

サイト内検索から「顧客の声」を活かす！

Cookieレス時代のEC売上UP戦略





はしもと ひろよ
橋本 裕代

株式会社ジーニー
マーケティングクラウド統括本部
CXマーケティンググループ

IT・DX領域でのカスタマーサクセス、企画業務などを
経験。
現在は、GENIEE SEARCHのマーケティング担当とし
て、Webコンテンツ・セミナーなどオンライン施策を
中心に企画運営。

会社概要

社名	株式会社ジーニー
設立	2010年4月14日
住所	〒163-6006 東京都新宿区西新宿6-8-1 住友不動産新宿オークタワー5/6階
TEL	03-5909-8181 / FAX 03-5909-8182
事業内容	広告プラットフォーム事業 マーケティングSaaS事業 海外事業
主要株主	経営陣  SoftBank
グループ会社	CATS株式会社（日本） JAPAN AI株式会社（日本） Geniee International Pte., Ltd.（シンガポール） Geniee Vietnam Co., Ltd.（ベトナム） PT. Geniee Technology Indonesia（インドネシア） PT. Adstars Media Pariwara（インドネシア） Zelto, Inc.（米国） AdPushup Software India Pvt Ltd.（インド）

Google Cloud Build 認定パートナー



ジーニーはGoogle Cloudと統合されたソリューション、もしくはGoogle Cloud上で実行されるソリューション開発に十分な実績を持つパートナーとして認定されています。

Googleチャネルパートナー 認定パートナー



ジーニーは Google Certified Publishing Partner として認定されています。

Financial Times社発表のアジア成長企業 ランキング2020を受賞

FinancialTimes社とStatista社が、アジア太平洋地域12カ国5,000万以上の企業を対象に実施した調査で、飛躍的活躍を遂げた企業500社に選出されました。

提供サービス





Cookieレス対策
どのくらい
やっていますか？

2024年 3rd Party Cookieは 段階的に廃止へ

ターゲット広告の弱体化
顧客の解像度が低下

物理的に
何回もWEBサイトに来てもらう
難易度が上がっていく

どうする「サードパーティークッキー」廃止

第1回

Googleがついに始めたサードパーティークッキー「段階的廃止」、ネット広告に衝撃

大豆生田 崇志 日経クロステック/日経コンピュータ

2024.01.31

Facebook X B! 〇

キックティングから故障対応まで、課題もまるごと解決
【日本語に強い生成AIモデルが誕生】サイバーエージェント
【最新サーバーに学ぶ熱設計の最前線】CPU/GPU

米Google（グーグル）は2024年1月4日から、全世界のChromeユーザーの1%に対して、「サードパーティークッキー」の段階的廃止を開始した。2024年後半にはサードパーティークッキーを使ったターゲット広告などはほぼ不可能になり始めている。

Google Japan Blog

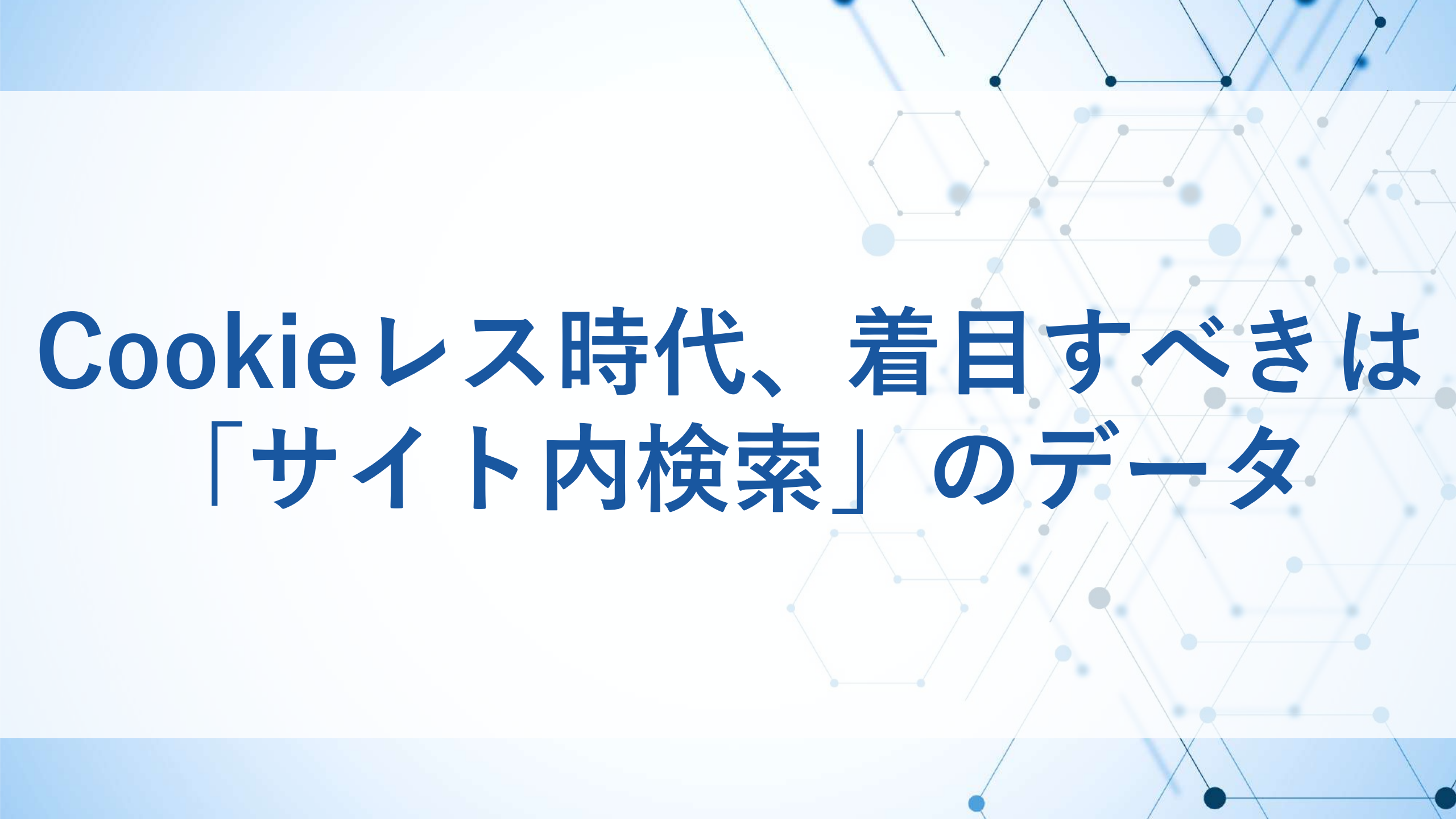
Googleのサービスや技術に関する最新情報が気になる方へ

Chrome ブラウザでのサードパーティ Cookie の段階的廃止に向けた次のステップ

2023年12月18日 月曜日

ウェブ上におけるプライバシーを向上させる取り組みに、終わりはありません。Chromeは、データを保護し、ユーザーがデータの使用方法をより詳細に管理できる機能への投資を続けています。これには、さまざまなウェブサイト間でアクティビティを追跡する機能を制限する措置も含まれます。

