



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
出版事業
- 事業開始 2000年6月
- 資本金 11億4,677万円(2007年9月末現在)
- 従業員数 192名(2007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
- 関係会社 株式会社オールアバウトフィナンシャルサービス
株式会社KI&Company

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/>

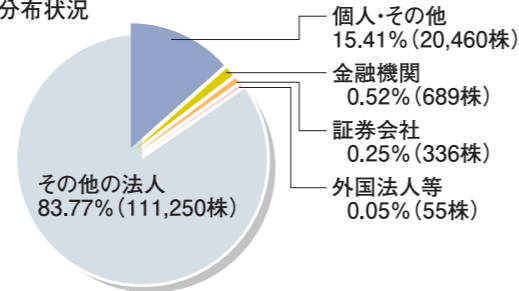
株式状況

■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

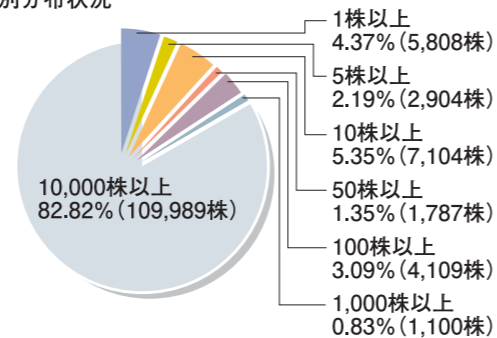
(2007年9月末現在)

会社が発行する株式の総数	451,620 株
発行済み株式総数	132,801 株
株主数	3,715 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	47.77%
ヤフー株式会社	46,670	35.21%
江幡 哲也	1,100	0.82%
藤山 さゆり	534	0.40%
日本証券金融株式会社	425	0.32%
加藤 健太	420	0.31%
坪田 通尚	356	0.26%
松森 正彦	266	0.20%
木村キャピタル有限会社	250	0.18%
又来 恵子	197	0.14%

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
会社紹介	2
事業紹介	3
中期計画の概要	5
上期のトピック	6
決算解説	7
今後の方針	9
All About の使い方	11
「株式会社KI&Company」紹介	13
アンケート結果	14

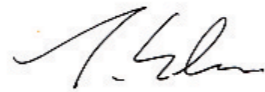
ごあいさつ

会社紹介

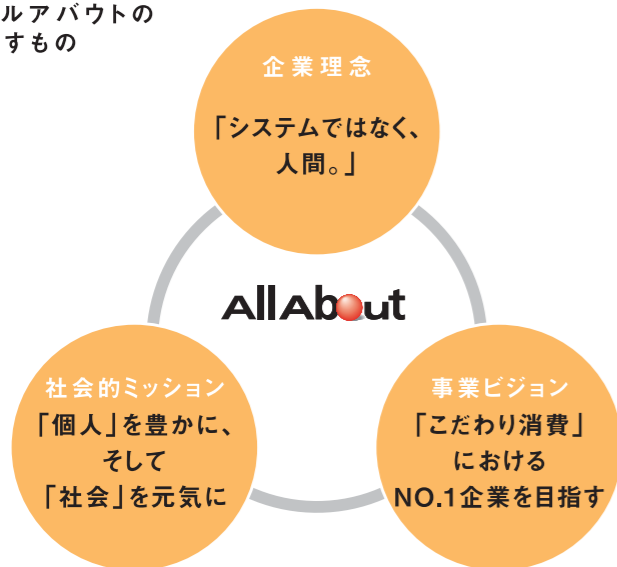
投資家の皆様へ

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。
 これまでは、All Aboutの読者との接点を活かしたインターネット広告事業が収益のほとんどを占めておりましたが、この上期において出版事業を取得、開始したことにより、インターネット広告事業以外の売上高は全体の約1/3に達し、ネット広告事業の更なる成長を図るとともに収益の多角化も進んでおります。また、メディアおよび広告事業において他社との提携を複数実現するなど、中期計画の実現を目指す事業推進の中で、事業構造の強化に向けた一つの転換点を迎えております。
 今回の経営報告書では、この上半期の経営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ご説明してまいります。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
 目指すもの



インターネットにおける日本最大級のメディア企業

私達は日本最大級の生活情報サイト「All About」を運営している、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。All Aboutは、玉石混淆の情報が溢れるインターネットの世界において、読者の「信頼」と「こだわり」に応える独自のメディアであり、現在約1,500万人の読者が利用しています。

インターネットでの調べごとが一般的になる一方、情報はますます氾濫し、本当に役に立つ情報にたどり着くことが難しくなっています。読者の「信頼」と「こだわり」に応えるために、All Aboutではその専門領域における専門家が、読者の立場に立って書かれた記事やリンク集を紹介しています。All Aboutではこの専門家を「ガイド」と呼んでおり、現在、「レシピ」や「資産運用」など生活全般をカバーする約500のテーマで、情報を提供しています。

All About と言えば「専門家」

私達は創業以来、ガイドと共に信頼できる情報サイトを作ってきました。All Aboutが発信する「こだわり」の情報を活用する読者が増えるに連れ、詳しくなった読者から「自分の「こだわり」を実現したい」、という次の段階のニーズが生まれてきました。

そこで私達は、これまで行ってきた情報提供に加えて、読者のこだわりの実現を支援するサービスを開始しました。そして、ここでもやはり専門家の力を借りて、建築家、弁護士から、家具職人やペットの専門家まで、様々な分野で現在1,500人以上の専門家をネットワークして、読者のこだわりの実現をサポートしています。

一方でAll Aboutは、サービスの提供を通じて専門家が新しい顧客を獲得したり、有名になって新しい仕事を得たりと、専門家にとっても自己実現を叶える場所として、無くてはならない場所になっていると自負しています。

メディアを基盤に複数のビジネスを展開

私達のビジネスは全て、このメディアを活かしたビジネスであり、同時に読者に対するサービスの拡充につながるものを展開しています。現在のところ、創業以来のインターネット広告事業に加え、ショッピング事業、専門家マッチング事業、出版事業、金融サービス事業を展開しています。

All About トップページ



約500テーマの ガイドサイト	11誌の ライフスタイルメディア
商品数5,300以上の スタイルストア	出展専門家600人以上の プロフィール
月間読者数 約1,500万人	専門家数 1,500人以上

