

2024年3月期第2四半期 決算説明資料

2023. 11. 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 -

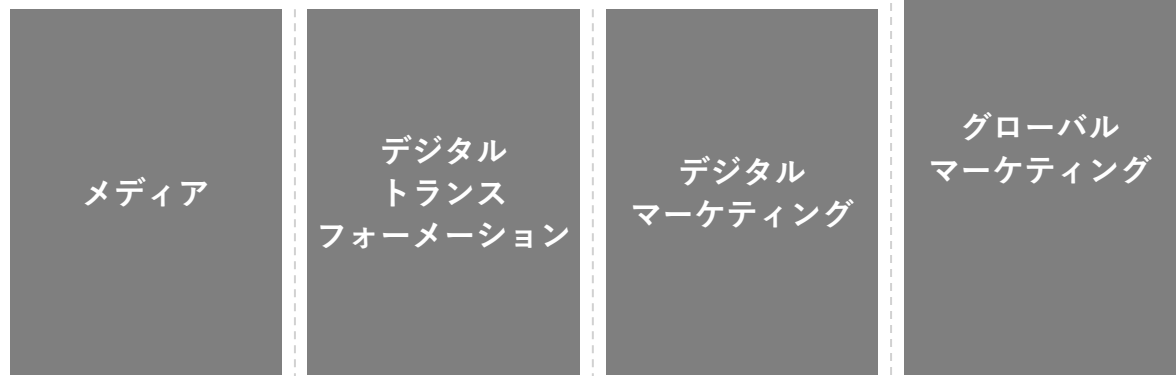
【すべての活動において大切に考える考え方】

システムではなく、人間。

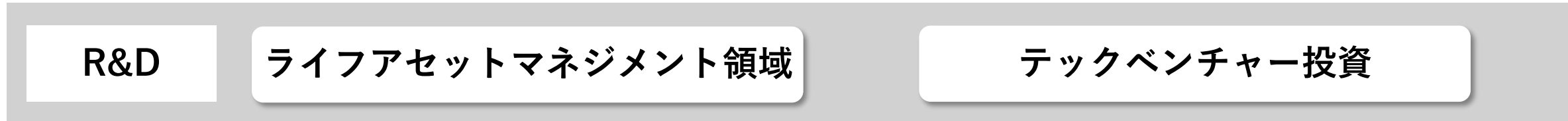
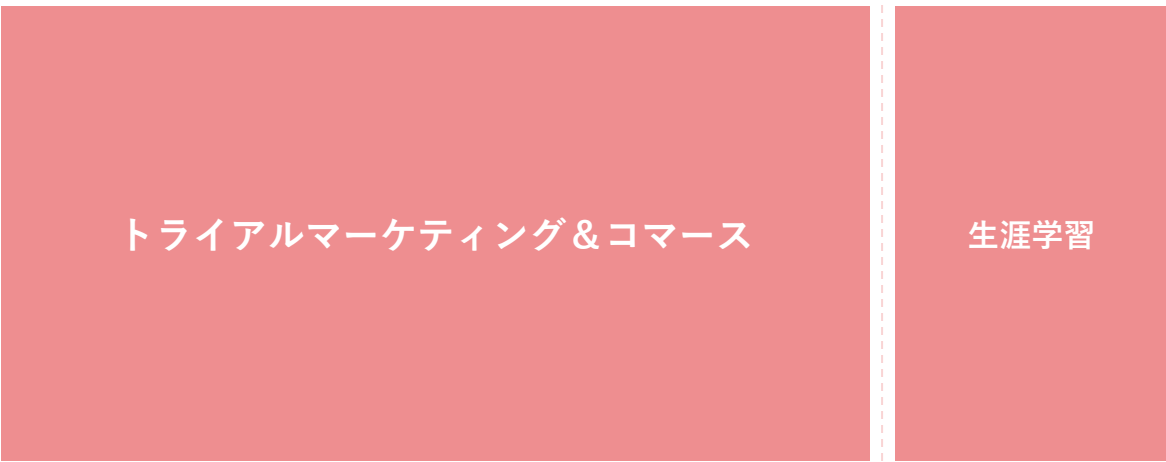
オールアバウトグループの事業領域と構成

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

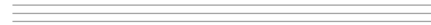
- ・マーケティングソリューション セグメント
- ・コンシューマサービス セグメント

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

取扱高増加も減収

- ・ 取扱高：238億円（前期比**1.5%増**）
- ・ 売上高：75億円（前期比**9.9%減**）

Summary

2

上期減益

- ・ 投資調整後営業利益：3千万円（前期比**87.9%減**）
- ・ 営業利益：△2.7億円（前年実績：8百万円）

Summary

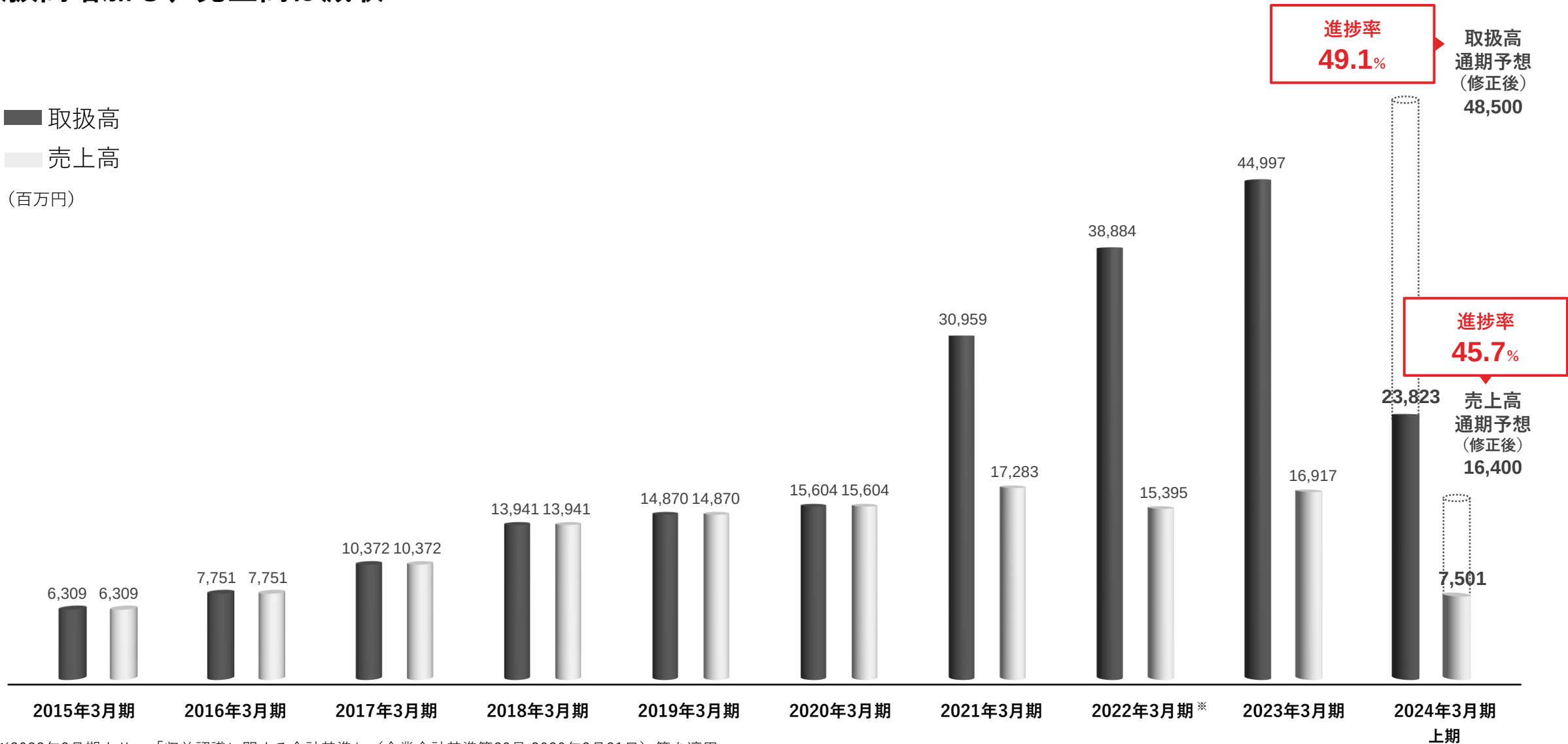
3

戦略的取り組み進行

1 連結取扱高と売上高の推移

取扱高増加も、売上高は減収

■ 取扱高
■ 売上高
(百万円)



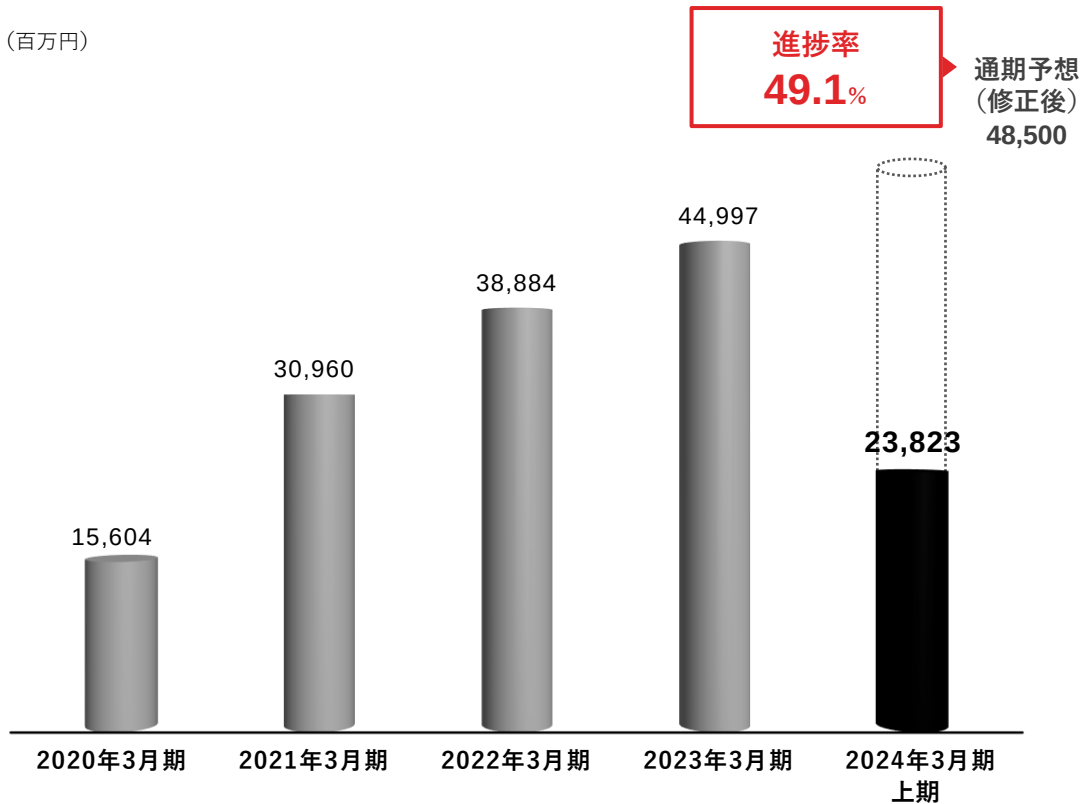
※2022年3月期より、「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を適用

