

企業向けビジネスソリューション

BIGLOBE サーチ Attayo と検索広告ビジネス

BIGLOBE Search " Attayo " and Its Ad Business

須川 肇*
Hajime Sugawa古川 裕子*
Hiroko Furukawa高野 元*
Hajime Takano神場 知成*
Tomonari Kamba

要 旨

インターネット上の情報を探し出すために検索サービスは不可欠なものです。當時接続のブロードバンド環境が広まるにつれ利用者の検索ニーズは高まり、重要度が増しています。

本稿ではBIGLOBE サーチ Attayo のビジネスを中心に、検索エンジンの現状と今後について述べます。

Internet Search Service has become an indispensable tool to investigate a variety of information on the Internet. It is becoming more and more important with the spread of broadband infrastructure.

This paper describes a business outline of BIGLOBE Search "Attayo" and its future direction.

1. まえがき

検索サービスは、インターネット利用において、メールに次いでよく使われているサービスです。また、Webサイトへのアクセスの約80%が検索エンジンからといわれております。BIGLOBEでは、こうしたユーザニーズに応える検索サービスとして、「BIGLOBE サーチ Attayo」(あつたよ、以下Attayo)を運営しています。

本稿では、まず検索サービスを取り巻く環境を概観し、検索広告ビジネスの状況とAttayoでの対応について紹介します。次に、Attayoのサービス構成とアライアンス状況、ならびにシステム構築技術、より多くの利用者に使っていただくための各種プロモーションについて紹介します。最後に、BIGLOBE サーチと検索広告ビジネスの今後の展望について述べます。

2. 検索サービスを取り巻く状況

本章では、検索エンジン**の開発と供給、検索広告の市場動向、ならびにこれに対するBIGLOBEの対応について述べます。

2.1 検索エンジンの状況

検索エンジンの開発・運営には、高度な検索技術開発に加えて、大量の検索アクセスをさばく膨大な数のサーバと大容量のネットワークという膨大な投資が必要です。この問題に対し、検索サービス各社の対応は、自社で検索エンジンを運営して他社にもOEM提供する自社開発型サービス(Google, Yahoo!など)と、自社開発型企業からOEM提供を受けるアライアンス型サービス(BIGLOBE, goo, Exciteなど)に分かれています。

2.2 検索連動型広告の状況

従来のバナー形式の広告に対して、検索サービスの特長を生かした広告が、検索連動型広告です。これは、利用者が入力したキーワードに連動してバナーまたはテキスト広告を表示するもので、従来のインターネット広告に比べて利用者の反応率(クリック率***、コンバージョン率†)が高いため、費用対効果が高いものとなっています。北米では2000年ごろから成長を開始しましたが、日本国内でも2002年の後半から急速に市場が拡大し、各社の検索サービス事業を支える原動力となっています。検索連動型広告のポイントは、検索サービス各社を束ねて(広告シンジケーションと呼ばれる)広告配信をすることにあります。したがって、現在では検索エンジンをOEM提供している2社のサービス(Yahoo, Inc の100%子会社であるOverture, Google, Inc.のAdSense for Search††)が大きな市場シェアを占めています。

2.3 検索業界地図とBIGLOBEの対応

2004年9月現在、主要な検索サービス構成は表のようになっています。

* BIGLOBE ビジネス事業部

BIGLOBE Business Services Division

** 本稿では、「検索サービス」はユーザインターフェースやビジネスモデルも含んだ広義のサービスを指し、一方「検索エンジン」は利用者の検索要求に応えて検索を実行するシステム技術を指すこととして、両者を区別しています。

*** 表示された回数のうち、実際に利用者がクリックした回数の割合。

† サイト訪問者数に対して実際に取引に結びついた人の割合。

†† コンテンツページに、その内容に近い広告を掲載する、コンテンツマッチ広告も出現している。

表 検索業界地図
Table Internet search business.

