



All's & Company

Company Profile



機動力 × 多彩な手法。

クライアントとひとつのチームになって

「アジャイル思考」で、 成果に導く。



目標値の指示のみを受け、特定のチャネルの運用だけを請け負うという関係性では、クライアントも私たち代理店も、これからの環境変化には適応できません。代理店は、マーケティング戦略の立案から実行までを一貫して担うことで、はじめて価値を発揮できると私たちは考えます。

その実践のために、オーリーズではなによりもクライアントと深く協業し、強いパートナーシップを築くことを大切にしています。そして、課題に対する深い理解の中から最適な手段を選び、スピーディかつテンポ良く仮説と検証を繰り返す「アジャイル思考」で、成果へと導いていく。そうしたチャレンジを通じて、広告運用のあるべき理想形を体現していきます。

あなたを、叶える。

クライアントの“想い”と向き合い、運命共同体として、カタチにする。
オーリーズは、そんな存在を目指しています。

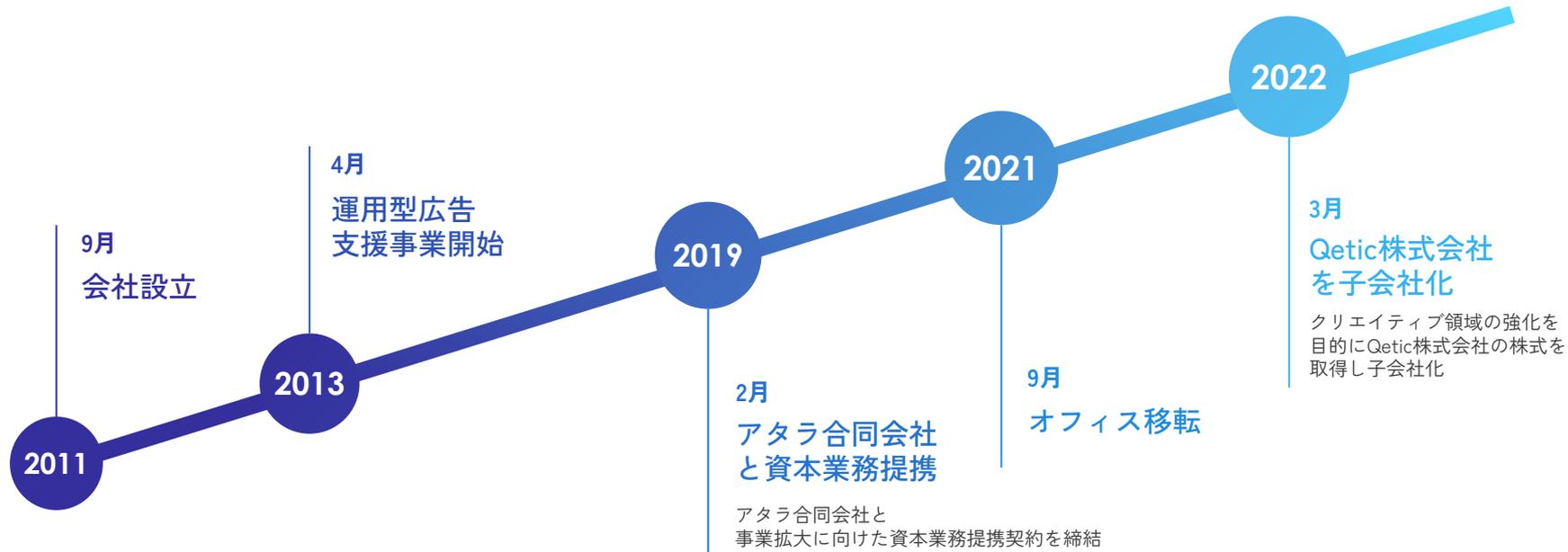
私たちが主戦場に行っている運用型広告という領域においては、
マーケティング課題が複雑化し、既存のやり方に従うだけでは、
本質的な解決が難しくなっています。

だからこそ、手法におぼれることなく、課題の深層と向き合う。
そして、クライアントと深い協業関係を築き、最適な戦略を編み出す。

私たちは、“実現する集団”として、目的達成への最短距離を描きます。



会社沿革



オーリーズグループは、ビジネス/事業目標を達成するため、2つの個社と1つの資本業務提携企業とともに、いただいた与件に合わせて5つの取組みをもとに支援をおこないます。

