

経営者・マーケティング担当必見！
ChatGPTがもたらすマーケティング革命
(45minバージョン、後半パート)

2023/05/25

NOB DATA株式会社
代表取締役 大城 信晃



- OpenAI社が開発した大規模言語モデル(LLM) ChatGPTはわずか2ヶ月で1億ユーザーを超える勢い
- ChatGPTは自然言語だけでなく、プログラミング言語にも精通し、しかも従来のチャットボットとは異なり、意見の要約や分類、説明の難易度調整、解釈、分析、物語の制作、ロールプレイなど、あたかも「**チャットの向こう側に人がいるかのように**」振る舞う
- ChatGPT利用時の注意点としては個人情報を読さないこと、また返答にはウソが含まれるためそこを見極め、裏どりをする力が必要。
- ビジネスにおいてはゴールドマンサックスのレポートではホワイトワーカーを中心に3億人の仕事を奪い、**世界のGDPを7%(800超円規模)**の経済を引き上げると予想。またサイバーエージェント社は広告運用の30%の効率化、**月間7万時間のオペレーションコスト削減に挑む。**
- マーケティングの世界においてもChatGPTは大きな存在感・ポテンシャルを示しつつある。新商品開発のアイデアの壁打ちやペルソナ設定だけでなく、「**データ**」をinputすることで**その分析・可視化・考察まで行うことが可能。**
- またChatGPT単体だけではなく、他の画像生成系AIなどと組み合わせることで例えばTVCMの絵コンテのラフ案を10分で生成するなど、可能となっている。マーケティングのあらゆる意思決定支援領域においてChatGPTはそのポテンシャルを秘めており、これからの時代の必須スキルとなることはほぼ確実であろう。
- 一方で、AIの生成した文章や画像についてはまだ法整備が追いついていない状況もあり、活用の際にはいくつかの注意点や今後の動向については規制リスクもあるため、注意は必要(特に、画像生成AI)。



NOB DATA

自己紹介等

自己紹介



NOB DATA

大城信晃([twitter @doradora09](#))
NOB DATA株式会社 代表取締役社長 /
データサイエンティスト協会 九州支部 委員長

- ・ 住まい
沖縄 -> 東京 -> 福岡
- ・ 職歴
ヤフー-> DATUM STUDIO ->
LINE Fukuoka -> NOB DATA(株) 創業
- ・ 運営コミュニティ
 - ・ 過去
 - ・ Tokyo.R(2010-2016)
 - ・ 現在
 - ・ fukuoka.R、PyData.Fukuoka、
意思決定のためのデータ分析勉強会、
データ分析系勉強会サテライトビューイング、
オモシロAIごった煮勉強会、ChatGPT部



Twitterでは有象無象のChatGPT
関係の話を最近は良くしています



企業情報

- 社名 : NOB DATA株式会社
- 設立年月日 : 2018年9月
- 代表取締役 : 大城信晃
- 所在地 : 〒812-0013 福岡市博多区博多駅東2-5-19 サンライフ 第3ビル 6F
- 事業内容 : データ活用に関するコンサルティング、受託分析、人材育成、セミナー、執筆など
- Webサイト : <https://nobdata.co.jp/>



- ✓ 副業・フリーランスを中心とした企業体
- ✓ リモートを中心とした20名程のメンバーにて、
AI・データ分析プロジェクトのプロフェッショナル集団として日本企業のDXの推進支援を行っております

本日のアジェンダ (12:00-13:00)



- オープニング(5min)
- 本編(40min)
 - 自己紹介
 - 「ChatGPTでできること」のおさらい
 - **ChatGPTを活用した消費者インサイトの抽出方法**
 - インサイト抽出の事例
 - ペルソナ策定の使い方
 - **ChatGPTを活用したコンテンツマーケティング**
 - ChatGPTのコンテンツ作成能力とその利点
 - 広告クリエイティブの新規アイデア生成
 - ChatGPTを使用した広告キャンペーンの効果最大化テクニック
 - **覚えておきたい倫理的な問題**
 - ChatGPTの適切な使用と倫理的観点
- 質疑応答(10min)
- クロージング(5min)



NOB DATA

ChatGPTを活用した 消費者インサイトの抽出方法

例として「ChatGPT」の想定利用ユーザー



NOB DATA

- ChatGPTと壁打ちすることで、想定ユーザーについての仮説を構築することができます

ChatGPTを利用している人の想定ペルソナを表形式で出力してください。



想定されるChatGPTの利用者ペルソナは多岐にわたりますが、以下にいくつかの代表的な例を表形式でまとめてみます。

ペルソナ	職業	利用目的	頻度
A	学生	学習のための情報の検索、ホームワークの支援	毎日
B	ビジネスマン	ビジネス関連の情報の検索、プレゼンテーションやレポートの作成支援	毎日
C	研究者	専門的な情報の検索、論文執筆の支援	毎日
D	プログラマー	プログラミングの問題解決のための情報検索、コードレビューの支援	毎日
E	記者	ニュース記事の作成支援、情報の検索	毎日
F	教育者	教材の作成支援、学生への教育資料の提供	週数回
G	翻訳者	文章の翻訳支援、文化的なニュアンスの理解	毎日
H	フリーランサー	クライアントのプロジェクトに関するリサーチ、ドキュメンテーションの作成支援	毎日

- ChatGPTと壁打ちすることで、想定ユーザーについての仮説を構築することができます

「記者」の利用シーンについて深掘りしてください。



「記者」のペルソナがChatGPTを使用する可能性のある具体的なシーンは以下のとおりです。

1. 記事作成のアイデアを得るために:

記者は記事のアイデアを考えるために、ChatGPTに特定のトピックについて質問するかもしれません。例えば、最新のテクノロジートレンド、政治的な変化、社会的な問題などについて。ChatGPTはそれらのトピックについての知識を提供し、記者が記事を作成するための新たな視点を提示することができます。

2. 背景情報の調査:

記者が記事の背景情報を集めるためにChatGPTを使うこともあります。ChatGPTは広範なトピックについての情報を持っており、それが記者のリサーチを助けることができます。

3. 原稿の作成支援:

記者は記事の原稿を作成するためにChatGPTを使用することもあります。例えば、特定のトピックについてのパラグラフの作成や、記事の全体的な構造についての助言をChatGPTから得ることができます。

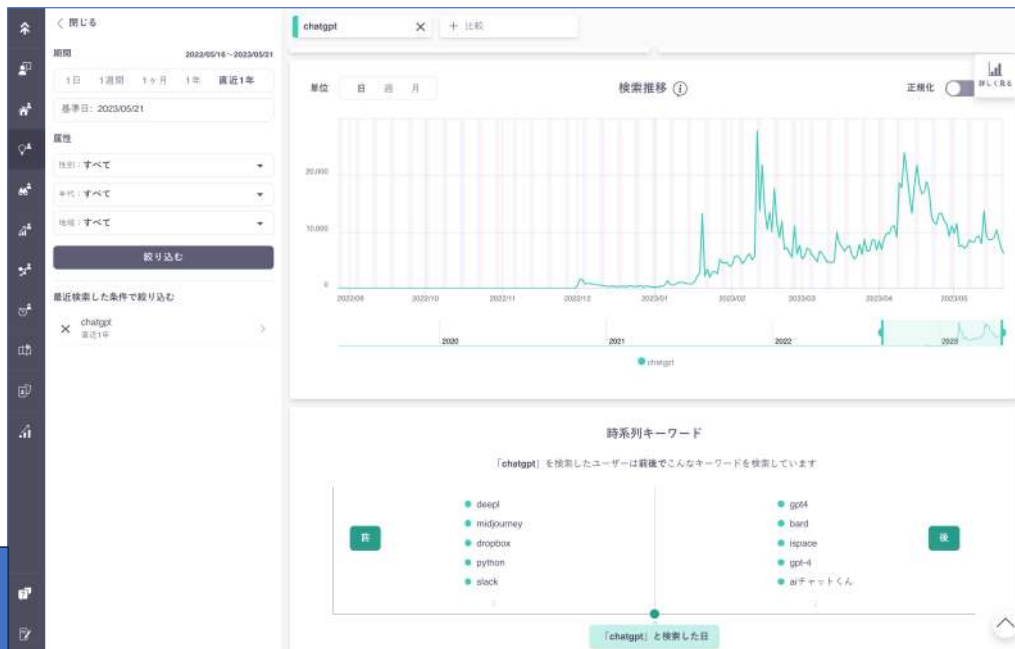
4. 一般的なニュースの概要:

