

JASDAQ

平成 22 年 12 月 15 日

株式会社アイレップ (証券コード: 2132)

代表取締役社長 C00 紺野俊介

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、
2010 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 C00: 紺野俊介、証券コード: 2132、以下アイレップ) SEM 総合研究所は、2010 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。

2010 年もインターネットマーケティングで話題の中心となった SEM ですが、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を離すことのできない 1 年でした。

そこで今回、アイレップ SEM 総合研究所では 2010 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。

【2010 年検索エンジンマーケティング業界 10 大ニュース】

1. ヤフーが米 Google Inc. の検索エンジンと広告配信システムを採用

日本の検索業界において、今年最も大きなニュースと捉えて間違いないでしょう。2009 年に米 Yahoo! と米 Microsoft が検索事業で提携したことに伴い、この流れで日本国内もヤフーがマイクロソフトと手を組んで、いずれ Bing 及び adCenter を導入するだろうとの憶測もありました。しかし、2010 年 7 月末に発表されたニュースは、米 Google Inc. の検索エンジン及び検索連動型広告配信システムの採用でした。

ただし、同じ技術を採用するとはいえ、今後もサービス・広告において両社は競争関係にあるとのアナウンスが明確に行われました。また、Yahoo! の検索サービスは、独自のユーザエク

スペリエンスを維持していくとのこと。一部で独占禁止法に抵触する疑いがあるなどの指摘もありましたが、公正取引委員会からは問題ないとの公式発表が行われたほか、2010年12月1日時点でオーガニック検索において移行が完了したことが確認されました。

2. 米 Yahoo!の検索・広告プラットフォーム移行が無事完了

2009年の最も大きな話題の1つ、米 Yahoo!と米 Microsoft の検索・広告事業提携について、欧米司法当局からのゴーサインが出た今年2月以降、徐々に移行作業が進められてきました。そして北米においては8月にオーガニック検索の Bing への移行が、10月にはリスティング広告の adCenter への移行が大きな混乱もなく無事、完了しています。当初のアナウンスどおり、2012年に向けて今後も各国・地域で移行作業が進んでいくものと思われます。なお、米 Yahoo! もあらゆる検索の開発を放棄したわけではなく、ユーザエクスペリエンスにかかわる部分は独自に開発していくほか、ローカル検索など提携事業外の分野では積極的な開発を進めています。日本ではヤフーがどんな戦略を見せてくるかに注目です。

3. マイクロソフト、検索エンジン Bing 日本版を正式提供開始

「ディシジョン・エンジン」(Decision Engine、意思決定、解決のための検索エンジン) というコンセプトのもと、マイクロソフトが満を持して投入した検索エンジン・Bing (ビング)。米国での正式公開から遅れること1年あまり、ようやく日本でも2010年7月に正式提供が始まりました。米国版と比較するとまだまだ機能面で劣る点はありますが、今後、徐々に日本ローカルに適した新機能が追加されていくはず。米国の流れに沿えば一気に利用者数が増えたかもしれないヤフー社への提供は実現しませんでした。検索市場を活性化していくためにも第3のプレイヤーとしてがんばっていただきたいところです。

4. Google、ユーザインターフェースの改良を積極的に推し進める

毎年、数え切れないほどの新機能や追加・仕様変更を行っている Google ですが、今年は「ユーザインターフェース (以下、UI) の改革」が1つのテーマといえそうです。左サイドに配置された検索ツール、インスタントプレビュー (リンク先ページのサムネイル表示)、インスタント検索 (クエリ入力中に自動検索)、リッチスニペットの拡大、地域情報 (地図) に関する表示変更、Google イメージ検索、トップページの背景オプション、スター機能 (SearchWiki 廃止に伴い追加されたブックマーク機能)、多くの追加・変更が行われました。検索体験をより良いものにしていくという Google の地道な努力は、来年はどんな部分に向けられていくのでしょうか。

5. ヤフーの「キーワードアドバイスツール」が復活

検索マーケティングにおいて、検索クエリの検索回数を知ることは重要な作業の 1 つです。しかし、2007 年にオーバーチュア（当時）がキーワードアドバイスツールのサポートを終了したことで、大切な情報源の 1 つが利用できなくなっていました。今回、Yahoo! JAPAN ビジネス ID を持つ広告主限定ながら、同ツールが装い新たに再登場することになりました。今回は月間検索ボリューム推移だけでなく、性別、年代、地域、曜日別といった属性別検索割合まで調査することが可能となり、上手に活用すれば適切な広告プランニングを作り上げることができます。従来の Google の提供するデータとあわせて参照することで、標的顧客の検索市場における潜在市場を適切に把握することもできるようになりました。

