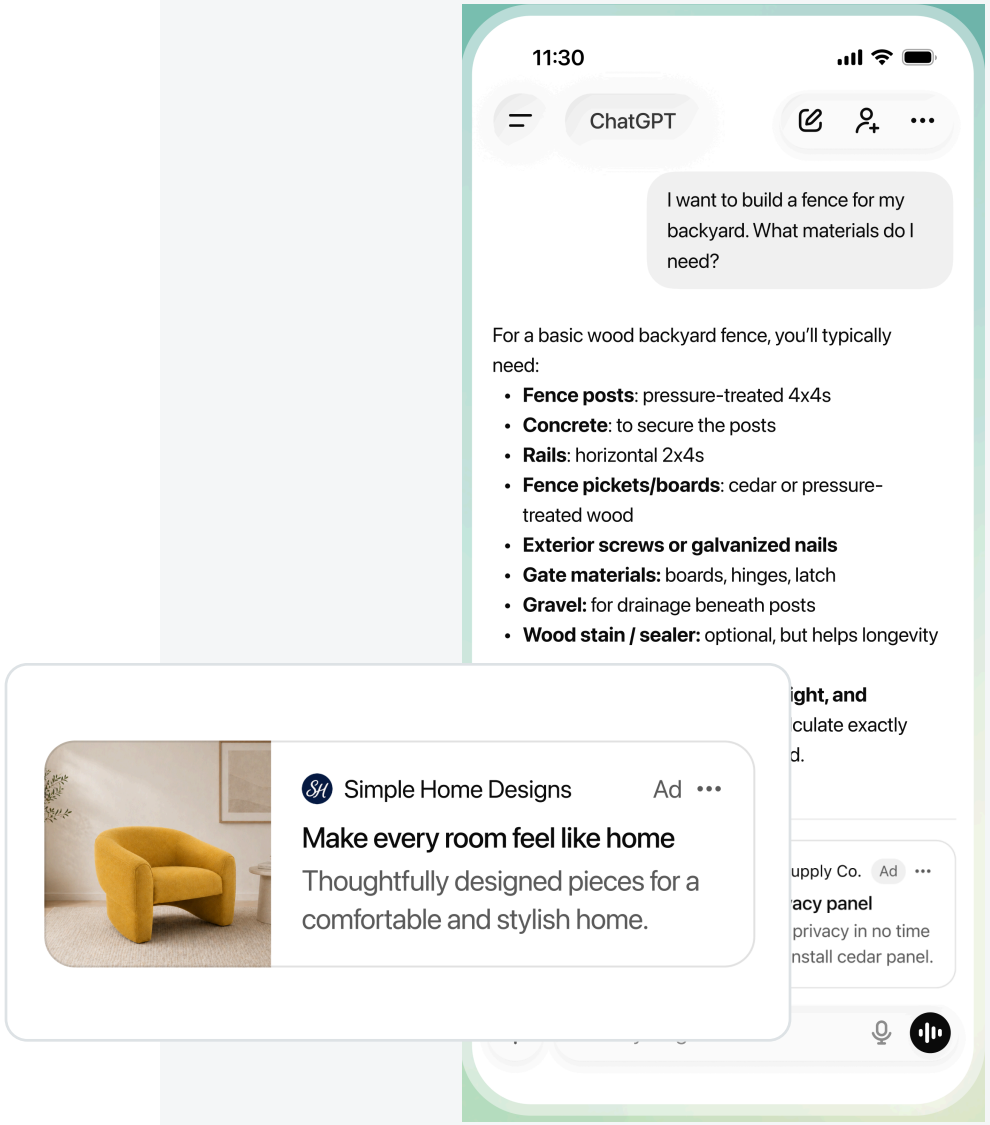
Premium Human

CHATGPT ADS

ChatGPT広告



会話の接点から、
次のお客様との出会いへ。

出稿支援 / LP制作 / 運用改善

株式会社プレミアムヒューマン

2026.10.15

本日のご提案

広告の仕組み・費用対効果・始め方をご紹介します。

01 ChatGPT広告の仕組み

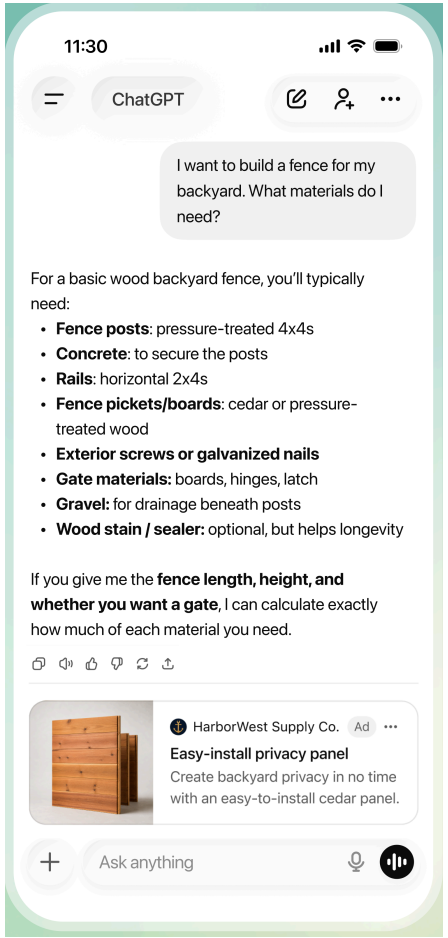
広告表示と問い合わせまでの流れ

02 成果と費用対効果

公開事例と、御社の採算

03 導入と運用の支援

支援内容・費用・進め方

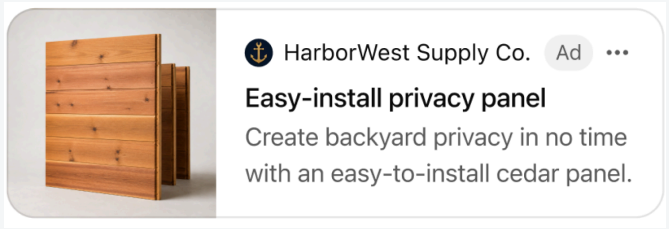


御社の課題をお聞かせください

広告費・問い合わせの質・運用の負担を整理します。

