

ワイス製薬株式会社 御中

KADASONの売上アップのご提案

2026年2月



 WCA INC.

Copyright © W C A INC. All Rights Reserved.

- 与件整理
- 現状の課題
- ターゲット戦略について
- LPの戦略的リニューアル
- それぞれのLP構成案と広告戦略
- 売上シミュレーション
- お見積り

与件整理

目的・目標

LPを効果的にリニューアルし、売上アップを狙う
LPに連動させるクリエイティブで広告効果を最大化

要望

KADASONのLPをリニューアル案を提案
Meta広告のクリエイティブ案を提案
EC Force上でのタグ埋め込みなどの作業を代行

ご予算・納期

LP : 20~30万円／1本
バナー : 1.5~2万円／1枚 (サイズ別込)

その他

現制作会社のリソース不足
ターゲットはあくまで脂漏性頭皮で悩んでいる方

現状の課題

機能や特徴を押し出した訴求がメイン

脂漏性頭皮の症状の説明 → ふけやかゆみが出てしまう

シャンプーの成分や効能の説明 → 制菌、オイルフリー、天然成分



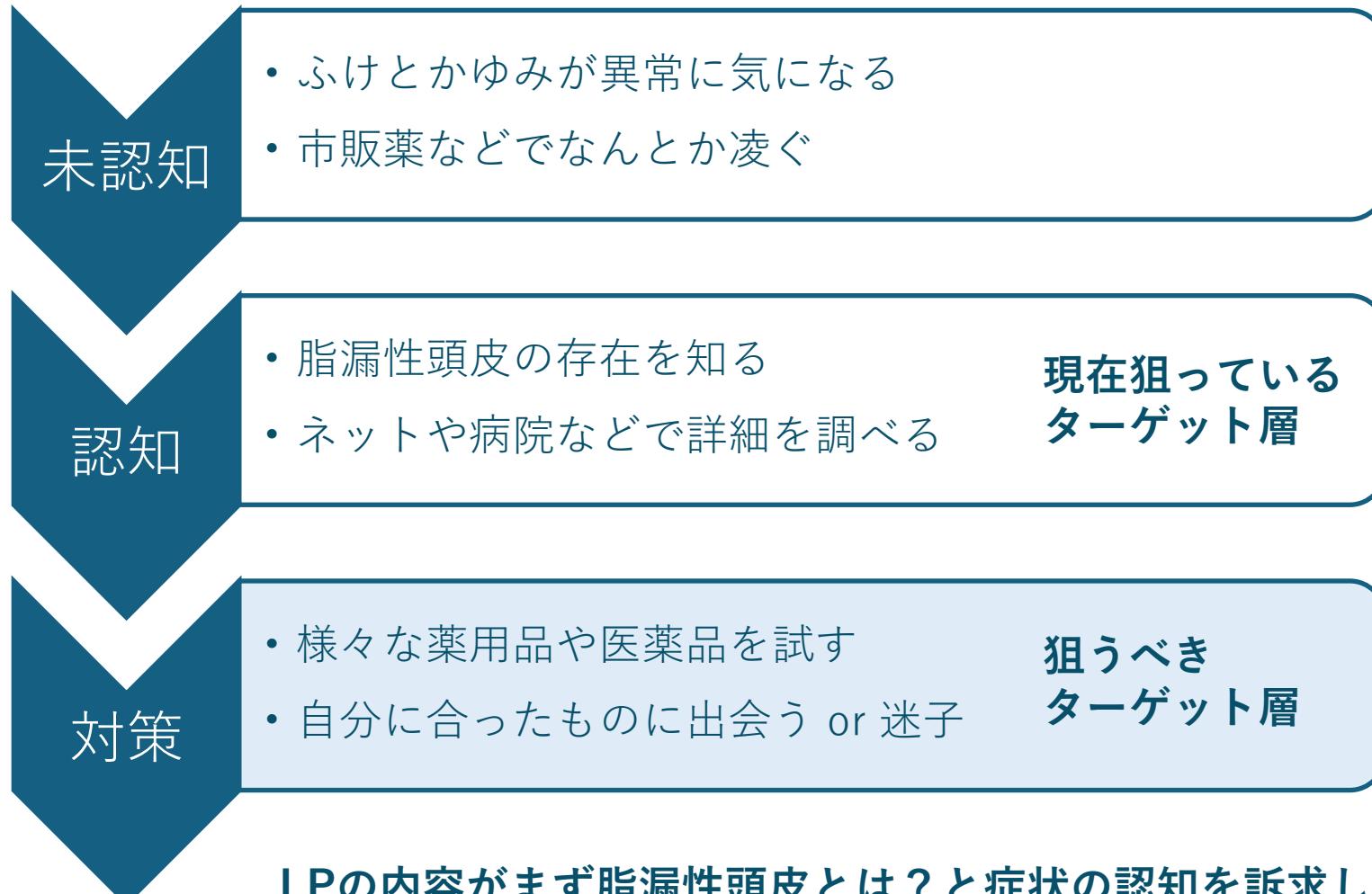
ターゲットを明確にした上で、インサイトを狙った便益を訴求

■ インサイト

ふけ・かゆみも悩みだがそれによって起きる不便さを訴求して
ユーザーに自分事化をさせる。

■ 便益を訴求

シャンプーの効果効能ももちろん訴求しつつ、このシャンプーを使う事で
どうなれるか、をイメージさせるLPへ。



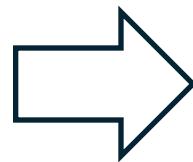
LPの内容がまず脂漏性頭皮とは？と症状の認知を訴求しているので競合大手の狙いとバッティングしています。

ターゲット戦略について

貴社が狙うべきターゲットとポジション

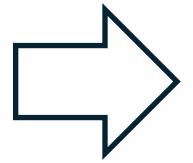


現状のLP
商品の特徴
...
脂漏性頭皮とは?
...
脂漏性頭皮を知ってもらう訴求

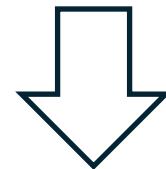


自分はそれだったのかもしれない
病院へ行って診てもらおう
病院からコラージュフルフル紹介される

新LP
悩みのインサイト訴求
...
何を試してもダメだった
...
KADASONが解決
脂漏性頭皮に悩んでいる方のゴール
という訴求



紹介されたコラージュフルフルも合わなかった
いくつか他のも試してみたけれどいまいち...
何か自分に合うものはないかな...



【このフェーズのユーザーにあてにいきましょう】

| 新しく狙うターゲット

すでに脂漏性頭皮については認知しており、ある程度知っている方
コラージュフルフル等を使ったが合わなかった方
これから対策を考える、のフェーズの方は大手とから合ってしまうので、
戦略的にターゲットから外します。