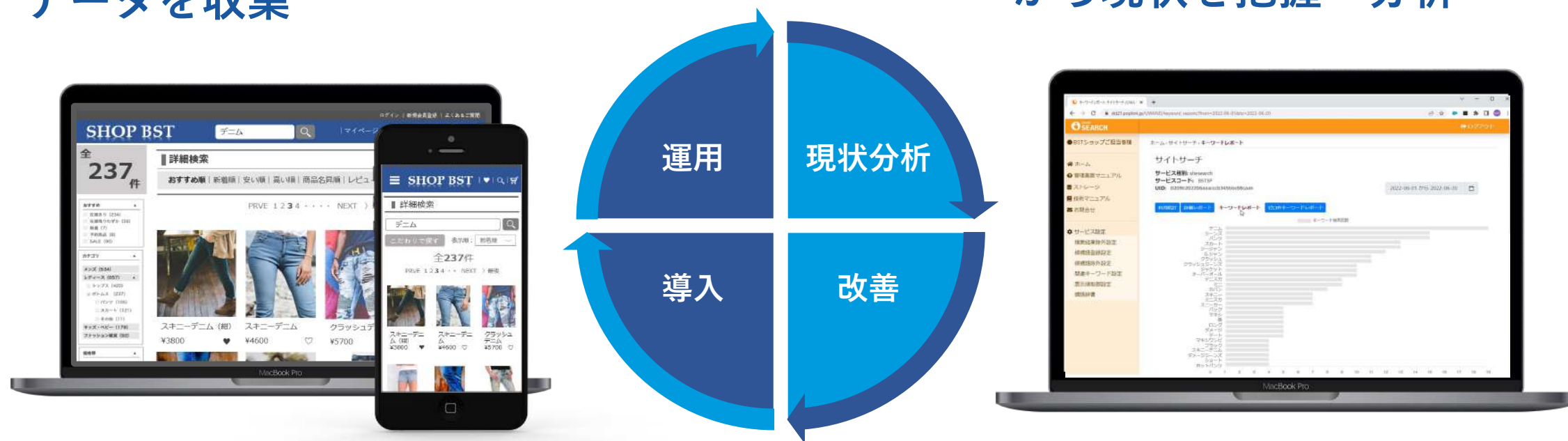
サードパーティ Cookie へのアクセスをデフォルトで制限することで、ウェブサイト間トラッキングを防止するトラッキング保護機能のテストを2024年1月4日から、全世界のChromeユーザーの1%に展開します。このテストは、2024年後半に全てのユーザーのサードパーティ Cookie を段階的に廃止するというプライバシーサンドボックスの重要なマイルストーンです。全ユーザーへの適用には、英国競争・市場庁（CMA）が定める競争上の懸念事項に対応することが前提です。



