

Google 品質の 商品検索機能を手軽に構築 「Retail Search」のご紹介



Google Cloud Japan

Customer Engineer

Taishi Morrissey

\$3000億

悪いオンライン検索体験により
毎年失われている金額 (米
国のみ)



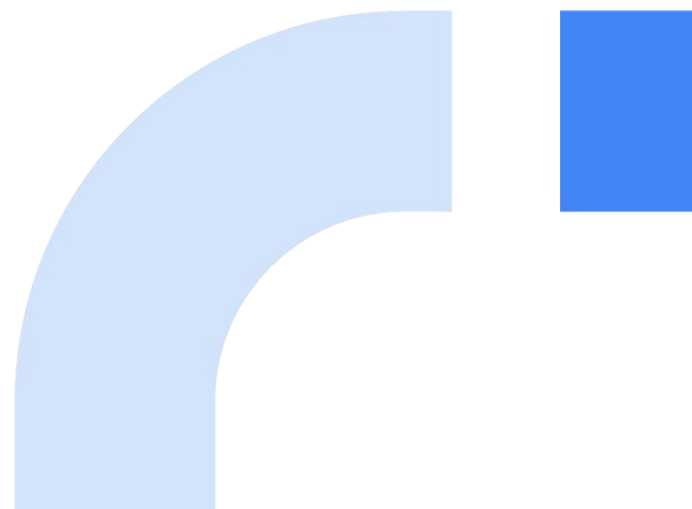
85%

の世界のオンライン消費者は、
検索に関する問題を経験した
後、ブランドに対する見方が変
わりました

64%

の米国の小売ウェブサイト管
理者の明確な改善計画がな
い

Product Discovery Solutions Overview

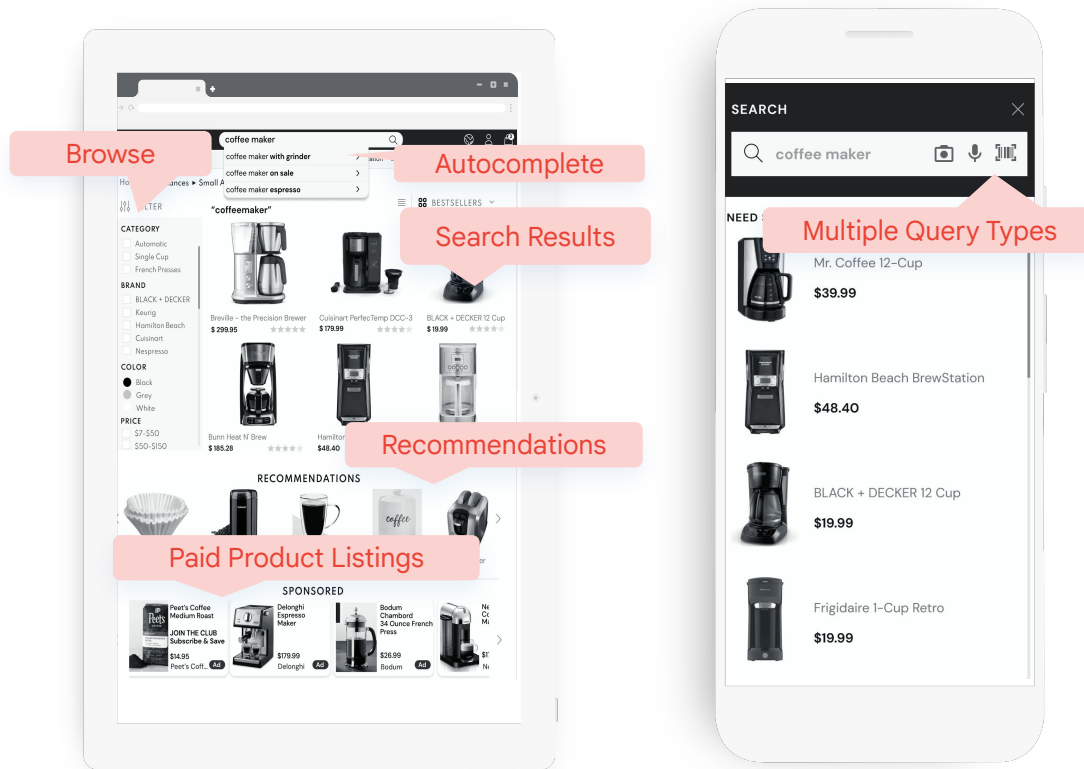


Discovery Solutions を活用し、デジタルコマースの可能性とイノベーションを最大化

買い物客が探しているものを Google 品質の結果で見つけられるようにし、小売業者が簡単にカスタマイズできるようにします



Discovery Solutions を使う
ことで、チャネル全体で商品
の検索性を改善、およびパー
ソナライズを強化できます

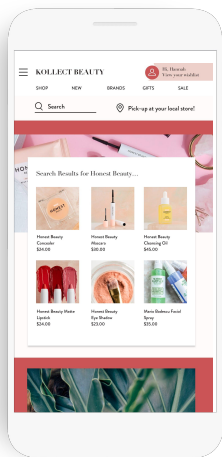


Retail Search Overview



Retail Search

Google の高度な検索機能を活用し顧客が商品を見つげられるようにします



- 買い物客の**検索意図とコンテキストをよりよく理解して**、EC およびモバイル アプリで商品を見つけるための高品質の検索結果を提供
- ユーザーのショッピング履歴を活用して**大規模な検索**を実行し、ショッピング体験を向上させ、コンバージョンを増加
