

オーバーチュア、「スポンサードサーチ®」の掲載順位決定方式を変更

～入札価格だけでなく広告の品質を評価～

検索連動型広告を提供するオーバーチュア株式会社（本社：東京都港区、取締役社長兼CEO：ジェームス・キム、米ヤフー傘下、以下オーバーチュア）は、12日、検索連動型広告「スポンサードサーチ」の掲載順位決定方式を変更したことを発表いたします。

従来、広告掲載順位は入札価格のみによって決定されていましたが、この変更により掲載順位は、入札価格と広告の品質をベースに決定されるようになります。広告の品質は、その広告の過去のパフォーマンスと、同時に表示される他の広告と比較した場合の予想パフォーマンスにより決定されます。入札価格が同じ場合、品質の高い広告ほど検索結果のページで上位に掲載されることとなります。

この変更によりインターネットユーザーは、従来以上に自分の関心に適合した情報が広告表示欄の上位に表示される可能性が高まり、検索結果に対する満足度が向上することが見込まれます。また、広告主は、より関連性の高い広告を検索ユーザーへ提供することで、よりニーズの高い見込み顧客からの引き合いが得られる可能性が高まります。さらに、広告を掲載する提携パートナーサイトにとっては上位に掲載される広告とユーザーの関心との関連性が高まるため、サイトの信頼性や利用価値の向上が見込まれます。

今後広告主は、より多くクリックされる効果的な広告を作成しその品質を高めることの重要性が一層高まりますが、スポンサードサーチの機能である「広告テスト」や「広告最適化機能」(註)を活用することにより、広告の品質の向上を図り、より費用対効果の高い検索連動型広告の運用を行うことが可能となります。

スポンサードサーチの移行は、掲載順位決定方式の変更在先立ち完了しています。日本は、米ヤフーに続き、世界で二番目に移行を終了したこととなります。

註：広告テストは1つのキーワードに対して複数の広告をローテーションで表示し、それぞれのクリック率を検証する機能。またそれらの中から最もクリック率の高い広告を重点的に表示するのが広告最適化機能。

Overture®は、Overture Services, Inc.の登録商標です。「スポンサードサーチ®」は、Overture Services, Inc.の登録商標です。