広告費が上がる

費用をかけても、
相談が増えない。



新しい接点を増やす

成約につながらない

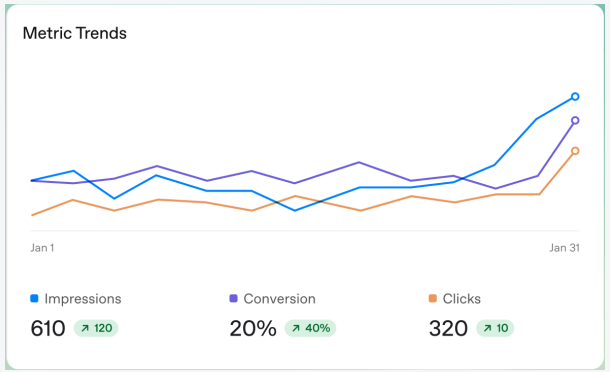
件数はあっても、
自社に合う相談が少ない。



広告とLPをそろえる

改善に手が回らない

配信・制作・分析まで
対応しきれない。

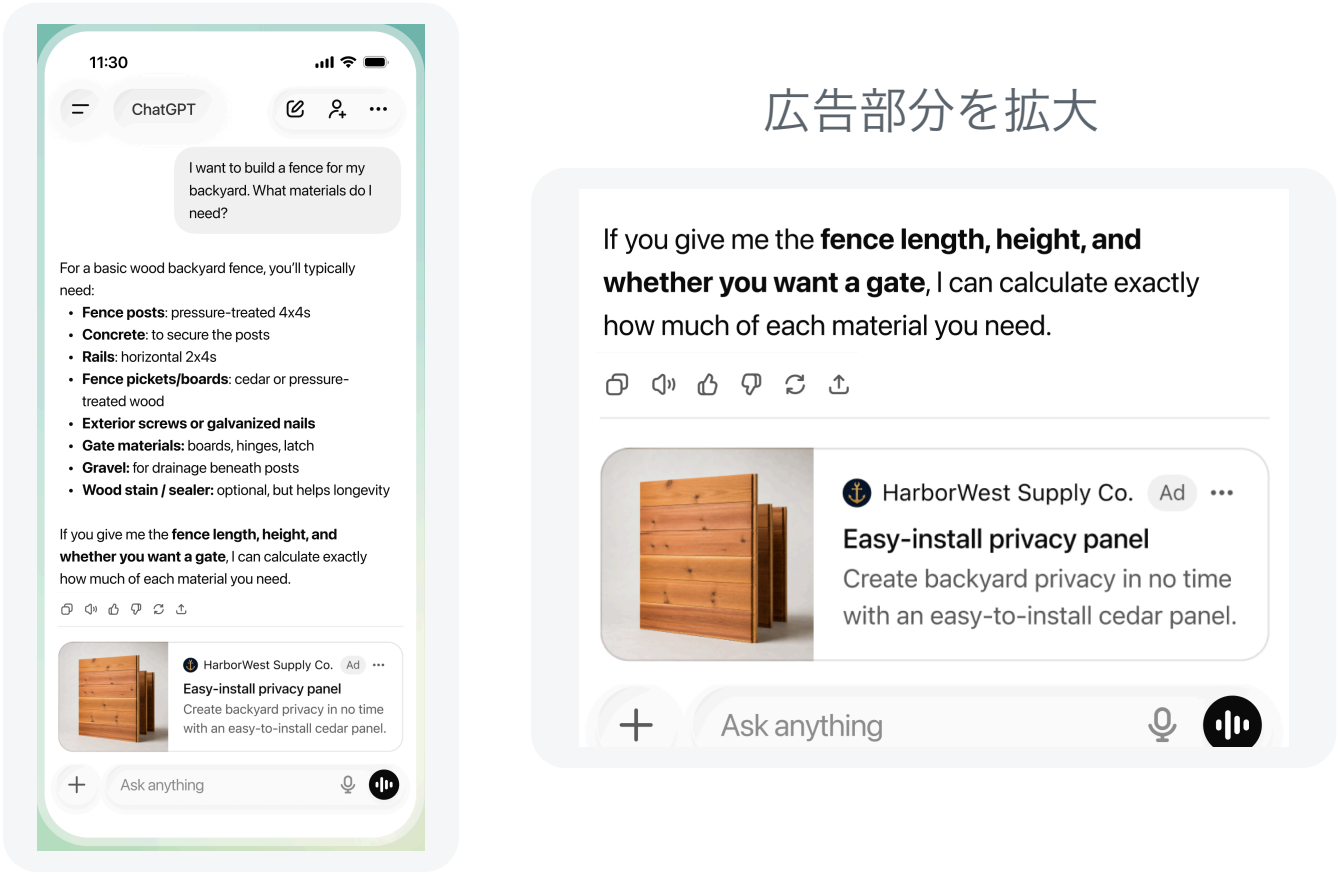


運用と改善を任せる

画像：OpenAI公開の説明用画面・当社サイト。当社の広告実績ではありません。

ChatGPT広告とは

相談・比較している場面で、関連する広告を届けます。



画像：OpenAI公開の広告表示例（2026/10/15確認）。当社の配信実績ではありません。

1 相談内容に合う

悩みや目的に沿い、
御社を知るきっかけに。