事業紹介

インターネット広告事業

当社のビジネスの中心はインターネット広告事業であり、月間約1,500万人の読者が訪れる総合情報サイトAll Aboutに広告を掲載することで収益を上げています。インターネット広告市場は今後も高い成長が見込まれている市場です。

All Aboutの広告は、編集型広告を最も得意としています。編集型広告は、企業の新製品情報などを“編集”の力で記事風に作りこんだ広告で、これまでは新聞や雑誌が得意としてきたものです。All Aboutは読者が何かを調べたり、詳しく知りたい時に利用されるメディアですので、読者の立場に立って作られた編集型広告は、読者が記事を読みにくるAll Aboutにとって最も適した広告と言えます。読者と広告主のニーズをつなぐ商品として機能しています。

雑誌広告市場は縮小傾向にありますが、こうしたニーズは“バナー広告”や“検索連動広告”では代用できません。私達はインターネット広告市場がより一般化するに連れ、編集型広告の需要はより高まると考えており、市場の拡大にも注力しています。

出版事業

2007年度より初心者向けマネー情報誌「あるじゃん」と高所得層の男性向けライフスタイル誌「zino(ジーノ)」の2誌をそれぞれM&Aで取得し、出版事業に進出しました。

当社が出版事業を手がける目的は2つあり、ひとつは、取り扱う領域ごとに読者に対し最適な手段で情報を提供することです。メディアの注力する領域のひとつに“お金”があります。“お金”の領域では、商品をじっくり比較検討するニーズがあり、紙媒体はそうした場面に適しています。「あるじゃん」は、この様に読者視点でのメディア強化を狙ったものです。

もうひとつの目的は、編集型広告を中心に広告主の多様なニーズに応えていくことです。近年、複数の媒体を使ったクロスメディア広告のニーズが高まっていますが、こうしたニーズに応えるために質のいいコンテンツを様々な媒体で持っていることが強みになります。「あるじゃん」しかり、海外の高級ブランド等の広告を得意とする「zino」にもそうした狙いがあります。ネット、紙それぞれにおける質の高いコンテンツを活かし、クライアントへの関係性を強め、ネットと紙媒体の両面から広告ビジネスの総合力を高めていきます。

編集型(記事風)広告モデル



All Aboutの雑誌・情報誌

「あるじゃん」(’95. 5月創刊)



「あるじゃん」は初心者層をターゲットとした“5年後に差がつく家族のお金情報誌”です。

発行日：毎月21日
定価：400円
発行部数：10.1万部

「zino(ジーノ)」(’07. 3月創刊)
詳しくは13ページをご覧ください



「zino」は中高年の富裕層をターゲットに、センスのいいお金持ちの新しいライフスタイルを提案しています。

発行日：毎月24日
定価：880円
発行部数：4万部

ショッピング事業

ショッピング事業では、セレクトショップとしての“All About スタイルストア”と、あらゆる商品を購入できる“All About ショッピング”を展開しています。2005年に開始した“スタイルストア”はこれまでのネットには無かった“人”が主役のショップです。“づくり手”と呼んでいる、職人やクリエイターなどものづくりの専門家をネットワークし、彼らが生産する手作りの品や少量生産の品など、他では扱っていない独自の品揃えが好評です。これに加え2007年よりパソコン関連など267のカテゴリで、製品のスペック情報などとAll Aboutの専門家のおすすめ情報を組み合わせたサービス“All About ショッピング”を開始しています。

専門家マッチング事業

自分なりの“こだわり”を専門家の力を借りて実現したい、というニーズに応えているのがAll About プロファイルです。生活の様々な分野でのちょっとしたこだわりに対し、プロフィールに出演している各分野の専門家の中から自分にあった人を見つけることができる、読者と専門家を結びつけるサービスです。最初は建築家だけだった専門家も、サービス開始から2年が経過した現在、7つの分野で600人以上の専門家が有料で出演しており、実際に読者がプロフィールで建築家を探して家を建てるなど、サービスの利用が拡大しています。近い将来にはあらゆる専門家が集う、日本一の専門家市場を作りたいと考えています。

金融サービス事業

All Aboutはネットや情報誌を通じた情報提供を行ってきました。さらに情報提供だけでなく、金融知識を得た読者に対してライフデザインと資産形成支援を行うために、実際に相談ができて、金融商品の提供まで行う会社として、証券仲介や保険代理業を手がける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。AAFSSでは独立系のファイナンシャルプランナー(IFA)を組織化し、調べるだけでは拭えない不安感や迷いに対し、“専門家”が読者の立場に立って相談に乗った上で、特定の証券会社や保険会社の商品ではなく、中立的立場での商品提供を行っています。同時にAAFSSはこのサービスを通じて、IFAに新しい顧客とビジネスの機会を提供し、その活動支援を行っています。

All About スタイルストア

All About スタイルストア トップページ



インテリア雑貨	照明・家具
ベッドルーム	デザイン家電
ステーションナリー	キッチン・食器
ハウスキーピング	バス&リラクゼーション
ヘルス&ビューティー	服飾雑貨
食品・スイーツ	ベビー・キッズ

All About スタイルストアは商品の“づくり手”に着目したAll Aboutならではのセレクトショップです。

12のカテゴリにスタイルストアならではの5,382の商品を揃えています。※10月末現在

All About プロファイル

All About プロファイル トップページ



住宅	マネー	法律
ビジネス	キャリア	ペット
医療・健康	合計683人*	

日ごろの生活の悩み・疑問を気軽に、専門家に相談できます。サイト上での質問に、相談料はかかりません。

現在7つの分野、43のカテゴリに683人の専門家が出演。読者の質問に答えるとともに、専門分野のコラムを執筆しています。※10月末現在

All About マネーとAAFSのサービス

All About マネー トップページ



金融サービス事業 個人向けに、資産運用分野、保険分野でのFPによる中立的なコンサルティング
FP支援事業 独立系FPに対する顧客紹介、セールス支援、教育支援等
法人向け総合金融サービス 確定拠出型年金等の従業員向け資産形成支援

