



(28) 「グーグル中国」の苦戦

野村総研(上海)咨询有限公司

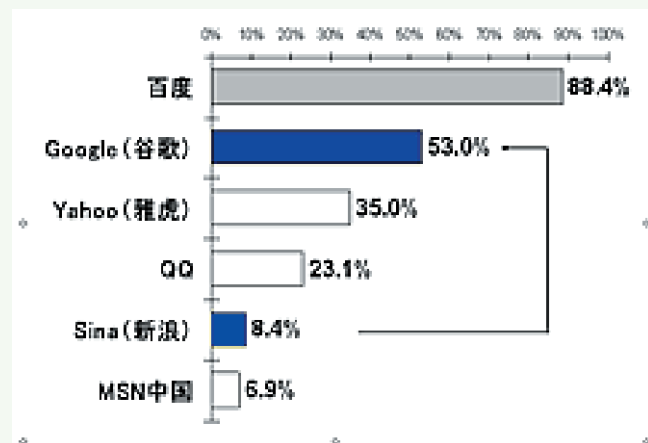
◇「百度」のシェア88.4%

6月11日、グーグル中国(中国名: 谷歌)が、中国ポータルサイトの最大手「Sina(新浪)」と提携することを北京でリリースした。谷歌と新浪は戦略パートナー関係を締結することによって、検索エンジン(主にウェブページ)はもちろん、ニュースコンテンツとネット広告の面で提携することとなっている。

検索エンジンといえば、グーグルがグローバルブランドとして、最も多くの地域で市場を制覇している。しかし中国では、中国語名称「谷歌」を発表したものの、進出自体が遅れたこともあり、中国マーケットの2番手となっている。2006年10月の1カ月間における検索エンジン利用ユーザー数は約1.26億ユーザーであり、そのうち「百度」のユーザーが88.4%、谷歌が2番目の53%、Sina(新浪)のユーザーが約8.4%となっている。(出所: I research 複数選択可)

中国の一般ユーザーは「Google」のスペリングさえできない人が少なからずいる。中文名「谷歌」が発表されているものの、認知は進んでいない。一方、中国発の「百度」はピンインのスペリングがURLアドレスとなっている。それに加え、アメリカ帰り(海亀族)の中国人起業家が創設した企業でナスダック上場に至ったということもあり、起業家のカリスマ・イメージが若いユーザーに浸透している。

『百度』が現在の検索エンジンマーケットのトップを握っている状況に対し、最近グーグル中国(谷歌)は百度と対抗する布陣を仕掛けている。



◇中国企業と提携

グーグル中国は2007年より、地場通信キャリアや大手インターネット企業との提携を加速化している。

■中国におけるグーグルの提携実績■

時間	提携先名	提携業務分野
1月3日	中国移動	移動夢網
1月5日	迅雷	インターネット・ダウンロード・サイト
2月初	中国网通	ブロードバンドサービス専用ウェブサイト
4月24日	中国電信	〃
6月11日	Sina(新浪)	インターネット・ポータルサイト

グーグル中国は提携先のウェブサイト自社検索サービスを利用されることによって、利用回数・頻度のアップをはかり、最大の競合「百度」に対抗しようとしている。また最近、グーグルは一部のサーバーを米国から中国へ移転することにより、ウェブページのレスポンスを上げることを検討しているようである。今後、より一層激化する競争環境の中で、グーグルがどこまで百度に迫ることができるのか注目される。

(野村総研(上海)咨询有限公司 主任コンサルタント 唐栄 / 主任コンサルタント 葛島 知佳)