

平成 19 年 11 月 29 日

株式会社アイレップ（証券コード：2132）

代表取締役社長 高山雅行

報道関係者各位
プレスリリース

アイレップと YICHA、モバイル検索の利用実態に関する共同調査を実施

【調査サマリー】

1. 「着うた」は圧倒的な検索数、旅行関連のキーワード検索数が飛躍的伸び
2. 「画像検索」「動画検索」・・・、モバイルでの専門検索の利用頻度は 10 回に 6 回
3. モバイルでは、約 85%が“1 語検索”
4. 1 日の検索数が 10 回以内のキーワードが約 85%

株式会社アイレップ（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：高山雅行）と株式会社 YICHA（本社：東京都千代田区、代表取締役：入江将広）は消費者のモバイル検索の利用実態に関する調査を共同で実施いたしました。

* * *

【YICHA について】

株式会社 YICHA は、中国市場において、圧倒的なシェアを確立している、中国 NO.1 のモバイル検索エンジン開発会社です。独自の高い技術力とアルゴリズムを駆使し、日本では 2006 年 9 月に完全ロボット型の検索サービスをスタート。DoCoMo の i メニューの検索リンクパートナーをはじめ、R-25、livedoor、infoseek、Excite、Ask などの大手ポータルサイト及び約 9000 サイトへ検索窓の提供及び技術供与を行っている、今最も注目されているモバイル企業です。

今回の調査では、YICHA が保有する消費者のモバイル検索利用に関するデータを、日本最先端の検索エンジンマーケティングのノウハウ・情報を有するアイレップが分析し、インターネットマーケティング事業部長 紺野俊介がモバイル検索の現状及び今後の可能性について考察を述べています。

【モバイル検索利用実態 調査結果】

■調査結果 1： 2007 年 10 月 YICHA 検索キーワード ベスト 50

～「着うた」は圧倒的な検索数、旅行関連のキーワード検索数が飛躍的伸び

1 着うた	11 芸能ニュース	21 スポーツ	31 ドラマ	41 ゲーム
2 画像	12 真女神転生	22 攻略	32 旅行	42 モバゲー攻略
3 歌詞	13 脳内メーカー	23 ゼロの使い魔	33 小説	43 ご当地ラーメン
4 ブログ	14 レビュー	24 2ちゃんねる	34 無料ゲーム	44 リア・ディゾン
5 動画	15 ペン回し	25 ドラフト	35 タレント	45 プロフ
6 映画	16 心霊	26 掲示板	36 体内メーカー	46 大塚愛
7 恋空	17 メイプルストーリー	27 スイーツ	37 ファッション	47 秋ドラマ
8 YouTube	18 読書感想文	28 デコメ	38 お酒	48 ストリーミング
9 すべらない話	19 アニメ	29 TUBE	39 蒼井そら	49 沢尻エリカ
10 グルメ	20 情報商材	30 お宝	40 コスプレ	50 都市伝説

※ 調査対象サイト：YICHA「サイト検索」(パートナーサイト含む)

※ 調査対象期間：2007年10月1日～2007年10月31日

□「着うた」は圧倒的な検索数

キーワード「着うた」は、YICHAにおいて圧倒的な検索数を誇っているが、これはオーバーチュア社が提供するモバイル検索の表示回数(同社が提供するAPIより取得)(*)においても同様の結果となっている。人気キーワードである「ブログ」「動画」の月間表示回数が約775万回程度であるのに対し、「着うた」の表示回数は約5822万回だ。この「着うた」というキーワードだが、EZwebのポータルトップから検索をすると、EZweb公式サイトのみがヒットするような仕組みとなっている。着うた公式サイトの検索結果における競争激化はますます進んでいくことだろう。

(*)オーバーチュア社が提供するモバイル検索の表示回数：同社が提供するAPIよりアイレップ独自のシステムで取得。月間表示回数数値は、2007年11月16日時点の取得データからの予測値。