Cookieレス時代、着目すべきは
「サイト内検索」のデータ

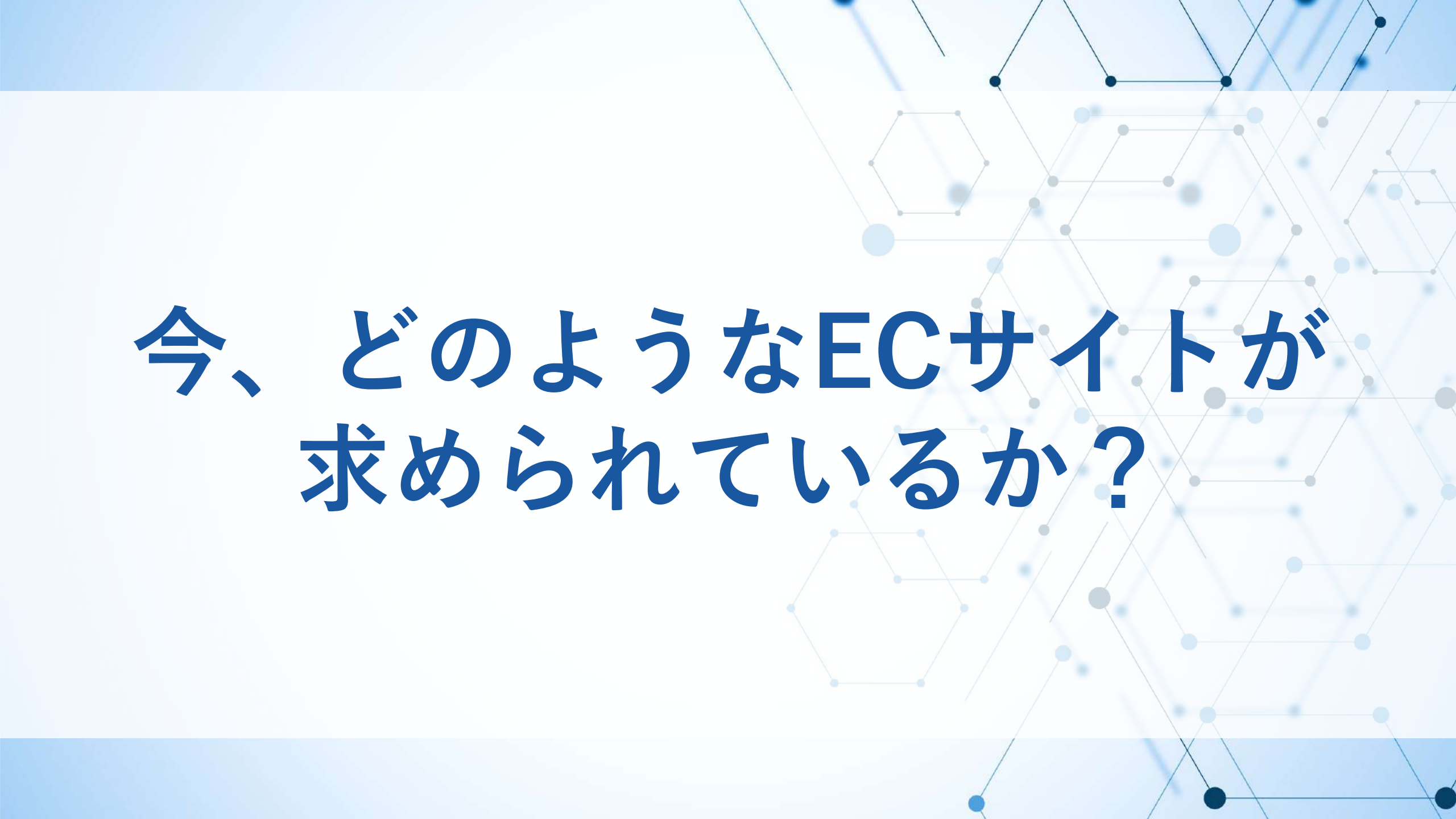
ECサイトを運営しながら
データを収集

検索されているキーワード
から現状を把握・分析

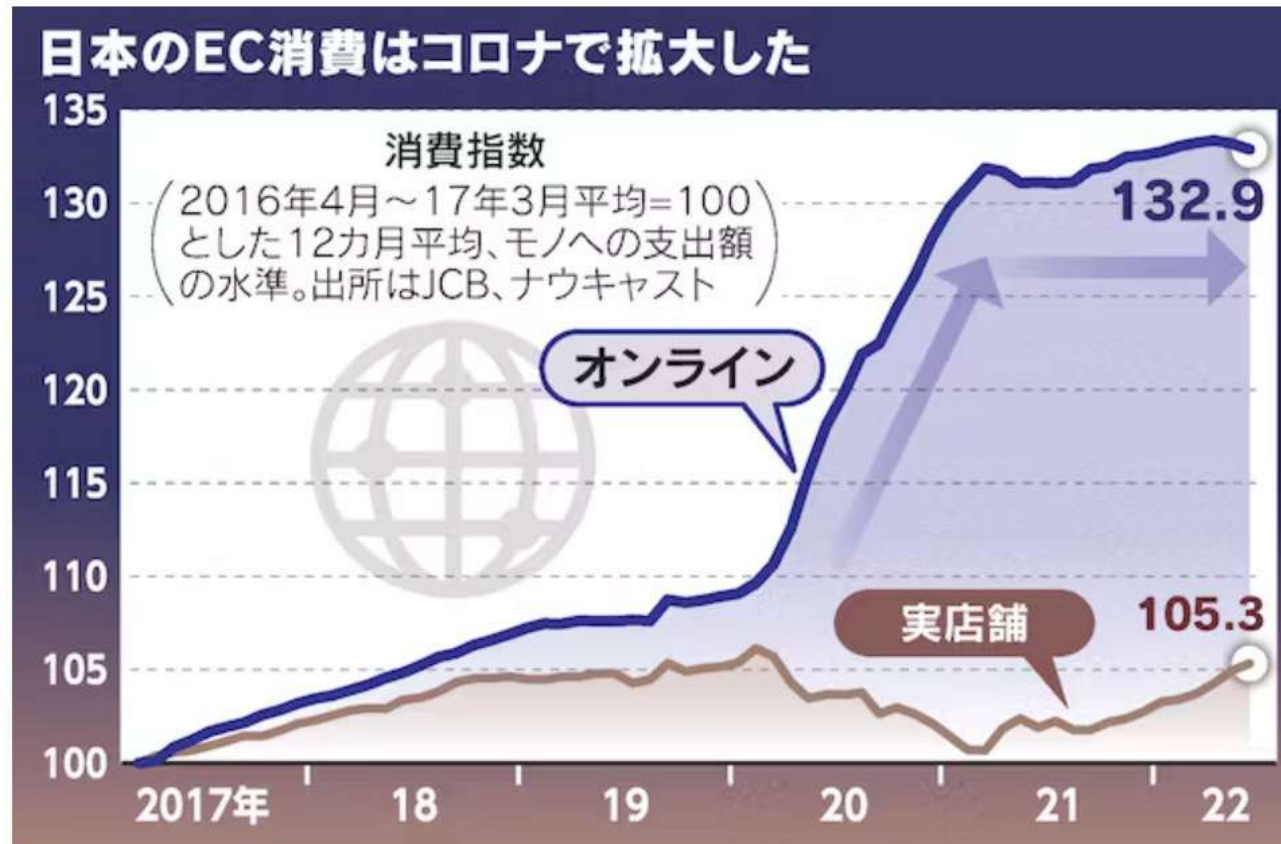


改善結果をECサイトに反映

類語登録やサイト上の
表記を改善



今、どのようなECサイトが
求められているか？



EC市場は飽和状態

数多く存在するECサイトの中
から選ばれるためには

「ここで買いたい！」

と思ってもらえることが大切

ユーザーの購買行動は複雑化



顧客が店員さんに求めていること

1位「商品の種類を覚えておいてほしい」

4位「ブランドや商品のうんちくに長けていてほしい」



求められるのは
商品に関する

情報

高級ブランド店員に求めること_全体

顧客がECサイトに求めていること

Q. 店舗サービスがデジタル化されたほうが良いと思う理由を教えてください



