

2005 年 12 月 15 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 2005 年の SEM10 大ニュース 第一位は、「Yahoo! JAPAN のロボット検索優先表示と広告枠拡大！」

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、2005 年に業界で話題を呼んだ注目ニュースを振り返り、SEM 専門のコンサルティング会社ならではの独自の視点で 10 大ニュースを選定しました。

### 発表！2005 年 SEM(検索エンジンマーケティング)業界注目ニュース トップ 10

1 位 Yahoo! JAPAN、ロボット検索を優先表示へ。オーバーチュアの広告表示枠も拡大  
Yahoo! JAPAN を運営するヤフーは 10 月 3 日、ウェブ検索サービス「Yahoo! 検索」をリニューアルし、「Yahoo! Search Technology (YST)」によるロボット検索の結果を優先表示する仕様に変更。同時に、検索連動型広告のオーバーチュア「スポンサードサーチ」の広告表示枠を拡大しました。

2 位 Google がアクセス解析ツール会社の Urchin を買収。Google Analytics を無料で公開  
Google は 3 月 28 日、アクセス解析ソフト「Urchin」の開発元である Urchin Software Corporation の買収を発表。その後、11 月 14 日に「Urchin」をベースにしたアクセス解析ソフト「Google Analytics」を公開し、Google アカウントをもつ全ユーザーに無償提供することを発表しました。

3 位 インターネット広告費が初めてラジオ広告費を抜く - 電通発表  
電通は 2 月 17 日、日本の総広告費と媒体別・業種別広告費を推定した「2004 年(平成 16 年)日本の広告費」を発表。資料によれば、2004 年のインターネット広告費は 53.3%増の 1,814 億円となり、初めてラジオ広告費(1,795 億円)を上回りました。検索連動型広告が「新たな広告の手法として定着し、市場の伸びに大きく貢献した」と評価されています。

4 位 テレビ CM や紙媒体との連動による検索連動型広告のメディアミックスが本格化  
三井不動産販売の「芝浦の島」や日本電気(NEC)の「Nを探せ」に代表されるように、テレビ CM などのマス媒体によって、エンドユーザーにキーワード検索を促す広告手法が流行の兆しを見せつつあります。最近では NTT コミュニケーションズや NTT 番号情報も実施しており、今後この傾向はますます加速するものと思われます。

5 位 Yahoo!モバイルもロボット型検索エンジンを採用  
「Yahoo! JAPAN」を運営するヤフーは 10 月 27 日、Yahoo!モバイルのウェブ検索をリニューアルし、

これまでの人手によるサイトの登録に加えて、日米 Yahoo!の共同開発によるロボット型検索エンジンにより収集された携帯電話向け Web ページも検索の対象に追加したと発表しました。

6位 Google Maps や Google Earth を皮切りに、地図検索が人気に Google が 2月 8日、地図サービス「Google Maps」を公開して以降、Yahoo!や MSN など同様のサービスをリリースしており、注目度が高まっています。現在、地図サービスは、ローカル(地域)検索機能との連動による研究が進んでおり、各社の主導権争いが熾烈になっています。

7位 MSN サーチ、1億ドルをかけて自社開発した検索エンジンに切り替え  
マイクロソフトは 6月 25日、ポータルサイト「MSN」の検索エンジンを inktomi 社製のものから自社開発の「MSN サーチ」に切り替えたと発表しました。従来の検索結果画面と比較して、検索連動型広告(オーバーチュア「スポンサードサーチ」)と一般の検索結果が明確に区別できる表示形式となっています。

8位 モバイル検索に本格化の兆し。先行する Yahoo!、goo に続き Google もサービスイン  
Google は 6月 16日、モバイル向け検索サービス「Google モバイル」版を公開しました。Yahoo!や MSN、goo、Ask.jp といった主要検索ポータルがモバイル向け検索サービスに参入するなか、ついに Google もサービスイン。これによって、モバイル検索市場の盛り上がりとさらなる競争激化は必至の情勢となりました。

