

株式会社オールアバウト 2007年3月期（第4四半期） 決算説明会

2007年4月24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。

2007年3月期通期および第4四半期 決算ハイライト（非連結）

- 第4四半期の売上高は、期末広告需要が想定ほどの伸びを見せない中、936百万円（前年同期比100.0%）、経常利益は141百万円（同99.4%）
- 2007年3月期の売上高は3,527百万円（前年同期比112.9%）
- 2007年3月期はメディア、広告事業および新規事業への投資を継続し、経常利益は410百万円（前年同期比115.6%）

- ・ 第4四半期の売上高は、期末広告需要が想定ほどの伸びを見せない中、ほぼ前年並みの936百万円、営業利益は、前年同期比97.1%となる137百万円
- ・ ワイズノット社に対する投資有価証券評価損30百万円、法人税等調整額144百万円の計上により、純利益は254百万円

（単位：百万円）

	2006Q4	2005Q4	増減率
売上高	936	936	0.0%
売上原価	56	66	-14.4%
売上総利益	880	870	1.1%
販売費及び一般管理費	742	728	1.9%
営業利益	137	142	-2.9%
経常利益	141	142	-0.6%
当期純利益	254	200	26.7%

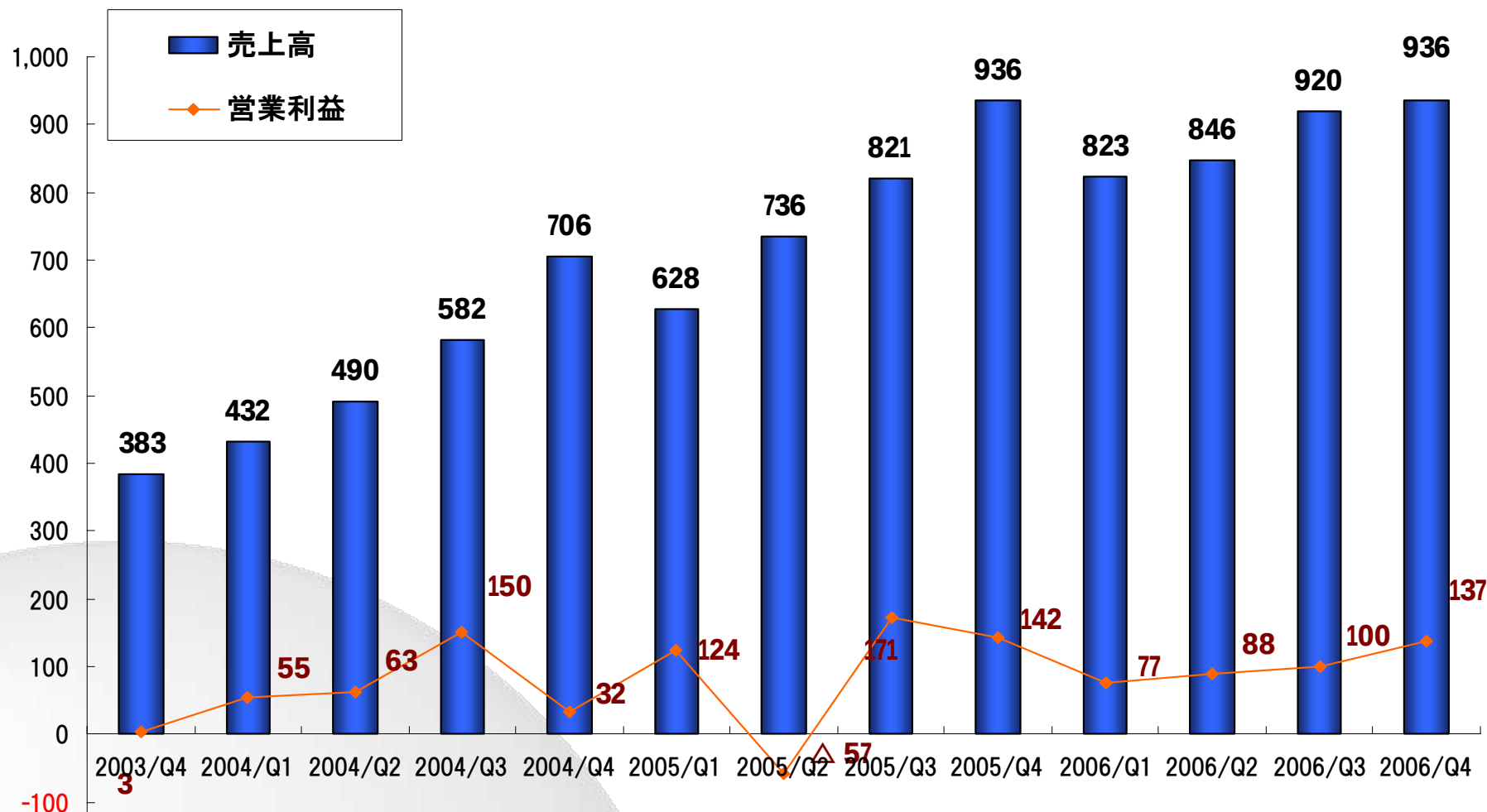
	2006Q4	2005Q4	増減ポイント
原価率	6.0%	7.1%	-1.0
営業利益率	14.7%	15.2%	-0.6

- ・ 2007年3月期の売上高は前年同期比112.9%となる3,527百万円
- ・ 営業利益はメディア、広告事業、新規事業への投資を継続し、前年同期比106.5%の404百万円、経常利益は前年同期比115.6%となる410百万円

（単位：百万円）

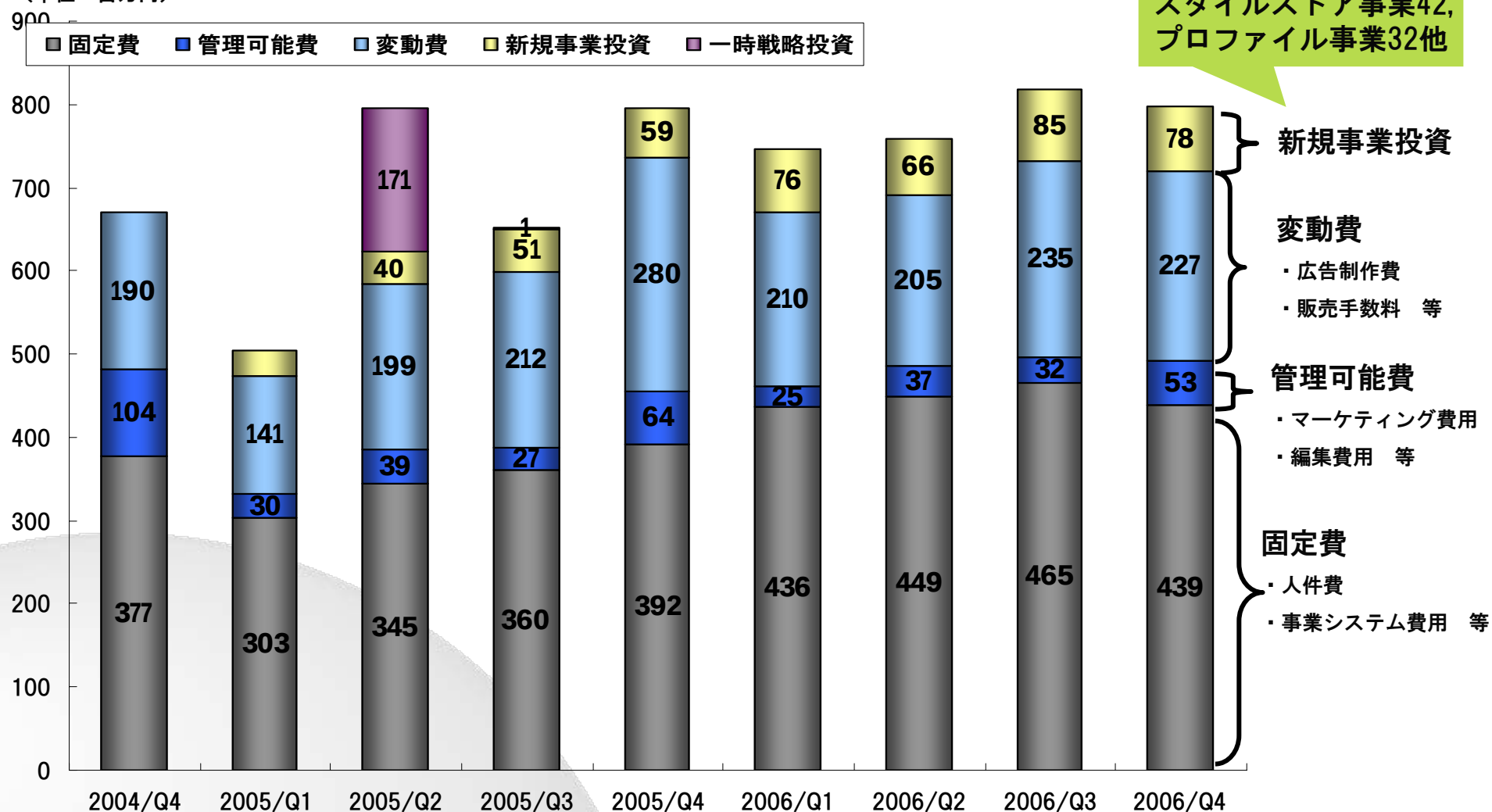
	2007年3月期	2006年3月期	増減率
売上高	3,527	3,123	12.9%
売上原価	234	178	31.5%
売上総利益	3,293	2,945	11.8%
販売費及び一般管理費	2,888	2,565	12.6%
営業利益	404	380	6.5%
経常利益	410	355	15.6%
当期純利益	456	408	11.7%
	2007年3月期	2006年3月期	増減ポイント
原価率	6.6%	5.7%	+0.9
営業利益率	11.5%	12.2%	-0.7

(単位：百万円)

