



All About  
<http://allabout.co.jp/>

# 株式会社オールアバウト 中期事業方針

---

Copyright © All About, Inc. All rights reserved.

2008年7月31日

当資料に記載された意見や予測などは、資料作成時点での当社の判断であり、その情報の正確性を保証するものではありません。様々な要因の変化により、実際の業績や結果とは大きく異なる可能性があることをご承知おきください。

■環境の見立て p3-p12

■戦略シナリオ

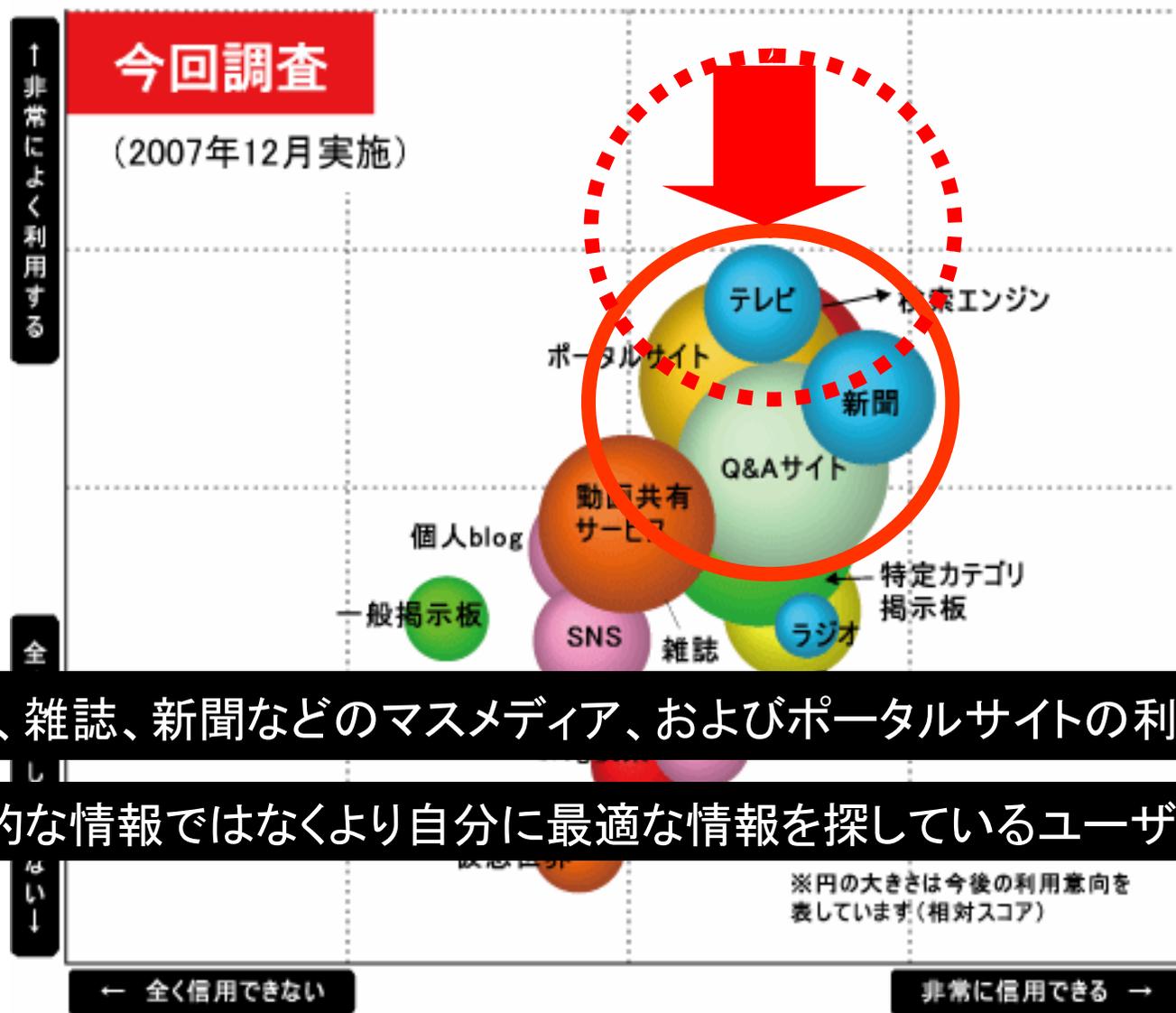
-メディア p14-p19

