



2025 年 12 月 25 日

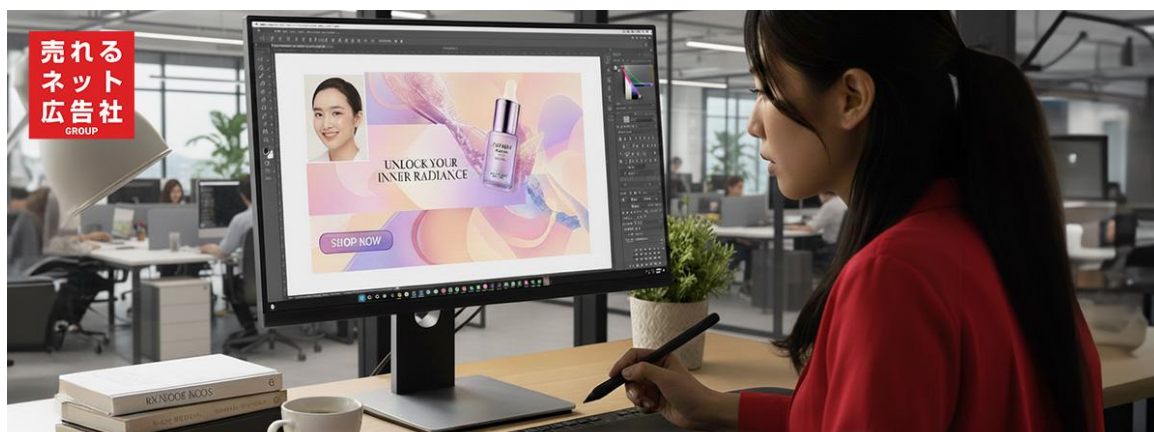
各 位

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、

単一ブランドで累計 200 本超のクリエイティブテストを実施

～勝ち要素の抽出と横展開で、広告投資効率の最大化へ～



売れるネット広告社グループ、

単一ブランドで累計200本超のクリエイティブテストを実施

～勝ち要素の抽出と横展開で、広告投資効率の最大化へ～

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グループ）の連結子会社である売れるネット広告は、運用する化粧品領域の主要案件において、単一ブランドで累計 200 本超の広告クリエイティブテスト(※)を実施したことをお知らせいたします。

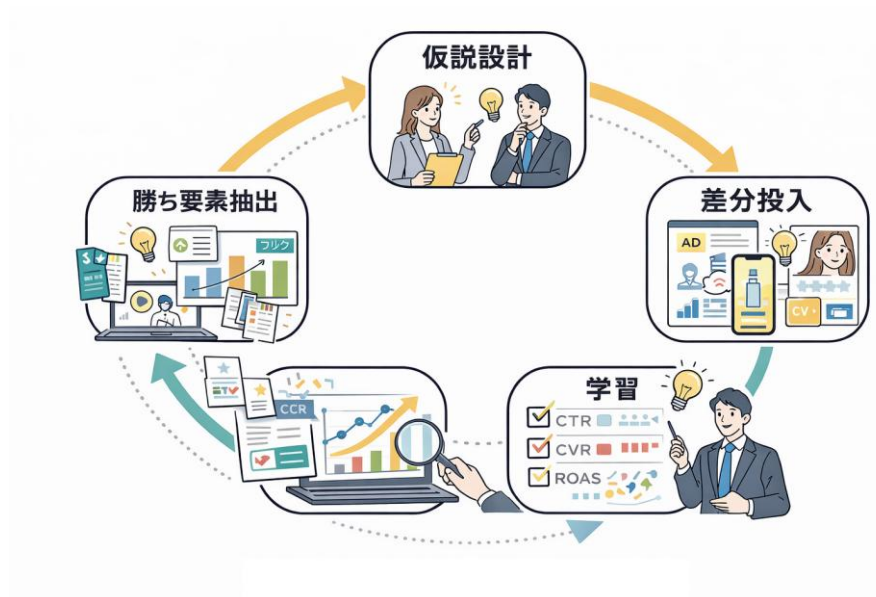
当社は、運用型広告の成果を左右する重要要素であるクリエイティブ検証を、常時配信×週次検証のサイクルに組み込み、継続的な改善運用を行っております。

