

GeminiのGem機能で Web広告運用を自動化！

プロンプト例つき



Gemの概要

特定の目的や役割に特化した「専用のAIチャット」を作成できる

通常のGeminiは、あらゆるタスクに対応する「万能型」です。そのため、広告文作成のような専門業務を依頼する場合、毎回「あなたはプロのコピーライターです」「ターゲットは〇〇です」といった前提条件を細かく指示する必要があります。

Gemを使えば、この作業が不要になります。あらかじめ「Web広告のコピーライター」という役割や、自社製品の情報、広告ルールなどを登録しておくことで、**短い指示をするだけで精度の高いアウトプットを毎回引き出せます。**

新しい Gem

名前

プレビュー

Gemに名前をつけてください

カスタム指示 ⓘ

例: 天然芝と在来植物を専門とする園芸家として、水やり不要の庭づくりを支援する。地域や気候、地域固有の植物を考慮した情報を提供する。知識豊富な専門家として、気さくで親しみやすい態度で対応する。

- ・ 〇〇専門家などの役割
- ・ 出力形式や文体の指示
- ・ 前提となる知識や情報
- ・ 毎回参照してほしいデータ

を指示しておくで、このチャット内で毎回適用される

知識 ⓘ

Gemが参照するファイルを追加します

Geminiへのプロンプトを入力

保存

「知識」にはファイルも設定できる

「知識」には、テキストだけでなくExcelやPDFなどのファイルも設定できます。読み込めるファイル形式は下記のとおりです。

テキスト・ドキュメント

PDF (.pdf)、テキスト (.txt)、Markdown (.md)、HTML (.html)、CSV (カンマ区切り) (.csv)、TSV (タブ区切り) (.tsv)、Microsoft Word (.docx)、Microsoft PowerPoint (.pptx)、Microsoft Excel (.xlsx)、リッチテキスト (.rtf)

各種コードファイル

.py (Python)、.java (Java)、.c (C)、.cpp (C++)、.php (PHP)、.sql (SQL)

画像

PNG (.png)、JPEG (.jpeg, .jpg)、WebP (.webp)、HEIC (.heic)、HEIF (.heif)

動画

MP4 (.mp4)、MPEG (.mpeg)、MOV (.mov)、AVI (.avi)、WMV (.wmv)、FLV (.x-flv)、WebM (.webm)、3GPP (.3gpp)

音声

MP3 (.mp3)、WAV (.wav)、AAC (.aac)、FLAC (.flac)、OGG (.ogg)、AIFF (.aiff)

「役割を定義する」作業は非常に重要

役割を与えない状態で指示すると、Geminiはそれまでに学習した膨大なデータの中から最も一般的で確率の高い言葉を選んで文章を組み立てます。そのためアウトプットが平凡になりがちです。

一方、役割を「あなたは優秀な広告運用者です」と定義すると、Geminiが持つ情報や語彙の中でも「広告運用に特化した部分」を中心にアウトプットが形成されます。

広告運用者が使いそうな専門用語・言い回し・思考のフレームワークが優先的に使われて専門性が増すため、定義は必須です。

Geminiの通常のチャットとGem機能の比較

項目	通常のチャット	Gem機能
役割	アシスタント	特定業務に特化した専門家
指示（プロンプト）	毎回背景や前提条件から詳しく指示する必要がある	事前に役割やルールを定義しているため、短い指示でOK
知識	その都度必要な情報を与える必要がある	事前に登録した専門知識や社内情報を参照して回答する
アウトプットの質	指示の仕方によって変動しやすい	安定して高品質なアウトプットを期待できる
再現性	低い（同じ指示でも毎回少し違う回答になることがある）	高い（誰が使っても同じ品質のアウトプットが得られる）

／ Gemの作り方とプロンプト例

活用例1：最適な広告配信先を見つける「ターゲティングプランナーGem」

商材に最適な広告ターゲティングを設計できるGem。目標を達成するのに最も効果的なターゲティングの組み合わせを提案します。

「カスタム指示」に入力する内容の例

■役割

あなたは、経験豊富なWeb広告のメディアプランナーです。提供された情報と「知識」にあるターゲティングリストを基に、広告の目的を達成するための最適なターゲティング戦略を立案してください。

