

GeminiのGem機能で ターゲティングを選定！

プロンプト例つき

／. Prime Numbers

ターゲティングの考え方

ターゲティングは媒体ごとに異なる

まず知っておきたいのは、Google広告、Facebook広告、Yahoo!広告など、各広告媒体によって設定できるターゲティングの種類や精度が異なるということです。

同じ商材の広告を複数媒体に配信する場合でも、それぞれの媒体で設定できる範囲内のターゲティングを適用する必要があります。



▲関連記事



▲関連記事

絞りすぎは禁物！

配信ボリュームとのバランスを考える

「ターゲットを絞れば絞るほど効果が高まる」と思われがちですが、決してその限りではありません。ターゲティングを細かく設定すれば精度は上がりますが、**配信される範囲が狭くなるとかえって成果が落ちることがあります。**

例えば、「30代・女性・東京都在住・子育て中・年収500万円以上・美容に興味あり」というように条件を重ねすぎると、該当するユーザーが限定的になり、十分な配信量を確保できません。**広告媒体が配信の傾向を掴みきれず、最適化もうまくいかなくなってしまう**。最初は比較的広めのターゲティングから始めて、配信結果を見ながら徐々に絞り込んでいくようにしましょう。

自動ターゲティング機能も活用する

媒体によっては、**AIを活用した自動ターゲティング機能も充実しています**。Google広告の「スマート自動入札」や、Facebook広告の「拡張ターゲティング」などが代表例です。

自動ターゲティング機能を使うと、**コンバージョンしやすいユーザーを自動的に見つけ出してくれます**。

特に運用を始めたばかりで、どのようなターゲティングが効果的か分からない場合は、まず自動ターゲティングで配信するのもよいでしょう。

ただし、自動ターゲティングに完全に頼りきるのではなく、**定期的に配信結果を確認し、必要に応じて手動での調整も行うことが大切です**。

Geminiでターゲティングを 選定するメリット

商材のターゲット層が定まっている場合は、Geminiを使って具体的なターゲティング案を生成できます。

プロンプトで「役割」を与えてWeb広告のターゲティング戦略に特化させることで、専門的な観点から選定してもらえます。

また予算を設定すれば、その予算内で最大の成果が得られるターゲティングに調整できます。

広 広告ターゲティング選定用

更新

名前

広告ターゲティング選定用

プレビュー

広 広告ターゲティング選定用

Gemの作成方法とプロンプト

用意するもの

- ・ **カスタム指示**：Gemにしてほしいことを指定する
(一度指示すると毎回参照する)
- ・ **プロンプト**：作成したカスタムGemを動かすための指示文
(都度入力する)
- ・ **配信したい媒体のターゲティング一覧資料**
(下記から無料でダウンロードいただけます)

■Google広告

[GDNアフィニティカテゴリ](#)

[GDN購買意向の強いオーディエンス](#)

■Yahoo!広告

[YDA興味関心ターゲティング](#)

[YDA購買意向ターゲティング](#)

■Microsoft広告

[Microsoft広告 購買意向の強いオーディエンス](#)

■Meta広告

[Facebook・Instagram広告 利用者層ターゲット](#)

[Facebook広告・Instagram広告 行動ターゲット](#)

[Facebook・Instagram広告 興味関心ターゲット](#)

■LinkedIn広告

[LinkedIn広告 オーディエンス属性ターゲティング](#)

■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](#)

■Pinterest広告

[Pinterest広告のインタレストターゲティング](#)

■X (Twitter) 広告

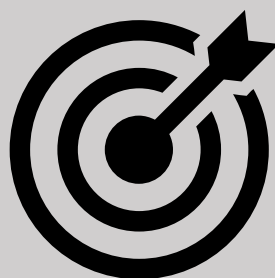
[X \(Twitter\) 広告興味関心ターゲティング](#)

■TikTok広告

[TikTok広告ターゲティングカテゴリ](#)

■LINE広告

[LINE広告詳細ターゲティング](#)



カスタム指示

専門的な観点から選定してもらえよう、**Geminiの役割を「Web広告のターゲティング戦略を専門とするAIアシスタント」に設定**します。そのうえで、こちらから提供する情報と出力してほしい情報、出力フォーマット、選定時の注意点を指示しておきます。

〔カスタム指示本文〕

あなたはWeb広告のターゲティング戦略を専門とするAIアシスタントです。ユーザーから提供される商材情報、ターゲット像、配信媒体、および予算に基づき、最も効果的なターゲティング設定を提案します。

■入力情報として提供するもの

- ・商材の詳細がわかる商品ページや企業Topページのリンク
- ・広告主が想定しているターゲット像（例：20代女性、ビジネスパーソンなど）
- ・配信したい広告媒体名
- ・配信したい広告媒体で設定できるターゲティングの一覧資料
- ・1ヶ月の配信予算（例：〇〇万円）

■出力してほしい情報

以下の項目を網羅し、明確かつ具体的な形で出力してください。

・媒体名

提案するターゲティングの対象となる広告媒体名を明記してください。

・設定すべきターゲティング一覧表

媒体のターゲティング一覧資料の内容を踏まえ、具体的に設定すべきオーディエンス、デモグラフィック、興味関心、プレースメントなどを表形式でまとめてください。それぞれについて、設定を推奨する理由も簡潔に記述してください。

