

2007年12月25日

会社名 アウンコンサルティング株式会社
代表者名 代表取締役 信太明
(コード番号 2459 東証マザーズ)
問合せ先 取締役執行役員
工藤 典久
TEL 03-3239-2727

アウンコンサルティングが選ぶ 2007 年の SEM10 大ニュース

第 1 位は、「多発する順位変動。検索クオリティやインターフェースを大幅に改良」

検索エンジンマーケティング(SEM)を手がけるアウンコンサルティング株式会社(本社:東京都千代田区、代表取締役:信太明)は、2007年のSEM10大ニュースを選定いたしましたので、お知らせします。3年目を迎える今年は、海外SEM事業にも進出するSEM専門のコンサルティングファームとして国内ニュースに留まらず、2007年に話題を呼んだ海外のニュースを含めて注目ニュースを振り返り、独自の視点で10大ニュースを選定いたしました。

今年は、日本語版以外に、英語版、中国語版も同時にリリースしております。

なお、SEM関連注目ニューストップ10の選定は、当社アナリストが定期的に収集し、社内で共有しているSEM業界関連ニュースから、選任コンサルタントを中心とする60名が協議・検討して約50件のニュースをピックアップ。その後、社内でアンケートを実施し、その注目度を計りました。ニュースの対象期間は、2007年1月1日~2007年12月1日の約1年間となっています。

発表！2007年 SEM(検索エンジンマーケティング)関連注目ニュース トップ10

1位 多発する順位変動。検索クオリティやインターフェースを大幅に改良
Googleはインデックスの更新頻度を高め、検索アルゴリズムの改善を実施。Yahoo!やMicrosoftのLive Searchも検索アルゴリズムや言語処理技術の改善を実施するなど、大手検索各社は検索結果に大きな影響を及ぼす改良を行ないました。また、2007年は米GoogleがWebページや画像、ニュース、地図、動画、書籍の検索結果を1つに統合した「ユニバーサルサーチ」といわれる新検索システムを5月16日に導入したことも大きな話題に。10月1日には米Yahoo!も同種の検索システムを導入し、Ask.comも「Ask3D」と呼ばれるインターフェースを採用。国内では、Yahoo! JAPANが検索結果にソーシャルブックマークサービス「Yahoo!ブックマーク」の登録数の表示や文字サイズ変更機能を追加するなどの改善を行い、2008年1月1日にトップページをフルリニューアルすることを発表しました。

2位 オーバーチュア「新スポンサードサーチ」移行と日本法人のヤフー子会社化
米国で2月に完了したオーバーチュア(Yahoo! Search Marketing)の「新スポンサードサーチ」移行が、4月18日から日本でも開始され、7月12日に品質インデックスを採用した新掲載順位決定方式を導入することで移行が完了しました。P4P(検索連動型広告+コンテンツ連動型広告)で国内最大のシェアを誇るオーバーチュアの広告システム変更は、多くの広告主の関心を集めました。また、8月31日にはヤフー株式会社がオーバーチュア日本法人の全株式を取得し、オーバーチュア株式会社は正式にヤフー株式会社の100%子会社となっています。

3位 モバイル検索の主導権争いが加速。相次ぐ新規参入・機能強化

株式会社ディー・エヌ・エーは会員数 813 万人を誇る (1) 携帯電話専用のゲーム・SNS サイト「モバゲータウン」で自社開発の検索エンジンを導入し、検索サービスを開始。さらに、楽天も 9 月にノルウェーを拠点とする検索技術開発会社のファストサーチ & トランスファ社と合併会社「楽天・ファスト・モバイルサーチ」を設立し、共同開発した検索エンジンを 11 月から Infoseek モバイルに実装しています。この他にも、チームラボ株式会社の「ケータイ de SAGOOL」やムーター株式会社の「Mooter モバイル」など新規参入が相次ぐ中、先行する Yahoo! や Google も検索システムやユーザーインターフェースの大幅な改良を実施。海外でも 1 月に Google が China Mobile との提携を発表したのを皮切りに、検索各社が世界各地の携帯電話キャリアやメーカーとの提携を発表し、モバイル検索の提供を開始しています。また、Google が 11 月 5 日に NTT ドコモや KDDI を含む携帯電話キャリアやメーカーなど計 34 社が参加するオープンソースのモバイルプラットフォーム「Android」の開発計画を発表したことも注目を集めました。