All About マネーのトップページです。専門家による情報提供やセミナー、相談コーナーを掲載しています。

06年8月に設立されたオールアバウトフィナンシャルサービスは、オールアバウトの金融サービス事業の中で、実際の金融商品の提供と、FPに対する様々な支援を行っています。

中期計画の概要(2006-2008)

上期のトピック

経営結果の報告に先立ち、2006年度より実行を進めてまいりました中期計画の概要を再度、簡潔にご説明します。

一言で申し上げますと、独自性ある“メディアAll Aboutの強化”とその“メディア力を基盤としたビジネスの拡大”により、2008年度に売上高100億円を目指すものです。

注力する領域

- 自分なりのこだわりで商品やサービスを選ぶ“こだわり消費”のマーケットで、影響力のある企業を目指します。
- 個人が知っている、より豊かな生活を送ることができる知識の獲得を支援します。具体的には、健康・医療、お金、キャリアそして情報の領域です。

メディアの戦略

私達はこだわり消費領域で最も利用されるメディアを目指して、以下の戦略をとっていきます。

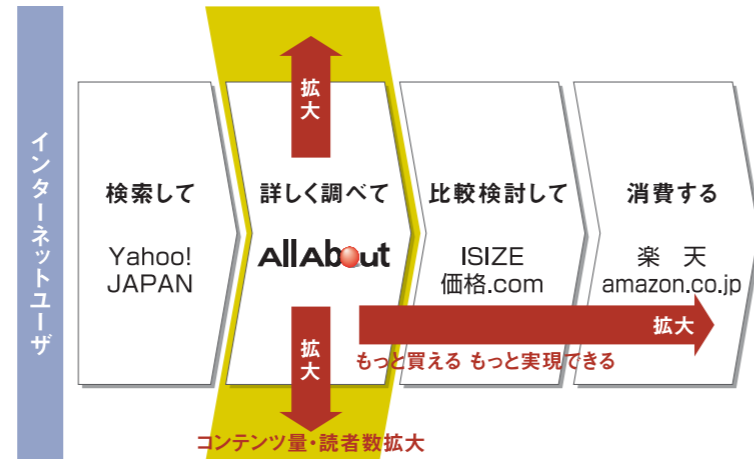
- 読者ターゲットは中心であるバブル世代に加え、団塊世代・団塊Jr.世代を追加します。
- 取り扱いテーマを増やし、また注力する領域では様々なメディアを拡充します。
- 外部のメディアやCGM*と連携を図るとともに、外部のコンテンツ**を取り込むなど、コンテンツを作る手法を拡充します。
- 実際の購入やサービスの活用がAll About内できるようにコンテンツと機能を強化します。
- ネットワークする専門家の数は5,000人を目指します。

ビジネスの戦略

ビジネスは全てメディア力を活かしたものです。中心となる広告事業を強化するとともに、収益の多角化を図ります。

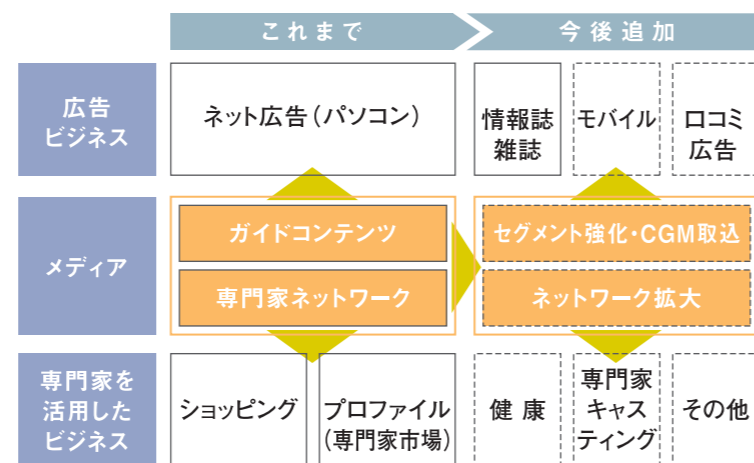
- 中心となるインターネット広告では編集型広告に注力し、定番媒体を目指します。
- 広告事業に続く事業として立ち上げた、ショッピング事業、専門化マッチング事業を収益化します。
- さらに金融、健康・医療領域などの注力領域を中心に、新たな事業投資を実行します。

メディア拡大の方向性



*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
 **コンテンツ: 記事や情報など、掲載する内容のこと

ビジネス拡大の方向性



戦略に従って、メディアのリーチと喚起力の拡大に取り組んできました。その中から、いくつかのトピックをご紹介します。

権出版と共同で10サイト一挙オープン

株式会社権出版社と共同で、新たに10のテーマでガイドサイトを開設しました。新たなサイトは、趣味やスポーツの領域に特化した「自転車」や「バスフィッシング」などで、権出版社の各雑誌の編集長や編集者が専門家としてガイドを務め、独自の書き下ろし記事などを提供しています。今後もこのように出版社や雑誌社を始めとする外部のコンテンツを取り込むなど、様々な形でAll Aboutのコンテンツを拡充していきます。

権出版との共同運営のガイドサイト



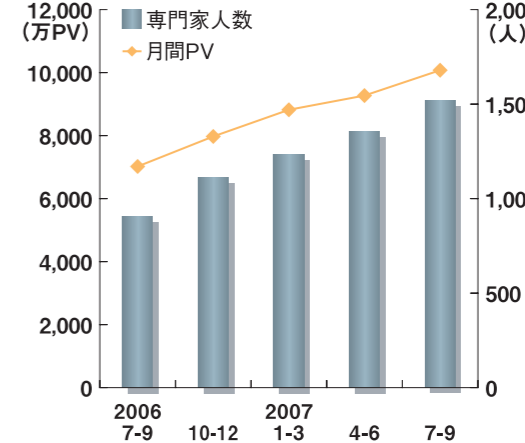
写真のバスフィッシング、ミニベロ・クロスバイクのほか、アメリカジ、バイク・ライディングテクニック、バイク・ツーリング、ミニカー、ラジコン自動車、ラジコン飛行機、スポーツ自転車、ウインドサーフィンの10サイトがオープンしました。

