
本リリースは株式会社セラン、株式会社フラクタリストの共同リリースです。重複して配信される場合がございますがあらかじめご了承ください。

報道関係各位

2007年6月27日

株式会社セラン

代表取締役社長 佐々木 孝司

株式会社フラクタリスト

代表取締役社長 田中祐介

(証券コード：3821 名証セントレックス)

～モバイル検索エンジン利用とモバイル SEO に関する調査レポート～
検索経由アクセスの割合は平均 40.4%。
最も検索されやすいのは 4 文字のキーワード。予測変換機能の影響も。
モバイル SEO には着地ページの改善が重要。

株式会社セラン（本社：東京都台東区、代表取締役社長：佐々木孝司）と、株式会社フラクタリスト（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：田中 祐介）は共同で、セラン社が提供するモバイルサイト向けログ解析サービス『MOBYLOG（以下、モビログ）』のデータからモバイル検索エンジンの利用とモバイル SEO への影響に関する調査を行った。

【調査対象】

サンプルサイト数：17

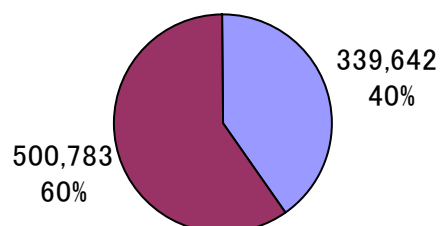
[サイト内訳：公式サイト 11（エンタメ系 3、情報系 2、教育系、人材系 3、コマース系、金融系 2）
一般サイト 6（エンタメ系、ポータル系 2、人材系、コマース系 2）]

サンプルアクセス数：840,425 回

対象期間：5月1日～5月31日

【調査結果概要】

- オーガニック検索経由アクセスの割合は平均40.4%。
コンバージョン率は平均1.2%で、リスティング広告（平均4.7%）の約4分の1。
検索結果からの着地ページ改善が重要。



■ オーガニック検索経由アクセス ■ その他からのアクセス

[リファラデータの取れるユニークアクセス数に占める検索経由アクセスの割合 N=840,425]

昨年の7月にauがGoogleをezwebに導入して以来、モバイルユーザーの検索エンジン利用が一般化してきている。対象17サイトのユニークアクセス数合計（N=840,425）のうち、約40%の約34万回がオーガニック検索経由のアクセスとなっている。

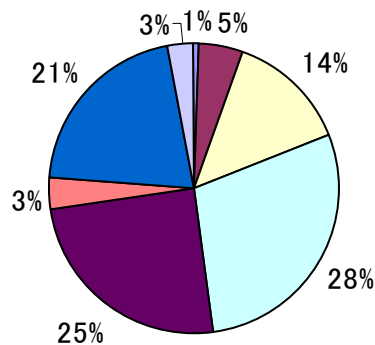
対象サイトのうち、リスティング広告の効果測定を行っている6サイト（公式3、一般3 N=390,375）に関してオーガニック検索経由、リスティング広告経由のコンバージョン率（以下、CVR）に関して調べたところ、1つのサイトを除き全てのサイトにおいてリスティング広告のCVRがオーガニック検索のCVRを上回っていることがわかった。また、対象6サイトのオーガニック検索経由のCVRは平均約1.2%、リスティング広告経由のCVRは平均約4.7%であり、オーガニック検索経由のCVRはリスティング広告経由のCVRの約4分の1であった。

オーガニック検索経由のCVRが低い要因としては、着地ページの問題が考えられる。

モバイル検索エンジンのアルゴリズム（順位付けのルール）はPCのアルゴリズムと比べて外部リンクの重要性が低くなっている。外部リンクの重要度が高い場合、トップページに対してリンクを貼ることでトップページがヒットしやすくなる。しかし、モバイルのように外部リンクの重要度が低く内部コンテンツに左右される場合、テキスト情報が多いページ（コラムページ、規約ページ、FAQページなど）がヒットしやすくなる。そのようなページはユーザーの着地を想定していないため、トップページへ戻るための導線が用意されていなかったり、最下部までのスクロール量が多かったりと非常にユーザビリティが低いページになっていることが多い。その結果ユーザーの離脱率が高くなり、オーガニック検索のCVRが全体として低くなったということが考えられる。

前述の通り、全体としてオーガニック検索経由のアクセス数の比率は高くなっており、サイトへの流入数を増やす上でSEOは有効な手段であると言えるが、同時に、CVRを向上させるための着地ページの最適化などの取り組みが必要と考えられる。