1 連結取扱高の推移

四半期比減少：マーケティングソリューション減少が影響。コンシューマサービスは拡大継続

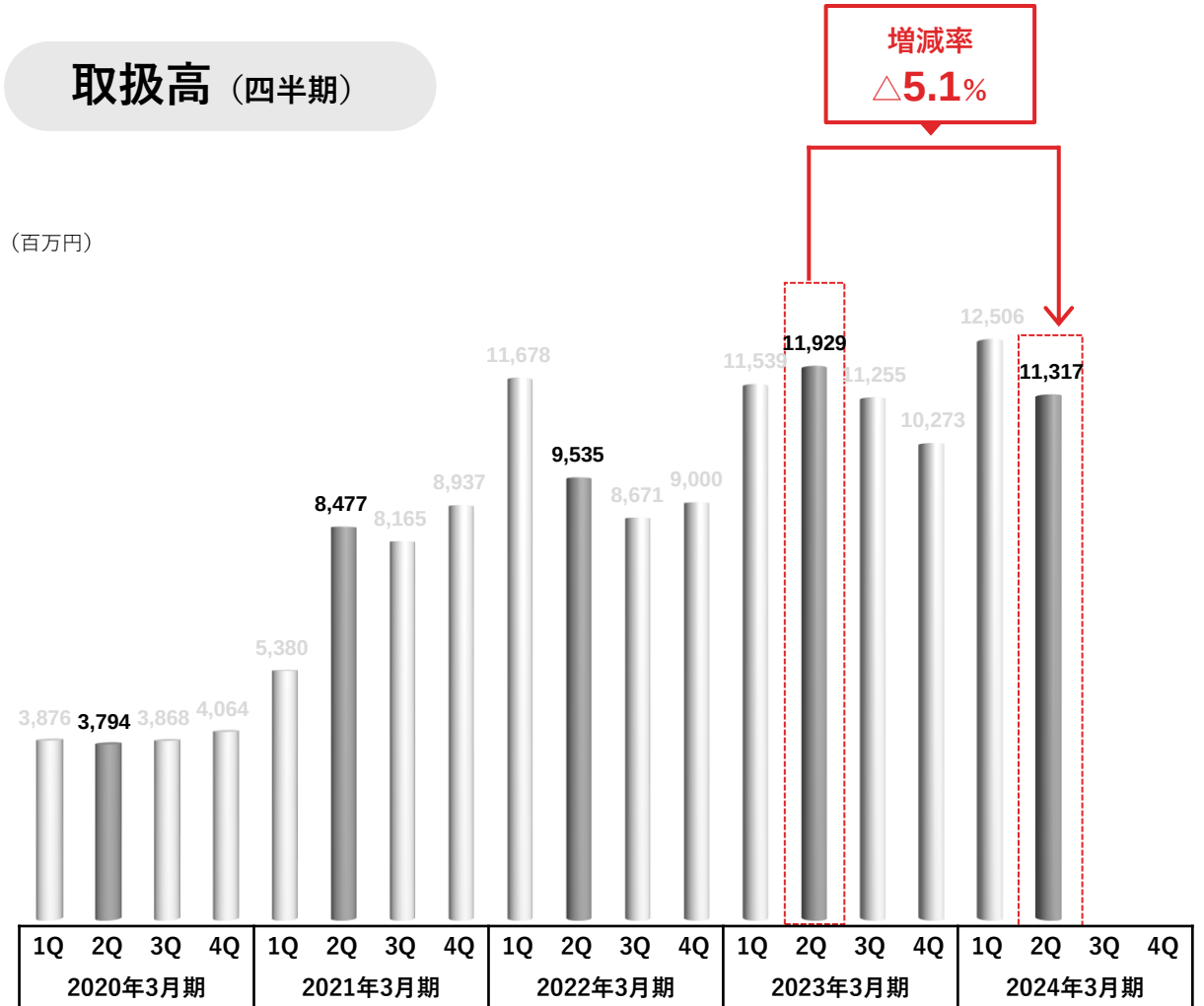
取扱高（通期）

（百万円）



取扱高（四半期）

（百万円）

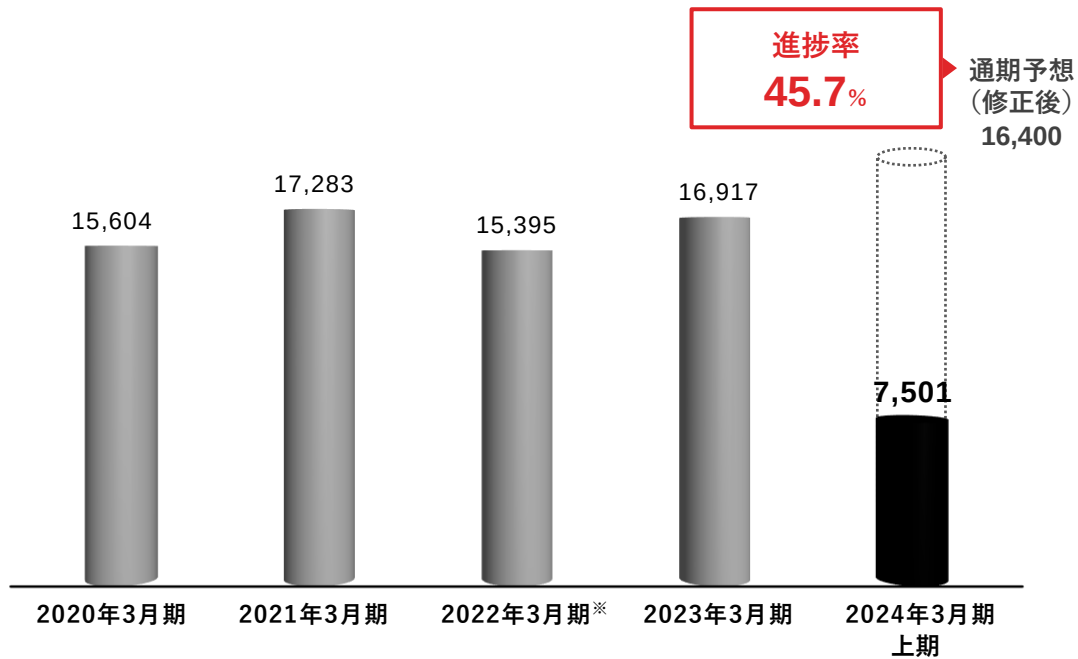


1 連結売上高の推移

両セグメント減収

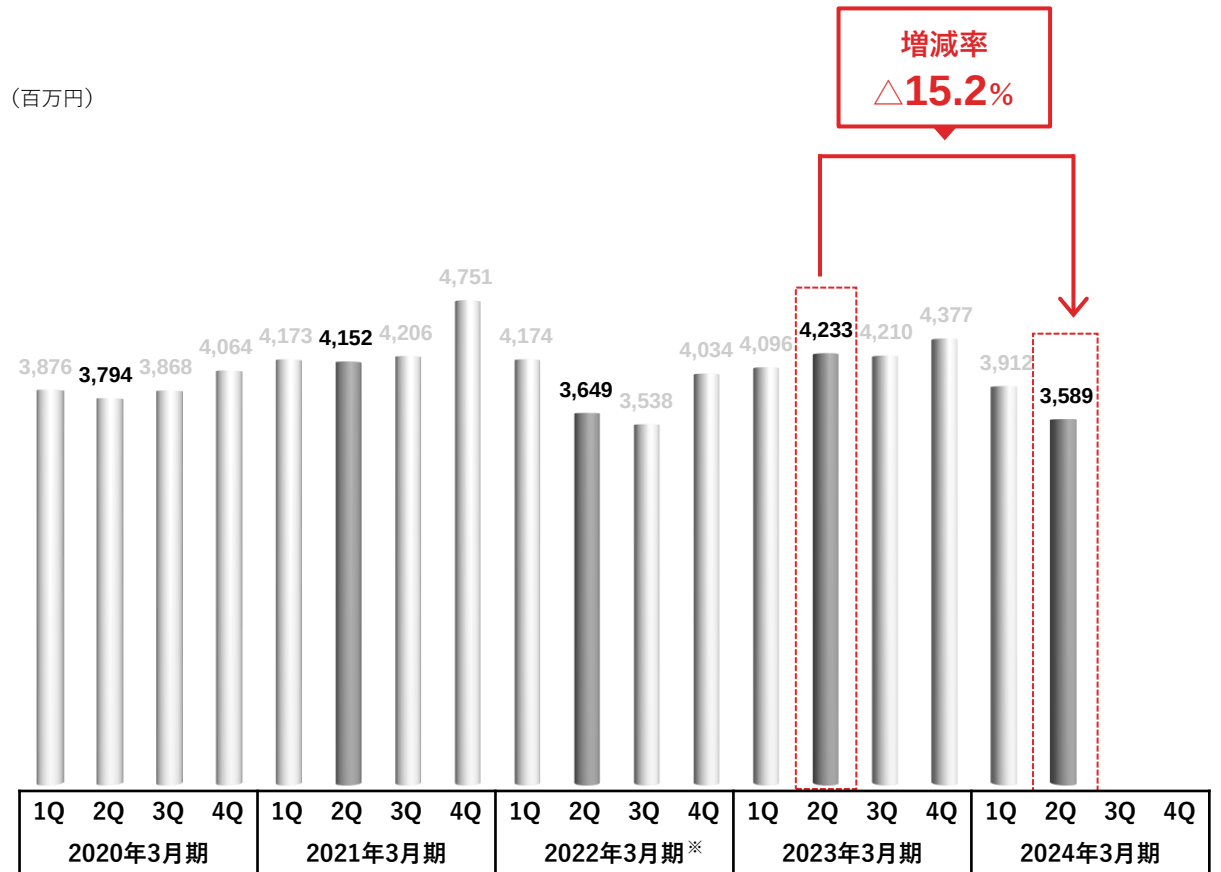
売上高（通期）

（百万円）



売上高（四半期）

（百万円）



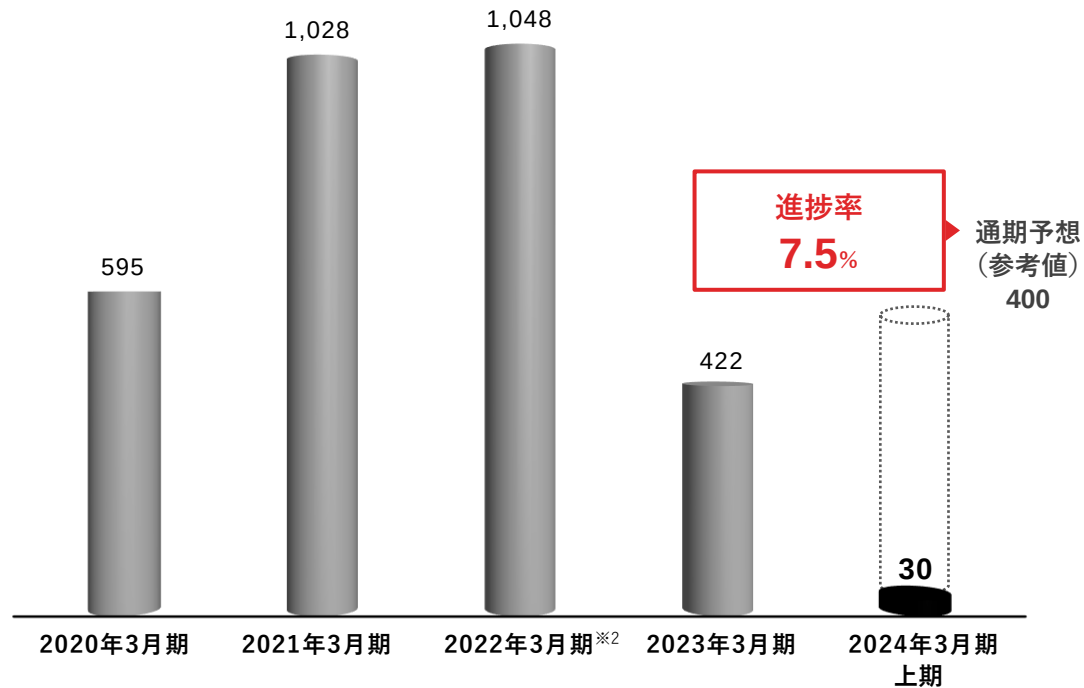
※2022年3月期より、「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を適用