-ビジネス p20-p25

-3年後の姿 p26,p27

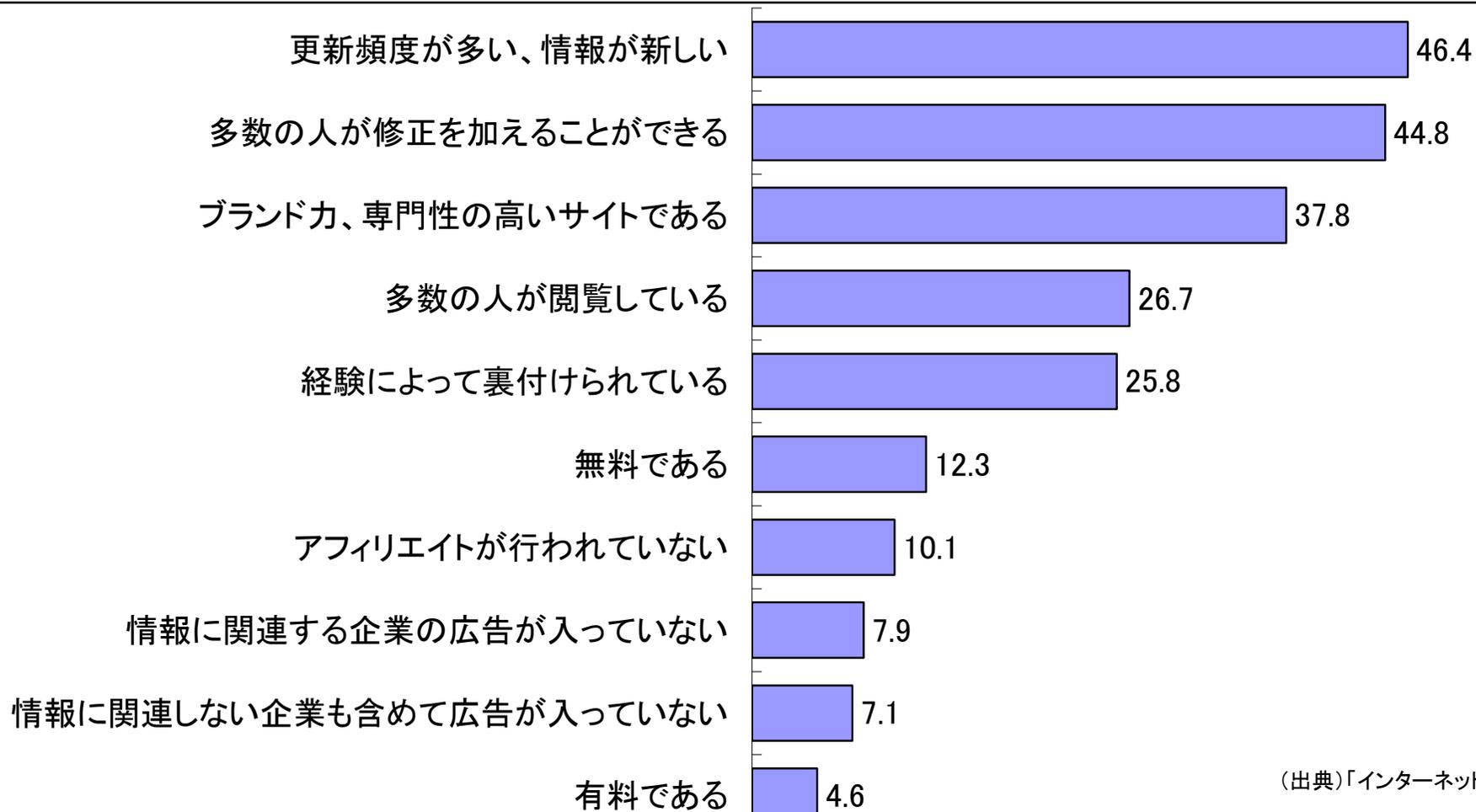
# 環境の見立て

# メディア利用状況の変化



テレビ、雑誌、新聞などのマスメディア、およびポータルサイトの利用率が低下  
画一的な情報ではなくより自分に最適な情報を探しているユーザ像がみえる

# 情報源に対して重視すること

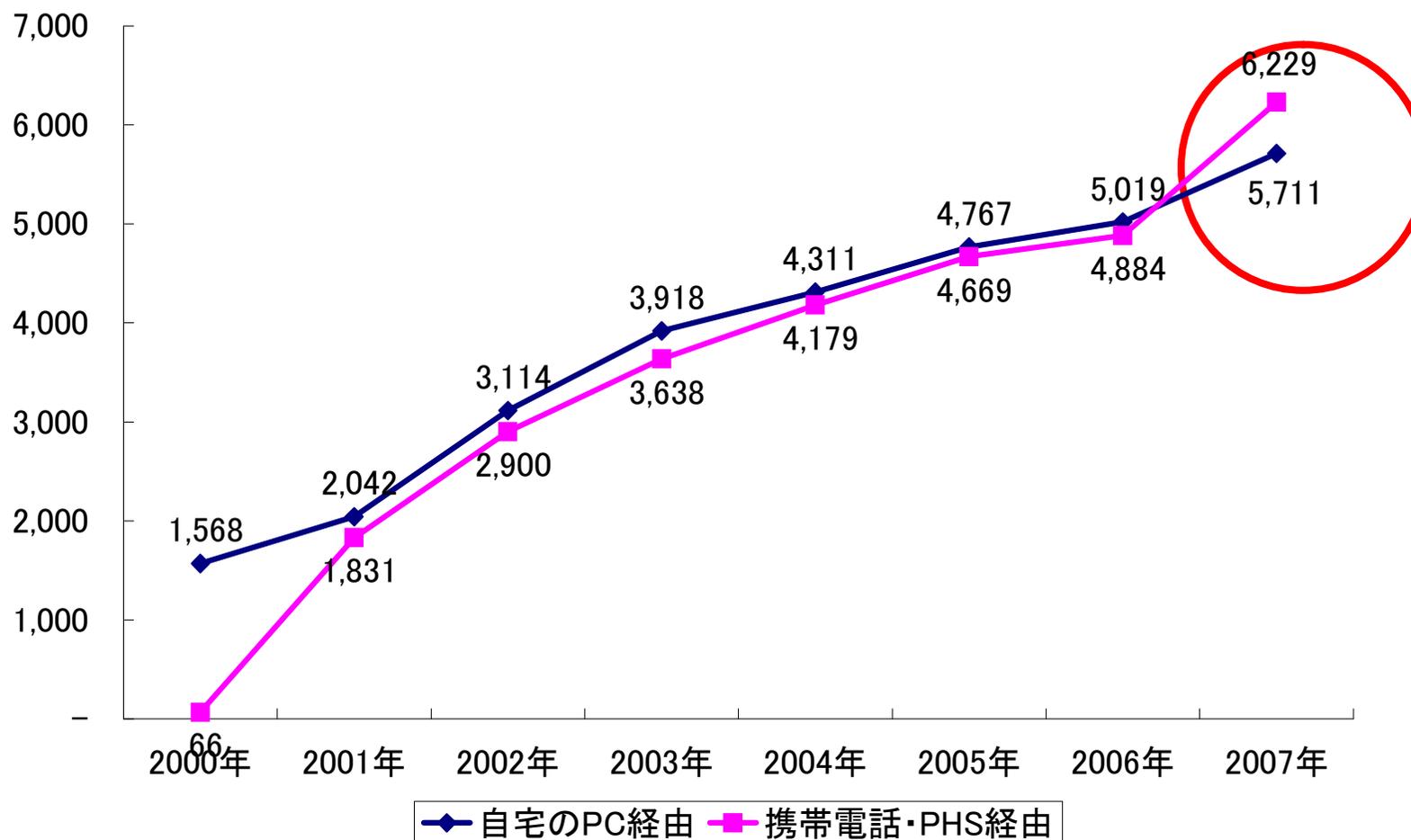


(出典)「インターネット白書」

更新性、参加性、専門性、経験に裏打ちされているなどが重視されている

情報鮮度および専門家(通、達人)が信頼の拠り所となっている