サイト名	検索エンジン	検索広告
BIGLOBE	Google	AdSense
Google	Google	AdSense
Yahoo! Japan	YST*	Overture
@nifty	Google	AdSense
MSN	YST	Overture
Excite	Google	AdSense

90年代後半は、各社とも自社単独で検索エンジン開発や広告ビジネスに取り組んできましたが、2000年以降は段階的に前述のような構造に変化してきました。

BIGLOBEでも、90年代後半はNEC独自技術を用いたサービス開発・運営に取り組んできました。その経験を生かし、2000年に検索エンジンとしてGoogleを、また2002年にGoogle AdWordsを、いずれも国内で最初に採用し、現在では各社が採用しているアライアンス型サービス形態に先鞭をつけて、現在に至っています。

3. BIGLOBE サーチ Attayo のサービス

Attayoは単なるWeb検索だけでなく、様々なユーザニーズに応える検索機能を用意しています。本章では、Attayoのサービス機能を紹介します。

3.1 Webページ検索

Webページ検索は、インターネットでの情報検索で最も頻繁に利用される機能であり、また検索連動型広告の掲載による収益を生み出す場所です。BIGLOBEでは、ビジネスとユーザビリティのバランスを考慮して、1) 広告エリア、2) 自社プロモーションエリア、3) 検索結果エリアの3つのエリアに分けてWeb検索ページを構成しています(図1)。検索サービスを利用者に継続利用してもらうためには、検索結果の品質(納得性、網羅性、安定性)を追求する必要がありますが、BIGLOBEではこの点で3つの世界一を実

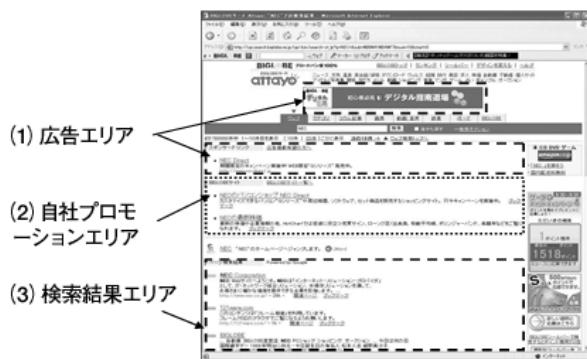


図1 検索結果ページ
Fig.1 Search result page.

* Yahoo, Inc.が、買収したInktomi社、AltaVista社、FastSearch社のエンジンを元に独自開発。

現しているGoogle社とアライアンスを行っています。ここでいう3つの世界一とは、①検索結果の利用満足度が最も高い、②検索対象ページ数が最も多く、網羅性がある、③Linuxクラスタの規模が最も大きいためにサービスの安定性が高い、を指しています。Webページ検索機能の実現に当たり、検索エンジン部分はGoogle社¹⁾の検索結果をASP利用していますが、その他各種情報の統合を含むサービス提供は、BIGLOBEの独自技術とサーバホスティングで実現しています。

3.2 カテゴリ検索

Webページ検索では何をキーワードとして入れればよいのか分からぬ初心者や、関連サイトを網羅的に調べたい利用者のニーズに応えるサービスが、カテゴリ検索です。カテゴリ検索の実現には、インターネット上の利用ニーズに合わせて構築したディレクトリ構造と、各カテゴリにふさわしいサイトを選択するための、人手によるディレクトリデータ作成作業が必要です。Attayoでは、このディレクトリデータの作成でJリスティング社²⁾と提携しており、またNEC独自の検索技術と組み合わせることでカテゴリ検索を提供しています(図2)。

3.3 画像・動画音声検索

PCの性能が向上するとともに、ADSLやFTTHといったブロードバンド環境の普及により、インターネット上でも画像や動画、音声などのリッチメディアコンテンツを探したいというニーズが増えてきました。これに応えるために、Attayoでは画像・動画・音声の3メディアに対応した検索機能を提供しています。画像検索はGoogle社との提携により、動画・音声検索はNHN JAPAN社³⁾との提携により実現しています。

3.4 コラム検索

上記の検索機能はWebサイト上の情報が検索対象であり、必ずしも利用者が知りたい情報を直接提供できるわけではありません。Attayoでは、専門の知識や経験を持ったエキスパートが編集したコラム記事を提供し、検索できるようにしています。本サービスは(株)オールアバウト⁴⁾との提携により実現しています。コラム検索では、キーワード

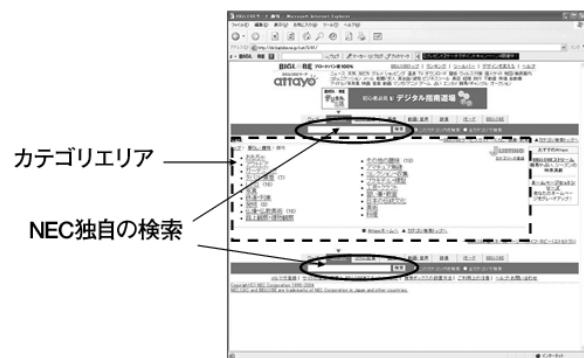


図2 カテゴリ検索サービス
Fig.2 Category Search Service.

