



会社概要

- 会社名 株式会社オールアバウト All About, Inc.
- 本社 〒150-0013  
東京都渋谷区恵比寿1-19-19  
恵比寿ビジネスタワー 10F
- 大阪営業所 〒550-0003  
大阪府大阪市西区京町堀1-6-2  
肥後橋ルーセントビル3階
- 主な事業内容 専門ガイドによる総合情報サイトの運営  
インターネット広告事業  
オンラインショッピング事業  
専門家マッチング事業
- 事業開始 2000年6月
- 資本金 11億3660万円(2006年9月末現在)
- 従業員数 164名(2006年9月末現在)
- 役員  
代表取締役社長兼CEO 江幡 哲也  
取締役兼CFO 加藤 健太  
取締役兼 All About 編集長 藤山 さゆり  
取締役 五島 一則  
取締役 喜多埜 裕明  
常勤監査役 渡邊 龍男  
監査役 石原 智恵  
監査役 大中 友志

株主メモ

- 決算期 3月31日
- 利益配当金受領株主確定日 3月31日
- 中間配当金受領株主確定日 9月30日
- 定時株主総会 毎年6月
- 株主名簿管理人 東京都千代田区  
丸の内一丁目4番5号  
三菱UFJ信託銀行株式会社
- 同事務取扱場所 (郵便物送付・電話照会先) 〒137-8081  
東京都江東区  
東砂七丁目10番11号  
三菱UFJ信託銀行株式会社  
証券代行部  
0120-232-711
- 同取次所 三菱UFJ信託銀行株式会社  
全国各支店
- 株式の売買単位 1株
- 公告掲載紙 電子公告の方法により行います。
- 公告掲載URL <http://corp.allabout.co.jp/ir/koukoku/>

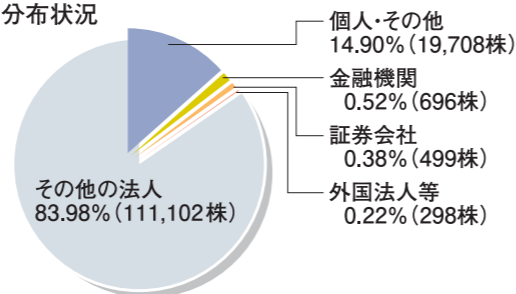
株式状況

- 基本情報 証券コード:2454  
上場市場:ジャスダック証券取引所  
上場日:2005年9月13日

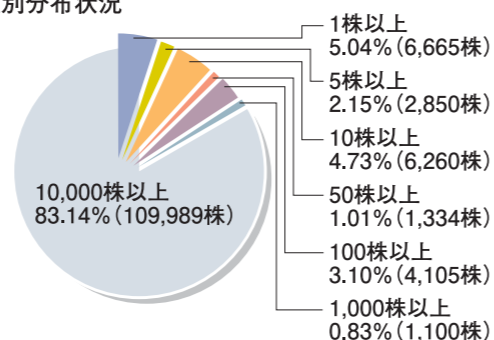
(2006年9月末現在)

会社が発行する株式の総数	451,620 株
発行済み株式総数	132,303 株
株主数	3,992 名

所有者別分布状況



所有株数別分布状況



大株主

株主名	持株数	持株比率
株式会社リクルート	63,319	47.85%
ヤフー株式会社	46,670	35.27%
江幡 哲也	1,100	0.83%
藤山 さゆり	534	0.40%
日本証券金融株式会社	497	0.37%
又未 涉	492	0.37%
加藤 健太	340	0.25%
坪田 通尚	300	0.22%
松森 正彦	266	0.20%
中村 博史	230	0.17%

株式会社オールアバウト  
半期経営報告書



CONTENTS

ごあいさつ	1
企業理念	2
会社紹介	3
事業紹介	4
中期計画の概要	7
上半期の取組み	9
財務諸表	11
売上高・費用等の推移	12
下半期のポイント	13
All About の使い方	15
新会社のご紹介	17
アンケート結果	18

# ごあいさつ

# 企業理念

## 投資家の皆様へ

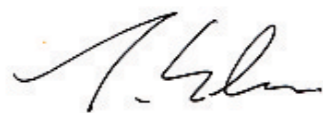
皆様におかれましては、ますますご清祥のこととお慶び申し上げます。平素は格別のご支援を賜り、厚く御礼申し上げます。


当社は2000年の事業開始以降、「システムではなく、人間。」を企業理念に掲げ、様々な領域における専門家(ガイド)が、その人ならではの知識や知恵を情報として提供するという、他に類をみない独自のインターネットサービスを行ってまいりました。

おかげ様を持ちまして2005年9月にジャスダック証券取引所に上場いたしました。ようやく一年が経過したところであります。皆様の期待に応えるべく、まずは公表しております2008年度へ向けた計画の実現へ向けて、社員一同、一丸となって努力を続けております。

今回の経営報告書では、この上半期の経営の結果についてご報告させていただくと共に、下半期以降の戦略についてもご説明してまいります。この報告書を通して、当社の今後の展開をご理解いただくとともに、引き続き中長期的なご支援とご協力を頂ければ幸いです。

株式会社オールアバウト 代表取締役社長 兼 CEO  
江幡 哲也




 オールアバウトの企業理念について、社長の江幡からお答えします。

**Q.インターネットの会社なのに、なぜ企業理念は「システムではなく、人間。」なのですか**

インターネットの登場により、個人が自分から情報を収集できる本場に便利な世の中になりました。インターネットの世界では、とかくシステムやテクニカルなことが前面に出がちですが、本当に役に立つ情報は、実務や仕事で現場に携わる「人」、「個人」が持っている情報です。インターネットは素晴らしい道具に過ぎません。私達は情報を提供するだけでなく、モノを買ったり何かを実現するお手伝いをしたり、理想としてはホテルのコンシェルジュのように、個々のお客様の多様化する要望のひとつひとつに応えるようなサービスを展開していきたいと考えています。システムによる検索エンジンでは、こうしたサービスは実現できません。そこには「人間の力」が必要です。私達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生み出して行きたいと考えています。だから私達の経営理念は「システムではなく、人間。」なのであり、最初はインターネットから始まりましたが、インターネットの会社に留まらずにマーケットを拡大していきます。



**Q.会社として目指しているものがありますか**

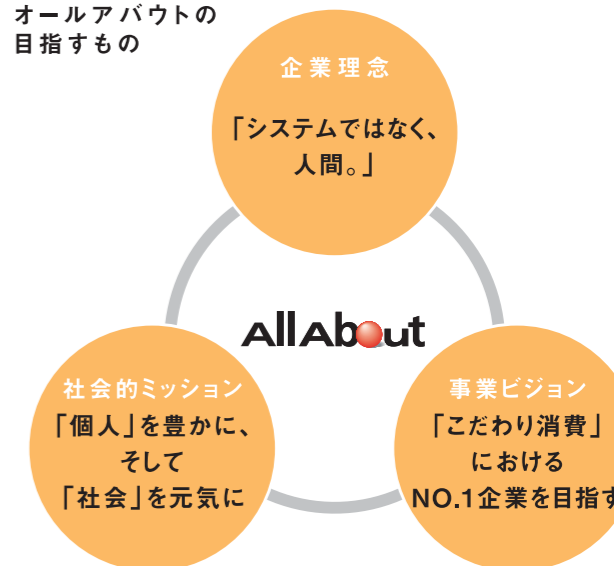
私達は個人にフォーカスしてサービスを運営しています。例えばAll Aboutというメディアは、各分野で活躍する専門家がガイドとして、専門家ならではの知恵や知識を提供することで、読者にとって有益な情報源としてご利用いただいています。また同時に、情報を提供する側の専門家にとっても、個人としての活躍の場や収益を得るチャンスとしてご活用いただいています。このようにAll Aboutは情報提供を通じて、一人一人の志向が多様化する中で、個人が自分にあった情報を活用できるようにしたり、または直接的に個人の自立を支援することで、多くの皆様がより豊かに人生を送れるようにしていきたいと考えています。そして個人が豊かになれば、経済が活性化し社会も元気になっていくでしょう。「個人」を豊かに、そして「社会」を元気に”これがオールアバウトの社会的ミッションです。

