



2025 年 10 月 27 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、オフライン広告事業に参入！

～テレビ・交通広告などとの統合型マーケティングを開始～



## 売れるネット広告社グループ、 オフライン広告事業に参入！

～テレビ・交通広告などとの統合型マーケティングを開始～

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が展開する「最強の売れるメディアプラットフォーム」は、このたび、新たにオフラインメディア領域の開拓を開始することをお知らせいたします。

これまで売れるネット広告社は、その名の通り「ネット広告」に特化し、圧倒的な検証量とデータドリブンなノウハウにより D2C・EC 業界をリードしてまいりました。

今回の新戦略では、オンライン領域に加えて テレビ・ラジオ・交通広告・紙媒体などのオフラインメディアとの連携を本格化させ、「最強の売れるメディアプラットフォーム」を“オンラインとオフラインを横断する次世代型マーケティング基盤”へと進化させます。

### ■ 背景と目的

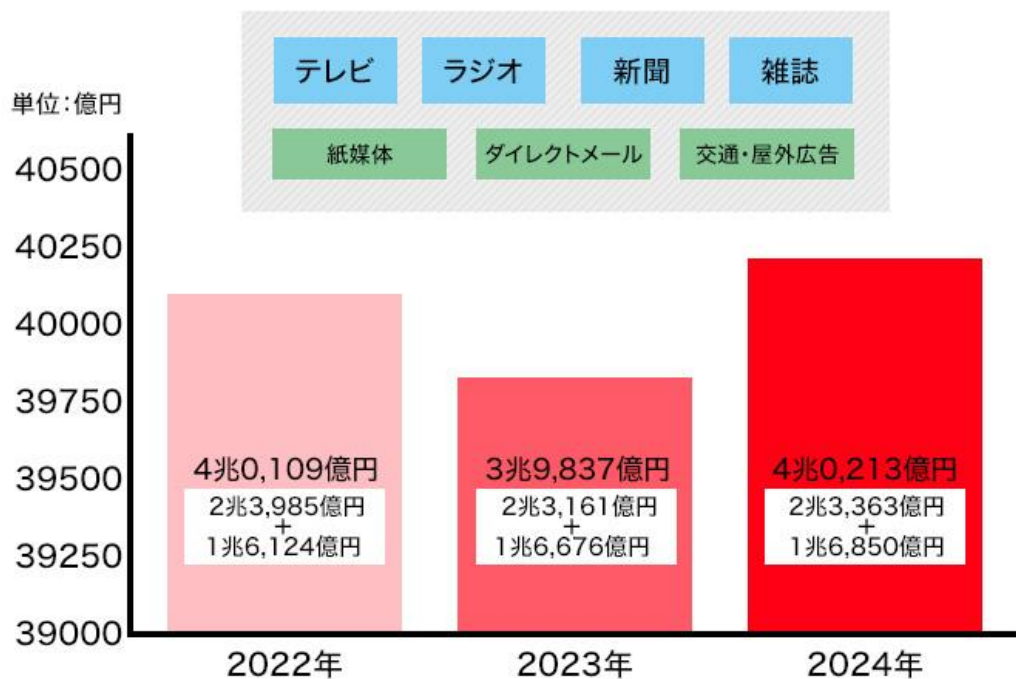
デジタル広告市場が成熟期を迎える中、広告主企業はより多面的なタッチポイントを求めています。一方で、オフラインメディアは依然として高いリーチ力とブランド認知効果を持ち、特に AI やデータ連携による“統合型広告戦略”への関心が高まっています。

なお、日本国内のオフライン広告市場は依然として巨大です。テレビ・新聞・雑誌・ラジオといったマスコミ

四媒体の広告費は 2 兆 3,363 億円、屋外広告・交通広告・イベント・店頭 POP などを含むプロモーションメディア広告費は 1 兆 6,850 億円と推計されており、両者を合わせると約 4 兆円規模に達します。

売れるネット広告社はこれらの市場環境を踏まえ、オンラインで培った分析力とクリエイティブ設計ノウハウをオフラインにも展開。データ連動・成果検証・クリエイティブ最適化を融合させた「ハイブリッド型広告モデル」の確立を目指します。

## 日本市場のオフライン広告の推移



※オフラインの定義は電通の3分類に従い、インターネット広告を除いた「マス四媒体+プロモーションメディア」の合算です。

### ■拡大する広告カバレッジ

今回のオフラインメディア開拓により、売れるネット広告社がカバーするメディア領域は大幅に拡大します。

- ・オンライン領域：SNS 広告、SEO、アフィリエイト、動画広告、メルマガ、AEO など
- ・オフライン領域：テレビ CM、ラジオ、雑誌、新聞、交通・屋外広告、イベントプロモーション

これにより、広告主様は「オンラインでの獲得」から「オフラインでの認知・信頼形成」まで、ワンストップで一気通貫の広告展開が可能となります。

### ■ 今後の展開

売れるネット広告社は、

- ・オンライン／オフラインの広告データを統合し、AI による最適化を実現。
- ・広告主様のブランドステージに応じたクロスメディア戦略を提案。
- ・オフラインメディアとのネットワーク構築を進め、「最強の売れるメディアプラットフォーム」を総合マーケティングインフラへ進化。

さらに、将来的には デジタル×リアルを統合した“メディアデータバンク” の構築も視野に入れ、広告効

果の可視化と持続的な再現性を追求してまいります。

#### ■ 投資家の皆様へのメッセージ

今回のオフラインメディア開拓は、売れるネット広告社の成長ステージが次のフェーズに入ったことを意味します。

「ネット広告のプロフェッショナル」から「統合型マーケティング・プラットフォーマー」へ事業領域の拡大は、収益機会と市場ポテンシャルの劇的な拡張をもたらします。

今後も売れるネット広告社は、AI とデータを武器に新しい広告の形を創造し、企業価値の最大化につながる事業成長を着実に実現してまいります。

以 上