

# 2026年3月期第1四半期 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）

2025.8.7

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



# 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 2026年3月期の戦略方針（2025年5月12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的取り組み

# 3

## 利益成長を重視

## 1 2026年3月期第1四半期の決算ハイライト

## 連結業績

## 増収増益 &amp; 計画を上回る進捗

- ・売上高・取扱高：前年同期比二ケタ増
- ・営業利益：前年同期比大幅改善し黒字に。通期予想（1億円）に対して良好な進捗

売上高**4,155**百万円前年同期比  
+**487**百万円  
(+13.3%)通期計画比進捗率  
**24.9%**営業利益**18**百万円前年同期比  
+**190**百万円(参考) 取扱高**12,477**百万円前年同期比  
+**1,736**百万円  
(+16.2%)通期計画比進捗率  
**28.0%**

# 1 2026年3月期第1四半期の決算ハイライト

(百万円)

|                          | 2025年3月期<br>第1四半期 | 2026年3月期<br>第1四半期 | 増減率           |
|--------------------------|-------------------|-------------------|---------------|
| <b>売上高</b>               | <b>3,668</b>      | <b>4,155</b>      | <b>+13.3%</b> |
| マーケティングソリューション           | 370               | 422               | +14.1%        |
| コンシューマサービス               | 3,309             | 3,741             | +13.1%        |
| <b>粗利益<sup>※1</sup></b>  | <b>1,189</b>      | <b>1,523</b>      | <b>+28.0%</b> |
| マーケティングソリューション           | 294               | 321               | +9.0%         |
| コンシューマサービス               | 906               | 1,210             | +33.6%        |
| <b>営業費用<sup>※2</sup></b> | <b>1,361</b>      | <b>1,504</b>      | <b>+10.5%</b> |
| マーケティングソリューション           | 406               | 389               | △4.2%         |
| コンシューマサービス               | 846               | 968               | +14.4%        |
| <b>営業利益</b>              | <b>△171</b>       | <b>18</b>         | <b>-</b>      |
| マーケティングソリューション           | △110              | △67               | -             |
| コンシューマサービス               | 59                | 242               | +303.8%       |
| (参考指標)<br><b>取扱高</b>     | <b>10,740</b>     | <b>12,477</b>     | <b>+16.2%</b> |
| マーケティングソリューション           | 593               | 781               | +31.7%        |
| コンシューマサービス               | 10,159            | 11,705            | +15.2%        |

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

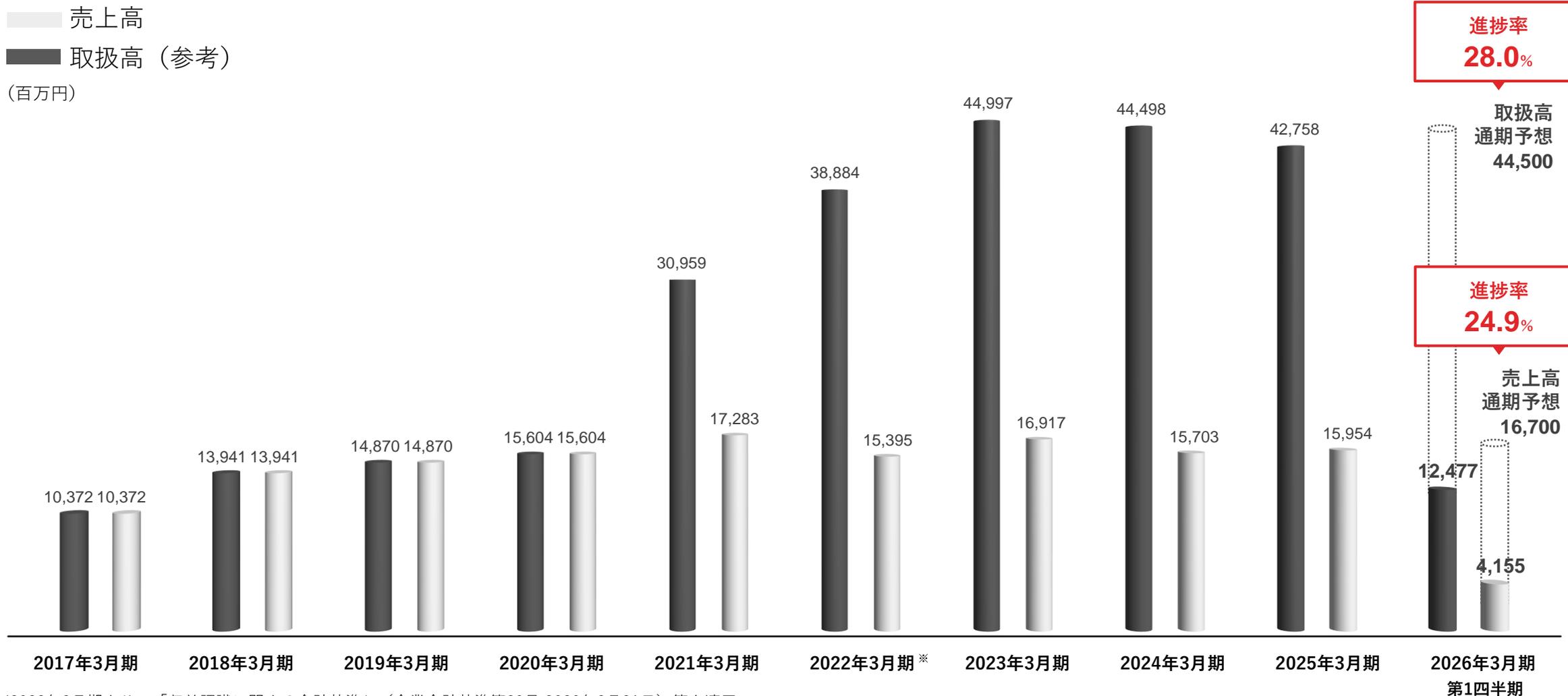
マーケティングソリューション：  
販売促進費減少等

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 連結取扱高と売上高の推移



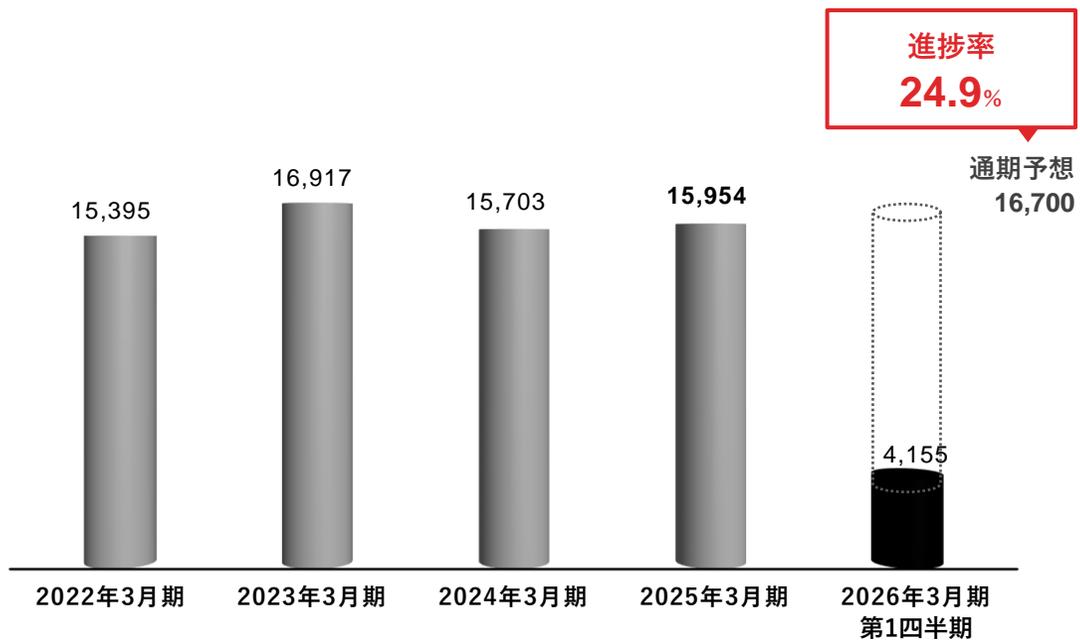
※2022年3月期より、「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を適用