New Innovations

Q. 店舗サービスにおいて人による接客が良いと思う理由を教えてください



New Innovations

ECの強み

+

店舗の接客

||

今のECに必要なこと

顧客は何度もサイトを訪れてくれません

顧客のニーズを理解し…

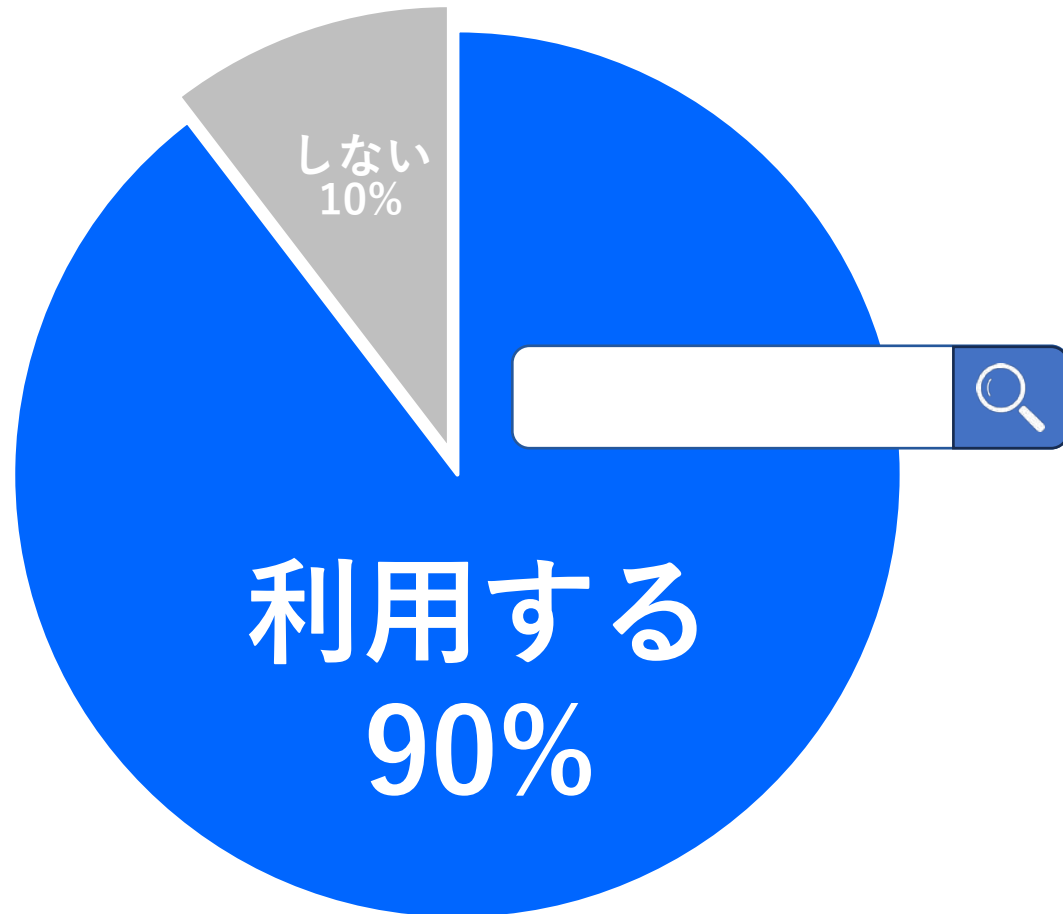
パーソナライズし…

顧客に寄り添ったUI・UXを提供する

来訪した瞬間に『ここで買い物したい!』と思える
“心地よい接客”を実現する視点

**“心地よい接客”においても
「サイト内検索」は重要です**

9割の顧客は、目的の商品・情報を検索する

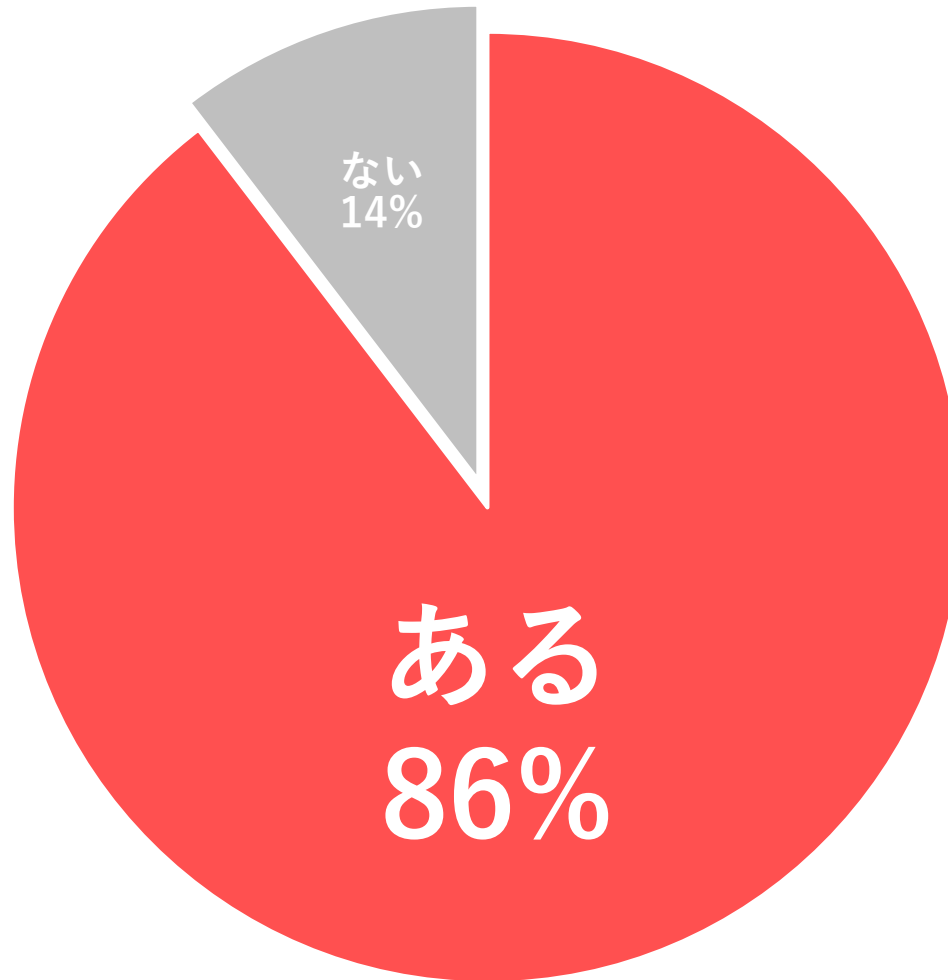


オンラインショッピング
を行う際に
「サイト内検索」
を利用する？

9割

が検索を利用

約9割の顧客は検索でヒットしなかった経験がある