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

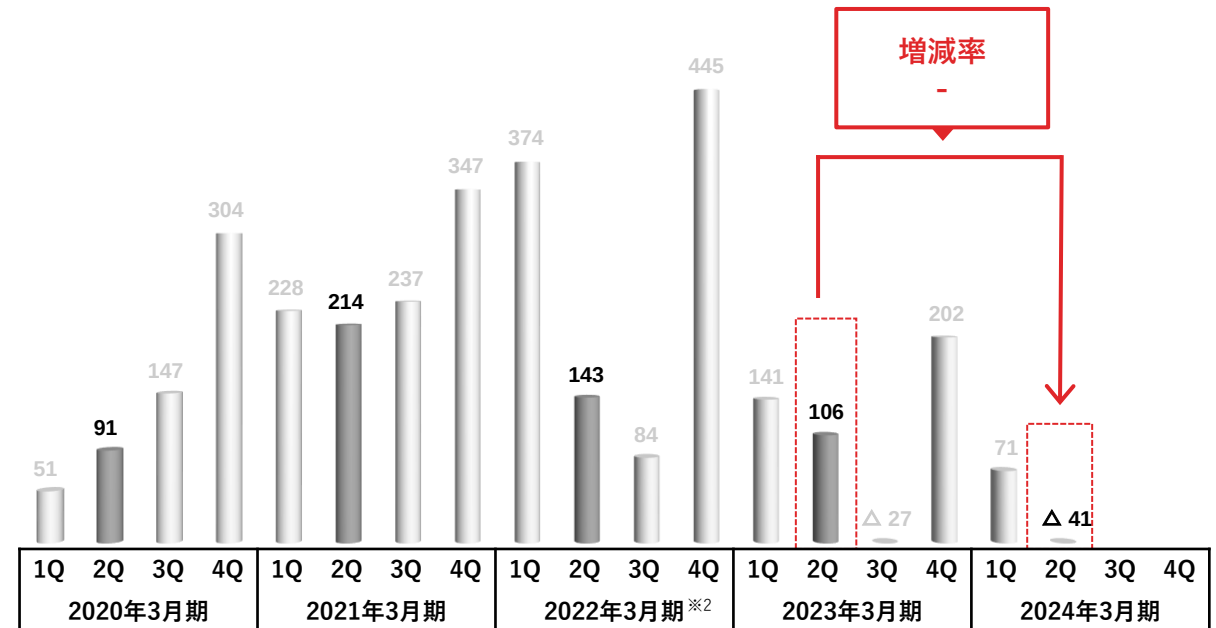
投資調整後営業利益（通期）

（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

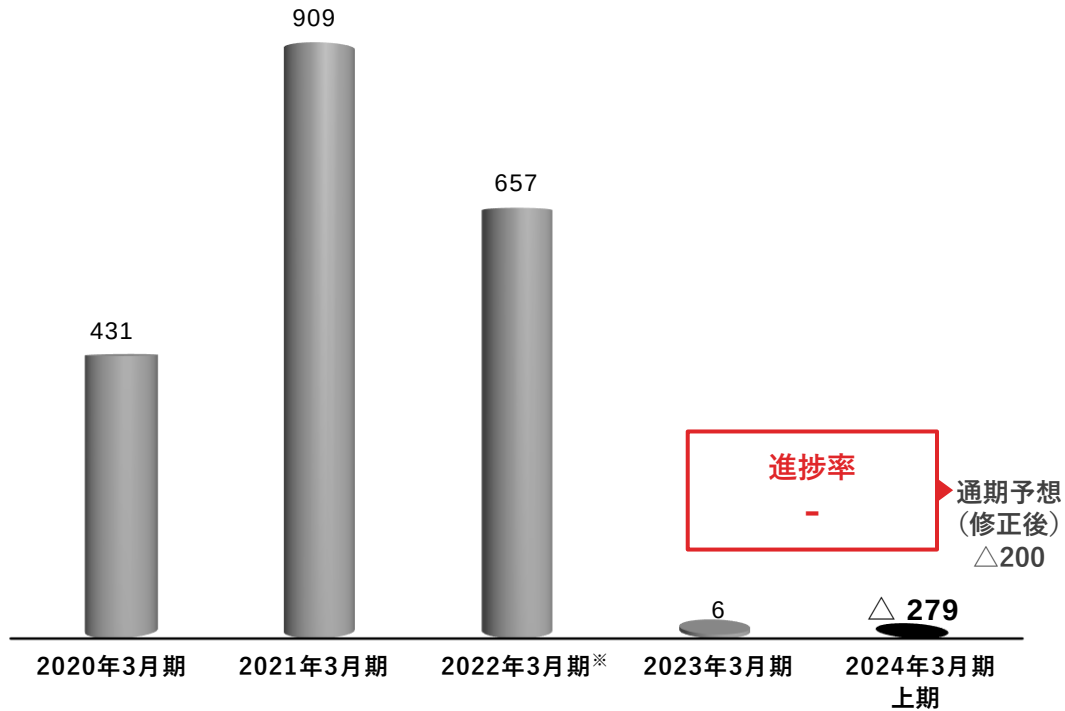
※2：2022年3月期より、「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を適用

1 連結営業利益の推移

戦略投資実施、営業損失

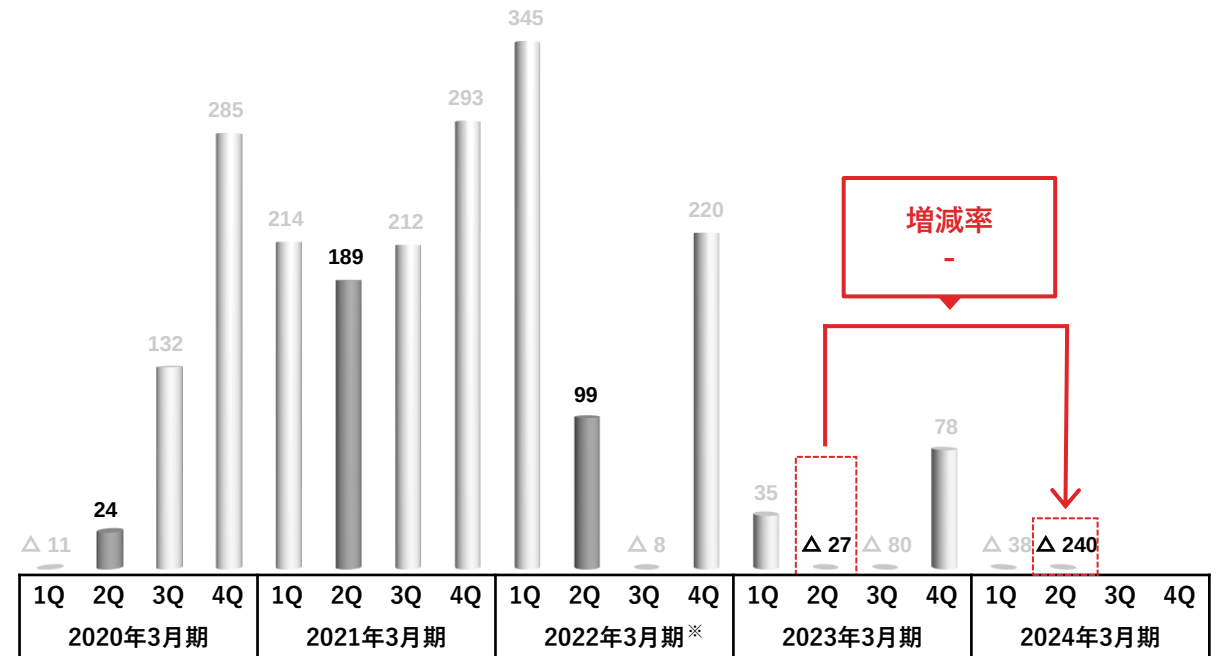
営業利益（通期）

（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2四半期（累計）の決算ハイライト

連結業績

- 取扱高増加も売上高減収
- 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

23,823百万円対前年同期増減率：**1.5%**増修正通期計画比進捗率：
49.1%

売上高

7,501百万円対前年同期増減率：**9.9%**減修正通期計画比進捗率：
45.7%

投資調整後営業利益

30百万円対前年同期増減率：**87.9%**減通期計画比進捗率：
7.5%

営業利益

△ **279**百万円

前年同期実績：

8百万円

1 2024年3月期第2四半期（累計）の決算ハイライト

(百万円)

2023年3月期
第2四半期2024年3月期
第2四半期

増減率

取扱高	23,468	23,823	+1.5%
マーケティングソリューション	4,670	2,772	△40.6%
コンシューマサービス	18,829	21,081	+12.0%
売上高	8,329	7,501	△9.9%
マーケティングソリューション	1,089	829	△23.9%
コンシューマサービス	7,271	6,702	△7.8%
粗利益※1	2,493	2,296	△7.9%
マーケティングソリューション	853	611	△28.4%
コンシューマサービス	1,668	1,715	+2.8%
営業費用※2	2,484	2,575	+3.6%
マーケティングソリューション	900	838	△6.8%
コンシューマサービス	1,353	1,542	+14.0%
営業利益	8	△279	-
マーケティングソリューション	△46	△227	-
コンシューマサービス	315	172	△45.2%
投資調整後営業利益※3	247	30	△87.9%
マーケティングソリューション	39	△67	-
コンシューマサービス	438	295	△32.5%

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2四半期（累計）の事業ハイライト

マーケティングソリューション

- 取扱高減少：Best Oneの取扱高減少が影響
- 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」関連費用増加等で減益
- PrimeAd：「PrimeAd BMP」商流確保に向け、代理店開拓着実に進行

