

簡単導入 & カスタム設定でユーザー満足度を高めよう

サイト内検索 ASP 「i-search」が支える企業のWebビジネス

サイトを訪れてくれたユーザーに、求めている情報を的確に提供するためには、サイト内検索機能が不可欠だ。ここではユーザーが満足する情報を提供するために、サイト内検索サービス「i-search」を導入した2社の事例を紹介しよう。

既存機能を生かしつつ、より使いやすい検索を提供

オットー・オンラインショップは、おもにレディースファッションを取り扱うカタログ通販のオットージャパン（株）が運営するECサイトだ。商品点数は約5,000点、サイトのページ数は10,000を超える。これだけの数の商品を販売するサイトだけに、当初から商品検索が行えるようになっていた。ただし、商品データベースだけが対象となった検索機能だったので、商品のみの

検索しかできなかった。**池田氏**「購入に関する情報や販売企画でつくったページなど、サイト内にはいろいろなコンテンツがあるのですが、そういうページは検索しても表示されませんでした。商品検索にしても、商品名が『デニム』となっていると『ジーンズ』というキーワードで検索されたら対象にならなかつた」といった、マッチングの問題も抱えていました。

ユーザーが商品以外の情報を検索していることも把握していたので、本格的なサイト内検索の導入を考えていました」

いろいろ検討を重ねていたが、既存の商品検索機能を活用したいという希望があり、なおかつ新たな検索機能を追加させるとなると開発に伴い、コスト的に見合わないなど、なかなか導入に踏み込めなかった。

池田氏「i-searchはASPで安価に導入できると聞き、すぐに検討を始めました。また、こちらのリクエストもカスタマイズでかなえてくれるということでしたので、導入を決めました。たとえば、それまでの商品検索ではカテゴリや価格で絞り込んで検索できる機能があり、それらはそのまま生かしたいという要望にもこたえてくれました」

i-searchはデフォルトでは、ページをキャプチャしてその画像を表示するが、オットー・オンラインショップの場合は、検索されたときに商品ページ内のあらかじめ指定しておいた画像を表示させるようにしており、結果に商品画像自体が並ぶ。また、検索対象として「サイト全体」と「商品情報」が選択でき、商品情報を選択した場合は商品画像を10点ずつ縦2列に表示させるなど、ユーザーがより使いやすいようにカスタマイズされている。

i-searchによるサイト内検索機能のローンチはこの5月末、検索マッチングの課題解消のための関連コンテンツ設定を随時進めているところだが、導入後はまず、社内から使い

オットー・オンラインショップ <http://www.otto-online.jp/>

検索してみると該当コンテンツが表示されるが、この画面からさらに商品情報に絞ったり、さまざまなカテゴリから複数指定したり、価格帯を設定するなど、詳細な検索が行える。キャンペーン情報なども上部に表示される

オットージャパン（株）
イー・コマース部 部長
池田智幸氏

導入はスムーズに進んだうえ、既存の検索機能を維持したまま進化させることができました。運用のための管理画面も、こちらの要望どおりにしていただいたので使いやすいですね

やすくなったなどの好評価が出ているという。**池田氏**「今まではカタログに特集ページのURLを掲載したり、リスティング広告を出稿してこのキーワードで検索してください

などといった集客を行ってききました。ですが、なかなかURLを打ち込んでくれませんし、弊社のユーザーはあまり検索ポータルを利用されていないなど、効果が見えにく

い状況でした。i-searchのおかげで、『サイトに来てこのキーワードで検索してください』などとカタログに掲載したり、Webプロモーションがしやすくなりました」

ユーザーに「検索」を勧めやすい環境を構築

化粧品通販の大手（株）ドクターシーラボの公式サイトは、同社のコーポレートサイトであるが、ドクターシーラボブランドの商品販売を行うECサイトでもある。同社では顧客と1対1で向き合い商品を販売するという理念があり、Webもコミュニケーションの手段として発展してきており、本格的に活用を強化しようとしている。

西井氏「商品検索のほかにキャンペーンなどのサービス情報を検索しているユーザーも多かったのですが、以前導入していた検索エンジンでは、商品データしか検索できませんでした。i-searchの検索エンジンの場合、商品データとサービス情報などのファイルも包括的に検索でき、複数ドメインの横断検索も可能なため、興味がわきました」

同社ではラボラボやジェノマーといったブランドも抱えており、それぞれで違うドメインでECサイトを運営しているが、公式サイトでそれらのブランドを検索するユーザーもあり、複数ドメインを対象とした検索機能が欲しかったという。

西井氏「また、弊社の商品名は『アクアカラーゲル』といったような英名のためか、入力まちがいが多かったのですが、i-searchの場合、検索窓に検索候補が出る『サジェスト機能』があるため興味がありました。また検索結果でヒットした商品のURL毎にブランドロゴを表示させ、商品認識を深めるカスタマイズが可能なことなどデザイン性アップにつながることも、導入検討につながりました」

同社のi-search導入によるサイト内検索機能のローンチは7月下旬で、まだまだ数字的に見えるものはないが、社内ですべての情報を検索するのに便利だと評価されている。以前からユーザーがサイトを見て問い合わせをしてくることが多かったが、該当ページがすぐに検索できるようになったことは大きいという。



ドクターシーラボ公式サイト <http://www.ci-labo.com/>

まちがいがやすい商品名もサジェスト機能により、候補が並ぶので便利に検索できる。検索結果は口コミ順や価格順で並び替えて表示することが可能。右側に並ぶカテゴリからさらに絞り込んだり、今週の検索ワードランキングも表示される



（株）ドクターシーラボ
ダイレクト推進部
eコマースグループ
部長
西井敏恭氏

初めてのユーザーがサイト内で自然に検索できるように、サジェスト検索は非常に便利です。検索という行為をユーザーにもっとしてもらって、マーケティングに活用していきたいです

後はこの検索機能で得られるデータを元に、マーケティング行い、検索結果から製品のレコメンドをするなどの展開を考えています」

i-search に関するお問い合わせは



デジアナコミュニケーションズ株式会社
東京都渋谷区渋谷3丁目12番22号
本社：03-6418-3973 関西支社：06-6373-8851
<http://www.digi-ana.com/>
<http://www.digi-ana.com/search/> (i-search)