

株式会社ピーシー・ブレイン 047-311-6677

### ☆今月のメニュー

#### □トピック

Yahoo! が検索アルゴリズムを変更

#### □活用講座

インターネットユーザーの特徴

#### □お知らせ

SEO 診断レポートサービス  
お客様の事例を募集します

### ホームページ活用講座

#### インターネットユーザーの特徴

- とても「せっかち」
- 何を検索しているのか？
- ユーザーと検索エンジン
- 検索キーワードの違い
- ホームページのどこを見ているのか？

こんにちは、ピーシー・ブレインの高山です。

8月の選挙結果を受けて自民党から民主党に政権が交代しましたが、パソコンの世界は圧倒的にマイクロソフトが優勢な状態が続いています。そのマイクロソフトがまもなく Vista に変わる新 OS をリリースします。「Windows7」です。不評だった Vista をいろいろと改善したものになっているようです、Windows XP の置き換えが進まなかった企業向けの利用を狙っているようですが、さすがに最近では OS のリリースで盛り上がることも無くなってきたようです。さて、今月も、ホームページの活用方法を中心とした「WEB マーケティングのヒント」というタイトルで、お役に立つ情報をお届けいたします。

## Yahoo! が検索アルゴリズムを変更

マイクロソフトとの提携で動向が注目されていた Yahoo! ですが、9月に検索エンジンシステム YST(Yahoo Search Technology)の検索アルゴリズムの変更を行いました。

この1週間ほど前には、インデックス(検索エンジンに取り込まれている情報)のアップデートが実施されていたのですが、それとは異なる

り、検索順位決定の方式が変わるということで、この時期から検索結果の比較的大きな変動が起きています。

Yahoo! の検索技術には、今後はマイクロソフトの BING が採用されるのではないかと考えられているだけに、今回の YST のアルゴリズム変更は予想外と捉えていた人も少なくないようです。

今回の変更によって、順位が大きく変動(上昇 or 下落)しているサイトも出てきていますが、基本的には Google と同じようにテクニックによる対応の評価が下がり、ペナルティが厳しくなっているようです。基本がより重要になってきています。

**Yahoo! 検索アルゴリズム Update**  
[http://searchblog.yahoo.co.jp/2009/09/yahoo\\_update\\_2.html](http://searchblog.yahoo.co.jp/2009/09/yahoo_update_2.html)

## インターネットユーザーの特徴

今回は、ホームページの中身から少し視線を変えて、「人」に焦点をあててみたいと思います。

オフライン(≠ネットではない)のビ

ジネスでは、支店や営業所など新規出店する際には、そのエリアの特性やお客さんのことについて、いろいろと調査します。ホームページについても同じことが言え

ます。インターネットユーザーについて知っておくことは役に立ちます。今回は、そのインターネットユーザーの特徴について説明します。

## インターネットユーザーは気が短い

まず一番の特徴として、インターネットユーザーは「とてもせっかち」だということです。

ホームページの世界では「**8秒ルール**」という言葉があります。これは、ホームページの画面が表示されるまでに8秒以上かかると、待ちきれずに他のホームページに移動してしまうというものです。

インターネットの百科事典 Wikipedia では、

「**8秒ルール**(はちびょうルール)とはウェブサイト構築の際のガイドライン・経験則の1つ。利用者がそのサイトを訪れてから、ページ全体の内容が表示されるまでに8秒以上を要すると、利用者は待ちきれずに他のサイトに行ってしまう、再び戻ってくるのが非常に少ないとされる。

とくに顧客の獲得競争が激しい電子商取引サイトでは顕著で、いかに短時間でページを表示させるか、そのために多くの情報

を盛り込んだページをどれだけシンプルな構成にできるかがサイト構築の際の絶対条件となっていた。

と、説明されています。

もともと、この「**8秒**」という時間は、インターネット回線が現在よりも低速なモデム接続が主流だった時代のもので、ブロードバンド接続が当たり前となった現代では、高速に慣れてしまって、より待てない人が増えています。このため時間は「**6秒**」あるいは「**3秒**」くらいに短くなっているのではないかとされています。

