$ yoyaku-mania --clinic-guide

予約マニア
ご提案資料

オンライン診療の予約を、とことん増やす専門チーム

LP制作　動画・画像　広告運用・審査対応

運営：SweetLeap株式会社



YOYAKU MANIA

ONLINE CLINIC
AD MARKETING TEAM

INDEX

目次



01 現代のオンライン診療の広告市場 03

◆ 当たった広告もすぐ効かなくなる理由
◆ 医療広告が審査で止まりやすい理由
◆ 1本の広告に頼らない、更新し続ける運用

02 予約マニアのサービス実施内容 11

◆ 予約マニアの3つの強み　◆ 配信実績のある広告アカウント
◆ 審査が通り安定するまで向き合う　◆ 物量で押し切る作り替えとABテスト
◆ マンガ・診断・クイズLPでCPA改善　◆ ターゲットずらし・外国語圏
◆ 配信開始までの流れ

03 会社概要 27

◆ 予約マニアの運営会社をご紹介します

PART

01

— MODERN CLINIC AD MARKET

現代の
オンライン診療の
広告市場



当たった広告がすぐ効かなくなる理由と、
審査で止まりやすい理由

YOYAKU MANIA

オンライン診療の広告で、
こんなこと起きていませんか？

clinic_ad_status.log

ERROR 01

当たった広告が すぐ効かなくなる

同じ人に何度も見られ、反応が落ちていく



ERROR 02

広告が審査で 止まってしまう

医療の広告は、表現の決まりが厳しい



ERROR 03

新しい広告を 作る手が足りない

作り替えたくても、制作が追いつかない

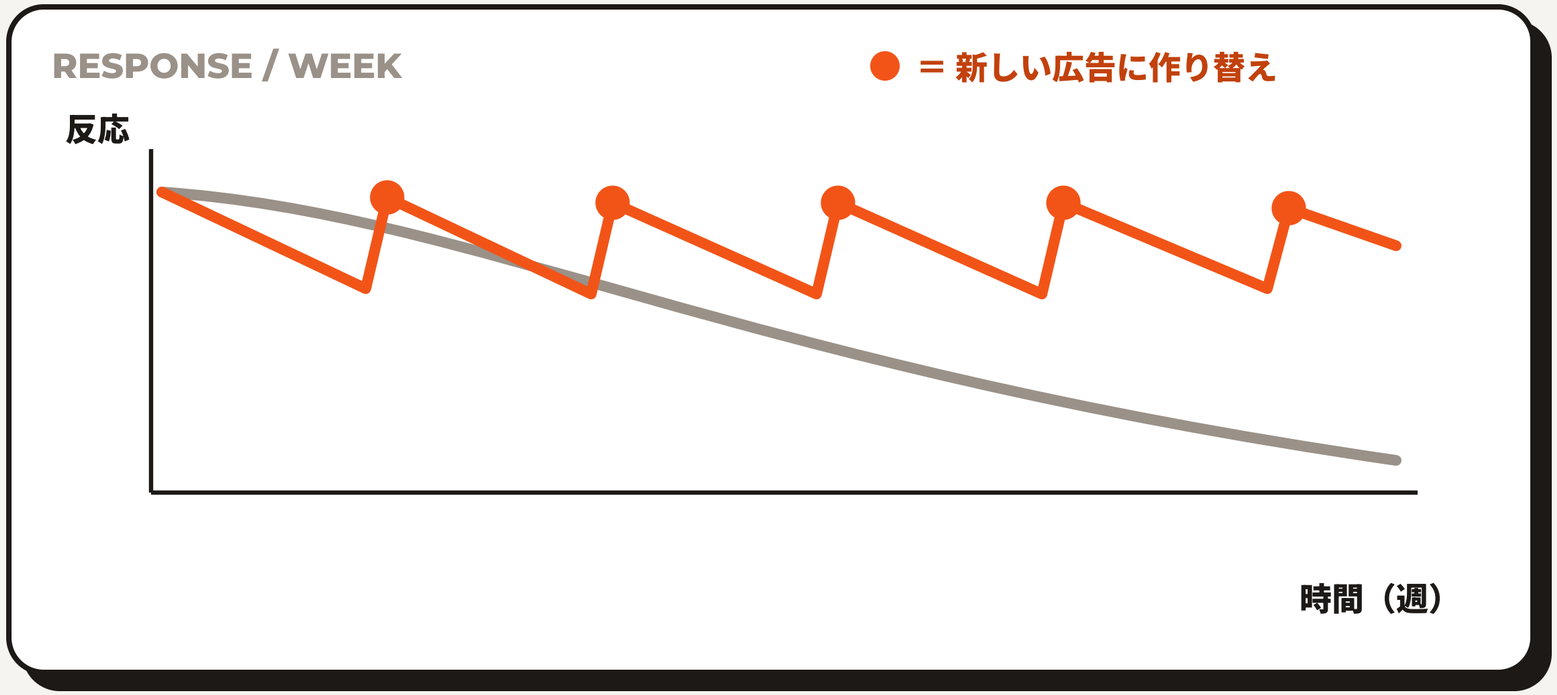


原因は、1本の広告に頼る運用にあります

© YOYAKU MANIA

1本の「当たり広告」では、予約は続きません

同じ人に何度も見られるうちに、どんな広告も反応は落ちていきます。
だから、反応が落ちる前に次の広告を出し続けることが大切です。