**Q.「個人」を豊かに、そして「社会」を元気に”することが、収益につながっていくのでしょうか**

私達は現在、個人の消費がマス消費からこだわり消費へとシフトし、大きなビジネスチャンスが広がっていると考えました。そして、ここにフォーカスした「こだわり消費におけるNo.1企業」というビジョンを掲げ、収益の最大化に努めています。このビジョンとその達成に向けた計画はこの後のページでご説明いたします。しかし私は、利益だけを追求する事業は長続きしないと思っています。会社は社会全体のものです。ちょっとおかげさですが私は事業を「世直し」のようなものだと思っています。事業を通じて世の中を良い方向へ変えることができれば、将来に渡って利益を生み続けることもできないのではないかと考えています。私はこの2つはどちらが先ということも無く、車の両輪のような関係と位置づけています。事業を続けていくことで、この2つは同時に達成していくことができるのだと本気で思っています。現在の中期計画はこうした考えを具体化するための「地図」とも言えますが、この地図に沿って、現在必要な投資を行っているところです。



オールアバウトの  
目指すもの



# 会社紹介

## インターネットにおける日本最大級のメディア企業

当社はインターネットにおける日本最大級の「メディア企業」です。インターネットといえば「検索」のイメージを持つ方が多いと思いますが、当社は「検索サイト」を運営しているのではなく、利用者に役立つコンテンツを自ら編集し、お届けしている企業です。当社の運営する「All About」は現在様々な生活分野において、月間1600万人以上の方々にご利用いただいております。

## 信頼できる、役立つ情報を提供

当社は2000年6月に株式会社リクルートと米国アバウト社との合併企業として設立されました。そして、個人の志向の変化に伴って、ますます多様化する情報ニーズに応えることと、匿名の情報が氾濫し、ますます情報があふれかえるインターネットにおいて、信頼できる情報をより簡単に得られるようにすること、この二つを解決するメディアとして、2001年2月にインターネット情報サイト「All About」をスタートさせました。

「All About」は詳しい情報を持っている専門家(ガイド)をあらゆる分野でネットワークし、リクルート社が持つ情報編集ノウハウを提供し専門知識を発信してもらい、それまでにない全く新しい形のメディアとして誕生しました。

## 情報収集のお手伝いだけでなく実現のお手伝いへ

サービス開始時点では数百だった専門家(ガイド)たちが書き下ろした記事も、現在では450を超えるテーマで55,000本以上お届けできるようになっています。またこれらの記事を通して、「知っていれば便利な情報」や「ちょっとしたこだわり情報」など、利用者の情報収集をお手伝いできるようになっています。

さらに、興味のある情報を得たけれどもどうやって実現すれば良いかわからないという、利用者の次のニーズに応えるために、2005年より実現を支援するサービスとして、こだわりの商品を、その商品にまつわるストーリーとともに販売する「All About スタイルストア」と、建築家やファイナンシャルプランナーなどの専門家たちと出会う場「All About プロファイル」を開始しました。今後も情報面、実現面で多くの利用者のお役に立てるサービスを展開していく予定です。ご期待ください。



All Aboutの表紙(トップページ)です。 http://allabout.co.jp/ 専門家(ガイド)が運営するガイドサイトです。450以上のテーマがあります。

約450人の「その道のプロ」があなたをガイド。



「マネープラン入門」ガイド やがら 純子  
「美しい姿勢・歩き方」ガイド 長坂 靖子  
「世界遺産」ガイド 長谷川 大  
「外国株」ガイド 戸松 信博  
「食育」ガイド 飯野 耀子

「育児」から「ストレス」まで生活情報を幅広くお届けしています!  
「All About 人気記事ランキング」(9月第2週)

	記事名・掲載ガイドサイト	検索方法
1	真似したい! 紀子さまのおおらか子育て 妊娠・出産・教育>>「幼児教育」	All Aboutの検索で「真似したい」で検索
2	「グレーゾーン金利」って、どんな金利? 時事・ニュース>>「よくわかる時事問題」	All Aboutの検索で「グレーゾーン」で検索
3	今ノートパソコンが買いな10の理由 パソコン>>「ノートパソコン」	All Aboutの検索で「今ノートパソコン」で検索
4	「あなたがストレスを感じるとき」ベスト10 健康・医療>>「ストレス」	All Aboutの検索で「あなたがストレス」で検索
5	「密室のエレベーター」で襲われないために 暮らし>>「防犯」	All Aboutの検索で「密室」で検索

## 収益の柱は広告事業

当社の広告事業では、インターネット広告で一般的な「バナー広告」や「検索結果連動型広告」はもちろんですが、「編集型(記事風)広告」を最も得意としています。All Aboutは55,000本以上の記事を通して生活情報を提供しています。つまり利用者の多くは、記事を読みながら情報を調べているので、All About上で展開する広告も、記事の形式で詳しく解説したり、利用シーンなどを写真とともに紹介する編集型広告がマッチします。バナー広告の小さいスペースや検索結果に連動して表示される1行の文章で、本当に伝えたい内容が伝わるでしょうか? 当社の編集型広告は広告主が伝えたいことを手間隙をかけてきちんと伝えていきます。そしてここまですることで、その広告は単なる宣伝ではなく使える情報として利用していただけるものになるとも考えています。

## 多様な編集型広告を提供

普段から信頼できる情報を提供している専門家(ガイド)が、利用者の側に立って客観的に商品を紹介することで、利用者にとってその広告の情報としての価値はさらに高まります。また、編集型広告では広告主が伝えたい人に、効率的に伝えることができます。All Aboutにある450以上のテーマから、その広告のターゲットが多く利用しているテーマに絞って広告を表示することが可能だからです。

さらに、広告主が希望するテーマで専門家を採用し、450以上あるテーマの中に新たにサイトを開設するスポンサーサイトやブランドサイトなど、編集型広告の進化版をご用意しています。これらの商品は他のテーマと同様、記事を通して様々なことを継続的に利用者に訴えかけることができます。この場合も、第三者的に専門家視点で情報を発信することが重要なのはもちろんです。このように、広告主のニーズの多様化に合わせて編集型広告も進化してきました。今後も進化を続け、価値を生み出す商品であり続けたいと考えています。

# 事業紹介 [インターネット広告事業]

## 編集型(記事風)広告



情報収集しにくく人には記事風の編集型広告がマッチします。

## 企業による番組提供(スポンサーサイト・ブランドサイト)



編集型広告の進化版として、ガイドサイトを企業提供によりお届けしています。

# 事業紹介 [オンラインショッピング事業]

## 【こだわりのオンラインショップ「All About スタイルストア」】

みなさんは、オンラインショッピングにどのようなイメージをお持ちでしょうか？安かろう、悪かろうなイメージをお持ちではないでしょうか？当社の展開する「All About スタイルストア」は、商品の詳しい解説や利用シーンなどを質感高くお伝えするとともに、こだわりの逸品を販売するオンラインショップです。いかに安く買うかではなく、買う人達の感性やこだわりで選んでいただくことが可能です。安かろう、悪かろうのイメージから、オンラインショッピングに取り組んでいないメーカーやショップは数多くありますが、スタイルストアの雰囲気や質感であればイメージを損なわないとのご評価をいただき、他店では取り扱っていない商品やブランドも取り扱うことができています。

