

# 2025年3月期第2四半期 決算説明資料

2024. 11.12

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たす

イチオシ

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

サン  
プル 百貨店

RSP  
RealSamplingPromotion

RSL  
RealSamplingLab

dショッピング

ふるさと  
納税 百選

d払い

ネットショッピング

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 2025年3月期の戦略方針（2024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

## 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 &amp; 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

# 1 エグゼクティブサマリー

Summary

# 1

売上高は前年並みも営業利益は改善

Summary

# 2

中長期成長への戦略的取り組み進行

Summary

# 3

事業環境等踏まえ通期業績予想は据え置き

## 1 2025年3月期第2四半期（累計）の決算ハイライト

## 連結業績

## 概ね順調に推移

- ・売上高： 前年並み。上期業績予想は若干未達
- ・営業利益： 中長期への戦略投資実施しつつも前期比改善、上期業績予想上回る着地

売上高

7,451 百万円

対前年同期増減率：0.7%減

通期計画比進捗率：  
45.2%営業利益

△199 百万円

前年同期実績：

△279 百万円

(参考) 取扱高

19,950 百万円

対前年同期増減率：16.3%減

通期計画比進捗率：  
45.8%

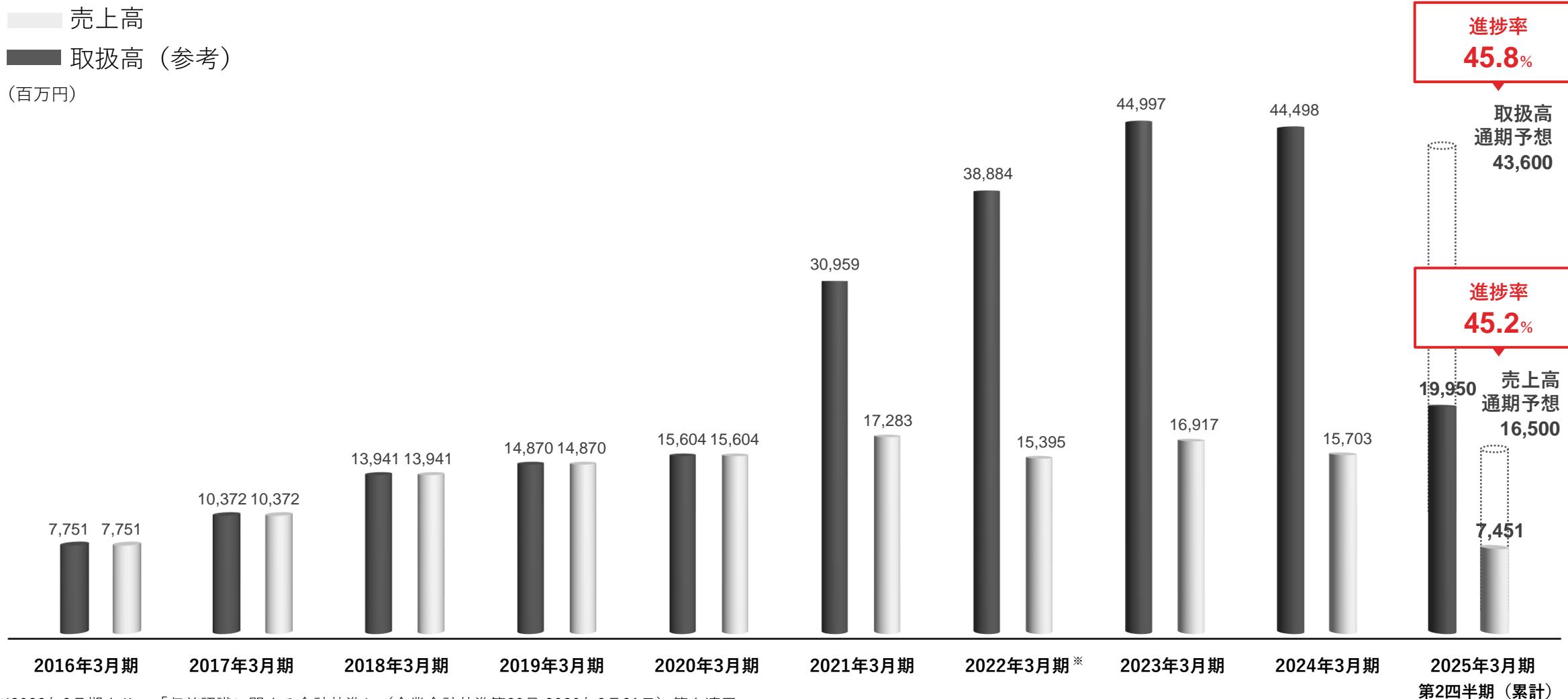


## 1 2025年3月期 第2四半期 業績予想比較

## 売上高は若干未達も利益は改善

(百万円)	2025年3月期 第2四半期 (累計) 業績予想	2025年3月期 第2四半期 (累計) 実績	増減額	増減率
売上高	7,600	7,451	△148	△1.9%
営業利益	△300	△199	+100	-
経常利益	△300	△199	+100	-
親会社株主に帰属する 中間純利益	△240	△157	+82	-
参考指標 取扱高	20,550	19,950	△549	△2.7%

# 1 連結取扱高と売上高の推移



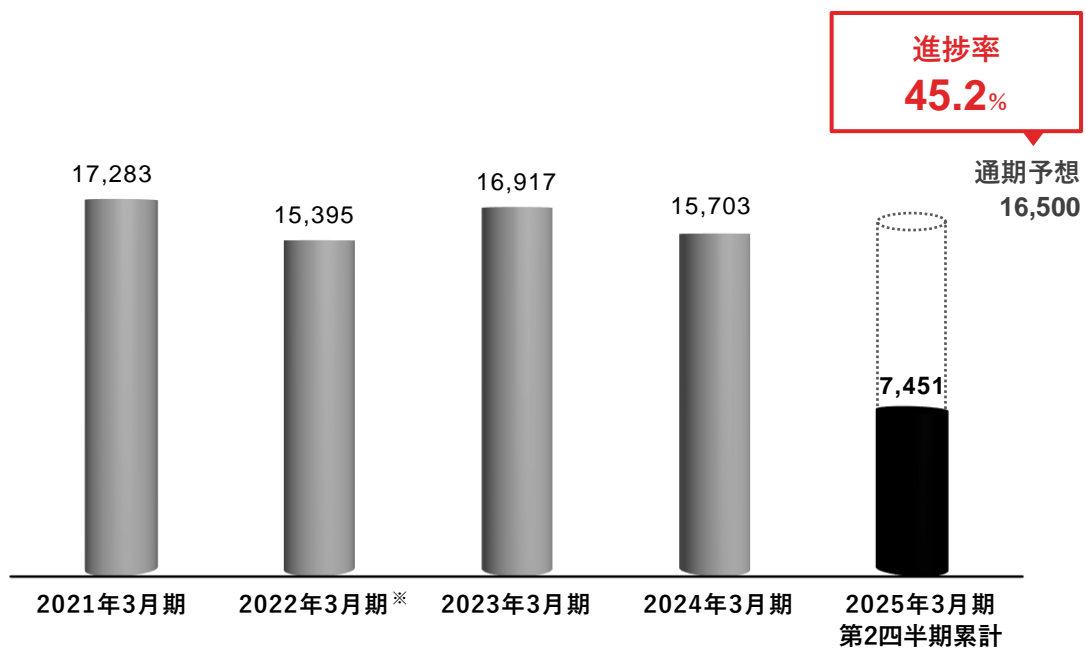
※2022年3月期より、「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を適用

# 1 連結売上高の推移

## 四半期比較で増収

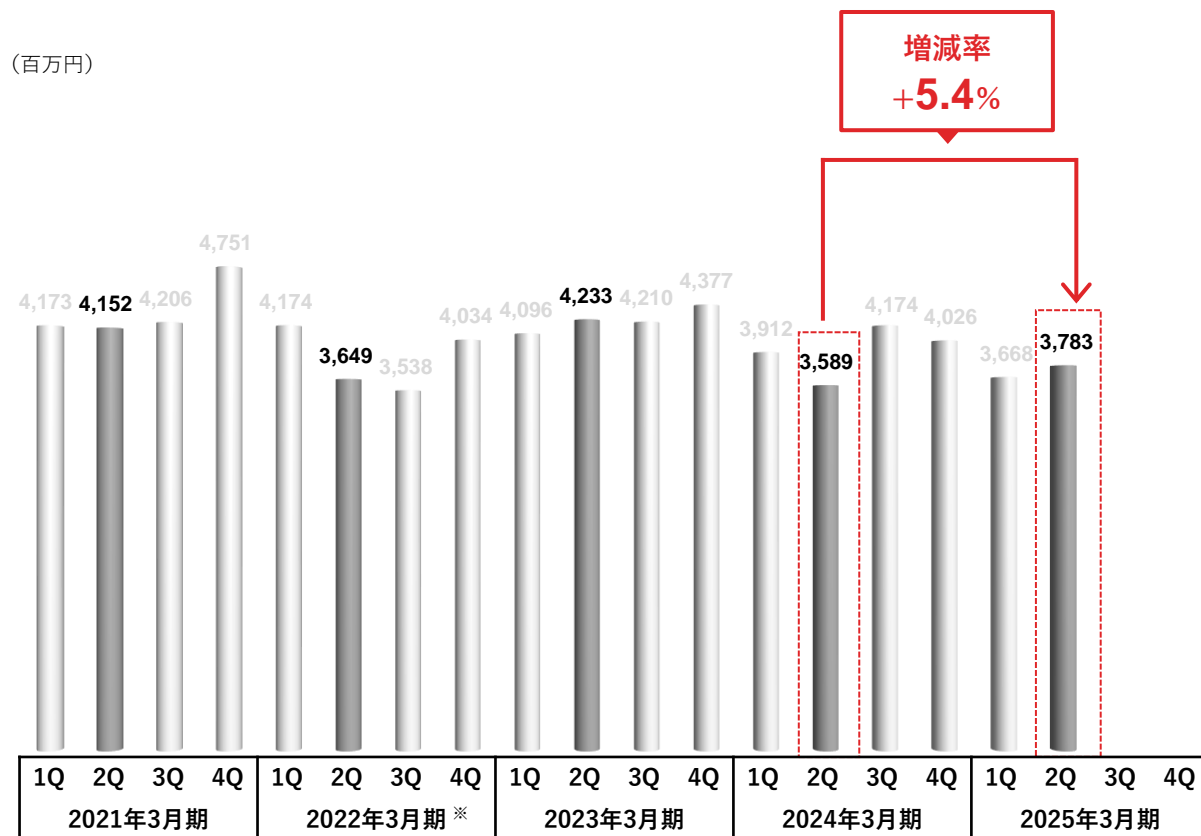
### 売上高 (通期)

