

株式会社オールアバウト

2006年3月期 第3四半期 決算説明会

2006年1月17日

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。

企業理念

「システムではなく、人間。」

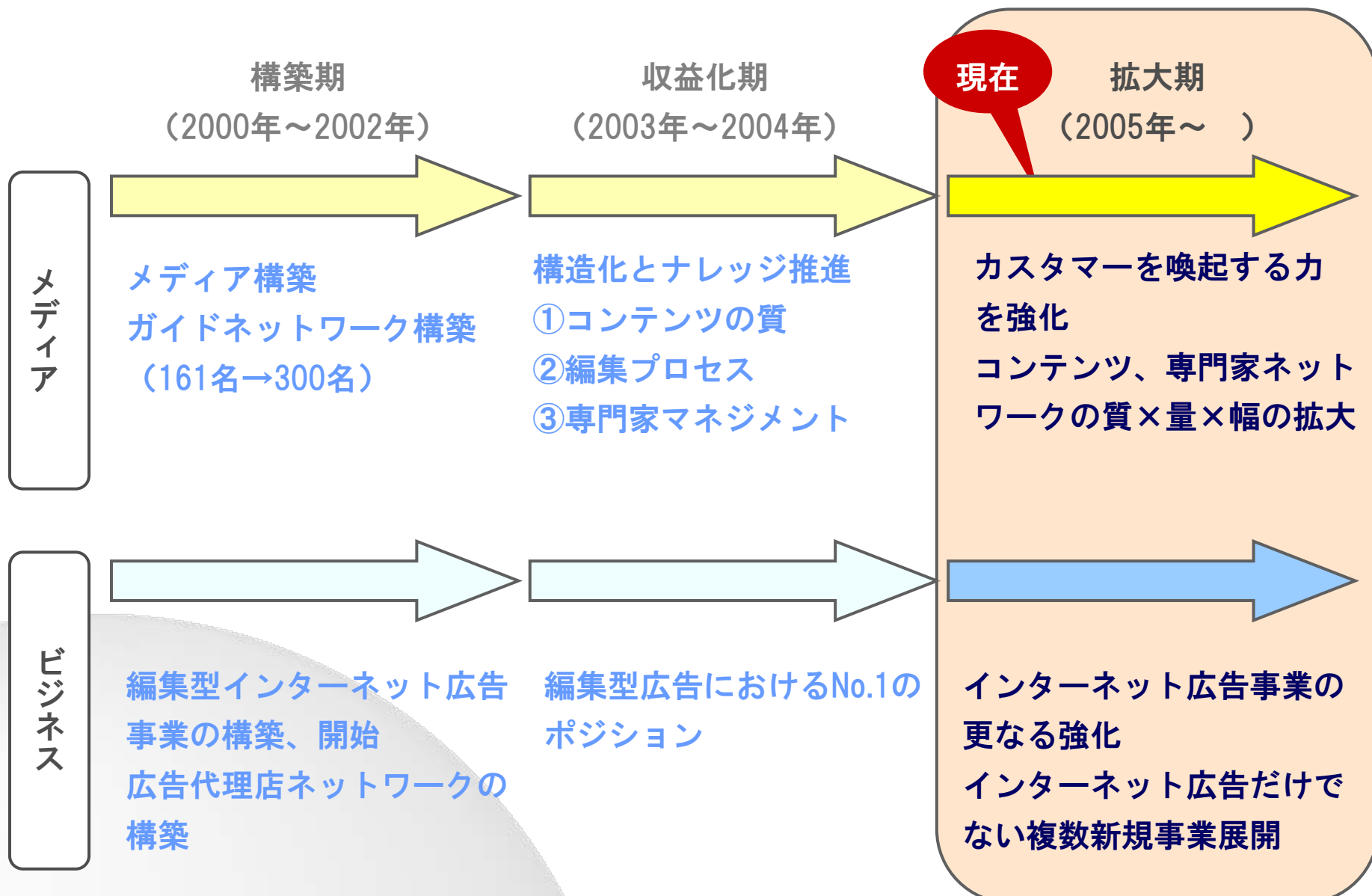
オールアバウトは、個人にフォーカスし
人間ならではの創造性をベースに
新しいマーケットを創造します。

ミッション

「個人」を豊かに、
そして
「社会」を元気に。

経営ビジョン

日本最大の
専門家ネットワーク・メディアとして
「こだわり消費」市場において
No.1企業を目指します



2006年3月期 第3四半期
決算ハイライト

- ・ 売上高は、821百万円（対前年同期比141.0%）と過去最高を記録
- ・ 営業利益についても、171百万円（対前年114.0%）と過去最高を記録し、合わせて、経常利益、純利益も過去最高を記録
- ・ スタイルストア事業、プロファイル事業の新規事業に対して継続的に戦略投資を実施

2005年第3四半期、売上は対前年同期比141.0%の成長を達成し、売上、営業利益、経常利益、純利益ともに過去最高を更新

(単位：百万円)

	2005Q3	2005Q2	増減率	2004Q3	増減率
売上高	821	736	11.7%	582	41.0%
売上原価	48	35	39.3%	28	70.6%
売上総利益	773	701	10.3%	554	39.5%
販売費及び一般管理費	601	759	△20.7%	404	48.9%
営業損益	171	△57	---	150	14.0%
経常損益	170	△81	---	150	13.5%
純損益	169	△84	---	147	14.7%

	2005Q3	2005Q2	増減ポイント	2004Q3	増減ポイント
原価率	6.0%	4.8%	1.2	4.9%	1.0
営業利益率	20.8%	△7.9%	---	25.7%	△4.9

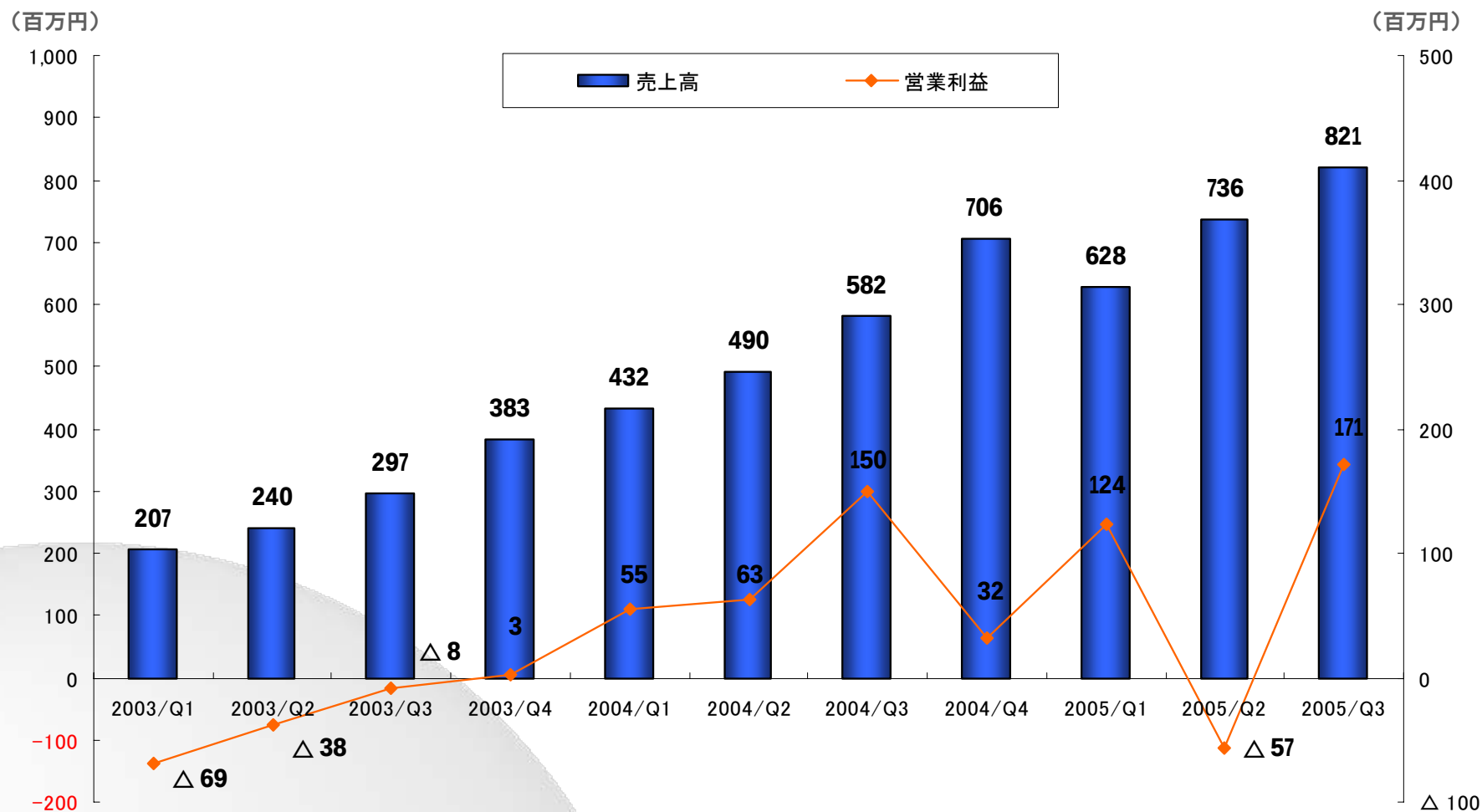
2005年4-12月累計においては、売上が対前年同期比145.2%の成長を達成するも、第2四半期に実施した大型プロモーション等の戦略投資の影響により、営業利益、経常利益ともに対前年マイナス

(単位：百万円)

