

JASDAQ

平成 23 年 12 月 26 日

株式会社アイレップ（証券コード：2132）

代表取締役社長 CEO 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

## 2011 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 CEO：紺野俊介、以下アイレップ）SEM 総合研究所は、2011 年の検索エンジンマーケティング（SEM）業界における 10 大ニュースを発表いたします。

昨年引き続き 2011 年もデジタルマーケティングで多くの話題を集めた SEM ですが、業界に大きなインパクトを与えたさまざまな動向により、企業の広告・マーケティング担当者をはじめとする多くの関係者にとって、目を離すことのできない年となりました。

そこで今回アイレップ SEM 総合研究所では、2011 年の SEM 業界における最重要な 10 大ニュースを選定しました。選定にあたり、日本の SEO の第一人者である株式会社アイレップ取締役 CSO SEM 総合研究所 所長 渡辺隆広を中心に討議を重ね、デジタルマーケティング領域専門企業アイレップならではの視点で、特に影響度の高いものをセレクトしています。

### 2011 年検索エンジンマーケティング業界 10 大ニュース

#### 1. パンダ・アップデート

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。米 Google がコンテンツ品質評価を改善し、検索結果の関連性を高める取り組みを強化するという趣旨を発表したニュースがとりわけ話題となりました。この取り組みの成果のひとつとして、コンテンツ品質の評価に関するランキングアルゴリズム、通称“パンダ・アップデート”と呼ばれる新しいランキングアルゴリズムが欧米で大きな注目を浴びており、国内ではまだ公式に適用はされてはいませんが、2012 年にも発表されるのではないのでしょうか。話題になっているとはいえ、Google は「良いコンテンツを評価する」という極めて真つ当な取り組みをしているだけであり、その意味で特に敏感にならなくてもよい話題との見方もできます。倫理的・技術的にダメなものはダメであり、それはパンダ・アップデートで話題としているコンテンツだけのお話ではないので、今後の動向に注目です。

## 2. 米 Yahoo!、Bing への移行を順調に進める

アルゴリズムサイト検索技術を YST (Yahoo! Search Technology = Yahoo!の順位決定システム)から Bing に切り替えを順調に進めてきた米 Yahoo!。2012 年に向け、さらに世界各国・地域で移行作業が急速に進んでいくものと思われます。2011 年 9 月時点での Bing 移行完了済み市場は以下の通り。

- ◇北米/中南米： 米国、カナダ（英語）、アルゼンチン、メキシコ、ペルー、ブラジル、チリ、コロンビア、ベネズエラ
- ◇欧州： 英国、ドイツ、フランス、イタリア、スペイン、ギリシャ、スイス、ポーランド、ルーマニア
- ◇アジア/オセアニア/中東： 香港、インドネシア、マレーシア、フィリピン、シンガポール、タイ、ベトナム、インド、オーストラリア、ニュージーランド、トルコ

## 3. ヤフーの「スポンサードサーチ Ver. 3」 プラットフォーム移行完了

ヤフーは、検索連動型広告スポンサードサーチのさらなる強化に向け、11 月にスポンサードサーチの広告配信システムについて、米国 Google Inc.（以下 Google）のシステムを採用し、スポンサードサーチ Ver. 3 の配信を開始しました。2002 年に提供開始をした当初のシステム、品質インデックスや地域ターゲティングの導入、管理画面の機能強化など大幅なりニューアルを実施した 2007 年の新広告システムに続き、今回は 3 世代目のシステムとなります。広告管理ツールの刷新、各種の新機能追加等により、広告主はより利便性の高い広告管理ツールから少ない運用負荷で高い広告効果を得ることが可能となりました。

## 4. 米 Google 検索サービスに SSL 接続導入 検索キーワード解析に影響

米 Google は今年 10 月、Web 検索サービスの通信時に SSL 接続を導入とすると発表しました。個人情報や位置情報などの個人情報保護が目的であるとしていますが、SSL 接続の仕様上、Google アナリティクスを含むすべての Web 解析ツールにおいて、Web サイトに來訪する際の検索キーワードが取得できない状態となり、デジタルマーケティングの現場では議論を呼んでいます。

SSL 通信は、あくまで米 www.google.com の Google アカウントにログインしているユーザーに対してのみ行われますが、日常的に Gmail 等の Google サービスにログインしたままのユーザーのシェアは小さく、検索マーケティングには影響がない、というのが Google 側の見解ですが、この見解には懐疑的な意見も多く、マーケティング戦略への影響は避けられないだろうと言われています。実際にこの発表後、キーワードが取得できないトラフィックの割合が顕著に増えている事例も出ています。

## 5. Google+ リリース

米 Google が 6 月にソーシャル・ネットワーキング・サービス (SNS) プロジェクト「Google+」を発表し、業界を賑わせるニュースとなりました。Google+は実名での利用が推奨されており、従来の SNS のようにすべての知人や Web 全体に情報を発信するのではなく、ユーザーをグループ (サークル) ごとに分類・管理できるのが特徴のひとつで、個人情報の取り扱いをきめ細かく設定できるなど、ほかにもさまざまな機能が提供されています。Google のソーシャル分野への再進出を試みる意気込みはとて大きいことを感じます。