# 1 連結売上高の推移

前年同期比二ケタ増、両セグメントとも増収

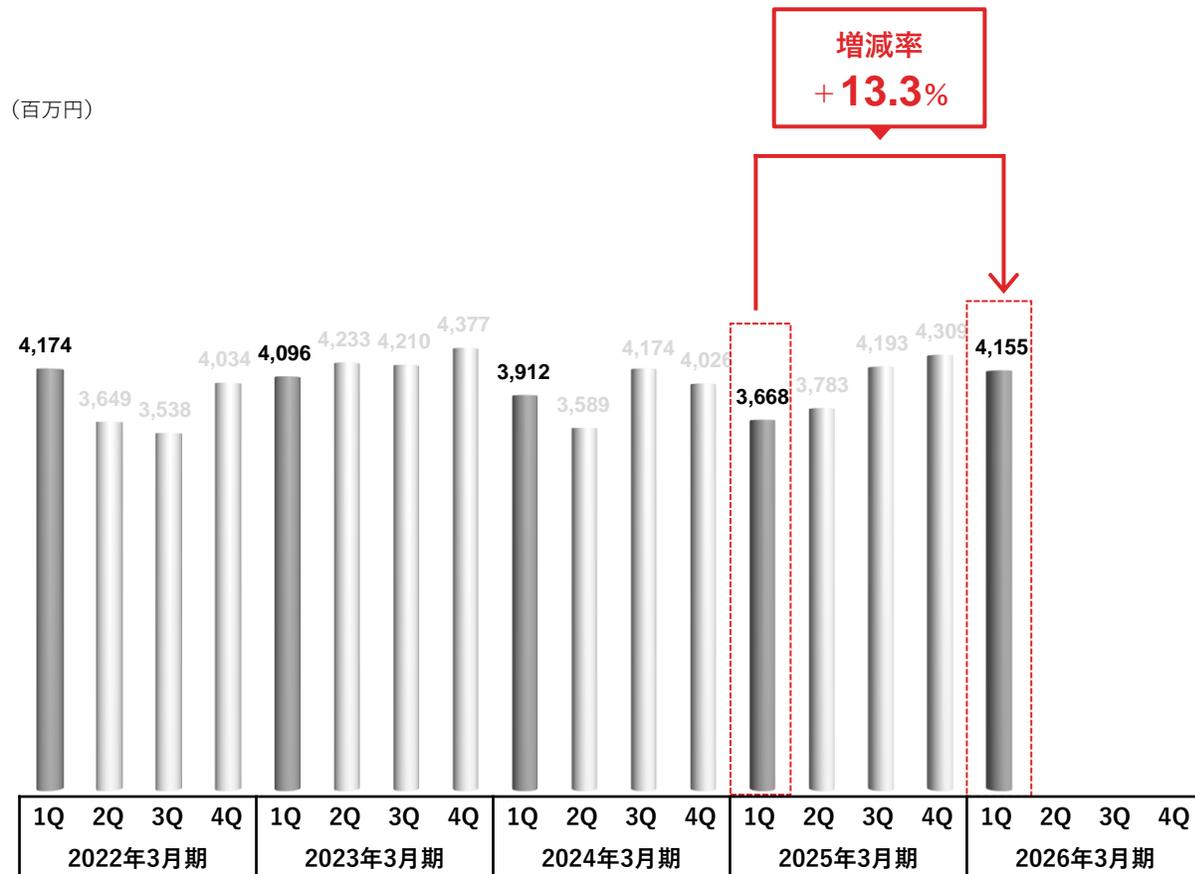
## 売上高 (通期)

(百万円)



## 売上高 (四半期)

(百万円)

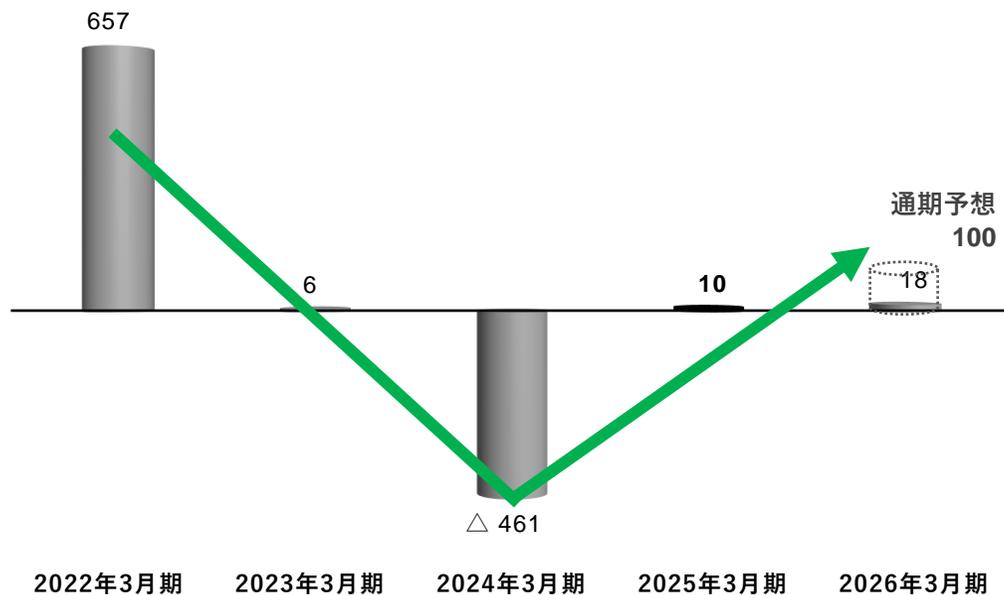


# 1 連結営業利益の推移

- ・ 前年同期比大幅改善し、黒字に
- ・ 通期予想（1億円）に対して良好な進捗

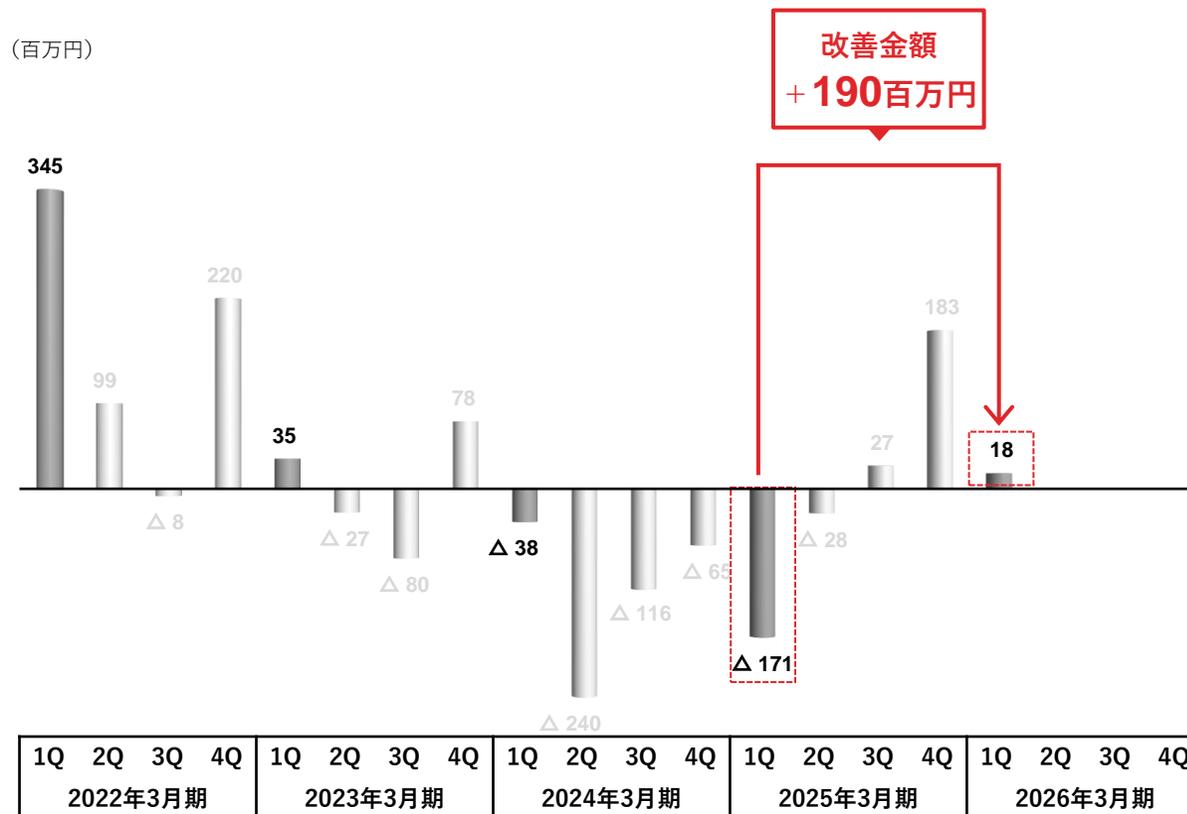
## 営業利益（通期）

(百万円)



## 営業利益（四半期）

(百万円)



# 1 エグゼクティブサマリー

Summary

# 1

増収増益。計画を上回り営業黒字に

Summary

# 2

通期計画達成に向け、良好な進捗

Summary

# 3

中長期成長への戦略的取り組み進行

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 2026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

- ・ドコモとの連携拡大、デジタルマーケティング事業堅調により増収増益
- ・メディアへの検索流入は減少。プログラマティック広告以外の収益源を開拓・拡大
- ・PrimeAd Oneの取り組みが進捗