メディアは着実に成長。1億PV、専門家は1,500人を突破

メディア力の強化は、メディア企業である当社にとって最も重要な取り組みです。引き続きAll Aboutのメインコンテンツであるガイドサイトや、ウェブマガジンなどライフスタイルメディアの拡充や質の向上に取り組んでまいりました。また、領域ごとに読者が求める情報にたどり着き易いようにサイトを再構築しており、まずは「マネー」領域をリニューアルしました。

こうした取り組みの結果、月間ページビュー(PV)は1億を突破し、またAll Aboutの基盤となるネットワークする専門家の数は1,500人を超えました。

月間PVと専門家人数の推移



“All About マネー”をリニューアルし、情報が探しやすくなりました。

毎日新聞の新サイト“毎日jp”と広告商品で提携

毎日新聞社と共同で、両社のメディアとしての強みを生かした広告商品を開発しました。当社で制作する企業のPRページに、約500のテーマでセグメントされた“All About”と、新聞社ならではの信頼のニュースコンテンツに多くの読者を集める“毎日jp”の双方から誘導することで、読者への幅広いリーチと、広告主の多様なニーズに応えることが可能になります。また、今後も両社の強みを活かした共同商品を開発していく予定です。

初の新聞社との共同広告商品



決算解説

連結損益計算書

区分	'07年度上期(連結)	'06年度上期(単体)	増減率(参考)	
売上高	2,132	1,669	27.7%	“あるじゃん事業”の取得により前年比27.7%増となりました
売上原価	308	111	177.5%	出版事業の開始により原価構造が変化しています
売上総利益	1,823	1,558	17.0%	
販売費及び一般管理費	1,725	1,392	23.9%	新規事業投資の拡大により一般管理費は前年比23.9%増となりました
営業利益	98	166	△40.4%	
経常利益	105	166	△36.6%	
純利益	32	135	△75.9%	出版事業の開始により増収となる一方、新規事業等への投資も拡大しているため、前年比△40.4%となりました
	'07年度上期(連結)	'06年度上期(単体)	増減ポイント(参考)	
原価率	14.5%	6.7%	7.8%	
営業利益率	4.6%	9.9%	△5.3%	

※当社は、昨年第4四半期より連結財務諸表の作成を始めました。ここではご参考として、前年同期における単体の財務諸表との比較をしております

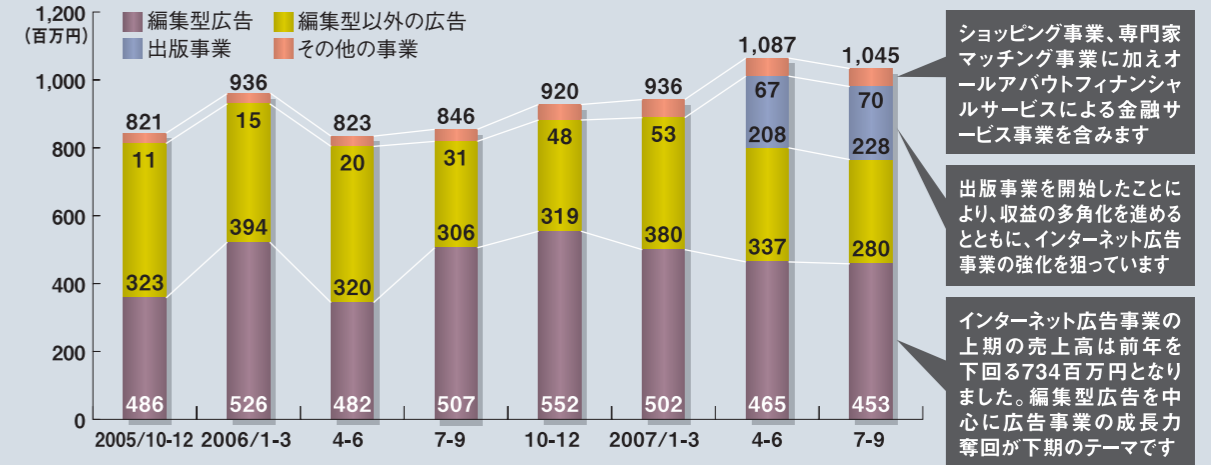
連結貸借対照表

区分	'07年9月末	'07年3月末	差異	
資産の部				
流動資産	3,549	3,972	△423	“あるじゃん事業”および“KI&Company社”への投資に伴い、現預金が減少しています
固定資産	1,213	521	692	“あるじゃん”のれん代207、“KI&Company社”のれん代455が増加しています
資産合計	4,763	4,494	269	
負債の部				
流動負債	640	438	201	“あるじゃん事業”および“KI&Company社”の取得により買掛金が増加しています
固定負債	22	—	22	
負債合計	662	438	223	“KI&Company社”の長期借入金が新たに連結されました
純資産の部				
資本金	1,146	1,140	6	
資本剰余金	1,801	1,795	6	
利益剰余金	1,151	1,119	32	
純資産合計	4,100	4,055	45	

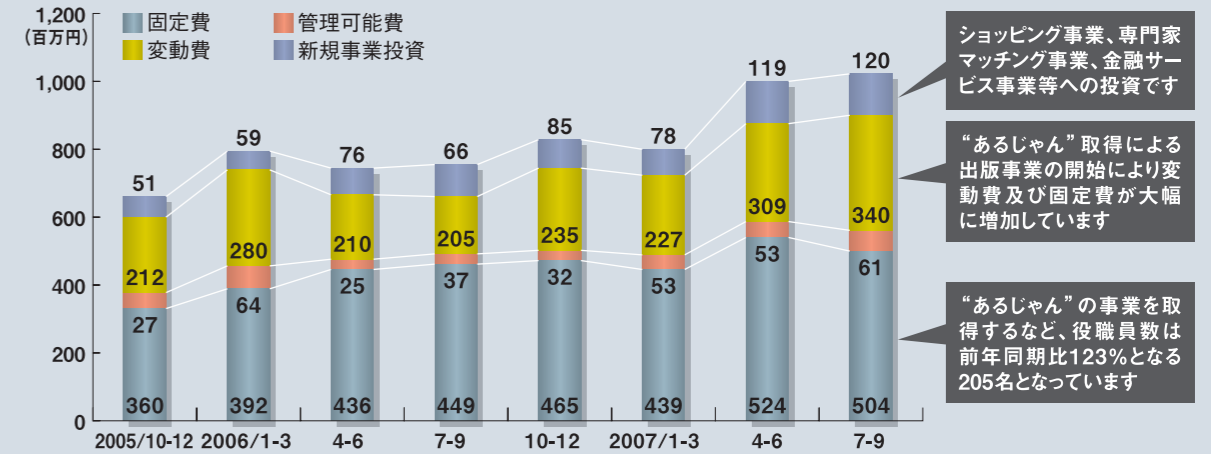
連結キャッシュ・フロー計算書

区分	'07年度上期	
営業活動によるキャッシュ・フロー	154	税金等調整前当期純利益105百万円に加え、減価償却費79百万円などがありました
投資活動によるキャッシュ・フロー	△701	
財務活動によるキャッシュ・フロー	12	固定資産の取得104百万円、出版事業の譲受けによる支出231百万円、小会社への貸付370百万円などがありました
現金及び現金同等物の増減額	△534	
現金及び現金同等物の期末残高	2,798	