- **Google の高度な検索機能を活用**して、ニーズに合わせて構成可能な Google クオリティの検索を提供

Googleの検索機能に基づいて構築されたディスカバリー ソリューション



高度なクエリの理解

商品以外の検索を含む幅広いクエリに対して、商品リストとカテゴリページの両方を返す



セマンティック検索

商品の属性を抽出し、Webサイトのコンテンツと照合して、製品と情報のグループを分類



最適化とコントロール

ユーザーインタラクションとランキングモデルに基づいて結果を最適化し、ビジネス目標（プロモーション、新商品、在庫余剰）を満たすように結果を最適化



セキュリティとプライバシー

強力なアクセス制御で分離されており、正しい結果を表示するためののみ使用



Self-managed

自己最適化、自己テストするシステムであり、サイトのマーチャンダイジングサポートや手動ルールが不要



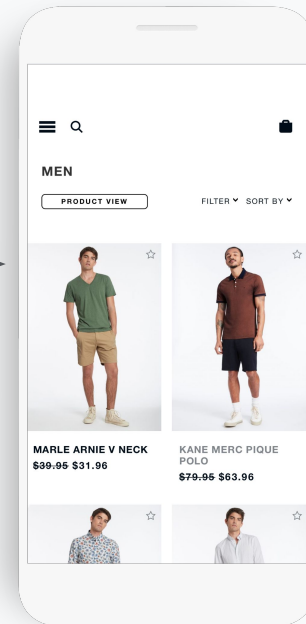
Retailer
Data & Rules

Google Cloud

Cloud Retail
Search Engine



Google's Advanced
Search Capabilities



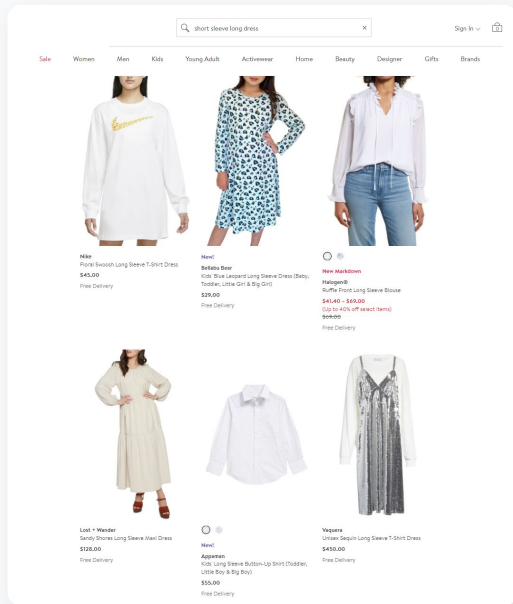
AI 駆動の次世代検索エンジンは、
以前のすべての検索エンジンとは動作が異なります：



Molly: ヨーロッパのデザイナーと最近のトレンドを見るのが大好き

Query by Molly: “半袖のロングドレス”

Search for “半袖のロングドレス”



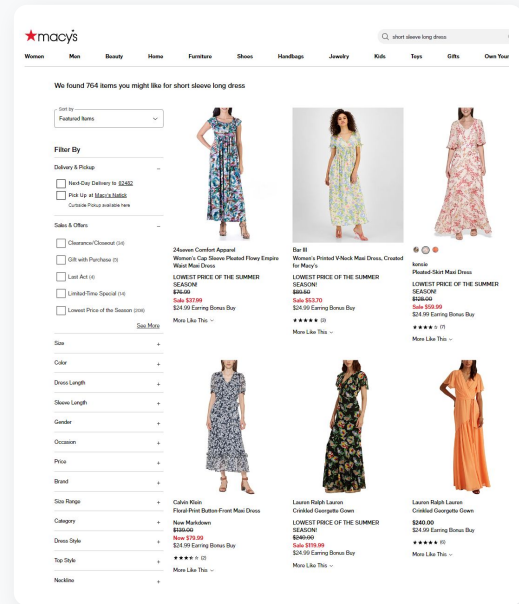
Not powered by
Discovery Solution Suite

Non-Google search:

