

## 私は Google で何をしているのか

第 5 期 OB 池谷 真剛

現役生はきっとこの OB 会誌を、後ろの方から読むんでしょうね（私はそうしていました。先輩方，ゴメンナサイ）。それで 5 期まで遡れたあなた，ありがとうございます。卒業生はきっと逆に，前の方から読むんでしょうね。そして，いずれにせよ疲れてきている頃だと思います。そんな中恐縮ですが，仕事のことを書きます。新入社員なので。

私の会社ですが，いったい何をしているのか，どうやら非常に分かりにくいようです。会社名でググっても，結局 Google の真っ白なトップページに戻されるという無限ループになるからでしょう。実は右下に会社に「Google について」という項目があります。そこに書いてあることをしているのですが，要するに会社としては，「世界中の情報を整理して誰にでも使えるように」しているのです。全てのプロダクトは，この哲学（？）に基づいて作られています。そして，世界中の情報をせっせと整理してきた結果，従来とは異なった広告手法が成り立ってしまったため，文系の私がこの会社でご飯を食べられています。



OB として 2012 年度春合宿に参加した著者（左端）

では、新しい広告手法とは何なのかということに話を移します。今までの広告とは、主に「枠」をターゲットとしていました。ウェブでは、「人」もターゲットにできます。意味不明だと思うので、例を挙げてみます。あなたが何かの組織に追われていて、黒烏龍茶を売りさばかなければいけなくなった場合を、考えてみてください。どこに行けばいいでしょうか。「とりあえず人が集まる場所（巨人戦）」…これが、「枠」をターゲットにした広告です（単純化しすぎてごめんなさい）。「脂っこい食事の帰りの人を探し出す」「健康に関心が高い人を探し出す」…これが、「人」をターゲットにした広告です。ウェブだと人々の行動や関心が分かるので、非常に精緻なターゲティングが可能になるのです。さらに、「前に黒烏龍茶を買ってくれた人は月島のもんじゃ通りにいたなあ」など、購買者のデータから、購買見込みの高い人を探し出してくることも可能なのです。このような超強力なターゲティングを武器に、企業にウェブ広告の利用を促進することが、営業としての私の仕事の大枠です。

なんでこんな仕事を、私がしているのか。それは、先ほど申し上げた超強力なターゲティングと、クールなクリエイティブがあれば、伝統工芸品など日本の超高品質・超ニッチ商品を世界に羽ばたかせられるのではないかと信じているからです。



社内ハロウィンパーティーでの1コマ（著者は右から2番目）