# ネットへの接続端末

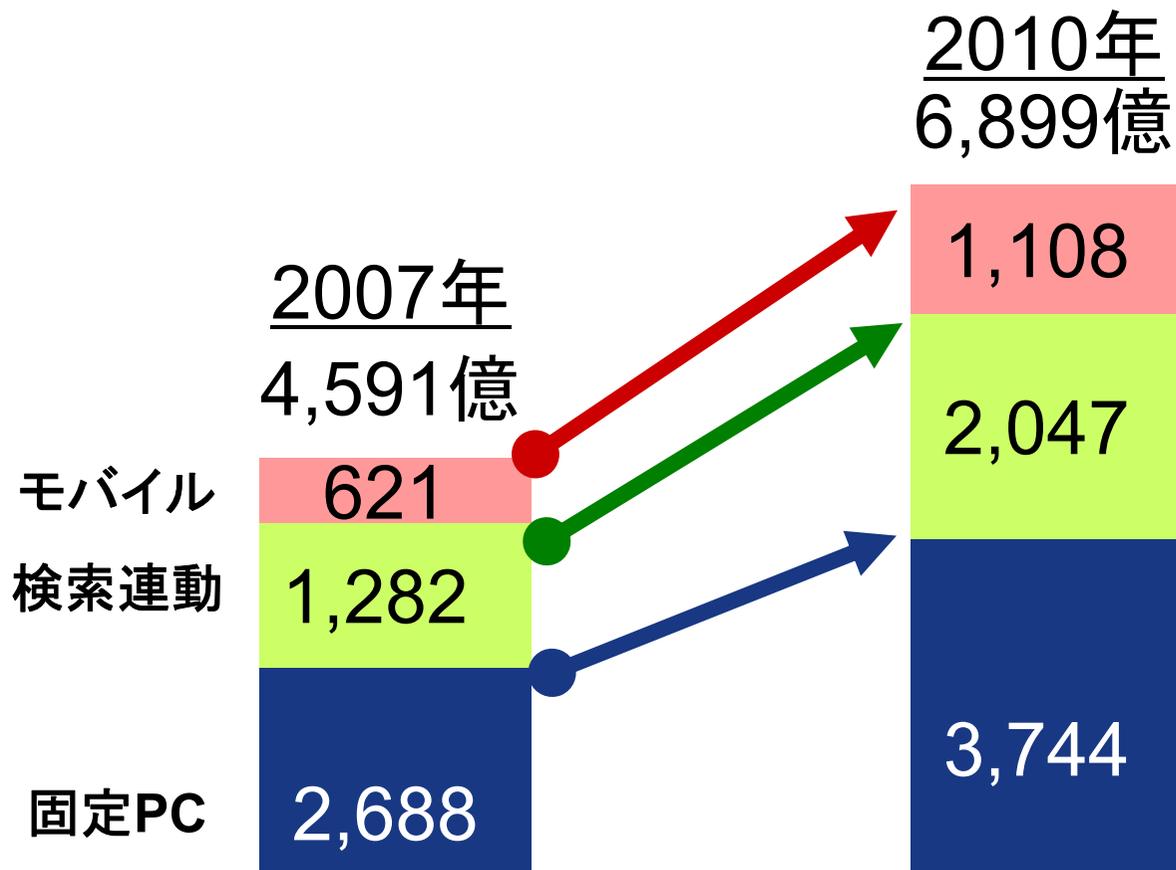


2007年にはじめて携帯・PHS経由のアクセスが自宅のPC経由でのアクセスを上回った

(出典)「インターネット白書」

- 検索利用はさらに拡大
- ポータルはYahoo!に集中
- コミュニケーションそのものが目的となる  
メガサイト(コミュニティ)

3つのコンタクトポイントに対する戦略が必須

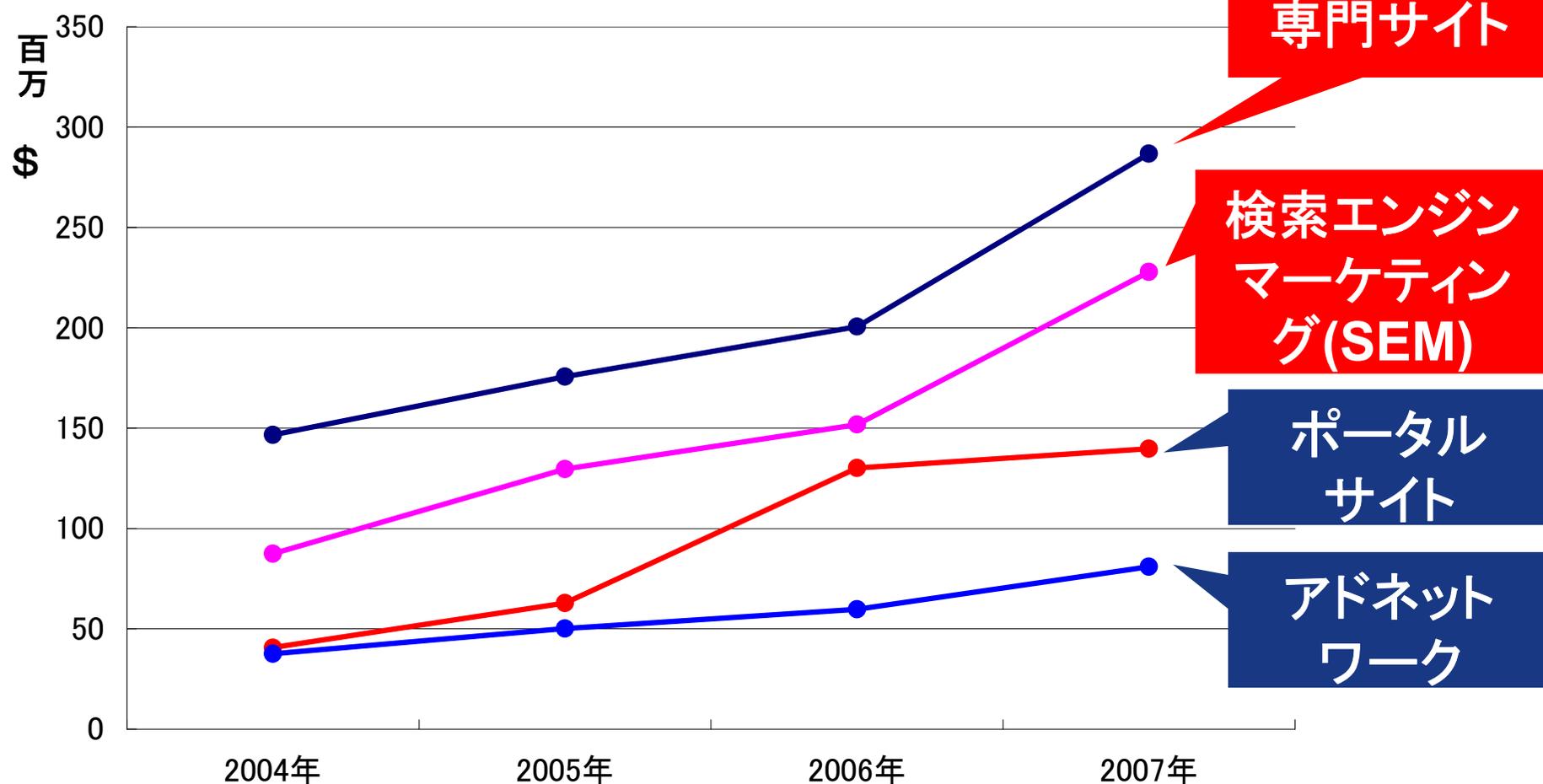


引き続き、高い成長が見込まれる市場

出展: 電通・日本の広告費(08.2.20)&電通総研(07.4.16)

