

モバイル版Yahoo!検索「oneSearch」について ～ モバイル検索の新コンセプトを発表 ～

2007年10月22日

ヤフー株式会社

モバイル版Yahoo!検索「oneSearch」について

～ モバイル検索の新コンセプトを発表 ～

Yahoo! JAPANを運営するヤフー株式会社（以下、Yahoo! JAPAN）は、携帯電話向けサービス「モバイル版Yahoo! JAPAN」における、Yahoo!検索「oneSearch（ワンサーチ）」のコンセプト詳細を発表します。

「oneSearch」は、利用者の意図を理解し一目で知りたい情報を提供する、新しいモバイル検索のコンセプトです。

一言に「検索」といっても、求めている検索結果は、利用者それぞれの属性や状況によって異なります。たとえば「六本木」というキーワードをとっても、検索結果として、六本木駅の路線情報、周辺地図、観光スポット、飲食店などさまざまな情報があり、モバイル版「Yahoo!検索」では、そういったたくさんの情報のなかから最も適した検索結果を推測し、上位に表示します。

また、それぞれの利用者ごとに最適な検索結果を提供するため、一般的な検索傾向の分析はもちろん、利用者個人の属性、検索履歴、行動履歴などを参照し、さらに時間帯やエリアなどを加味して、検索結果を表示させます。

つまり、同じキーワードを検索した場合でも全員に同じ検索結果を提供するのではなく、その利用者に一番適した検索結果を提供することを目指します。この機能は、2008年度中に実装予定で、この過程においても、順次さまざまな機能を追加していきます。

その進化の第一段階として、本日、ソフトバンクのポータルサイト「Yahoo!ケータイ」において、検索結果表示画面の大幅な改善を行い、ダイレクト・ディスプレイの機能を実装しました。

ダイレクト・ディスプレイとは、検索結果をモバイル検索独自のアルゴリズムによって、直接画面上に表示するシステムです。例えば、「六本木 ミッドタウン」と検索すると、画面上部に地図が表示され、「レシピ 酢豚」と検索した場合は、酢豚の画像と作り方が表示されます（検

索結果のイメージは下図をご参照ください）。

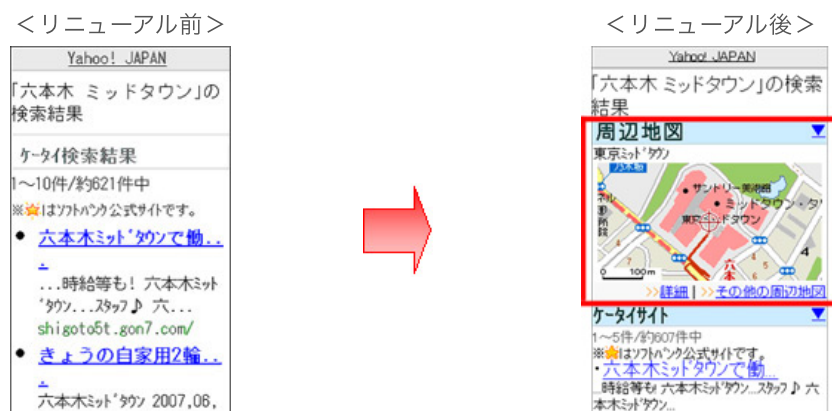
本日ダイレクト・ディスプレイに対応するのは、お客様のニーズの高い画像情報や、「地図」、「天気」、「台風」などの地域情報、「駅名」、「路線」などの交通情報、「占い」、「レシピ」などのエンターテインメント情報で、今後も検索結果の最適化を行いながら、対象範囲を拡大していきます。

また、それらの検索機能に加え、モバイル版「Yahoo! JAPAN」の人気コンテンツ「Yahoo! 知恵袋（チエモバ）」、ケータイサイト（公式サイト・一般サイト）、PCサイト、電子コミックや着うた（R）などの公式コンテンツの検索結果を、カテゴリごとに表示します。これは、検索結果を単に羅列するのではなく、カテゴリごとにまとめてわかりやすく表示することで、探している情報を一目で見つけられるようにすることを目的としています。

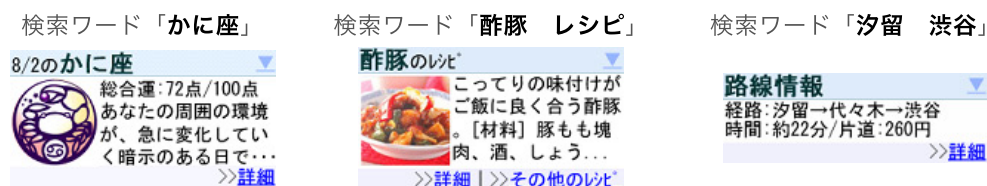
さらに今回、検索結果画面のデザインを大幅に変更し、カテゴリごとのジャンプ機能も実装しました。このジャンプ機能を利用すれば、従来のようにすべての画面をスクロールせずに、知りたい情報にいち早くたどり着けるようになります。

Yahoo! JAPANでは今後も、検索結果表示の最適化はもちろん、携帯電話に適した画面の提供や使いやすさの向上など、すべてのモバイル利用者に、より便利にモバイル版「Yahoo! JAPAN」のサービスをご利用いただける環境作りに努めていきます。また、パソコンのみならず、携帯電話やテレビなど、あらゆる機器からのインターネット利用を促進する「Yahoo! Everywhere構想」に基づき、携帯電話利用者へのインターネットサービスのさらなる拡充を図っていきます。

【検索結果イメージ】



【ダイレクト・ディスプレイのイメージ】



【Yahoo! JAPAN】 <http://www.yahoo.co.jp/>

ヤフー株式会社（市場名：東証1部/JASDAQ、銘柄コード：4689、本社：東京都港区、設立年月日：1996年1月31日、代表取締役：井上雅博）が運営するYahoo! JAPANは、1か月あたり約4916万人のユニークカスタマー数（※1）と、1日16億ページビュー（※2）のアクセスを誇るインターネットの総合情報サイトで、検索、コンテンツ、コミュニティー、コマース、モバ

イルなど多くのサービスを提供しています。

（※1）2007年8月のNielsen//NetRatings「NetView AMS JP」における家庭からの視聴率88.6%、職場からの視聴率89.4%というデータをもとに、家庭、または職場からのインターネットユーザーを約5547万人（NetRatings Japan「インターネット基礎調査」より）としてYahoo! JAPANのユニークカスタマー数を算出。

（※2）ページビューは、従来ウェブサーバーからの配信回数を計測した値を採用していましたが、2007年3月からブラウザでの表示回数をCSCにより計測した値を採用しています。