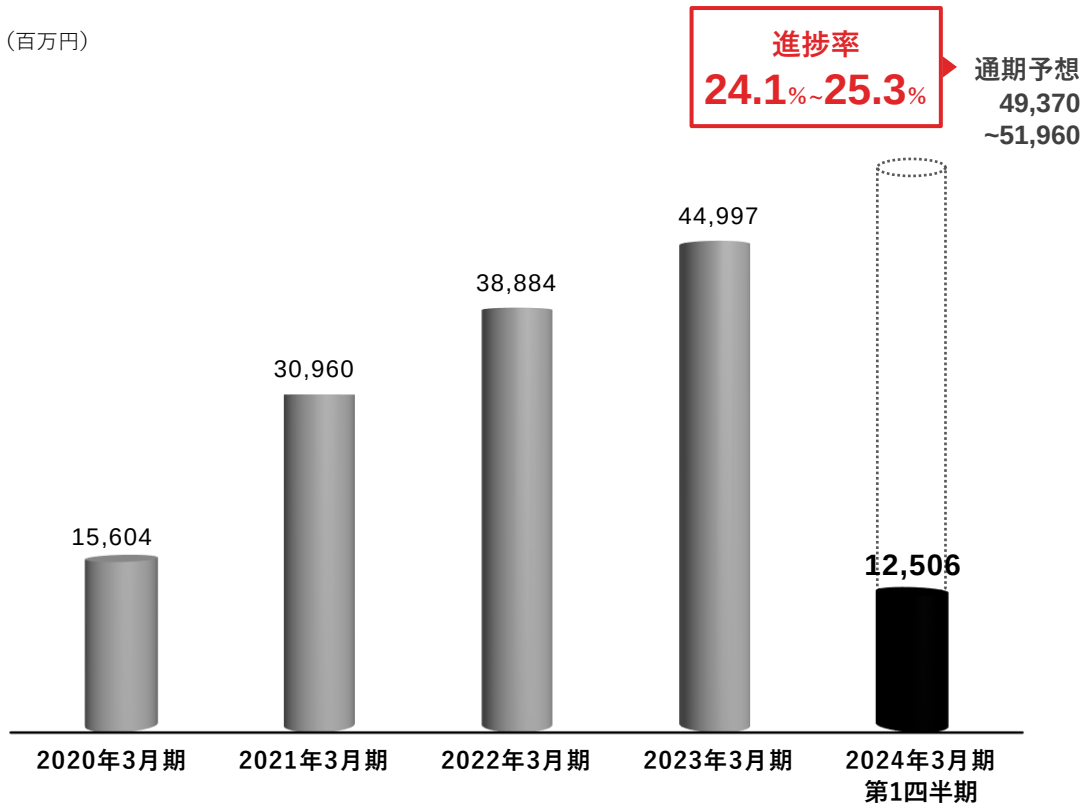
※2022年3月期より、「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を適用