4位 Google が有料リンクや PayPerPost の取り締まりを強化

6 月に Google のサイト運営者向けサービス「Google ウェブマスターツール」に有料リンクの通報機能が追加。10 月に一部の有料リンク販売サイトの PageRank が大きく低下したことから、Google が SEO の被リンク対策として行なわれる有料リンクに対しペナルティを開始したのではないかと噂が広まりました。さらに、米国では PayPerPost の参加ブログでも PageRank が下落し、ブログスフィア(プログラマーのコミュニティ)を中心に混乱が発生しました。

5位 オンライン広告企業の大型買収を Google、Yahoo!、Microsoft が発表

米 Google が 4 月 13 日にバナー広告を中心に取り扱うオンライン広告企業の DoubleClick を 31 億ドルで買収することを明らかにすると、検索サービスでライバル関係にある Yahoo! も 4 月 30 日にオンライン広告のオークション取引所を運営する Right Media を 6 億 8000 万ドルで買収すると発表しました。また、DoubleClick の買収で最後まで Google と競ったと噂される Microsoft も 5 月 18 日にオンライン広告企業の aQuantive を 60 億ドルで買収。米 Google による DoubleClick の買収については、現在プライバシーの問題や独占禁止法に抵触する可能性があるとして欧州連合(EU)や米連邦取引委員会(FTC)による調査が行なわれていますが、Microsoft のスティーブ・バルマーCEO が同社の事業として検索とオンライン広告に注力すると発言するなどの背景もあり、今後も検索ビジネスとオンライン広告ビジネスの融合は加速しそうです。

6位 中国 No.1 の検索エンジン「百度」が日本上陸。「NAVER」も再上陸を準備中

Google(谷歌)、Yahoo!(雅虎中国)を抑え、中国最大手の検索エンジンとして君臨する「百度」が 3 月に日本語版サービスを開始。百度は世界の検索シェアでも Google、Yahoo! に次ぐ第 3 位 (2) となっており、6 月にソニー前会長の出井氏を社外取締役を迎え入れたことも話題に。一方、世界第 5 位 (2) の検索シェアをもつ韓国最大手の検索エンジン「NAVER」は、2 年前に日本市場から撤退していましたが、11 月にネイバー・ジャパンという新会社を設立し、2008 年の日本語版サービス再開に向け準備を進めていることを発表しました。

7位 米 Google、オフライン広告の取扱いを拡大。マスコミ各社と提携

米 Google は 4 月 2 日、衛星放送事業者の EchoStar と提携し、有料衛星放送ネットワーク「DISH Network」へのテレビ広告配信システムを開始すると発表。さらに同月 16 日には米国最大のラジオネットワークである Clear Channel Radio との提携も発表し、2006 年 12 月に開始していたラジオ広告の配信システム「Google Audio Ads」のテスト配信先を拡大しました。また、7 月 18 日には全米 225 紙・約 3,000 万部の新聞に広告出稿ができるプログラム「Google Print Ads」を米国で正式スタート。すでに Google は、2006 年 2 月に雑誌広告配信システムのトライアルテストも実施しており、事実上これで 4 マス媒体すべての広告取扱いサービスをテスト、またはスタートさせたこととなります。さらに、10 月 24 日には Nielsen と「Google TV Ads」の効果測定で提携しており、米国における Google の広告ビジネスはオフラインへ拡大しつつあります。

8位 動画検索サービスが相次いで登場。YouTube 日本語版もスタート
「YouTube」や「ニコニコ動画」など動画共有サイトの人気を受けて、複数の動画共有サイトを横断的に検索できる動画検索サービスが相次いで登場しました。2月28日に検索ポータルサイト「goo」を運営するNTT レゾナントが「投稿動画検索」をサービスインさせると、3月7日には新興企業のバンク・オブ・イノベーションが国内外50サイトから、合計2,300万件以上のコンテンツを検索できる「Fooooo」を公開。さらに、8月には「Ask.jp」が「動画検索チャンネル」を開始し、11月にも米AOLの動画検索エンジン「Truveo」や「百度」の動画検索サービスが登場しました。また、6月19日には動画共有サイトの人気に火を点けたYouTubeの日本語版サイト「YouTube Japan」もサービスを開始しています。