# 先行するアメリカの広告予算の状況

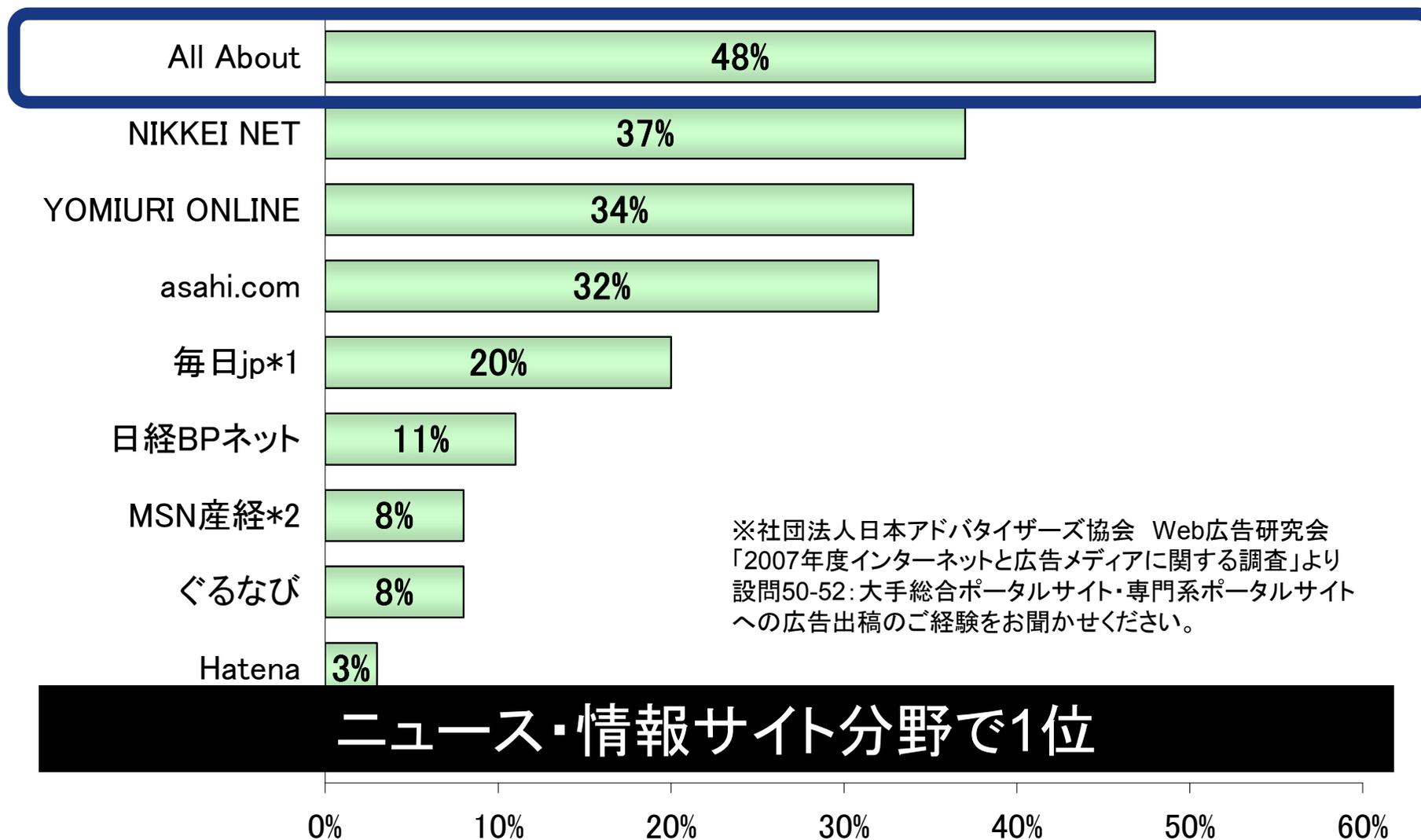
AllAbout



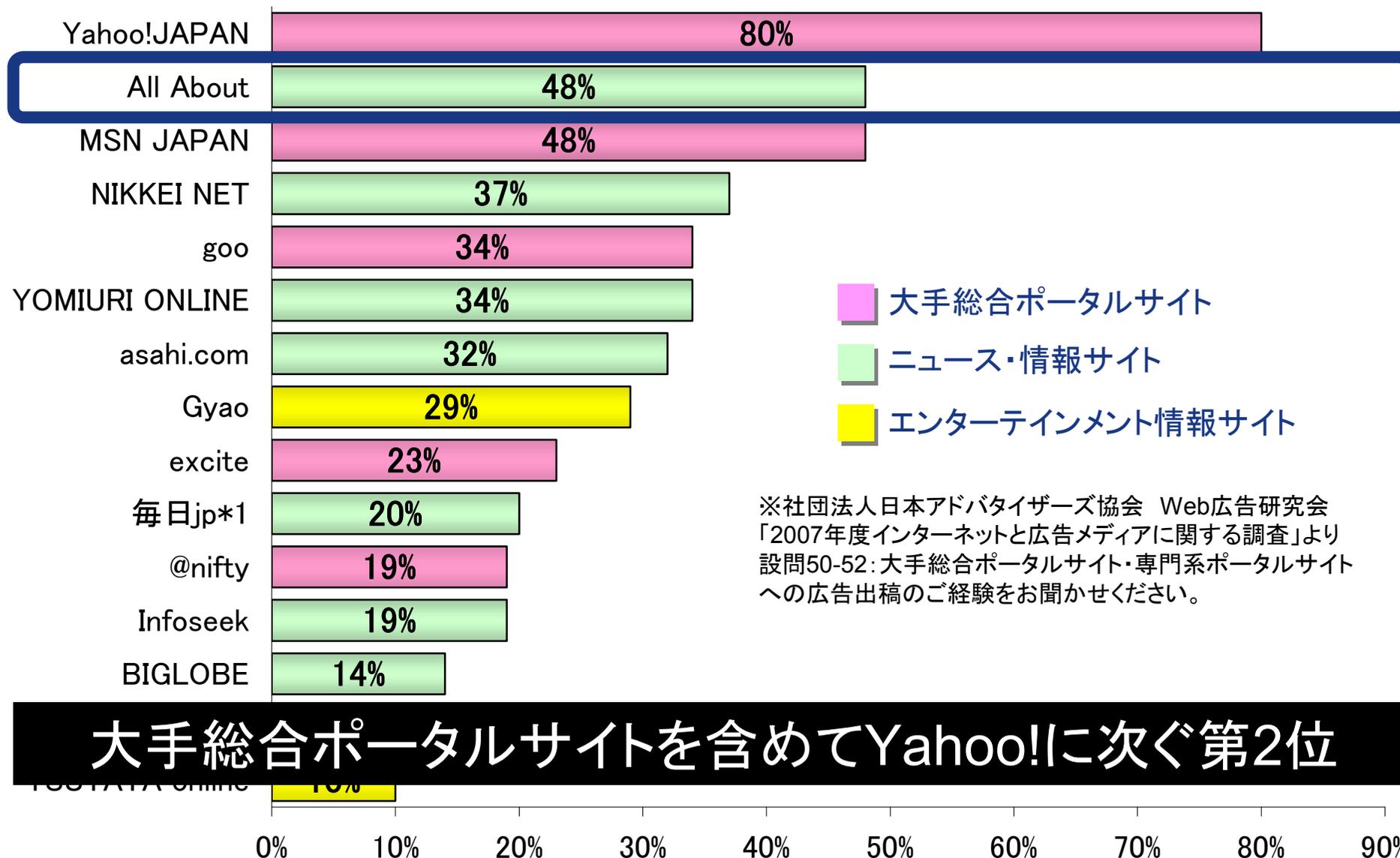
先行するアメリカでは広告予算でもポータルサイトが 頭打ちの中、専門サイトのシェアは全体の40%に及ぶ

