

2024年3月期 決算説明資料

...

2024. 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

デジタル
トランス
フォーメーション

デジタル
マーケティング

グローバル
マーケティング

AllAbout
あなたの明日が動き出す

イチオシ

Best One

PrimeAd

ソイナビ
WELCOME TO SOCIAL WEB

facebook navi

AA PLUG IN
Digital Marketing Solution

AllAbout
Japan

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

生涯学習

サン
プル 百貴店 RSP
RealSamplingPromotion

dショッピング

d払い

ふるさと
納税 百選

ネットショッピング

楽習フォーラム

R&D

ライフアセットマネジメント領域

テックベンチャー投資

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 2024年3月期の戦略方針（2023年5月10日決算発表資料より）

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
ベンチャー投資株式報酬
費用

1 エグゼクティブサマリー

Summary

1

通期業績予想を修正

- ・ 株式会社オールアバウトライフワークスの事業撤退を決定
- ・ 上記含め、足元の業績動向踏まえ業績予想を修正

Summary

2

通期の取扱高減少。減収減益

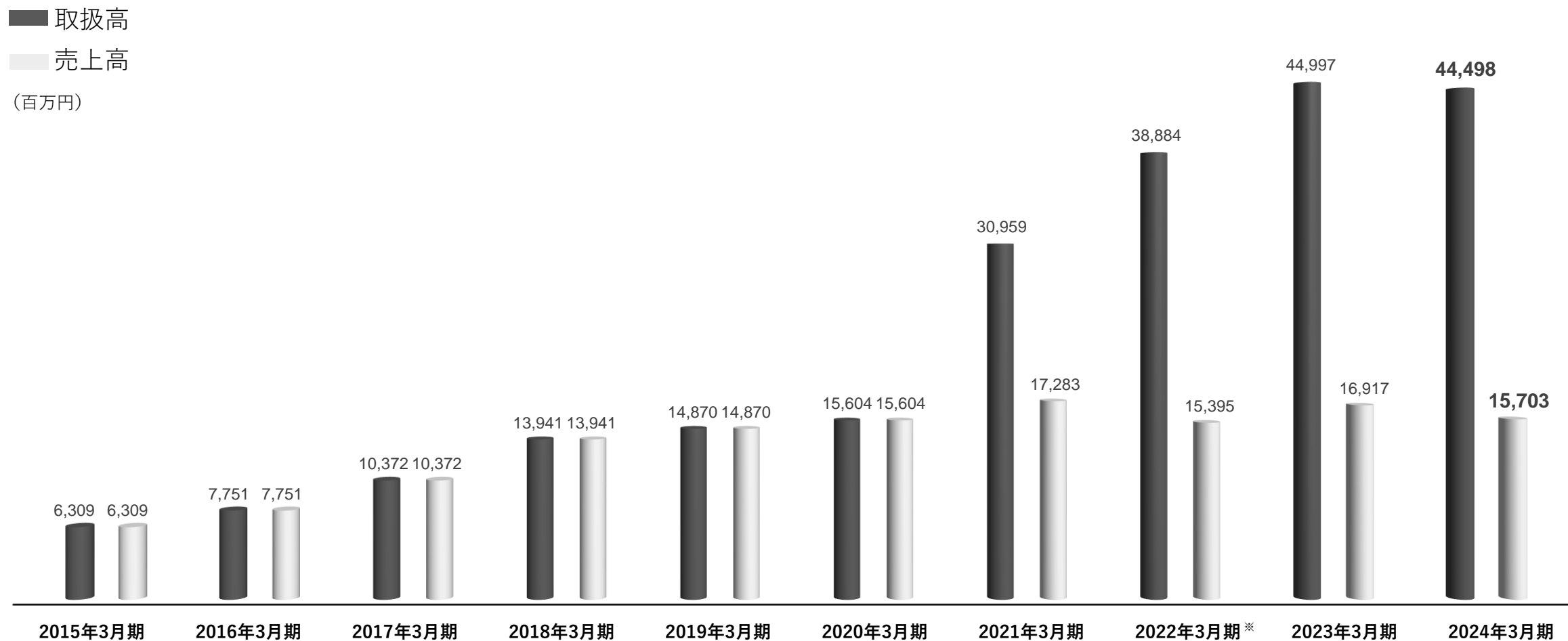
Summary

3

中長期成長への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・売上高とも減少



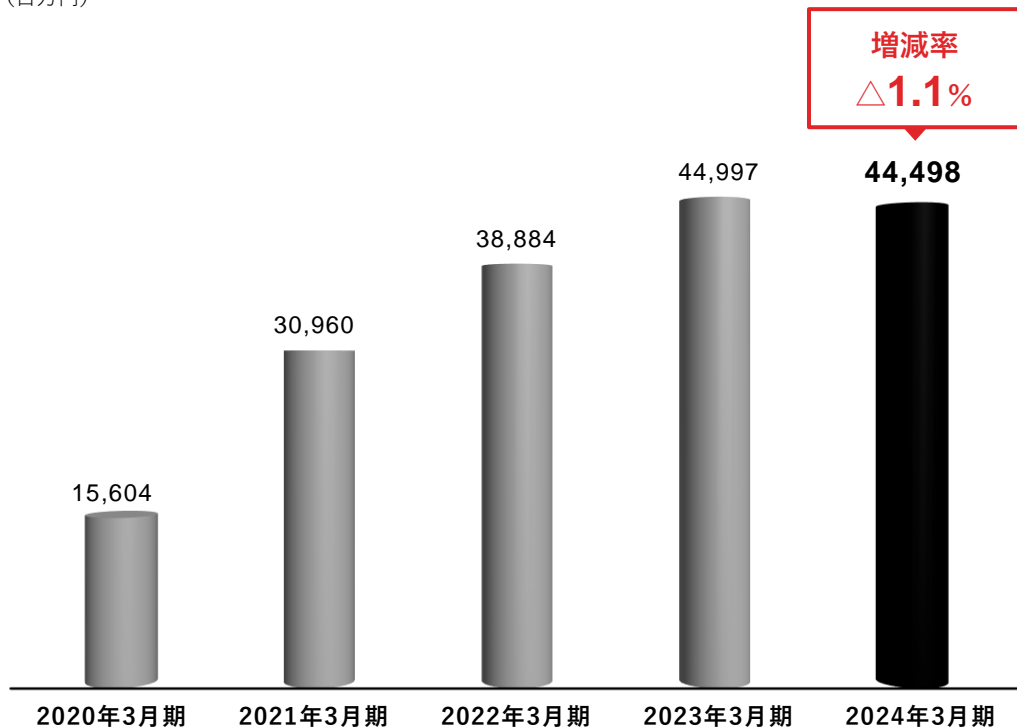
※2022年3月期より、「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を適用

1 連結取扱高の推移

- 通期で微減
- 四半期比較：第4四半期以外は前期比プラスで推移

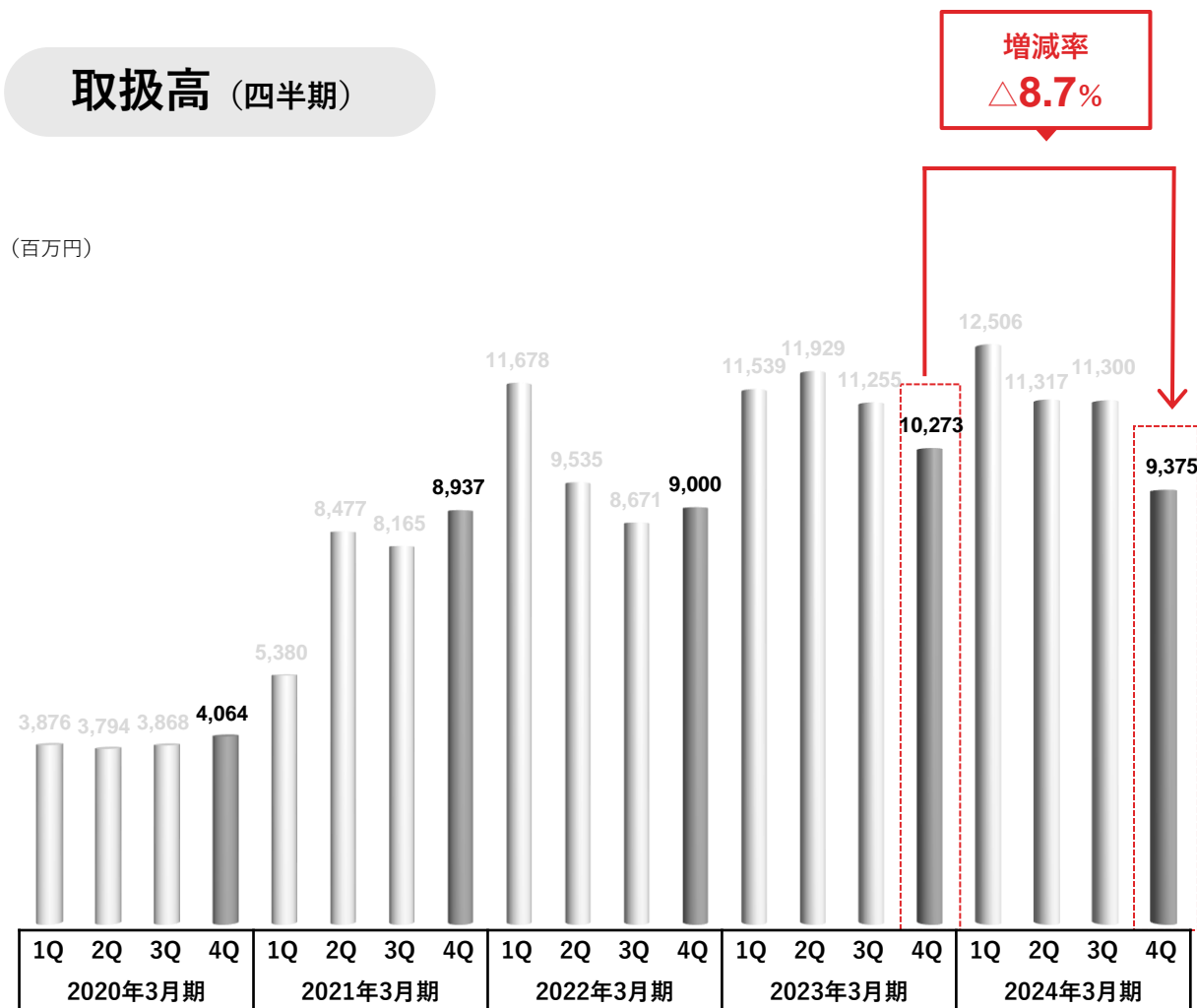
取扱高（通期）

(百万円)



