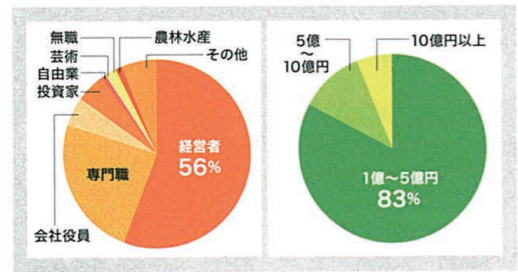
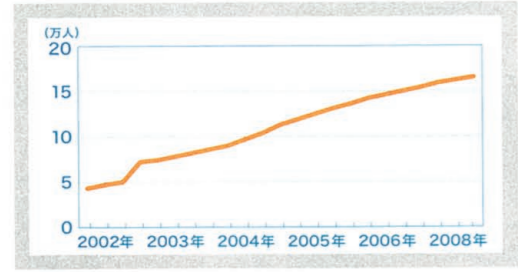


富裕層SNS
YUCASEE VS. m3.com
http://yucasee.jp/ http://www.m3.com/

ゆかし会員は資産家で形成



m3.comの会員数は順調な伸び



**意外に孤独な新富裕層を
まとめあげる**

特定のターゲットにダイレクトに響くサービスには、まだまだビジネスチャンスがある。例えば、純総資産1億円以上という富裕層。「いま日本の富裕層は147万人と言われ、その資産合計は213兆円。これは人口ベースで考えるとニッチであっても、マーケットとしては非常に大きいといえます」。そう語るのは、「YUCASEE」(以下「ゆかし」)を運営するアブラハム・グループ・ホールディングスの代表取締役社長・高岡社一郎氏だ。厳正な審査を経て入会した富裕層会員限定のSNSというかたちで、富裕層に交流の場を提供しているゆかし。近年一種の社会現象ともなってきた。

た新富裕層を中心に、順調に会員数を伸ばしているという。

「ネットと富裕層は相性が悪い」という定説があるなか、ゆかしが「新富裕層の社交界」として成功しているのは、世界中の情報をフル活用して富を得てきた30〜40歳代が会員の中心で、もともとネットとの親和性が高かったことが大きい。ゆかしという世界に入れば、生活レベルが近い仲間と交流でき、資産運用をはじめ、耳寄りな情報を交換できる。また、ここでは会員限定のパーティが行われたり、さまざまな「富裕層にふさわしい商品」が紹介されたり、会員のリクエストに応じて希望の商品を無料で探し出すサービスが行われていたりもする。

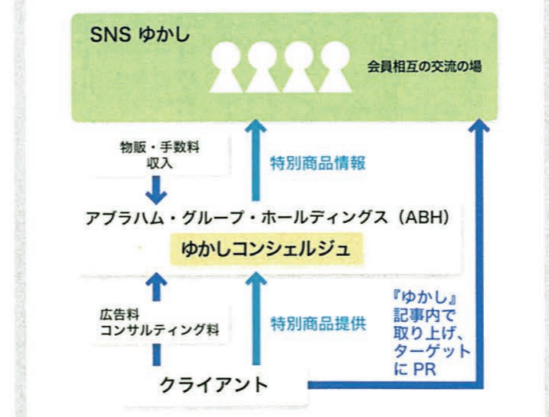
一代で財を築いた新富裕層が、富裕層らしい生活を送れるように用意された至れり尽くせりのサービスを提供しているが、会費は無料だ。実は、ゆかしでは、富裕層向け商品の広告収入とそれらの物販収入によって収益を得ている。企業としては、不特定多数の中の富裕層に向けて広告を打



ターゲット：純資産1億円以上の富裕層・147万人
会員数：非公開

アブラハム・グループ・ホールディングス
主に富裕層向けビジネス専業企業として、富裕層向けSNS「YUCASEE (ゆかし)」、東大卒業生限定SNS「東大OBネット」の運営や、富裕層マーケティング支援、コンサルティングなどを行う

ゆかし仕組み図



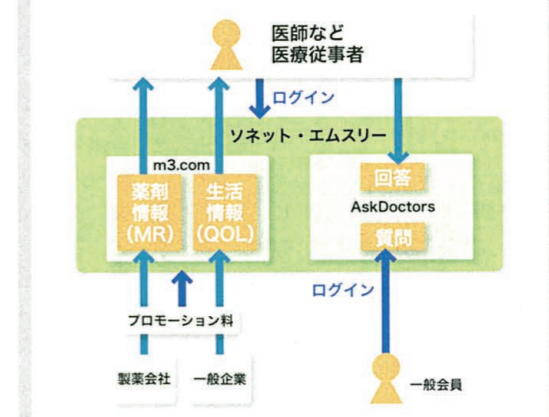
「ゆかし」会員は、30〜40代の会社経営者が多く、その大半は純金融資産が1億〜5億円の間。厳正な審査で入会を許可された会員で構成され、このことターゲットを絞り込んだ点が、ゆかしに広告を出す企業の最大のメリットとなる。例えて言えば「老舗百貨店の外商部のSNS版」であるかのような。会員からは会費を徴収していない。



ターゲット：医師・27万人
会員数：16万5000人

ソネット・エムスリー
医師向けポータルサイト「m3.com」、コンシューマ向け健康サイト「AskDoctors」をはじめ、医療関連分野でインターネットによるプロモーション、マーケティング事業、医療関係者の転職支援などを行う。

m3.com仕組み図



「m3.com」は、無料会員の医師が、ポータルサイト上にログインすることで、寄せられたクライアント企業（製薬会社など）の薬剤情報などを得る。また、会員医師は、医療従事者ではない一般会員向けに開設されたサイト「Ask Doctors」でボランティアとして寄せられた健康相談に回答を行うこともできる。会員数の伸びは順調だ。

富裕層の心を的確につかむ