



2025 年 5 月 7 日

各 位

会 社 名 売れるネット広告社グループ株式会社
代 表 者 名 代表取締役社長 CEO 加藤公一レオ
(コード番号: 9235 東証グロース)
問 合 せ 先 取 締 役 C F O 植木原宗平
(TEL 092-834-5520)

売れるネット広告社グループ

次世代 D2C 革命「買う AI×売る AI」領域への本格展開を視野に調査レポートを公開！

～AI エージェント主導時代、次なる産業革命を切り拓く～



売れるネット広告社グループ株式会社（本社：福岡県福岡市、代表取締役社長 CEO：加藤公一レオ、東証グロース市場：証券コード 9235、以下 売れるネット広告社）は、このたび、次世代 D2C 市場を主導するための戦略調査レポート『【買う AI×売る AI】AI 主導時代に対応する次世代 D2C マーケティング』を公開いたしました。

本レポート公開にあわせ、「買う AI×売る AI」領域における新規事業の具体的検討を開始したことをお知らせいたします。

■【買う AI×売る AI】—— 世界の消費行動を塗り替える次の巨大テーマ

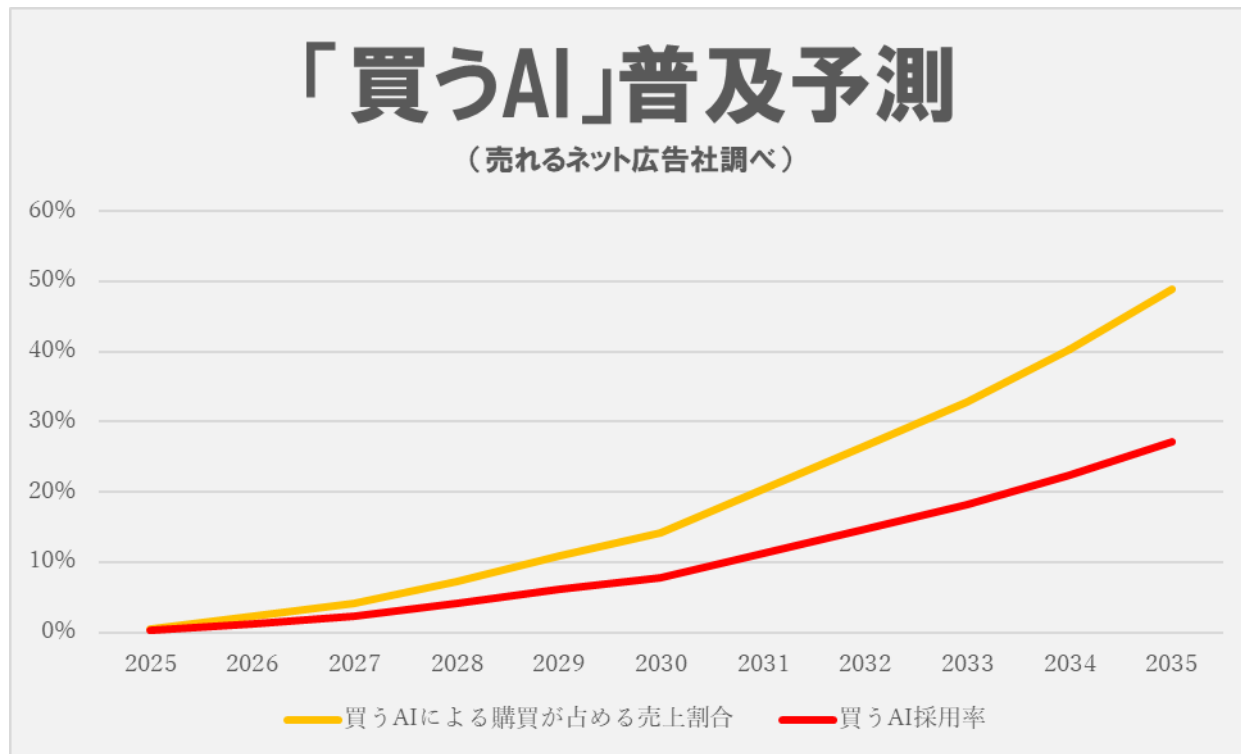
近年、消費者が購買プロセスを AI に委ねる「買う AI」の台頭と、企業側が販売・マーケティングを AI で最適化する「売る AI」の開発が急速に進展しています。

当社が独自にまとめた調査によると、これら AI エージェント間のインタラクションが D2C 業界のゲームルールを根底から変えることが予測されています。

この「買う AI×売る AI」こそ、次なる産業革命の中心テーマになると、当社は確信しています。

■「買う AI」の普及予測シミュレーションを実施：市場の未来図

消費者が購買プロセスを AI エージェントに任せる「買う AI」の普及がどのように進むのか、独自のシミュレーションを実施しました。



【予想結果】

●2030 年：買う AI の採用率は 7.8 %、AI 経由売上比率は 約 14 % に達します。AEO (Agent Engine Optimization) 対応の有無が売上へ直接影響いたします。

●2033 年：買う AI の採用率が 18.2 % を超え、キャズム (16 %) を突破してアーリーマジョリティ期へ移行します。AI 最適化済みブランドと未対応ブランドの格差が顕在化いたします。