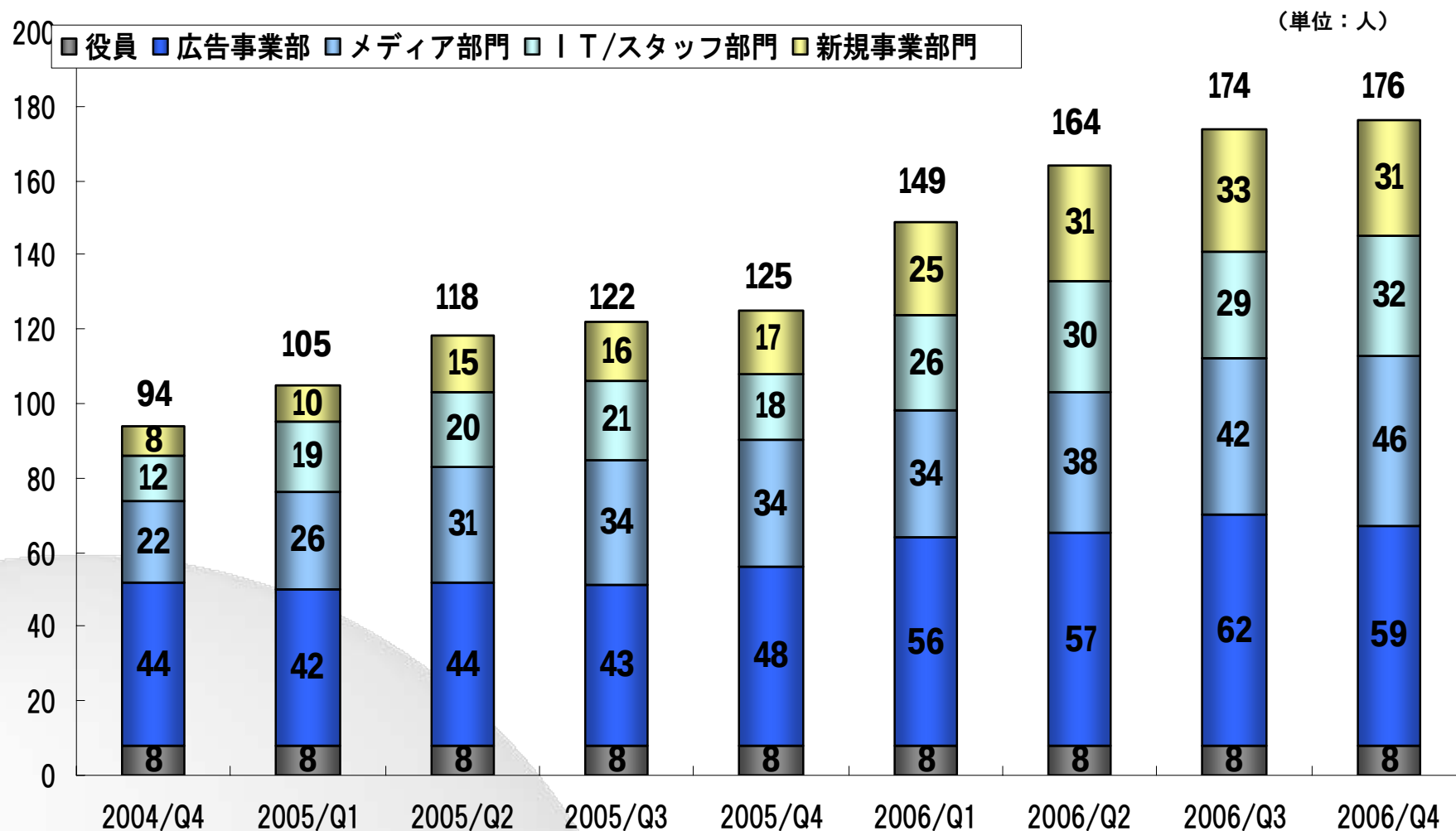


・ 期を通じて、人員、メディア、新規事業投資を継続

(単位：百万円)



・ 期を通じて、業容拡大へ向けての人員の採用を継続



(単位：百万円)

	2007年3月末	2006年3月末	差異	主な増減内容
(資産の部)				
流動資産	3,889	3,650	239	現預金+95,短期繰延税金資産+126
固定資産	621	400	221	無形固定資産+49,関係会社株式+100 投資有価証券+71,評価損△30
資産合計	4,510	4,050	460	
(負債の部)				
流動負債	432	489	△56	
固定負債	—	—	—	
負債合計	432	489	△56	
(純資産の部)				
資本金	1,140	1,110	30	
資本剰余金	1,795	1,765	30	
利益剰余金	1,142	685	456	
純資産合計	4,078	3,561	516	

(単位：百万円)

	2007年3月期
営業活動によるキャッシュ・フロー	438
税引前当期純利益	336
減価償却費	103
賞与引当金の減少額	△20
売上債権の減少額	7
未払費用の減少額	△24
その他	35
投資活動によるキャッシュ・フロー	△402
有形固定資産の取得による支出	△180
無形固定資産の取得による支出	△60
その他	△160
財務活動によるキャッシュ・フロー	59
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	3,253

オフィス工事,
サーバ等取得

子会社設立,
投資有価証券取得

2007年3月期通期 決算ハイライト（連結）

- ・ 100%子会社である(株)オールアバウトフィナンシャルサービスを連結した連結売上高は3,537百万円、営業利益は384百万円、経常利益は387百万円

□損益計算書		(単位：百万円)
	2007年3月期	
売上高	3,537	
売上原価	238	
売上総利益	3,298	
販売費及び一般管理費	2,914	
営業利益	384	
経常利益	387	
当期純利益	433	
	2007年3月期	
原価率	6.7%	
営業利益率	10.9%	

□貸借対照表		(単位：百万円)
2007年3月末		
(資産の部)		
流動資産	3,972	
固定資産	521	
資産合計	4,494	
(負債の部)		
流動負債	438	
固定負債	—	
負債合計	438	
(純資産の部)		
資本金	1,140	
資本剰余金	1,795	
利益剰余金	1,119	
純資産合計	4,055	

(単位：百万円)

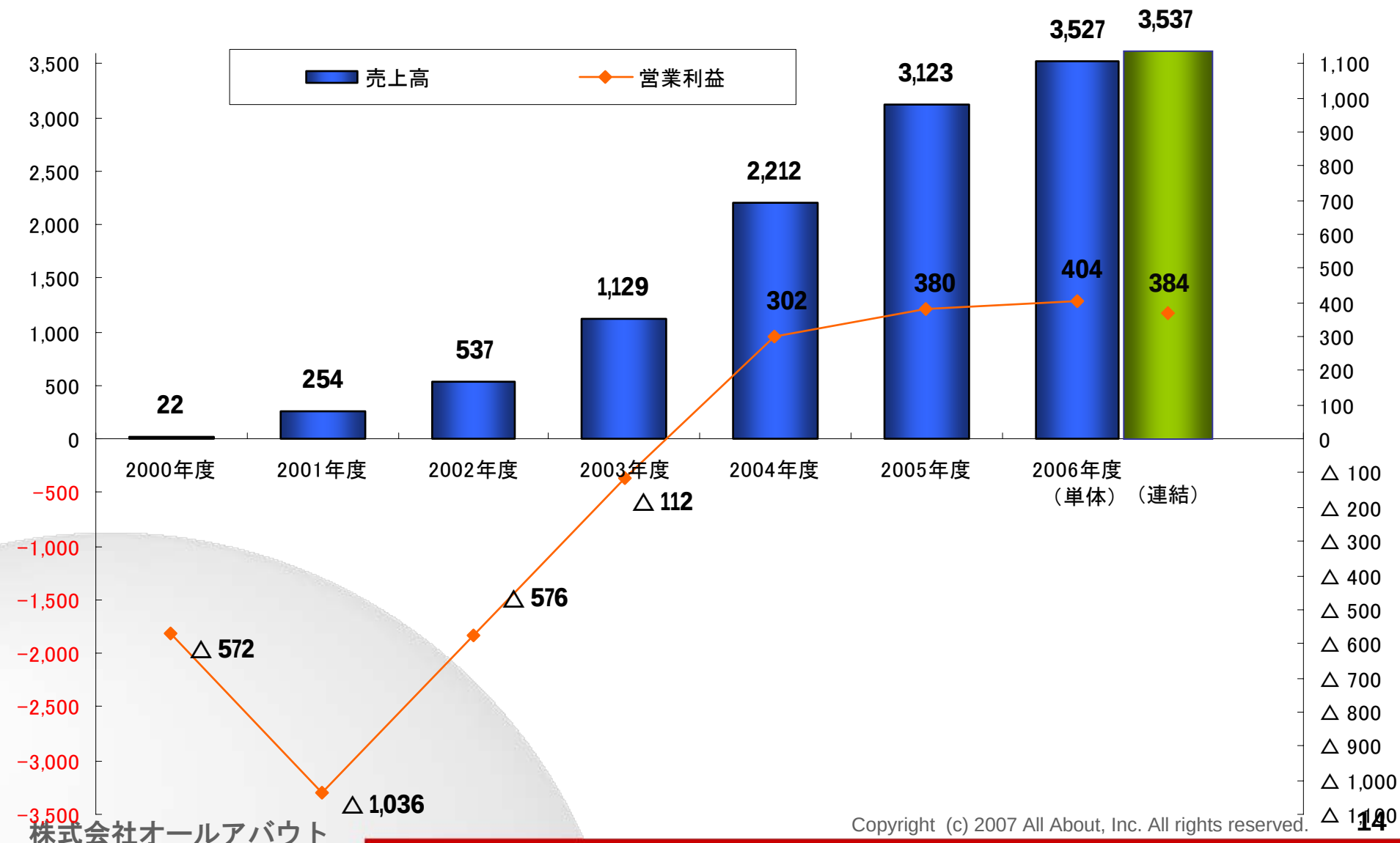
2007年3月期

営業活動によるキャッシュ・フロー	417
税金等調整前当期純利益	313
減価償却費	103
賞与引当金の減少額	△20
売上債権の減少額	2
未払費用の減少額	△22
その他	42
投資活動によるキャッシュ・フロー	△302
有形固定資産の取得による支出	△181
無形固定資産の取得による支出	△60
その他	△60
財務活動によるキャッシュ・フロー	59
現金及び現金同等物の増減額	175
現金及び現金同等物の期末残高	3,333

【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)

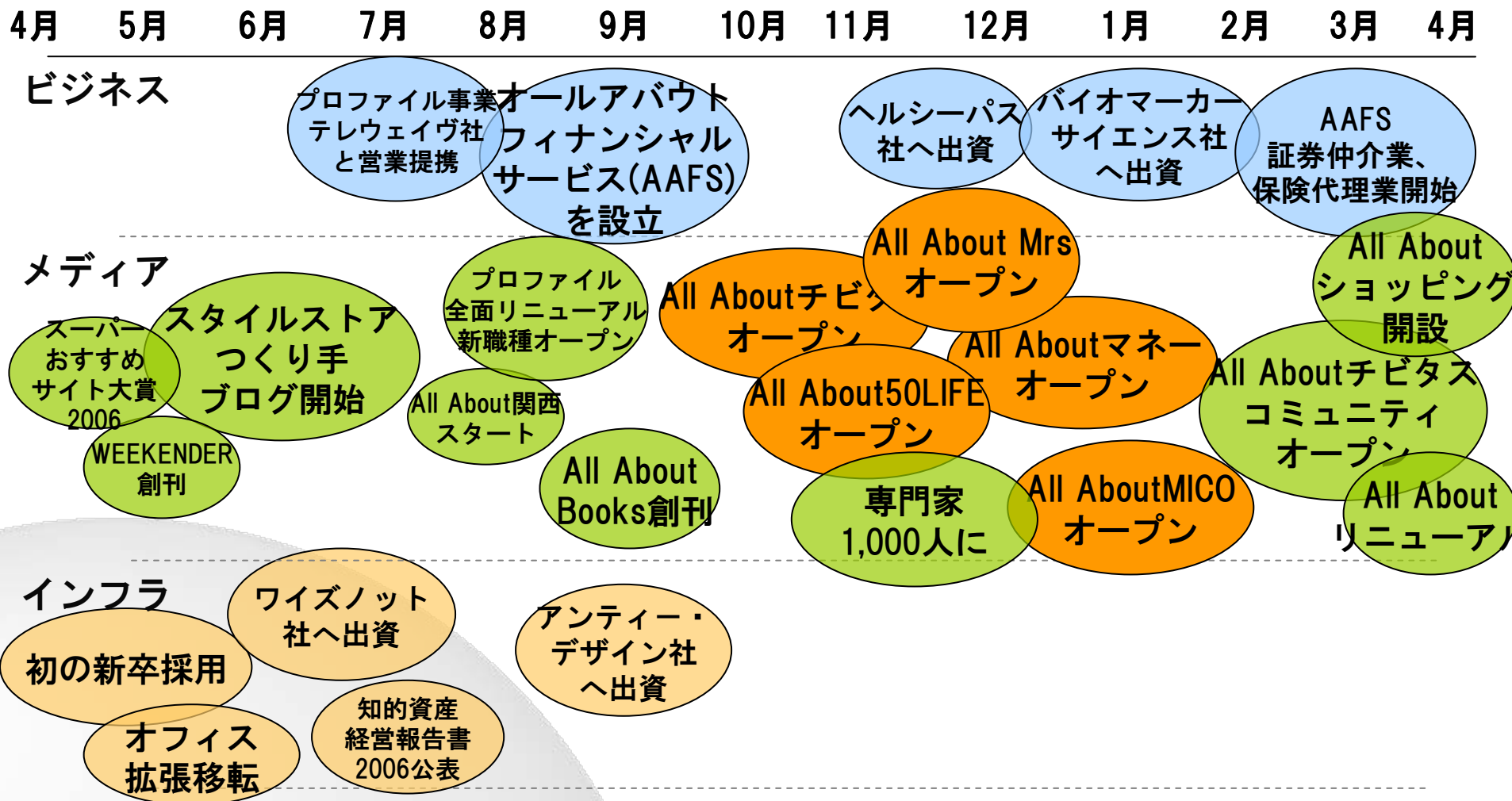
(営業利益：百万円)