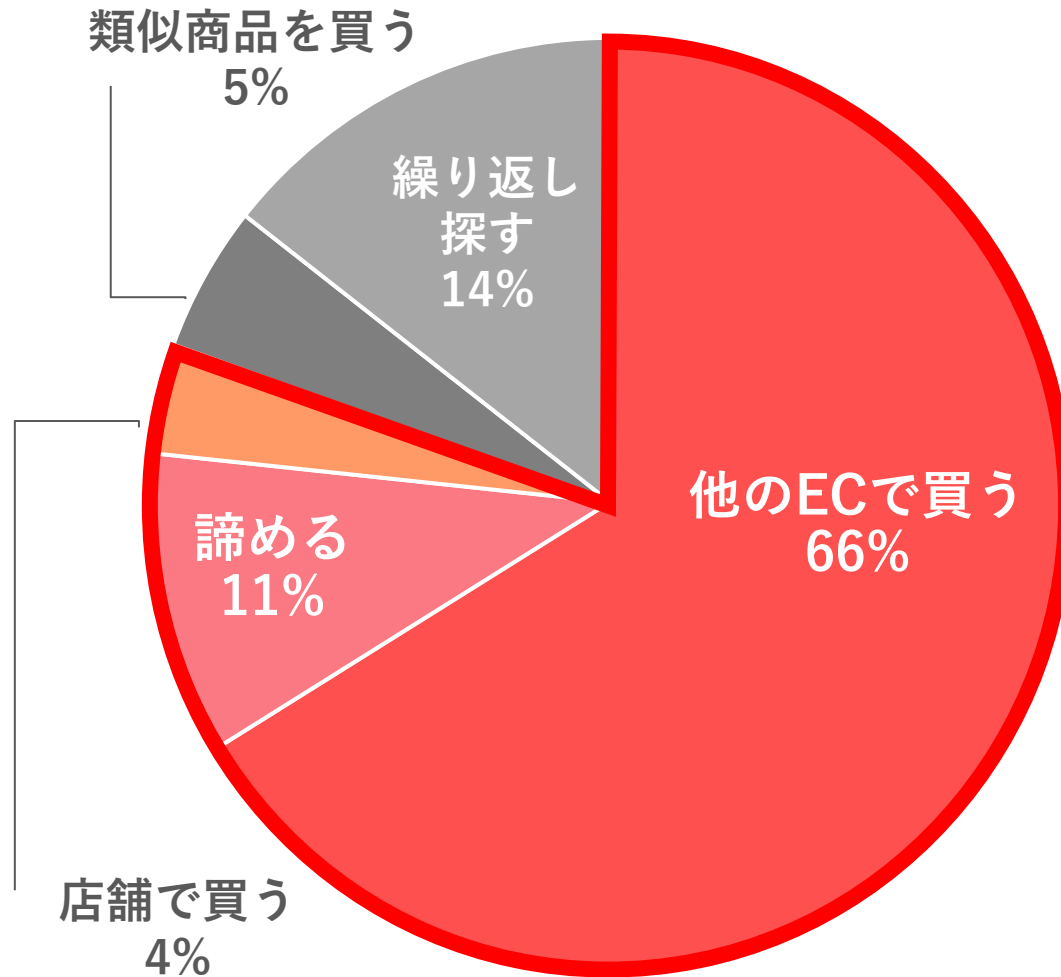


サイト内検索を利用して
商品が見つからなかった
ことがある？

約9割

が見つからない経験有り

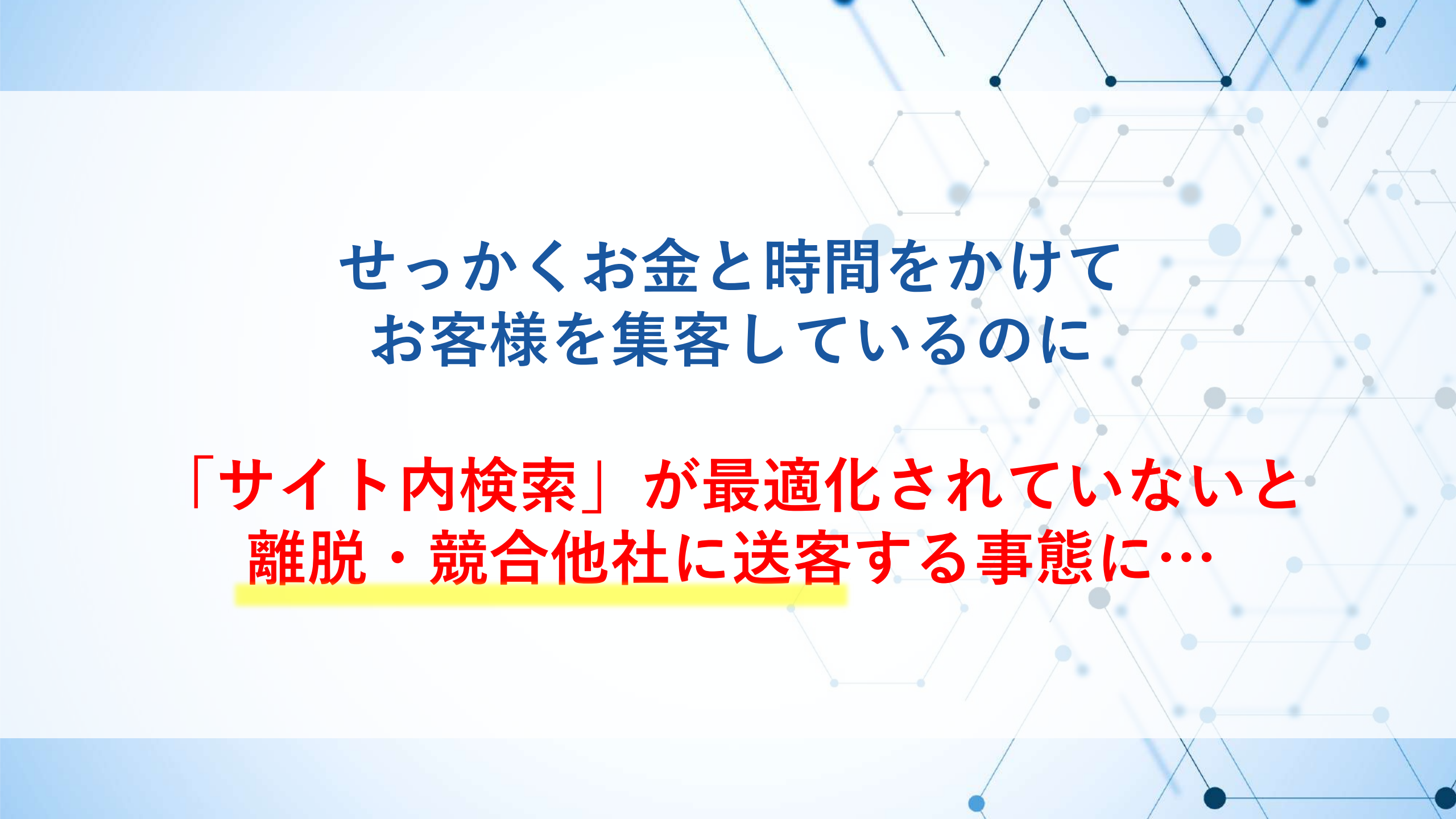
ニーズにあったものが見つからないと…



検索で商品が
見つからなかった場合

8割以上
が離脱

そのサイトでの
購入を諦める



せっかくお金と時間をかけて
お客様を集客しているのに

「**サイト内検索**」が最適化されていないと
離脱・競合他社に送客する事態に…

ECサイト利用時にユーザが重視する点 2位 「商品を検索しやすい」 こと

ECを利用する際の重視点TOP3



顧客は何度もサイトを訪れてくれません

顧客のニーズを理解し…

パーソナライズし…

顧客に寄り添ったUI・UXを提供する

来訪した瞬間に『ここで買い物したい！』と思える

“心地よい接客”を『サイト内検索』で実現



心地よい体験とは

心地よい体験 2大ポイント

商品情報の充実化

利便性の向上

期待

知りたい情報を
知ることができる

スムーズに購入できる
スムーズに情報検索できる

具体例

<商品情報>

- ・商品スペック
- ・口コミ、UGC

<周辺情報>

- ・トラブル対応
- ・送料や配送方法
- ・運営会社の信用度

購入する商品が
決まっている



購入する商品が
決まっていない



理想的な検索画面

検索結果タブの切り替え

ユーザの知りたい情報
にカテゴリを絞って表
示

Google Analytics 連携

GAの最新情報をもと
に、検索結果の並び
替えが可能

<GAを用いた表示結果一覧>

離脱率が低い順	PV数順
見られている順	コンバージョン順

ログイン | 新規会員登録 | よくあるご質問

マイページ | ♥お気に入り | 0カート

Geniee natural

検索結果

キーワード検索

基礎化粧品

注目ワード 美白 コラーゲン UV 送料 定期

商品 (15) コンテンツ (8)