(百万円)



### 売上高 (四半期)

(百万円)

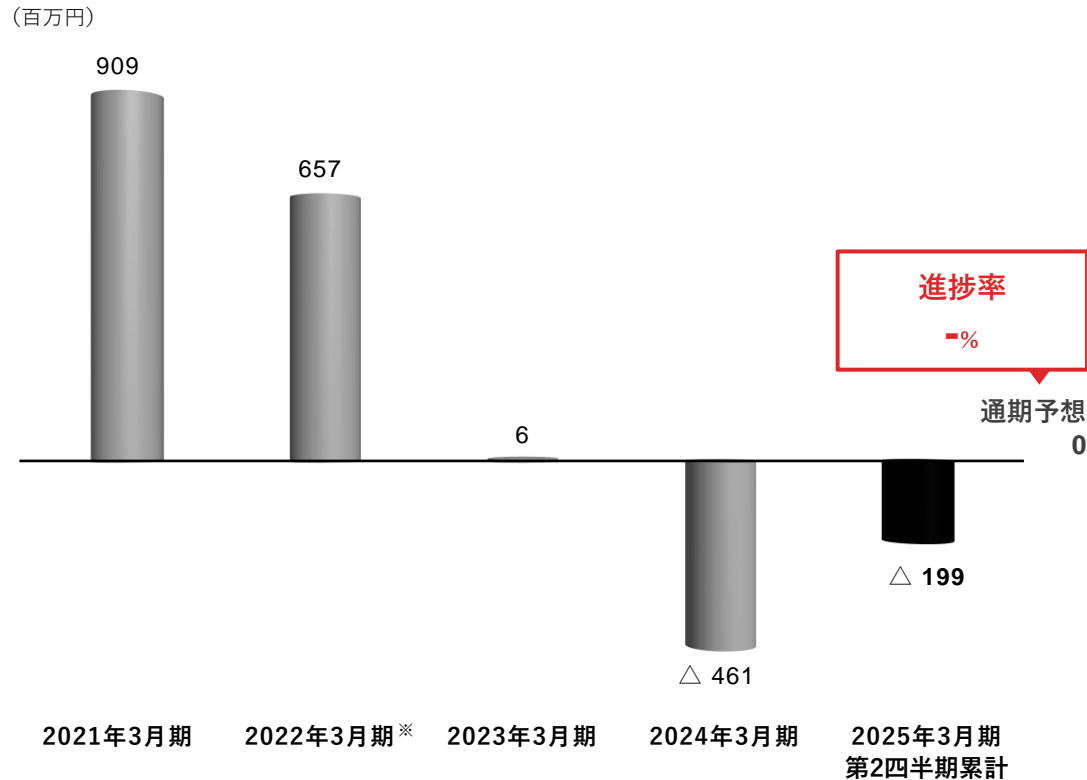


※2022年3月期より、「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を適用

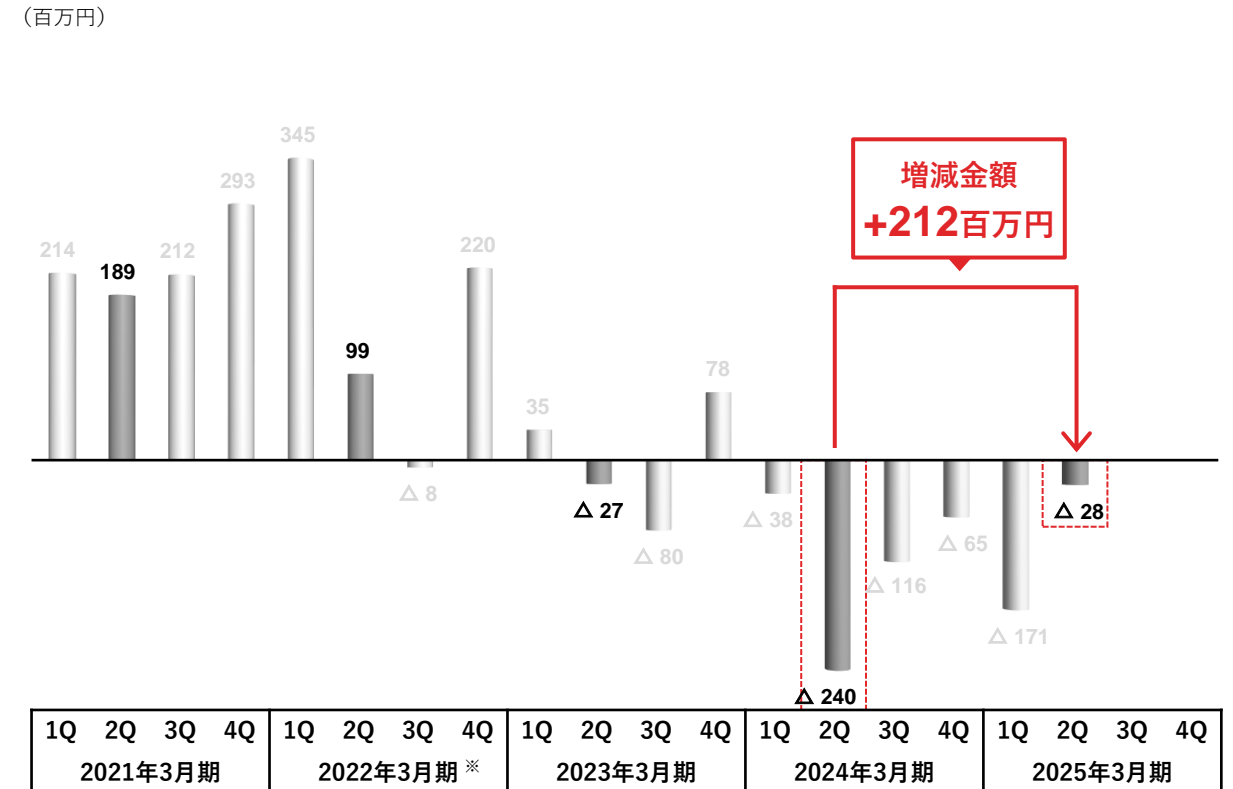
# 1 連結営業利益の推移

- ・ 販売手数料の減少等による粗利率向上
- ・ その上で中長期成長への戦略投資こなしつつ、営業利益が改善

## 営業利益（通期）



## 営業利益（四半期）



※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 2025年3月期第2四半期（累計）の決算ハイライト

(百万円)

	2024年3月期 第2四半期 (累計)	2025年3月期 第2四半期 (累計)	増減率
<b>売上高</b>	<b>7,501</b>	<b>7,451</b>	<b>△0.7%</b>
マーケティングソリューション	829	876	+5.7%
コンシューマサービス	6,702	6,595	△1.6%
<b>粗利益<sup>※1</sup></b>	<b>2,296</b>	<b>2,484</b>	<b>+8.2%</b>
マーケティングソリューション	611	641	+4.9%
コンシューマサービス	1,715	1,864	+8.7%
<b>営業費用<sup>※2</sup></b>	<b>2,575</b>	<b>2,684</b>	<b>+4.3%</b>
マーケティングソリューション	838	799	△4.7%
コンシューマサービス	1,542	1,685	+9.3%
<b>営業利益</b>	<b>△279</b>	<b>△199</b>	<b>-</b>
マーケティングソリューション	△227	△158	-
コンシューマサービス	172	178	+3.5%
(参考指標) <b>取扱高</b>	<b>23,823</b>	<b>19,950</b>	<b>△16.3%</b>
マーケティングソリューション	2,772	1,257	△54.6%
コンシューマサービス	21,081	18,713	△11.2%

減収要因

オールアバウトライフ  
ワークス社減収等

増加要因

- ・ 販売手数料の減少等
- ・ 広告収益の増加等

増加要因

販促費、広告宣伝費等

※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

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 2025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

