

株式会社オールアバウト

2006年3月期 第4四半期 決算説明会

2006年4月19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。

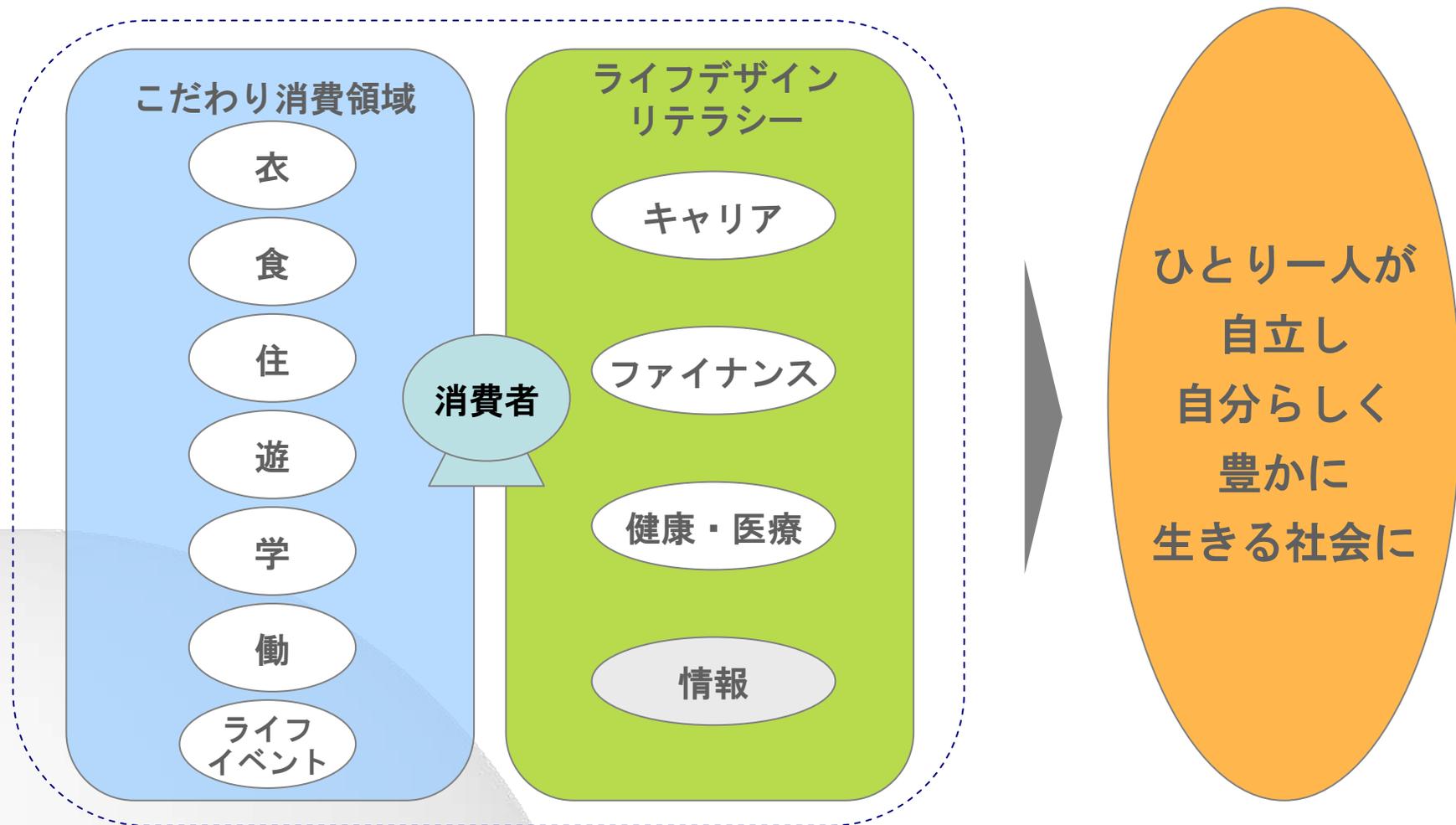
ミッション

「個人」を豊かに、
そして
「社会」を元気に。

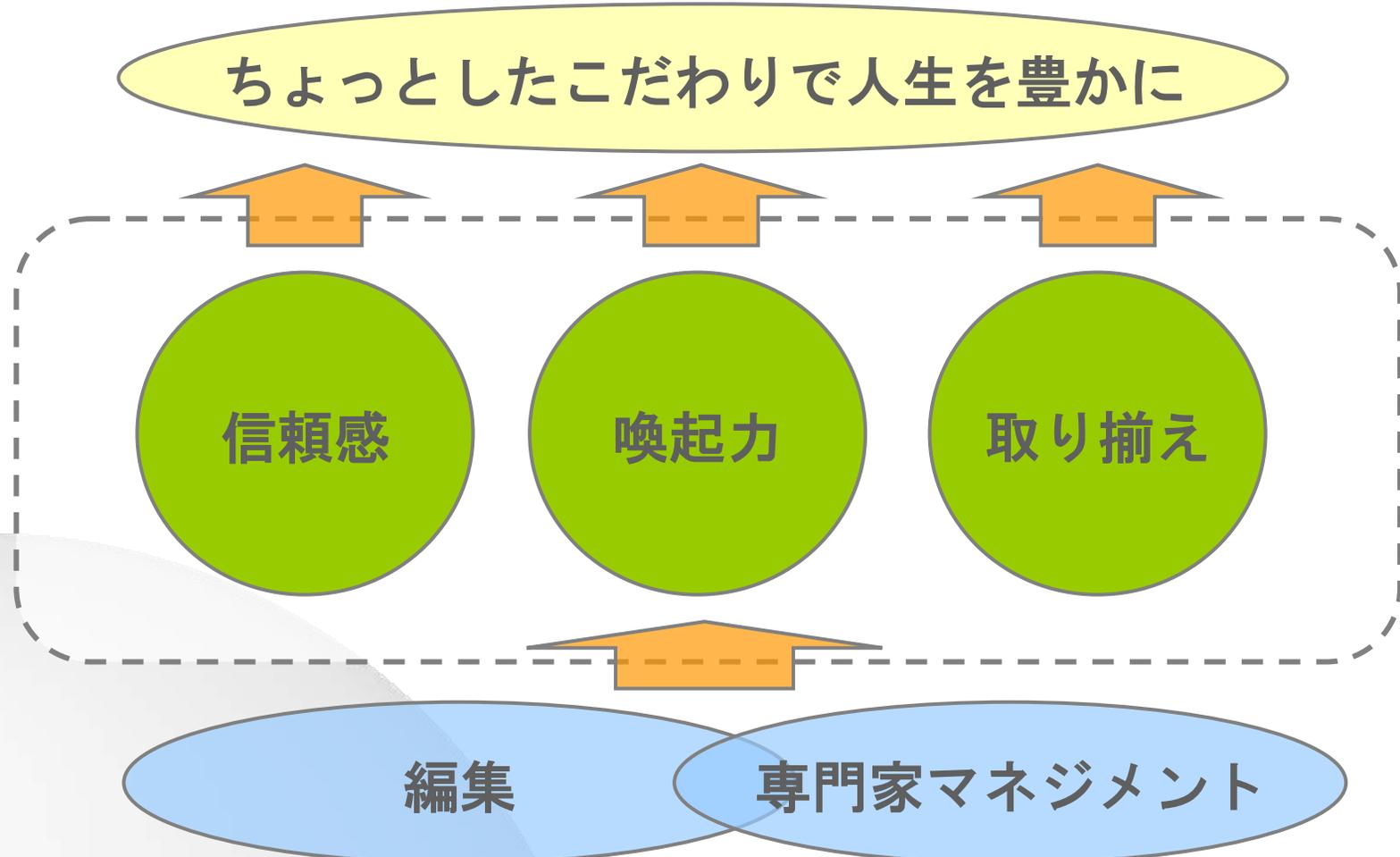
経営ビジョン

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

当社のビジョン実現に向けた注力領域は、個人のライフデザインを支援する「ライフデザイン領域」と“こだわり消費”を支援する「消費領域」



カスタマーの“こだわり”に応えるには、仕組み（Web2.0、SNS、Blogなど）だけではなく、編集や専門家マネジメントを通じて生み出した「信頼感」「喚起力」「取り揃え」といった価値が必要



2006年3月期 第4四半期
決算ハイライト

- ・ 売上高は、936百万円（対前年同期比132.6%）と過去最高を記録
- ・ 営業利益は、中長期投資および販売費の増加により対前Qマイナスも142百万円と対前年同期に対し4.3倍を記録
- ・ 広告事業に次ぐ事業として、スタイルストア事業およびプロフィール事業に対して、継続的に戦略投資を実施