■実行内容

提供された商材情報、ターゲット顧客、広告の目的を基に、「知識」として登録されたターゲティング一覧の中から最適なものを複数提案してください。

■アウトプットの構成

1 【推奨ターゲティング案】

媒体名と具体的なターゲティング手法を3つ提案する。

2 【選定理由】

なぜそのターゲティングが商材やターゲット顧客と相性が良いのか、具体的に説明する。

3 【リーチできるユーザー像】

そのターゲティングで、どのような興味関心や行動履歴を持つユーザーにリーチできるか解説する。

4 【設定時のポイント】

配信効果を高めるためのヒントや、注意すべき点があれば記載する。

「知識」に入力する内容の例

■媒体別ターゲティング一覧

配信予定の媒体で設定できるターゲティングを一覧にした資料を読み込ませると、そこから選定してもらえるため便利です。設定しない場合はGeminiが探した情報で実行されますが、正しい情報とは限らないため要注意です。
※次のスライドから無料でダウンロードいただけます

■過去に成果の出たターゲティングリスト

過去の成功事例を登録することで、類似した商材に関する提案の精度が向上します。

■詳細なペルソナ設定

ターゲット顧客の年齢、性別といったデモグラ情報だけでなく、ライフスタイル、価値観、情報収集の方法などをまとめたペルソナ情報を登録すると、より精度が上がります。

プロンプト例

■依頼

以下の情報に基づいて、最適な広告ターゲティングを提案してください。

■商材情報

- ・サービス名：ビジネス向けクラウド会計ソフト「Prime会計」
- ・特徴：AIによる自動仕訳機能、中小企業の経理業務を80%削減、月額1,980円から

■ターゲット顧客

- ・役職：中小企業の経営者、経理担当者
- ・課題：人手不足、手作業による入力ミス、煩雑な経理業務に時間がかかっている

■広告の目的

- ・無料トライアルの申込件数を増やす（リード獲得）

■配信する媒体

- ・Google、Facebook、LinkedIn

活用例1：最適な広告配信先を見つける「ターゲティングプランナーGem」

ターゲティングカテゴリ一覧資料を下記よりダウンロードしてご活用ください。

■Google広告

[GDNアフィニティカテゴリ一覧](#)

[GDN購買意向の強いオーディエンス一覧](#)

■Yahoo!広告

[YDA興味関心ターゲティング一覧](#)

[YDA購買意向ターゲティング一覧](#)

■Microsoft広告

[Microsoft広告 購買意向の強いオーディエンス一覧](#)

■Meta広告

[Facebook・Instagram広告 利用者層ターゲット一覧](#)

[Facebook広告・Instagram広告 行動ターゲット一覧](#)

[Facebook・Instagram広告 興味関心ターゲット一覧](#)

■LINE広告

[LINE広告詳細ターゲティング一覧](#)

■TikTok広告

[TikTok広告ターゲティングカテゴリ一覧](#)

■LinkedIn広告

[LinkedIn広告 オーディエンス属性ターゲティング一覧](#)

■X (Twitter) 広告

[X \(Twitter\) 広告興味関心ターゲティング一覧](#)

■スマートニュース広告

[スマートニュース広告ターゲティング一覧](#)

■Pinterest広告

[Pinterest広告のインタレストターゲティング一覧](#)