- ・売上高：「All About」のセッション数減少続くもデジタルマーケティング等のけん引により増収
- ・営業利益：粗利増加、コスト減少により前期比改善
- ・PrimeAdの取り組み進捗

売上高**876**百万円対前年同期増減率：**5.7%**増通期計画比進捗率：  
**34.8%**営業利益△**158**百万円

前年同期実績：

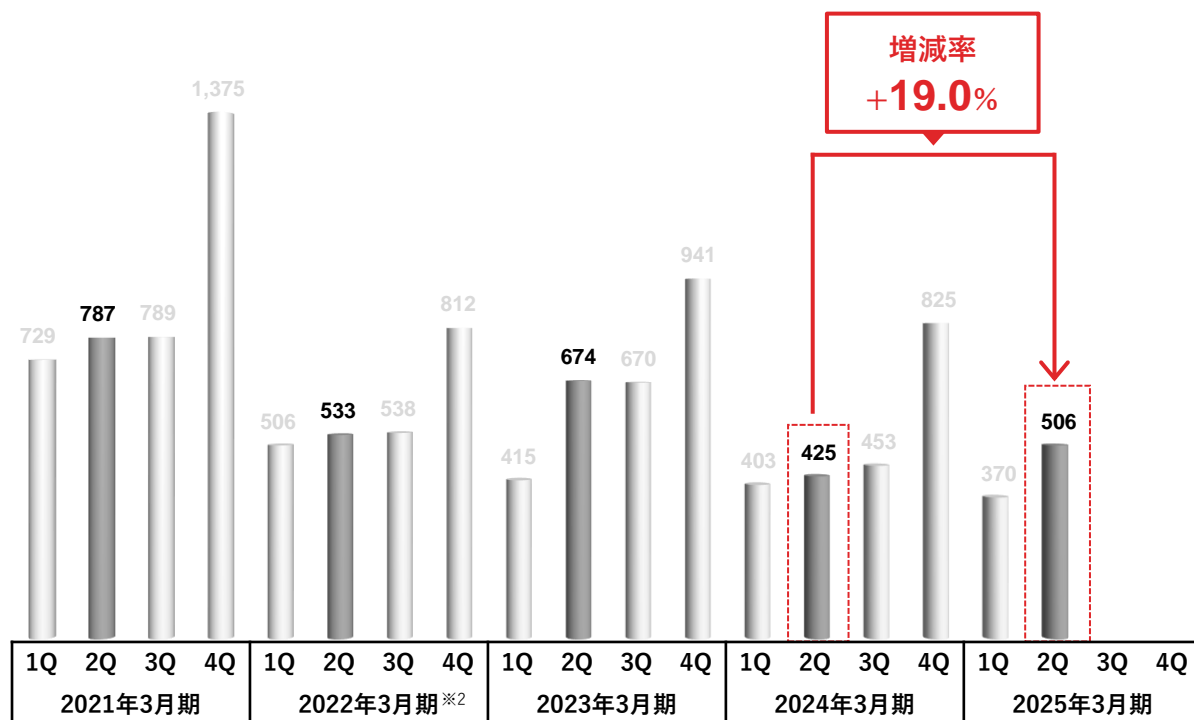
△**227**百万円(参考) 取扱高**1,257**百万円対前年同期増減率：**54.6%**減通期計画比進捗率：  
**28.6%**

## 2 マーケティングソリューションの売上高※1・営業利益推移

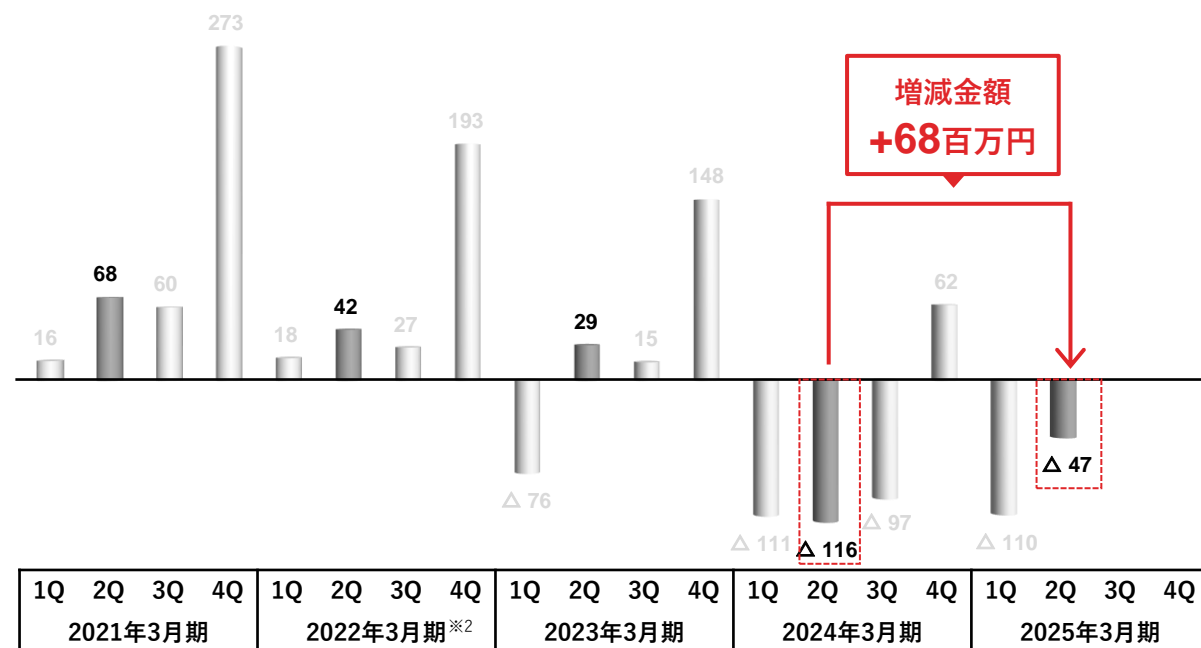
売上高：876百万円

営業利益：△158百万円

(百万円)



(百万円)



※1：売上高は、セグメント間取引消去前の数字です

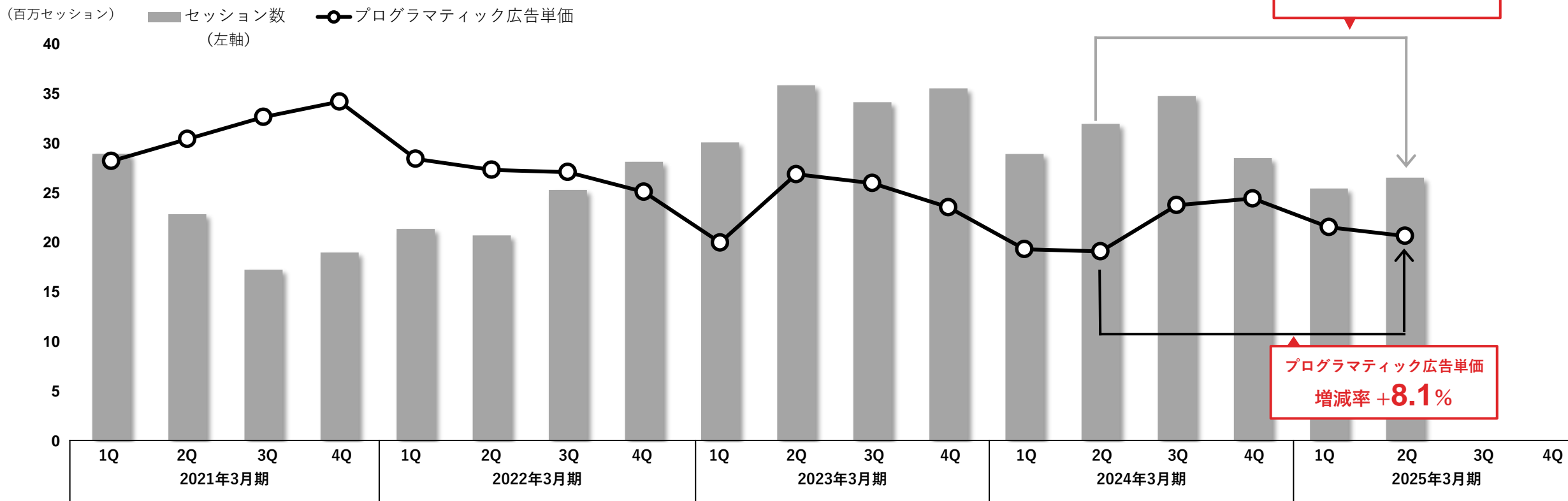
※2：2022年3月期より、「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を適用



## 2 総合情報サイト「All About」の状況

- セッション数※<sup>1</sup>：第1四半期から若干改善も、アルゴリズム変更等で3月以降は減少傾向
- プログラマティック広告単価：調整フェーズも、高単価コンテンツへの注力等で改善基調