取扱高（四半期）

(百万円)

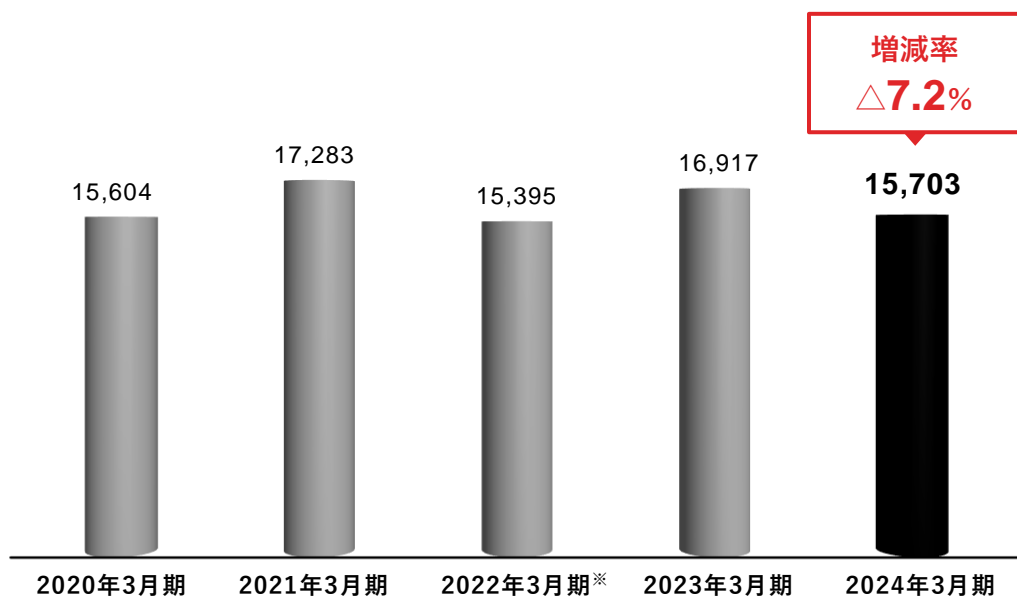


1 連結売上高の推移

通期・四半期比とも減収

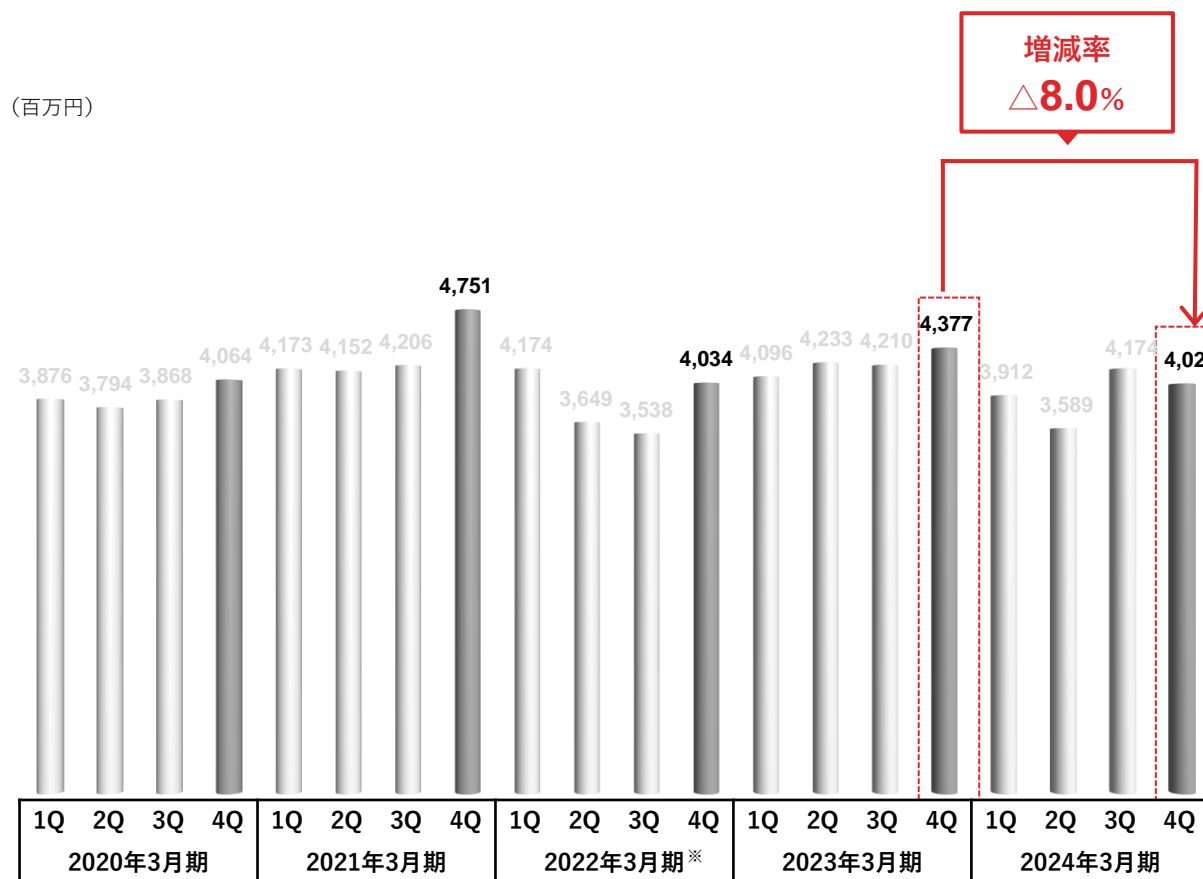
売上高 (通期)

(百万円)



売上高 (四半期)

(百万円)



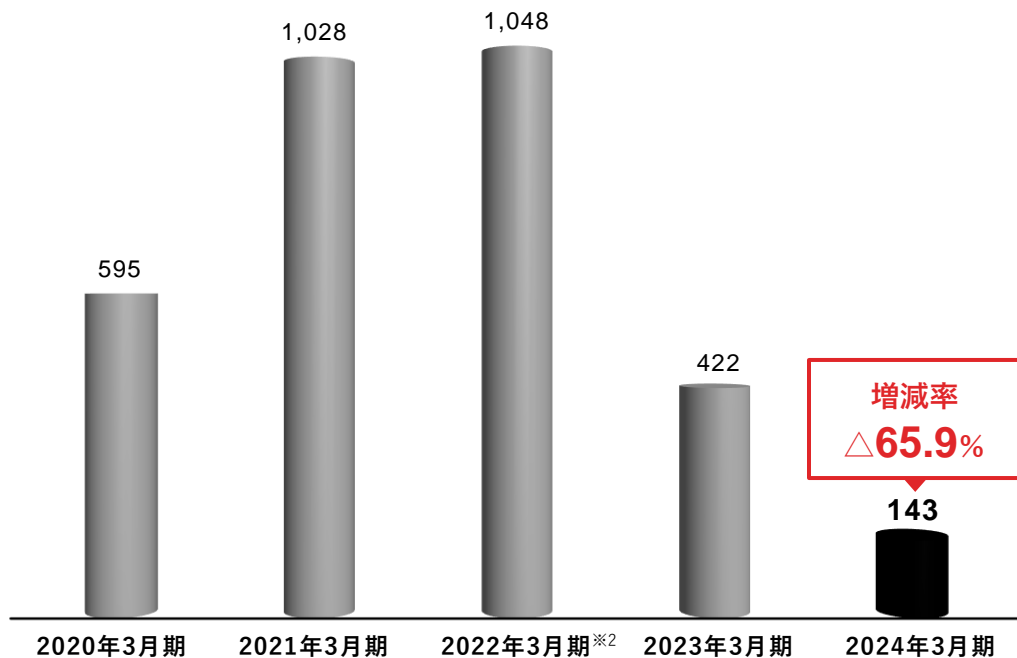
※2022年3月期より、「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を適用