- 長袖のショートドレス
- 長袖シャツ

Google:

- ドレスのみ
- 全ての長い裾
- 全ての半袖



Powered by
Discovery Solution Suite

関連性と収益のための最適化



買い物客の体験を考慮

Molly: トレンディなデザイナーやポップカルチャーを見るのが好み

🔍 半袖のロングドレス

従来型の検索結果



長袖のショートドレス

従来型の検索結果



関連するドレスを返すものの、Molly の好みでは無いので購入されない

Google AI Cloud Retail Search Results



関連性が高く、Molly が好む商品を返す

「結果が見つかりません」を排除

Googleの高度なクエリ理解機能は、買い物客の検索意図とコンテキストをより適切に解釈して、高品質の結果を提供することができます

訪問あたりの収益を増やす

ユーザーの買い物履歴から学習して、収益を上げるために最適化されたパーソナライズされた結果を表示します

フルマネージド

サイトのマーチャンダイジングサポートや手動ルールをほとんど必要としない、自己最適化、自己テストソリューションです

Google Retail Search と従来型検索エンジンとの違い

| | 従来型検索エンジン | Google Search for Retail |
|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 「言語」へのアプローチ | <ul style="list-style-type: none">● キーワード検索を実行し、単語の頻度をカウントします | <ul style="list-style-type: none">● 英語 (and 7 言語) をサポート● すべての Google Shopping のデータを学習 |
| 「購入可能性」へのアプローチ | <ul style="list-style-type: none">● Does not | <ul style="list-style-type: none">● AI は小売業者レベルおよび各ユーザーのパーソナライズされた購入可能性予測を計算 |
| 学習方法 | <ul style="list-style-type: none">● Does not | <ul style="list-style-type: none">● 間違いから学ぶ● 自動テストによる自己最適化 |
| 最適化の対象 | <ul style="list-style-type: none">● 関連性と手動のルール | <ul style="list-style-type: none">● 収益 |
| 管理方法 | <ul style="list-style-type: none">● 低品質の言語と購入可能性には、何百もの手動ルールのオーバーライドが必要 | <ul style="list-style-type: none">● フルマネージド● 自己最適化 |
| アップグレード方法 | <ul style="list-style-type: none">● 低いアップグレード率 | <ul style="list-style-type: none">● Google 規模での AI の自動アップグレード● Retail Search 自体の迅速なアップグレード● アップグレードは簡単に展開可能 |

Discovery Solution は従来と異なる方法で構築されているため、 最良の結果を得るには、異なる方法で実装および測定する必要があります



行動履歴およびライブイベントに 基づいて構築

Retail Search は、顧客から過去および現在の行動と購入パターンを学ぶ必要がある

つまり、最適なパフォーマンスを確保するために、より堅牢な**サイト/製品/イベントデータ**を要求



モデルトレーニングに十分な時間 をとる

従来型検索エンジンは一致するキーワードと一連のルールに基づいて操作するだけでよいいため、1日目が最適

Retail Search を実行するには、少なくとも**2週間のダークトラフィックと週間のライブトラフィック**が必要



「関連性」よりも業績を重視

どの製品が「関連性がある」という主観的な理解のみに基づいて検索結果を判断することは控える

「**訪問あたりの収益**」などのビジネス指標を調べて、パフォーマンスを判断



Retail Search は Macy's に Google
品質の検索機能を提供して、商品の発
見を改善し、検索行動の離脱を減らし
ています



Macy's はデジタルエクスペリエ
ンスを改善し、顧客のニーズを確実
に満たす必要があった



コンバージョンが2% 増加し、訪
問あたりの収益が1.3% 増加



Lowe'sは、Retail Search が顧客が
探しているものを簡単に見つけるの
にどのように役立っているかを共有し
ています

“お客様の15% が、これまでに見たことのない検索クエ
リを提供しています。Google は、お客様が何を求めて
いるのかを理解し、お客様が必要としているものを取得
できるよう支援しています。”