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※<sup>2</sup>

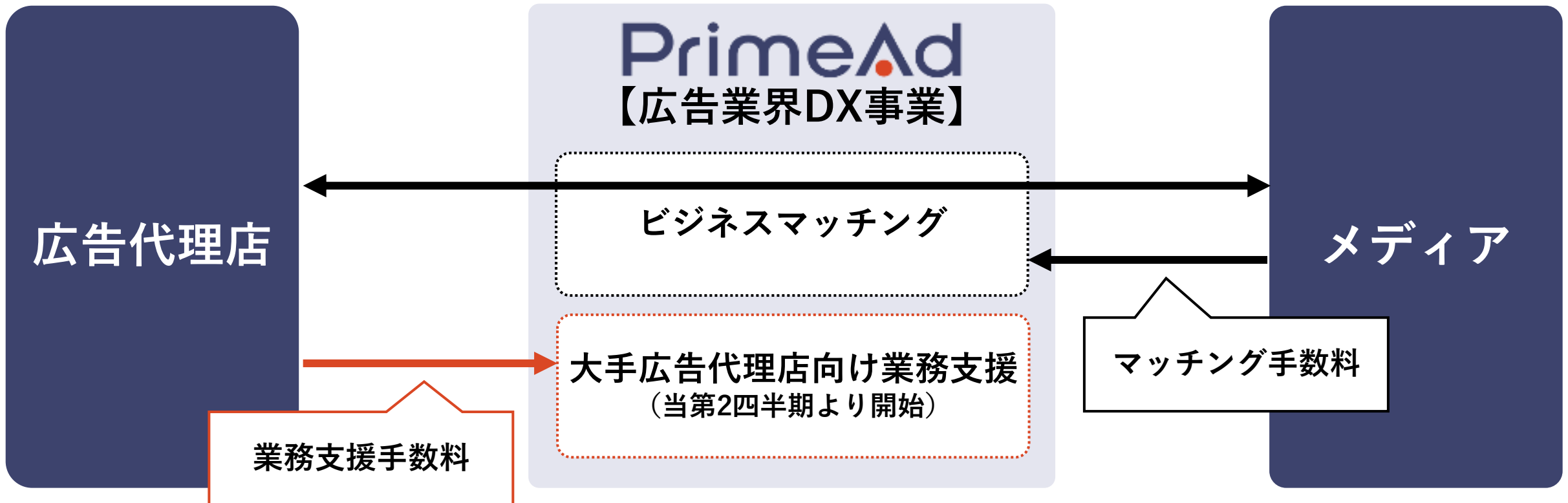


※1：セッション数の定義：特定の期間内にWebサイトに訪問したユーザーの訪問回数

※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

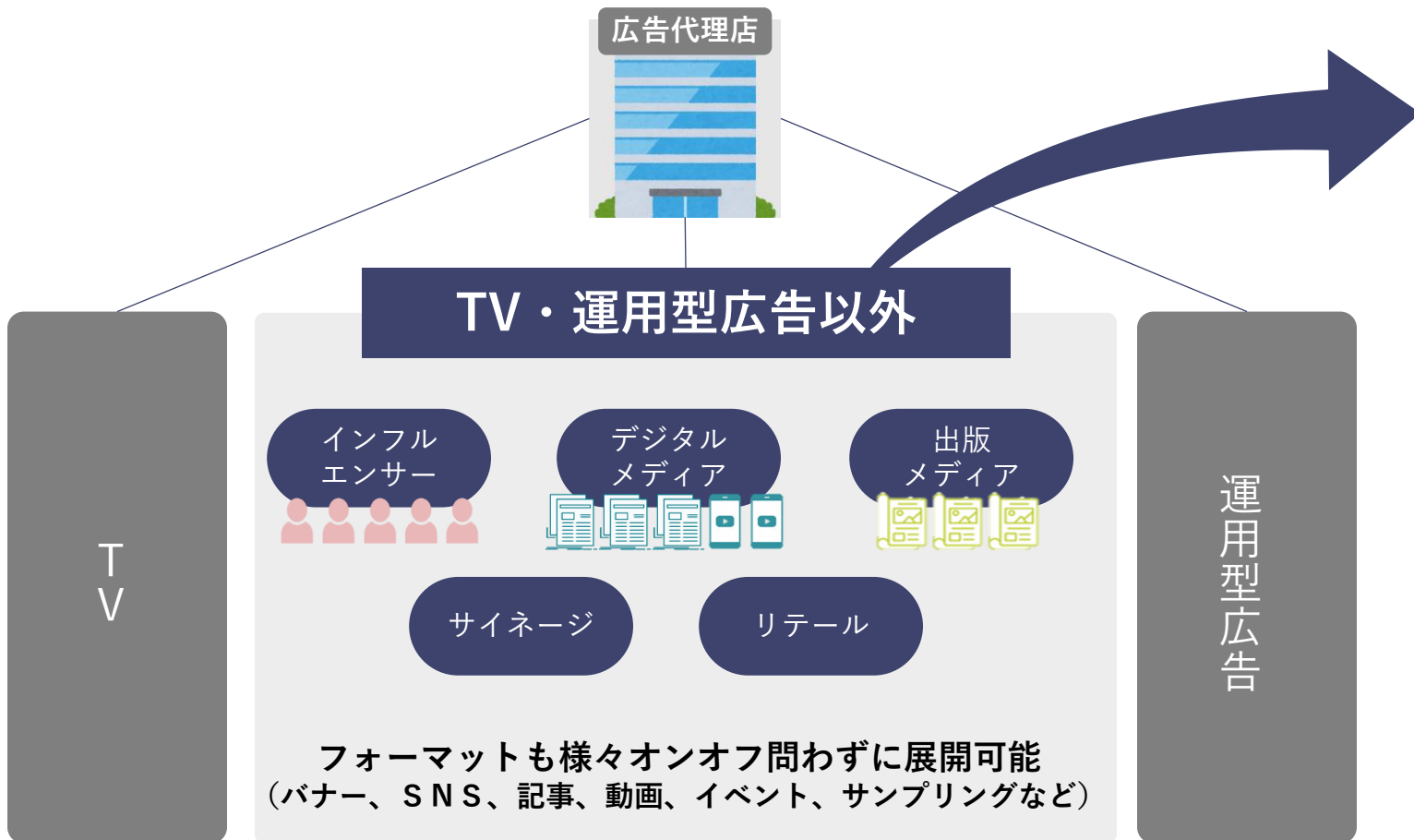
## 2025年3月期：市場浸透フェーズから商流規模拡大フェーズへ

- ・ 大手代理店の既存商流を載せ替え
- ・ マネタイズポイントを増加



## 2 PrimeAd：大手広告代理店向け業務DX支援

- ・対象：TV・運用型広告以外の領域
- ・内容：広告主への提案に必要な業務をまとめて提供  
データ集積、生成AI活用による業務プロセスの自動化・生産性向上を実現



調査・問い合わせ・資料作成...etc

広告主への提案に必要な  
業務のDXを実現

This block displays a grid of nine screenshots from the PrimeAd system, illustrating various data analysis and reporting capabilities. The screenshots are labeled as follows:

- ①表紙 (カバー) - Cover page showing category overview.
- ②サマリー - Summary page with overall statistics.
- ③CEP (カテゴリーエントリー) - Category entry analysis.
- ④CEP×サプライのFit - Fit analysis between CEP and suppliers.
- ⑤CEP×商品のFit - Fit analysis between CEP and products.
- ⑥注目カテゴリーの特徴 - Characteristics of注目 (注目) categories.
- ⑦間隔的なコト設置 - Interval-based event placement.
- ⑧関連商品の購買方法 - Purchase methods for related products.
- ⑨ゴールイメージ - Goal imagery for campaigns.

A large, stylized '提案' (Proposal) watermark is overlaid on the grid.

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 2025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

