



EVOLABLE ASIA

報道関係者各位

2016年5月19日
株式会社エボラブルアジア

「空旅.com」モバイルサイトが改善 ～UI改善でコンバージョン率13.7%アップに成功～

One Asia のビジョンをかけた、アジアを舞台に、オンライン旅行事業、訪日旅行事業とIT オフショア開発事業を手掛ける株式会社エボラブルアジア(本社:東京都港区、代表取締役社長:吉村 英毅、証券コード:6191、以下当社)は当社が運営するサービスサイトである「空旅.com」のモバイルサイトにおいて改善を行いました。

当社は検索連動広告の最適化に常に取り組みでまいりました。今回は Google の協力の元、利用者により快適なサービス提供を実現すべく各種改善に取り組みました。

当社のオンライン旅行事業の1つである、B to C サービスの直営サイト「空旅.com」(<http://www.soratabi.com/>)は国内航空券および国内ツアー商品を予約する旅行サイトとなっております。出発3時間前まで予約可能で、空席や最安値も随時更新されます。

このたび Google が掲げる「モバイル サイト設計 25 の指針」を参考とし「空旅.com」モバイルサイトにおける高速化とユーザーインターフェース改善によって、コンバージョン率※1 が 13.7%アップした、という内容となっております。また、ページ読み込み速度は-13.8%、ユーザーの直帰率は-6.3%といずれもかなりの改善をいたしました。



(改善例)ファーストビュー コンテンツの最適化



EVOLABLE ASIA

今回の改善について、当社取締役 CMO の松濤は以下のように述べています。

「以前からモバイルサイト高速化の必要性は感じていました。しかし難易度や優先度の観点から、先送りしてきました。今回の高速化は、モバイルサイト設計 25 の指針を参考にしたユーザーインターフェース改善と連動しながら進めたため、効率的かつ効果的に実行できました。

一番悩んだのは、高速化を追求するあまりメンテナンス性を下げてしまわないようにすることです。どこまでやるべきか？の判断においては、Google PageSpeed Insights のスコアが 85 を超えたらよしと判断できたのでうまくバランスをとることができました。このツールがなければメンテナンス性を気にするあまり着手できなかった施策もあったと思います。

技術革新が今後も進む中で、スピード施策は継続的な取り組みが必要です。今後は、CSS の最適化、サーバー応答時間の短縮など、さらなる高速化への取り組みを考えています。」

※詳細は URL をご覧ください。 [Google AdWords 公式ブログ](#)

今後も当社は、空旅.com をはじめとした B to C サービスサイトの改善につとめ利用者へよりよいサービスを提供するとともに、さらなる事業拡大、発展に邁進してまいります。

【株式会社エボラブルアジア】

本社 : 東京都港区芝 3-5-5 芝公園ビル 6 階
社名 : 株式会社エボラブルアジア
代表者 : 代表取締役社長 吉村 英毅
資本金 : 1,017,283 千円 (払込資本 1,715,780 千円)
URL : <http://www.evolableasia.com/>

国内航空券を主軸に旅行商材の比較サイト運営、旅行コンテンツの OEM 提供、旅行商材の卸売、法人向け出張サービスの提供や訪日旅行事業等を行っており、OTA 業界において国内航空券販売最大手となっております。さらに近年では、高まるインバウンド需要に応え、訪日旅行事業の展開も行っています。

また IT オフショア開発事業では、ベトナムのホーチミン、ハノイ、ダナンに拠点をもち、現在約 500 名のエンジニアを抱える、東南アジアにおける日系最大の IT オフショア開発会社へと成長をしています。クライアントの専属チームを組成するラボ型オフショア開発に特化し、日本国内のエンジニアの人材難、人件費高騰に対するソリューションとして多様な日系企業に対してサービス提供をしています。

【当社サービスサイト】

総合旅行販売サイト TRIP STAR : <http://japanflight.tripstar.co.jp/>
国内航空券予約サイト 空旅.com : <http://www.soratabi.com/>
ビジネストラベルマネジメント事業 : <http://www.evolableasia.com/service/btm.html>
IT オフショア開発事業 : <http://offshore.evolableasia.com/>

【当社 IR サイト】 : <http://www.evolableasia.com/ir/>

※1 Web サイトへの訪問数やページビューに対してコンバージョン(購入)が達成された件数の割合を示す指標。