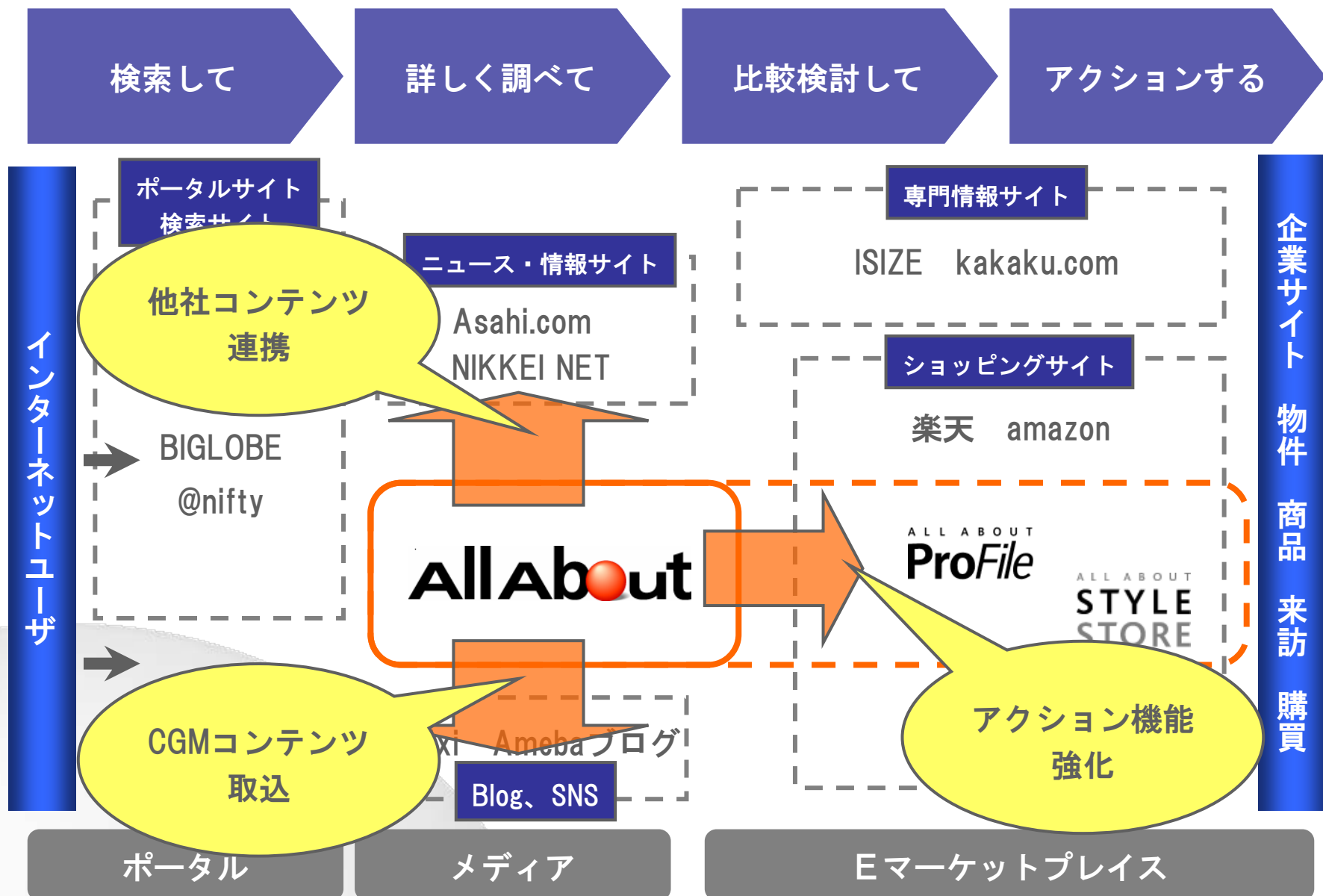
通期事業ハイライト (中期計画の進捗)

・メディアを中心に、中長期成長へ向け決めた施策を着実に実行

2006年度



- ・ 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
- ・ “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
- ・ 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はなく、ディスティネーションプレイヤーの優位性が高まる



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

計画

今期の進捗

①

ターゲット
カスタマー、
テーマの拡大

- ・ ライフスタイルメディア5誌立上げ
- ・ 団塊・団塊J r.世代へリーチ開始
- ・ あるじゃん買収、クロスメディア展開開始

②

メディアの強化

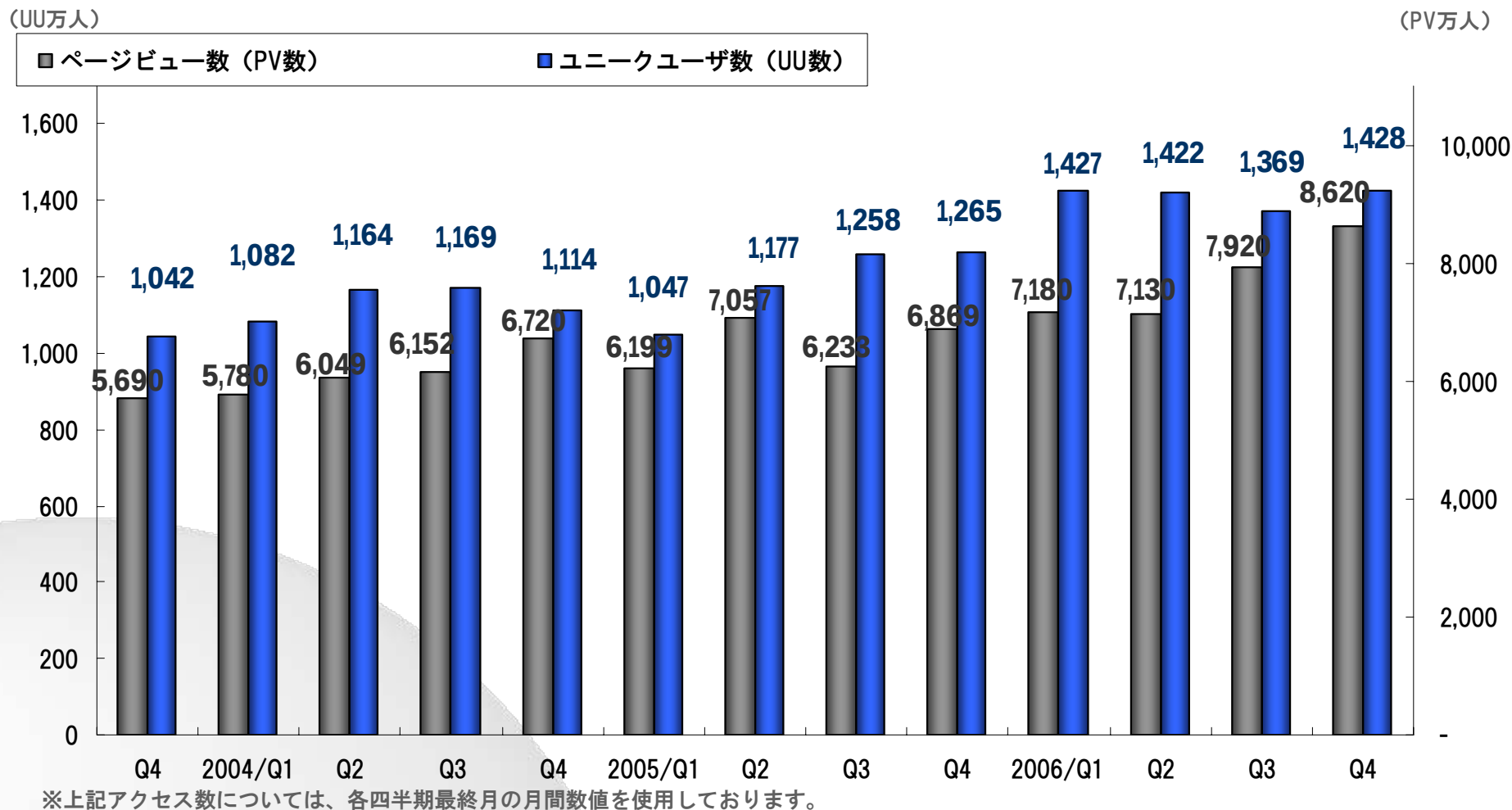
- ・ 専門家ネットワーク数1,275人
- ・ M y ページ機能を追加し、ユーザの声取込開始