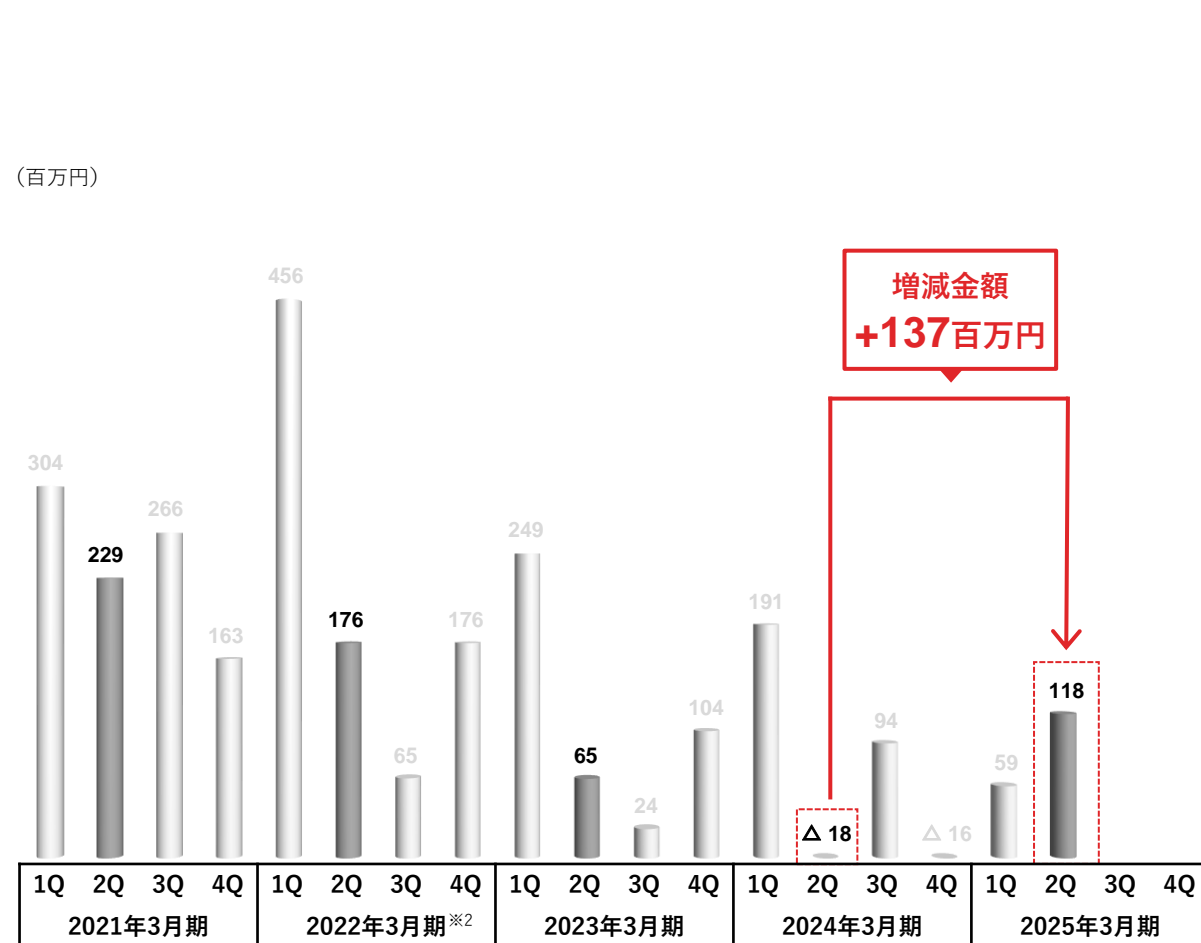
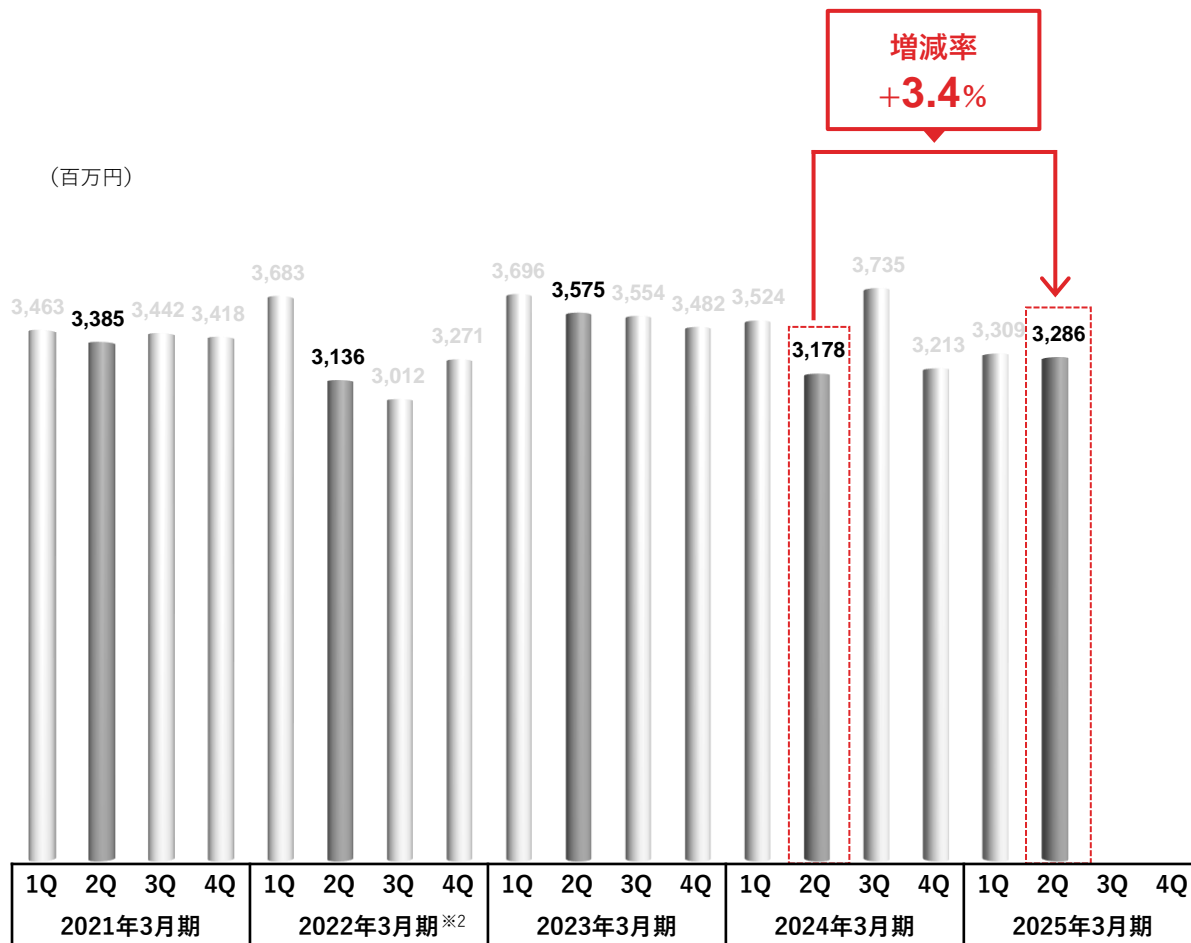
- ・天候等で青果物の一部取り扱いに影響も、調達環境は概ね想定通り
- ・売上高：サンプル百貨店復調傾向も、特需反動あった第1四半期カバーしきれず。  
また、事業撤退するオールアバウトライフワークス社の減収も影響
- ・営業利益：オールアバウトライフワークス社の事業撤退対応、コスト削減による増益

売上高**6,595**百万円対前年同期増減率：**1.6%**減通期計画比進捗率：  
**46.5%**営業利益**178**百万円対前年同期増減率：**3.5%**増通期計画比進捗率：  
**35.3%**(参考) 取扱高**18,713**百万円対前年同期増減率：**11.2%**減通期計画比進捗率：  
**47.4%**

## 2 コンシューマサービスの売上高※1・営業利益推移

売上高：6,595百万円

営業利益：178百万円

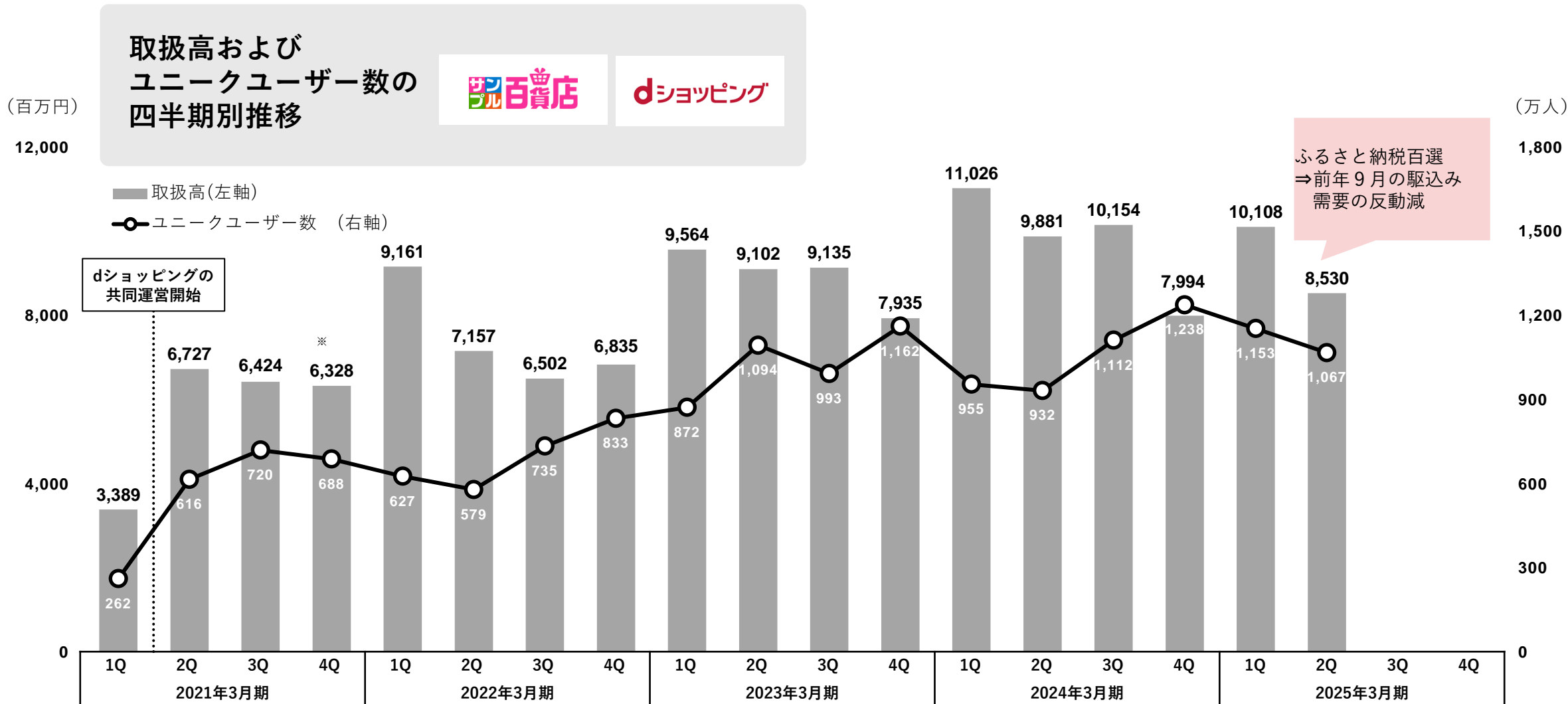


※1：売上高は、セグメント間取引消去前の数字です

※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 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



