

2025年3月期 決算説明資料

株式会社オールアバウト（東証スタンダード 2454）

2025.5.12

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 -

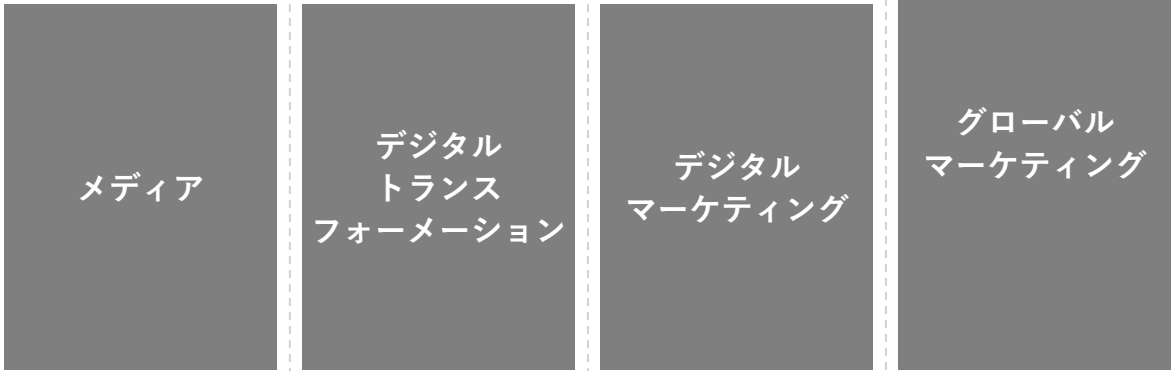
【すべての活動において大切に考える考え方】

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

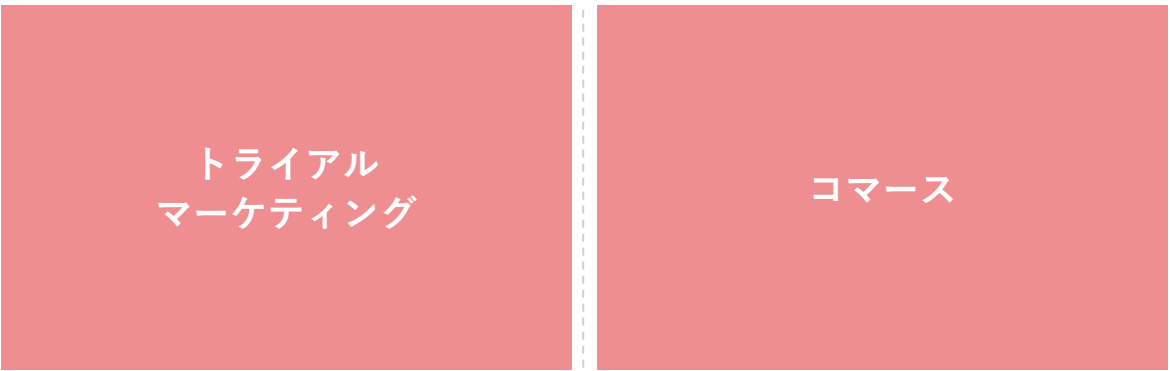
マーケティングソリューション

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

トライアルマーケティング&コマース



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

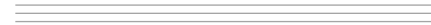
- ・マーケティングソリューション セグメント
- ・コンシューマサービス セグメント

3 業績見通し

参考資料

1

連結決算ハイライト



1 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 テック
TVCM 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

1 エグゼクティブサマリー

Summary

1

増収増益。ほぼ業績予想通りの着地

Summary

2

中長期成長への戦略的取り組み進行

Summary

3

戦略投資（約6億円）実行しながら通期黒字に回復

連結業績

増収増益。ほぼ業績予想通りで着地

- ・売上高： 減収の前期から成長軌道へ回復
- ・営業利益： 中長期への戦略投資実施しつつも黒字回復。前期比で大きく改善

売上高**15,954**百万円対前年増減率：**1.6%**増営業利益**10**百万円

前年同期実績：

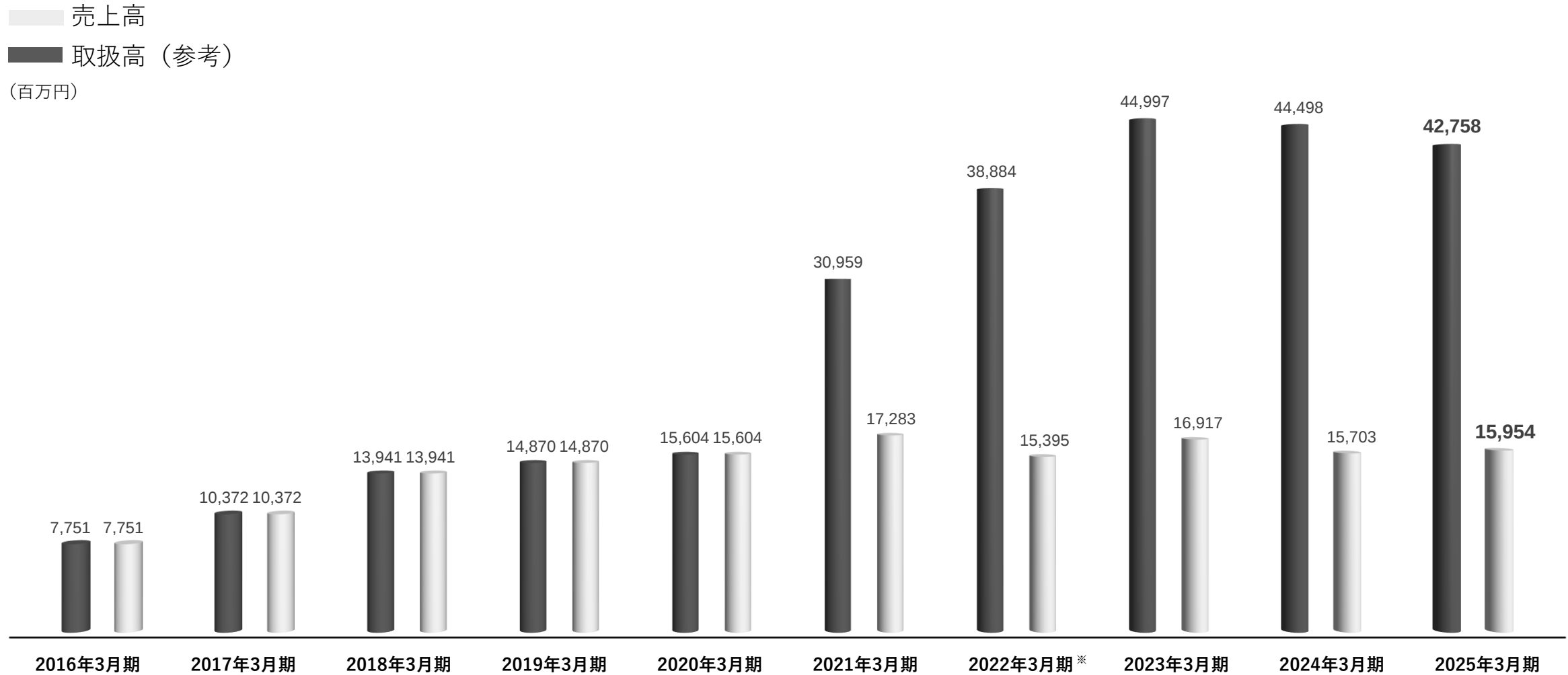
△**461**百万円(参考) 取扱高**42,758**百万円対前年増減率：**3.9%**減

1 2025年3月期 業績予想比較

売上高は若干未達も利益は計画達成

(百万円)	2025年3月期 業績予想	2025年3月期 実績	増減額	増減率
売上高	16,500	15,954	△546	△3.3%
営業利益	0	10	+10	-
経常利益	0	10	+10	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	△80	△39	+41	-
参考指標 取扱高	43,600	42,758	△842	△1.9%

1 連結取扱高と売上高の推移



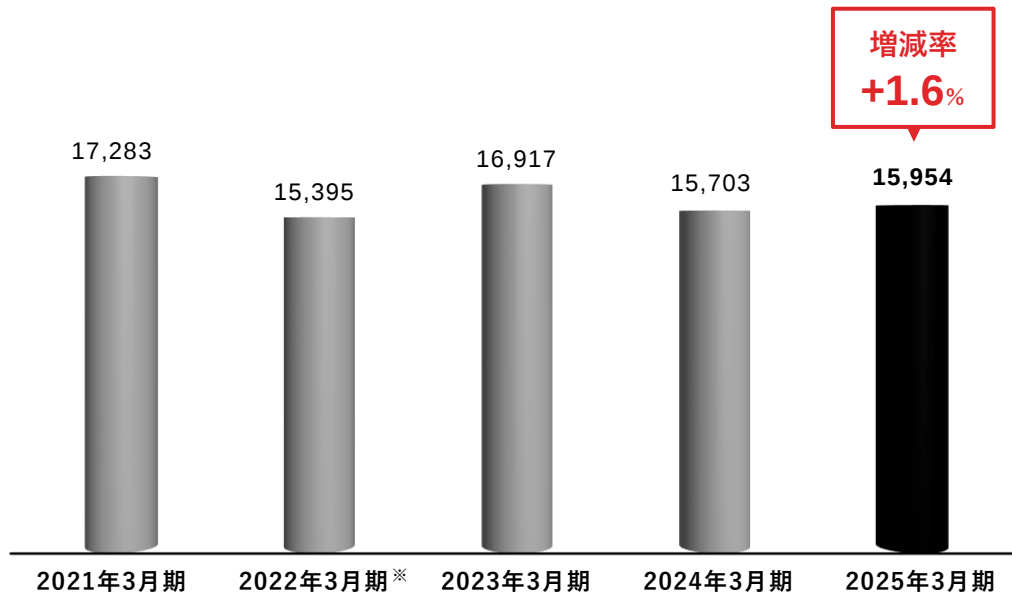
※2022年3月期より、「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を適用