<h3>01. 広告運用支援</h3>	<h3>02. BtoB事業特化 広告運用支援</h3>	<h3>03. インハウス支援</h3>	<h3>04. デジタルクリエイティブ制作支援</h3>	<h3>05. コンテンツマーケティング支援</h3>
<p>広告運用ができるメンバーがフロントワーク含めてご支援します。間接コストを軽減しながら、ビジネス目標の達成を目指し運用型広告の一連のサービスを実施します。</p>	<p>商談・受注の最大化を目的としたAI活用や、オンライン・オフラインデータを統合したモニタリングなど、BtoB独自の業界特性や事業戦略を深く理解し、戦略から具体的な戦術まで幅広く支援します。</p>	<p>両社とも創業当時から10年以上のインハウス支援を行っておりまして、スタートアップから大手企業様まで幅広く支援しています。</p>	<p>コーポレートサイトから自社メディア・ECサイト、キャンペーンLPまで、与件に対して企画立案から制作・運用まで継続的なサービスを視野に一気通貫で支援します。</p>	<p>SNS公式アカウントの企画・制作・運用を支援します。与件に応じて、投稿内容を広告配信する際はオーリーズと連携し、配信・モニタリング・レポートも実施します。</p>

運用代行にとどまらず、KPI設計から マーケティングプラットフォームの導入/運用支援まで

Google AdsやFacebook広告などの運用型広告において、KPI設計から、マーケティングプラットフォームの導入/運用支援まで一貫して行います。「目標管理・効果計測」「部分最適」「全体最適」の視点で、達成すべきマーケティングゴールの設定から、個々の広告チャネルパフォーマンスの最適化、クリエイティブ改善、アクセス解析や広告効果計測から予算再配分までを含んだ、ROI向上を目的とした本質的な運用支援を行います。

こんな課題感を持たれている方に

- 運用型広告の設計、運用、改善まで一連の業務を委託したい
- 検索連動型広告やディスプレイ広告など、チャネルプランニングを依頼した
- 目標設定・予算策定の検討フェーズから関わってくれる代理店を探している
- クリエイティブ改善や広告効果計測ツールの導入も含んだ広告運用を委託したい



支援手数料

100万円~/月

※契約期間は6ヵ月～となります

※広告費用・ツール費用は別途ご負担いただけます

実績 (一例)



BtoB事業への深い理解をもとに、 リード獲得から商談化まで一気通貫で支援

多くのBtoB事業では広告でコンバージョンさせた後もナーチャリングやセールス活動が必須となります。そのため、リード化ではなく商談まで意識した運用はもちろん、セールスとの連携やSFA、MAなどを駆使した獲得リードの有効活用も合わせて推進することで広告成果は飛躍的に改善します。さらに、広告施策を講じてリードを増やすと質も変わるため、セールスとの調整が発生し、自由に広告の方針を変えることができません。当社は広告運用によるリード獲得とともに、その後の商談化までのプロセスも合わせてご支援することで、広告経由の商談を最大化させるための高速なPDCA環境を実現しています。

こんな課題感を持たれている方に

- リード数のみを見て広告運用をしており、商談化を意識できていない中で成果に頭打ちが来ている
- 広告の施策がマンネリ化していて飛躍的に改善していくイメージが持てない
- BtoB事業の広告運用に関する専門知識を持ったプロフェッショナルに任せたい

実績 (一例)



支援手数料

100万円～/月

※契約期間は6ヵ月～となります

※広告費用・ツール費用は別途ご負担いただけます

クライアントが自社内で確実に運用できるような、 ノウハウ提供と体制構築のサポートを行います

運用型広告の戦略に深く関わり、クライアントが自社内で運用に関する方針決定や施策展開ができる体制を構築するサービスです。効果的かつ効率的なインハウス化を実現するために、オーリーズでは「実践主導」のインハウス支援を提供しています。

「実践主導」のインハウス支援とは？

座学やドキュメントを中心としたインハウス支援では、どうしても汎用的で抽象的な知識を得るだけにとどまり、自社の課題に即した最適化が難しいのが現実で、抜け漏れ・過不足が発生する可能性もあります。かといって、「運用の中で出てきた疑問に対する質疑応答形式（≒OJT）」にしまうと、質問者からの質問の精度に依存されてしまうため、ここでもまた抜け漏れ・過不足が発生する可能性が残ります。オーリーズではこの問題を解決するために、基礎学習とケースを用いた体系的な学習機会を設けながらも、クライアント固有の運用方法論を構築。その後は実践を積み重ね、定期的な質疑応答の機会を設けたり、ドキュメント化によるナレッジの蓄積を行っていくことにより、独自性と保守性（維持・継続、更新）の高い、“機能する”インハウス体制を目指します。

