$ 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　◆ 強いアカウントを数多く保有
◆ 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
◆ 記事LP・マンガ・診断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　◆ 支援事例　◆ 料金

03 会社概要 30

◆ 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

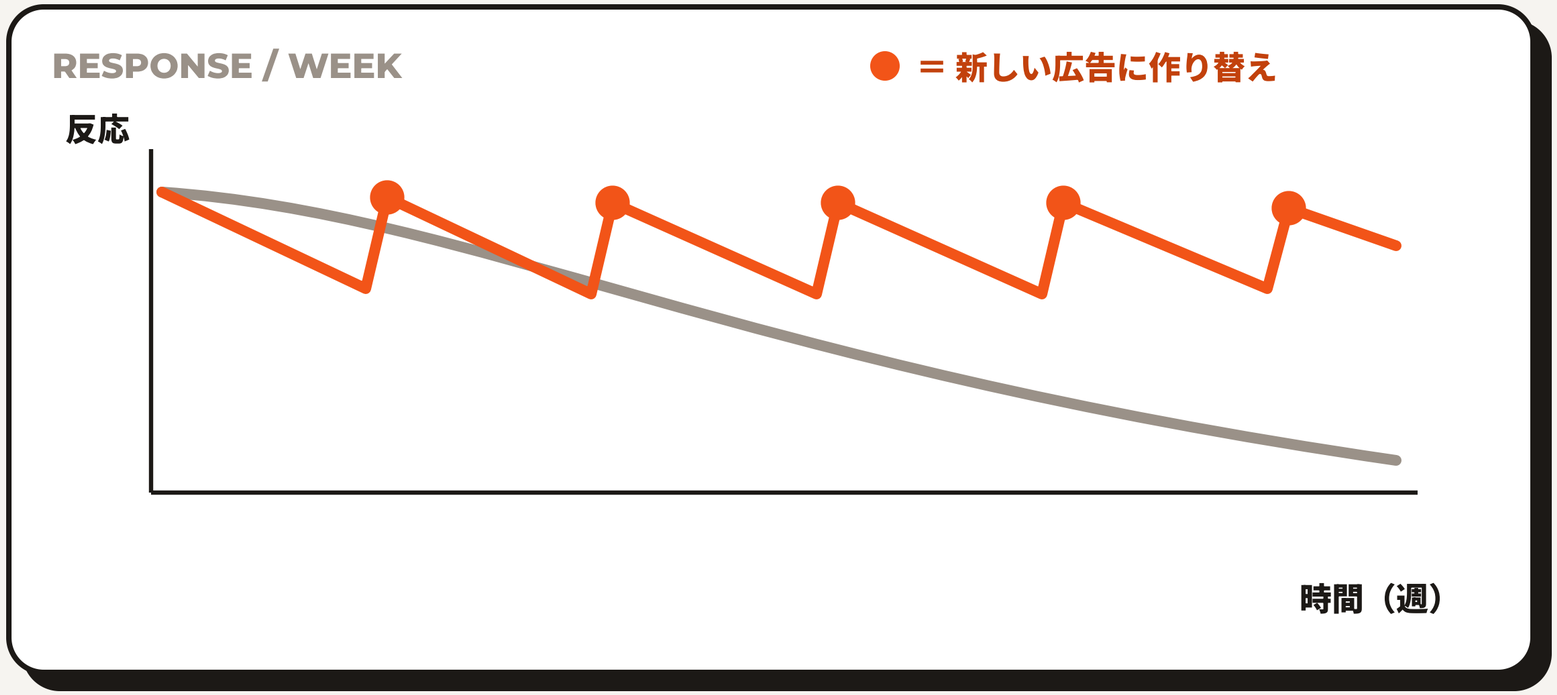


原因は、1本の広告に頼る運用にあります

© 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**

© 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

© 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



© 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

知見で審査を通り抜け、物量で高速PDCA。
CV拡大とCPA安定へ。



01 強いアカウントを、数多く保有
否認が多い商材でも、審査で止まらずに配信できます。

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 強いアカウントを、数多く保有

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

オンライン診療は、否認が多い商材。

代理店に断られることもあります。だから予約マニアは、配信実績のある強いアカウントを数多く用意しています。

→ 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

© YOYAKU MANIA

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、**バナー・縦型動画 作り放題（制作費0円）**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