仮説構築 -> 他の情報で仮説の確らしさを検証



- ChatGPTとの壁打ちの後、「**実際どのようなユーザーがいるか**」を確認します
- 今回はヤフー社のDS.INSIGHTでChatGPTの検索ユーザーの可視化を行います
- 類似ツールのGoogle Trendと異なり、かなり細かい分析が可能です
- ただし、ニッチワードは拾わないケースも多いのである程度の検索数は必要です

検索数推移 / 前後の時系列キーワード

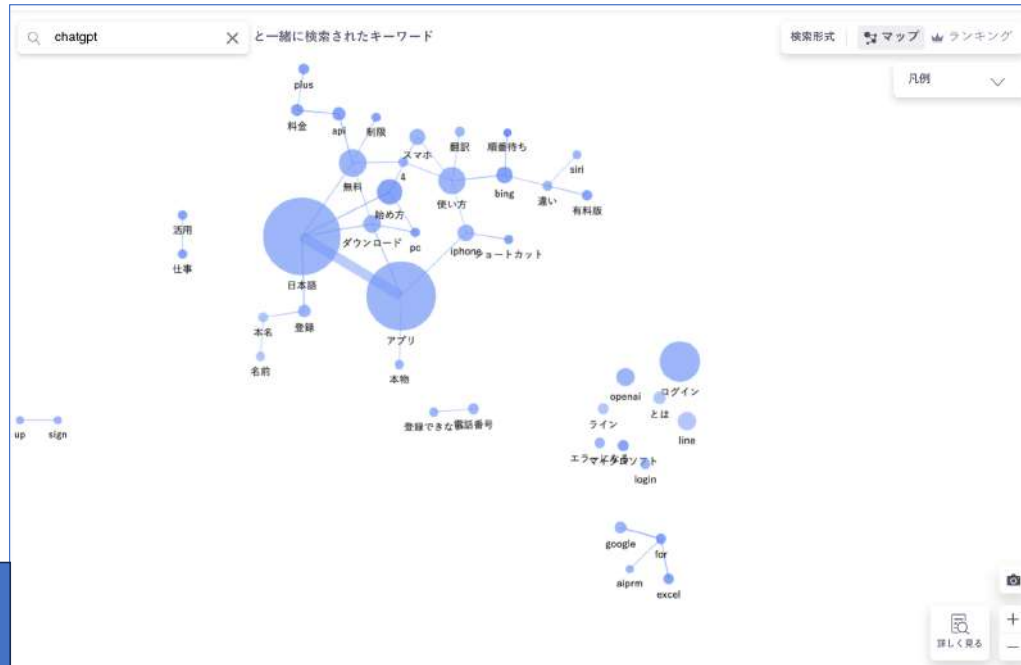


デモ：DSIで「ChatGPT」の検索ユーザーの可視化



NOB DATA

- 「日本語」「アプリ」「使い方」といった検索ワードがChatGPTと共に検索されています



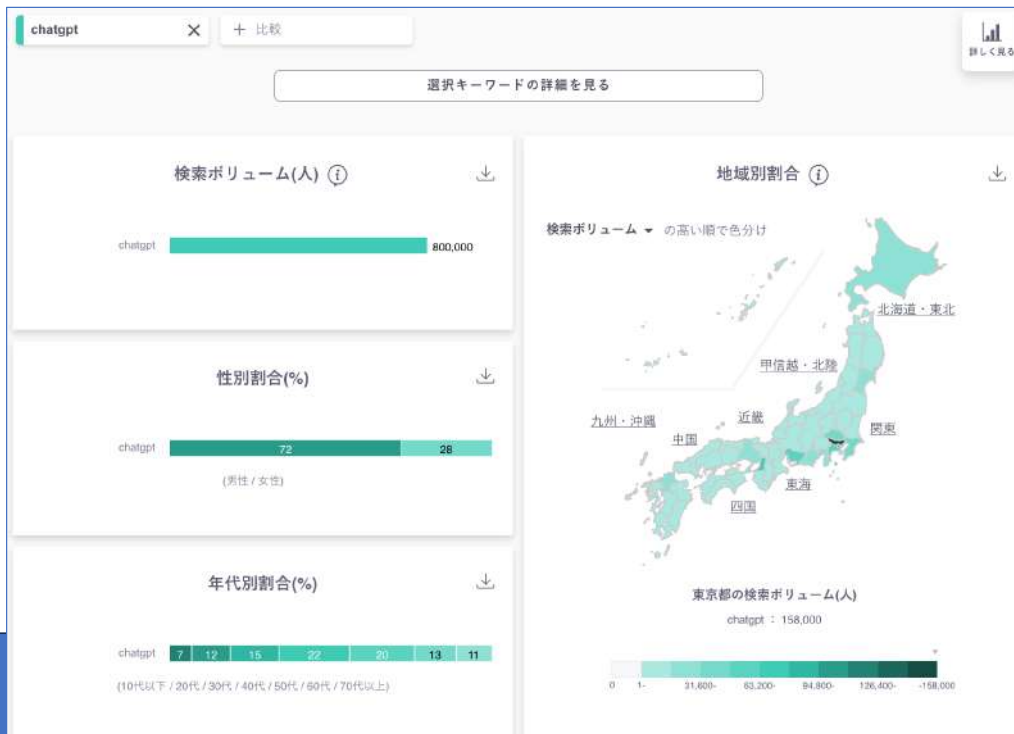
共起キーワード

デモ：DSIで「ChatGPT」の検索ユーザーの可視化



NOB DATA

- 男性が72%、性別年代は40代を中心に、エリア別には東京が最も多く、愛知や大阪が続く



性別年代 / エリア

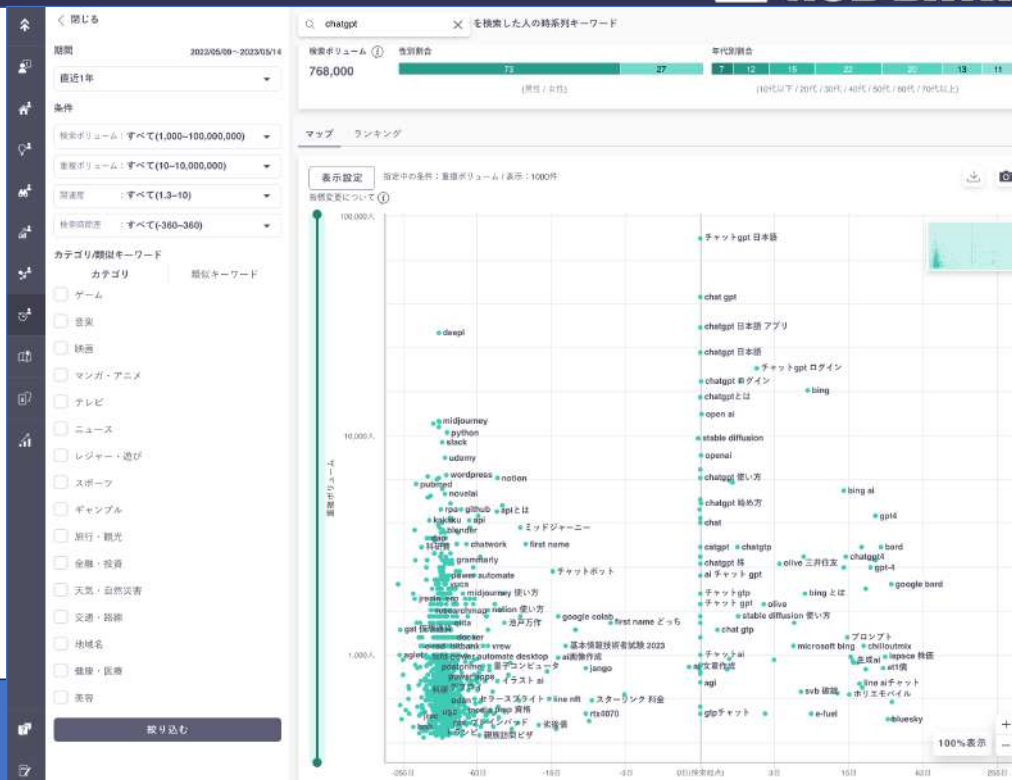
デモ：DSIで「ChatGPT」の検索ユーザーの可視化



NOB DATA

- ChatGPTの検索の約2ヶ月前には「DeepL」や「midjourney」の検索
- ChatGPTの検索の後には「bing」「gpt4」「bard」を検索

