

株式会社オールアバウト
2007年3月期（2006年度）第1四半期
決算説明会

2006年7月21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。

中期計画の初年度として、こだわり消費No.1メディアおよび2008年度売上高100億の達成へ向けて、礎となる先行投資を積極的に行っていく

2006年度

先行投資の拡大

既存事業強化・新規事業
のための投資

メディア強化のための投資

人員およびシステム投資

2008年度

中期計画の達成

売上高100億
営業利益20億

こだわり消費
No. 1メディア

中長期戦略	当四半期の取り組み
【メディア】 ・ターゲットユーザ、テーマ拡大 ・専門家ネットワーク5,000名へ ・ワンストップ化へ	・ガイドサイトテーマ449に拡大 ・プロフィール出展者200名 ・つくり手54名
【ビジネス】 ・編集型広告の定番メディアへ ・スタイルストア事業の収益化 ・プロフィール出展者数拡大 ・金融、健康など新規事業検討	・編集型広告比率60.1% ・スタイルストア商品数拡充 ・テレウェイブ社との業務提携 ・新規事業、新規メディアを検討
【人材・IT】 ・業容拡大にむけた人員増強 ・システム開発力強化	・社員24名増、オフィス拡張 ・ワイズノット社へ出資

2007年3月期 第1四半期
決算ハイライト

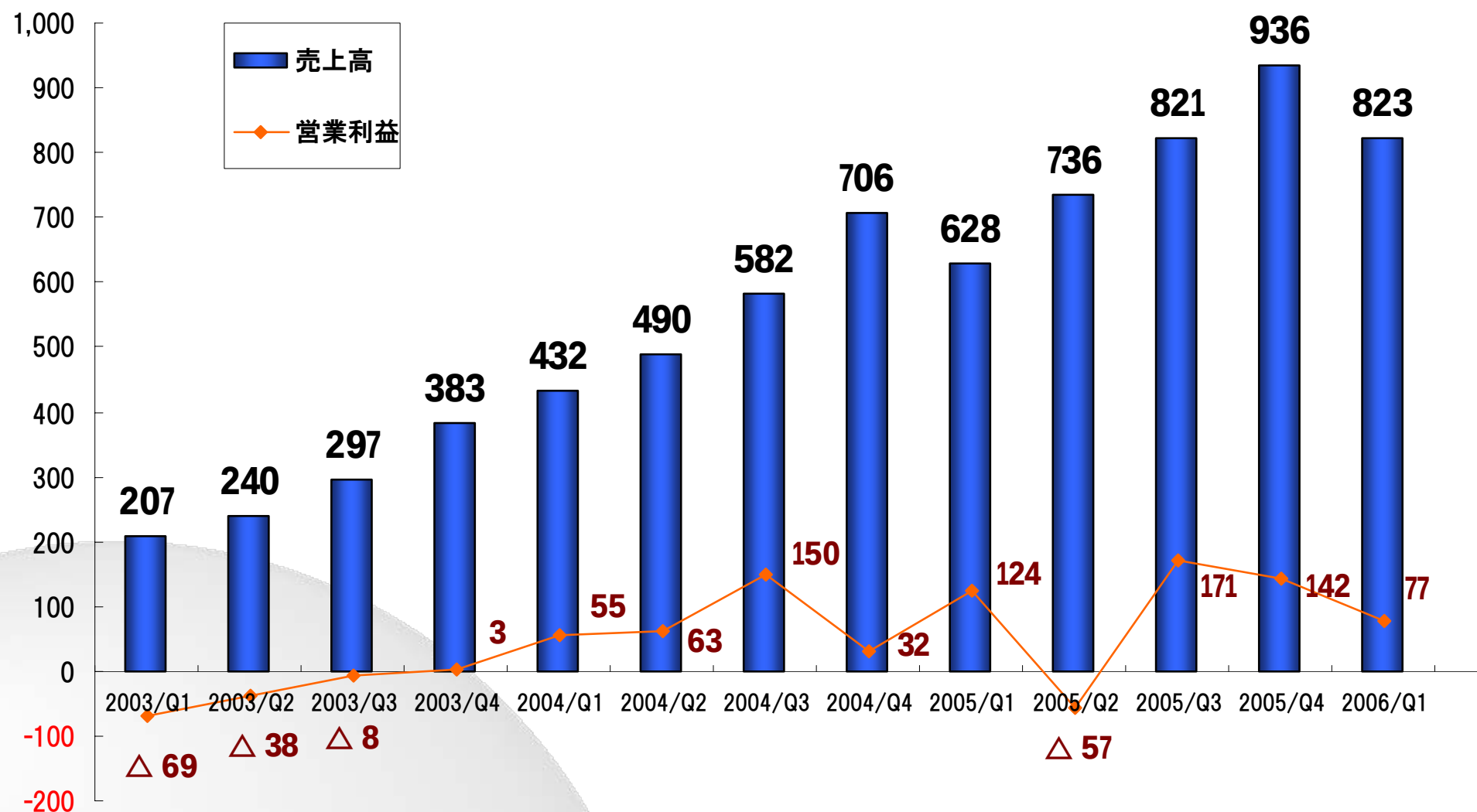
- ・ 売上高は、823百万円（対前年同期比131.0%）
- ・ 営業利益は、将来の収益拡大へ向けての先行投資の増加ならびに、新規事業投資を継続し、77百万円（対前年同期比61.9%）
- ・ 固定費については、業容の拡大に向けた人員増とそれに伴うオフィス拡張、メディアにおけるガイドの拡充などの投資を先行させているため増加

- ・ 売上高は823百万円（対前年同期比131.0%）、営業利益は、先行投資を負担し、77百万円となった
- ・ 原価率は注力商品である編集型広告のシェア拡大及び新商品展開により上昇
- ・ 本社移転に伴う特別損失の計上、繰延税金資産の減少により純利益は24百万円

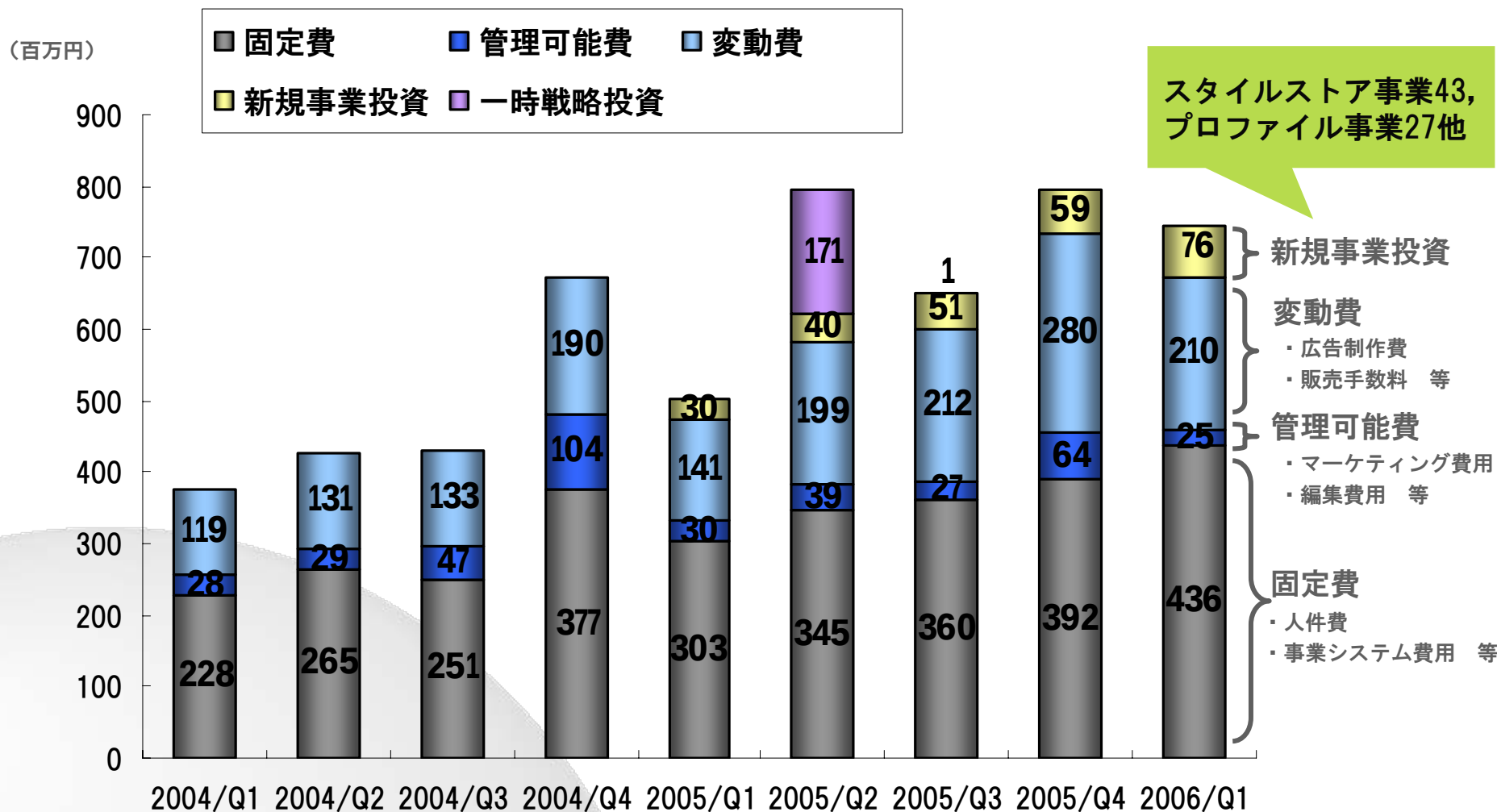
（単位：百万円）

	2006Q1	2005Q1	増減率
売上高	823	628	31.0%
売上原価	56	28	100.0%
売上総利益	767	600	27.7%
販売費及び一般管理費	689	475	45.0%
営業利益	77	124	△38.1%
経常利益	77	123	△37.5%
純利益	24	123	△80.0%