またスタイルストアは、通常数%程度の利益率と言われるオンラインショップにおいて、高マージンによる高い利益率を達成しています。これも、商品の詳しい解説や利用シーンなどを手間隙かけてお伝えしているため、販売主から広告宣伝も兼ねて考えてもらえているからです。

## 【つくり手がこだわりぬいて生産した商品を販売】

最近のスタイルストアの取り組みとして、つくり手(ものづくりのプロ)がこだわりぬいて生み出した少品種少量生産のものを全国から集め、販売しています。全国には、こだわりのものを、こだわってつくっていても販路を持たないクリエイターが数多く存在します。そのような方々を集め、こだわりの商品を提供してもらうことで、利用者にもスタイルストアでしか販売していない希少な商品を買う機会が提供できると考えたからです。

またスタイルストアでは、商品を販売するつくり手たちが、その商品についての「こだわり」を文章にして紹介できるようにしています。どのような思いで、どのように使って欲しくて、つくり手たちが商品を生産したか、そんな熱い情報とともに商品販売しています。現在135人のつくり手が、スタイルストアで情報発信とともに商品販売しています。ぜひ、ご覧いただければと思います。

## ■ スタイルストア トップページ



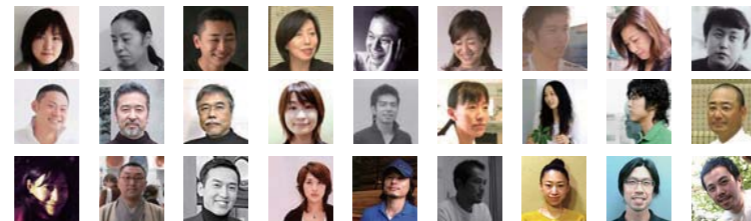
All About スタイルストアのトップページです。  
http://stylestore.allabout.co.jp/

## ■ つくり手ブログ



つくり手たちが商品にこめた思いを紹介しています。

## 135人の「つくり手」が、こだわりの商品をお届けします



## スタイルストア売れ筋商品ランキング (2006年上半期)

	商品名 [ブランド名]	価格	商品説明
1	ルアウ [vessel]	¥29,925 (税込)	もともとテーブルの上において使っていた照明のデザインを、丈夫で簡単に持ち運べるように、しかも優しい雰囲気に仕上げたランプ。
2	rolo フラワーベース [YOnoBI]	¥15,750 (税込)	山形铸件でつくられる、5つのパーツから構成されたフラワーベース。一番下のパーツは内側がホーロー加工で、水を張ることが可能。
3	ゴブラン口金財布 [Coquette]	¥15,750 (税込)	ゴブラン生地には珍しい動物柄を使用した、女性らしさ満点の把手が付いたかわいい財布。口金付き小銭入れと、カード&お札入れが分かれて使用可能。



# 事業紹介 [専門家マッチング事業]

## 【専門家と相談できる、実現できる「All About プロファイル」】

All About では専門家(ガイド)が、「知っていれば便利な情報」や「ちょっとしたこだわり情報」を提供しています。情報により詳しくなった利用者からは「誰に頼めば良いか」、「どこに行けば実現できるのか」といった次の段階のニーズが高まってきました。また、All About の専門家(ガイド)には、数多くのお問合せをいただくとともに、テレビや雑誌といったマスコミからの取材も多く入り、どんどん活躍の場が広がっていました。

そこで2005年11月より、利用者の実現を支援してくれる専門家(個人事業主)たちに、All About 内に有料でホームページを開設してもらい、利用者がその専門家たちに相談したり、仕事を発注したりできる場所「All About プロファイル」を開始しました。これにより、利用者が専門家と実現できるようになるとともに、個人事業主である専門家たちに仕事を得る機会を提供できています。

## 【専門家の市場を作りたい】

現在All About プロファイルには、建築家やファイナンシャルプランナー、弁護士、パーソナルコーチなど333名の専門家が「住宅」「マネー」「法律」「ビジネス」「キャリア」の分野で利用者の相談に答え、実現をお手伝いしています。実際にプロフィールを通して、建築家と家を建てたり、弁護士から離婚時の慰謝料や財産分与のアドバイスを受けたり、キャリアアップや転職の相談をしたりといったことが実現しています。日常生活の中で、誰かに相談したいとき、専門的な知識がないので困っているときなど、ぜひご活用いただきたいと思います。

今後についても、既にある分野の専門家を増やしていくとともに、新しい分野の専門家を集め、3年後には3,000名程度の専門家が集まる場所を目指しています。そして、専門家が活躍し、多くの人のこだわりに応えてくれる、専門家の市場を作りたいと考えています。

## ■ プロファイル トップページ



All About プロファイルのトップページです。  
http://profile.allabout.co.jp/

## ■ 専門家ページ



333人の専門家たちがみなさんの相談に答えます。

## 専門家とのコラボレーションが実現しています



All About プロファイルを通じて、もうすぐ専門家が設計した家が建ちます。



Q&Aでみなさんの相談に答えるときも、実際のお仕事につながっています。

# 中期計画の概要(2006-2008)

経営結果の報告に先立ち、期初より実行を進めてきました中期計画の概要について、再度ご説明します。

## 注力する領域

### こだわり消費\*領域

インターネットの普及により、自分で集めた様々な情報を元に比較検討したうえで、自分なりの「こだわり」で商品やサービスを選ぶ人が増えています。こうした「こだわり」は生活のあらゆるシーンでますます拡がり、大きなマーケットを作っています。私たちは「All About」でのサービス提供を通じて、今後も、この「こだわり消費」という大きなマーケットで、最も影響力のある企業を目指しています。

### 4つのライフデザインリテラシー\*領域

これまで国や会社が当たり前用に用意してくれていた、年金や医療や雇用といったものが、個人に委ねられる時代がやってきました。学校では教えてくれないこれらの知識を、知っている人と知らない人では大きな差がついてしまいます。私たちは「健康・医療」「ファイナンス」「キャリア」そして「情報」の4つのリテラシーを得ることが、個人の不安を取り除き、人生をより豊かにデザインするための下支えになると考えています。「こだわり消費」もこうした下支えがあればこそです。私たちは今後もこの4つのリテラシーの獲得を支援していきます。

## メディアの戦略

私達はこだわり消費シーンで最も使用されるメディアを目指して、「こだわり消費」に影響のあるコンテンツ\*を増やし、読者を増やしていきます。具体的には以下の戦略をとっていきます。

### ターゲット読者、テーマを拡大

- 読者のターゲットに、これまでのバブル世代に加え、団塊世代と団塊Jr.世代を追加
- ガイドサイトを増やし、取り扱いテーマ数を拡大
- 注力するテーマでのメディア拡充

