

【調査結果】都知事選、Google 検索ユーザーは 鳥越氏と宇都宮氏に注目。「費用」にも厳しい目(前編)

Web マーケティングツール「MIERUCA(ミエルカ)」で調査

企業の Web マーケティングを支援する株式会社 Faber Company(ファベルカンパニー／本社：東京都港区、取締役社長：稻次正樹)は、Web マーケティングツール「MIERUCA(ミエルカ)」を使用して、「選挙」「都知事選」関連キーワードの Google 検索の傾向を分析しました。7月 13 日現在、都知事選で Google 検索ユーザーが注目している候補者は鳥越俊太郎氏と宇都宮健児氏。また都知事選の「費用」にも、厳しい目が向けられていることが分かりました。

詳細はミエルカ通信公式ページへ

<http://mieru-ca.com/blog/category/mieruca-press/>

■ MIERUCA(ミエルカ)とは

<https://www.fabercompany.co.jp/service/mieruca/>

人工知能(AI)の一分野である「自然言語処理」を応用し、Web で上位検索されやすい記事づくりを的確に支援するコンテンツマーケティングツール。クラウド上で「自社サイトの改善すべきページの抽出」「ライバルサイトとの差異の発掘」などが簡単にできる。株式会社 Faber Company が 10 年以上経験を積んだコンテンツマーケティングのノウハウをシステム化した。開発メンバーには、ウェブアナリストで当社 CAO(Chief Analytics Officer)・小川卓に加え、国立大学豊橋技術科学大学情報・知能工学系の吉田光男助教、明治大学理工学部情報科学科・高木友博教授、東京大学情報基盤センター・中川裕志教授ら、人工知能の権威が加わる。ソフトウェア特許を申請中。

■ 調査の概要

調査日： 2016年7月13日(都知事選告示日前日)、一部7月11日

対象キーワード： 選挙、都知事選、アベノミクス、鳥越俊太郎、宇都宮健児

調査方法： ミエルカの機能の一つ「サジェストキーワードネットワーク(以下、SKN)」を使って調査。

SKN は、「Google 検索した人の多さ」や「検索した意図」を自動で色分けして可視化できる機能。

○ 円=対象キーワードと一緒に検索された複合キーワード → 矢印の太さ=検索数の多さ

↖ 矢印の向き=検索バーに単語が入力された順番

■ TOPICS

- ・【選挙】で皆が一番知りたいのは「投票率を上げる方法」。【選挙 18 歳】ではりゅうちえるの投票PR動画が話題に。
- ・検索ユーザーは候補者選びをわかりにくく感じており、比較が容易になる「まとめ」を探している。
- ・【アベノミクス】の検索でも「わかりやすく」「簡単に」「まとめ」が求められ、国民への“伝わっていない感”が否めない。
- ・検索ユーザーは【都知事選】で「鳥越」「宇都宮」に注目。「費用」についても厳しい目が向けられている。
- ・後編は 7 月 28 日配信予定。各候補者の検索ボリュームの比較、関連キーワードの推移などを伝えします。