	2005年4-12月	2004年4-12月	増減率
売上高	2,186	1,506	45.2%
売上原価	112	77	44.1%
売上総利益	2,074	1,428	45.3%
販売費及び一般管理費	1,836	1,158	58.5%
営業利益	237	269	△11.8%
経常利益	213	267	△20.4%
純利益	208	251	△17.2%

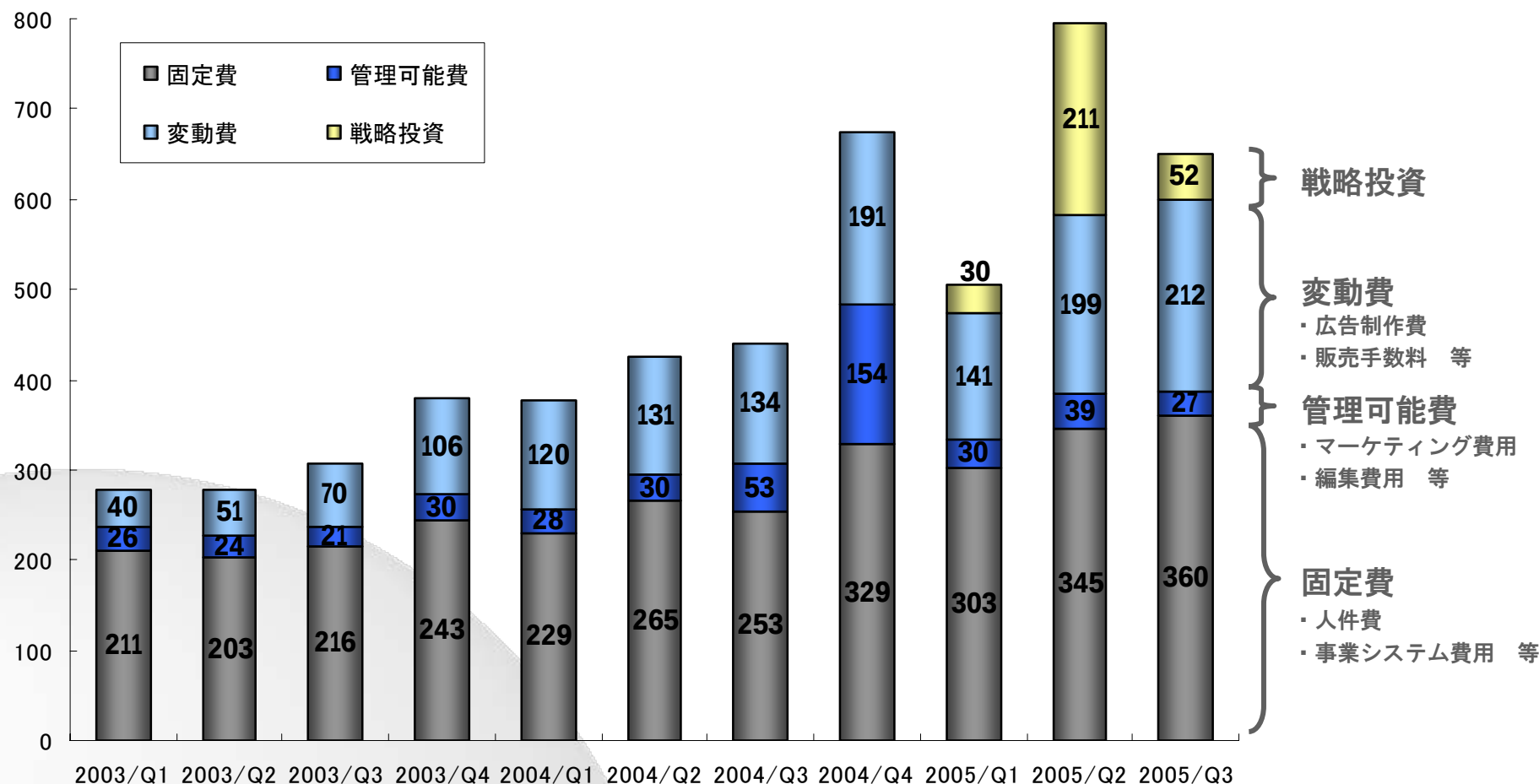
	2005年4-12月	2004年4-12月	増減ポイント
原価率	5.1%	5.2%	△0.0
営業利益率	10.9%	17.9%	△7.0

2006年3月期 第3四半期において、売上、営業利益ともに過去最高を記録



継続的な人員増強の影響により固定費が増加。スタイルストア事業を中心とした新規事業向け戦略投資を実施。

(百万円)



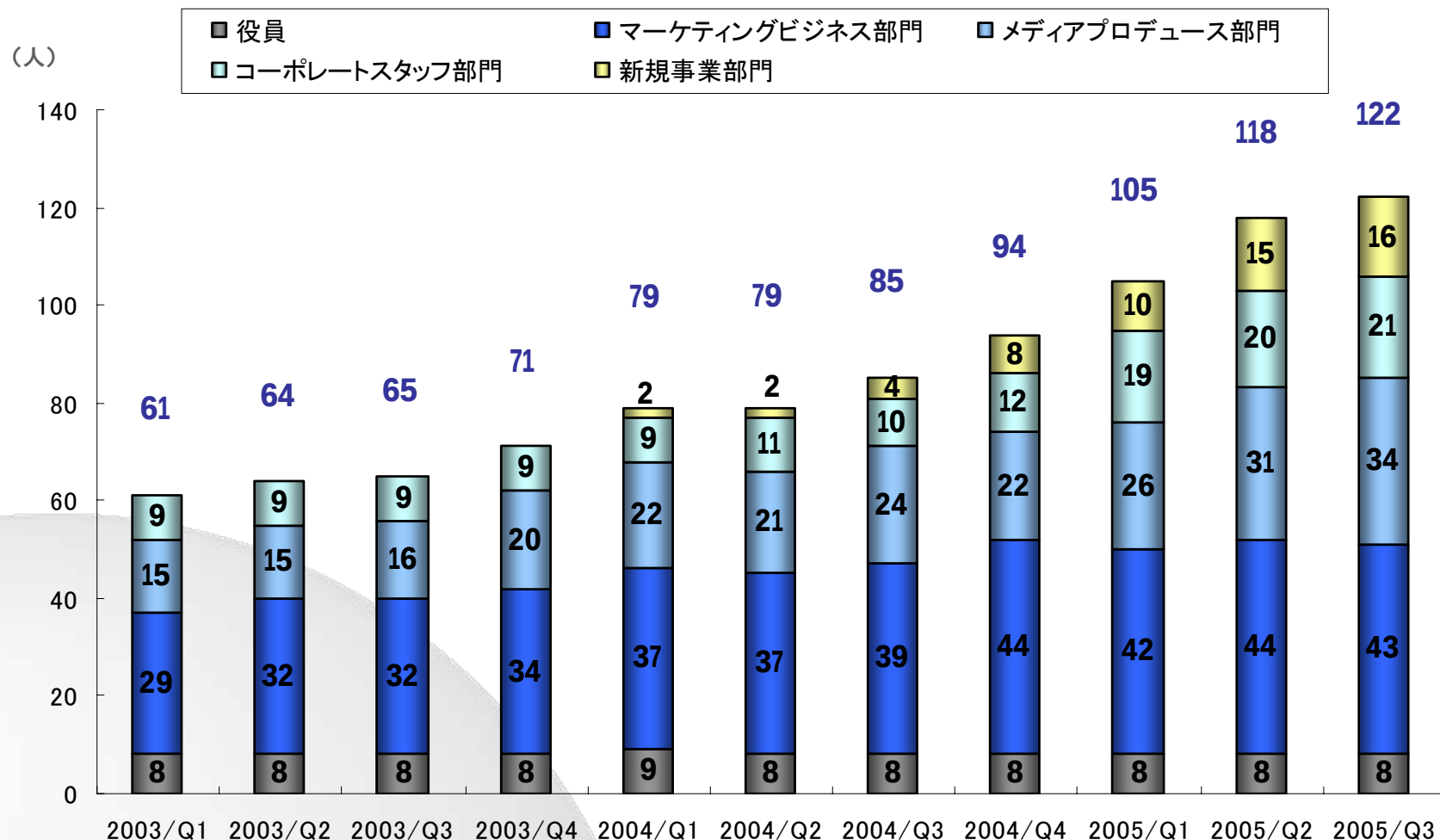
スタイルストア事業への継続的な投資を行うとともに、2005年11月にサービスを開始したプロファイル事業への投資を実施。

(単位：百万円)

	PL影響額				BS影響額			
	Q1	Q2	Q3	累計	Q1	Q2	Q3	累計
プロモーション 関連費用	---	△170	△1	△171	---	---	---	---
スタイルストア 事業投資	△20	△25	△23	△69	△24	△2	△12	△39
プロファイル 事業投資	△6	△10	△14	△31	---	△10	△19	△30
合計	△26	△205	△39	△272	△24	△12	△32	△69

※スタイルストア事業投資、プロファイル事業投資におけるPL影響額は、売上額を差し引いた影響額としております。

インターネット広告事業を行うマーケティングビジネス部門の効率化を推進するとともに新規事業部門の人員を増強



	2005年12月末	2005年9月末	差異	主な増減内容 (単位：百万円)
(資産の部)				
流動資産	3,353	3,435	△82	現金及び預金△111百万円、売掛金+27百万円
固定資産	283	268	14	ソフトウェア+16百万円
資産合計	3,636	3,704	△67	
(負債の部)				
流動負債	275	512	△236	未払費用△216百万円、未払金△18百万円
固定負債	—	—	—	
負債合計	275	512	△236	
(資本の部)				
資本金	1,110	1,110	—	
資本準備金	1,353	1,353	—	
その他資本剰余金	412	412	—	
利益剰余金	485	316	169	
資本合計	3,361	3,191	169	