実績（一例）



※アタラ支援



※アタラ支援



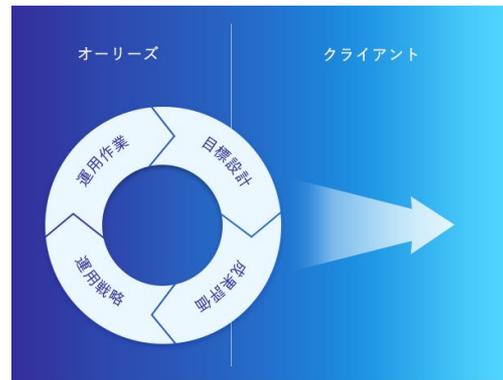
※アタラ支援



※オーリーズ支援



※オーリーズ支援



座学

運用型広告学習プログラム
自習（反転）プログラム

実践

運用戦略共有、運用作業の移管完了
自社にて戦略構築と運用が実行可能に

支援手数料

100万円～/月

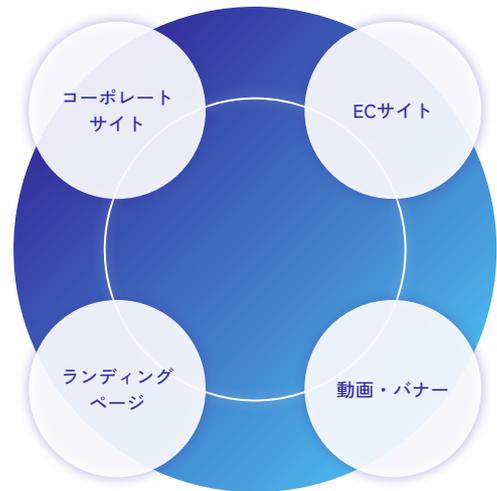
※月額広告運用費用が1,000万円以上の企業様に推奨いたします

※契約期間は6ヶ月～となります

※広告費用・ツール費用は別途ご負担いただきます

企業成長を実現する、デジタルクリエイティブ制作の トータルサポートを行います

オーリーズグループは、お客様が抱えるビジネス課題に対し、多種多様なデジタルクリエイティブの企画立案から制作、配信に至るまで一貫した支援を提供しています。企業サイトや自社メディアはもちろん、ECサイト、キャンペーンLP、広告バナー、動画など、お客様のニーズに合わせた多彩なデジタルクリエイティブの制作をしています。



こんな課題感を持たれている方に

- デジタルクリエイティブ制作の戦略立案や企画から依頼したい
- 制作と併せて計測・分析など継続した効果検証を行いたい
- UI/UXを改善し、時代に合わせたサイトデザインを構築してほしい

製作費

10万円～

※制作内容によって金額は変動します

実績 (一例)

オウンドメディアの企画・制作からSNSの企画・運用まで コンテンツマーケティングで効果的なブランディングと集客を実現

コンテンツマーケティングは、企業のブランディングや集客に有効な手段です。オーリーズグループでは、ユーザーにとって有益な情報を提供し、SEOにも効果的なコンテンツを企画・制作することでユーザーとのコミュニケーションを促進します。オウンドメディアの企画・制作からSNSの企画・運用まで一貫したサポートを提供することで、お客様のニーズに合わせた最適なコンテンツ戦略の実現を目指します。



こんな課題感を持たれている方に

- 自社サービスの情報をよりわかりやすくデジタル上で表現したいが、アイデアが浮かばない
- インターネット広告だけでは情報が届きにくいユーザーにもアプローチしたい
- ブランドイメージを刷新し、認知度を向上させたい