取扱高

2,772百万円対前年同期増減率：**40.6%**減修正通期計画比進捗率：
48.4%

売上高

829百万円対前年同期増減率：**23.9%**減修正通期計画比進捗率：
39.9%

投資調整後営業利益

△**67**百万円前年同期実績：
39百万円

営業利益

△**227**百万円前年同期実績：
△**46**百万円

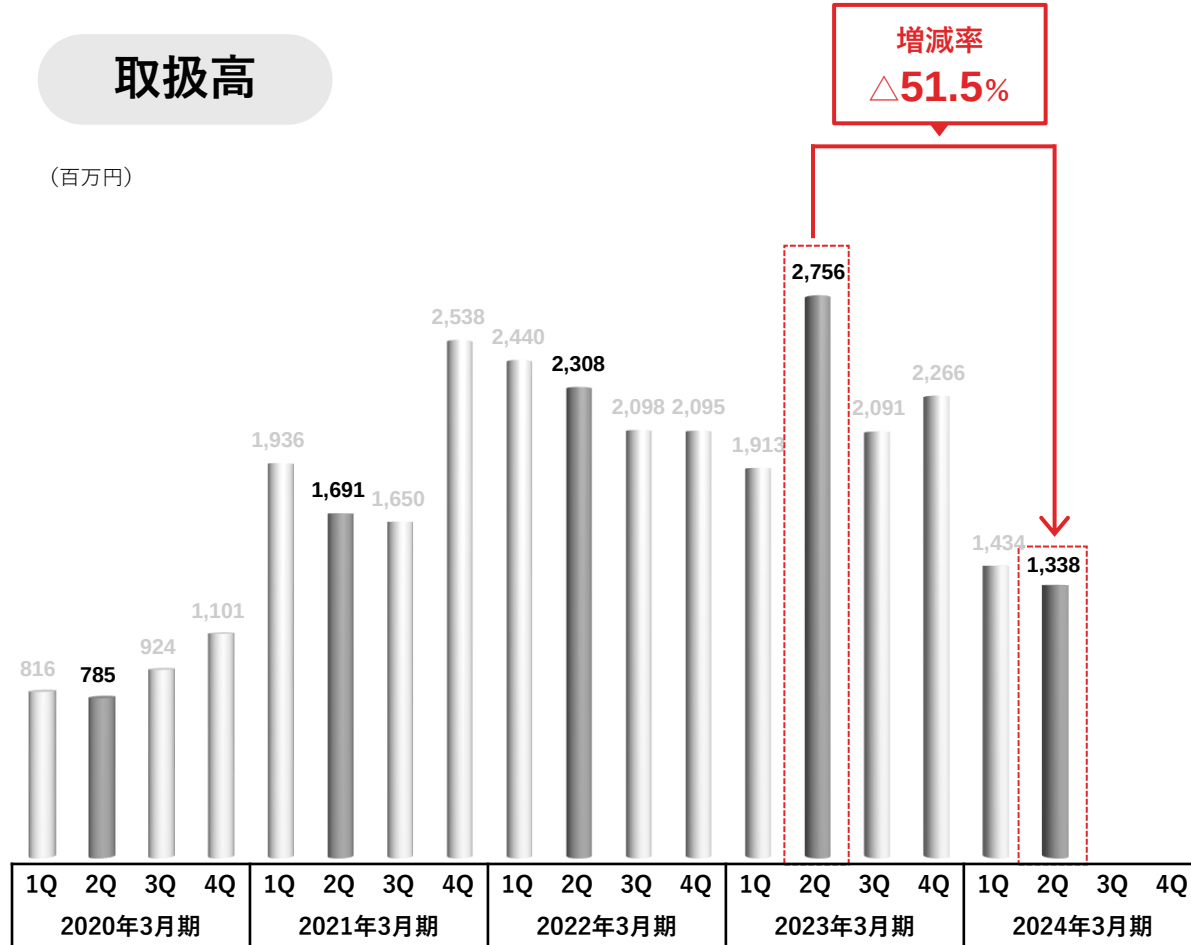
2 マーケティングソリューションの取扱高・売上高※1推移

取扱高：2,772百万円

売上高：829百万円

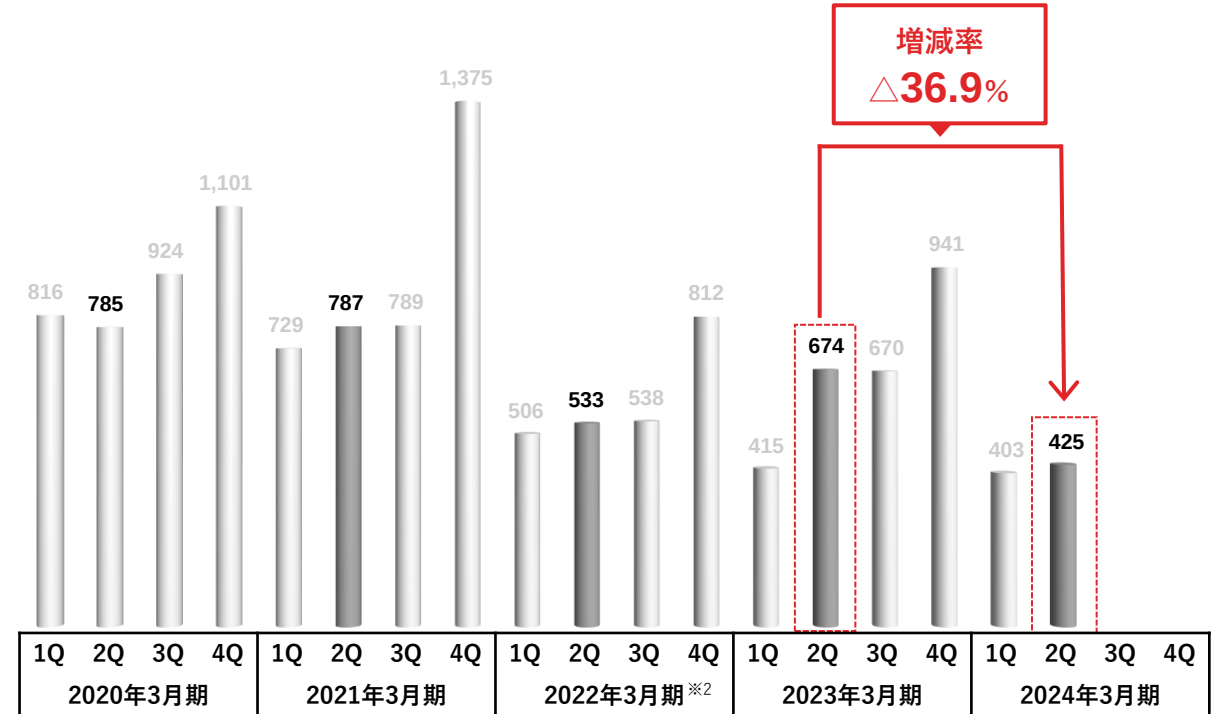
取扱高

(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

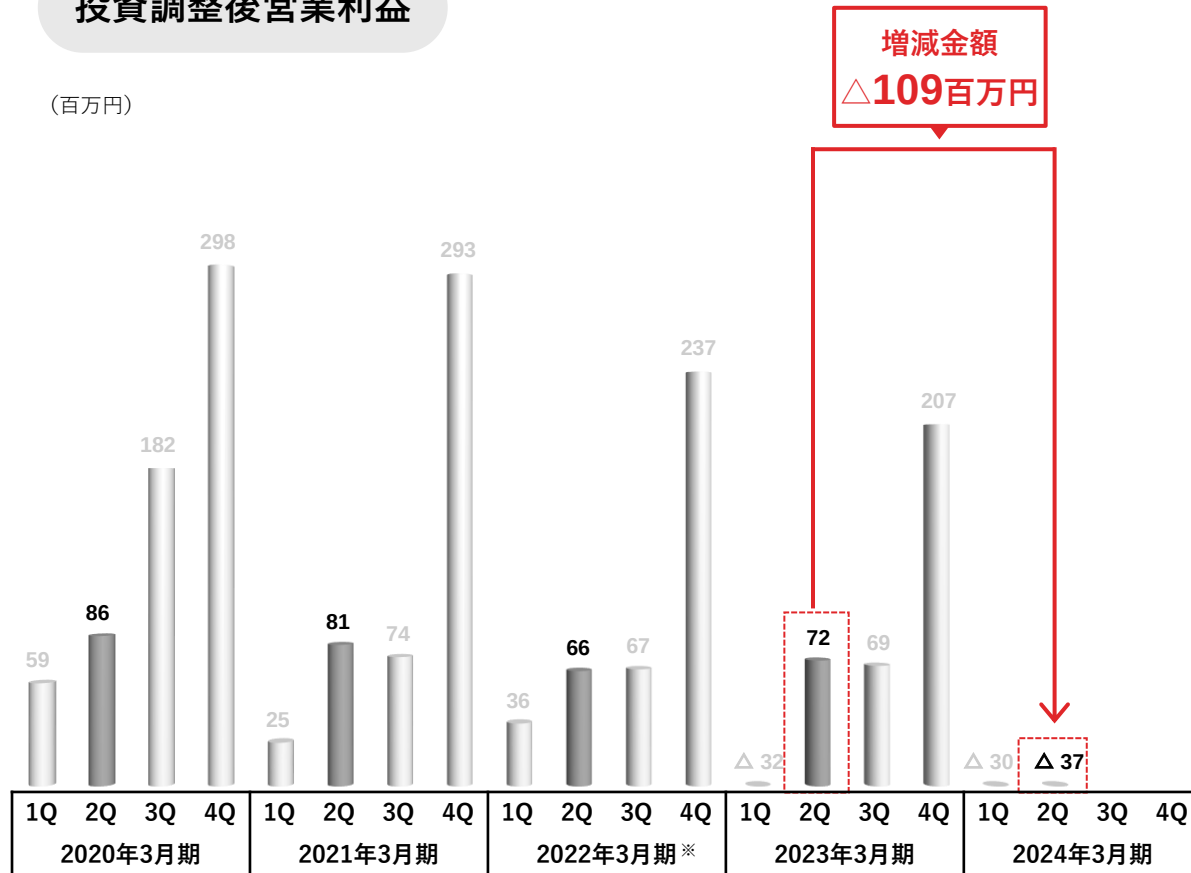
2 マーケティングソリューションの投資調整後営業利益・営業利益推移

投資調整後営業利益：△67百万円

営業利益：△227百万円

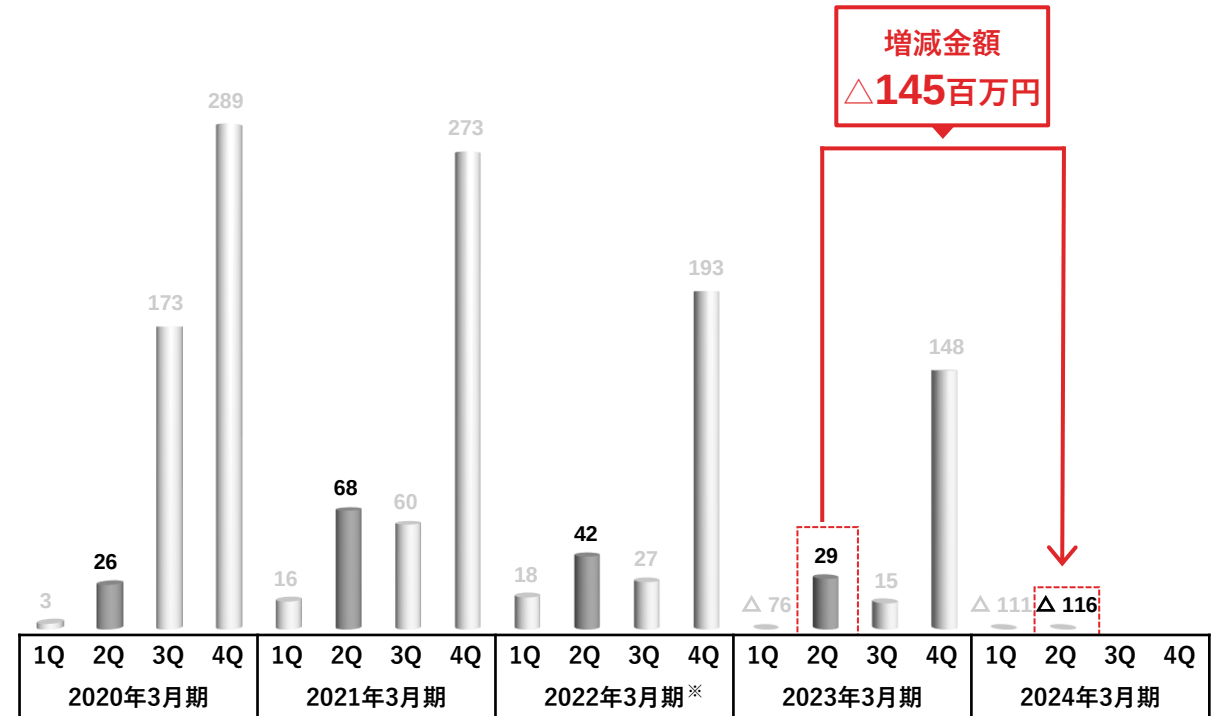
投資調整後営業利益

(百万円)