## 6. Adobe Systems、Efficient Frontier 買収

11 月末に、米 Adobe Systems がオンライン広告管理プラットフォームを開発・提供する米 Efficient Frontier (エフィシエント・フロンティア) を買収するという大きなニュースがありました。Efficient Frontier の買収により、今後、同分野の事業競争力の強化を狙っていくと思われれます。同社は、ソーシャル、ディスプレイ、サーチそれぞれの広告や、マルチチャネルキャンペーンを統合的に管理できること、メディアバイヤーがチャネルごとに適切な広告予算配分が可能になること、Efficient Frontier のポートフォリオ最適化システムと SiteCatalyst データの結合により効率的なサーチ戦略が実行できることなどから、広告主やエージェンシーに対して多くのメリットをもたらすことが期待されます。

## 7. Microsoft と Google がネット上で対立

米 Microsoft と米 Google が Twitter やブログ上で対立するという喧嘩騒動があったことをご存じでしょう。事のはじまりは、今年 2 月、Search Engine Land のサイト上に「米 Microsoft 社の検索エンジン bing が、米 Google 社の Google の検索結果を不当に真似ているとして、Google 社が Microsoft 社を批判」というニュースを公開し、米メディア各社が一斉報道したことからスタート。これに対し Microsoft 社は「コピーではないと」反論、米 Google 社はコピーである根拠を説明するなど、激しい応酬合戦となりました。両社は 8 月にも競合数社による“Android 特許攻撃”を批判するブログ記事を巡り、ネット上で対立しています。この対立はしばらく続くと思われれますが、両社の本当の戦いとは、世界最大級のテクノロジー企業として、消費者のための最新技術を未来へ生み出していくことではないでしょうか。

## 8. Google、スパムリンク取り締まり大幅強化

Google が PageRank の不正操作により検索順位を歪めようとしているウェブマスターに対して、ウェブマスターツールを通じた指摘・警告を行いました。有料リンクや隠しリンクなど、不正なリンクにより検索順位を操作しているウェブマスターに向けて、Google が指摘することは今に始まったことではありませんが、今回は(1)不正リンクを発信しているサイトの管理者と

(2) 不正リンクをうけているサイトの管理者の双方に指摘を行っている点が新しいといえます。米国と比べると、比較的“甘い”対応であった日本ですが、今回の取り締まり強化によって、Google の日本語のスパムにも厳しく対応していくという姿勢が伺えます。

## 9. キュレーション系サービス、各社次々にリリース

2011 年は、国内でキュレーション・メディアが多く開設され、「Yahoo!くくる」、「NAVER まとめ」、「はてなまとめ」など、各社が次々に新サービスや新機能の追加を打ち出しました。Twitter や Facebook などのソーシャルメディアの普及により、日々、大量の情報が生み出されている状況の中で、それらすべてに目を通し処理することができないため、キュレーション系サービスが今まで以上に注目を集めた 1 年となりました。海外におけるキュレーションに対する注目度は高く、国内でも 2012 年に向けて、キュレーションの役割は今後ますます重要になってくることでしょう。

## 10. デジタルマーケティングは統合管理の時代へ

近年、SEM (Search Engine Marketing) を含むデジタルマーケティング市場が急ピッチで発展する中で、取り扱うデータの種類や量も増大し、運用の複雑化・高度化が進んでいます。こうした背景の中、広告運用にあたりパフォーマンスメディア領域で膨大なデータ処理や高度な分析技術などがボトルネックになる可能性が高くなるため、企業のデジタルマーケティング領域をサポートする「統合プラットフォーム」の活用は日ごとに活発化し、海外ツールの日本参入や IT 業界の主要各社による統合管理システムの開発などが目立った年となりました。

以上

【関連リンク】 <http://www.irep.co.jp/sem10/index.html>

#### ■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。

#### ■株式会社アイレップ 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（検索エンジン最適化）、SMO（ソーシャルメディア最適化）、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。アイレップはSEMやSMM（ソーシャルメディアマーケティング）、アフィリエイトマーケティングを中心としながら、広告主のオンライン上のマーケティングを最適化する「デジタルマーケティングエージェンシー」として、企業価値を向上させてまいります。

#### —— 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】：紺野俊介

【設立年月】：1997年11月

【資本金】：5億4,276万円（2011年3月末現在）

【事業内容】：

##### ◆デジタルマーケティング領域

SEM サービス <http://www.sem-irep.jp/>

モバイル SEM サービス <http://www.sem-irep.jp/sem/mobile/>

SMM（ソーシャルメディアマーケティング）

アフィリエイトマーケティング

インターネット広告

##### ◆デジタルメディア領域

住宅展示場サイトの運営（総合住宅展示場） <http://www.jutakutenjiyo.com/>

TV 情報検索サイト（TVais） <http://www.tvais.jp/>

【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](mailto: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](mailto:contact@irep.co.jp)