1 連結取扱高の推移

拡大継続。コンシューマサービスセグメントけん引

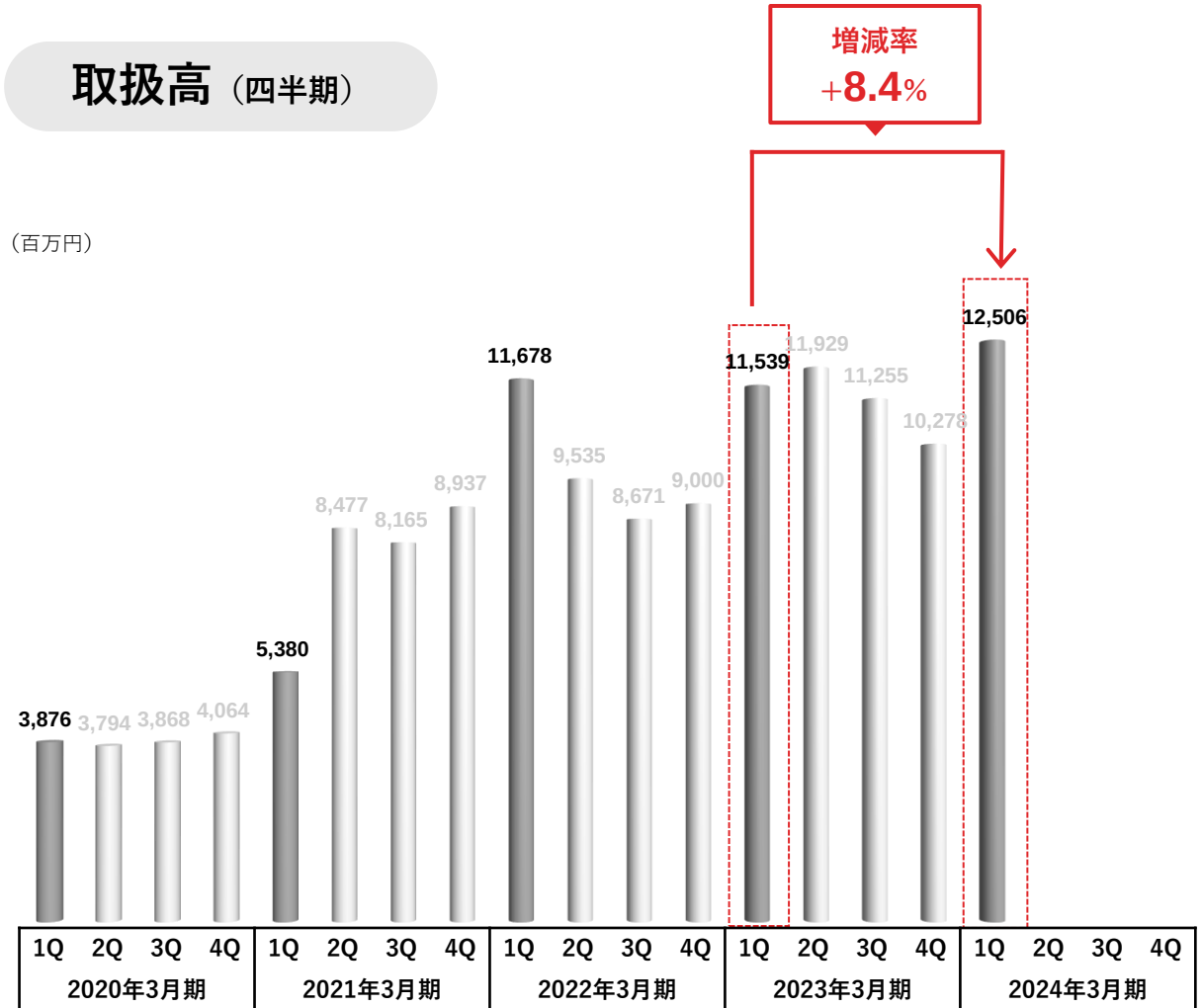
取扱高（通期）

（百万円）



取扱高（四半期）

（百万円）

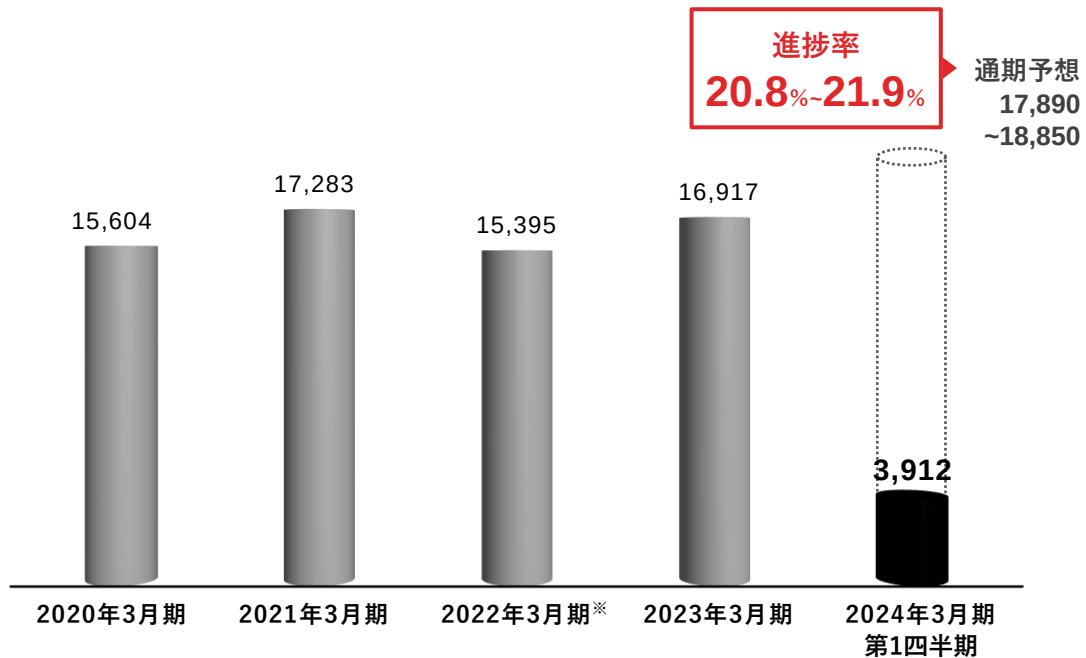


1 連結売上高の推移

両セグメント減収

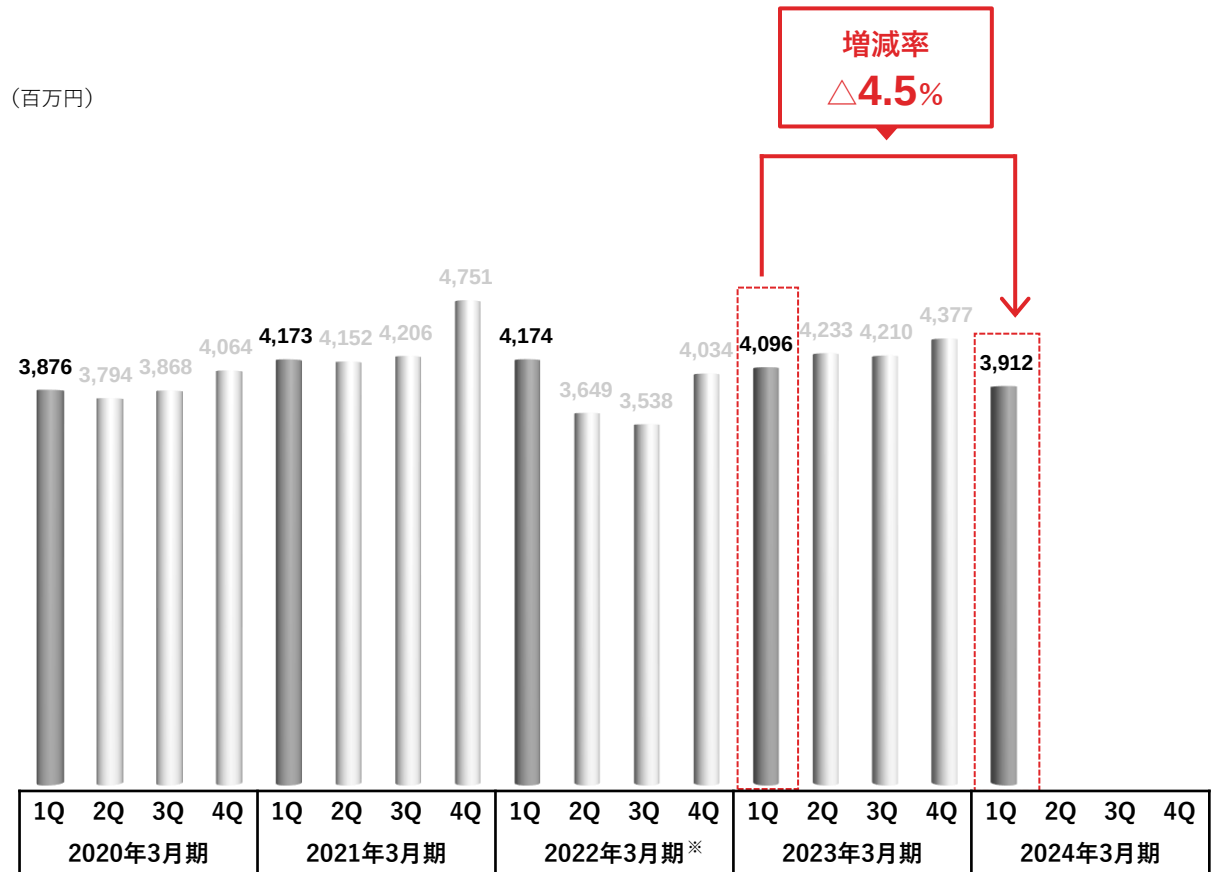
売上高（通期）

（百万円）



売上高（四半期）

（百万円）



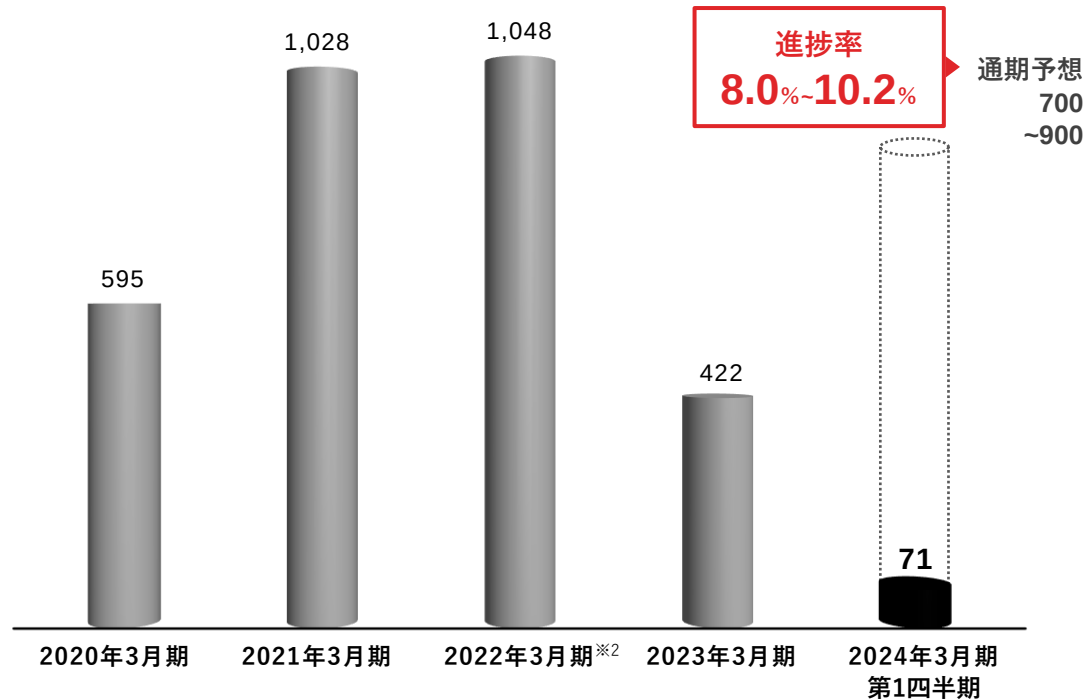
※2022年3月期より、「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を適用

1 連結投資調整後営業利益※1の推移

システム関連費増加等で減益

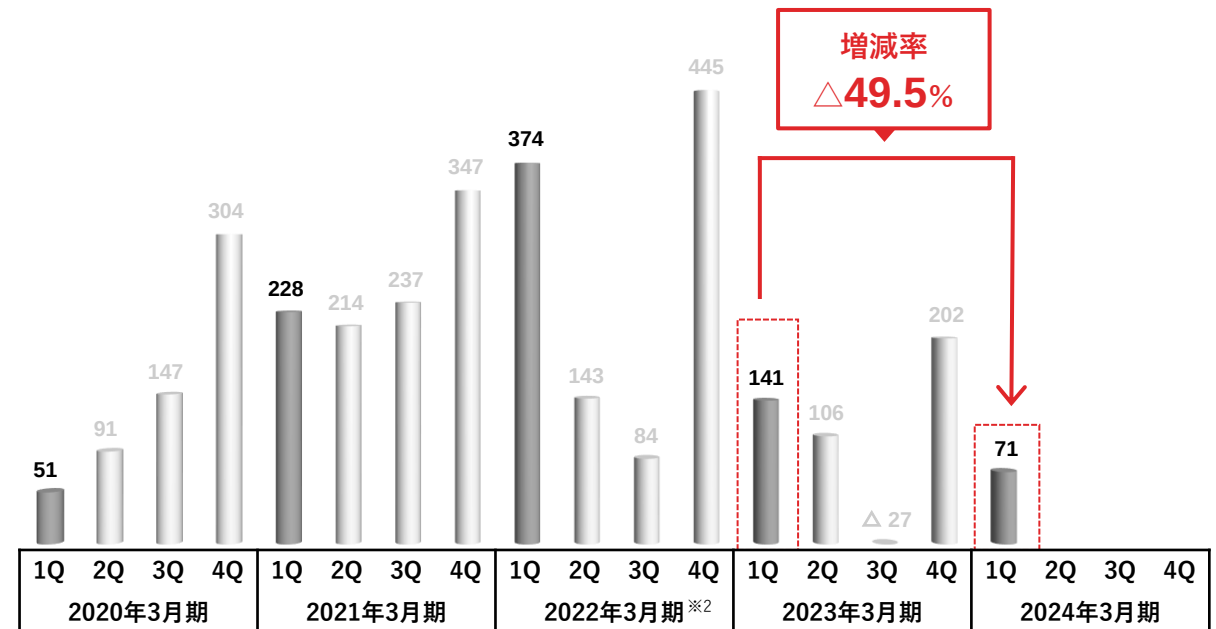
投資調整後営業利益（通期）

（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

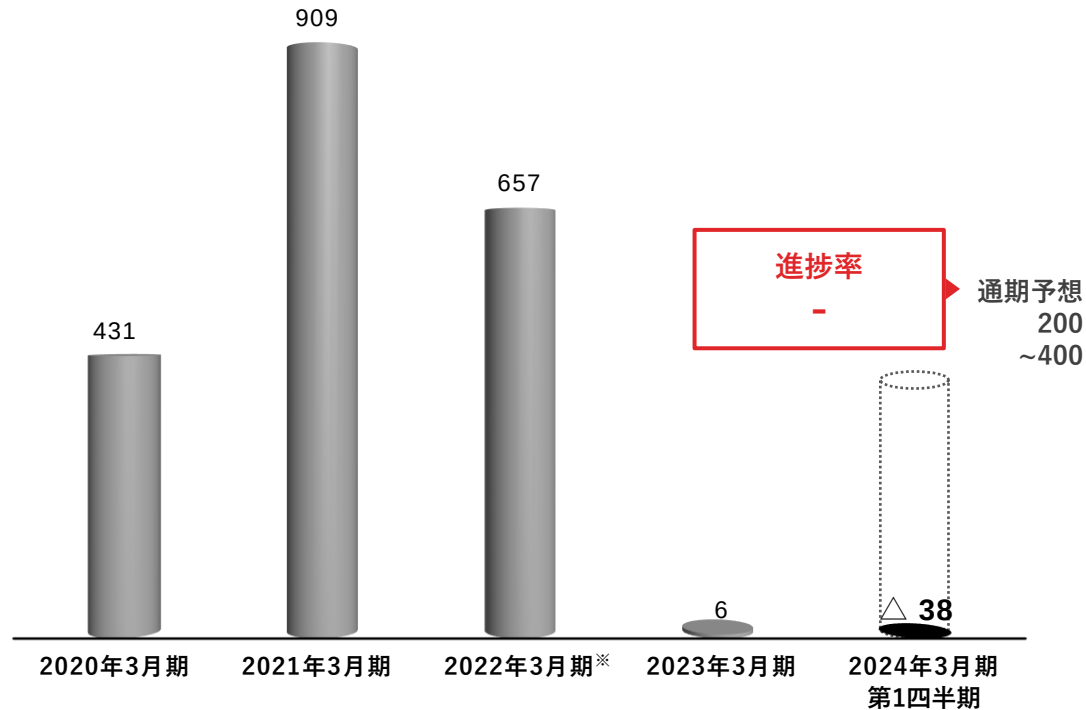
※2：2022年3月期より、「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を適用

1 連結営業利益の推移

戦略投資実施、営業損失

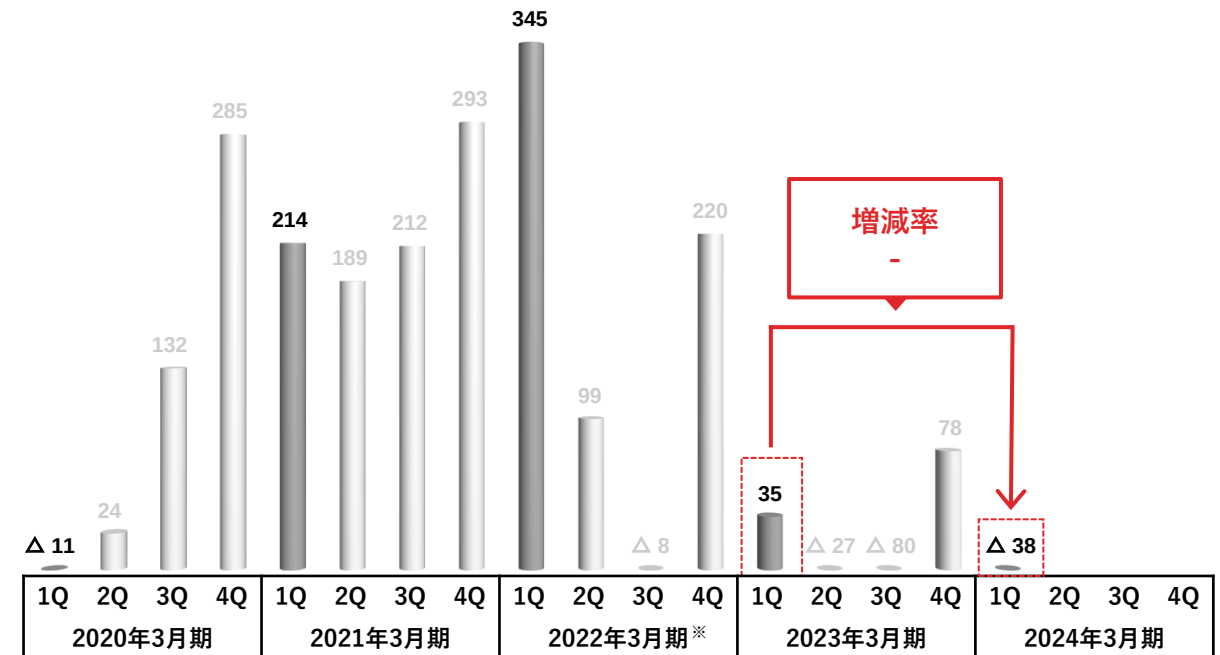
営業利益（通期）

（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 2024年3月期第1四半期の決算ハイライト

連結業績

- 取扱高拡大も売上高減収
- システム関連費用の増加等で投資調整後営業利益は減益
- そのうえで、戦略投資実施で営業損失
- 戦略的取り組み（PrimeAd・ドコモ経済圏施策等）は着実に進行