③

ワンストップ化

- ・ 4月カカクコムと提携、All Aboutショッピング開始
- ・ プロファイル事業において出展専門家を拡大し、専門家への相談サービス拡充

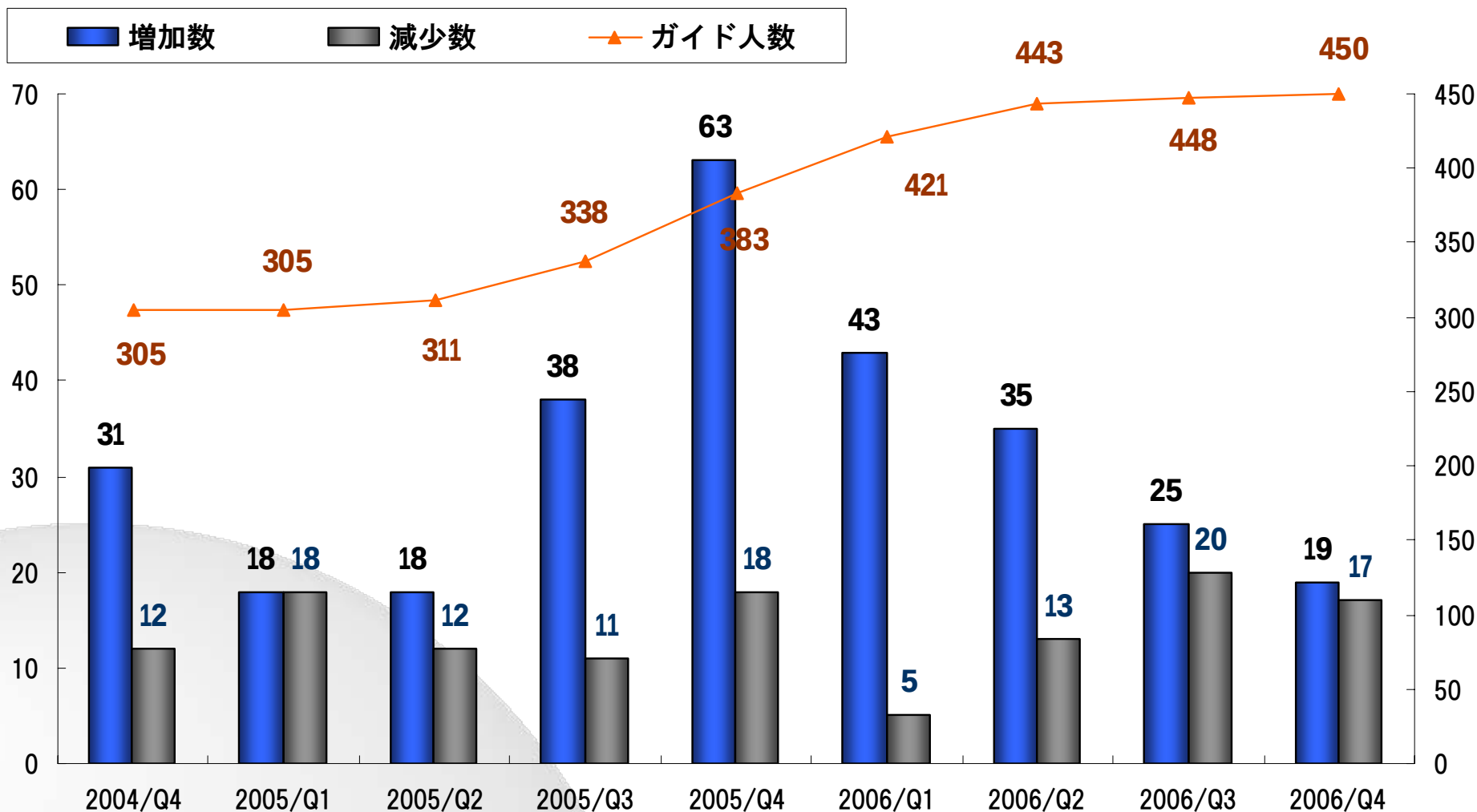
・PVは前年同期比125%の86百万PVとなり過去最高を記録



・ガイド数は前年同期比117%となる450名に

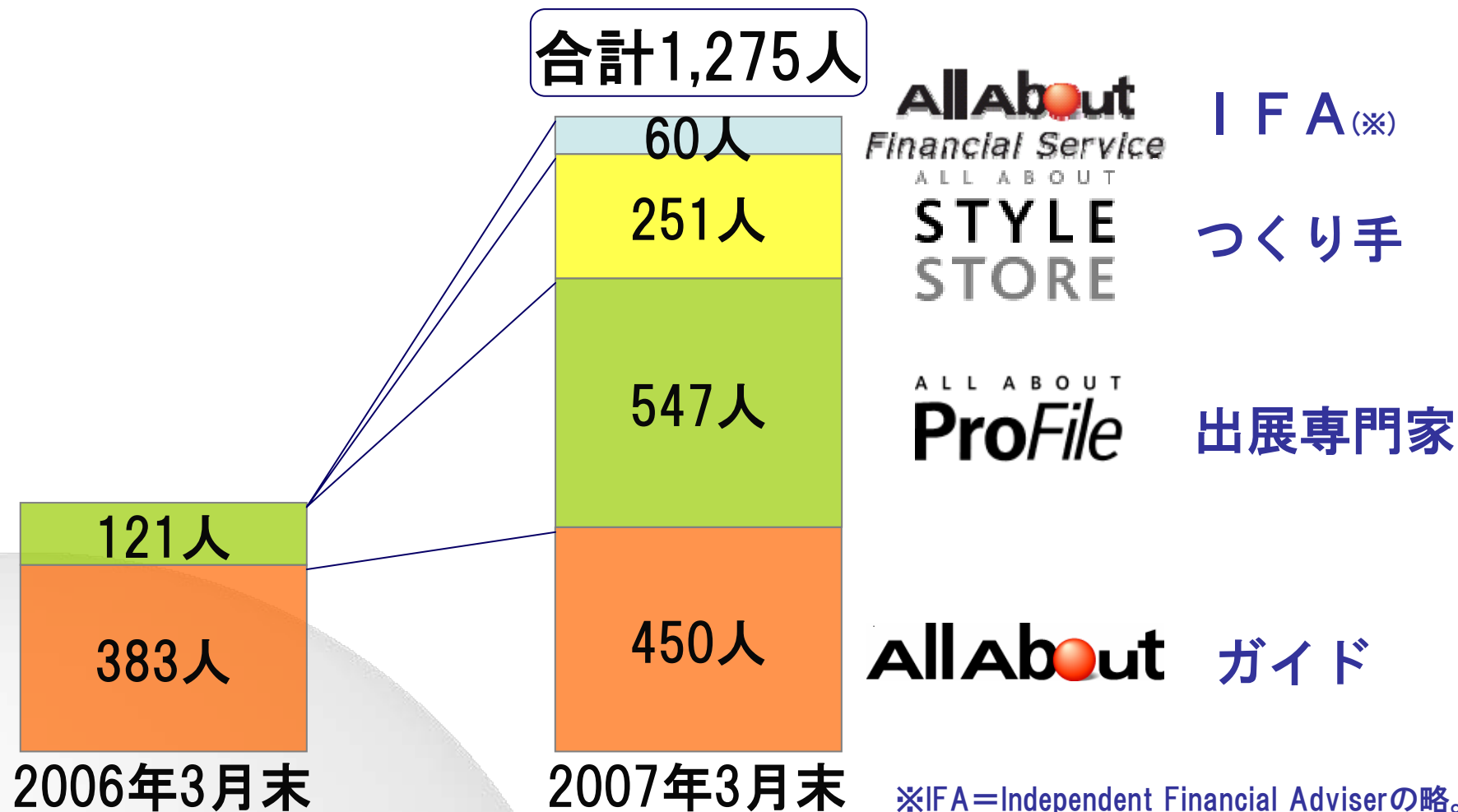
(増減数：人)