1 連結売上高の推移

通期・四半期比いずれも増収

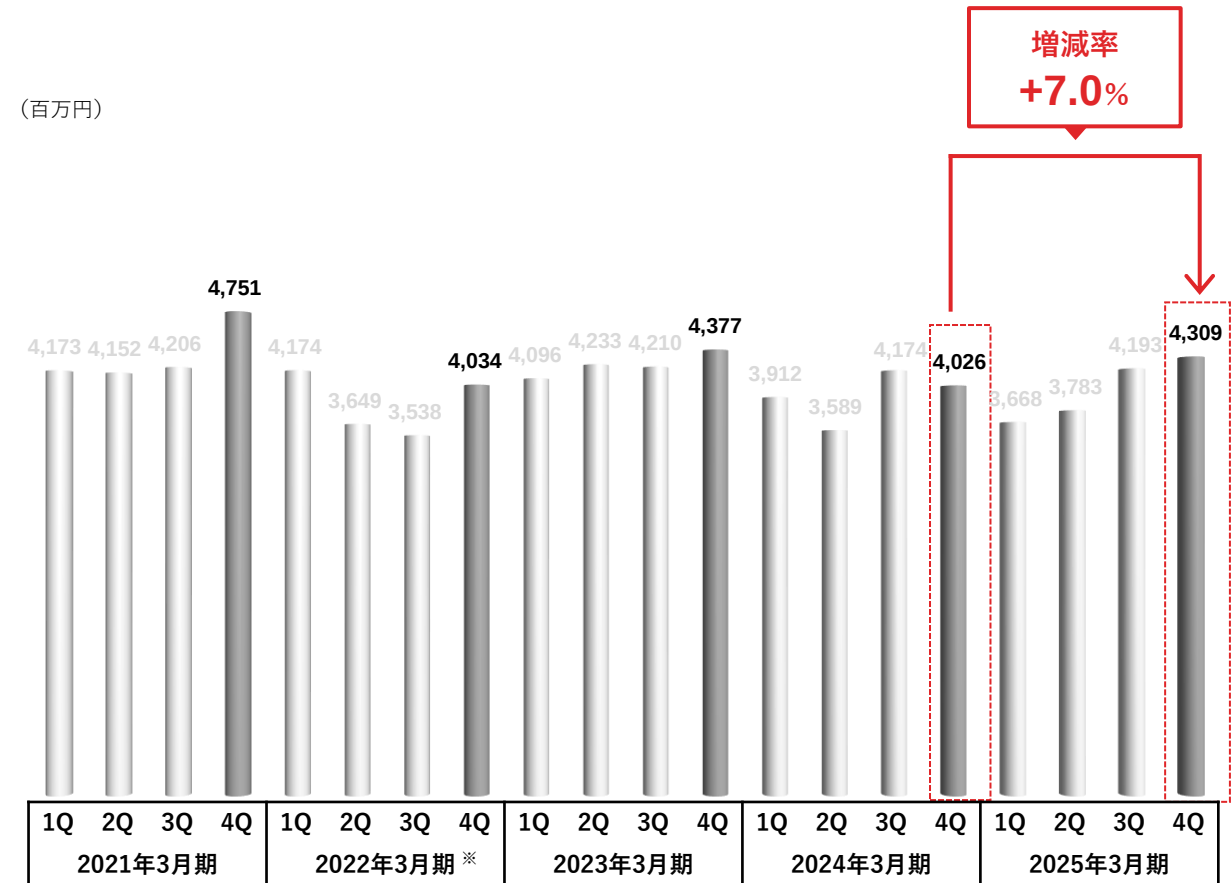
売上高（通期）

（百万円）



売上高（四半期）

（百万円）

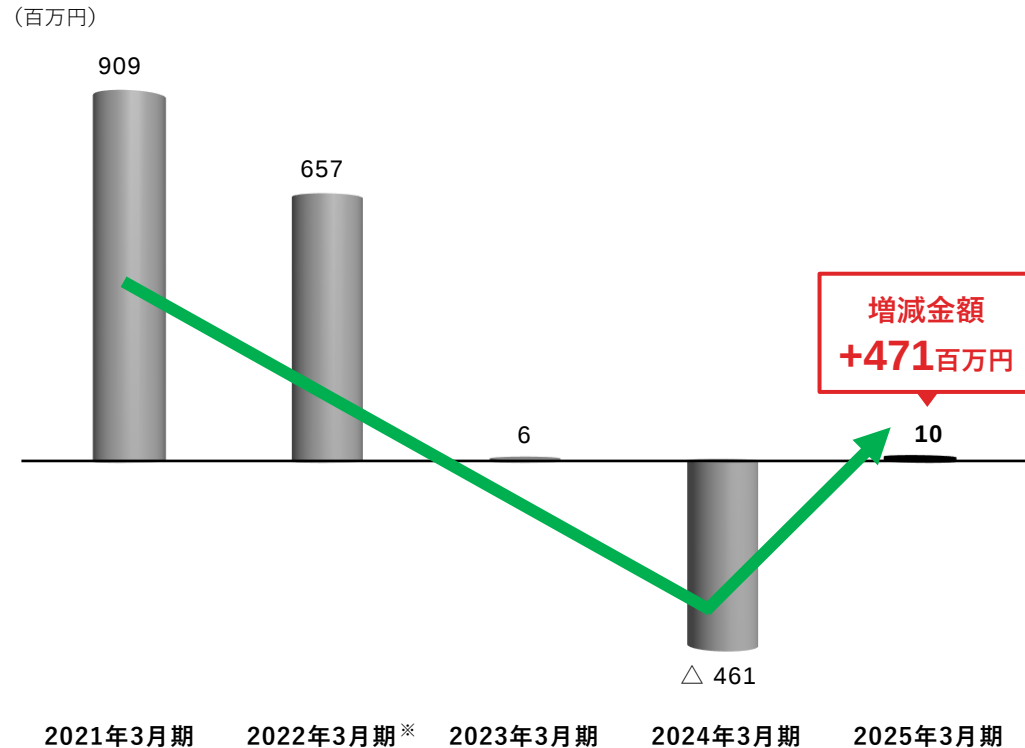


※2022年3月期より、「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を適用

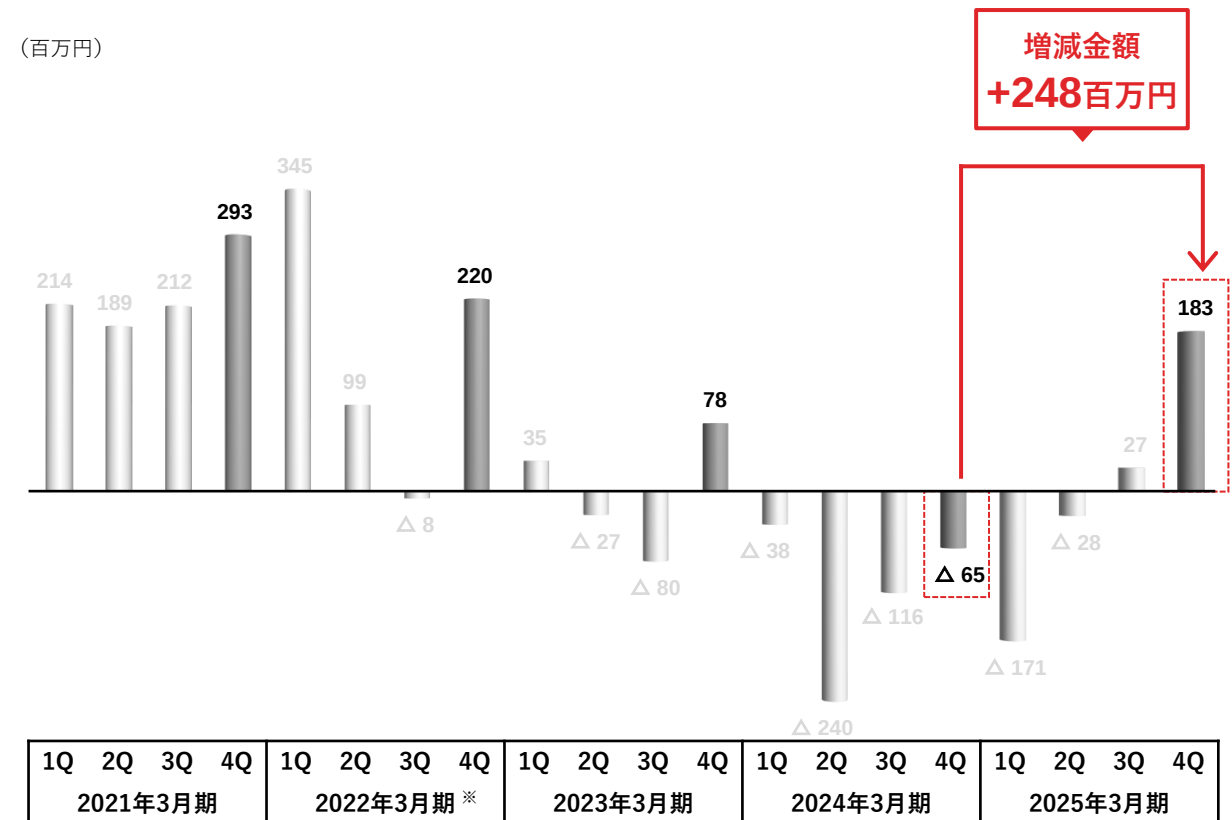
1 連結営業利益の推移

- ・ 増収に加え仕入高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黒字回復

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月期の決算ハイライト

(百万円)

	2024年3月期	2025年3月期	増減率
売上高	15,703	15,954	+1.6%
マーケティングソリューション	2,108	2,139	+1.5%
コンシューマサービス	13,652	13,853	+1.5%
粗利益※1	5,073	5,432	+7.1%
マーケティングソリューション	1,455	1,483	+1.9%
コンシューマサービス	3,674	3,986	+8.5%
営業費用※2	5,534	5,421	△2.0%
マーケティングソリューション	1,719	1,569	△8.7%
コンシューマサービス	3,424	3,479	+1.6%
営業利益	△461	10	-
マーケティングソリューション	△263	△85	-
コンシューマサービス	250	507	+102.6%
(参考指標) 取扱高	44,498	42,758	△3.9%
マーケティングソリューション	5,167	2,990	△42.1%
コンシューマサービス	39,388	39,806	+1.1%

両セグメントとも増収

増加要因

増収、変動費減少等

増減要因

マーケティングソリューション：
広告宣伝費減少等コンシューマサービス：
広告宣伝費・システム関連費
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

1 2025年3月期の決算ハイライト～株主還元～

剰余金の配当

- ・ 当期純利益は戦略投資を含む赤字
- ・ 既存事業は利益創出（かつ営業利益は黒字回復）
- ・ 以上を考慮し剰余金の配当を決定

2025年3月期
1株あたり配当金

3円00銭

【ご参考】
2024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

マーケティングソリューション

- ・ドコモとの連携拡大。デジタルマーケティング事業も堅調
- ・「All About」：2025年3月以降セッション数苦戦も広告単価は堅調推移
- ・粗利増加、コスト減少により営業利益改善
- ・PrimeAdの取り組み推進