取扱高

12,506百万円対前年同期増減率：**8.4%**増通期計画比進捗率：
24.1%~25.3%

売上高

3,912百万円対前年同期増減率：**4.5%**減通期計画比進捗率：
20.8%~21.8%

投資調整後営業利益

71百万円対前年同期増減率：**49.5%**減通期計画比進捗率：
8.0%~10.2%

営業利益

△**38**百万円

前年同期実績：

35百万円

1 2024年3月期第1四半期の決算ハイライト

(百万円)

2023年3月期
第1四半期2024年3月期
第1四半期

増減率

取扱高	11,539	12,506	+8.4%
マーケティングソリューション	1,913	1,434	△25.1%
コンシューマサービス	9,640	11,087	+15.0%
売上高	4,096	3,912	△4.5%
マーケティングソリューション	415	403	△2.8%
コンシューマサービス	3,696	3,524	△4.7%
粗利益※1	1,204	1,215	+0.9%
マーケティングソリューション	303	307	+1.3%
コンシューマサービス	915	922	+0.8%
営業費用※2	1,168	1,253	+7.3%
マーケティングソリューション	379	419	+10.4%
コンシューマサービス	665	731	+9.9%
営業利益	35	△38	-
マーケティングソリューション	△76	△111	-
コンシューマサービス	249	191	△23.4%
投資調整後営業利益※3	141	71	△49.5%
マーケティングソリューション	△32	△30	-
コンシューマサービス	296	207	△29.9%

減収要因

- ・マーケティングソリューション

⇒メディア売上減少等

- ・コンシューマサービス

⇒サンプル百貨店売上減少

増加要因

⇒システム関連費用増加等

※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 2024年3月期第1四半期の事業ハイライト

マーケティングソリューション

- ・メディア売上減少（セッション数・広告単価減）等で減収
- ・「PrimeAd BMP」開発費用増加等により減益
- ・PrimeAd：代理店開拓等、パートナー連携進捗