詳細な前後の時系列
キーワード



ChatGPT x インサイトでさらに高度な分析



NOB DATA

- 先ほどのDS.INSIGHTなどの外部知識を用いて、さらにChatGPTにユーザー像の構築を依頼
- 想像ではなく、「**実際のファクトに基づくユーザー像**」を炙り出していくことが可能です

ChatGPTの利用ユーザーに対して、事前に以下の情報が与えられているとします。
どのような利用ユーザーが想定されますか？

■ 事前情報

- 「ChatGPT」と一緒に「日本語」「アプリ」「使い方」といったワードを検索
- 男性が72%、性別年代は40代を中心に、エリア別には東京が最も多く、愛知や大阪が続く
- ChatGPTの検索の約2ヶ月前には「DeepL」や「midjourney」の検索
- ChatGPTの検索の後には「bing」「gpt4」「bard」を検索



事前情報から、以下のようなペルソナが想像できます。

ペルソナの特徴

- **年齢:** 40代
- **性別:** 男性
- **地域:** 主に東京を中心に、愛知や大阪などの都市部に住んでいる
- **関心:** "ChatGPT"と一緒に"日本語","アプリ","使い方"といったキーワードを検索していることから、ChatGPTを日本語で使いこなす方法についての情報を探していると推測できます。
- **テクノロジーの使用:** "DeepL"や"midjourney"を検索していることから、翻訳ツールや旅行関連の情報に興味があるか、またはそれらを使用している可能性があります。"bing", "gpt4", "bard"を検索していることから、検索エンジン、AI技術、または文学生成に関心があるとも推測できます。

ChatGPT x インサイトでさらに高度な分析



NOB DATA

- 先ほどのDS.INSIGHTなどの外部知識を用いて、さらにChatGPTにユーザー像の構築を依頼
- 想像ではなく、「**実際のファクトに基づくユーザー像**」を炙り出していくことが可能です

ChatGPTの利用ユーザーに対して、事前に以下の情報が与えられているとします。どのような利用ユーザーが想定されますか？

■ 事前情報

- 「ChatGPT」と一緒に「日本語」「アプリ」「使い方」といったワードを検索
- 男性が72%、性別年代は40代を中心に、エリア別には東京が最も多く、愛知や大阪が続く
- ChatGPTの検索の約2ヶ月前には「DeepL」や「midjourney」の検索
- ChatGPTの検索の後には「bing」「gpt4」「bard」を検索



想定される職業

- **プログラマー**：このペルソナはAIや自然言語処理に関心がある可能性があります。ChatGPTやGPT-4の検索から、彼は恐らくプログラミングまたはAI技術に関連する仕事に従事しているかもしれません。また、DeepLやChatGPTを効率的に使いこなすためには、一定のテクニカルなスキルが必要です。
- **ライターやエディター**：このペルソナは情報収集や文章生成に関心がある可能性があります。DeepLの使用は、文章の翻訳やエディターの作業を示すかもしれません。
- **ビジネスマン**：このペルソナはビジネスコミュニケーションや情報収集にAIを利用する可能性があります。さらに、Midjourneyの検索は旅行の計画やビジネス旅行の管理を示すかもしれません。

Tips : ここまでの議論をサマリしてもらおう



NOB DATA

- ChatGPTの短期記憶は有限のため、長期的なディスカッションの際は定期的に議論をサマリしてもらうことをお勧めします
- またサマリの結果を別のChatGPTのディスカッションの際に前提条件としてinputすれば、その段階から議論を開始できるため、「**一種のセーブポイント**」のような使い方ができます。

ここまでの議論をサマリしてください

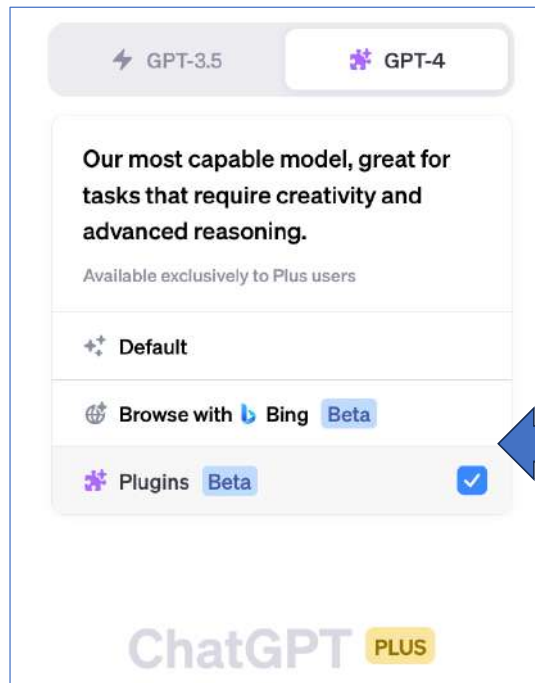


今回の議論では、まず初めにChatGPTの想定ペルソナについて議論しました。その中で、学生、ビジネスマン、研究者、プログラマー、記者、教育者、翻訳者、フリーランサーといった多様な背景を持つユーザーがChatGPTを活用する可能性があることを示しました。

次に、記者というペルソナがChatGPTをどのように利用するかについて深掘りしました。記事作成のアイデア取得、背景情報の調査、原稿の作成支援、一般的なニュースの概要取得といった利用シーンを挙げました。

最後に、特定の事前情報が与えられた場合の想定ペルソナについて考察しました。その事前情報は「ChatGPT」と一緒に「日本語」「アプリ」「使い方」といったワードを検索するユーザー、主に40代の男性、主に東京、愛知、大阪在住者、さらには「DeepL」「midjourney」「bing」「gpt4」「bard」を検索するユーザーというものでした。この情報から、プログラマー、ライターやエディター、ビジネスマンといった職業を持つ可能性があるペルソナを想定しました。これらのペルソナはAI技術や翻訳ツールに関心があり、それらを活用して情報収集や文章生成を行っていると考えられました。

- ChatGPTは現時点では**2021年9月までの情報**しか学習していません
- そこで、つい1週間ほど前に登場したChatGPTプラス(有料版)ユーザー向けの「**Webブラウズ**」機能、または「**プラグインのWebPilot機能**」を利用します
- 例えば、先ほどの例だと「**midjourney**」を**旅行系の何かと勘違い**していましたが、Webブラウズ(検索)をすることで正しくその意味を理解することができます。
- またWebブラウズ機能やプラグインを利用する際は別のスレッドを新規に立てる必要がありますが、前述の「**サマリ**」を再投入することでそこから議論を開始することができます。



- 依頼文

信見

■依頼事項

「ChatGPT」の検索ユーザー像について議論をしています。
別スレッドでの以下の議論について、あなたが知らない単語についてはWeb検索を実行し、ユーザー像の更新をお願いします。結果は表形式で出力してください。

■前回のサマリ

今回の議論では、まず初めにChatGPTの想定ペルソナについて議論しました。その中で、学生、ビジネスマン、研究者、プログラマー、記者、教育者、翻訳者、フリーランサーといった多様な背景を持つユーザーがChatGPTを活用する可能性があることを示しました。