ですので、トップページでは画像を過度に多用する、気を持たせるような Flash を配置するのではなく、快適に表示されるようなレイアウト、構成にしておくべきです。

なお、せっかち8秒以内に表示されたホームページでも、ユーザーの目に付く位置に、自分が欲しいと

思うメッセージがなければ、すぐにそのページ・ホームページを離れてしまいます。

その目に付く場所とは、パソコンでホームページを見たときに画面をスクロールすることなくそのまま見ることのできるページ上部のエリアです。

この場所には、たいていはバナーや魅力的なコピー、連絡先などを配置するのですが、ここに内容とは関係のないキレイなイメージ写真や、なかなか本編の表示されない Flash などが置かれていると、とっと他のホームページへと移動してしまいます。

アクセス解析で「**直帰率**」という数値を確認すると現在の状況が分かります。この数字が低いほどホームページを見てもらえていることとなります。逆にこの数値が60%を超えるような場合には、インターネットユーザーの気に合わなかったということが考えられます。



## インターネットで何を検索しているのか？

インターネットユーザーの「検索」という行動は、大きく次の2つのタイプに分けることができます。「調べる」と「探す」です。

この2つは似ていますが、その目的やその後の行動には実は大きな違いがあります。

「調べる」というのは、例えば、今日の料理のレシピや作り方、販売価格など、**自分で解決するための情報収集**が中心です。

一方の「探す」は、具体的に商品やサービスを見つけている段階で、探しているものが見つかった

後には、「購入する」「申し込む」「問い合わせる」といった具体的な行動に結びつくことが多いのです。

この「調べる」と「探す」は、検索の際には、キーワードの違いとなって現れてきます。

例えば「作り方」というキーワードはほとんど場合、「調べる」ことを目的として使います。一方で「メーカー名」や「商品名」など固有名詞は、具体的な商品名を「探す」際に使う、といった具合です。同じように「通販」「販売」といった言葉も購入を前提として探すために使われることが多いのです。

ただ、「安い」「激安」と言った言葉になるとちょっと微妙ですね。

このため、ネットショップのように商品その場で販売するようなケースでは、「探す」際に使う言葉で、検索されやすくすることが大切で、これらのキーワードを意識したメッセージ、情報を伝えていくことが必要になってきます。

では「調べる」際に使うキーワードは無意味かというそうではありません。調べる段階で候補に入っていないと、実際に購入・申込の際に選択されるのは難しい訳ですから、そのための情報提供ということも必要になってきます。



最近のインターネットユーザーは、「調べる」「探す」以外に「共有する」ということをしています。

これは、ブログの普及とSNS やツイッターとツールによるところが大きいと考えられます。

商品を購入した人が、実際に利用した感想や評価をブログなどで発信することで、別のインターネットユーザーの参考情報にもなっています。

この行動パターンをうまく利用してビジネス拡大につなげているケースもあります。

「レビュー」と言われる仕組みがそれにあたります。

情報を収集するだけでなく、自らも発信したいというインターネットユーザーはこれからも増えてゆくののでこのあたりも念頭においた戦略をたてると良いでしょう。

## 検索キーワードの違い

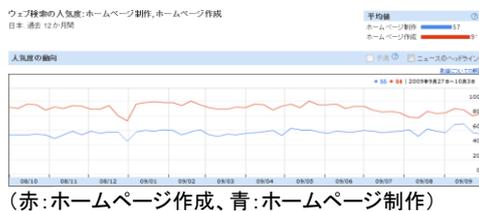
キーワードの話が出たところで、少し事例を挙げて説明します。

インターネットで検索する際に利用するキーワードは、情報提供者(ホームページを持っている)側、ある程度推測できます。

例えば、私たちのような業種であれば、「ホームページ制作」「ホームページ作成」という言葉がすぐに思いつきます。

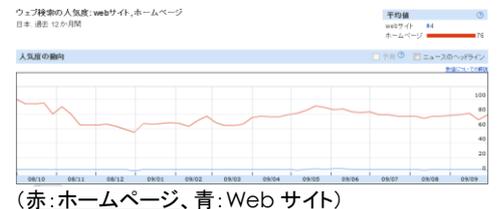
私たちは日常業務の中では「ホームページ制作」という用語の方をよく使いますが、実際にはどちらの言葉が検索で多く使われていると思いますか？