取扱高

1,434百万円対前年同期増減率：**25.1%**減通期計画比進捗率：
15.6%~18.1%

売上高

403百万円対前年同期増減率：**2.8%**減通期計画比進捗率：
13.2%~14.2%

投資調整後営業利益

△**30**百万円

前年同期実績：

△**32**百万円

営業利益

△**111**百万円

前年同期実績：

△**76**百万円

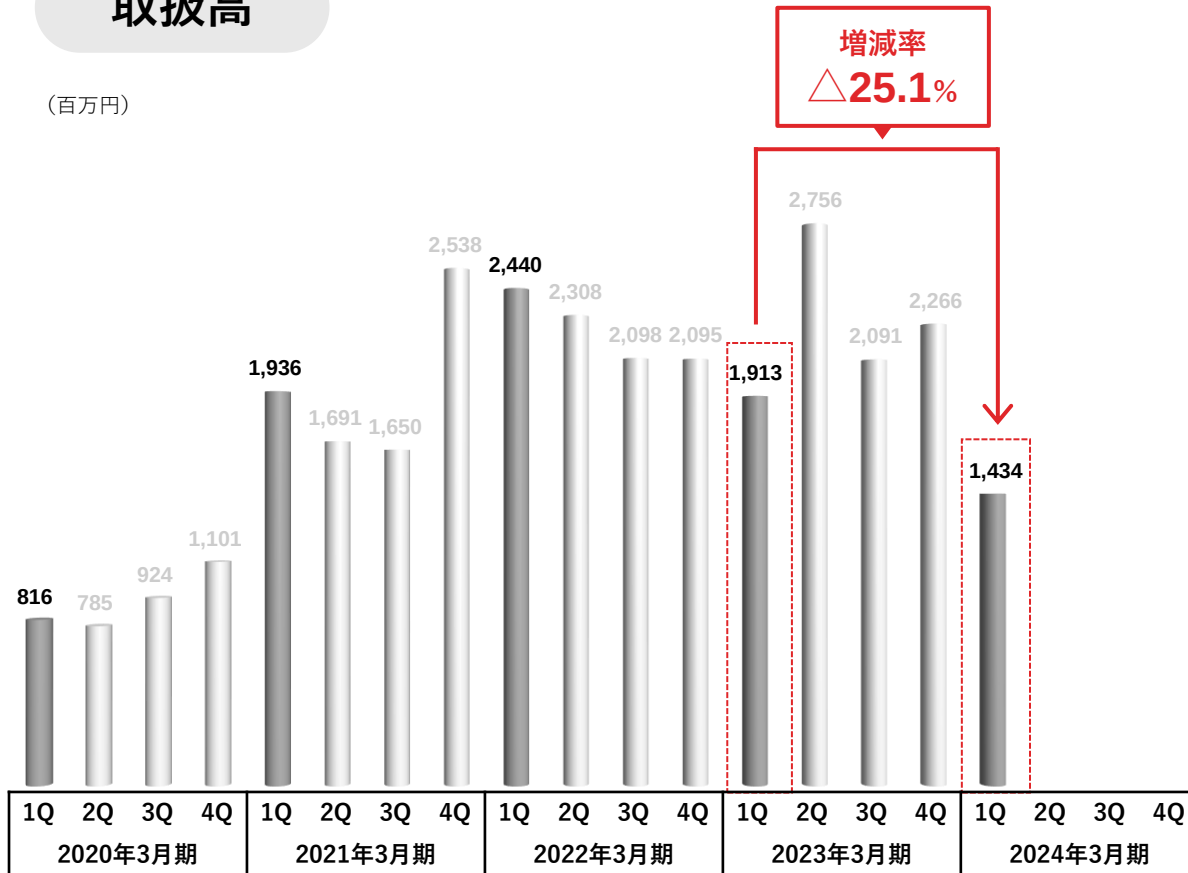
2 マーケティングソリューションの取扱高・売上高※1推移

取扱高：1,438百万円

売上高：403百万円

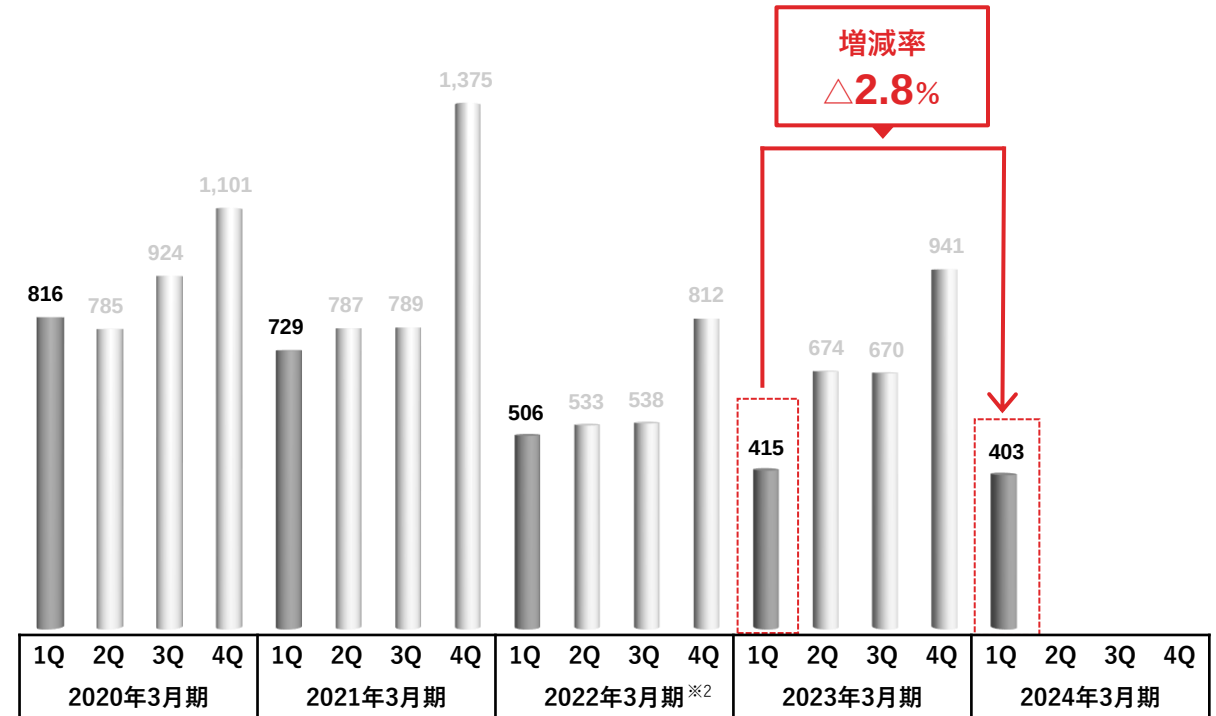
取扱高

(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

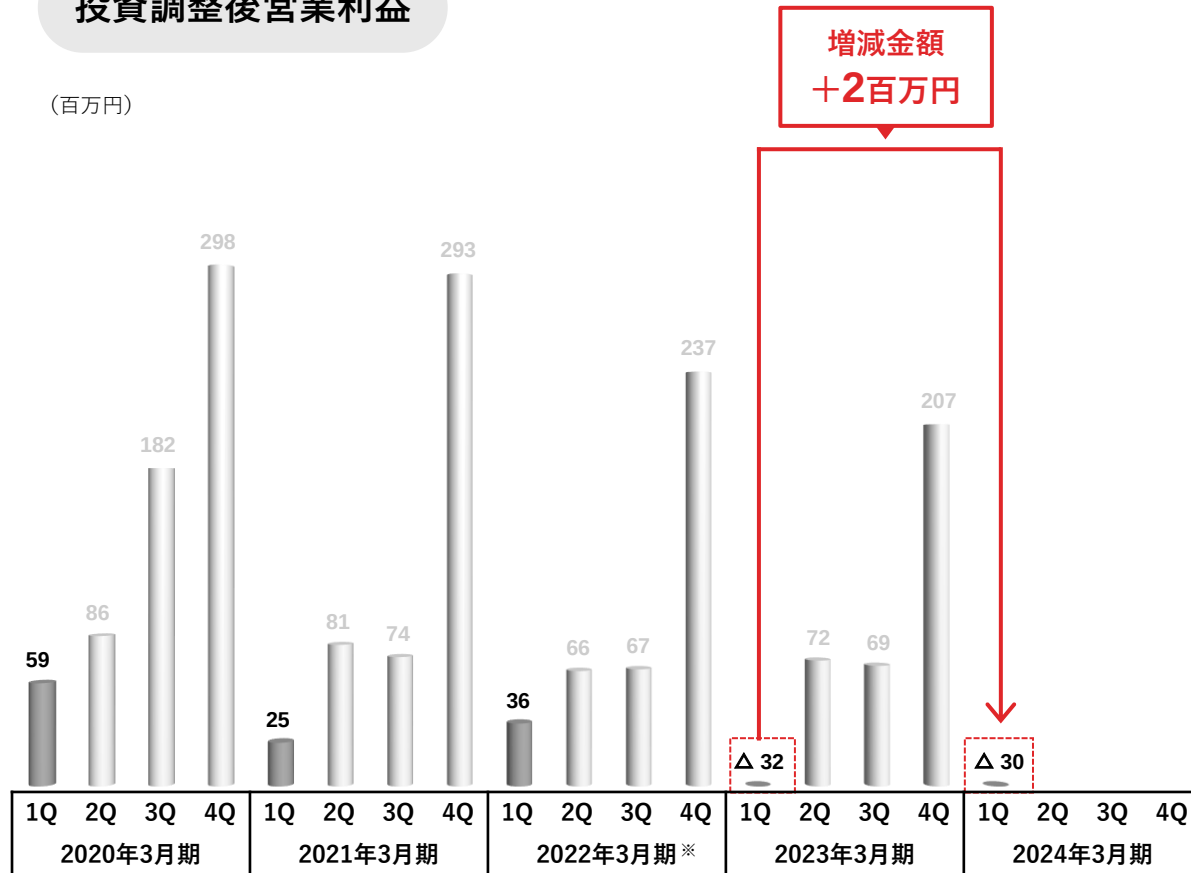
2 マーケティングソリューションの投資調整後営業利益・営業利益推移

投資調整後営業利益：△**30**百万円

営業利益：△**111**百万円

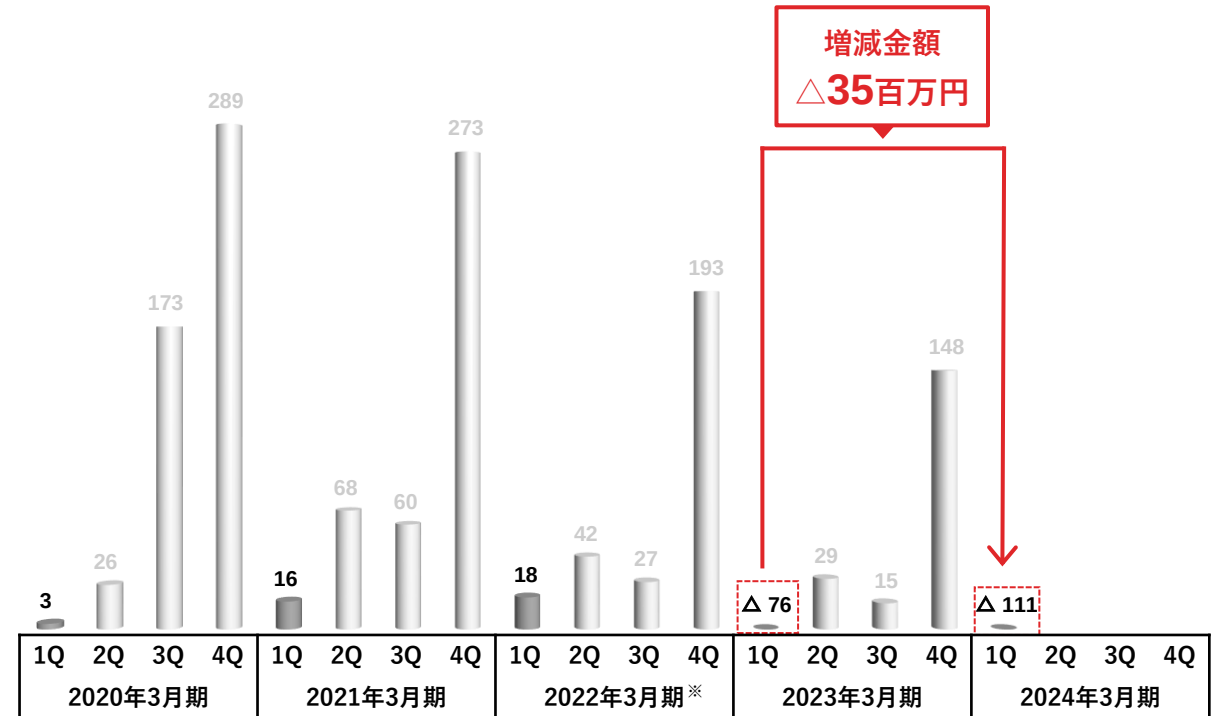
投資調整後営業利益

(百万円)



営業利益

(百万円)

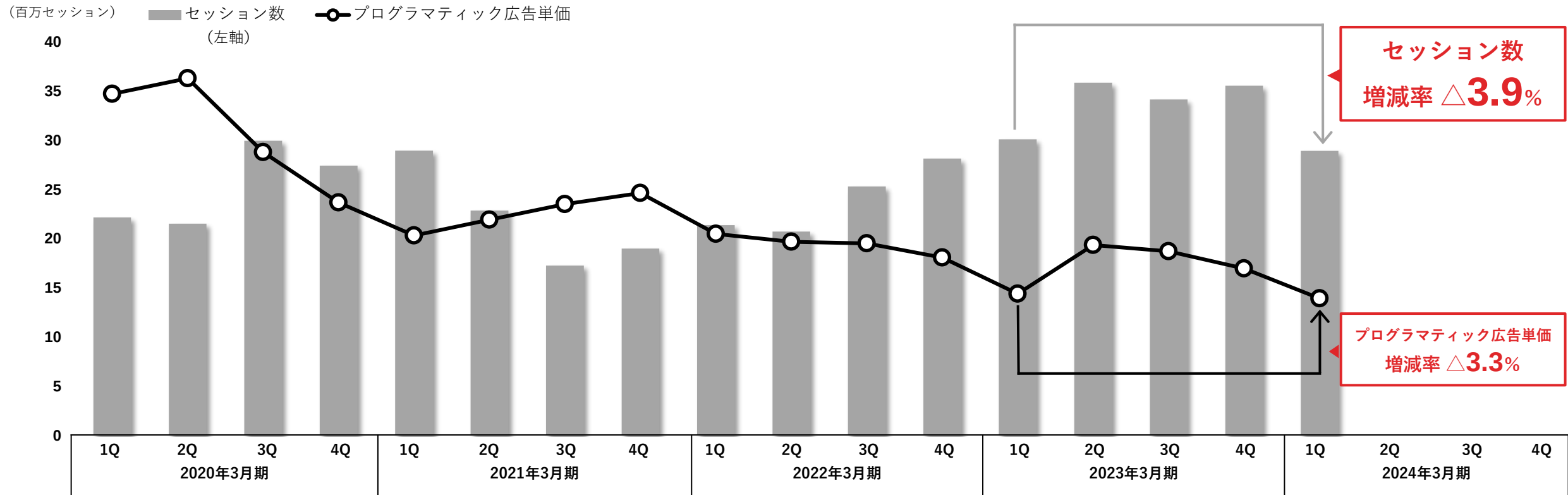


※2022年3月期より、「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を適用

2 総合情報サイト「All About」の状況

- セッション数※¹は前期比減：他メディアからの参照流入減少等が影響
- プログラマティック広告単価は調整フェーズ：広告市況軟調、高単価コンテンツのセッション数減等が要因

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

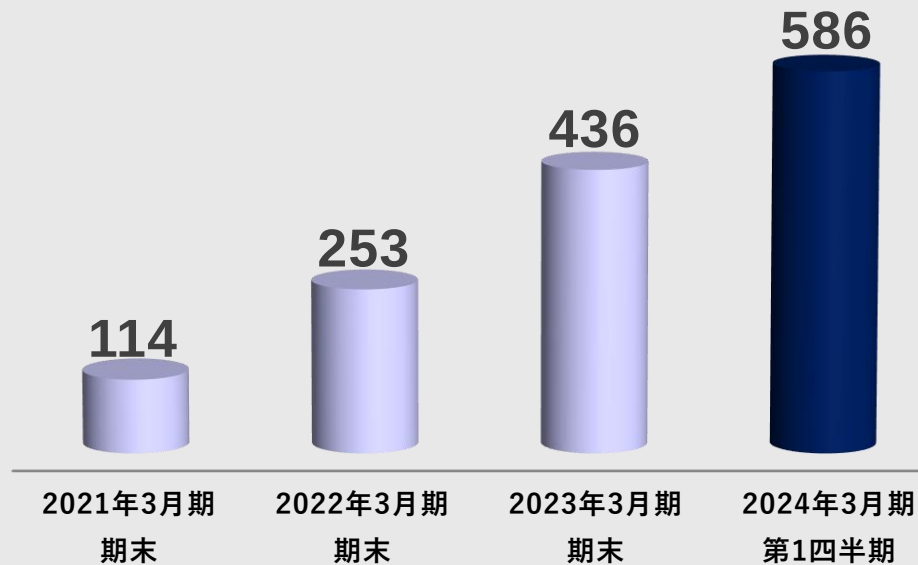
2 PrimeAd：デジタルメディアタイアップ市場のシェア拡大に向けて パートナー連携推進

PrimeAd

代理店拡大

- ・代理店ID順調に拡大：中小・地方代理店けん引

導入代理店ID数の推移



PrimeAd BMP アクティブ率向上への取り組み

- ・新機能「Q&A」実装（2023年4月より提供開始）
～代理店・メディア双方のニーズへ対応～

質問と回答			
CSVダウンロード			
質問1 掲載可否をご教示ください。 素材LPは下記となります。 https://aaa.jp/bbb	質問2 同業界のタイアップ事例有無と、あればURLをご教示ください	質問3 同業界のタイアップの平均CTRをご教示ください。	
メディアA 1	掲載可となります。	https://test.sample...	5%
最終更新: 2023/04/04 13:00			
メディアB 1	掲載可です。LPが変更になった場合は再度審査が必要です。	事例1: https://aaaa.sample.bbb... 事例2: https://cccc.sample.dddd...	平均3~5%
メディアC 1	申し訳ございませんが掲載不可です。	過去同業界での事例はございません	同業界での実績なし、メディア全体のCTR4~7%

掲載可否・事例有無等への
問い合わせや事前確認したい

問い合わせに簡潔回答できる
機能が欲しい



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 2024年3月期第1四半期の事業ハイライト

コンシューマサービス

- ・ dショッピングが堅調推移、取扱高は2桁成長持続
- ・ 売上高はサンプル百貨店の商品調達苦戦等により減収
- ・ 人員増強にかかる費用、ふるさと納税百選など新規事業の開発投資増加等で減益