2 回答と分けて表示

広告であることを
明示して表示。

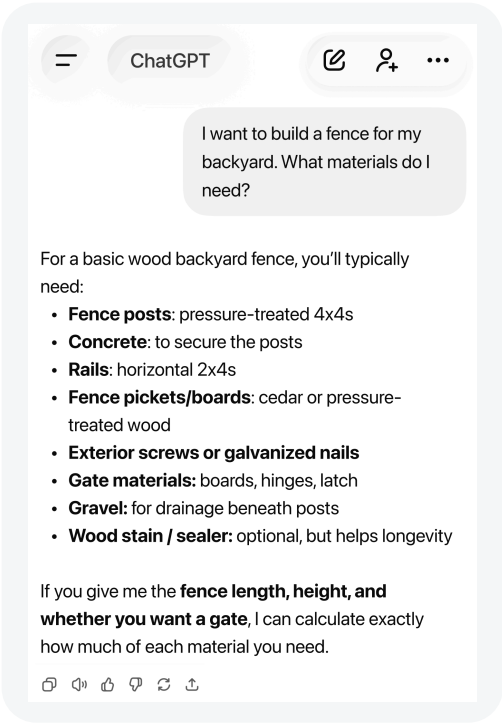
3 詳しい情報へ案内

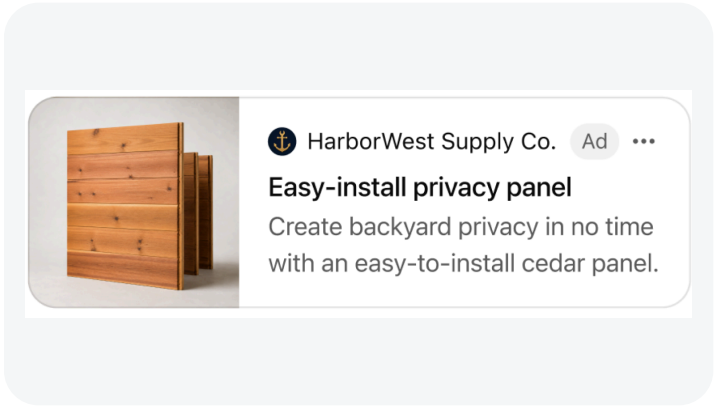
関心を持った方を
サービスのページへ。

相談から、問い合わせへ

会話で生まれた関心を、問い合わせにつなげます。

01　相談・比較 → **02　広告を見る** → **03　問い合わせ**





画像と見出しで関心を引く

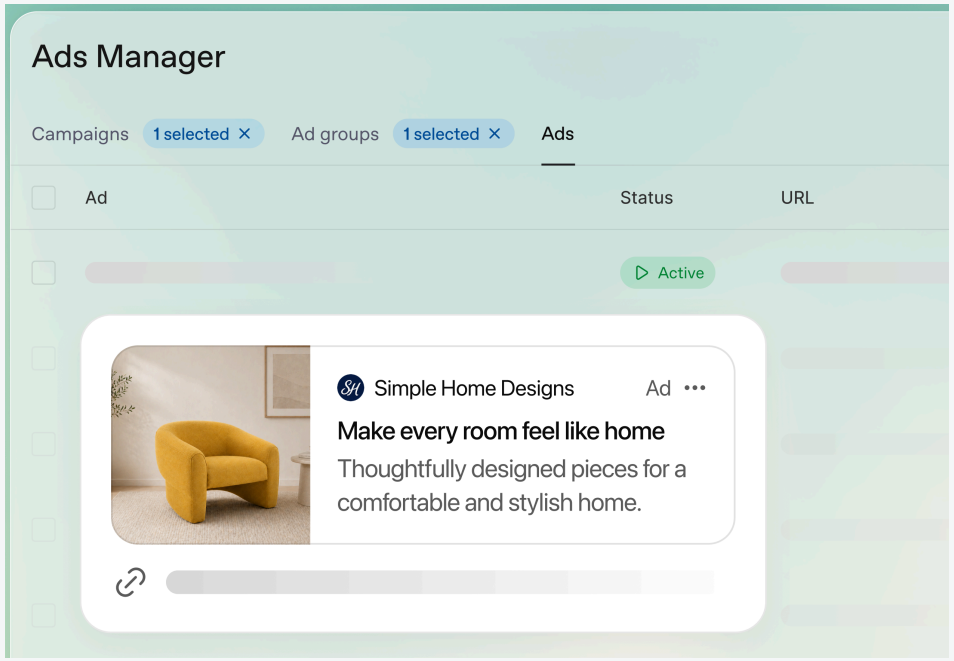


導線の構成例。OpenAI公開画面と当社サイトを使用。実際の広告遷移ではありません。

広告で伝える、3つのこと

画像・言葉・リンク先で、選ぶ理由を伝えます。

OpenAI公開の広告作成画面



1 何を提供するか