よく見られている順

スタートセット

よくあるご質問の結果

検索結果 23件中 1-10件

返品についておしえてください

ホットワード

よく検索されるキー
ワードピックアップ

クリック1つでキー
ワード情報を検索結
果として表示

マッシュアップ機能

よくある質問などを
商品検索結果と同時表示

ユーザの不安を解消し、
スムーズな購買行動へ

導入事例：サントリーウェルネス様



複数の情報をマッシュアップ表示してスムーズなWeb接客へ

「よくあるご質問」を同時に表示。ユーザの不安を解消して、スムーズな購買体験を実現

おすすめリンク機能で、ユーザに合わせた商品をおすすめ表示

関連情報をマッシュアップ表示し、使用方法や注意事項などの気になる情報を検索結果画面に

サムネイル表示で、検索結果画面で遷移先のページを確認。不要な回遊行動を防止

ユーザー行動に合わせると

商品が
決まっている人

すぐに見つけたい

1秒でも早く
1遷移でも短く
目的の商品/情報に到達する導線



商品が
決まってない人

買い物を楽しみたい

何が売れるのか？把握
店舗の接客をECで表現
相談 / 比較検討 / 商品提案



ニーズ

対処

具体

導入事例：メガネスーパー様



目的買いのユーザーが多く、もともとCV率が高い傾向にあるECサイトで、ここまで数字が出るのかと驚きました。（メガネスーパーさま コメント）



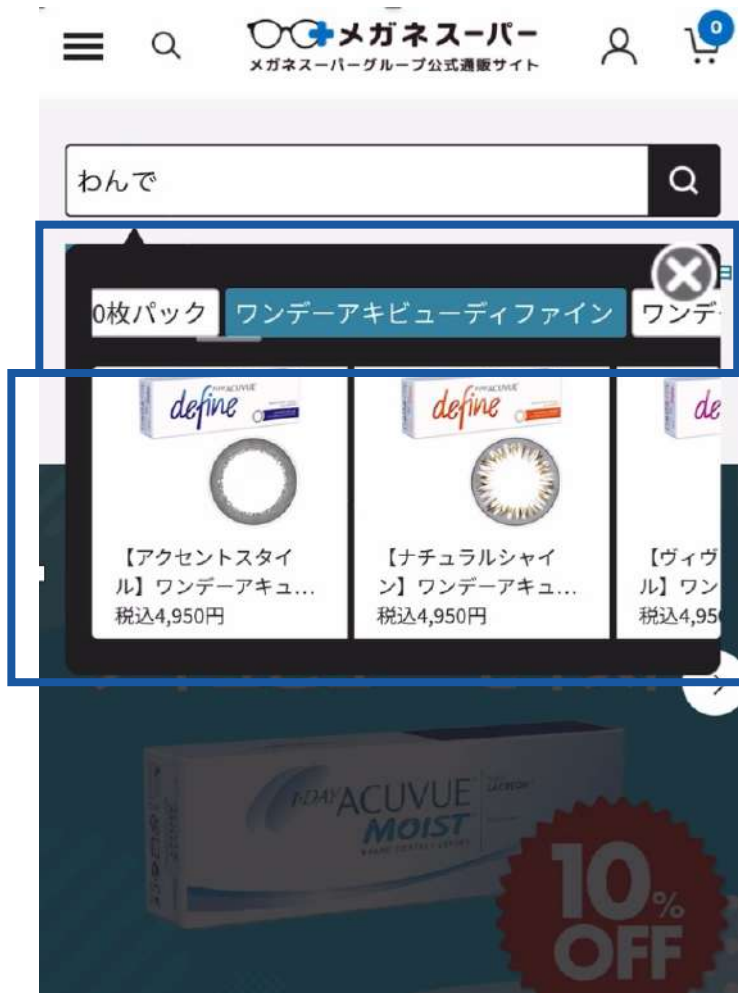
GENIEE SEARCH 利用者のCV率が
約2.4倍

サイト内検索のユーザ利用数が
128%に増加

検索利用者の**PVが約4倍**

※2018年1月24日～4月24日のデータを計測。2017年の同期間と比較

導入事例：メガネスーパー様



サジェスト機能

画像付きサジェスト機能

サジェストにより
正確な商品名が
分からなくても
即購入画面へ



ユーザー行動に合わせると

商品が
決まっている人

すぐに見つけたい

1秒でも早く
1遷移でも短く
目的の商品/情報に到達する導線



商品が
決まってない人

買い物を楽しみたい

何が売れるのか？把握
店舗の接客をECで表現
相談 / 比較検討 / 商品提案

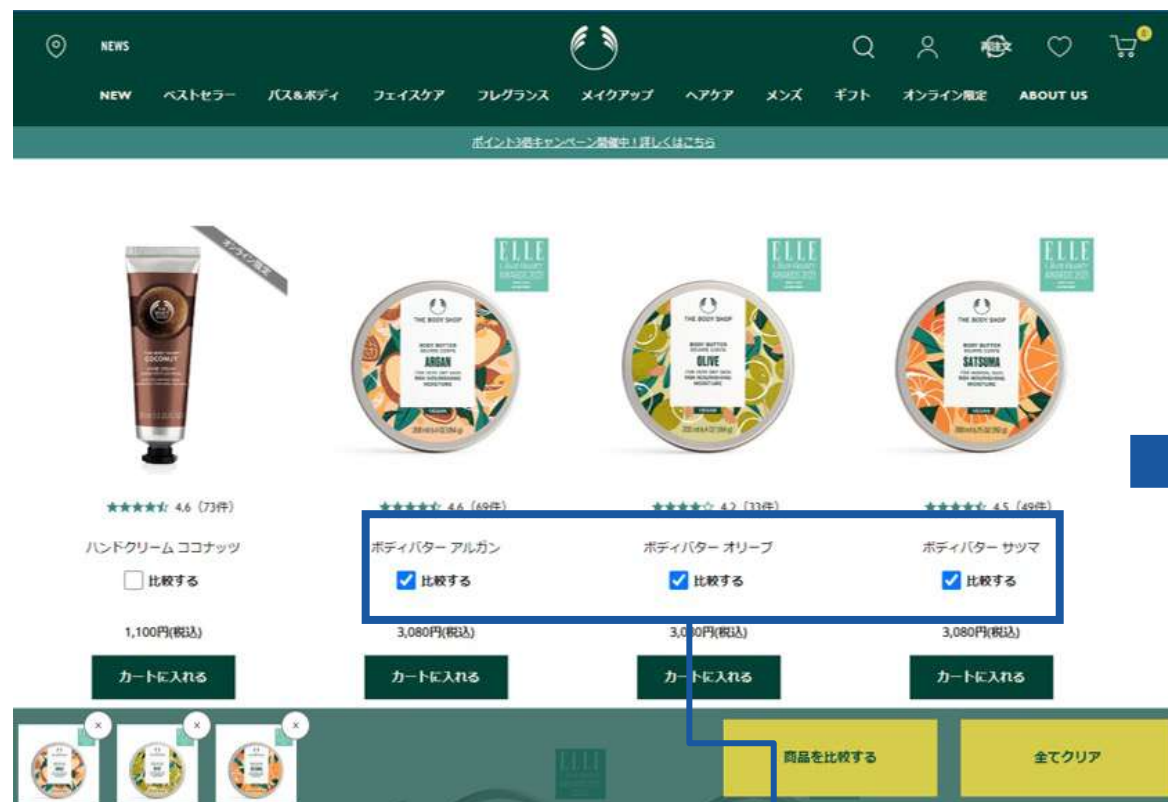


ニーズ

対処

具体

導入事例：ザボディショップ様



商品比較機能

3商品の比較			
商品画像			
商品名	ボディバター アルガン	ボディバター オリーブ	ボディバター サツマ
レビュー	★★★★☆	★★★★☆	★★★★☆
レビュー件数	4.6 (69件)	4.2 (33件)	4.5 (49件)
価格	3,080円	3,080円	3,080円
	商品を見る	商品を見る	商品を見る

リアル店舗と同じように、気になる商品を並べて、比較検討ができる
GENIEE SEARCH経由のCV率が通常の**約10倍**

導入事例：さとふる様

さとふる

お礼品のキーワードから探す 検索

人気ランキング お礼品から探す 地域から探す 特集・キャンペーン

ふるさと納税のお礼品

お礼品カテゴリ

- 肉 (1,071)
- 魚介・海産物 (17)
- 米・パン (1)
- 果物・フルーツ (0)
- 野菜 (2)
- 卵・乳製品 (2)
- 酒・アルコール (9)
- 飲料・ドリンク (1)
- 菓子・スイーツ (2)
- 麺 (5)
- 製菓・加工品 (219)
- 調味料 (28)
- 家電製品 (0)
- 旅行券・チケット (5)
- 雑貨・日用品 (1)
- 美容 (0)
- 装飾品・工芸品 (0)
- 花・観葉植物 (0)

検索条件: × 牛タン

牛タン

決済方法 × 解除

- ☐ PayPay
- ☒ クレジットカード決済
- ☐ コンビニ支払い
- ☐ ソフトバンクまとめて支払い
- ☐ auかんたん決済
- ☐ d払い
- ☐ 金融機関(Pay-easy決済)

★おすすめ × 解除

- ☐ お届け日指定可
- ☐ お届け時間帯指定可
- ☐ 定期便
- ☐ さとふるアプリdeワンストップ申請対象
- ☐ カンタン安心ワンストップ対象

地域 × 解除

東北地方

都道府県

自治体

発送種別 × 解除

- ☐ 通常
- ☐ 冷蔵便
- ☐ 冷凍便

× 解除 結果を見る (297件)

1,180 件 (1~60件目)

おすすめ順 60件

絞り込み機能

さとふる

お礼品のキーワードから探す 検索

人気ランキング お礼品から探す 地域から探す 特集・キャンペーン

ふるさと納税のお礼品

お礼品カテゴリ

- 肉 (246)
- 魚介・海産物 (6)
- 米・パン (0)
- 果物・フルーツ (0)
- 野菜 (0)
- 卵・乳製品 (1)
- 酒・アルコール (5)
- 飲料・ドリンク (1)
- 菓子・スイーツ (0)
- 麺 (2)
- 製菓・加工品 (75)
- 調味料 (1)
- 家電製品 (0)
- 旅行券・チケット (0)
- 雑貨・日用品 (0)
- 美容 (0)
- 装飾品・工芸品 (0)
- 花・観葉植物 (0)
- その他 (0)

検索条件: × 東北地方 × 5,001円~7,000円 × 7,001円~10,000円 × 10,001円~20,000円 × 牛タン × クレジットカード決済

▼ 条件で絞り込む

297 件 (1~60件目)

