

ネットワーク時代の今を追う
 <<http://www.wakabayashi.com/internetroad21/>>

グーグルが牽引する 検索型地球ビジネスのクリエイターたち

インターネット広告が 第4の媒体に

広告会社の調査によると2004年に国内企業が使ったネット広告費の総額は対前年比53%増の1,814億円。ラジオを初めて上回り、テレビ、新聞、雑誌に次ぐ「第4の媒体」に躍り出た。(日本経済新聞、2005年7月6日号)

インターネット広告を牽引しているのがグーグルである。全くの初心者でも自分のホームページをそのまま広告媒体にできる「Google AdSense (グーグル・アドセンス)」が話題をさらっている。サイトの運営者に関連性のある広告を様々なサイズで自動的にグーグルが提供する。表示される広告はサイトの訪問者が探している情報、興味、などに関連性を持ち、訪問者の広告クリック操作が直ちにサイト運営者の収益の獲得につながるのである。

さてグーグルという言葉は数学者ミルトン・シロッタの造語だという「googol (グーゴル)」に由来する。googol は1の後に0が百個つく数である。0が12個で兆だから、googolの大きさは想像を超える。このことの意味は大きい。「グーグル」は始めから地球上の情報すべてを対象にするというかれらの志(こころざし)の大きさを表しているのだ。グーグルのサービスの表示言語が35、インターフェイス言語はなんと100以上



創業者のラリー・ページ (左) とサーゲイ・ブリン (右)
 <<http://www.google.com/>> より

に達する(2005年7月11日現在)。主題はまさに「地球」である。情報世界における地球ビジネスのクリエイターたちの姿を追いかけてみよう。

スタンフォード大学と キャピタリストたち

グーグルの共同創業者は、ラリー・ページとサーゲイ・ブリンである。彼らが出会ったのは1995年、スタンフォード大学においてであった。1995年は同じスタンフォード大学の大学院に在籍するデービッド・ファイロとジェリー・ヤンの二人が「ヤフー！」を設立し爆発的なブームを巻き起こした年だ。またこの年に、ブラウザ革命でインターネット・ビジネス普及の起爆剤の役割を果たした「ネットスケープ」がウォール街に登場した。

ラリーとサーゲイのユニークな発想はウェブの膨大なデータを検索する際に「リンク分析」という方法に着眼した点にある。「リンク」は言うまでもなくウェブのページ同士の繋がりであり、「リンク分析」によってページ同士の繋がり の総体を分析し、人気投票方式で各ページの重要度をランクづけしてゆく。その際に、より人気の高いページによって支持されているページほど高い重要度を与えられる。こうした「ランクづけ」のやり方こそグーグルのノウハウなのだ。

1998年、グーグルの最初の「データセンター」は学生寮内のラリーの居室の一角におかれた。しかし、すぐにデータセンターのコンピュータの拡張が必要になる。広いオフィスも必要だ。とりあえず身内、友人、知人を中心に声をかけて100万ドルの資金を集めて、1998年9月7日「グーグル株式会社」が船出したの

●100以上のインターフェイス言語を持つ検索エンジン、グーグル
<<http://www.google.com/>>

●サン・マイクロシステムズやアマゾンも育てた
クライナー・パーキンス・コーフィールド&バイヤーズ
<<http://www.kpcb.com/>>

●ヤフー! やシスコも育てたセコイア・キャピタル
<<http://www.sequoiacap.com/>>



社内のミーティング風景
<<http://www.google.com/>> より

である。

さて、スタンフォード大学は鉄道王スタンフォードが設立した大学であり、シリコンバレーの仕掛け人はスタンフォード大学そのものに他ならない。スタンフォードにはキャピタリストのDNAが息づいている。1999年6月7日、キャピタリストたちが動いた。シリコンバレーを代表するベンチャーキャピタルである2社、クライナー・パーキンス・コーフィールド&バイヤーズとセコイア・キャピタルが2,500万ドルの資金を用立てしたのである。彼らはサン・マイクロシステムズ、アマゾン、ヤフー!、などを既に応援した実績を持つ。豊富な資金を背景に本格的な人材開拓も始まった。