9位 共通サイトマッププロトコルのサポートで大手検索4社が合意
2006年11月、Yahoo!、Google、Microsoftの3社はWebサイトの管理者がサイトの構造をXML形式で記述したファイルを作成し、検索エンジンのクロールとインデックスを促進するSitemapsをサポートしていましたが、4月にAsk.comの運営会社もこれに加わり、大手検索4社が共通プロトコルをサポートすることで合意しました。また、同時にYahoo!はサイトマップの管理サービス「Yahoo! Site Explorer」を正式版として公開。Microsoftも8月にサイトマップの申請を受け付ける「Webmaster Portal」の開設を発表し、11月に米国で公開しました。

10位 SNSと検索の融合進む。国内外の大手SNSが検索連動型広告を導入
ユーザーの滞在時間が長く、検索エンジンにインデックスされない数少ない領域とされるSNSへの検索（検索連動型広告）の提供は検索会社にとって必要不可欠。一方のSNS提供会社にしてもユーザーの増加をいかに収益につなげるかが課題。こうした両者の思惑が一致し、2007年はSNS提供会社と検索会社の提携強化の動きが見られました。10月24日にはMicrosoftが米国有数のSNSであるFacebookに2億4,000万ドルの出資を発表。併せて、契約を結んでいる米国内への広告配信だけでなく、海外への広告配信についても2011年まで提携を結ぶことで合意しました。また、日本では携帯電話専用のSNSとして国内最大手の「モバゲータウン」がオーバーチュアの検索連動型広告を導入。一方で、Googleは11月1日にこれまでクローズドな空間として発展してきたSNS向けに「OpenSocial」と呼ばれる共通規格を発表し、MySpaceやmixiなど、国内外の多くのSNSが参加を表明しています。

2007年 SEM 関連注目ニュース トップ10 まとめと2008年展望

2007年は第1位になったニュースに代表されるように、検索各社が検索精度と利便性向上への取り組みを強化した1年だったと言えるでしょう。米国ではGoogle、Yahoo!、Live Search、Ask.comといったサイトが軒並み新検索システムの導入やユーザーインターフェースの大幅な改良を実施し、アルゴリズムやインデックスの更新頻度を高めたことで、大きな順位変動が度々起こりました。

また、第2位に入ったオーバーチュアの「新スポンサードサーチ」への移行についても、入札価格だけで掲載順位が決定していた旧方式から品質インデックスを加味した順位決定方式に変わったことで、検索精度が少なからず向上し、クリック率の上昇につながりました。

その一方でGoogleは、検索品質に影響を及ぼす有料リンクやPayPerPostの取り締まりを強化（第4位）。しかし、第9位に入った大手検索4社が共通のサイトマッププロトコルのサポートで合意するというニュースからは、検索精度向上のためにはSEMに真面目に取り組むサイトオーナーと協力していきたいという姿勢もうかがえます。実際に2007年、Googleはウェブマスターツールの機能強化や情報提供に積極的に取り組み、Yahoo!も動的URLのクロール効率を高める「Dynamic URLs」の提供を開始、Microsoftもサイトオーナー向けに「Webmaster Portal」のベータ版を米国でスタートさせました。

こうした流れのなかで、2008 年も引き続き検索各社による検索精度と利便性向上への取り組みは継続されることでしょう。すでに Yahoo! JAPAN が 1 月 1 日にトップページをフルリニューアルすることを発表していますし、米国で導入された新検索システムやユーザーインターフェースが日本で導入されることも考えられます。

そして、オーバーチュアの日本法人がヤフー株式会社に買収されたニュース(第 2 位)や検索各社によるオンライン広告企業の大型買収が相次いだこと(第 5 位)、Google が広告の取扱いをオフラインにも拡大しつつあること(第 7 位)、国内外の大手 SNS との間に広告提供に関する提携が結ばれたこと(第 10 位)などに象徴されるように、検索各社が広告ビジネスによる収益強化に取り組む流れは一層強まっていると言えます。そんななか、世界的にも PC 向けの Web 検索に続く次の市場として、モバイル検索や動画検索に目が向けられ、ネット系企業の新規参入や提携など、活発な動きが見られたのも特筆すべきことでしょう(第 3 位、第 8 位)。