商品・利用場面を
画像で伝える。

2 どんな価値があるか

選ぶ理由を
短い言葉で伝える。

3 どこで詳しく分かるか

広告と内容をそろえた
LPへ案内する。

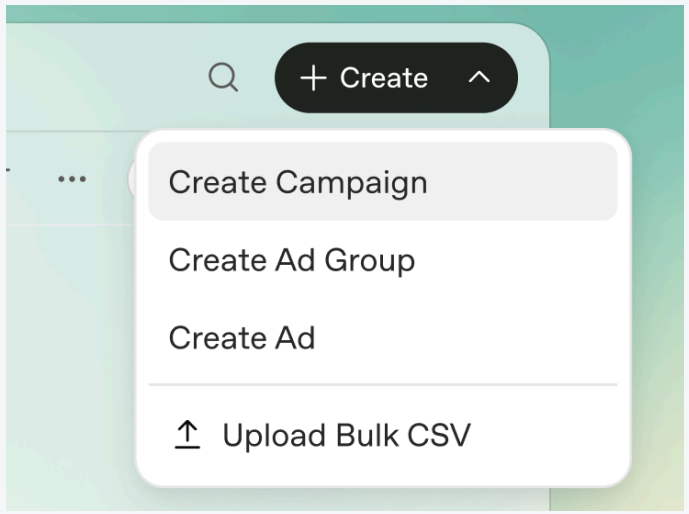
画像：OpenAI公開の説明用画面。仕様・利用できる機能は出稿時に確認します。

配信の準備と、反応の確認

目的と予算を決め、配信後の反応から改善します。

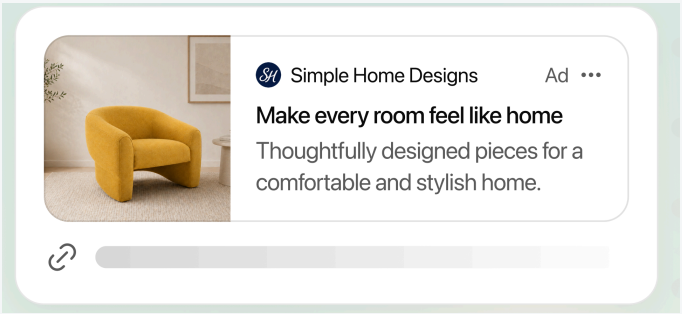
01　配信を準備

目的・予算を決める



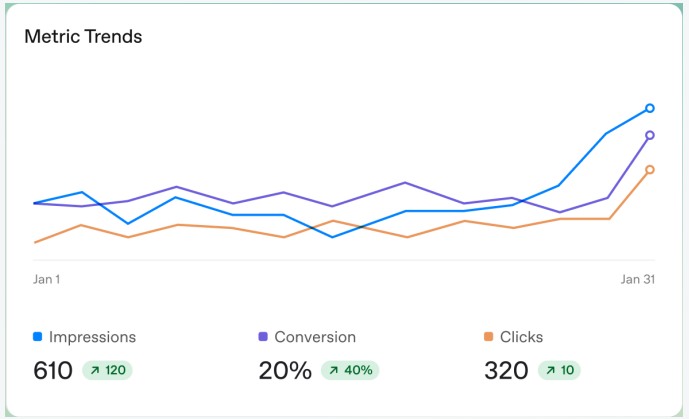
02　広告を作成

画像・訴求・LPを確認



03　反応を確認

クリック・成果を確認



画像：OpenAI公開の説明用画面。画面内の数値は運用実績ではありません。