上期進捗と  
今後の方針

### 【売れ筋商品拡充】

- ：飲料不足解消
  - ：HBC\*などの拡充進捗
  - ×：天候不順による商品不足  
(青果物・生鮮品苦戦)
- ⇒取引先の開拓進め、商品不足解消図る

### 【集客】

- ：TVCMによる新規開拓
- ⇒下期も継続

### 【パートナー拡充】

- ・着実に増加も更なる加盟店誘致必要
- ⇒出店社の誘致強化
- ・有名店
  - ・中堅・小規模店の拡充

### 【サンプリングイベント】

- ：テーマ拡充
  - ・RSL：健康、SDGsなど複数テーマで開催
- ⇒下期も継続

### 【日本テレビ放送網との協業】

- ・物納CM：取扱い拡大に注力
- ・Good For the Planetウィーク“グップラ”への協賛。コラボCM放映（昨年につき2回目）



3

# 業績見通し

---

---

## 上期概況

- ・概ね順調：営業利益改善、業績予想上回る着地
- ・下期への打ち手推進

## 下期見通し

- ・事業環境は期初認識から変更なし

## 【MSセグメント】

- ・インターネット広告：拡大継続だが転換期
- ・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

## 【CSセグメント】

- ・国内EC市場：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）

- ・中長期成長への戦略投資は引き続き実施

### 3 2025年3月期 業績予想：期初発表数値から変更なし

(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%	<b>マーケティングソリューション</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 広告単価：保守的に想定</li> <li>・ PrimeAd BMP：商流拡大</li> <li>・ 成長領域へ投資継続</li> </ul>
営業利益	△461	0	-	
経常利益	△438	0	-	<b>コンシューマサービス</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 商品調達、出店社拡充</li> <li>・ マーケティング投資継続</li> <li>・ 収益構造の最適化</li> </ul>
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

