

## 事例紹介

# 株式会社さくらドライビングスクール

代表取締役 大谷 真莉香

大谷社長は、自身が届出教習所で運転免許証を取得した経験から「女性目線の教習所」をモットーに、きめ細かな進捗フォローと信頼関係の構築を目指し2019年に起業。同社の指導方針が共感を得て事業を拡大させる中、積極的にWeb集客へ取り組んできた。ただし、「Web広告の効果検証と広告費の改善が大きな課題になっていました」と語る。

## 広告効果の「可視化」で投資判断を最適化 LP・LINE・YouTube再設計で集客導線を堅固に

株式会社さくらドライビングスクールは、運転免許証の「一発試験」合格をサポートする届出自動車教習所を運営。Web広告費の急騰を受け、ハンズオン支援（アドバイザーが専属で継続的に支援）にて、広告の投資対効果（ROI）の可視化から着手。商品別の広告出稿・LP（ランディングページ）制作のほか、LINEでの顧客関係強化、YouTube整備等の施策を積み上げ、広告運用の最適化と集客力強化を実現した。

### 本事業に申し込んだ背景

#### 届出教習所、Web広告費高騰の打開策を求めて

当校は2019年に開業、新規免許取得を主軸に、ペーパードライバー講習、失効再取得、外国免許切替など、ご希望に合った講習プランが選択可能です。学科教習を自主学习とすることでタイパ・コスパを実現し、忙しい社会人やアルバイトで費用を貯める学生を中心に選ばれています。集客はWeb経由が主で広告も運用していますが、昨今、競合参入によりクリック単価が急騰。広告費が事業運営を圧迫する一方、打ち手を見いだせずにいました。そこで、広告を含むデジタル施策全体をご相談したいと考え、公社支援に応募しました。

### アドバイザーによるハンズオン支援の内容

#### 広告の投資対効果を掴み、方策を定める

アドバイザー伴走は、Web広告の徹底的な棚卸しからスタートしました。広告費は本当に高すぎるのか、どの講習が成果に直結しているのか、広告管理画面と売上データを突き合わせ、投資対効果を把握していきました。するとペーパードライバー講習のニーズと効果が高いことが判明。そこで目標を「ペーパードライバー講習・新規取得の受注数増加」に定め、広告最適化とLP改善を軸に、LINE・YouTube・Webコンテンツなど集客チャネルをボトムアップさせるロードマップを策定しました。

#### 講習別の出稿・LPによる「真」の広告効果の可視化

従来は、一つのLPに全講習の情報を詰め込んでいたため、

ユーザーはLPから商品ページへ移動して該当するプランを探する必要があり、離脱が起きやすい構造でした。さらに、広告はリスティングとP-MAXの2キャンペーンのみ、しかもキーワードにすべての講習名を登録して運用している状態でした。アドバイザーからは「講習別に専用LPを制作し、広告キャンペーンも切り分けることで、真の広告効果を『見える化』させ、離脱を防ぎつつコストを最適化する」という戦略を提示いただきました。

## 具体的な販路開拓への取り組み

### 広告キャンペーン分離と専用LP新設によるCVR改善

Web広告を講習別の運用に切り替え、重複配信を整理することで、予算配分の無駄が解消していきました。続いてペーパードライバー講習の専用LPを新設。ラッコキーワードで検索ニーズを分析してLPに盛り込んだほか、<ペーパードライバー講習意味ない>といった迷いに応えるコンテンツも用意しました。ファーストビューで料金を明示し、「LINEで空き状況を見る」ボタンも設置して問い合わせの心理的ハードルを下げ、CVR（コンバージョン率）向上を狙う導線設計へ刷新。CSSのレイアウト崩れに苦労しながらも、公開までこぎつけました。



Webサイトは創業時に大谷社長が制作。SEOの専門家派遣も活用し、Webコンテンツ拡充の助言を受けてインストラクター紹介ページを追加した。今後は各商品のLPや商品紹介ページの制作、ブログ更新を加速させ、集客とブランディングを強化予定。

### LINEで顧客接点強化、ステップ配信でCV最大化

LINE公式アカウントを軸に、顧客接点を再設計しました。当校はお客様との信頼関係を重視しており、従来からLINEで進捗確認や試験後のフォロー、質問対応を行ってきました。その強みを活かし、Webサイトの問い合わせ導線をメール中心からLINEへ変更。スマホ表示ではLINE導線を最優先に配置しました。さらに、問い合わせ後の機会損失を防ぐためステップ配信を構築。3日後、1週間後、1か月後…と段階的にリマインドを自動配信し、取りこぼしと休眠化を防ぐ仕組みを整えました。その結果、後追い申込が増加。ブロックは一定数あるものの、高確度の見込み客のみが残ると捉えています。

### プロの手を借り、眠っていた動画資産を有効化

YouTubeは、外注制作したアニメーションを広告のLPにリンクさせるための運用で、まったく活用できていませんでした。そこで専門家派遣を活用し、チャンネル全体を再設計。チャンネル名、ヘッダー画像、ホームタブ構成、動画タイトル、再生リストを一気に最適化し、未公開動画やインストラクター



「アドバイザーの客観的な分析と提案で、Web集客強化や効果検証に加え、法人向けの施策やEC導入などの展開も見えてきました」と大谷社長。

紹介も追加して直ぐに印象を刷新しました。動画経由での成約も出始め、集客の土台強化につながっています。

## 支援の感想と今後の展望

### 可視化がもたらした判断軸と事業成長への布石

LPとWeb広告の改善を重ねた結果、繁忙期も相まって予約が増加。ペーパードライバー講習のP-MAXのROIが最も高く、他の集客チャネルの施策を同時に積み上げたことも奏功しています。今回、アドバイザーと広告効果を「見える化」したことで判断軸を得られ、広告費高騰への不安を払拭できました。また、課題と改善点を明確化できたことも大きく、この1年は創業当初から取り組んできたWeb集客や事業運営の体制を改めて見直す契機となり、今後の事業構想を実現するための布石にもなりました。デジタルを要に「届出教習所といえばさくらドライビングスクール」と言われるブランド育てていきます。

※本記事は、2026年1月時点の情報です。

■事業内容：届出教習所（自動車運転免許取得支援） ■設立：2019年1月 ■住所：東京都杉並区高円寺南4-24-11 宝山ビル112A

HP : <https://sakura-driving.tokyo/>



### 広告不安を解消して経営に集中できる環境へ事業への想いがデジタル施策の改革を牽引

支援開始時点で基本的なデジタル施策はすでに実施されていました。ただし、大谷社長は多忙を極めているためリソースには限界があると感じました。そこで講習別に広告投資対効果を可視化し、数字に基づく判断ができる体制を整備。広告費への不安を取り除くことで施策実行や経営判断に集中できる環境創出を目指しました。学びを即実行に移すスピードが印象的で、核となるLP制作、またLINE活用やYouTube改善などを次々と実行され、すでに成果を上げています。大谷社長の事業への情熱と明確なビジョン、そして行動力が、本支援を力強く前進させました。

デジタルマーケティング・営業のDXサポートプログラム

アドバイザー **イルマス 玲**

