



2025 年 1 月 21 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 D2C つくーる」に LTV 向上を実現する

「完了画面でクレカ変更」機能を新たに搭載

売れるD2C つくーる

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、D2C（ネット通販）事業者向けにサービス提供を行っておりますランディングページ特化型クラウドサービスの「売れる D2C つくーる」において、新たに『完了画面でクレカ変更』機能を開発し提供を開始したことをお知らせいたします。

■ 背景

売れるネット広告は、これまで 2,600 回以上に及ぶ A/B テストを実施し、費用対効果（ROAS）を改善してきた実績を持つ、「売れる D2C つくーる」を提供しています。

この度、お客様からのご要望と、当社が蓄積してきたデータに基づき、LTV（顧客生涯価値）をさらに向上させる新機能『完了画面でクレカ変更』をリリースいたしました。

■ 『完了画面でクレカ変更』機能について

本機能は、商品の申込完了画面において、決済方法を「後払い（コンビニ決済）」や「代引き」などから「クレジットカード払い・Amazon Pay」に変更できる機能です。

■ 開発の背景：コンバージョン率と LTV のジレンマ

当社が過去 A/B テストを実施した結果、以下のことが明らかになりました。

- コンバージョン率が高いのは「後払い（コンビニ決済）」：デフォルトの決済方法を「後払い（コンビニ決済）」に設定することで、コンバージョン率が飛躍的に向上します。「クレジットカード払い」と比較して、平均約 1.6 倍もコンバージョン率が高くなります。
- LTV が高いのは「クレジットカード払い」：一方で、定期コース（サブスク）の継続率、すなわち LTV が高いのは「クレジットカード払い」です。「後払い（コンビニ決済）」と比較して、平均約 1.5 倍以上の LTV が見込めます。

このように、コンバージョン率と LTV の間にはトレードオフの関係が存在します。

■ 『完了画面でクレカ変更』機能による解決

『完了画面でクレカ変更』機能は、このジレンマを解消する画期的なソリューションです。
ランディングページの申込フォームでは「後払い（コンビニ決済）」をデフォルトの決済方法にすることで高いコンバージョン率を維持しつつ、申込完了画面で「クレジットカード払い」への変更を促すことで、LTV の向上も実現します。



■ 『完了画面でクレカ変更』機能の実装について

本機能は、売れる D2C つくーる ご契約企業様であれば追加料金無しで利用可能です。

※最新版のテンプレートを利用しているキャンペーンでのみ利用可能です。

※当機能は『売れる D2C つくーる』旧バージョン（v1）でのみ利用が可能だった機能をテンプレートバージョン（v3）で利用できるように改修したものとなります。

本件が当社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、中長期的に当社の業績の向上に資するものと考えております。今後の状況により公表すべき事項が生じた場合には速やかにお知らせいたします。

以 上