次に、記者というペルソナがChatGPTをどのように利用するかについて深掘りしました。記事作成のアイデア取得、背景情報の調査、原稿の作成支援、一般的なニュースの概要取得といった利用シーンを挙げました。

最後に、特定の事前情報が与えられた場合の想定ペルソナについて考察しました。その事前情報は「ChatGPT」と一緒に「日本語」「アプリ」「使い方」といったワードを検索するユーザー、主に40代の男性、主に東京、愛知、大阪在住者、さらには「DeepL」「midjourney」「bing」「gpt4」「bard」を検索するユーザーというものでした。この情報から、プログラマー、ライターやエディター、ビジネスマンといった職業を持つ可能性があるペルソナを想定しました。これらのペルソナはAI技術や翻訳ツールに関心があり、それらを活用して情報収集や文章生成を行っていると考えられました。

- 検索結果

Used WebPilot



「Midjourney」についての情報を以下にまとめます。

- Midjourneyは、新しい思考の媒体を探求し、人類の想像力を拡大する独立した研究ラボです。
- Midjourneyは、サンフランシスコに拠点を置く独立した研究ラボが作成しホストしている生成型の人工知能プログラムおよびサービスです。
- Midjourneyは、自然言語の説明（「プロンプト」と呼ばれる）から画像を生成します。これはOpenAIのDALL-EやStable Diffusionと同様の機能です。

補足：ChatGPTの情報鮮度とその対策



- Web検索により更新されたユーザー像

以下に、更新されたユーザー像を表形式でまとめます。

ユーザー像	詳細
学生	AIや新しい技術に興味があり、学習や研究のためにChatGPTを活用する可能性がある。
ビジネスマン	ビジネスの意思決定や情報収集のためにChatGPTを活用する可能性がある。特に、AIや新しい技術に興味がある。
研究者	AIや新しい技術の研究にChatGPTを活用する可能性がある。
プログラマー	AIや新しい技術の開発にChatGPTを活用する可能性がある。特に、「DeepL」、「midjourney」、「bing」、「gpt4」、「bard」などのワードを検索する傾向がある。
記者	記事作成のアイデア取得、背景情報の調査、原稿の作成支援、一般的なニュースの概要取得などにChatGPTを活用する可能性がある。
教育者	教育のためにChatGPTを活用する可能性がある。特に、AIや新しい技術に興味がある。
翻訳者	翻訳のためにChatGPTを活用する可能性がある。特に、「DeepL」などの翻訳ツールに興味がある。
フリーランサー	仕事のためにChatGPTを活用する可能性がある。特に、AIや新しい技術に興味がある。



- Web検索により知らない単語の意味も理解
- ただ、Midjourneyの解釈は画像生成の方が主の可能性があるのでこの辺りはChatGPTと議論しながらブラッシュアップを進める

■ 検索前

ビジネスマン：このペルソナはビジネスコミュニケーションや情報収集にAIを利用する可能性があります。さらに、Midjourneyの検索は旅行の計画やビジネス旅行の管理を示すかもしれません。



■ 検索後

ビジネスマン：このペルソナはビジネスコミュニケーションや情報収集にAIを利用する可能性があります。さらに、Midjourneyの検索は、彼が新しい思考の媒体を探求し、人類の想像力を拡大する独立した研究ラボに関心があることを示すかもしれません。これは、彼がビジネスの視点から新しい技術やアイデアを追求している可能性を示しています。

- Web検索により知らない単語の意味も理解
- ただ、Midjourneyの解釈は画像生成の方が主の可能性があるのでこの辺りはChatGPTと議論しながらブラッシュアップを進める

■ 検索後

ビジネスマン：このペルソナはビジネスコミュニケーションや情報収集にAIを利用する可能性があります。さらに、**Midjourneyの検索は、彼が新しい思考の媒体を探求し、人間の想像力を拡大する独立した研究ラボに関心があることを示すかもしれません。**これは、彼がビジネスの視点から新しい技術やアイデアを追求している可能性を示しています。



信男

ビジネスマンについて、Midjourneyについて興味があるのは画像生成に関してではないでしょうか？



その通りです。ご指摘いただきありがとうございます。その点を考慮に入れて文章を修正します。

ビジネスマン：このペルソナはビジネスコミュニケーションや情報収集にAIを利用する可能性があります。さらに、Midjourneyの検索は、彼が新しい思考の媒体を探求し、人間の想像力を拡大する独立した研究ラボに関心があることを示すかもしれません。特に、**Midjourneyが提供する画像生成の機能に対する興味を示されている可能性があります。**これは、彼がビジネスの視点から新しい技術やアイデアを追求している可能性を示しています。



ChatGPTとの壁打ちにより「**初期仮説の構築**」



外部知識を入れて「**初期仮説を実像に近づける**」



さらに人間の納得感も加味して「**ブラッシュアップ**」

本日のアジェンダ (12:00-13:00)



- オープニング(5min)
- 本編(40min)
 - 自己紹介
 - 「ChatGPTでできること」のおさらい
 - **ChatGPTを活用した消費者インサイトの抽出方法**
 - インサイト抽出の事例
 - ペルソナ策定の使い方
 - **ChatGPTを活用したコンテンツマーケティング**
 - ChatGPTのコンテンツ作成能力とその利点
 - 広告クリエイティブの新規アイデア生成
 - ChatGPTを使用した広告キャンペーンの効果最大化テクニック
 - **覚えておきたい倫理的な問題**
 - ChatGPTの適切な使用と倫理的観点
- 質疑応答(10min)
- クロージング(5min)



NOB DATA

ChatGPTを活用した コンテンツマーケティング



- ChatGPTが得意なタスクの1つとして「文章生成」があります
(というよりも、元々は文章の予測のためのAI、大規模言語モデル(LLM)として開発された)
- またストーリーの作成やロールプレイも可能なため、例えば**TVCMなどの企画**にも使えます
- さらにそれだけではなく、例えば**Web広告のパフォーマンスについての評価**も一定可能です



- 簡単なところだと「メール文章生成」

■ 依頼事項

以下をクライアントに対するメールでの文体にしてください

「了解」



件名：お問い合わせへの対応について

親愛なるクライアント様、

先ほどのメッセージを拝見しました。

私たちの方で内容を確認し、対応を進めてまいります。ご依頼いただいた事項につきまして、今後の対応を整理し、進行状況についてお伝えすることを心掛けます。

ご質問や気になる点がございましたら、いつでもお気軽にご連絡ください。

それでは、よろしく願い申し上げます。

敬具、

[あなたの名前]

[あなたの役職]

[あなたの連絡先]

アイスブレイク：メール文章作成



NOB DATA

- 簡単なところだと「メール文章生成」

もう少し、硬すぎず。



件名：ご依頼について

こんにちは、[あなたの名前]です。

先ほどのメッセージ、確認いたしました。ご依頼いただいた事項について進行します。

進捗については、随時更新し、お伝えしてまいります。何か疑問点や不明点がありましたら、お気軽にご連絡ください。

よろしく願いいたします。

[あなたの名前]

[あなたの役職]

[あなたの連絡先]

例題：新商品のビール企画

Model: GPT-4

- ・ アイディア出し

信見

■ 設定

あなたはビール会社の企業の優秀な企画担当です。

■ 依頼事項

新たなビールを開発して市場に投入したいと思っています。
どのような商品が良さそうか、アイデアを表形式で出力してください。



了解しました。以下にいくつかの新商品開発のアイデアを提案します。

商品名	ビールタイプ	特徴	ターゲット市場
ミッドナイト ウィスパ	スタウト	深いコーヒーやチョコレートの風味を強調する豊かなスタウト。	クラフトビール愛好家、 ビールの味わいを追求する消費者。
サマーサン セット	フルーツビール	柑橘類やトロピカルフルーツのフレーバーを加えた、爽やかで飲みやすいビール。	ビール初心者、女性の消費者、 夏のレジャー向け。
エコロジカル エール	IPA (インド・ペール・エール)	有機原料を使用し、サステイナビリティに重点を置いたビール。	エコ意識の高い消費者、若い世代。
ノンアルコール レスク	ノンアルコールビール	アルコールを含まず、本格的なビールの味わいを再現。	運転をする人、健康志向の消費者、妊婦など。
クールバリ エーション	ラガー	地元の特産品を使用し、各地方ごとの限定版をリリース。	地域愛好家、ビールコレクター。
ローカル フュージョン	クラフトビール	地元の伝統的な飲み物をベースにした革新的なビール。	冒険好きな消費者、地元産品に興味のある人。