問い合わせにつなぐLP

知りたい情報をそろえ、スマホから相談しやすく。



相談ボタンの例



広告と内容をそろえる

期待した情報を
最初の画面で伝える。

相談前の不安を減らす

特徴・料金・事例を
分かりやすくまとめる。

迷わず相談できる

目に入る相談ボタンと
入力しやすいフォーム。

画面：当社お問い合わせページ。広告用LPの実績例ではありません。既存LPの改修も可能。

公開事例｜Newegg

商品の比較・検討中に接点をつくった、海外EC企業の事例です。



公式事例の
商品画像

検討中の人に、
具体的な商品情報を。

商品広告とセール配信を併用。

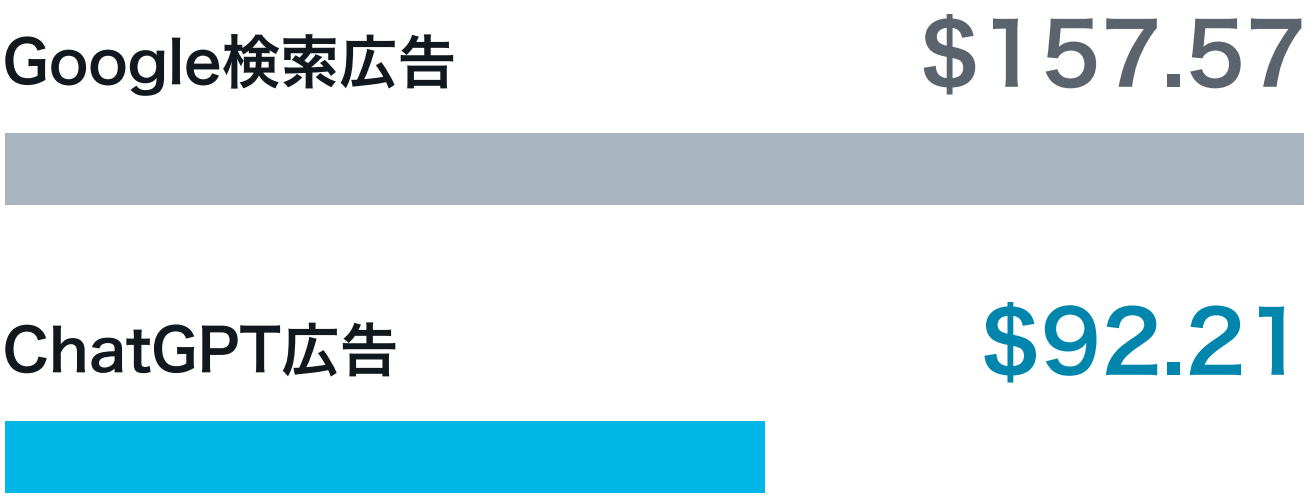
全キャンペーン	Fantastech Sale
3 倍	**7 倍**
ROAS / 28日間	ROAS / 2週間

