

2008年12月16日
アウンコンサルティング株式会社

アウンコンサルティングが選ぶ 2008 年の SEM10 大ニュース 第1位は「Microsoft、Yahoo!買収提案そして撤回」

PCとモバイルにおける多言語(英語・中国語・日本語)での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、2008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。日本国内外にて話題を呼んだ注目ニュースを振り返り、独自の視点で選定いたしました。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業界関連ニュース一覧から、専任コンサルタントを中心とする10名が協議・検討して約40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、2008年1月1日～2008年12月1日の約1年間となっています。また、4年目を迎える今年は、インターネット業界の主要媒体である、インプレスジャパン クリエイティブビジネス編集部/できる編集部、翔泳社 MarkeZine編集部、日経BP社 日経ネットマーケティング編集部(五十音順)、にご協力いただき、2008年の主要SEMニュースについてコメントを頂戴しました。なお、今回の発表は日本語、英語にてお届けします。

発表！2008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 Microsoft、Yahoo!買収提案そして撤回

2008年2月、米Microsoftが発表した米Yahoo!に対する買収提案。検索市場で首位を独走し、オンライン広告市場でも存在感を増すGoogleへの追撃を目的に提案された。しかし、独占禁止法を巡る批判もあり、5月には買収提案を撤回、敵対的買収には動かないことを発表。買収金額で両社折り合いつかず。複数の会社が連携してGoogleに対抗しようという動きは今後も形をかえて可能性がある予想。Google、Yahoo!という二大プレイヤーの一挙一動は、SEM業界はもちろんのこと一般ユーザーにとっても影響は大きく、関心が高かった。今回の一連の出来事を契機として、企業の合従連衡スキームの模索やさまざまな技術革新の萌芽が促進されるだろう。

2位 NTTドコモとGoogleが業務提携、iMenuにGoogle検索を搭載

2008年1月、NTTドコモとGoogleは携帯電話のネット事業で業務提携すると発表し、iモードの検索サービスにGoogleの検索技術と検索連動型広告を採用。各種Googleサービスがiモード端末にて利用可能に。4月、NTTドコモはiMenuを全面リニューアル。iモード公式サイトへの入り口となるポータルサイトiMenuトップ画面にGoogle検索窓を設置。その他、トップ画面でニュースや天気情報の提供が開始。日本のPC検索市場ではYahoo! JAPANが圧倒的なシェアを維持しているが、モバイル検索市場はGoogleが高いシェアを獲得。今後もモバイル検索市場のシェア争いは過熱が予想され、モバイル特有のニーズに応えるサービスの開発や携帯端末の提供に期待。

3位 オーバーチュア、興味関心連動型広告『インタレストマッチ™』提供開始

2008年7月、Yahoo! JAPAN、オーバーチュアは、これまでのウェブコンテンツ解析に加え、現在や過去の閲覧行動などからユーザーの興味・関心を探り、最適な広告を提示できるクリック課金型広告『インタレストマッチ™』を提供開始。表示順位は、入札価格とユーザーの興味・関心との適合度合いを組み合わせで決定。表示する広告は、ページの内容だけでなく、ユーザーの性別、年代、地域などの属性、過去にどういったページを見ているかといった行動結果も加味してマッチング精度を高める。例えば、転職活動中で転職サイトを頻繁に見ている人が、中古自動車サイトを見た際、転職関連の広告が表示されるというもの。

4位 Google、Yahooとの広告提携を白紙撤回

2008年6月、米Googleと米Yahoo!が発表したオンライン広告サービスでの提携合意。11月には提携を白紙撤回。提携案は、米国とカナダのYahoo!検索結果やウェブサイトの一部にGoogleのオンライン広告を表示するというもの。そして、米Microsoftが米Yahoo!買収提案において、敵対的買収も辞さない構えを示した中での防衛策として米Googleが提案したものであった。しかし、米Googleは規制当局や一部広告主の懸念を払拭できないと判断。一方、米Yahoo!は提携を推進すべきと考えており、米Yahoo!側にとって不本意な形で両社の提携が破談になった。Google、Yahoo!、Microsoftの検索サービス3強の攻防は継続の見通し。