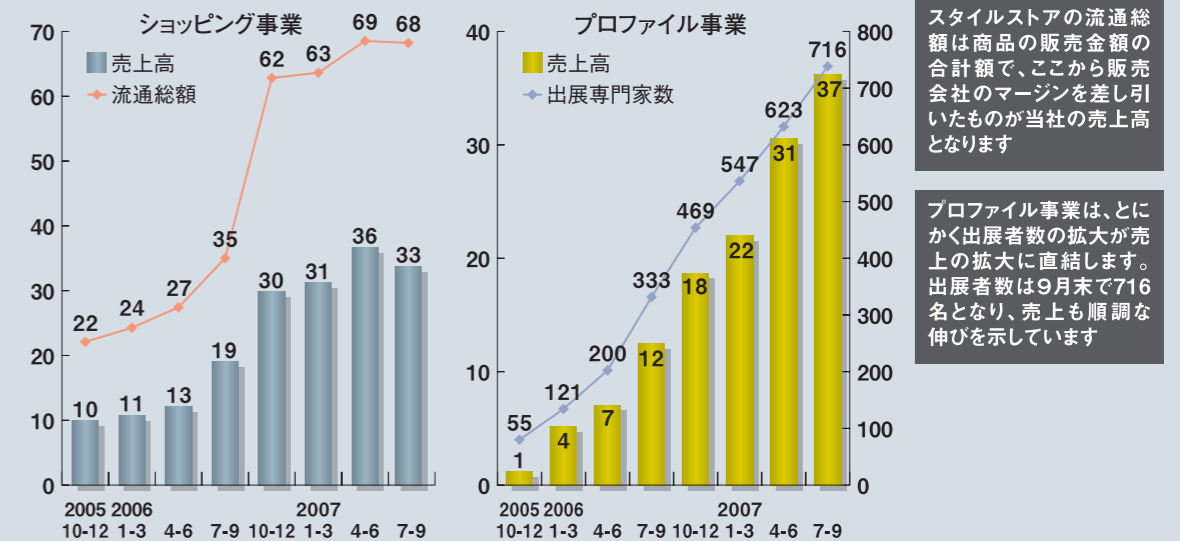
カテゴリ別売上高推移




営業費用推移



新規事業売上高推移



今後の方針

 2007年度下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. 業績予想の修正の内容について教えてください。

広告市場全体で企業が広告出稿を控える停滞感が感じられる中、9月時点においても期初に想定したほどには需要が戻らず、当初の売上予想(53億円)を修正し50億円といたしました。当社が注力する編集型広告の長所や商品特性を協業している広告代理店に対して説明し、市場への浸透を図っておりますが、市場はまだ転換期にあり、とにかく大量の利用者を集めるポータルサイトのバナー広告など、広告代理店の販売効率の高い商品に広告が集中する傾向が背景にあると考えています。また、当初計画より減収となりますが、引き続き中長期に向けた投資については減らすことなく実施することとした結果、営業利益予想額(4.2億円)につきましても修正し、現在2.5億円を見込んでおります。

Q. 踏まえて、下期の注力ポイントについて教えてください。

何といたっても、主力であるインターネット広告事業の成長力奪回が急務となります。ここについては、リーチの拡大と喚起力の強化という2つの戦略を取っていきます。具体的には①クオリティ・メディア・アライアンス戦略の推進、②ネットと紙媒体によるクロスメディアへの挑戦、③領域一貫通貫体制での事業推進、④モバイルへの進出、という大きく分けて4つの取り組みを実施していきます。

Q. クオリティ・メディア・アライアンス(Quality Media Alliance、以下QMA)戦略について、そもそもクオリティ・メディアとは何でしょうか。

インターネットが普及し個人の調べものは便利になりましたが、情報が多すぎる一方信頼できる情報は少なく、また、検索サイトからでしか情報にたどり着けないなど、インターネットメディアが抱える課題も明らかになっています。こうした課題を解決する一つのメディアの形が、当社がクオリティ・メディアと呼んでいるものです。具体的には、当社が力を入れている健康・医療、お金、キャリアなどの自立支援分野をはじめ、生活全般に関する幅広い分野の消費の場を対象に、読者の“信頼”と“こだわり”に応えるような独自のコンテンツを提供しているメディアのことです。All Aboutはネットにおけるクオリティ・メディアの一つですが、こうしたメディアは当然ネットに限らず、雑誌や新聞などの既存媒体にも多数あると考えています。

■インターネットメディアの課題とクオリティ・メディア



Q. QMA戦略とはどのようなものですか。

QMA戦略とは、当社が中心となって複数のクオリティ・メディアと提携し、コンテンツ・広告・集客の面で相互に協力することで、メディア力ならびに広告ビジネスを強化するものです。当社がこうしたクオリティ・メディアと提携し、当社の持つ編集型広告制作ノウハウや配信機能を活用することで、広告主は複数のクオリティ・メディアを束ねて出稿することが可能となり、質と量の両面で広告主の多様なニーズに応えることができます。また、情報誌や新聞などのネット以外のクオリティ・メディアと連携することで、クロスメディア広告への取組みも可能となります。