売上高

2,139百万円

対前年増減率：1.5%増

営業利益

△85百万円

前年同期実績：

△263百万円

(参考) 取扱高

2,990百万円

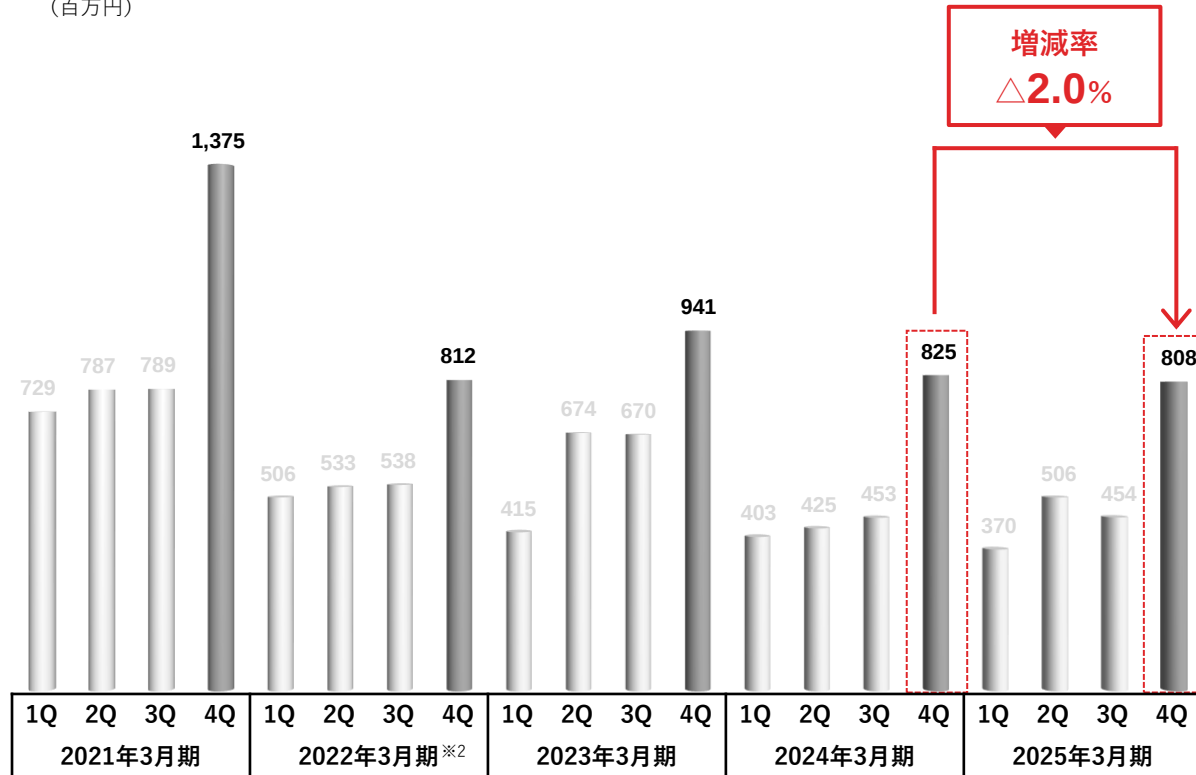
対前年増減率：42.1%減
(Best Oneの減少影響)

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

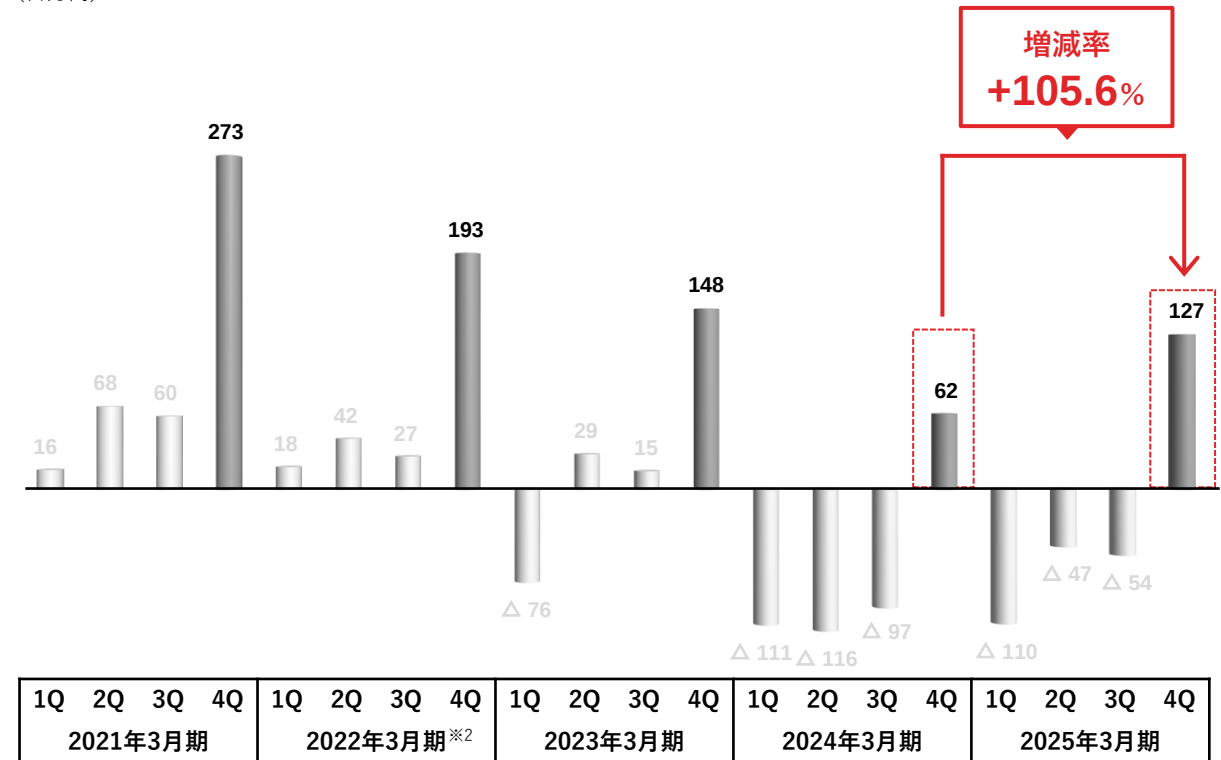
売上高：2,139百万円

営業利益：△85百万円

(百万円)



(百万円)



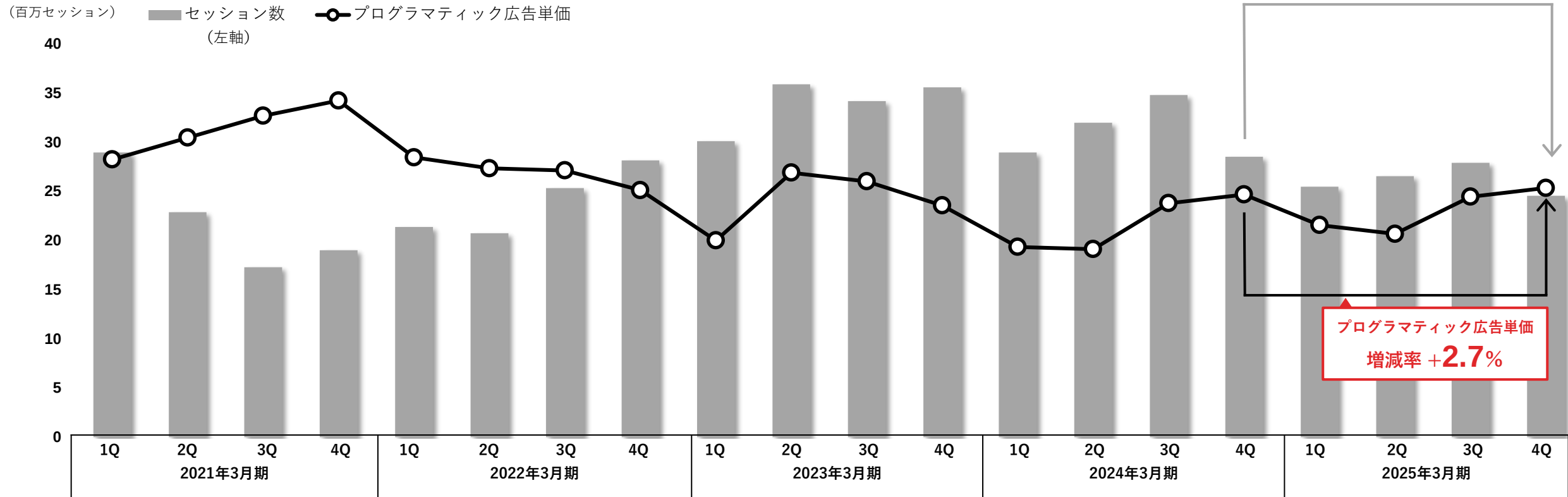
※1：売上高は、セグメント間取引消去前の数字です

※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※¹：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：調整フェーズも高単価コンテンツへの注力等で堅調に推移