出展: avenue a razorfish Digital Outlook Report 2008

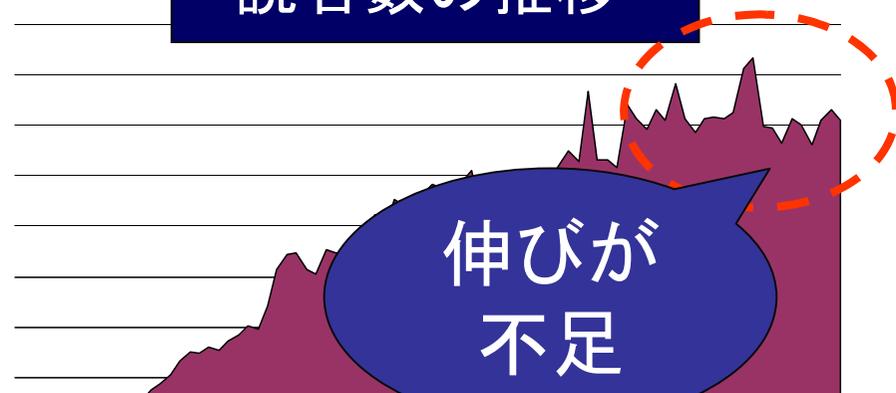
# ネット広告出稿経験におけるAll About



# ネット広告出稿経験におけるAll About②



読者数の推移



広告売上の推移



更なる成長の為には  
メディアの成長が必須条件

M&Aを  
実施

その他売上の推移

情報  
編集力

専門家  
ネット  
ワーク力

中心となるアセット

# 戦略シナリオ

①

環境

検索結果への  
不満

自社

One of  
情報源

ユーザの目的に対する  
情報のまとめ役  
(ハブ)

②

環境

信頼できる  
情報ニーズ

自社

読者を動かす  
コンテンツ

行動喚起する  
コンテンツを更に強化

③

自社

詳しい情報を  
得る存在



アクションまでを  
カバー

④

環境

ユーザのファースト  
コンタクトは集中化



3つのファースト  
コンタクト対応を実施

⑤

自社

PCのみの  
サービス



モバイルを含めた  
サービス

# メディアの全体像

## メディア①

目的ハブサイト  
(行動支援メディア)