支援手数料

100万円～

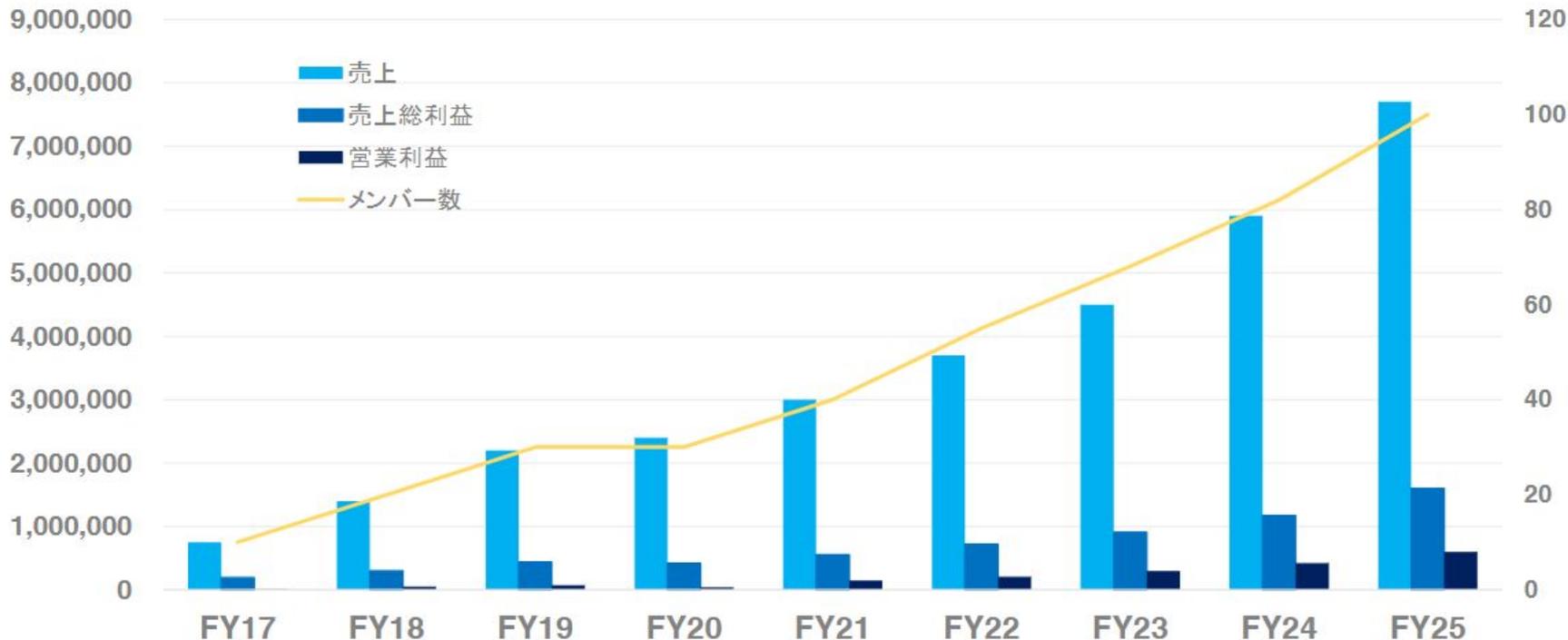
※制作内容によって金額は変動します

実績 (一例)



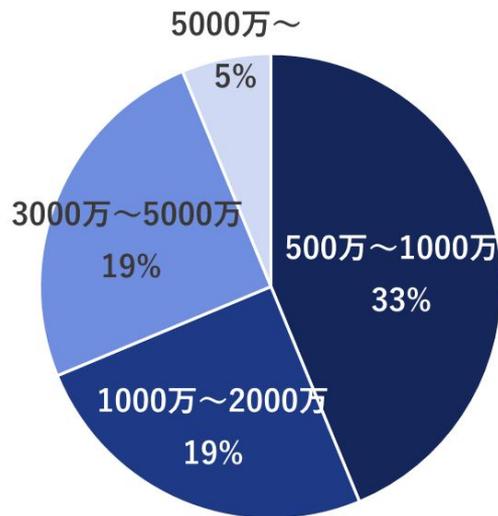
オーリーズのケイパビリティ

創業以来、10年連続増収増益、黒字経営、
FY25に向けて売上総利益15億円、メンバー数100名規模を目指しています。



運用取引高の平均額（月間）	単月の最高運用取引高
¥14,986,864 (広告費のみのネット金額)	¥76,800,206 (広告費のみのネット金額)

※2022年6月時点実績



主要メディアをはじめ、国内のほとんどの運用型広告へ出稿が可能

Google

YAHOO!
JAPAN

facebook

Instagram

LINE



TVer

YouTube

TikTok

criteo.