※本調査結果をご利用いただく際は、【マーケティングツール MIERUCA で調査】とご明記ください。

※「候補者の検索動向を知りたい」「このキーワードを調べたい」といった調査のご要望があれば、下記お問い合わせ先にて承ります。

〈お問い合わせ先〉 株式会社 Faber Company(ファベルカンパニー) 担当: 井田・平野



pr@fabercompany.co.jp TEL: 03-5545-5230 FAX: 03-5545-5231

■調査の背景

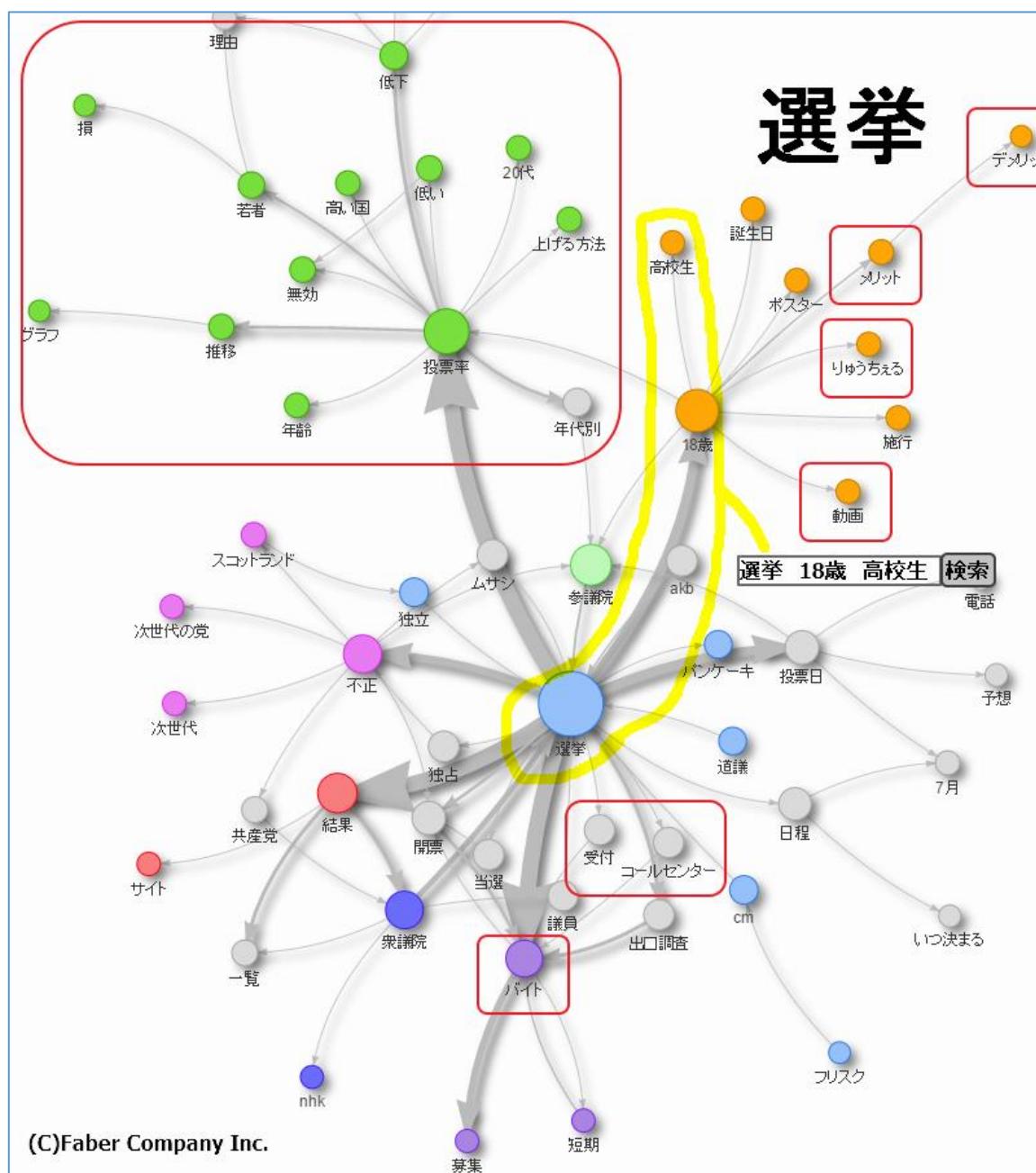
2016年7月31日に迫った東京都知事選。舛添前都知事の後任選びとあって注目度が高く、ジャーナリストの鳥越俊太郎氏の出馬や、18歳選挙権など、関連情報を多くの人がWeb検索で調べているとみられます。そこでFaber Companyでは、検索ユーザーの心理から民意を探ることを目的に、Webマーケティングツール「ミエルカ」を使って、都知事選関連のGoogle検索の傾向を調査しました。

■調査結果詳細

「選挙 18歳」はりゅうちえるの参院選投票PR動画が話題に

こちらが【選挙】SKNです。対象キーワードを入力すると、周囲に複合キーワードが配置され、自動で色分けされるので、視覚的にユーザーの検索意図を把握しやすくなります。たとえば「選挙 18歳 高校生」などと、検索した単語の順番が矢印の向き、検索数の多さが円の大きさや矢印の太さで表示されます。

「選挙 18歳」は「メリット」「デメリット」など、背景を問う複合キーワードが見られました。異色だったのは「りゅうちえる」「動画」。東京都が参院選への投票を若者に呼び掛けるために制作した、ペコ&りゅうちえるのPR動画が「カオスすぎる」とネットで話題になったため、キーワードに表われたものとみられます。



みんなが「選挙」で一番知りたいのは「投票率を上げる方法」

選挙で稼ぎたい層の、特需への期待から「バイト」「コールセンター」も多く検索されていますが、一番検索ボリュームがあったのは「投票率」。投票率の「推移」や「年齢」「高い国」を調べている理由は、「投票率 上げる方法」を知りたいためとみられます。今回の参院選投票率は 54.70%。3 年前の選挙と比較して 2.09 ポイントアップでしたが、ネット選挙解禁以降、「投票率を上げる Web 施策」は十分な効果をあげられたのでしょうか。

