

《医療脱毛》
おすすめWeb広告プラン

《医療脱毛》 おすすめWeb広告プラン

1	相性の良い広告メニュー一覧	... P3
2	各広告メニューの特徴	... P4
3	月予算100万円の配信シミュレーション	... P10
4	月予算500万円の配信シミュレーション	... P11
5	月予算1,000万円の配信シミュレーション	... P12
6	会社概要	... P13

医療脱毛と相性の良い広告メニュー（カウンセリング予約目的）

検索広告（指名）

Google／Yahoo!



検索広告（一般）

Google／Yahoo!



ディスプレイ広告 （リマケ）

Google／Yahoo!



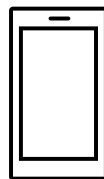
ディスプレイ広告 （ブロード）

Google／Yahoo!



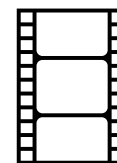
SNS広告 （ブロード）

Instagram/LINE



動画広告 （ブロード）

YouTube



検索広告（指名）

Google／Yahoo!

自社ブランド名などの固有名詞が
検索された際に検索結果に表示される
テキスト形式の広告。
コンバージョン獲得に最適。
クリック単価：数十円～100円前後



1 メリット

既に自社の存在を知っているユーザーに配信できる

自社の存在を知っておりそれを検索しているユーザーは、脱毛を検討している可能性が高い。
そのようなユーザーに広告を表示するためクリックやコンバージョンが非常に獲得しやすい。
クリック単価・コンバージョン単価を抑えることができるため、獲得目的なら実施すべき広告メニュー。

2 デメリット

広告の表示機会が限られる

ブランド名があまり認知されていない場合、広告が表示される回数が少なくなる可能性がある。
またターゲットがブランド名を知っているユーザーに限定されるため、新規ユーザーの開拓には不向き。

検索広告（一般）

Google／Yahoo!

”医療脱毛”など一般的なキーワードが検索された際に検索結果に表示されるテキスト形式の広告。

コンバージョン獲得に向いているが競合の影響を受けやすい。

クリック単価：数百円～500円前後



1 メリット

ニーズが明確なユーザーに配信できる

「医療脱毛 カウンセリング」と検索したユーザーは、脱毛サービスを受けようとしている可能性が高い。このように、明確なニーズがあり能動的に情報を得ようとしているユーザーに広告を配信することができ、そのためクリックやコンバージョンが獲得しやすい。

2 デメリット

クリック単価が高くなる可能性がある

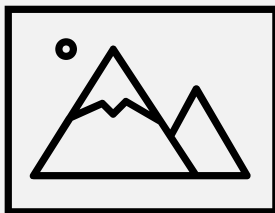
同じキーワードを競合他社も設定している場合、クリック単価が高くなる可能性がある。また競合他社が多い場合は広告が検索結果の上部に表示できるとは限らない。

ディスプレイ広告 (リマケ)

Google／Yahoo!

ウェブサイトの広告枠に表示される
画像形式の広告。リマケでは過去に
自社のWebサイトや予約フォーム等に
訪れたユーザーに配信できるため、
予約の取りこぼしを防げる。

クリック単価：数十円～100円前後



1 メリット

予約の取りこぼしを防げる

過去にサイトや予約フォームに訪れたもののカウンセリング予約に至らなかったユーザーに再度検討を促すことができるため、予約の取りこぼしを防げる。

2 デメリット

広告の表示機会が限られる

サイト訪問者の数が少ないと、広告が表示される回数が少なくなる可能性がある。

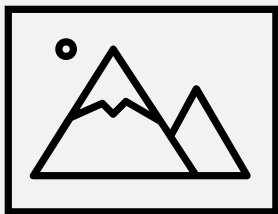
ディスプレイ広告 (ブロード)

Google／Yahoo!