売上高

422百万円

前年同期比  
+52百万円  
(+14.1%)通期計画比進捗率  
15.0%営業利益

△67百万円

前年同期比  
+43百万円(参考) 取扱高

781百万円

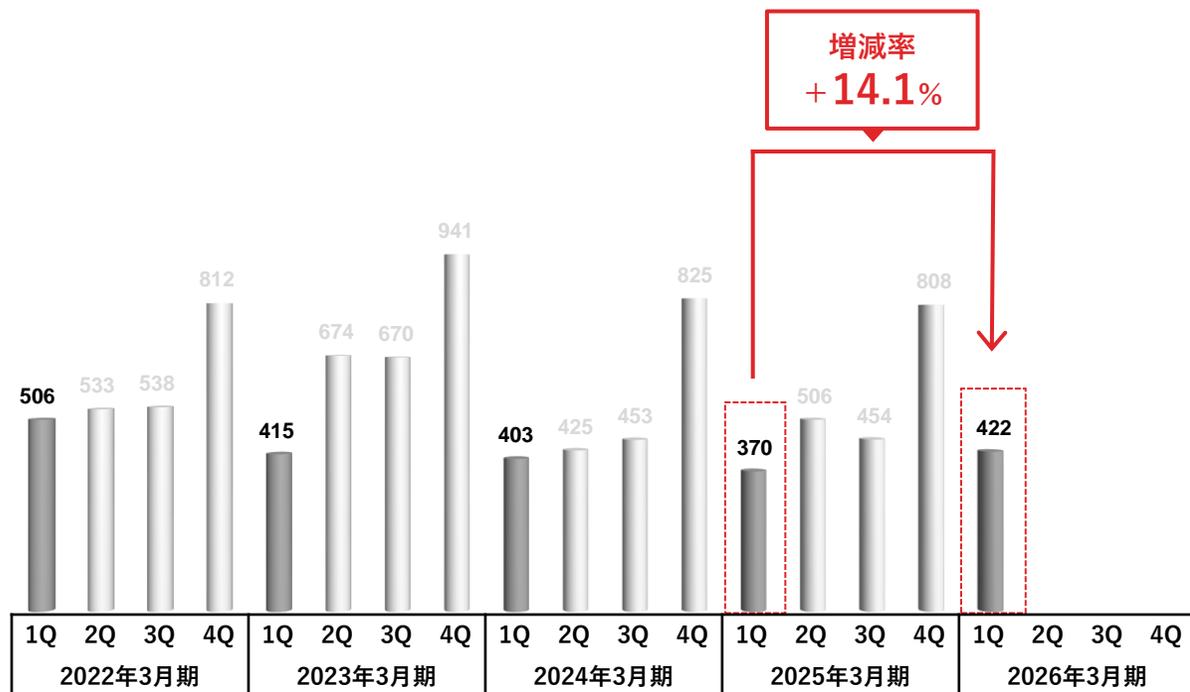
前年同期比  
+188百万円  
(+31.7%)通期計画比進捗率  
17.7%

## 2 マーケティングソリューションの売上高※・営業利益推移

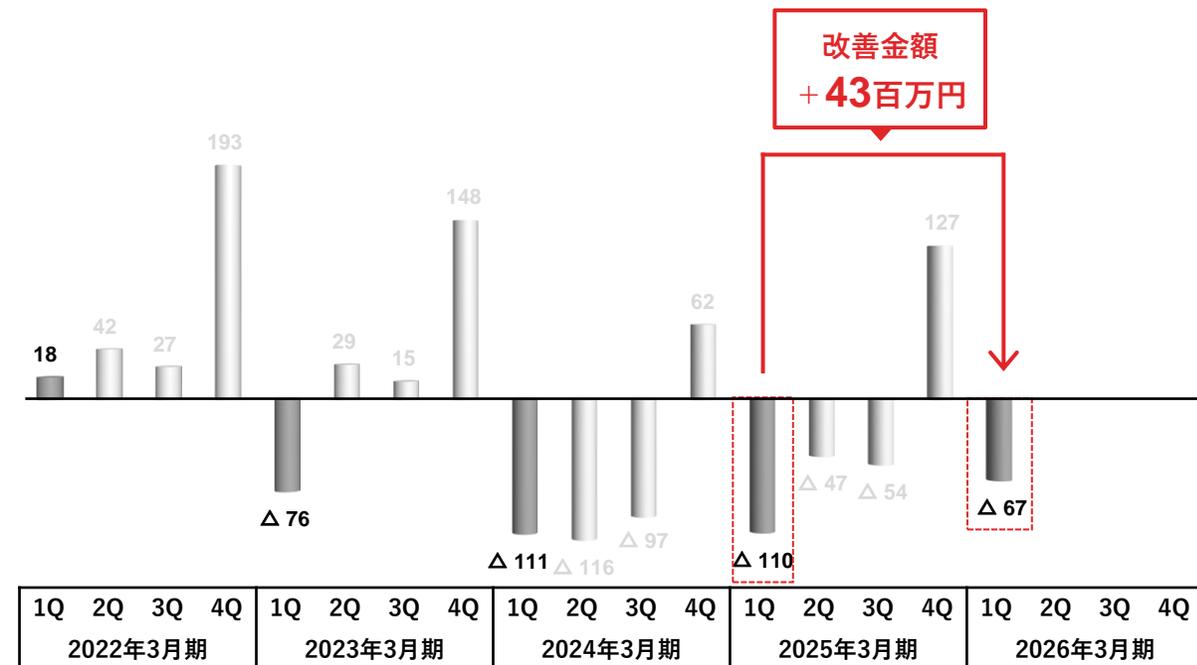
売上高：422百万円

営業利益：△67百万円

(百万円)



(百万円)

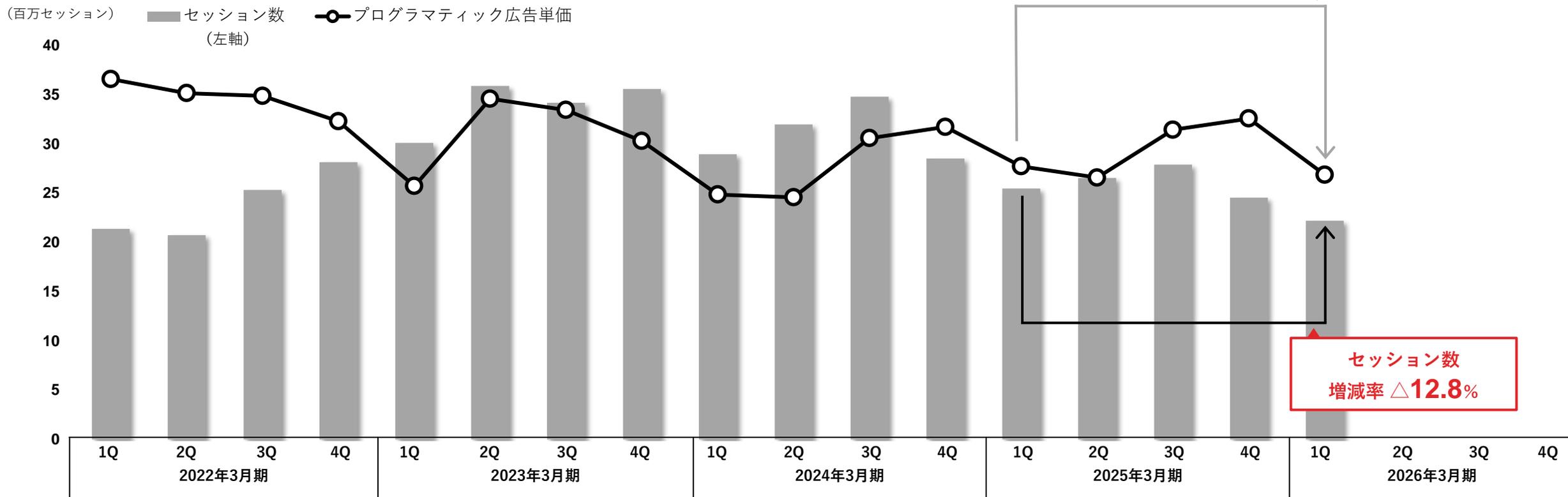


※：売上高は、セグメント間取引消去前の数字です

## 2 総合情報サイト「All About」の状況

- セッション数※<sup>1</sup>：外部検索エンジンやAIの影響により検索流入減少。参照流入※<sup>2</sup>は堅調
- プログラマティック広告単価：市場環境は軟調。高単価コンテンツシフト等により維持

### 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>3</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：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

※3：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 プログラマティック広告以外の収益源を開拓・拡大

メディアセッション数の変動によらない新たな収益基盤を開拓・拡大

### 例 マネー領域

- ・家計のお悩み解決をサポートする「All About 家計相談所」の提供開始
- ・「All About ライフカレッジ」ウェビナー受講者が累計1万人超
- ・「All About マネー」公式YouTubeチャンネル、チャンネル登録者数が10万人を突破