営業利益

(百万円)

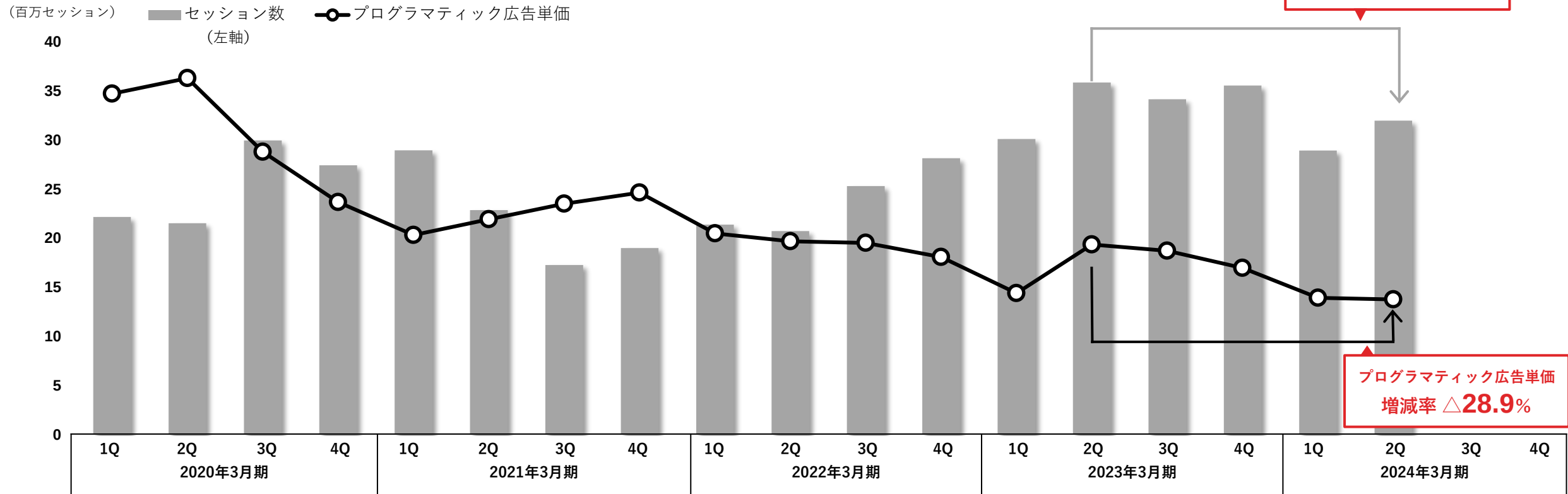


※2022年3月期より、「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を適用

2 総合情報サイト「All About」の状況

- セッション数※¹は前期比減も回復傾向：主に他メディアからの参照流入が回復も、前期水準には至らず
- プログラマティック広告単価は調整フェーズ：引き続き市況感は低迷。高単価コンテンツのセッション数と合わせて回復狙う

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

PrimeAd

コンテンツマーケティング市場のDX

- ・ 中長期ターゲット
- ・ 6,000億円市場規模*

デジタルメディアタイアップ市場のDX

- ・ 当面ターゲット
- ・ 1,000億円市場規模*

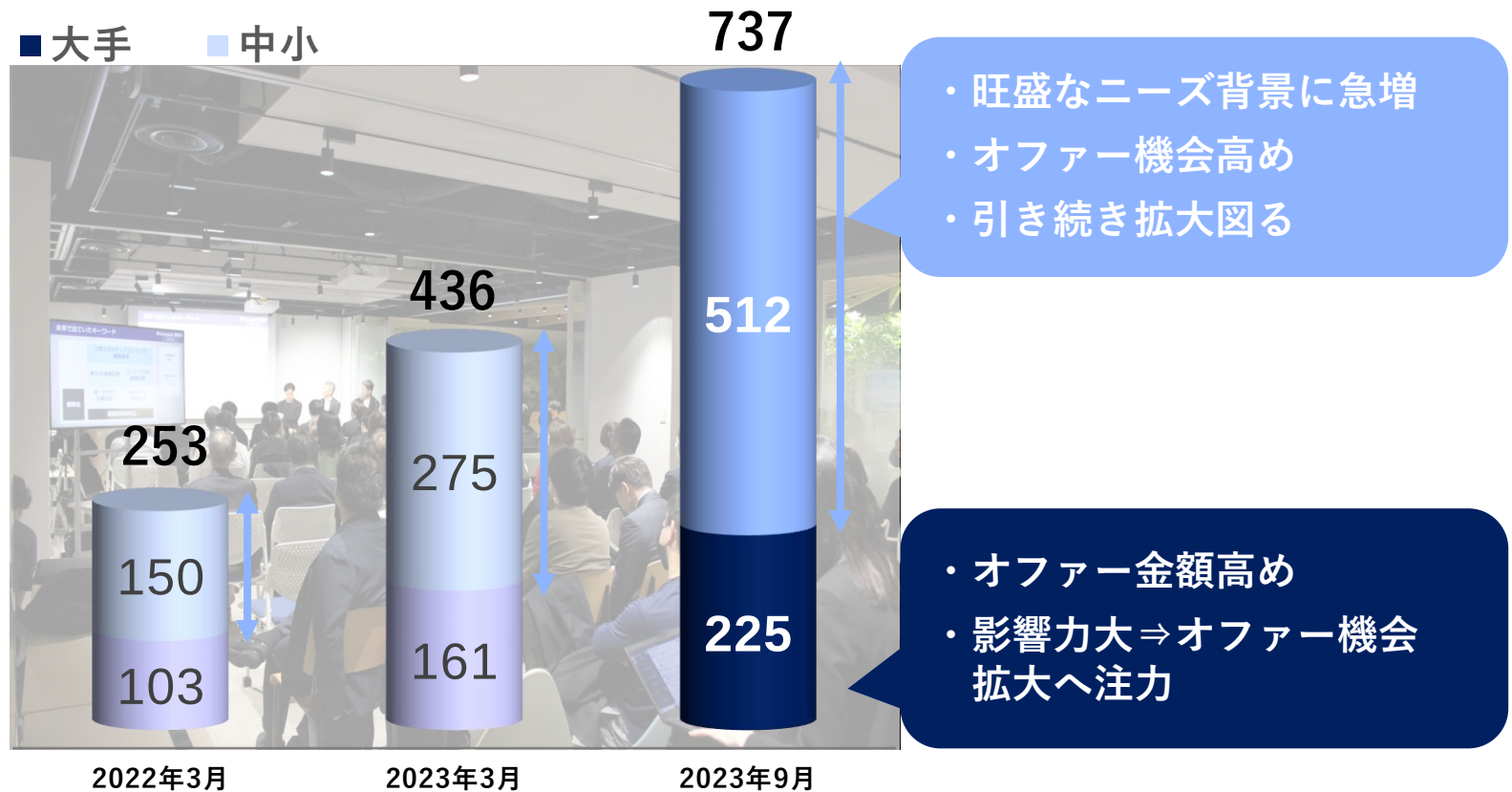
PrimeAd BMPの市場浸透

代理店拡大

KPI:代理店ID

アクティブ率
(オファー)
向上

代理店ID推移



* 当社調べ

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2四半期（累計）の事業ハイライト

コンシューマサービス

- ・ dショッピング堅調推移。取扱高、2桁成長持続
- ・ サンプル百貨店の商品調達苦戦等により減収（コロナ禍経た商品構成・猛暑等影響）
- ・ d払いネットショッピング・ふるさと納税百選等、新規事業の開発投資による減益