### コンテンツの強化

- 外部コンテンツも活用するなど、コンテンツを作る手法の拡充
- 外部メディアやCGM\*との連携

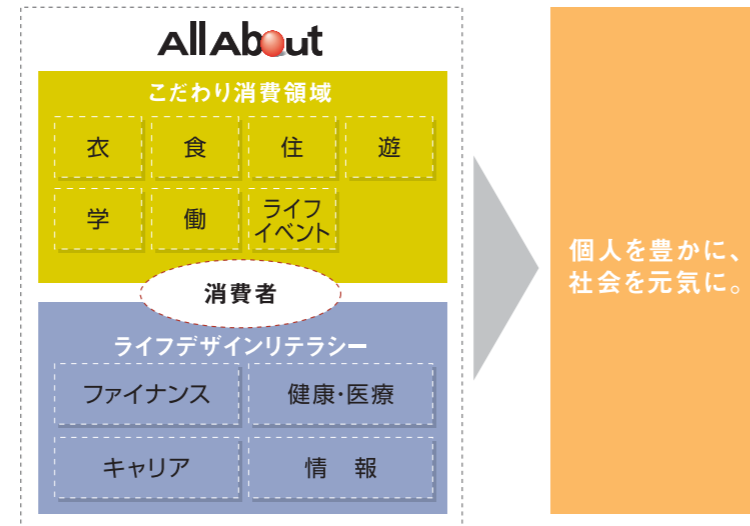
### ワンストップメディア化

- 情報収集だけでなく、実際の購入するところまで全てがAll About 内で済む様にコンテンツと機能を強化

### 専門家の強化

- ネットワークする専門家を5,000人へ

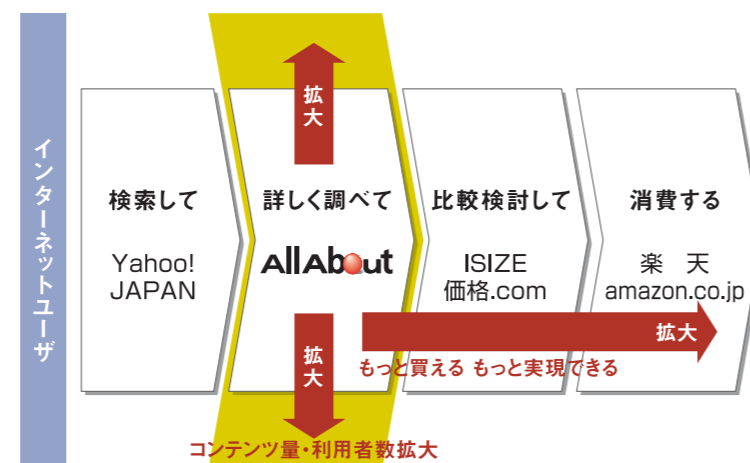
## All About の注力領域



### \*こだわり消費とは?

- どの店でも良いということではなく、パンはおいしいパン屋で買いたい
  - 年に一回はバック旅行ではなく自分流にアレンジした旅をしたい
  - 建築家と一緒にオーダーメイドの家を建てたい
- など、あらゆるシーンでちょっとしたこだわりを持って行動することです。

## メディア拡大の方向性



※リテラシー:その時代を生きるために必要な素養  
 コンテンツ:記事や情報など、掲載する内容のこと  
 CGM:Consumer Generated Mediaの略。ブログやロコサイトなど、消費者が自ら情報発信するメディアの総称

## ビジネスの戦略

今後3年間のビジネスの中心は引き続きインターネット広告事業になります。この強化に加え新たな事業を立ち上げることで、収益の多角化を図っていきます。具体的には以下の戦略をとっていきます。

### インターネット広告事業強化

- All About ならではの編集型広告に注力することで、他社との差別化をはかり、こだわり消費シーンにおける定番広告媒体へ

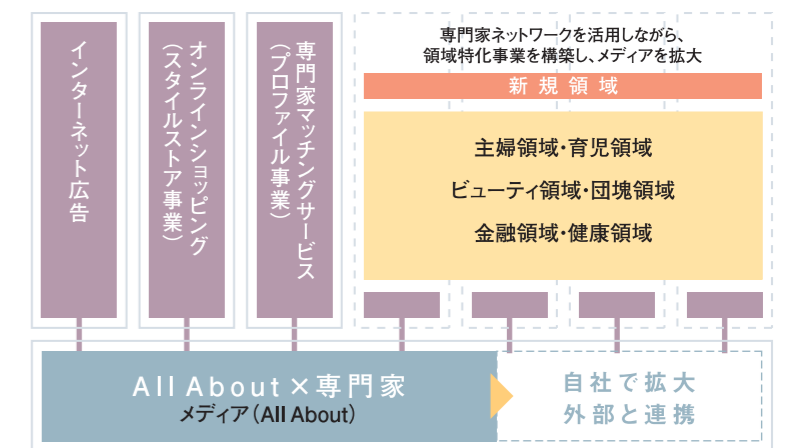
### ショッピング事業、専門家マッチング事業の収益化

- ショッピング事業ではAll About でしか買えない商品を拡充しつつ、メディアの購買機能追加にあわせて、販売機会を拡大
- 専門家マッチング事業では領域と専門家の数を拡大し、3年後に3,000人へ

### 注力領域での新規事業育成

- 金融、健康・医療領域など、注力領域を中心に新たな事業へ投資を実行

## ビジネスにおける新規展開領域



## まとめ

中期計画をまとめると以下の通りです。

### 1. 注力領域

こだわり消費領域と4つのライフデザインリテラシー領域

### 2. メディアの戦略

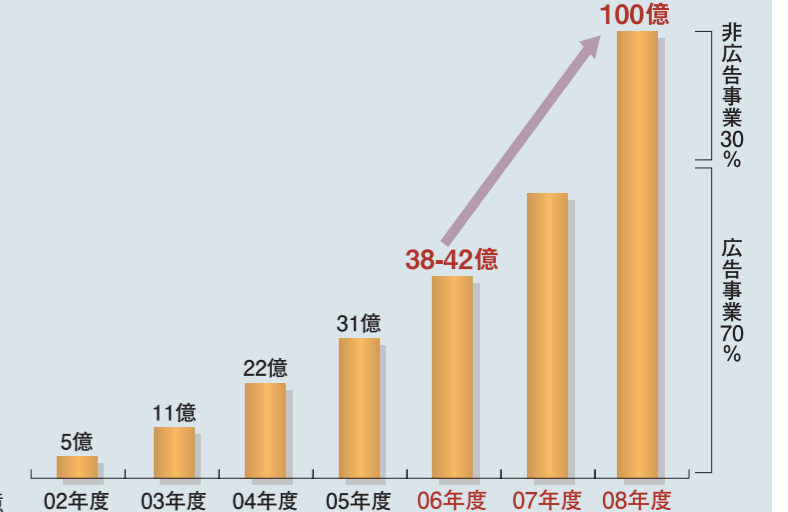
- ターゲット読者、テーマの拡大
- コンテンツ強化
- ワンストップメディア化
- 専門家強化