例題：新商品のビール企画

信兎

サマーサンセットビール、いいですね。こちらの商品のターゲットのペルソナをいくつか表形式で記載してください。

- ・ペルソナ出し



了解しました。「サマーサンセット」ビールのターゲットペルソナを以下に提案します。

ペルソナ名	年齢	職業	趣味・興味	なぜサマーサンセットを選ぶのか
リサ	25歳	広告会社のデザイナー	旅行、フェスティバル、音楽	爽やかなフルーツビールが好きで、新しい風味を試したい。また、パッケージデザインが魅力的だから。
トム	30歳	ITエンジニア	バーベキュー、アウトドア	バーベキューやアウトドアイベントで飲むビールとして、さわやかな味わいのビールを探しているから。
ミホ	28歳	フリーランスのライター	カフェ巡り、新商品の試飲・試食	新商品を試するのが好きで、特にフルーツ風味のビールが好き。さっぱりとした飲み口が好みだから。
ダニエル	35歳	コンサルタント	ソーシャルイベント、ネットワーキング	会社のイベントや友人との集まりで話題のビールを持って行きたい。また、軽い味わいのビールを好むから。

これらのペルソナは、新しい体験を求めている、イベントやソーシャルシーンで飲むビールとして特定のタイプのビールを探していたり、様々なニーズがあることを示しています。サマーサンセットは、そのフレッシュで爽やかな風味と共に、これらのニーズを満たすことができると考えられます。

例題：新商品のビール企画

信見

各ペルソナに対してのキャッチフレーズを考えてください。

また、その中で1つだけTVCMに使うとした場合、どのキャッチフレーズが最もメインターゲットに刺さりそうかを提案してください。

- ・ペルソナ別のキャッチフレーズ出し



各ペルソナに対するキャッチフレーズを以下に示します：

ペルソナ名	キャッチフレーズ
リサ	"あなたのセンスに新風味を。サマーサンセットで鮮やかに。"
トム	"アウトドアの新しいパートナー。サマーサンセットで爽やかに。"
ミホ	"新鮮な味わいの探求者へ。サマーサンセットでさっぱりと。"
ダニエル	"会話のヒロインはあなた。サマーサンセットで魅了せよ。"

それぞれのキャッチフレーズはペルソナの生活スタイルや好み、ビールを飲むシーンに焦点を当てています。これらはペルソナがビールを選ぶ理由や、そのビールが提供できる体験を強調しています。

TVCMに使うキャッチフレーズとしては、「リサ」向けのキャッチフレーズ「あなたのセンスに新風味を。サマーサンセットで鮮やかに。」を提案します。若い女性消費者は新しい商品や体験に対する好奇心が高いと考えられます。そのため、このキャッチフレーズは「新風味」や「鮮やかに」といった言葉で新たな体験や新商品に対する期待感を喚起し、このビールが提供できる独自の体験を強調します。これにより、広範なターゲット層にアピールし、新商品への注目を集めることができます。

例題：新商品のビール企画

- ・ペルソナ「リサ」に向けたPRライティング

信見

「サマーサンセット」ビールのペルソナ「リサ」に対してのPR文章を作成してください。



もちろんです。「リサ」に向けたPR文章を以下に作成しました。

夏の日が沈む瞬間、空が鮮やかなオレンジ色に染まるその美しさを体験したことはありませんか？それは自然が奏でる最も美しいシンフォニーのひとつです。新しい「サマーサンセット」ビールは、そんな自然の魅力を一杯に詰め込んだ特別な一本です。

「サマーサンセット」ビールは、柑橘類やトロピカルフルーツの香りが広がる新感覚のフルーツビールです。さわやかな香りと爽快な飲み口で、夏の日差しを浴びた後のひとときをさらに特別なものにします。

リサさん、あなたは旅行が好きで、常に新しい体験を追い求めていますよね。新しい風味を試すのが好きなあなたに、「サマーサンセット」は新たな味わいの旅へと誘います。ビールの世界に一石を投じる、その斬新な風味を是非お楽しみください。

また、あなたは美しいデザインにも目を向けますよね。鮮やかなオレンジ色のパッケージデザインは、夏の夕日をイメージしています。手に取った瞬間から、あなたを暖かな夏の日の思い出へと連れて行きます。

"あなたのセンスに新風味を。サマーサンセットで鮮やかに。"新しい「サマーサンセット」ビールで、あなたの夏を最高のものにしましょう。

例題：新商品のビール企画

・15秒のTVCM企画

信託

上記のPRに合わせて、15秒のTVCMを作りたいと思います。各シーンの案の作成をお願いします。



もちろんです。15秒のTVCMのシーン案を以下に作成しました。

1. シーン1 (0秒～3秒)

- ・冒頭、夏のビーチで楽しげに過ごす若い女性（リサ）のクローズアップ。彼女は笑顔で太陽の方を見上げています。
- ・ナレーション："新しい味の旅へ、あなたを誘います。"

2. シーン2 (3秒～6秒)

- ・ビーチの砂に、涼しげな「サマーサンセット」ビールが置かれるショット。オレンジ色の夕日が背景に映る。
- ・ナレーション："鮮やかな夕日のような、サマーサンセットビール。"

3. シーン3 (6秒～9秒)

- ・リサが「サマーサンセット」ビールを手に取り、ラベルを見つめる。その瞬間、夕日がビールの瓶を通して鮮やかに光る。
- ・ナレーション："爽やかな香りと、新感覚の風味。"

4. シーン4 (9秒～12秒)

- ・リサがビールを飲み、喜びと驚きの表情を見せる。その後ろで夕日が海に沈む。
- ・ナレーション："一口飲めば、新たな風味の旅へ。"

5. シーン5 (12秒～15秒)

- ・最後に、サマーサンセットビールのロゴとキャッチフレーズが表示される。
- ・ナレーション："あなたのセンスに新風味を。サマーサンセットで鮮やかに。"

以上が15秒のTVCMのシーン案です。

例題：新商品のビール企画

・応用として、別の画像生成AIによる各シーンのイメージの作成

・ここでは画像生成AIのプロンプト出力の「photorealistic」プラグインを利用し、Bing Image Creatorで描画する

・まずはサマリしてスレッドを引越し

信見

上記のTVCMに関する情報をサマリしていただけますか？

別のスレッドでプラグインを使い、画像生成のプロンプト作成を行いたいと思いますので、その情報を引き継ぎたいです。



もちろんです。「サマーサンセット」ビールの15秒TVCMに関する情報を以下にまとめました。

商品名: サマーサンセットビール

商品特徴: フルーツビールで、柑橘類やトロピカルフルーツの香り。鮮やかなオレンジ色のパッケージデザイン。

ターゲット: リサ（旅行が好きで、新しい体験や新しい風味を試すのが好きな20-30代の女性）

キャッチフレーズ: "あなたのセンスに新風味を。サマーサンセットで鮮やかに。"

TVCMシーン:

1. シーン1 (0秒～3秒): 夏のビーチで楽しげに過ごすリサのクローズアップ。

2. シーン2 (3秒～6秒): ビーチの砂に置かれた「サマーサンセット」ビール。オレンジ色の夕日が背景に映る。

3. シーン3 (6秒～9秒): リサが「サマーサンセット」ビールを手に取り、ラベルを見つめる。その瞬間、夕日がビールの瓶を通して鮮やかに光る。

4. シーン4 (9秒～12秒): リサがビールを飲み、喜びと驚きの表情を見せる。その後ろで夕日が海に沈む。

5. シーン5 (12秒～15秒): 最後に、サマーサンセットビールのロゴとキャッチフレーズが表示される。

以上が「サマーサンセット」ビールの15秒TVCMに関する情報です。この

- ・応用として、別の画像生成AIによる各シーンのイメージの作成
- ・ここでは画像生成AIのプロンプト出力の「photorealistic」プラグインを利用し、Bing Image Creatorで描画する
- ・引っ越し後の依頼(サマリ)