- 最も検索されやすいのは4文字。
予測変換機能を用いることで長い文字の入力も容易に。



■ 1文字 ■ 2文字 □ 3文字 □ 4文字 ■ 5文字 ■ 6文字 ■ 7文字 ■ 8文字

[各対象サイト検索文字数TOP5より¹ N=205,250]

4文字と5文字のキーワードでの検索回数だけで53%にいたっており、この2つが非常に検索をされていることがわかる。注目すべきは、2文字や3文字といった簡単なキーワードより7文字という長いキーワードの方が検索されているということである。一般的に、モバイル検索では長いキーワードやフレーズでの検索はされにくいと言われてきた。しかし、この結果からは長いキーワードであっても検索されることがわかる。この理由として、予測変換機能の利用傾向が見受けられる。

例えば、某コマースサイトでは『ファンデーション』というキーワードでの流入が多かったが、このキーワードは多くの携帯電話では『ふぁんで』と4文字入れた段階で、予測変換として出てくることが多い。その他、最近では人名などの固有名詞にも対応している予測変換機能もあり、着うた・着メロサイトなどでもその利用傾向は見受けられた。

そのため、PCでの検索の場合、人名の誤字検索（「倅田來未」が「幸田久美」など）も多いが、モバイルの場合予測変換の段階で正確な表現が表示される場合も少なくなく、誤字検索は少ないと考えられる。

- サイト知名度が高いほど、そのサイトに直接関連するキーワードでの検索も多数。
クロスメディアにおけるブランディングSEOも重要。

対象サイトの検索キーワードを調べたところ、サイトの知名度が高いほどサイト名や企業名、ブランド名、商品名、キャッチコピーなどで流入している割合が高いことがわかった。

現状、TVCMを放映している企業であっても、そのモバイルサイトは企業名で検索をしてもヒットしないというケースが多々見受けられる。PCにおけるSEOでも同様であるが、ブランド価値を毀損しないためにも、最低限、前述のようなキーワードで検索した場合にヒットさせる施策は講じておくべきであると考えられる。

- 検索ワードTOP10の全体に占める割合は平均46.0%。ヘッドが大きく、テールが長いという傾向。

各サイトの検索キーワードのうち、トップ10のキーワードが占める検索数の割合は平均46.0%であった。一方、トップ50のキーワードが占める割合は平均57.4%とトップ10と大きな差は見られなかった。

トップ10の検索割合が特に高いことから、流入数の増加を目的としてモバイルSEOを実施する場合、こうしたメジャーキーワードに注力することで効率的に流入数の獲得が行えると考えられる。ただし、それらのキーワードは必ずしもCVRが高いとはいえないため、アクセス解析などを活用して各キーワードのCVRを確認し、テールのキーワードも含め

¹ サイトごとに検索されやすい文字数をランキングにし、各トップ5までを合計した。

てSEO対策を行うべきキーワードの選定を行うことが、最終的な目的であるコンバージョン数の増加を実現する上で重要であると考えられる。

今回の調査により、オーガニック検索経由のアクセスが流入数確保に大きく寄与していることが明らかになった。また、同時に、流入数増、コンバージョン数増、ブランディングなどの目的に合わせた戦略的なキーワードの選定と対策、着地ページやサイト内導線の最適化を行うことの重要性が明らかになったといえるだろう。

なお、このたびの調査レポート結果を元に、2007年7月11日（水）に、モバイルSEOとサイト内導線構築に関する無料セミナーを開催いたします。

以上

■ 本件に関するお問い合わせ先

株式会社セラシ

営業・広報担当／萩原

電話番号：03-3835-7035

株式会社フラクタリスト

営業担当／佐藤 竜也

広報担当／佐藤、星野

電話番号：050-5524-4150

■ 株式会社セラシ 会社概要

<http://www.cellant.jp/>

本社所在地：東京都台東区台東 1-6-1 石山ビル 5F

創業：2005年9月

代表取締役：佐々木孝司

資本金：36,000千円（2007年6月1日現在）

事業内容：ASP サービス事業

携帯サイト専用アクセス解析サービス

携帯端末プロフィール配信サービス

■ 株式会社フラクタリスト 会社概要

<http://www.fractalist.jp/>

本社所在地：東京都渋谷区恵比寿 1-21-3 恵比寿 NR ビル 4F

創業：2000年6月

代表取締役：田中祐介

資本金：547,625千円（2007年1月31日現在）

従業員数：49名(2007年6月現在)

事業内容：モバイル関連事業

NomadicNode 事業（機器連携 I P ソリューション）