

今年で発表 10 周年！SEM 総合研究所

2015 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：東京都千代田区、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、2015 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。

2015 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、業界の様々な動向により、認識・理解すべき知識の習得や長期的な戦略と施策の継続性が益々重要になってきていることから、企業の広告・マーケティング担当者をはじめとする関係者にとって目を離すことのできない 1 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、2015 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 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の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。なお、この 10 大ニュースの選定は 2006 年からの恒例で 10 回目の発表となります。

^{*}SEM 総合研究所（サーチエンジンマーケティング総合研究所）：アイレップの R&D 部門として 2004 年 6 月に設立。

2015 年 検索エンジンマーケティング業界 10 大ニュース

■ 検索アルゴリズムに「モバイルフレンドリー」基準を導入

2015 年 4 月 21 日より、Google スマートフォン自然検索順位を決定する際に、「モバイルフレンドリー」という基準が導入されました。スマートフォンの画面で Web ページがきちんと閲覧できるか、リンクをタップできるか等、SEO よりもユーザーエクスペリエンスの範疇に関わるものでしたが、検索順位に影響することと 4 月 21 日導入という事前アナウンスがあったことで、大きな話題となりました。同日以後、ほとんど話題にならなかったという意味でも 2015 年の大きなニュースの 1 つといってもよいでしょう。

■ Micro-Moments（マイクロモーメント）

スマートフォンの普及に伴って私たち生活者の行動も大きく変わりました。日常生活の中で「何かをしたい」と思った時に、パソコンではなくていつも手元にあるモバイル端末の画面にアクセスするようになりました。この行動変化を Google が定義した言葉が「Micro-Moments」（マイクロ・モーメント）です。スマホ時代における Web マーケティングを考えるうえで、理解しておきたい概念といえるでしょう。

■ Chrome、重要なプラグインコンテンツを検出して実行を標準化

Google のブラウザ Chrome が 2015 年 9 月にリリースした Chrome 45 より、重要なプラグインコンテンツを検出して実行が標準化されました。Flash 広告の多くが自動再生されなくなるということで、大きな注目を集めました。

■ ハッキングスパム対策アルゴリズムの導入

近年、不正なハッキングによるスパムが増加していることを受け、Google が対策を講じ始めました。特に自然検索結果の品質に著しく影響を与えていたブランドやアクセサリと通販系クエリの掛け合わせにおいて、不正なスパムサイトが表示されないような対策が実施されました。しかしフィルタリングが強すぎたために、正規の通販サイトの多くも自然検索結果に全く表示されなくなる事象が一時的に発生し、一部の通販サイトが現在も影響を受けています。

■ Yahoo!検索、SSL 暗号化を実施

Yahoo!検索が 2015 年 8 月より、セキュリティ向上を目的とした検索の通信暗号化を段階的に開始しました。この影響により、一足先に検索に SSL を導入した Google 同様、Web 解析などで来訪者が使用した検索クエリが参照できないようになりました。現在の SEO は検索クエリ単位ではなく、クエリインテントのグルーピング単位での対策に移行しており、実質的な影響は軽微ではないでしょうか。

■ Google、AJAX クローリングスキームを変更

2009 年に Google が発表した AJAX のクローリングスキームが変更になりました。従来の方法は非推奨とされました。Google のレンダリング技術が進化したことが背景にあります。今後はプログレッシブ・エンハンスメントに準拠した Web サイトを構築することで、Google にインデックスされるようになります。

■ アプリ検索の課題を解決する、App Indexing を推進

アプリのコンテンツをキーワードで検索できるようにする技術は、同ビジネスにかかわるどの企業にとっても大きな課題の 1 つです。Google は今年、App Indexing を推進し、スマートフォン検索利用者が Web もアプリも従来通りの検索方法でスムーズに探し出せるような方法を提供してきました。自社の Android だけでなく、iOS 向けにも徐々に App Indexing を展開してきています。アプリのストリーミング配信やアプリ単体のインデックスなど新しい試みも、特にアプリ中心にビジネスを展開し検索流入が大切な企業にとって、Google の動向に目が離せません。

■ 「候補の表示」から「回答の表示」が加速 Google ダイレクトアンサー

スマートフォンからの検索回数が大きく伸びる今、検索機能の拡張がスマートフォンニーズに基づいたものになってきています。昨年、今年と特に顕著なのが、検索クエリに対して（回答候補の）リンクではなく、回答を直接、検索結果画面に表示するアンサーの充実でしょう。用語の説明などを表示する「フィーチャードスニペット」や人物や企業、観光スポットなどについて詳しく表示する「ナレッジボックス」など、リンクをクリックしなくても欲しかった情報が得られるケースが増えてきました。Micro-Moments による「今すぐ知りたい」ニーズを反映しているといえるでしょう。

■ Twitter、Google と再びデータ提供に合意

2015 年 2 月、Twitter はリアルタイムでのツイートデータ (Firehose) の提供についての合意と発表しました。もともと 2009 年から 2011 年まで提携していた両社ですが、契約更新に至らなかったために当時提供していた Google リアルタイム検索も提供中止となっていました。5 月にはスマートフォンとタブレット検索に、8 月にはデスクトップ検索の検索結果画面にクエリと関連性が高いツイートが表示されるようになっていきます。

■ インターネット広告における「インプレッション効果」が新たに指標化へ

いままでインターネット広告の効果としてはクリックやコンバージョンに注目しがちでしたが、新たにインプレッション効果など「視聴」に注目が集まり始めました。インプレッション効果は企業の認知やブランドイメージなどが指標となり、事前に広告効果の標準的な目安を把握できる上、広告出稿後におこなう効果調査においても、比較対象として考察の材料にできると期待されています。

■株式会社アイレップ について

アイレップは広告主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」です。デジタル領域における、リスティング広告、運用型ディスプレイ広告、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、多様化する広告手法やデバイスに対応した質の高い専門サービスをワンストップで提供し、企業価値の向上に努めます。

—— 会社概要 ——

【社名】：株式会社アイレップ

【所在地】：東京都千代田区永田町2丁目11番1号 山王パークタワー7F

【URL】：<http://www.irep.co.jp/>

【代表者】：紺野俊介

【設立年月】：1997年11月

【資本金】：5億5,039万円（2015年9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（PC／モバイル／スマートデバイス）
- ・運用型ディスプレイ広告
- ・ソーシャルメディアマーケティング
- ・アフェ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（総合住宅展示場） <http://www.jutakutenjijo.com/>

【記事転載・引用等に関する問い合わせ先】

●株式会社アイレップ

TEL：03-3596-8050 FAX：03-3596-8145

【報道関係問い合わせ先】 広報担当 E-MAIL：pr@irep.co.jp

【弊社サービス内容に関する問い合わせ先】 E-MAIL：contact@irep.co.jp