



変身処 舞香

京都の花街、宮川町で舞妓体験のサービスを提供している。

本施策の成果

約 **3** 倍

1年間でコンバージョン数が3倍に増加。広告費の大幅な削減を実現

本施策で活用したソリューション

検索連動型広告

検索エンジンで、ユーザーが検索した語句に対応した広告が検索結果画面に表示される機能。ユーザーが興味・関心を持って検索したタイミングで効果的にアプローチできる。

Google 広告活用事例

変身処 舞香様

観光客の検索利用動向に合わせて検索連動型広告を最適化。広告費を抑えながらわずか1年でコンバージョン数が3倍に

舞香は、京都へ訪れる観光客に向け、舞妓の衣装を着て写真撮影や花街を散策できる舞妓体験を提供しています。同社は検索連動型広告を活用し、新規顧客の獲得を実現しています。



課題・背景

競合店舗の台頭により、雑誌広告だけでは集客が難しくなっていた

創業から30年近い歴史を持つ舞妓体験のパイオニア、舞香。サービス開始当初は雑誌広告で十分な集客ができていました。しかしその後、競合店舗が増えてきたことにより、年間で数千万円の広告費をかけても雑誌広告で集客することが難しくなってきました。また自然検索結果でも競合店舗の方が上位表示されるようになり、新規顧客の獲得と広告費の削減が急務となりました。

解決策

検索連動型広告を活用。時間帯単価とデバイスの最適化でターゲットにリーチ

検索連動型広告を導入。Google のサポートを受けながら運用を開始。その後、利用者のデータを分析してみると、メインの顧客層である地方や海外からの観光客の多くが、京都の観光後の夜に、スマートフォンを使って翌日の予定を検索しているケースが多いことに気が付きました。

この結果を基に、モバイルで検索するユーザーをターゲットに広告を作成。また時間帯によって単価を変え、一番利用者が多い夜に予算を集中しました。

結果

検索連動型広告を開始して1年でコンバージョン数3倍を達成

検索連動型広告を開始して、わずか1年でコンバージョン数が3倍に増えました。モバイルユーザー向けに、時間帯別に単価を最適化したことで、広告費の削減を実現。雑誌広告だけをやっていた頃と比べ、新規顧客獲得のための予算を数千万円から大幅に軽減することに成功しています。また今ではコンバージョンの90%がモバイル経由のユーザーとなりました。



成功のポイントと今後の展開

検索連動型広告を通した出会いを大切に、お客様に京都をより好きになってもらいたい

「検索連動型広告はいろいろと試してみたことが、成果としてきちんと返ってくるところが良いところだと思います。モバイル広告の活用や時間帯での単価最適化によって、新規顧客の集客が効率良くできるようになりました。それがお店にも反映され、以前に増してお店のスタッフが生き生きと働くようになりました。」

「今後も 1 人でも多くの方に『京都に来て良かった』と言って頂けるように、出会いを大切に楽しくやっていきたいと考えています。また最近リニューアルした英語サイトを活用し、英語でも広告を配信して、海外からのお客様にも積極的にアピールしていきたいです。」(代表 西尾 かおる様)