1 連結投資調整後営業利益※1の推移

減収のうえ、販促費やシステム関連費用等で減益

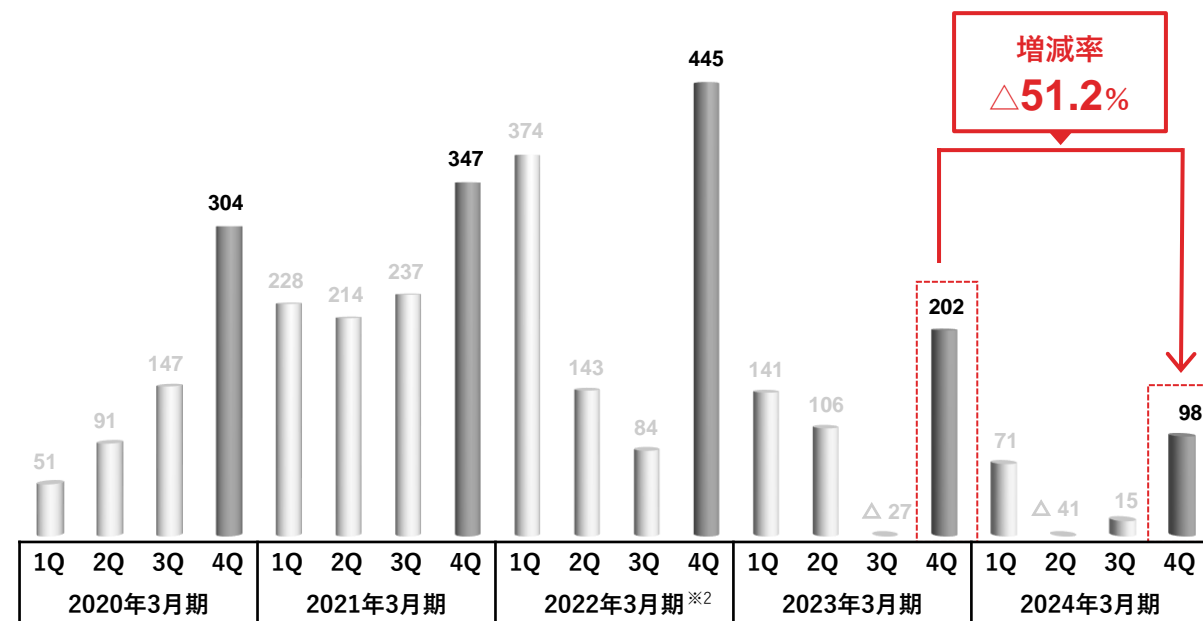
投資調整後営業利益（通期）

(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

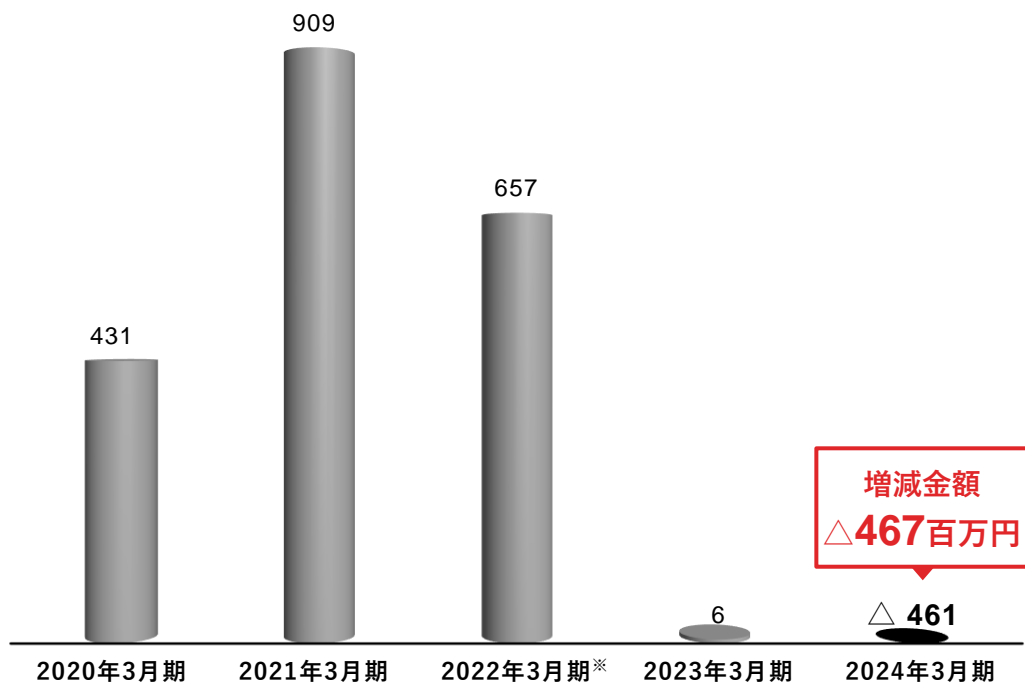
※2：2022年3月期より、「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を適用

1 連結営業利益の推移

中長期成長への戦略投資実施、営業損失

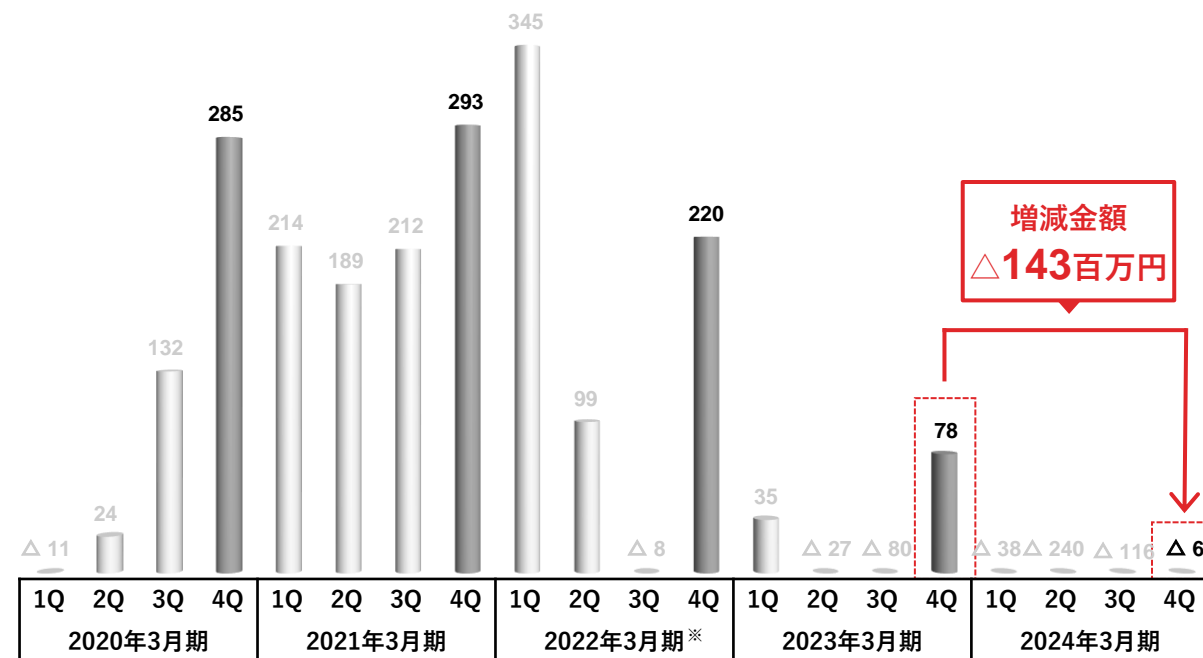
営業利益（通期）

(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月期の決算ハイライト

連結業績

取扱高が前期比減少
売上高・利益は減収減益
中長期成長への戦略投資実施（約6億円）

取扱高

44,498 百万円

対前期増減率：1.1%減

売上高

15,703 百万円

対前期増減率：7.2%減

投資調整後営業利益

143 百万円

対前期増減率：65.9%減

営業利益

△461 百万円

前期実績：
6百万円

1 2024年3月期の決算ハイライト

(百万円)

	2023年3月期	2024年3月期	増減率
取扱高	44,997	44,498	△1.1%
マーケティングソリューション	9,028	5,167	△42.8%
コンシューマサービス	36,060	39,388	+9.2%
売上高	16,917	15,703	△7.2%
マーケティングソリューション	2,701	2,108	△22.0%
コンシューマサービス	14,308	13,652	△4.6%
粗利益^{※1}	5,110	5,073	△0.7%
マーケティングソリューション	2,009	1,455	△27.5%
コンシューマサービス	3,190	3,674	+15.2%
営業費用^{※2}	5,103	5,534	+8.4%
マーケティングソリューション	1,892	1,719	△9.2%
コンシューマサービス	2,746	3,424	+24.7%
営業利益	6	△461	-
マーケティングソリューション	116	△263	-
コンシューマサービス	443	250	△43.5%
投資調整後営業利益^{※3}	422	143	△65.9%
マーケティングソリューション	316	62	△80.1%
コンシューマサービス	577	476	△17.5%

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

- ⇒仕入高・物流費等の減少

増加要因

- ⇒販促費、システム関連費用の増加等

※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

1 2024年3月期の決算ハイライト～株主還元～

剰余金の配当

- ・ 戦略投資を含む赤字。既存事業は利益創出
- ・ 以上を考慮し剰余金の配当を決定

2024年3月期
1株あたり配当金

3円00銭

【ご参考】
2023年3月期
1株あたり配当金
3円00銭

株主優待

- ・ 個人株主増加、長期保有促進を目的に実施
- ・ 保有期間、株式数に応じた優待品を選択可能*



【ポイントと交換可能な商品のイメージ】



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の減少影響
- ・ 売上高減少：2月までは改善基調も、3月以降「All About」セッション数は再び減少傾向
- ・ 営業利益は大幅減：粗利率の低下、PrimeAd関連費用の増加等影響
- ・ 「PrimeAd BMP」市場浸透への取り組み推進