(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

- ・ガイドだけでなく、様々な専門家のネットワークを拡大し、ネットワークする専門家の数は1,275人



合計人数は重複除きの人数となっております。

- ・ 4月、カカクコムと提携し、商品データベースと専門家によるお薦め記事を組み合わせたショッピング支援コンテンツ、All Aboutショッピングを開始



- ・ 会員機能を強化し、ブログ、コミュニティにて会員の声をコンテンツ化
- ・ My ページ、RSSリーダ、クリッピング等の機能を追加し、ユーザ利便性を向上

ユーザ

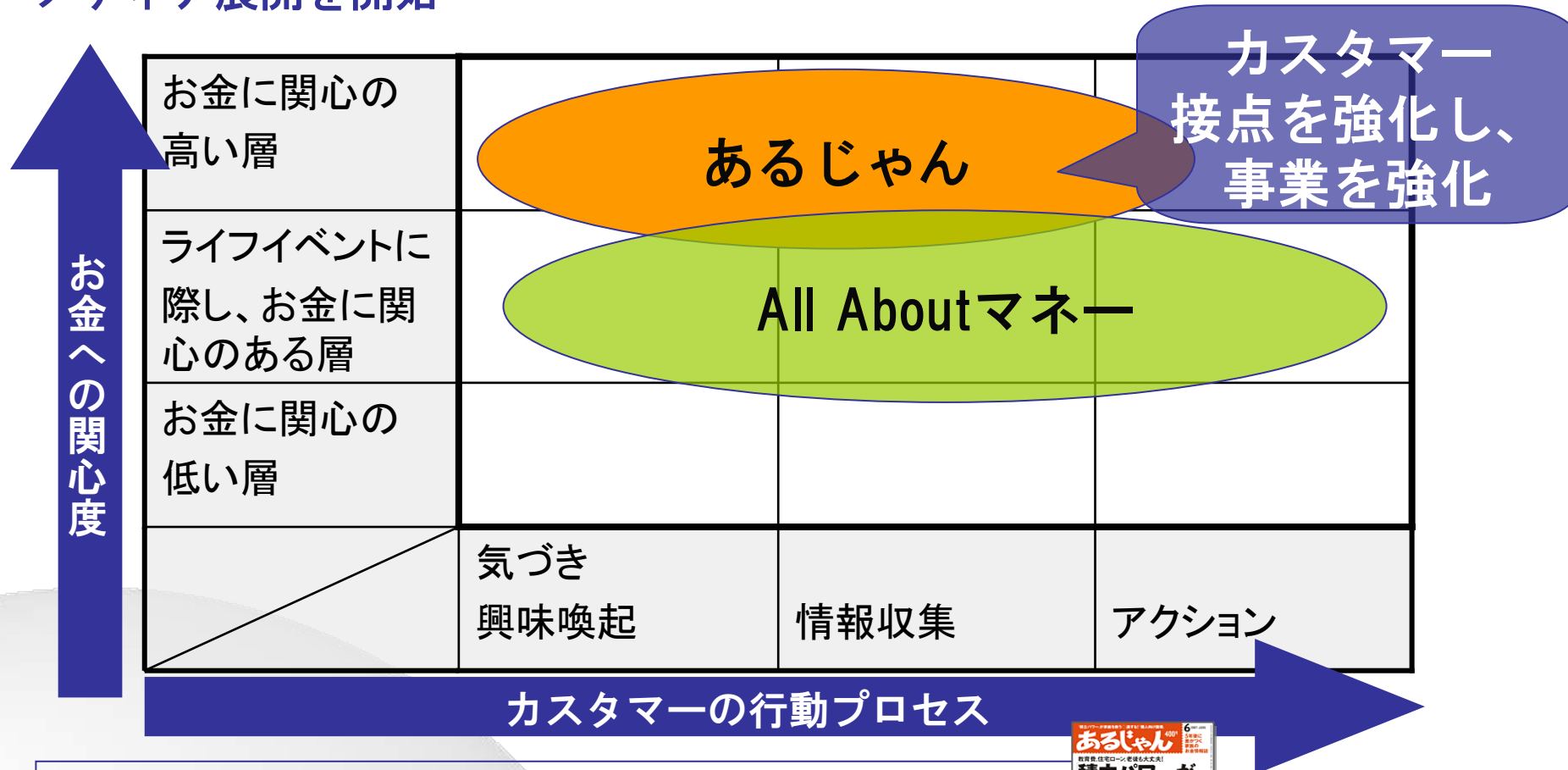
消費者による
体験談
ユーザレビュー

専門家による
モデレート
信頼感

専門家

専門家発信情報
×
ユーザ発信情報

- ・ リクルート社よりあるじゃん事業を買収し、金融領域においてはクロスメディア展開を開始



媒体コンセプト「5年後に差がつく家族のお金情報誌」

創刊年月：1995年5月



※事業譲受日：4月1日
譲受価格：231百万円

計画

今期の進捗

編集型広告の 販売強化

- ・ 編集型広告比率前年57.0%から60.5%へ上昇
- ・ 座布団型商品である、スポンサードサイト、ブランドサイトの本数増加

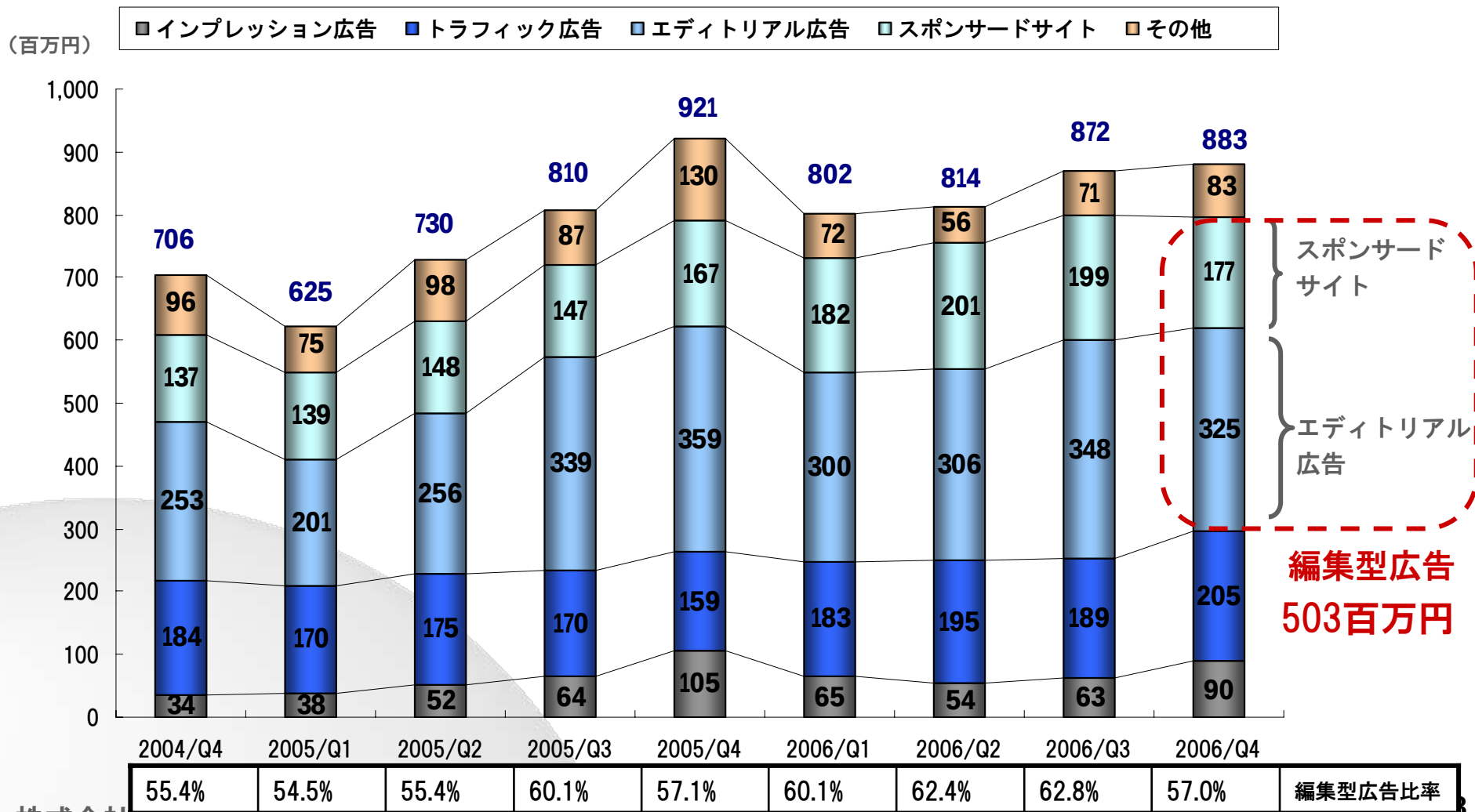
メディア強化と一気 通貫での商品強化

- ・ 新規ライフスタイルメディアを5誌創刊し、商品拡充
- ・ 季節特集等の常設型商品を拡充
- ・ ラグジュアリブランド等、新しい広告主の獲得

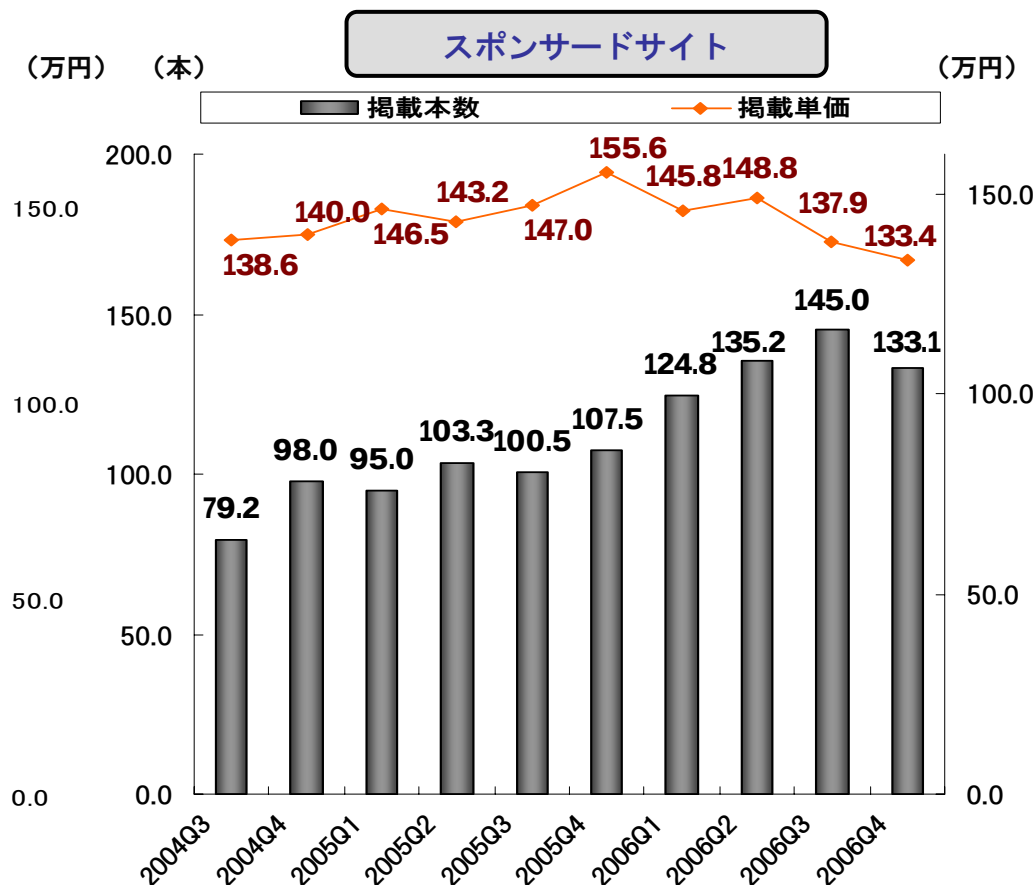
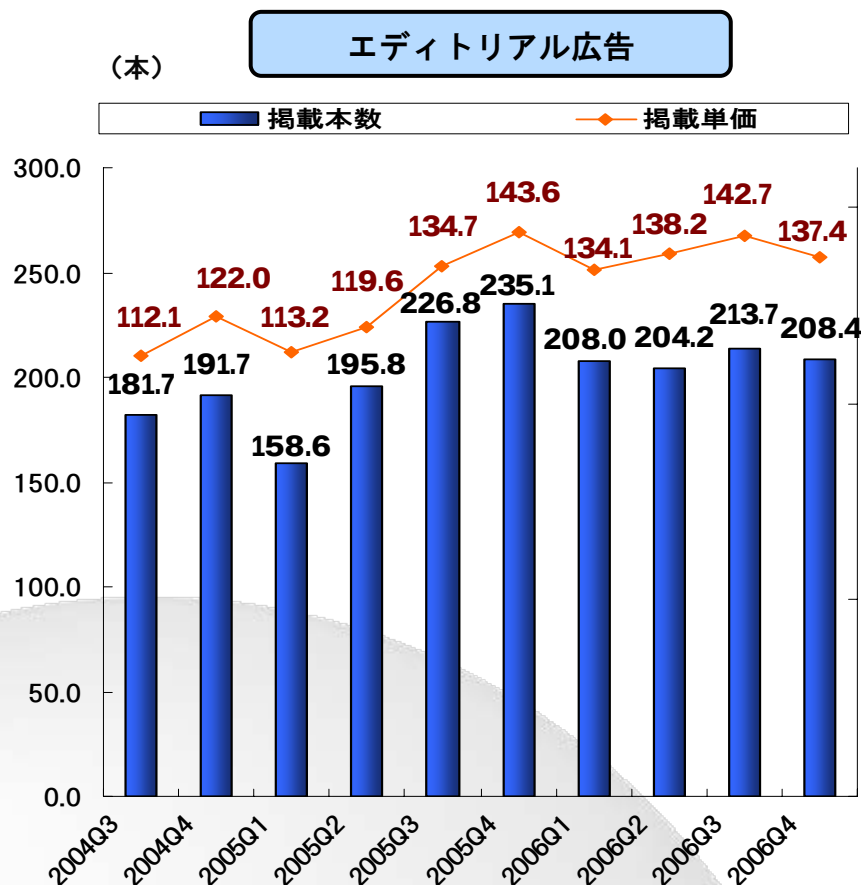
制作力強化

- ・ 8月、制作パートナーへ出資し関係強化
- ・ 編集型広告のリッチ化への対応

- ・ 広告事業の通期売上は、3,371百万円（対前年同期比109%）
- ・ 期末需要の取込みが想定を下回り、編集型広告の売上は計画を下回った



- ・座布団型商品であるスポンサードサイトは通期で本数を伸ばした
- ・通期で編集型広告比率が上昇する一方、第4四半期のエディトリアル広告の単価が落ち込む



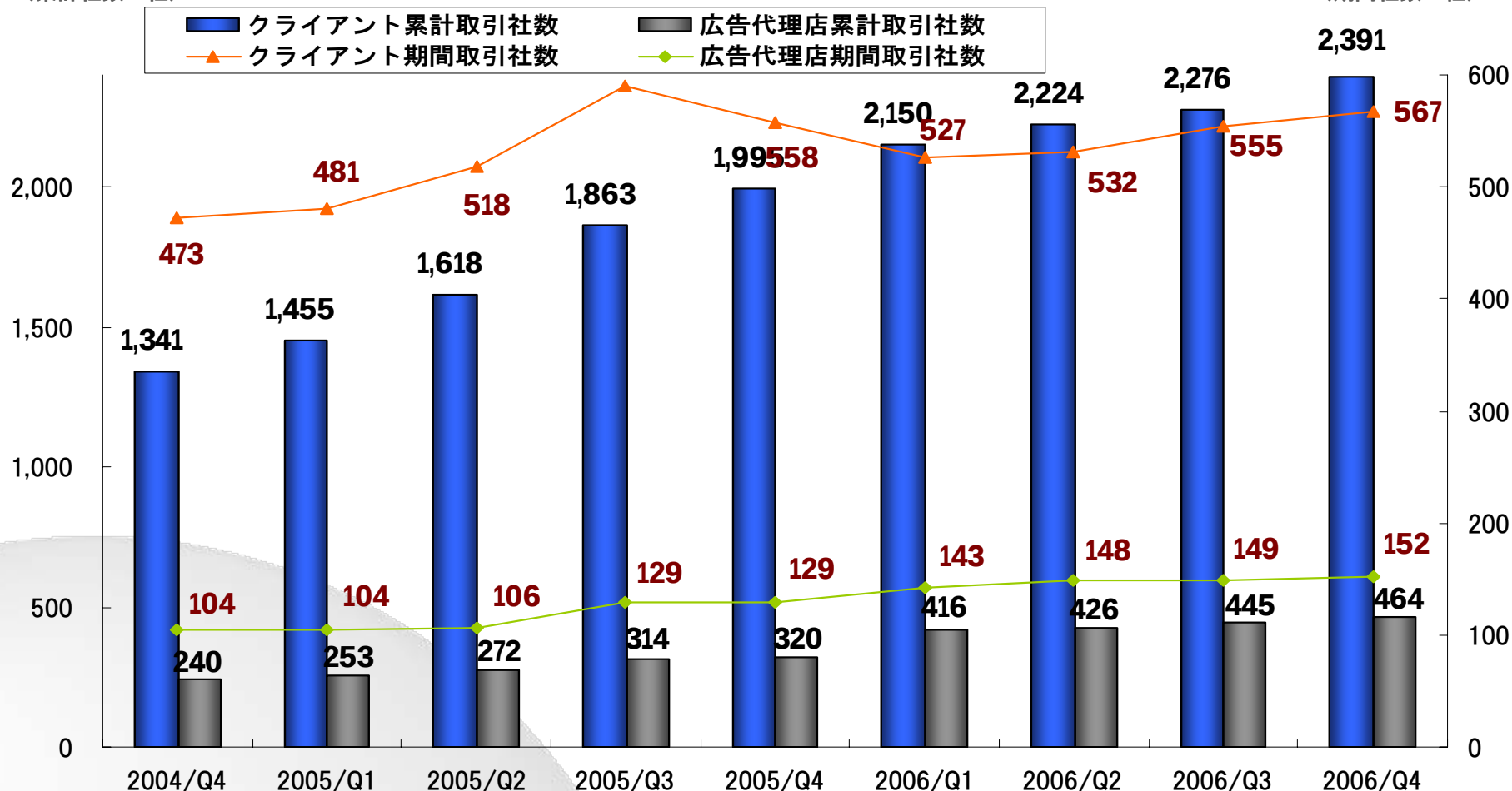
※エディトリアル広告の本数には、主要商品である、タイアップ広告・マガジン広告・ブランドサイトの販売本数を含んでいます。

