

**株式会社カカコム**  
**2007年3月期**  
**通期及び第4四半期決算説明資料**

2007年5月17日

**kakaku.com**

kakaku.com, Inc.

# 目次

業況レビュー	.....	2
業務別レビュー	.....	14
サイトの利用状況	.....	22
今後の成長戦略	.....	28

# 業況レビュー

# 2007年3月期通期 業績ハイライト

- 2007年3月期通期(2006年4月-2007年3月)連結業績は売上4,887百万円(前期比67%増)、経常利益1,304百万円(前期比67%増)と当期も過去最高となった。
- 2007年3月期第4四半期(2007年1月-2007年3月)連結業績は売上1,469百万円(対第3四半期比29%増)、経常利益362百万円(対第3四半期比11%増)となった。
- 集客サポート業務の通期売上高は、対前期比111%増の804百万円。当期もクリック課金の通年寄与により大幅増収。モールとの提携強化やショッピングサーチの導入によりショップ数・商品数も大幅に増加した。
- 販売サポート業務の通期売上高は、対前期比70%増の1,796百万円。ブロードバンド(BB)はサービスのクオリティの高さからさらにシェアを拡大し大幅増収。
- 情報提供業務の通期売上高は、対前期比7%増の312百万円。厳しいマーケット環境の中、前期収益に貢献した投資系カテゴリの不調により伸び悩んだが、サイト全体のトラフィック増により増収を確保した。
- 広告業務の通期売上高は、対前期比70%増の1,343百万円。媒体力向上や新広告商品の開発などにより力強い伸びとなった。
- 旅行関連業務の通期売上高は、対前期比122%増の383百万円。フォートラベルをはじめ関連サイトの成長により大幅な増収となる。

# グループサイト主要データ 1. 『価格.com』

## 購買サポートサイト『価格.com』の状況

### トップページ画面

### サイトの主要データ



月間利用者数 1,056万人

月間総ページビュー 4億2,672万

掲載商品数 約760万点

(うちショップによる登録商品数は約27万点)

掲載事業者数 30,612

集客サポート 1,194

販売サポート 64

情報提供 152

yoyaQ 282

ショッピングサーチ 28,920

カテゴリ数 68カテゴリ

ユニークIPアドレス、kakaku.com、yoyaq、tabelog、外為羅針盤の合計値

(2007年3月末時点)

# グループサイト主要データ 2. 『フォートラベル』

## 日本最大級の旅行情報サイト『フォートラベル』の状況 トップページ画面



## サイトの主要データ

月間利用者数 174万人

月間総ページビュー 2,197万

利用者書込数 41万2,000件

トラベラー会員数 30,400人

旅行写真数 183万枚

参加事業者数 925

\*クチコミ/旅行記/掲示板/Q&A掲示板の書き込み数合計 (2007年3月末時点)

# グループサイト主要データ 3. 『食べログ.com』 『yoyaQ.com』

グルメのクチコミサイト『食べログ.com』、直前宿泊予約サイト『yoyaQ.com』の状況

グルメのクチコミサイト  
食べログ.com



(2005年3月開設 )

月間利用者数 245万人  
月間PV 2,194万  
レビュアー人数 13,300人  
レビュー件数 175,000件

(2007年3月末時点)

直前宿泊予約サイト  
yoyaQ .com



(2004年10月営業譲受により取得)

月間利用者数 64,000人  
登録会員数 136,000人  
登録ホテル・旅館数 282

ホテルオークラ東京  
東京ドームホテル  
ヒルトン東京  
センチュリーハイアット東京  
ウェスティンホテル東京  
目黒雅叙園  
フォーシーズンズホテル椿山荘 東京  
ホテルインターコンチネンタル東京ベイ  
横浜ベイシェラトンホテル&タワーズ  
パン パシフィック ホテル 横浜 ほか

(2007年3月末時点)

# 2007年3月期 第4四半期累計 業績対前年比較(連結)

(連結)

単位:千円

	前期	当期	増減	
	2005/4- 2006/3	2006/4- 2007/3	金額	率
売上高	2,921,883	4,887,421	1,965,537	67.3%増
経常利益	780,864	1,304,610	523,746	67.1%増
当期純利益	417,072	856,247	439,175	105.3%増
EBITDA	1,021,211	1,835,493	814,282	79.7%増

# 2007年3月期 第4四半期 貸借対照表(要約・連結)対前年比較

単位:千円

(連結)

(資産の部)	2006年3月		2007年3月	
流動資産	2,273,138	54.1%	3,721,136	68.9%
現預金	1,123,647		2,159,937	
受取手形/売掛金	783,072		1,135,941	
たな卸資産	25,440		13,384	
その他	341,240		415,183	
貸倒引当金	261		3,310	
固定資産	1,925,492	45.9%	1,680,685	31.1%
有形固定資産	119,947		172,333	
無形固定資産	1,537,219		1,366,942	
投資その他の資産	268,324		141,409	
<b>資産合計</b>	<b>4,198,630</b>	<b>100%</b>	<b>5,401,822</b>	<b>100%</b>
(負債の部)				
流動負債	1,420,483	33.8%	1,791,598	33.2%
買掛金/未払金	409,521		496,326	
短期借入金	100,000		-	
未払法人税等	267,615		534,202	
預り保証金	548,495		583,810	
その他	94,851		177,259	
固定負債	178,754	4.3%	132,846	2.4%
繰延税金負債	178,754		132,846	
<b>負債合計</b>	<b>1,599,237</b>	<b>38.1%</b>	<b>1,924,445</b>	<b>35.6%</b>
(純資産の部)				
資本金	429,950		457,164	
資本剰余金	879,805		907,020	
利益剰余金	1,289,637		2,080,254	
少数株主持分	-		32,937	
<b>純資産合計</b>	<b>2,599,393</b>	<b>61.9%</b>	<b>3,477,377</b>	<b>64.4%</b>

# (参考) 2007年3月期 第4四半期累計 業績対前年比較(単体)

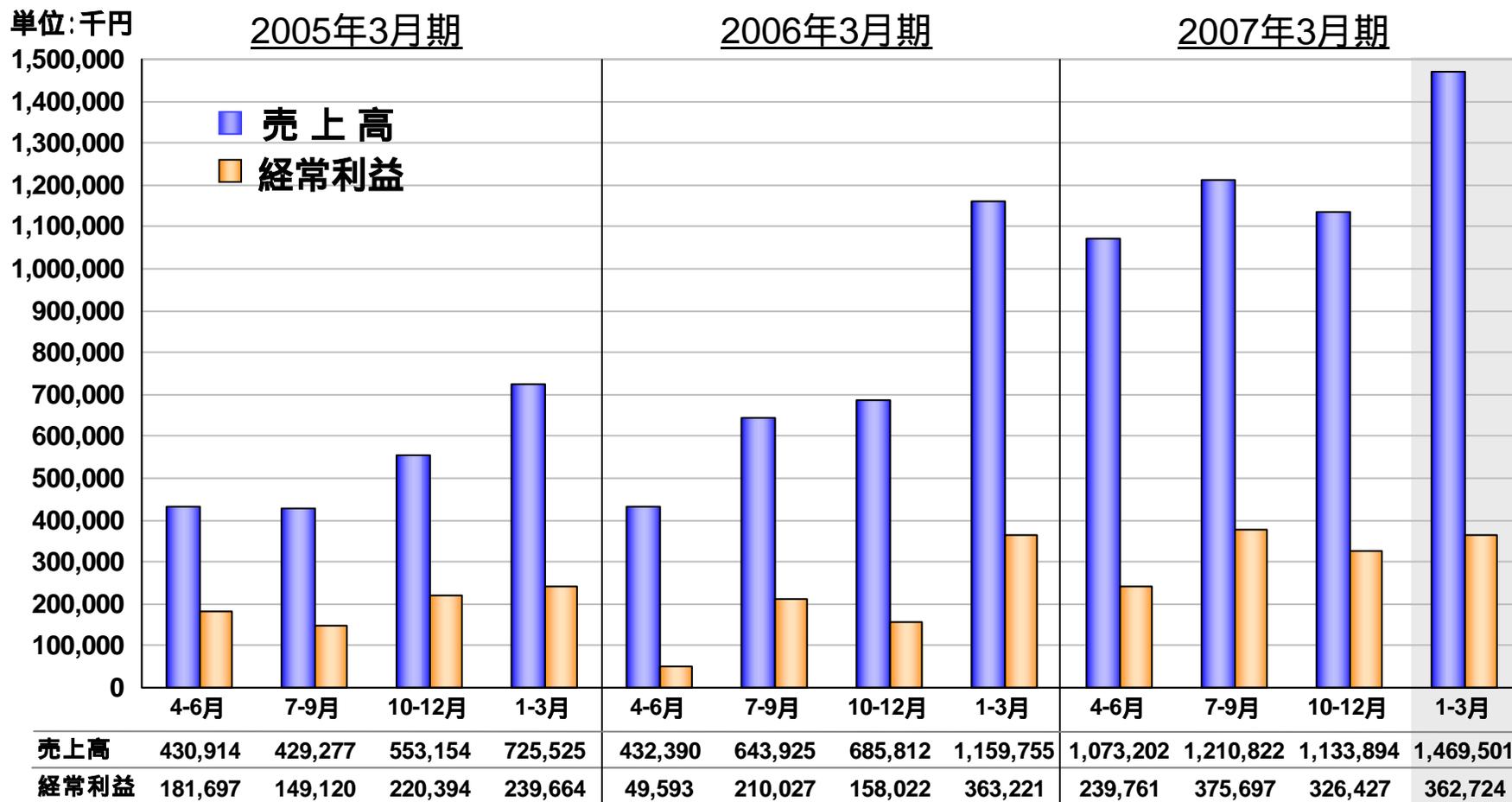
(単体)