検索エンジンの種類によっても違いがでますが、実際の Google での検索ボリュームを調べてみると次のようになります。



このように、キーワードの違いを感覚ではなくデータ数値で捉えることで、間違いがなくなります。

もっと極端な例ですが、私たちは「ホームページ」という言葉の代わり「Webサイト」という表現を使うことがとても多いのですが、この2つのキーワードにはこれだけの検索数の違いがあります。



また、キーワードの組合せにも注意・配慮が必要です。次の用語を使って検索した人のうち本当に買う気のある人は誰でしょうか？

- 「T シャツ」
- 「T シャツ激安」
- 「T シャツ通販」

「T シャツ」というビッグキーワードは、確かに検索ボリュームは大きいですが、買う気のある人は果たしてどれくらいいるのでしょうか・・・よく考えてみましょう。

## インターネットユーザーと検索エンジン

検索エンジンの利用状況は、世界的には Google がトップですが、日本に限っては Yahoo! の利用率が Google を上回っています。

2009 年の調査では、Yahoo! 51%、Google 38% となっていますが、この状況はここ 1 年ほどあまり変わっていません。マイクロソフトの新検索システム

Bing は 1%程度とまだ両社に影響を与えるほどにはなっていないのが実状です。

別の調査では、思うような検索結果が得られなかった際に取る行動として、

1. 検索キーワードを追加する
  2. 検索キーワードを変更する
- という人の割合がそれぞれ 40%程度で、14%ほどの人が別の検

索エンジンを利用するということが分かっています。

また、検索結果を何ページまで観るのかという質問に対しては、「2 ページ」32.0%、「3 ページ」31.7%という回答が多く、「1 ページ」しか見ないという人は 8%と少数で、約 20%は、「5 ページ以上」徹底的に見ると回答しています。

## ユーザーはホームページのどこを見ているのか？

では、次にインターネットユーザーは、ホームページのどこを見ているのかについて説明します。

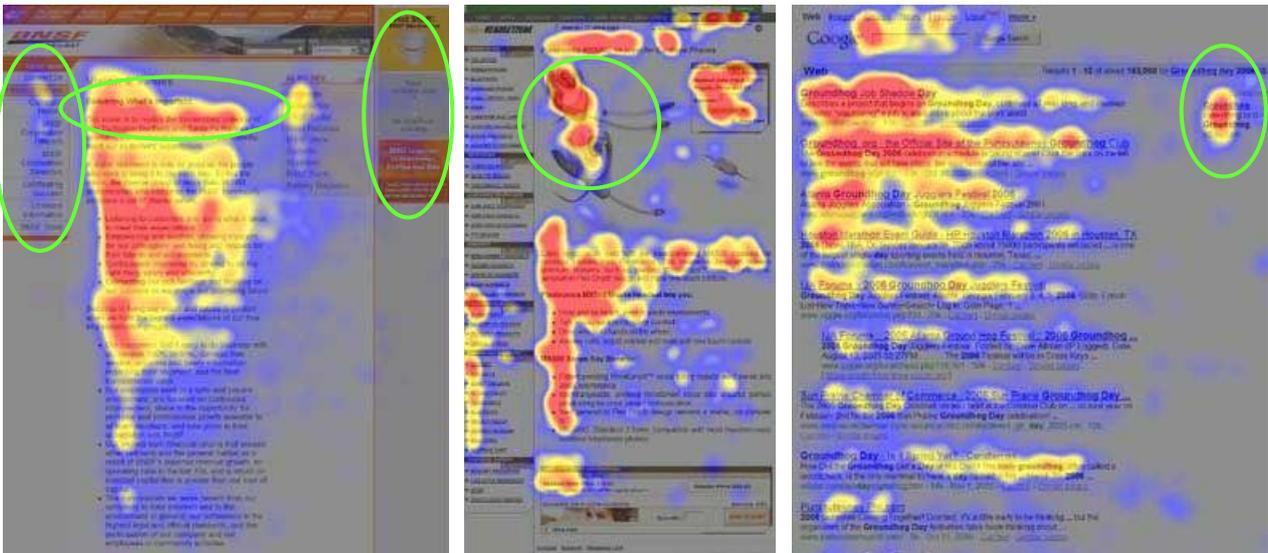
これには、**アイトラッキング**と呼ばれる、ホームページにアクセスした人の視線を追跡するシステムを利用した調査結果があります。