取扱高

21,081百万円対前年同期増減率：**12.0%**増修正通期計画比進捗率：
49.2%

売上高

6,702百万円対前年同期増減率：**7.8%**減修正通期計画比進捗率：
46.2%

投資調整後営業利益

295百万円対前年同期増減率：**32.5%**減修正通期計画比進捗率：
37.4%

営業利益

172百万円対前年同期増減率：**45.2%**減修正通期計画比進捗率：
30.7%

2 コンシューマサービスの取扱高・売上高※1推移

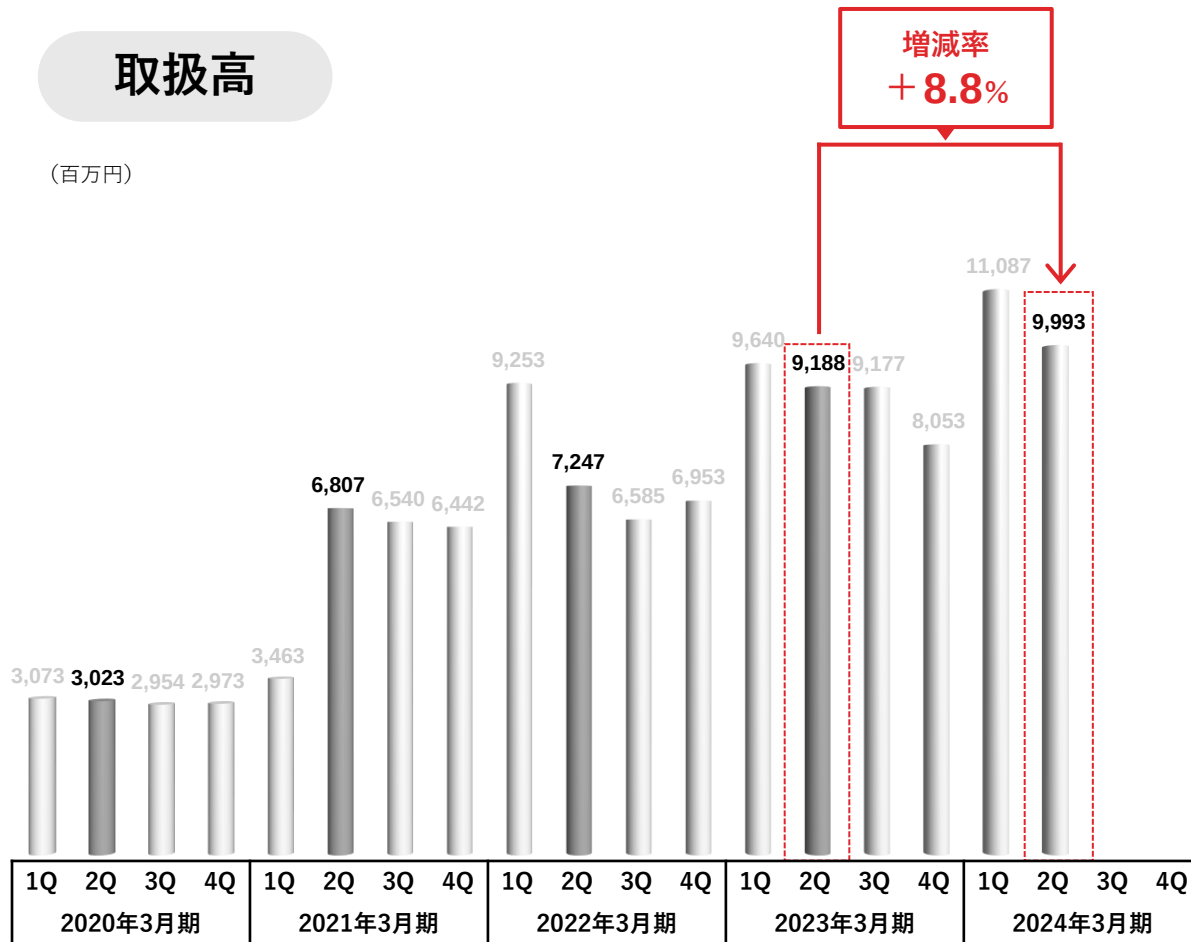
取扱高：21,081百万円

売上高：6,702百万円

取扱高

増減率
+8.8%

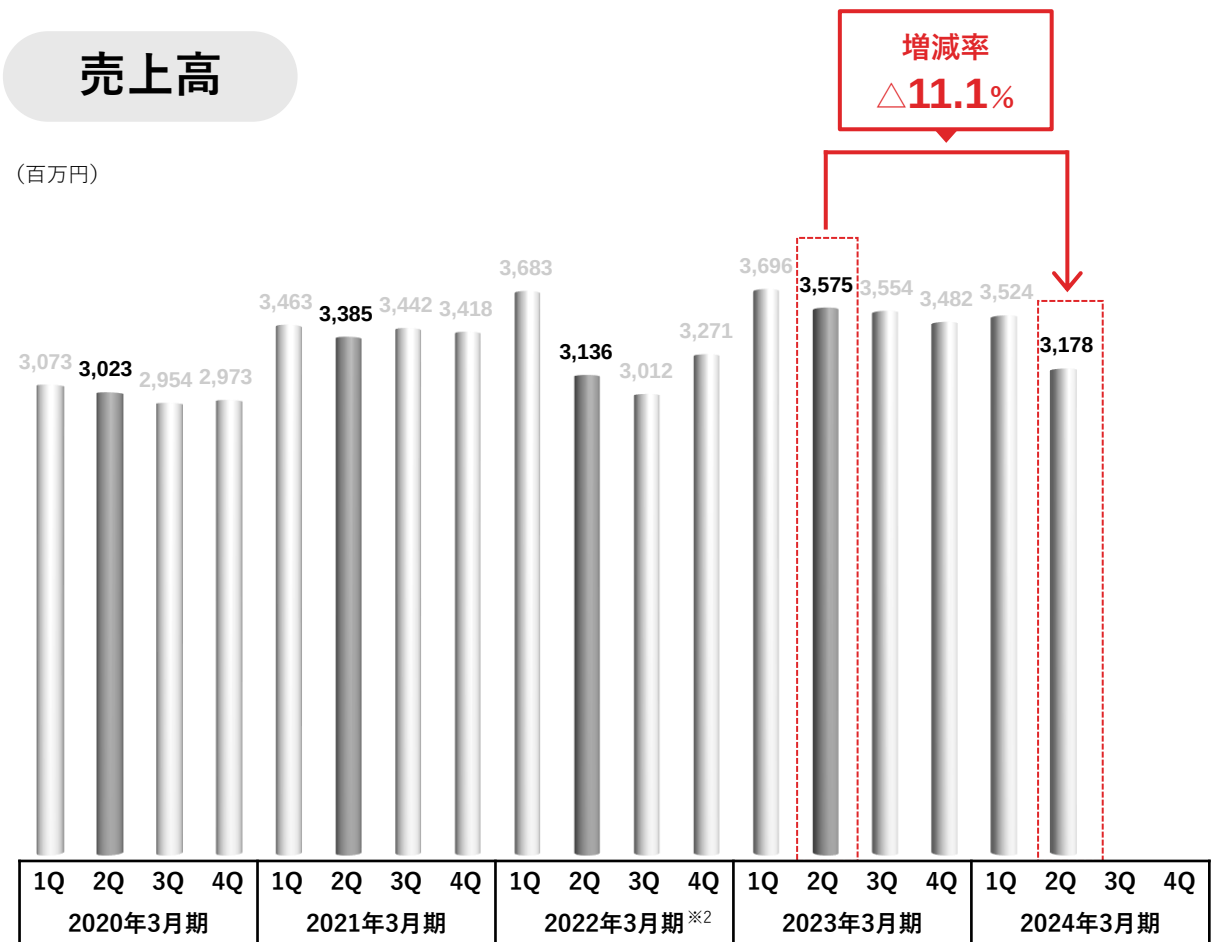
(百万円)



売上高

増減率
△11.1%

(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

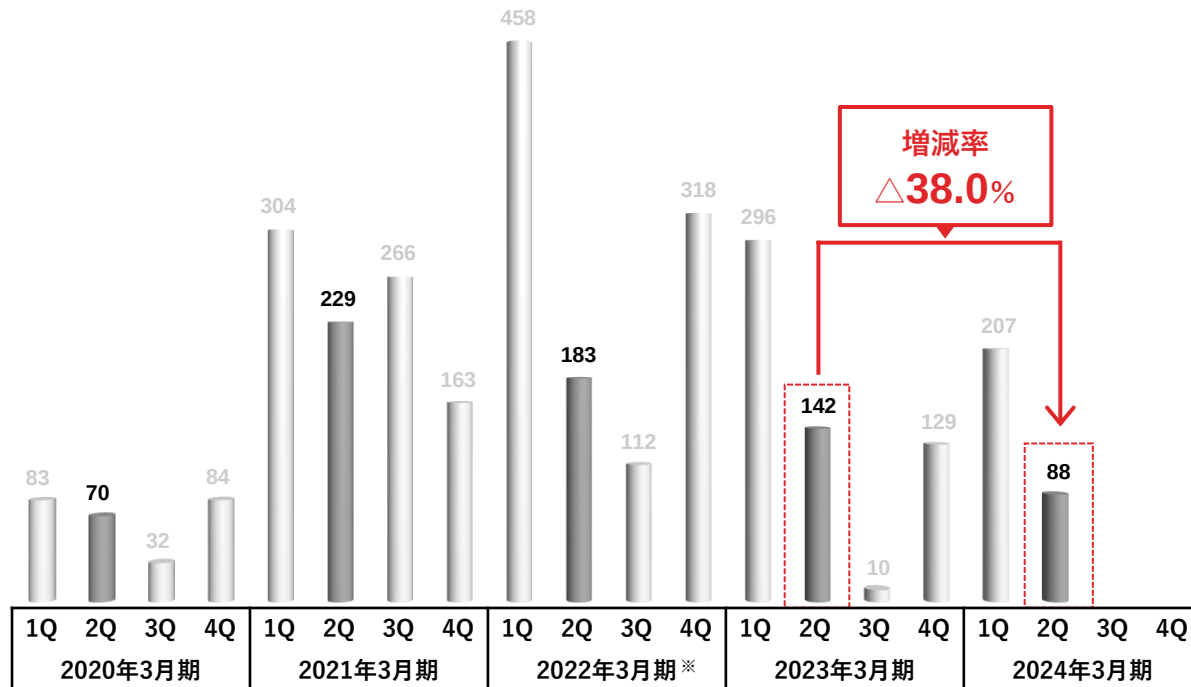
2 コンシューマサービスの投資調整後営業利益・営業利益推移

投資調整後営業利益：295百万円

営業利益：172百万円

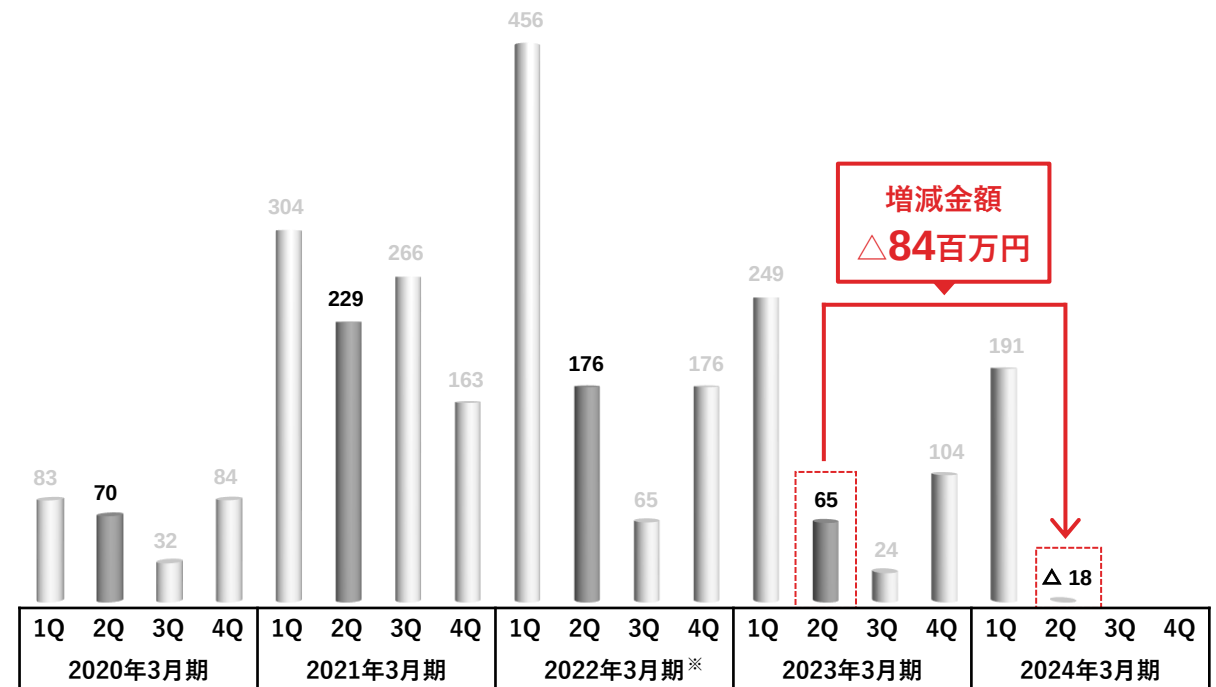
投資調整後営業利益

(百万円)



営業利益

(百万円)

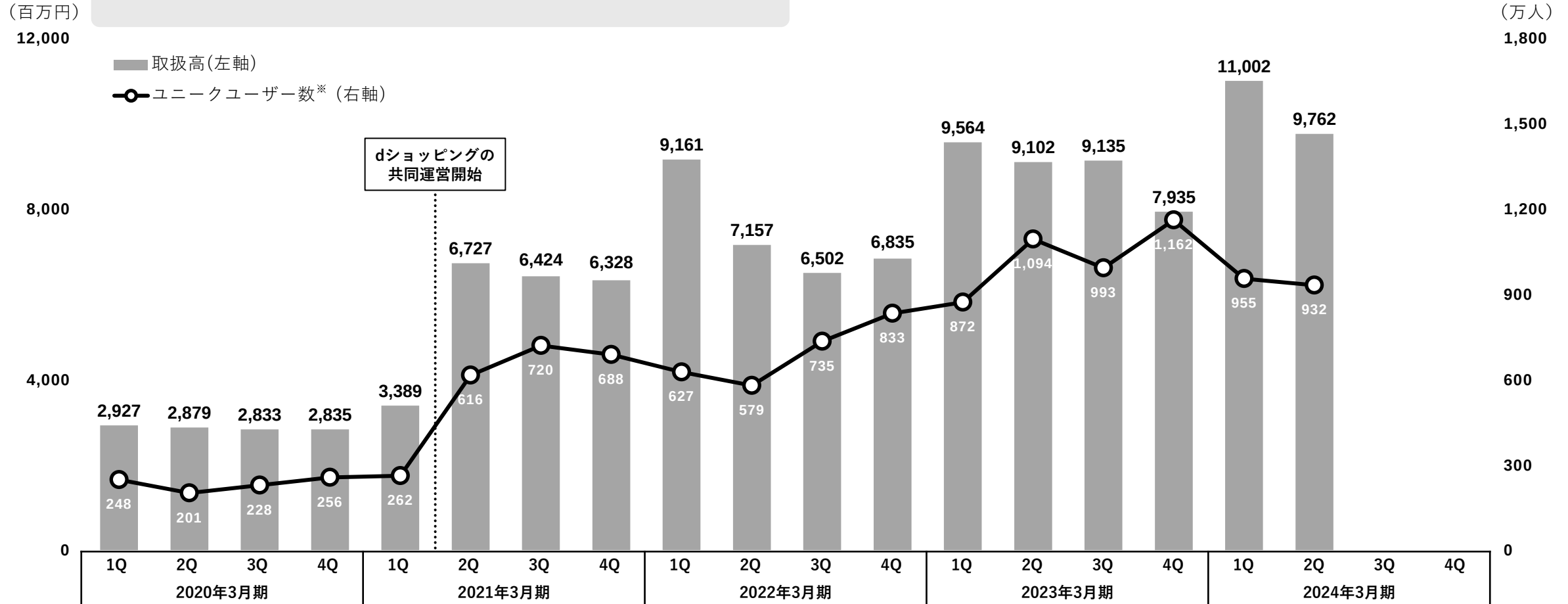


※2022年3月期より、「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を適用

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
マル
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