■All Aboutのクオリティ・メディア・アライアンス戦略



Q. 具体的な取り組みはありますか。

4月にマネー領域でのQMAを構築するべく「あるじゃん」を取得しました。また高級ブランド系の広告主に強い「zino(ジーノ)」とのQMAにより広告事業を強化することを狙い、「zino」を出版するKI&Company社を買収しています。また、柘出版社とのメディアでの連携、毎日jpとの広告での連携もQMA戦略に沿ったものです。

Q. 編集型広告の市場の見立てを教えてください。

インターネット広告市場の停滞感は一時的なもので、引き続き高い成長を続けていく市場です。既存のマス4媒体のうち、ラジオ・雑誌を追い抜く勢いとはいえ、市場を牽引しているのは限られた広告主や商品であって、全体的にはまだまだ一般的な媒体とはなっていないと考えています。一般的な宣伝広告市場と認知される段階において編集型広告の市場が本格的に立ち上がってくると考えており、現在最も勢いのある検索連動型広告も、それだけでは全ての広告主のニーズに応えることはできず、編集型広告には大きな可能性が広がっています。当社はQMAへの取組みを通じて他のメディアと連携しながら、インターネット広告における編集型広告市場を本格的に立ち上げていくことを狙っています。

■ネット広告市場の方向性



Q. 広告事業強化に向けたその他の取組みはありますか。

注力領域である金融・住まいの領域において、メディアと広告を一貫通貫で推進する事業部体制をとり、事業を推進しています。両領域においては、メディアをそれぞれの読者にとって最適な形となるようリニューアルを実施し、また営業面でも広告主との関係を深めているところであり、来期へ向けた準備が着々と進んでいます。

また、もう一つの下期の注力テーマであるモバイルについても、年度内のサービス開始に向けて準備を進めているところです。詳

細を発表する段階にはありませんが、モバイルならではのゲーム性を有しながら、拡大してきた検索利用に耐え得る情報源としての価値を持ったコンテンツになると思います。

Q. 広告事業以外への取組みはありますか。

この下期は広告事業の強化に資源を集中しておりますので、その他の取組みにつきましてもやることを絞って実行していきます。メディアにおいては、メディアの基盤である専門家に対するインフラの強化を注力テーマに据えました。現在オールアバウトがネットワークする専門家は1,500人を超えており、この専門家達にとってAll Aboutをより価値のある場としていくためのインフラ整備に取り組んでいます。ビジネス面では2005年度に開始しましたショッピング事業と専門家マッチングの黒字化を注力テーマに据え、計画に沿って推進しているところです。

■下期のフォーカス



Q. 来期及び中長期的な展望を聞かせてください。

現在進行中の中期計画は2008年度に売上100億を達成するものですが、これはインターネット広告事業の成長を前提としたものでした。現在この点に遅れが生じていますが、これを挽回すべく内部のスピードアップを進め、M&Aも視野に入れながら達成計画を再度練り直しています。闇雲なM&Aを実施することは決してありませんが、今年あるじゃん事業とKI&Company社をM&Aにて取得している様に、戦略・計画に沿った形でのM&Aは有効な手段と考えており、積極的に活用していきたいと考えています。

また長期的には、当初より継続的な成長の実現を前提として上場しておりますので、メディア面において“こだわり市場におけるNo.1メディア”を目指し、早々に売上100億の達成に目処をつけた上で、次の成長計画に取り掛かりたいと考えています。

All Aboutを使ったことはありませんか？

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All Aboutを覗いてみてください。今回は、All Aboutの中心であるガイドによる記事とAll Aboutスタイルストアの人気商品をご紹介します。

All Aboutは約500のテーマで、70,000本以上の生活記事が読めるインターネット総合情報サイトです。
<http://allabout.co.jp/>

■ All Aboutの人気記事の中から、今回もいくつかの記事をご紹介します。続きはぜひ、サイトでご覧ください。例えば、こんな記事はいかがですか。

「日本の名湯」

平湯館で雪見風呂！冬こそ奥飛騨温泉郷
「日本の名湯」ガイド: 藤田 聡
平湯館は白湯温泉のさらに奥、有料の安閑トンネルの先にある、平湯温泉(岐阜県)を代表する老舗宿です。
奥飛騨温泉郷と聞く、遠いと思われかもしれませんが、10年前に安閑トンネルが完成し、冬でも気軽に旅行できるようになっています。
冬の奥飛騨温泉郷の風情は、関東の人にとっては全てが未経験のもの。大人の冬旅に断然お勧めの、平湯温泉平湯館をご紹介します！
この地方には、他にも冬の絶景温泉が多数あります。その詳細は **雪見の温泉** 記事をご覧ください。

「住宅購入のお金入門」

ガイド: 社元 正樹
家を買うのはもう遅いって本当？
「住宅購入のお金入門」ガイド: 社元 正樹
確かに物件価格も住宅ローン金利も上昇局面
最近の新聞報道などによると、都心部を中心にその郊外の不動産価格が上昇中という記事をよく目にします。
首都圏新築マンションの平均価格の推移グラフをみると、1990年から下落無面でしたが、2002年を境に徐々に上昇局面に転じていることがわかります。その要因として最も大きいのが、投資資金が不動産全体に流れ込んできているため、地価が上昇していることです。

「睡眠・快眠」

熟睡できるふんわり羽毛布団 & マットレス
「睡眠・快眠」ガイド: 藤田 聡
人生の3分の1は、布団の中で過ごしています。こんなに長い時間いる布団内環境は、快適ですか？ それこそ寒くなってきたところで、暖かい布団とマットレスに、こだわってみましょう。
【目次】
■ 季節を問わない、2枚組の羽毛掛け布団 ⇒ P.1
■ ここでしか買えない、高品質の羽毛掛け布団 ⇒ P.2
■ 病院でも使っている、体圧分散マットレス ⇒ P.3
■ 季節を問わない、2枚組の羽毛掛け布団

「食べ歩き(首都圏)」

蕎麦小路 さわらび(半蔵門)
「食べ歩き(首都圏)」ガイド: 斎藤 隆
風情溢れる蕎麦屋！
半蔵門の駅から徒歩1分のところにある風情溢れる蕎麦屋です。鎌倉の蕎麦屋で購入したというお団子期のレジスターや古時計、ご主人のお母様が手作りのランプなど、店内外にこだわりの品々が置かれています。
一番のおすすめ！
蕎麦メニューは全部で10種類ほどありますが、その中でも一番のおすすめは「五魚焼」