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

大手広告代理店向け業務支援「PrimeAd One」による売上拡大

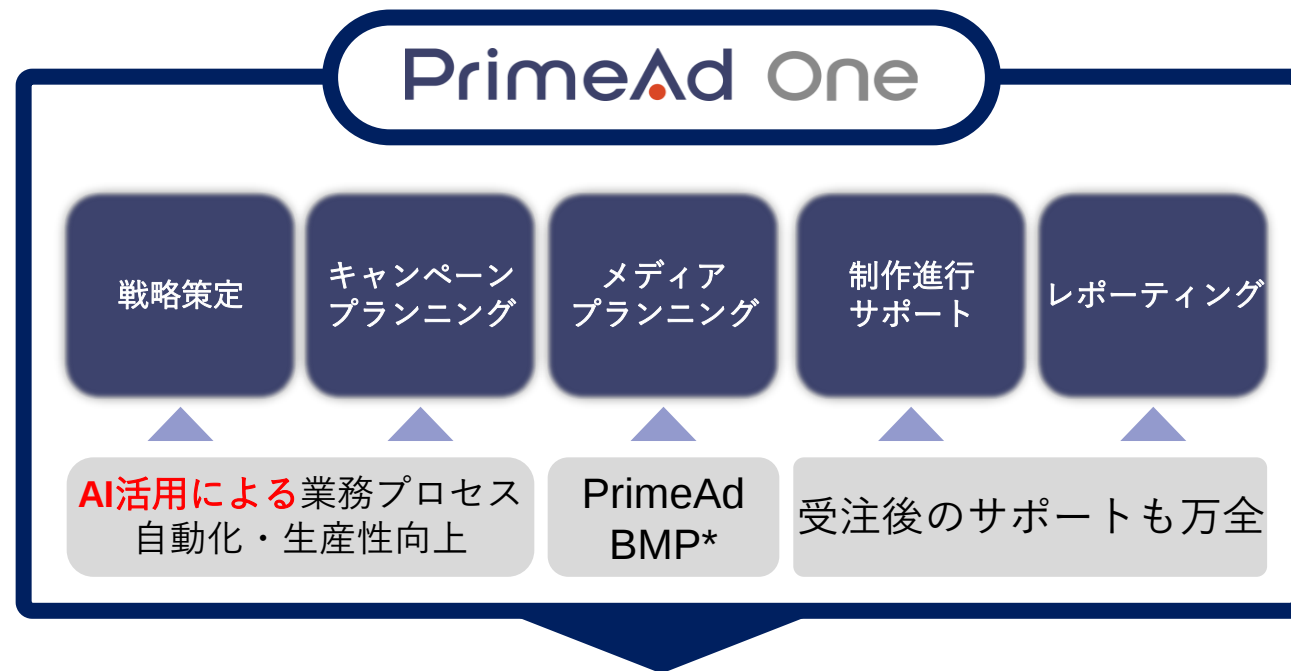
2025年
3月期

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
⇒ 大手広告代理店向け業務支援開始

PrimeAd One

大手広告代理店から高評価、
受注も獲得

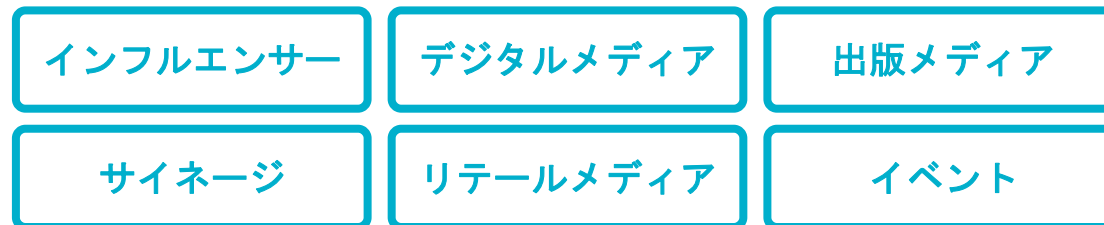


2026年
3月期

収益化フェーズ

「PrimeAd One」にリソース集中
通期で売上拡大目指す

TV・運用型広告以外



2 PrimeAd：成長イメージ

- ・ターゲット市場拡大
テレビ・運用型広告以外の領域：約1兆円
(SNS、インフルエンサー、動画、サイネージ、リテールメディア等)
- ・中期的イメージ：流通総額100億円、売上高約20億円

流通総額
100億円

売上高
約20億円

売上拡大

PrimeAd One
提供開始

2025年3月期

2026年3月期

中期的イメージ

ターゲット市場

- ・従来：デジタルメディアタイアップ市場
- ・それ以外の市場展開が可能に

市場拡大（TV・運用型広告以外何でも対応）

マネタイズ

- ・メディアからのマッチングフィー
- ・代理店サイドからも新たにフィー獲得

両サイドからのフィー収益定着＋料率上昇により収益拡大

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

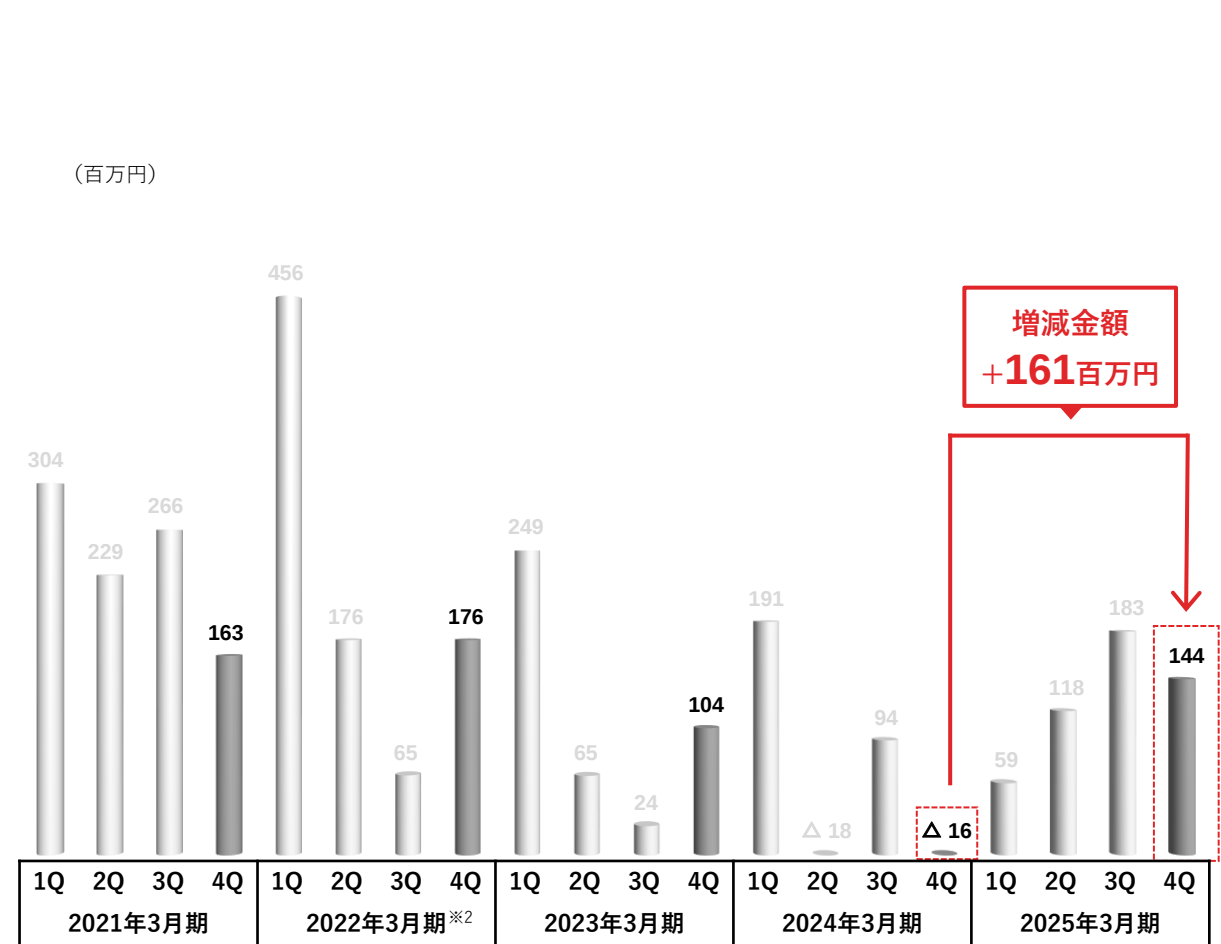
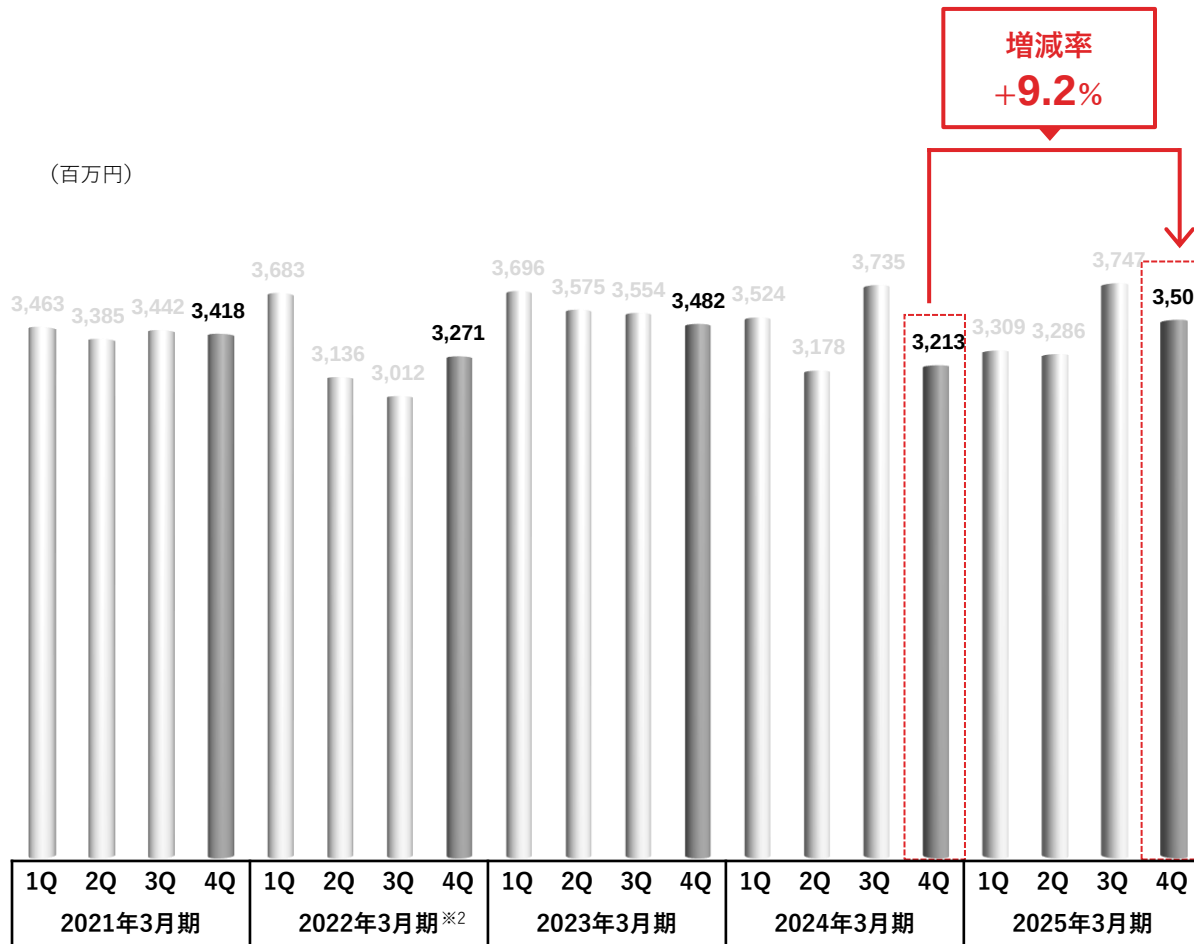
- ・売上高：サンプル百貨店およびdショッピング含むコマース事業いずれも増収。
事業撤退したオールアバウトライフワークス社の減収カバー
- ・営業利益：増収、粗利の向上に加え、オールアバウトライフワークス社の
事業撤退対応等により大幅増益