ウェブサイトの広告枠に表示される画像形式の広告。

ブロードでは幅広いユーザーに配信できるため認知拡大に適しており、クリック単価が安い。

クリック単価：数円～50円前後



1 メリット

新規顧客の開拓や認知拡大に適している

過去のサイト訪問に関係なく幅広いユーザーにアプローチすることができるため、新規顧客の開拓や認知の拡大が期待できる。年齢や性別、興味関心は絞り込み可能。

また、配信対象が多い分クリック単価が安価になる。

2 デメリット

コンバージョン率が低い

広告が表示されたユーザーがサービスに興味を持っているとは限らない。

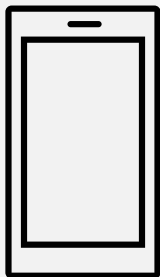
そのため、検索広告やリマケと比較してコンバージョン率が低くコンバージョン単価が高くなる。

SNS広告 (ブロード)

Instagram

Instagramアプリ内に表示される、画像形式の広告。Instagramは**20代・30代**のユーザーが多く、医療脱毛に興味を持つ可能性が高いユーザーにリーチしやすい。

クリック単価：100円～300円前後



1 メリット

画像での訴求に適している

Instagramは写真の投稿が主なSNSで、画像そのものに関心を持ってもらいやすい媒体。

クリニックの写真を用いた広告画像で訴求することで施術のイメージが湧きやすくなる。

また**20代・30代**のユーザーが多く、**医療脱毛**に興味を持つ可能性が高いユーザーにリーチしやすい。

2 デメリット

コンバージョン率が低い

広告が表示されたユーザーがサービスに関心を持っているとは限らない。

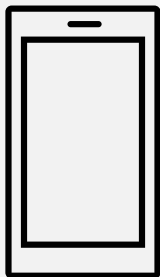
そのため、検索広告やリマケと比較して**コンバージョン率が低くコンバージョン単価が高くなる**。

SNS広告 (ブロード)

LINE

LINEアプリ内に表示される、画像形式または動画形式の広告。あらゆる世代が日常的に利用しているSNSであるため広告を目にする機会が多く、日常生活と広告が結びつきやすい。

クリック単価：20円～100円前後



1 メリット

あらゆる世代に広くリーチできる

LINEは主に身近な人との連絡手段として用いられているアプリで、月間利用者数が**9,600万人**（2023年9月時点）と利用者が非常に多いSNS。他のSNSは使っていない人もLINEは使っているという人も多くいるため、**他のSNSではアプローチできないユーザー層まで広くリーチできる**ことが、LINE広告の特徴であり大きなメリット。

2 デメリット

他のSNSに比べ拡散性がない

LINEは他のSNSとは異なり、投稿を多くのユーザーにシェアしてリアクションを獲得する機能がメインではない。そのため**広告のコンテンツがユーザー間でシェアされたり拡散されたりといった効果は期待できない**。一部の配信面”LINE VOOM”には投稿をシェアする機能があるものの、現時点では広告主側で配信面を決めることはできないためLINE VOOMに広告を配信できるとは限らない。

動画広告 (ブロード)

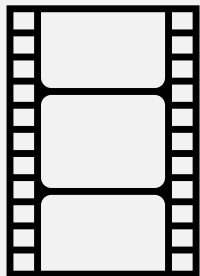
YouTube

YouTubeのコンテンツ再生前後や再生途中に表示される動画形式の広告。

画像よりもクリニックの様子が伝わりやすく、安心感を与えることができる。

広告費用の他に**動画作成費用**が必要。

クリック単価：100円～300円前後



1 メリット

画像よりも多くの情報を伝えられる

画像よりも動画の方が臨場感があり、クリニックイメージが湧きやすい。そのため医療脱毛に不安を感じている人に安心感を持ってもらえる可能性がある。

また、ディスプレイ広告同様幅広いユーザーにアプローチすることができるため、新規顧客の開拓や認知の拡大が期待できる。年齢や性別、興味関心は絞り込み可能。

2 デメリット

コンバージョン率が低い

広告が表示されたユーザーがサービスに興味を持っているとは限らない。

そのため、検索広告やリマケと比較してコンバージョン率が低くコンバージョン単価が高くなる。

月予算100万円の配信シミュレーション

Point 獲得に特化した媒体で配信する

媒体	表示回数	クリック数	クリック率	クリック単価	コスト	CV	CV率	CPA
G検索（指名）	19,455	5,000	25.70%	¥80	¥400,000	234	4.68%	¥1,709
Y検索（指名）	28,429	5,714	20.10%	¥70	¥400,000	227	3.97%	¥1,763
GDN（リマケ）	277,778	2,222	0.80%	¥45	¥100,000	12	0.53%	¥8,491
YDA（リマケ）	1,041,667	2,083	0.20%	¥48	¥100,000	11	0.52%	¥9,231
合計	1,367,329	15,020	1.10%	¥67	¥1,000,000	483	3.22%	¥2,068