amazon

ニッポン
テレビ

TELECY
テレビ

01

顧客責任者＝運用責任者



クライアント課題にコミットするため、クライアントとの窓口は、広告運用のプロであるべき。且つ、1人あたりの担当社数を最大4社に制限。

02

アカウントの権利形態



広告アカウントはデータそのものであり、そのデータは資産であるため、広告主にアカウントを保有いただくことを推奨。

03

NPS評価



年に2回必ずクライアントにインタビューを実施。現場は粗利金額でなくNPS評価をKPIに支援を行う。

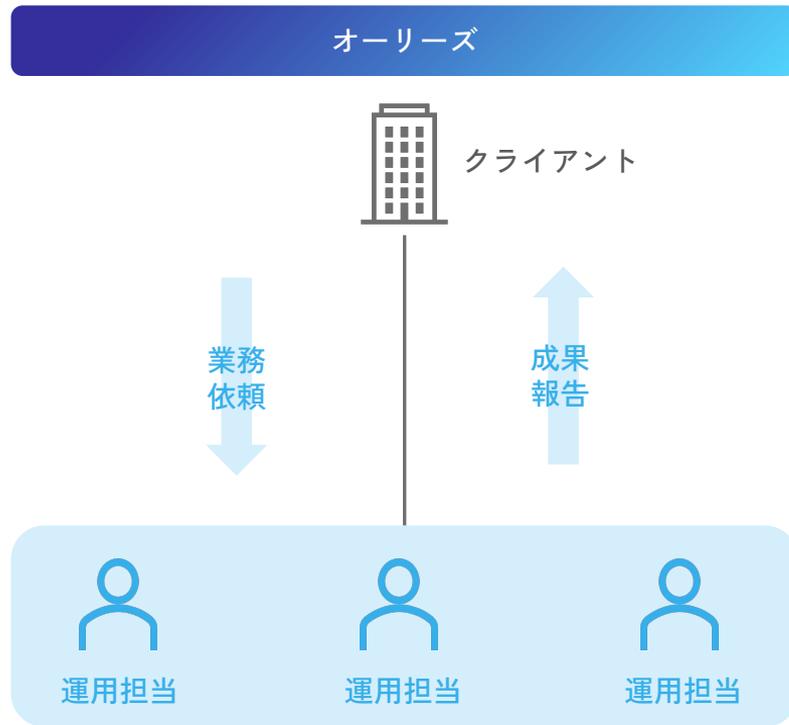
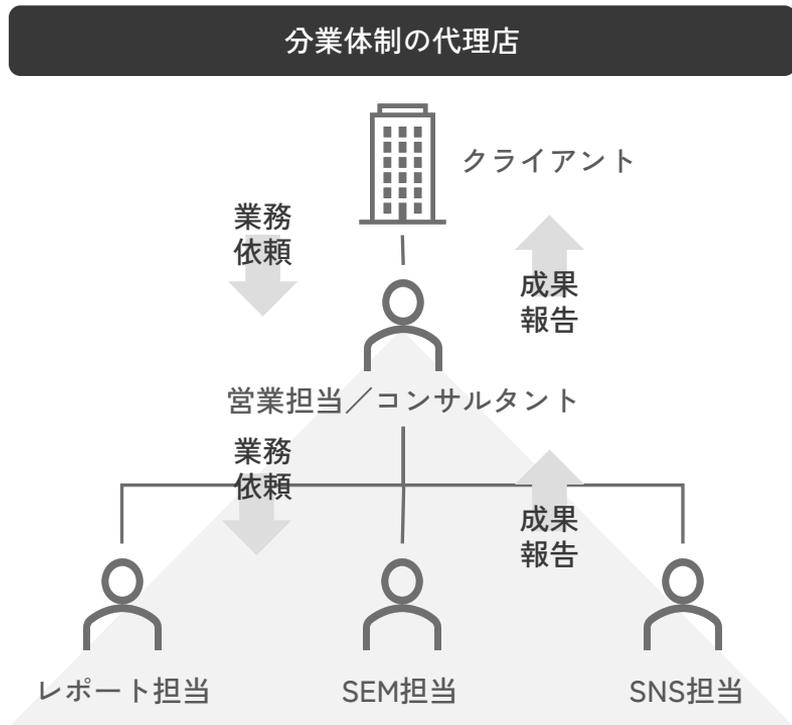
04