検索型ビジネスモデル =507円からできる インターネット広告

不思議なことにキャピタリストたちが乗り出した途端に決定的なブレイクスルーが始まった。キーワードを標的にした広告プログラムの導入によって、新しい収益源が育ち始めたのである。2000年半ばにはついに黒字転換。創業から2年足らず、構想の大きな事業としては超特急の離陸である。

検索型広告のビジネスモデルは非常にわかりやすい。あいまいさが全くないのである。ユーザーのおこすひとつひとつのアクションに意味を付与する(=お金が動く)のだから。黒字転換した2000年に小さな広告主の参入を可能にする「AdWords(アドワーズ)」が新たに導入された。アドワーズはセルフサービス

型の広告プログラムで、クレジットカードを使って数分で広告主が誕生する。ユーザーの入力したキーワードに反応して、検索結果の目立つ場所に広告コピーとリンク先が表示される。

基本料金(初期開設費用)は500円であり、クリック単価は7円から、また広告予算の上限設定もできる。つまり「507円からできるインターネット広告」というわけである。大きなメリットとしてグーグルの提携先である多くのポータルサイトにも広告が登場する点を上げることができる。

クリック単価を高く設定すれば掲載ランキングの上位を確保できる。しかし広告予算は当然限られている。キーワードの選択にはきめ細かいセンスも要求される。そこでアドワーズの利用術については専門書も登場している(例えば、小山陽子著『アドワーズ道場』、2004年、インプレス)。シルク製品を売るインターネットショップで、月商が300~400万円度で月々のアドワーズ広告費用が1万円程度という模範例も紹介されている。

2000年6月、ヤフー!との提携発表。続いて中国の代表的なポータルであるネットイーズ、日本のビッグロブがグーグルの採用を決めた。2001年には携帯分野にも進出し、日本ではiモードでの利用も実現した。2003年にはブログの最大手であるプロガー(Blogger)の運営会社を買収している。

地球ビジネスへの胎動

ここで余談をひとつ。2005年6月22日、中国海洋石油(略称CNOOC、傅成玉・会長兼最高経営責任者、本社は北京)に

よる米国エネルギー企業大手のユノカル(チャック・ウイリアムスン・会長兼最高経営責任者、本社はカリフォルニア州エル・セグンド)への買収提案が明らかになった。今回買収のアドバイザーはゴールドマン・サックスとJ.P.モルガンである。買収提示額は196億ドル、アドバイザーの報酬は3億ドルだという。

ユノカルは、アフガニスタンのカルザイ大統領がかつてコンサルタントを務めていた企業で、現ブッシュ政権とも因縁浅からぬ企業である。中国海洋石油は言うまでもなく国営のエネルギー企業であり、今回の買収劇は国際政治も絡んだ地球規模の取り引き(=地球ビジネス)であることは疑いない。7月のライス国務長官の訪中の主題は「北朝鮮問題」とのことだが、一方ではブッシュ政権自体の「ビジネス案件」である「ユノカル問題」も取り上げた模様だ(ウォールストリートジャーナル電子版、2005年7月7日号)。優等生の誉れ高いライス長官の仕事ぶり。お見事という他はない。

さて本題に戻ろう。グーグルの株価は2005年の公開から順調に推移しており、既に800億ドルを超えている。有力企業との提携そして買収が進む。「地球上のあらゆる情報を検索可能にする」ことを使命に掲げるグーグルは既にオックスフォード大学などの数千万冊規模の蔵書のあらゆるページを撮影し、これをデジタル化する事業に着手していると伝えられる。「神」をも構想する地球ビジネスの展開。相当に奥が深そうである。

(わかばやし・いっぺい)