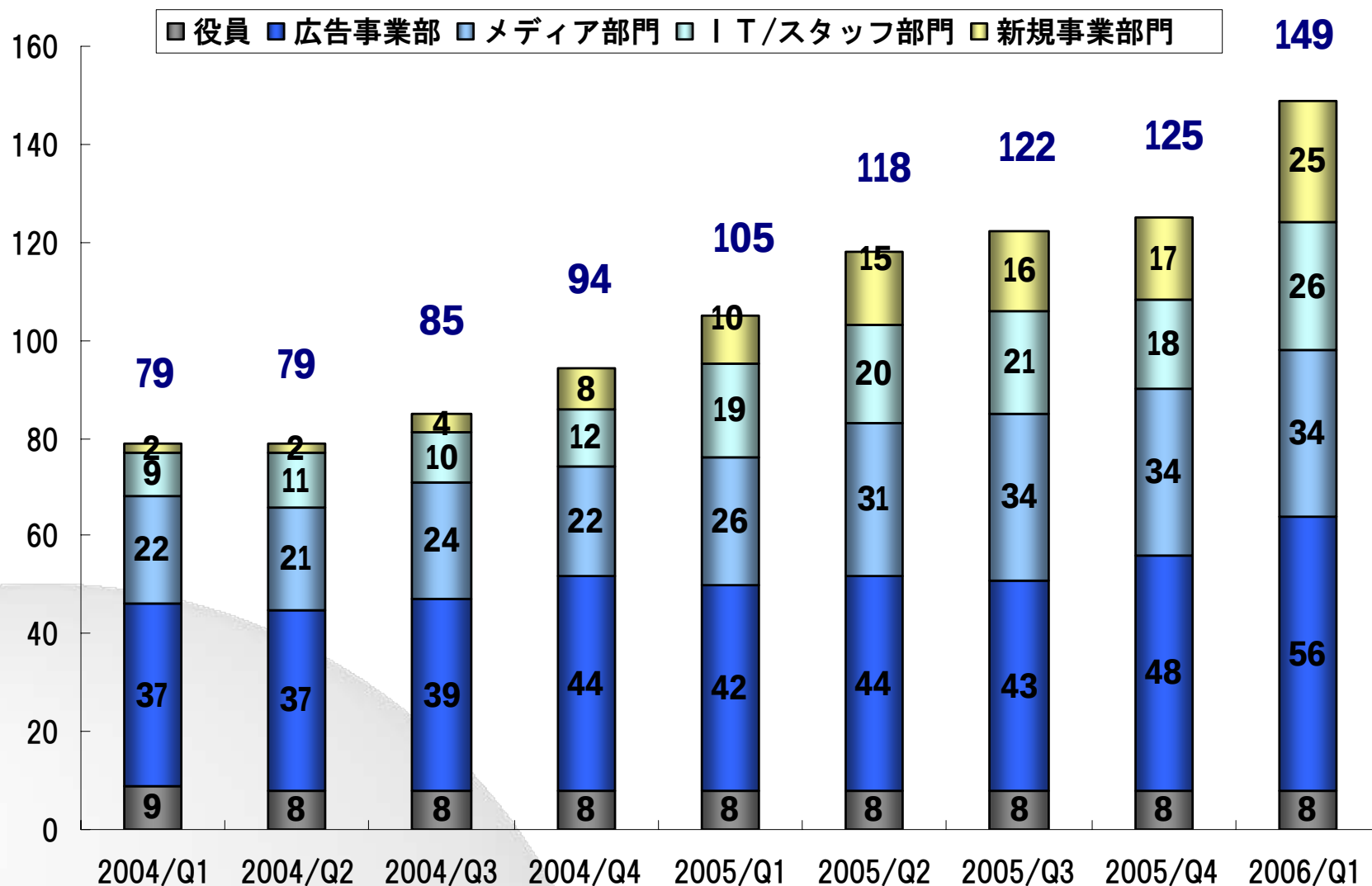
	2006Q1	2005Q1	増減ポイント
原価率	6.8%	4.5%	+2.4
営業利益率	9.4%	19.9%	△10.5



人員の拡大とそれに伴うオフィス投資に加え、メディアの中心となるガイドの増強により、固定費の負担が増加。新規事業への投資も継続



初の新卒社員9名の採用など、業容の拡大に向けて人員を増強



(単位：百万円)

	2006年6月末	2006年3月末	差異	主な増減内容
(資産の部)				
流動資産	3,476	3,650	△174	現預金△95、売掛金△68
固定資産	473	400	73	投資有価証券+30、建物付属設備+32
資産合計	3,949	4,050	△101	
				IT開発力強化 狙いワイズノッ ト社へ出資 オフィス移転
(負債の部)				
流動負債	338	489	△150	未払金△75、未払費用△44、賞与引当金△34
固定負債	—	—	—	
負債合計	338	489	△150	
(純資産の部)				
資本金	1,122	1,110	12	
資本剰余金	1,777	1,765	12	
利益剰余金	710	685	24	
純資産合計	3,611	3,561	49	

(単位：百万円)

2006年4～6月

営業活動によるキャッシュ・フロー	51
税引前純利益	41
減価償却費	23
賞与引当金の減少額	△34
売上債権の減少額	68
未払費用の減少額	△44
その他	△3
投資活動によるキャッシュ・フロー	△171
有形固定資産の取得による支出	△122
無形固定資産の取得による支出	△18
その他	△30
財務活動によるキャッシュ・フロー	24
現金及び現金同等物の増減額	△95
現金及び現金同等物の期末残高	3,063

サーバ増設および新オフィス
移転

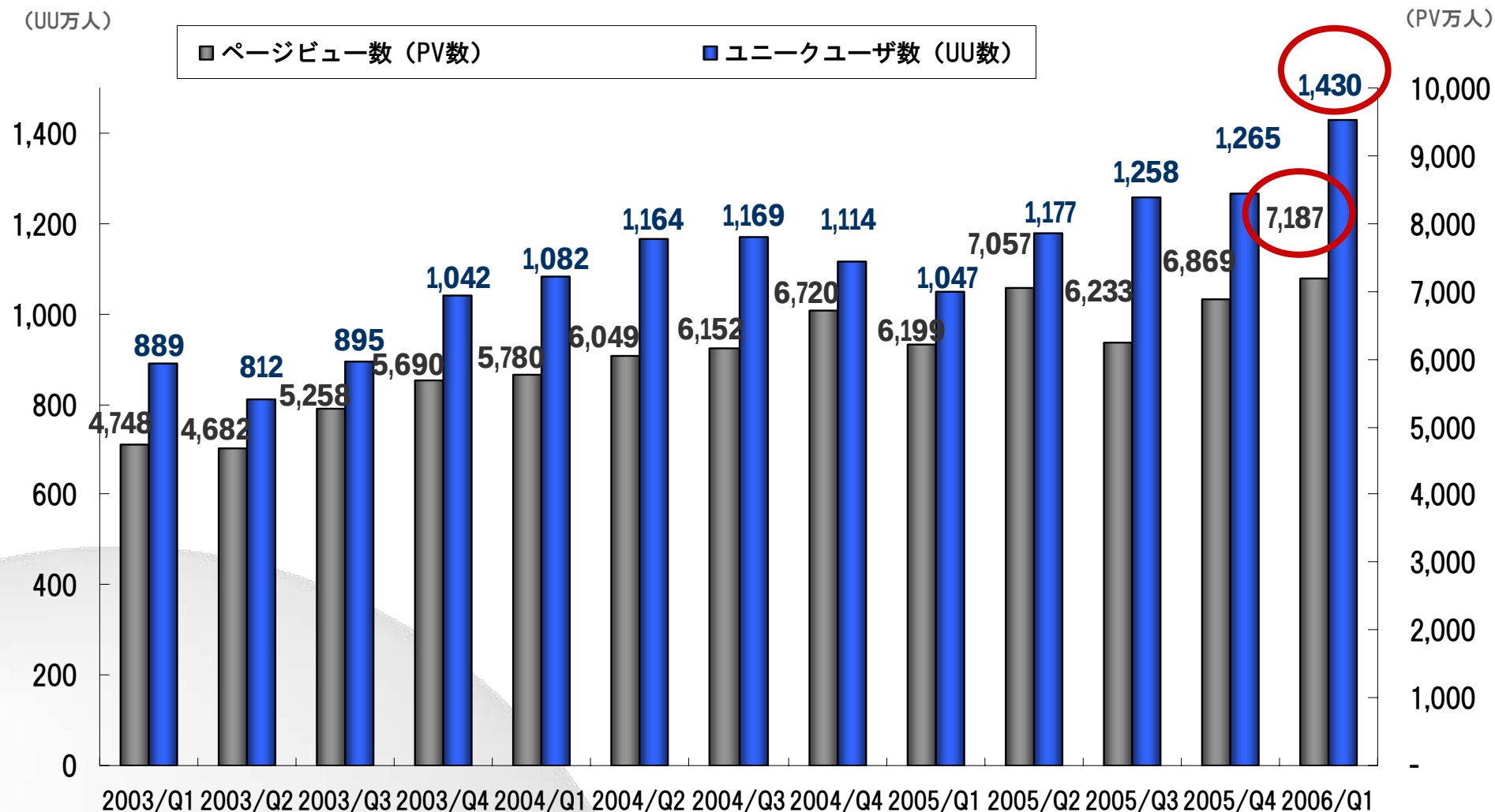
ワイズノット社へ出資

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.新規事業

- ・ 月間ユニークユーザ数、ページビュー（PV）数とも順調な伸びをみせ
5月の月間PVは過去最高となる7,500万を記録。
- ・ メディア強化に向け、提供コンテンツのテーマ数を拡大。分野を17
から21へ細分化し、ガイド人数は38人増加の421人（ガイドサイト
数449）に