Neelima Sharma, SVP, Technology, Ecommerce, Marketing and
Merchandising, Lowe's

Implementation

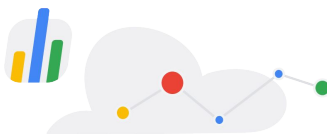
Retail Search を導入する 3 つのステップ

1 データ収集



カタログデータを定期的にインポートしユーザーイベントをリアルタイムで収集する

2 Web サイトなどへの組み込み



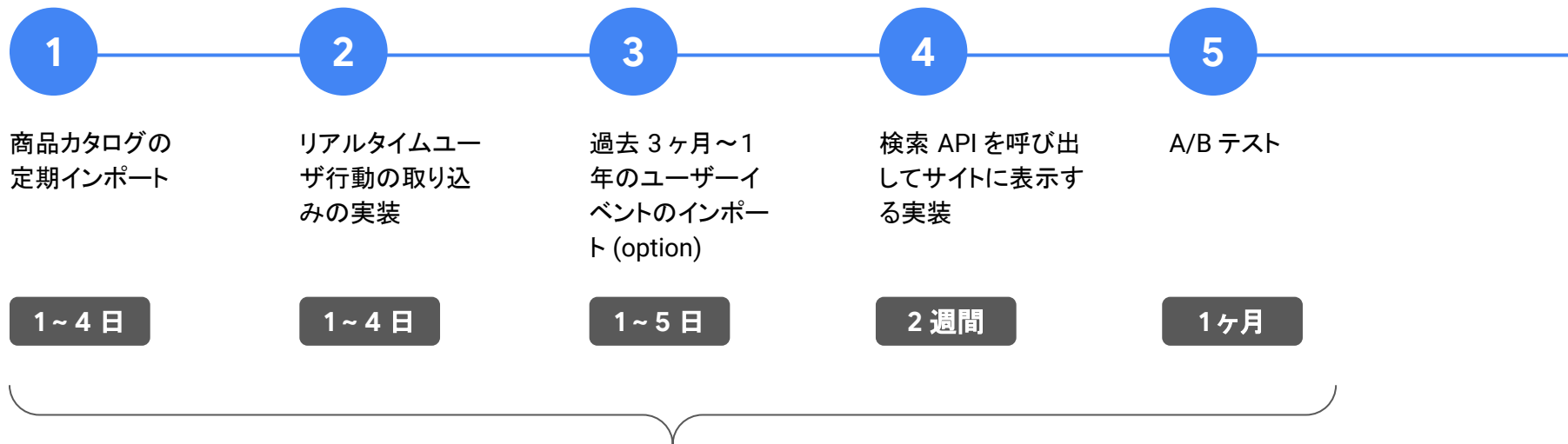
Web サイトやアプリなどで検索結果を表示できるよう、検索用のAPIを呼び出す実装を行う

3 A/B テスト



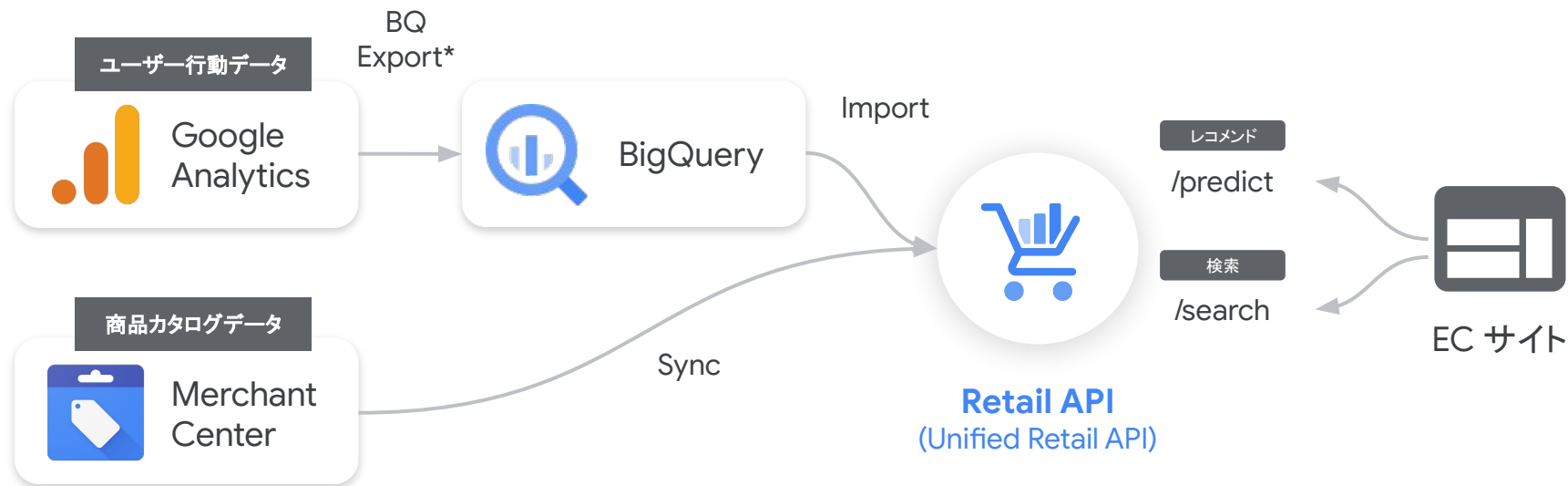
既存の検索サービスとRetail Search をユーザーごとに分け、コンバージョン率などを比較