取扱高

5,167 百万円

対前期増減率：42.8%減

売上高

2,108 百万円

対前期増減率：22.0%減

投資調整後営業利益

62 百万円

対前期増減率：80.1%減

営業利益

△263 百万円

前年同期実績：

116 百万円

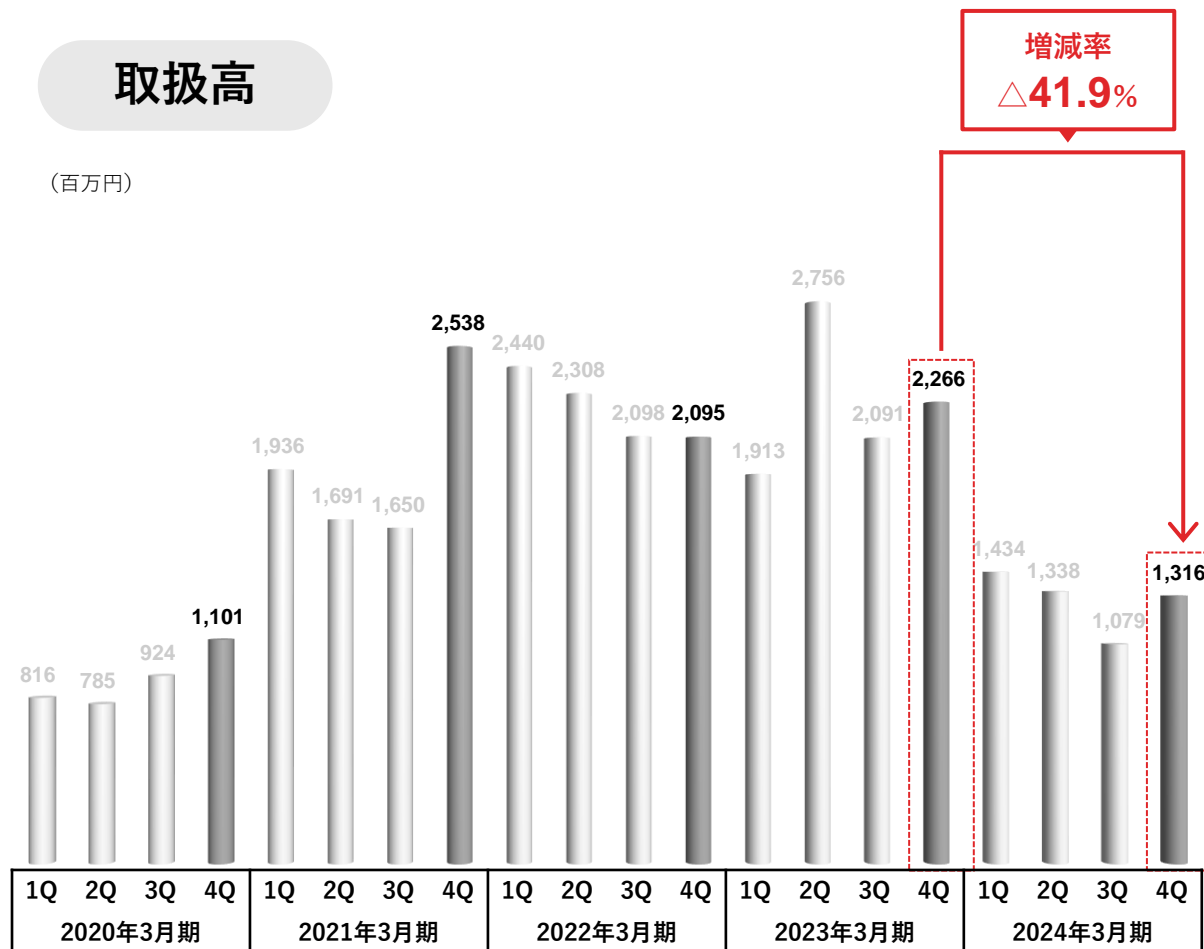
2 マーケティングソリューションの取扱高・売上高※1推移

取扱高：5,167百万円

売上高：2,108百万円

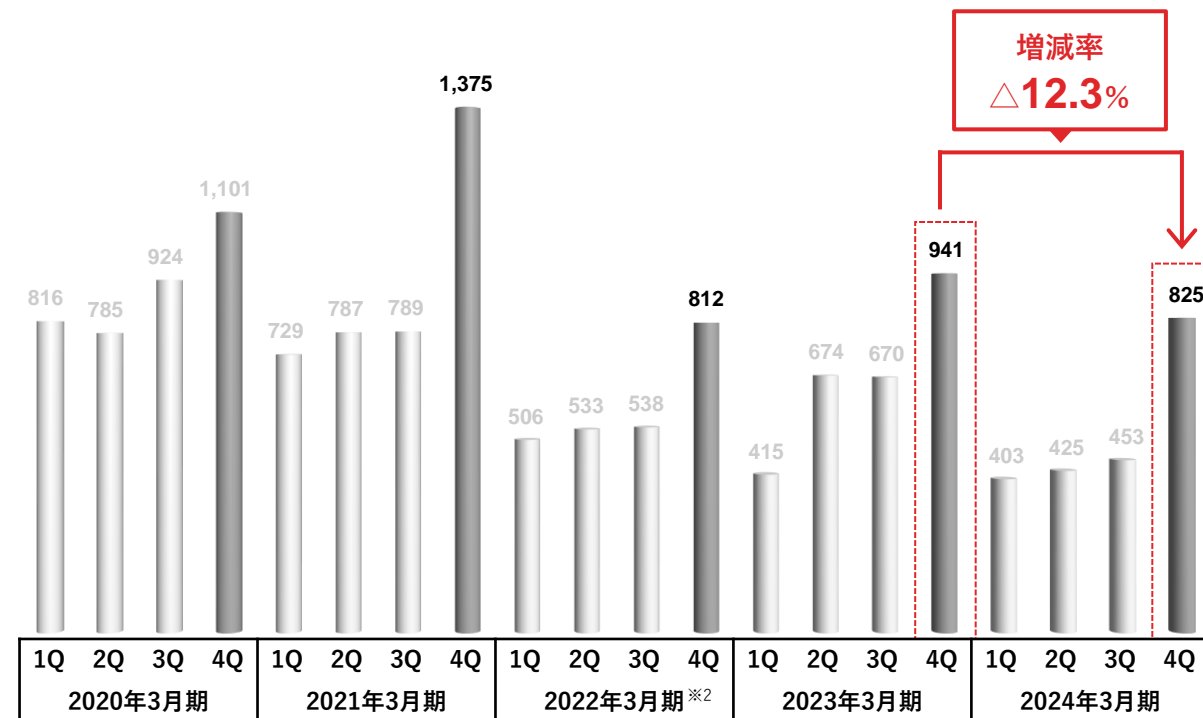
取扱高

(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

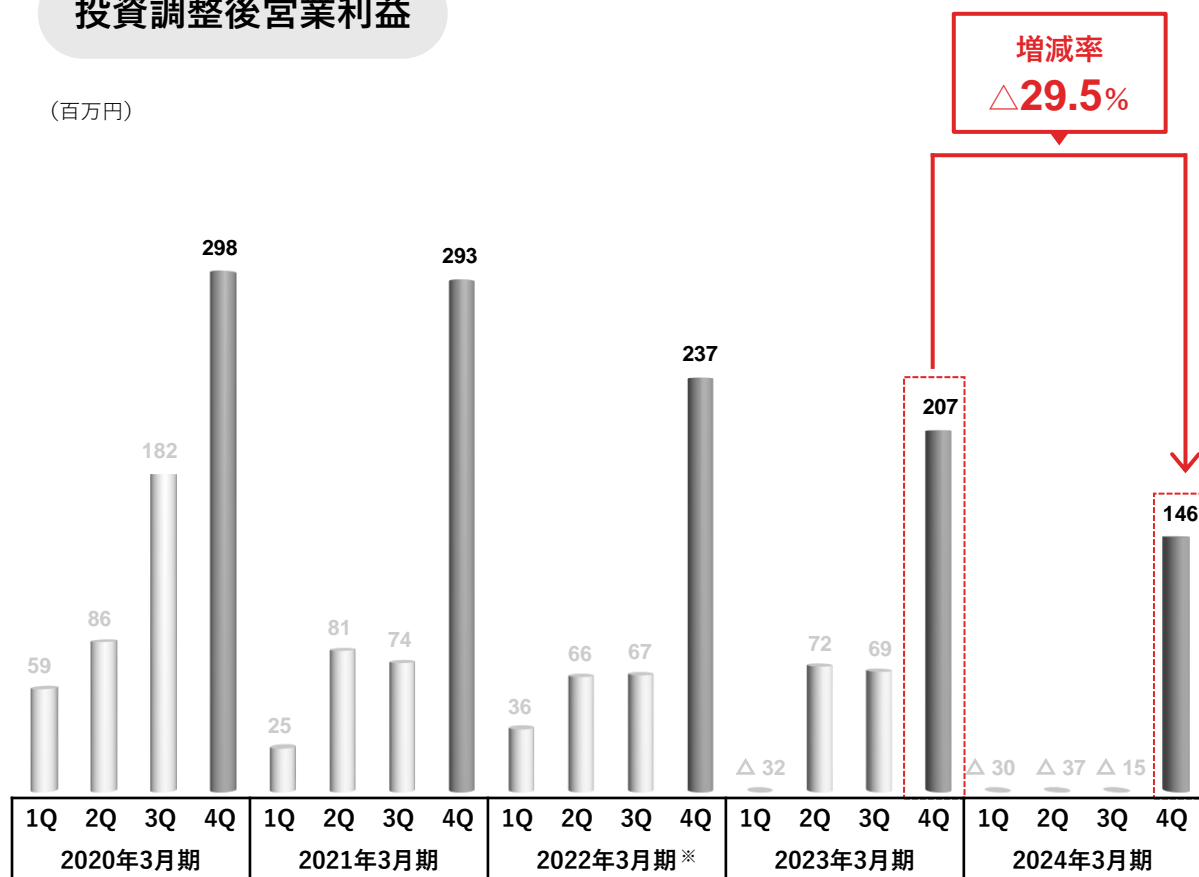
2 マーケティングソリューションの投資調整後営業利益・営業利益推移

投資調整後営業利益：62百万円

営業利益：△263百万円

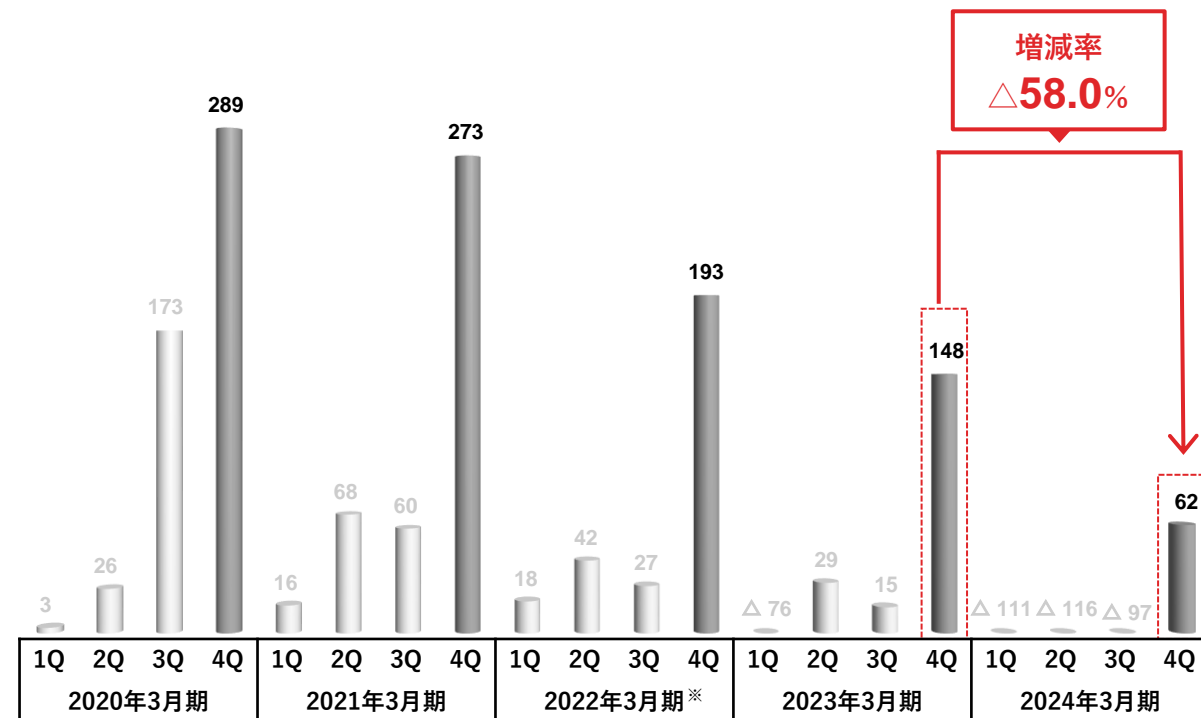
投資調整後営業利益

(百万円)



営業利益

(百万円)

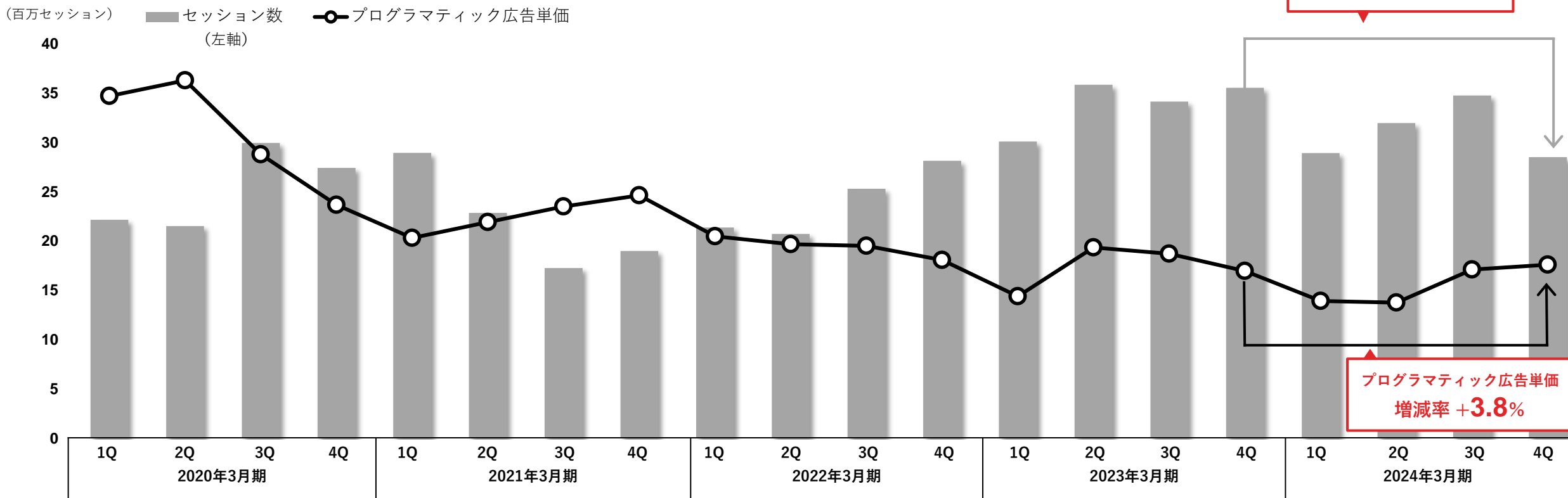


※2022年3月期より、「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を適用

2 総合情報サイト「All About」の状況