月間ユニークユーザ数、ページビュー数とも順調に増加

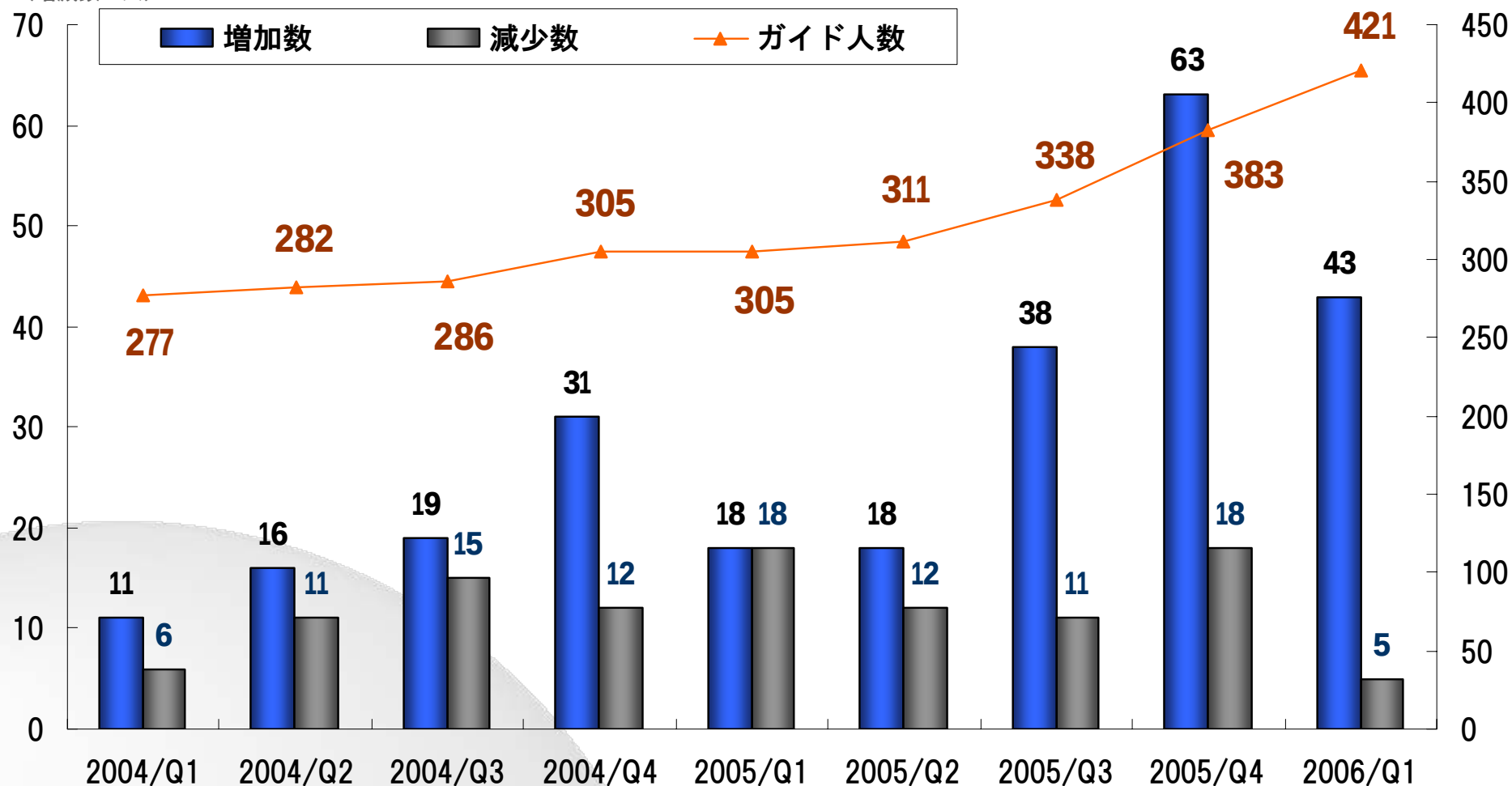


※上記アクセス数については、各四半期最終月の月間数値を使用しております

引き続きメディアのテーマ数を拡大し、ガイド人数は38名増加の421名（ガイドサイト数449サイト）

（ガイド人数：人）

（増減数：人）

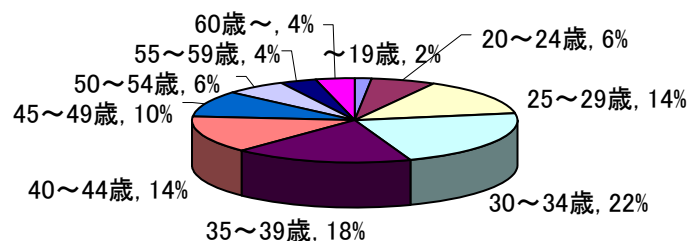


※ガイド人数は、All About上に掲載されているガイドサイト数とは差異があります

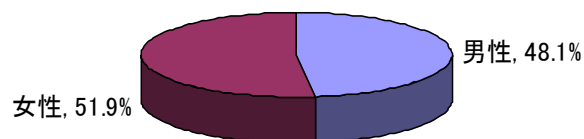
50-60代の利用増加により、平均年齢が前年比約1.7歳上昇

※2006年4月～2006年6月 All About 調査

【年齢】 平均年齢：約37.6歳

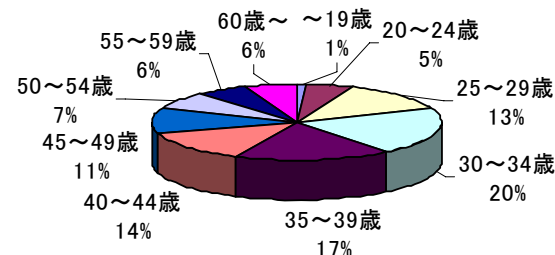


【男女比】 男48.1%、女51.9%

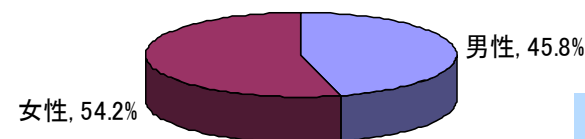


2005

【年齢】 平均年齢：約39.3歳

