

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）
チームコドコド	フクダ マサト	4
チームこどこど	福田 真大	

研究テーマ（発表タイトル）

遺伝子検査のチカラ ～100 年後の世代が幸せになるために～

1. 研究概要（目的・狙いなど）

私たちは Ad Grants という Google 社が運営する CSR 活動に参加し、毎月 10,000 ドルの広告費を協賛した NPO 法人の認知度向上のために運用してきた。Ad Grants 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 Ad Grants 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。

本プロジェクトの最大の目的は、リスティング広告を介して興味を持ったユーザーを、遺伝子検査を活用して社会的貢献を行っている NPO 法人「こどもたちのこどもたちのこどもたちのために」(以下 NPO)のサイトに流入させ、認知度向上や法人の活動を支援することである。

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）

近年、インターネット（以下ネット）が普及し、多くの情報・データが錯綜し溢れているが、ネット上の行動データを分析することができる人が少ないのが現状である。このデータの分析ができると、ネット上の集客や認知度の拡大など課題解決や目的達成がしやすくなる。またネット広告は近年急速に成長を遂げ、市場規模を拡大してきている。その背景には、スマートフォンなどのモバイル端末が普及し、インターネットの接触時間が増加し、消費者のインターネット検索が盛んになったため、広告主から消費者に働きかける動きが高まったことが挙げられる（岸ほか 2017）。また、ネット広告は課金形式から低額で広告出稿が運用でき、さらには閲覧者に合わせた広告配信が可能になるため、ターゲットの絞り込みも容易になるなど、効率的な広告運用ができるようになった（阿部 2013）。

私たちチームこどこどは、10 月 24 日に福岡で行われた「デジタル神無月 2019」にも参加した。デジタルマーケティングのプロフェッショナルが集い専門的な発表や議論が行われたこのイベントで、私どもも実際に登壇をし、実践を積まれたデジタル marketer に活動のご指摘を頂くことで、ネット広告の活用について理解を深めた。現段階でネット広告を扱う第一歩を踏み出したところではあるが、将来自らを PR する力を大学生の今のうちからつけ始めていることを証明できる研究ができた。

3. 研究テーマの課題

NPO のサイトには一般向けとドクター向けの 2 種類があり、一般向けサイトの流入数は確保できていたものの、ドクター向けサイトへの流入が少なく、医療関係者の研究会の参加人数が乏しい現状にあった。医療関係者へ NPO が提供している、遺伝子検査の認知が不十分であるため、到達目標をドクターサイトへの流入数の増加と、研究会の参加人数を増やすこととし Google Analytics と Google 広告を用いた toB 向けアプローチによって認知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 広告出稿の工夫

- ・Ad Grants の広告表示オプションを活用し、リスティング広告の広告文を医療関係者のニーズに合わせ、他社比較、文献を参考に審査の通る範囲で工夫を凝らした。
- ・Ad Grants に新たな広告グループを作成し、toB の流入元や、検索ワードがより分かりやすくなるようにした。

② キーワード追加

- ・キーワードプランナーという検索ネットワークにおける、広告掲載に役立つ検索ワードの候補や予測データの利用。
- ・医療関係者を対象としたヒアリング調査、Google アンケート調査、Google Analytics の検索クエリの流入ワードからキーワードを選別。ドクターが検索しやすい専門的なワードを出稿し、認知拡大を図った。



5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

私たちの最大の目的は google 広告を活用して NPO のサイト流入者を増やすことである。

まずは NPO の担当の方と打ち合わせ。昨年のゼミの先輩方はアプリのダウンロード数増加が目標で達成できたことを確認。

- ・ドクター向けのページへの流入が少ないことを解決したい。
- ・NPO が推進する遺伝子検査キットを使用することで生活習慣病の予防や対策ができることを広めていきたい。

この 2 点を今年の目標として活動を開始した。

① NPO が保有する google 広告のアカウントにログインし、広告のフォーマットを作成する。

NPO の内容や目的が的確に伝わる広告文を考えた。

堅くなりすぎず興味関心を持った人が気軽にクリックしやすいように注意して作成した。

② ターゲットユーザーが NPO を探す際に検索しそうな語句を、キーワードとして指定する。

今年の課題はドクター向けのページの流入者を増やすことと生活習慣病と遺伝子検査の関連性のアピールと NPO とのキーワード設定にあたり今年の課題である『ドクター向け』と『生活習慣病』

③ 検索広告の予算を設定する

あとは 1 日の予算を指定すれば、広告掲載を開始できる。

google 検索結果画面の上部と下部に広告を表示させることができる。

6. 結果や今後の取り組み

4 で行った広告出稿の工夫や、ヒアリング等によるキーワードの追加により、ターゲットにあったキーワードを加えることができたため、目標としていたドクターからの閲覧数は上がった。よって、今後の取り組みとしては、コンバージョンを「ドクター向けサイト」から、「実際に研究会に参加する」までに変え、検査キットを取り扱う病院を増やし、日本人向け遺伝子検査キットの認知拡大を図る。

7. 参考文献

- ・幸せな百寿者になるためには 健康・医療フォーラム 2018 (2018/03/06 朝日新聞 東特集 H17 ページ)
- ・《朝日新聞デジタル》(ヒット！予感実感) ダイエット、その前に遺伝子検査！？(2015/09/10 デジ専)
<http://database.asahi.com/library2/main/top.php>
- ・(患者を生きる：3482) 妊娠・出産 遺伝性がん：5 情報編 こまめに検査、早期治療 (2018/02/02 朝日新聞生活 129 ページ)
- ・がん予防の基礎講座 Vol.5 遺伝性が多い乳がん、卵巣がん リスクを理解し、検査を受けよう (日経ヘルス 2016/06 号、94～97 ページ掲載) アクセス日：2018/8/20
- ・《厚生労働省》平成 28 年(2016 年) 医師・歯科医師・薬剤師調査の概況
<https://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/ishi/16/index.html>
- ・山浦直宏，村山佑介，コガン・ポリーナ，高田和資(著) (2018)
『いちばんやさしい Google アナリティクスの教本 人気講師が教える Web 解析と広告計測の基本』インプレス社
- ・福岡大学病院ホームページ 病理部・病理診断科 (2019/10/30)
<http://www.hop.fukuoka-u.ac.jp/026/01.html>

●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。

なし

●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)

なし

【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、版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 ↑