□「You Tube」はモバイルでも検索される

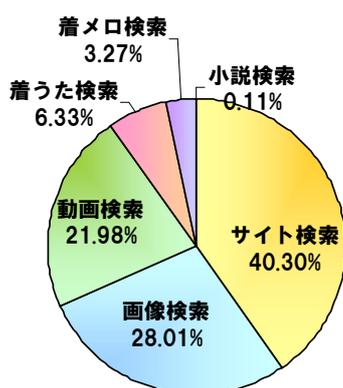
PCにおける検索ワードランキングの上位でよく目にする「You Tube」だが、YICHAの検索キーワードランキングにおいても30位以内にランクインしている。オーバーチュア社が提供するAPIでモバイル検索の表示回数を調べてみても、月間約18万回と比較的多く検索されていることがわかる。しかし、You Tubeのモバイル版は再生環境など利用条件も多いため、まだそれほど普及しておらず、「You Tube」とモバイルで検索をしても現時点でオフィシャルサイトはヒットしない。このようなケースでは、オフィシャルサイトの代わりにWikiやメディアサイトがヒットしていれば問題ないが、もしもブランドの印象を損ねるような掲示板や個人サイトがヒットしていたら、それが抱えるリスクは小さいものではない。企業名や自社サービス名で検索をしたときのモバイル検索結果は必ずモニタリングをしておくべきだ。

□「旅行」業界のモバイルSEM展開に注目

YICHAのランキングでは、32位となっている「旅行」というキーワードは、オーバーチュア社が提供するAPIでモバイル検索の表示回数を調べてみると、約1210万回という膨大な数値となっている。「ゲーム」(約1196万回)とほぼ同等、「映画」(約510万回)の約2倍の検索数である。検索数上位のほとんどがエンターテインメント系のキーワードであるが、旅行をはじめとしたいくつかの業界で、モバイルによる情報検索が進んでいることがうかがえる。「格安 航空券」「ホテル」などの検索数も非常に多く、今後の旅行業界のモバイルSEM展開に注目したい。

■調査結果2：モバイルパーティカル検索の利用比率調査 (提供：YICHA)

～「画像検索」「動画検索」…、モバイルでの専門検索の利用頻度は10回に6回



ここでは、モバイルのパーティカル検索(専門検索)とPCのパーティカル検索の利用動向から今後のモバイルパーティカル検索の可能性について考えてみる。PC Googleを見ても、画像検索・ニュース検索などのパーティカル検索へ移動するには、検索ボックス上部のタブをクリックする必要がある。このクリック率は数%程度と言われており、PCでのパーティカル検索の利用率はまだまだ低いことが想定される。一方、今回のYICHAモバイルパーティ

カル検索の利用比率調査を見ると、10回に4回はサイト検索が利用されるが、残りの6回はパーティカル検索が利用されていることがわかる。モバイルの小さな画面上で「即時に欲しい情報を得たい」というモバイル検索ユーザーの特徴が現れていると言えるだろう。

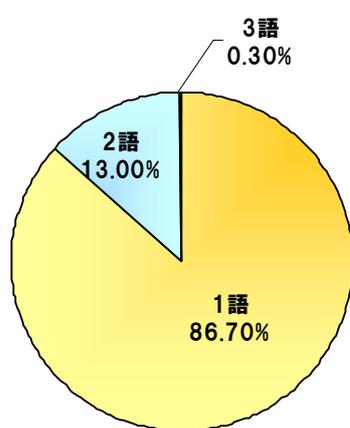
このようなユーザー特性を踏まえ、YICHAでは検索ボタンの隣にどのパーティカル検索を利用するかを選択できるプルダウンメニューを配置しているが、Googleでは「ユニバーサル検索」というアプローチでユーザーの検索体験を向上させている。例えば、「ICHIRO」と検索をすれば、イチロー選手の画像、ニュース、Web検索の結果が検索結果画面上に一度に表示される。また、映画名で検索をすると、上映施設情報が表示されるなど、検索クエリーに応じて検索結果をダイナミックに変化させている。「答えの候補」ではなく、ダイレクトな「答え」を表示できるパーティカル検索は、モバイル検索分野においてさらに進化していくこととなるだろう。

※ 調査対象サイト：YICHA(パートナーサイト含む)

※ 調査対象期間：2007年9月1日～2007年9月30日

■調査結果3：検索キーワードの掛け合わせ語数調査（提供：YICHA）

～モバイルでは、約85%が“1語検索”



PC検索においては、ロングテール化が進み、多くのユーザーが2語以上の組み合わせワードで検索をしていると言われていたが、今回の調査でモバイル検索の場合、85%以上の検索キーワードが1語検索であることがわかった。原因としては、以下の3点が考えられる。