取扱高

11,087百万円対前年同期増減率： **15.0%** 増

通期計画比進捗率：

25.8%~26.7%

売上高

3,524百万円対前年同期増減率： **4.7%** 減

通期計画比進捗率：

22.1%~23.2%

投資調整後営業利益

207百万円対前年同期増減率： **29.9%** 減

通期計画比進捗率：

22.4%~25.5%

営業利益

191百万円対前年同期増減率： **23.4%** 減

通期計画比進捗率：

27.3%~32.5%

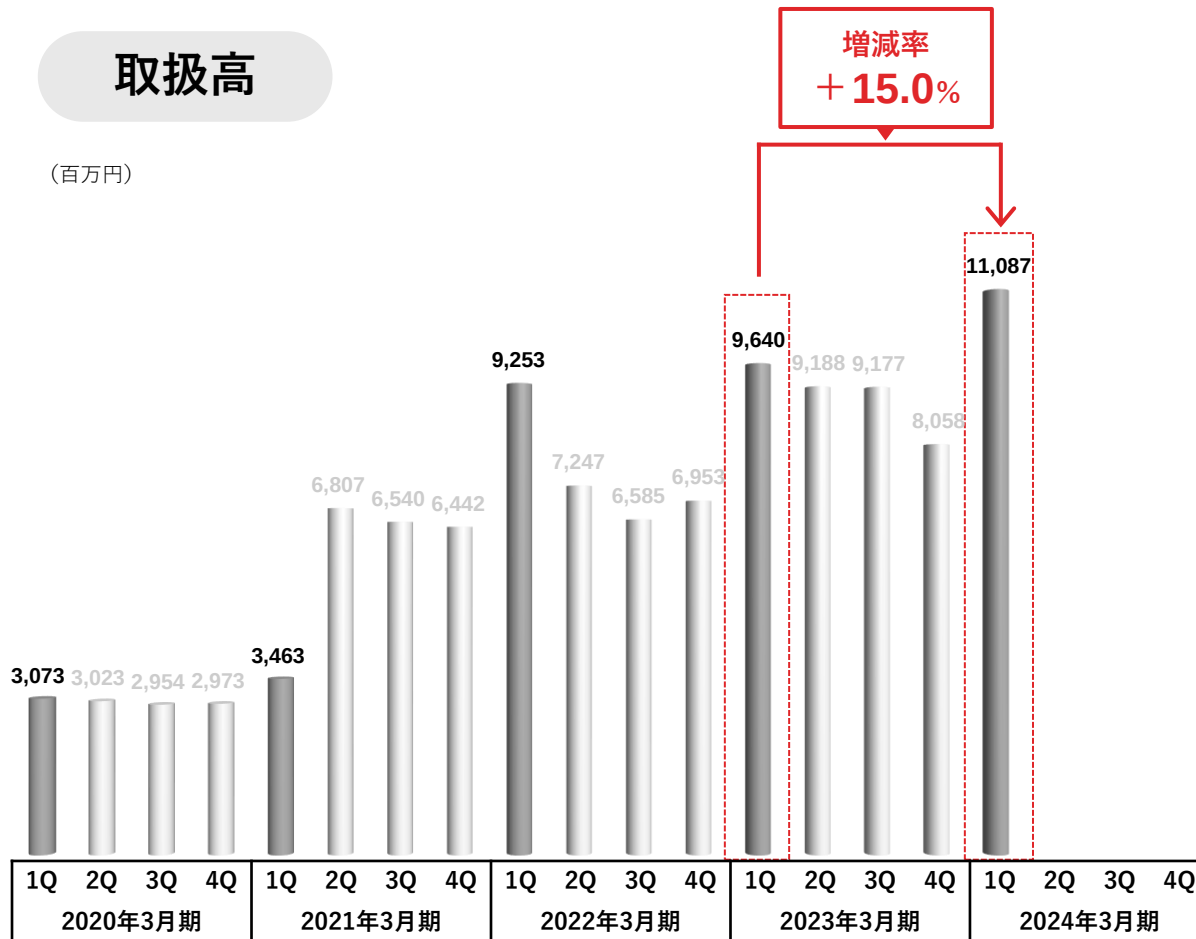
2 コンシューマサービスの取扱高・売上高※¹推移

取扱高：11,087百万円

売上高：3,524百万円

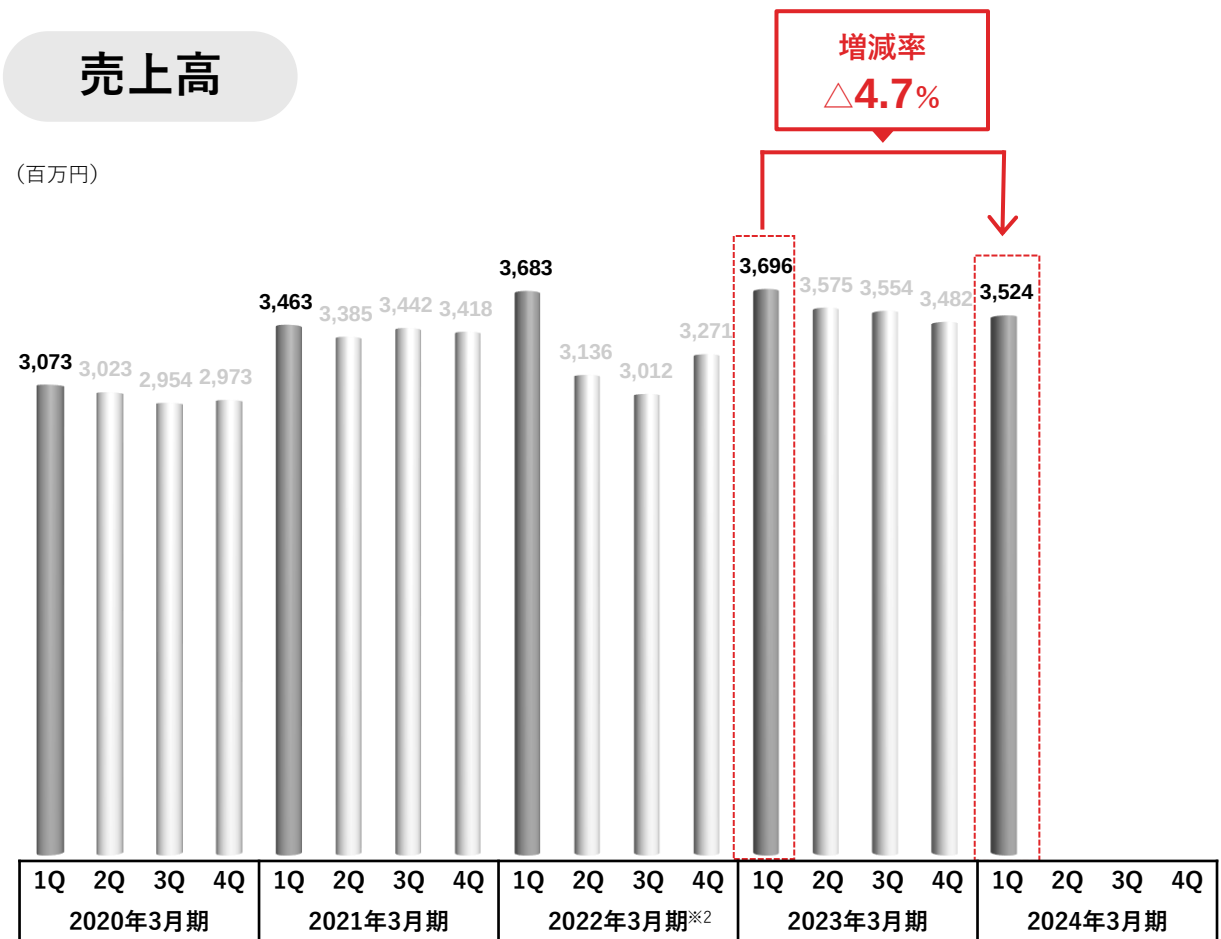
取扱高

(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

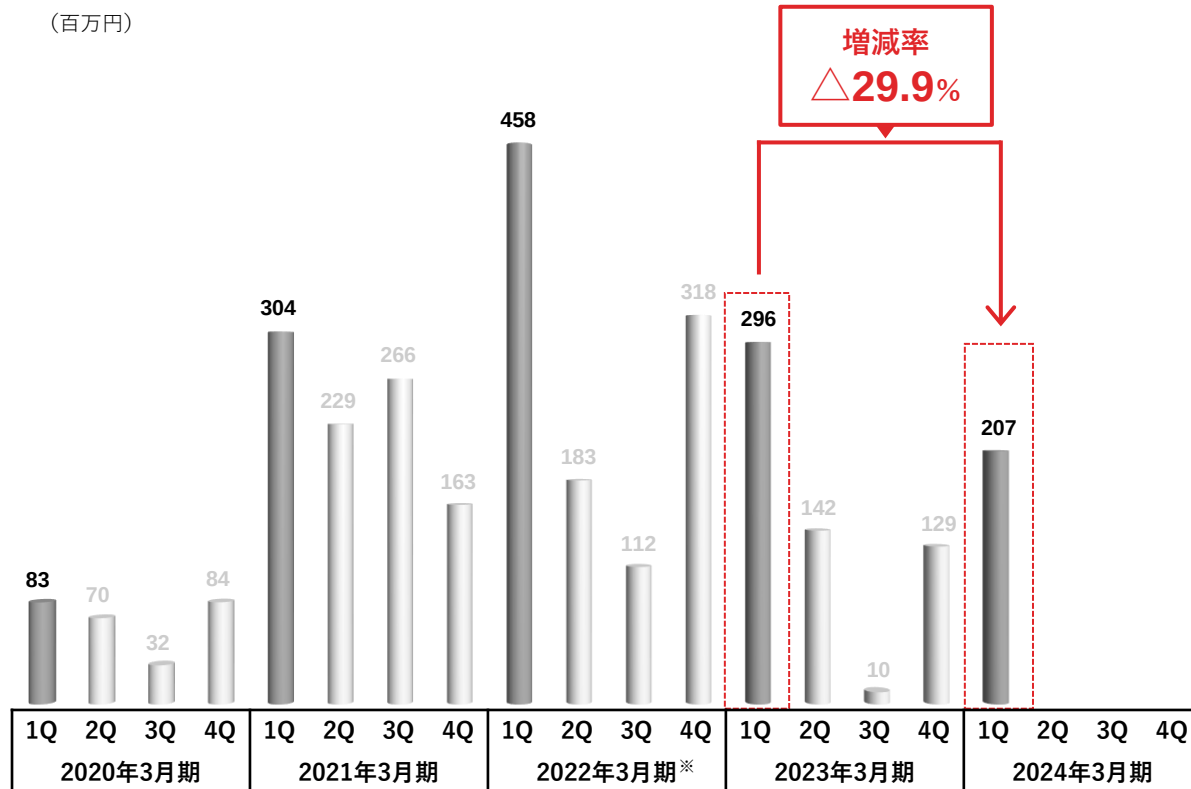
コンシューマサービスの投資調整後営業利益・営業利益推移

投資調整後営業利益：207百万円

営業利益：191百万円

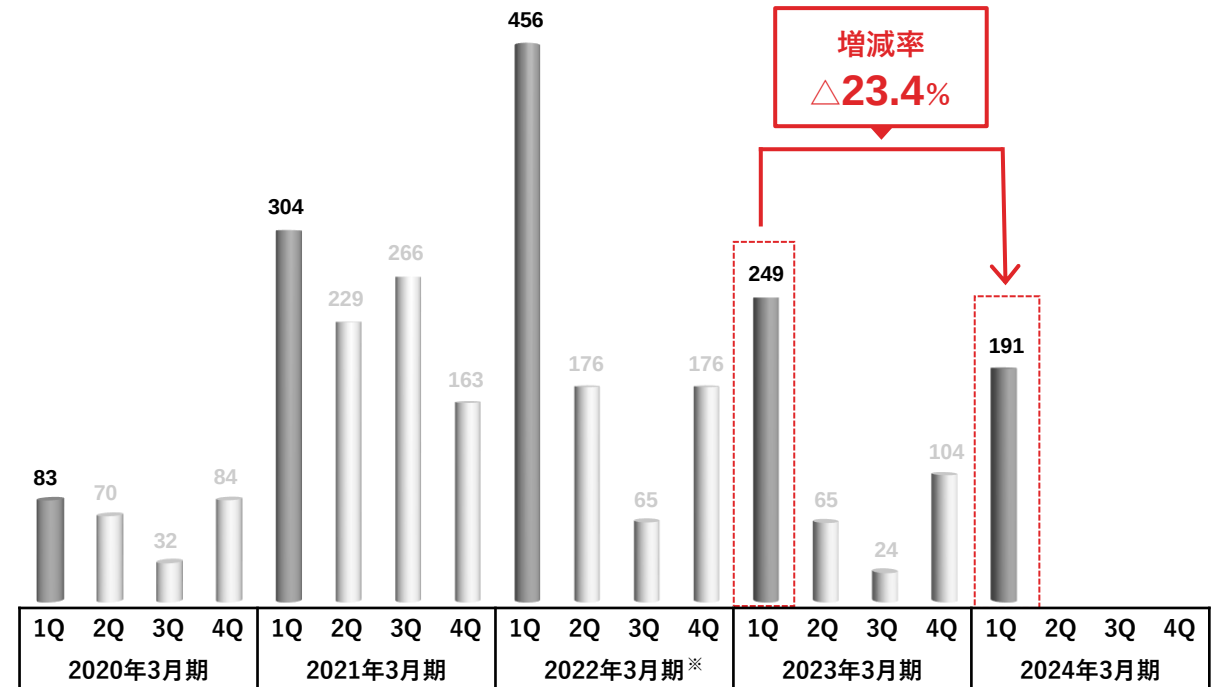
投資調整後営業利益

(百万円)



営業利益

(百万円)



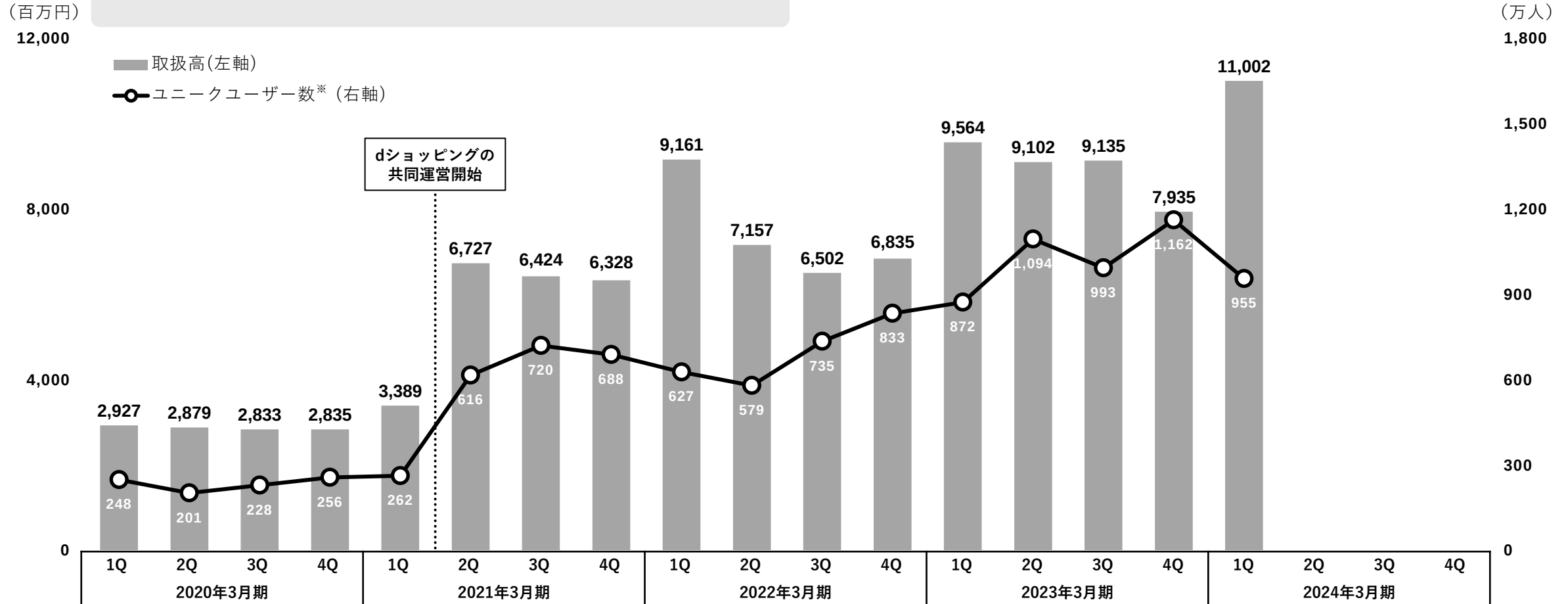
※2022年3月期より、「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を適用

2 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

サンパル百貨店

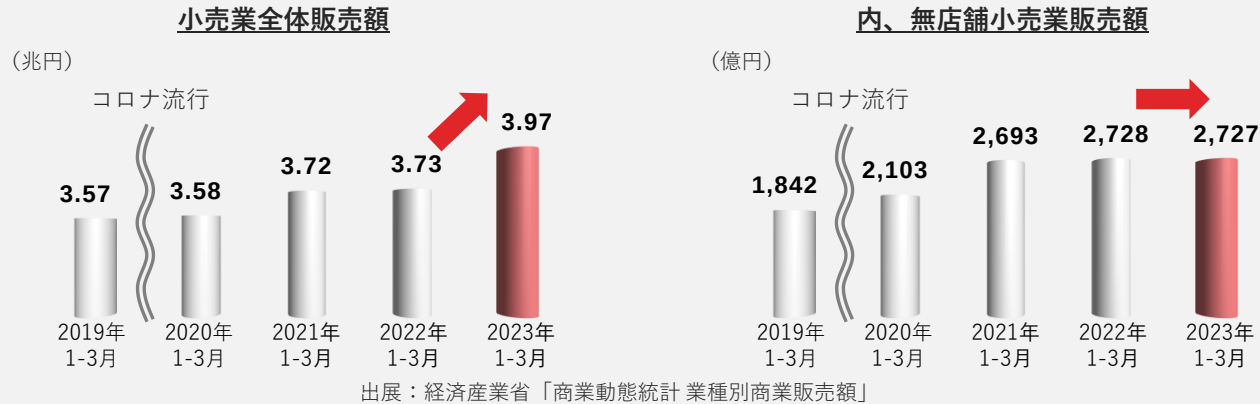
dショッピング



※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

足元の環境：小売業が大幅復調、ECは鈍化



トライアル マーケティング



- ・実店舗への急速回帰
- ・サンプル百貨店の商品調達苦戦
- ・短期的には弱含み継続想定

コマース



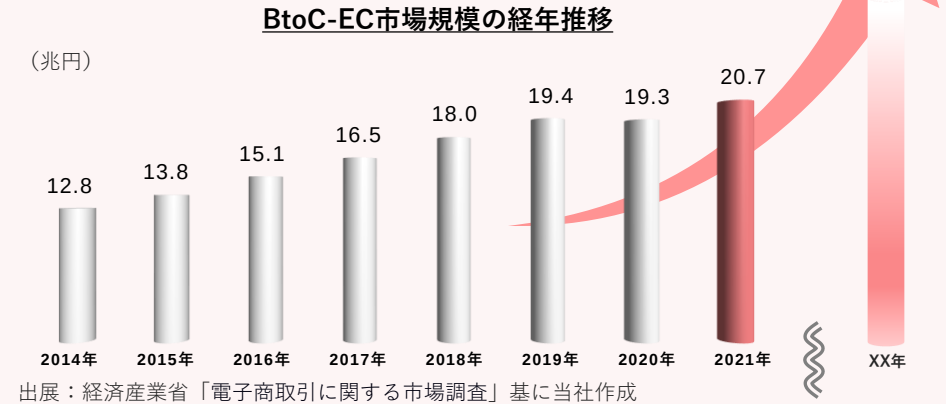