2005年第4四半期、売上高は過去最高の936百万円（対前年同期比132.6%）
営業利益についても対前年同期比4.3倍の142百万円を記録

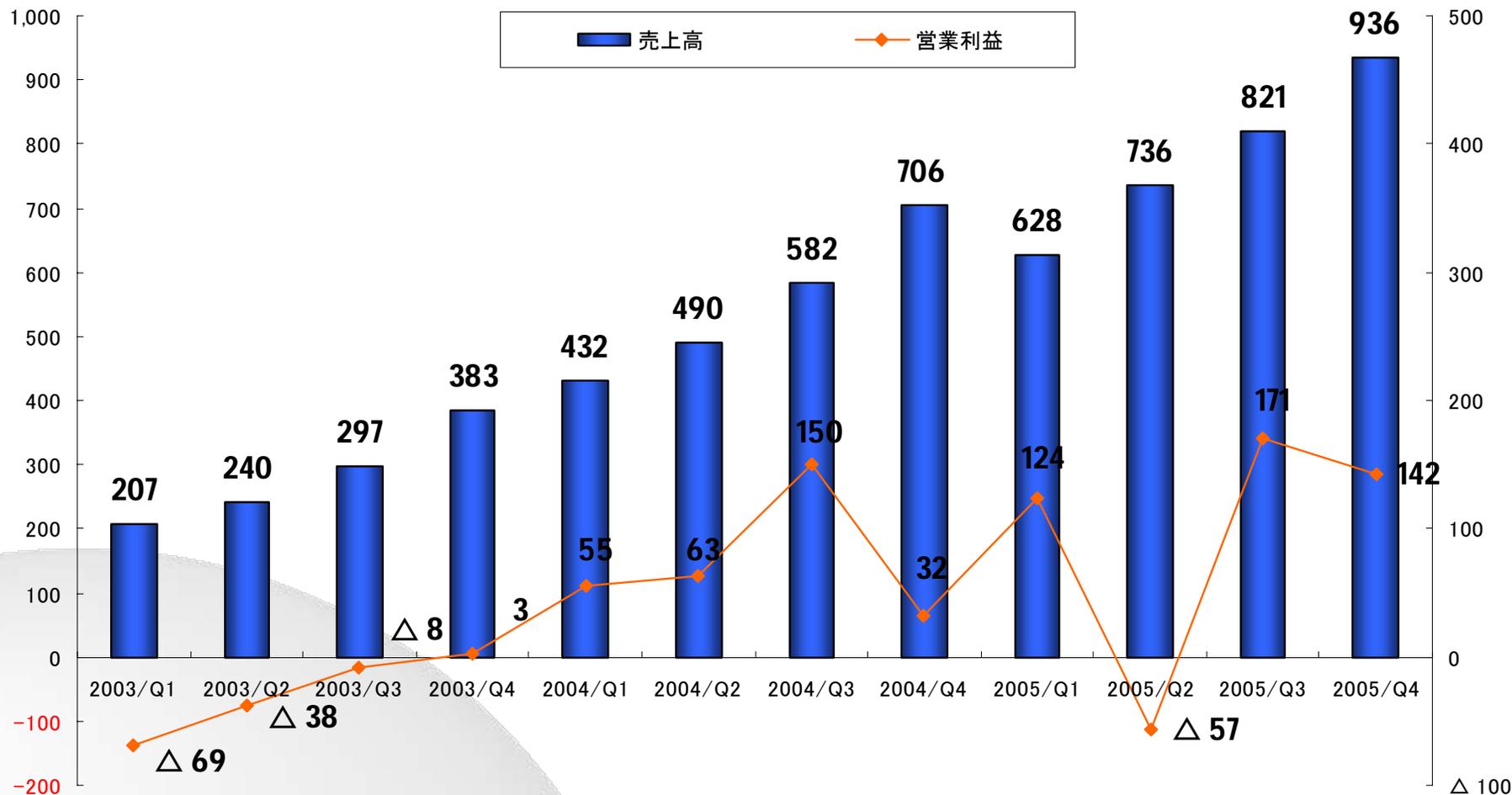
（単位：百万円）

	2005Q4	2005Q3	増減率	2004Q4	増減率
売上高	936	821	14.0%	706	32.6%
売上原価	66	48	34.9%	36	80.5%
売上総利益	870	773	12.6%	669	30.0%
販売費及び一般管理費	728	601	21.0%	636	14.4%
営業利益	142	171	△16.9%	32	336.2%
経常利益	142	170	△16.5%	32	337.1%
純利益	200	169	18.6%	25	688.7%

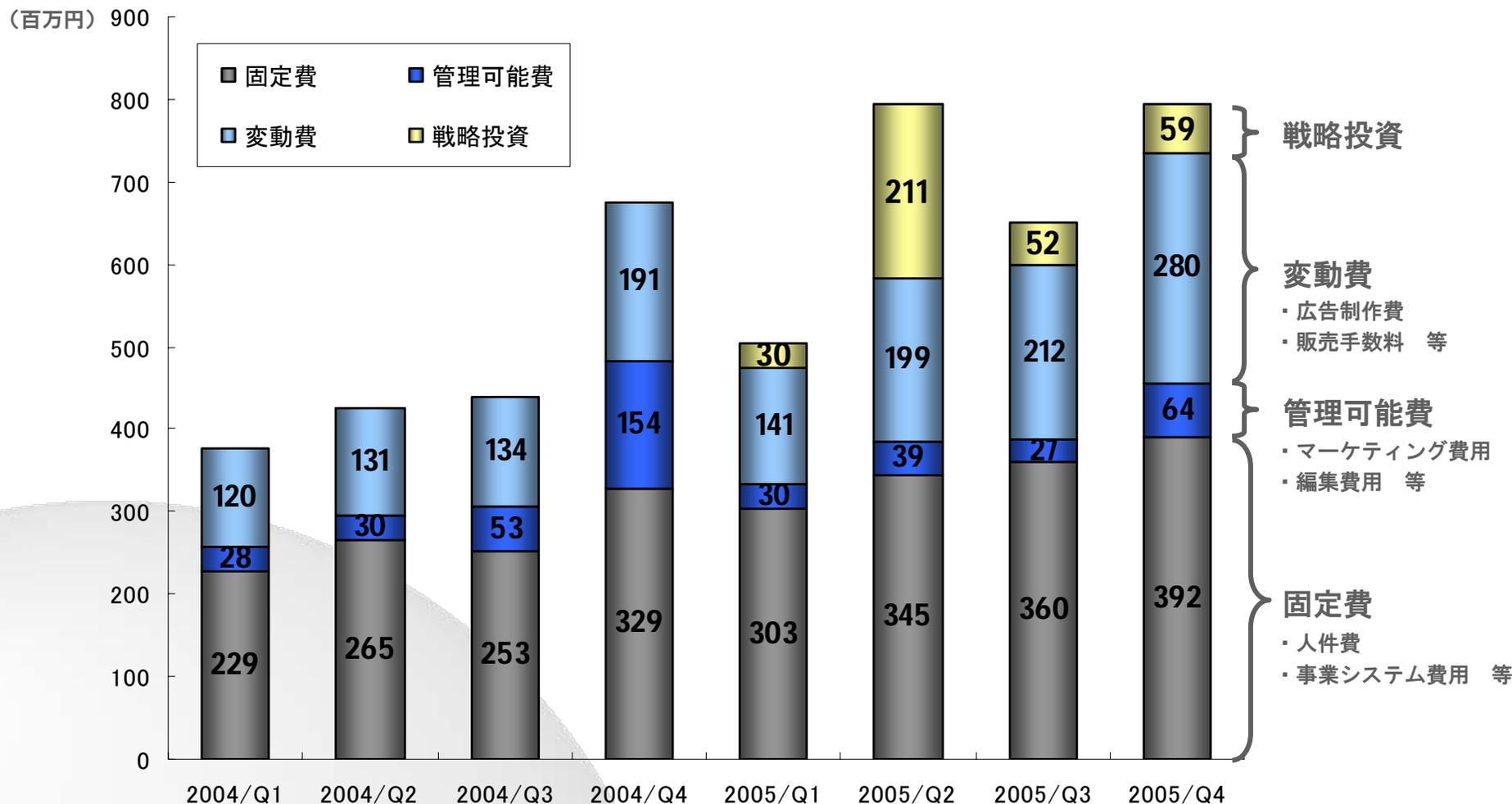
	2005Q4	2005Q3	増減ポイント	2004Q4	増減ポイント
原価率	7.0%	6.0%	+1.1	5.2%	+1.9
営業利益率	15.2%	20.8%	-5.6	4.6%	+10.5

(売上：百万円)

(営業利益：百万円)



スタイルストア事業を中心とした新規事業への戦略投資を継続するとともに
 インフラ投資により固定費、広告代理店への目標達成インセンティブにより
 変動費が増加



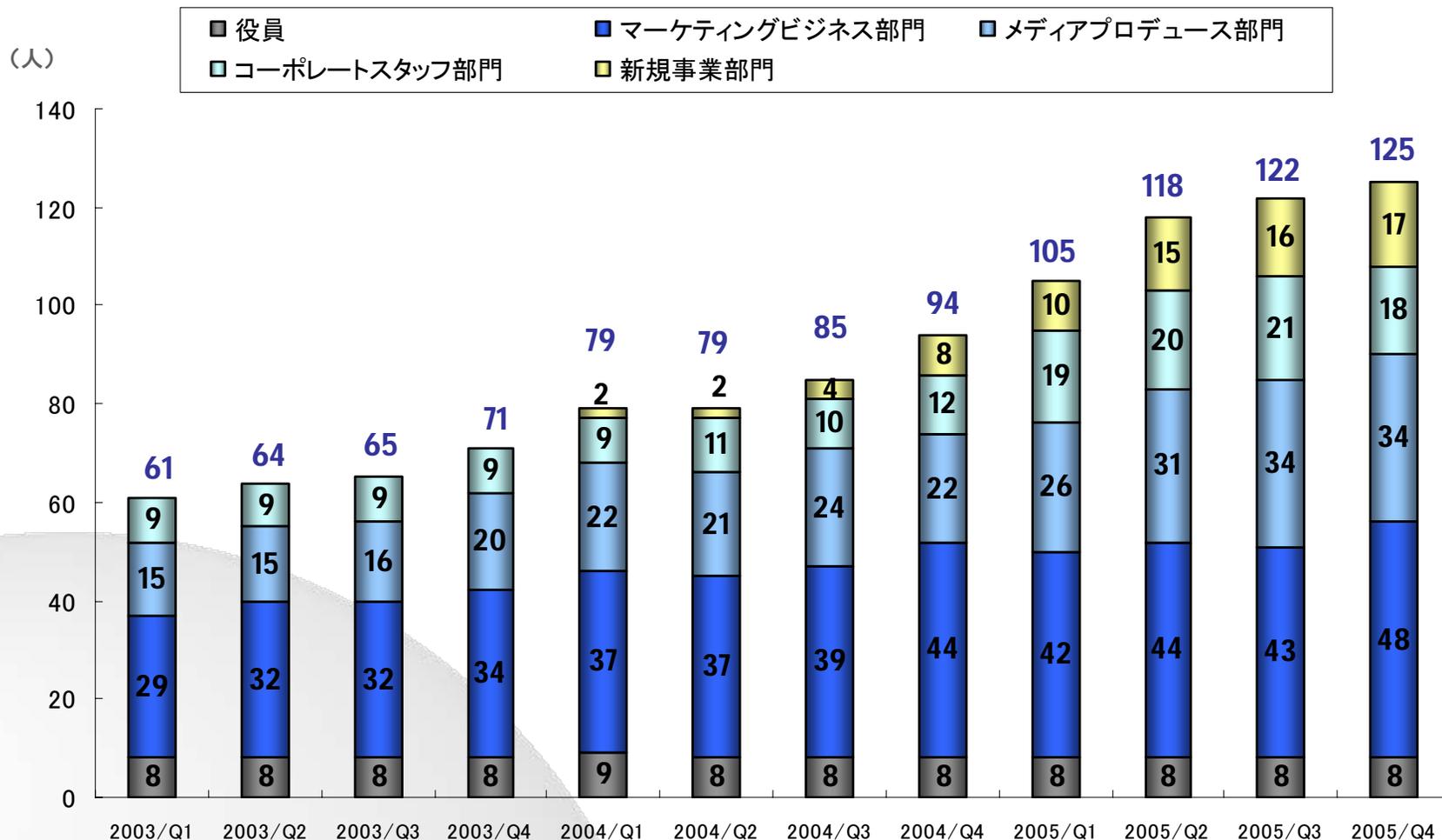
広告事業に次ぐ事業として、スタイルストア事業およびプロファイル事業への投資を継続