### 3. ビジネスの戦略

- 中心となるインターネット広告事業は編集型広告へ注力
- ショッピング事業、専門家マッチング事業の収益化
- 注力領域での新規事業育成

これらの戦略により、08年度の売上100億、営業利益20億の達成を目指しています。

## 中期業績目標



# 上半期の取組み

前ページでご説明いたしました計画に沿って、上半期はそれぞれの施策を順次実行に移してまいりました。いくつかのトピックをご報告いたします。

2006.4	5	6	7	8	9	10
<p>■ <b>初の新卒採用など積極採用</b></p> <p>初となる新卒社員9名の採用を含め、新規事業および新規メディアの立上げに向けて積極的な採用を行い、オフィスを拡張移転しました。</p>	<p>■ <b>つくり手ネットワークを開始し、スタイルストア事業強化</b></p> <p>スタイルストアのオープン周年に際し、つくり手ブログを開始し、ものづくりの専門家(=「つくり手」)である「クリエイター」「職人」「デザイナー」などのネットワークを開始しました。</p> <p>■ <b>実現力強化のためパートナーへ出資</b></p> <p>今後の業容拡大をにらみ、5月には日本有数のオープンソース系開発会社であるワイズノット社に、8月には制作会社であるアンティン・デザイン社にそれぞれ出資を行い、関係を強化しています。</p>	<p>■ <b>上場後初の株主総会</b></p> <p>多数の株主様にご参加いただき誠にありがとうございました。第二部の会社説明会も和やかな雰囲気で開催されました。</p>	<p>■ <b>業務提携によりプロフィール事業の営業力を強化</b></p> <p>専門家の出展を拡大すべくテレウェイブ社と業務提携契約を結び、営業体制を強化しました。</p>	<p>■ <b>プロフィール事業の収益化へ向けて専門家領域を拡大</b></p> <p>使いやすさ向上のためのリニューアルを実施すると同時に、これまでの「住宅」「マネー」に、「法律」「キャリア」「ビジネス」の3つの領域を加え、出展する専門家は333人となりました。</p> <p>■ <b>金融領域事業へ進出 新規事業への投資</b></p> <p>個人の自立支援のための4つのリテラシー領域のうち、まず「金融」の領域において、100%出資の子会社「株式会社オールアバウトフィナンシャルサービス(AAFS)」を設立しました。</p>	<p>■ <b>ガイドサイトを拡大し、メディアのテーマを拡大</b></p> <p>ガイドの新規採用を積極的に行い、ガイドサイト数は9月末で456サイトとなりました。取り揃えるテーマを増やしています。</p> <p>■ <b>専門家強化し、その数1,000人に。</b></p> <p>ガイド新規採用に加え、スタイルストアでのつくり手のネットワーク開始、プロフィール出展者の順調な拡大の結果、1,000人の専門家ネットワークが完成します。</p>	<p>■ <b>ライフスタイルメディアを拡充し、ターゲットを拡大</b></p> <p>上半期はターゲット別+領域別に、このライフスタイルメディアを展開する準備を続けてきており、「All Aboutチビタス」を皮切りに10月以降新創刊が続きます。</p> <p>■ <b>書店連動ブックフェア開催</b></p> <p>その道のプロであるガイドが推薦する書籍を書店店頭で紹介するイベントを開始しました。</p> <p>■ <b>All About Books 創刊</b></p> <p>All Aboutガイドが執筆する書籍シリーズ「All About Books」を創刊しました。第一弾は「離婚」ガイド岡野あつこによる「離婚なんてもったいない!」</p>

## TOPIC 1

### つくり手のネットワーク開始



ものづくりの専門家である職人やクリエイター(=つくり手)をネットワークした「つくり手ブログ」を開始しました。スタイルストア内のブログ上で、つくり手たちが自分の商品を紹介したり、ものづくりへの想いを語っています。こだわりの商品を生産しているが、大きな販路を持たないつくり手の活動を支援する一方、他所では買えない商品が自律的に集まる仕組みとなっています。つくり手の人数は9月末で135名となり、さらにネットワークを拡大しています。

## TOPIC 2

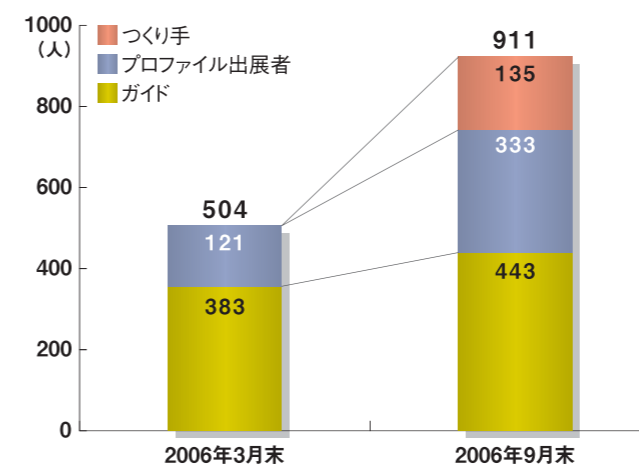
### 金融領域事業へ進出



100%子会社オールアバウトフィナンシャルサービス(AAFS)を設立しました。これまでAll Aboutでは金融に関する情報と、専門家に相談できるサービスを提供してきました。今回設立したAAFSSでは投資信託や保険など実際の金融商品を、独立系ファイナンシャルプランナーを組織化し彼らを媒介として、提供します。これにより金融領域におけるユーザーニーズ全体をカバーしたサービスの提供が可能となりました。

## TOPIC 3

### 専門家数1,000人に



今期は計画に従い、専門家ネットワーク数の拡大を進めてきました。ガイドの採用を積極化し、ガイド数は3月末比60人増の443人へと拡大しました。またプロフィールでは新たに3分野の専門家を加え、出展する専門家は333人となりました。これに今期よりスタイルストアで募集を開始した「つくり手」135人を加え、専門家の数は9月末現在911人となりました。金融領域事業での募集開始など引き続き拡大を進めており、1,000人のネットワークが完成します。

## TOPIC 4

### ライフスタイルメディア拡充



10/10に出産育児領域で新たに「All Aboutチビタス」を創刊しました。団塊Jr.世代をターゲットに、「自分達らしさを失わずに子供を一人のメンバーとして生活に加えること」や「子供がいるからこそ自分達らしく暮らせること」を提案しています。10/31には団塊世代をターゲットとした「All About50LIFE」を創刊しました。こちらは「娘と一緒に楽しい」「夫婦一緒に楽しい」をコンセプトに、娘視点も交えながら50代以上の夫婦のライフスタイルを提案しています。

# 財務諸表

## 損益計算書

区分	2006年度上期	2005年度上期	増減率
売上高	1,669	1,364	22.3%
売上原価	111	63	75.6%
売上総利益	1,558	1,301	19.8%
販売費及び一般管理費	1,392	1,234	12.8%
営業利益	166	66	148.5%
経常利益	166	42	291.8%
中間純利益	135	39	246.5%
	2006年度上期	2005年度上期	増減ポイント
原価率	6.7%	4.6%	+2.0
営業利益率	10.0%	4.9%	+5.1

編集型広告を中心に売上を伸ばした結果、前年比122%となりました

人員増(昨年比46名増)とそれに伴うオフィスコストの上昇により固定費が増加しています

オフィス移転に伴う特別損失が37百万円となりました

編集型広告の比率拡大に伴い、原価率は上昇しています

## 貸借対照表

区分	2006年9月末	2006年3月末	差異
<b>資産の部</b>			
流動資産	3,546	3,650	△104
固定資産	633	400	232
資産合計	4,179	4,050	128
<b>負債の部</b>			
流動負債	429	489	△59
固定負債	--	--	--
負債合計	429	489	△59
<b>純資産の部</b>			
資本金	1,136	1,110	26
資本剰余金	1,791	1,765	26
利益剰余金	821	685	135
純資産合計	3,749	3,561	187

売掛金の減少△82百万円等がありました

子会社設立100百万円、パートナー会社への出資51百万円、オフィス工事、サーバ等の取得がありました

## キャッシュ・フロー計算書

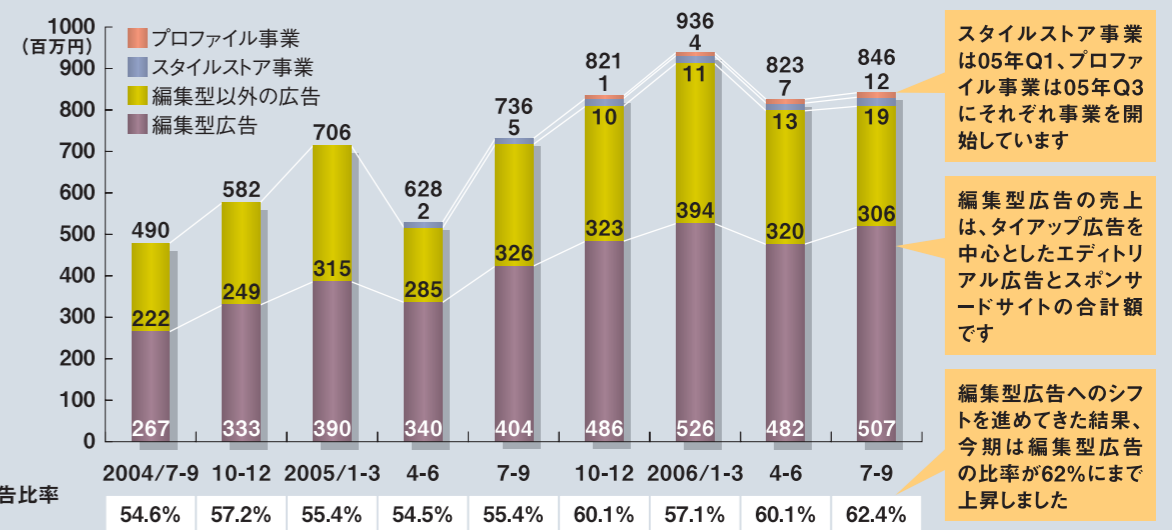
区分	2006年度上期
営業活動によるキャッシュ・フロー	201
投資活動によるキャッシュ・フロー	△289
財務活動によるキャッシュ・フロー	51
現金及び現金同等物の増加額	△36
現金及び現金同等物の期末残高	3,122