※上記のシミュレーションはプラン提案の1例であり、成果を保証するものではありません。
※広告成果は、指名キーワードの検索ボリュームによって、大きく異なります。

月予算500万円の配信シミュレーション

Point 検索広告（一般）・LINE広告・YouTube広告を追加。最も獲得が見込める検索広告に予算を寄せつつ、全体の予算使用額を増やす

媒体	表示回数	クリック数	クリック率	クリック単価	コスト	CV	CV率	CPA
G検索（指名）	41,103	9,783	23.80%	¥92	¥900,000	412	4.21%	¥2,185
Y検索（指名）	58,290	11,250	19.30%	¥80	¥900,000	389	3.46%	¥2,312
GDN（リマケ）	1,121,795	6,731	0.60%	¥52	¥350,000	33	0.49%	¥10,612
YDA（リマケ）	6,481,481	6,481	0.10%	¥54	¥350,000	30	0.47%	¥11,489
LINE（リマケ）	2,923,977	5,263	0.18%	¥57	¥300,000	25	0.47%	¥12,128
G検索（一般）	39,336	2,250	5.72%	¥400	¥900,000	64	2.84%	¥14,085
Y検索（一般）	44,526	2,195	4.93%	¥410	¥900,000	52	2.38%	¥17,227
YouTube（ブロード）	1,212,121	1,333	0.11%	¥300	¥400,000	1	0.05%	¥600,000
合計	11,922,629	45,286	0.38%	¥110	5,000,000	1,006	2.22%	¥4,970

※上記のシミュレーションはプラン提案の1例であり、成果を保証するものではありません。
※広告成果は、指名キーワードの検索ボリュームによって、大きく異なります。

月予算1,000万円の配信シミュレーション

Point ディスプレイ広告（ブロード）やInstagram広告にも配信することで認知拡大も目指す

媒体	表示回数	クリック数	クリック率	クリック単価	コスト	CV	CV率	CPA
G検索（指名）	51,551	11,702	22.70%	¥94	¥1,100,000	466	3.98%	¥2,362
Y検索（指名）	69,139	12,791	18.50%	¥86	¥1,100,000	394	3.08%	¥2,792
GDN（リマケ）	3,103,448	15,517	0.50%	¥58	¥900,000	70	0.45%	¥12,889
YDA（リマケ）	16,949,153	15,254	0.09%	¥59	¥900,000	61	0.40%	¥14,750
LINE（リマケ）	3,988,036	6,780	0.17%	¥59	¥400,000	27	0.40%	¥14,750
G検索（一般）	44,381	2,326	5.24%	¥430	¥1,000,000	55	2.36%	¥18,220
Y検索（一般）	59,102	2,222	3.76%	¥450	¥1,000,000	44	1.97%	¥22,843
GDN（ブロード）	3,023,432	12,698	0.42%	¥63	¥800,000	4	0.03%	¥210,000
YDA（ブロード）	16,563,147	11,594	0.07%	¥69	¥800,000	3	0.03%	¥230,000
LINE（ブロード）	7,211,538	9,375	0.13%	¥64	¥600,000	1	0.01%	¥640,000
Instagram（ブロード）	5,833,333	7,000	0.12%	¥100	¥700,000	3	0.04%	¥250,000
YouTube（ブロード）	2,430,556	2,188	0.09%	¥320	¥700,000	1	0.04%	¥800,000
合計	59,326,816	109,447	0.18%	¥91	10,000,000	1,128	1.03%	¥8,863

※上記のシミュレーションはプラン提案の1例であり、成果を保証するものではありません。
※広告成果は、指名キーワードの検索ボリュームによって、大きく異なります。



会社概要

弊社はリスティング広告やSNS広告などWeb広告の運用コンサルティング業務と、LP・コーポレートサイトなどのWebサイト制作サービスを提供する。

社名 プライムナンバーズ株式会社
PRIME NUMBERS

所在地 〒163-1107
東京都新宿区西新宿6丁目22-1 新宿スクエアタワー7階

電話番号 03-6276-0568

資本金 5,000,000円

代表者 小林 大輔

設立 2012年10月3日

無料相談はこちら

<https://primenumbers.co.jp/>

広告運用サービスのご案内資料はこちら

<https://primenumbers.co.jp/download/primenumbers-service/>

Web制作サービスのご案内資料はこちら

<https://primenumbers.co.jp/download/web-pro-service/>