家計のお悩みを解決しませんか？  
お金の専門家が無料でサポート

**All About 家計相談所**

日本最大級の生活総合情報サイト All About が運営

我が家の家計は大丈夫？

信頼できる専門家も派遣 / 無料相談の予約をする

子どもの教育資金が足ら 住宅購入に

いまさら聞けない！  
**NISA・iDeCoの商品の選び方講座**

年間1000件以上の相談実績があるFPが解説

7.24木 20:00-21:00 無料オンライン

ファイナンシャルプランナー 廣瀬 友二

マニュアル生命 × LIFE College

---

支出を減らす5つのテクニックも解説！  
**NISAからポイ活まで丸わかり！最新マネー活用術講座**

全国でマネーセミナーを開催する人気FPが解説

6.25水 / 6.26木 19:45-21:00 無料オンライン

ファイナンシャルプランナー 木田 信也

WIS 株式会社 グッドワイン × LIFE College

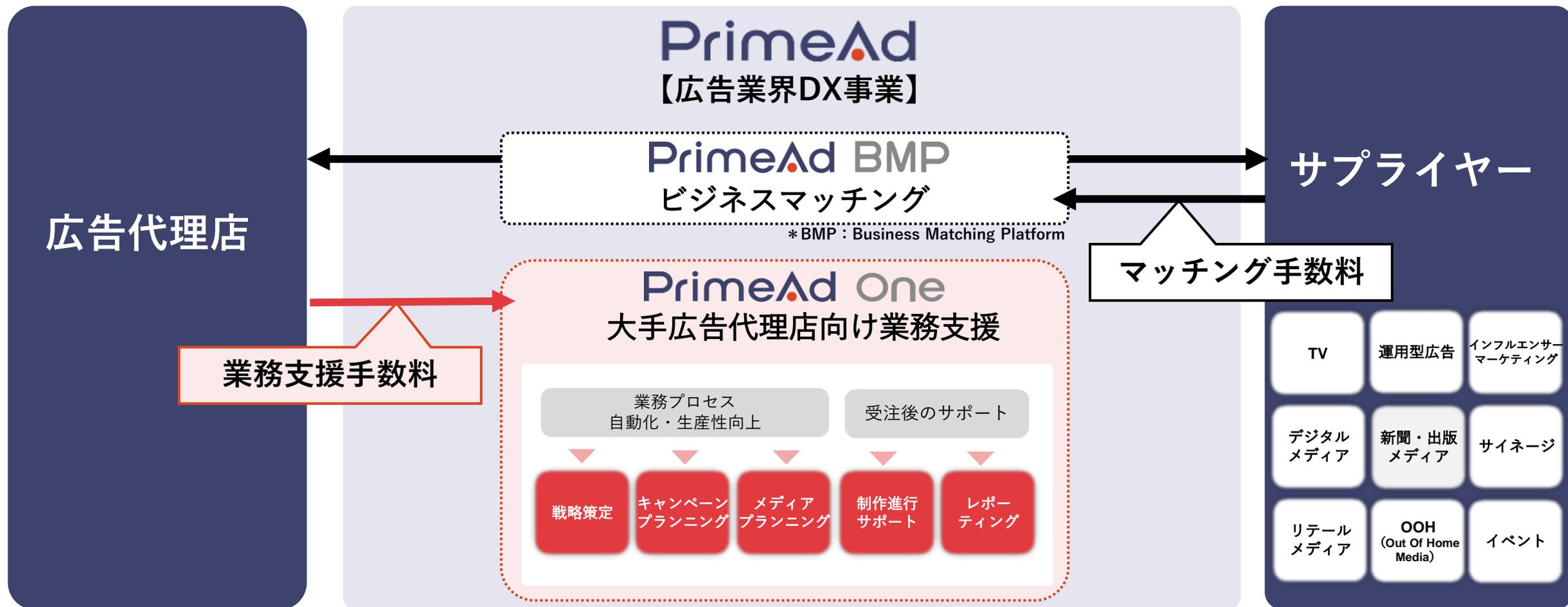
**All About マネー YouTubeチャンネル**

登録者 **10万人** 達成

All About

## 2 PrimeAd : 2026年3月期 戦略方針

- ・ 大手広告代理店向け業務支援「PrimeAd One」のリソース強化
- ・ サプライヤーの提案幅を拡大し、案件単価が向上



早期に流通総額100億円、売上高20億円を目指す

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 2026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

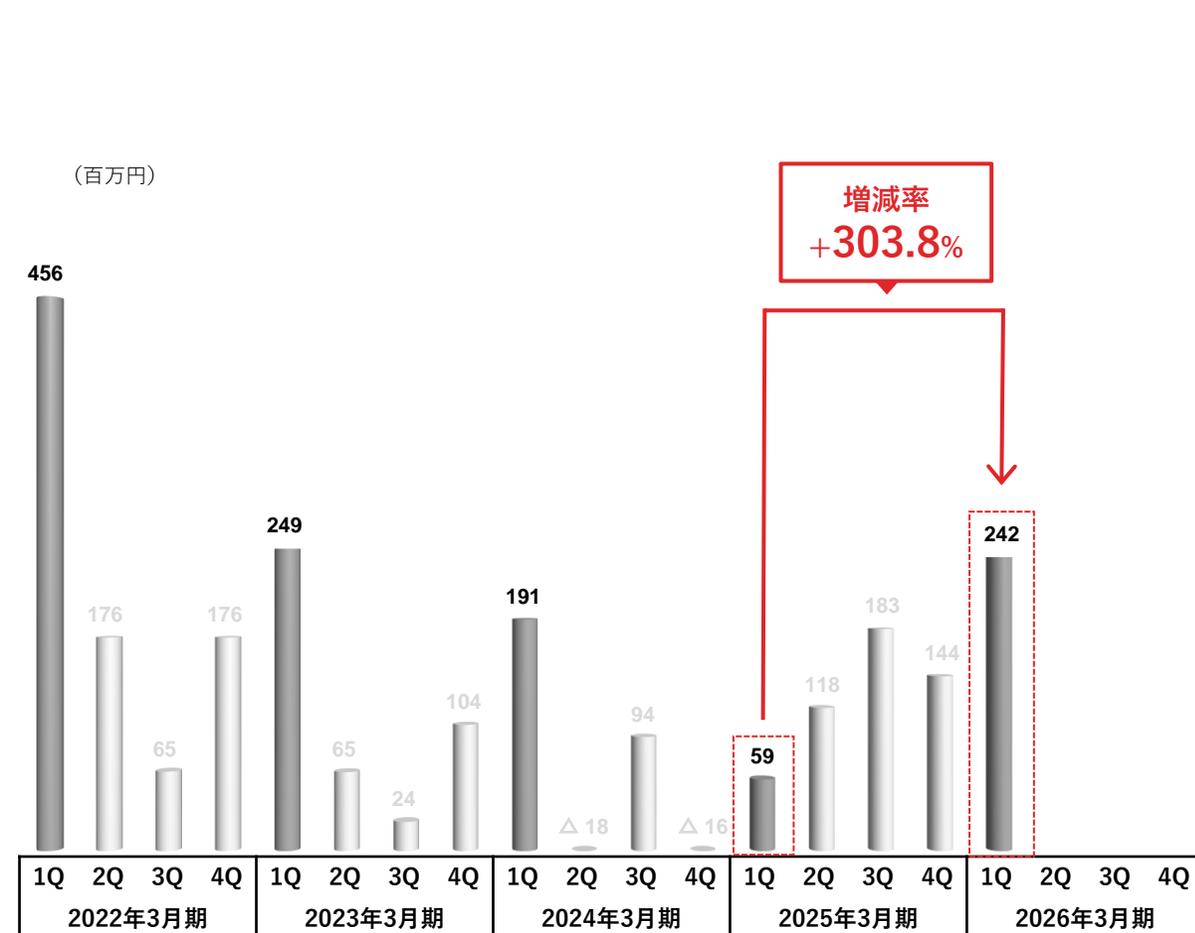
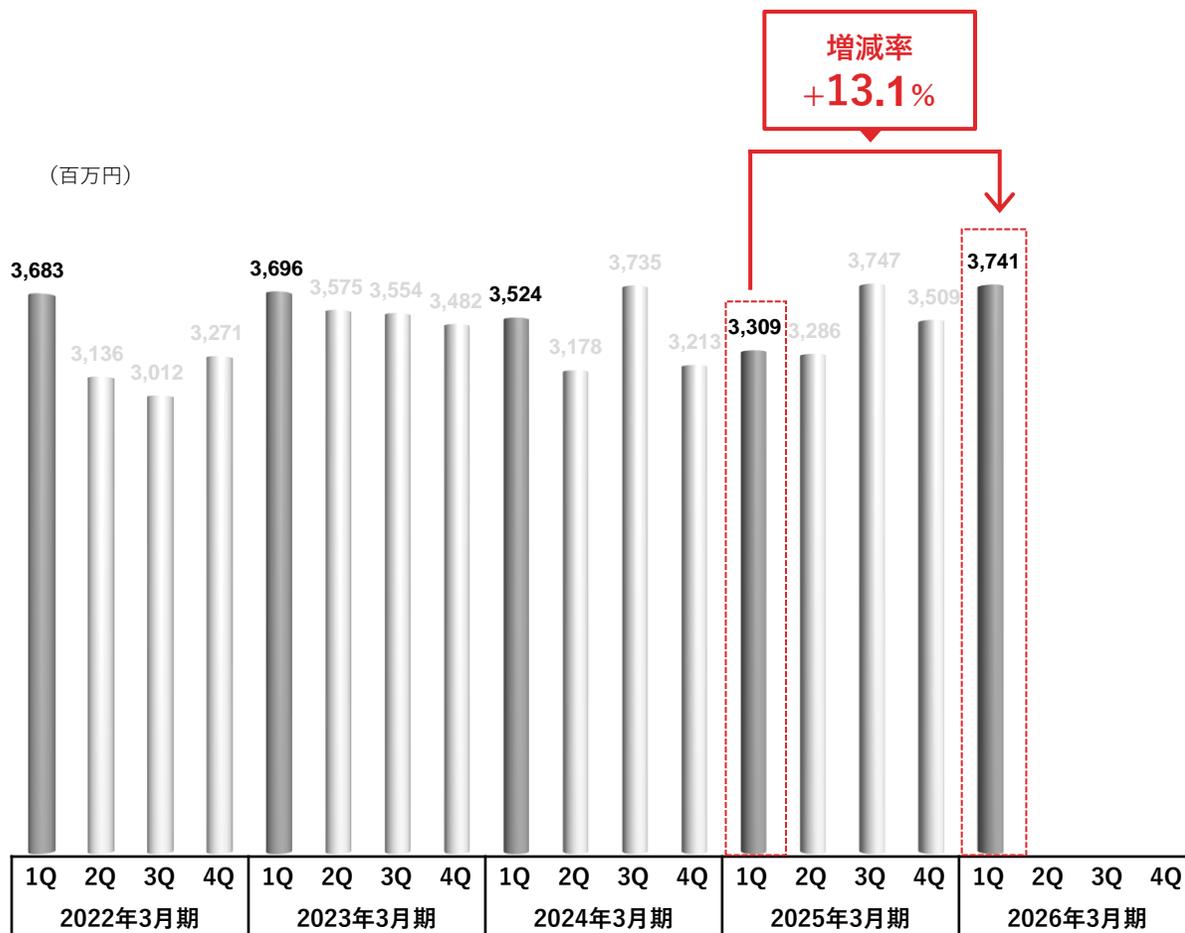
- ・売上高：サンプル百貨店およびdショッピング含むコマース事業いずれもニケタ増収
- ・営業利益：粗利率も堅調に推移し大幅増益。通期計画に対して良好な進捗
- ・商品調達も順調に進行