- セッション数※¹：2月までは前年同水準規模まで回復も、直近3月は外部検索エンジンのアルゴリズム変更の影響で減少
- プログラマティック広告単価は調整フェーズ：前期比弱含みで推移も当第3四半期以降は回復傾向

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 : 流通総額拡大に向けて

PrimeAd

2024年
3月期 PrimeAd BMP : 市場浸透

- ・発注側広告代理店数の拡大
 - 代理店社数 : 100社超
 - 代理店ID数 : 1,000突破

基盤構築から
本格展開へシフト

2025年
3月期 市場浸透 ⇒ 商流拡大へ

- ・大手代理店の商流載せ替え
- ・マネタイズポイント増加

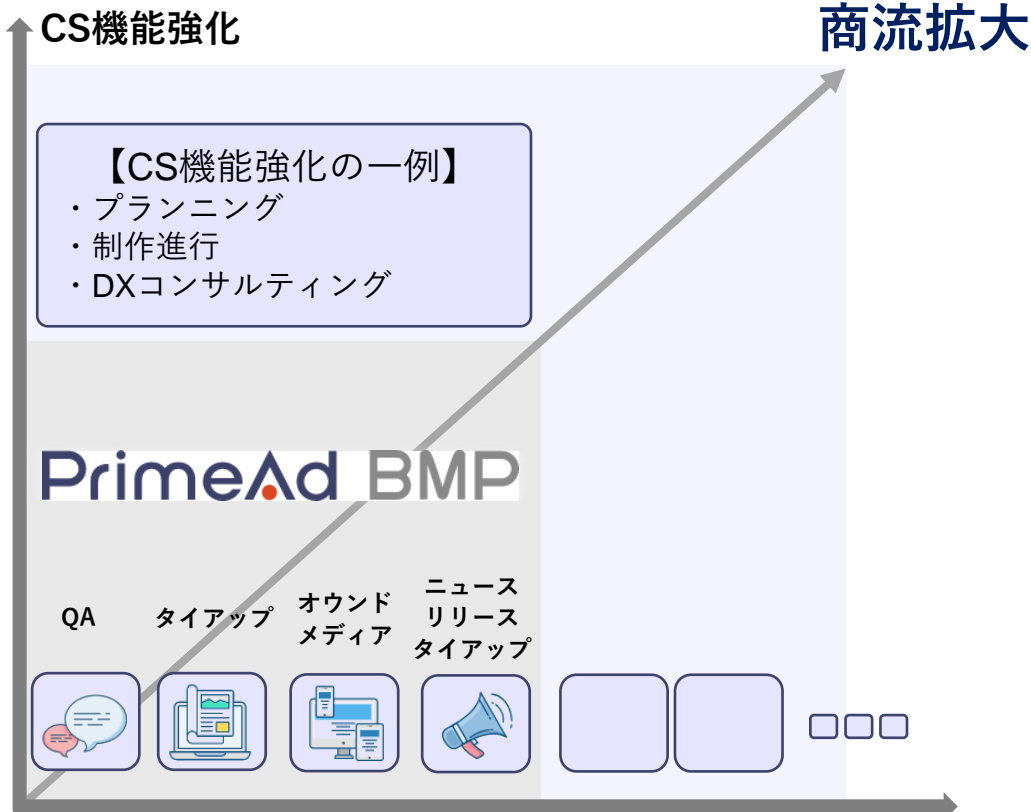
流通総額拡大
図るステージ

20XX年
3月期 流通総額100億円

当面の目標として
狙う規模感

商流載せ替え・マネタイズポイント増加への施策

- ・CS機能強化
- ・サービスラインナップ拡充



サービスラインナップ拡充

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月期の事業ハイライト

コンシューマサービス

- ・ 取扱高の成長持続
- ・ コロナ禍経た商品構成等でサンプル百貨店減収
- ・ 前期より開始した事業*のシステム償却負担増加
- ・ オールアバウトライフワークスの事業撤退を決定（2024年3月28日）