● 1本の広告だけ

**反応は、
下がり続ける**

● 作り替え続ける

**反応を、
高いまま保てる**

※考え方を示すイメージ図です

© YOYAKU MANIA

オンライン診療の広がりで
同じ診療の広告が増えたことも要因の1つ

以前
広告を出せば、
予約が入った時代

↓

広がり
同じ診療の広告が、
あふれる時代

↓

いま
1本の広告では、
予約が続かない

2018年6月

**改正医療法の施行で、
Webサイトも医療広告の
規制の対象に。**

大げさな表現　他院との比較　体験談

などが使えなくなり、広告媒体の審査も厳しい分野になりました。

参照：厚生労働省「医療広告ガイドライン」

© YOYAKU MANIA

実際にこんなご相談を
いただくことが増えました



“ 当たった広告が、すぐ効かなくなる

“ 広告が審査で止まって、配信できない

“ 予約1件あたりの広告費が、上がり続ける

© YOYAKU MANIA

1本の広告に頼ると、すぐに頭打ちになります

当たった広告も、いずれ反応は落ちていきます。
あわてて作った新しい広告が審査で止まると、配信そのものが止まってしまいます。

WEEK 1

この広告、当たった！



予約がどんどん入る

WEEK 4

あれ…予約が減ってきた



同じ人に見られ、反応が落ちる

WEEK 6

新しい広告が審査で止まった…



配信そのものが止まる

※週数はイメージです

© YOYAKU MANIA

1本の正解を探すより、

更新し続ける広告運用が勝利の秘訣です

- 物量で作り続ける
- 審査を通し続ける
- 反応を見て、作り替え続ける



LPの制作イメージ（架空のクリニック） © YOYAKU MANIA

患者さんに届かない広告なら
出さない方がマシだ!!

さまざまなオンライン診療クリニックと提携し、自社でもLPを回しながら、
LP・動画・広告運用に全精力を注いできたチームです!!

おかげさまで
月間の
広告運用額は

1,000万円以上!!

