

平成 20 年 12 月 8 日

株式会社アイレップ（証券コード：2132）

代表取締役社長 高山雅行

報道関係者各位
プレスリリース

アイレップ SEM 総合研究所、
2008 年検索エンジンマーケティング業界 10 大ニュースを発表

株式会社アイレップ（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：高山雅行、証券コード：2132、以下アイレップ）SEM 総合研究所は、2008 年の検索エンジンマーケティング（SEM）業界における 10 大ニュースを発表します。SEM 専門企業アイレップならではの視点で選定をしました。

企業の広告・マーケティング手法として今や必要不可欠のマーケティング手法の SEM ですが、2008 年も様々な変化が起き、企業の広告・マーケティング担当者をはじめ、多くの関係者にとって目が離せない 1 年でした。

そこで今回、アイレップ SEM 総合研究所では 2008 年の SEM 市場における最重要な 10 大ニュースを選定しました。選定にあたっては日本の SEO の第一人者でもある SEM 総合研究所 所長の渡辺隆広を中心に討議を重ね、影響度の高いものを選定いたしました。また各々のトピックにつき、解説を付記しています。

【2008 年検索エンジンマーケティング業界 10 大ニュース】

1. Google、docomo とモバイルネット分野で提携

2006 年 7 月の KDDI との提携によりモバイル検索に本格的に参入した Google ですが、今年春に携帯キャリアで国内最大の NTT ドコモと提携し、iMenu 検索の提供も開始しました。PC 検索市場では Yahoo! JAPAN が過半数のシェアを保つものの、モバイル検索では逆転して Google が 8 割近くのシェアを持つことになりました。モバイル検索技術はまだまだ未熟な部分が多いですが、携帯端末だからこそそのニーズを捉えた検索技術・サービスも登場してきており、今後は PC の世界とは違った形での検索機会の増加が見込まれます。

2. Google、ストリートビューを日本で公開

自宅にいながらにして街の風景が楽しめる Google ストリートビューが日本国内でも公開されました。革新的という点で注目を集める一方で、日本の文化、プライバシー、法律などの観点からも批判もありましたが、今年 Google のサービスで最も注目を集めたといってもいいでしょう。

3. Yahoo! VS Google VS Microsoft の買収巡る争い

Microsoft による Yahoo! 買収意向の発表から、Yahoo!、Google、Microsoft の 3 社間での駆け引き、Yahoo! と Google での検索広告分野での提携発表、そして独占禁止法を巡る批判、そして両社の合意解消...と今年 1 年間は、検索 3 強を巡る争いが絶えない 1 年でした。12 月 1 日時点で Microsoft と Yahoo! が検索分野での提携を再度模索しているとの憶測も流れており、「対 Google」を巡る攻防は来年も続きそうです。ただ、大手調査会社が発表する過去 3 年の検索シェアの推移を見る限り、(日本は例外ですが)世界的には Google 支配の状況は続きそうです。

4. リスティング広告入札管理ツール元年

与えられた指標目標や予算、キーワードを基に、最も効果・効率的な入札を自動的に行うのがリスティング広告の自動入札管理ツール。2008 年はこの分野で先行する海外の主要プレーヤーが続々と日本市場への本格参入を果たしたほか、今年後半には国産の入札管理ツールも登場してきました。日本の広告主にとっては、リスティング広告の運用成果を向上させるソリューションの選択肢が増えることとなります。今年は「導入」がメインでしたが、来年は「活用」のステージになると予想されます。

5. ヤフー、インタレストマッチ広告

Yahoo! JAPAN の膨大な PV を持つプロパティを活用した、新たなターゲティング広告「インタレストマッチ広告」をリリースしました。従来の Web ページのコンテンツ解析に加え、ユーザの過去の閲覧履歴や使用キーワードも参照することで、今この瞬間のユーザの興味・関心を特定し、関連性が高い広告を表示するものです。今年後半にリリースされたばかりの広告商品ということでまだまだ改良した方が良い点はあるものの潜在的な可能性は秘めており、システムが整うであろう来年以降、大きく伸びていく可能性があります。

6. 中国最大の検索エンジン、日本市場に参入

中国最大シェア、そしてアジアで最も多くの検索者数と検索回数 (comScore、2008 年 9 月) を誇る百度 (baidu) が 2008 年 1 月に、正式に日本国内でサービスを開始しました。中国では MP3 検索や掲示板などでも人気の同検索エンジンですが、国内でも日本語・日本人固有のニーズにあわせたサービスを提供しようとして取り組んでいます。年内から来年にかけては韓国の検索エンジン・NAVER (ネイバー) 参入も予定されており、Yahoo! と Google の 2 強が支配する検索市場にどのように入り込んでくるかに注目です。

7. 「Web 検索」の枠を超える Google と Yahoo! - ブレンド検索の拡大

ユーザの検索ニーズを汲み取り、単に Web ページのリンクだけでなく、ニュースやブログ、写真、ビデオなど様々なフォーマットのコンテンツを混合 (blended) して検索結果に表示する、ブレンド検索 (blended search) の普及が進んだ年でもありました。2007 年 5 月に米国で「ユニバーサル検索」という名称でいち早くサービスを開始した Google は、日本でも今年前半にかけて地図や動画、写真、ブログなど Web 検索のユニバーサル化を進