売上高**3,741**百万円前年同期比  
+**432**百万円  
(+13.1%)通期計画比進捗率  
**26.8%**営業利益**242**百万円前年同期比  
+**182**百万円  
(+303.8%)通期計画比進捗率  
**42.8%**(参考) 取扱高**11,705**百万円前年同期比  
+**1,546**百万円  
(+15.2%)通期計画比進捗率  
**29.1%**

## 2 コンシューマサービスの売上高※・営業利益推移

売上高：**3,741**百万円

営業利益：**242**百万円



※：売上高は、セグメント間取引消去前の数字です

## 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



2

# その他トピック

---

---

## 2 その他トピック：株式会社みらいバンクを子会社化（2025年5月26日）

### ・株式会社みらいバンク

⇒住信SBIネット銀行とのBaaS\*提携により銀行代理業、金融商品仲介業をデジタルで展開

### 【買収背景】

- ・将来的な事業収益の柱とすべく、ライフアセットマネジメント領域への投資を推進中
- ・ライフアセットマネジメント領域のマナー分野でのサービス基盤強化を図るべく、同社の買収決定



\* Banking as a Service（銀行代理業をネット上で展開するためのSaaS）

3

# 業績見通し

---

---

## マーケティングソリューション

|    |                                                                  |                                                                                                                               |
|----|------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 機会 | <p>市場の拡大継続</p> <p>インターネット<br/>広告*1</p> <p>デジタル<br/>マーケティング*2</p> | <p>テクノロジーの進化</p> <p>AIの進化、<br/>活用機会の拡大</p>  |
|    | <p>プログラマティック<br/>広告単価の<br/>調整フェーズは<br/>今後も継続</p>                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>生成されるコンテンツの品質・信頼性</li> <li>著作権・知的財産権の保護</li> <li>プライバシー侵害リスクなど</li> </ul>              |

## コンシューマサービス

|    |                                                                                                                                                      |                                                                                                                                |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 機会 | <p>市場の拡大継続</p> <p>国内EC市場<br/>(リアル回帰一巡)</p> <p>EC化率低い分野<br/>の成長余地<br/>(飲料・食品分野等)</p>                                                                  | <p>テクノロジーの進化</p> <p>AIの進化、<br/>活用機会の拡大</p>  |
|    | <p>物流問題の深刻化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>2024年問題など</li> </ul> <p>競争激化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>価格競争、差別化など</li> </ul> | <p>データ活用に伴う<br/>セキュリティ、<br/>プライバシー対策など</p>                                                                                     |

\*1：2025年度予測：約3.2兆円\*（前年比約+10%）

出典：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

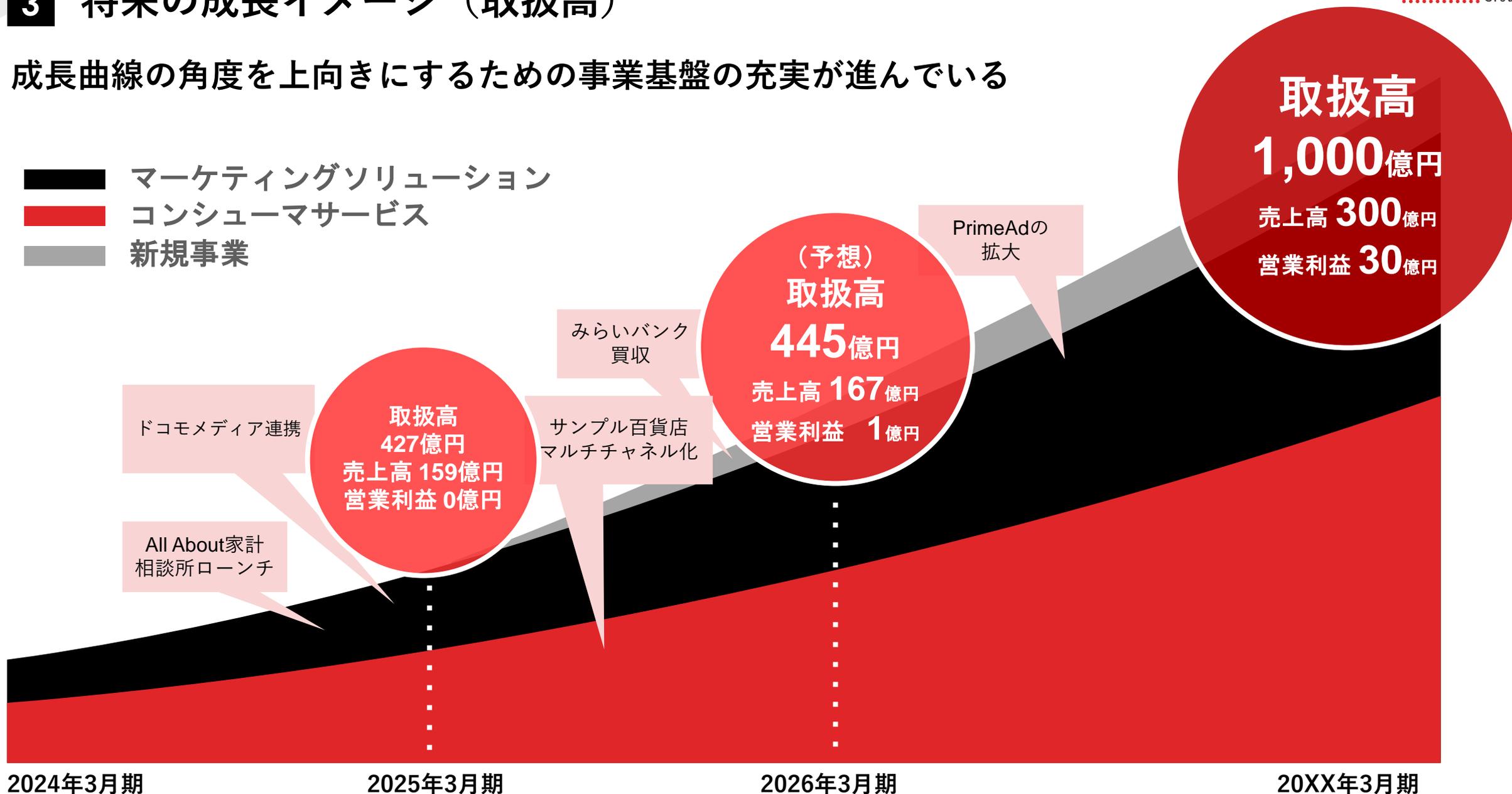
\*2：2025年度予測：約3,900億円（前期比約+13%）、2026年度予測：約4,430億円（前期比約+13%）、2027年度予測：約5,000億円（前期比約+13%）

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）

成長曲線の角度を上向きにするための事業基盤の充実が進んでいる

- 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



2024年3月期

2025年3月期

2026年3月期

20XX年3月期

### 3 2026年3月期 業績予想：通期予想に対して良好な進捗

| (百万円)               | 2025年3月期<br>実績 | 2026年3月期<br>予想※2 | 増減率     | 2026年3月期<br>第1四半期 | 通期進捗率  |
|---------------------|----------------|------------------|---------|-------------------|--------|
| 売上高                 | 15,954         | 16,700           | +4.7%   | 4,155             | +24.9% |
| 営業利益                | 10             | 100              | +825.9% | 18                | +18.5% |
| 経常利益                | 10             | 100              | +854.6% | 19                | +20.0% |
| 親会社株主に帰属する<br>当期純利益 | △39            | 0                | -       | △11               | -      |
| 参考指標                |                |                  |         |                   |        |
| 取扱高                 | 42,758         | 44,500           | +4.1%   | 12,477            | +28.0% |
| 1株あたり配当金※1          | 3.00円          | -                | -       | -                 | -      |