2005年10～12月

(単位：百万円)

営業活動によるキャッシュ・フロー	△51
税引前純利益	170
減価償却費	26
売上債権の増加額	△27
未払費用の減少額	△216
その他	△5
法人税等の支払額	△0
投資活動によるキャッシュ・フロー	△60
有形固定資産の取得による支出	△8
無形固定資産の取得による支出	△48
その他	△2
財務活動によるキャッシュ・フロー	—
現金及び現金同等物の増減額	△111
現金及び現金同等物の期末残高	3,007

2005年Q2実施
大型プロモーション

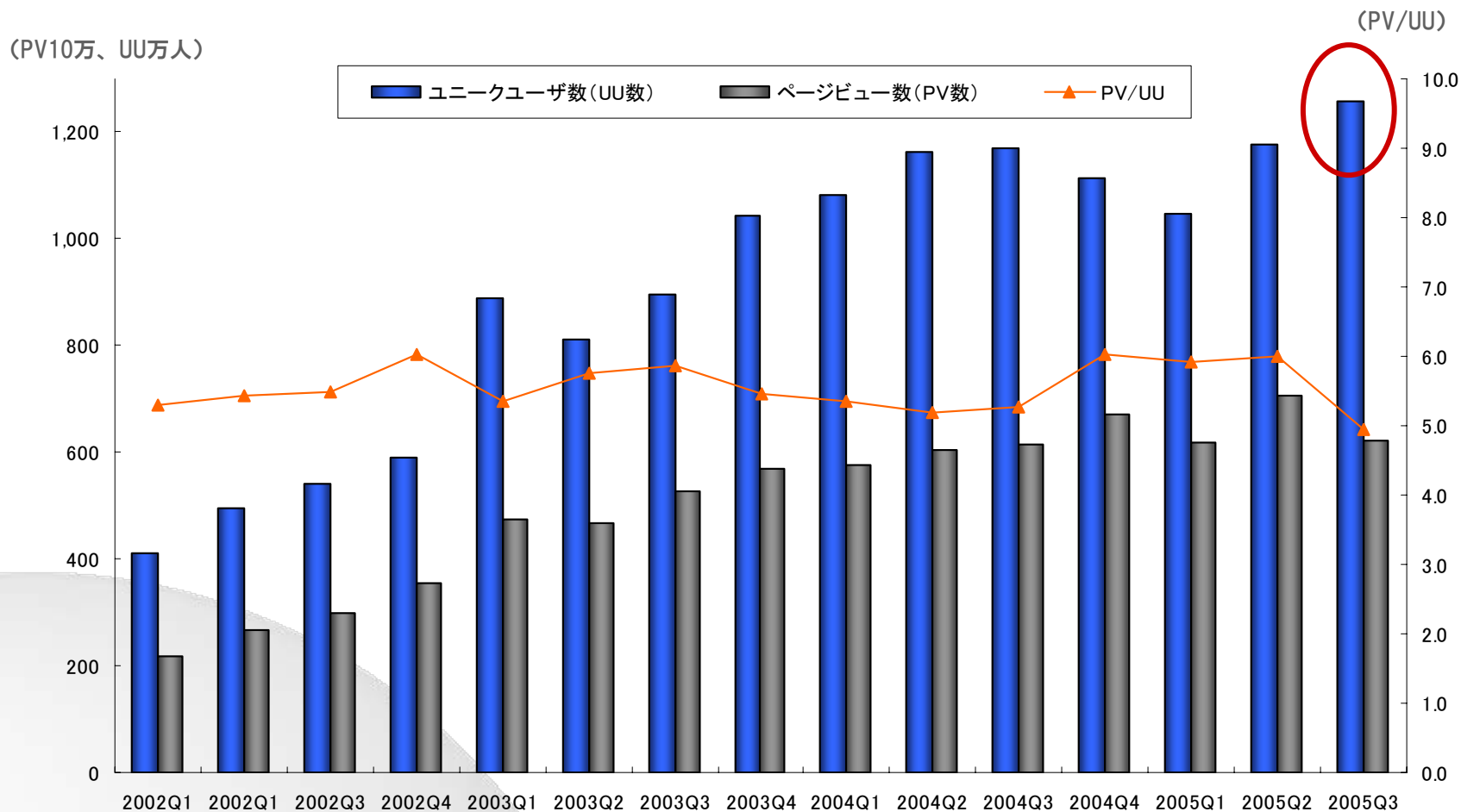
・スタイルストア事業
ソフトウェアの取得
・プロファイル事業
ソフトウェアの取得

事業ハイライト

- 1.メディア
- 2.インターネット広告事業
- 3.戦略投資

- ・ ユニークユーザ（UU）は過去最高の1,258万人を記録
- ・ ガイドの採用およびガイドサイトのオープンを積極的に推進した結果、ガイド数は27名増加し、過去最高の338名に
- ・ コンテンツ価値の更なる向上施策として、各コンテンツに対するカスタマーの利用目的別の属性付与を開始

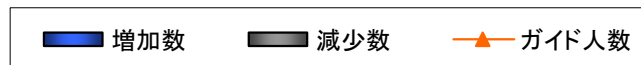
ユニークユーザは過去最高の1,258万人を記録



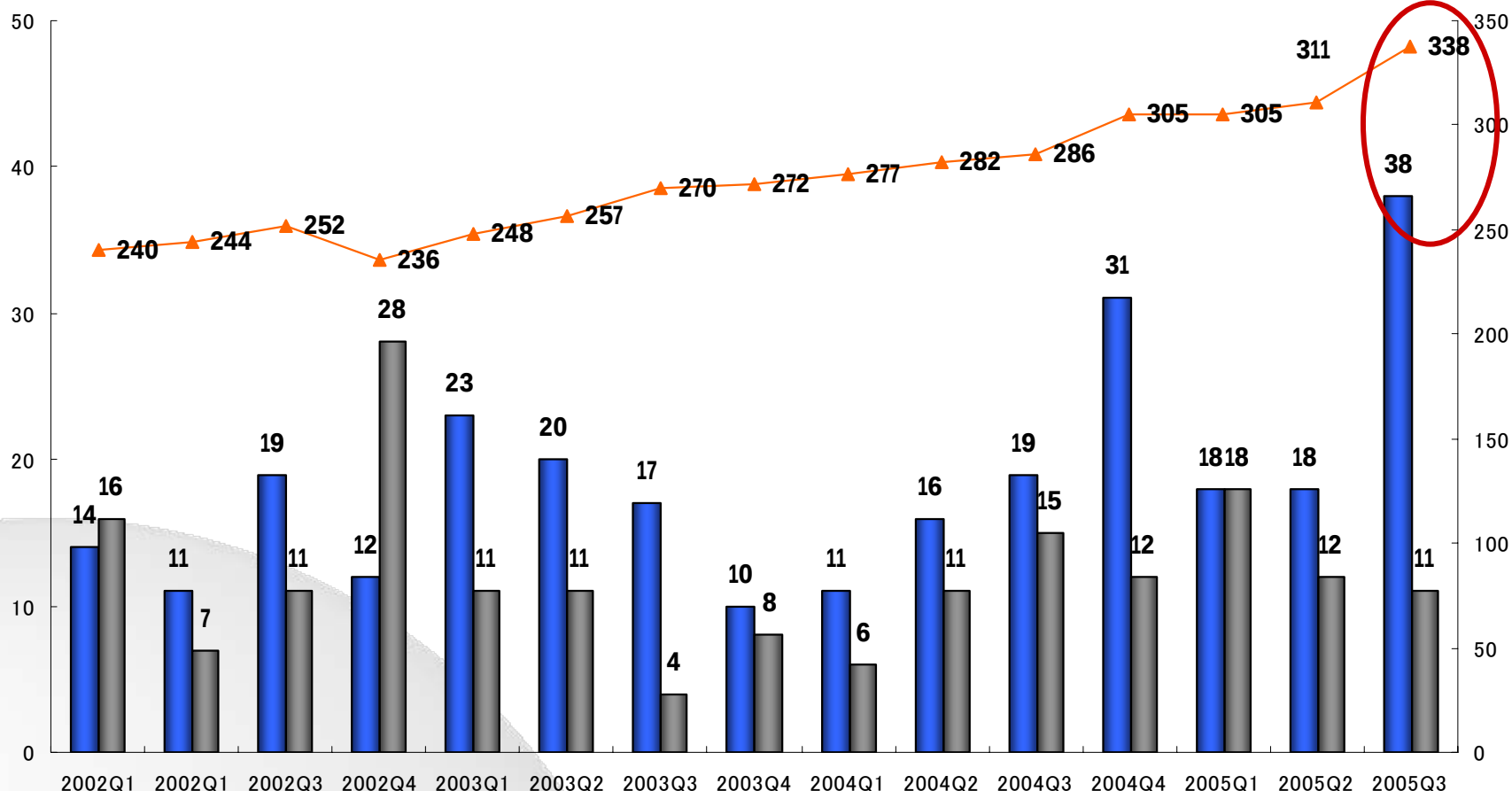
PV数 (万)	2,165	2,685	2,974	3,556	4,747	4,682	5,257	5,690	5,779	6,048	6,151	6,719	6,199	7,056	6,233
UU数 (万)	410	495	542	590	889	812	895	1,042	1,082	1,164	1,169	1,114	1,047	1,177	1,258