売 上 高**13,853**百万円対前年増減率：**1.5%**増営 業 利 益**507**百万円対前年増減率：**102.6%**増(参 考) 取 扱 高**39,806**百万円対前年増減率：**1.1%**増

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：**13,853**百万円

営業利益：**507**百万円

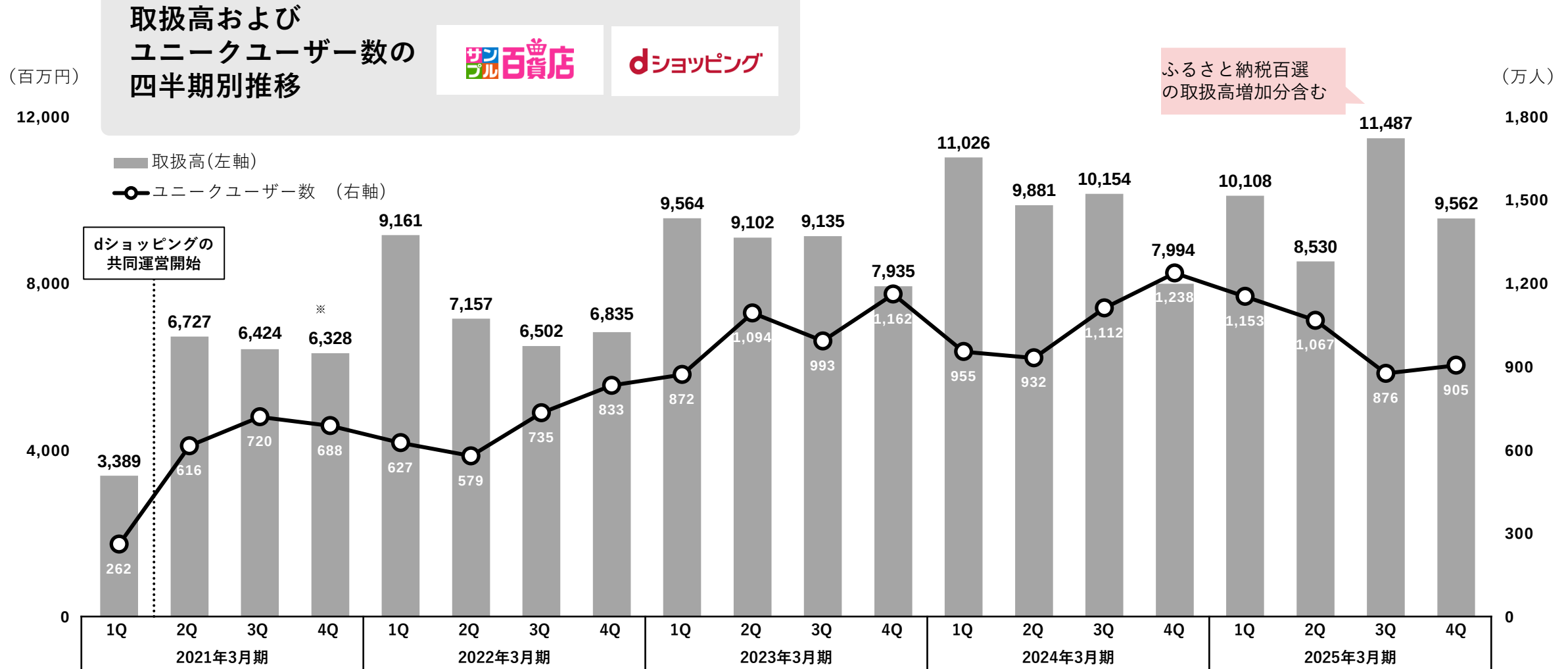


※1：売上高は、セグメント間取引消去前の数字です

※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

ドコモ経済圏との連携を強化。商品・物流の充実と共にマーケティング策を拡張



2026年
3月期
方針

3

業績見通し

マーケティングソリューション

機会	市場の拡大継続 インターネット 広告*1 デジタル マーケティング*2	テクノロジーの進化 AIの進化、 活用機会の拡大 
	プログラマティック 広告単価の 調整フェーズは 今後も継続	・生成されるコンテンツ の品質・信頼性 ・著作権・知的財産権の 保護 ・プライバシー侵害 リスクなど

コンシューマサービス

機会	市場の拡大継続 国内EC市場 (リアル回帰一巡) EC化率低い分野 の成長余地 (飲料・食品分野等)	テクノロジーの進化 AIの進化、 活用機会の拡大 
	物流問題の深刻化 ・2024年問題など 競争激化 ・価格競争、差別化など	データ活用に伴う セキュリティ、 プライバシー対策など

1：2025年度予測：約3.2兆円（前年比約+10%）

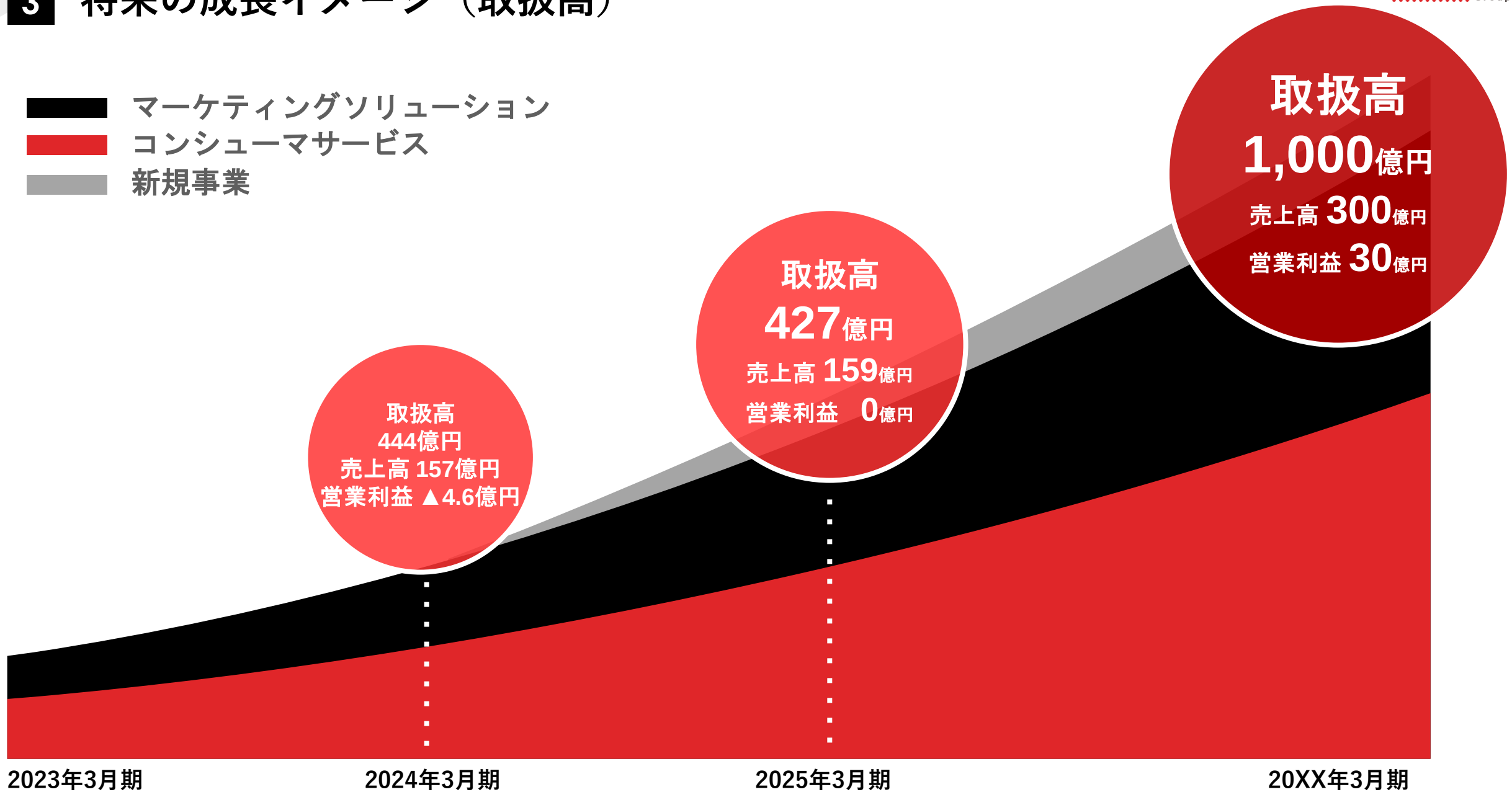
出展：電通「2024年 日本の広告費」におけるインターネット広告費（媒体費・物販系ECプラットフォーム広告費および制作費を含む金額）における媒体費の金額

*2：2025年度予測：約3,900億円（前期比約+13%）、2026年度予測：約4,430億円（前期比約+13%）、2027年度予測：約5,000億円（前期比約+13%）

出典：矢野経済研究所「デジタルマーケティング市場に関する調査を実施」

3 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



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的取り組み

3

利益成長を重視

3 2026年3月期 業績予想

(百万円)	2025年3月期 実績	2026年3月期 予想※2	増減率
売上高	15,954	16,700	+4.7%
営業利益	10	100	+825.9%
経常利益	10	100	+854.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	△39	0	-
参考指標			
取扱高	42,758	44,500	+4.1%
1株あたり配当金※1	3.00円	-	-

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：売上拡大
- ・ 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
- ・ オペレーション改善の推進