検索でコラム記事を探したり、カテゴリをたどって興味あるコラム記事を探したりすることができます。

3.5 辞書検索

インターネット上のサイト情報だけではなく、未知の言葉や英単語など「ことば」の意味を知りたい、というニーズに応えて、三省堂の英和、和英、国語辞書検索を提供しています。Attayoでは、1回のキーワード入力で英和・和英・国語辞書を同時に検索する機能を提供して、利用者の利便性向上を図っています。

3.6 携帯電話向け検索

AttayoではPC向けの検索サービスに加えて、「Attayo ケイタイ」としてiモードページに対応した検索機能を提供しています。Attayo ケイタイは、NEC独自技術を用いて、携帯電話でも使いやすいユーザインターフェースを備えた、国内の最大級（100万ページ超）のiモードページ検索を提供しています⁵⁾。

3.7 NEC独自のインテグレーションと運用

上述のようにAttayoは、多数のアライアンスパートナとの連携と、独自サービスの組合せで構成されています。また、一日当たり約500万PVという膨大なアクセスを処理するために、数十台のサーバで運用し、365日×24時間ノンストップ運用を実現しています。こうした高度なインテグレーションは、NECが長年培ってきたインターネットならびに情報検索に関する研究開発の蓄積や、BIGLOBEサービス運用の技術蓄積があつてはじめて実現できるものです。

4. BIGLOBE サーチAttayoにおける広告ビジネス

Attayoはその媒体力を生かして、インターネット広告市場で急成長している検索連動型広告を掲載することでビジネス運営しています。本章では、Attayoの媒体力と検索連動型広告の仕組み、ならびにBIGLOBEでの活用について説明します。

4.1 媒体力

Attayoは、1日約500万アクセスを誇る、国内有数の検索サービスの1つです。そのアクセスの約60%がBIGLOBEトップページからの利用であるため、BIGLOBE会員の利用がベースになっているサイトといえますが、第5章で説明するプロモーション活動により、BIGLOBE外からの利用者も着実に増加しています。インターネット白書2004⁶⁾のアンケート調査によれば、利用している検索エンジンとして挙げた利用者は全体の12.3%で、最もよく使う検索エンジンとしては、Yahoo, Google, MSNに次いで4位となっています。

4.2 検索連動型広告

第3章第1節で述べたように、AttayoはWebページ検索面における検索連動型広告掲載を中心とした広告ビジネスを展開しています。検索連動型広告は、後述のようにいくつかの販売チャネルでクライアントを獲得した物をインテグレーションしています。

- 1) キーワード連動バナー広告:自社商品（BIGLOBEの広告販売総代理店であるサイバーウィング社経由での販売）
- 2) キーワード連動テキスト広告:自社商品（同上）
- 3) Google AdSense for Search（通称アドワーズ、Google社経由の販売）

4) Jアドレスティング（Jリストティング社経由の販売）
検索連動型広告において、その売上は次の式で表すことができます。すなわち、

$$\text{売上} = \text{検索回数} \times \text{WCR} \times \text{CTR} \times \text{CPC}$$

WCR: Word Cover Ratio（ワードカバー率*）

CTR: Click Through Rate（広告のクリック率）

CPC: Cost Per Click（クリック当たりの広告単価）

となります。したがって、売り上げを伸ばすためには、上記4つのパラメータをそれぞれ増やせば良いことになります。検索回数を増やすために、Attayoでは様々なプロモーションを行っています（第5章で詳述）。また、利用者の興味にあった広告テキストを分かりやすく表示することは、利用者の共感を得られてクリックが増えるため、CTRの向上につながります。一方、WCRとCPCは、販売チャネル側の努力となります。WCRは、広告の販売状況を示し（たくさん売れればたくさん表示される）、CPCは人気のあるキーワードをより高い値段で販売するということになります。

4.3 検索キーワードにおけるトレンド分析

Attayoでは検索されるキーワードを毎週集計し、定期的にランキングページ⁷⁾に発表しています。人気キーワードの動向を把握することで検索広告の在庫（キーワード）を適正に管理、販売することができます。キーワードの季節変動や流行データを、マーケティングやBIGLOBEのサービス編成に活用しています。

4.4 BIGLOBE リンク

Attayoでは検索キーワードに連動してBIGLOBE関連サイトやコンテンツを紹介するBIGLOBEリンクも提供しています。本機能は、Attayoの利用者をBIGLOBE各サイトへ誘導することにより、広告ビジネスやコンテンツ販売などの売上にも貢献しています。