目的ユーザ  
に対し、  
情報支援と  
行動支援を提供



## メディア②

+

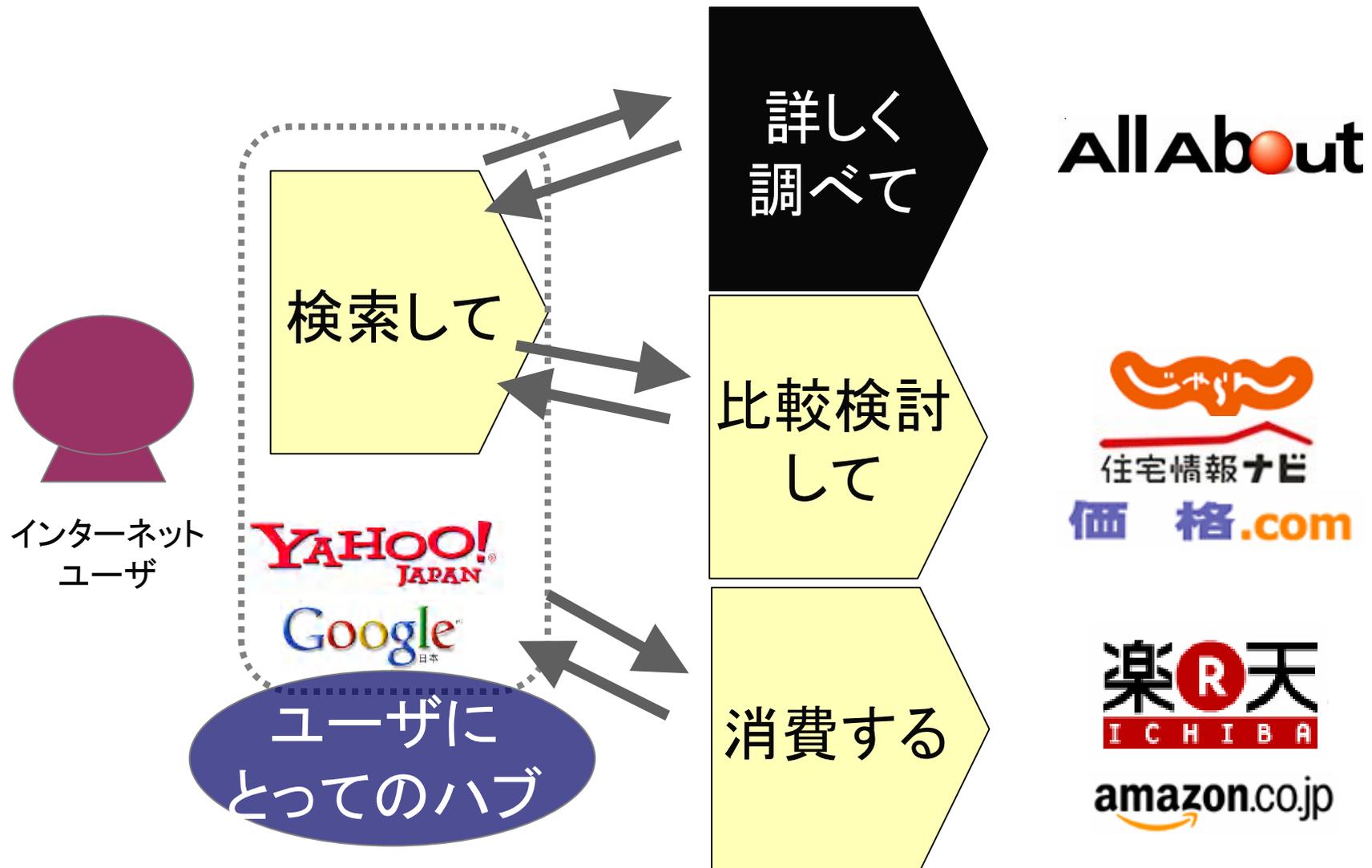
喚起メディア

非目的ユーザ  
に対し、テーマ軸・  
ターゲット軸で  
提案するメディア

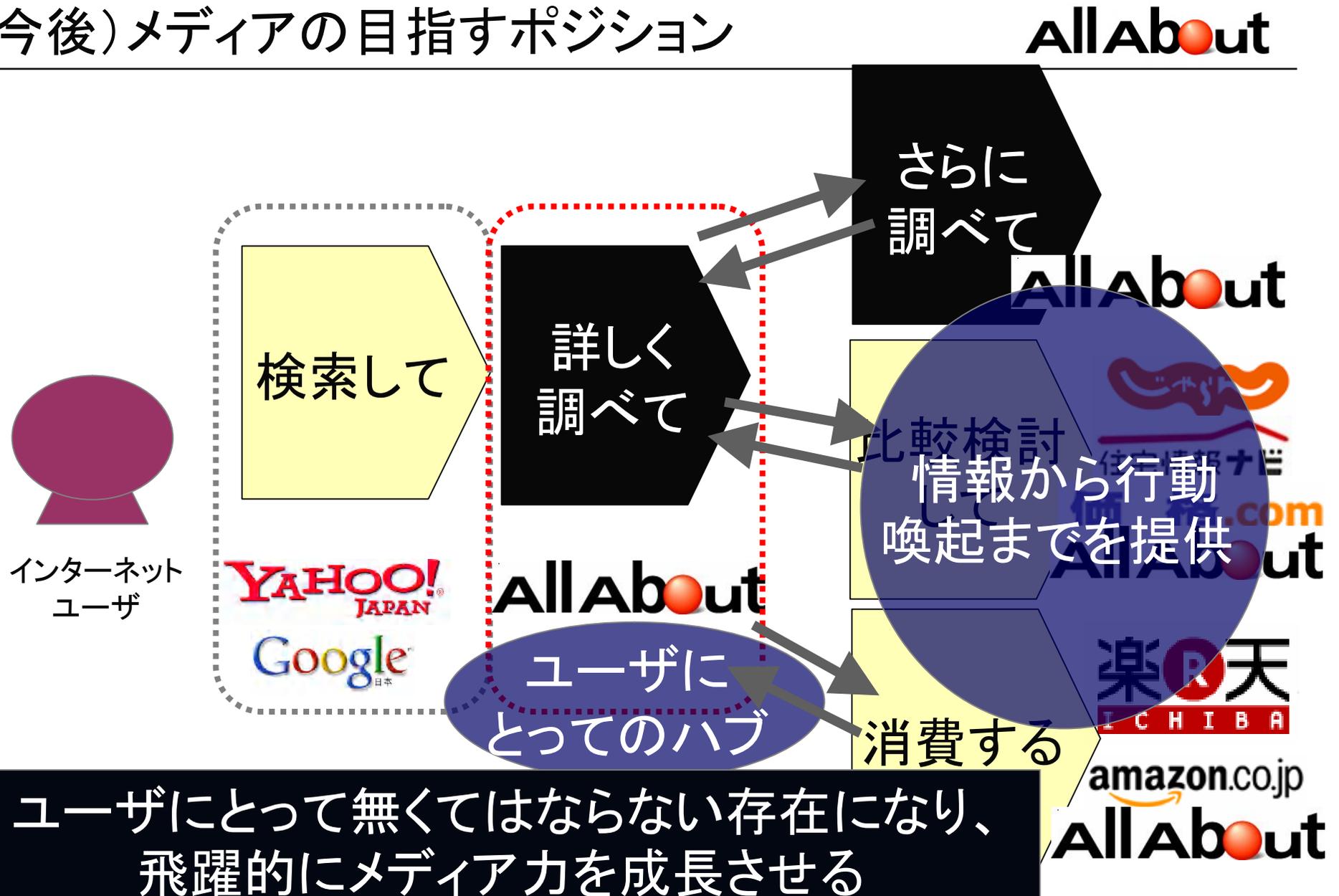


# (現状) ユーザの実際の利用法

AllAbout

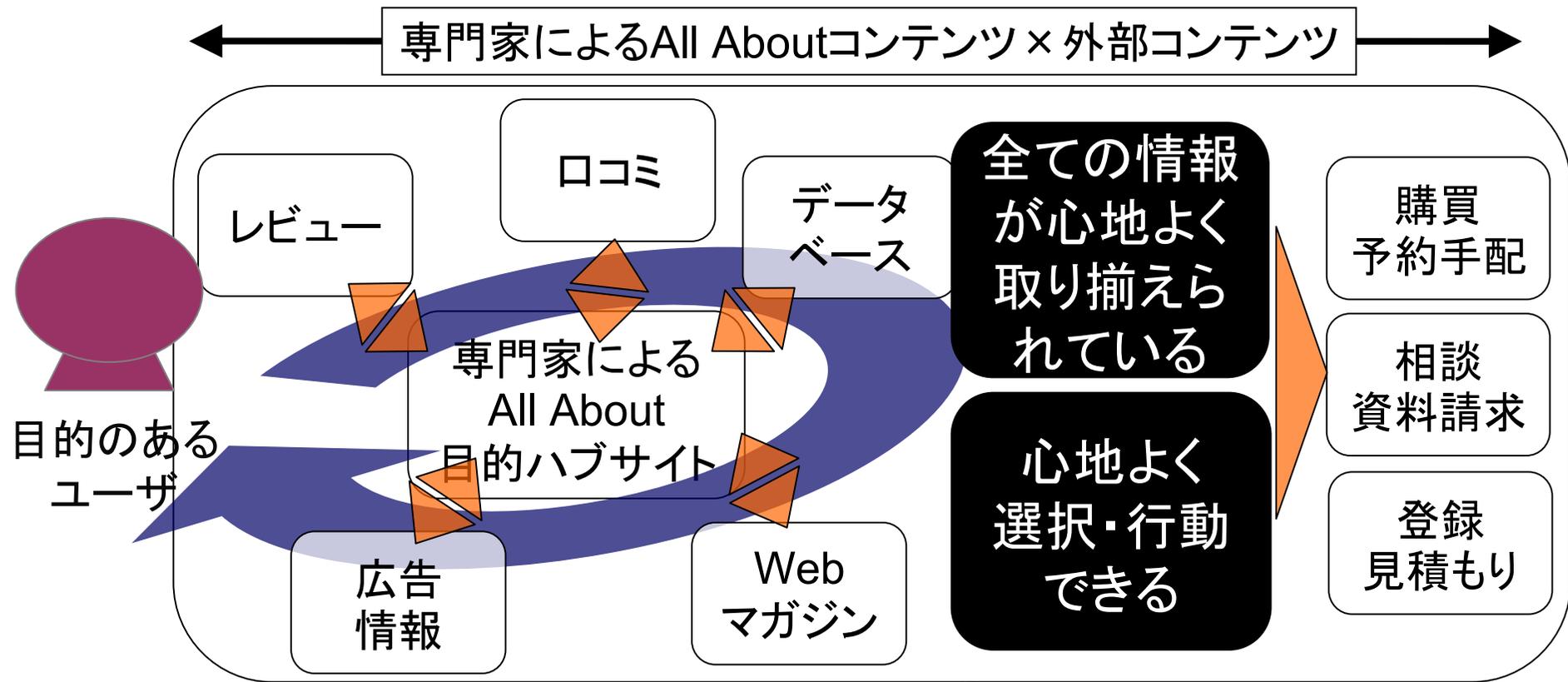


# (今後)メディアの目指すポジション



ユーザにとって無くてはならない存在になり、  
飛躍的にメディア力を成長させる

# 目的ハブサイトについて



## 行動を促す編集メソッド

網羅感

俯瞰

おすすめ

イチオシ

+

取り揃え

## メディア構造の進化に伴い、以下の戦略を推進

①

環境