※1：2026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

個人を豊かに、社会を元気に。

All About

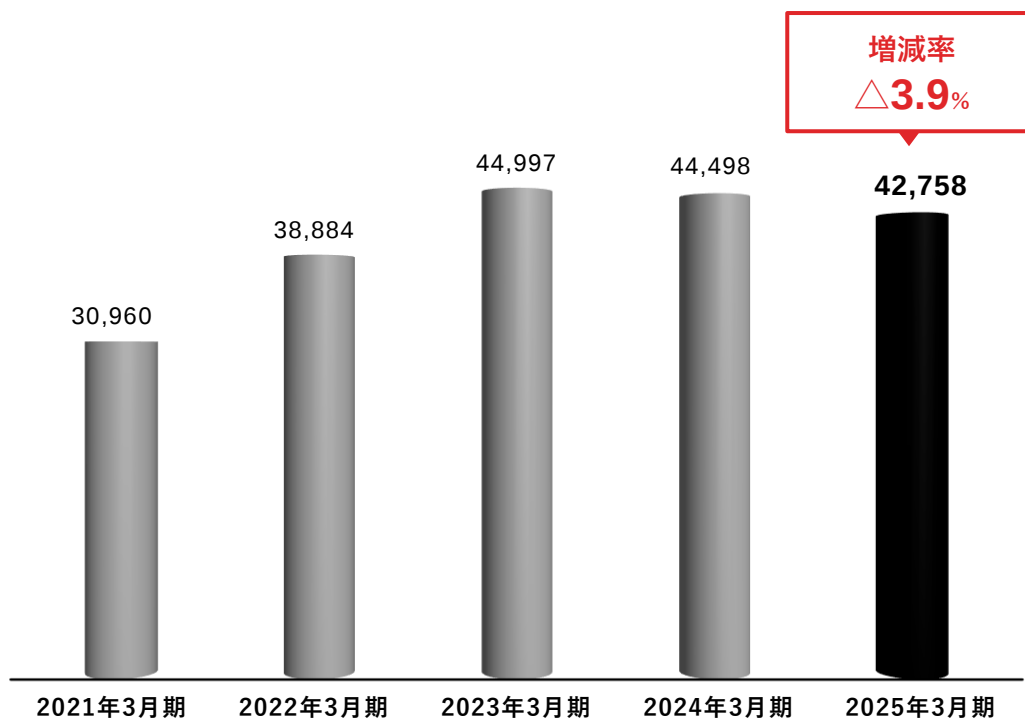
●●●●●●●●●● Group

参考資料

参考：連結取扱高の推移

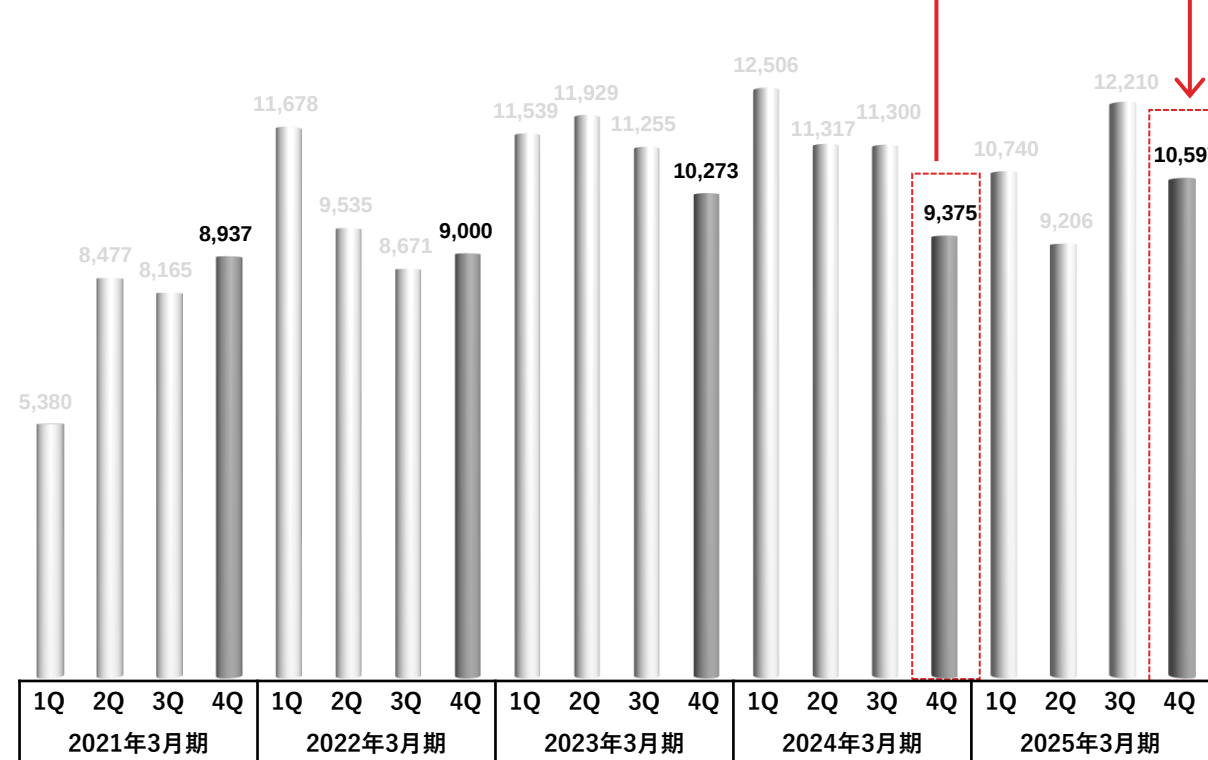
取扱高（通期）

（百万円）



取扱高（四半期）

（百万円）

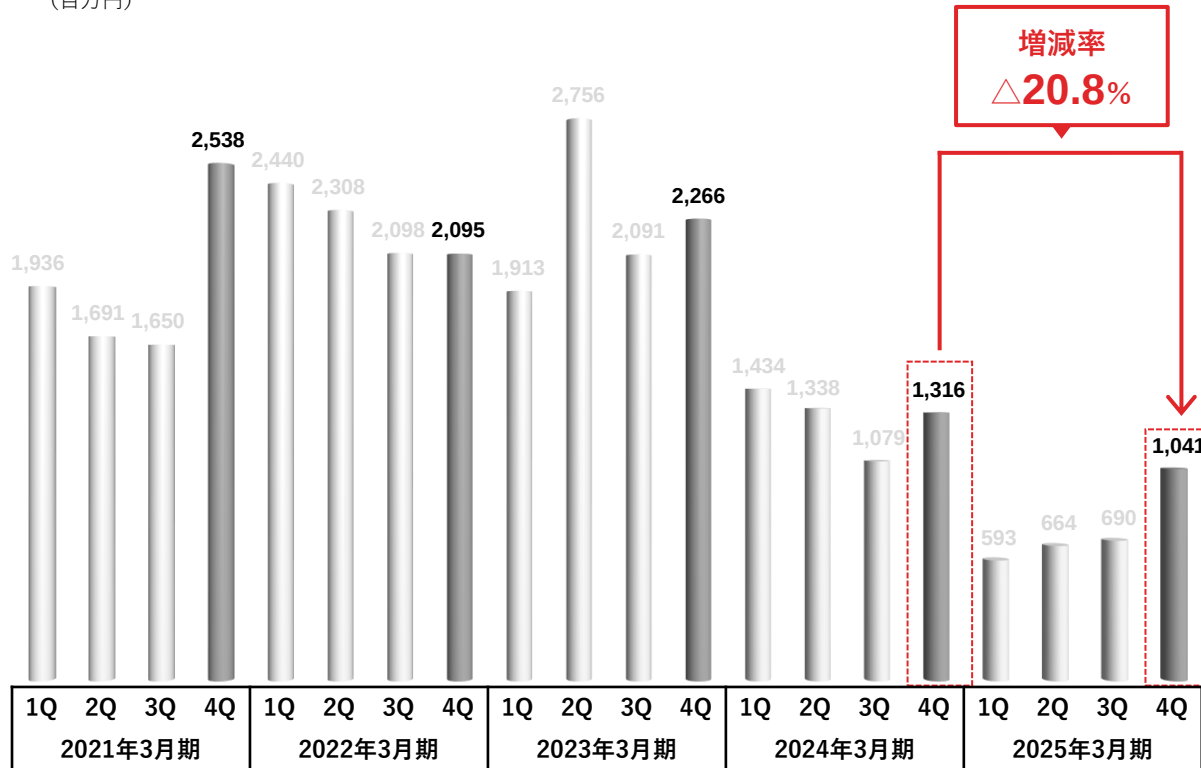


参考：連結取扱高の推移

マーケティングソリューションセグメント

取扱高

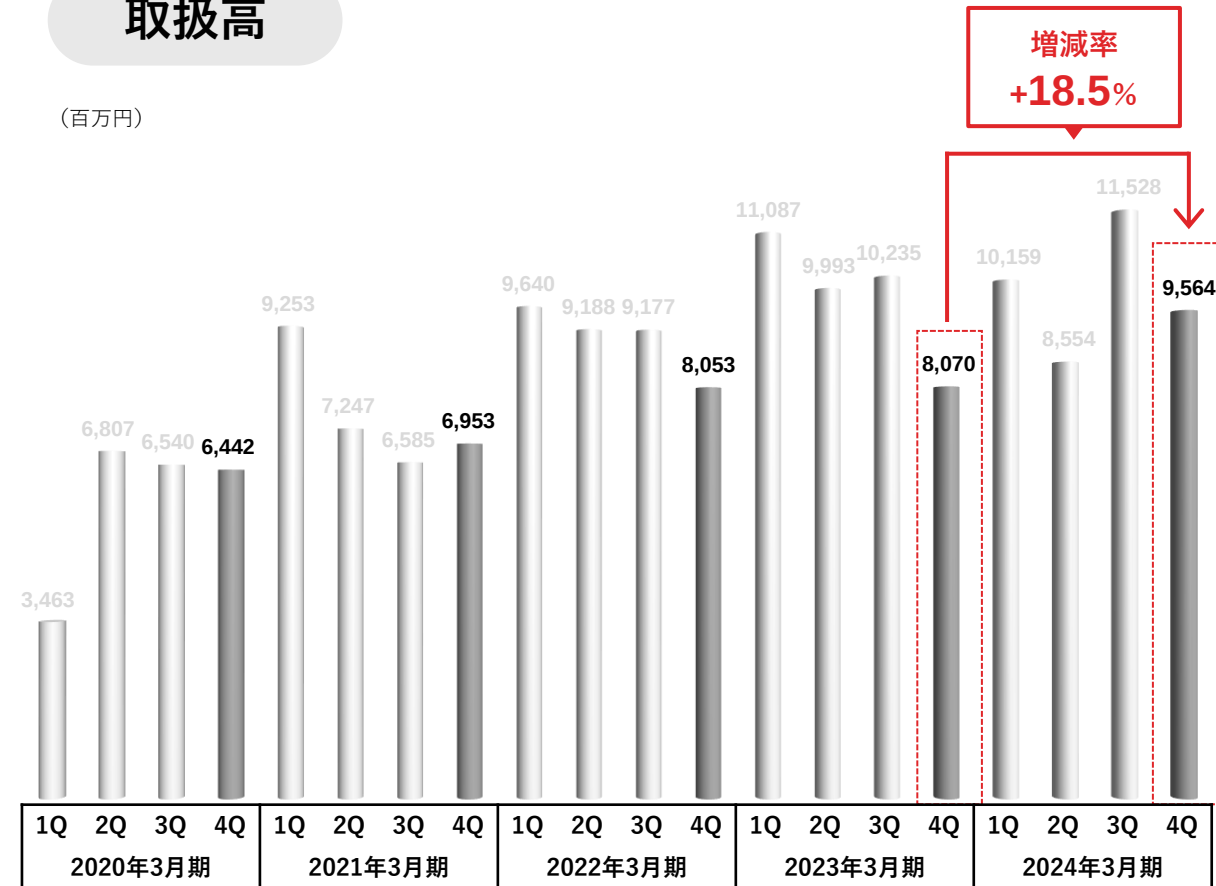
(百万円)