単位:千円

	前期	当期	増減	
	2005/4- 2006/3	2006/4- 2007/3	金額	率
売上高	2,776,625	4,393,909	1,617,284	58.2%増
経常利益	814,430	1,331,160	516,729	63.4%増
当期純利益	488,018	839,759	351,740	72.1%増

# 四半期別 業績の推移

対3Q比売上高は29%増。BB販促費・広告費増により経常利益は11%増にとどまる



2005年1月以降は連結ベースの値

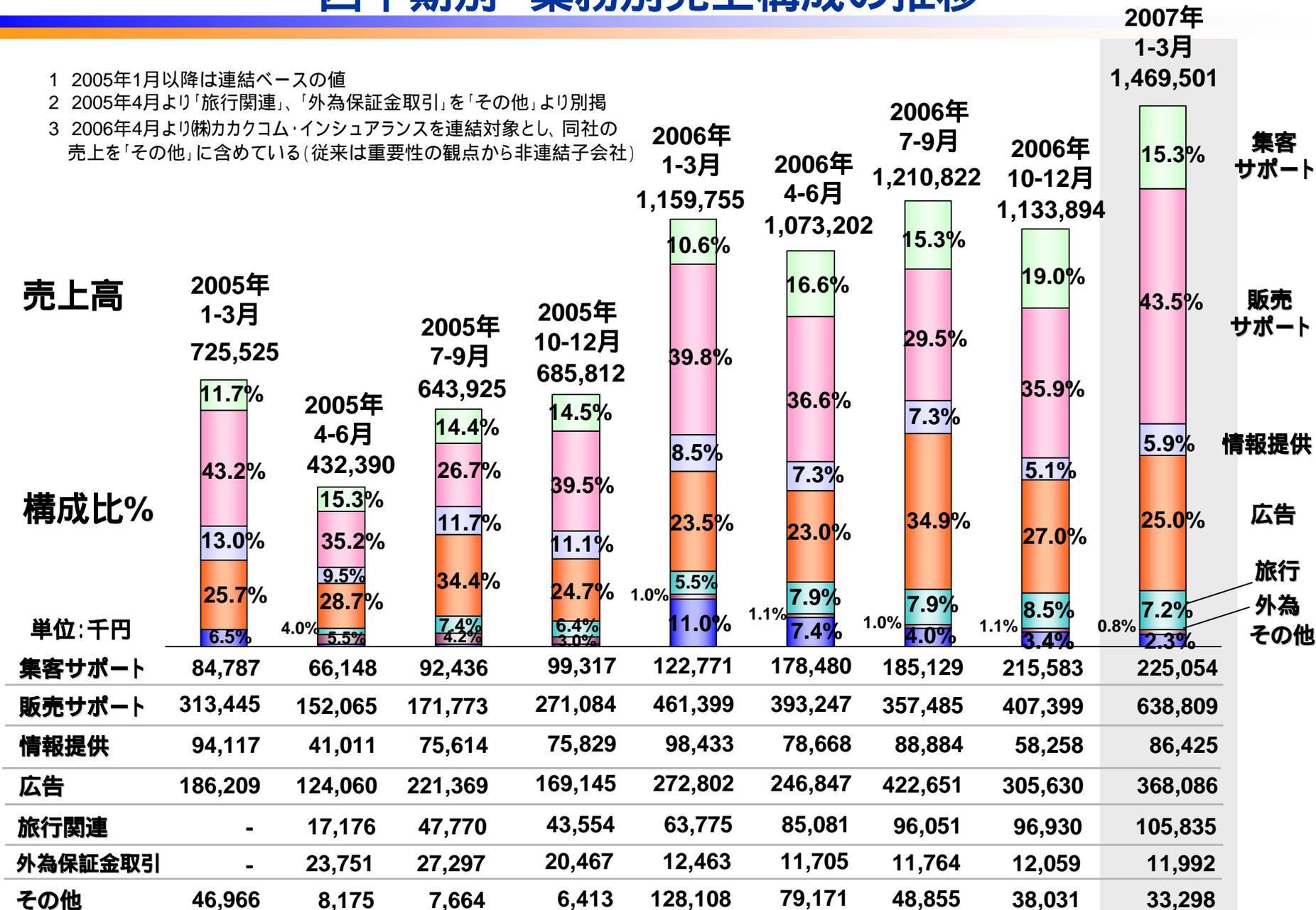
# 四半期別 業務別売上構成の推移

- 1 2005年1月以降は連結ベースの値
- 2 2005年4月より「旅行関連」、「外為保証金取引」を「その他」より別掲
- 3 2006年4月より(株)カクコム・インシュアランスを連結対象とし、同社の売上を「その他」に含めている(従来は重要性の観点から非連結子会社)

売上高

構成比%

単位:千円



# 四半期別 コスト内訳の推移

- ・ 2005年1月以降は連結ベースの値
- ・ 2006年6月末より㈱カカコム・インシュアランスを連結対象とし、  
同社の費用および従業員数を含めている

1:  
手数料 = 各種支払  
手数料と広告代理  
店手数料の合計

2:  
各四半期末の就業  
人員数。臨時従業  
員数は( )外数で  
記載

単位:千円

仕入原価

売上原価/  
販管費計

構成比%

	2005年 1-3月	2005年 4-6月	2005年 7-9月	2005年 10-12月	2006年 1-3月	2006年 4-6月	2006年 7-9月	2006年 10-12月	2007年 1-3月
売上原価/販管費計	459,589	382,458	434,055	527,533	798,122	833,473	835,428	809,035	1,109,685
仕入原価	5,506	5,203	859	3,283	42,442	16,553	3,333	174	2,051
広告宣伝費	62,041	77,847	95,339	80,073	169,283	150,006	188,735	149,232	262,520
人件費関連	102,762	131,161	133,487	136,087	160,006	203,067	219,332	229,513	254,132
減価償却費	9,246	7,349	20,898	26,958	28,233	31,155	38,550	43,021	48,662
手数料 1	44,489	35,658	51,749	44,973	49,303	59,000	80,238	84,975	86,901
BB販促費	138,313	174	8,904	78,541	156,160	155,009	105,662	80,702	238,462
のれん償却	40,362	40,793	40,793	40,793	40,793	40,793	40,793	40,793	37,757
その他	56,867	84,270	82,025	116,821	151,898	177,887	158,782	180,623	179,195
従業員数(人) 2	48(22)	66(20)	75(21)	84(33)	97(29)	115(36)	125(39)	134(39)	148(53)

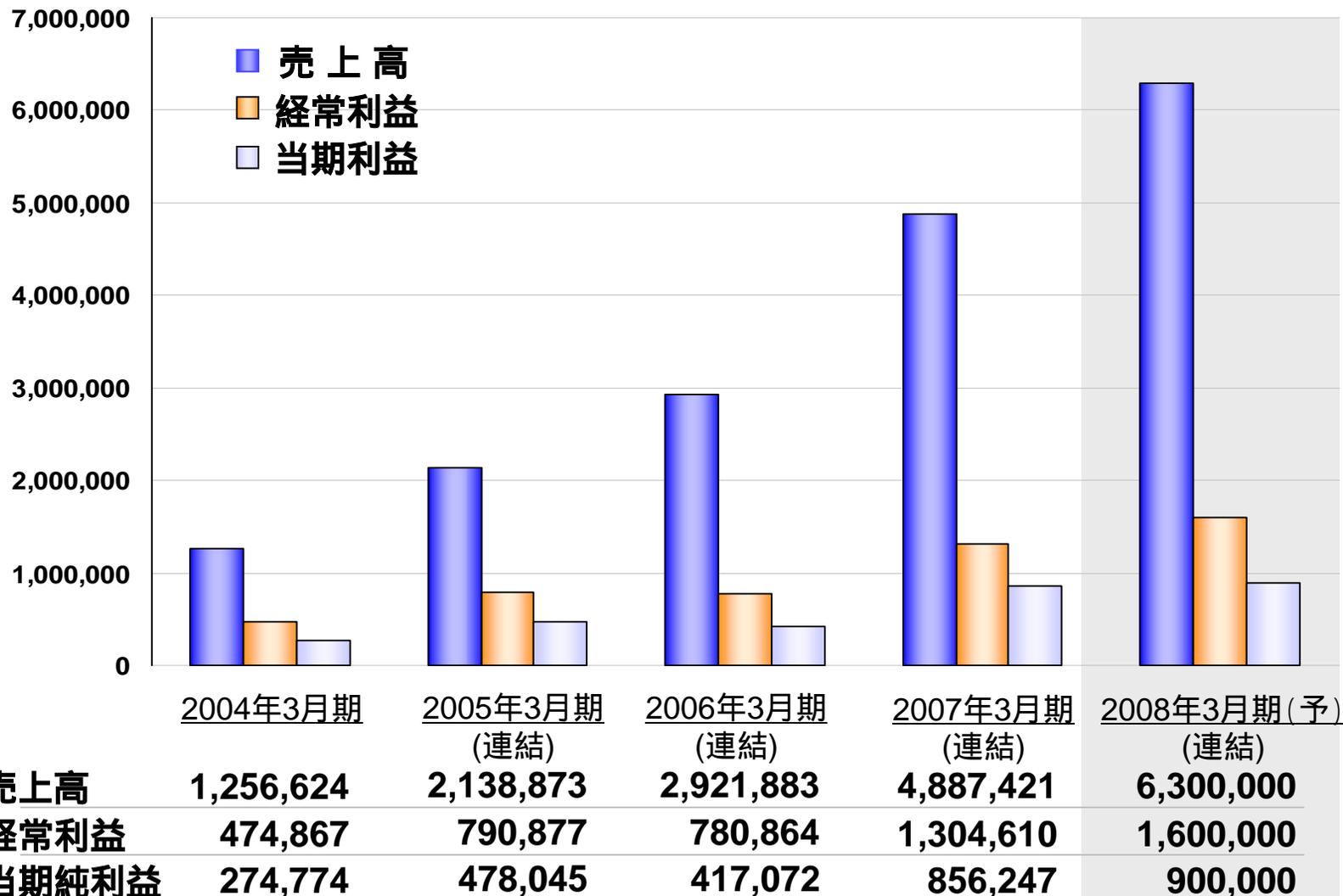
仕入原価  
広告宣伝費  
人件費  
減価償却費  
手数料  
BB販促費  
営業権/連調償却  
その他