専門サイト  
広告伸びる

自社

編集型広告  
に強み

編集型広告を  
更に強化

②

自社

理解促進系  
の領域中心

販売促進領域の  
広告も展開

③

環境

SEMが大きく  
伸びる



SEM+編集型広告  
の提供

\* SEM=検索エンジンマーケティング

④

自社

PCネット広告が  
中心



モバイルネット広告も  
拡大

⑤

自社

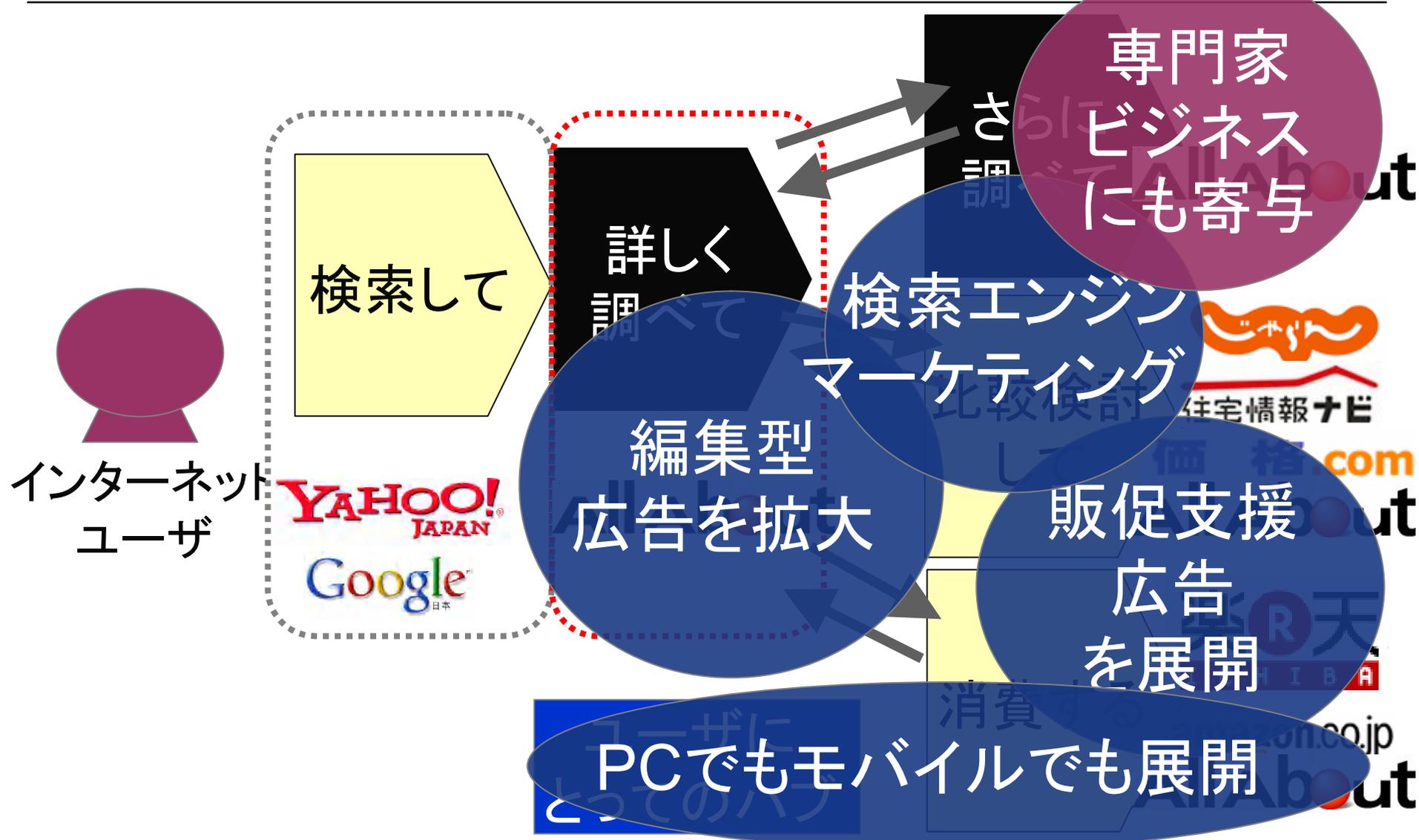
収益の柱は広告  
ビジネス一本

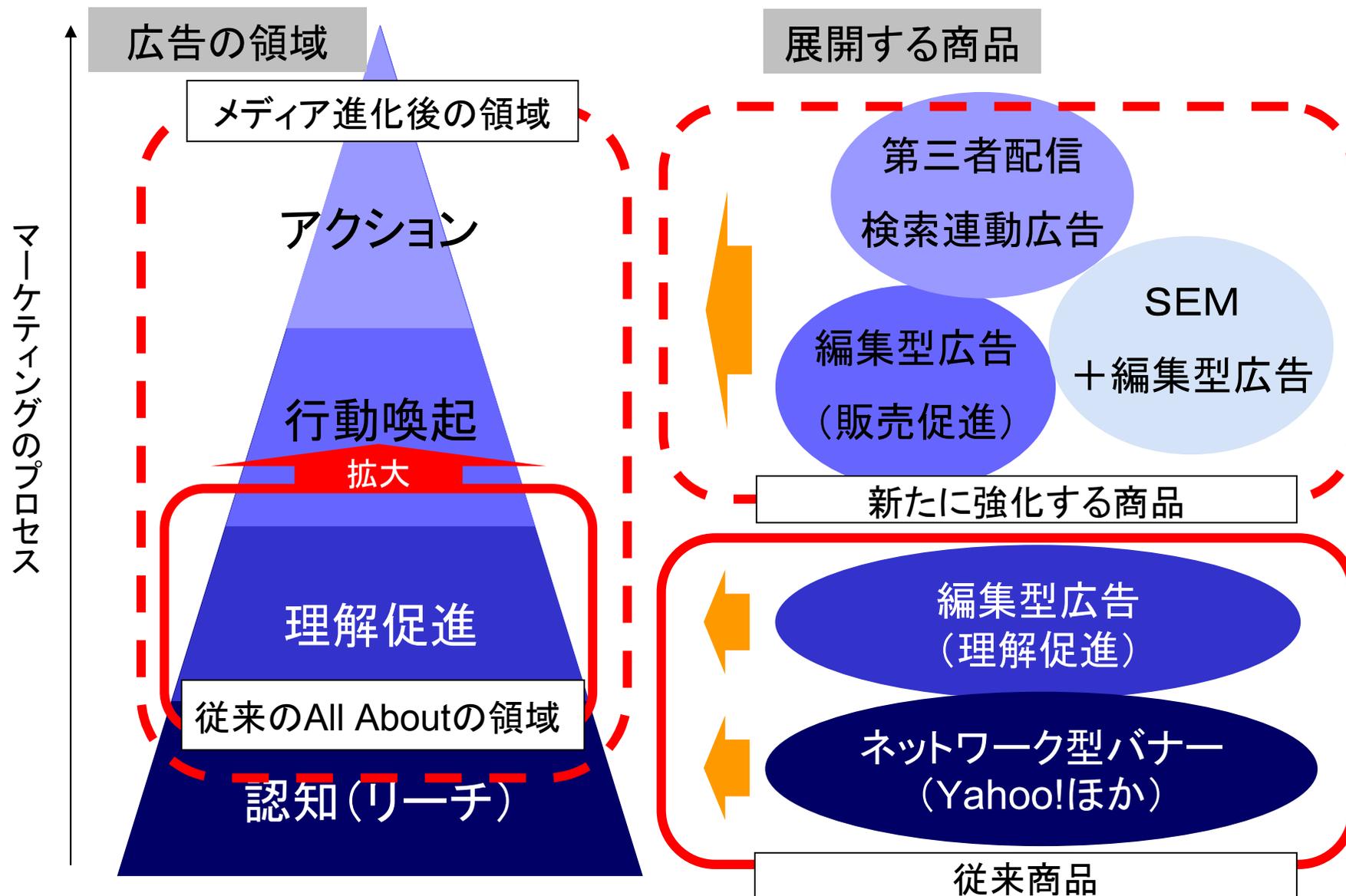


広告ビジネスと専門家  
ビジネスの二本柱に

# メディアの進化とビジネスの展開

All About





ショッピング

- ・商品とつくり手の拡大

専門家マッチング

- ・出展専門家の領域と数の拡大

金融領域サービス