記事LP ／ 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

© YOYAKU MANIA

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



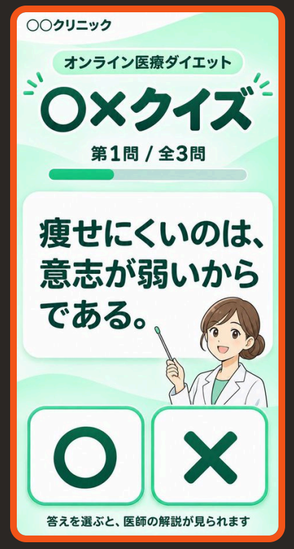
記事LP



マンガ



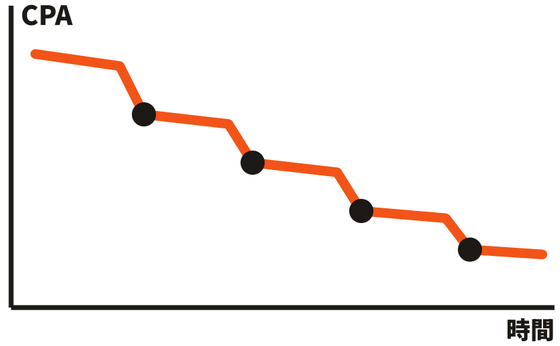
診断



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

© YOYAKU MANIA

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：公式サイト → 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



© 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！　✖

© 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

届ける人に合わせて、LPの見た目を選びます

同じ診療でも、相手によって響く見た目はちがいます。先に「誰に届けるか」を決めてから、LPの形を選びます。



届ける人

落ち着いた30〜40代

↓ この見た目に

雑誌風LP

縦書きの明朝と、余白の多い写真

ねらい：上品さで信頼を伝える



届ける人

長い文章を読まない人

↓ この見た目に

マンガLP

悩み → 相談 → 安心をマンガで見せる

ねらい：共感して最後まで読んでもらう



届ける人

まだ迷っている人

↓ この見た目に

クイズLP

○×に答えるだけの参加型

ねらい：楽しく知って、相談へ進んでもらう

☆ **見た目が決まったら、広告の動画・画像も同じ見た目にそろえます**

© YOYAKU MANIA

伸びている広告を集めて、自院の広告に活かす

自社ツールで、長く伸びている広告を常に集めて分析。勝ちクリエイティブを見極め、訴求力の高いものだけを出します。

ad_analyzer 自社開発

01 集める

長く伸びている広告を、自社ツールで常に集める

02 分析する

なぜ伸びているのかを分析し、勝ちクリエイティブを判断する

03 厳選して出す

訴求力の高いものだけを、診療と規約に合わせて作って出す

CREATIVE 広告クリエイティブの例



医療ダイエット



AGA



ニキビ

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、分析して、厳選して出す。これを物量で回し続けます

© YOYAKU MANIA

配信開始まで、最短3日



配信を始めてからが本番です。

1日目

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

2日目

制作

LP・動画・画像を、まとめて作ります。

3日目

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

毎日見て作り替え

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

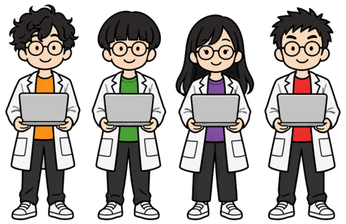
日数は目安です。審査の期間により前後します。アカウントは各媒体の規約に沿って使います