新規ガイドの採用を積極的に進めた結果、ガイド増加数、ガイド人数ともに過去最高を記録し、ガイド合計338名となる（27名純増）

（増減数：人）



（ガイド人数：人）

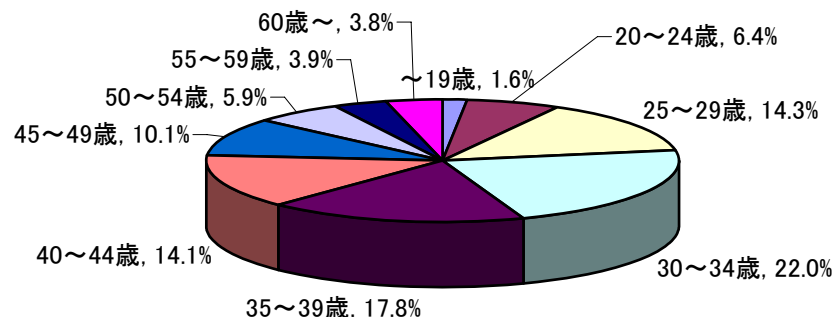


※ガイド人数は、All About上に掲載されているガイドサイト数とは差異があります

※前回決算発表資料において、表記に誤りがあり、2004Q3以降のガイド人数を修正しております

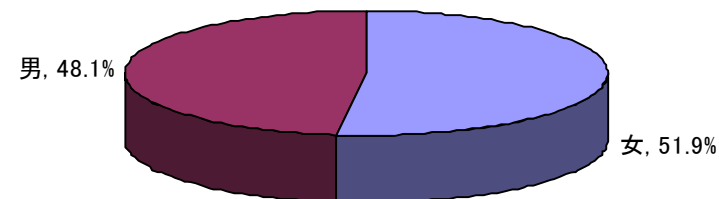
【年齢】

平均年齢：約37.6歳



【男女比】

男48.1%、女51.9%



【利用目的】

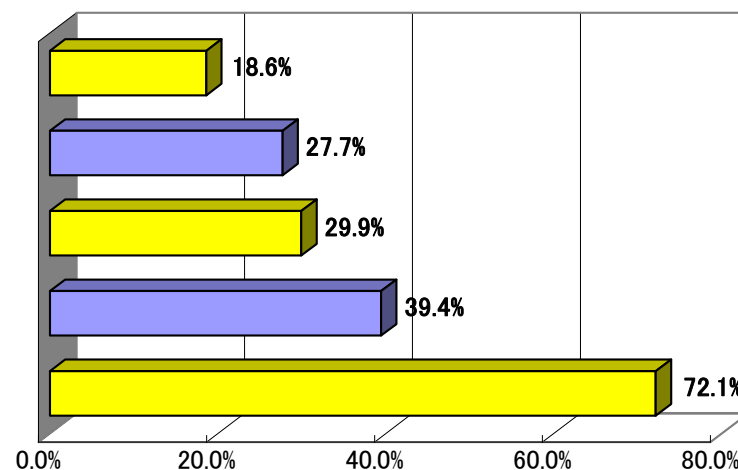
商品・サービスの購入検討のため

旬な情報を幅広く楽しむため

ガイドおすすめINDEXから必要なサイトを探すため

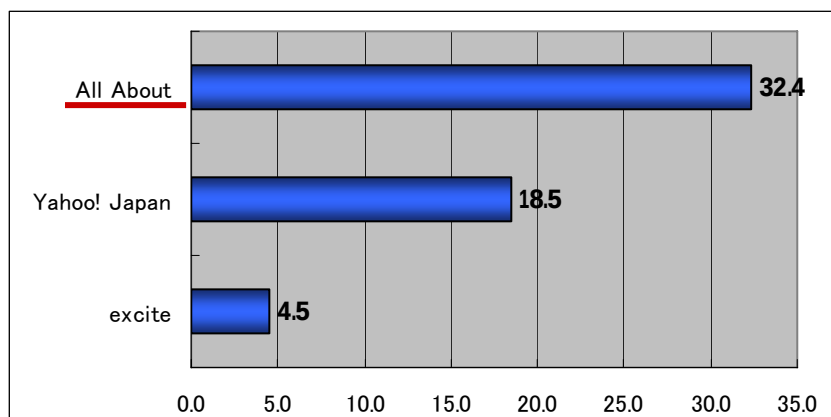
あるテーマについて、大まかに把握するため

読み物として色々な情報を楽しむため

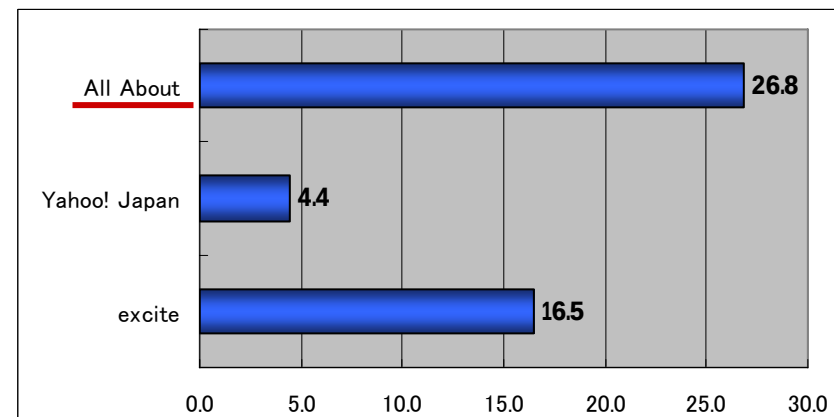


定期的に調査しているカスタマー調査を2005年度も実施。
 カスタマーの“こだわり”に応える項目で他社に比して高いスコアを記録。

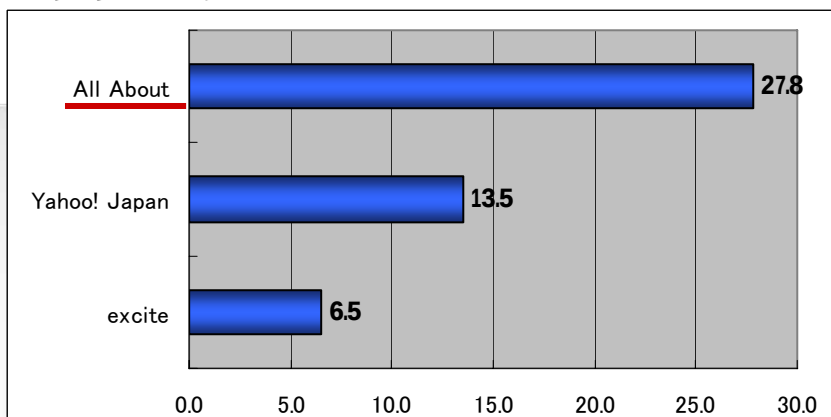
■情報が詳しい



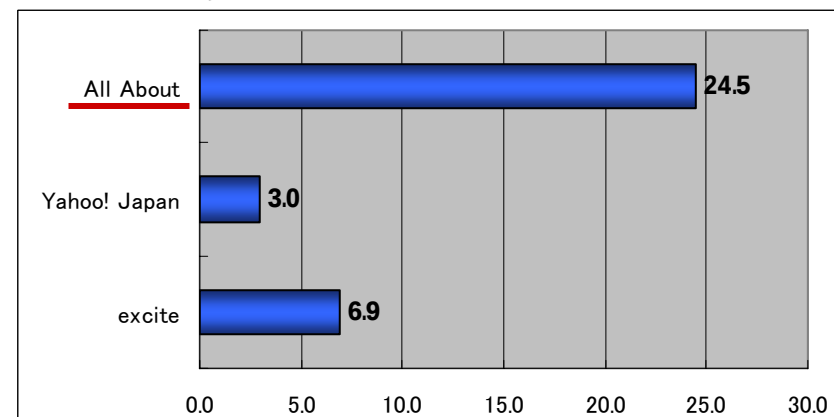
■個性的である