5つの報酬形態



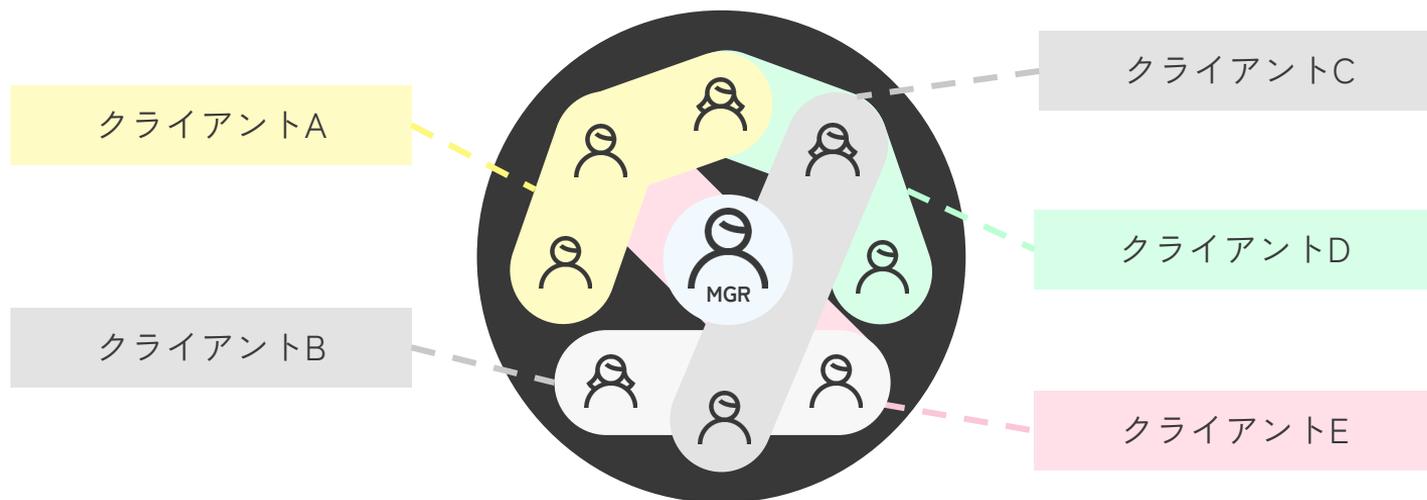
既存の支援領域にとらわれないからこそ、報酬形態も多彩に。

クライアントとの窓口は広告運用のプロであるべきという思想から、
顧客窓口と運用担当で分業していません



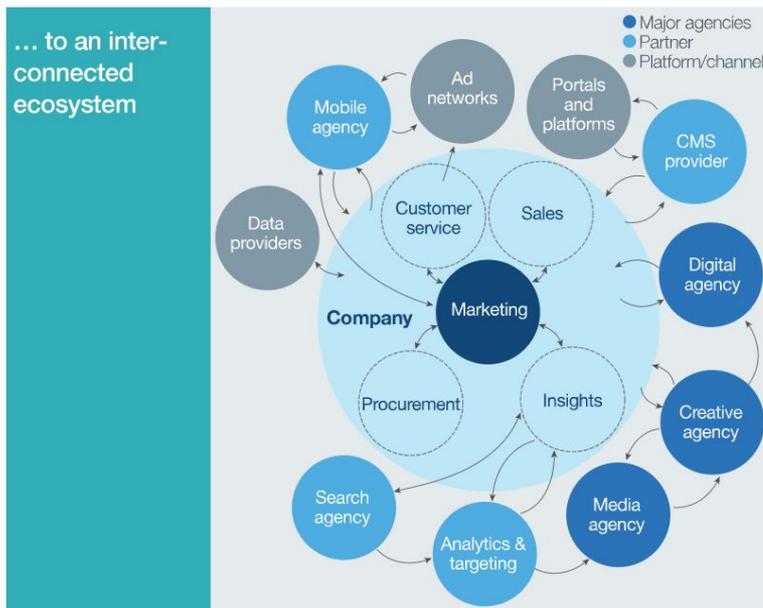
チーム単位で主要媒体の広告運用能力を End to End で完備。分業ゼロで、全員が広告運用者。
「ミッション」「目標」「評価」「リソース配分権限」が、チーム内で統一・完結する

運用型広告支援事業



ミッションは一点のみ「NPSを向上させること」

カオスマップに代表されるMarTech環境の変化により、ワンストップサービスの支援形態は過去のものに。専門特化したパートナーとして、俊敏性の高いマーケティング体制づくりに貢献する。



- 組織モデルを社内外のパートナーによる流動的なエコシステムに移行する必要がある
- 1つのエージェンシーを管理するという従来の概念は、マーケティング史の遺物のような
- 内部であれ外部であれ、相互接続された「エコシステム」として機能する必要がある
- ブランドと外部支援会社は協力するパートナーになる必要がある
- 昨今のマーケターは、内部チームと外部エージェンシーを調整するツールに投資をし、進捗を追跡する際の透明性を高めている
- 迅速反応のガバナンス構造を開発し、パートナーが最前線で迅速に意思決定できるように柔軟なガイドラインを作成する