取扱高

39,388百万円

対前期増減率：9.2%増

売上高

13,652百万円

対前期増減率：4.6%減

投資調整後営業利益

476百万円

対前期増減率：17.5%減

営業利益

250百万円

対前期増減率：43.5%減

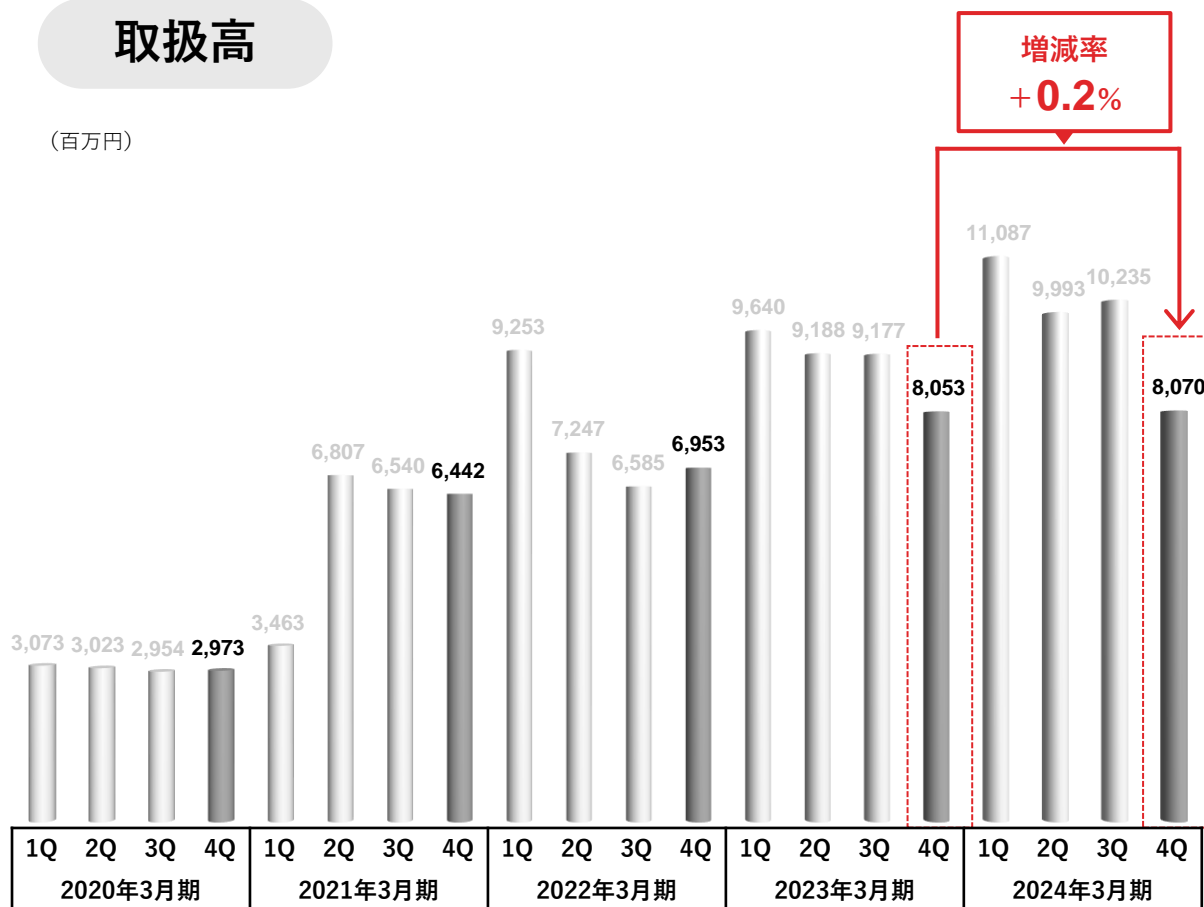
2 コンシューマサービスの取扱高・売上高※1推移

取扱高：39,388百万円

売上高：13,652百万円

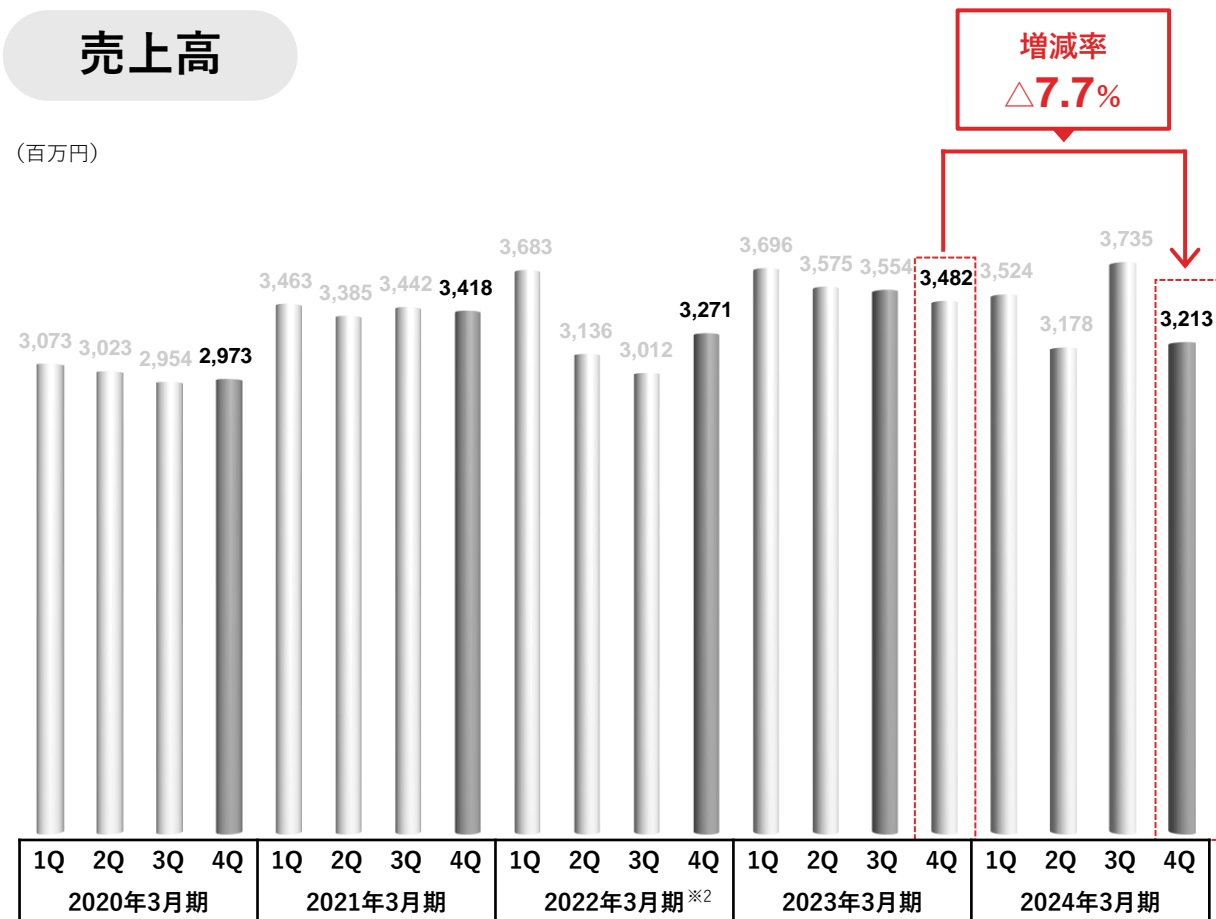
取扱高

(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

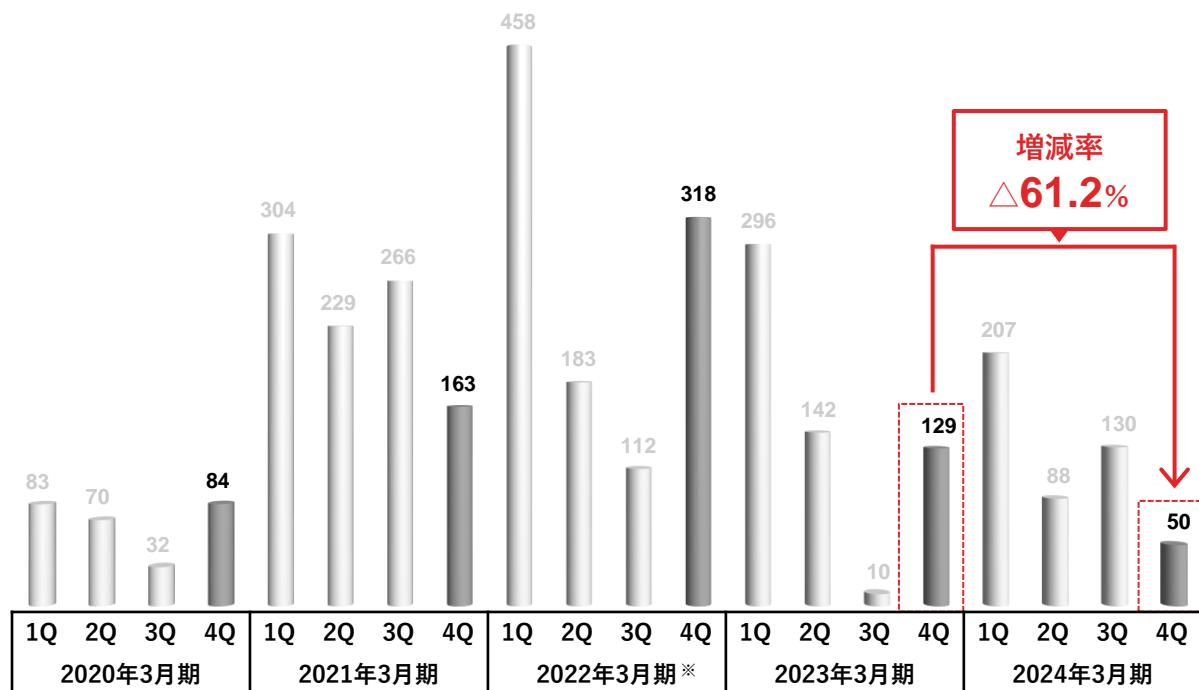
2 コンシューマサービスの投資調整後営業利益・営業利益推移

投資調整後営業利益：476百万円

営業利益：250百万円

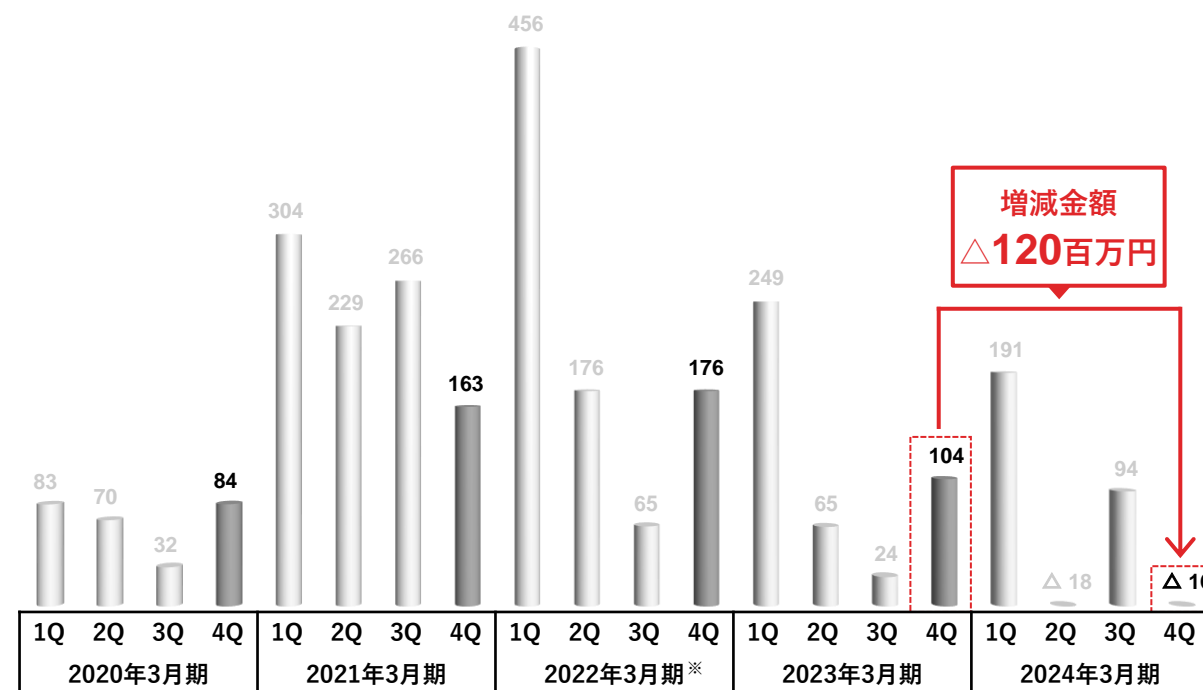
投資調整後営業利益

(百万円)