2007年1-3月  
「その他」内訳

- ・家賃 29百万円
- ・外注費 24百万円
- ・サーバ保守費 21百万円
- ・求人費 19百万円
- など

# 通期業績の推移

単位:千円



# 業務別レビュー

# 各業務の概要

## 運営業務の概要

インターネット・メディア

集客サポート

- 出店ショップ（小売店）よりクリック数や販売実績に応じた料金を受け取る

販売サポート

- サイト経由のパソコン販売およびブロードバンド回線の契約等の実績に応じてメーカーや回線業者等より手数料を受取る

情報提供

- 金融/中古車査定等の見積り/資料請求情報等を事業者へ提供する
- サイトのログデータ等をメーカーやシンクタンクへ販売する

広告

- バナー、テキスト広告、コンテンツ・検索連動広告、CRM Base等の広告商品を販売する

旅行関連

- フォートラベル、価格.com宿泊予約、ヨヤキューにより旅行関連サービスを提供し、アフィリエイト手数料や広告料を得る  
主にフォートラベル(株)が運営

周辺事業

外為保証金取引

- 価格.com外為を運営し、外国為替保証金取引のオンライントレードサービスを提供する  
(株)カカコム・フィナンシャルが運営

保険代理店

- 生命保険、損害保険の総合乗合代理店として保険のコンサルティングセールスを行う  
(株)カカコム・インシュアランスが運営

その他

- EC、システム開発受託などその他の業務

# 業務詳細 1. 集客サポート業務

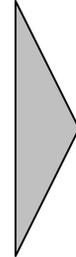
## ショップ数・商品数の確実な増加に伴い、堅調に推移

### 第4四半期の業況

- 集客サポート業務売上は対3Q比4%増の225百万円となる
- モールとの提携を積極的に推進した結果、登録ショップ数は順調に増加し1,194店(2007年3月末)となる
- ショッピングサーチは楽天をはじめとするモールとの提携を推進した結果、掲載商品数は760万点(2007年3月末)へ増加
- 価格.comプロダクトアワード2006を実施。カカコムブランドの認知向上、メーカーとのリレーション構築に寄与

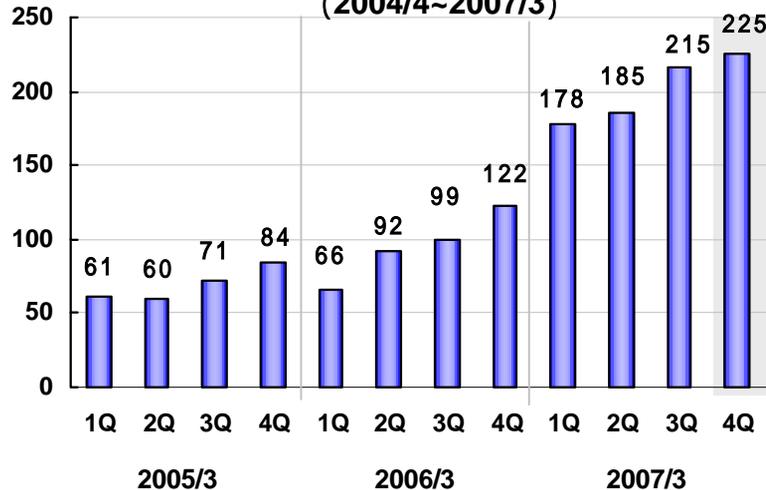
### 今後の見通し

- 「価格比較」と「ショッピングサーチ」の融合を行い新興カテゴリのクオリティ向上、ユーザー増加を図る
- APIを活用した外部サイトとの連携強化によりトラフィックの増大を目指す
- モバイルの本格的な事業化を図る。4月には価格バーコードサーチをリリース
- 価格.comマガジンなどの記事系コンテンツの拡充や中古・釣りなど新規カテゴリのリリースを予定

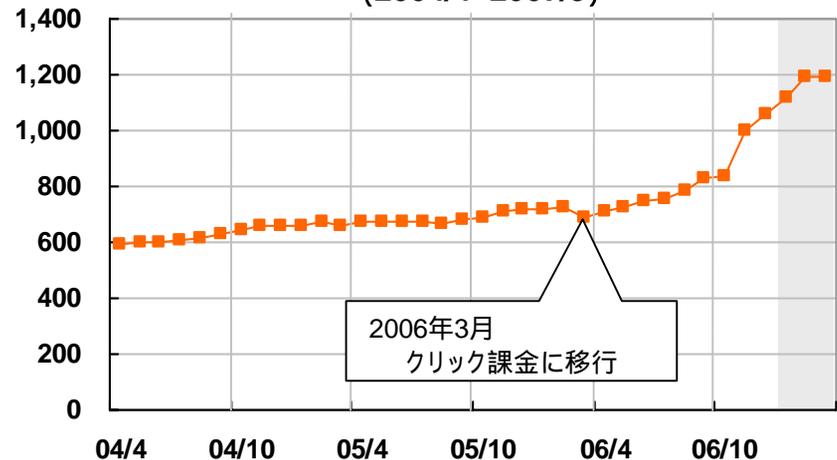


単位: 百万円

### 売上高の推移 (2004/4~2007/3)



### 登録ショップ数の推移(ショッピングサーチ除く) (2004/4~2007/3)



# 業務詳細 2. 販売サポート業務

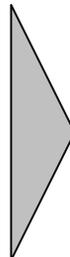
## BBの躍進により大幅増収

### 第4四半期の業況

- 販売サポート業務売上は対3Q比56%増の638百万円を記録。BBは過去最高の申込件数を記録した。
- BBは、継続的な利便性向上と季節要因をうまく取り込むことに成功し、四半期ベースで過去最高の申込件数を記録した
- 携帯カテゴリは料金プラン比較の拡充やキャリアショップの情報を掲載するなど、コンテンツ充実によりユーザー増加が図られた
- PC関連は、Vista買い控えによる低迷から一転、好調な売上となった

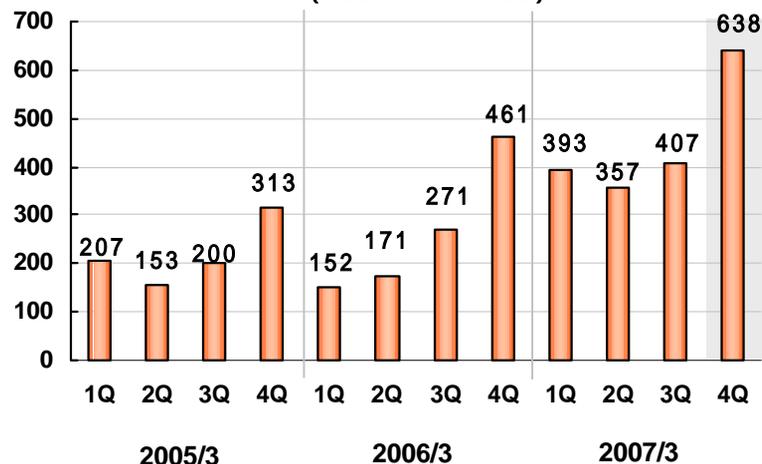
### 今後の見通し

- BB・PCともに継続的な利便性向上や取引条件の改善により、トラフィック向上と収益の底上げを図る
- 4/25に企業向けIT製品比較をリリース。BBの個人に対する高い集客力・ブランド力を利用し法人需要を取り込むとともに、法人向けサービス展開の足がかりとする
- 携帯カテゴリは、Softbankのオンライン申込を開始。料金プラン比較やキャリアショップの情報拡大と合わせてワンストップサービスの拡充を図る

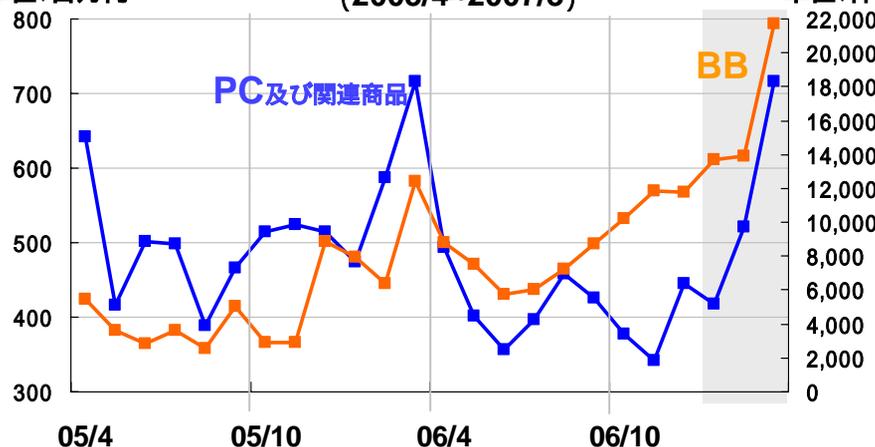


売上高の推移  
(2004/4~2007/3)