こんにちは。以下は別のスレッドでのChatGPT-4とのやりとりです。TVCMの絵コンテを作りたいと思っています。 photorealisticプラグインを用いて、これらを画像生成用のプロンプトに変換してもらえますか？ 表形式でまとめてもらえると助かります。

■ 前回までの議論

商品名: サマーサンセットビール

商品特徴: フルーツビールで、柑橘類やトロピカルフルーツの香り。鮮やかなオレンジ色のパッケージデザイン。

ターゲット: リサ (旅行が好きで、新しい体験や新しい風味を試すのが好きな20-30代の女性)

キャッチフレーズ: "あなたのセンスに新風味を。サマーサンセットで鮮やかに。" TVCM

シーン: シーン1 (0秒~3秒): 夏のビーチで楽しげに過ごすリサのクローズアップ。

シーン2 (3秒~6秒): ビーチの砂に置かれた「サマーサンセット」ビール。オレンジ色の夕日が背景に映る。

シーン3 (6秒~9秒): リサが「サマーサンセット」ビールを手に取り、ラベルを見つめる。その瞬間、夕日がビールの瓶を通して鮮やかに光る。

シーン4 (9秒~12秒): リサがビールを飲み、喜びと驚きの表情を見せる。その後ろで夕日が海に沈む。

シーン5 (12秒~15秒): 最後に、サマーサンセットビールのロゴとキャッチフレーズが表示される。以上が「サマーサンセット」ビールの15秒TVCMに関する情報です。この情報を画像生成のプロンプト作成に引き継いでいただけます。

例題：新商品のビール企画



・応用として、別の画像生成AIによる各シーンのイメージの作成

・ここでは画像生成AIのプロンプト出力の「photorealistic」プラグインを利用し、Bing Image Creatorで描画する

・画像生成用のプロンプトに変換

T

Used Photorealistic

以下に、各シーンに対する画像生成用のプロンプトを作成しました。

シーン1(0秒～3秒): 夏のビーチで楽しげに過ごすリサのクローズアップ。

- ・ プロンプト1: "20代から30代の女性、リサが夏のビーチで楽しげに過ごす様子をクローズアップで捉えてください。彼女の表情は明るく、活気に満ちています。カメラはCanon EOS 5D Mark IV DSLR、レンズはEF 50mm f/1.8 STMを使用し、解像度は30.4メガピクセル、ISO感度は200、シャッタースピードは1/125秒で撮影してください。--ar 16:9 --v 5.1 --style raw --q 2 --s 750"
- ・ プロンプト2: "若々しい女性、リサが夏のビーチで遊ぶ様子を高解像度でクローズアップで撮影してください。彼女の笑顔と活気ある表情を強調してください。カメラはNikon D850、レンズはAF-S NIKKOR 85mm f/1.8Gを使用し、解像度は45.7メガピクセル、ISO感度は100、シャッタースピードは1/200秒で撮影してください。--ar 16:9 --v 5.1 --style raw --q 2 --s 750"

シーン2(3秒～6秒): ビーチの砂に置かれた「サマーサンセット」ビール。オレンジ色の夕日が背景に映る。

例題：新商品のビール企画

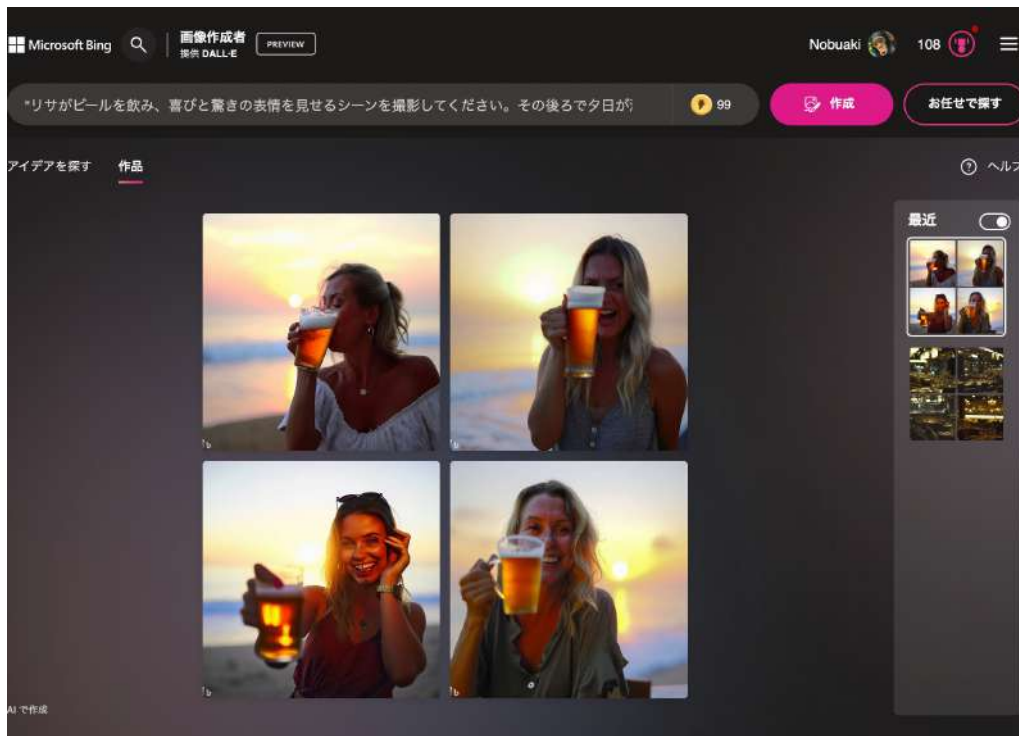
- ・ 応用として、別の画像生成AIによる各シーンのイメージの作成

- ・ ここでは画像生成AIのプロンプト出力の「photorealistic」プラグインを利用し、Bing Image Creatorで描画する

- ・ 画像生成用のプロンプトをBing Image Creatorにinputして描画。

- ・ 他の画像生成サービスは基本英語での指示が必要だが、Bing Image Creatorは日本語対応済み

```
シーン1: "20代から30代の女性、リサが夏のビーチで楽しげに過ごす様子をクローズアップで捉えてください。彼女の表情は明るく、活気に満ちています。カメラはCanon EOS 5D Mark IV DSLR、レンズはEF 50mm f/1.8 STMを使用し、解像度は30.4メガピクセル、ISO感度は200、シャッタースピードは1/125秒で撮影してください。 --ar 16:9 --v 5.1 --style raw --q 2 --s 750"
```



例題：新商品のビール企画

- ・ 応用として、別の画像生成AIによる各シーンのイメージの作成

- ・ ここでは画像生成AIのプロンプト出力の「photorealistic」プラグインを利用し、Bing Image Creatorで描画する

- ・ 画像生成用のプロンプトをBing Image Creatorにinputして描画。

- ・ 他の画像生成サービスは基本英語での指示が必要だが、Bing Image Creatorは日本語対応済み

シーン2: "ビーチの砂に置かれた「サマーサンセット」ビールを撮影してください。背景にはオレンジ色の夕日が映り、ビールのパッケージデザインと調和しています。カメラはCanon EOS 5D Mark IV DSLR、レンズはEF 24-70mm f/2.8L II USMを使用し、解像度は30.4メガピクセル、ISO感度は100、シャッタースピードは1/60秒で撮影してください。 --ar 16:9 --v 5.1 --style raw --q 2 --s 750"



