



2026 年 9 月 29 日

各 位

会社名 株式会社オールアバウト
代表者名 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)
問合せ先 取締役 森田 恭弘
(TEL 03-6362-1300)

2027 年 3 月期第 1 四半期決算に関する質疑応答（要旨）

2027 年 3 月期第 1 四半期決算発表（2026 年 8 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： 第 1 四半期（1Q）の業績結果と通期計画に対する進捗状況について教えてください。

A1： 1Q の連結業績は、売上高 3,799 百万円（前年同期比 8.6%減）、営業損失 79 百万円（前年同期は営業利益 18 百万円）となりました。通期予想（売上高 15,600 百万円、営業利益 20 百万円）に対する進捗率は売上高で 24.4%となり、計画に対してビハインドで推移しています。前年同期比減収減益の主な要因はコンシューマサービスセグメントにおけるコマース領域の減収ですが、これは前年同期における強販促により取扱高が増加した一方で今期は販促費の投下量が減少していることによるものであり、計画に織り込んでいるため通期計画に対する進捗状況には大きな影響を与えるものではありません。

他方で、サンプル百貨店において前年度後半より発生した商品調達課題は解消したものの、一時的な大量入荷に伴う販売単価の波動により粗利益率が不安定な状況となっており、物流費・資材費等のコストアップ要素も含めて、通期計画の達成においては注視する点となっています。

上記オペレーションの安定化に加えて、サンプル百貨店の「Yahoo!ショッピング店」やリアル店舗の伸長により収益拡大を図ってまいります。

また、マーケティングソリューションセグメントはここまで計画通りに進捗してきていますが、事業特性上、売上高・利益が下期に偏る傾向となるため、今後の受注状況や当社メディアのセッション数の動向に注視する必要があります。

Q2： サンプル百貨店リアル店舗の収支状況と今後の展開について教えてください。

A2： 書籍や音楽、パソコンのような EC による購買が進んでいる領域と比較し、サンプル百貨店が得意とする食品・日用品領域は EC 化率が約 5%と低く、依然としてリアル店舗は認知向上とサンプリング体験の場として有効です。店頭での商品販売によって十分に事業拡大が見込める市場ポテンシャルがあるものと考えています。これに加えて、強みである Web サービスにリアル店舗を組み合わせた OMO^{*}連携を強化することで、より豊かな消費体験を提供することができます。さらには、複層的な消費者との接点から得られたデータを活用して、メーカーのマーケティング支援を充実させることも可能となります。

現在、首都圏に 3 店舗を展開し、店舗運営の検証を進めておりますが、各店舗とも黒字構造を確立し運営ノウハウも蓄積してきておりますので、さらなる出店数拡大の検討を進めているところです。

Q3： みらいバンク社の株式譲渡の背景と、売却資金の使途について教えてください。

A3： みらいバンクは、株式会社ドコモ SMTB ネット銀行が提供する「NEOBANK®」を活用した銀行代理業および金融商品仲介業を営んでおり、主に住宅ローンの販売手数料収入を収益源に事業拡大を図ってきております。2025 年 5 月の当社グループイン以降、当社グループの各サービスとみらいバンクとのシナジー創出を模索してまいりましたが、住宅ローンの紹介を主とするみらいバンクのサービスと、保険や資産形成などのサポートを得意とする総合情報サイト「All About」や「All About 家計相談所」などとの連携は限定的で、それぞれ並行して事業拡大を進めておりました。そのようななか、当時のみらいバンク株式取得の相手先であった株式会社 MILIZE（以下「MILIZE」といいます。）よりみらいバンクの株式買戻しに関する提案があり、検討の結果、当社グループ全体のリソースアロケーションの観点から合意に至ったものです。

みらいバンクは、当社グループイン後、管理部門のサポートは行っていたものの、事業運営については個別に進んでいたため、本株式譲渡による人員の異動やグループ内での事業戦略の変更はありません。

また、みらいバンク、MILIZE 及び当社の三者間の関係は本株式譲渡後も良好で、既に当社は MILIZE の運営事業についてマーケティング支援の発注をいただくなどしており、三者間の良好な関係が今後の当社グループの事業拡大にも引き続き貢献するものと考えています。

売却によって得たキャッシュについては、サンプル百貨店の集客接点拡充や、PrimeAd、家計相談所などの成長分野を中心に機動的に再配分してまいります。

※ OMO: Online Merges with Offline オンラインとオフラインの融合・統合により、顧客満足度や顧客体験の向上を目指すマーケティング戦略

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/>

📄 2027 年 3 月期第 1 四半期決算説明資料は [こちら](#)

IR 情報▶