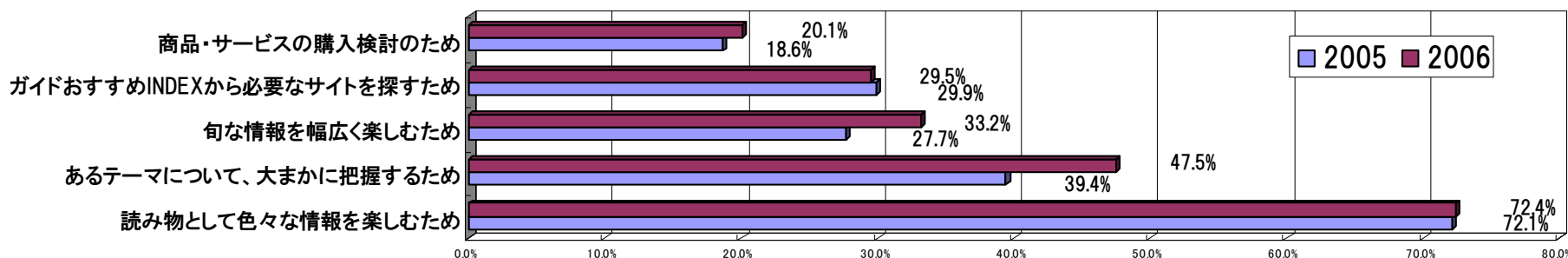


【男女比】 男45.8%、女54.2%



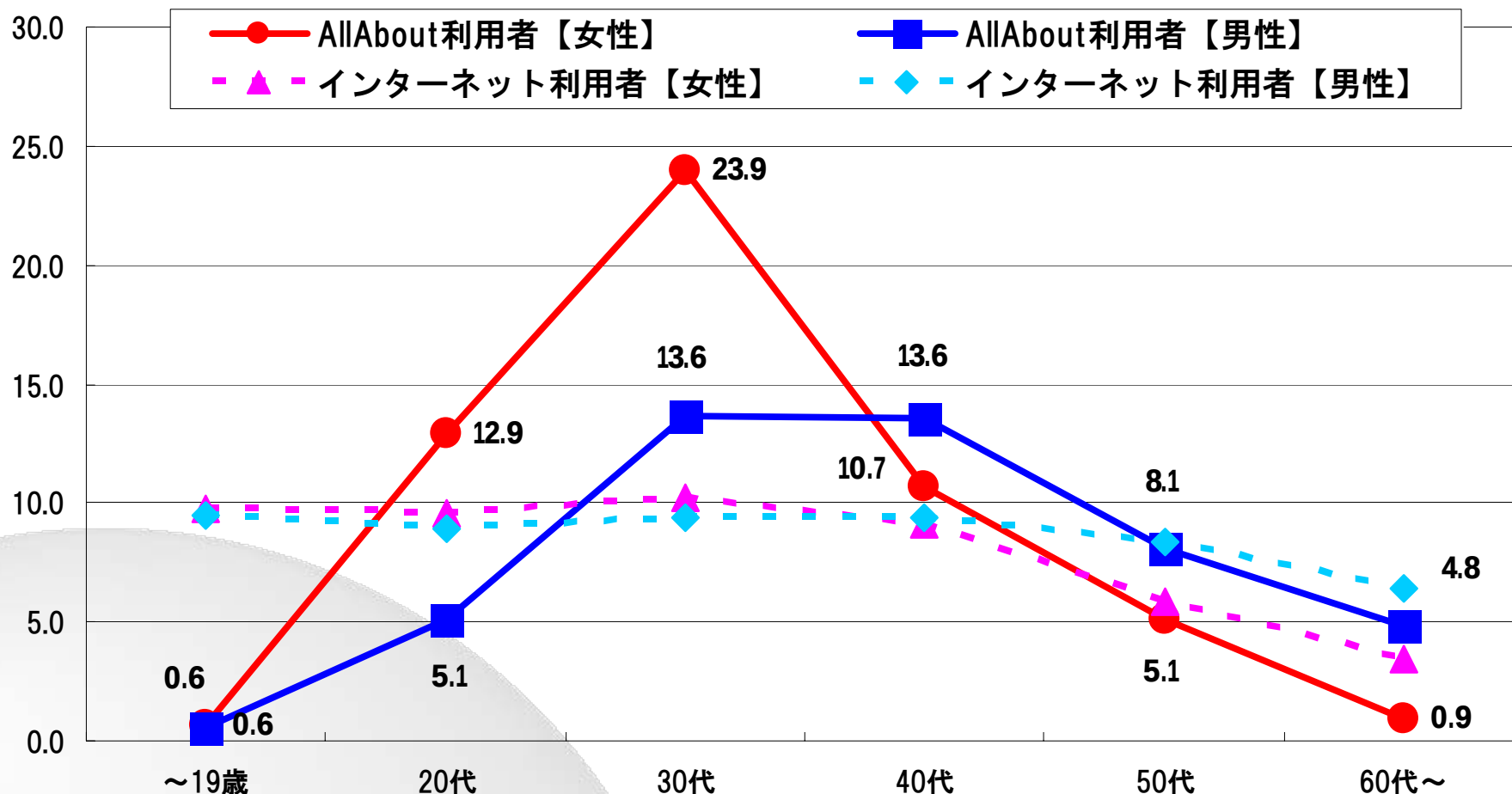
2006

【利用目的】



一般的なネットユーザーと比べて、30代女性の比率の高さが顕著

■利用者の性別年代別構成比

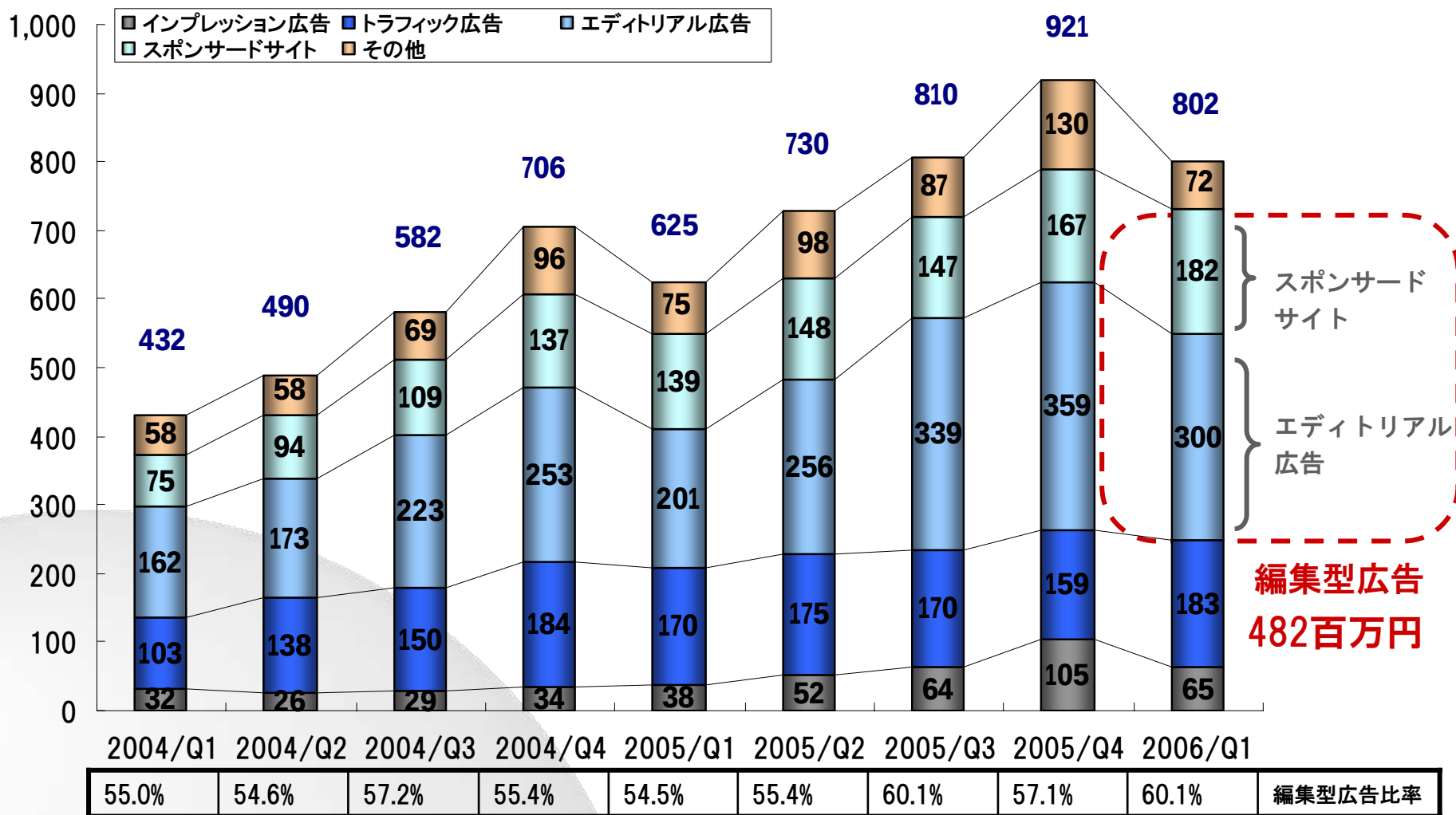


※インターネット利用者の構成比は「インターネット白書2006 ネット利用者の性別構成比」から抜粋

- 広告事業の売上高は802百万円（前年同期比128.2%）
- 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）の売上は482百万円となり、全体に占める比率は60%超へ上昇
- 座布団型商品の拡充に努め、スポンサードサイトの掲載本数は前四半期に続き過去最高を更新

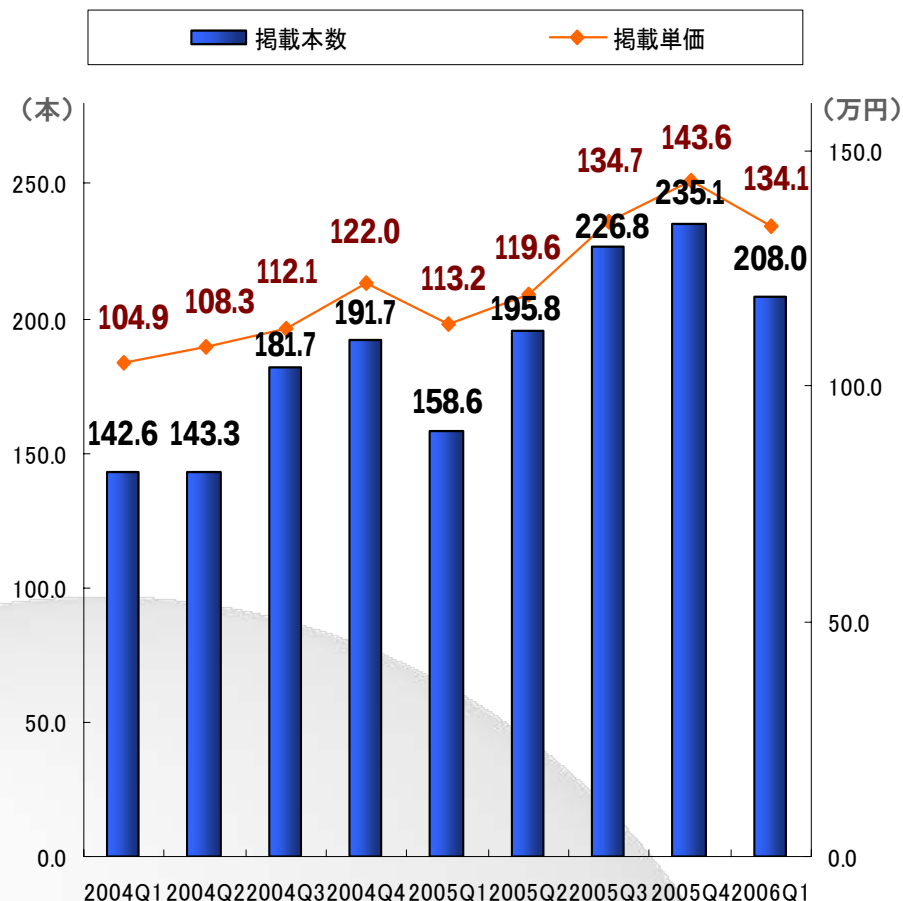
第1四半期の広告事業売上高は802百万円。注力商品である編集型広告の比率が60.1%まで高まる