営業利益

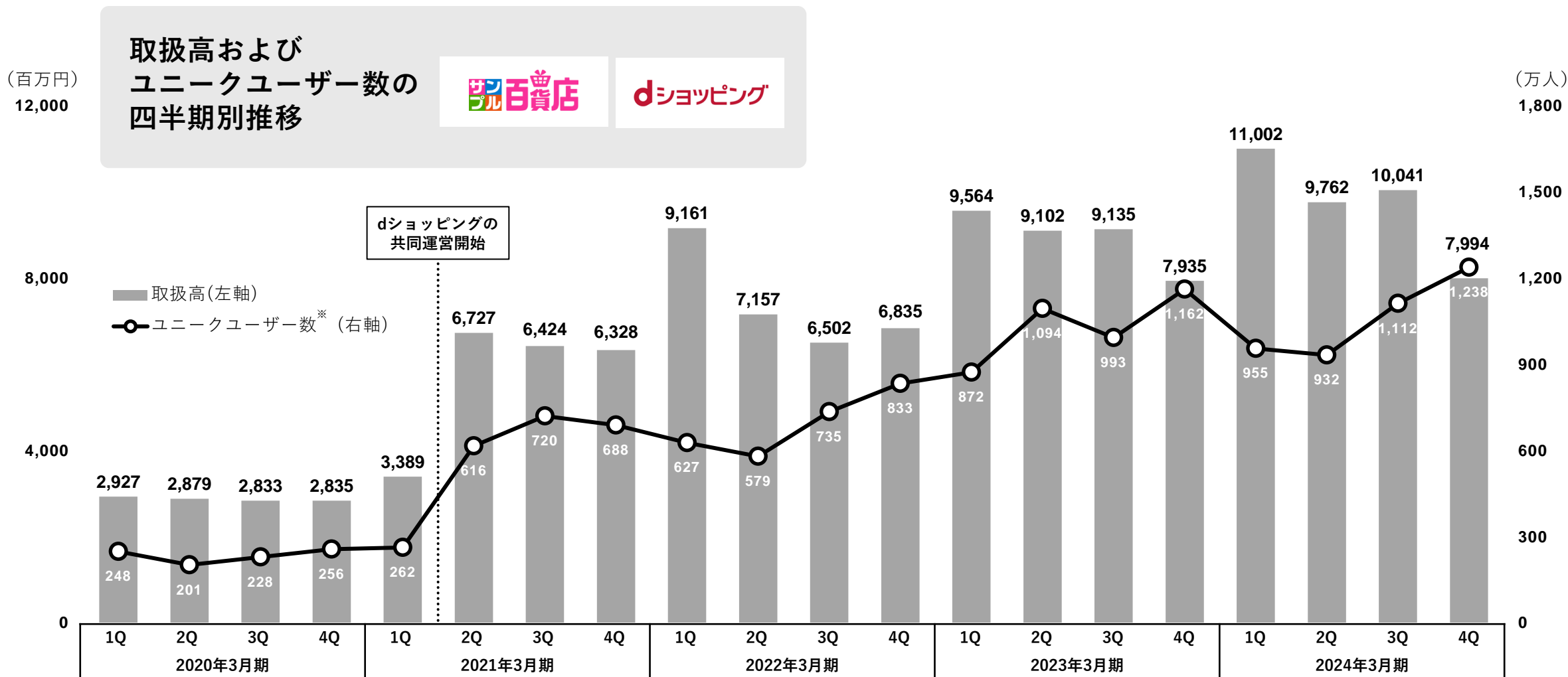
(百万円)



※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は継続的に拡大



※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

商品・物流の充実と共にマーケティング策を拡張、ドコモ経済圏との連携も強化



2025年
3月期
方針

3

業績見通し

3 環境認識

2024年3月期同様の環境を想定

マーケティング
ソリューション

2024年3月期

2025年3月期

インターネット広告：拡大継続だが転換期

2023年：約2.7兆円*（前期比+8%）

2024年（予測）：約2.9兆円*（前期比+8%）

デジタルマーケティング市場：規模拡大も短期的に弱含み。市場に重し感

プログラマティック広告単価は調整フェーズ

国内EC市場規模：拡大継続だが転換期（物販系分野：短期的に成長鈍化）

リアルとEC、在庫バランスの変動

メーカーにおける商品構成のあり方見直し

消費のセンチメント（物価高・インフレ・先行き懸念等）

コンシューマ
サービス

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

中長期成長への戦略投資実施

PrimeAd

ドコモ経済圏連携
TVCM

テック
ベンチャー投資

M&A

3

利益改善・成長を意識

- ・利益改善：2024年3月期比営業利益の改善目指す
- ・利益成長：戦略投資を通じて中長期での利益創出図る

3 2025年3月期 業績予想

(百万円)	2024年3月期 実績	2025年3月期 予想※2	増減率	
売上高	15,703	16,500	+5.1%	マーケティングソリューション <ul style="list-style-type: none"> ・ 広告単価：保守的に想定 ・ PrimeAd BMP：商流拡大 ・ 成長領域へ投資継続
営業利益	△461	0	-	
経常利益	△438	0	-	コンシューマサービス <ul style="list-style-type: none"> ・ 商品調達、出店社拡充 ・ マーケティング投資継続 ・ 収益構造の最適化
親会社株主に帰属する 当期純利益	△456	△80	-	
参考指標				
取扱高	44,498	43,600	△2.0%	
1株あたり配当金※1	3.00円	-	-	

※1：2025年3月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	2024年3月末	差異
流動資産	5,879	5,777	△101
固定資産	2,193	2,398	204
資産合計	8,072	8,175	102

【負債の部】

流動負債	3,092	3,555	462
固定負債	121	149	27
負債合計	3,214	3,704	490

【純資産の部】

株主資本	4,475	4,083	△391
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	377	△0
純資産合計	4,858	4,470	△388

【流動資産の増加の主な要因】

- ・未収入金の増加 (+117百万円)
- ・現預金の減少 (△26百万円)
- ・売掛金の減少 (△190百万円)

【固定資産の増加の主な要因】

- ・長期繰延税金資産の増加 (+218百万円)
- ・投資有価証券の増加 (+69百万円)
- ・ソフトウェアの減少 (△58百万円)

【流動負債の増加の主な要因】

- ・未払金の増加 (+308百万円)
- ・未払い費用の増加 (+105百万円)

【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 (△456百万円)

連結キャッシュ・フロー計算書

(百万円)

	2024年3月期
営業活動によるキャッシュ・フロー	340
投資活動によるキャッシュ・フロー	△384
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)	△26
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	1,874

【営業活動によるキャッシュ・フロー】

- ・ 主な増加：減価償却費 (+373百万円)
減損損失 (+19百万円)
売上債権減 (+190百万円)
投資有価証券評価損 (+52百万円)
事業構造改革費用 (+139百万円)
倉庫移転費用 (+51百万円)
未払費用増 (+45百万円)
法人税等の還付 (+138百万円)
- ・ 主な減少：税金等調整前当期純損失 (△655百万円)
投資有価証券売却益 (△41百万円)