税引前中間純利益129百万円に加え、減価償却費48百万円等がありました

子会社設立100百万円、パートナーへの出資51百万円、有形固定資産の取得122百万円等がありました

# 売上高・費用等の推移

## カテゴリー別売上高推移

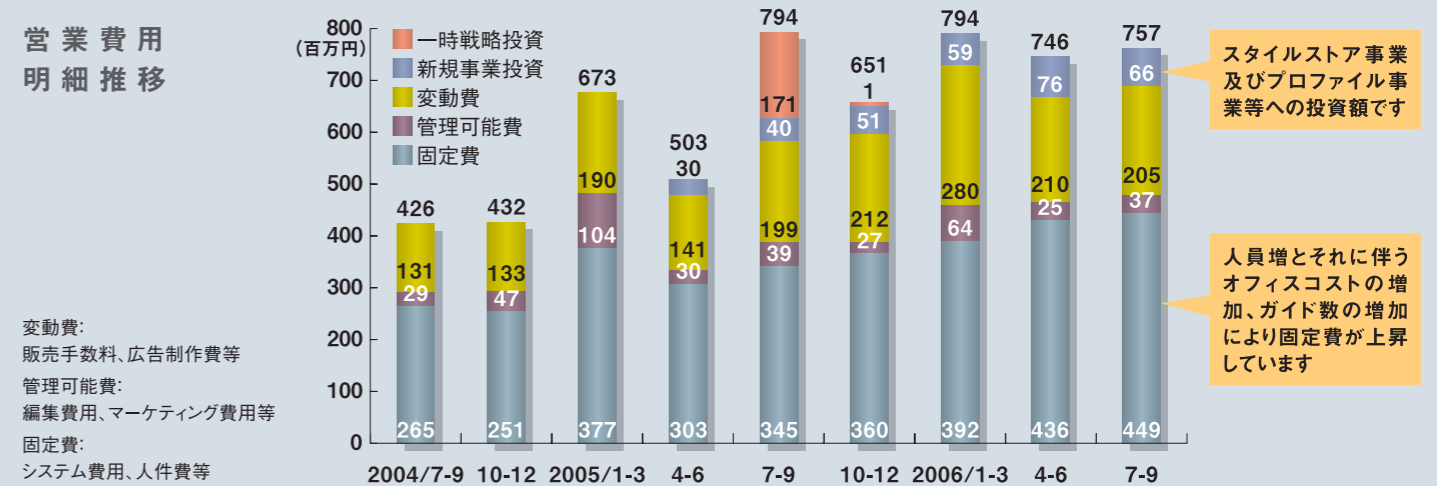


スタイルストア事業は05年Q1、プロフィール事業は05年Q3にそれぞれ事業を開始しています

編集型広告の売上は、タイアップ広告を中心としたエディトリアル広告とスポンサーサイトの合計額です

編集型広告へのシフトを進めてきた結果、今期は編集型広告の比率が62%にまで上昇しました

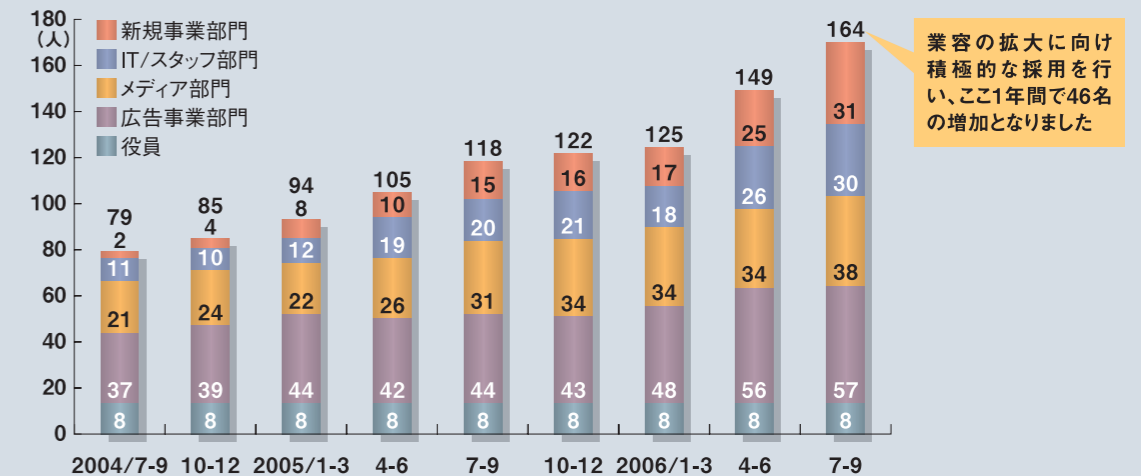
## 営業費用明細推移



スタイルストア事業及びプロフィール事業等への投資額です


人員増とそれに伴うオフィスコストの増加、ガイド数の増加により固定費が上昇しています

## 役職員数推移



業容の拡大に向け積極的な採用を行い、この1年間で46名の増加となりました

# 下半期のポイント

 2006年度下半期の注力ポイントについて、社長の江幡からお答えします。

## Q.下半期のポイントについて教えてください。

下半期に注力する取組みは大きく分けると、以下の3点になります。

1. ライフスタイルメディアをさらに拡充する
  2. CGMをAll About 流に活用していく
  3. それぞれの領域ごとに垂直的に事業を広げていく
- それぞれについて、順番に説明していきます。

### 1. ライフスタイルメディアの拡充について

#### Q.ライフスタイルメディアとは何でしょうか

All About のコンテンツはガイドの記事だけではありません。他に年代ターゲット別に独自に編集した、良質なライフスタイルを提案する雑誌のようなコンテンツを作っています。これまで、20代女性向け、50代男性向けなど4誌をネット上で展開してきました。



#### Q.どういった方向へ拡充するのですか

これらのライフスタイルメディアが、読者の方にも広告主様にとっても好評なため、その数を増やしていきます。これまでのような年代別だけでなく、テーマ別の展開も考えています。例えば10月1日

に創刊しました「All Aboutチビタス」は団塊Jr.世代をターゲットにしていますが、同時に出産・育児をテーマにしています。下半期は主婦・家事、ビューティ、金融、健康などのテーマで続々とオープンさせていく計画です。



#### Q.どんな効果が期待されますか

一番大きいのは読者を取り込むコンテンツの強化です。領域ごとに何度もAll About に見に来てくれる読者を増やすことを狙っています。また、同時に広告の場を増やすことにもつながりますし、テーマによっては、ショッピング事業や、プロフィール事業の収益にも寄与するでしょう。そして、専門家のコンテンツをより有効に活用できるという点では、All Aboutらしいやり方だと思っています。