- ・ドコモdカードキャンペーン実施
- ・dショッピング取扱高：順調拡大

マーケティング ソリューション



- ・物納CM：枠発注増加
- ・「Good For the Planet」ZIPコラボオリジナルCM放映 (5月28日~6月4日)

中長期的には成長トレンド



- ・日本国内の (BtoC) EC市場規模は20兆円超え (前年19.3兆円、前年比7.4%増)
- ・物販系分野は高成長率 (全体+7.4%、物販+8.6%)
- ・「食品、飲料、酒類」の市場規模は2兆5,199億円 (前年比14.1%増)。伸びしろ十分

3

業績見通し

期初市場環境見立て

マーケティング
ソリューション

- ・プログラマティック広告単価は調整フェーズ
- ・デジタルマーケティング市場の規模拡大も短期的には弱含み。広告市場全体に重し感

第1四半期

- ・広告単価は想定内の推移
- ・外部影響によりセッション数が想定以上に低迷

コンシューマ
サービス

- ・EC市場：リアルとEC、在庫バランスの変動
- ・競争環境の激化

- ・dショッピング拡大
- ・サンプル百貨店 商品調達苦戦

一部懸念材料あり注視必要だが
⇒現時点では業績予想の変更なし

(百万円)	2023年3月期 実績	2024年3月期 通期予想	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

- ・ 広告単価：保守的に想定
- ・ PrimeAd BMP商流確保
- ・ 成長領域へ投資継続

コンシューマサービス

- ・ 商品調達・出店社拡充
- ・ マーケティング投資継続
- ・ 取扱高、売上高積極拡大と粗利構造の強化推進

※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】	2023年3月末	2023年6月末	差異
流動資産	5,879	7,769	1,890
固定資産	2,193	2,176	△17
資産合計	8,072	9,945	1,872

【負債の部】			
流動負債	3,092	4,976	1,883
固定負債	121	122	1
負債合計	3,214	5,099	1,884

【純資産の部】			
株主資本	4,475	4,459	△15
新株予約権	6	6	△0
非支配株主持分	378	379	1
純資産合計	4,858	4,846	△12