おすすめ順 60件

厚切り牛タン 1kg(500g×2パック) 1,045件

三陸宮古の塩を使用した熟成牛タン スライス味付け 400g(200... 1,419件

味付け牛タン 600g~食べきりサイズ~(300g×2パック) 68件

条件を絞り込んで、よりユーザの好みに近い商品を表示

相乗効果を生むナビゲーション

商品検索と**レコメンド**を組み合わせることで、
ユーザの行動データに基づく**新たな商品との出会いを提供**

サイト内検索



×

レコメンド

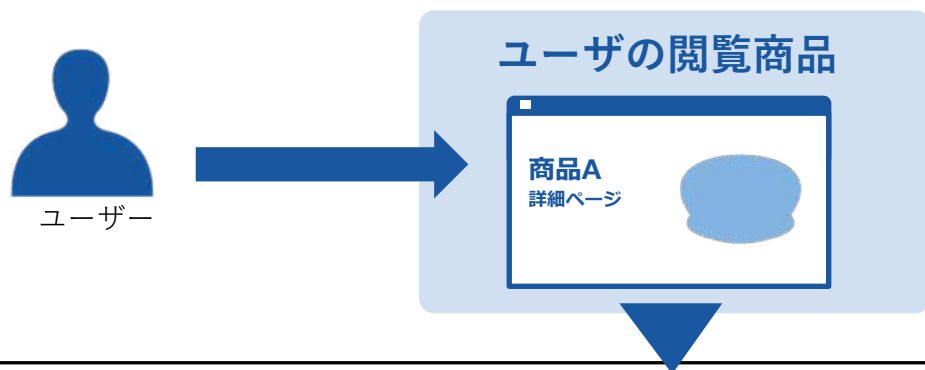


2つのロジックから最適なレコメンドをユーザへ

商品検索とレコメンドを組み合わせることで、
ユーザーの行動データに基づく新たな商品との出会いを提供

テキスト解析ロジック

ユーザーが閲覧した商品と関連する商品を表示

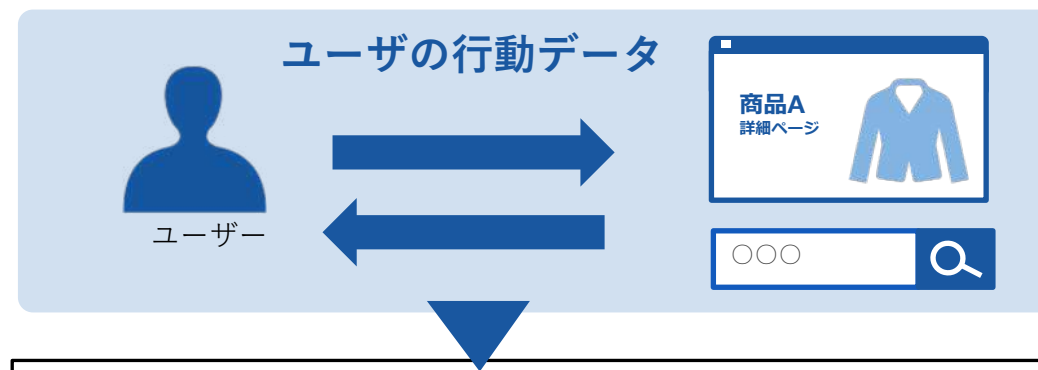


この商品に
似た商品



行動解析ロジック

ユーザー行動を解析し関連性する商品を表示



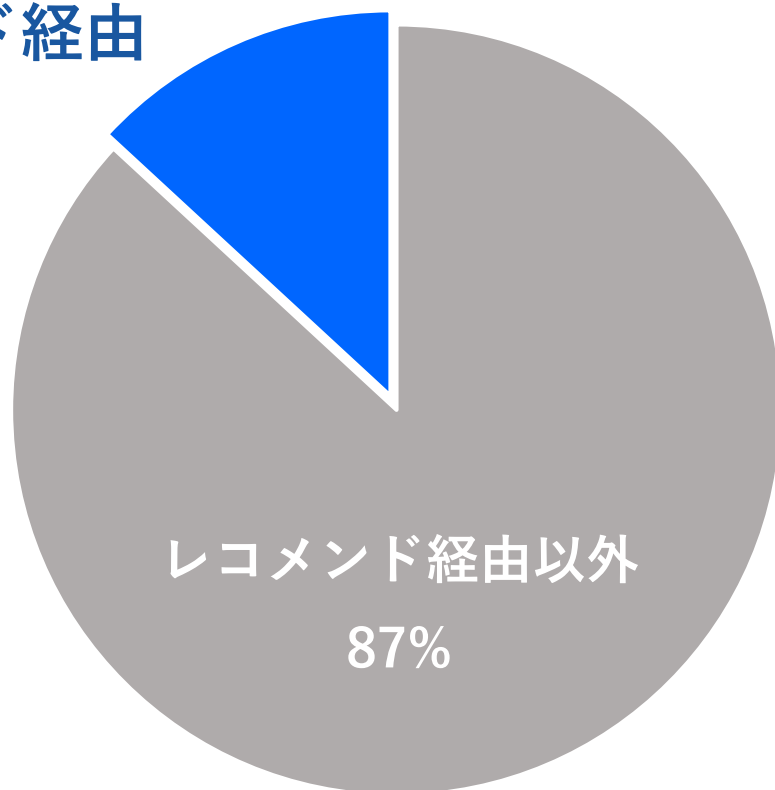
あなたに
おすすめの商品



▼ 特定のアプリルサイトのケース▼

レコメンド経由

13%



レコメンド経由以外

87%

全体の売り上げの

1割以上
がレコメンド経由

導入事例：ナースリー様



レコメンド×サジェスト
でサイト全体の受注率が
5.5%増加

キーワードの一部の入力で目的の商品
に到達できるように改善。
サイト内検索の利用率は約30%増加
再検索の割合が23%減少



まとめ



- Cookieレス時代、「サイト内検索」データが顧客理解の鍵に！
- データ蓄積においても購買体験向上においてもサイト内検索の最適化が重要
- “すぐに見つけたい人” (画像付きのサジェスト)
1秒でも早く・1遷移でも短く！目的地に到達する導線を
- “買い物を楽しみたい人” (絞り込み、比較検討、レコメンド)
店舗のような商品提案・検討機能・コンテンツづくりを

チェックリスト

- ✓ ECサイト、コーポレートサイトの利便性を高めたい
- ✓ スムーズに的確な商品・情報を探せるようにしたい
- ✓ ユーザに合わせた情報を提供し、顧客満足度を向上させたい
- ✓ 検索ログからユーザニーズを捉え、サイトに反映したい
- ✓ 個別開発するほどの予算は無い

1つでも該当したら、ぜひご相談ください！

＼月額費用半額キャンペーン／



詳細・資料ダウンロードは
こちら

<キャンペーン概要>

期間：2024年6月28日（金）まで

内容：**月額費用を最大3ヶ月間半額**

対象サービス：レコメンドサービス／サジェストサービス



5月16日(木) 13:30~14:30 開催



新規獲得からロイヤルカスタマー育成までの道のりを
最速で作る！

売上最大化のための次世代ツール活用セミナー

★こんな方におすすめ！

- ・顧客体験やCVRに課題がある
- ・データ活用に取り組みたい
- ・パーソナライズした接客を提供したい
- ・ツールを導入しているものの上手く活用できていない
- ・新しい施策を行うリソースがない

ご興味のある方は、アンケートにて「**5月16日（木）のセミナーに申し込む**」に
チェックをお願いします！