自社のアドアフィ事業も含めると……**もっと多いです（笑）**

- 自社でもLPを回して
  売れる型を検証
- マンガ・診断・クイズ
  LPまで社内で制作
- 審査が通り、
  安定するまで向き合う



YOYAKU MANIA

PART

02



— YOYAKU MANIA CONTENT

予約マニア
サービス実施内容

予約マニアの3つの強みと、
配信開始までの流れ

YOYAKU MANIA

OUR STRENGTH

予約マニアの3つの強み

審査が通り、配信が安定するまで。
そこからは、物量で押し切ります。



01 配信実績のある広告アカウントを保有
立ち上がりから、配信量を出しやすい土台があります。

02 審査が通り、安定するまで向き合う
止まった広告は理由を読み解き、通る表現に直して再審査まで。

03 物量で押し切る
マンガ・診断・クイズLPなど型も変えながら作り続け、CPAを下げ続けます。

さまざまなオンライン診療クリニックと提携し、集客を支援しています

© YOYAKU MANIA

強み 01 配信実績のある広告アカウントを保有

作ったばかりのアカウント

- ✕ 配信量に上限がかかりがち
- ✕ 審査で慎重に見られがち
- ✕ 安定するまで時間がかかる

VS

予約マニアのアカウント

- ✓ 配信の実績がある
- ✓ 医療広告の運用経験
- ✓ 立ち上がりから物量を出せる

＼ ここだけの話… ／

ちょっと裏技

医療ダイエットは、審査が特殊な分野。

だから予約マニアは、配信実績のある広告アカウントを複数用意し、診療や審査の状況に合わせて使い分けています。

→ だから、**最初から物量で押し切れる。**



アカウントの使い方は各媒体の規約に沿って決めます

強み 02 審査が通り、配信が安定するまで向き合う

STEP 01

否認の理由を読み解く

広告・LPと媒体の基準を照らし合わせ、どこが引っかかったかを特定します。

STEP 02

強さを残して通る表現へ

医療広告ガイドラインと媒体の規約に沿って、言葉と見せ方を調整します。

STEP 03

再審査と、通った表現の蓄積

必要に応じて媒体へ確認・再審査を依頼。通った表現は次の制作に活かします。

通るまで繰り返し、安定したら物量で押し切る

掲載の可否は診療内容と各媒体の基準によります。審査の通過を保証するものではありません

でも結局

広告で最も重要なのは ？？？？

© YOYAKU MANIA

でも結局

広告で最も重要なのは **物量**