出典：OpenAI / Newegg。ROAS＝売上÷広告費。期間・範囲は異なり、前後比較・当社実績ではありません。

公開事例｜問い合わせ単価と成約

同一BtoB企業・同じ30日間の、Google検索広告との比較です。

問い合わせ1件の費用（CPL）



約41.5%低減

成約まで見て判断

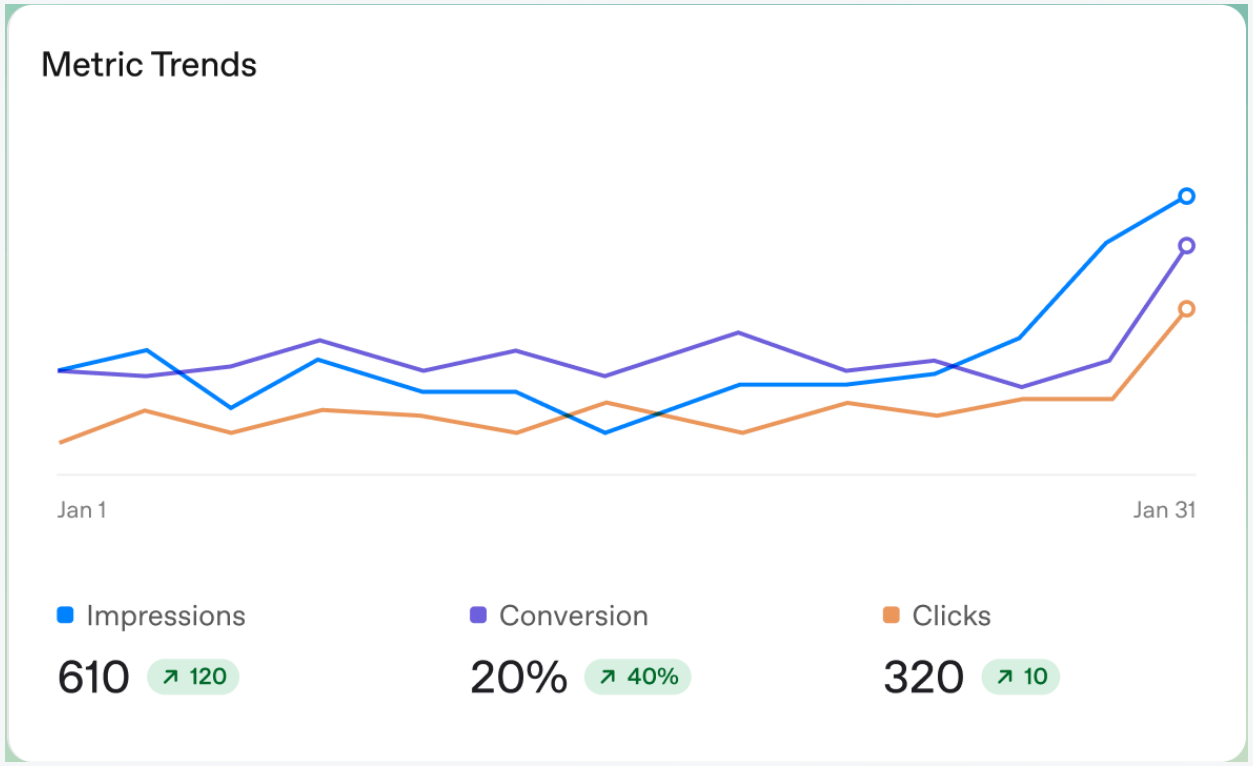
Googleの方が、
成約率が高く、
成約の獲得費用も低い。

数・質・成約率で
継続を判断する。

出典：StubGroup（2026/10/13）。単一企業・成約データは確定前。当社実績ではありません。

広告と営業の数字を、改善につなげる

広告・LP・営業の数字から、改善する場所を判断します。



広告の反応

表示・クリック・配信費用

LPの反応

有効問い合わせ数・率

事業の成果

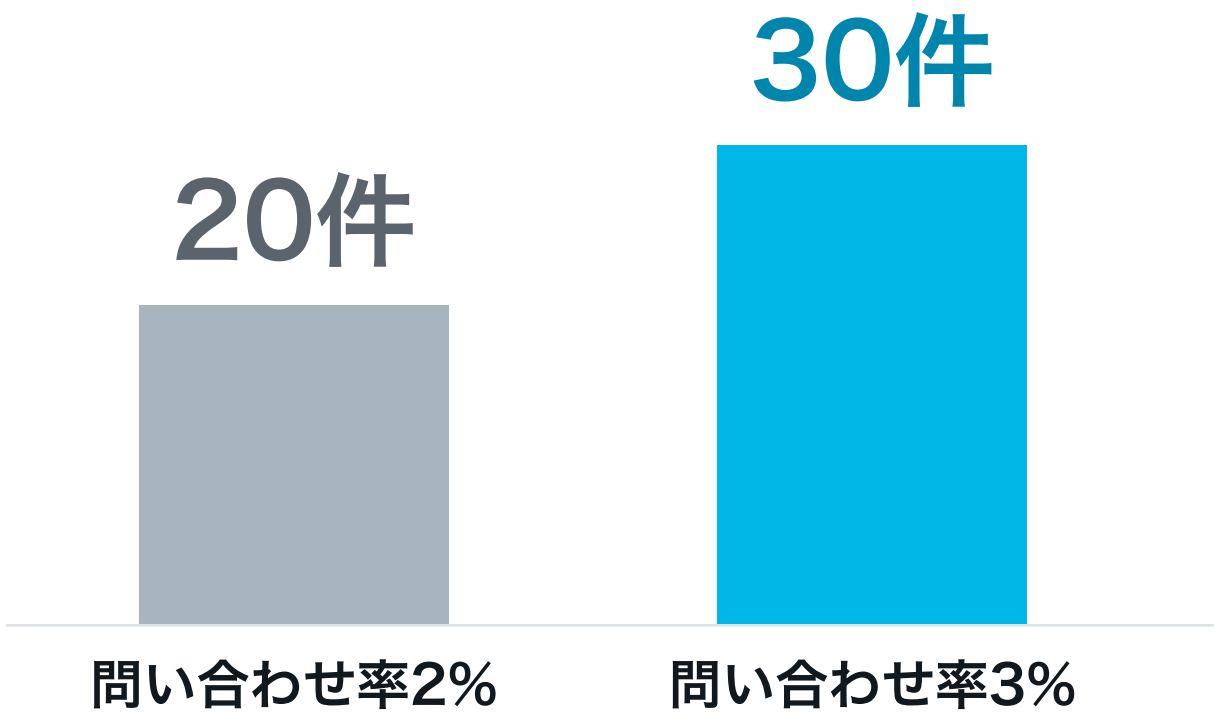
成約数・率・1件の粗利

画像：OpenAI公式の計測例（実績ではありません）。成約・粗利は御社のデータで確認します。

問い合わせ率の改善で、獲得効率を上げる

計算例：広告費30万円・1,000クリック。問い合わせ率2%と3%を比較。

有効問い合わせ数



問い合わせ数

+50%

20件 → 30件

問い合わせ単価
（広告費のみ）

1.5万円 → 1万円

仮定の計算例・税抜。正式料金・効果予測ではありません。固定費・成約までの時間差は除外。

成約まで含めた採算を考える

計算例：広告費30万円＋運用費15万円。1成約の粗利10万円を仮定。

1,000クリック　／　成約率20%　／　既存LP・初期費用0円

問い合わせ率	2%	3%	4%
有効問い合わせ数	20件	30件	40件
成約数	4件	6件	8件