【流動資産の増加の主な要因】

- ・株式の発行等による現預金の増加（+141百万円）
- ・未収入金の増加（+2,192百万円）
- ・売掛金の減少（△524百万円）

【固定資産の減少の主な要因】

- ・ソフトウェアの減少等（△11百万円）

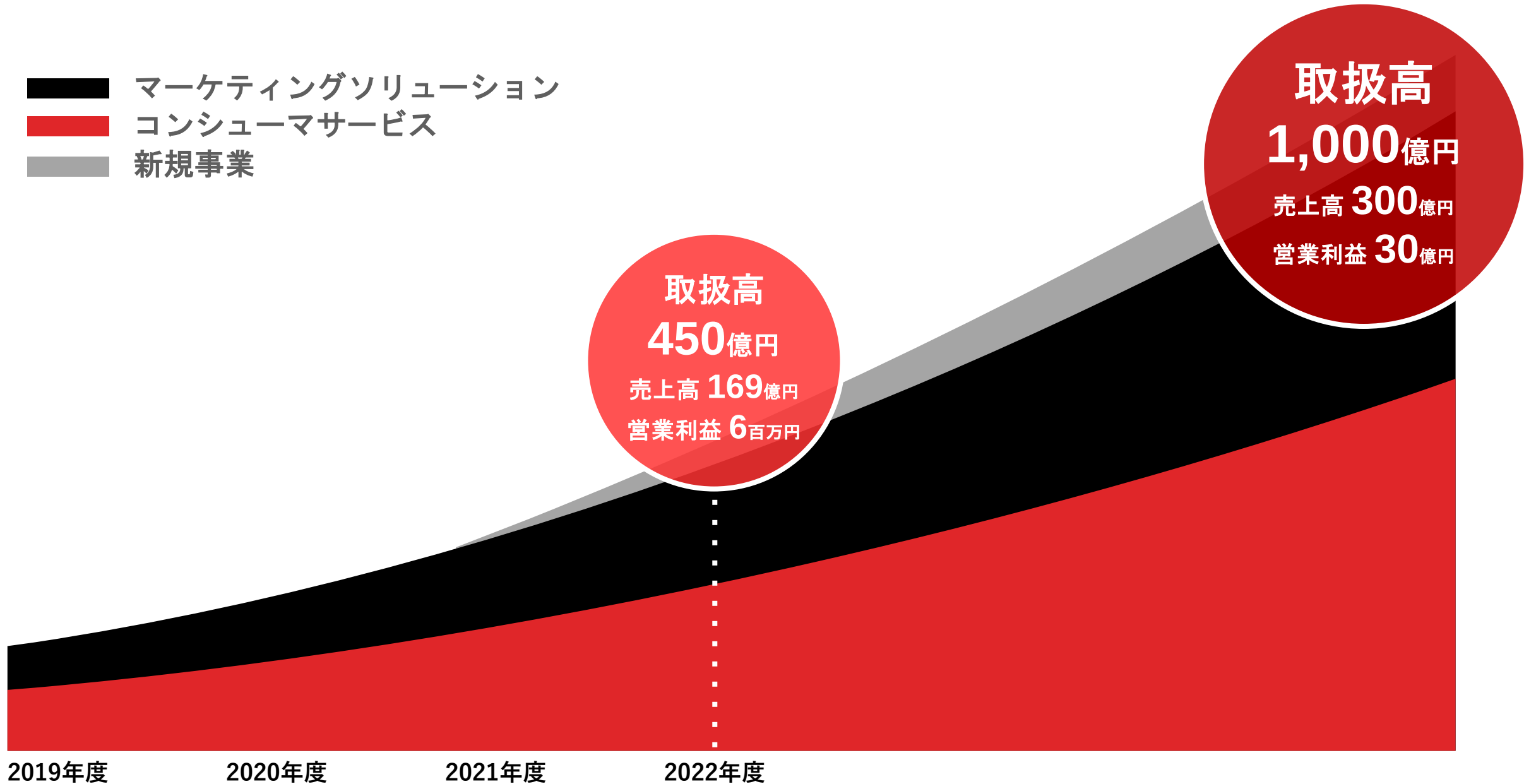
【流動負債の増加の主な要因】

- ・未払金の増加（+1,923百万円）
- ・買掛金の減少（△103百万円）

【株主資本の減少の主な要因】

- ・株式発行による増加（+59百万円）
- ・親会社株主帰属当期純損失（△34百万円）
- ・配当による減少（△40百万円）

将来の成長イメージ（取扱高）



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

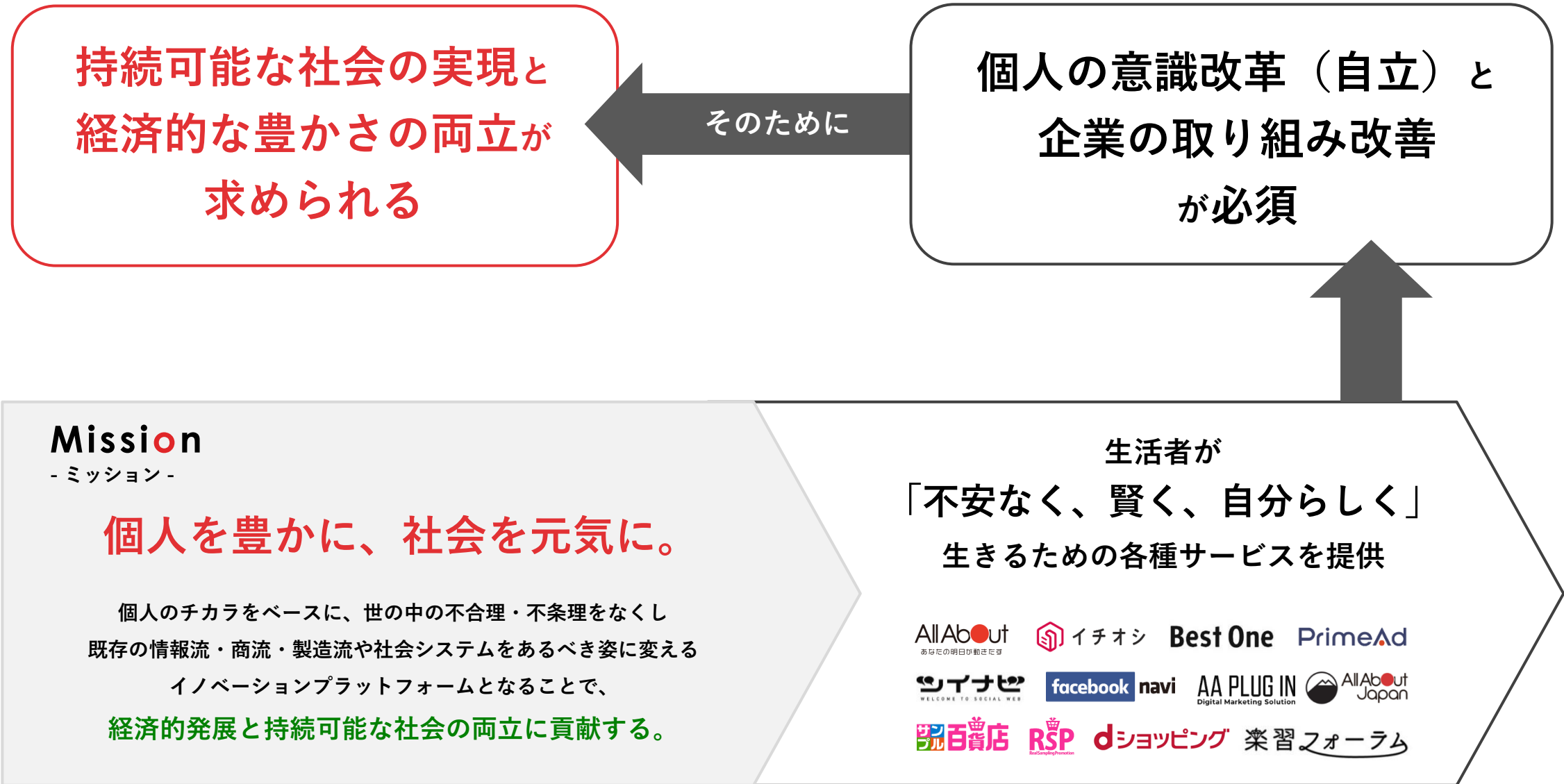
株式会社LMサービス

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

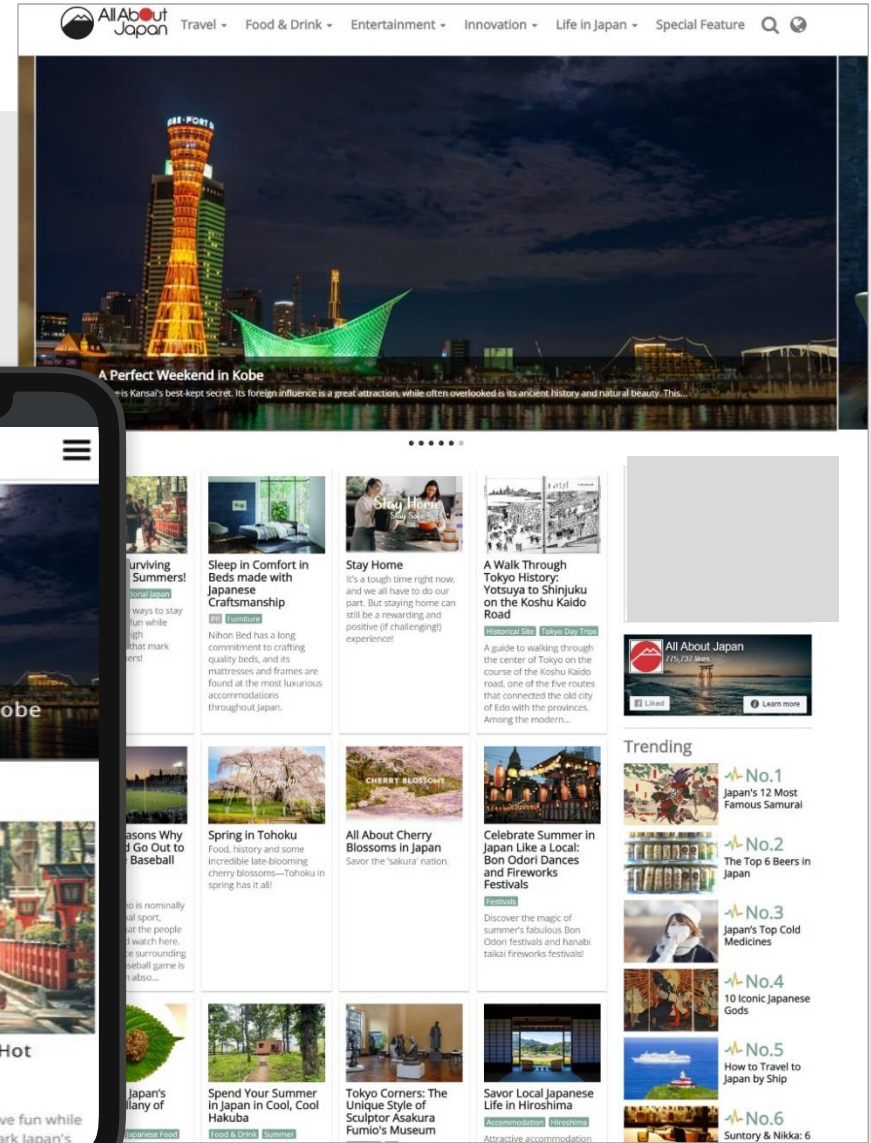
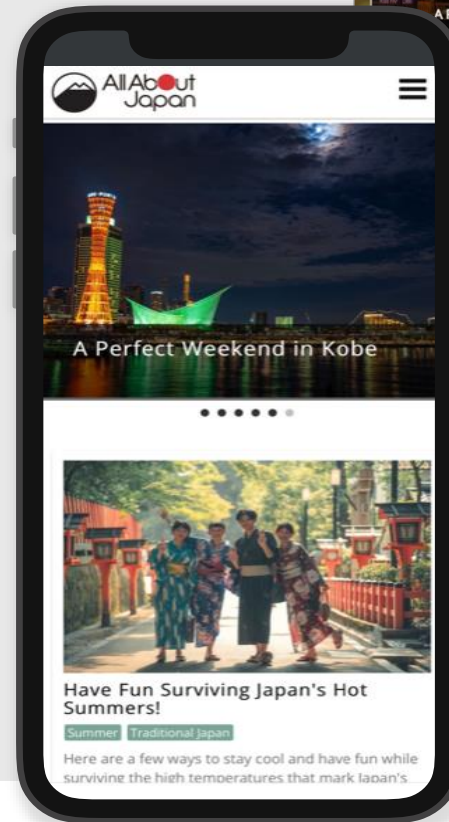
累積記事本数
10,000本超