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	2025年3月末	差異
流動資産	5,777	5,999	222
固定資産	2,398	2,411	13
資産合計	8,175	8,410	235

【負債の部】			
流動負債	3,555	3,877	322
固定負債	149	85	△63
負債合計	3,704	3,963	258

【純資産の部】			
株主資本	4,083	4,046	△37
その他包括利益	2	2	△0
新株予約権	6	6	0
非支配株主持分	377	392	14
純資産合計	4,470	4,447	△23

【流動資産の増加の主な要因】

- ・ 未収入金増 (+406百万円)
- ・ 商品及び製品増 (+89百万円)
- ・ 現金及び預金減 (△241百万円)

【固定資産の増加の主な要因】

- ・ ソフトウェア仮勘定増 (+47百万円)
- ・ 投資有価証券増 (+89百万円)
- ・ ソフトウェア減 (△79百万円)
- ・ 繰延税金資産減 (△28百万円)
- ・ 破産更生債権等減 (△14百万円)

【流動負債の増加の主な要因】

- ・ 未払金増 (+439百万円)
- ・ 未払費用減 (△82百万円)

【株主資本の減少の主な要因】

- ・ 親会社株主帰属当期純損失 (△39百万円)

連結キャッシュ・フロー計算書

(百万円)

	2025年3月期
営業活動によるキャッシュ・フロー	249
投資活動によるキャッシュ・フロー	△448
財務活動によるキャッシュ・フロー	△42
現金及び現金同等物の増減額（△は減少）	△241
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	1,632

【営業活動によるキャッシュ・フロー】

- ・ 主な増加：税金等調整前当期純損失（+17百万円）
減価償却費（+375百万円）
売上債権減（+62百万円）
その他流動負債増（+355百万円）
- ・ 主な減少：棚卸資産増（△92百万円）
その他流動資産増（△447百万円）

【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（△100百万円）
有形固定資産の取得（△30百万円）
無形固定資産の取得（△318百万円）

【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）

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	13.18億円（2025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280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

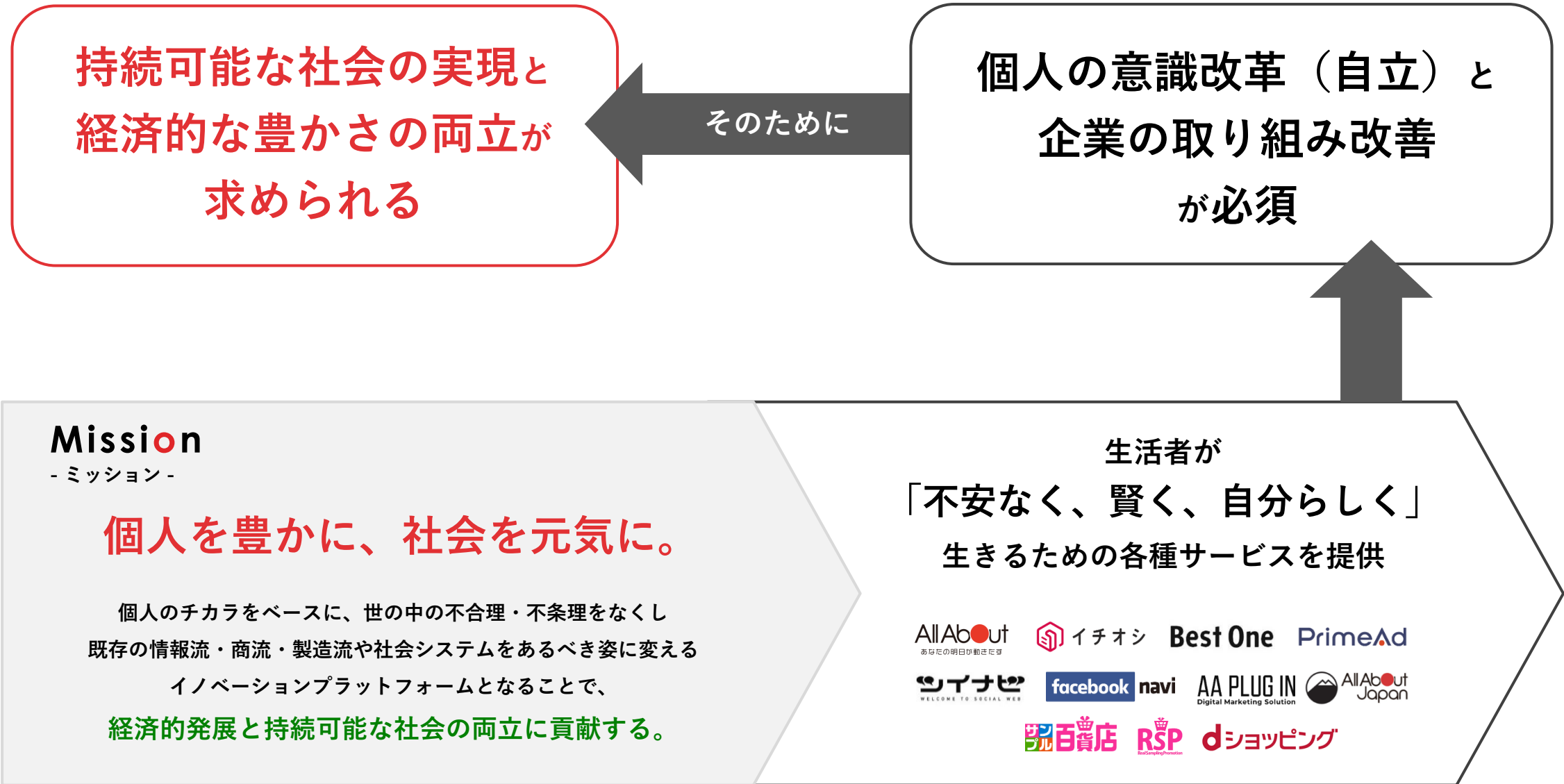


持分法適用会社

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



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
(2025年1月リニューアル)

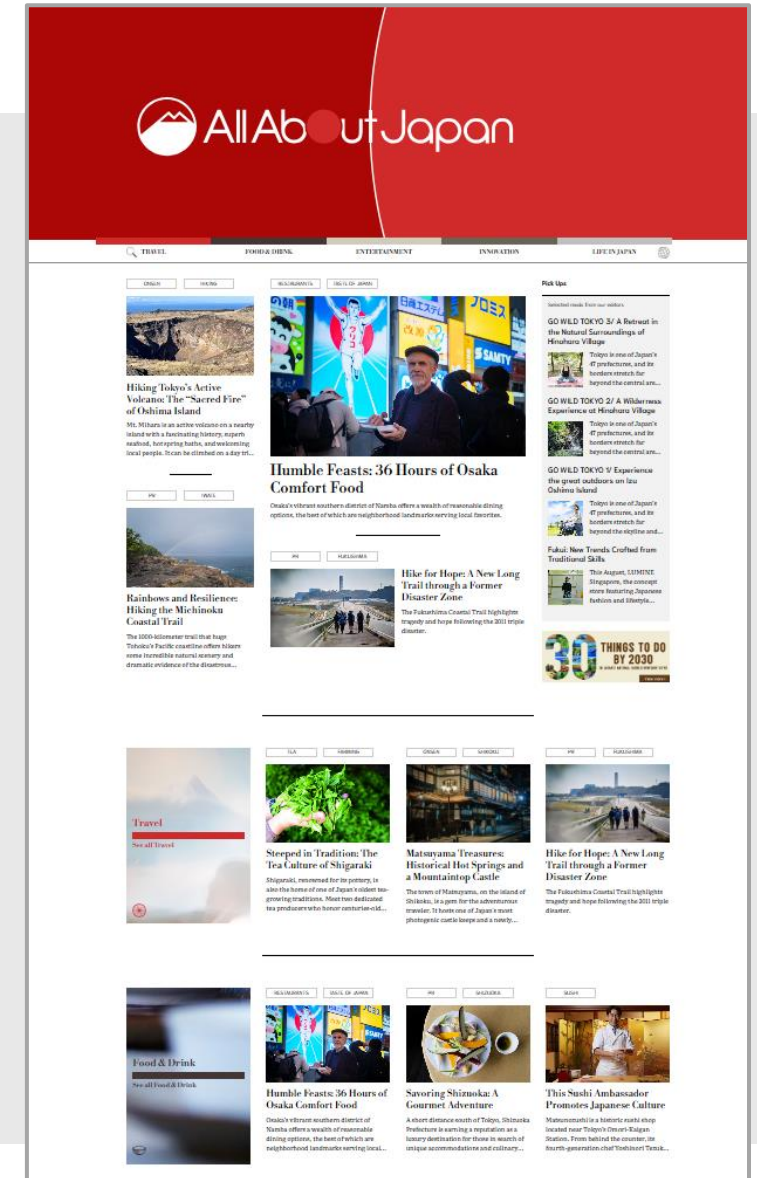
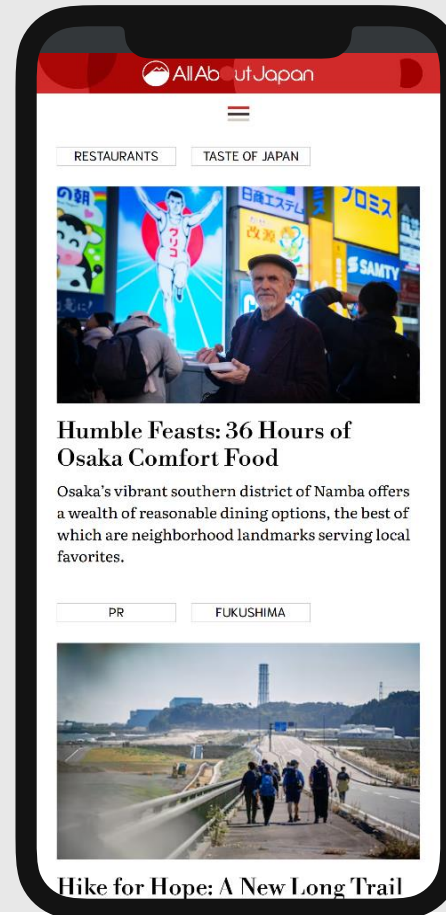
累積記事本数
10,000本超