5位 Baidu(百度)、中国検索市場シェア60.5%で独走、日本語版が1月23日に本格サービス開始

2008年1月、Baidu(百度)が中国検索市場シェア60.5%を突破。7月には世界の検索市場シェア12.9%でGoogle、Yahoo!に次ぐ第3位の検索エンジンとなった。海外進出第1弾として2006年に日本法人を設立し、2008年1月には日本語版のウェブ、画像、動画、ブログ検索サービスを本格開始。中国では中国語・中国人といったローカル特性を理解したMP3検索や掲示板サービス等で人気を獲得。日本でも、日本語・日本人特有のニーズに応えたローカライズを強調し、『セカンド検索エンジン』としての利用促進を提唱。2008年9月には韓国の検索エンジンNAVER(ネイバー)が日本再上陸し、Yahoo! JAPAN、Googleが2強の日本検索エンジン市場が活性の予感。

6位 オーバーチュア、PC版スponsoredサーチの最低入札価格を変動型に変更

2008年8月、オーバーチュアはPC版の検索連動型広告「sponsoredサーチ」の最低入札価格を変更。最低入札価格が変動する形となり、今まで一律9円(または35円)であった最低入札価格は廃止された。変更後の最低入札価格は、キーワードの価値・重要性、広告品質、入札数、入札価格など複数の要因によって変動する。広告品質が高ければ最低入札価格は1円になる可能性がある。しかし、品質が低いものは、これまでの最低入札価格より高くなってしまいう可能性もあり。そのため、今後はより一層、広告クリエイティブの制作やキーワードの選定、出稿準備、運用管理の手腕が問われることに。

7位 中国の携帯電話ユーザー6億突破 日本総人口の4.7倍に

2008年上半期、中国国内の携帯電話販売量は9,640.3万台、携帯電話ユーザー数は約6億100万人。2008年11月時点の日本の総人口(概算値)1億2770万人の約4.7倍に相当する。中国ネットユーザーの28.9%が過去半年以内に携帯電話を利用してインターネット接続を行っており、携帯電話ネットユーザー数は7305万人に達している。携帯電話を利用したインターネット接続は、中国国内でのインターネット利用者増加の大きな要因となるだろう。携帯電話ユーザーが増加することでインターネットの大衆化を加速する可能性も高い。

8位 Google、新しいFlashインデックスアルゴリズムを開発

2008年6月、米Googleは新しいAdobe Flashインデックスアルゴリズムを開発した。Adobe Flash プレーヤー技術と統合することにより、アルゴリズムのパフォーマンスを向上。この新技術により、Flashメニューやボタン、バナーなどFlashのテキストコンテンツがこれまでよりも適切にインデックスされるようになった。従来以上にFlashコンテンツのクロールと登録が可能に。

9位 Google、ランディングページ読み込み時間を品質スコアの評価対象に

2008年6月、Googleはリンク先ページ(ランディングページ)のロード時間を品質スコアの評価指標に導入。ロード時間が早いランディングページは品質スコアが高く、ロード時間が遅いランディングページは品質スコアが低くなる。

10位 Google、デモグラフィック入札開始 - 性別と年齢もAdWords広告のターゲットに

2008年3月、米Googleは性別や年齢、収入などに応じて入札価格や広告の表示非表示を選択できるデモグラフィック入札を全アドワーズ広告主に開放した。米Googleがユーザープロフィールを把握している一部のコンテンツネットワークに対して配信できる。youtube.com、myspace.com、cnn.com といったネットワークに配信可能。

主要媒体編集部からのコメント(五十音順)