- ・登録IFAとIFAへのマーケット提供の拡大

新規サービス

- ・健康、住まいなど業界領域ごとに専門家ビジネスを検討

新規ビジネスも含め拡大し、カスタマ課金も視野に入れながら、広告ビジネスと並ぶ柱に育てる

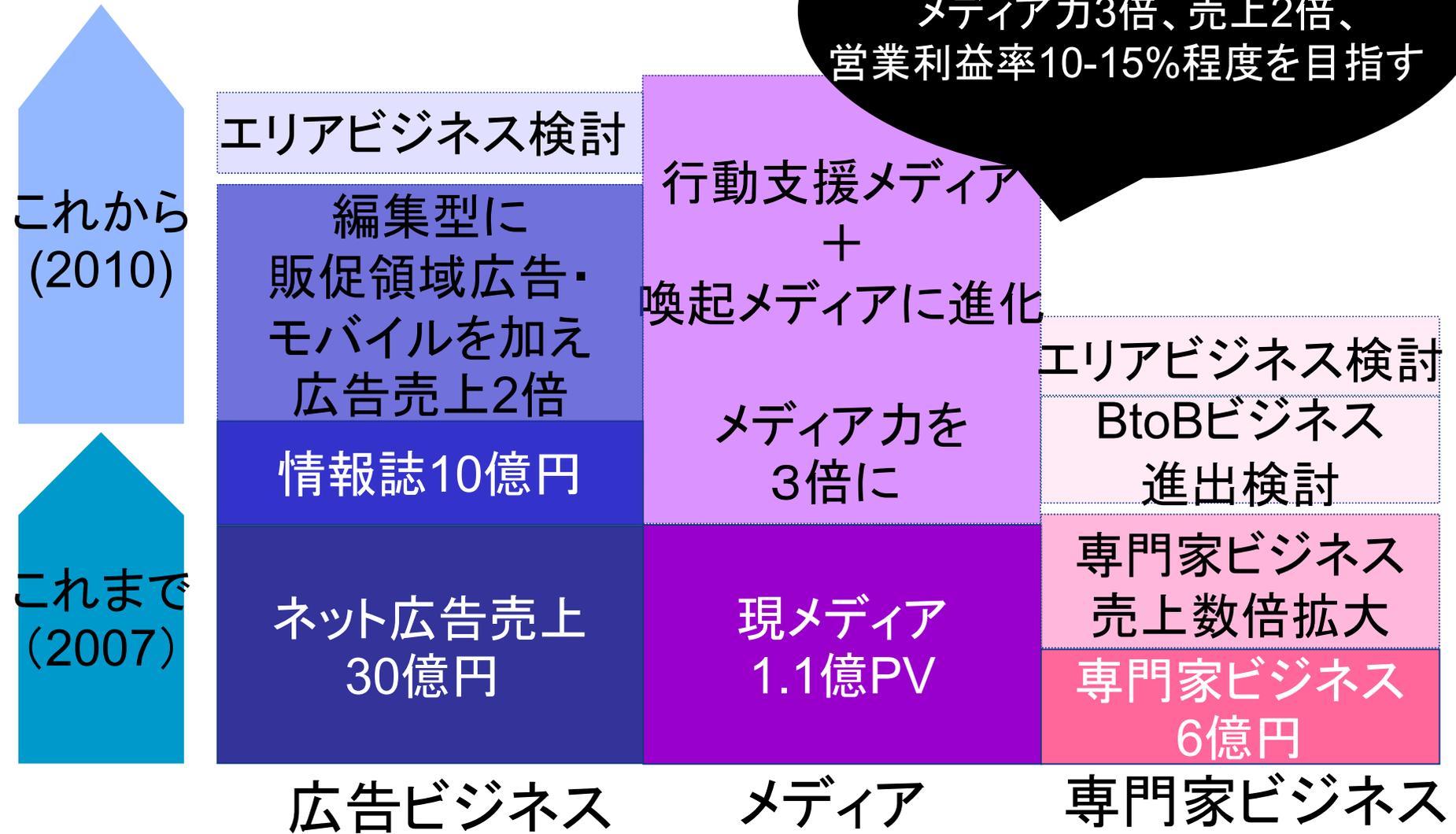
## 広告ビジネスのテーマ

- ・変動費削減策による、編集型広告の収益率改善
- ・第三者配信広告比率を高め、内部コストを圧縮

## 全体のテーマ

- ・専門家ビジネス比率を高め、収益源を多角化する
- ・生産性を高め、売上高固定費比率を下げる

# 3年後の姿



2010年に  
メディア力3倍、売上2倍、  
営業利益率10-15%程度を目指す

All Aboutはユーザの  
“心地よい選択と行動”を実現する  
『こだわり消費NO.1メディア』へ

個人を豊かに、社会を元気に。

AllAbout