■発見がある

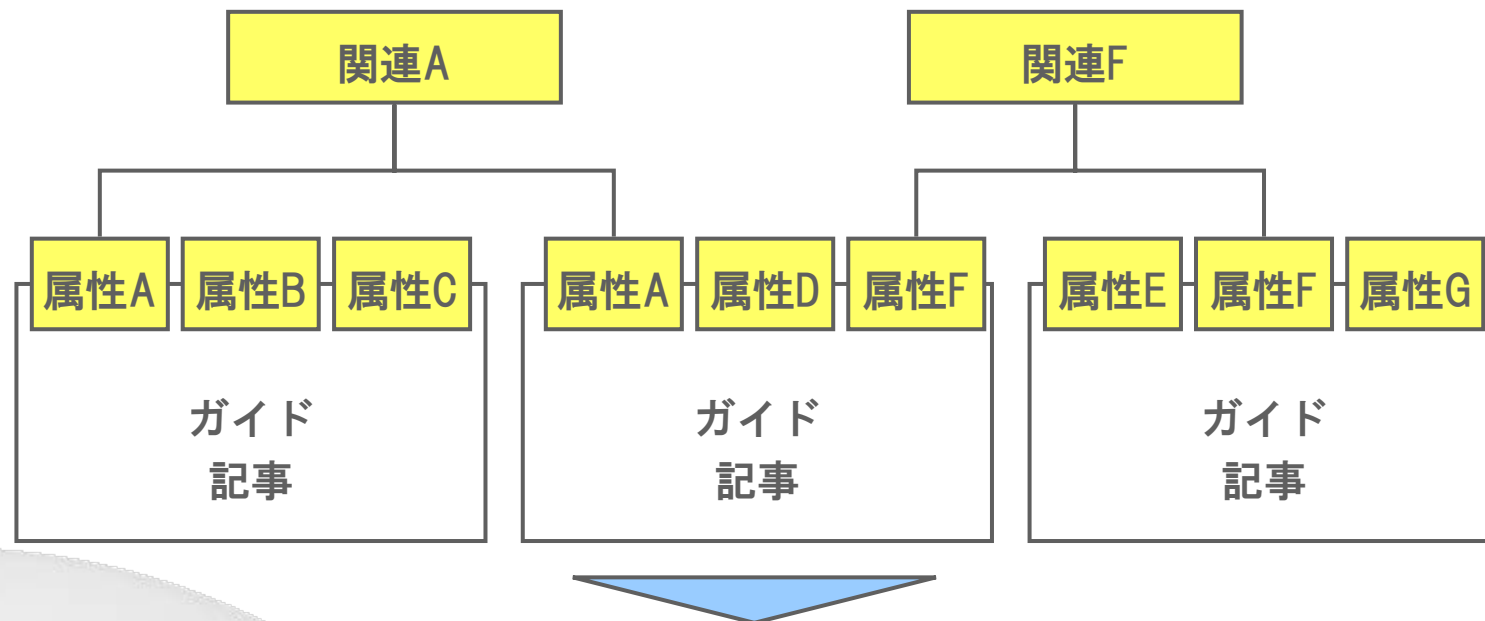


■知的である



オールアバウトユーザ調査2005（2005年11月） 対象：Yahoo!リサーチモニター（有効回答数：1,493サンプル）

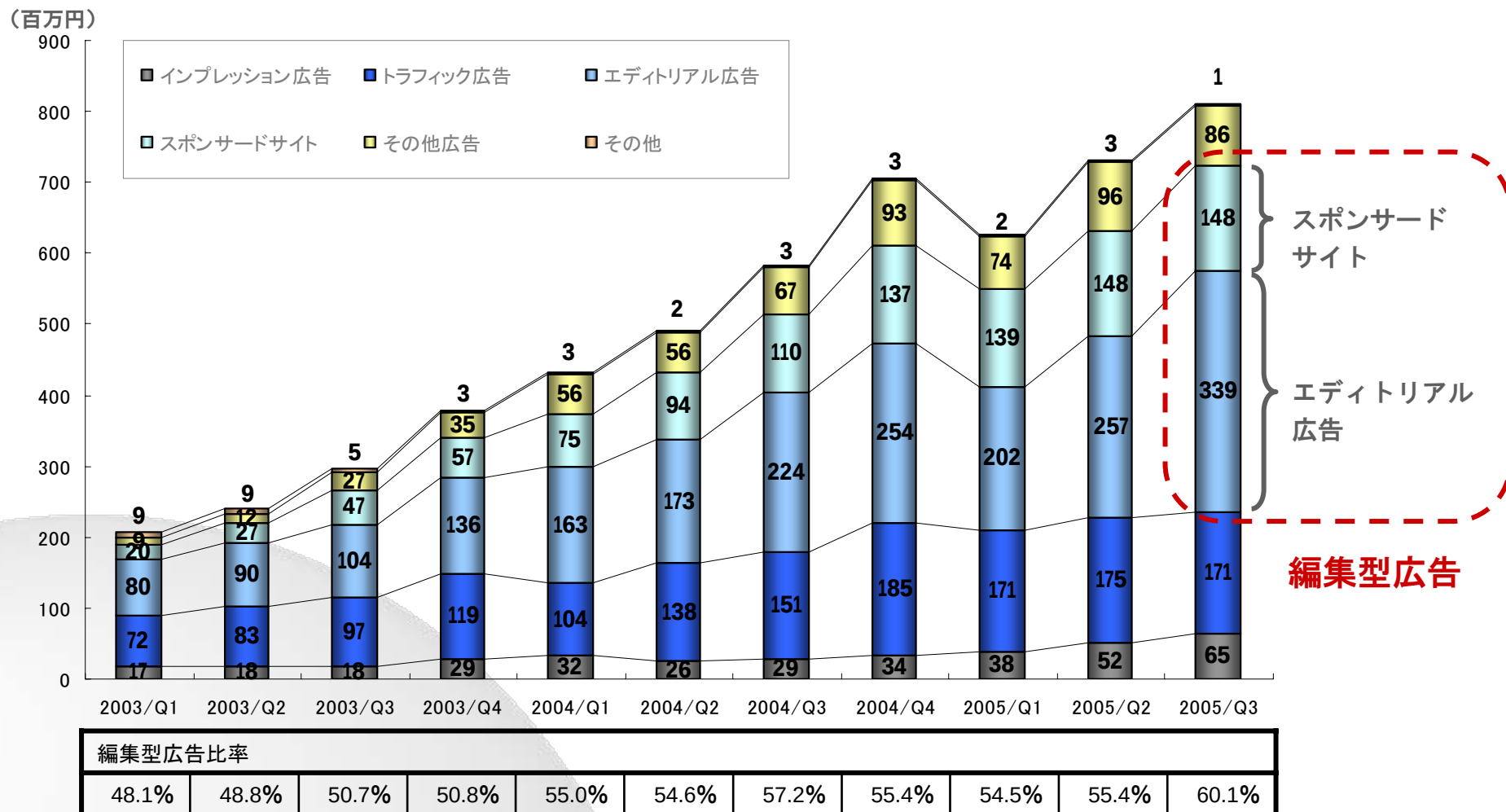
専門部署として「サーファチーム」を組成し、これまで蓄積してきたガイド記事、約47,000本のうち、約13,000本に対し、記事の内容に沿った複数の属性付けを実施



- ①関連のある記事を連関して提供することで、1人あたりPVの増加を狙う
- ②1つの記事に対して複数の意味づけを行うことで、将来的なコンテクスチュアルマッチングへの対応

- ・ インターネット広告事業の売上は810百万円。過去最高を記録
- ・ 注力商品であるエディトリアル広告およびスポンサードサイト（編集型広告）の売上比率は60.1%（対前Q +4.7）まで高まる
- ・ 一方で、第3四半期に営業活動を行った、第4四半期以降に掲載される編集型広告の商談が長期化したため、想定よりも第4四半期計上見込額が減少
- ・ 「編集型広告の更なる強化」「座布団型商品の強化」を目的とした大型新商品「ブランドサイト」の販売を開始

第3四半期、過去最高の売上を記録し、注力商品である編集型広告の比率は60.1%まで高まる

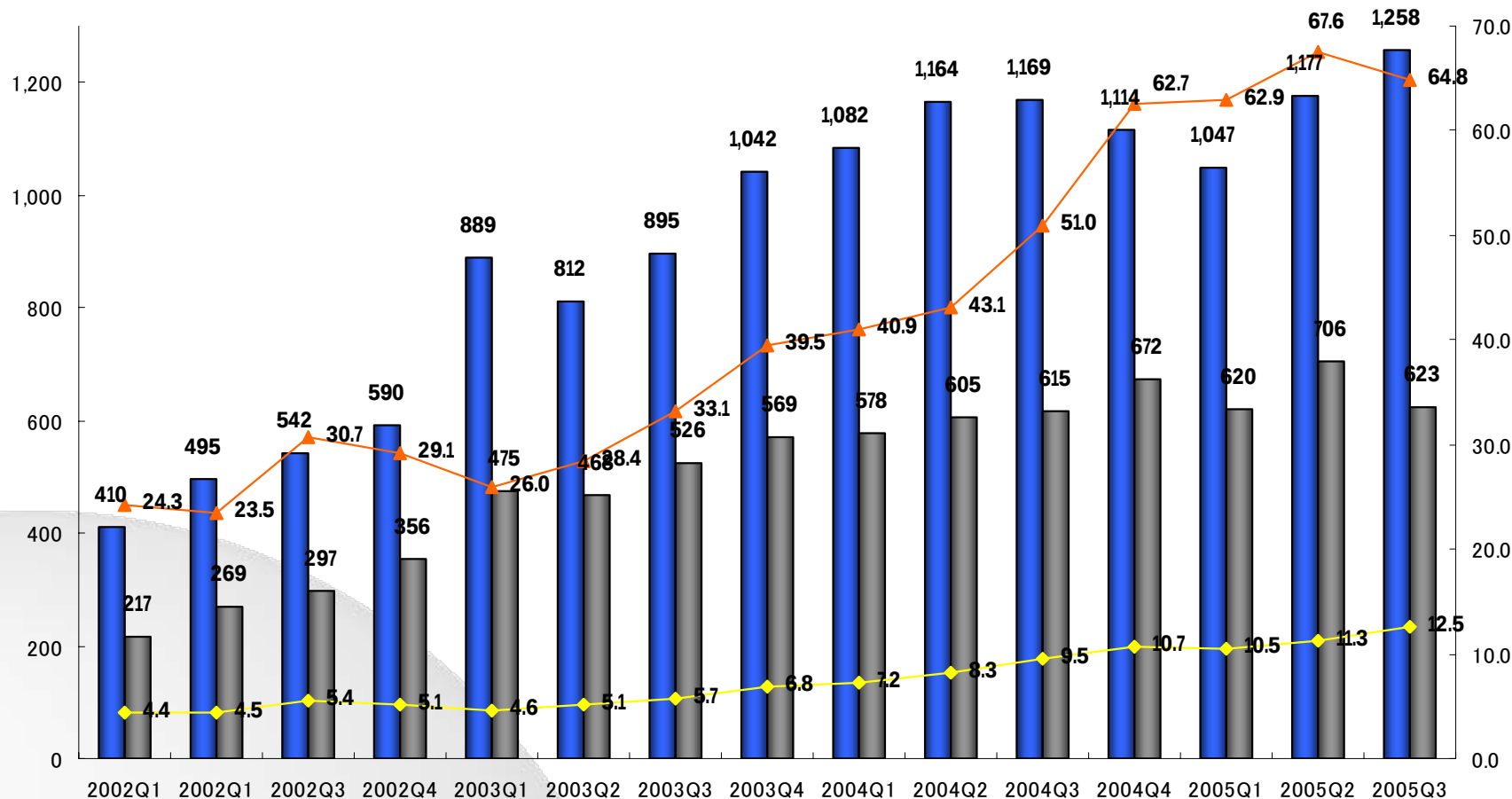


ユニークユーザ（UU）が収益に先行して上昇しているため、UUあたり売上は一時的に低下

(PV10万、UU万人)