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。

・クライアント及び広告代理店との取引拡大を継続

(累計社数：社)

(期間社数：社)

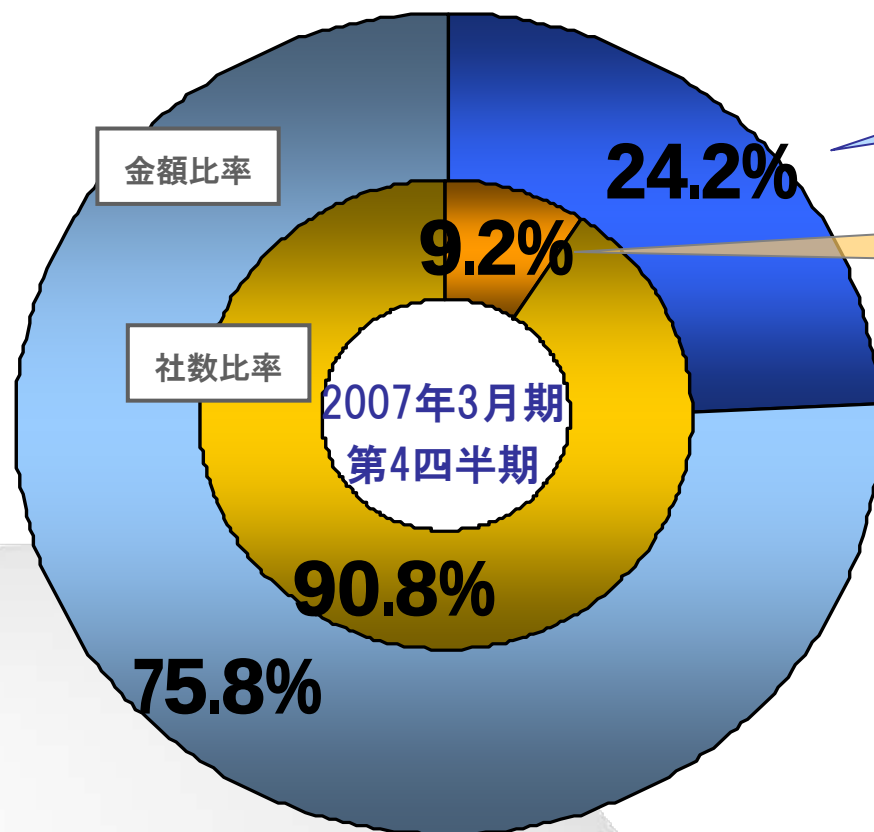


※累計取引社数、期間取引社数ともに当該期間において1日以上広告掲載を行った社数としております。

・新規開拓により、ナショナルクライアント以外の比率が高まる

■ ナショナルクライアント取引金額比率

■ その他



対前年同期比
△6.9ポイント

対前年同期比
△0.8ポイント

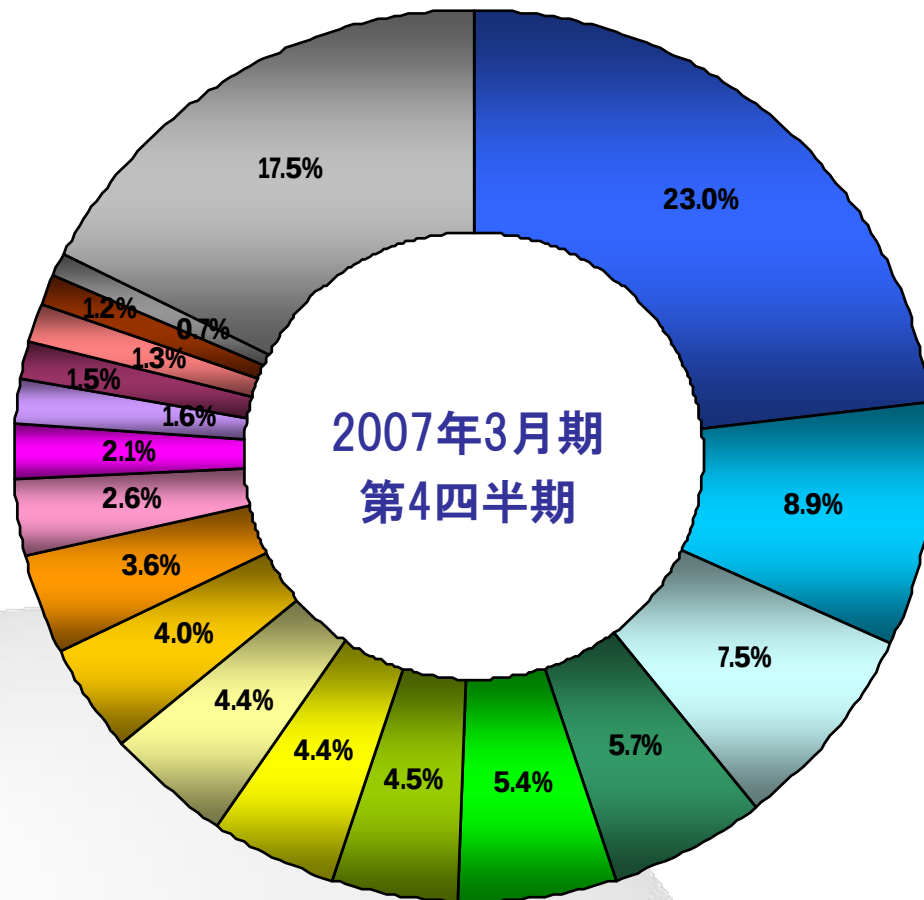
※ナショナルクライアントの定義としては
下記に含まれる企業としております。

(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)
上位100社 (関東) 50社 (関西)
(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

・ 対前四半期比で売上高の上昇が大きい業種は、不動産および教育



業種名	比率
不動産・建設・住宅設備	23.0%
金融・保険・証券	8.9%
交通・レジャー	7.5%
化粧品・トイレタリー	5.7%
自動車・関連品(輸送用機器)	5.4%
各種教育サービス・大学等	4.5%
出版	4.4%
電気製品	4.4%
食品	4.0%
各種人材サービス	3.6%
インターネット情報サイト・メールサービス	2.6%
通信サービス	2.1%
百貨店・商店・商社	1.6%
官公庁・団体	1.5%
コンピュータ・コンピュータ関連・事務機器	1.3%
飲料・嗜好品	1.2%
情報処理サービス・ソフト	0.7%
その他	17.5%

中期計画

スタイルストア拡大
メディア全領域での
ショッピングコンテ
ンツ展開

プロフィールの出展
者数を2,000～3,000
人に

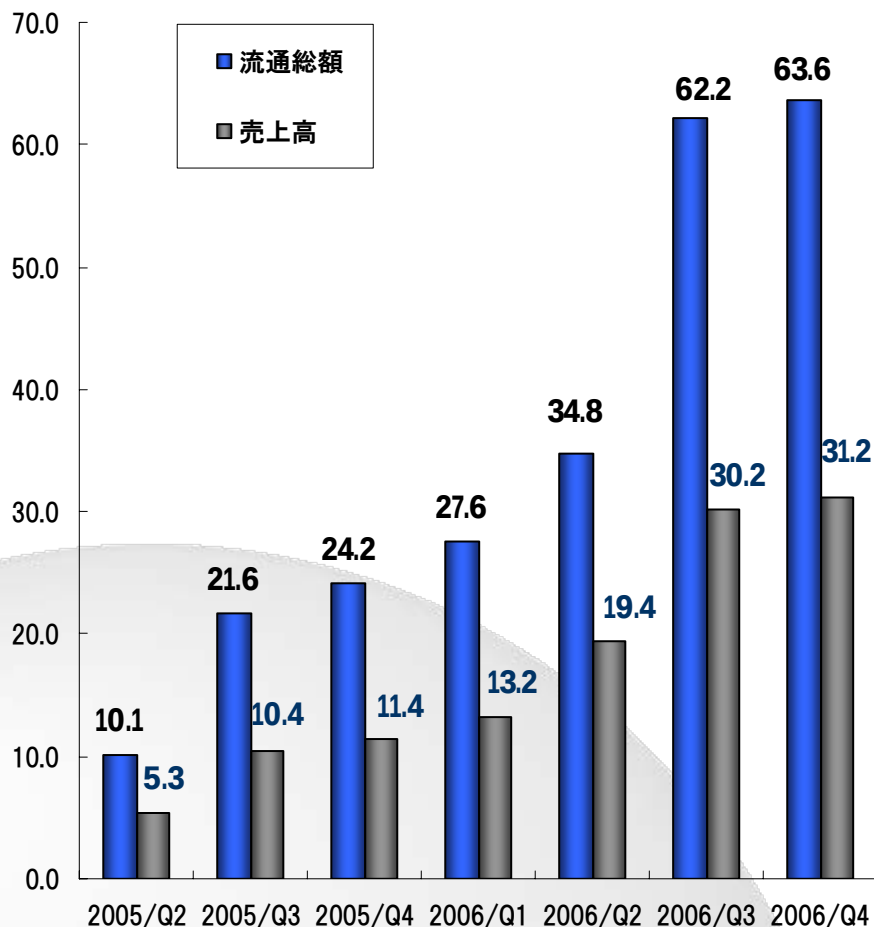
重点領域におけるカ
スタマーエージェン
ト型事業の推進

今期の進捗

- ・スタイルストアは作り手を251名ネットワーク。オリジナル商品拡充し、品揃えは4,196skuへ拡大
- ・4月、カカクコムと提携し、ショッピング支援コンテンツ『All Aboutショッピング』を開始
- ・取扱領域を7領域へ拡大し、出展する専門家数は547人に拡大
- ・金融領域において、オールアバウトフィナンシャルサービスを設立し、証券仲介・保険代理業を開始