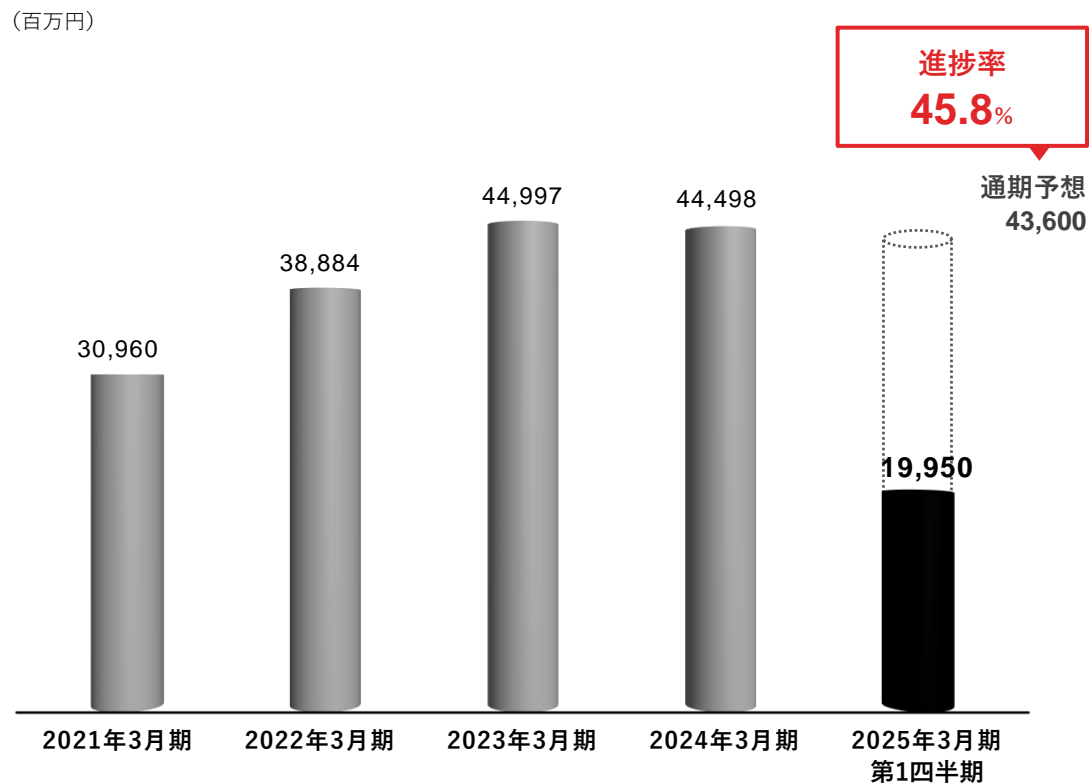
# 参考資料

---

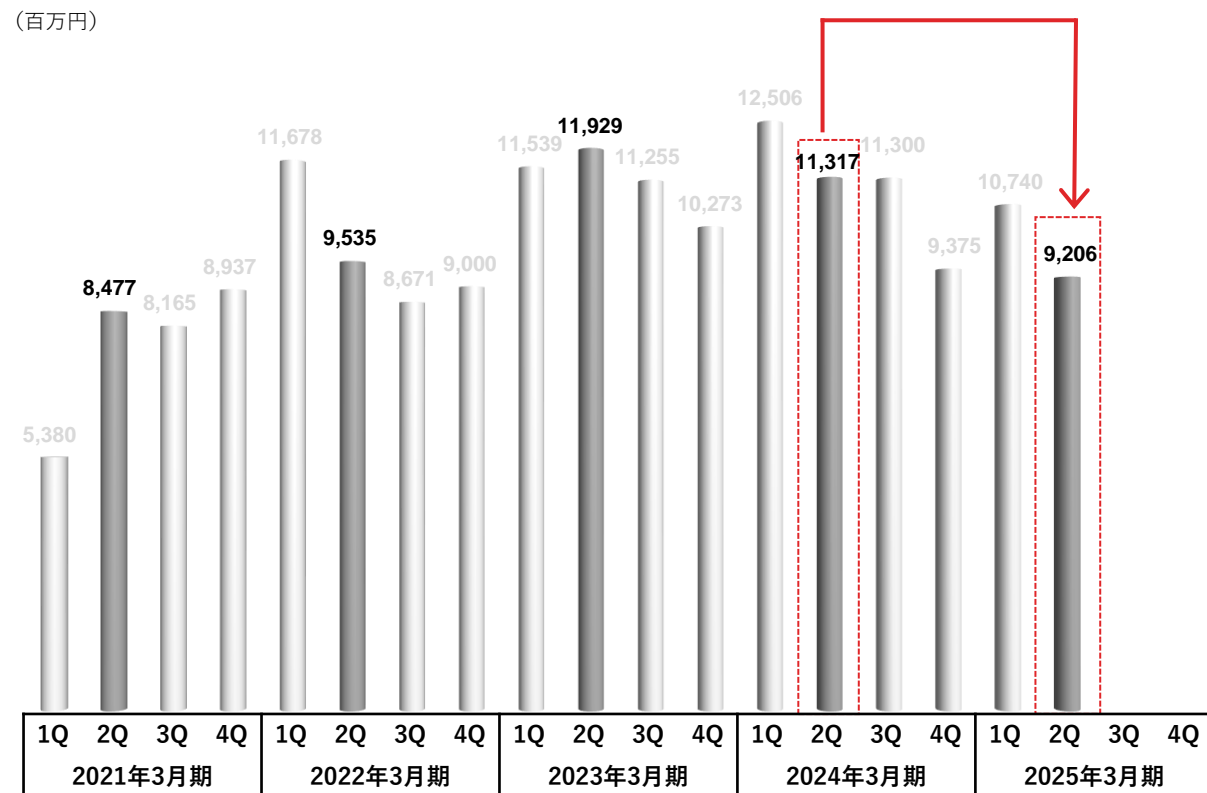
---

# 参考：連結取扱高の推移

## 取扱高（通期）



## 取扱高（四半期）

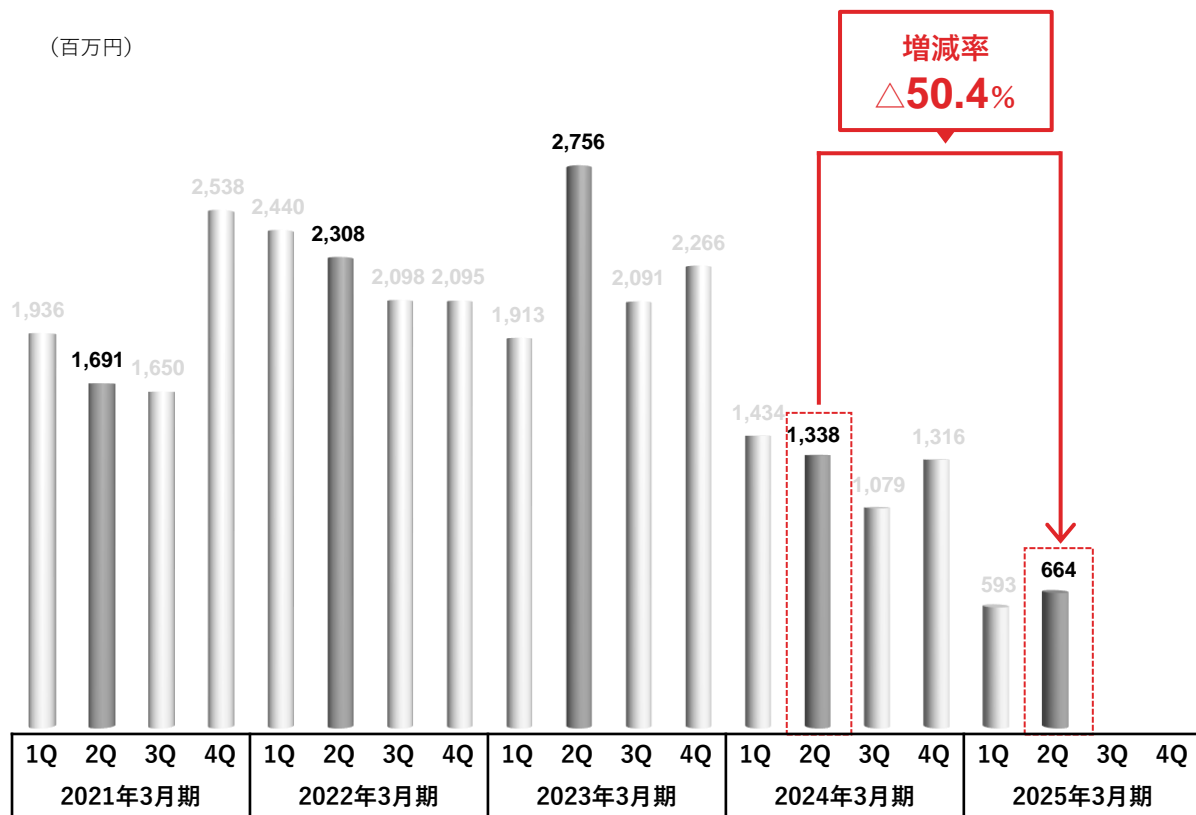


# 参考：連結取扱高の推移

## マーケティングソリューションセグメント

### 取扱高

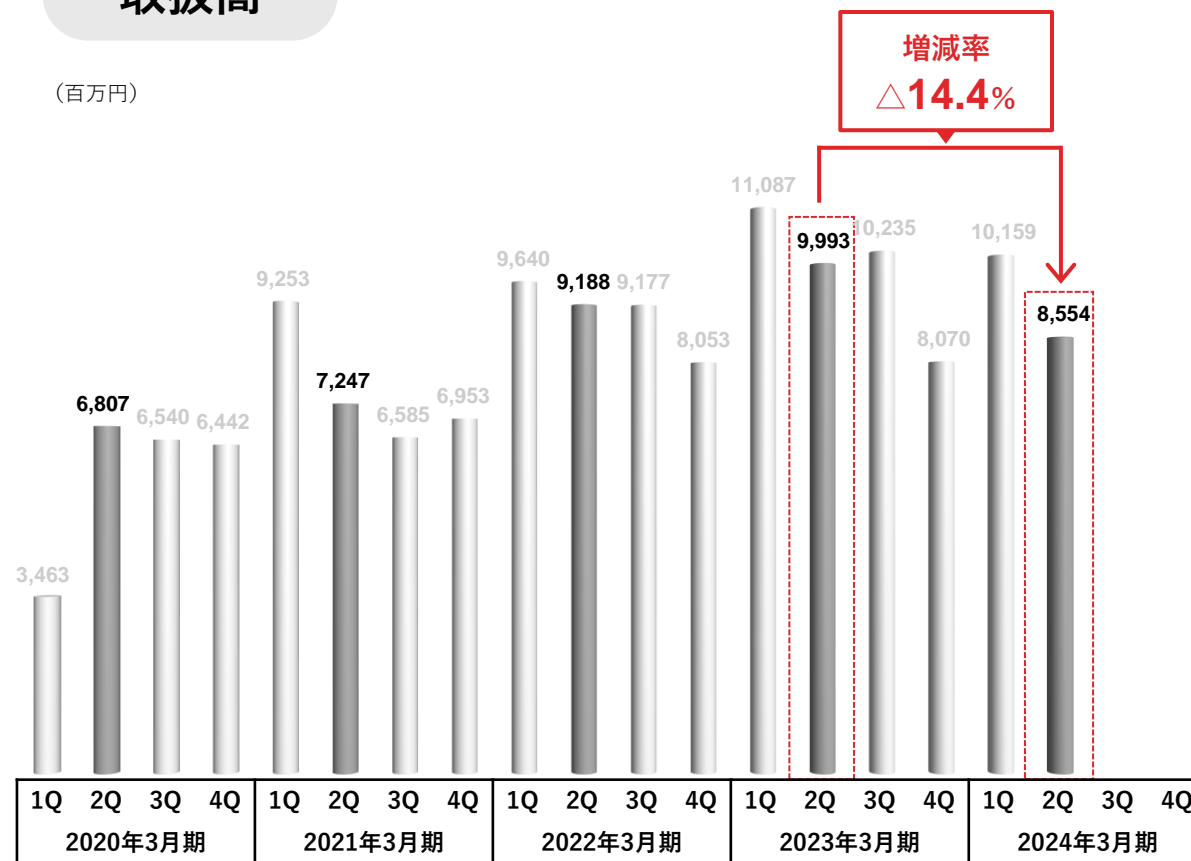
(百万円)



## コンシューマサービスセグメント

### 取扱高

(百万円)



## 連結貸借対照表

(百万円)

【資産の部】	2024年3月末	2024年9月末	差異
流動資産	5,777	5,304	△472
固定資産	2,398	2,419	20
資産合計	8,175	7,723	△452

## 【負債の部】

流動負債	3,555	3,315	△240
固定負債	149	93	△56
負債合計	3,704	3,408	△296

## 【純資産の部】

株主資本	4,083	3,927	△156
その他包括利益	2	1	△1
新株予約権	6	6	0
非支配株主持分	377	380	2
純資産合計	4,470	4,315	△155

## 【流動資産の増加の主な要因】

- ・未収入金増 (+101百万円)
- ・商品及び製品増 (+67百万円)
- ・未成制作費増 (+23百万円)
- ・現金及び預金減 (△255百万円)
- ・売掛金減 (△437百万円)

## 【固定資産の増加の主な要因】

- ・繰延税金資産増 (+35百万円)
- ・ソフトウェア仮勘定増 (+22百万円)
- ・ソフトウェア減 (△39百万円)

## 【流動負債の増加の主な要因】

- ・未払金増 (+195百万円)
- ・前受金増 (+74百万円)
- ・未払費用減 (△125百万円)
- ・買掛金減 (△246百万円)
- ・未払消費税等減 (△43百万円)
- ・その他流動負債減 (△94百万円)

## 【株主資本の減少の主な要因】

- ・配当による減 (△41百万円)
- ・親会社株主帰属当期純損失 (△157百万円)

# 連結キャッシュ・フロー計算書

(百万円)

	2025年3月期 第2四半期
営業活動によるキャッシュ・フロー	△6
投資活動によるキャッシュ・フロー	△207
財務活動によるキャッシュ・フロー	△41
現金及び現金同等物の増減額 (△は減少)	△255
現金及び現金同等物の期首残高	1,874
現金及び現金同等物の四半期末残高	1,618

## 【営業活動によるキャッシュ・フロー】

- ・主な増加： 売上債権減 (+437百万円)  
仕入債務減 (+243百万円)
- ・主な減少： その他流動負債増 (△181百万円)  
その他流動資産増 (△148百万円)  
税金等調整前中間純損失 (△197百万円)

## 【投資活動によるキャッシュ・フロー】

- ・主な支出： 投資有価証券の取得 (△14百万円)  
有形固定資産の取得 (△28百万円)  
無形固定資産の取得 (△163百万円)