(単位：百万円)

	PL影響額					BS影響額				
	Q1	Q2	Q3	Q4	年度	Q1	Q2	Q3	Q4	年度
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	△25	△94	△24	△2	△12	---	△39
プロファイル 事業投資	△6	△10	△14	△17	△49	---	△10	△19	△6	△37
合計	△26	△205	△39	△43	△315	△24	△12	△32	△6	△76

※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。

来年度以降に向けた体制整備としてマーケティングビジネス部門（広告事業）の人員を増強



(単位：百万円)

	2006年3月末	2005年12月末	差異	主な増減内容
(資産の部)				
流動資産	3,650	3,353	297	現預金+150、売掛金+86、繰延税金資産+58
固定資産	400	283	117	工具器具備品+54、差入保証金+53
資産合計	4,050	3,636	414	
(負債の部)				
流動負債	489	275	213	未払金+76、未払費用+84
固定負債	—	—	—	
負債合計	489	275	213	
(資本の部)				
資本金	1,110	1,110	—	
資本剰余金	1,765	1,765	—	
利益剰余金	685	485	200	未処分利益+200
資本合計	3,561	3,361	200	

(単位：百万円)

2006年1～3月

営業活動によるキャッシュ・フロー	212
税引前純利益	141
減価償却費	23
賞与引当金の増加額	38
売上債権の増加額	△86
未払費用の増加額	84
その他	10
投資活動によるキャッシュ・フロー	△61
有形固定資産の取得による支出	△2
無形固定資産の取得による支出	△5
その他	△53
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	150
現金及び現金同等物の期末残高	3,158

広告代理店インセンティブ
集計インフラ投資

オフィス移転にともなう
敷金の差し入れ

2006年3月期
通期決算ハイライト

- 売上高は、過去最高の3,123百万円（対前期比141.2%）
- 営業利益は、中長期投資を行いながらも、過去最高の380百万円（対前期比125.8%）
- 今期より、繰延税金資産を60百万円計上し、純利益は408百万円
- 2005年9月の株式公開に伴う公募増資により、資産及び資本が増加

2005年度通期において、売上高は対前年141.2%の成長を達成し、過去最高。
今年度より繰延税金資産を計上し、純利益は対前年147.6%の408百万円

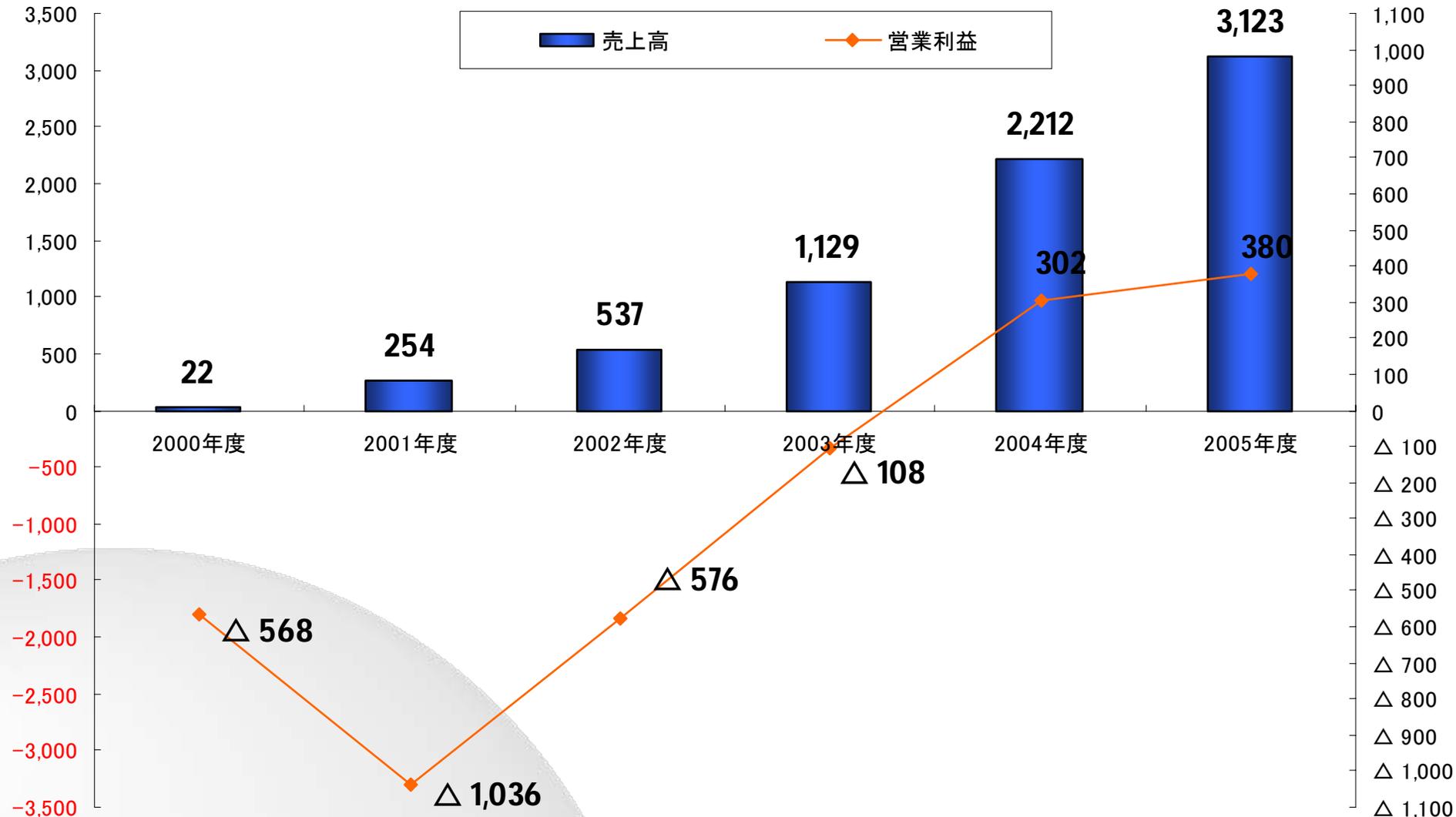
(単位：百万円)

	2005年度	2004年度	増減率
売上高	3,123	2,212	41.2%
売上原価	178	114	55.7%
売上総利益	2,945	2,097	40.4%
販売費及び一般管理費	2,565	1,795	42.9%
営業利益	380	302	25.8%
経常利益	355	300	18.4%
純利益	408	276	47.6%
	2005年度	2004年度	増減ポイント
原価率	5.7%	5.2%	+0.5
営業利益率	12.2%	13.7%	△1.5

【通期決算ハイライト】売上高、営業損益年度推移

(売上：百万円)

(営業損益：百万円)



(単位：百万円)

	2006年3月末	2005年3月末	差異	主な増減内容
(資産の部)				
流動資産	3,650	1,524	2,126	現預金+1,952、売掛金+107、繰延税金資産+58
固定資産	400	251	148	工具器具備品+50、ソフトウェア+37、差入保証金+56
資産合計	4,050	1,775	2,275	
(負債の部)				
流動負債	489	456	32	
固定負債	—	—	—	
負債合計	489	456	32	
(資本の部)				
資本金	1,110	365	745	公募増資703百万円
資本剰余金	1,765	677	1,088	公募増資1,046百万
利益剰余金	685	276	408	
資本合計	3,561	1,319	2,242	

	2005年度	(単位：百万円)
営業活動によるキャッシュ・フロー	353	
税引前純利益	353	
減価償却費	100	
売上債権の増加額	△107	
未払費用の減少額	△28	
その他	37	
投資活動によるキャッシュ・フロー	△223	
有形固定資産の取得による支出	△68	サーバ等インフラ設備の取得等
無形固定資産の取得による支出	△96	新規事業ソフトウェア投資等
その他	△58	オフィス移転にともなう敷金差入等
財務活動によるキャッシュ・フロー	1,822	
現金及び現金同等物の増減額	1,952	株式公開にともなう公募増資による収入
現金及び現金同等物の期末残高	3,158	

2005年度通期業績に関して、営業利益、経常利益は見通しの範囲内となったが売上に関しては、期末の駆け込み受注の影響で見通しを上回った

(単位：百万円)