※本リリースにおける「クリエイティブ」は、バナー1 点/動画 1 本などを 1 本としてカウントしています(概数)。

【背景（勝ち要素を「再現」できる状態にする）】

運用型広告では、媒体アルゴリズムの変化、競合状況、ユーザー心理の変化により、同一の表現が永続的に機能し続けるとは限りません。

そのため当社は、継続的な成果創出のために、仮説設計→差分投入→学習→勝ち要素抽出を繰り返し、成果につながる要素をストック化する運用モデルを採用しています。



【取り組み内容（テスト設計を標準化し、検証スピードを向上）】

当社は、クリエイティブ検証を“属人的な工夫”に留めず、以下のように運用設計として標準化しています。

- ・ **差分設計のルール化**：フック／ベネフィット／証拠（実績・レビュー）／オファー／CTA を分解し、要素ごとに差分を投入
- ・ **フォーマット横断の検証**：静止画・動画・縦型短尺など、媒体特性に合わせて表現を最適化
- ・ **週次の評価軸統一**：CTR・CVR・CPA・ROAS などの指標で“勝ち要素”を定義し、次の差分に反映
- ・ **テンプレ化による量産**：勝ち要素をテンプレートとして整理し、別訴求・別ターゲットへ展開可能な形に整備
- ・ **ガバナンス**：薬機法・景表法などに配慮した表現確認と権利確認を運用フローに組み込み

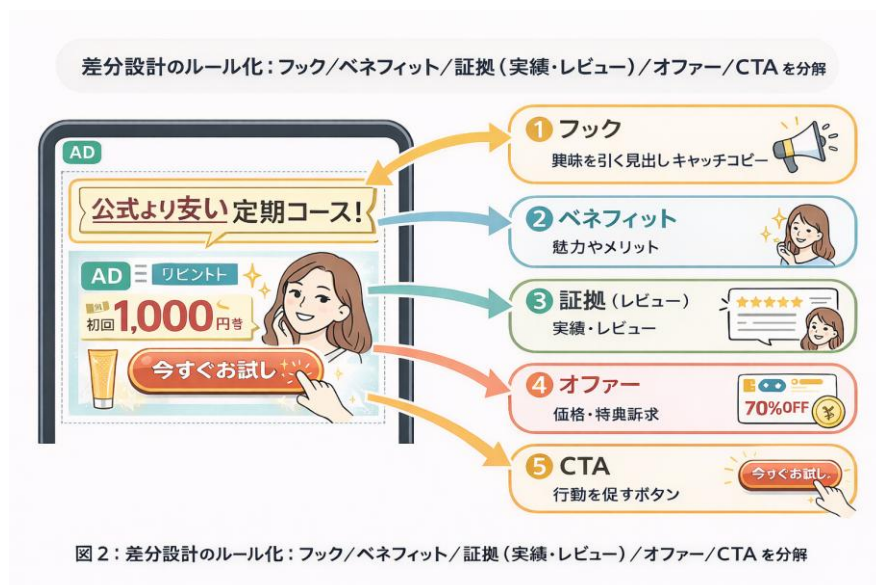


図2：差分設計のルール化：フック／ベネフィット／証拠（実績・レビュー）／オファー／CTA を分解

【期待効果（1→N 横展開の加速と、クリエイティブ供給の安定化）】

本取り組みにより、勝ち要素を「点の成功」で終わらせず、テンプレートとして再利用可能な資産として蓄積することで、以下を見込んでいます。

- ・ 検証スピードの向上（常に新しい差分を供給できる体制）
- ・ 媒体横断の成果最適化（媒体特性に合わせて勝ち要素を移植）
- ・ 他ジャンルへの転用（日用品、ヘルスケア×クリニック領域などへの応用余地）

【今後の展望】

当社は、化粧品領域で蓄積した検証知見を起点に、健康食品・日用品・ヘルスケア×クリニック領域を含む複数ジャンルにおいて、同様の「勝ち要素の抽出→テンプレ化→横展開」を推進してまいります。

また、生成 AI の活用により、企画・コピー案・構成案・差分制作の速度を高め、“量産×検証”の実行回数を増やすことで、運用成果と再現性の両立を目指します。

なお、本件による売れるネット広告社グループの連結業績に与える影響は現時点では軽微と考えておりますが、2026 年 7 月期の連結業績にプラス寄与を見込んでおります。

以 上