※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

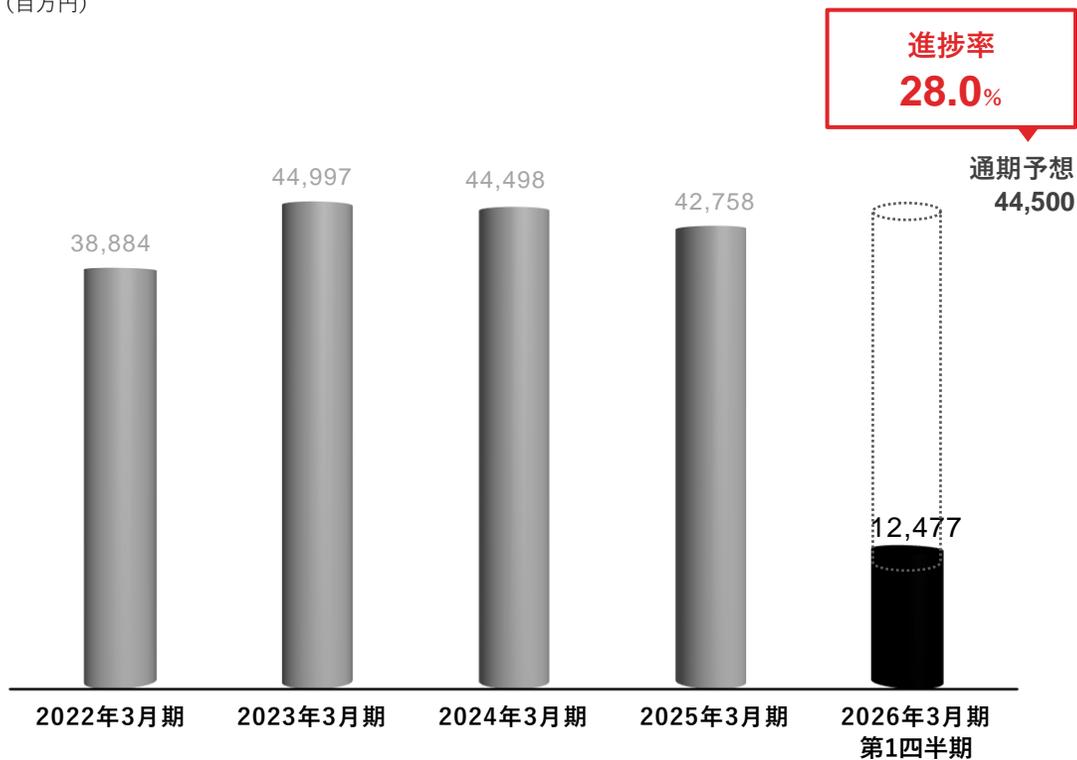
---

---

# 参考：連結取扱高の推移

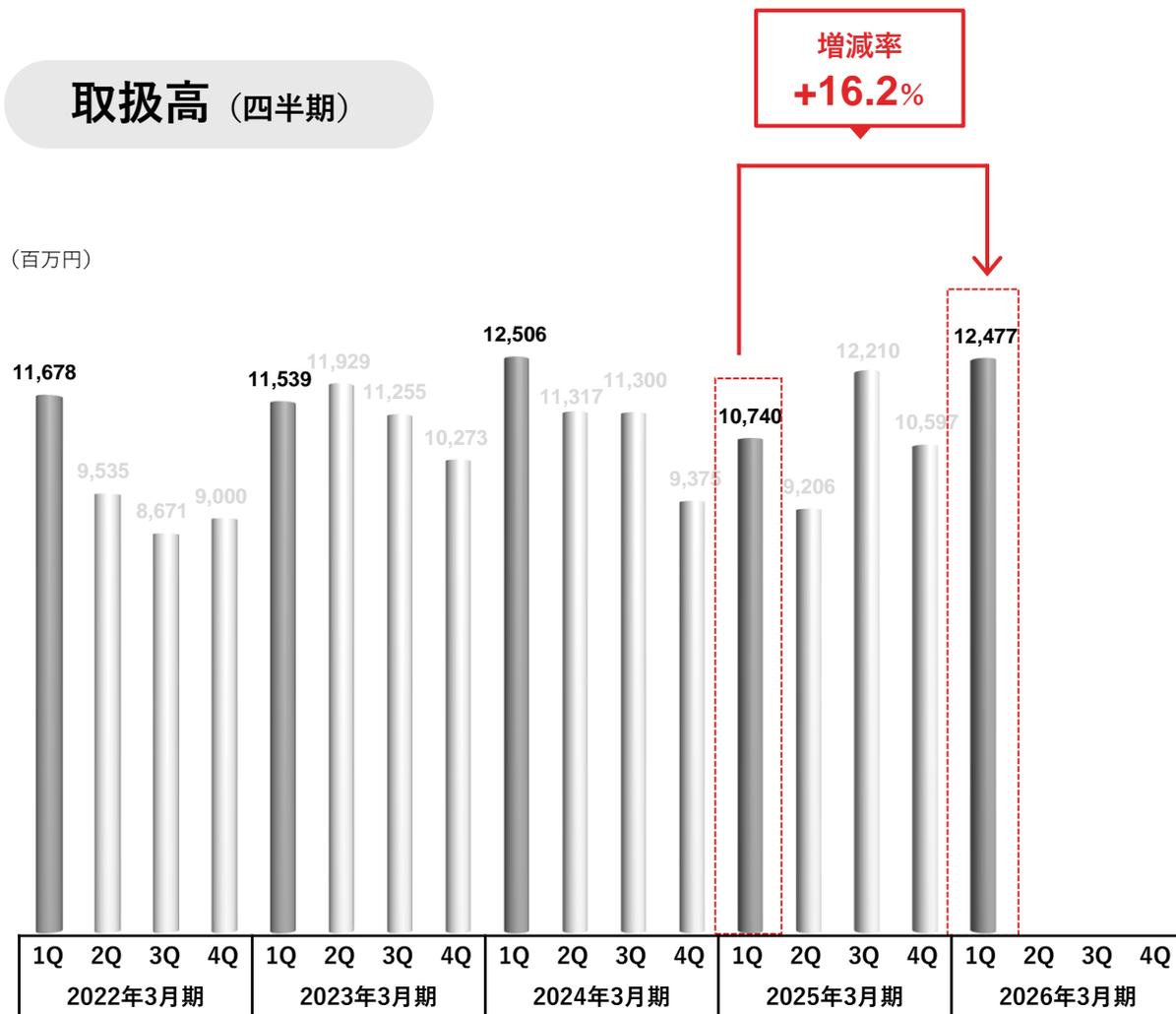
## 取扱高（通期）

(百万円)



## 取扱高（四半期）

(百万円)