© YOYAKU MANIA

強み 03 どんなマーケターも、100%一発で当てることはできない

＼だからこそ／

LPも動画も画像も、当たるまで作り続けます

creatives_all.fig　　動画 ／ 画像 ／ LP



私たちのやり方は力業。大量のアカウント × 大量のクリエイティブで、ガンガン回します

制作した動画広告の一部と、LPの制作イメージ（架空のクリニック）です

最速でハイクオリティの制作へ

予約が取れるまで手間を惜しまない仕組みだからこそできる、**LP・バナー作り放題**の施策をフル活用ください。

TEST 01 訴求のテスト



甘いもの ／ 運動 ／ 服 の3つの悩みで比較

TEST 02 LPの形のテスト



縦長 ／ マンガ ／ 診断形式

TEST 03 届ける人のテスト



女性向け ／ 男性向け

1つずつ比べて、勝ったものに物量をかける

LPの制作イメージ（架空のクリニック）

LPの型を変えながら、CPAを下げ続ける

自社でもLPを回しているから、型ごとの勝ち方を知っています。同じ診療でも、型を変えるだけで反応は大きく変わります。



縦長



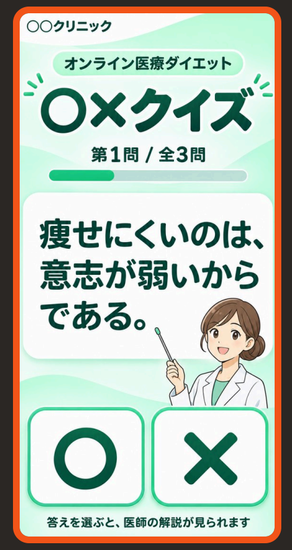
スワイプ



マンガ



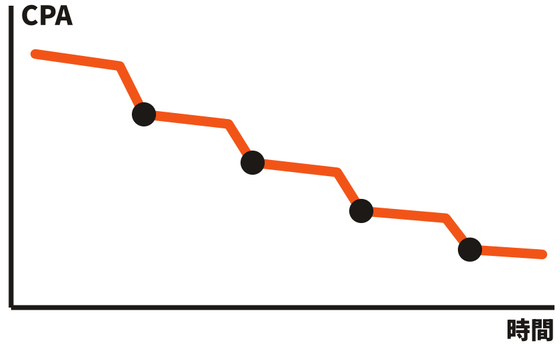
診断



クイズ

CPA TREND

型を変えるたびに、
CPAを1段ずつ下げる



● ＝ LPの型を変えたタイミング

型 × 訴求 × 届ける人を、物量でかけ合わせて回し続けます

LPの制作イメージ（架空のクリニック）・グラフは考え方を示すイメージ図です

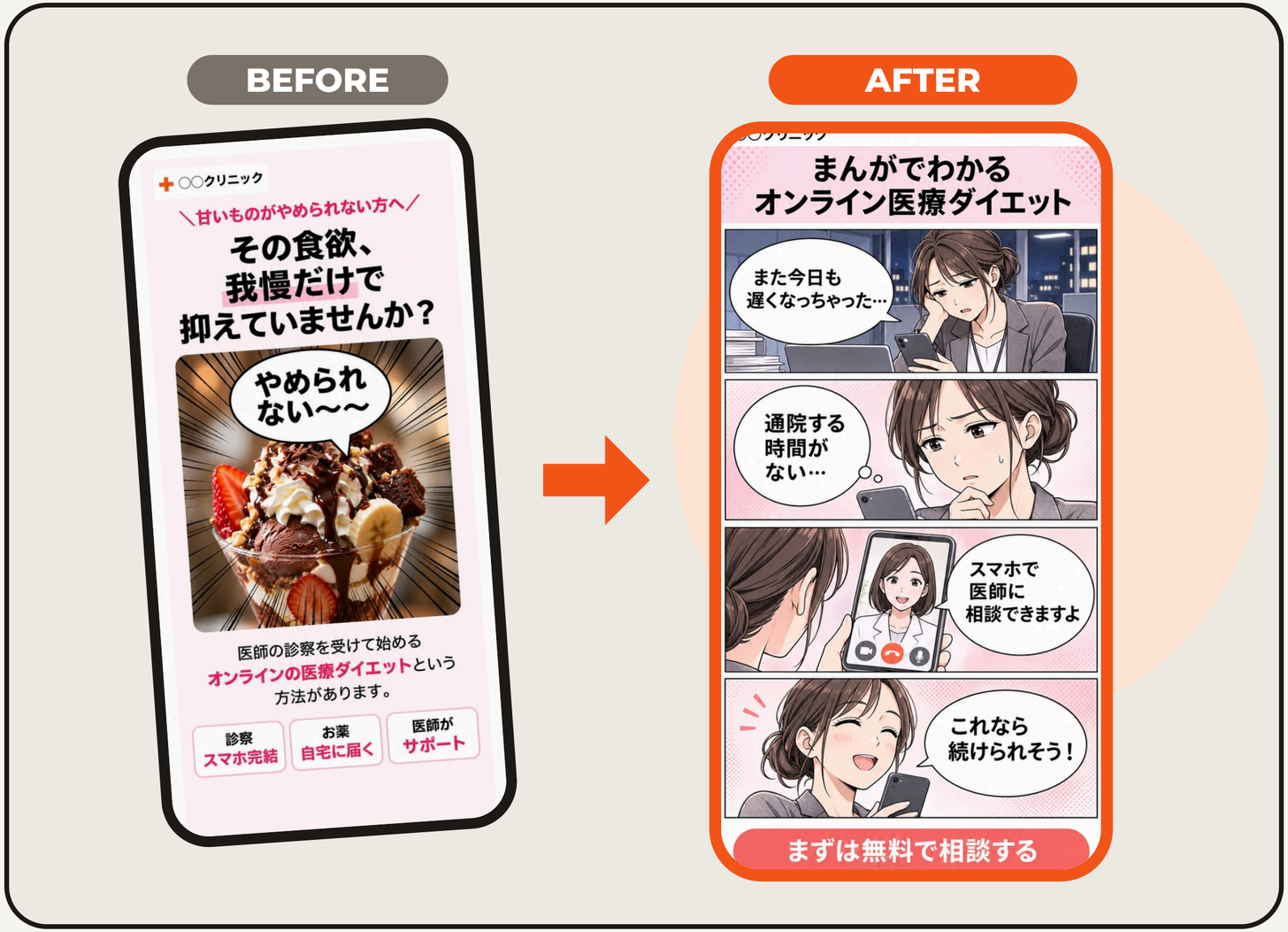
的確かつスピーディーなLP修正

ABテストで反応の良い見せ方が分かったら、その形に合わせてすぐに作り直します。

例：縦長のLP → マンガLPへ

悩みに共感できる流れで、最後まで読んでもらいやすくします。

マンガ　診断　クイズ　スワイプ



LPの制作イメージ（架空のクリニック）

© YOYAKU MANIA

まだ届いていない層へ広げる
ターゲットずらし

今の患者層だけを対象にした制作は、予約マニアではNGとしています。
多くの場合、ほかにもアプローチすべき層がいるためです。

考え方の例：AGAクリニックの場合

◆ ヒアリング時



今の患者さんは、
40代の男性がほとんどです