「暮らしの歳時記」

ひと味違う～粋なおとなの年末年始
「暮らしの歳時記」ガイド: 三浦 康子
風情溢れる、古来の過ごし方
今年もあわただしく、年末年始に向けて様々な雑事に追われる日々となりますが、だからこそ装束をピシクとおさえて心豊かに過ごしてみたいのが理想です。
そのヒントとなるのが古来のたしなみ。本来の意味を知り、いかに楽しむことで、時の過ごし方が変わります。
「日本」を尊重する時期だから、その後継者を楽しんでみませんか？ (著: 田中 雅彦)

「リフォーム」

リフォームのヒト・モノ・カネ
夫婦の危機は寝室リフォームで回避！
「リフォーム」ガイド: 山本 浩
寝室プランを見ると夫婦の関係が見えてくる
住まいの形は、毎日の暮らしに大きな影響を与え、家族の形を大きく変えてしまうほどの力を持っています。
例えば、二世帯ならプラン次第で家族の距離が近くなる可能性があります。子供部屋なら親子のかわり方も変わります。ましてや長い間一緒に暮らす夫婦なら、その関係に大きな影響を与えるのです。
そして一緒に暮らす時間が長いのですから、新婚当時とは形が変わって当たり前。快適な夫婦生活を送るためには、それぞれの夫婦の形に相応しい寝室のプランは変化していきます。

「相続」

ガイド: 志賀 隆
失敗しない遺言書の書き方
自分の遺言の相続を生前に意思表示しておくことを遺言といいますが、遺言は相続をスムーズに実現させる方法の一つです。遺言は、法的に保護されていますが、「法的に有効な遺言」を実現させる手続を理解しなくては行けません。せっかくの意思も無駄になってしまいます。
今回は、遺言の基礎を確認しておきましょう。初めて読む方には分かりやすく、今まさに直面している方には相続の専門家の知恵を説明します。
遺言が必要な人

「オール電化」

IHはオール電化対応にしたほうが良い？
「オール電化住宅」ガイド: 白根 弘弘
IHクッキングヒーターは、使える鍋に限られる」というのは、IH採用を検討している方には、もはや常識。そして「オール電化対応なら、鍋を揃えなくてよかった」ということも常識。
でも「本当にアルミ鍋と鉄鍋は同じように使えるの？」という一歩踏み込んだところで、疑問に思う方も多々あります。
今回は「オール電化対応」の仕組みをご紹介します。仕組みがわかれば、使い方がイメージしやすくなるので、IHを導入する時のお役に立つのではと思います。このコラムでは、パートナーの白根氏が、主婦目線で伝えていきます。
オール電化対応って本当？



All Aboutスタイルストアは商品の“つくり手”に注目し、All Aboutならではの商品を厳選したセレクトショップです。

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

All Aboutスタイルストア トップページ



「FLOAT CLEAR お風呂用 ブルー」パイヤーの意見がデザインに反映されたスタイルストア発の商品
「naiad/朝摘みばら水」モロッコ、ムゴナで更新されるばらの化粧水
「分と山/器ごのみ 旨みポット・大」料亭の味が手軽に味わえる出汁ポット



「ドキュメントホルダー ブラック」質感の高さが高評価の書類ホルダー



「juke tower」バスルーム用MP3オーディオプレイヤー



「ジムナスト Low」評価も上々のロングセラー枕



「Fraise/とろけるチーズケーキ(18cm)」人気ナンバーワンのスイーツ



「m+/westポーチ MARSUPIO チョコ」スタイルストアで最も人気のあるつくり手、村上雄一郎のwestポーチ



「Knirps/折り畳み傘 X1 "Meditation garden"」つくり手のデザインが日本人として初めて採用されたドイツの折り畳み傘



「KAGURAYA/台形トート 紫グレー」量産をバッグに活かした07'秋の新たなヒット商品

この上期は 実店舗の出店にも 取り組みました



Good Design Presentationへの出店
2007年8月24日～26日 東京ビッグサイト



TOKYO STATION CITY GRANSTAへの出店
2007年10月25日～11月4日

日本産業デザイン振興会主催のGood Design Presentation '07へ出店、グッドデザイン賞受賞商品を中心に展示即売を行いました。
JR東京駅のエキナカ商業施設、グランスタのオープニングスペシャルショップとして期間限定の出店を行いました。

「株式会社KI&Company」紹介

アンケート結果

2007年8月、当社は男性向けクオリティ・ライフスタイル雑誌「zino(ジーノ)」や、ウェブマガジン「@zino(アットジーノ)」を擁する株式会社KI&Company(ケイアイ・アンド・カンパニー。以下「KI&Co.」)を子会社化いたしました。

KI&Co.は、「LEON(レオン)」など数々のライフスタイル誌を成功に導き、大人のファッショントレンドをリードしてきた岸田一郎が、次なるステージの創出のために昨年9月に立ち上げた会社です。

新しくグループに加わった、KI&Co.について、岸田社長に聞きました。

Q.「ちょい不良(ワル)」で知られた「LEON」の編集長を卒業し、新会社を立ち上げた経緯を教えてください

これまでに合計8誌を創刊しましたが、雑誌だけの展開に限界を感じていました。また、私が仕掛けた「ちょい不良(ワル)」ブームが大衆化してしまい、次なるトレンドを仕掛ける時期でもあったと考えたのです。そこで、従来の出版社の枠を超え、ネットと雑誌を融合させた新しい複合メディアを立ち上げることにしたのです。

Q.新しいメディアでどんなことを狙っているのでしょうか

「zino」は、「(今ある)ニーズではなく、(次の)ウォンツを創出する」がポリシーです。経済力があり、購買意欲の高い読者に対して、目利き力を発揮して選んだモノを、説得力のあるロジックで紹介、また「不動産」「アート」「健康」などの分野をはじめ、ライフスタイル全般にわたって、独自の視点で確かな「お見立て」をしています。

複合メディアの強みは、性格の異なる媒体の「いいとこ取り」です。雑誌は表現力や一覧性によりトレンドを発信するのに向いているし、ネットは一つの情報を深く掘り下げるのに適している。この組み合わせ次第で圧倒的な訴求力が望めますよね。今後はeコマースや読者、会員向けのリアルイベントなど、雑誌だけでは出来なかったサービスを提供していきたいです。