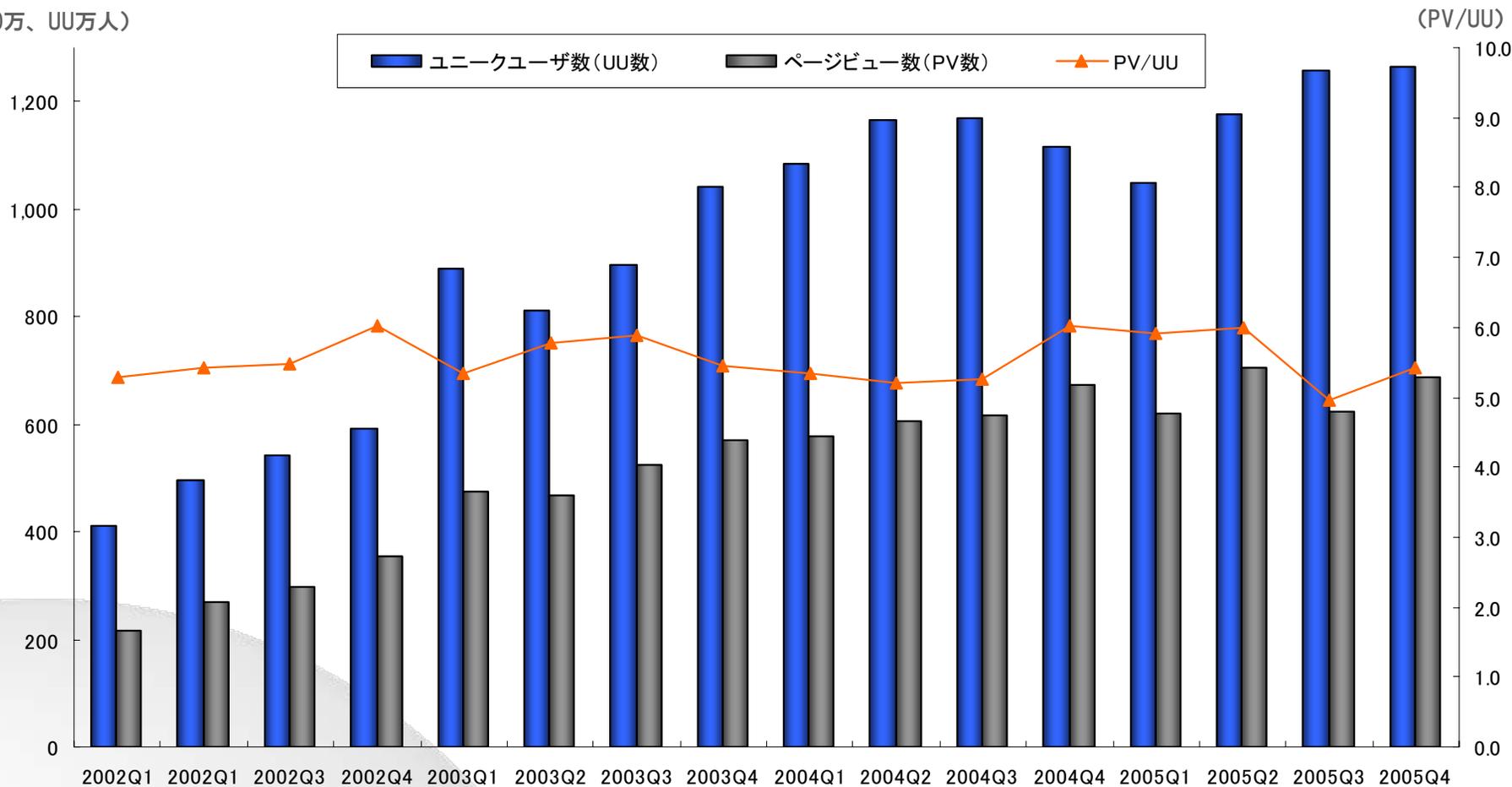
	2005年度通期 (実績)	見通し (平成18年1月17日時点)
売上高	3,123	3,000～3,100
営業利益	380	370～430
経常利益	355	345～405

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

- ・ 月間ユニークユーザ（UU）は、平成18年1月に過去最高の1,532万人を記録
- ・ 提供コンテンツのテーマ数拡大を目的として、ガイド採用を積極的に推進し、ガイド人数は45人増加の383人（ガイドサイト数421）

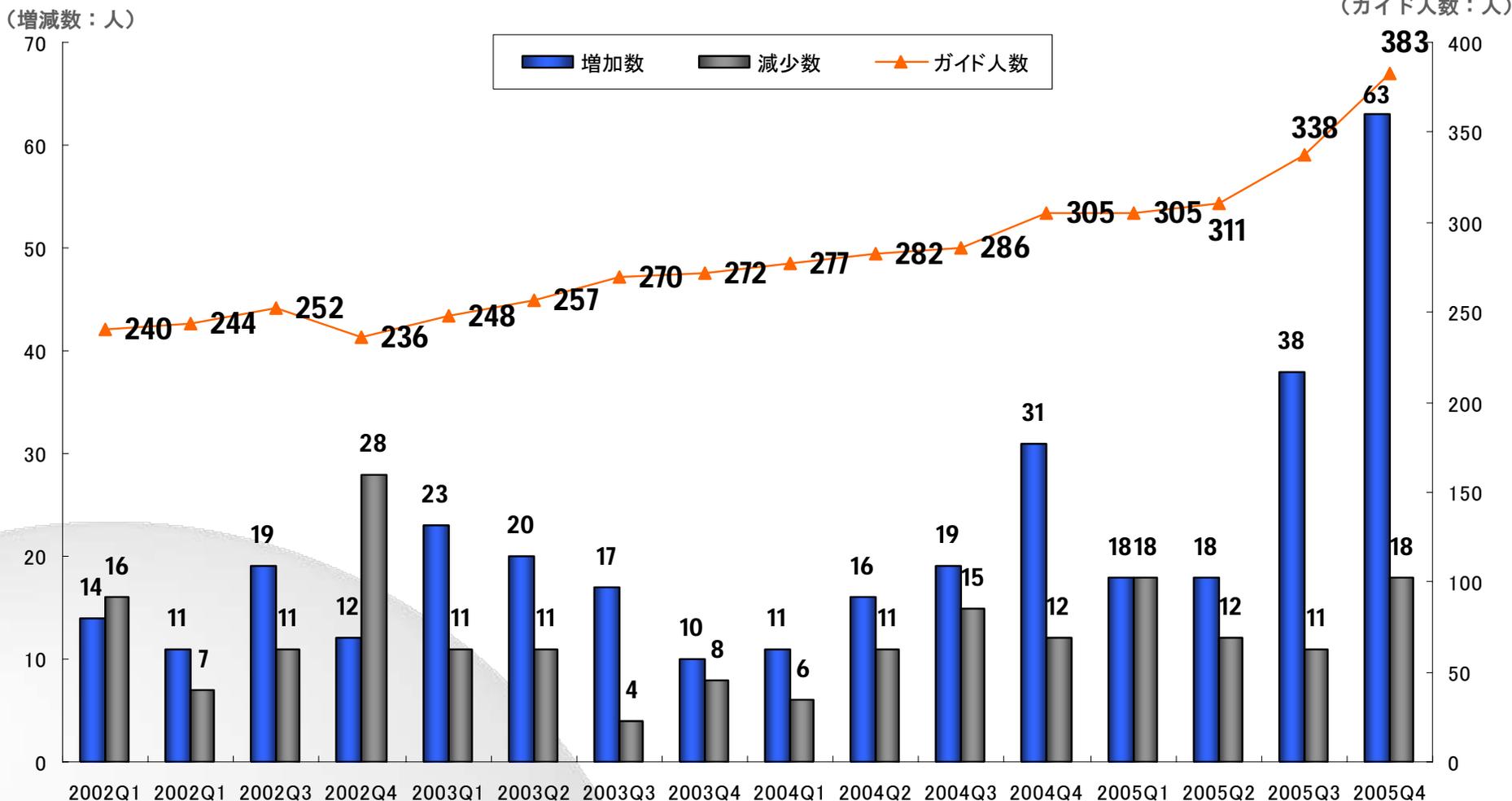
(PV10万、UU万人)



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	6,868
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	1,265

※上記アクセス数については、各四半期最終月の月間数値を使用しております
 株式会社オールアバウト

ガイドの採用を積極的に推進し、ガイドの増加数は過去最高の63名を記録し、結果、ガイド人数は383名（ガイドサイト数421サイト）

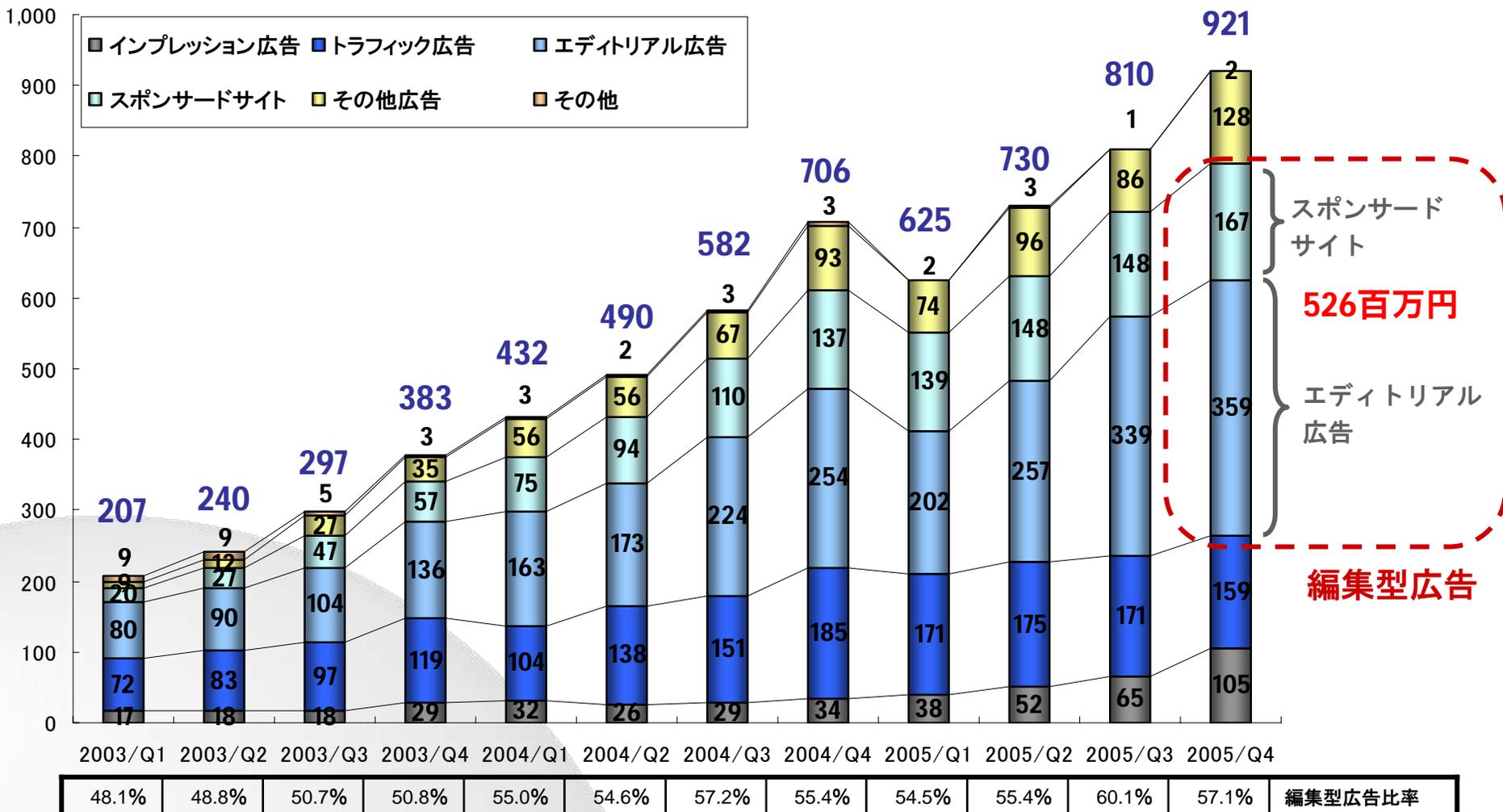


※ガイド人数は、All About上に掲載されているガイドサイト数とは差異があります

- ・ 広告事業の売上高は921百万円と過去最高
- ・ 注力商品である編集型広告（エディトリアル広告＋スポンサードサイト）においても526百万円と過去最高
- ・ 編集型広告の代表商品である編集タイアップ広告、スポンサードサイトにおける掲載本数、単価は過去最高を記録