### 2. CGMをAll About 流に活用していく

#### Q.CGとは何ですか

CGM (Consumer Generated Media) は、消費者が自ら情報を発信するメディアの総称です。最近流行のブログや、口コミサイトがこれにあたります。ブログは誰でも簡単に情報発信できるという点で、個人の情報発信を活発化させました。一方で、発信者が言いたいことを言うメディアであり、読み手の知りたいことに応えるメディアではないという面もあると思っています。

#### Q.All About 流のやり方で活用するとはどういうことですか

All About ではこれまで、各分野の専門家にガイドとして記事を書いてきてもらいました。彼らはその分野の専門家ではありますが、

書くことについては必ずしも専門家とは限りません。ですから、All About がそこで編集のサポートをすることで、専門家の知恵を引き出し、読者に真に役に立つ情報として提供してきました。このやり方を専門家から一般のブログを書いている人(ブロガー)へ拡げることです。All About 流の編集を加えることで、ブログなどのコンテンツもAll About の他のコンテンツと同じように、役立つ情報として提供することができます。

#### Q.どういった効果が期待できますか

All About のコンテンツの質を落とさず、一般消費者による商品評価など多彩なコンテンツの量を増やしていくことができます。これにより広告の場を増やすことにつながります。また、口コミの影響などインフルエンサーマーケティングというもの注目されていますが、All About の専門家ネットワークに優秀なブロガーを加えて、インフルエンサーマーケティングを強化できます。また、ブロガーにとっても読者を増やしたり、収益機会を得たりといったメリットを得ることができます。

### Q.Web2.0という言葉が流行り、Web2.0への対応を発表する企業も多いようですが

Web2.0とは次世代ウェブについての方向感の総称で、いくつかの概念からなっています。例えば、その中の一つ「ユーザ参加型」という概念は、これまで情報を受けるだけだった消費者が、開発やコンテンツ制作などに関わりながらサービスを成立させていくもので、CGMはこの代表的なサービスです。一方、All About がこれまで作ってきたメディアも、従来型の自社で全てを作ってしまうメディアではありませんし、個人に閉じていた知恵を活用し、世の中に流通させるという意味ではWeb2.0的な面も持っていますが、発信者が言いたいことを言いつつなで終わることはありません。個人に眠っている知恵を活用しながら、あくまで消費者の視点に立って提供するメディアであるという点で、両方の良さを併せ持っていると言えます。私達は今後も良いものは取り込みながら大事なところはぶらさずに、All Aboutらしいメディアを地道に作っていきます。



### 3. 垂直的ビジネス展開

#### Q.垂直的ビジネス展開とはどのような展開ですか

一足先に始めた金融領域を例にお話します。All About では利用者の「知る」「調べる」というニーズに対し、メディアでの情報提供を行ってきました。次に「誰かに相談する」というニーズに対し、All About プロファイルにおいて専門家を紹介してきました。まずこの2つをこれまで通り強化していきます。そして、8月に設立したオールアバウトフィナンシャルサービス(AAFS)が、独立系のファイナンシャルプランナーと呼ばれる専門家を組織化して商品を提供することで、実際に資産運用をしたり、保険に加入したりというニーズを満たすことができます。これが私たちの考える垂直展開で、つまりユーザニーズの上から下まで、それぞれをカバーするビジネスを行っていきます。

領域毎のユーザーニーズ	提供するサービス	その領域の専門家活用	換金モデル(ビジネス)
情報収集できる	AllAbout (メディア)	ガイド	広告
相談できる	ALL ABOUT ProFile	ファイナンシャルプランナー	出展料 スキルアップ支援
金融サービスを活用できる	AllAbout Financial Service		販売収入 信託報酬など

#### Q.どの領域で展開するのでしょうか

このようなユーザーニーズに沿った垂直的なサービス提供を複数の領域で展開していくことで、利用者にとって、なくてはならない存在となり、同時に収益を拡大していくことを狙っています。具体的には、金融に加え健康、住宅の領域で検討を進めています。全ての領域を垂直的に展開するというのではなく、領域ごとに最適な形を検討したうえで、垂直的に展開する領域を決めています。



# All About を使ったことはありますか？

前回の経営報告書で、All Aboutの利用経験について伺ったところ、6割の方がご利用されたことが無いとのことでした。当社の価値や将来性を感じていただくには、当社のサービスをご利用いただくのが一番です。ぜひこの機会に、一度All Aboutを覗いてみてください。

All Aboutでは、住まいから趣味まで43のジャンルの中に、450以上のテーマがあり、各分野の専門家が情報を提供しています。

例えば、「国内旅行」の中には、さらに細分化されたテーマが並んでいます。

INDEX	全471ガイドサイト一覧(新ガイド2名)			
住まい	マンション・分譲住宅	建築・リフォーム	インテリア	賃貸
マネー	マネープラン	投資・運用	暮らしのお金	
ビジネス	転職・キャリア	独立・起業	資格	語学
	ネットビジネス	プログラミング	ビジネス実用	
パソコン	デジタルアイテム	ホームページ作成	インターネット	パソコン
生活	レシピ	グルメ	恋愛・結婚	暮らし
	時事・ニュース	妊娠・出産・教育	健康・医療	ペット
	ファッション	メンズスタイル	ビューティ	コスメ
	50代からの生活	関西		
趣味	海外旅行	留学・海外生活	国内旅行	レジャー
	旅のノウハウ	クルマ・バイク	スポーツ	エンタメ
	懸賞・キャンペーン	ゲーム	音楽	趣味

ガイドサイト一覧
北海道
東京
横浜・鎌倉
信州
名古屋
京都
福岡
沖縄
シティホテル
関西のホテル・旅館
日本の名湯
温泉レポート
鉄道旅行
癒しの旅
女のひとりで旅
名所・旧跡めぐり

All Aboutは450を超えるテーマで、55,000本以上の記事をお届けする生活情報メディアです。  
<http://allabout.co.jp/>

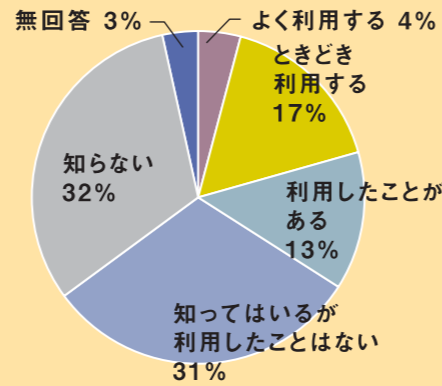
## ライフスタイルメディア

ライフスタイルメディアの中から、今回は団塊世代向けの「DORON」という名のwebマガジンをご紹介します。「DORON」は50代男性をターゲットに、料理や、旅行や趣味などのテーマで上質のライフスタイルを紹介し、ご好評を得ています。ちなみに、「DORON(ドロン)」という名前は、団塊世代の皆さんが会社人生からリタイア=ドロンして、第二の人生に踏み出すことに由来しています。



<http://doron.allabout.co.jp/>

All Aboutの55,000本以上の記事の中から、いくつかの記事をご紹介します。例えば、こんな記事はいかがですか。



各テーマのサイトでは旬の情報が詰まった最新の記事を読むことができます。

### 「日本の宿」

### 「仕事に活かせる資格」

### 「散歩」

### 「マンショントレンド情報」

### 「資産運用のノウハウ」

### 「はじめてのパソコン」

### 「肩こり・腰痛」

### 「日本酒・焼酎」

### 「ハワイで暮らす」

# 新会社のご紹介

**8月30日に設立されたオールアバウト初の子会社、オールアバウトフィナンシャルサービス(AAFS)について、社長の川田に聞きました。**

### Q.AAFSは何をする会社ですか

個人のライフデザインと資産形成のサポートを目的とするAll Aboutの金融領域事業の中で、実際の金融商品の提供とファイナンシャルプランナーに対する様々な支援を行う会社です。具体的には、独立系ファイナンシャルプランナーを介して、投資信託や、保険、ローンなどあらゆる金融商品の購買代理サービスを行います。同時にファイナンシャルプランナーにマーケティング支援や商品提供を行っていきます。また企業向けには、従業員向け資産形成支援・401kサービスを行っていきます。