インプレスジャパン クリエイティブビジネス編集部 / できる編集部からのコメント

僭越ながら2008年を振り返ると、検索エンジンの仕組みの理解を踏まえた高度な知識とノウハウが求められる1年だったという印象だ。われわれの編集部においてもこの分野で新刊の刊行と既刊本の重版が相次ぎ、いずれも好調な実績を残すことができた。ユーザーがそれだけ検索エンジンの評価システムの変化に敏感になっているということだろうが、この10大ニュースの顔ぶれからもそれはうかがえる。

品質スコアの導入やスパムフィルタの強化によって、それまで広く人口に膾炙していたスパムまがいのSEO対策や資金力に物を言わせたPPC広告出稿が通用しなくなった。2008年は検索エンジンが「品質スコア」という概念を通じて、その評価基準を“人間ならどう考えるか?”という「人間の感覚」に近づけようとしていることが顕著になった1年ともいえる。

今後は不況によりマス媒体への広告出稿が手控えられるなか、インターネットが広告メディアとしての注目度を増すことは間違いない。SEO/SEMに取り組むにあたっては、“検索エンジンの人間化”の流れを見据えながら、小手先のギミックに頼らないコンテンツの質の強化が求められる。

(インプレスジャパン クリエイティブビジネス編集部編集長 兼 できる編集部 編集長 藤井貴志 氏)

翔泳社 MarkeZine編集部からのコメント

グローバルではYahoo、Google、Microsoftの買収騒動が、国内でもNTTドコモとGoogleの大型提携があるなど技術というよりも企業戦略、業界動向に関する話題が目立った一年だったのかもしれませんが。広告の出稿側としては、3位のインタレストマッチは、やはり気になるところではないでしょうか。国内で開発される新サービスであるという点にも興味が沸きます。

大手検索サービスの動向はWebサイトの作り方にも大きな影響を与えますから、サイト運営の立場からは、8位(ページ読込時間を評価/Google)と9位(Flashインデックス/Google)も見逃せません。軽くてリッチなサイトが増えることで、インターネット体験そのものが楽しくなりそうです。

(翔泳社 MarkeZine編集部 編集長 泉 勝彦 氏)

日経ネットマーケティング編集部からのコメント

日経ネットマーケティングの注目ニュース

「ケータイ市場におけるグーグルvsヤフーの競争激化」

2008年のSEM業界は、「NTTドコモとGoogleが業務提携、iMenuにGoogle検索を搭載」(1月24日発表)のニュースで幕を開けました。KDDIとグーグル、ソフトバンクモバイルとヤフー、携帯事業者と検索エンジンの提携により、ケータイSEM市場は一気に拡大しました。その中で、NTTドコモの提携先は大変注目されていました。この提携によって、市場拡大にさらに弾みがついたといえるでしょう。

一方のヤフー、オーバチュア陣営は、「オーバチュア、興味関心連動型広告『インタレストマッチ(tm)』提供開始」で、CTR(クリック率)が低いと言われていたコンテンツ連動型広告を刷新し、効果向上を目指します。今後、ケータイ向けにも提供される予定です。新しい手法だけに掲載順位決定ロジックの調整や広告主のノウハウ蓄積に時間がかかりそうですが、2009年のケータイSEM市場の起爆剤となる可能性を秘めているといえるでしょう。
(日経BP社 日経ネットマーケティング編集部)

アウンコンサルティング株式会社

[事業内容] PCとモバイルにおける多言語(英語・中国語・日本語)でのSEM(検索エンジンマーケティング)に関するコンサルティング業務

[設立年月日] 1998年6月8日 [本社所在地] 東京都千代田区三崎町2-9-18 TDCビル6F

[代表者] 代表取締役 信太 明 [資本金] 339,576千円

[お問合せ] コミュニケーショングループ 広報担当 直井 章子

[TEL] 03-3239-2890 [MAIL] pr@ auncon.co.jp [会社 URL] http://www.auncon.co.jp