第4四半期、広告事業の売上高は921百万円と過去最高。注力商品である編集型広告においても526百万円と過去最高を達成

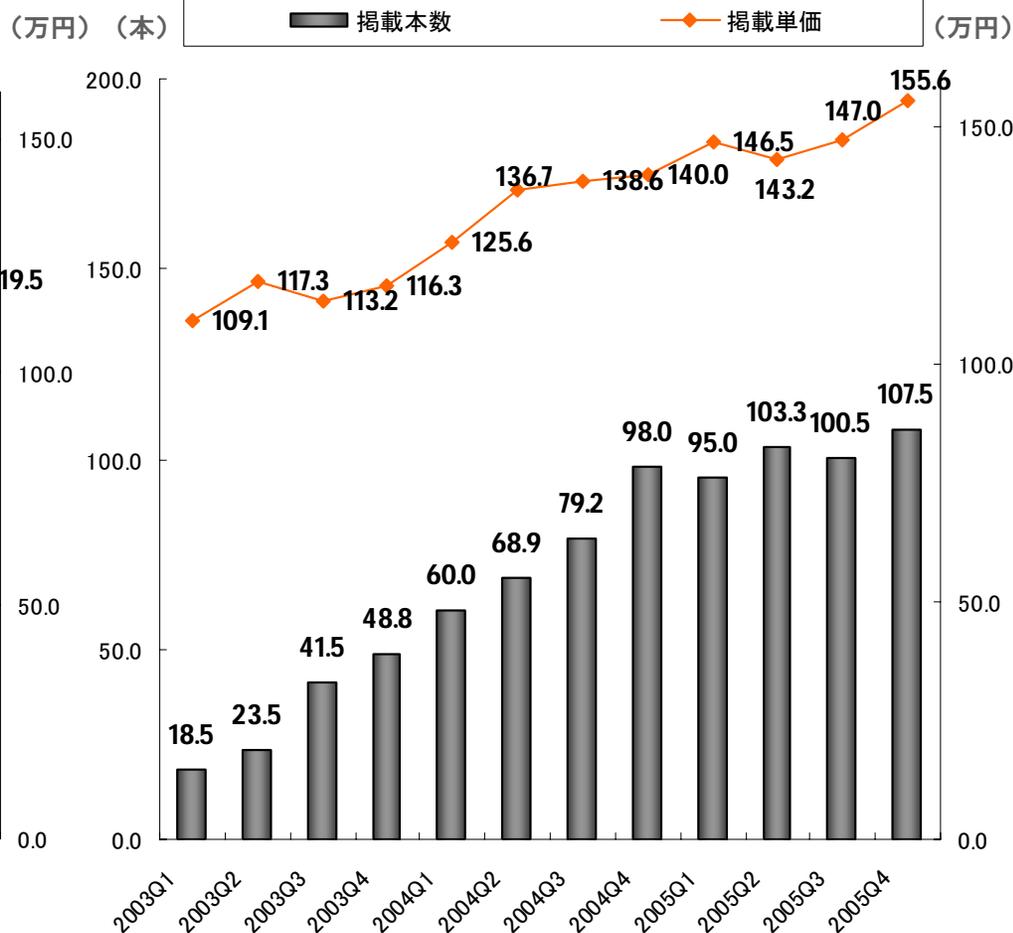
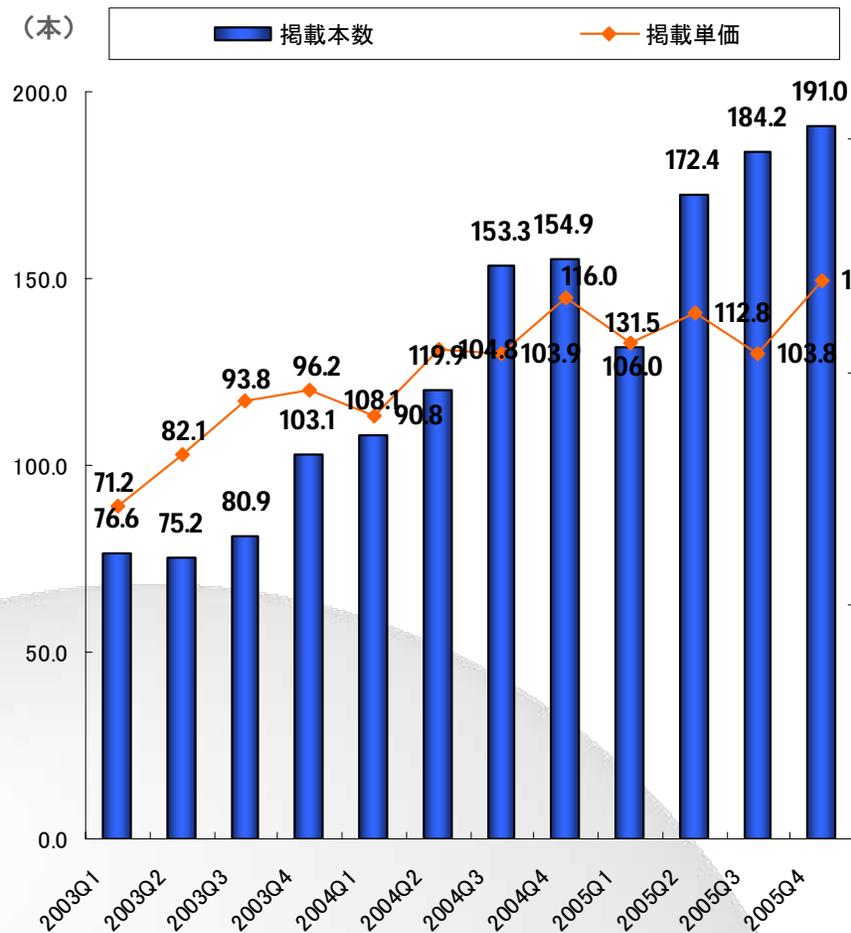
(百万円)



編集型広告の代表商品である編集タイアップ広告およびスポンサーサイトの掲載本数および単価は過去最高を記録し、堅調に推移

編集タイアップ広告

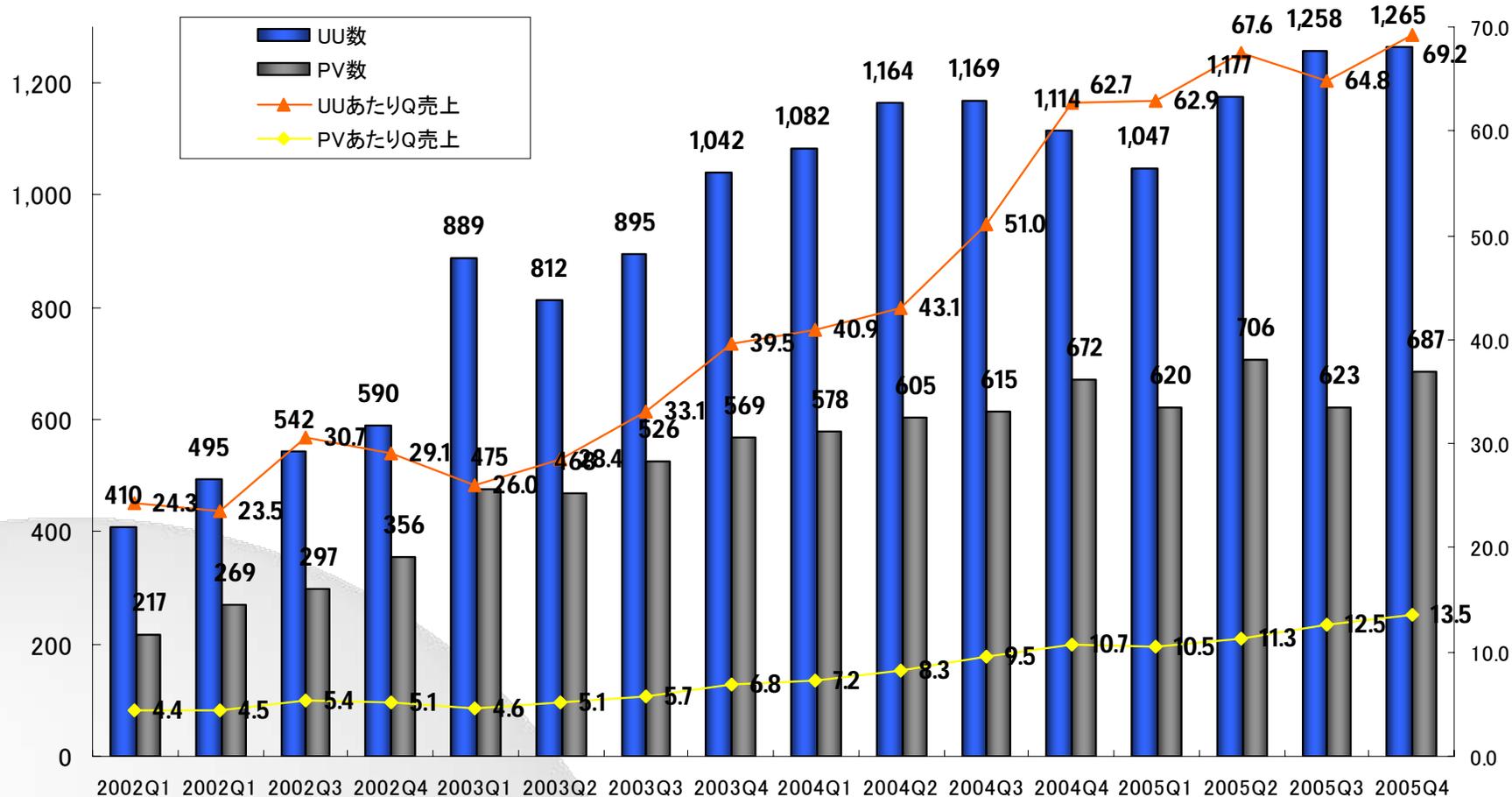
スポンサーサイト



※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。

営業および商品施策により、メディアを効率的に換金化し、UUおよびPVあたり売上高が継続的に向上

(PV10万、UU万人) (売上：円)