例題：新商品のビール企画

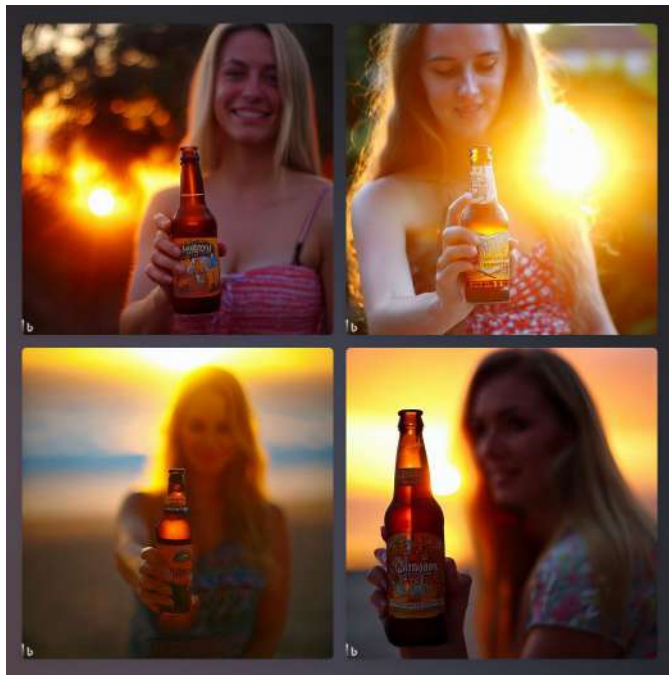
- ・ 応用として、別の画像生成AIによる各シーンのイメージの作成

- ・ ここでは画像生成AIのプロンプト出力の「photorealistic」プラグインを利用し、Bing Image Creatorで描画する

- ・ 画像生成用のプロンプトをBing Image Creatorにinputして描画。

- ・ 他の画像生成サービスは基本英語での指示が必要だが、Bing Image Creatorは日本語対応済み

シーン3: "リサが「サマーサンセット」ビールを手に取り、ラベルを見つめるシーンを撮影してください。その瞬間、夕日がビールの瓶を通して鮮やかに光る様子を強調してください。カメラはCanon EOS 5D Mark IV DSLR、レンズはEF 50mm f/1.8 STMを使用し、解像度は30.4メガピクセル、ISO感度は200、シャッタースピードは1/125秒で撮影してください。 --ar 16:9 --v 5.1 --style raw --q 2 --s 750"



例題：新商品のビール企画

- ・ 応用として、別の画像生成AIによる各シーンのイメージの作成

- ・ ここでは画像生成AIのプロンプト出力の「photorealistic」プラグインを利用し、Bing Image Creatorで描画する

- ・ 画像生成用のプロンプトをBing Image Creatorにinputして描画。

- ・ 他の画像生成サービスは基本英語での指示が必要だが、Bing Image Creatorは日本語対応済み

シーン4: "リサがビールを飲み、喜びと驚きの表情を見せるシーンを撮影してください。その後ろで夕日が海に沈む様子も捉えてください。カメラはCanon EOS 5D Mark IV DSLR、レンズはEF 50mm f/1.8 STMを使用し、解像度は30.4メガピクセル、ISO感度は200、シャッタースピードは1/125秒で撮影してください。 --ar 16:9 --v 5.1 --style raw --q 2 --s 750"



例題：新商品のビール企画

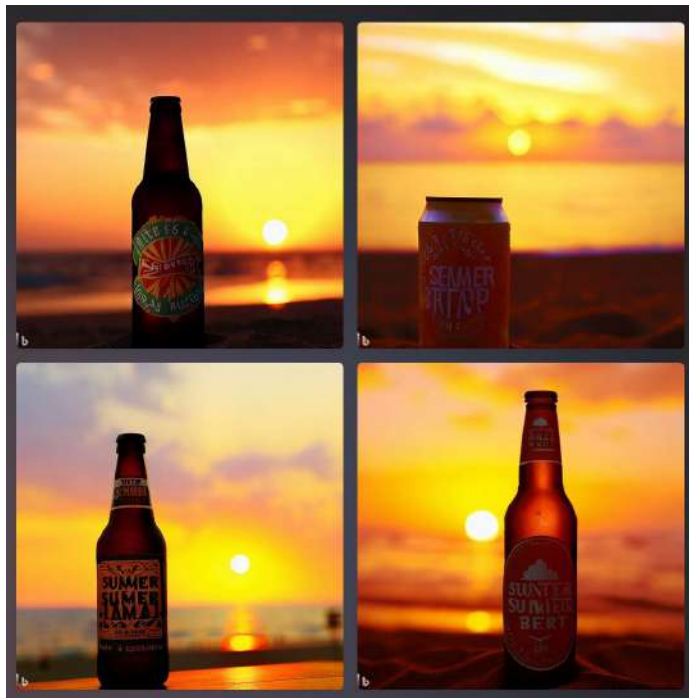
- ・ 応用として、別の画像生成AIによる各シーンのイメージの作成

- ・ ここでは画像生成AIのプロンプト出力の「photorealistic」プラグインを利用し、Bing Image Creatorで描画する

- ・ 画像生成用のプロンプトをBing Image Creatorにinputして描画。

- ・ 他の画像生成サービスは基本英語での指示が必要だが、Bing Image Creatorは日本語対応済み

シーン5: "最後に、サマーサンセットビールのロゴとキャッチフレーズ「あなたのセンスに新風味を。サマーサンセットで鮮やかに。」が表示されるシーンを撮影してください。背景はオレンジ色の夕日とビーチの風景で、ロゴとキャッチフレーズは鮮やかに浮かび上がるようにしてください。カメラはCanon EOS 5D Mark IV DSLR、レンズはEF 24-70mm f/2.8L II USMを使用し、解像度は30.4メガピクセル、ISO感度は100、シャッタースピードは1/60秒で撮影してください。 --ar 16:9 --v 5.1 --style raw --q 2 --s 750"



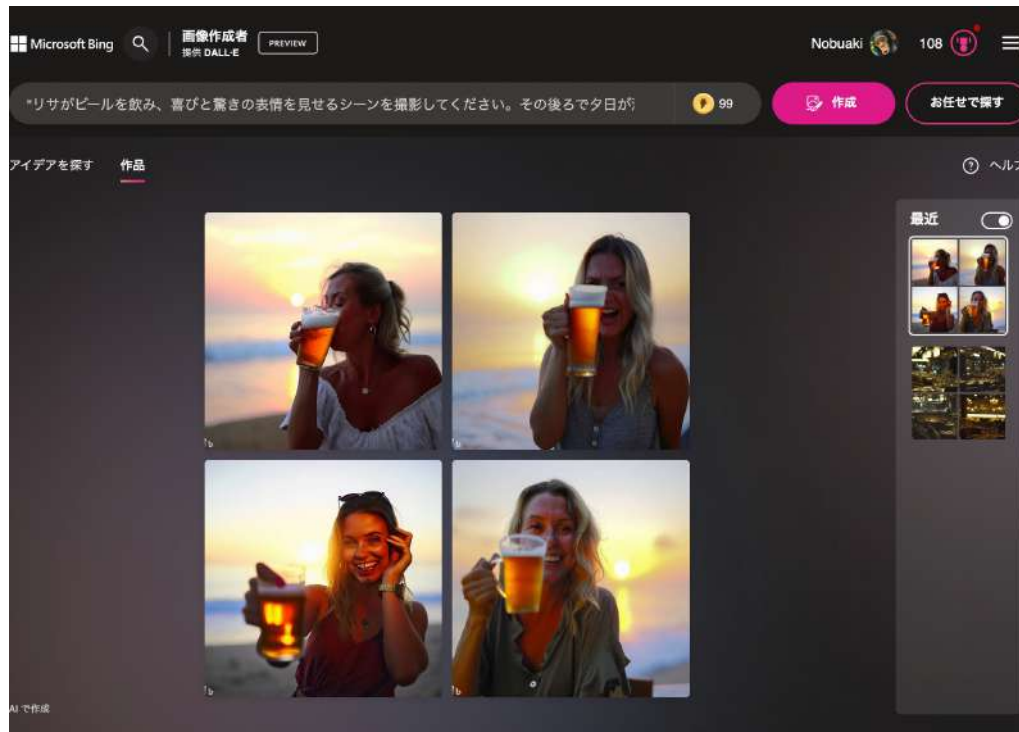
例題：新商品のビール企画



- ・応用として、別の画像生成AIによる各シーンのイメージの作成

- ・ここでは画像生成AIのプロンプト出力の「photorealistic」プラグインを利用し、Bing Image Creatorで描画する

- ・Bing Image Creatorで描画。他の画像生成サービスは基本英語での指示が必要だが、Bing Image Creatorは日本語対応済み



- TVCMから話変わって、広告効果測定
- TVCMの場合は視聴率、Web広告の場合はクリック、その後の購買率などを分析するニーズがあります
- 仮に、デジタルマーケとしてヤフー、Google、LINEの3つを利用した場合のシミュレーションデータがこちら
- これを**ChatGPTにinputして分析してもらいます**