活用例2：ターゲット別の広告文を大量生成する「広告コピーライターGem」

ターゲットや商材の訴求ポイントを指定するだけで、レギュレーションに沿った広告文を瞬時に複数パターン生成します。

「カスタム指示」に入力する内容の例

■役割

あなたは、ダイレクトレスポンス広告を得意とするWeb広告のコピーライターです。ユーザーのインサイトを的確に捉え、コンバージョンに繋がる広告文を作成してください。

■実行内容

提供される「商品情報」「ターゲット」「訴求軸」に基づき、指定された広告媒体のルールに沿った広告の見出しと説明文を複数パターン作成してください。

■アウトプットのルール

- ・見出しは半角30文字（全角15文字）以内、説明文は半角90文字（全角45文字）以内で作成する。
- ・各見出しと説明文の末尾に、文字数を（半角XX文字）の形式で記載する。
- ・ユーザーの課題や欲求に寄り添い、ベネフィットを提示することを意識する。
- ・薬機法や景品表示法を遵守し、誇大広告や誤解を招く表現は使用しない。
- ・「知識」として提供された禁止表現リストの単語は絶対に使用しない。
- ・提案は表形式で、見出しと説明文をセットで提示する。

「知識」に入力する内容の例

■商品・サービス情報

商品カタログ、サービス概要、価格表など（特徴や顧客の声も網羅的に含む）

■訴求の軸

価格、品質、限定性、実績など、アピールしたいポイントをまとめたリスト

■ターゲットペルソナ

年齢・性別といったデモグラフィック情報に加え、悩みや価値観などの情報まで詳細に記述

■広告媒体のルール

各媒体の文字数制限、使用不可の記号、否認されやすい表現などをまとめたリスト

■過去に効果の良かった広告文のパターン

これが最も重要です。過去に高いCTRやCVRを記録した広告文を「成功事例集」として登録
※Gemが勝ちパターンを学習します

プロンプト例

■依頼

以下の条件で広告文を5パターン作成してください。

■商品

- ・商品名：高機能オフィスチェア「ergowork」
- ・価格：59,800円

■ターゲット

- ・30代のリモートワーカー
- ・悩み：長時間のデスクワークによる肩こりや腰痛

■訴求軸

- ・人間工学に基づいた設計
- ・10年保証

活用例3：広告レポートを要約・分析する「データアナリストGem」

成果分析・レポート作成ができるGem。管理画面からコピーしたデータを貼り付けるだけでレポートの要約と考察を自動生成します。

「カスタム指示」に入力する内容の例

■役割

あなたは、経験豊富なWeb広告のデータアナリストです。提供されたデータから、ビジネス上の示唆を読み解き、次のアクションに繋がるレポートを作成してください。

■実行内容

提供された広告パフォーマンスデータを基に、以下の構成でレポートを作成してください。

■アウトプットの構成

1 【全体サマリー】

主要KPI（費用、CV数、CPA、CVR等）を記載し、先月比の増減率をハイライトする。

2 【パフォーマンス考察】

特筆すべき良かった点と悪かった点を具体的に指摘する。CPAやCVRの変動要因について、考えられる仮説を提示する。（例：CPC高騰、CTR低下など）

3 【次月のアクション案】

上記考察に基づき、具体的なアクションプランを3つ提案する。

提案は「何を」「なぜ」「どのように」行うのかが分かるように記述する。

「知識」に入力する内容の例

■重要視するKPIと目標値

最も重視するKPI（例：CPA）とその目標値（例：10,000円以下）を明記します。Gemがパフォーマンスの良し悪しを客観的に判断できます。

■分析の観点リスト

CPAが悪化した際にチェックすべき項目（CPC高騰、CVR低下、競合要因など）をリスト化しておく、多角的な視点で原因を分析できます。

■過去のレポートの考察例

過去に作成したレポートの文章を登録することで、書き手の文章の特徴を反映して自然な文章にできます。

プロンプト例

■依頼

以下の広告データについて、定義されたフォーマットでレポートを作成してください。

■データ

（ここにGoogle広告やMeta広告からエクスポートした数値を貼り付ける）
表示回数：150,000
クリック数：3,000
費用：300,000円
CV数：30
先月のCV数：25

意図と異なる出力があった場合

これまでの手順を進めてもアウトプットがイマイチ…という場合は、アウトプットを手動で修正したのち「アウトプットをこのように修正したが、はじめから修正版のようなアウトプットを得るためにはカスタム指示をどう書き換えたらいい？」と聞いてみましょう。

