



2023年6月30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月期決算に関する質疑応答（要旨）

2023年3月期決算発表（2023年5月10日）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： 今期も戦略投資を実施するのか？

A1： 2024年3月期の戦略方針として、引き続き取扱高の拡大を掲げている。この実現のために必要な投資を今期も実施していくが、しっかり費用対効果を見極めながら必要な投資を検討していきたい。投資の内訳についても基本的には前期同様、PrimeAd 関連での投資やドコモ経済圏拡大に向けた投資を中心としつつ、テックベンチャー投資等も想定している。戦略投資の具体的な金額は開示していないが、期初段階ではおおよそ前期程度の規模感をイメージしている。

Q2： 2023年3月期 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の状況と今後の見通しは？

A2： 2023年3月期のセッション数[※]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1.3倍の伸びとなった。また広告単価は、前期の第1四半期は弱含んだがそれ以降は改善基調で推移した。

足元の動向としては、3月以降一部プラットフォームのアルゴリズム変更もあり、セッション数は一時的に低下。高単価コンテンツのセッション数も減少することで、単価についても減少傾向。上期中での回復を目指すと共に、下期以降引き続き高単価コンテンツの強化を継続し、再成長を目指す。

※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 の取り組み方針は？

A3： PrimeAd が狙っている市場として大きい部分は、コンテンツマーケティングと言われる市場だが、その中でもまずはデジタルメディアタイアップ市場でのシェア拡大に注力していく。自社調べになるが、大体1,000億円の市場規模と認識しており、この市場における商流をPrimeAdに変えていく施策に取り組む方針。複雑な業務フローや標準化されていない効果指標など、デジタルメディアタイアップ市場の拡大を阻む要素があるが、PrimeAdで業務の標準化を図ることでこれらの課題を解消し、市場拡大につなげていきたい。また、PrimeAdというプラットフォームを浸透させるためにはパートナーとの連携が重要であることから、広告代理店との連携を強めるべく、既にPrimeAdを活用いただいている業界大手企業に加えて、中小・地方の広告代理店の開拓・連携にも注力する方針。

Q4 : ドコモ経済圏の拡大についての今期方針は？

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」内の店舗に加えて、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きた。こちらについては、商品拡充を通じて利用者の拡大をまだまだ行うことができると考えており、売れ筋商品の拡大や調達先の多様化、サンプリングイベントとの連携等を通じて拡張を図る方針。また「d ショッピング」も、2020 年 7 月にドコモとの共同運営を開始して以降順調に取扱高を拡大。出店社数も共同運営開始当初の 80 社から 250 社超まで増加している。また、前期新たに始めた「d ショッピングふるさと納税百選」も 2023 年 5 月に 100 自治体を突破するなど順調に進捗している。加えて、キャッシュレス決済「d 払い」ミニアプリ内での EC サービスについても、マーケティング施策の段階的な拡充を進める中で、サンプル百貨店の利用者やネットショッピングの加盟店・利用者が増加している状況。今後も d ショッピングにおける有名店の誘致やふるさと納税に参画いただける有力自治体の誘致等を通じて各サービスの拡張を図り、ドコモの d ポイント・d カードを利用いただける機会の拡大を通じてドコモ連携を推進していきたい。

▼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』掲載自治体が 100 自治体を突破

【通算 100 回目！】日本最大級のサンプリングイベント「RSP」が、12 月にリアルとオンラインのハイブリッドで開催決定

Q5 : 前期は粗利率低下要因として物流費の増加を上げていたが 2024 年 3 月期の物流費についての見通しは？

A5 : 主にサンプル百貨店事業において影響してくる部分。物流費には配送にかかる費用と、倉庫など商品の保管場所にかかる費用に分類されるが、前期においては後者の費用が嵩んだことが物流費増加の要因となった。今後も取扱高の拡大を目指す上で、新たな物流倉庫の検討を含めコスト構造を改善させる施策を進める方針。一方で、配送にかかる費用については、2024 年問題の影響を受ける部分である。この影響は業界全体に及ぶが、サンプル百貨店はお試し買いサイトという性質上、価格優位性があると認識している。本課題については、物流の効率化に加えて価格戦略を交え、利益率の確保または競争優位性の向上など、総合的な見地から対応策を検討している。

Q6 : 通期業績予想を考える上での事業環境の認識と、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？

A6 : マーケティングソリューションセグメントにかかわる領域として、インターネット広告およびデジタルマーケティング市場動向には注視している。どちらの市場も社会のデジタル化の加速を背景に今後も成長が続くものと見込んでいるが、インターネット広告単価については市場全体が調整局面にあり、大きな改善は期待しにくい状況。また、コンシューマサービスセグメントについては、日本国内の EC 市場は引き続き成長余地の高い市場であり、基本的には良好な市場環境を想定している。

足元では特に大きな乖離は発生していない認識だが、前提となるこれらの事業環境が大きく変化した場合、業績へ影響を及ぼす可能性がある。また、今期も実施予定の戦略投資については、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月期決算説明動画は[こちら](#)

📄 2023年3月期決算説明の書き起こしは[こちら](#)

IR 情報 ▶