- ・スタイルストア事業は、品揃えが4,196sku（前年同期比199%）となり、第4四半期の流通総額は63百万円（同263%）、通期の流通総額は187百万円となった

（百万円）



■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

【3月主要データ】

- ・品揃え 4,196sku(前年同期比199%)
- ・つくり手数 251名(1,706sku)
- ・取引販売会社数 306社
- ・集客数（UU数） 346,525uu(前年同期比103%)
- ・会員数 34,091人(前年同期比157%)
- ・受注単価 0.9万円

※上記数値のうち受注単価は概数であります。

- ・プロフィール事業は出展専門家が547名（前年同期比452%）となり、第4四半期の売上は22百万円（同549%）、通期の売上は61百万円となった

All Aboutが厳選した専門家を紹介

All Aboutトップへ All Aboutプロフィールとは ヘルプ 専門家登録 AllAbout

ALL ABOUT Profile 専門家を探せる、相談できる。

専門家を検索 専門家を探す 専門家に聞く

専門家を探す All Aboutプロフィール

「プロと作る“住まいづくり” 注目の建築家」
「生活のトラブル、専門家が解決!」 注目の弁護士
「確定申告の相談なら 税金の専門家」

専門家を探せる、相談できる。
All Aboutプロフィールでは、各ジャンルの中から自分にぴったりの専門家を探せます

マイページ ログイン
専門家への問い合わせ・質問、メッセージ・専門家登録など便利な機能がご利用いただけます。
今すぐ会員登録

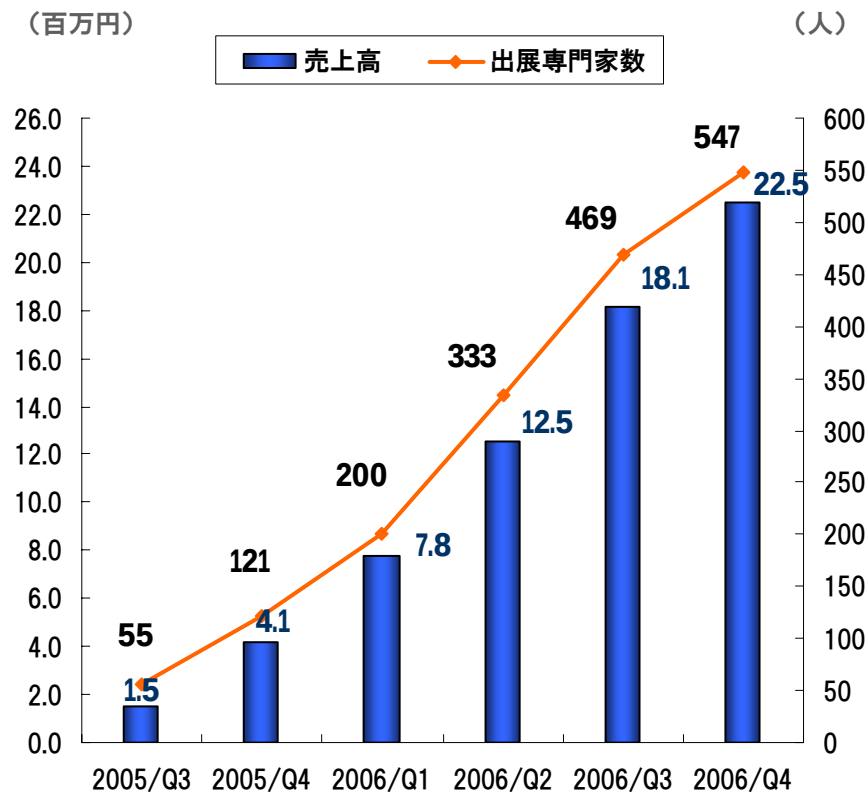
はじめての専門家探し
「専門家ってどんな人?」
「専門家に相談には?」
「専門家を選ぶポイントとは?」

専門家人気ランキング
1位 羽田野 博子 (ファイナンシャルプランナー)
2位 茅野 分 (医師)
3位 嶋原 弘子 (コンサルタント)
4位 大塚 泰子 (建築家)
5位 辻村 重男 (ファイナンシャルプランナー)
集計:2007/04/12~04/22

お知らせ
「メンテナンス終了いたしました (2007/4/12)」
「専門家に質問して当てる!」キャンペーン実施中 (2007/3/2)
「ビジネスジャンルにIT支援関連の専門分野をオープンしました (2007/2/28)」
「ペットジャンルに「ペットの医療」の専門分野をオープンしました (2007/2/28)」

目録のQ&A
リビング階段にドアをつけるには?
専門家: 建築・設計
今、実施設計の段階なのですが、リビング階段にしたいと思っています。冬場に暖かい空気を逃がさないために、階段に戸を設置しようと考えています。引き戸・ドアなど色々ある...
最終回答日時:2006/12/12 20:04 | 回答件数:13件
回答者: 東田 泰雄 建築家

公道に面していない住宅の建替えについて
専門家: 不動産売買
回答者: 山崎 浩一



中期戦略および業績見通し

- ・ 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引き続き、先行投資を行っていく

2007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

分野

フォーカス

メディア

- ・ 専門家情報に加え、企業・消費者発信情報の取込み
- ・ セグメントごとに最適化されたメディア展開
- ・ その集合体としてこだわり消費No.1メディアの実現

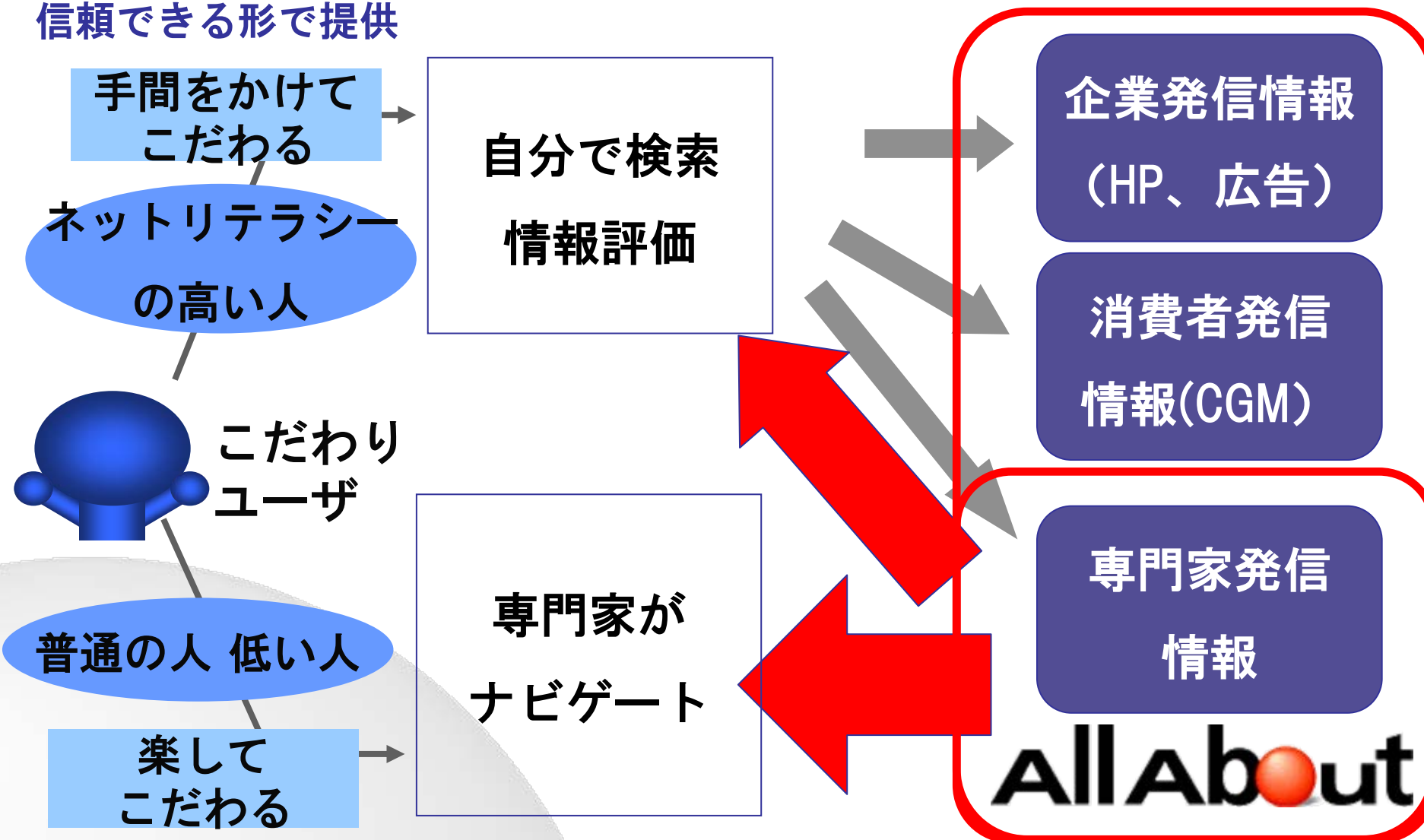
広告ビジネス

- ・ インターネット広告事業の成長力奪回へ向けて領域一気通貫体制での事業推進
- ・ あるじゃんを始めとして、情報誌などとのクロスマーケティング展開
- ・ モバイル広告分野への展開

専門家を活用した 周辺ビジネス

- ・ 専門家5,000人体制へ
- ・ ショッピング事業、プロフィール事業の収益化
- ・ 健康領域など様々な専門家ビジネスの検討

- ・ こだわりたいユーザに、専門家のナビゲートによって様々な必要情報を信頼できる形で提供



- ・ ユーザへの情報提供を領域ごとに最適化し、セグメントメディアNo.1の集合体でこだわり消費No.1メディアを目指す

これまで

AllAbout

マネー

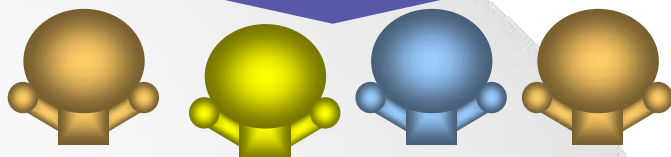
住まい

健康

・

・

・



カスタマー

今後

AllAbout

マネー

AllAbout

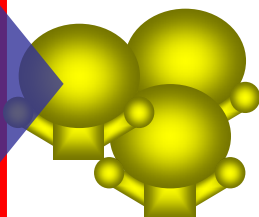
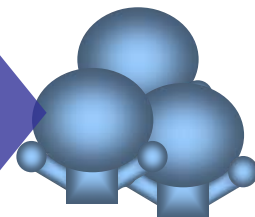
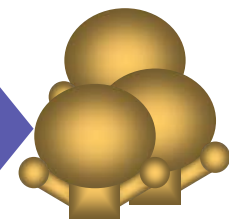
健康