実装の流れ



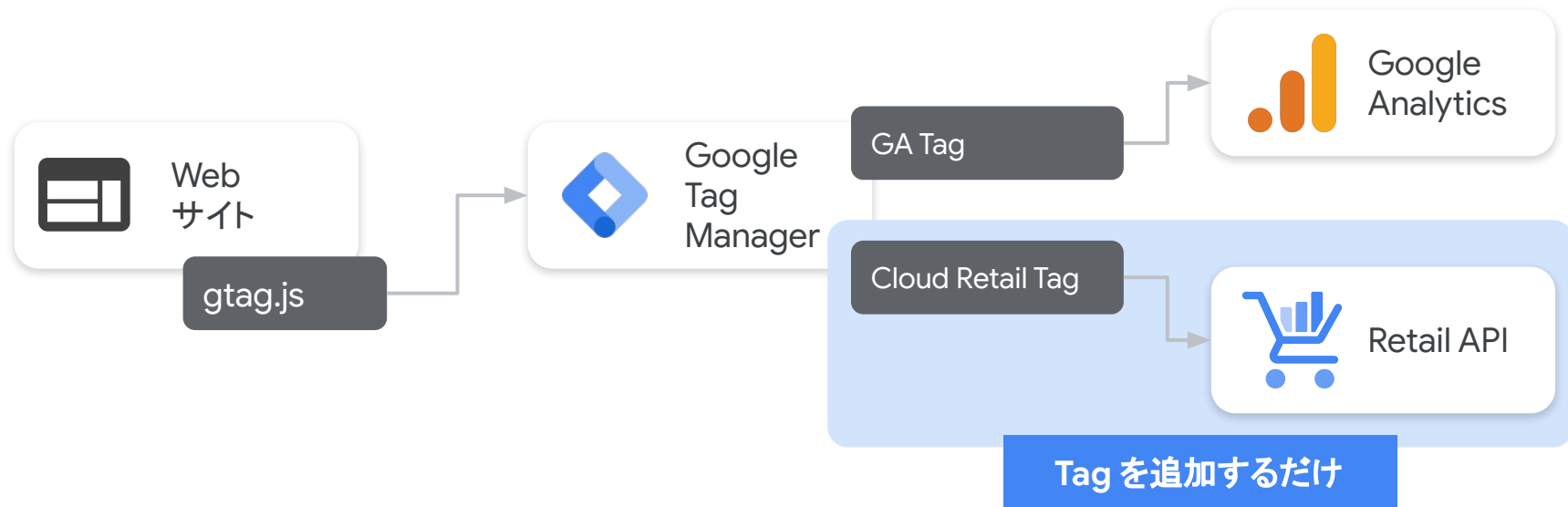
最短 1ヶ月半程度 で導入可能

Google Analytics / Shopping のデータがそのまま使えて Retail Search / Recommendations AI が両方使える



*BQ Export は GA 360 または GA4 で利用可能。Eコマースタグを使っていない場合はスキーマの変更が必要。
Google Cloud

リアルタイムデータは GTM から送信できる



➡ Web サイトに改修を入れずに導入できる

Demo



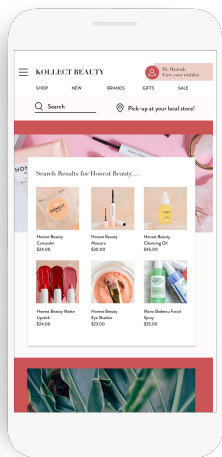
Retail Search

Google の高度な検索機能を活用し顧客が商品を簡単に見つけられるようにします



Google Cloud

Cloud Retail
Search Engine



- 買い物客の**検索意図とコンテキストをよりよく理解して**、EC およびモバイル アプリで商品を見つけるための高品質の検索結果を提供
- ユーザーのショッピング履歴を活用して**大規模な検索**を実行し、ショッピング体験を向上させ、コンバージョンを増加
- **Google の高度な検索機能を活用して**、ニーズに合わせて構成可能な Google クオリティの検索を提供

Thank you.