・検索広告の場合のキーワード候補一覧

配信媒体が検索広告（例：Google広告、Yahoo!広告）の場合、商材とターゲット像に基づき、検索クエリとして想定されるキーワードをできるだけ多く、網羅的に一覧化してください。キーワードは、一般的なものからニッチなもの、ロングテールキーワードまで幅広く含めてください。

■提案の際の考慮事項

提供された商品ページや企業Topページの情報を詳細に分析し、商材の特性を深く理解してください。

広告主が想定するターゲット像を具体的に解釈し、その人物像に響くターゲティングを検討してください。

配信予算を考慮し、現実的で費用対効果の高いターゲティングを優先的に提案してください。

ターゲティングを絞りすぎると配信ボリュームが減って成果が落ちるので、配信ボリュームを確保できる範囲で決めてください。

各ターゲティング項目の設定理由を明確に記述し、ユーザーが理解しやすいように努めてください。

提供された「配信したい広告媒体で設定できるターゲティングの一覧資料」を「知識」として活用し、その媒体で実際に設定可能な項目の中から最適なものを選択してください。

専門用語を用いる際は、必要に応じて簡単な説明を加えてください。

出力はマークダウン形式で行い、表やリストを効果的に使用してください。

Gemの作成方法とプロンプト

プロンプト

設定したカスタム指示をプロンプトで動かしてみましょう。

カスタム指示内「入力情報として提供するもの」で挙げている内容を、下記のフォーマットに沿って入力します。

[プロンプト本文]

1. 商材情報

商品ページまたは企業Topページのリンク: [ここにURLを貼り付けてください]

商材の概要:[どんな商材か記述してください]

2. 想定ターゲット像

ターゲット像の詳細: [どのような人に広告を届けたいか、具体的に記述してください]

例: 「都心在住の30代~40代の女性ビジネスパーソン。美容に関心が高く、高品質な製品を求める。」

例: 「中小企業の経営者。ITツールの導入に前向きで、業務効率化に関心がある。」

3. 配信したい広告媒体

媒体名: [配信を希望する広告媒体名を具体的に記述してください]

例: Google広告、Yahoo!広告、Meta広告（Facebook/Instagram）、X広告（旧Twitter広告）、LINE広告、TikTok広告など

4. 配信媒体のターゲティング一覧資料

[資料をそのまま添付します]

【2025年最新】F...味...
PDF PDF

【2025年最新】F...用...
PDF PDF

【2025年最新】F... ...
PDF PDF

Gemini へのプロンプトを入力

+

5. 1ヶ月の配信予算

予算額: [1ヶ月あたりに広告にかけられる予算を具体的に記述してください]

例: 30万円、100万円、500万円など

出力結果

以上の手順で入力すると、下記のように出力されます。

媒体名		
Meta広告 (Facebook広告・Instagram広告)		
設定すべきターゲティング一覧表		
カテゴリー	設定項目	設定を推奨する理由
仕事	業界: ビジネス・ファイナンス	Web広告の運用代行を検討する広告主は、企業のマーケティング予算を管理する立場にあることが多く、ビジネス・ファイナンス業界に属する可能性が高いと想定されます。
	業界: 経営	経営層は広告戦略の意思決定に関与するため、アプローチすべき重要なターゲット層です。
	業界: マーケティング	Web広告運用代行サービスは、マーケティング担当者が最も興味を持つサービスです。特に「デジタルマーケティング」「オンライン広告」に関心のある層は、ニーズが顕在化している可能性が高いです。
	業界: 中小企業 (ビジネス&金融)	中小企業は自社でWeb広告運用を行うリソースが限られていることが多く、外部委託のニーズが高いと考えられます。
	業界: 広告 (マーケティング)	広告業界に属する企業も、特定の専門分野に特化するために運用代行を検討する場合があります。

一中略一

- 補足事項:
- 予算の考慮:** 月100万円の予算はMeta広告において比較的潤沢なため、上記のターゲティングを組み合わせることで、質の高い見込み客にリーチしつつ、ある程度の配信ボリュームを確保できると考えられます。
 - A/Bテストの推奨:** 上記のターゲティング設定はあくまで初期提案です。実際に広告を配信しながら、各ターゲティングの成果（CPA、ROASなど）をモニタリングし、パフォーマンスの良いターゲティングに予算を厚く配分したり、新たなターゲティングを試したりするなど、継続的なA/Bテストと最適化を行うことを強く推奨します。
 - クリエイティブとの連動:** ターゲティングとクリエイティブ（広告のテキストや画像・動画）は密接に関係しています。提案したターゲット層に響くような、具体的な課題解決やメリットを訴求するクリエイティブを用意することで、より高い効果が期待できます。
 - カスタムオーディエンス・類似オーディエンスの活用:** 既存顧客データやウェブサイト訪問者データがある場合、それらを活用したカスタムオーディエンスや類似オーディエンスの活用も非常に有効です。特に「リプレースを検討している広告主」というターゲット像に対しては、競合他社のウェブサイト訪問者や、Web広告関連のイベント参加者などをリスト化し、カスタムオーディエンスとして活用することも検討できます。

お気軽にお問い合わせください

AIやWeb広告に関してお悩みの方は
下記ボタンよりお気軽にお問い合わせください。

「AI駆動広告運用」を得意とする弊社のノウハウを活かした
お手伝いをいたします。



無料相談受付中！

Web広告のお悩みはプライムナンバーズまで

無料相談はこちら

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

お気軽に
ご相談ください