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

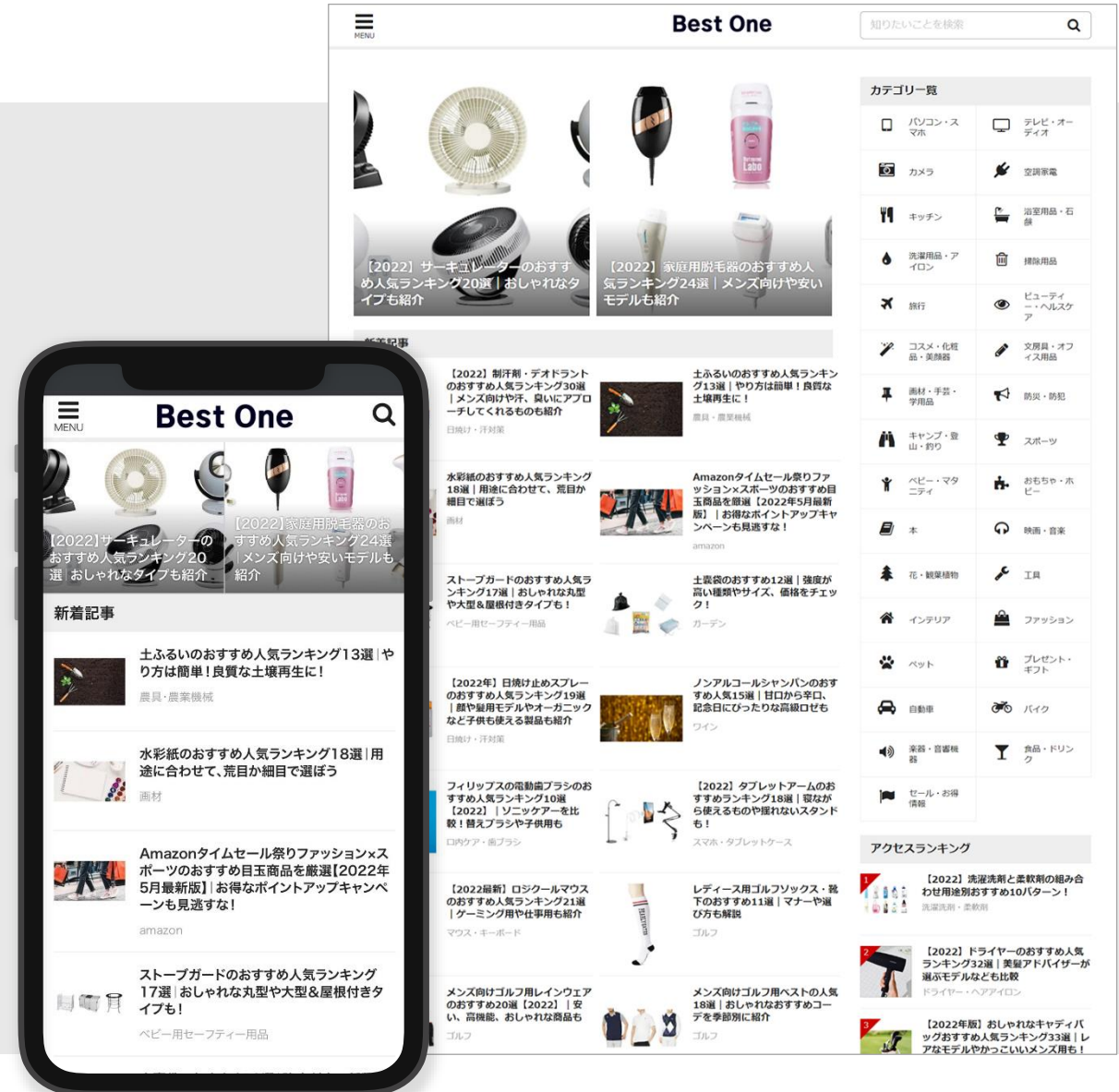


ベストが見つかるおすすめ情報メディア「Best One」

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

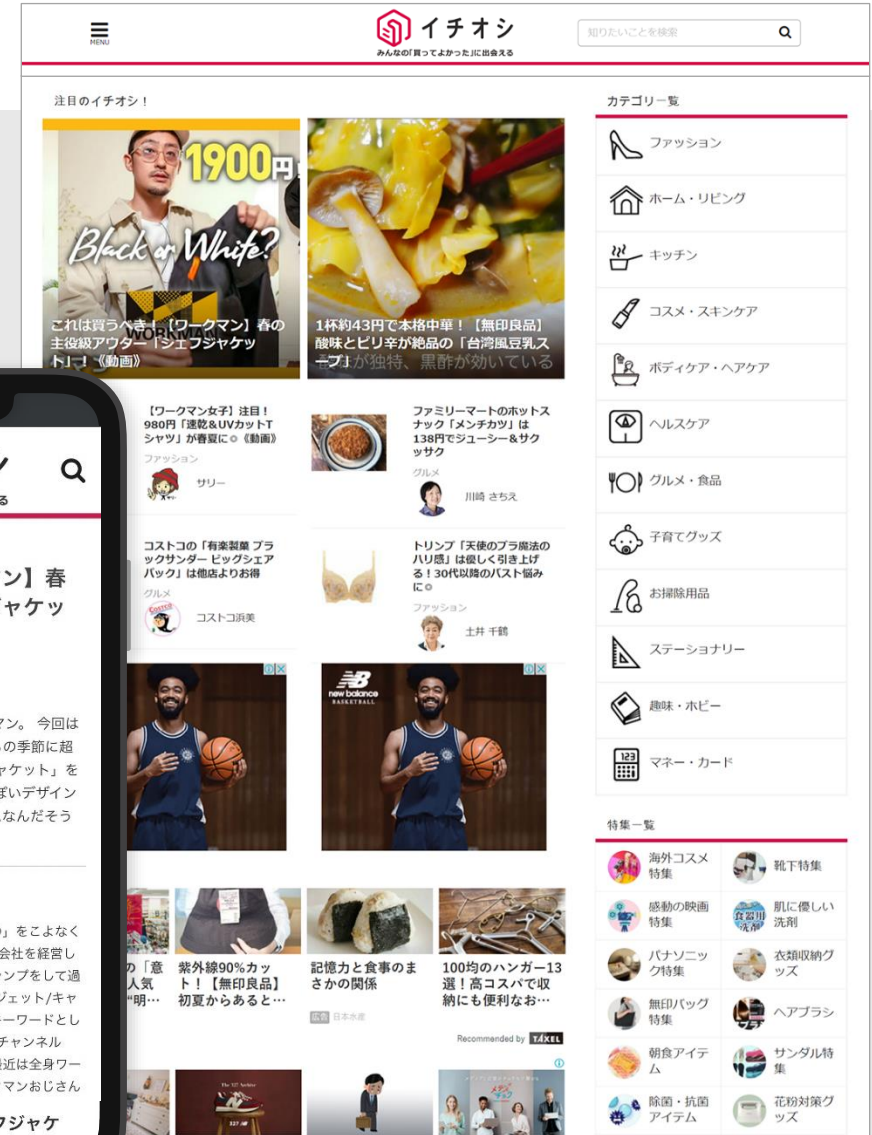
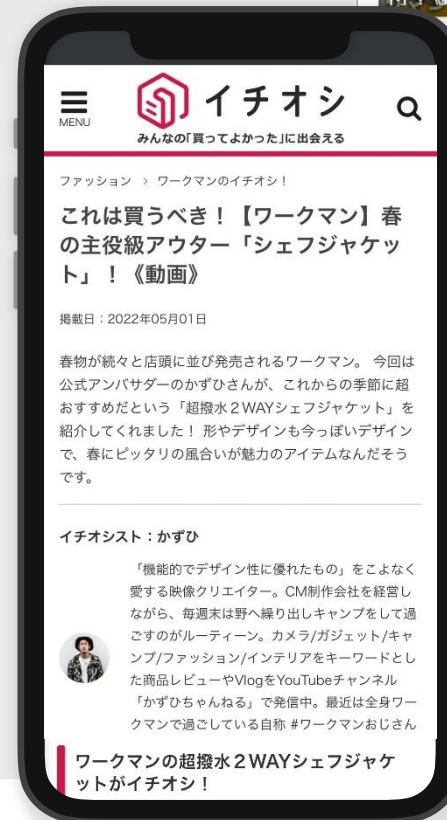
失敗しない選び方をはじめ、比較表や
専門家のコメントを参考に、お気に入りの
1つを見つけることができます。



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



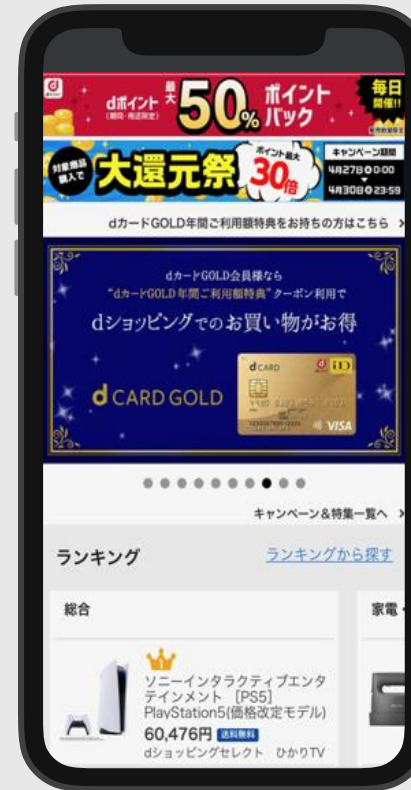
総合通販サイト「dショッピング」

「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

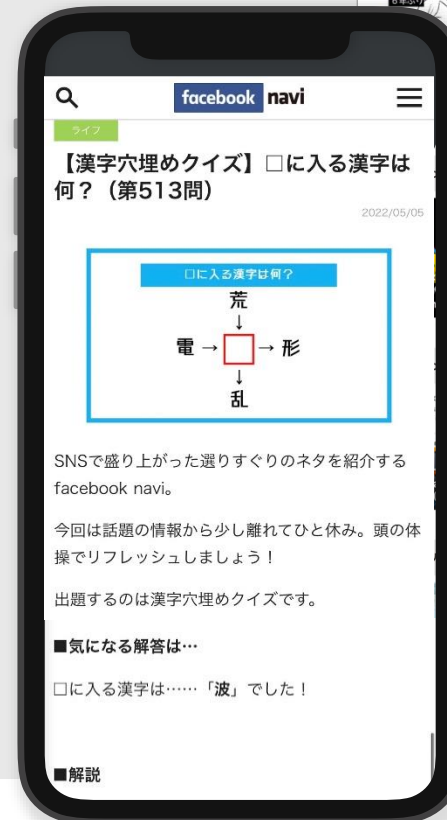


dショッピング
ふるさと納税百選

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。