Q.オールアウトとの提携の狙いを教えてください

経営基盤の強化とメディア面・販売面でのシナジーを目的に、これらが実現できるパートナーを探していたところ、All Aboutと出会いました。All Aboutのこだわり消費に応えるメディア作りや、QMA戦略に基づくクロスメディア構想など、KI&Co.が目指したものの整合性もあり、かつ、お互いの強みが補完し合えると思い、合流を決めました。現在、人材交流のほか、共同広告商品の販売なども開始しており、両社の成功に向けて奮闘しているところです。



岸田 一郎

1989年、世界文化社で「Begin」を創刊。以来、編集長として、ライフスタイル誌「LEON」を未曾有のヒット作に育て上げるなど、複数の雑誌創刊を手がける。昨年9月1日、「株式会社KI&Company(ケイアイ・アンド・カンパニー)」を立ち上げ、同社の代表取締役社長に就任。

株式会社KI&Company

事業開始 2006年9月1日
 代表者 岸田一郎
 資本金 23百万円
 所在地 港区芝大門

zino



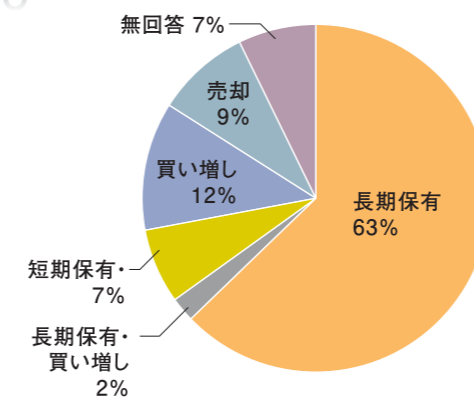
zino&@zinoは雑誌とネットのクロスメディアにより、高所得層向けにリッチでセンスのいいライフスタイルを提案しています

@zino

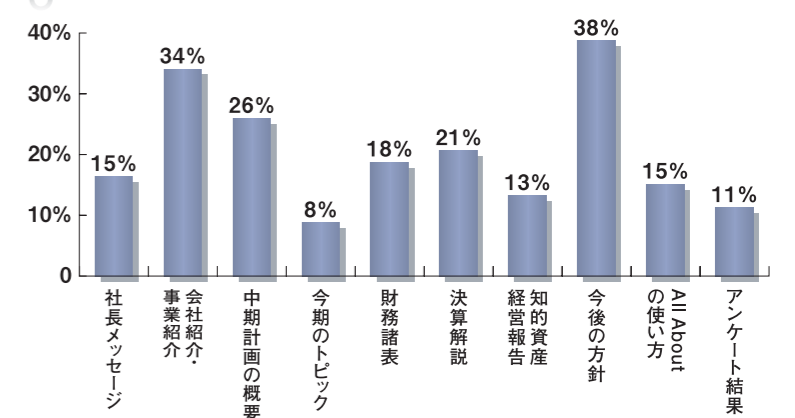


前回の経営報告書にて実施いたしました、株主様アンケートの結果の一部をお知らせいたします。多くの株主様からご回答いただき、誠にありがとうございました。この結果を参考にしながら、今後も分かりやすい経営報告書の作成に努めてまいります。

Q. 今後、当社の株式についてどのような方針をお持ちですか。



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)



ご意見

その他、代表的なご意見・ご質問につきましてご紹介させていただきます。

■よくまとまっている。分かり易い／横文字が多く意味がわからなくなってしまうことがある。
 →外部の皆様に分りづらいつい会社の状況を何とか分かり易く伝えたいと思い、毎回苦慮しております。引き続き分かり易い報告書を目指し、改善してまいります。

■配当を何故しないのか。株主軽視ではないか?／配当も無いのに報告書の紙質が立派過ぎる。
 →当社では、株主様を始めとした、ステークホルダーの利益を最大化することが企業価値最大化につながると考えております。これまでのところ、内部留保による既存及び新規事業への投資が最も有効との方針の下、配当を実施するに至っておりませんが、今後一段の成長を実現する中で、現在の株価、今後の利益計画などあらゆる要素を総合的に勘案し、利益還元を最大化すべく配当も含め、検討を継続してまいります。尚、報告書の紙質を変更いたしました。

■昨年より、ジャスダック市場および御社株価の低迷が続いており、何とかして欲しい
 →株価は様々な要素を含んで市場で形成されるものと考えておりますが、現在、新興市場全体が厳しい環境にあり、当社株式も例外ではありません。当社がすべきことは、引き続き事業の拡大に向けて邁進し、また、同時にそうした当社の取り組みをより多くの投資家の皆様にご理解いただくべくIR活動に注力することと考え、経営陣以下努力を続けております。

■機関投資家から寄せられる質問を教えてください。
 →先日の機関投資家向け中間期決算説明会で寄せられたご質問と、それに対する江幅の回答をいくつかご紹介させていただきます。

Q. 市場は伸びているのにネット広告が減収であることについて
 A. 編集型広告の商品特性を広告代理店に説明し、浸透させていく取組みが計画よりも遅れています。しかし、All Aboutのメディアの特性、検索連動型など現在のネット広告市場の飽和感を勘案すると、編集型広告への注力の戦略を変えることはありません。

Q. メディアのコンテンツと専門家を拡充する中で、専門家一人あたりページビューは落ちているのではないかと
 A. 専門家あたりPVという見方はしていません。これは、当社でネットワークする専門家が、ガイドの様にコンテンツを作る役割の専門家が一方、プロフィールの出展者はお金を出して当社サイトに出席し、読者にサービスを提供するなど、それぞれに役割が違うためです。メインとなるコンテンツを作っている、ガイド一人当たりのPVは増加しています。

最新情報は当社IRサイトでご確認いただけます。また、決算説明会の様子は動画配信しています。ご活用下さい。
<http://corp.allabout.co.jp/ir/>

尚、今回より従来のハガキに加え、インターネット上でもアンケートにご回答いただけるようになりました。より良い報告書とするために、より多くの株主様のご回答をお待ちしております。
<http://www.ann-kate.jp/open/allabout/kabunushi0712/>