

2008年3月26日  
株式会社オールアバウト

## All About が毎日新聞社の「毎日jp」にコンテンツを提供

総合情報サイト「All About」を運営する株式会社オールアバウト(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長 兼 CEO:江幡 哲也、ジャスダック証券取引所、証券コード:2454、以下「オールアバウト」)は、株式会社毎日新聞社(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:北村 正任、以下「毎日新聞社」)の運営する総合情報サイト「毎日jp」に、All Aboutの専門家(=ガイド)が執筆した記事を本日より提供いたします。

All About は、約 500 のテーマにわたる約 8 万本の“その道のプロ”である専門家が執筆する記事をオリジナルコンテンツとして保有しており、今回の取組みでは毎日jpの「ライフスタイル」カテゴリー内の「恋愛・結婚」「IT・家電」の 2 つのジャンルで All About の編集部が厳選した記事を提供いたします。「恋愛・結婚」には『差がつく恋愛テク』、「IT・家電」には『失敗しない家電選び』と銘打った All About の専用コーナーがそれぞれ新設され、第一回目は、「職場の出会いを掴む方法(『差がつく恋愛テク』)」と「花粉に負けない!キレイな空気を作る家電(『失敗しない家電選び』)」をテーマに、All About の「男と女の恋愛学」ガイド潮風洋介氏による「あなたの第一印象、恋人候補?友達候補?」や、All About の「家電」ガイド戸井田園子氏による「いま注目&人気の“加湿空気清浄機”トップ 3」などの記事を本日より提供いたします。

これによりAll Aboutは、1,300万人を超える「毎日jp」の幅広いユーザからのアクセスと新規ユーザの獲得を見込みます。また、「毎日jp」は専門家による信頼できるクオリティの高い情報をユーザに提供することで、「ライフスタイル」カテゴリー内のコンテンツの充実を図り、ユーザ満足度の向上が期待できます。

オールアバウトでは、インターネット上における独自の情報編集力とウェブメディア運営ノウハウを活かし、信頼できる情報を提供するメディアとのアライアンスを推進することで、コンテンツ及び広告商品の強化に取り組んでおります。毎日新聞とは、2007年9月に「All About」と「毎日jp」の両サイトで展開する編集型広告を販売するなど、協力体制を築く傍ら、メディアとしての取り組みの強化を模索し、今回のコンテンツ提供に至りました。コンテンツは、今後、継続的に「毎日jp」のユーザに親和性が高いと想定されるテーマの設定を行い、それに合わせた書き下ろし記事を週 2 回のペースで提供してまいります。

オールアバウトでは、今後も玉石混淆の情報が氾濫するインターネットにおいて、専門家ならではの信頼できる情報を発信しつづけて、ユーザに有益なコンテンツを提供してサービスの強化を図ることで、“こだわり消費”におけるナンバーワン企業を目指してまいります。

**All About について** <http://allabout.co.jp/>

株式会社リクルートとヤフー株式会社を大株主とする株式会社オールアバウトが運営、約 500 のテーマごとに、専門の知識や経験を持った人 = 「ガイド」が、その分野に関する情報を提供する総合情報サイトです。2001年2月15日にオープンし、2007年6月には月間のユニーク・ユーザー数が1,600万人を突破しました。独自記事の展開を中心にシステムだけでは到達しない満足度へ“人”が編集・ナビゲートするサービスです。

**毎日jpについて** <http://mainichi.jp/>

「毎日jp」は、ニュースサイトからさらに進化した「総合情報サイト」として2007年10月1日にスタートしました。世界的取材網を活かしたニュース報道はもちろん、エンターテインメント情報や、暮らしに役立つ生活情報、地域情報がパワーアップ。毎日新聞ならではのユーザ参加型コンテンツも充実させ、情報の信頼性に加えて「楽しい」「役に立つ」サイトを目指します。