めてきました。一方の Yahoo! JAPAN も後半～年末にかけて、Yahoo!ショッピングやグルメ、地図など自社が保有するコンテンツと Web 検索を組み合わせる表示のように改良されました。検索に不慣れ、あるいは地図や動画が探せることを知らないユーザでも、フレンド検索によって本当に求めていた情報にアクセスできるようになっただけでなく、これまで知らなかったコンテンツに触れる機会を持つようになりました。来年以降も「関連性 (Relevancy)」を高めるための努力が各社で試行錯誤されていくこととなります。

8. 検索会社から SEO 業界への情報発信、日本でも進む

米国では以前から検索関連のフォーラムなどで、検索エンジン各社が検索エンジンマーケティング業界向けに様々な情報交換を行ったり、コンファレンスなどの講演・討論などを通じて正しい知識・理解を浸透させるような活動を行っていました。今年は特に日本でも検索会社からの情報発信が進んだ年でもあります。Google は「ウェブマスター向けヘルプセンター」の内容を刷新し、SEO についてのより深い理解、サイト管理者がスパムに手を染めないような注意喚起を行ってきました。また Yahoo! JAPAN も同様に「Yahoo!検索インフォセンター」というサイトを開設し、メタタグの記述やクローラによるインデックスを制御する方法 (REP)、サイト管理ツール (「Google ウェブマスターツール」, 「Yahoo!検索サイトエクスプローラー」) の使い方など詳細なコンテンツが用意されています。SEO は適切に扱えば検索エンジンにとっても有益になる一方、間違えば嫌われるスパムと化してしまう要素を含んでいます。検索各社が公式にリリースするこうした情報に、日本のマーケティング担当者もきちんと目を通して正しい理解をすることが求められています。

9. アルゴリズム検索の対抗? ソーシャル検索やセマンティック検索のベンチャー企業相次ぐ

ここ数年にわたり検索市場を支配している Yahoo!、Google はいずれもアルゴリズム技術を利用して検索結果を並び替え、ユーザに関連性の高い情報を提供しようとしてきました。これに対し、2008 年は Wikia Search や mahalo などの人の手を加えた編集要素を備えた検索エンジン、自然言語処理技術によってコンテンツを理解しようとするセマンティック検索などの新しい技術・サービスが登場してきています。セマンティック検索で以前から注目されていた Powerset は Microsoft に買収されましたが、動画コンテンツ増加に伴う動画検索へのニーズの高さから同分野でも音声自動認識技術などが登場しており、来年もテクノロジー分野での進化も目が離せません。

10. 高度なキーワード分析ツール登場

2007 年 4 月にオーバーチュアがキーワードアドバイスツールの提供を終了して以後、一般個人や企業はキーワード個々の最新の検索回数や傾向、トレンドを知る術がありませんでした。しかし今年に入り、Google が従来のアドワーズ広告主向けのキーワードツールや「Google トレンド」「Search-based Keyword Tool」を提供したこと、また、アユダンテ、クロスリスティング、弊社の 3 社でリリースした「キーワードハンター」の登場によって、最近の検索回数はもちろん、過去に遡った検索回数やトレンドを知る手段が生まれ

ました。検索エンジンマーケティングにとってキーワードの分析はキャンペーンの成否を分ける重要な情報であり、こうした検索会社による情報公開は広告・マーケティングの関係者にとって好ましいことです。

以上

株式会社アイレップ SEM 総合研究所について

アイレップは SEM (検索エンジンマーケティング) 専門企業 (1) として日本トップの売上高実績 (2) を持つ、SEM サービスのリーディングカンパニーです。検索連動型広告、SEO、Web 解析、LPO (ランディングページ最適化) まで、SEM 関連の専門サービスをワンストップでご提供しております。SEM 総合研究所は、株式会社アイレップが 2004 年 6 月 1 日にサーチエンジンマーケティングに関する専門的な研究を手がけるシンクタンクとして設立した研究所です。日本最先端の SEM のノウハウ・情報を有するアイレップでは、今後も有益な最新情報を継続的に提供して参ります。

(1) SEM 専門の定義 = リスティング広告、SEO 等の SEM サービス売上が全体売上の 70% 以上の事業者

(2) 2008 年 7-9 月の売上高ベースによる当社推定

会社概要

- 【社名】 : 株式会社アイレップ
【所在地】 : 東京都渋谷区渋谷 2 丁目 1 番 1 号 青山東急ビル
【URL】 : <http://www.irep.co.jp/>
【代表者】 : 高山雅行
【設立年月】 : 1997 年 11 月
【資本金】 : 5 億 3,514 万円 (2008 年 9 月末現在)
【事業内容】 :

- インターネットマーケティング領域

SEM サービス

- ・リスティング広告
- ・SEO (検索エンジン最適化) サービス
- ・Web 解析サービス
- ・LPO (ランディングページ最適化) サービス

モバイル SEM サービス

- ・モバイル リスティング広告
- ・モバイル SEO サービス
- ・モバイル Web 解析サービス
- ・モバイル LPO サービス

インターネット広告

サイト売買仲介事業 (サイトストック)

- パーティカルマーケティング領域
シニアマーケティング事業（株式会社あいけあ）
 - ・有料老人ホーム紹介サービス
 - ・有料老人ホーム専門ポータルサイト（あいけあ）
 - ・有料老人ホームマーケティング支援サービス
 - ・介護人材紹介サービス

住宅展示場サイトの運営（総合住宅展示場）

【本件内容・記事転載・引用等に関するお問い合わせ先】

株式会社アイレップ

TEL：03-5464-3281 FAX：03-5464-3291

【報道関係お問合せ先】 広報担当 毛利 E-MAIL: pr@irep.co.jp

【サービス内容に関するお問合せ先】 サービス担当 紺野 E-MAIL: contact@irep.co.jp