単位: 百万円



PC関連 BB  
単位: 百万円 単位: 件  
BB申込件数・PC及び関連商品流通高の推移  
(2005/4~2007/3)



# 業務詳細 3. 情報提供業務

保険・査定が好調。各種施策実施により収益向上が見込まれる

## 第4四半期の業況

- 情報提供業務売上は、対3Q比48%増の86百万円となる
- 投資信託カテゴリの大幅なりリニューアルを実施。詳細なファンド情報など金融商品情報の充実が図られ、ユーザーを大幅に増やした
- 自動車保険や中古車査定季節需要を取り込み好調であった
- 営業強化により提携企業は129社(2006年12月末)から152社(2007年3月末)へ増加

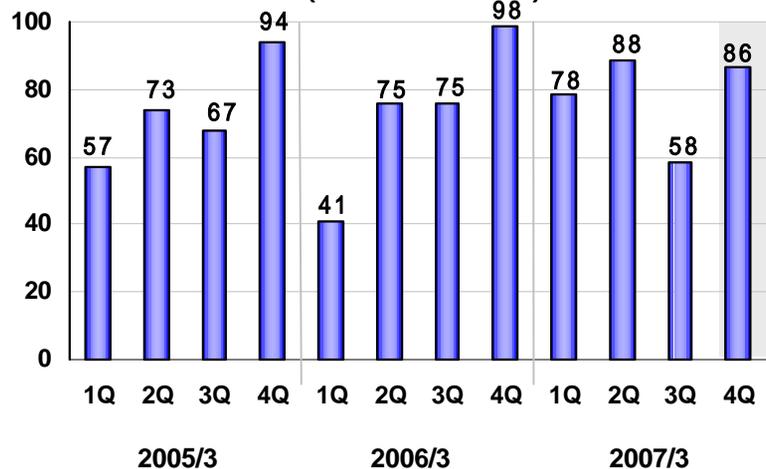
## 今後の見通し

- 投資信託カテゴリは大幅なりリニューアルによりトラフィックの向上が見込まれる。さらに、リニューアルを通じた営業強化での提携金融機関の増加を図る
- その他金融カテゴリも価格.comらしいコンテンツ展開によりトラフィック向上を図る
- 中古車査定はグループ会社であるDGMMとの連携も行い営業を強化。参加企業数の大幅な増加を目指す



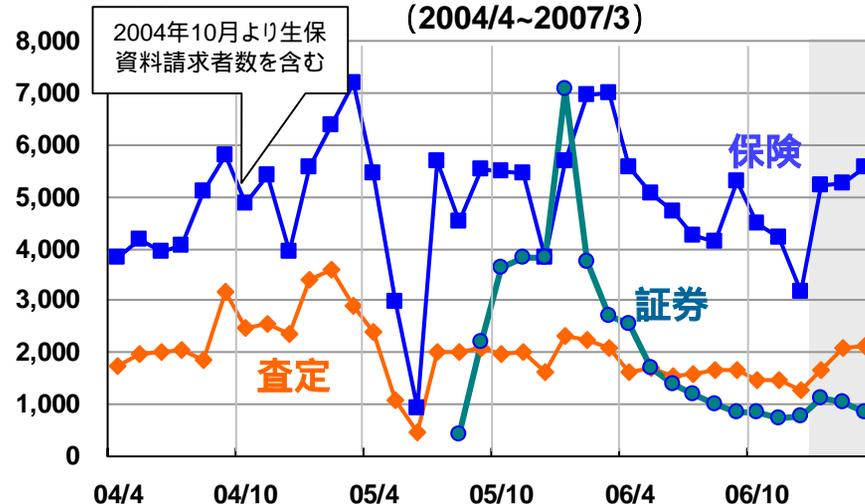
単位: 百万円

売上高の推移  
(2004/4~2007/3)



単位: 人/月

見積or資料請求者数の推移  
(2004/4~2007/3)

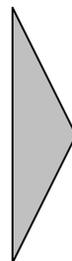


# 業務詳細 4. 広告業務

## ユーザー増や商材拡大、新型広告の導入により売上増加

### 第4四半期の業況

- 広告業務売上は、対3Q比20%増の368百万円となる
- ユーザーやクライアントのニーズに適合した新しい広告である「価格.com CRM Base」が本格的に稼働開始
- 食べログはユーザー増とコンテンツのクオリティの高さでナショナルクライアントから広告出稿を獲得。収益化への第一歩を踏み出す
- モバイルはリニューアルによる利便性増加により媒体力の向上が図られた
- BBの高い集客力を背景に通信関連の広告が増加

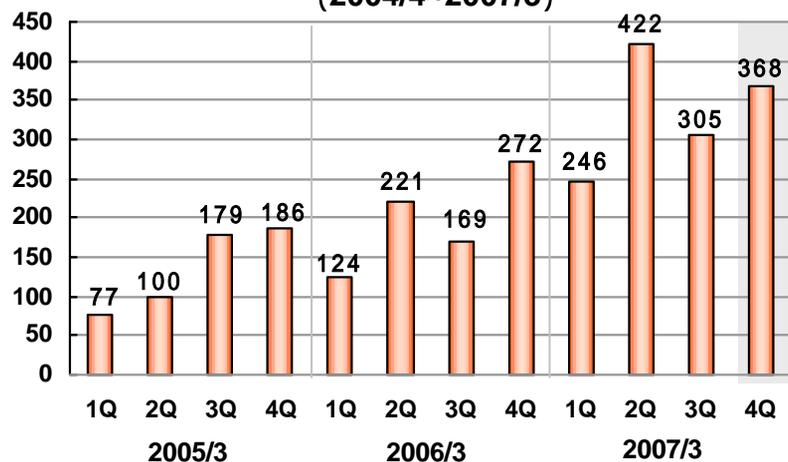


### 今後の見通し

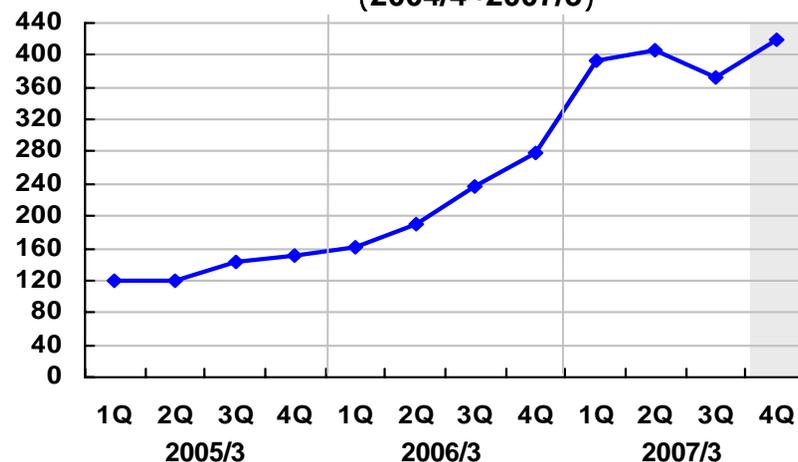
- CGM型広告(CRM-Base)は継続率の高い商品であり安定的な拡大が見込まれる。注力商品として営業を強化し、クライアント数の増加を目指す
- 4/1にエイガ・ドット・コムを子会社化。eiga.comのサイトリニューアルによりトラフィックを上げエンターテインメント関連のクライアント増加を図る
- 4/25に創芸との共同により新築分譲マンションに特化した検索サイトであるマンションDBをリリース。巨大な不動産広告マーケットへ本格参入する
- 食べログは飛躍的にユーザーを伸ばしており、サイトパワーの向上で広告収入の増加を図る

単位: 百万円

**売上高の推移**  
(2004/4~2007/3)



**クライアント数の推移**  
(2004/4~2007/3)



# 業務詳細 5. 旅行関連業務

## 安定した媒体力を背景に過去最高の売上を記録

### 第4四半期の業況

- 旅行関連業務売上は、対3Q比9.2%増の105百万円を記録

#### フォートラベル

- 引き続き大型クライアントの出稿を確保し広告収入が好調
- トラックバック機能を追加し、ブログパーツをリリース(2月)。個人ブログやサイトとの連携により、サービスおよびトラフィック向上を図った
- 海外クチコミ機能のリニューアルを行い、コンテンツ閲覧の操作性を高めた

#### ヨヤキュー

- ユーザーへのキャッシュバック、ホテルへの手数料半額キャンペーンを実施。利用者及び参加ホテルの拡大を図った

### 今後の見通し

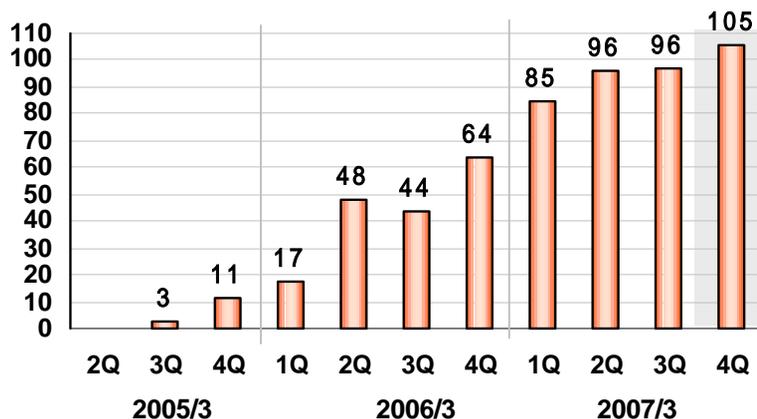
#### フォートラベル

- 4月に海外ツアー・航空券検索サービスリニューアルを行い、検索性を大幅に改善。検索サービスの横展開を行い、利用者数、コンバージョンの向上により収益増加を図る
- 法人向けのサービスメニューの見直し・開発を行い、より広い顧客層に向けた営業活動を展開、売上拡大を目指す
- サイト全体のインターフェイスの見直しを図り、操作性の向上を図る