この調査は 232 人の被験者を対象に行われたものですが、1 ページから重要なコンテンツを見つけるために 2 秒から 3 秒という驚異的な速度でページの中から情報を探してゆくということが分かりました。そしてページの見方については、ページの内容を問わずある一貫性があるということも分かっています。

ホームページ中での視線の動きは、**アルファベットの「F」パターン**であるというものです。つまり、横に2本、縦に1本のラインを描くようにホームページを見ているというものです。典型的なページの読み方としては、3つのポイントで構成されています。これらのポイントを理解すると、どういうレイアウトが効果的なのかが分かります。

- ユーザーは最初にページの一番上のエリアを水平に視線移動させる。これが「F」の一番上の水平ラインになります。
- 次にユーザーはページを少し下に向かって視線移動させてから、再び二度目の水平移動をします。この二度目の移動は最初の水平移動よりも短く、これが「F」の下のラインになります。
- そして最後にユーザーはページの左端部分を下方向に向かって、ゆっくりとページをスキャンするようにして視線を移動させます。時折ゆっくりとした速度で、そして機械的に見ていくことが多いようです。これが「F」の最後の要素になります。

基本的な傾向としては、「F」パターンであることには代わりはないものの、記事・ページの種類・内容によっておよそ3種類のパターンに分類できます。



図中の色分けは、最も見られている箇所が赤色、次が黄色、最小が青色。グレーの部分は全く見られていない箇所です。

上図は、それぞれ次に示したホームページのページ記事を読んだときの視線の動きを表しています。

- 左: 企業のホームページにある会社概要や一般的な記事の場合(自社情報ページ内の記事)
- 中: ネットショップの商品紹介ページ
- 右: 検索エンジンの検索結果表示ページ

### ▼左: 記事ページ

ページ上部の見出し部分の箇所がもっとも注目されています。ここが**一番重要なポジション**です。左側のメニューは少しだけ参照されていますが、**右側のカラム(列)はほとんど目に触れていません**。ここに注目情報を載せてもなかなか見てもらえないということになります。

### ▼中: 商品紹介ページ

ここでもFラインに沿って、見出し→商品説明と視線が移動しています。この中で、商品画像の部分に比較的視線が集中しています。画像も使い方によってはこのようにアイキャッチに効果があります。あとは説明を読んでいる様子が分かります。

### ▼右: Google の検索結果

検索結果のタイトルを、順に見ている様子が分かります。上位ほどしっかり見られていますが、**5位以降になるとあまり見られていません**。これはそのままクリック率に影響する訳で、SEO 対策での上位表示の有効性を裏付けるものです。また、検索結果ではありませんが、画面右端の PPC 広告についてもしっかりと視線が移動しています。検索結果の下位に表示されるよりも広告の方が目につくと言えます。

このように、ホームページ内の文章をいきなり端から端までじっくり読む人は多くありません。ページ全体のせいぜい1/3程度しかユーザーの目には触れていないのです。しかも、それに要する時間は、考えている以上に短時間です。それだけに、ユーザーの視線の先に興味のある情報を配置することがとても重要なことなのです。