(百万円)

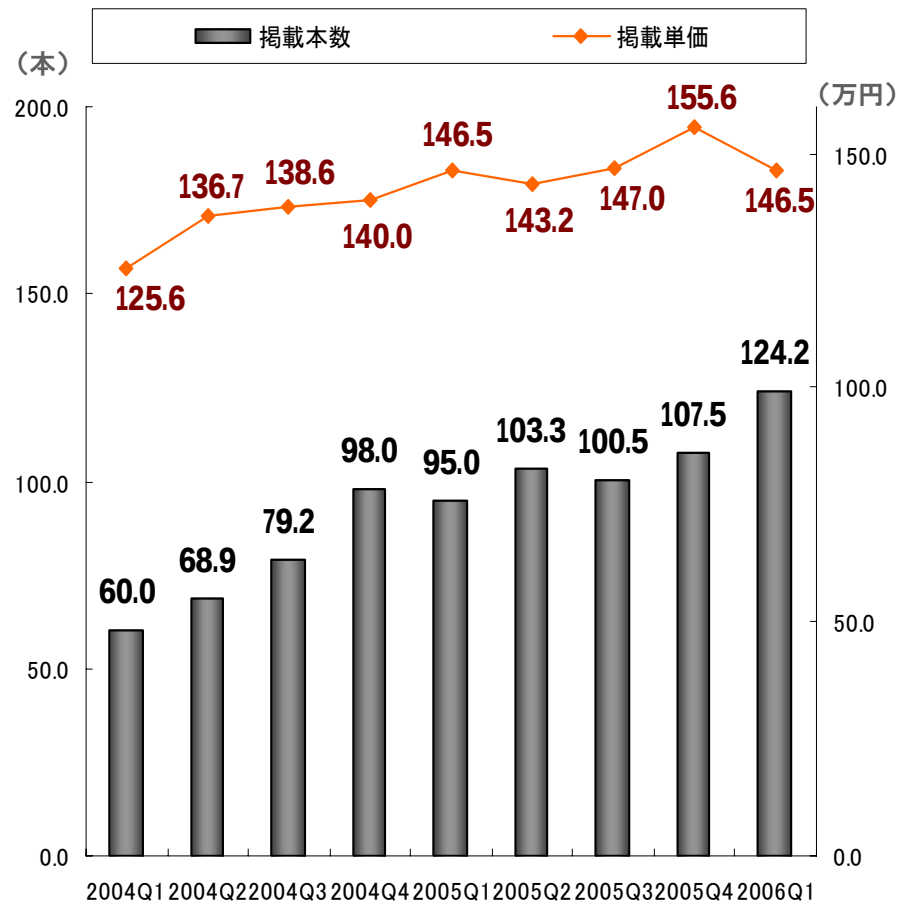


注力している編集型広告については、エディトリアル広告および、座布団型商品であるスポンサードサイトとも着実に本数を増加。

エディトリアル広告



スポンサードサイト



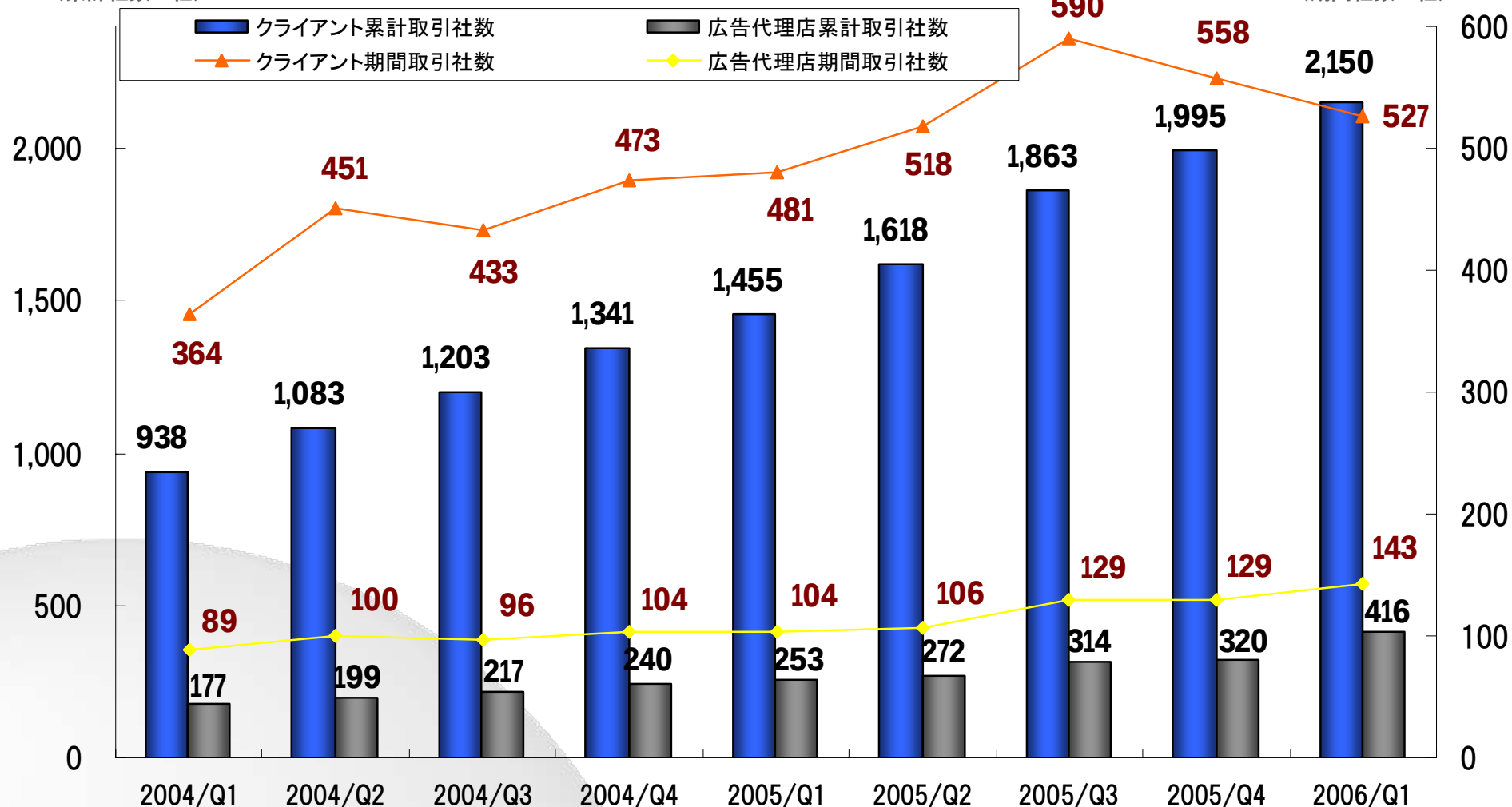
※エディトリアル広告の本数には、主要商品である、タイアップ広告・マガジン広告・ブランドサイトの販売本数を含んでいます。

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）および広告代理店との取引を継続的に拡大

（累計社数：社）

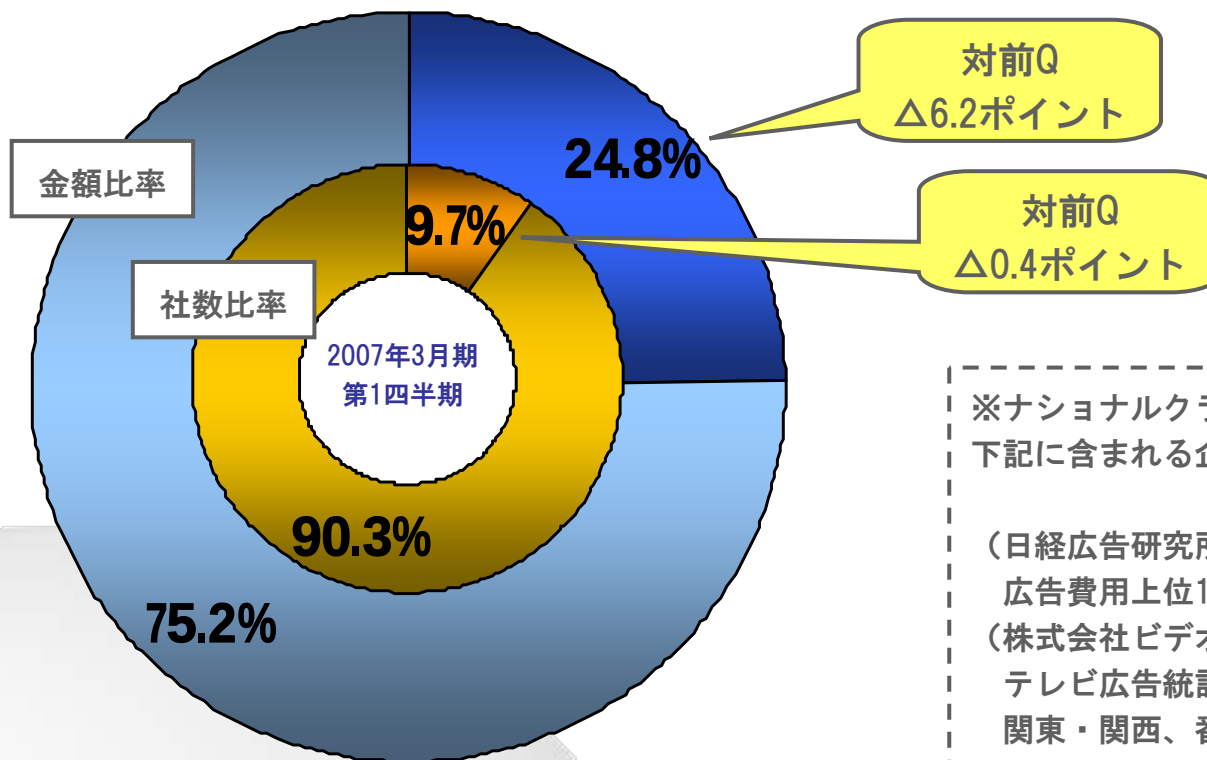
（期間社数：社）



※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1四半期における広告事業の取引において、取引金額では24.8%、取引社数では9.7%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取引金額比率 □ その他