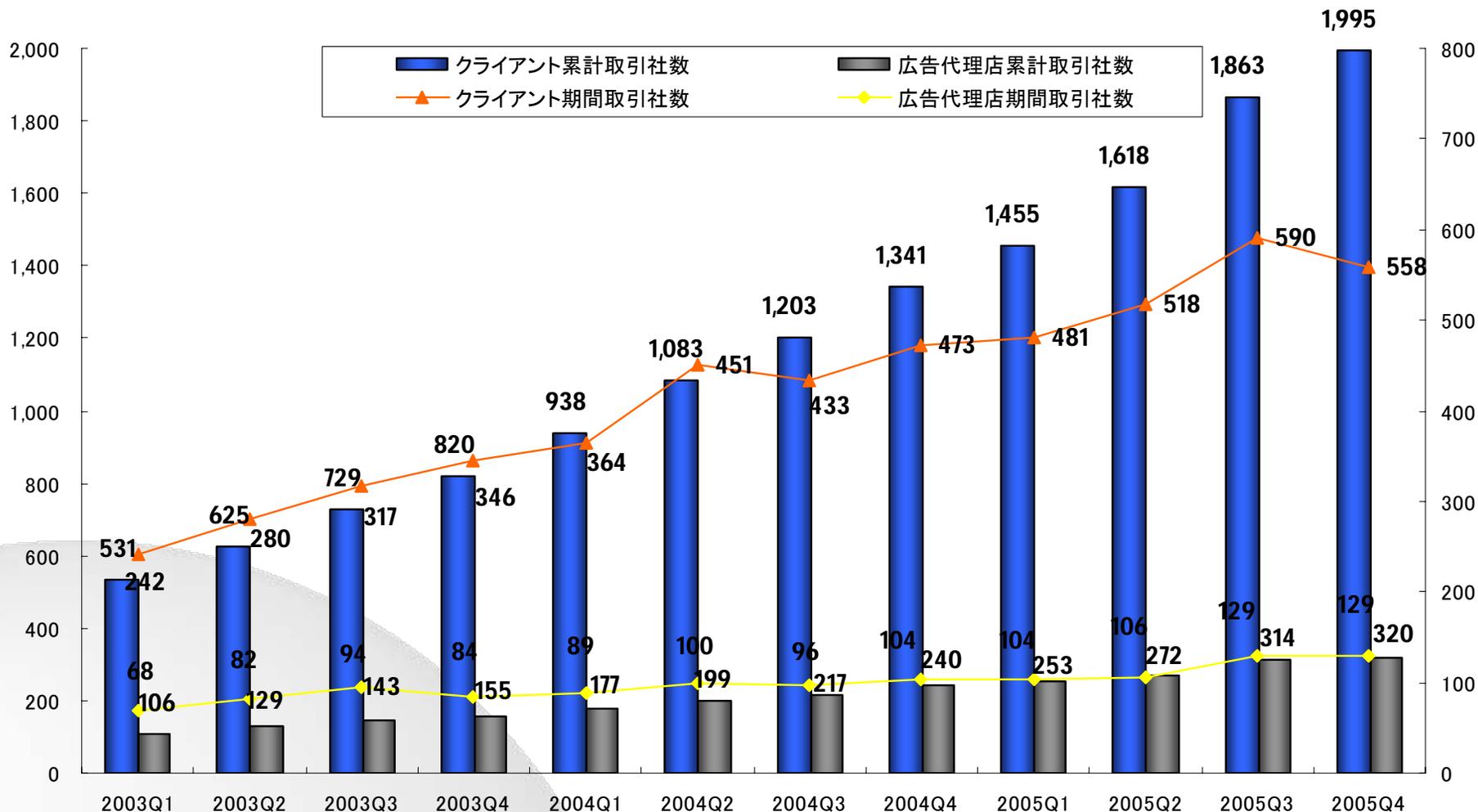


※UUあたりQ売上、PVあたりQ売上の算出にあたっての母数となるUU、PVはQの月間平均を使用しております。

クライアント（広告主）および広告代理店との取引を継続的に拡大

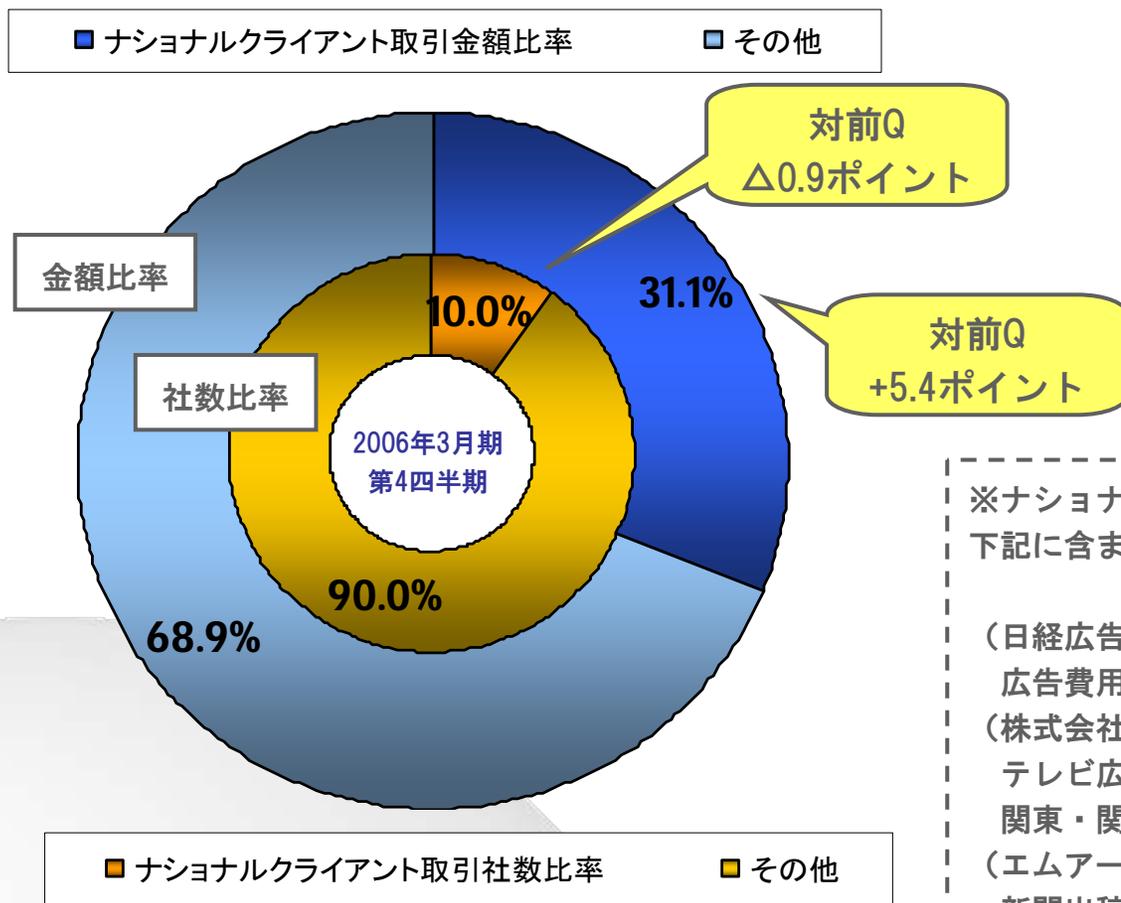
（累計社数：社）

（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。

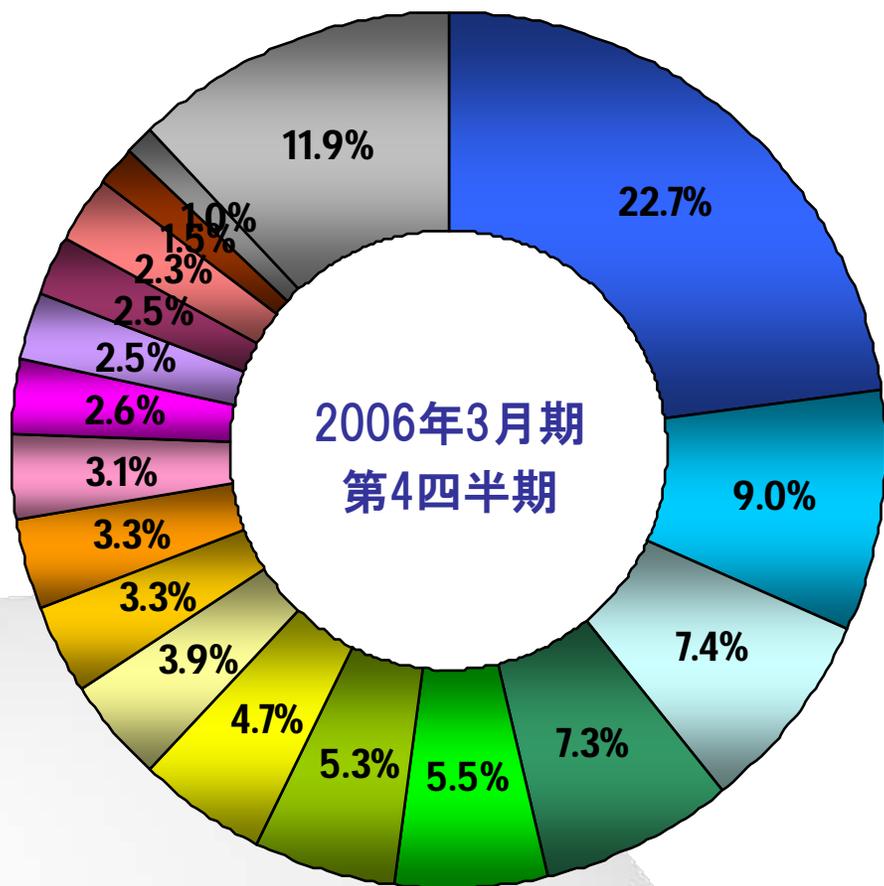
第4四半期における広告事業の取引において、取引金額では31.1%、取引社数では10.0%が大手ナショナルクライアントとの取引