5. BIGLOBE サーチのプロモーション施策

第4章第1節で述べたように、Attayoの利用者の中心はBIGLOBEトップを訪れるBIGLOBE会員です。しかし、その利用者をBIGLOBE内外に拡大するために、様々なプロモーション施策を実行しています。本章では、その代表的なものを説明します。

5.1 BIGLOBE ツールバー

BIGLOBEツールバーは、Internet Explorer（以下、IE）に組み込まれて、IEの一機能として動作するソフトウェアです。主要な機能として、Attayoの検索ボックス、天気、占い、ブログ、BIGLOBEサービスへのショートカットメ

* 検索されるキーワード全体の中で、広告が表示されるキーワードの割合。



図3 BIGLOBE ツールバー
Fig.3 BIGLOBE Toolbar.



図4 デスクトップ設置の例
Fig.4 Desktop Placement of BIGLOBE Toolbar.

ニューを提供しています(図3)。

利用者がどのページを見ても、IEから直接AttayoやBIGLOBEの各サービスが呼び出せる便利なツールです。また、現在配布しているバージョンでは、デスクトップに常駐させたり(図4(a))、Windowsのタスクバーに組み込む(図4(b))など、Windowsのデスクトップからダイレクトに、AttayoやBIGLOBE各サービスをご利用いただけるようになっています。

本ツールバーは、サーチ上のキャンペーンで利用促進を図るだけでなく、NECのPCでもバンドル配布しており、集客に大きく貢献しています。

5.2 IE サーチペイン

IEの検索ボタンを押した際に、左側に表示される検索用の小窓にAttayoを掲載しています。この機能により、普段はBIGLOBEを利用することのない利用者にも、特に意識せずにBIGLOBEの機能をご利用いただくことができます。

5.3 ASP 提供

Attayoのサービス運営で培ったノウハウを、ASP提供しています。NECのホームページ(<http://www.nec.co.jp/>)では、Googleの検索エンジンを利用したサイト内検索をASPで提供しています。また、オールアバウト社のサイトでは、NEC製の検索エンジンでコラム検索を提供しています。これらのASP提供サイトからは、インターネット検索はAttayoに引き継ぐ連携を行い、新規利用者の獲得に効果を上げています。

6. むすび

検索業界は非常に変化の激しい業界であり、その技術革新や勢力地図も常に変化しています。また、数ヵ月後に日本に波及するために、米国の動きを見ておくことが非常に大切です。こうした環境下で、BIGLOBEでは利用者の視点に立ってサービスを企画し、隨時ベストパートナと提携した上で、NECのインテグレーション力を用いてサービス提供しています。このため、Attayoは2000年11月のサービス開始以来、アクセス数が10倍以上となる成長を遂げています。また、ビジネス的には、検索連動型広告の市場拡大に伴い、継続的な成長が見込めます。

BIGLOBEでは、今後も継続して検索サービスならびにビジネスの拡大に努力していきます。最後に、本サービスの企画・開発・運用にご協力いただいている、関係各位に深く感謝いたします。

参考文献

- 1) グーグル(株) ; <http://www.google.co.jp/>
- 2) ジェイ・リスティング(株) ; <http://www.jlisting.jp/>
- 3) NHN Japan(株) ; <http://www.naver.co.jp/>
- 4) 株オールアバウト ; <http://www.allabout.co.jp/>
- 5) 高野ほか ; 『インターネット検索サービス「BIGLOBE サーチ Attayo』』, pp.25-31, NEC技報, Vol.54 No.12, 2001-12.
- 6) インプレス ; 『インターネット白書2004』, pp.118, 2004.
- 7) Attayo ランキングページ ; <http://search.BIGLOBE.ne.jp/ranking.html>

筆者紹介



Hajime Sugawa
須川 はじめ
1995年、NEC入社。現在、BIGLOBE 事業本部 BIGLOBE ビジネス事業部主任。



Hiroko Furukawa
古川 裕子
1999年、NEC入社。現在、BIGLOBE 事業本部 BIGLOBE ビジネス事業部勤務。



Hajime Takano
高野 元
1990年、NEC入社。現在、BIGLOBE 事業本部 BIGLOBE ビジネス事業部マネージャー。



Tomonari Kamba
神場 知成
1986年、NEC入社。現在、BIGLOBE 事業本部 BIGLOBE ビジネス事業部グループマネージャー。