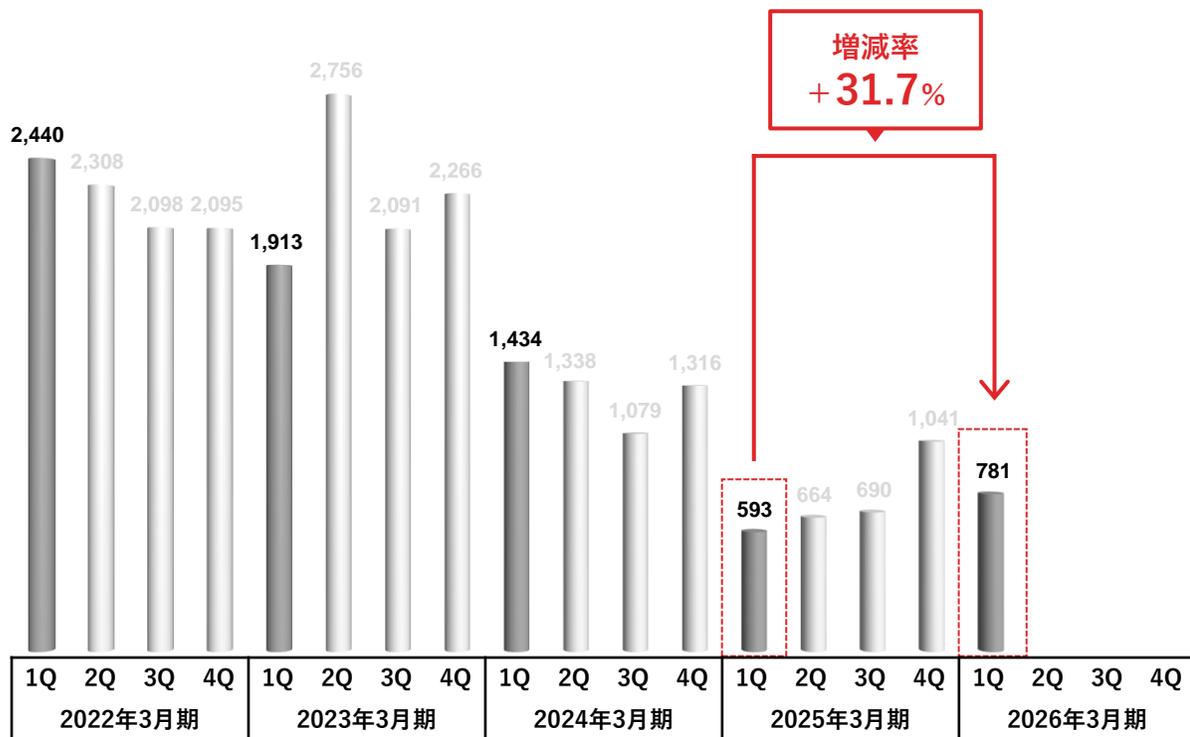


# 参考：連結取扱高の推移

## マーケティングソリューションセグメント

### 取扱高

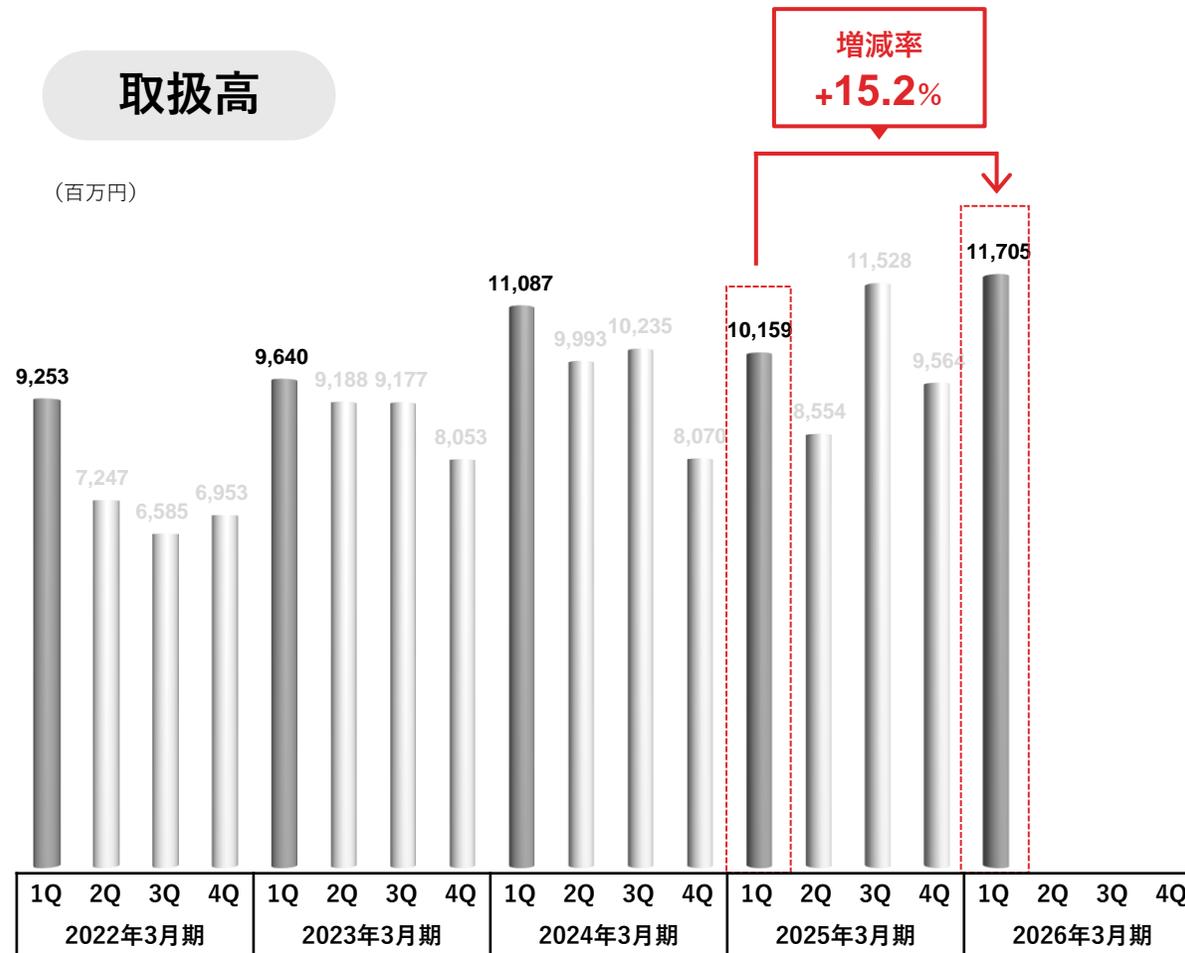
(百万円)



## 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】 | 2025年3月末 | 2025年6月末 | 差異     |
|--------|----------|----------|--------|
| 流動資産   | 5,999    | 4,604    | △1,395 |
| 固定資産   | 2,411    | 2,787    | 375    |
| 資産合計   | 8,410    | 7,391    | △1,019 |

## 【負債の部】

|      |       |       |      |
|------|-------|-------|------|
| 流動負債 | 3,877 | 2,909 | △968 |
| 固定負債 | 85    | 85    | △0   |
| 負債合計 | 3,963 | 2,995 | △968 |

## 【純資産の部】

|         |       |       |     |
|---------|-------|-------|-----|
| 株主資本    | 4,046 | 3,992 | △53 |
| その他包括利益 | 2     | 1     | △0  |
| 新株予約権   | 6     | 6     | 0   |
| 非支配株主持分 | 392   | 395   | 3   |
| 純資産合計   | 4,447 | 4,395 | △51 |

### 【流動資産の減少の主な要因】

- ・未収入金減 (△1,032百万円)
- ・売掛金減 (△525百万円)
- ・現金及び預金増 (+166百万円)

### 【固定資産の増加の主な要因】

- ・のれん増 (+318百万円)
- ・ソフトウェア (仮勘定含む) 増 (+18百万円)
- ・建設仮勘定増 (+25百万円)

### 【流動負債の減少の主な要因】

- ・未払金減 (△739百万円)
- ・買掛金減 (△271百万円)

### 【株主資本の減少の主な要因】

- ・配当金 (△41百万円)
- ・親会社株主帰属当期純損失 (△11百万円)

# 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<br>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 (2025年6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)<br>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<br>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ナビ



### 株式会社オールアバウト パートナーズ



### 株式会社みらいバンク

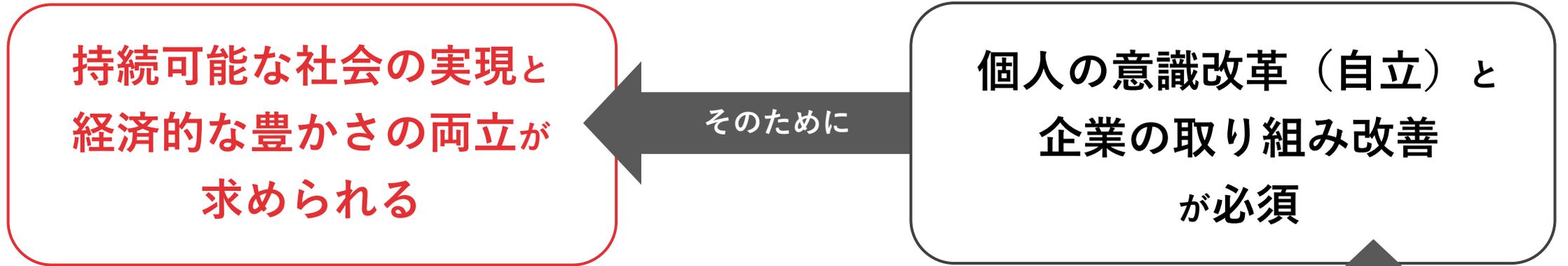


## 持分法適用会社

### 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  
(2025年1月リニューアル)

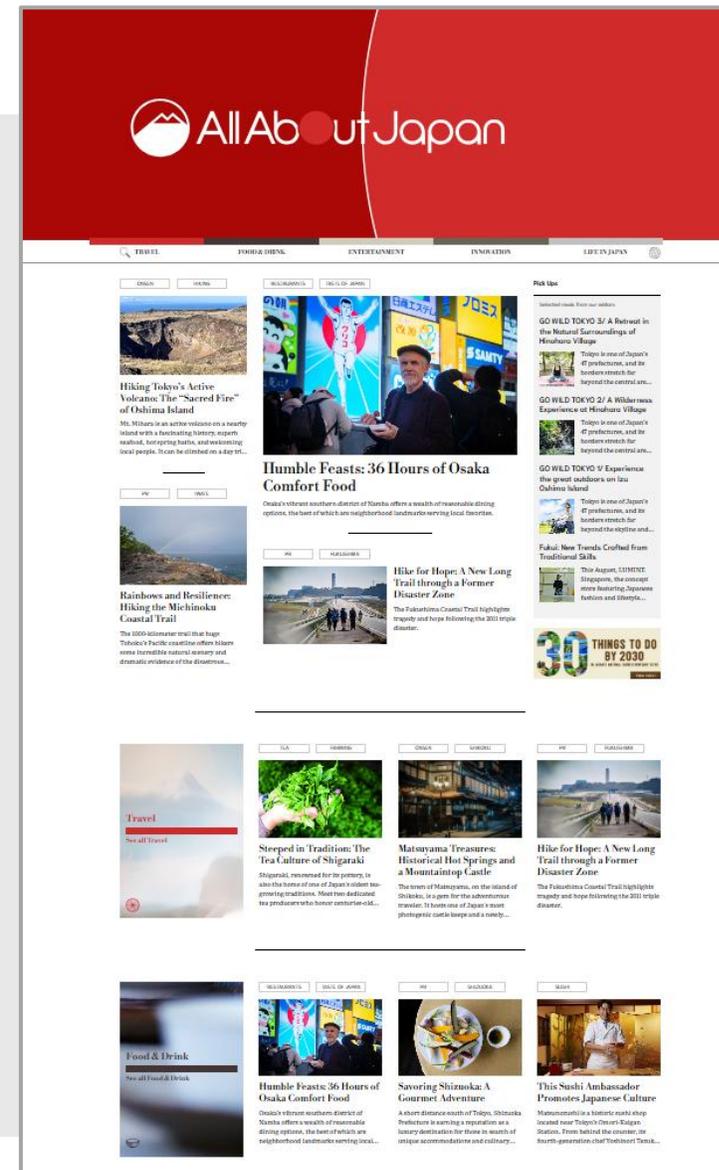
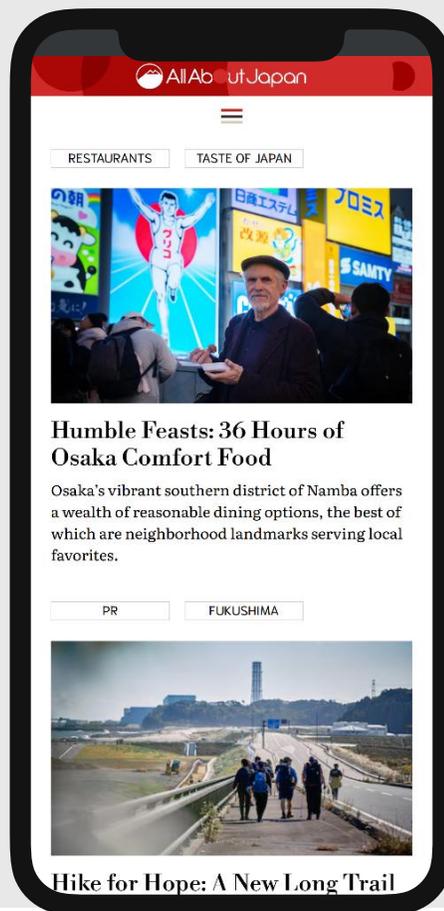
累積記事本数  
10,000本超