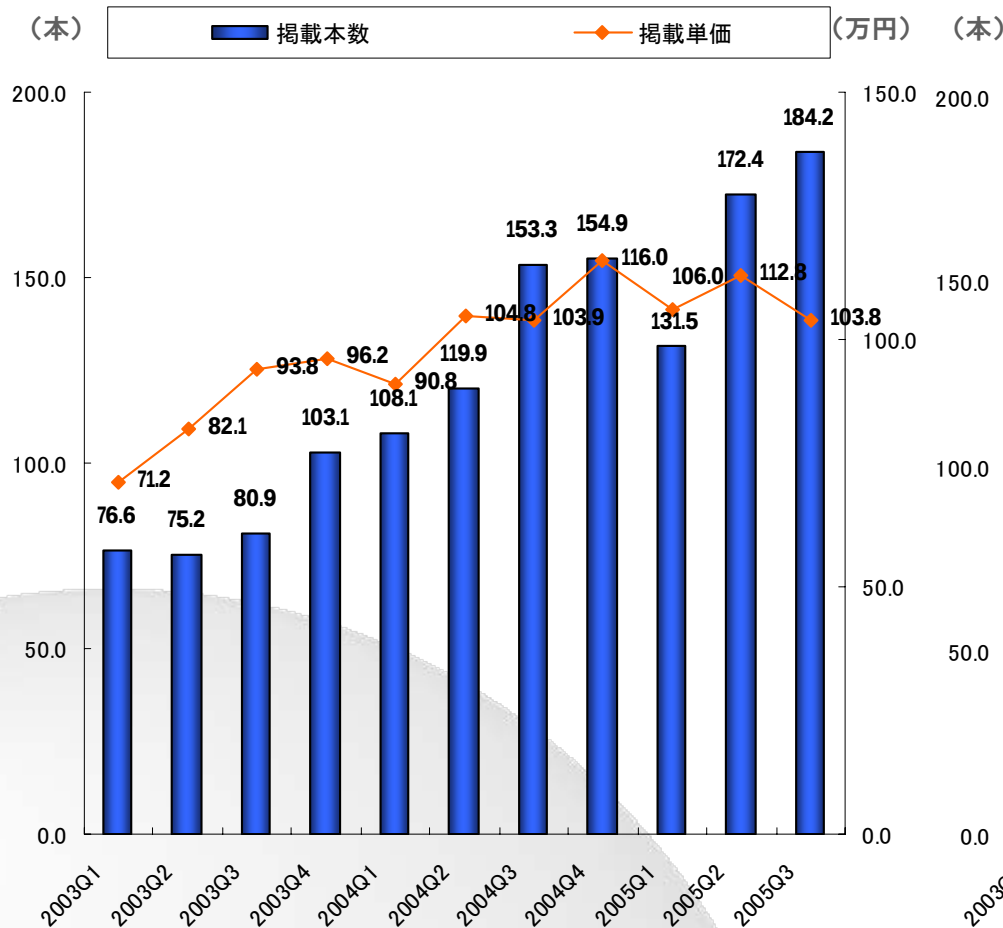
(売上：円)



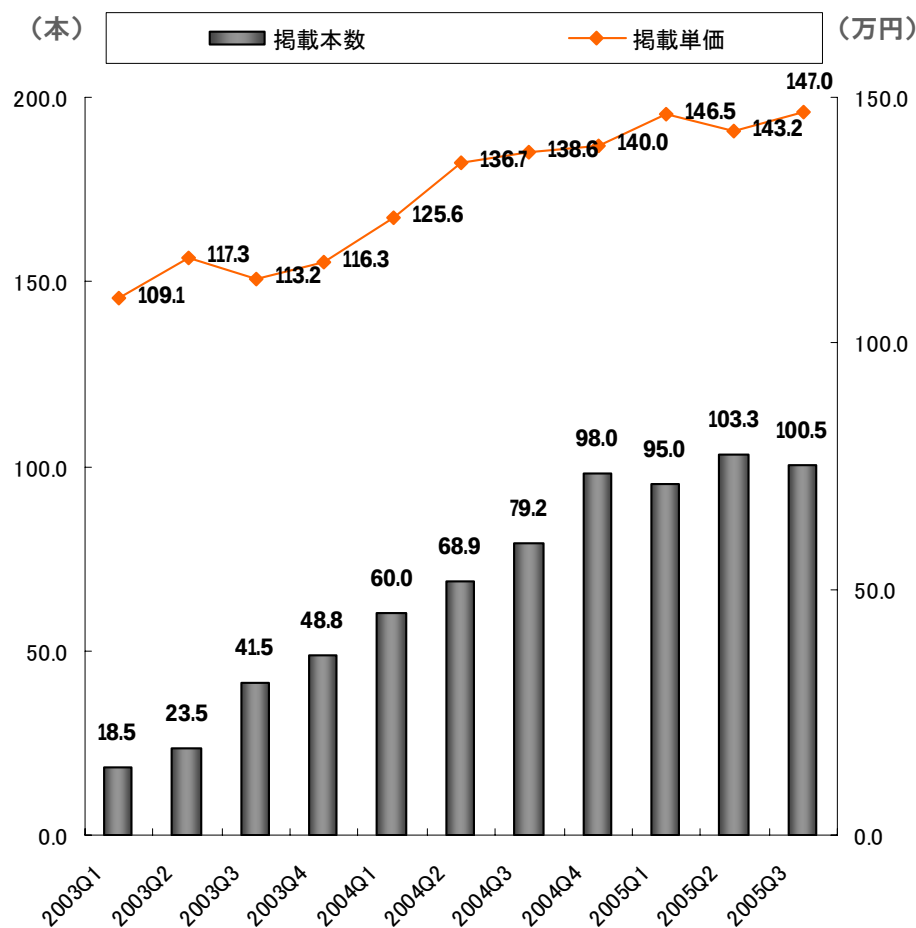
※UUあたりQ売上、PVあたりQ売上の算出にあたっての母数となるUU、PVはQの月間平均を使用しております。