◆ 制作チームの対応



"まだ早いかも"と迷う20〜30代にも届くのでは？
受診のきっかけから、ほかの層への届け方を洗い出す　○



40代男性に絞って
広告を出しましょう！　✖

※考え方の例です
© YOYAKU MANIA

月1,000万円以上を回し、自社でもLPを回しているから分かる
予約が取れる「つかみどころ」

01 ターゲットずらし

同じ診療でも、年代・性別・悩みの切り口を変えて、まだ届いていない層へ。

02 英語圏・外国語圏へ

日本に住む英語圏・韓国語圏などの方へ、その言語のLPと広告で届けます。

03 LPの型を変える

マンガ・診断・クイズLPなど、型を変えるだけでCPAが大きく動きます。

04 審査を通す言い回し

止まった表現・通った表現の積み重ねから、最初から通りやすい言葉を選びます。

05 冒頭で手を止めさせる

動画の冒頭や画像の一言で、スクロールする手を止める型を持っています。

06 作り替えのタイミング

反応が落ちきる前に、次の広告を出す。数字の落ち方で見極めます。

だから、最初の一手から外しにくい。

© YOYAKU MANIA

診療と届ける人に合わせた、LPの世界観の選定

同じ診療でも、届ける人が違えば「刺さる見た目」は変わります。言葉と見た目をそろえて、記憶に残すLPにします。



01

雑誌風

縦書きの明朝 ×
余白の多い写真

落ち着いた30〜40代へ。
上品さで信頼を伝える

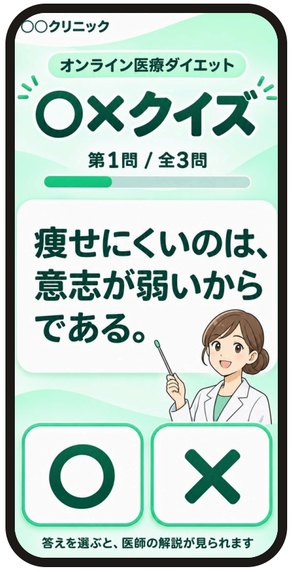


02

マンガ

悩み → 相談 →
安心の流れ

文字を読まない層へ。
共感で最後まで読ませる



03

クイズ

答えるだけの
参加型

まだ迷っている層へ。
楽しく学んで相談へ

☆ 世界観が決まったら、**動画・画像まで同じ見た目でそろえます**

LPの制作イメージ（架空のクリニック）

© YOYAKU MANIA

伸びている広告を集めて、自院の広告に活かす

自社でつくった広告アーカイブで、オンライン診療の広告を集めて分析。伸びている型を、診療に合わせて作り直します。

ad_archive 自社開発

01 集める

広告ライブラリなどから、医療ダイエット・AGAなどの広告を自動で集める

02 見抜く

冒頭・訴求・LPの型ごとに分けて、長く出ている広告を探す

03 作る

伸びている型を、診療と規約に合わせて自院向けに作り直す

CREATIVE 広告クリエイティブの例



医療ダイエット



AGA