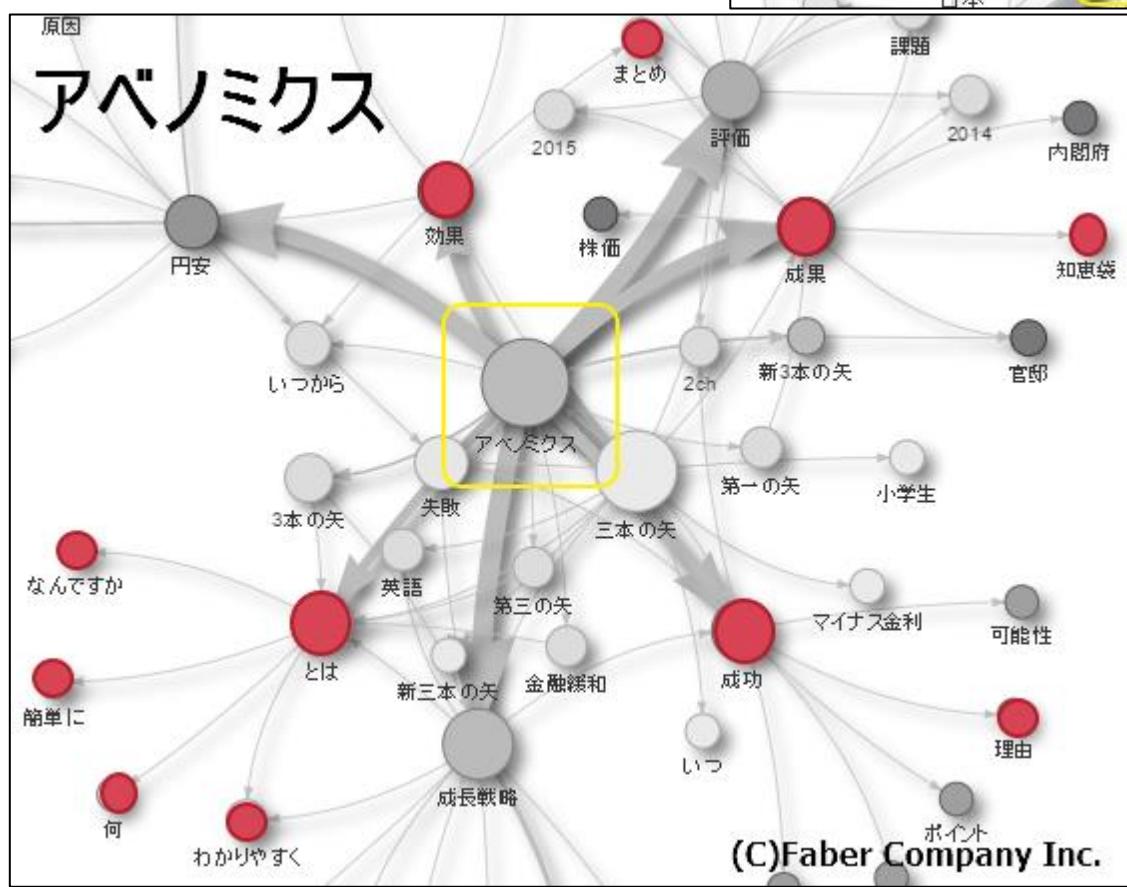
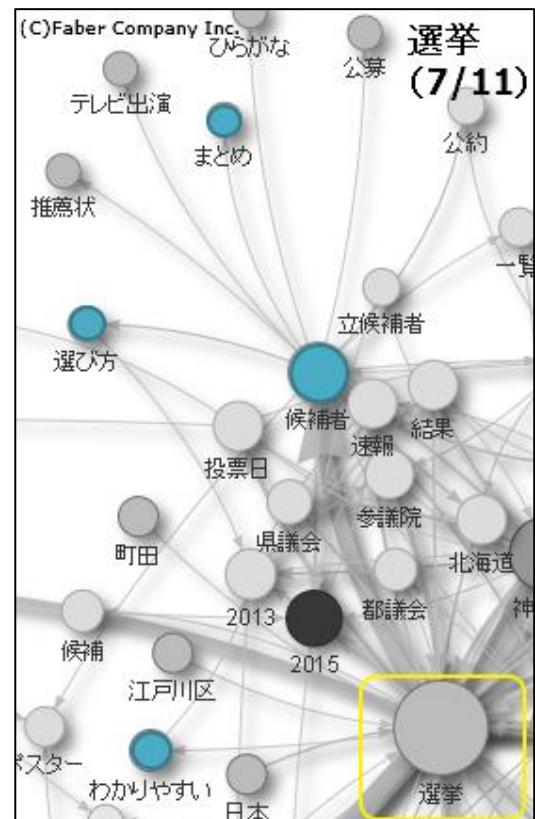
わかりにくい候補者選び、検索ユーザーは「まとめ」を希望