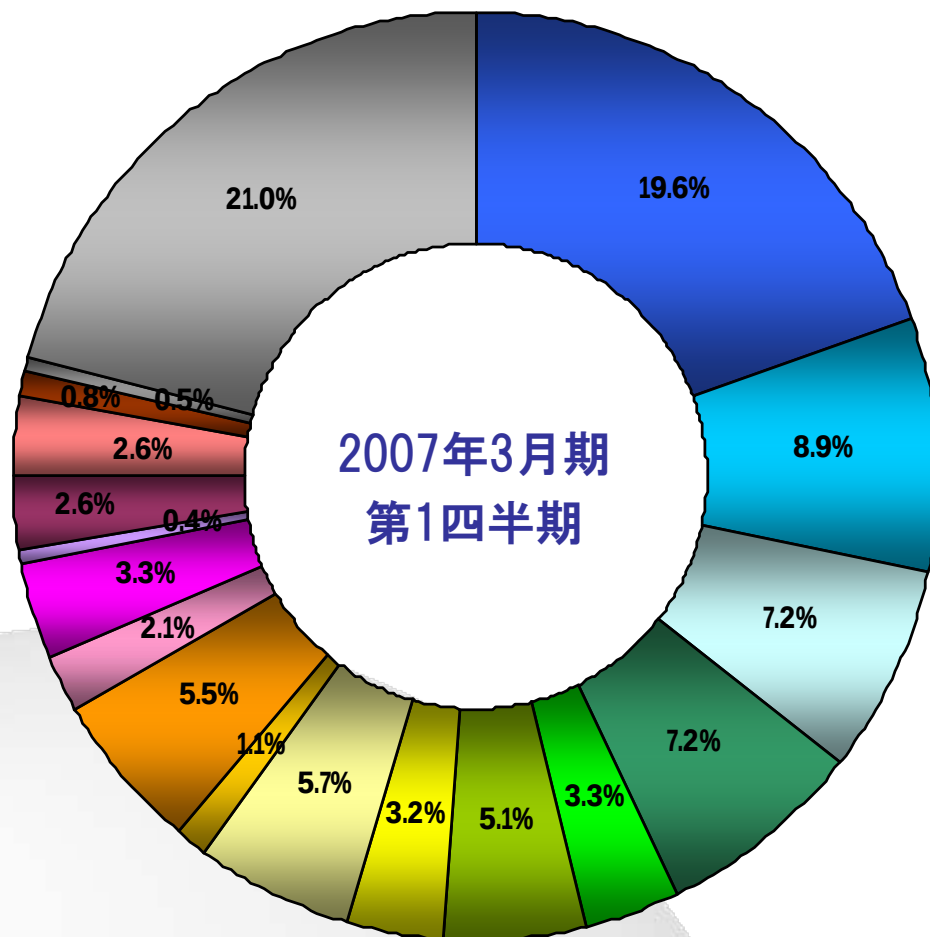


■ ナショナルクライアント取引社数比率 ■ その他

※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)

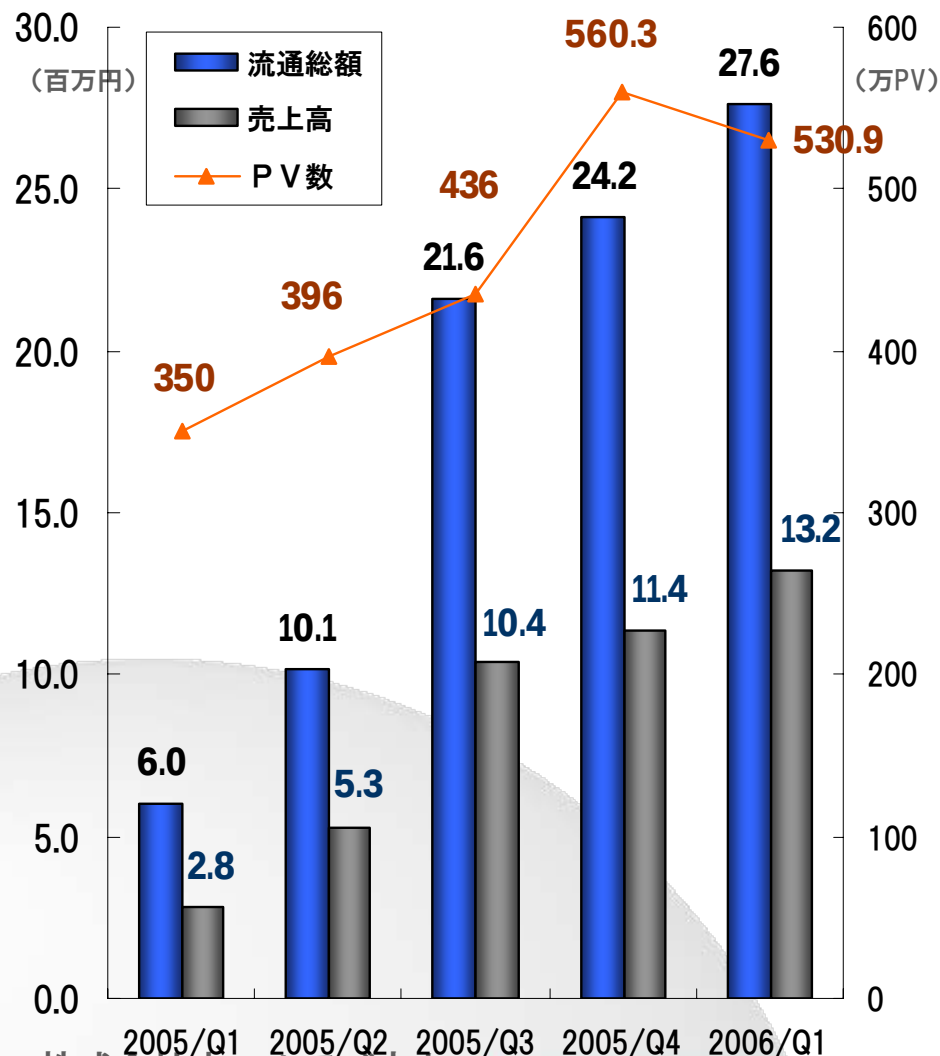
幅広い業種からの売上高を獲得。化粧品・トイレタリーなどの日用品や、食品の業種比率が向上



業種名	比率
不動産・建設・住宅設備	19.6%
金融・保険・証券	8.9%
交通・レジャー	7.2%
インターネット情報サイト・メールサービス	7.2%
自動車・関連品(輸送用機器)	3.3%
百貨店・商店・商社	5.1%
出版	3.2%
食品	5.7%
コンピュータ・コンピュータ関連・事務機器	1.1%
化粧品・トイレタリー	5.5%
各種教育サービス・大学等	2.1%
電気製品	3.3%
各種人材サービス	0.4%
通信サービス	2.6%
飲料・嗜好品	2.6%
情報処理サービス・ソフト	0.8%
官公庁・団体	0.5%
その他	21.0%

- ・ スタイルストア事業では、こだわりの商品が自律的に集まる仕組みを導入し、当社でしか取り扱わない商品の品揃えを強化
- ・ プロファイル事業は、着実に出展専門家数を拡大し、6月末で200名に到達

事業開始1周年を迎え、リニューアルを実施。こだわり商品の品揃えを強化するために「つくり手ブログ」を導入。品揃えを順調に拡大し、売上も増加



■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ルティの醸成
- ③ 集客したカスタマーの購買喚起

【6月概数データ】

- ・ 品揃え（商品管理単位数） 2,550sku
- ・ つくり手数 54名(265sku)
- ・ 取引販売会社数 150社
- ・ 集客数（UU数） 350,000uu
- ・ 会員数 24,000人
- ・ 受注単価 7,800円

※上記数値は当社集計による概数になります。

ものづくりの専門家である職人やクリエイター等の「つくり手」をネットワークし、ブログを活用しながら、ここでしか買えない商品を自律的に集める仕組みを構築。

カスタマー

こだわり商品
発見、購買

－つくり手モール－

日本や世界の“つくり手”達が、こだわりめて作った品々をご紹介します。「こ
だ世に出回っていない新しい
が、必ずここに 있습니다。あ
見つけてください。

つくり手商品 ～今週のハイ

夏のお出かけの相棒



－つくり手ブロッグ－

つくり手が商品にまつわるストーリーを愛情こめて語る、それが「つくり手ブログ」。商品の誕生秘話や、製作過程、本人だからわかるポイントなど、つくり手自らが綴っていく場です。ここから、あなたのお気に入りのつくり手を探してください。