	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
	  	  	  
上期動向	・リアルへの人流回帰 ・人流回帰による需要変動、商品調達苦戦	・ドコモdカード連携強化 ⇒dショッピングの取扱高拡大 ・新規事業も進捗 ⇒ふるさと納税百選伸長	・ソリューション拡大。ドコモスタジオ&ライブ社との連携 ・物納CM：受注好調
見通し	・調達環境に底打ち感 ・EC専用商品が堅調推移	・dショッピング：拡大継続 ⇒出店社、商品拡大に注力 ・ふるさと納税百選：年末にかけて需要増加見込み	・物納CM：エコソリューションとして需要増加 ・インフルエンサー施策増加 ⇒オンオフ混合イベント開催 (12月：ヒルトン東京お台場)

3

業績見通し

3 2024年3月期第2四半期（累計）業績差異

- 売上高：計画未達（メディアのセッション数・広告単価減少、サンプル百貨店の調達苦戦）
- 戦略投資：着実に実施（PrimeAd、ドコモ経済圏向けマーケティング投資）
- 利益：売上計画未達、コスト増加（固定費増、戦略投資実施等）により、計画未達

（百万円）	5月発表	実績	増減	増減率
売上高	8,490 ~8,900	7,501	△988 ~△1,398	△11.6% ~△15.7%
営業利益	0 ~70	△279	△279 ~△349	-
経常利益	0 ~70	△264	△264 ~△334	-
親会社株主に帰属する 四半期純利益	△20 ~30	△187	△167 ~△217	-

3 業績予想修正

- 上期：計画未達
- 下期：上期を上回る見込み（グローバルマーケティング加算・サンプル百貨店復調等）
- 通期：期初予想レンジを下回る見通し⇒通期業績予想を修正

(百万円)	期初予想	修正予想	増減額	増減率
取扱高	49,370 ～51,960	48,500	△870 ～△3,460	△1.8% ～△6.7%
売上高	17,890 ～18,850	16,400	△1,490 ～△2,450	△8.3% ～△13.0%
営業利益	200 ～400	△200	△400 ～△600	-
経常利益	200 ～400	△190	△390 ～△590	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	90 ～210	△320	△410 ～△530	-

(百万円)	2023年3月期 実績	2024年3月期 通期予想（修正後）	増減率	マーケティングソリューション
取扱高（参考）	44,997	48,500	8.9%	・ 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
売上高	16,917	16,400	△3.1%	
営業利益	6	△200	-	コンシューマサービス
経常利益	20	△190	-	・ 商品調達・出店社拡充 ・ マーケティング投資継続 ・ 取扱高、売上高積極拡大と利益構造の強化推進
親会社株主に帰属する 当期純利益	△82	△320	-	

※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9月末	差異
流動資産	5,879	6,660	781
固定資産	2,193	2,345	151
資産合計	8,072	9,005	933

【負債の部】			
流動負債	3,092	4,146	1,053
固定負債	121	123	2
負債合計	3,214	4,269	1,055

【純資産の部】			
株主資本	4,475	4,352	△122
その他包括利益	△1	2	3
新株予約権	6	6	△0
非支配株主持分	378	374	△3
純資産合計	4,858	4,736	△122

【流動資産の増加の主な要因】

- ・ 売掛金回収等による現預金の増加 (+430百万円)
- ・ 未収入金の増加 (+1,042百万円)
- ・ 商品及び製品の増加 (+53百万円)
- ・ 売掛金の減少 (△784百万円)

【固定資産の増加の主な要因】

- ・ 投資有価証券の増加 (+104百万円)

【流動負債の増加の主な要因】

- ・ 未払金の増加 (+1,183百万円)

【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 (△187百万円)
- ・ 配当による減少 (△40百万円)

連結キャッシュ・フロー計算書

(百万円)

	2024年3月期 第2四半期
営業活動によるキャッシュ・フロー	667
投資活動によるキャッシュ・フロー	△255
財務活動によるキャッシュ・フロー	18
現金及び現金同等物の増減額（△は減少）	430
現金及び現金同等物の期首残高	1,900
現金及び現金同等物の四半期末残高	2,331

【営業活動によるキャッシュ・フロー】

- ・主な増加： 減価償却費（+184百万円）
売上債権減（+784百万円）
法人税等還付（+138百万円）
- ・主な減少： 税金等調整前四半期純利益（△264百万円）
仕入債務減（△284百万円）

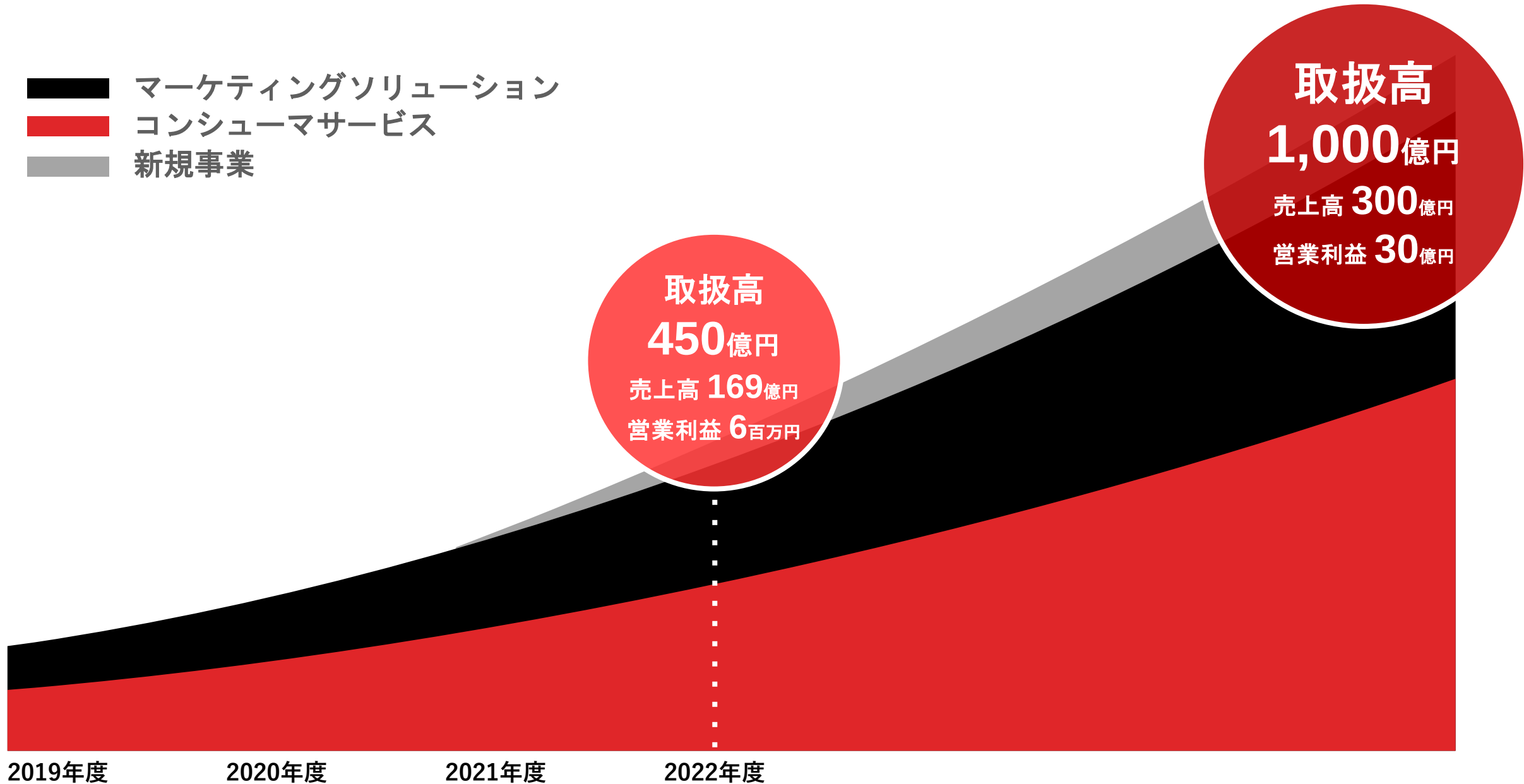
【投資活動によるキャッシュ・フロー】

- ・主な支出：ソフトウェア等の無形固定資産の取得（△152百万円）
投資有価証券の取得（△99百万円）

【財務活動によるキャッシュ・フロー】

- ・主な収入：株式発行による収入（+59百万円）
- ・主な支出：配当金の支払（△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