出典：Building a marketing organization that drives growth today

マーケ専任が居なかったり、ケイパが低かったりする場合は、**機能組織への委託は価値が高い。**
一方で、**緩慢な対応や施策の硬直化を**起こすリスクもある

	Component team (機能組織)	Feature team (機能組織)
顧客のメリット	<ul style="list-style-type: none"> ● 幅広い支援領域 (ワンストップサービスの提供) ● マーケティングマネジメントを外部依存できる ● 事例の多さ ● コストメリット (ボリュームディスカウント) 	<ul style="list-style-type: none"> ● シンプルで安定したチームによる迅速な対応 ● 低いコミュニケーションコスト ● 柔軟なアクション、施策 ● 高い透明性
顧客のデメリット	<ul style="list-style-type: none"> ● 複雑で不安定なチームによる緩慢な対応 ● 高いコミュニケーションコスト ● アクション、施策の硬直化 ● 低い透明性 	<ul style="list-style-type: none"> ● 狭い支援領域 (領域特化したサービスの提供) ● 自社にマーケティングマネジメント能力を必要とする ● 事例の少なさ
取引のコンセプト	幅広いマーケティング機能を提供する「企業」と契約する	専門特化した、顧客に最適化された「チーム」と契約する

クライアントの課題にコミットするために、
メンバー1人あたりの担当社数を最大4社に制限しています。

分業体制 × 大手

1人あたりが担当する社数



0~30社



非分業体制 × 専業

1人あたりが担当する社数



5~10社



オーリーズ

1人あたりが担当する社数



~ 4 社



実態としては
1人あたり
平均約2社

※2023年1月時点での実績

出身企業例：

代理店出身

- ・ アイレップ
- ・ セプテーニ
- ・ サイバー・コミュニケーションズ
- ・ プリンシプル
- ・ フリークアウト
- ・ デジタルガレージ
- ・ ユナイテッド

代理店以外出身

- ・ 楽天
- ・ リクルート
- ・ アクセンチュア
- ・ ヤマハ発動機
- ・ ライズ・コンサルティング
- ・ NISSEI情報テクノロジー
- ・ AppLovin

広告アカウントと各種ツールは、クライアントが直接保有し、当社にアクセス権をお預けいただく取引形態を推奨しています。

1. 資産保有



アカウントはデータそのものであり、データは「資産」である。データとテクノロジーの保有は広告主が行うべきである。

2. 透明性



アカウントには広告配信データを中心としたデータ資産と実施施策の履歴が蓄積されている。アカウントのブラックボックス化を防ぐことで透明性を担保する。

3. 内製化



広告主のインハウス（内製）化のご要望にも迅速に対応する。

次世代型エージェンシーに求められるのは、
Transparency（透明性） **Flexibility**（柔軟性） **Agility**（俊敏性）

年に2回必ずクライアントにインタビューを実施し、
現場は粗利金額でなくNPS評価をKPIに支援を行っています。

Q. オーリーズのサービスを、上司・他部署・社外の知人の方
どの程度お勧めしたいと思いますか？



$$\text{NPS} = \text{推奨者} - \text{批判者} = 50\text{pt} - 17\text{pt} = 33\text{Pt}$$

NPSにより評価される顧客満足度において業界最高水準を維持

18年下期	19年上期	19年下期	20年上期	20年下期	21上期	21下期	22年上期	22年下期
41 _{pt}	27 _{pt}	33 _{pt}	36 _{pt}	31 _{pt}	11 _{pt}	47 _{pt}	33 _{pt}	35 _{pt}

参考：同業他社のNPS（2017年）

アイレップ社	A社	B社	C社
-6.5pt	-59.5pt	-76.5pt	-73.8pt

出典：アイレップの評価

参考：海外エージェンシーのNPS

agencyagile.com
That's a tall order when the average for our industry is 16 .

出典：NPS: You Say Your Clients Are Happy? Here's How to Prove It!

注：NPS®は、ペイン・アンド・カンパニー、フレッド・ライクヘルド、サトメトリックス・システムズの登録商標です。

日々クライアントと対峙するチームと担当の能力について、一貫して高い評価を得ている

2018年～2022年 全108回のインタビュー平均

知識・スキル	スピード	担当評価
8.3	8.5	8.2

“

おすすめできる。熱量やコミット感は、他代理店含め見たこと無いレベル。他代理店は入り口の数字ばかり言いすぎな感覚がある中で、事業構造から理解してくれて話してくれる。全メンバーが同じような視座で話してくれる。

“

レスポンス・小回りの効きは素晴らしい。ふんわりの相談をいったん受け取った上で、考察・考えを深めてアウトプットを出してもらっている。同じ目線で議論できる。そこが評価ポイント。パートナーとして他社に勧められる。

“

人柄が最高です。生返事しない。わたしが話したことを、自分で噛み砕いて、「こういうことですね」と言ってくれるので齟齬がない。思考回路とモノの考え方をどこで学んだの？と聞いたくらい。

