



サイトリニューアルの完了後でも簡単に導入できた AdSense 手頃さ・手軽さを、地元広告の活性化にもつなげたい

株式会社神戸新聞社(以下、神戸新聞社)では2007年11月、ニュースサイトをより見やすくするためにフルリニューアルを行いました。同時に広告媒体として本格的な収益モデルの見直しも行われ、バナーサイズの拡大と共にGoogle AdSense(以下、AdSense)が導入されました。その後、新聞読者サイト、地域ポータルなどへも順次 AdSense の掲載を拡大。2009年6月には携帯サイトへも導入されます。



株式会社神戸新聞社

1898年(明治31)創刊、今年創刊111周年を迎えた。神戸新聞グループとして株式会社テイリースポーツ社、株式会社サンテレビジョン、株式会社ラジオ関西、株式会社京阪神エルマガジン社なども擁する総合メディア企業。ニュースサイト「神戸新聞 NEWS」の中心読者層は、兵庫県内の男女30～40代。



株式会社神戸新聞社
デジタル事業本部メディアプロモート室
浅田 亮氏



神戸新聞(ニュースサイト)
<http://www.kobe-np.co.jp/>

神戸新聞ミントクラブ(読者サイト)
<http://club.kobe-np.co.jp/mint/>

さんのみやポータル
<http://club.kobe-np.co.jp/sannomiya/>

導入の経緯：リニューアル完了後の追加実装も楽にできた AdSense

導入のきっかけは、東京支社のスタッフが参加した Google 主催の AdSense セミナーだったといえます。

「それまで新聞社として、事前審査ができない広告は一切掲載していませんでした。そのため AdSense に対する抵抗感が編集部門にも広告部門にもあったのですが、不適切な広告は競合広告フィルターでブロックするなど、対応策を検討し導入を決定するに至りました。またデジタル部門の強化という経営方針が出た頃でもあり、Google と情報面でのパートナーシップを持ちたいという意図もありました」

AdSense 導入を決定した 2008 年 1 月、神戸新聞社はサイトのリニューアルを終えた直後でした。しかし AdSense なら簡単に追加実装することができたことも、大きなメリットでした。

「AdSense にはいろいろなサイズやバリエーションの広告ユニットが用意されているので、リニューアル後も導入しやすかったと聞いています。もともと広告スペースとして設計していなかった場所でも、広告タグを貼れば自動的にページに関連した広告を配信してもらえます。新聞広告の入稿に比べると、まったく手がかからないと言ってもいいような感覚です」

導入の結果：予想以上の収益と、地元密着の広告配信がうれしい

導入から 1 年が経った AdSense の実績について伺ったところ「当初の予想を超えた収益につながっています。ただ最初のうちは、ニュース記事のネガティブな言葉などに、たまたまキーワードで結びついた不適切な広告が出てしまい、フィルタを使ってこまめにブロックするというようなことをやっていきました」

公共性の高いニュースサイトとして、不適切な広告への対応を最優先しているという神戸新聞社。最近、不適切な広告は見かけなくなる一方で、地元密着した広告が出ているのを目にすると非常にうれしいと浅田氏は言います。

今後の課題：Google AdWords/AdSense を地元活性化の武器のひとつに

「企画の立場からも自社のサイトはよく見ますので、未曾有の不景気といわれている中でも、元気のいい地元企業に広告を出していただいていると、私たちも非常に元気づけられます。地元の商店街の方々も、Google AdWords/AdSense の仕組みを通じて広告が出せるので、今後は AdSense の特長を活かした、地域経済の活性化につなげるような企画を考えられたらいいと思います」

そのためにも、もっとページビューを高めていくことが必要、新聞社らしいコンテンツで魅力をアップさせたいと浅田氏は言います。神戸新聞社では、すでに不動産検索サイトや地元の専門家を捜せるマッチングサイト『マイベストプロ神戸』など、地域密着型のウェブサービスを数々立ち上げています。また「新聞紙面では 1 点しか載らない写真をウェブにあればたくさん見られるようにするなど、新しい企画を実現していきたいと思っています」と浅田氏は抱負を語ってくださいました。