今週のつくり手 Close Up



注目の若手家具作家！松岡 茂樹

つくり手

<家具>

松岡 茂樹

まつおか しげき

【展開ブランド】

デザインワークス コマ

木工家具作家。最高のデザインと技術を集約し、アート色、工芸的要素を持つ作品を生み出すべく、企画/製造までを自らで担当。

【2005/05/25 Mon.】

5/24開始

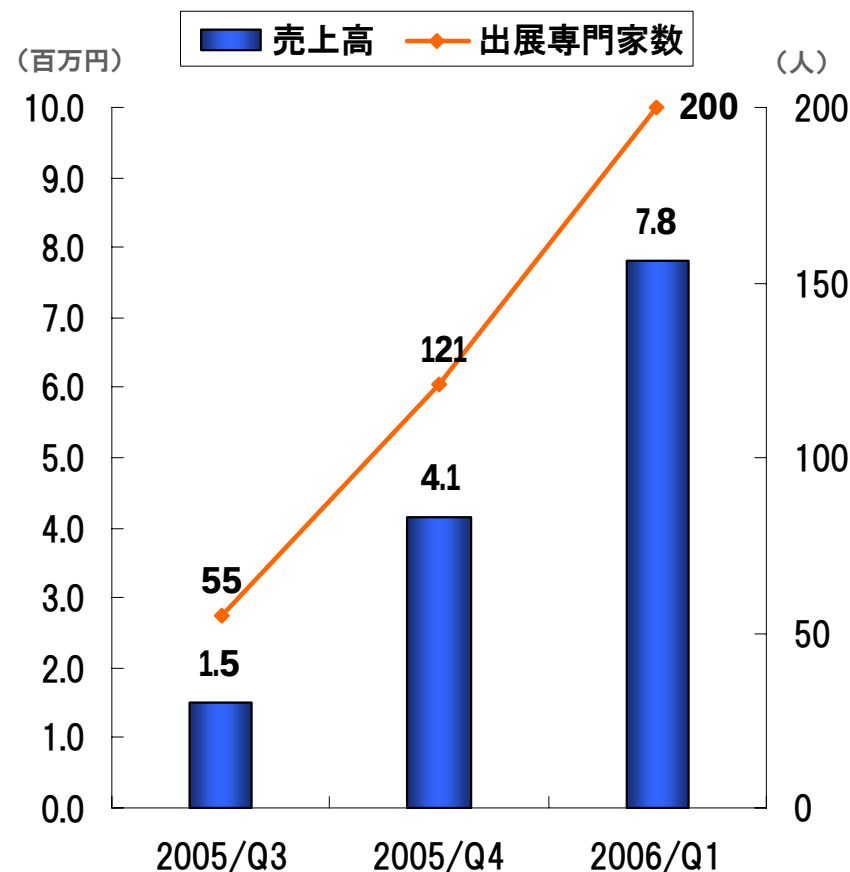
つくり手

販売機会
自己PR機会

オリジナル商品を拡充
つくり手を発掘、支援、ネットワーク化

- ・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ィール事業においては、専門家の出展数拡大に注力し、6月末で200名に到達
- ・3年後3,000人の出展を目指し、テレウェイヴ社と業務提携し、新規出展者開拓において、同社の営業力を活用

The image displays three overlapping screenshots of the AllAbout ProFile website. The top screenshot shows the main navigation bar with 'プロフィール' (Profile) and 'Home' buttons, and a search bar. Below it is a grid of many small profile photos. The middle screenshot shows a detailed profile for '大倉 修治' (Okura Shuji), a financial planner, with his photo, name, and contact information. The bottom screenshot shows a section titled '住宅の専門' (Residential Specialist) with text about home design and renovation services.



(単位：百万円)