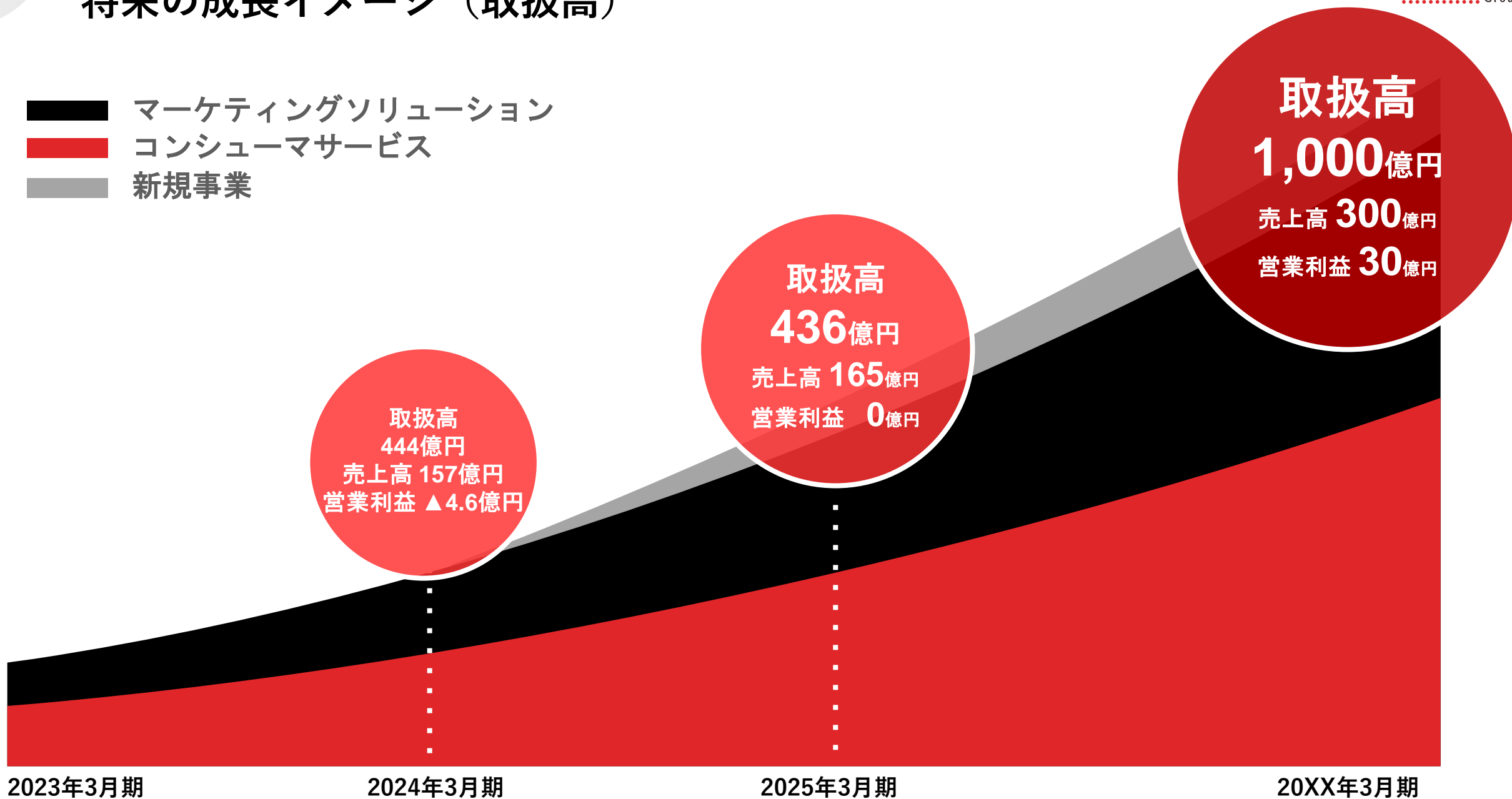
## 【財務活動によるキャッシュ・フロー】

- ・主な支出： 配当金の支払 (△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



# 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"><li>・ 専門ガイドによる総合情報サイト「All About」の運営</li><li>・ インターネット広告事業</li></ul>
事業開始	2000年6月
資本金	13.18億円 (2024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



## 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



### 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



## 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



# 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

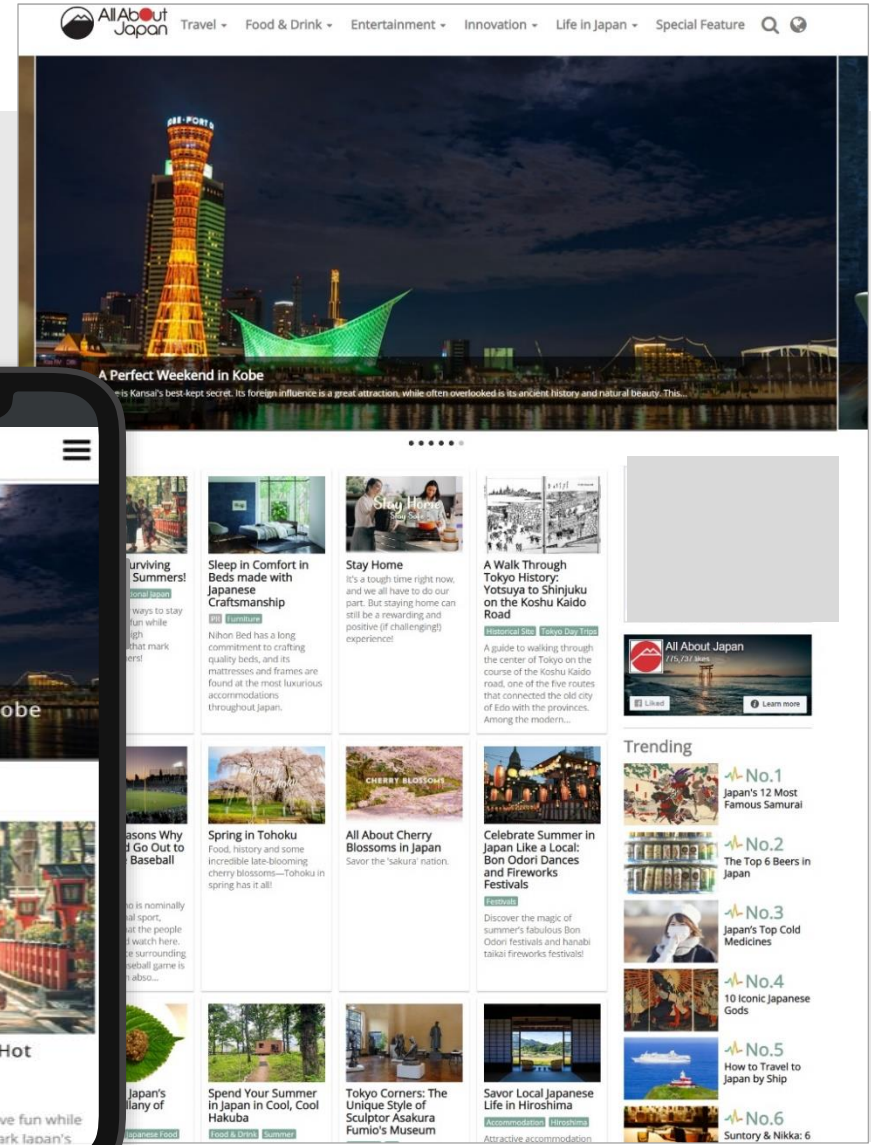
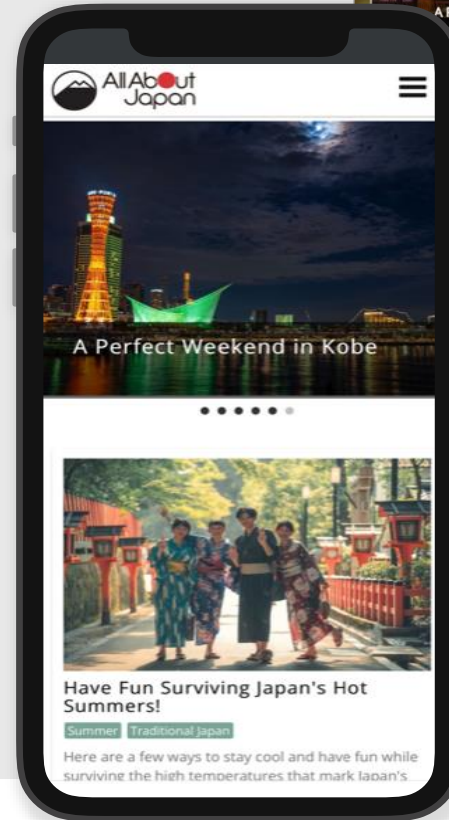
累積記事本数  
10,000本超

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

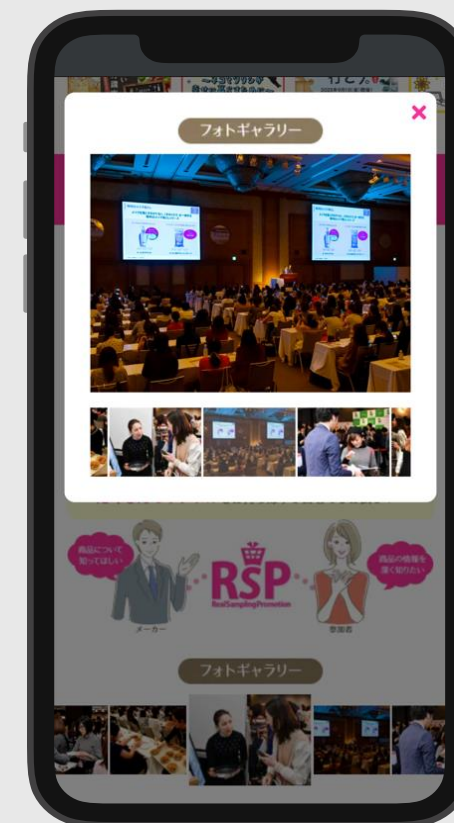
30代～40代の主婦や働く女性を中心とした410万人の「生活者」を抱える日本最大級のお試しサービス

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



## 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。

AllAbout

Group