信見

■ 依頼事項

あなたは優秀なWebマーケッターです。以下のWeb施策において、以下のローデータが与えられた場合の考察とネクストアクションの提示をお願いします。

■ ローデータ

Googleリスティング広告：

週 予算 (USD) CPA (USD) リード数 累積リード数

1	1000	50	20	20
2	1000	50	20	40
3	1000	50	20	60
4	1000	50	20	80
5	1000	50	20	100
6	1000	50	20	120
7	1000	40	25	145
8	1000	40	25	170



- TVCMから話変わって、広告効果測定
- TVCMの場合は視聴率、Web広告の場合はクリック、その後の購買率などを分析するニーズがあります
- 仮に、デジタルマーケとしてヤフー、Google、LINEの3つを利用した場合のシミュレーションデータがこちら
- これを**ChatGPTにinputして分析してもらいます**
- 書き起こし版

■ 依頼事項

あなたは優秀なWebマーケッターです。以下のWeb施策において、以下のローデータが与えられた場合の考察とネクストアクションの提示をお願いします。

■ ローデータ

Googleリスティング広告：週 予算 (USD) CPA (USD) リード数 累積リード数
1 1000 50 20 20 2 1000 50 20 40
3 1000 50 20 60 4 1000 50 20 80 5 1000 50 20 100 6
1000 50 20 120 7 1000 40 25 145 8 1000 40 25 170

Yahooバナー広告：週 予算 (USD) CPA (USD) リード数 累積リード数
1 1000 60 16 16 2 1000 60 17 33 3 1000 60
17 50 4 1000 55 18 68 5 1000 55 18 86 6 1000 50 20 106
7 1000 50 20 126 8 1000 50 20 146

LINE広告：週 予算 (USD) CPA (USD) リード数 累積
リード数 1 1000 70 14 14 2 1000 70 14 28 3 1000 65 15
43 4 1000 65 15 58 5 1000 60 16 74 6 1000 60 16 90 7
1000 60 16 106 8 1000 60 16 122

- 広告パフォーマンス評価



各広告のパフォーマンスを見てみましょう。

Googleリスティング広告：

週に1000USDの予算を使い、週に20~25のリードを獲得しています。最初の6週間では、1つのリードを得るために50USDのコストがかかっていますが、7週目からはCPAが40USDに改善しています。リード数も増加しています。これは、広告がより効果的になっているか、または最適化がうまく行っているかのいずれかを示しています。

Yahooバナー広告：

こちらも週に1000USDの予算を使い、週に16~20のリードを獲得しています。最初の3週間では、1つのリードを得るために60USDのコストがかかっていますが、4週目からはCPAが改善し始め、6週目からは50USDに改善しています。リード数も微増しています。

LINE広告：

同様に週に1000USDの予算を使い、週に14~16のリードを獲得しています。最初の2週間では、1つのリードを得るために70USDのコストがかかっていますが、3週目からはCPAが改善し始め、5週目からは60USDに改善しています。リード数も微増しています。

- ネクストアクション提案

■ 次のアクション：

1. Googleリスティング広告：CPAが改善しているため、現在の戦略を続けます。さらに、どのキーワードが最もパフォーマンスが高いかを分析し、それらのキーワードに焦点を当てた広告戦略を強化します。
2. Yahooバナー広告：こちらもCPAが改善しているため、現在の戦略を続けます。さらに、広告のクリエイティブやメッセージングを最適化し、さらなる改善を試みます。
3. LINE広告：CPAは改善していますが、他の2つの広告と比べてパフォーマンスが若干低いです。広告のターゲティングやメッセージングを見直し、パフォーマンスを向上させるための改善策を考えます。

広告キャンペーンの分析・提案

- 簡単な視覚表現
- 注：ChatGPTの計算は不確実な場合があるので、確認すること
- ChatGPTプラスユーザーの場合は、Wolframプラグインを使うと正しく計算できるようになります

信見

上記の週次の累積リード獲得数を、アスキーアートにて表現してください。



以下に、各広告についての週次累積リード数をアスキーアートのグラフとして描くことができます。注意点として、このグラフは比例的なスケールを持っていません。各広告の最大累積リード数（170）を基準としています。

```
text Copy code
Googleリスティング広告:
20 |-----
40 |-----
60 |-----
80 |-----
100 |-----
120 |-----
145 |-----
170 |-----

Yahooバナー広告:
16 |----
33 |-----
50 |-----
68 |-----
86 |-----
106 |-----
126 |-----
146 |-----

LINE広告:
14 |---
28 |-----
```



- データ可視化ダッシュボードの構築支援
- こちらはChatGPTにプログラミングをしてもらうのですが、本日は説明の時間が限られていますので割愛
- 開催後の「アンケート回答者特典」**の中に記載予定です



ChatGPTはそもそも「**文章生成**」が得意



「商材検討」、「ターゲットペルソナ立案」から「TVCM企画」までの**マーケティング活動全般**への利用が可能



さらに施策後の「**効果測定・PDCA**」にも利用可能



NOB DATA

覚えておきたい倫理的な問題

「誰かの作品」に損害を与えていないか



NOB DATA

- ChatGPTを始めとした生成AIについては、まだ法整備が追いついていない現状があり、先日のG7首脳会議では「**年内に**」**共通ルールを定める**、という方針が示されている状況です。
- 一方で、画像生成AIを中心とし、例えばPixiv社のイラストレーターの絵をある種模倣して、AIイラストを量産し、PixivのfanboxというサービスにおいてはAIイラストを禁止せざるを得ない状況も生まれています
- そもそもAIを使おうが、使わまいが盗作はNGですので、誰かの作品に悪影響を及ぼしていないか、という点については配慮が必要です



- ChatGPTを用いれば一瞬で大量の文章を作ることが可能ですが、「**意味のない文章**」を水増ししてのSEOなどはお勧めしません
- GoogleのSEOのロジックでは自動生成されたコンテンツはペナルティが与えられる、というような話も昔からあります。(但し、実際の詳細は不明。また、ChatGPTの作成した文章を解析できるか、という点も現時点では不明)
- ChatGPTの学習データはWeb上のデータソースですので、Web汚染が進むとそもそもAIの性能も落ちる可能性もありますので、役に立つコンテンツをしっかり作りましょう



- ChatGPTを始めとした生成AIの活用については、例えば美術画・写真のコンテストなどにおいて、応募規約として禁止されているケースがあります(小説や論文も同様)
- 個人的な範囲で利用する分には問題ありませんが、作品として外に出す場合は「**どこまで生成AIに任せて良いか**」という点については応募規約等をご確認ください



- ChatGPTや、その他生成系AIはマーケティングの分野においてもかなりのポテンシャルがあることが分かったのではないのでしょうか
- ChatGPTは正しく使えば生産性や新たなアイデアを生み出す強い相棒となりますので、利用上の注意に配慮しつつ、積極的に活用していきましょう。



NOB DATA

質疑応答



NOB DATA

ご清聴、ありがとうございました・・・！

何か個別のご相談やご質問がございましたら
info@nobdata.co.jp (NOB DATA問い合わせ窓口)
までお気軽にどうぞ。