右のSKNは参院選翌日に「選挙」を調べたものです。「投票 誰に」「候補者」「わかりやすい」「まとめ」などのキーワードが多く検索されていました(該当部分を青い円で抽出)。つまり有権者は「投票したいけど、誰に入れればいいの?」と、比較材料をWeb上で集めていたのです。

試しに「選挙 候補者 わかりやすい」を Google で検索したところ、自分に近い考え方を持つ政党をアンケート形式でマッチングしてくれる「ポートマッチ」が上位表示されました。政党に限らず、選挙区内の候補者を同じ比較軸でわかりやすく比較できるまとめ・アプリが充実していれば、検索ユーザーの期待にこたえられるのではないかでしょうか。

自民党圧勝でも、【アベノミクス】は伝わっていなかった…

参院選で圧勝し、10日夜のテレビ番組「アベノミクスに理解得られた」と胸を張った安倍首相。でも「アベノミクス」を調べてみると「アベノミクスとは」「なんですか」「わかりやすく」「簡単に」と多くの人が検索しています。「成果」「評価」「効果」など、「結局どうだったのか」と概要を知りたがっているキーワードの後に、「知恵袋」「まとめ」と続くあたり、公式情報がわかりにくいため、簡潔にまとまっている情報を探している様子が見られます（該当部分を赤い円で抽出）。



〈お問い合わせ先〉 株式会社 Faber Company(ファベルカンパニー) 担当:井田・平野

pr@fabercompany.co.jp TEL:03-5545-5230 FAX:03-5545-5231

都知事選「鳥越」「宇都宮」に关心

注目される「都知事選」。告示日前日13日のSKNには、出馬が「後出しじゃんけん」といわれた「鳥越」氏がさっそく登場しています。「候補者 宇都宮」は、日弁連元会長の宇都宮健児氏。「予想 細川」はその宇都宮氏と2014年の都知事選で対決した細川護熙氏、「予想 家入」は同じく2014年、クラウドファンディングで選挙資金を集め、SNSなどを活用したネット選挙で話題になった家入一真氏を指すと見られ、検索ユーザーは「2014年を戦った元候補者から見た2016年都知事選の予想」を期待しているのでしょうか。

「候補者 ドクター」「面白い」は、ドクター中松氏出馬への期待でしょうか。「候補者 大物俳優」も気になります。実際の検索結果で確認すると、政治ジャーナリストがテレビ番組で語った「民進党が大物俳優に都知事選出馬を打診していた」という発言に由来するものようで、石田純一氏以外にもさまざまな俳優・タレントの名前が挙がっていました。

都知事選の「費用」にも厳しい目

「都知事選 費用」からの「税金」「内訳」にも大きな注目が集まっています。舛添前都知事が不適切な流用をしなければ必要がなかった今回の選挙。いくらの税金が何に使われるのか、検索ユーザーは気にしているのです。

候補者の検索では「思想」「来歴」「出演歴」に关心

鳥越氏と宇都宮氏の月間検索ボリュームを比べると、「鳥越俊太郎」（約12,100回）は「宇都宮健児」（約5,400回）と約2.2倍。検索が多いキーワードを詳細に見ていくと、鳥越氏は会見でも触れられていたがんの罹患歴や、BS朝日で放映されていた「医療の現場」などメディア出演歴、思想や家族が調べられているのに対し、宇都宮氏は家族以外の著名人とのつながりがよく検索されています。またNHK「プロフェッショナル 仕事の流儀」への出演や、宮部みゆきの小説「火車」のモデルになったことなどユニークな来歴がしのばれました。

「ミエルカ通信」では、次回28日に各候補者の検索ボリュームの比較、関連キーワードの推移などをお伝えします。

■Faber Company(ファベルカンパニー)とは

<https://www.fabercompany.co.jp/>

「日本の職人技と先端テクノロジーの融合」をコンセプトに、企業のWebマーケティングを支援。2005年の創業以来、クライアント企業のSEO施策、PPC(リスティング)広告運用、コンテンツ制作事業、検索エンジン集客に関するセミナー事業を展開している。2013年からWebマーケティングツール「ミエルカ」を自社開発。国立大学法人豊橋技術科学大学との共同研究を皮切りに、明治大学、東京大学との産学連携で、人工知能のWebマーケティング分野への応用研究に力を注いでいる。

ミエルカ通信公式ページ

<http://mieru-ca.com/blog/category/mieruca-press/>

〈お問い合わせ先〉 株式会社 Faber Company(ファベルカンパニー) 担当:井田・平野

pr@fabercompany.co.jp TEL:03-5545-5230 FAX:03-5545-5231