※対象外マーケットはコラージュフルフルさんがお金を使って広げてくれます。

| 貴社が取るべきポジション

- 結局、KADASON -

レビューを見ても「他を使っていたが合わなくて、、」や
「もうこれなしで無理」のような口コミを多くいただいているので、
すでに他を使っているけど、合わなかった方へ訴求しにいきましょう。

LPの戦略的リニューアル

メインターゲット

30代～50代で、脂漏性頭皮に悩んでいる方（すでに病院等で受診済）。

かつ、接客業や人前に出る機会が多い仕事やライフスタイルの中により、色々な商品を試してきたが、どうにも改善しない方。

ターゲットの真のインサイトを訴求する

- ・ふけで悩んでいる方

ふけが気になって**接客時や人前で話すときに集中ができない**
相手に不快感を与えていないか神経質になってしまい

- ・かゆみで悩んでいるかた

かゆくて、夜なかなか寝れず次の日の仕事に響いてしまう

LPを課題に合わせて2枚制作し、 広告とLPを完全一致させ、ABテストをしましょう。

理由：

前頁で記載の通り、検索キーワードでは「ふけかゆみ」とワードがセットになっていますが、ふけとかゆみでそれぞれ悩みの内容は違うと思います。

■2枚のLPの訴求軸

LP①

- ・脂漏性頭皮で夜寝れないあなたへ

LP②

- ・脂漏性頭皮によるふけが気になって人前に出るを躊躇する軸

Notion社のCVRが160%UP

社内wiki、タスク管理、ドキュメント管理と
なんでもできるせいで訴求が薄まっていた。



■各訴求毎にLPを制作、広告もそのLP専用にし、パーソナライズ化
社内での共有でランディングした人には社内wikiのLPを、
タスク管理ツールを探しに来た人にはタスク管理押しのLPを、
と完全なパーソナライズ化で広告費を一切あげずに売上をアップ。

この手法を全LPに適用。

それぞれのLP構成案と 広告戦略

項目番号	項目	役割	この場所である理由
1	FV	悩みと解決策の全体像を一瞬で提示し、CTAで次行動へつなぐ	入口で「夜かゆくて眠れない」悩みを即一致させ、続きを読む理由を作る
2	共感	体験を言語化して自分事化し、離脱を抑える	FVで刺した直後に“わかる”を作ると読み進めやすい
3	原因	なぜ起きるかを整理して納得感を作る	共感の後に原因を置くと、解決策が売り込みに見えにくい
4	解決策	解決の方針を示し、商品説明への橋渡しをする	原因→解決策の順が自然で、次の「商品情報」に繋がる
5	商品情報	特徴・成分・使い方を具体化して判断材料を揃える	解決策の直後に具体を出すと納得が途切れにくい（スペック要確認）
6	レビュー	第三者の体験で信頼を補強し、不安を下げる、必ず一つは他利用からの高満足度レビュー	商品理解の後に置くと「本当？」の疑いを潰しやすい（生活改善中心）
7	FAQ	購入直前の疑問を回収して離脱要因を潰す	最後に不安を回収して、購入の障害を取り除く（要事実確認）