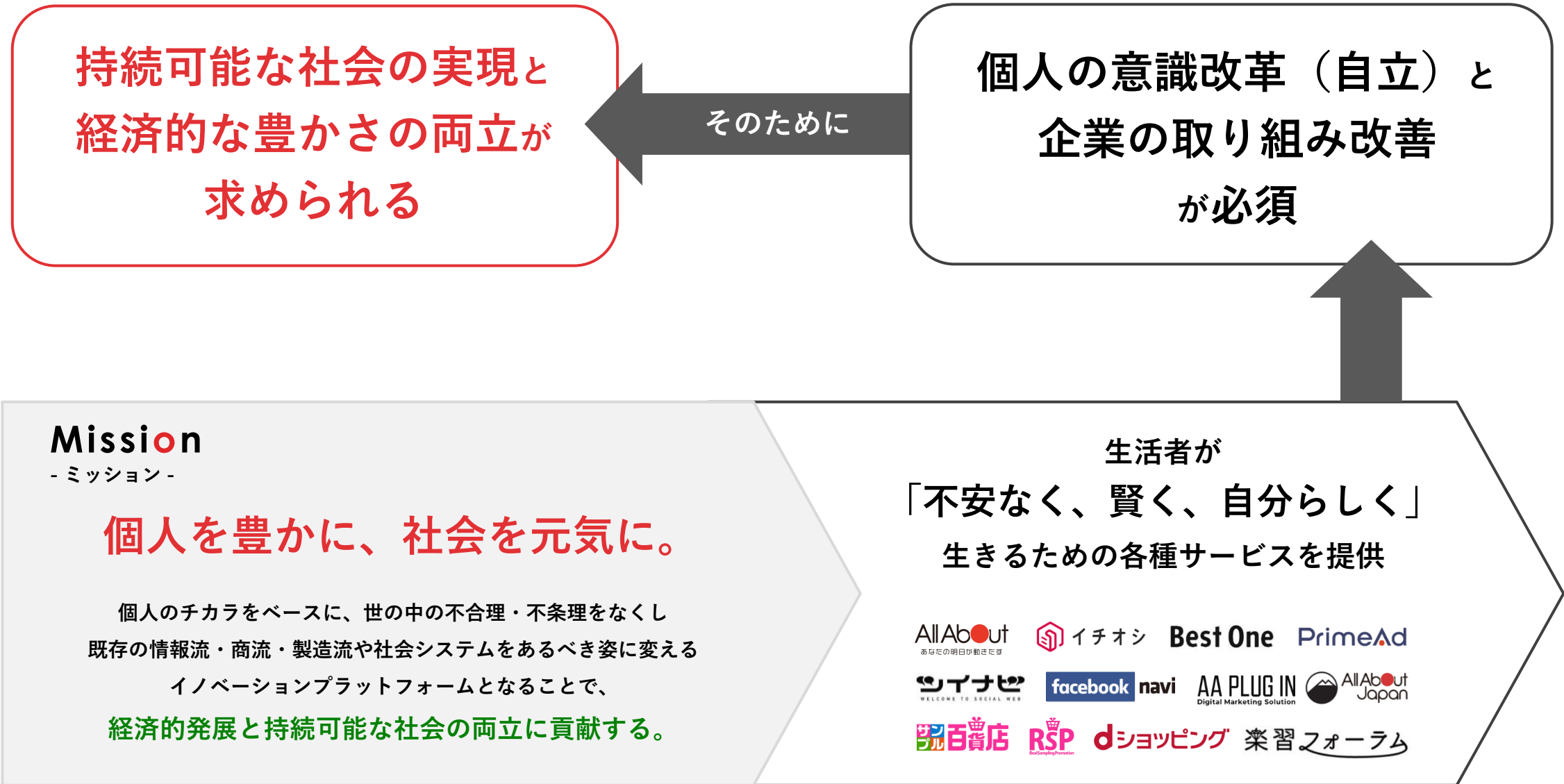
株式会社LMサービス

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

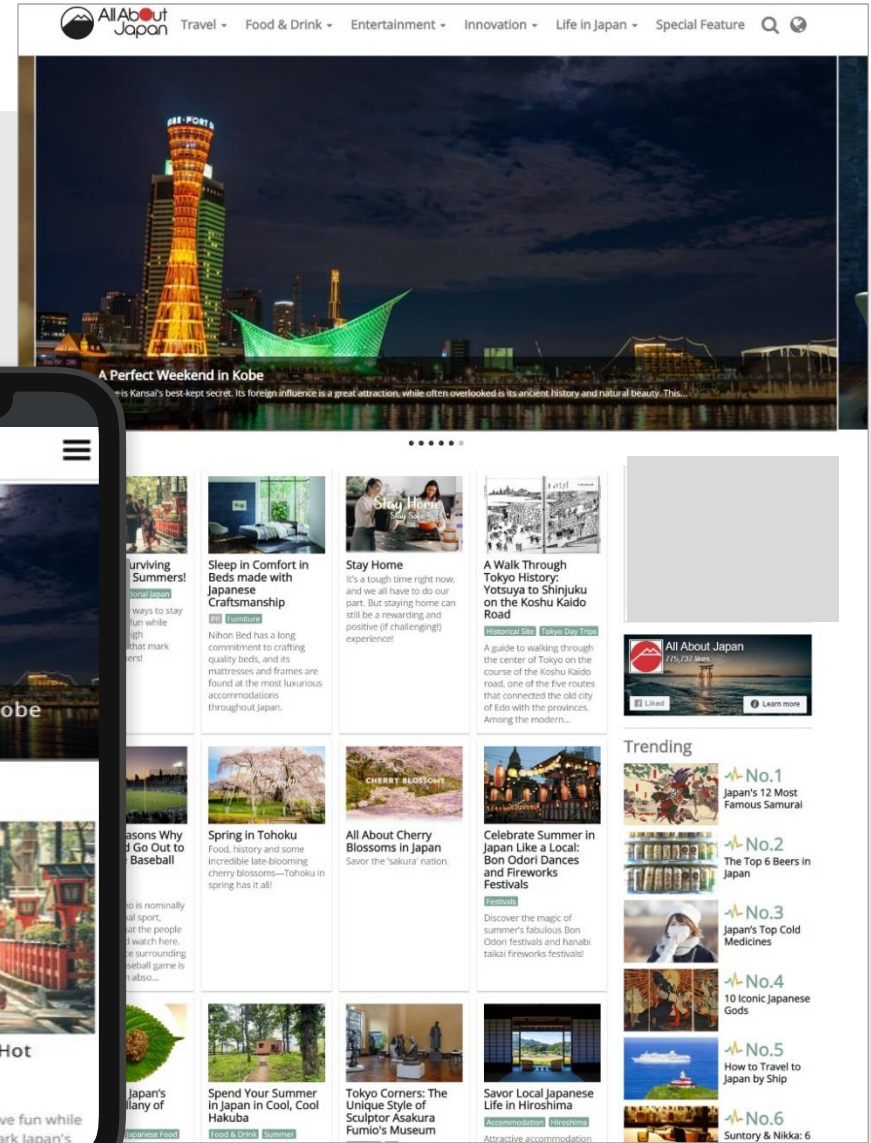
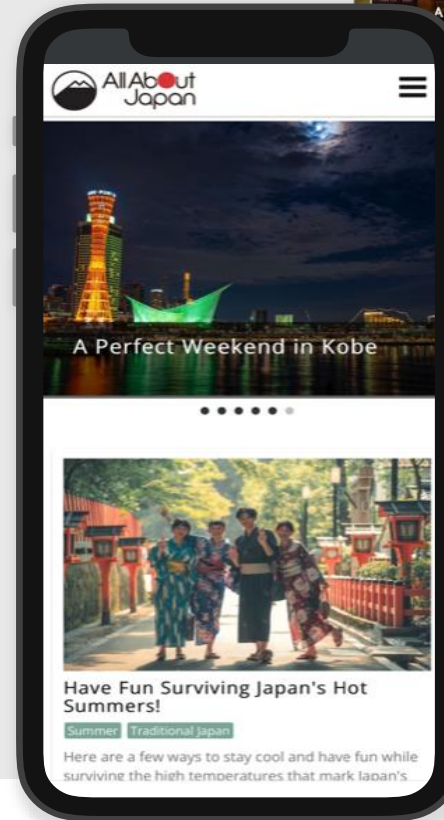
累積記事本数
10,000本超

6ヶ国語
(英・中・台・韓・
タイ・日) 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

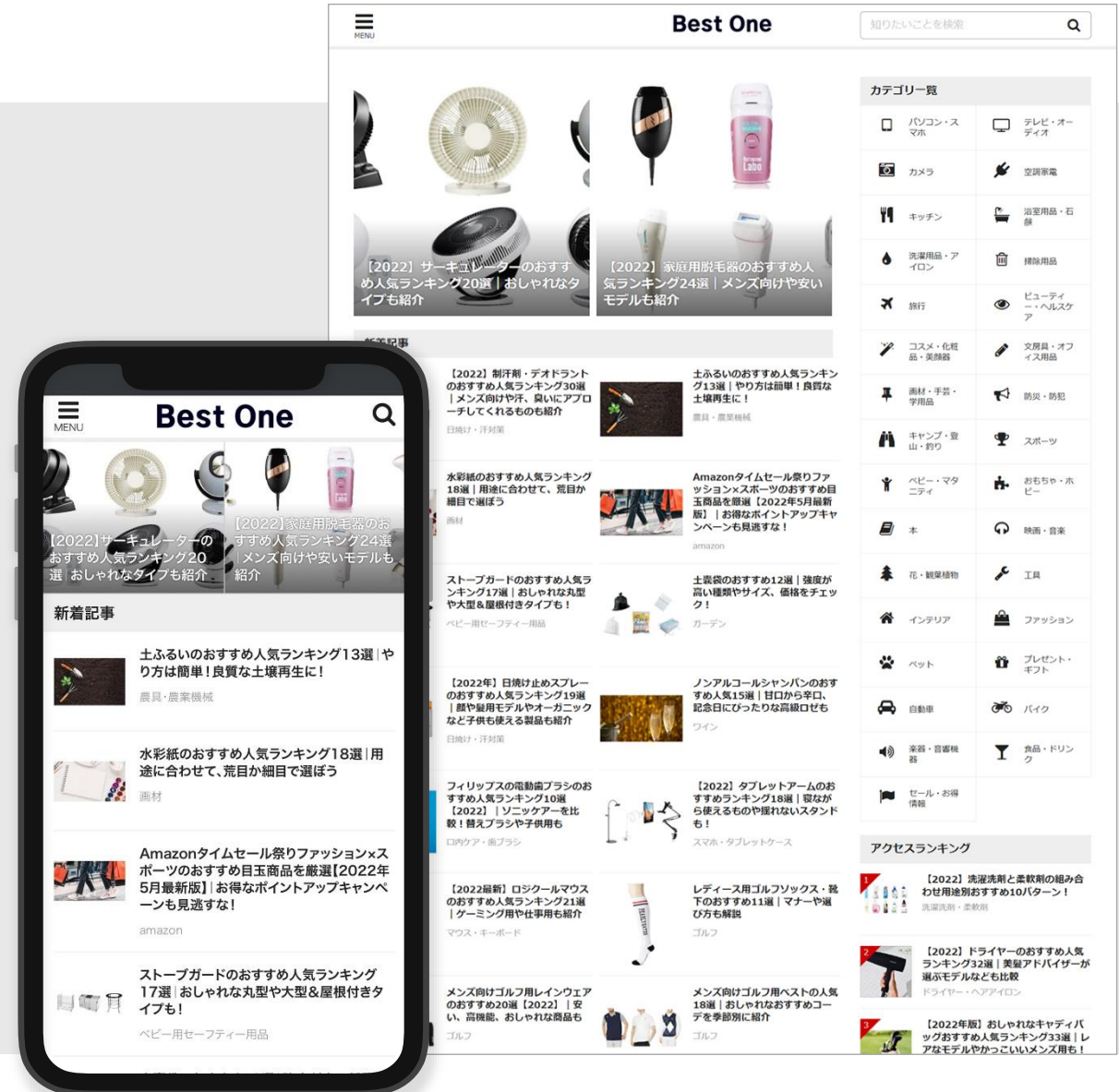


ベストが見つかるおすすめ情報メディア「Best One」

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380万人の「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

RSP
Real Sampling Promotion
(リアルサンプリングプロモーション)

サンプリングイベントの様子



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

d払い決済アプリ内に2021年10月
よりミニアプリを開設



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、d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

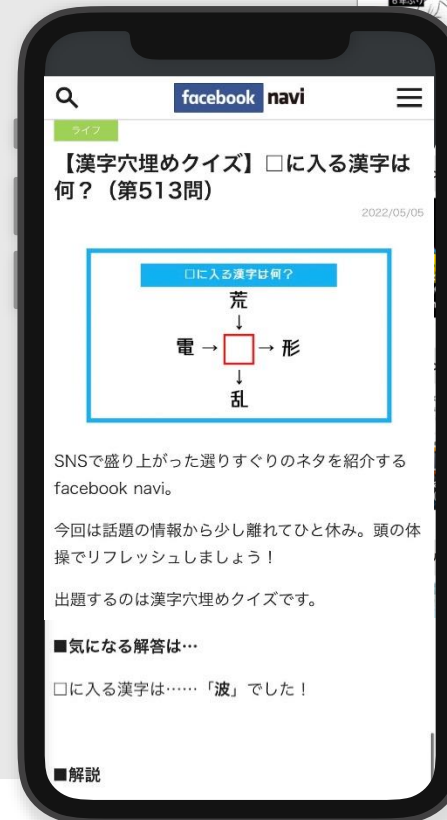


dショッピング
ふるさと納税百選

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。

