

附録：国別検索結果

方法論

各国のユーザーが直面する脅威の総合的なスナップショットを作成する上で、米国外の国別検索エンジンを利用した上位検索結果を調査する。全ての検索エンジンで同一の検索用語 2,500 語を使用した米国の分析に比べ、国際的分析では各国の現地言語で最も一般的な検索用語 15 語ほどを使用する。これにより、全ての国で固定キーワードのリストを人為的にテストさせるより、現地消費者がパターン検索を行いその差を適確に取り入れることができる。国別の上位検索に関するデータについては、[Google Zeitgeist](#) を利用する。

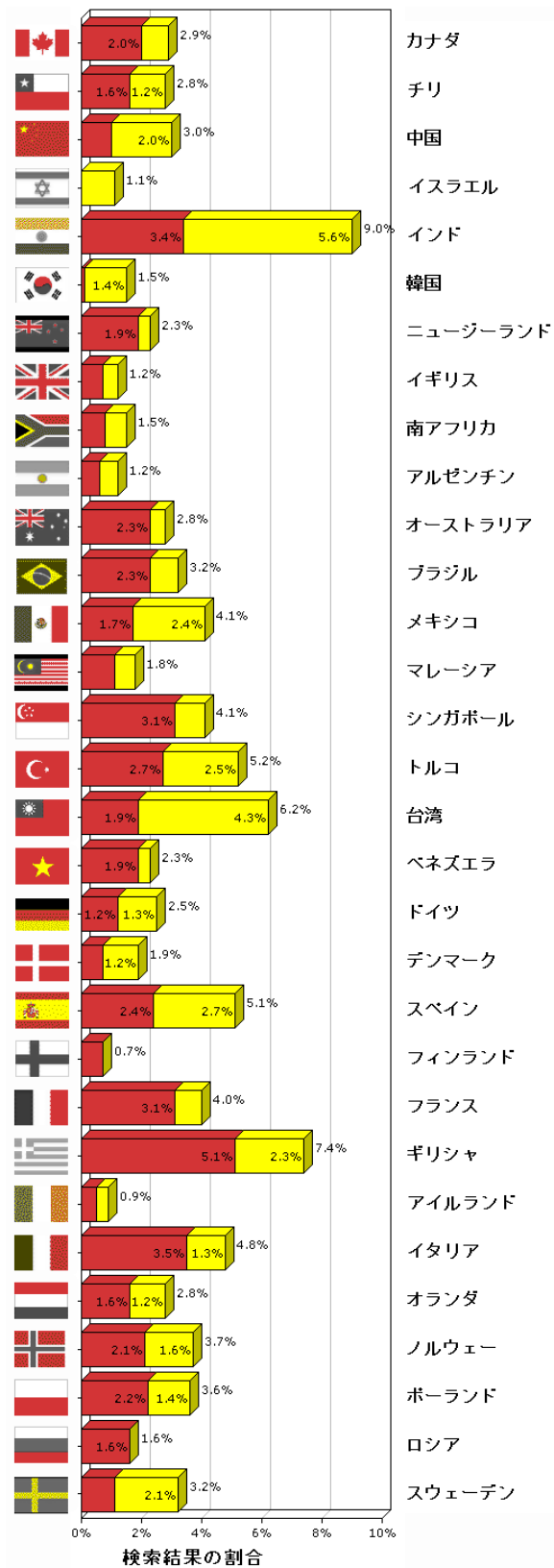
同時に、各国のユーザーが単に(例えば)google.com より、国別検索エンジンを使用する傾向があることは認めている。従って、国際的分析は各国に対応する Google サイトの検索結果を使用する。国際的分析の場合、地域の検索用語による検索結果の第 1 ページを分析する。

結果

一般的な検索用語は国毎で異なり、地域サイト(xyz.de など)は一般的な検索エンジンと比べ各地域の検索エンジン(google.de など)で上位にランクされる。Google 地域型ドメイン 30 で行った最も一般的な検索の安全性を比較すると、最も危険な検索は Google のインド地域型ドメイン (google.co.in)で行われたものだと分かった。インドの一般的な検索用語を使った検索結果の 9%が McAfee SiteAdvisor によって赤または黄色にランクされた。インドの最も危険な検索用語の中には、インド人俳優の「Salman Khan (サルマン・カーン)」と「Aishwarya Rai(アイシュワリヤ・ライ)」も含まれている。また、ギリシャで行われる検索も相対的に危険で(7.4%)、一般的な検索用語には TV の学園ドラマ「Rebelde Way」とポップグループの「Erreway」がある。一方、フィンランドとアイルランドの検索が最も安全である:google.fi および google.ie で最も一般的な検索用語で行われた検索結果で赤または黄色が表示された割合は、それぞれわずか 0.7%、0.9%だった。

考察

検索の安全性は、各国の検索エンジンユーザーでばらつきがある。大衆文化および消費者傾向は世界中で異なり、同様に消費者開拓の機会にも違いが出る。国別の一般的な検索用語を利用する広告主は言語と国を選択することにより、特定ユーザーを対象にできる。従って、地域の検索用語を利用して表示された相対的に危険なスポンサー付き検索結果は、特定の地域内ではさらに危険度を増すこともある。また、地域のサイトは地域の検索結果の中ではかなり目立つため、危険度が相対的に高い地域型ドメインでは、検索ユーザーは非常に大きな危険にされされることとなる。別の地域の検索ユーザーに比べいくらか安全だといっても、詐欺師や犯罪者が世界の隅々から消費者を虎視眈々と狙っている。



検索の安全性は各地域の検索エンジンによって異なります。