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

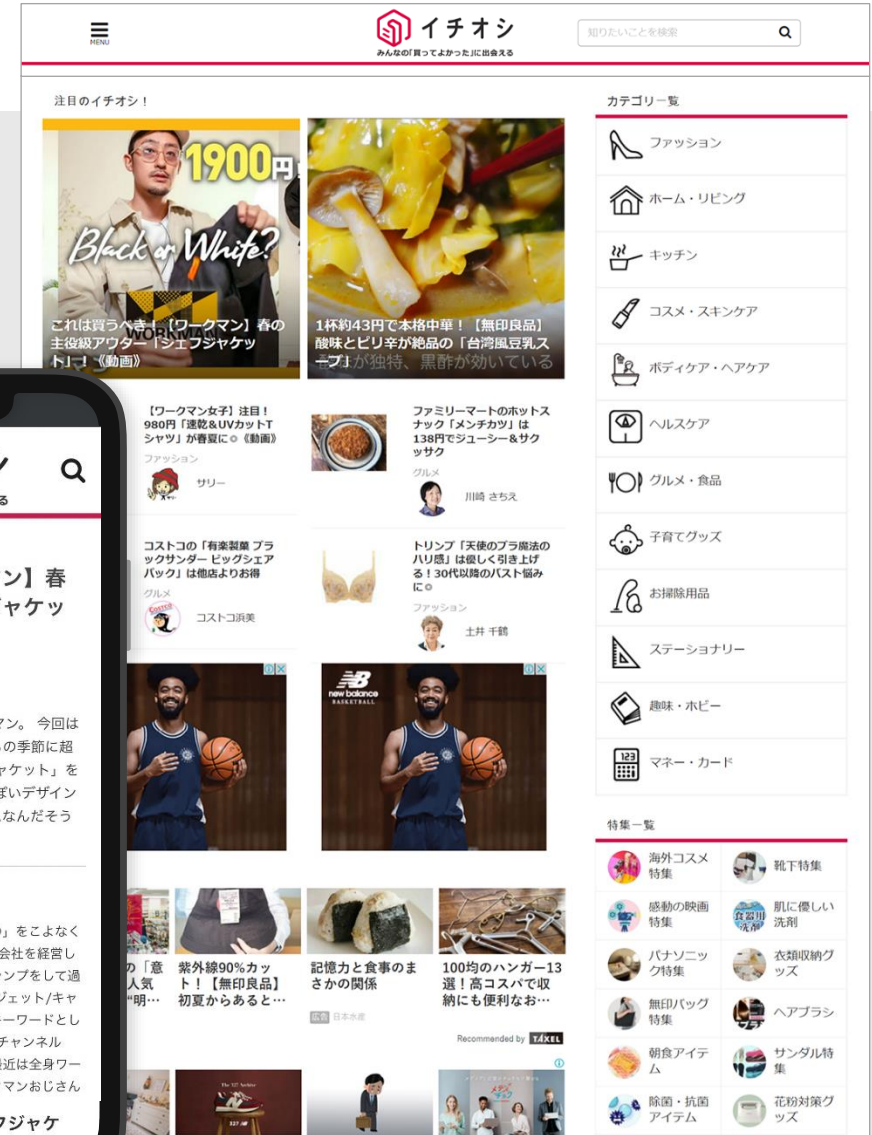
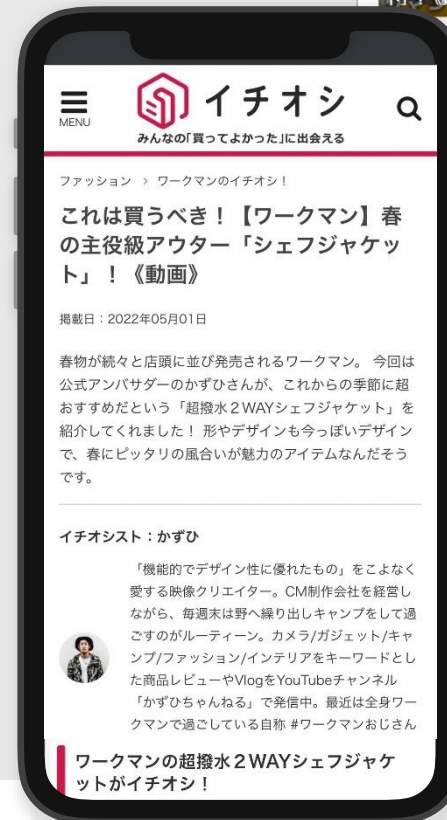
日本の1,700以上の
都市情報を網羅



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



ビジネスマッチングプラットフォーム「PrimeAd BMP」



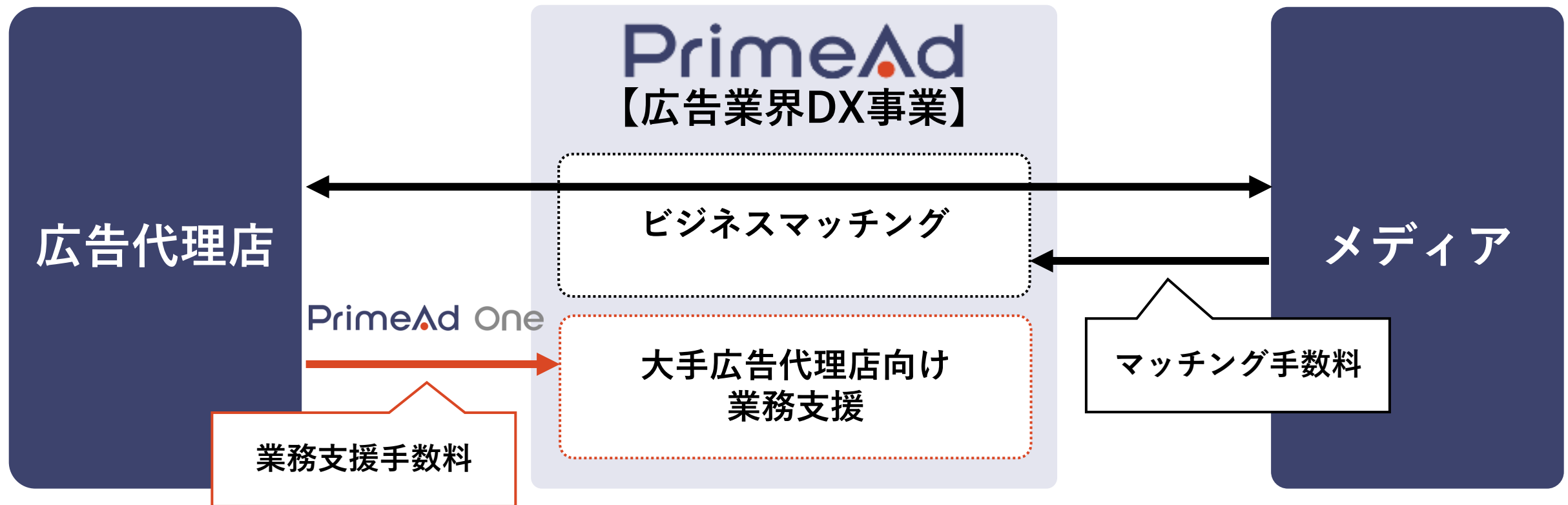
取り扱う代表的なソリューション

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

PrimeAd : 戦略方針

- ・ 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
⇒ 大手広告代理店向け業務支援「PrimeAd One」提供開始



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

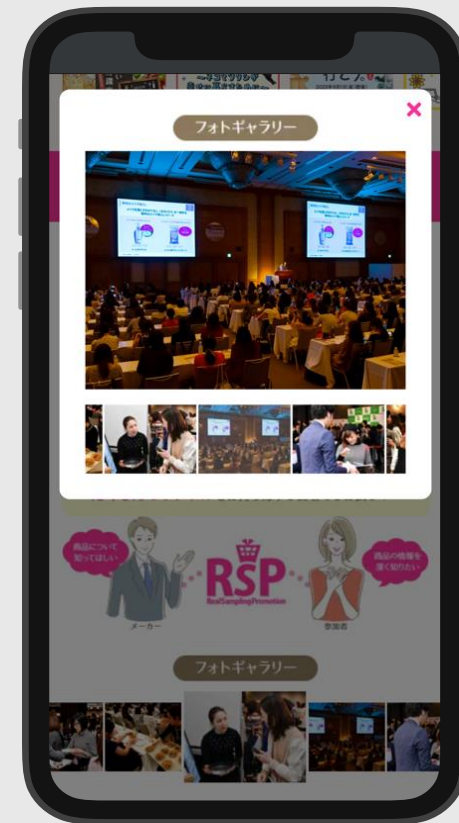
30代～40代の主婦や働く女性を中心とした420万人の「生活者」を抱える
日本最大級のお試しサービス

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

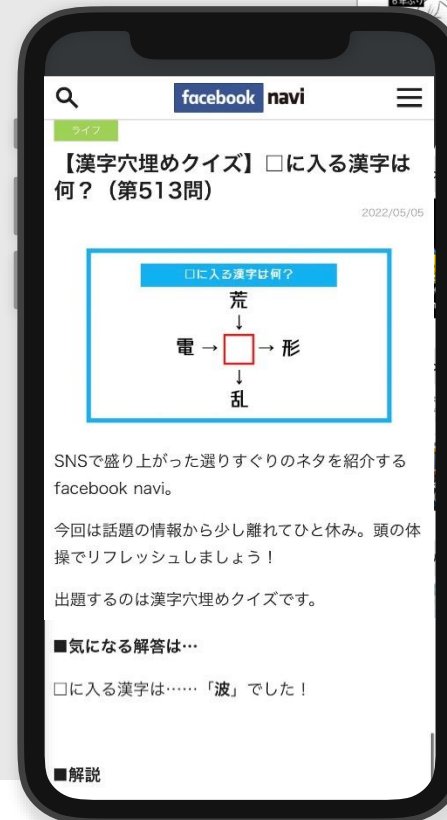


dショッピング
ふるさと納税百選

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

プログラマティック広告：

インターネット広告の一形態。デジタル・プラットフォーム（ツール）やアドネットワークを通じて入札方式で取引され、リアルタイムで最適な広告を最適なユーザーに表示されるタイプのもの

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