■広告クリエイティブイメージ

見出し文：かゆみで起きる夜、何回目？

※方向性のイメージです



本文：会議・商談・接客。

寝不足はパフォーマンスに直結する。

合うものが見つからなかった頭皮に、最後の一本を。

LP② 人前に出るのが・・・軸 構成案



項目番号	項目	役割	この場所である理由
1	FV	悩みと解決策の全体像を提示し、セット主CTAへ誘導する	「黒い服を、もう一度。」で対人不安の入口を即一致させる
2	共感	対人ストレスの具体で自分事化し、離脱を抑える	FV直後に“あるある”を置くと離脱が減る
3	原因	フケの背景を整理し、解決策への納得を作る	共感の次に原因を置くと、解決策が自然に入る（ここは丁寧に）
4	解決策	解決の方針を提示し、商品理解へつなぐ	原因→解決策で「なぜそれが必要か」を作り出す
5	商品情報	成分・使い方・特徴を具体化して判断材料を揃える	購入判断の材料を先に揃える（スペック要確認）
6	レビュー	生活改善+使用感で信頼と安心を作る	対人不安は体験談が効く。生活改善をメイン、使用感をサブに置く、他利用経験レビュー
7	比較	迷いを整理し、選ぶ理由を明確化する	レビュー後に置くと「他でも良い？」を潰しやすい（競合名は控えめ）
8	FAQ	使用感や適合不安を回収して離脱を防ぐ	使用感不安が強いので最後に回収して購入障壁を落とす（要事実確認）



■広告クリエイティブイメージ

見出し分：会議中、話より肩が気になる。。



本文：会議・商談・接客。

清潔感の不安は集中力を削る。

色々試してきたなら、まず刺激を見直す選び方へ。

※方向性のイメージです





■広告クリエイティブイメージ

見出し分：会議中、話より肩が気になる。。



本文：会議・商談・接客。

清潔感の不安は集中力を削る。

色々試してきたなら、まず刺激を見直す選び方へ。

※方向性のイメージです



売上シミュレーション

	月間広告予算	クリック率	クリック数	獲得率	獲得件数	獲得単価	月間獲得増加数
現状	1,000,000	1.20%	12,000	1.58%	190	¥4,000	-
改善後	1,000,000	1.40%	14,000	2.53%	354	¥2,823	354

※単月での数値となりますが、ここから一定数リピートにもつながるかと思いますので、
LTVでみていただけるとより実数値に近いかと思います。

ターゲットの再設計とベネフィットを訴求した広告とLPで広告のクリック率とLPのCVRを改善し、
広告費はそのままで売上アップにつながる算出をしております。
商材にもありますが、単価が～5,000円の商材は平均してCVRが1%～5%に間ほどを推移しますので、
設計をしっかりやれば伸びる余地はあると考えております。

お見積り

お見積り



<対象URL><https://ysmd-online.jp/lp?u=karank>
<支払いサイト>前金後着手

※表示金額は税抜です

項目	数量	単位	単価	金額	備考
【制作】					
進行管理・ディレクション	1	式		備考に記載	制作費合計額の20%
LP制作	1	ページ	300,000	300,000	
広告バナー制作	1	枚	20,000	20,000	

※素材は貴社よりご提供いただきます。

※LP制作費用内にデザイン・コーディングが含まれます。

※広告バナー制作の中にはリサイズ作業も含まれます。

※納品物は二次利用頂いて構いません。※有料素材サイトから利用したデザインを除く。

オプション

項目	数量	単位	単価	金額	備考
【運用・保守】					
ECコンサルティング	1	式	200,000	200,000	・月次MTG ・課題抽出 ・施策ご手案 ・EC Force保守と同内容を含む
EC Force保守	1	式	50,000～		軽微なエラー対応、タグ設置など。 内容次第で別途お見積りさせていただきます。
広告運用代行	1	式	備考に記載		手数料：ご予算の20%

※ECコンサルティングの月例MTGはオンライン・30分～1時間を想定しております。

※広告運用代行の手数料は実際に消化した金額（管理画面より算出）からご請求致します。

※新規ご制作費用は上記制作の金額となります。

最後に

この度はご提案の機会を頂きまして、誠にありがとうございました。

貴社売上げ拡大に向け尽力させて頂きますので是非ご検討頂けますと幸いです。

今後ともどうぞよろしくお願ひ致します。

株式会社WCA

〒105-0001 東京都港区虎ノ門一丁目14番1号 郵政福祉琴平ビル4階

TEL : 03-6161-3100 (代表) FAX : 03-6555-2534 <https://www.wca.co.jp/>

設立年月日 2005年1月17日

代表取締役 青嶋剛史

資本金 3,000万円(2021年3月31日時点)

主たる業務 WEBマーケティングを中心としたコンサルティング・運用業務