	2006年3月期 (実績)	2007年3月期 (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

中長期に向けた取組み

企業理念

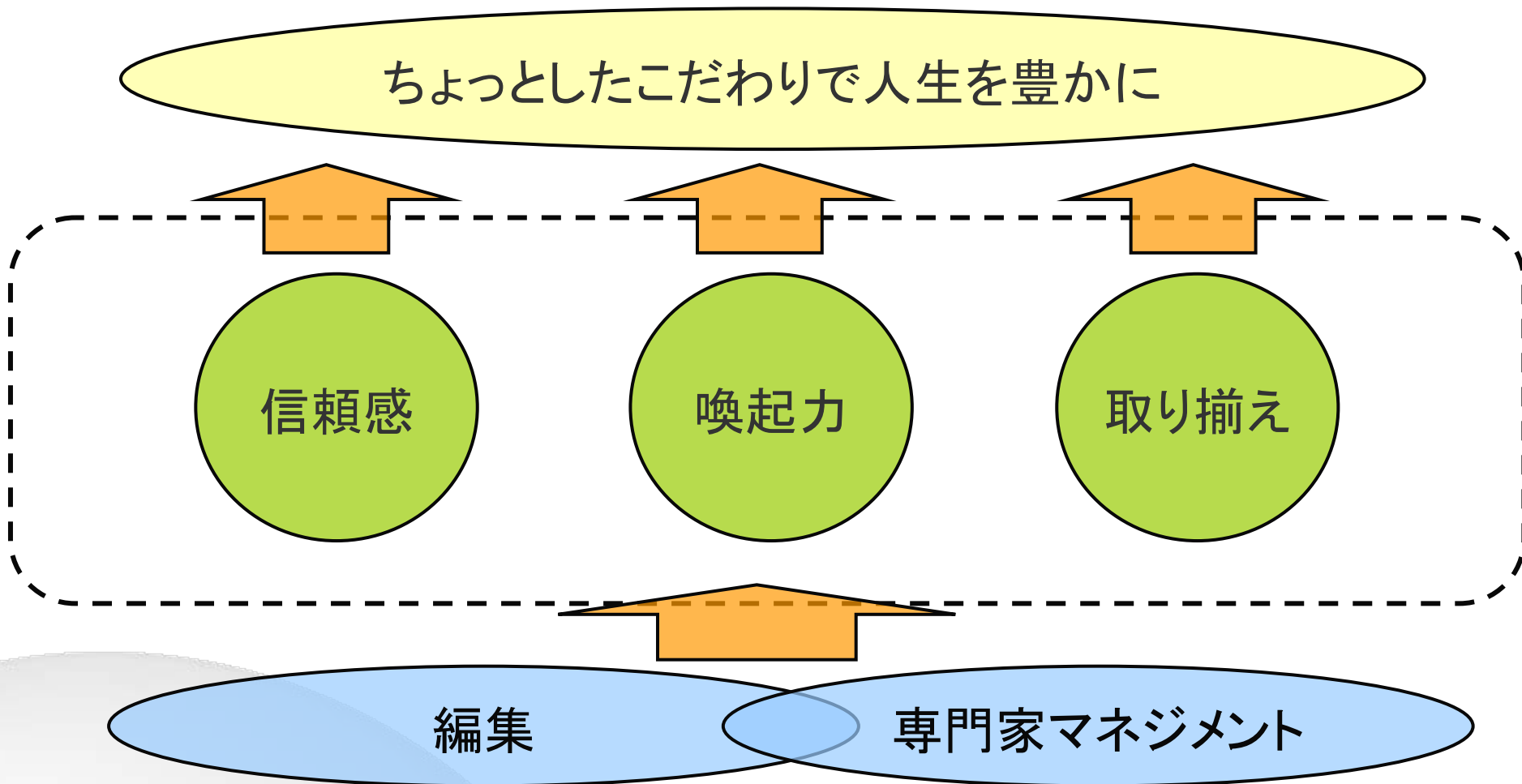
「システムではなく、人間。」

社会ミッション

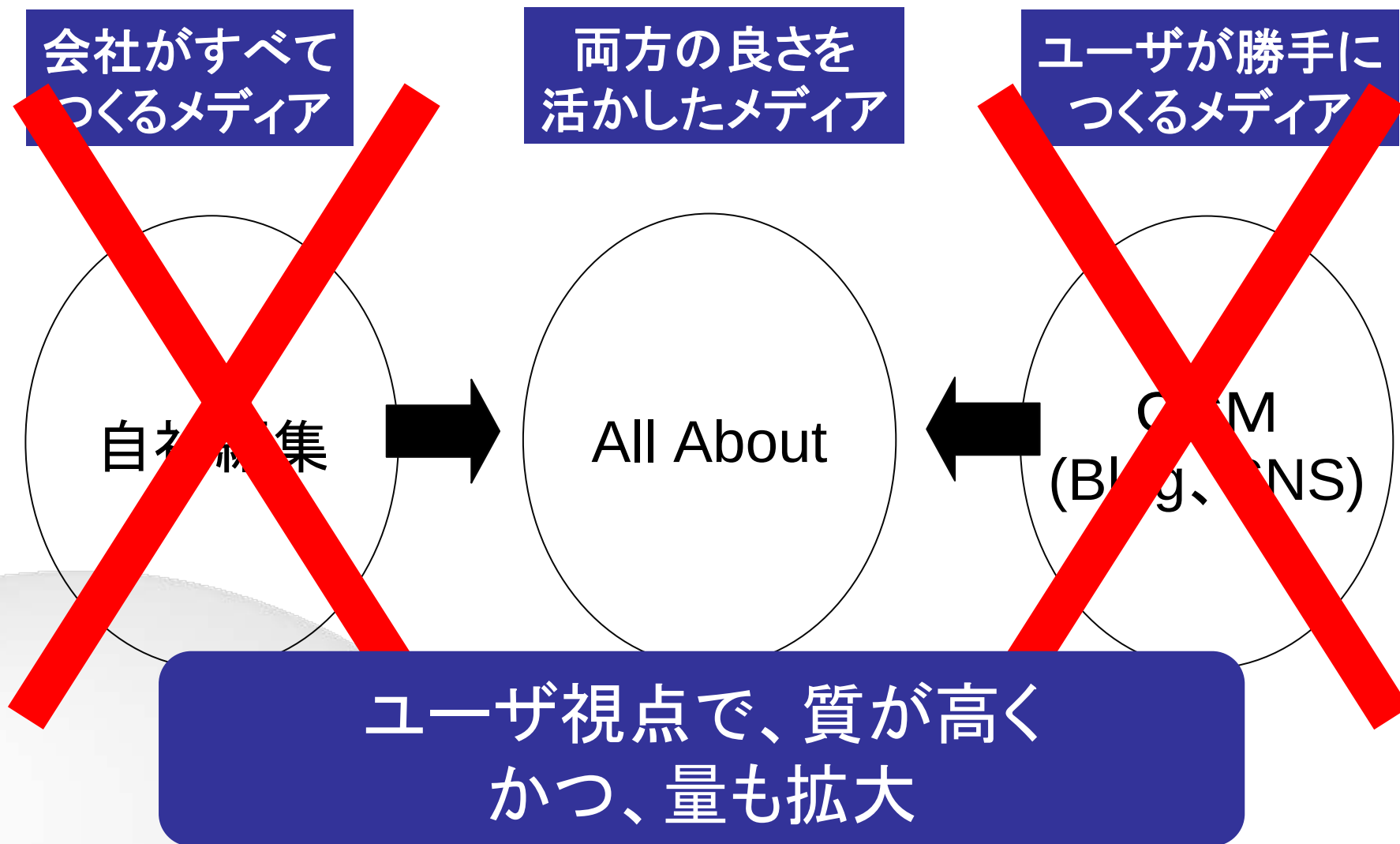
「個人」を豊かに
そして
「社会」を元気に

経営ビジョン

「こだわり消費」市場
において
No.1企業に

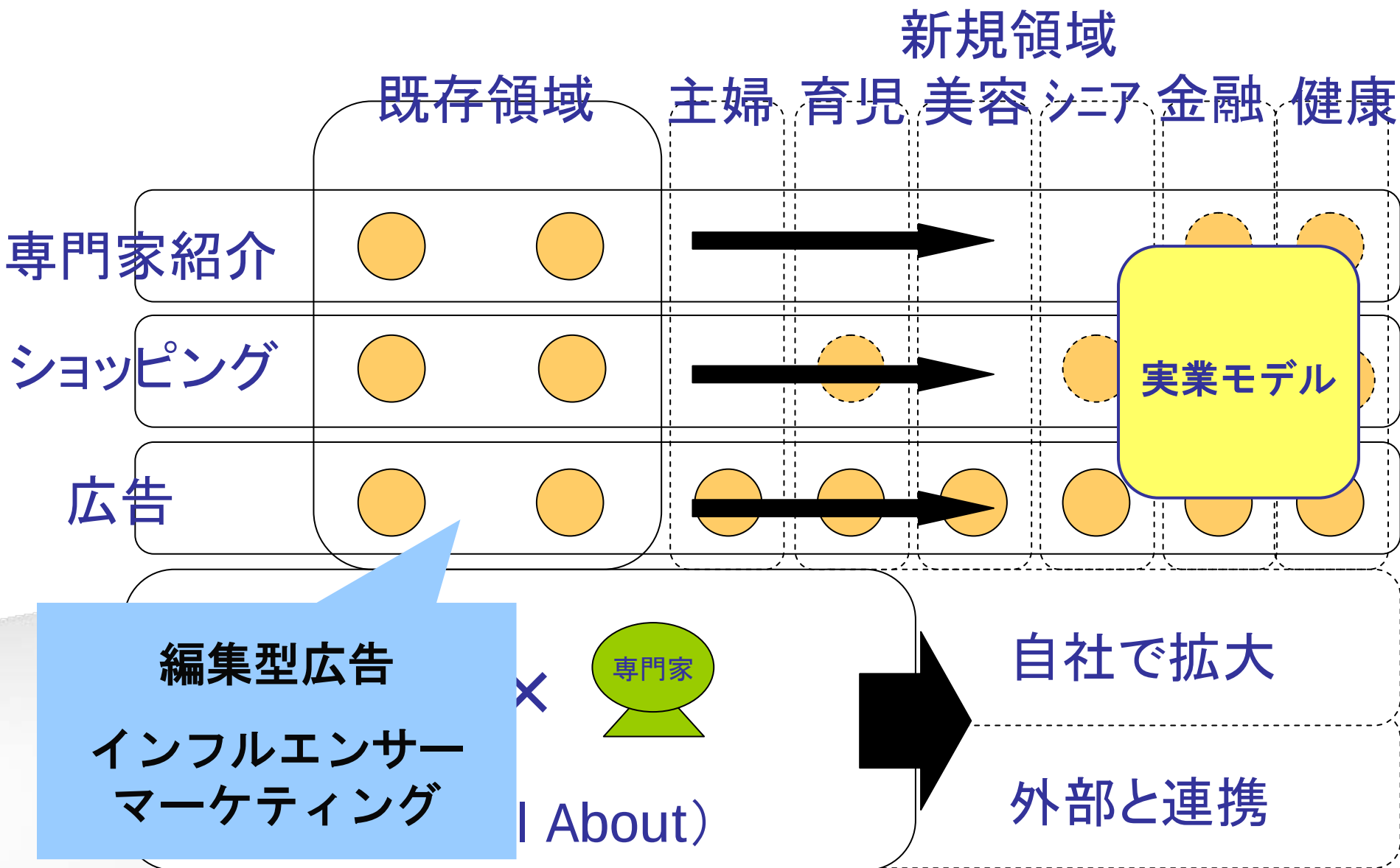


カスタマのこだわりに応えるには仕組み (WEB2.0) だけでは不十分



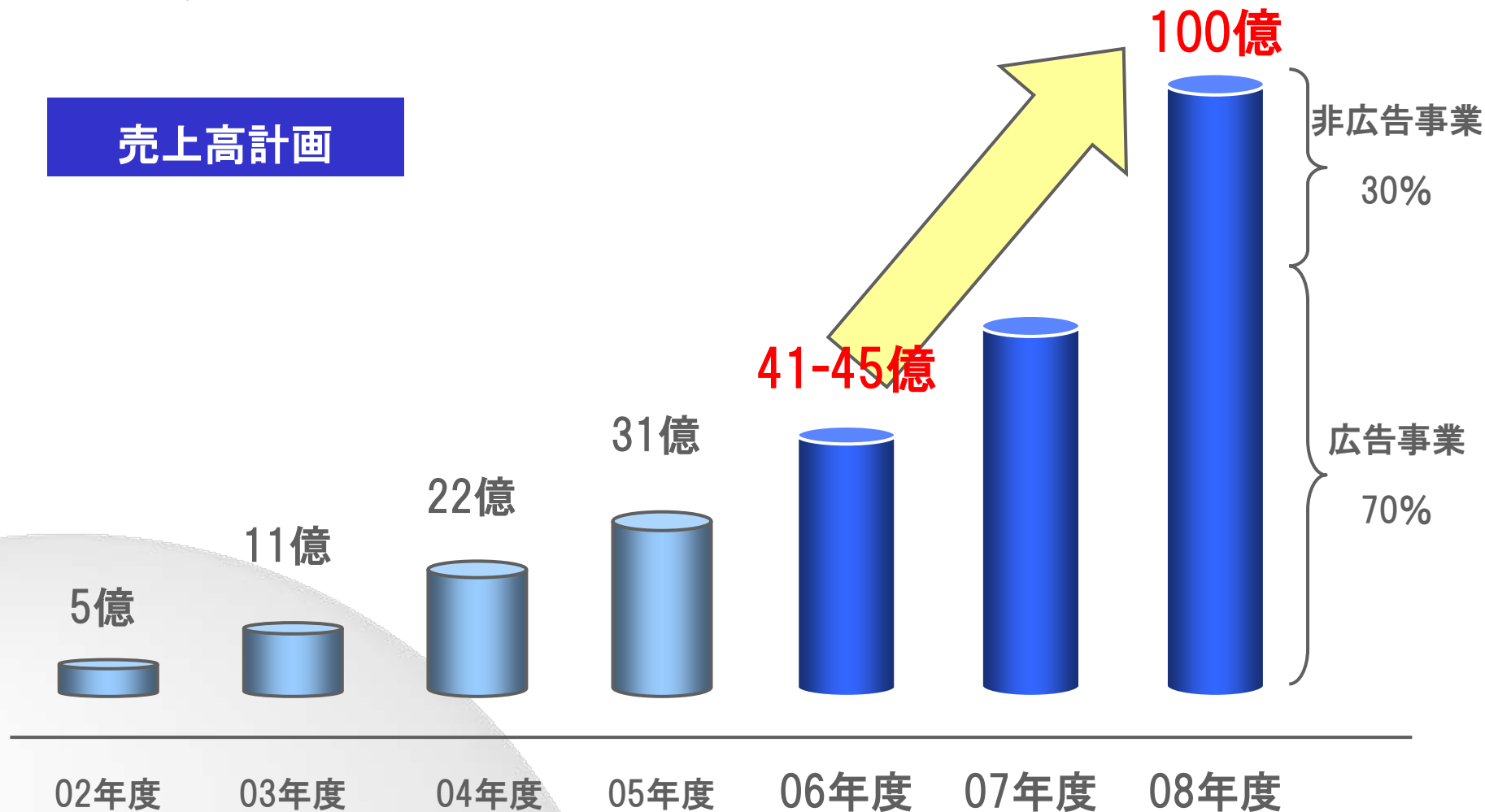
AllAboutはメディアであり続ける
メディアとして信頼性、喚起力、取り揃えを拡大
編集+人マネジメント+ビジネス





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