#### ヨヤキュー

- 5/10に事前決済・早期予約の新サービスを開始。ホテル側の反応も良く参加ホテル及び在庫の増加と、サービス拡充による利用者増加を目指す

単位:百万円  
**売上高の推移**  
(2004/7~2007/3)



単位:千人  
**旅行サイト利用者数の推移**  
(2004/4~2007/3)



# 業務詳細 6. 外為保証金取引・その他業務

保険代理店事業は順調に契約件数を伸ばす。外為事業は新サービスの立上げを準備

## 第4四半期の業況

### 外為事業

- 業績は横ばいも新サービスの立上げに向けたプロジェクトが順調に進んだ
- ユーザー参加型の為替相場予想サイト「外為羅針盤」は独自のコンテンツが個人投資家に受けユーザーを伸ばした

### 保険代理店事業

- 保険代理店事業は契約数を伸ばし、大幅な増収。クオリティの高いサービスに顧客満足度は高く、順調に事業拡大を進めた
- 生保17社、損保16社(4月)と契約保険会社を大幅に増やした
- 新規に開設した大阪支店、名古屋も好調な滑り出しとなった



## 今後の見通し

### 外為事業

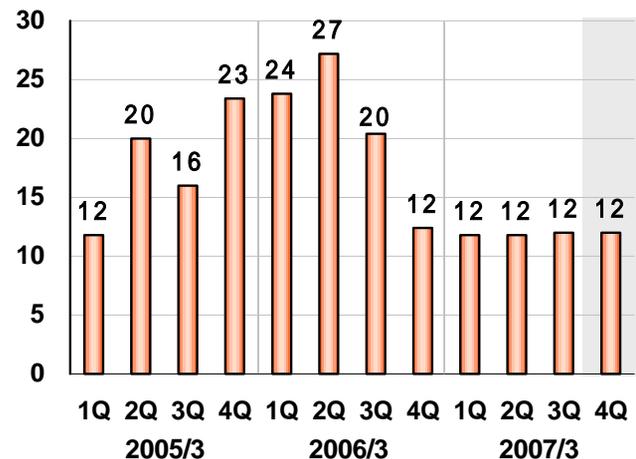
- 多様な商品を扱い業界最低水準の新規サービスの立上げにより、大幅な口座・取引増加を見込む
- 「外為羅針盤」はオリジナルなコンテンツでユーザーを増やし、外為事業の新規顧客獲得と広告収入の拡大を図る

### 生保代理店事業

- 既獲得契約のストックが積み上げで、継続的で強固な収益基盤が確立されている
- 1Qにサイトの大幅リニューアルを予定。価格.comの集客力を活かし申込数の増加を図る
- 法人向け保険商品の取扱を強化し、さらなる収益拡大を図る

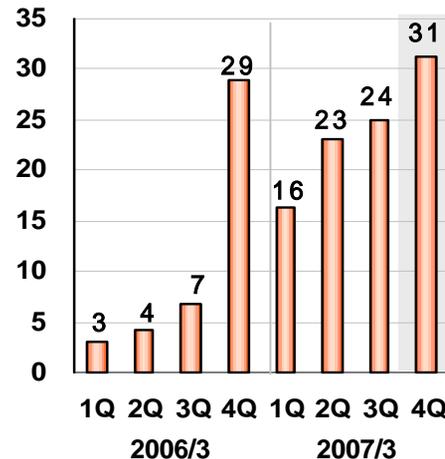
外為業務売上高の推移  
(2004/4~2007/3)

単位: 百万円



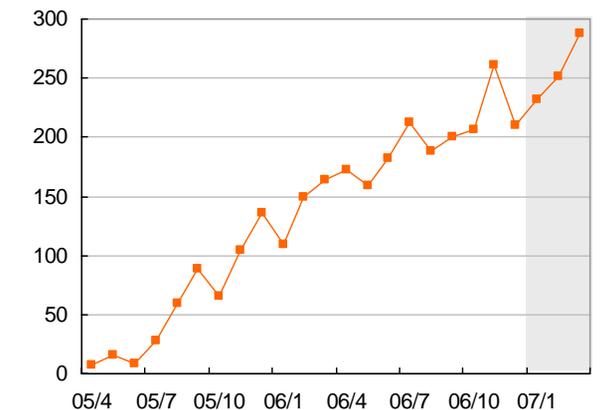
生保代理店業務売上高の推移  
(2005/4~2007/3)

単位: 百万円



生保代理店業務契約件数の推移  
(2005/4~2007/3)