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

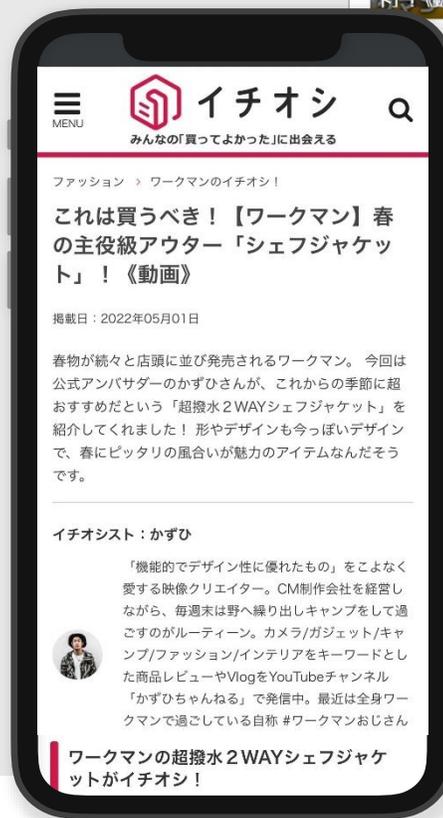
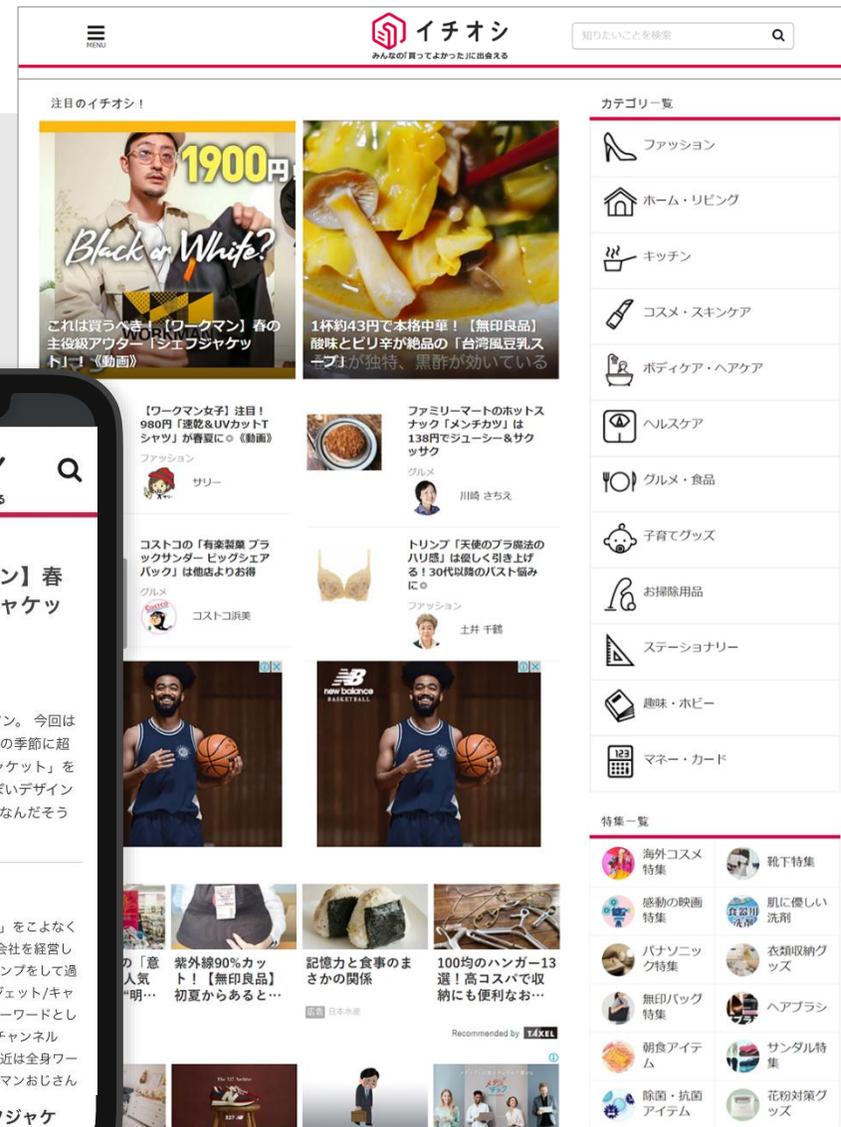
約500名、33ヶ国出身の  
在日外国人コミュニティ  
『Tomodachi』運営



# 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



# 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

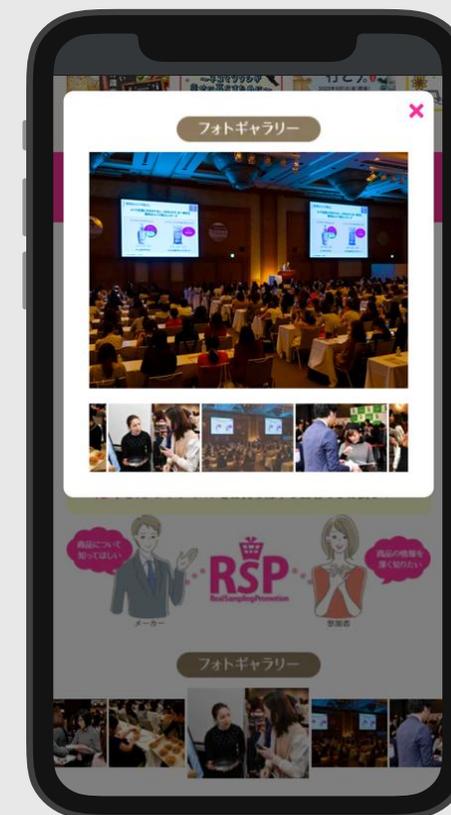
30代～40代の主婦や働く女性を中心とした420万人の「生活者」を抱える日本最大級のお試しサービス

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

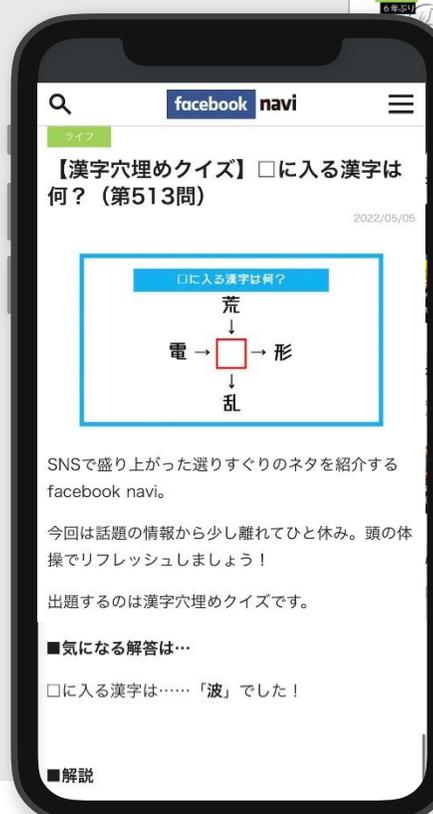


dショッピング  
ふるさと納税百選

# 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

## ライフアセットマネジメント：

お金、健康、キャリア、ホーム（恋愛・結婚・家族・コミュニティ）といった生活者の人生基盤を「ライフアセット（人生資産）」とし、一人ひとりがライフアセットを最適化し「不安なく、賢く、そして自分らしく生きる」ための人間活動（自社定義）。当社では、これら活動をサポートするビジネス領域を「ライフアセットマネジメント領域」と位置付けている。

## BaaS：

Bank as a Serviceの略。銀行代理業をネット上で展開するためのSaaS

個人を豊かに、社会を元気に。

All About  
Group