1. PCのキーボードと比較した場合の、文字打ち込みの操作性の低さ
2. モバイル検索ユーザーと、PC検索ユーザーのリテラシーの違い
3. 複数語で検索をした場合の検索体験が向上していない（検索結果の精度が高くない）

上記3点が向上するに従って、掛け合わせ語数の傾向にも変化が生じてくるだろう。

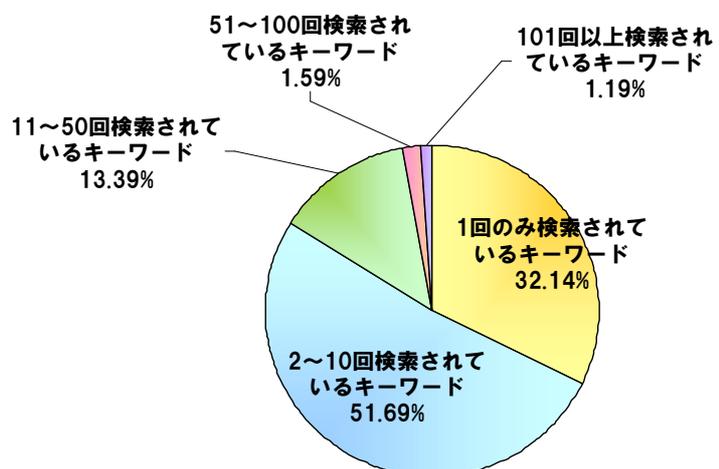
※ 調査対象サイト：YICHA「サイト検索」（パートナーサイト含む）

※ 調査対象期間：2007年9月1日～2007年9月30日

■調査結果4：検索キーワードバリエーション調査（提供：YICHA）

～1日の検索数が10回以内のキーワードが約85%

検索キーワードの掛け合わせ語数調査では、1語検索が多く、PCほど掛け合わせ語でのロングテール化は進んでいないと解説したが、検索キーワードバリエーション調査を見ると、ビッグキーワードばかりが検索されているわけではないことがわかる。YICHAでは、1日に101回以上検索されるようなビッグキーワードは、全体の1.2%しかない。逆に、1日の検索数が10回以内のキーワー



ドが約 85%を占めており、キーワードバリエーション自体は、かなりロングテール化されていると考えて良いだろう。企業のマーケティング担当者は、モバイルにおいても 1 日に数回しか検索されないキーワード数は膨大で、その中にビジネスに繋がるキーワードが含まれている可能性があることを意識してモバイル SEM 戦略を立てていくべきだ。

※ 調査対象サイト：YICHA「サイト検索」(パートナーサイト含む)

※ 調査対象期間：2007 年 10 月 25 日 (1 日間)

以上

■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) 専門企業 (※1) として日本トップの売上高実績 (※2) を持つ、SEM サービスのリーディングカンパニーです。検索連動型広告、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ご提供しております。日本最先端の SEM のノウハウ・情報を有するアイレップでは、今後も有益な最新情報を継続的に提供して参ります。

(※1)SEM 専門の定義=リスティング広告、SEO 等の SEM サービス売上が全体売上の 70%以上の事業者

(※2)2006 年 7-9 月、2006 年 10-12 月の売上高ベースによる当社推定

アイレップの SEM サービスサイト

<http://www.sem-irep.jp/>

—— アイレップ会社概要 ——

【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 青山東急ビル 7F

【URL】 : <http://www.irep.co.jp/>

【代表者】 : 高山雅行

【設立年月】: 1997 年 11 月

【資本金】 : 5 億 3,014 万円(2007 年 9 月末現在)

【事業内容】:

- ・検索エンジンマーケティング事業 <http://www.sem-irep.jp/>
(SEO サービス、検索連動型広告、Web 解析、LPO サービス等)
 - ・インターネット広告代理業 (バナー広告、メール広告、オプトインメール等)
 - ・シニアマーケティング事業 <http://www.i-care.jp/> (株式会社あいけあ)
- 有料老人ホーム紹介、介護業界特化型人材紹介サービス等

【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 毛利 E-MAIL: pr@irep.co.jp

【サービス内容に関するお問合せ先】 サービス担当 紺野 E-MAIL: contact@irep.co.jp

—— YICHA 会社概要 ——

【社名】 : 株式会社 YICHA

【所在地】 : 東京都千代田区飯田橋 3 丁目 11 番 20 号 SP ビル 7F

【URL】 : <http://www.yicha.co.jp>

【代表者】 : 入江 将広

【設立年月】 : 2006年6月

【資本金】 : 4億9,125万円(2007年9月末現在)

【事業内容】 :

- ・サーチエンジン事業
- ・コンテンツメディア事業
- ・ポータルメディア事業
- ・電子商取引事業 等

【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 YICHA

TEL : 03-3511-9988 FAX : 03-3511-9997

【報道関係お問合せ先】 担当 福島 E-MAIL: pr@yicha.co.jp

【サービス内容に関するお問合せ先】 担当 福島 E-MAIL: info@yicha.co.jp