単位: 件

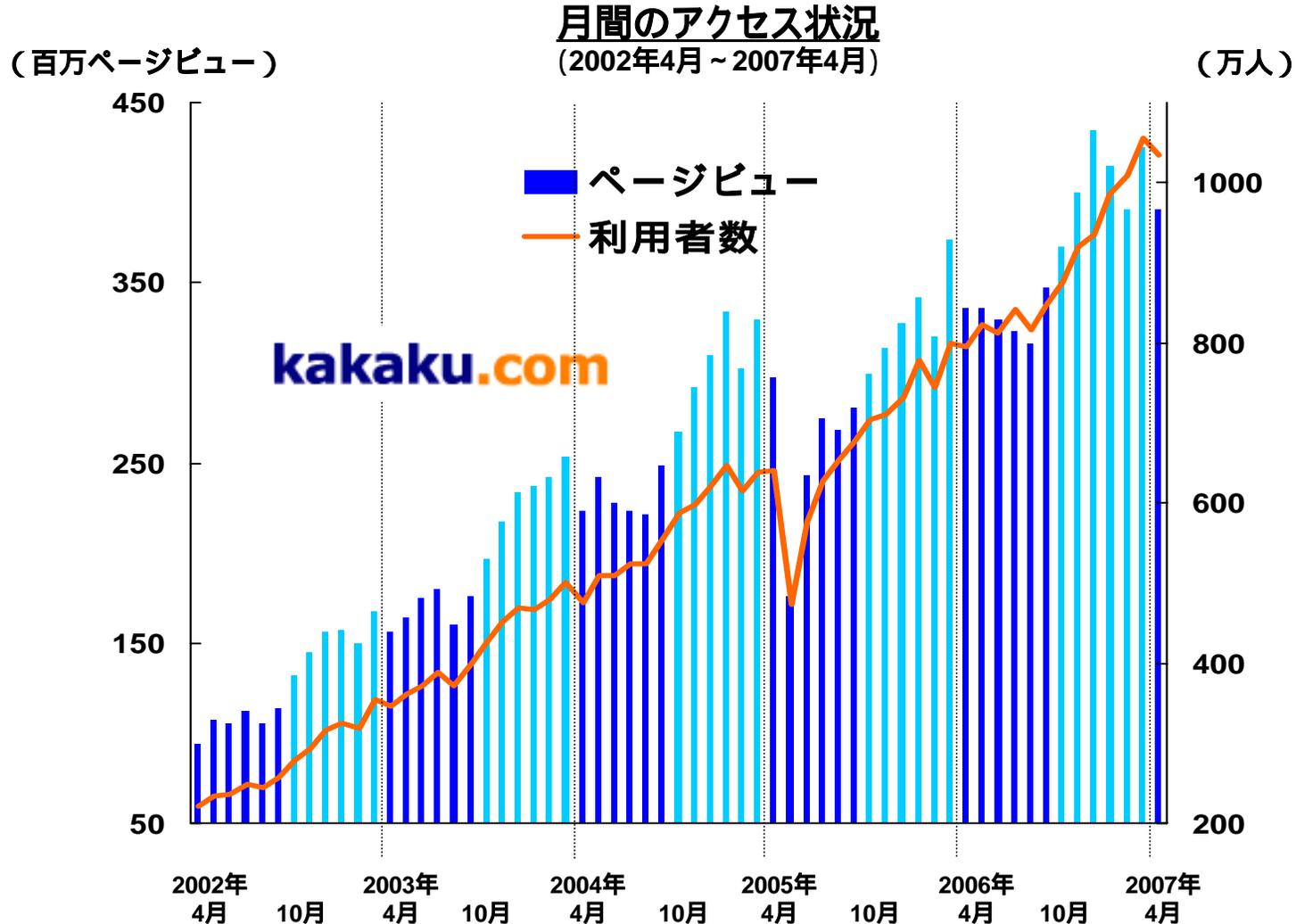


2006年4月より(株)カクコム・インシュアランスを連結対象としている

# サイトの利用状況

# サイトへのアクセス状況1. 『価格.com』

ユーザー数は順調に増加し、2月に月間利用者数は1,000万人を突破

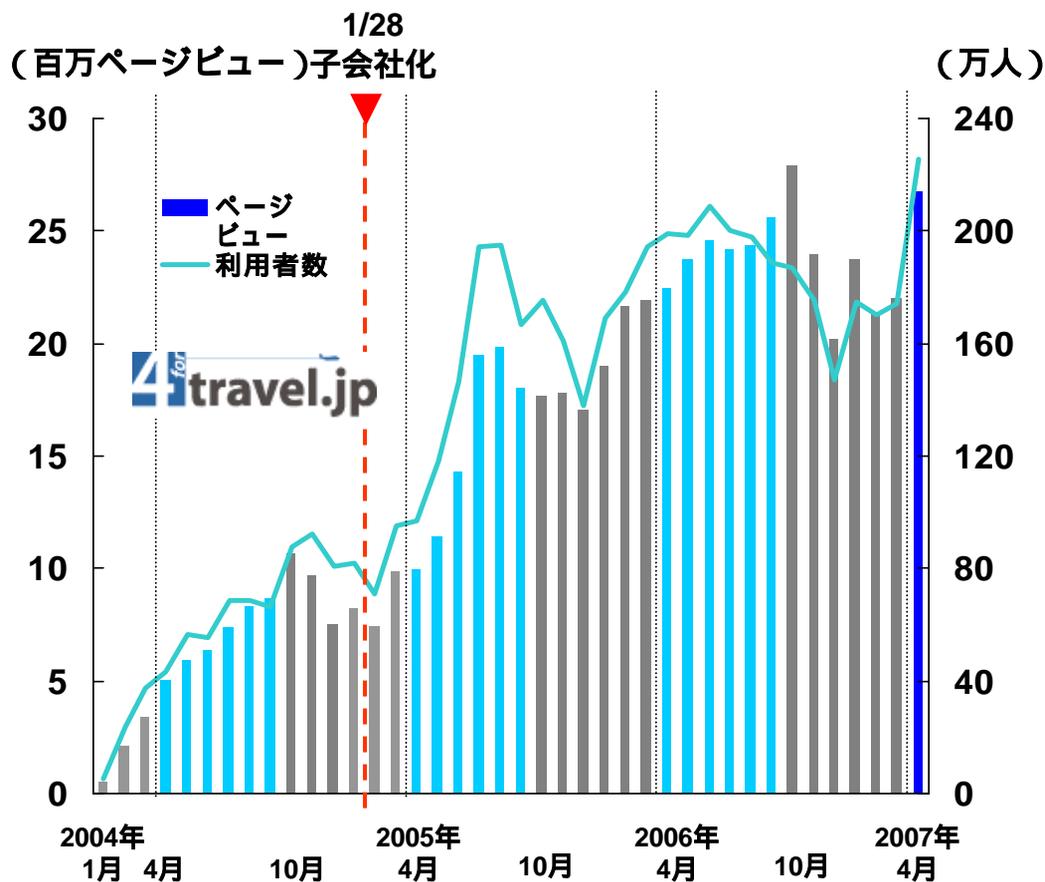


2005年5月、6月のページビュー数、利用者数の低下は、サイト一時閉鎖(5/14～24)および一部機能の利用制限によるものです。

# サイトへのアクセス状況2. 『フォートラベル』

4月の月間利用者数は過去最高を記録し、夏以降も増加が見込まれる

月間のアクセス状況  
(2004年1月～2007年4月)



情報系旅行サイトの状況  
(2007年4月)

	サイト	URL	リーチ (%)
1	フォートラベル	4travel.jp	2.82
2	るるぶ.com	rurubu.com	2.30
3	エイビーロード	ab-road.net	1.61
4	Travel.co.jp	travel.co.jp	1.17
5	トラベルコちゃん	tour.ne.jp	0.96
6	地球の歩き方	arukikata.co.jp	0.71

(Nielsen/Netratings 2007年4月調査より抜粋)

秋以降、季節性の影響を受け月間利用者数は減少傾向であったが今年に入り上昇傾向に転じ、4月の月間利用者数は過去最高の225万人を記録

# サイトへのアクセス状況3. 『食べログ.com』

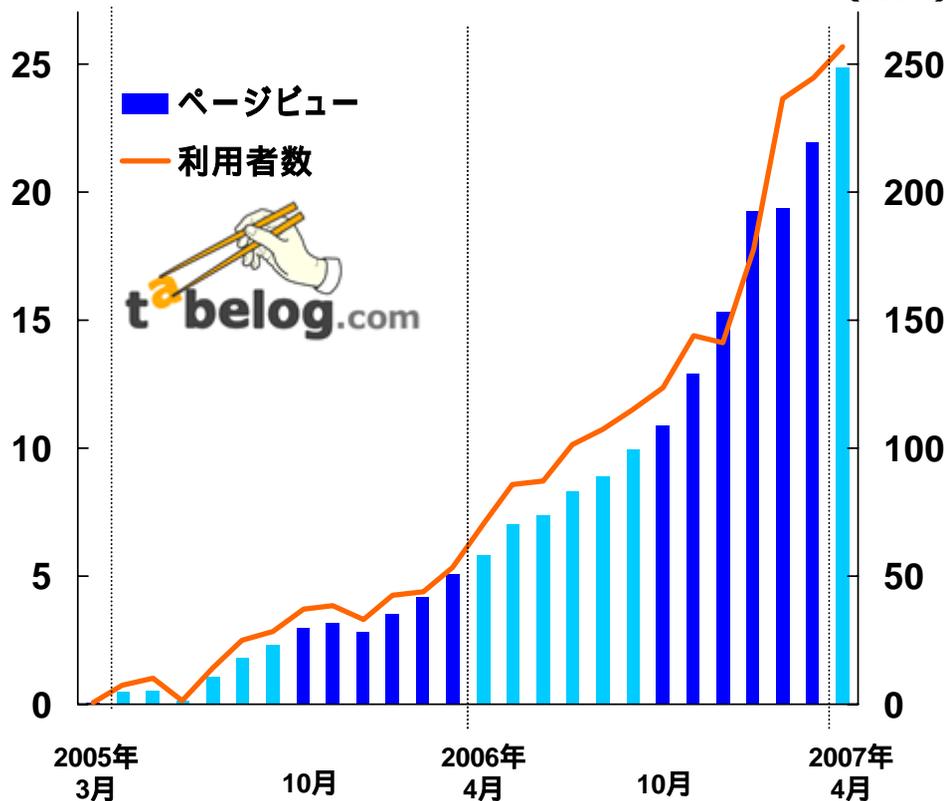
飛躍的に伸び、月間利用者数は250万人を突破

## 月間のアクセス状況

(2005年3月～2007年4月)

(百万ページビュー)

(万人)



## レストラン評価サイトの状況

(2007年4月)

	サイト	URL	リーチ (%)
1	食べログ	tabelog.com	2.9
2	アスクユー	asku.com	0.4
3	livedoorグルメ	gourmet.livedoor.com	0.1

(ビデオリサーチインタラクティブ 2007年4月調査より抜粋)