エディトリアル広告の代表である編集タイアップ広告、スポンサードサイトは、
堅調に推移。

編集タイアップ広告



スポンサードサイト

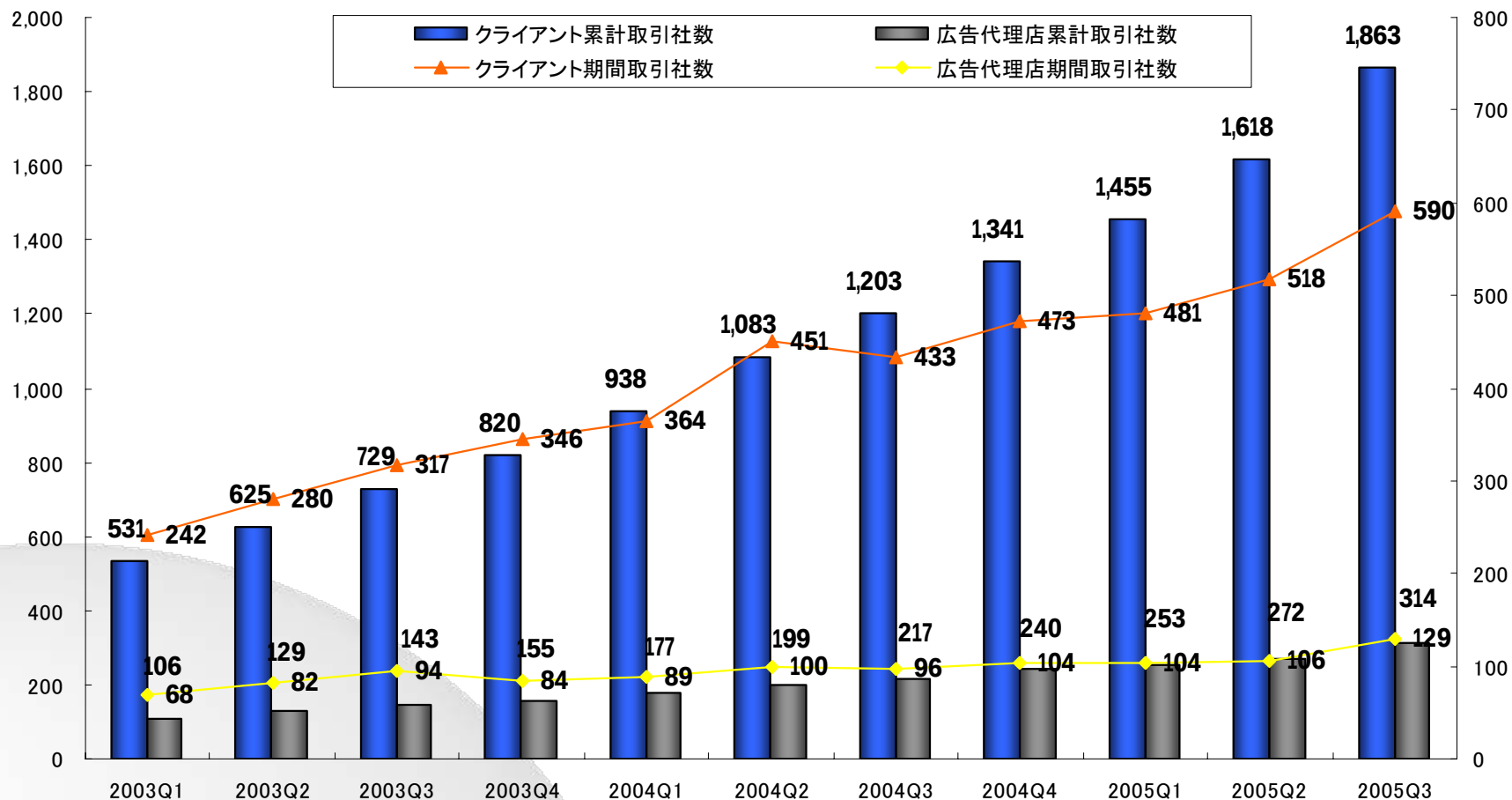


※掲載本数は、1ヶ月間の掲載を1本とカウントしております。

クライアント（広告主）、広告代理店ともに、継続的にリーチを拡大

（累計社数：社）

（期間社数：社）



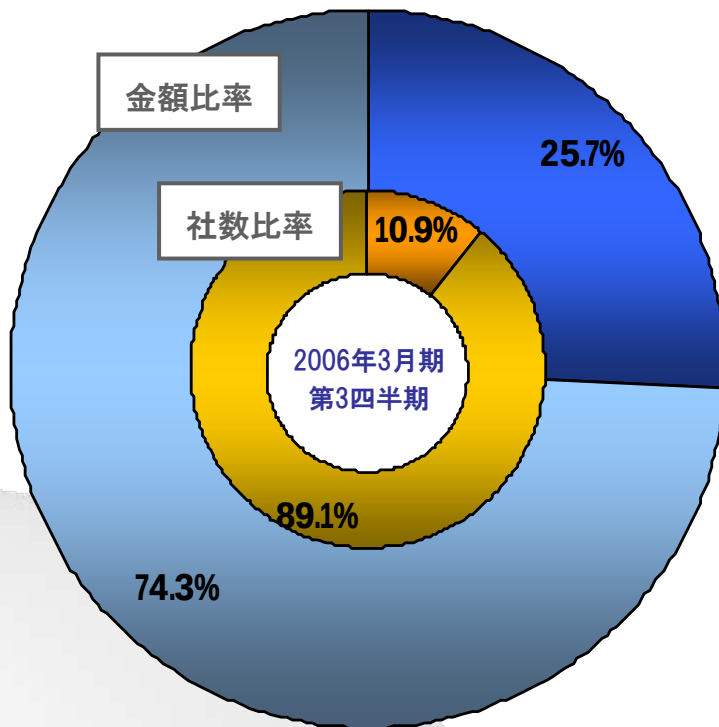
※累計取引社数、期間取引社数ともに当該期間において1日以上広告掲載を行った社数になります。

※取引社数の算出にあたっては、小額取引先であるShortADにおける取引先を除いております

2006年3月期 第3四半期において、取引金額では25.7%、取引社数では10.9%がナショナルクライアントとの取引

■ ナショナルクライアント取引金額比率

■ その他



※ナショナルクライアントの定義としては下記に含まれる企業としております。

(日経広告研究所)

広告費用上位100社 (2003年度)

(株式会社ビデオリサーチ)

テレビ広告統計 (2004年度)

関東・関西、番組・スポットCM上位50社

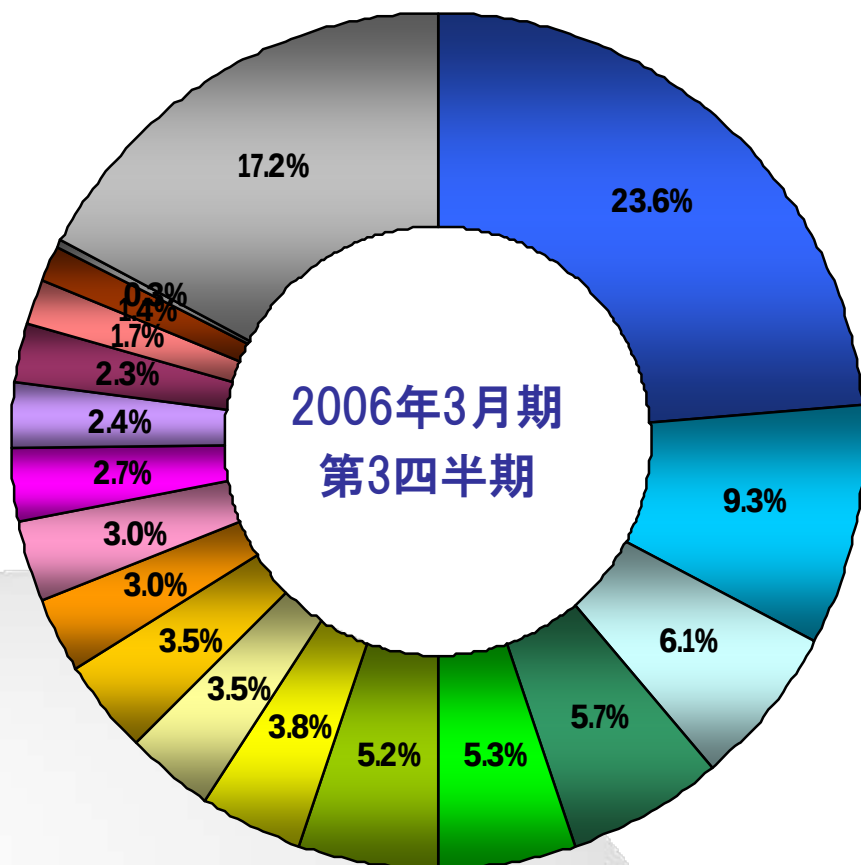
(エムアールエス広告調査株式会社)

新聞出稿量、雑誌出稿量上位50社 (2004年)

■ ナショナルクライアント取引社数比率

■ その他

嗜好性が高く、取引単価が高い不動産・建設・住宅設備業界との取引が23.6%、これを筆頭に多くの業種・業界にて活用



業種名	比率
不動産・建設・住宅設備	23.6%
金融・保険・証券	9.3%
交通・レジャー	6.1%
化粧品・トイレタリー	5.7%
電気製品	5.3%
百貨店・商店・商社	5.2%
出版	3.8%
各種教育サービス・大学等	3.5%
食品	3.5%
自動車・関連品（輸送用機器）	3.0%
各種人材サービス	3.0%
インターネット情報サイト・メールサービス	2.7%
飲料・嗜好品	2.4%
通信サービス	2.3%
コンピュータ・コンピュータ関連・事務機器	1.7%
情報処理サービス・ソフト	1.4%
官公庁・団体	0.3%
その他	17.2%

【ブランドサイト】（新商品）

- ・ガイドサイトと同じ構造での編集型広告
- ・継続的なブランド・商品啓蒙が可能
- ・6ヶ月間、約1,000万円の大型商品

- ・編集型広告の更なる強化
- ・座布団型（長期掲載）商品の強化

（12月末データ）

・掲載社数 5社

オリックス・リアルエステート株式会社様
 プジョー・ジャポン株式会社様
 株式会社わかさ生活様
 株式会社ミキモト様
 株式会社マルイアクセス様

[サイトマップ](#) | [ヘルプ](#) | [RSS](#)

AllAbout

その道のプロが、あなたをガイド。

[サイト内検索](#)

[All About >> ミキモト](#)

一生身につけたいエレガントジュエリー

Eternal Jewelry

Link

- [ブライダルジュエリー](#)
- [エンゲージリング](#)
- [マリッジリング](#)
- [新着コレクション](#)
- [パール](#)
- [パールの基礎知識](#)
- [おすすめパールジュエリー](#)
- [ダイヤモンド](#)
- [ダイヤモンドの基礎知識](#)
- [おすすめダイヤモンドジュエリー](#)
- [ジュエリー雑学](#)
- [ジュエリーの雑学・基礎知識](#)
- [定番ジュエリー](#)
- [購入](#)
- [ショップ情報](#)
- [オンラインショップ](#)
- [ブランド情報](#)
- [ミキモト](#)
- [ベルリータ](#)
- [ミキモトインターナショナル](#)
- [CATALOG ORDER](#)

1893年の養殖真珠の発明以来、国内ジュエラーの先駆者として、ジュエリーの美しさを追求し続けてきた「ミキモト」。このサイトでは、最新トレンドの紹介をはじめ、パール、ダイヤモンドなど、ジュエリーの魅力や正しい選び方、基礎知識など、ミキモトならではのジュエリー情報を随時発信していきます。

フォーマルからカジュアルまで自由自在に対応する、さまざまなリエーションが魅力のミキモトオリジナルデザイン。あなたの欲しかったジュエリーが、ここであらきっと見つかります。

■ミキモト イベント情報

銀座2丁目に「MIKIMOTO Ginza 2」がオープン

12月10日、銀座2丁目に「MIKIMOTO Ginza 2」がオープンしました。地下1階～6階のミキモトブティックは、2つのカジュアルジュエリーブランド「アンフェストン」と「ミゼッセ」、スイーツを楽しめるラウンジが加わり、銀座に新しいランドマークが誕生しました。

フロアごとのテーマに合わせた空間で、ゆっくりと商品をお楽しみ下さい。皆様のお越しをお待ちしております。

[詳しくはこちらから>>](#)

Column Index

[記事一覧>>](#)