9位 Google に続き、Yahoo!と MSN もデスクトップ検索ツールをリリース  
検索はもはや WEB のみでは不十分。ローカル PC 内部のデータも検索したいというユーザーのニーズに、Google は昨年リリースした「Google Desktop Search」版で応えました。この動きに呼応し、Yahoo!や MSN も相次ぎデスクトップ検索ツールをリリース。Google も「Google Desktop Search」をブラッシュアップした「Google Desktop Search 2」を発表しました。

10位 相次ぐ API 公開。Google に対抗し、Yahoo!と MSN がサーチの API を公開  
Google のサーチ API 公開に対抗し、Yahoo!が 3月 1日(日本語版は 12月 2日)、MSN が 9月 13日にサーチの API を開発者向けに公開しました。このことから、API 公開によりユーザーのロイヤルティを高めようとする各社の戦略が垣間見えます。

## 2005 年 SEM 業界注目ニュース トップ 10 まとめと 2006 年の展望

2005 年は、第 3 位や第 4 位のニュースに象徴されるように「検索」という行動がインターネットユーザーにとって身近なものとして定着し、企業のマーケティング活動にとっても見逃せないチャネルであると認識された年でした。第 7 位の「マイクロソフトによる検索エンジンの自社開発」もその動きを見越してのものであり、「より多くの情報の中から適切なページへダイレクトに到達したい」というユーザーニーズの高まりが 1 位の「Yahoo! JAPAN の検索結果表示変更」につながっています。

モバイル検索(第 5 位、第 8 位)やデスクトップ検索(第 9 位)、地図と連動した地域情報検索(ローカル検索、第 6 位)、商品(ショッピング)検索やパーソナライズド検索、コンテンツ連動型広告や行動ターゲティングなど、検索サービスの領域が大きく広がった年でもあり、2006 年に向けてこれらの動向には注目する必要があるようです。

また第 6 位の「地図検索(Google Maps など)」に代表される革新的なユーザーインターフェースの実現や、第 10 位の「各社による検索 API の公開」などにより新しいインターネットの形を模索する動きが加速し、「Web 2.0」の名のもと、ひとつのムーブメントを形成しています。2006 年のインターネットの進化は、ひきつづき Google はじめ検索サービス各社が牽引するものと思われます。

また、各社の技術革新を収益面から支える検索連動型広告は、2006 年もひきつづき順調な伸びを示すものと推測されます。第 2 位「Google による高機能なアクセス解析ツールの無償公開」は Web マーケティングにおける費用対効果への意識をいっそう高めるでしょう。既に成功例も現れたマスメディアとの融合(第 4 位)や、ブログや RSS に掲載されるコンテンツ連動型広告の成長も、検索エンジンマーケティングの新しい世代のあらわれを期待させるものといえます。

(アウンコンサルティング SEM コンサルタント 河田顕治 ・ アナリスト 市川伸一)

## 2005 年 SEM 業界注目ニュース トップ 10 概要

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、コンサルタント十数名が協議・検討して約 50 件のニュースをピックアップ。その後、社内でアンケート形式を実施し、その重要度を計りました。ニュースの対象期間は、2005 年 1 月 1 日～2005 年 12 月 9 日の約 1 年間となっています。

以上

---

### アウンコンサルティング株式会社

代表者 : 代表取締役 信太 明(しだ あきら)

設立 : 1998 年 6 月

資本金 : 338,036 千円

証券コード : 2459 東京証券取引所マザーズ

本社 : 〒101-0061 東京都千代田区三崎町 2-9-18 TDC ビル 6 階

URL : <http://www.auncon.co.jp/>

事業内容 : 「検索エンジンマーケティング(SEM)」に関するコンサルティング業務全般

### 本件に関するお問合せ

担当: 社長室 金子

TEL/03-3239-2868

FAX/03-3239-2838

email: [ir@auncon.co.jp](mailto:ir@ auncon.co.jp)