2007年4月の月間利用者は257万人となり前年同月比265%と大幅に増加。グルメのクチコミサイトとして圧倒的なユーザー数とブランドを確立した

今後さらにトラフィックを伸ばし、本格的な事業化を図る

# サイトへのアクセス状況 4. グループサイト商材別アクセス

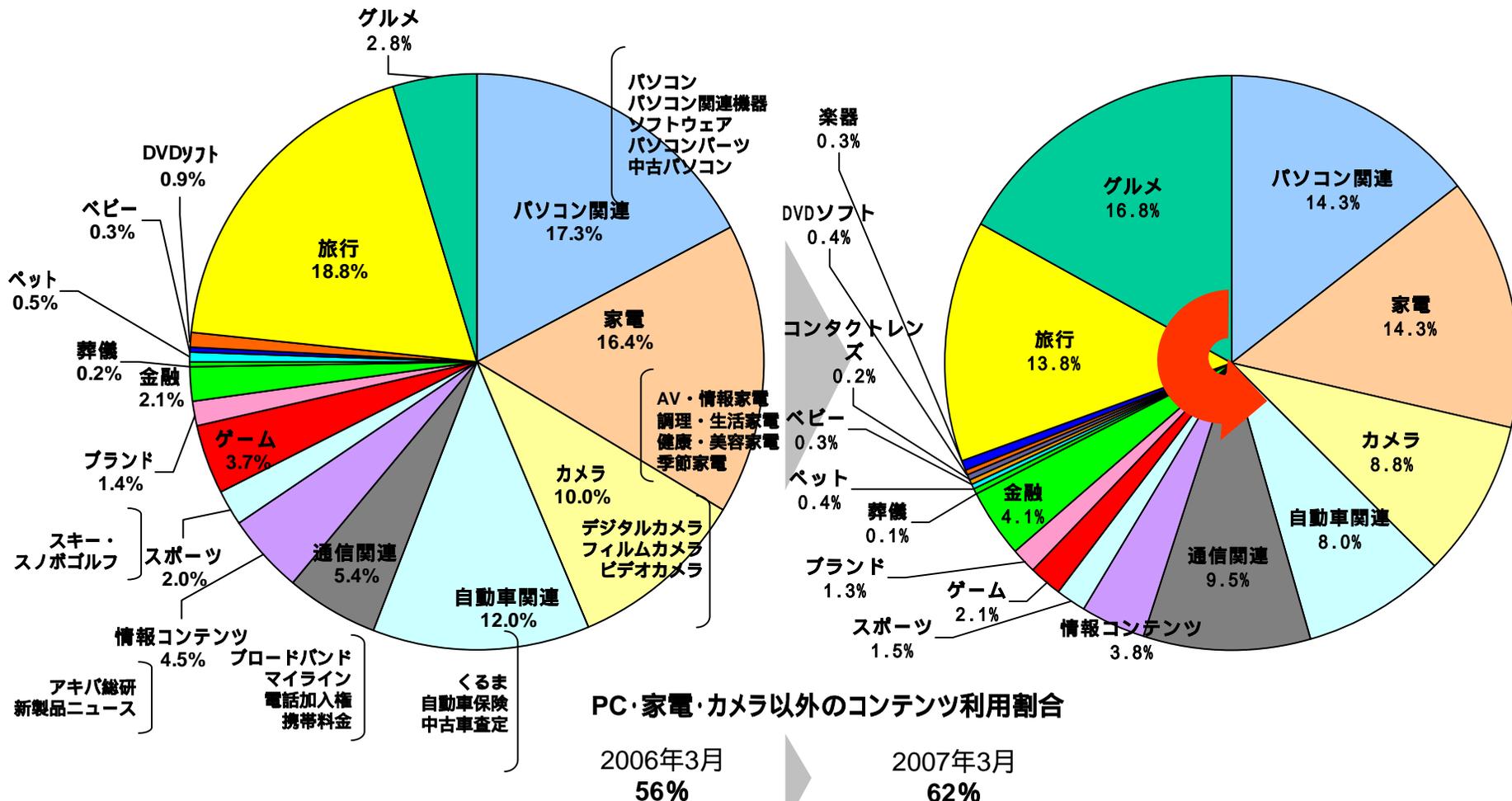
## 旅行・グルメカテゴリの拡大によりカテゴリの総合化が進む

全てのグループサイトを集計

### コンテンツ別利用者数の割合

2006年3月

2007年3月

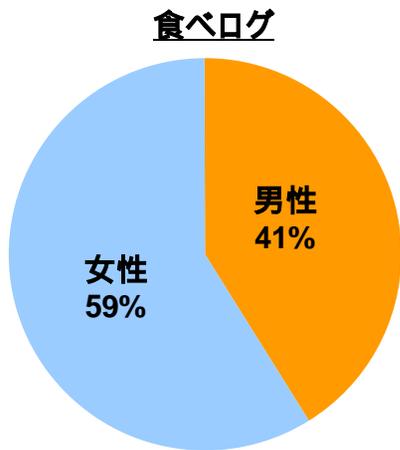
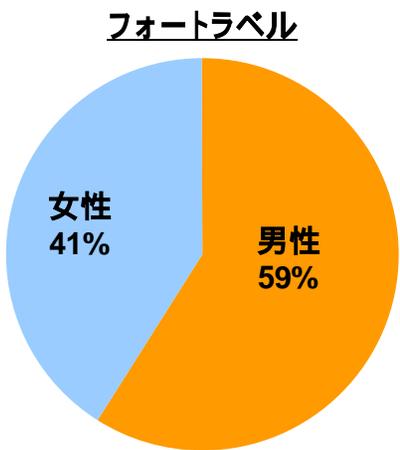
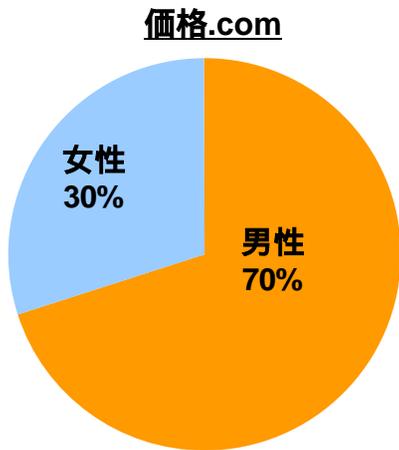


# サイトへのアクセス状況 5. 利用者属性

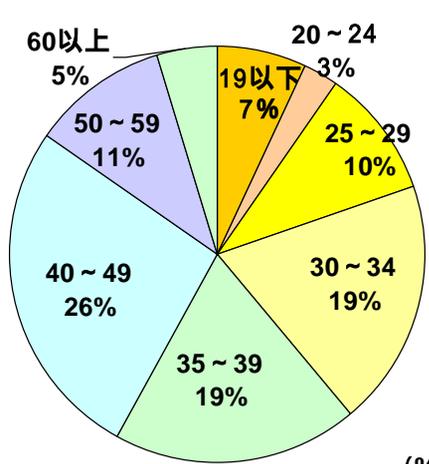
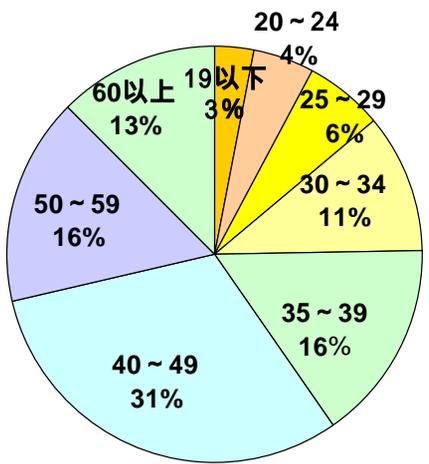
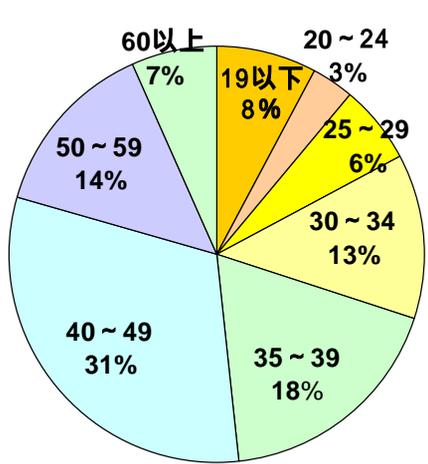
- グループサイト全体で幅広いユーザーにリーチしている
- いずれのサイトも年齢層は比較的高く、30歳以上が8割を超える

## 利用者属性(2007年3月末)

男女比



年齢構成

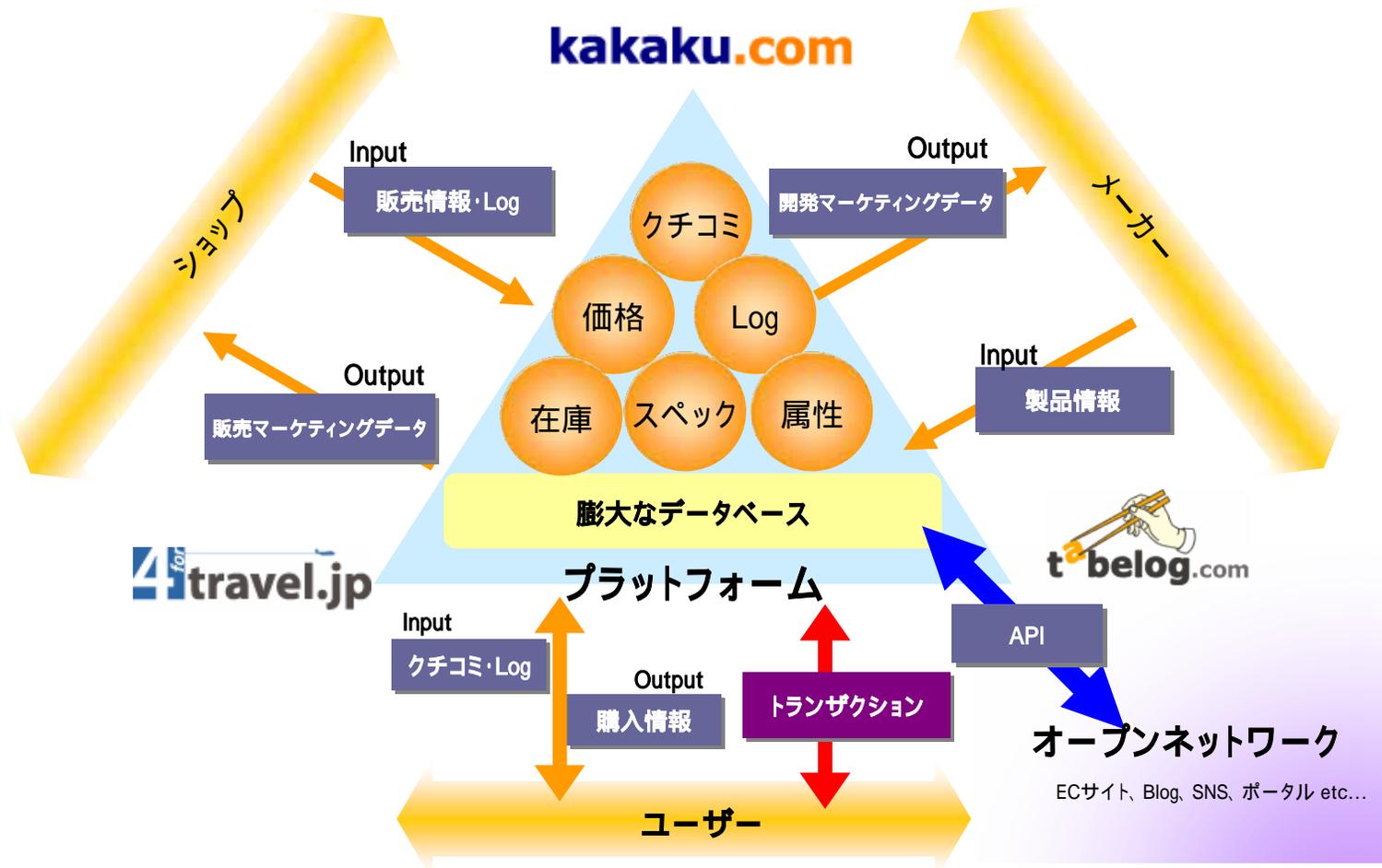


(%)

# 今後の成長戦略

# 今後の成長戦略

多様なプレーヤーが活躍するECのプラットフォームを目指す



- ユーザーは商品選択や情報共有のため、ショップやメーカーは商品訴求やマーケティングへの活用のため参加するECのプラットフォームを目指す
- 多くのプレイヤーが参加することにより多様なデータが生成され、さらに蓄積データの価値が高まり、それぞれのプレイヤーにフィードバックされる

