



2025年11月4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、新たな運用媒体として Criteo 広告を開始

～データ活用を強化しクライアントの成果最大化を加速～



売れるネット広告社グループ、 新たな運用媒体として Criteo 広告を開始

～データ活用を強化しクライアントの成果最大化を加速～

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社株式会社は、新たな運用広告媒体として Criteo 広告の開始に伴い、当社運用ポートフォリオにおける同媒体への予算を段階的に増額していく方針をお知らせいたします。

当社は既存の SNS／検索／動画配信の運用知見に、Criteo のコマースデータ活用を組み合わせることで、回遊～検討～購入に至る経路全体の効率改善を図ります。

CRITEO

【Criteo 広告とは（概要）】

・ **コマースデータを活用する運用型広告**：サイト回遊・カート投入などの行動データや、媒体側のコマースシグナルを活かし、購買確度の高いユーザーに最適化配信を行うのが特色。

・ 主な配信テーマ

→ **リターゲティング**：閲覧／カート投入ユーザーに商品レコメンド（ダイナミックバナー等）を提示し、離脱の呼び戻しと再訪→CV を後押し。

→ **プロスペクティング**：既存の高価値ユーザー傾向に類似する新規見込層を拡張（オーディエンス・コンテクスチュアル活用）。

・ **クリエイティブ**：商品フィードを基に価格・画像・在庫が自動反映されるダイナミックフォーマットに対応。

・ **計測基盤**：タグ（例：OneTag 等）によるイベント計測により、CV・ROAS などの成果最適化が可能。

・ **活用シーン**：EC/D2C はもちろん、資料請求・来院予約などの獲得型 CV にも応用余地。

The image shows a website layout with two main sections. The left section contains two paragraphs of Latin placeholder text and a large horizontal banner. The banner displays six product cards, each with a '20%' discount tag, a product image, the original price (e.g., ¥3,990), the discounted price (e.g., ¥3,190), and a 'Buy Now' button. The right section contains another horizontal banner with four product cards, each with a '20%' discount tag and a 'Buy Now' button. Below the banners, there is a small text block: 「高レイテリ読み 柄着読み読む」.

【運用開始のポイント（当社の運用方針）】

(1) 配分の再設計

Meta/Google/LINE/X/Pinterest 等とクロスチャネルで予算配分を見直し、Criteo の強み（再訪促進・高意向層の刈り取り/上流拡張）をポートフォリオ上で最大化。

(2) 設計×検証×配分の三位一体運用

- 設計：CV 定義・イベント設計・フィード整備を標準化
- 検証：ダイナミック/静止画、掲載面、入札ロジックを並行検証
- 配分：カテゴリ・媒体別の到達/頻度/CV をコントロールし、重複接触の最適化で投資効率を改善

(3) クリエイティブと成功事例の“横展開”

Criteo で得た勝ち要素（商品群・価格帯・コピー／サムネ）をモジュール化し、他媒体・他ブランドへ 1→N 展開。検証学習のスピードと再現性を高めます。

(4) 評価軸の明確化

短期は CV・CPA・ROAS、上流では到達・CTR・ビュー経由貢献、中長期は LTV／リピートまでを俯瞰し、局所 KPI に偏らない意思決定を徹底。



【期待効果】

- ・ 離脱ユーザーの再活性化により、CV回収力が向上
- ・ 高意向カテゴリの拡張配信で、新規獲得の質と量を同時に改善
- ・ 商品フィード連動による運用の省力化とクリエイティブ鮮度の維持
- ・ 横展開の仕組み化で、学習効率×スケールを継続的に強化

なお、本件は2026年7月期の連結業績へのプラス寄与を見込んでおります。

【今後の展望】

当社はCriteoを、“再訪刈り取りの強化”と“新規開拓のブースター”として位置づけ、段階的な予算増額と配分最適化を進めます。

あわせて、媒体横断のアトリビューション分析やコホートLTVの可視化を強化し、短期成果と中長期価値の両立を実現。再現性ある運用モデルを磨き込み、クライアントの売上最大化と当社の収益性・成長性の向上を目指してまいります。

以 上