成約獲得単価（運用込）	112,500円	75,000円	56,250円
粗利−施策費45万円	**-5万円**	**+15万円**	**+35万円**

回収の目安：5成約・25問い合わせ（成約率20%）

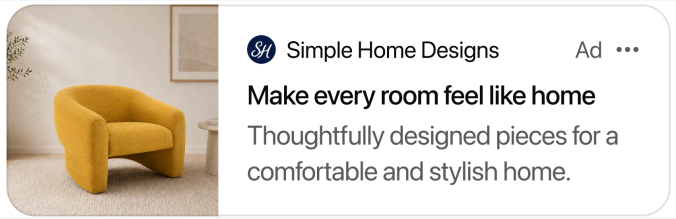
仮定の計算例・税抜。正式料金・効果予測ではありません。固定費・成約までの時間差は除外。

Premium Humanの支援範囲

広告・LP・運用をまとめて支援し、問い合わせにつなげます。

広告の出稿支援

目的・予算・訴求の整理
広告と配信設定の準備



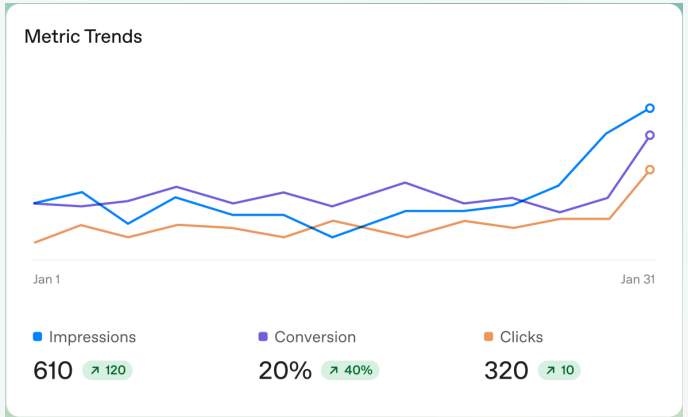
LP制作・改修

構成・コピー・デザイン
スマホでの相談導線



運用・改善

結果の分析とご報告
次に変える施策の提案



画像は公式説明画面・自社サイトの参考表示です。作業範囲・報告方法は個別に合意します。

費用の考え方

制作費・運用費・広告実費を分けて、個別にお見積もりします。

初期費用	月額費用	広告実費
LP制作・改修	広告の運用・改善	媒体への配信予算
個別お見積もり	個別お見積もり	個別お見積もり
構成・デザイン 実装・計測の準備	管理・分析・改善 結果と方針の共有	媒体へ支払う費用 予算・配信条件の確認

既存LPの活用・改修も含めて、必要な費用を整理します。

45万円などは計算例です。正式な費用・期間・契約条件は、お見積もりで明示します。

ご相談から配信・改善まで

目的・予算・評価基準を決め、商材に合う期間で成果を確かめます。

01　相談・設計	課題・商材・予算・現在のLPを整理。 継続・改善を判断する基準を決めます。
02　準備・確認	広告・LP・計測を準備。 利用可否・配信条件・審査を確認します。
03　配信・改善	問い合わせと成約を確認し、改善。 継続・修正・追加投資を判断します。