# 事業領域の拡大

何を買うにも最初に訪れるショッピング・ポータルとなる！



## ✓ ショッピングサーチの強化

ショッピングポータルに進化すべく、ショッピングサーチの検索機能を強化するとともに、既存カテゴリと統合し利用促進を図る

## ✓ 不動産マーケットへの進出

(株)創芸との共同で『マンションDB 版』をリリース  
不動産への進出により新領域からの広告収入を目指す

## ✓ 映画マーケットへの進出

『eiga.com』を運営する(株)エイガ・ドット・コムを買収  
『eiga.com』のリニューアルによるエンタメカテゴリの強化を図る

## ✓ 「ショッピング = 価格.com」ブランドの展開

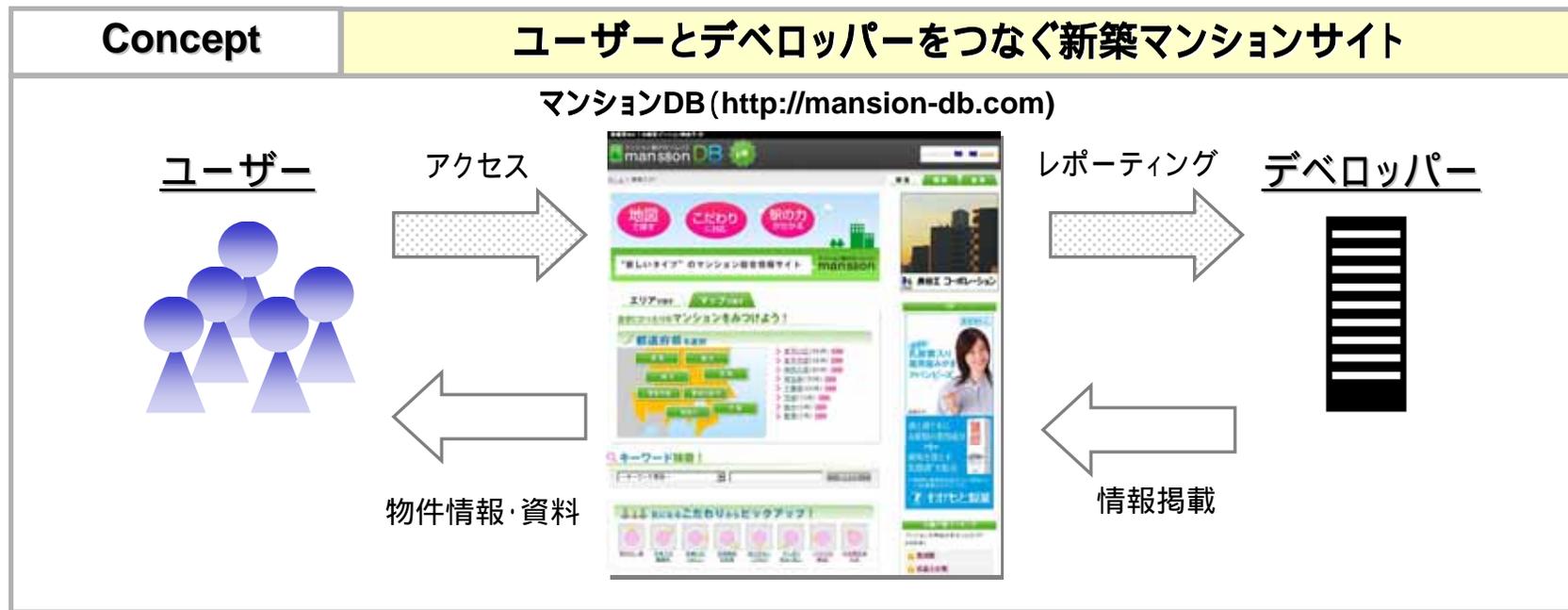
「ショッピング = 価格.com」というブランド及びサービスの展開を行い幅広いカテゴリでの利用促進を図る

価格比較									
クチコミ・レビュー情報									
商品DB・スペック									
パソコン	家電	通信	くるま	旅	グルメ	マネー	エンタメ	ファッション	インテリア



“ユーザー本位の新しい購買支援サービスを創出しつづける”

# 事業領域の拡大 – 不動産マーケット【マンションDB】



## 【主な特徴】

- 1 **80項目以上の「こだわり検索」**  
他の新築マンションサイトを大きく上回る80項目以上の検索項目
- 2 **駅のパワーを分析した「駅力分析」**  
マンション選びの参考になるデータをさまざまな角度から分析できるグラフを掲載
- 3 **ユーザー発信型コンテンツとの連動**  
「テクノラティジャパン」や「食べログ.com」との連携で、マンションに関する情報をユーザー視点で集約

## 【ビジネスモデル】

- (株)創芸をパートナーとし、不動産業界への強い営業力を用いて物件数増加を目指す
- 食べログやテクノラティなどグループサイトとの連携により地域情報を充実させ早期にサイトトラフィックの向上を図る
- 1,600億といわれる不動産広告宣伝費のネットへのシフトが起こっておりマーケット拡大が期待される
- 収益は物件ごとの掲載料と広告

# 事業領域の拡大 – 映画マーケット [eiga.com]

\* 2007/4/1にeiga.comをグループ化



(<http://eiga.com>)

## 【サイトの強み】

- ✓クオリティの高いニュース、映画評
- ✓月間ユーザ25万  
(独立系映画サイトNo2)
- ✓メルマガ会員13万
- ✓情報のクオリティ
- ✓ブランド、歴史
- ✓サイト名、ドメイン



**kakaku.com**



- 延べ約1,200万人/月の利用者
- コミュニティ運営のノウハウ

## 国内独立系No1の映画情報サイトへ

年内に月間UU50万人、月間PV1000万、  
会員30万人を目指す



## 【追加機能】

- ✓ 映画(邦画含む)DB
- ✓ 人物DB
- ✓ レビューマイページ  
(お気に入り)
- ✓ SNS
- ✓ 上映スケジュール  
、映画館情報

## 【ビジネスモデル】

- 映画ポータルサイトして、広告・情報配信料
- 将来はDVDやVODなど動画コンテンツビジネスへの展開を図る etc.

# 新ビジネスの創出 - CRM Base

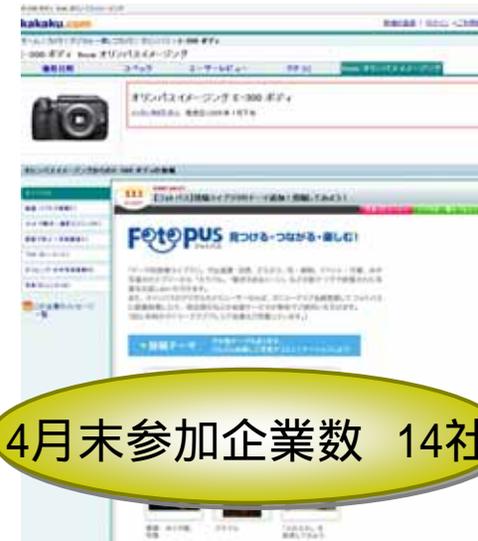
## 「コミュニティ + データストック」によりマーケティングの新サービスを提供！

- クチコミマーケティングへの関心の高まりを背景ににカカクコムが強みを活かした新商品として、**広告収益の柱**とする
- メーカーからの情報を取り込むことにより、ショッピングメディアとしての**コンテンツ競争力の拡充**をはかる
- クライアントへログデータを提供。価格.comデータのマーケティングへの活用を促し、今後のデータ販売ビジネス拡大の足がかりとする



## メーカーと消費者を繋げる「価格.com CRM Base」の3つの特徴

- 1 自由なメッセージ配信が可能なブログ機能  
クチコミマーケティング
- 2 特定商品と関連するメッセージを、価格.comの商品紹介ページに「メーカーからのメッセージ」として掲載  
ブログのターゲティング広告化
- 3 価格.comユーザーの生の反応をデータで提供  
ユーザー動向把握によるマーケティングの進化



# トラフィック増加に向けた施策 - API活用による外部提携

## 1. 外部の個人サイトとの連携

一環としてMozilla Japanとの協賛で「価格.com Web サービスコンテスト」を実施



製品DBや最安価格、製品やレストラン、エリアに関するクチコミ情報やユーザー評価を活用することで、更にサービスの幅を広げられることが実証された

## 2. API公開のビジネス化の促進

APIをAll Aboutショッピング専用カスタマイズ、今後も同様の取組みを拡大する



All Aboutによるプロのノウハウ情報と価格.comによる商品価格・スペック情報、クチコミ情報を取り揃えた場の提供を価格.com APIにより実現

# トラフィック増加に向けた施策 - IDの汎用化

カカコムグループサイトのID汎用化により、サイト間のクロスユースを促進させる

カカコムグループサイト



価格.com



tabelog



外為羅針盤



フォートルABEL



ヨマキュー



eiga.com



マンションDB

## IDの汎用化

### ユーザーメリット

書き込みやマイページ閲覧など  
ログオン手続き負荷軽減やID・Pass管理負担の減少  
により利便性が高まる

IDを活用したその他サービスの今後の発展性

ポイント  
異なるサービス間でのポイント付与・消化が可能

クレジットカード情報・口座情報の管理  
IDと紐付け複数サービスで決済手続きが簡便化

### グループサイトのメリット

➤左記効果により、クロスユースが高まるなど、サイト間シナジー発揮が期待される。特に後発サイトでの効果は大きく、事業展開の迅速化に寄与すると考えられる

➤ID統合により、より幅広いユーザー行動把握が可能となり、今後のサイト作成やデータ事業での活用が期待される

本資料に記載された情報や将来の見通しは、資料作成現時点において入手可能な情報及び不確定要素に関するの仮定を前提とした当社の判断が含まれております。今後、様々な要因により実際の業績や結果とは異なる可能性があります。