### 事業内容



### Q.独立系ファイナンシャルプランナーとは

一般に「Independent Financial Advisor (IFA)」とも呼ばれ、企業と雇用関係を持たず、独立・中立の立場で資産形成のアドバイスを行う金融のスペシャリストのことです。この新たな専門家たちをネットワークすることで、特定の金融機関に偏らない本当の意味で消費者の立場に立ったアドバイスが可能になります。

### Q.事業成功のポイントは

知識、経験、意欲、人柄などの面でトータルで優れた独立系ファイナンシャルプランナーを開拓し、ネットワークしていくことと、様々な金融機関と連携することで、利用者にとって本当に良いサービス、商品を提供していくことです。

## 川田 規人

1990年 株式会社東京ファイナンシャルプランナーズ(現TFPコンサルティンググループ株式会社)設立に参画  
 2000年 代表取締役として、ナスダック・ジャパン(現ヘラクレス)に上記会社の株式上場を果たす  
 2003年 株式会社鹿鳴プランニングを設立し、代表取締役に就任。その他複数のベンチャー企業の役員を兼任  
 2006年 株式会社オールアバウトフィナンシャルサービス代表取締役社長に就任



### 会社概要

名称：株式会社オールアバウトフィナンシャルサービス  
 代表者：代表取締役社長 川田 規人  
 設立：2006年8月  
 資本金：50百万(株式会社オールアバウト100%出資)  
 所在地：渋谷区恵比寿1-19-19

### 個人向けサービス紹介

オールアバウトフィナンシャルサービスではAll Aboutと連携し、資産形成の自立支援を目的として、個人向けの様々なサービスを展開していきます。例えば、各種マネーセミナーの開催や、各社の金融商品を比較できるカタログ情報の提供や、AAFがネットワークするファイナンシャルプランナーとのマッチングサービスなどのサービスを予定しています。これらの情報はインターネット上で12月オープン(予定)のAll Aboutマネーの中で公開してまいりますので、ぜひ活用ください。

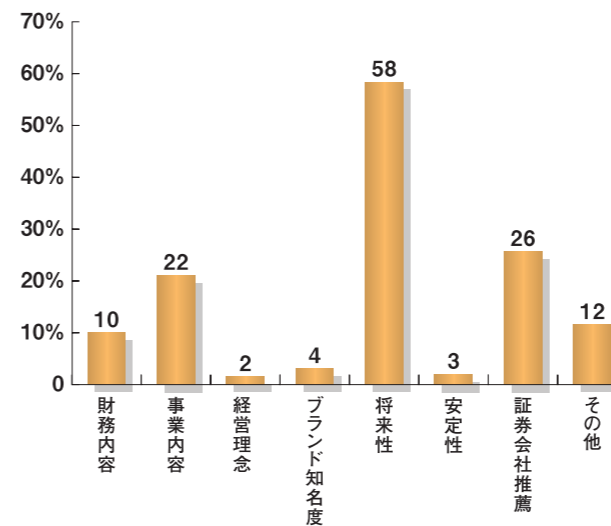


<http://allabout.co.jp/moneylife/>

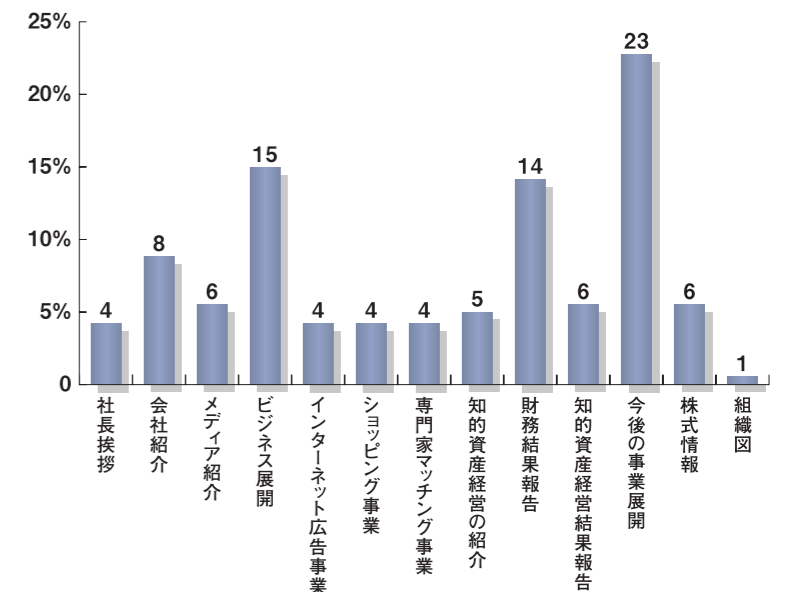
# アンケート結果

前回の経営報告書にて実施いたしました、株主様アンケートの結果を一部お知らせいたします。多くの方からご回答をいただき、誠にありがとうございました。皆様のご意見は、今回の経営報告書作成の参考とさせていただきます。

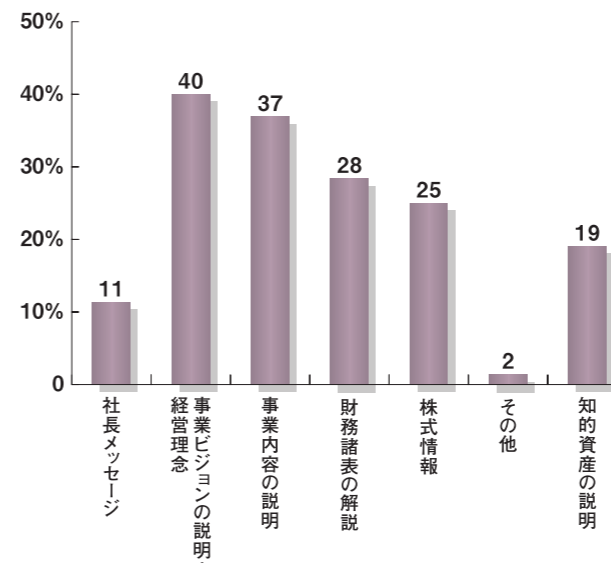
### Q. 当社の株式をご購入されたきっかけは何でしょうか (複数回答可)



### Q. 特に参考になったテーマはどれでしょうか (複数回答可)



### Q. 今後経営報告書で詳しく取り上げてほしいテーマはどれでしょうか (複数回答可)



### ご意見

- その他、代表的な意見につきましてご紹介させていただきます。
  - 財務諸表についてもっと詳しく解説をして欲しい。
    - 今回はポイントの解説と売上・費用の推移も掲載いたしました。
  - 報告書の文字が小さく読みづらい。
    - 今回より、紙面のサイズを拡大し、文字も大きくいたしました。
  - 会社の知名度をもっと上げるよう努力して欲しい
    - ご指摘の点は大きな課題であり、現在、ガイドのメディア露出を増やす取り組みや、書店とタイアップしてガイドお勧めの本を紹介するブックフェアの展開などを実施しております。今後も、あらゆる機会を捉え、知名度の向上に取り組んでいきます。
  - 配当・優待も検討して欲しい
    - 現在のところ、企業価値の最大化のためには、まだまだ既存事業強化および新規事業への投資が最も有効と考えておりますが、今後一段の成長を実現しながら適切なタイミングで、利益還元を最大化すべく配当も含めた形で検討を行ってまいります。

最新情報は当社IRサイトでご確認いただけます。ご活用ください。  
<http://corp.allabout.co.jp/ir/>