

第 10 回 西日本インカレ（合同研究会）専用企画シート

必ず「企画シート作成上の注意」をご確認いただき、ご記入をお願いいたします。

大学名（フリガナ）	学部名（フリガナ）	所属ゼミナール名（フリガナ）
フクオカダイガク	ショウガクブ	ダザイゼミ
福岡大学	商学部	太宰ゼミ

チーム名（フリガナ）	代表者名（フリガナ）	チーム人数（代表者含む）
ソラソラチーム	ヤマモト ミライ	4
そらそらチーム	山本 未来	

研究テーマ（発表タイトル）

Google AdGrants を活用した空き家問題解決

1. 研究概要（目的・狙いなど）

私たちは AdGrants という Google 社が運営する CSR 活動に参加し、毎月 10,000 ドルの広告費を協力した NPO 法人の認知度向上のために運用してきた。AdGrants とは、Google 社が自社のリスティング広告枠を上記予算の範囲で NPO 法人向けに提供し、認知や集客を上げる取り組みである。

今回の AdGrants では、Google Analytics、Google 広告というサービスを利用した。Google Analytics とは、Google が無料で提供する Web ページのアクセス解析サービスで、訪問者数、流入元、サイト内でのユーザーの動きなどを見ることができる。Google 広告とは、提供する商品やサービスに関心を示したタイミングを狙って検索画面に広告を表示することができるオンライン広告プログラムである。

「NPO 法人空き家・空地活用サポート S A G A」（以下佐賀 NPO）の協力のもとで行われる。Google AdGrants を活用してより多くの人の認知を広げる研究成果を発表する。

2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）



全国と佐賀県の空き家率を比較したグラフ（平成 30 年住宅・土地統計調査より）をみると、近年全国は横ばい傾向になっているのに対し佐賀県は上昇傾向になっている。また、NPO の話では活動当初は問い合わせが少なく、また空き家の老朽化が進んだ状態で問い合わせが多い。老朽化した状態では空き家の活用が難しいため、より早い段階での問い合わせが重要となる。

3. 研究テーマの課題

空き家問題に関する認知が低いことと、Google Analytics と Google 広告を全く使っていないため、佐賀 NPO の目標である認知拡大と、早期の問い合わせを増加させることは難しいと考えた。

課題としては、Google Analytics のトラッキングコードの設置、効果的なキーワードの模索、ユーザーに興味を持つような広告文の設定を行うことで、Web サイトへの流入や問い合わせ件数の増加をさせることで、空き家問題に関する認知の拡大を目指すことにした。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

1、キーワードの追加

- ・先方とのヒアリングや空き家に関する記事を見てキーワードはピックアップする
- ・グーグルキーワードプランナーを利用し、キーワードの選定

2、Google Analytics の分析

- ・広告を出稿前と後での比較
訪問ユーザー数、利用デバイス比率、地域の出稿結果をもとに比較分析をする

3、広告の細分化

- ・空き家と相続でグループ分けをすることで、グループごとに関心のある広告の表示
- ・認知拡大、空き家への危機感を持ってもらうような広告文の作成

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

- ・先方との顔合わせ（6月）
- ・空き家に関してのヒアリング調査（6/24）
- ・調査結果をもとにキーワード選定・広告出稿（9/7～10/7）
- ・Google Analytics で観察（6/2～10/7）
- ・先方とのコンタクト(2週間に1.2回程度)

6. 結果や今後の取り組み

今回は Google AdGrants を利用し広告出稿を行ったが認知の拡大の面では成果を上げることができた。しかし、早期の相談が結果を出すことが出来なかった。理由として考えられるのは、空き家になる前に相続で解決してもらおうという理由で相続でのキーワード出稿を行ったが、自分たちの広告出稿の意図がユーザーに伝えることができなかったので広告文を変えるなどの対策をする必要がある。

また、広告出稿前ではデスクトップでのサイトの流入が多かったが、広告出稿後はモバイルでのサイトの流入が増えたため、モバイル用のサイト制作が必要である。

7. 参考文献

佐賀県内の空き家の推移(住宅数概数集計),平成 30 年住宅・土地統計調査

https://www.pref.saga.lg.jp/kiji00314386/3_14386_138875_up_orcgdnzw.pdf (2019/11/07 アクセス)

特定非営利活動法人 空家・空地活用サポート S A G A

<https://sora-sora-saga.com/> (2019/11/07 アクセス)

湊川あい(2018),『わかばちゃんと学ぶ Google アナリティクス』シーアンドアール研究所

杓谷匠/田中広樹/宮里茉莉奈(2014),『いちばんやさしい[新版]リスティング広告の教本 人気講師が教える自動化で利益を

生むネット広告』、インプレス

日本経済新聞,2019/9/30,19:00,「空き家、東京 23 区も 10.4% 大都市でも深刻」

日本経済新聞,2019/8/20,「空き家問題を考える(1)横浜市立大学教授齊藤広子——負の循環が生む社会的な問題」

電通報,「2018 年のインターネット広告媒体費は 1 兆 4480 億円に。モバイル+ 動画広告の伸びに注目」

<https://dentsu-ho.com/articles/6572> (2019/11/08 アクセス)

インプレス社,「83%の企業が Google アナリティクスを利用！ 上場企業が利用している Web サービス TOP100 を公開」

<https://webtan.impress.co.jp/n/2017/09/01/26737> (2019/11/08 アクセス)

産経 WEST,2018/2/1,12:00,「住めない・売れない・建て替えられない・・・「空き家率日本一」大阪市、治安悪化の危機に立ち上がった住民たち」

●パワーポイント内に動画を使用されている場合、動画を使用しているスライドのページをご記入ください。

●発表時に使用する成果物（例、商品化した●●、店舗で配布したパンフレット、調査に使用したアンケート）

【企画シート作成上の注意】 ※「第 10 回 西日本インカレ（合同研究会）大会参加要項」も合わせてご確認のうえ、企画シートの作成を行ってください。

- ・本企画シートは審査の対象となり、予選会・本選の前に、審査を行っていただく大学教員・企業の方々に事前にお渡しいたします。
- ・本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1 チーム・1 点提出してください。また、翌年 3 月に公開予定の「日経ビジネス電子版」にリンクされた特設サイトに掲載されます。
- ・本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1~7 以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。
- ・本企画シートは、作成上の注意を含め、4 ページ以内に収めてください。事務局から審査員に渡す際は、A4 サイズでプリントし、4 ページ目までをお渡しします。
- ・大会参加申込み時点から、チーム編成の変更（チームの人数・交代など）は、「不可」とさせていただきます。ただし、チームメンバーの留学等やむを得ない事情でチーム編成に変更が生じる場合は、西日本インカレ事務局にご連絡ください。事務局より手続きについてご連絡をさせていただきます。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。
- ・商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、著作権の使用許諾を得てください。日経 BP 社・日経 BP マーケティングは一切の責任を負いません。
- ・書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先（使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など）を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Web サイト上の資料を利用した場合は、URL とアクセスした日付を明記してください。
- ・発表時に使用する成果物がありましたらご記入ください。記入がない成果物は大会当日使用することができません。また記入いただいた内容について、事務局から代表者の方に確認をさせていただく場合がございます。
- ・電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

↑ここまでを 4 ページ以内に収めて、提出してください↑