

講座

# Web 広告

村山 哲治

## Chat GPT の ネット広告への影響と 活用法

インターネットで今、一番ホットな話題といえば「ChatGPT (チャットGPT)」ではないでしょうか。読者の方でもすでにご利用されている方もいらっしゃるのではないかと思います。ネット技術進化の中でも画期的なサービスの登場に、ビジネスをはじめさまざまな活用法や効果が各方面で紹介されています。今回はChatGPTが「ネット広告」に与える影響や活用の可能性に絞って考えてみたいと思います。

### ■まずは Chat GPT の特性を知ること

私も今では日々の仕事にChatGPTを活用しております(この原稿は手書きです)。まだまだ進化の途中のサービスですが、明らかにこれまでのデジタルワークの常識や習慣が根底から変わり、これまでよりも効率的かつ

効果的なアウトプットをもたらすものです。そこでこれを使いこなしていくために重要なのは、まずChatGPTの特性を知ること。つまりできること、できないことをわかったうえで活用することでビジネスの適応範囲が見えてきます。

ChatGPTは、ユーザーが入力した質問に対して、人が返すような自然な文体で対話形式(チャット)でAIが答えるサービスです。これまでも似たようなサービスがありましたが、返答の精度が低くともビジネスで利用できるようなものではありませんでした。ここでは技術的な詳細は割愛しますが、ChatGPTは質問に対して自然言語を生成するAIが、複雑な言葉や表現も理解しネット上にある膨大な情報を学習して自然な言語で返答します。また利用する過程において過去のチャット内容を記憶したり、逆にユーザー側から返答内容の誤りを指摘したり、より具体的な条件を加えることで求める返答に近づけていけるといった機能があり、ほかにも翻訳や要約、テキストやシステムのコードの添削、メールや企画のたたき台などさまざまな活用ができます。

### ■ビジネスで活用するうえで 注意すべき点

こうした機能を活用するうえで、注意をしなければならないのが「情報の正確性」です。

「1,000文字の原稿を200文字に要約して」という使い方では問題ありませんが、「〇〇について教えて」という問いについて、現段階では返答を鵜呑みにできないのです。私も当社の社名でこの会社の特徴を教えて、という質問を試みたところ、全くそんな事業を行っていない内容をあげてきました。

また、ChatGPTの学習データは2021年までとなっているため、「今年の〇〇の傾向と特徴を教えて」という問いに対してはリアルタイムの情報を反映できないため、正確な結果は得られません。

また、AIといえども入力した内容は



ChatGPTのトレーナーにより閲覧可能であるため、不用意に個人情報や機密情報の入力は避けるべきです。

使い方の面で精度の高い答えを引き出すためには、質問の仕方が非常に重要になります。検索エンジンを使う感覚で入力した最初の質問に対する返答が求めたものに合致しているかどうかを判断するのではなく、ベストな返答になるように、5W1Hや具体的な返答のイメージを伝えたり、返答にコメントをしながらさらに質問を繰り返したりして答えを徐々に具体化させるといった、まさにチャットしながら求める答えに近づけていくという使い方をマスターしなければなりません。

## ■ネット広告に与える影響

では、ビジネスでの活用範囲が広がっているChatGPTはネット広告ではどのような存在になっていくのでしょうか。まず考えられるのは既存のネット広告は大打撃とまではいえないまでも、少なくともCV（コンバージョン）が減少することが考えられます。つまり、ユーザーの情報を求めるルートがこれまでのキーワードを主体とした検索方法に加え会話による情報取得が増えるため広告のインプレッションが当然減少しますので、自ずとCVも連動して減少します。

しかし、現在はオープンチャットサービスとして提供されていますが、Googleが「Bard」という同様のサービスを開始したことから、広告掲載が開始されるのも時間の問題ではないかと思われそうですので、あらたなネット広告の手段が増えることとなります。これまで「キーワード」ベースで情報を求めていたものが、「文脈」で求める情報に到達できることになれば、広告のインパクトはこれまで以上になるのではないのでしょうか。そのため、今後こうしたオープンチャットサービスが広告掲載の媒体となっていくことを見越して、出稿企業は使い方や表示される返答など実際に活用しながらこの特性を理解しておく必要があるでしょう。

## ■ネット広告運用の効率的な活用法

私はネット広告、コンテンツマーケティングなどデジタル施策の分野において、ChatGPTの活用は非常に相性がよく効果があると実感しています。

まずSEO対策での活用法ですが、現在私の業務では大活躍しています。これまでクライアントにSEO対策をアドバイスするには、クライアントの業種や業界の特性を理解したうえで、ターゲットユーザーを明確にし、有効なコンテンツやそれを訴求するためのSEOを考えるというプロセスで行っていたものが、一瞬でできてしまうのです。

例えばこのような使い方です。

「当社に〇〇向けの〇〇サービスを行っているクライアントがいます。事業規模はその業界で中堅のポジションですが、今後Webサイトでさらに集客を上げていくためのSEOのポイントを教えてください」

という質問をすると、実践のポイントを9項目にわたった箇条書きで示してくれました。それに対して、さらに具体的な質問を繰り返していくと、私が今まで時間をかけて行っていたことが何だったんだ！と思えるほど具体的かつ実践的なアドバイスが返ってきました。

同様に、ネット広告でターゲティング広告をする際の広告タイトルや訴求文章など、これまで専門家から定例のミーティングや打ち合わせの場で提案をもらっていたものが、サイト運用者が自らChatGPTを活用することで、「〇〇の広告タイトルを20文字で10パターンあげてください」という質問をしてさらに、その精度を上げる質問を繰り返すことで、これまで時間をかけて作っていたネット広告のたたきが、いとも簡単にできます。これは、すぐにでも実践していただきたいChatGPT活用法です。

(東京ドアーズ/人間力教育センター 代表)