6. D2C、NTT ドコモ iMenu サーチ向けのリスティング広告開始

NTT ドコモの iMenu サーチ向けに、ディーター コミュニケーションズ (D2C) が新しい広告メニュー「D2C リスティング広告 iMenu サーチ」を投入しました。キーワードごとに設定可能な検索連動型広告ですが、この変更により、従来の Google アドワーズ広告などの掲載・表示仕様も変更となりました。ケータイ利用者では最大数のドコモの広告メニューということで、モバイル事業にかかわる企業の注目を集めました。

7. Google プレイス検索が登場、検索表示順序に影響も

Google が 10 月にリリースした、世界中の場所に関連する情報を素早く探せる Google プレイス検索。地域情報を整理して表示して、飲食店を探したり観光地を探すときに威力を発揮する検索サービスとなりました。しかしユニバーサル検索で通常ウェブ検索結果と統合されたことで、一部のサイト運営者にとって表示順位に大きな影響を与えることになりました。

Google プレイス検索が表示される場合は、オーガニック検索の 3 位付近から 7 位にかけてプレイスが挿入されるため、たとえば従来なら 3 位に掲載されていたサイトが 8 位以下にランクされてしまうといったケースが見られました。地域に関するビジネスを展開している企業にとっては通常の（ウェブページの）SEO だけでなく、Google プレイスという観点からの対応も求められる時代に入ってきています。

8. サイト表示速度対策が必要か?! Google、ランキングアルゴリズムにページ読込速度を取り入れる

特に SEO 担当者を驚かせたのが、Google が発表した「サイト速度を検索順位に反映させる」という発表。実際には米国のほんの一部の検索クエリにしか影響しない上、検索クエリとの関連性が常に優先されることから、極めて些細な問題にもかかわらず、早速サーバの見直しや、サイトスピード改善を謳ったサービスが登場するなど、業界を賑わせるニュースとなりました。SEO との関係はともかく、サイト訪問者のおもてなしやサイト体験という観点からサイトスピードが重要なことには変わりないので、「ユーザにとって良いこととは何か?」というのを改めて考えてみてはいかがでしょうか。

9. スポンサーサーチ モバイルが広告品質を考慮するように変更

今日のリスティング広告は、入札価格のみならず、何らかの方法で広告の品質を評価して、両者を組み合わせて掲載順位を決定するようになっています。しかし、ヤフーのスポンサーサーチ モバイルは入札価格順を採用してきました。今年の7月からこの方式が変更され、掲載順位の決定に広告の品質を加味することにより広告の適合性が高められるようになりました。広告主にとっても、検索ユーザにとっても歓迎な変更でした。

10. Google、検閲廃止、中国から撤退

中国市場で検索サービスを展開していた Google ですが、中国国内で快適に利用してもらうために中国政府の意向を受け入れ、検索結果の検閲を認めた上で中国国内にサーバを設置してきました。しかし、言論の自由が脅かされ、透明性の高い情報アクセスを提供するという目的達成が困難であることなどを理由として、検閲の撤廃を発表。最終的に香港で検閲のない検索サービスを提供することとなりました。中国進出を検討している企業は、中国の検索市場の動きを注視していく必要があります。

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) を主軸とし、リスティング広告、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提供しております。SEM 総合研究所は、アイレップが 2004 年 6 月 1 日に検索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は、今後も有益な最新情報を継続的に提供して参ります。

—— 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 青山ファーストビル
【URL】 : <http://www.irep.co.jp/>
【代表者】 : 高山雅行 紺野俊介
【設立年月】 : 1997 年 11 月
【資本金】 : 5 億 3,914 万円 (2010 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

住宅展示場サイトの運営 (総合住宅展示場)

株式会社グリーンエネルギーマーケティング

- ・ 太陽光発電システム販売事業のインターネットマーケティング支援
- ・ 環境・エネルギー商材販売のインターネットマーケティング支援
- ・ 環境・エネルギー関連メディアの開発、運営マーケティング支援

【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 下山 E-MAIL: pr@irep.co.jp

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