NEW

銀座に新しいランドマーク誕生！

2006/01/13

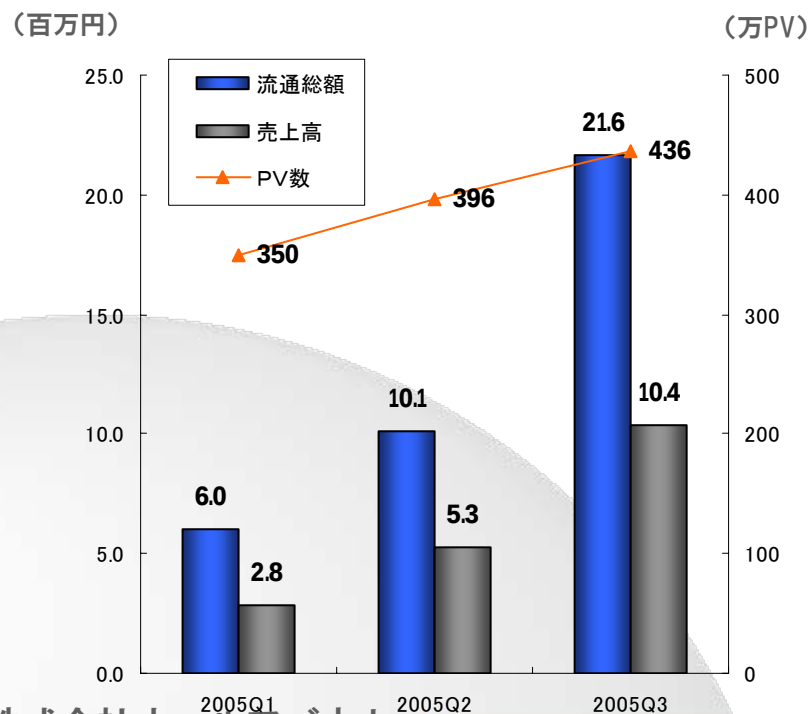
12月10日、銀座2丁目に「MIKIMOTO Ginza 2」がオープンしました。銀座の新しいランドマークとして早くも注目を集めるこの美しいビルを全貌をご紹介します。

- ・ インターネット広告事業、スタイルストア事業に次ぐ新規事業として、プロフィール事業（専門家マッチング事業）を2005年11月にサービス開始
- ・ 2005年5月より開始したスタイルストア事業は、想定には届いていないものの、当社独自事業構造の確立に向けて着実に進捗

2005年5月より開始したスタイルストア事業は、当初想定には届いていないものの、オールアバウト独自の事業構造の確立に向けて、着実に進捗

□スタイルストア事業の成功要件

- ① PR委託モデル（高マージン構造）での“こだわり商品”の品揃え確保
- ② スタイルストアへのカスタマー集客およびロイヤリティの醸成
- ③ 集客したカスタマーの購買喚起



【12月概数データ】

- ・ 品揃え（商品管理単位数） 1,700sku
- ・ スタイリスト数 34名
- ・ 集客数（UU数） 270,000uu
- ・ 会員数 16,000人
- ・ 受注単価 11,000円

※上記数値は当社集計による概数になります。

ALL ABOUT
ProFile 専門家を探せる、相談できる。

プロフィール Home

マイページ | All About プロファイルとは？

専門家を探せる、相談できる。
コラム・質問を通じて
専門家と出会えます

住宅 マネー (準備中) ライフイベント (準備中)

カテゴリから探す

買・売・借り・借り
① 住宅とお金
② 不動産取引と調査、申請
③ 土地を売・売
④ 不動産投資

写真

vol. 1 シンブル
建築シーンで人気の「シンブル」
さま、「つくる人の想い」が選ばれる

木と金銭の両方が進む、新築が得意な
建築家・建築家 齋藤 孝也

お知らせ
・専門家を探せる、相談できるAll Aboutの新サービス「All About プロファイル」
・オープン記念として、豪華賞品の当たる「オープンキャンペーン」

ALL ABOUT
ProFile 専門家を探せる、相談できる。

プロフィール Professional

建築家 大塚 泰子

雰囲気、空気感一目に見えないものを、建築という“形”に

この専門家をスクラップブックに追加

有限会社/ア/ア空間工房 代表取締役
大塚 泰子
OTSUBAKA Yasuko

毎日何かを感じたり、気づいたり、安らいだり——あなたが自然体でいられる空間を作ることが私の仕事です。
あらゆる角度から空間を見つめ直し、固定概念にとらわれない柔軟な思考で、新しいアイデアやデザインを生み出すこと、素敵な絵や写真、絵に出会ったときのような、わくわくする世界が感じられる建築を作りたい、それが私の目指す「建築」です。

東京都渋谷区東2-24-4
アライビル6F [Map]
tel: 03-3407-5512 fax: 03-3407-5516
<http://www.namagaki.jp>

問い合わせ

TOP 経歴 サービスと料金 事例とコラム 質問への回答 紹介コメント

経歴 最新のQ&A

- ・ 2005年11月サービス開始
- ・ 専門家をネットワークし、専門家のHPをAll About内に開設し、自己アピール。カスタマーの“こだわり”実現を支援
- ・ 初期費用5万円、月額3万円程度での年間契約
- ・ “建築家”などの住宅分野よりサービス開始
- ・ 2005年12月末現在、56人の専門家がHPを開設
- ・ 2006年2月より、金融分野でのサービス開始予定

今期の予測および今後について

□本年度収益見通し

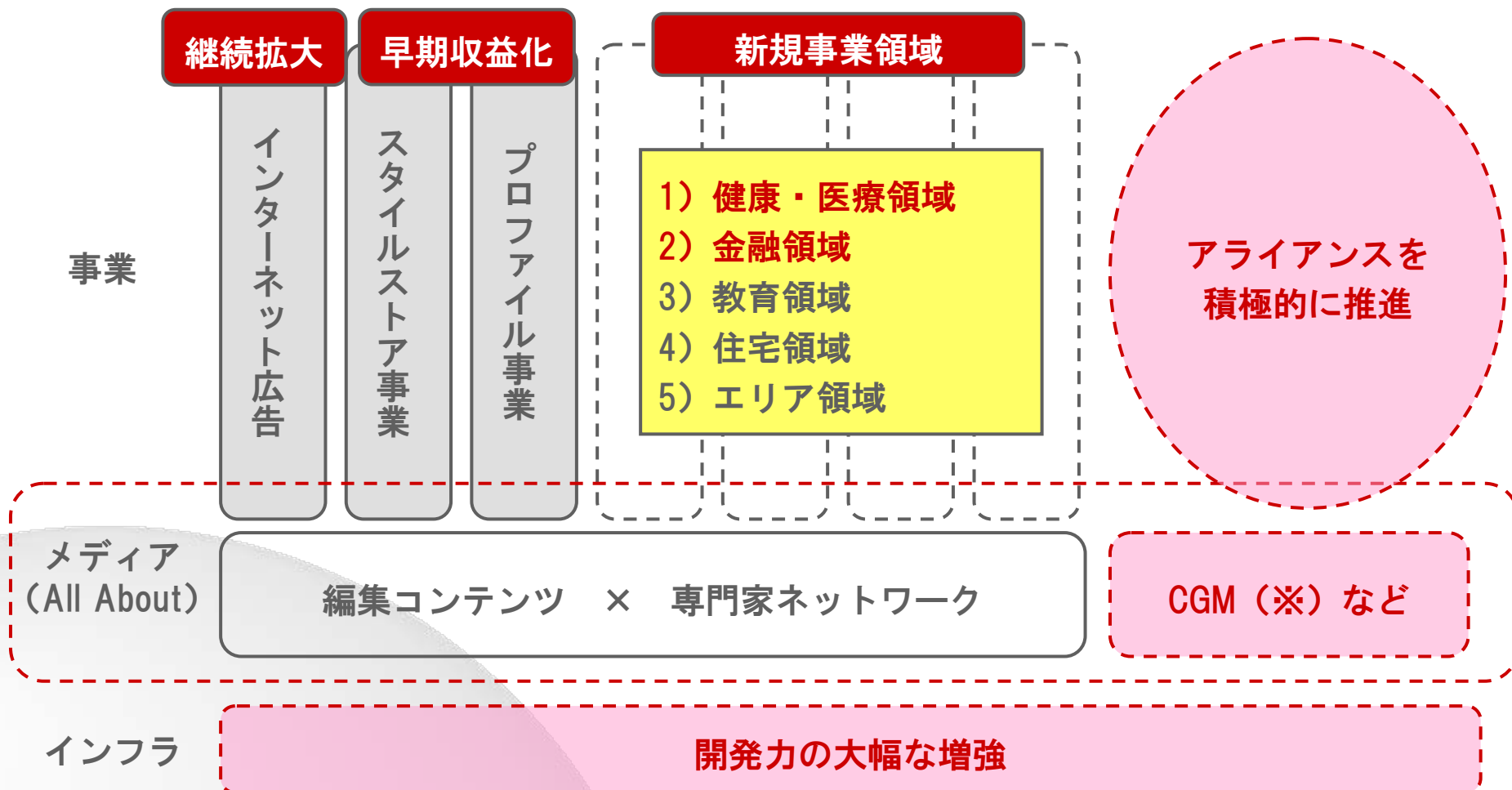
(単位：百万円)

	2004年度 (実績)	2005年度	
		(通期見通し)	(前回見通し)
売上高	2,212	3,000～3,100	3,200～3,500
営業利益	302	370～430	350～450
経常利益	300	345～405	325～425

※修正のポイント

- ・編集タイアップ、スポンサードサイトを中心とした編集型広告の商談長期化、スタイルストア事業の収益立ち上がりの遅れ、により売上高見通しを修正
- ・上記理由により売上高は修正するも、利益は、全般的な費用の見直しにより前回水準を確保予定

少なくとも増収増益を確保しながら、中長期的な成長に向け、メディア、事業、インフラ各面に対する投資を、継続的に積極拡大



※CGM=Consumer-Generated-Mediaの略、ブログ、SNSなど消費者が自ら情報発信をするメディア