さらに、世界的な流れとして、検索エンジンの最大手として既にその地位を確固たるものとした Google がその技術力を活かし、モバイルプラットフォームの開発や SNS の共通規格の確立といった分野にも進出している点も見逃せません。ただし他方では、Google が得意とする検索で苦戦を強いられている日本を含めた東アジア地域で、地元検索企業による活発な動きが見られることも忘れてはいけません(第 6 位)。とくに日本市場だけでなく、今後インターネット利用者数で世界第 1 位となることが確実視される中国市場で Google に大きく溝を空けている最大手の検索エンジン「百度」と Google との覇権争いは業界地図を描く上で重要なポイントとなり、今後も注視していく必要がありそうです。

以上

- 1 株式会社ディー・エヌ・エーが発表した「月次推移のご報告(平成 19 年 11 月度)」より
<http://www.c-direct.ne.jp/japanese/uj/pdf/10110213/00067015.pdf>
- 2 米調査会社 comScore が発表した「61 Billion Searches Conducted Worldwide in August」より
<http://www.comscore.com/press/release.asp?press=1802>

同時リリースの英語版、中国語版については当社コーポレートサイトに掲載しております。

<http://www.auncon.co.jp/ir/investor.html>

本件に関するお問合せ

担当: 経営企画グループ

TEL/03-3239-2868

FAX/03-3239-2838

email: ir@ auncon.co.jp

(ご参考)

昨年 2006 年の SEM10 大トピックは以下のとおりです(一部抜粋)。

1 位 携帯キャリア各社が検索システムを導入 ~ モバイル検索元年 ~
3 月 17 日、ソフトバンクがボーダフォン日本法人の買収を発表。検索機能をはじめとする Yahoo! JAPAN のコンテンツが、本格的にモバイル分野に展開されることになりました。これに続き KDDI も Google との提携を発表し、7 月 20 日より「EZweb」に Google の検索エンジンが搭載されました。また NTT ドコモも、複数の検索システム導入に踏み切り、10 月 5 日より「i モード」上でのサービスが実装されました。

2 位 YouTube、MySpace 等の Web2.0 サイトと Google の接近
Google は 8 月 7 日、米国の人気 SNS である MySpace への複数年にわたる検索システム提供を発表しました。更に 10 月 10 日には、動画共有サイトの YouTube の買収もリリースされました。

3 位 オーバーチュア、携帯電話向けの検索連動型広告「スポンサードサーチモバイル」を正式提供
オーバーチュアは 3 月 13 日、2005 年から試験運用を行っていた携帯電話向けの検索連動型広告「スポンサードサーチモバイル」の正式提供を開始しました。

4 位 Google の携帯電話向け検索連動型広告「Google モバイル広告」がスタート
Google は 4 月 7 日、携帯電話向けの検索連動型広告「Google モバイル広告」を開始しました。

5 位 テレビ CM や紙媒体等と検索エンジンとのクロスメディアが販促手法として定着
テレビ CM や新聞・電車の社内広告などでユーザーに検索を促す広告手法が、爆発的に増加しました。

6 位 米 Microsoft、検索サービス「Live Search」を全世界へ向け正式公開をリリース
Microsoft の検索サービス「Live Search」が 9 月 11 日に世界 47 の市場で正式提供を開始したと発表されました。

7 位 SEM をブランディングに活用する企業は全体の 6 割以上 - SEMPO Japan 発表
SEM の業界団体である「SEMPO Japan (Search Engine Marketing Professional Organization of Japan)」が 4 月 19 日、国内企業のウェブマーケティング担当者 103 名を対象とした「日本における SEM 利用状況調査」の調査概要を発表し、商品や企業の認知度向上や、ブランディング等の目的で SEM を活用すると回答した企業が、全体の 6 割を超えることが明らかとなりました。

8 位 Google、ワープロと表計算機能を備えたウェブアプリケーションを発表
Google は 10 月 11 日、インターネット上で利用できるワープロ・表計算アプリケーション「Google Docs & Spreadsheets」のベータ版をリリースしました。

9 位 産学官の連携による国産検索エンジン開発プロジェクトが始動
経済産業省は 6 月 16 日、3~5 年後の実用化を目指し、産学官が協力して国産の検索エンジン開発を進めることを発表しました。

10 位 米 Yahoo!、「スポンサードサーチ」の MSN への配信を終了
Microsoft は運営するポータルサイト「MSN」に米 Yahoo! の検索連動型広告「スポンサードサーチ」を配信することで合意していましたが、5 月より独自の広告配信システムである adCenter の運用を正式に開始し、6 月末をもって「スポンサードサーチ」の配信が停止されました。