※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)

当社メディアの特長を活かし、嗜好性の高い業種から高い比率の売上高を獲得
 交通・レジャー、自動車、デジタル家電などの業種比率が向上



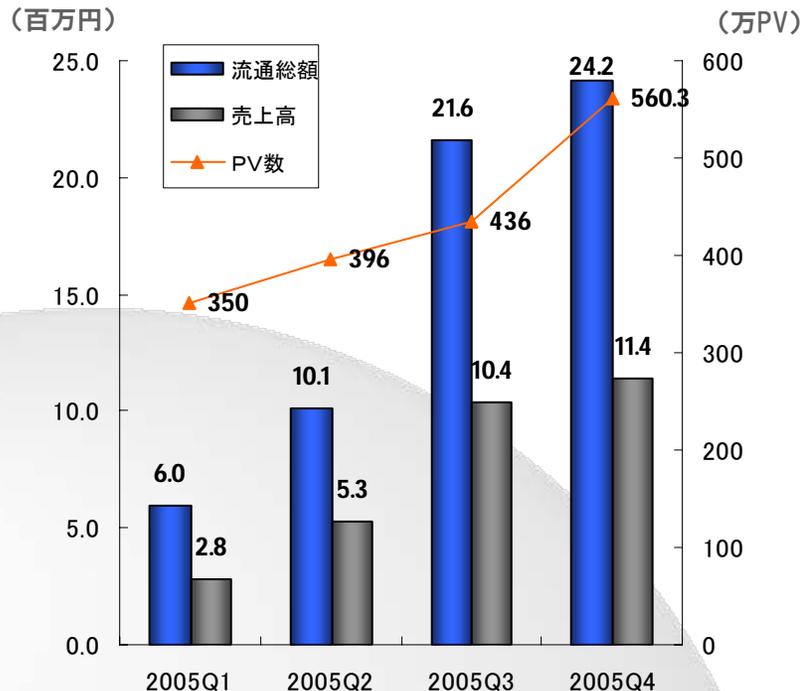
業種名	比率
不動産・建設・住宅設備	22.7%
金融・保険・証券	9.0%
交通・レジャー	7.4%
インターネット情報サイト・メールサービス	7.3%
自動車・関連品(輸送用機器)	5.5%
百貨店・商店・商社	5.3%
出版	4.7%
食品	3.9%
化粧品・トイレットリー	3.3%
コンピュータ・コンピュータ関連・事務機器	3.3%
各種教育サービス・大学等	3.1%
電気製品	2.6%
各種人材サービス	2.5%
通信サービス	2.5%
飲料・嗜好品	2.3%
情報処理サービス・ソフト	1.5%
官公庁・団体	1.0%
その他	11.9%

- ・ スタイルストア事業は、ショッピング領域における高収益モデルという独自事業構造を確立すべく、着実に推進
- ・ プロファイル事業は、住宅に続く新領域として、マネー領域をオープンし、着実に出展専門家数を増加

ショッピング領域における高収益モデルの確立に向けて着実に進捗 更に、こだわり商品の品揃えを強化し、5月リニューアル予定

□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

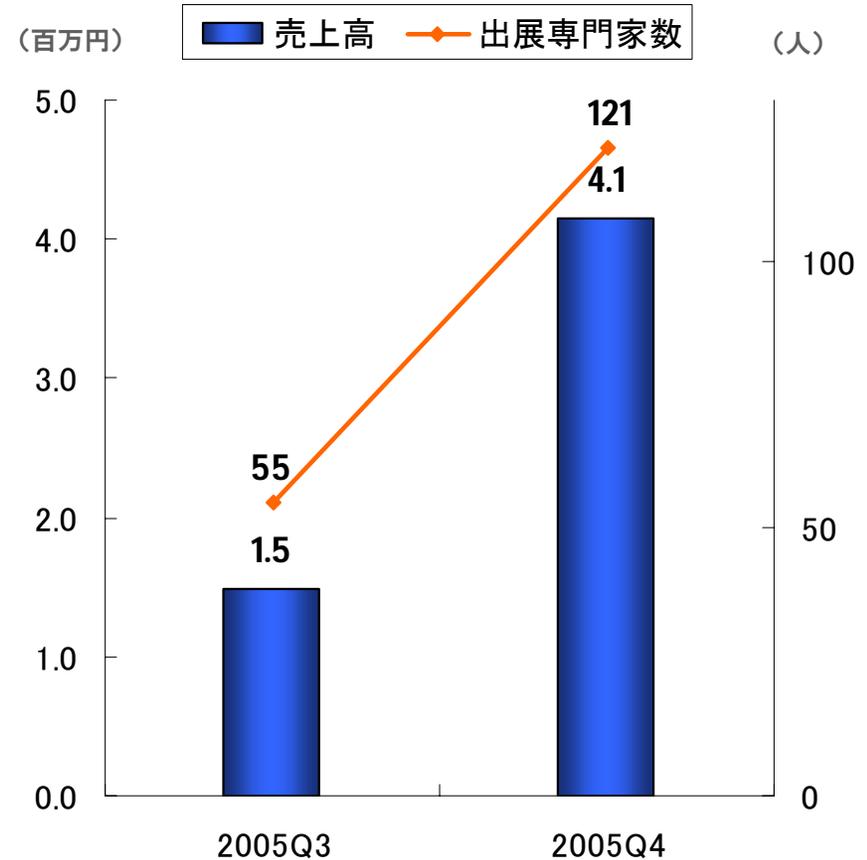


【3月概数データ】

- 品揃え（商品管理単位数） 2,000sku
- スタイリスト数 37名
- 取引販売会社数 98社
- 集客数（UU数） 330,000uu
- 会員数 21,000人
- 受注単価 8,500円

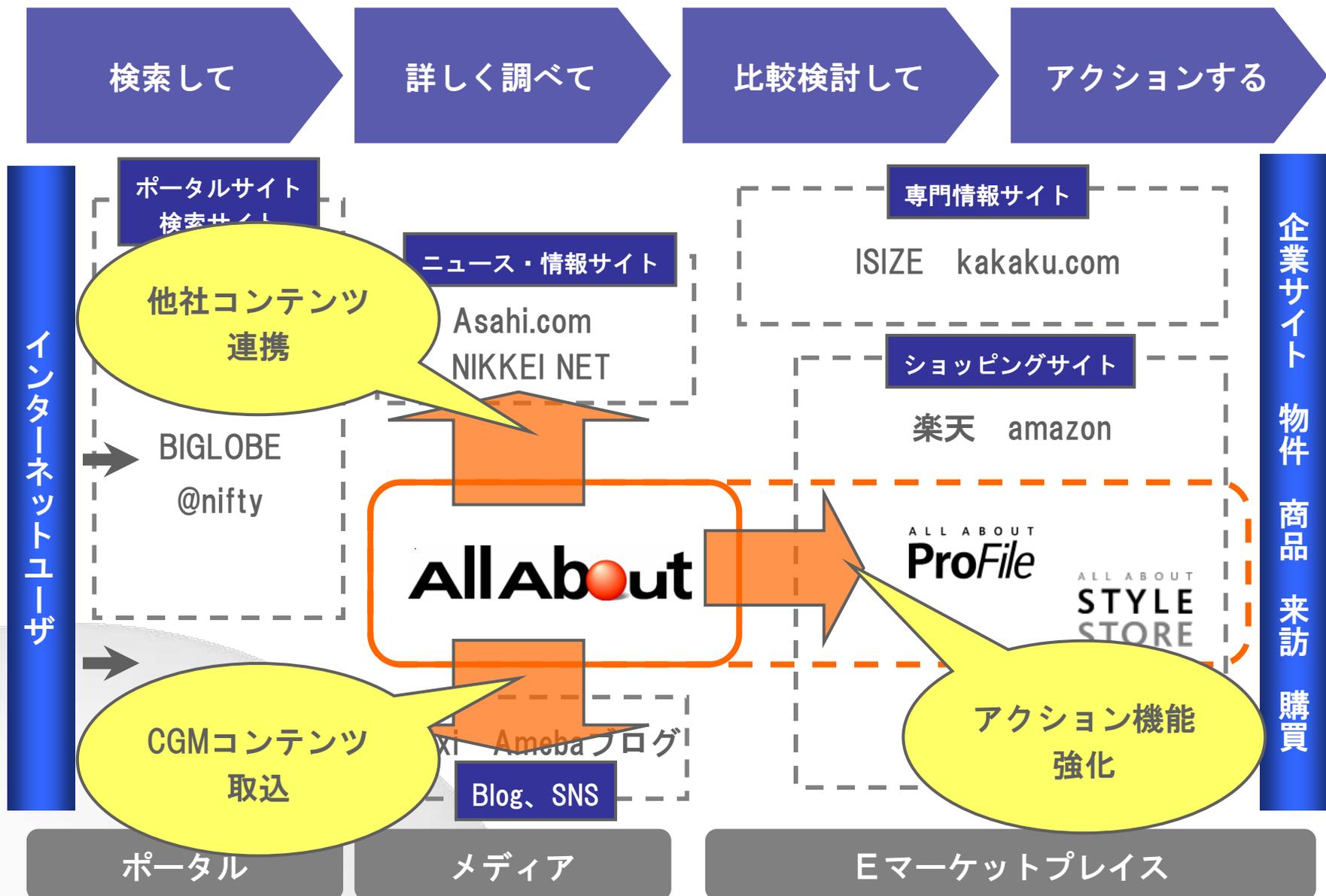
※上記数値は当社集計による概数になります。

平成17年11月にスタートした専門家マッチング事業であるプロファイル事業においては、住宅領域に続く新領域としてマネー領域をオープン



中長期に向けた施策および業績見通し

- ・ 情報環境、消費環境の変化により“こだわり消費”が本格化し、合わせて“こだわり消費”に対するインターネット広告、EC市場が拡大
- ・ インターネットビジネスにおけるポジションとして、ポータルプレイヤーだけでなく、ディステーションプレイヤーの優位性が高まる
- ・ “こだわり消費”に対して影響力を持つコンテンツや、そのコンテンツを自ら作る力や編集する力が重要に



こだわり消費に
おける
No.1メディアへ

①ターゲットカスタマー、テーマの拡大

- ・ コアターゲットに加え、戦略ターゲットとして団塊世代、団塊Jr世代を追加
- ・ ガイドサイトの増加によるテーマ拡大
- ・ 出産育児、家事、健康、金融への領域拡大