ニキビ（マンガ）

静止画・動画・マンガ・LPまで、型を変えて作り続けます

集めて、見抜いて、作る。これを物量で回し続けます

広告クリエイティブは制作イメージ（架空のクリニック）です

配信開始まで、最短2週間



打ち合わせはすべてオンライン。配信を始めてからが本番です。

1週間

準備（同時進行）

- 医院・診療の理解
- 他院の広告の調査
- 審査を通す表現の設計

→

3〜5日

制作

LP・動画・画像を、まとめて作ります。

→

1〜3日

配信・審査

止まったら、その場で直して再審査へ。

→

以降ずっと

毎週の作り替え

反応を見て、物量で更新し続けます。

＼こんな方にもおすすめ／
ご相談ください

- **今の代理店の広告アカウントが止まった。すぐに広告を出したい**
- **審査に何度も落ちて、配信が始められない**
- **広告の反応が頭打ちで、作り直したい**

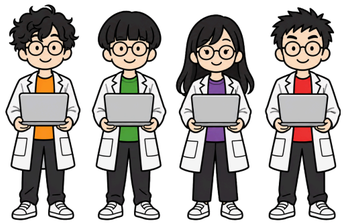
日数は目安です。審査の期間により前後します。アカウントは各媒体の規約に沿って使います

物量で更新し続けて、予約が入り続ける仕組みへ

01

業務量：HARD

最短2週間でLPと広告を配信開始



02

業務量：HARD

配信後は毎週、反応を見て作り替えまくる

マンガ・診断・クイズLPなど型も変えながら物量で作り替え、CPAを下げ続けます。



03

業務量：NORMAL

当たった型はターゲットをずらして横展開

年代・性別・言語（英語圏・韓国語圏など）を変えて、届く層を広げ続けます。



© YOYAKU MANIA

PART

03



— COMPANY PROFILE

会社概要

予約マニアを運営する
SweetLeap株式会社のご紹介です

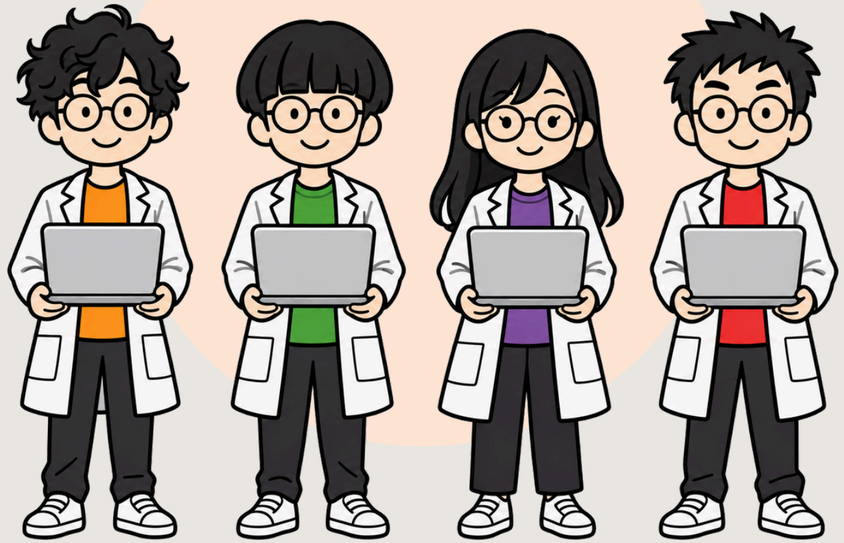
LP制作　動画・画像　広告運用・審査対応

YOYAKU MANIA

— COMPANY PROFILE

会社概要

項目	内容
会社名	SweetLeap株式会社
所在地	大阪府豊中市豊南町東3丁目2-8
代表者名	石谷 太志
設立	2024年12月3日
メール	adokita@socialmediamarketing.jp
お問い合わせ	socialmediamarketing.jp/contact/
営業時間	平日 9:00〜18:00（土日祝 休み）



YOYAKU MANIA

オンライン診療の予約を、とことん増やす