評価期間は成約までの時間・必要な件数に合わせて設定。準備・審査の条件は案件ごとに確認します。

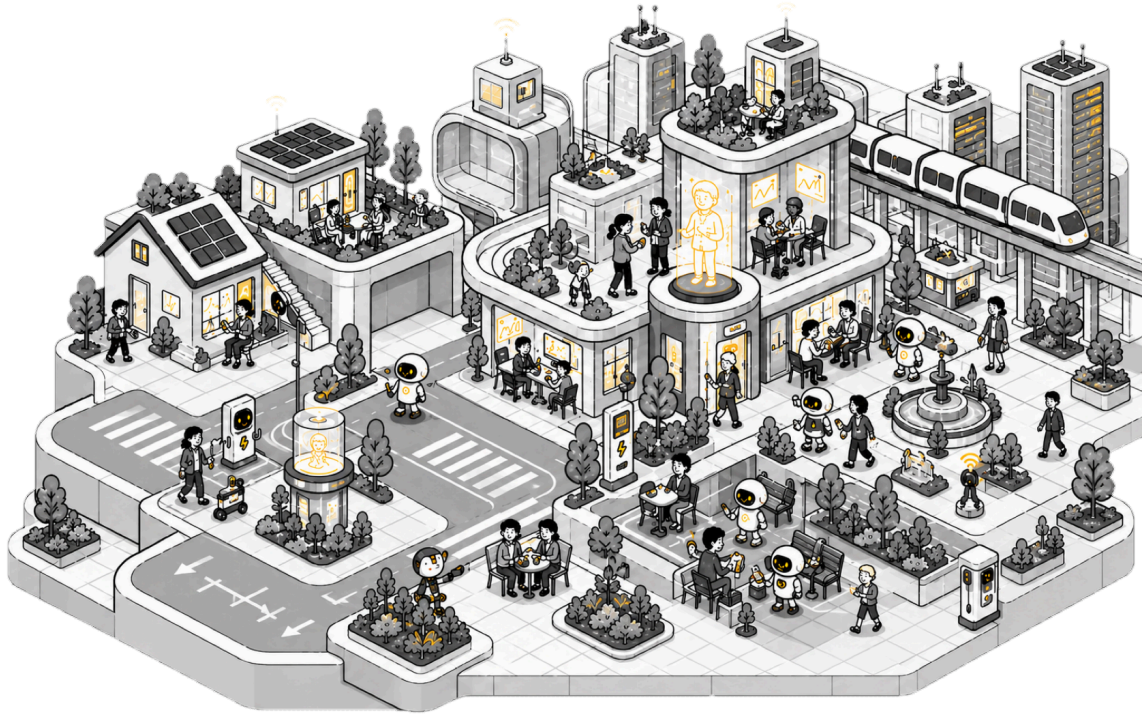
株式会社プレミアムヒューマン

AI人材の育成からDX支援まで、実装・運用を支援します。

Premium Human

AIを、事業の推進力に。

AI内製化研修
Webサイト制作
AI活用支援



Premium Human Inc.

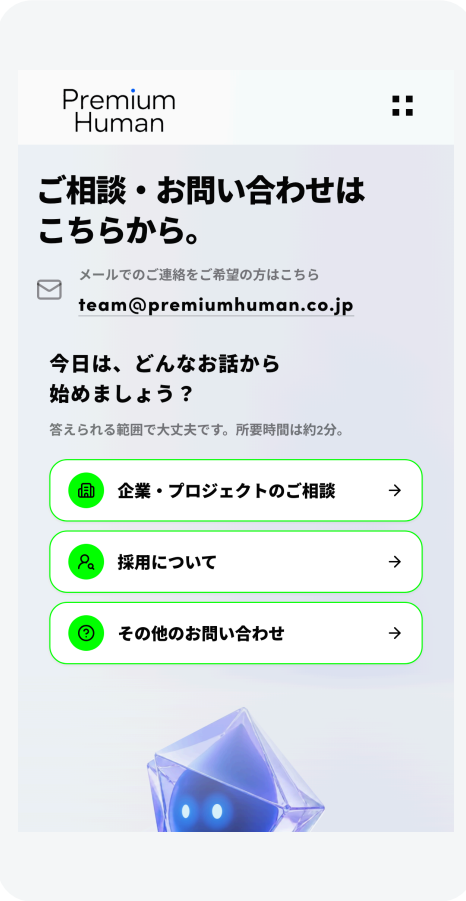
会社情報・ブランドビジュアル：Premium Human公式サイト（2026/10/15確認）。

御社に合う始め方を、一緒に考えます。

課題・予算・商材から、試す価値と採算を整理します。

まず伺いたい、3つのこと

1. 集客で困っていること
2. 広告予算と、目標の成果
3. サービス資料・現在のLP



ChatGPT広告の活用を相談する →

team@premiumhuman.co.jp

お問い合わせ：株式会社プレミアムヒューマン / premiumhuman.co.jp/contact