“

数字達成だけではなく事業理解をきちんとしようとしてくれる姿勢が素敵だと思う。一緒にメディアを作り上げたいと感じられるところが他代理店とは違うと感じる。

※2022年7月～12月実施のSQインタビューより一部抜粋

クライアントとの関係性をなによりも大切にする私たちは、担当メンバーが深い納得感のもと情熱を注げるよう、あえてお受けする仕事に選定基準を設けています。

01 尊敬・信頼・成長を軸に、深い協業関係のもと、お取引ができるかを重視します。

02 本質的に成果を上げると判断できたご依頼のみ、お引き受けしています。

03 クライアントと直接コミュニケーションをとれない取引形態は、基本的にお断りしています。

04 強いコミットメントを果たすため、担当するクライアント社数の上限を設定しています。

05 広告施策に強制性があったり、本質的なキャンペーン施策をご提案できない支援は行いません。

06 戦略の検討からチャンネルの導入、運用報告までを、広告運用者が一貫して行います。

既存の支援領域にとらわれないからこそ、報酬形態も多彩に設計しています。

裁量度	報酬形態	報酬設定
1	タイムチャージベース	稼働工数と貢献付加価値によって固定報酬を設定する。
2	テーブル料率	配信金額テーブルに応じて段階的に報酬が変動する。
3	ハイブリッド	タイムチャージベースにテーブル料率を加算する。
4	リスク&リワード	KPIの達成率に対して報酬を設計する。
5	レベシェア/エクイティ	売上や利益の達成率に対して報酬を設計する。

業界最高水準の 推奨意向

オーリーズでは、半期ごとにすべてのクライアントを対象として、当社のサービスをお勧めしたいかという推奨意向調査を実施。30～40ポイントと業界水準と比較し高い数値を維持しています。

CLIENTS



LECTURES



PARTNERS



オーリーズは、急速に多様化・自動化・断片化が進むデジタルマーケティングの環境を乗り越えていくため、運用型広告の昨今にフォーカスを置き、運用型広告に関する啓蒙活動と正しい理解を促進していくことを目的とした情報発信を行っています。

SEMINAR



宣伝会議サミット2020 『動画広告で頭打ちを突破する～獲得施策からはじめて全体CV数の底上げを果たす、段階的アプローチのススメ～』
主催：宣伝会議



『徹底討論！Google、Kaizen、All's3社が語るYouTube動画広告成功の法則！』
共催：株式会社オーリーズ / Google合同会社 / 株式会社Kaizen Platform

BLOG



最高のクライアントワークを実現する仕組みと原理
～アジャイルなマーケティングチームを目指して～



オーリーズと一緒に成長を目指すパートナー。
「ビジネス目標も運用もわかる担当者が、深くコミットしてくれる」



田中 義啓 / Yoshiaki Tanaka

グローバルワールドワイドエージェンシー・レイザーフィッシュの立ち上げ及び代表取締役を経て、2010年2月よりタウマーティングコンサルタンツ株式会社設立、代表取締役就任。



井辻 秀剛 / hidetaka itsuji

P&Gを経た後、コカ・コーラシステムとしては国内初のマーケティングカンパニー、コカ・コーラカスタマーマーケティング社の代表取締役社長に就任。2017年より明治大学客員教授就任。



喜多埜 裕明 / Hiroaki Kitano

ヤフーにて取締役最高執行責任者COOに就任後、ソフトバンクモバイル株式会社に転じ、同社常務執行役員としてモバイルコンテンツサービスの構築と運営を行う。



喜多埜 裕明 / Hiroaki Kitano

オーバーチュアの立ち上げ、Google広告、YouTube広告事業の戦略立案、オペレーション設計、APIエバンジェライズに携わった後、アタラ合同会社を創業し、代表を務める。
2019年2月15日にて当社とデジタルトランスフォーメーション推進を目的として資本業務提携契約を締結。

会社概要

会社名	株式会社オーリース（英語表記 All's & Company, Inc.）
事業開始	2013年4月（2011年9月設立）
	代表取締役 鈴木 多聞
所在地	<p>東京本社 〒104-0032 東京都中央区八丁堀3-27-4 八重洲桜川ビル5階</p> <p>大阪サテライトオフィス 〒532-0011 大阪府大阪市淀川区西中島5丁目12番8号 エス・ティ・エスビル7階</p>
営業時間	10時～18時
URL	https://allis-co.com/
事業内容	運用型広告の戦略立案、体制構築、運用支援及びそれに付随するマーケティングテクノロジーツールの運用支援
パートナー	     
お問い合わせ	tel: 03-6822-9240 mail: info@allis-co.com