株式会社ピーシー・ブレイン

〒270-2253  
千葉県松戸市日暮 1-2-6  
勝どきビル3F

電話番号  
047-311-6677

Fax  
047-311-6678

E-mail  
info@pcbrain.co.jp

営業時間:  
9:00～17:30

地域で一番ネットを使った商売に  
詳しいコンサルティング企業

- Web マーケティングコンサル
- ネット集客支援
- ホームページ制作
- SEO リニューアル
- WEB システム開発



当社 Web サイト

URL:  
http://www.pcbrain.co.jp  
http://www.webquick.jp



# お知らせ

## ■SEO 対策の第一歩、あなたのホームページの SEO 実力を診断しませんか？

SEO 対策に悩んでいる、対策したいのだが具体的にどうすれば良いかが分からない・・・そんな悩みをよく耳にします。SEO 対策を効率的に進めていくためには、闇雲に何かをやってみるのではなく、まずは何より「現状分析」して状況をしっかりと把握することが大切です。このような悩みを持っていませんか？



- ✓ いろいろな努力を重ねて SEO 対策に取り組んでいるのに、順位がなかなか上がらない。
- ✓ 現状、どうい対策を取るのが一番有効なのか？弱い部分はどこなのか？
- ✓ SEO 対策としてどの程度完成しているのか？

私たちは制作の際に SEO 対策を実施する前には、必ず現状分析を行います。このレポートを手に入れて、あなたも次のようなメリットを手に入ってください

- ✓ 現状、どうい対策を取るのが一番有効なのか？弱い部分はどこなのかが分かります。
- ✓ SEO 対策としてどの程度完成しているのかが分かります
- ✓ SEO 対策による改善が期待できることが分かります

詳しくは担当または、ホームページへ ☞ <http://www.webquick.jp/c/seodiag.html>

## ■ホームページを定期的に更新しましょう

- ✓ 新製品・新サービスを取り扱っているのだがホームページが古いまま
- ✓ 新しい店舗、スタッフの情報も書き換えたいけど古いまま・・・
- ✓ ホームページもパソコンも詳しいスタッフがなくて困っている

そんな悩みをお持ちの方に会員制のホームページ更新＆サポートサービスの提供を開始しました。詳しい内容・資料については、いますぐ弊社担当者までご連絡・ご相談ください。

## ■低コストで売上アップ！ ホームページ活用に役立つガイドブックを無料プレゼント ～ かんたんに更新できる企業ホームページの作り方 ～

更新費用を抑えつつ売上アップにつながるホームページの作成方法が分かるガイドブックが今なら無料で手に入ります。A4 ページ2段組で 41 ページ、単行本にすると一冊に相当するだけのボリュームをもったガイドブックです。インターネットビジネスに必要な「ホームページ活用のエッセンス」を凝縮していますので、これを一冊読めば、他の書籍を読む必要はありません！



いまならこのガイドブック(製本版は有料:1500円・税込・送料込)を無料でプレゼントしています。

ご希望の方は、いますぐ担当者にご連絡いただくか、次のページからお申込みください。

<http://www.webquick.jp/c/guidebook.html>  
他にも以下の役に立つ情報冊子を用意しておりますので、こちらも併せてご請求ください。

- ◇自分で更新できる SEO 対策
- ◇集客ホームページ作成講座(基礎編)
- ◇ホームページ関連サービスのご紹介



# あとながき

この9月のシルバーウィークは、子供たちのサッカー行事や、仕事の資料を作成していたこともあって、遠出することなく過ごしました。天気は良かったので気分転換に近所の公園に自転車ですでかけてみると、だいぶ拡張されていて新たな発見もあったりしてそれはそれで良い休日でした。何よりインフルエンザを心配することなく過ごせたのが一番良かったでしょうか。まあそう感じているのは家族の中では私だけなのかも知れませんが・・・(高山)

ニュースレターを讀んでの感想、取り上げて欲しいテーマ、相談など、ぜひご意見をお聞かせ下さい！  
→ FAX:047-311-6678 / 電子メール: info@pcbrain.co.jp

## 株式会社ピーシー・ブレイン

発行責任者: 高山卓巳  
〒270-2253 千葉県松戸市日暮1-2-6 勝どきビル3F

TEL: 047-311-6677 FAX: 047-311-6678 Email: info@pcbrain.co.jp