AllAbout

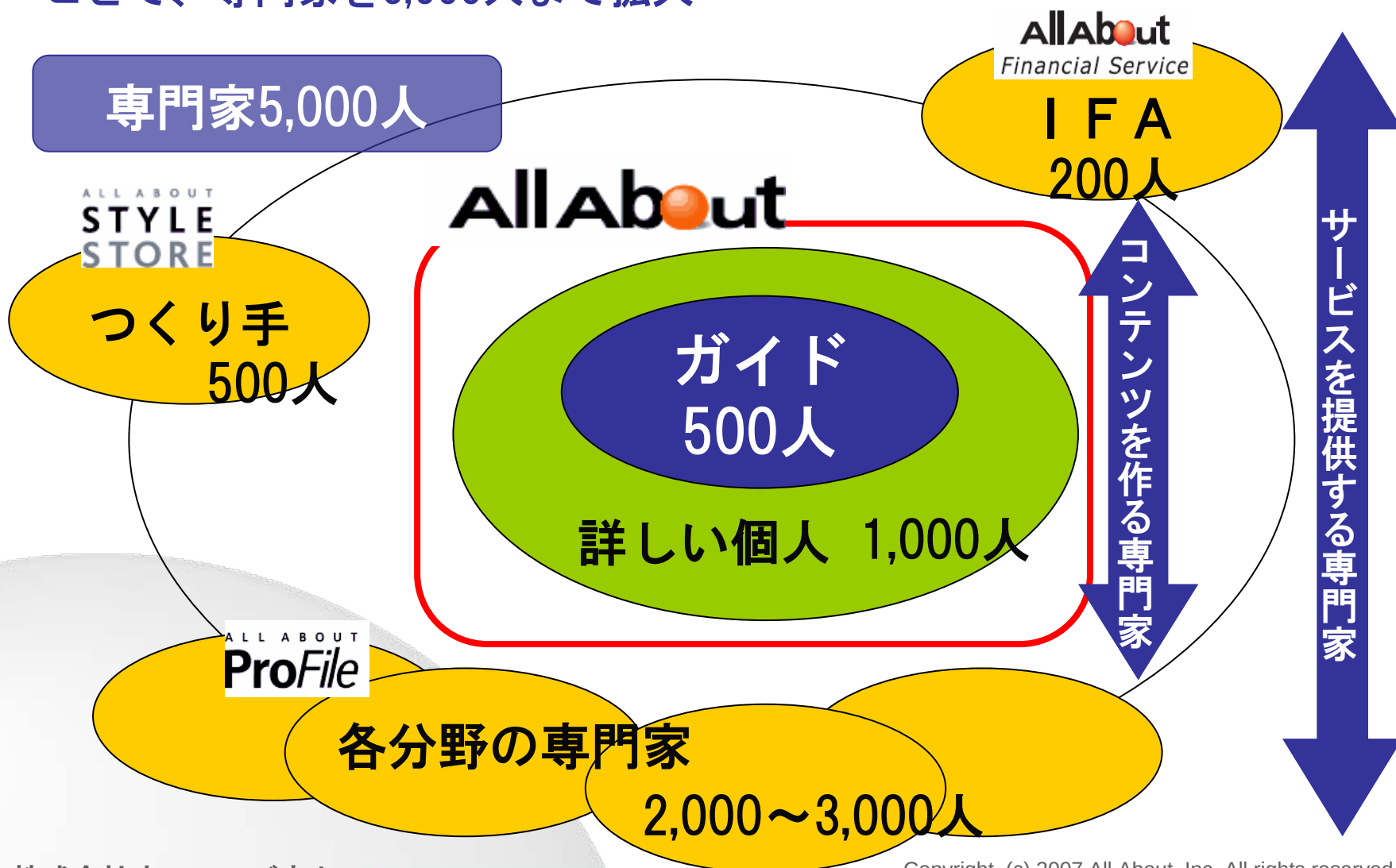
住まい

AllAbout

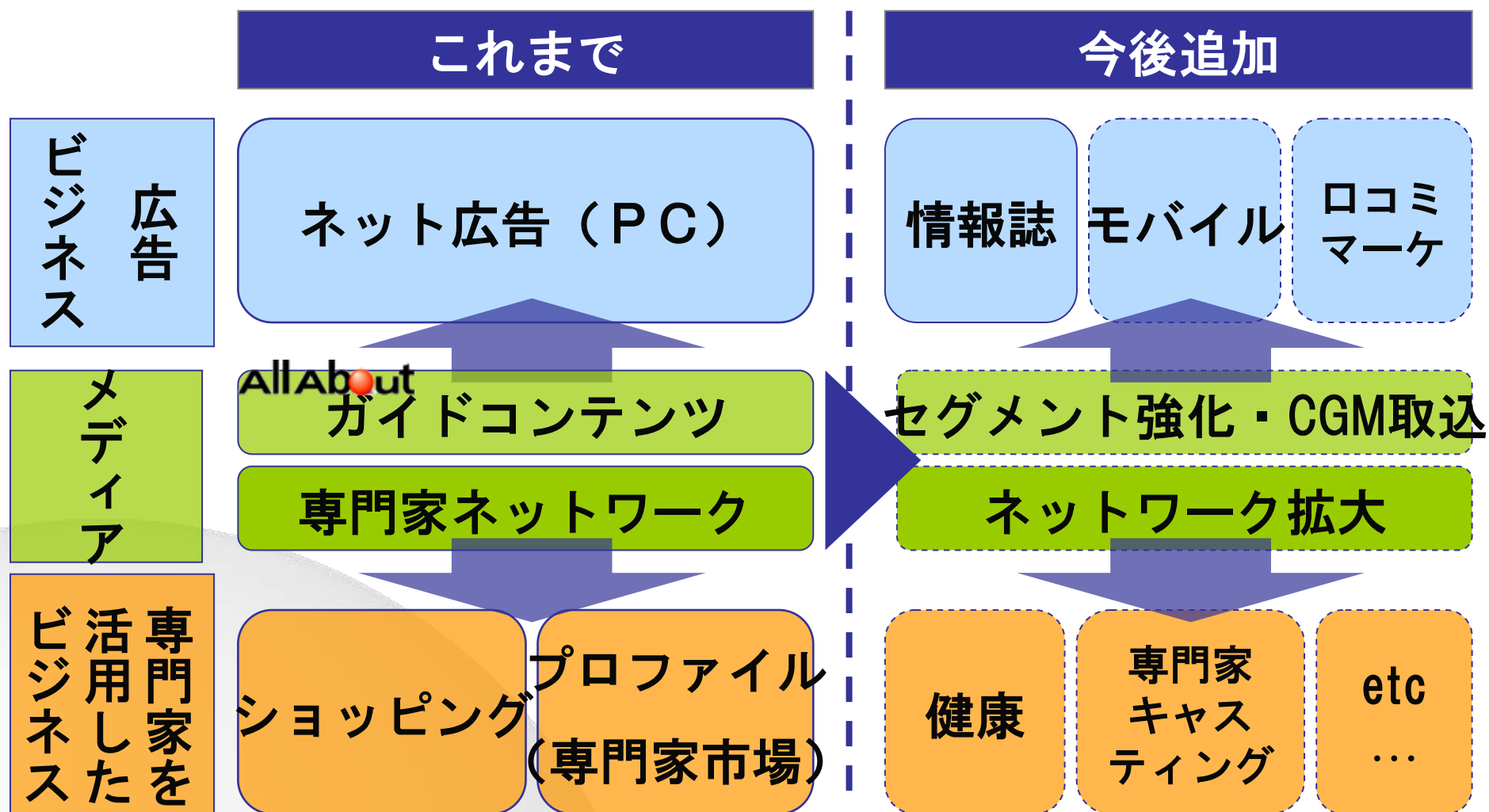
・ ・ ・



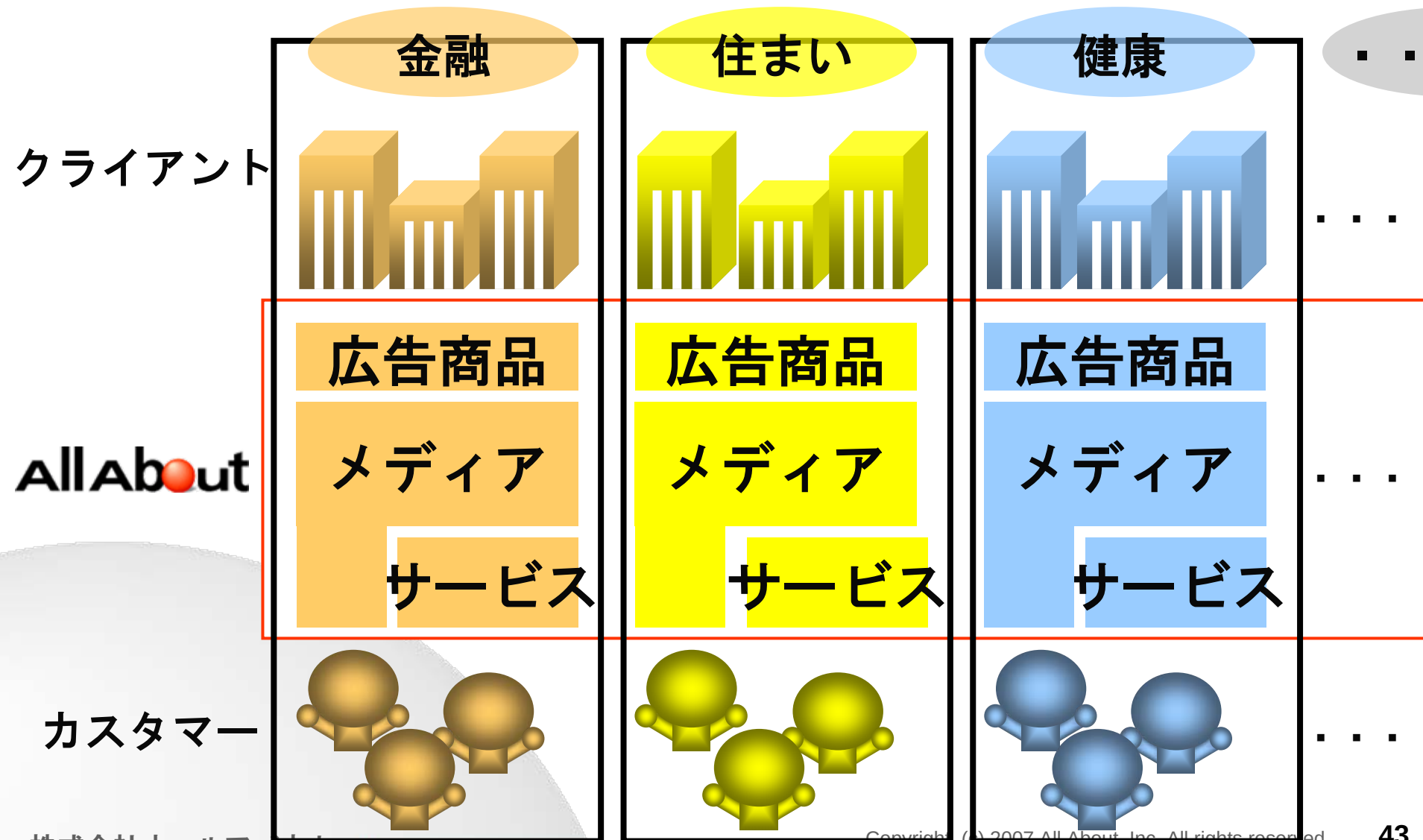
- ・ 既存ネットワークの専門家の拡大に加え、外部の詳しい個人を起用することで、専門家を5,000人まで拡大



- ・セグメントメディアNo.1を目指すと共に専門家ネットワークを拡大し、メディアを基盤としたビジネスを拡大していく



- ・メディアからビジネスまでを領域毎に一気通貫で推進する事業部体制を導入



(単位：百万円)

	2006年度通期 連結実績	2007年度通期 連結業績予想	2007年度中間期 連結業績予想
売上高	3,537	5,300	2,300
営業利益	384	420	△60
経常利益	387	420	△60

個人を豊かに、社会を元気に。

AllAbout