【投資活動によるキャッシュ・フロー】

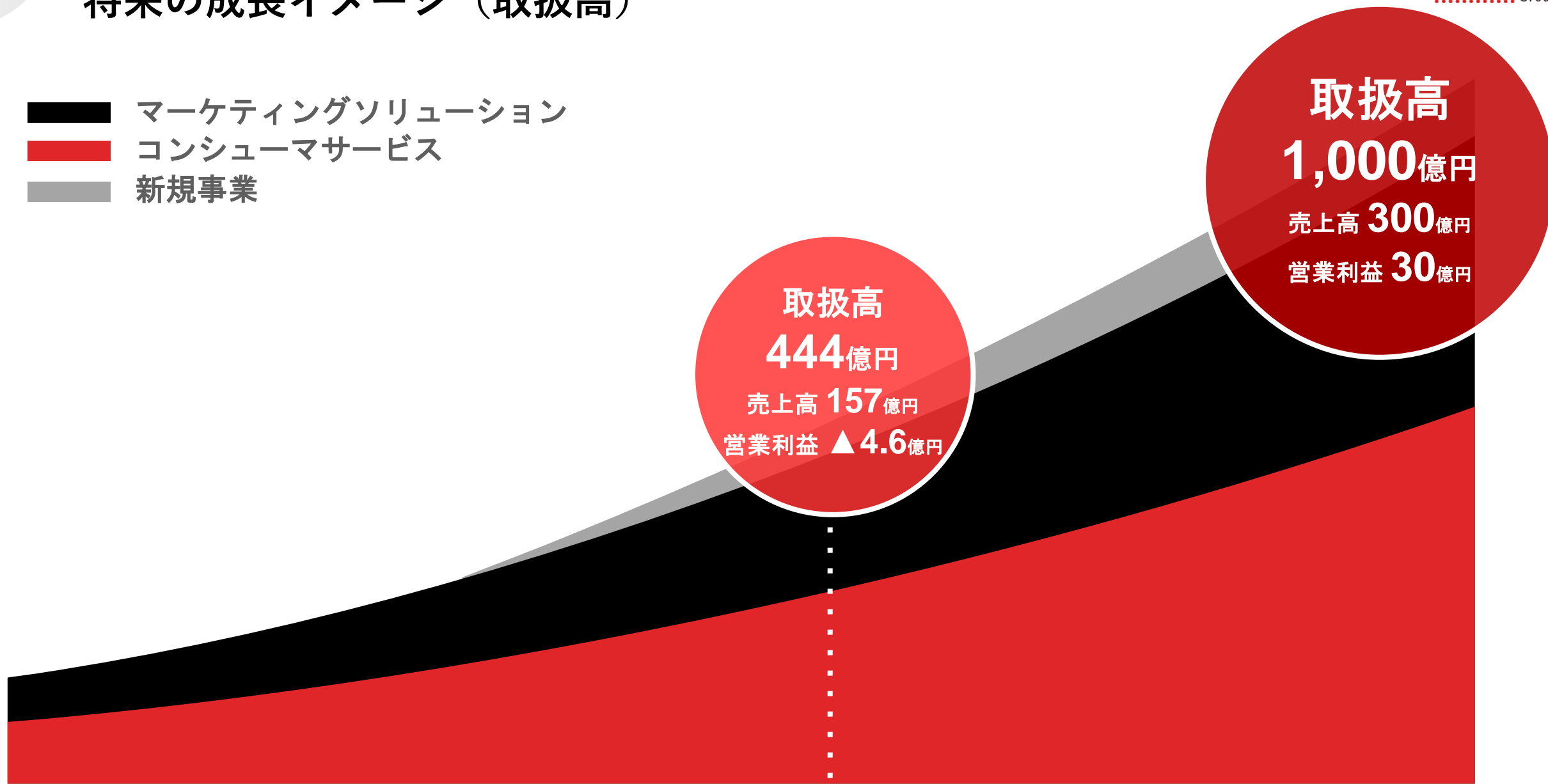
- ・ 主な収入：投資有価証券売却 (+67百万円)
- ・ 主な支出：ソフトウェア等の無形固定資産の取得 (△294百万円)
投資有価証券の取得 (△142百万円)

【財務活動によるキャッシュ・フロー】

- ・ 主な収入：株式発行 (+59百万円)
- ・ 主な支出：配当金の支払 (△41百万円)

将来の成長イメージ（取扱高）

- マーケティングソリューション
- コンシューマサービス
- 新規事業



2022年3月期

2023年3月期

2024年3月期

20XX年3月期

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	12.88億円 (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130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

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

AllAbout
あなたの明日が動き出す

イチオシ Best One PrimeAd

ソイナビ facebook navi AA PLUG IN
WELCOME TO SOCIAL WEB Digital Marketing Solution AllAbout Japan

百貴店 RSP dショッピング 楽習フォーラム

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

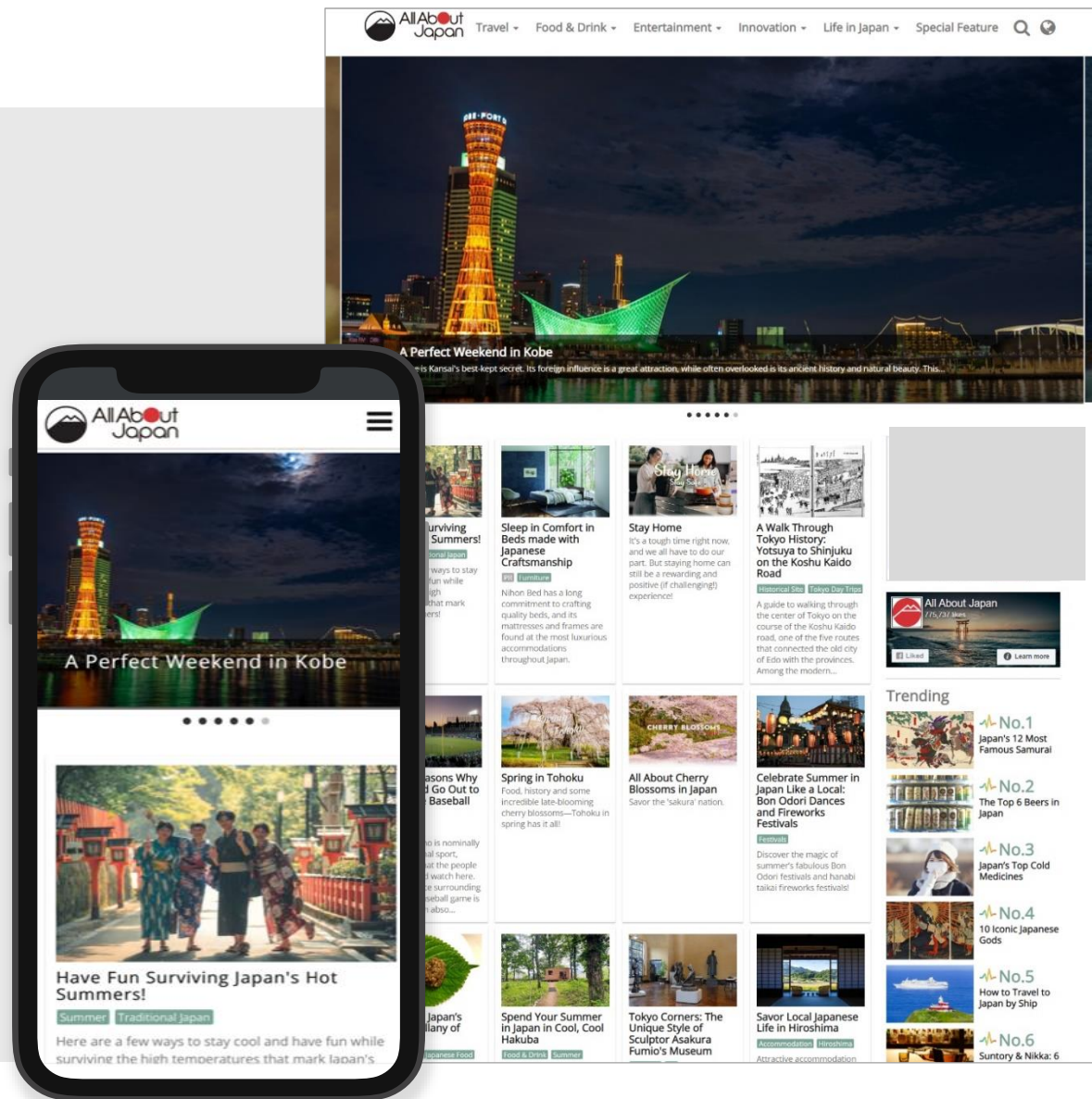
累積記事本数
10,000本超

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



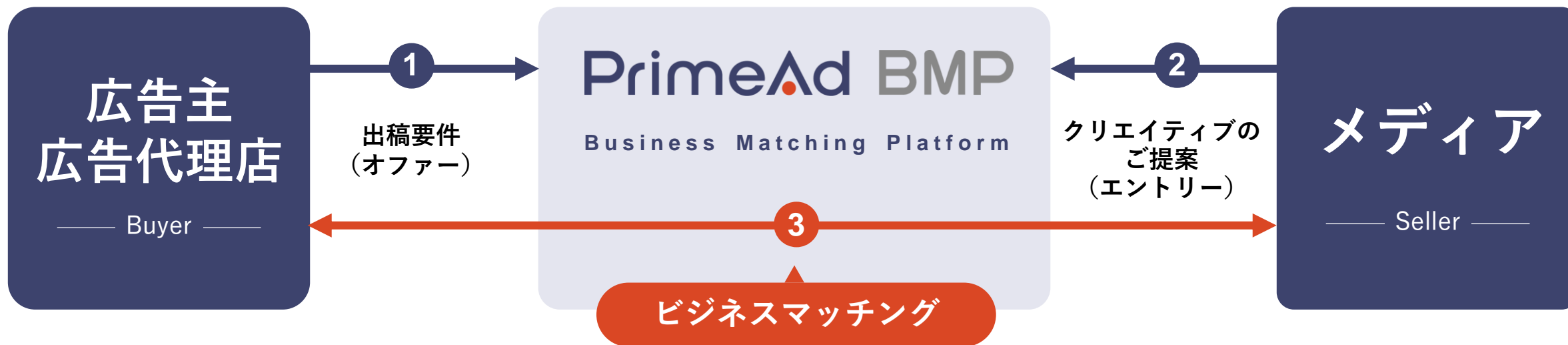
専門家やインフルエンサーの愛用品を紹介するメディア「イチオシ」

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

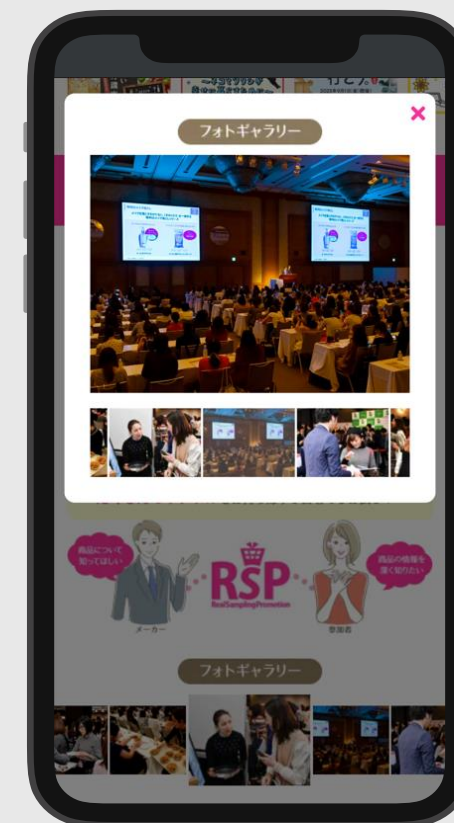
30代～40代の主婦や働く女性を中心とした380万人の「生活者」を抱える日本最大級のお試しサービス

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



(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



X (旧Twitter) のナビゲーションサイト「ツイナビ」

X (旧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

X (旧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



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

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