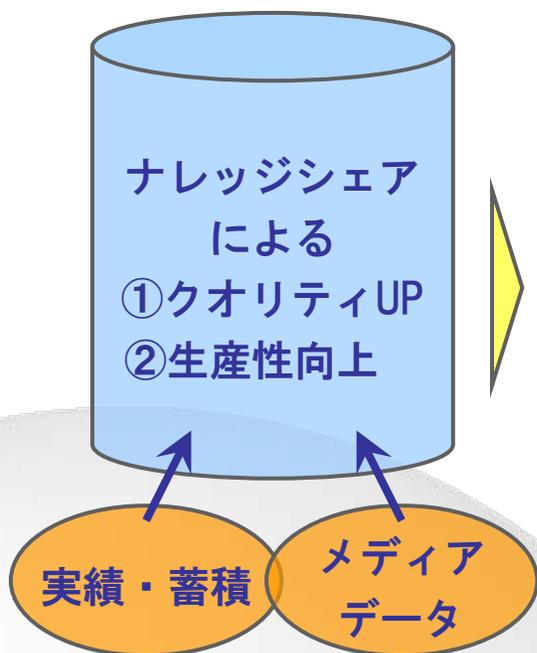
②メディアの強化

- ・ ネットワークする専門家5,000人へ
- ・ 外部コンテンツ活用を含めた、コンテンツ生成手法の拡大（エントリーマネジメント）
- ・ 他社メディアとの連携

③ワンストップ化

- ・ メディア全領域でのアクション機能の実装
- ・ All About共通IDの実装

編集型広告に注力し、広告主にとって“こだわり消費”シーンにおける
定番広告媒体化する



<p>営業</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 広告代理店ネットワークを含めた、編集型広告販売強化 ・ 企画提案力の強化
<p>商品</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ メディア強化と一気通貫での商品強化により、対応できるクライアントの規模、業種を拡大 ・ 座布団型商品比率の向上
<p>制作</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 制作パートナーとの関係強化に生産能力強化 ・ 制作ナレッジ共有によるクオリティの向上

ショッピング領域

- ・プレミアムショップとしてのスタイルストア事業に加え、メディア全領域へのショッピング機能を拡充

専門家マッチング領域

- ・専門家による実現支援が有効な領域へ網羅的に対応を拡大し、プロフィール事業における出展専門家数2,000～3,000人に

新規領域

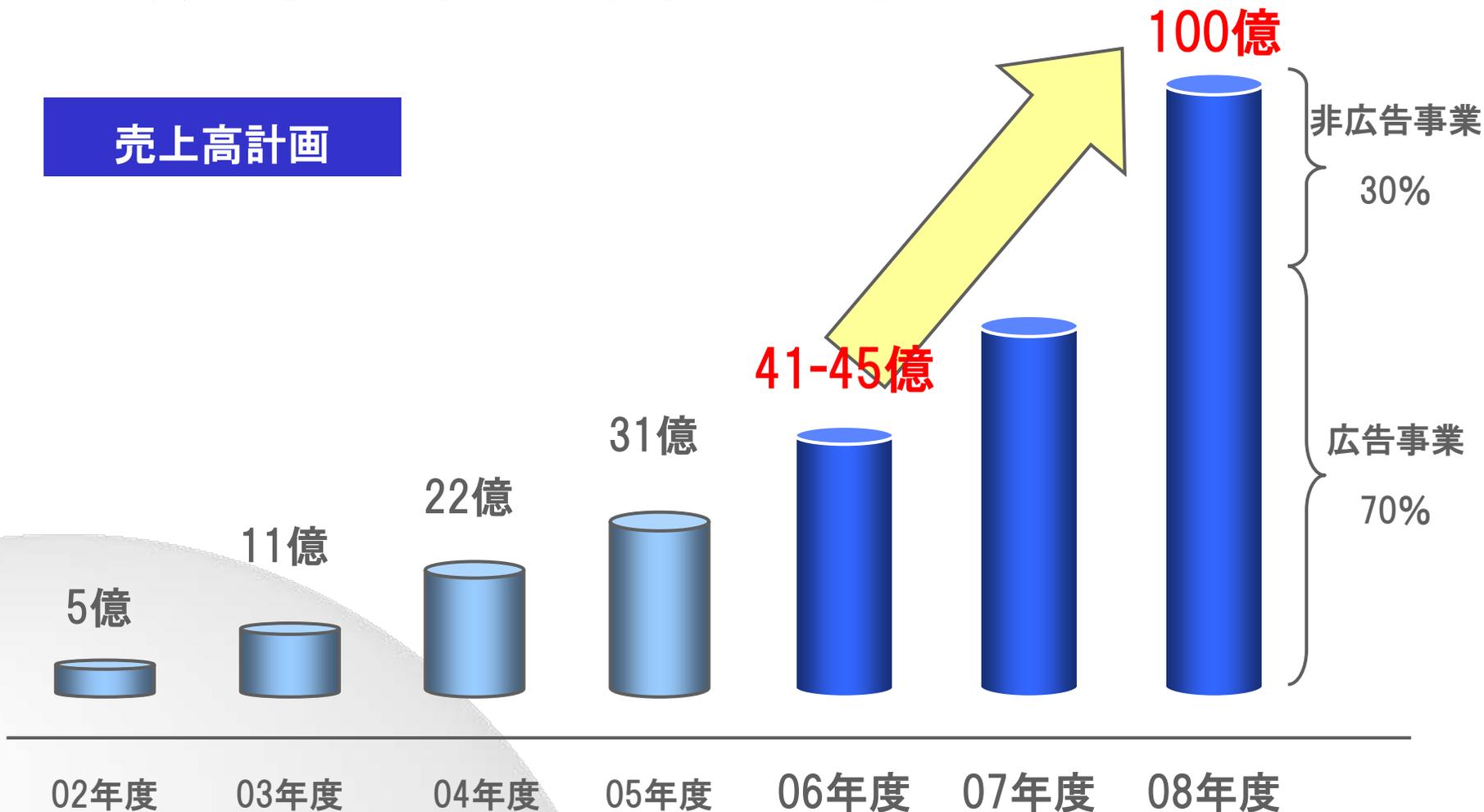
- ・住宅、金融、健康領域における“カスタマーエージェント型事業”の検討

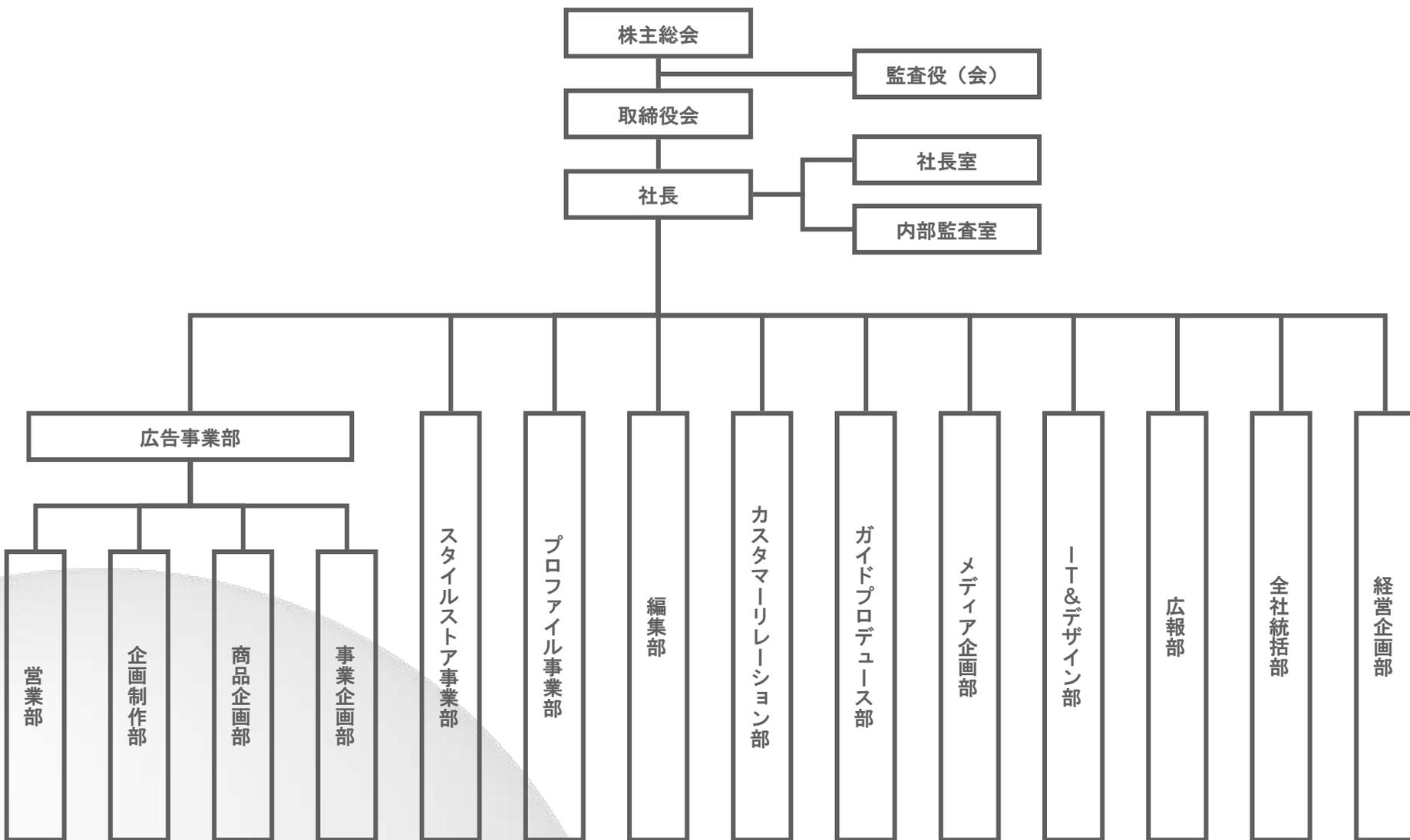
(単位：百万円)

	2005年度通期 (実績)	2006年度通期 (見通し)
売上高	3,123	4,100～4,500
営業利益	380	460～540
経常利益	355	460～540

当面は広告事業が収益の中心となり、引き続き成長投資を行いながら、
2008年度 売上100億円、営業利益率20%を目指す

売上高計画





個人を豊かに、社会を元気に。

AllAbout