



2022年12月16日

各位

株式会社オールアバウト
代表取締役社長 江幡 哲也
(コード番号：2454 東証スタンダード)
問い合わせ先 取締役 森田 恭弘
電話 03-6362-1300

2023年3月期第2四半期決算に関する質疑応答(要旨)

2022年11月10日に発表した2023年3月期第2四半期決算発表後に株主・投資家の皆さまからいただいた主なお問い合わせやご質問とその回答について、下記の通り開示いたします。

なお、回答内容については、時点のずれによって多少の齟齬が生じる可能性があります。直近の回答内容を最新の当社方針としております。

Q1： 第2四半期決算の計画に対する進捗評価は？

A1： 売上高は、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いずれも伸長した結果、前期比6.6%の増収となった。コスト面では、売上高の増加に伴う変動費や人員増強等にかかる費用が増加。また、期初掲げた戦略投資は、費用対効果を考慮し実行したことで、計画比では減少も前期比では増加した結果、営業利益は8百万円となり減益。期初発表した計画(0~1億円)に対しては、計画範囲内だがほぼ下限値での着地となった。

Q2： 2023年3月期第2四半期 決算説明資料の19ページについて、セッション数と広告単価が改善した背景と今後の見通しは？

A2： セッション数*は、優良コンテンツの強化などの施策が奏功し、検索流入の堅調な推移や参照流入などの検索以外による流入の増加により、前期比で約1.7倍の伸びとなった。また、下落が続いていた広告単価は、高単価領域の流入が増えたことで改善基調の推移となった。
セッション数は増加基調で推移しており、今後も拡大を目指す。広告単価についても、引き続きコンテンツ強化等を通じて、より単価の高いテーマでのユーザー接点拡大や、1セッションあたりのページビュー拡大等により、セッションあたりの広告単価の向上を図る方針。

※セッション数：特定の期間にWebサイトに訪問したユーザーの訪問回数のこと

Q3： PrimeAdの進捗は？

A3： 2022年8月3日に広告代理店と提携メディアのビジネスマッチングを支援する「PrimeAd BMP」の正式版の本格導入を開始した。当第2四半期末時点で、主要な代理店およびメディアとの連携をほぼ完了しており、今後サービスの拡大フェーズとして事業展開を図る方針。足元の進捗としては、メディア制作の良質なコンテンツを活用し、ユーザーに能動的な情報取得を促すコンテンツマーケティング施策のプランニング実績や、コンテンツマーケティング市場拡大に積極的に取り組む企業を認定する「PrimeAd BMP 認定代理店制度」を2022年11月28日より開始した。

(今回発表した認定代理店3社：株式会社ADK マーケティング・ソリューションズ、株式会社電通デジタル、株式会社博報堂DYメディアパートナーズ)

▼こちらのプレスリリースもあわせてご覧ください

広告会社・代理店と提携メディアのビジネスマッチングプラットフォーム PrimeAd BMP 認定代理店制度を開始

- Q4： ドコモ経済圏の拡大について進捗状況は？
A4： サンプル百貨店については、従来のサンプル百貨店、NTT ドコモの「dショッピング」内に開いている店舗に加えて、同じく NTT ドコモが展開しているスマートフォン決済アプリの「d払い」上で2021年10月よりサンプル百貨店の取扱いを開始するなど、販路を拡大することで利用者の拡大につなげている。また、「dショッピング」においても、事業を開始した2020年7月には70店舗だった出店社数が足元では200店舗超と着実に拡大。また、取扱商品の拡充にも注力しており、2022年10月から取扱いを始めた「ふるさと納税百選」は、サービス開始から約2か月で寄付額は約4億円となるなど、期初に掲げた戦略方針であるドコモ経済圏の拡大に向けて順調な進捗となっている。

▼こちらのプレスリリースもあわせてご覧ください

『dショッピング ふるさと納税百選』サービス開始と寄付額1億円突破を記念して、dポイント山分けキャンペーンを開催！

- Q5： 業績予想を据え置いた背景と、今後見直しの可能性がある場合に要素として考えられるものは？
A5： 上期は取扱高および売上高は概ね計画通りに進捗したが、営業利益は計画値の下限で推移しており、下期に向けて課題があると認識している。ただ、マーケティングソリューションセグメントは、メディアのセッション数は足元でも安定しており、広告単価も底を打ち改善傾向にあることから、下期も堅調に推移する見通し。また、コンシューマサービスセグメントについても、上期に続き取扱高を着実に伸ばすことで事業成長を実現できると認識していることから、現時点では期初の計画から変更せず据え置きとした。
一方で、上期苦戦したタイアップ広告の受注動向については下期においても注視している。また、戦略投資、特にマーケティング費用の投入については、短期的/中長期的な投資効果を考慮しながら臨機応変に実行していくため、今期業績に対する変動要素となり得る。

以上

- ・本資料に含まれる将来の見通しに関する記述は、現時点における情報に基づき当社が判断したものであり、マクロ環境や業界動向等により変動することがございます。従いまして、実際の業績等が、本資料に記載されている将来の見通しに関する記述と異なるリスクや不確実性がありますことをご了承ください。
- ・これらリスクや不確実性には、一般的な業界並びに市場の状況、金利、通貨為替変動等、一般的な国内及び国際的な経済状況が含まれます。
- ・投資判断を行う際は、必ず当社が開示している資料をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断において行っていただきますよう、お願いいたします。

株式会社オールアバウト

🖥️ 企業サイト <https://corp.allabout.co.jp>

🖥️ IR情報 <https://corp.allabout.co.jp/ir/>

📺 2023年3月期第2四半期決算説明動画は[こちら](#)

📄 2023年3月期第2四半期決算説明の書き起こしは[こちら](#)

IR情報▶