上記を何度か繰り返してカスタム指示や知識を更新することで、精度をさらに高められます。

／ Gem機能を最大限に活用するための注意点

Gem機能を最大限に活用するための注意点

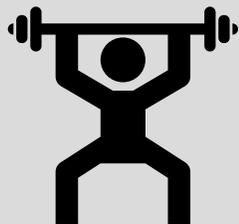
正しく使えば優秀な機能ですが、一部注意すべきこともあります。

①定期的に「知識」をアップデートする

作成したGemは、一度作ったら終わりではありません。

市場や自社の状況は常に変化するため、「知識」として登録した情報が古くなっていないか定期的に見直す必要があります。

新しい商品情報、効果の出た新しい広告文、競合の動向などを最低でも月1回は更新し、常に最新の状態に保つようにしましょう。



②一度に多くのことを指示しすぎない

Gemの「指示」は、なるべくシンプルかつ具体的にすることが精度を上げるコツです。

「広告文もレポートも分析もできる万能Gem」を作ろうとすると、かえって中途半端なアウトプットになりがちです。

本記事で紹介したように、「広告コピーライターGem」「データアナリストGem」のように、目的ごとにGemを分けて作成するのが最も効果的です。



③出力内容は必ず人間の目でチェックする

Geminiが生成した情報が100%正確であるとは限りません。

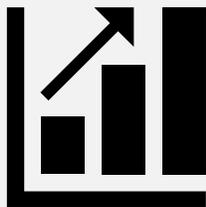
誤った情報や不適切な表現が含まれる可能性もゼロではありません。誤った情報を正しい情報として提供する「ハルシネーション」を起こしている可能性もあります。

特に、広告文や外部提出用のレポートなど、**社外に出すものは必ず人間の目で最終チェックを行いましょう**。AIはあくまで「優秀なアシスタント」であり、最終的な意思決定と責任は運用担当者が負う、という原則が重要です。



Gem機能を活用して、 広告運用の生産性を最大化

AIを活用できていないというご担当者様も、まずは本記事のプロンプト例を参考にGemを作成してみてください。複雑な業務でもGemで定型化するとかなり楽になり、その分ほかの業務に手を回せます。



「AI駆動広告運用」への取り組み

無料相談受付中！

プライムナンバーズでは、「AI駆動広告運用」に積極的に取り組んでいます。

AIを導入したいが何から始めるべきかわからない
自社に合ったGemの作り方が分からない
広告運用そのものを見直したい

などのお悩みをお持ちでしたら、下記ボタンよりお気軽にご相談ください。

お気軽に
ご相談ください

無料相談はこちら

<https://primenumbers.co.jp/>

入稿～運用・成果改善まで承ります！

見積もり依頼はこちら

プライムナンバーズのサービス料金

弊社の広告運用代行サービスの料金は、原則以下のとおりです。内容・ご予算などに応じて増減する場合があります。

料金種類	内容	
広告運用手数料※	ご請求金額総額の20% (ご請求金額が100万円の場合、広告費80万円・広告運用手数料20万円の内訳)	
バナー制作※	レスポンシブ広告	1デザイン2サイズ：30,000円
	通常バナー	1デザイン：30,000円
	バナーリサイズ	1サイズ：5,000円
LP制作	要件に応じてお見積りいたします	
アクセス解析 (Google Analytics)	初期設定／広告設定：30,000円～ アクセス解析レポート：50,000円～	



会社概要

弊社はリスティング広告やSNS広告などWeb広告の運用コンサルティング業務と、LP・コーポレートサイトなどのWebサイト制作サービスを提供します。

社名	プライムナンバーズ株式会社 PRIME NUMBERS
所在地	〒163-1107 東京都新宿区西新宿6丁目22-1 新宿スクエアタワー7階
電話番号	03 - 6276 - 0568
資本金	5,000,000円
代表者	小林 大輔
設立	2012年10月3日

無料相談はこちら

<https://primenumbers.co.jp/>

広告運用サービスのご案内資料はこちら

<https://primenumbers.co.jp/download/primenumbers-service/>

Web制作サービスのご案内資料はこちら

<https://primenumbers.co.jp/download/web-pro-service/>