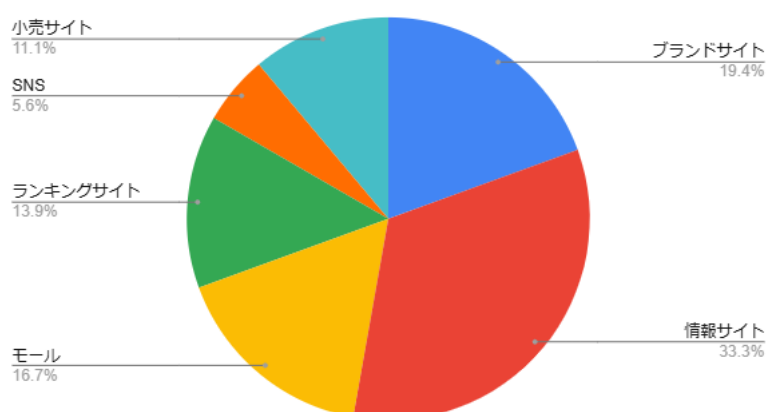
●2035 年：買う AI の採用率は 27.2 %、AI 経由売上比率は 約 49 % に達し、市場取引のほぼ半数で“AI 対 AI” 交渉が行われる可能性がございます。人間向け UI のみを前提とした EC は相対的に縮小すると考えられます。

■AI エージェントの商品選定プロセスを完全解析

AI エージェントの商品選定プロセスを徹底分析し、AI がどのようなウェブサイトや情報を高く評価するのかを具体的に調査しています。AI エージェントは構造化データや API アクセス、ユーザーレビューの質など、多様で高度な基準を用いて製品選定を行っていることが分かりました。

具体的な分析例として、AI が「30 代男性向け化粧水」の選定を行うシミュレーションを実施。AI が公式サイトのみならず、比較サイトやユーザーレビューサイト、さらには SNS から情報を収集し、客観的な製品スペックに加え、「使用感」のような主観的な要素も重視していることが明らかになりました。

AIエージェントが商品選定のために参考にするサイト種別



AI 主導の購買プロセスが進展する中で、D2C(ネット通販)企業も AI エージェント向けの最適化戦略 (AEO : Agent Engine Optimization) を採用し、自社のデジタル資産を AI が理解しやすい形に整備する必要があります。また、マーケティングや販売プロセスを AI 化する「売る AI」を導入し、マーケティングの効率化と高度化を同時に実現することが求められています。

当調査レポートは、投資家の皆様に対しても、AI 活用がもたらす将来的な市場機会や競争環境の変化を理解する上で重要な洞察を提供します。当社は今後も「買う AI×売る AI」の先端を走り、D2C(ネット通販)業界の未来をリードして参ります。

■次フェーズ：売れるネット広告社グループの挑戦

売れるネット広告社グループでは、これらの知見を踏まえ、「買う AI×売る AI」領域における新サービス開発プロジェクトを始動いたしました。

また、当社が独自に試算したところ、「買う AI×売る AI」領域の市場規模は 2030 年に約 3.4 兆円に達する見込みです。

売れるネット広告社グループは、この巨大な新市場の中で“先行者優位”を活かし、2027 年までに 200～300 億円規模のシェア獲得を目指してまいります。

この具体的なターゲットは、今後の事業計画および資本市場との対話の中でも、成長モデル構築の中核を担うものです。

- マーケティング AI データ部門を中核に
- クライアント向け「売れる AI シリーズ」の進化版構想
- AEO 最適化・販売 AI 自動化ツールの事業化検討を開始

単なるレポート公開にとどまらず、**事業化フェーズへの本格展開**を視野に入れております。

■売れるネット広告社の AI に対する取り組み

売れるネット広告社では 2024 年 7 月に新設した「マーケティング AI データ部」を通じて、クライアントの成果を AI によって最大化するための様々なサービスを展開しています。特に「売れる AI シリーズ」として D2C(ネット通販)・店舗様向けに実用的な AI サービスを展開中です。今後も最先端の AI 技術を研究・活用してクライアントの成功に寄与してまいります。

売れる AI シリーズ D2C／EC／店舗様向けに売上に貢献するAIサービスをご提供します。	
売れるD2C AI AI Customer Assistant カスタマーアシスタント	D2C(通販)企業様向けの音声通話 + SNS対応のAIコンタクトセンターサービス
売れる AI AI Apparel Try-on アパレル試着	アパレルEC向けのモデル + 着回し画像AI合成サービス
売れる AI AI Digital Human デジタルヒューマン	店舗のバーチャルスタッフ、ライブコマース／PR動画／広告で使えるAIによるデジタルヒューマンサービス
売れる AI AI Short Movie ショート動画	AI×プロの技で、SNS広告用のショート動画のPDCAサイクルを構築します
売れるD2C AI AI Reskilling Training リスキリング研修	主にD2C企業様向けにAIを活用したマーケティング、フルフィルメント業務の効率化・事業転換をサポートする研修プログラムです。

■未来への覚悟

売れるネット広告社グループは、D2C 業界における次世代 AI シフトをリードする存在となるべく、挑戦を続けます。

投資家の皆様におかれましては、今後の当社の飛躍にぜひご期待ください。

■調査報告の詳細

本調査報告の詳細については、以下のリンクからご覧いただけます。

[調査報告書 (PDF)]

https://ureru.co.jp/report/ureru_ai_report20250501.pdf

以 上