### 本件に関するお問い合わせ

株式会社オールアバウト 広報担当:立石

TEL:03-5447-3770 FAX:03-5447-0034 E-mail: pr@im.allabout.co.jp

## [参考資料]

### URL

恋愛・結婚 『差がつく恋愛テク』 <http://mainichi.jp/life/love/lovetech/>

IT・家電 『失敗しない家電選び』 <http://mainichi.jp/life/electronics/choice/>

### サンプル画面 『差がつく恋愛テク』

The screenshot shows a web browser displaying the article '差がつく恋愛テク' (The Difference in Love Techniques) on the 'まいまいクラブ' (Mainichi Club) website. The page layout includes a top navigation bar with categories like 'ホーム', 'ニュースセレクト', 'エンタメ&スポーツ', and 'ライフスタイル'. The main content area features the article title, a sub-header 'あなたの第一印象、恋人候補？友達候補？', and a section titled '■男は女を4カテゴリーに分類する'. An image of a couple is shown with a caption: '男は第一印象で恋人を選びません！恋人対象が誰なのか？を密かにジャッジします。' (Men don't choose a partner based on their first impression! They secretly judge who is their target.) The article text discusses the importance of first impressions in dating and provides advice on how to make a good impression. On the right side, there are several sidebars: 'ニュース速報' (News Briefing), 'トピックス' (Topics), 'Pick Up', and 'ライフスタイルアクセスランキング' (Lifestyle Access Ranking). The 'ライフスタイルアクセスランキング' sidebar shows a table with columns for '1時間', '24時間', and '昨日', listing various lifestyle-related items and their popularity.

毎日 j p | 毎日新聞社 | English | まいまいクラブ

ホーム ニュースセレクト エンタメ&スポーツ ライフスタイル

恋愛・結婚 子育て・教育 就職・転職 株・マネー 住宅 健康 IT・家電 食・ファッション 環境 毎日かあさん 英語を学ぶ

差がつく恋愛テク

あなたの第一印象、恋人候補？友達候補？

■男は女を4カテゴリーに分類する

「第一印象で相手の心をつかまなきゃ！」

恋人探し中の誰もがそう思って出会いの場所に臨みます。でも出会いを多く体験すればするほど、ある事実気がついてしまいます。それは「一目惚れではじまる恋は稀である」ということ。

大人の出会い、大人の合コンとなると手当たり次第合コンしちゃえ！とはいかなくなります。相手幹事とメンバーへのエチケットとして、お互いに「そこそこ以上の魅力を持ったメンバーを選択してセッティングする」という暗黙のルールを意識するケースも増えます。この場合の選択というのは収入や肩書きなど社会的な立場だけではなく、あくまで総合点としての選択基準です。

粒ぞろいの魅力的な異性グループとの合コンや食事会を思い出してみてください。「はじめまして！」から1〜2ヶ月の間に、アナタの中での恋人候補は激しくランク変動しませんでしたか？いわゆるいい意味での目移りです。そして結局、第一印象首位とは異なる人と交際したケースがあるはずです。

特に女性は、第一印象ではなんとも思わなかった男性とでも交際できるもの。一方、男性はどのようなのでしょうか？ 仕事、遊びともに行動的な都市型生活をおくる男性たちの声を総合すると、次のような分類を女性に対して心の中で行っている様子がうかがえます。

・恋人候補

初対面で恋人を一人に絞り込むということは稀。恋人の予感含有率が1%以上ある女性をこの部類に振り分けず。いきなりお持ち帰りしたり、性の対象として扱うことはせず、内面を知ろうとします。2人で食事にも行きます。ただし、数人候補がいるのが普通。

・遊びの恋候補

会ったその日にお持ち帰りパターンから、デート4〜5回目までグレーな関係のままカラダの関係に。その後、普通の友達に戻るそぶりを見せながら、アナタの気持ちをうまく手玉にとり再び体の関係に。彼の顔にはなっている。でも、それほど大切になってくれないし、縛ってくれない。また縛ると逃げていく。

・友人、知人

仕事、遊びなどなんらかの共有意識に前向きなものを感じている関係。男性にとって、実は大切な存在。実はここから恋にも変わることもある。もしアナタがそれを狙う場合は、変身することでリベンジを図ること。尽くすことよりも「オンナの魅力」を磨くと効果的。

ニュース速報

トピックス

Pick Up

ライフスタイルアクセスランキング

	1時間	24時間	昨日
1	羽田空港:横浜市の主拠に反対 冬候...		→
2	高層の楼の下で 大阪府茨木市・足立...		→
3	高層:全国のパソコンつなぎ、「グリッ...		→
4	退職後 福岡市東区・上田町美(高校語...		→
5	もくずく77歳 東京都板橋区・藤沢昭...		→

特集企画