物量 × 高速PDCAで、CV拡大とCPA安定へ

01

業務量：HARD

最短3日でLPと広告を配信開始



02

業務量：HARD

配信後は毎日数字を見て、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

価格・効果の訴求から、先生の想いが伝わる広告へ



医療法人春陽会 サクラクリニック様

オンライン医療ダイエット（自由診療）

BEFORE

効果と価格を前に出したLPと画像広告では、
期待した広告成果が出なかった

AFTER

野田先生の想い・活動・人柄が伝わるLPと、
先生ご本人が話す縦型動画に作り直した

広告成果	LP	広告素材
大幅改善	再設計	動画化

やったこと 同行と対話を重ね、先生の著書・ラジオでの発信・人柄を、LPと動画に反映

※医療機関の事例のため、具体的な成果数値は非公開です

LPの型と届ける人を増やして、CPAを改善

オンライン診療クリニック様
医療ダイエット（自由診療）・広告運用とLP制作

BEFORE
1つのLP・1つの訴求だけで配信していて、CPAが下がらない

AFTER
LPの型を増やし、訴求をずらして配信。反応のよいLPに予算を寄せた

CPA	LP	訴求
改善	多角化	ずらして検証

やったこと



01 LPを3案に分けて同時テスト
料金の見せ方を変えた3案を、同じ割合で出して比べる



02 4問に答える診断型LP
悩みを選んでいくだけで、相談の入り口まで進める形を追加



女性向け　男性向け

03 男性向けLPで、届ける人をずらす
写真を男性に替えたLPと比べるテスト。男性向けのほうがLINEボタンを押す割合が高い傾向（検証中）



04 外国語のLPと広告素材
日本に住む韓国語圏の方へ、韓国語のLPと広告を用意



05 素材を物量で用意
先方の確認を通った動画・静止画だけで40本。反応を見て入れ替える



06 予約の記録を広告に返す
予約システムの記録を広告媒体へ連携し、予約につながる人へ配信を寄せる

※医療機関の事例のため、医院名と具体的な数値は非公開です。画像は架空のクリニックのイメージです

料金は、2つの形から選べます



A　運用代行

手数料は、広告費の20%

例：広告費が月50万円なら、手数料は月10万円

広告費	初期費用	契約期間
月50万円〜	0円	1か月〜

広告費は、媒体（Google・Yahoo!など）へ直接お支払い

B　成果報酬型

お支払いは、予約が入った分だけ

- ✓ 広告費は、予約マニアが負担します
- ✓ 初期費用・月額費用は0円
- ✓ 予約の件数 × 予約1件の単価でお支払い

数える予約（カウンセリング予約・初診予約など）と単価は、始める前に一緒に決めます。件数は医院の記録と照らし合わせます。

どちらも　バナー・縦型動画の制作費は 0円。何本作っても追加料金なし

※税別。LP制作と撮影ありの動画はお見積り。成果報酬型は診療内容によりお受けできない場合があります

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

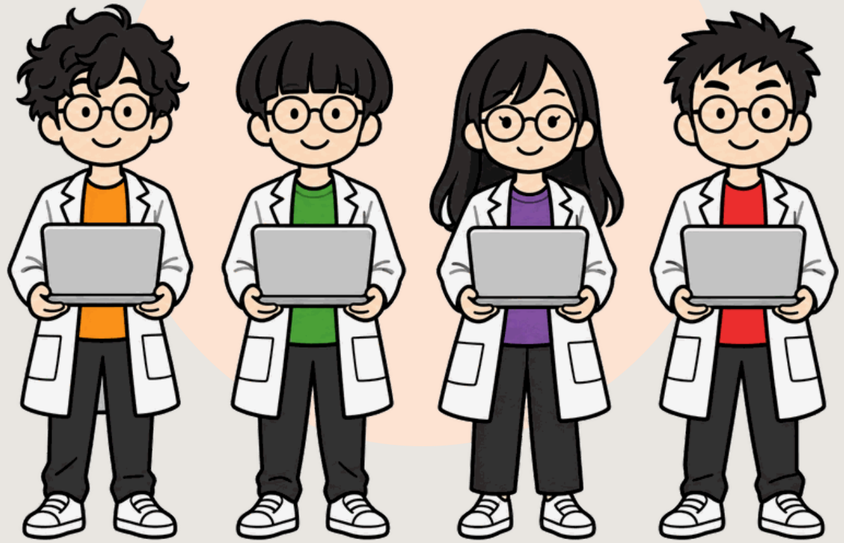
LP制作　動画・画像　広告運用・審査対応

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