



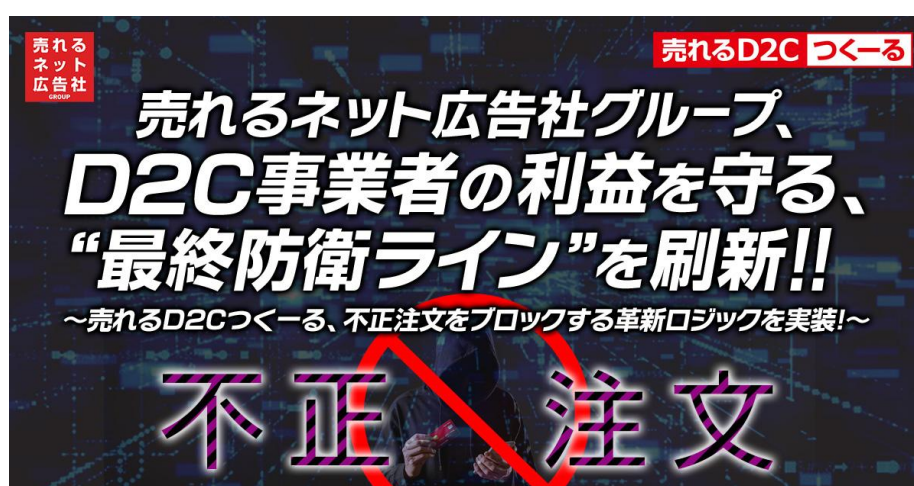
2025 年 5 月 13 日

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、D2C 事業者の利益を守る、“最終防衛ライン”を刷新！

～売れる D2C つくーる、不正注文をブロックする革新ロジックを実装！～



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、D2C（ネット通販）事業者向けに展開しているランディングページ特化型クラウドサービス『売れる D2C つくーる』において、悪質な“初回特別価格の繰り返し注文”を強力にブロックする革新ロジックを実装したことをお知らせいたします。

## ■ 深刻化する“初回価格の悪用”と、D2C 事業者の悲鳴

D2C 業界では、“初回限定価格”という定期（サブスク）のビジネスモデルの根幹が崩れつつあります。本来は「新規のお客様 1 回限り」の特典として設計された初回価格を、悪質な“初回ピッカー”や“転売目的の業者”が、別名義・偽アドレス・虚偽情報を駆使して何度も繰り返し不正注文するというケースが激増しています。

彼らは、

- ・架空のメールアドレスで大量のアカウントを作成
- ・家族や知人の名義を悪用
- ・虚偽の住所・電話番号・複数のクレジットカードを使い分け
- ・獲得した商品を二次流通で転売し、不正に利益を得る

という極めて巧妙な手口で、本来“赤字覚悟の新規施策”を事業者の首を締める“罠”へと変えてしまっているのです。

特に、健康食品・化粧品など LTV 前提の D2C 定期（サブスク）モデルにおいては、初回価格は“未来の利

益”を前提にした赤字投資です。そこを狙い撃ちされれば、2回目以降にたどり着く前に商品が消耗され、「売れているのに、赤字が加速する」という本末転倒の地獄に突入する危険すらあります。

実際、当社には次のような声が日々届いています：

「売上は増えているのに、利益が1円も残らない」 「顧客の質が崩壊して、定期継続率が急落している」  
「本気で事業をスケールさせようとした瞬間、“初回ピッカー”に襲われた」

にもかかわらず、多くの事業者は明確な打ち手を持たず、“不正注文とわかっていても出荷せざるを得ない”という苦境に立たされているのが現状です。

これはもはや、個別のテクニックでどうにかなるレベルではなく、業界全体に共通する“構造的な損害”＝“成長阻害要因”です。

この根深い問題に真正面から挑み、「利益を守る仕組み」そのものを再設計したのが、今回の革新ロジックです。

## ■新たに『売れる D2C つくーる』に実装した「不正注文ブロックロジック」の概要

# 売れるD2C つくーる

この構造的課題に対し、当社は独自開発による革新的アルゴリズムを実装し、D2C 事業者にとっての“最終防衛ライン”を構築いたしました。

また、初回特別価格を悪用した“繰り返し注文”に対応するため、当社は『売れる D2C つくーる』内に搭載されている注文回数制限ロジックを大幅バージョンアップ。同一人物による複数注文をより正確に検知・ブロックできるよう改良を行い、極限まで「お一人様一回限り」しか許さない設計に刷新しました。

今回の新機能は単なる“システム改修”ではありません。D2C 事業者の利益を直接守る“防御インフラ”として、AI ベースの判定アルゴリズム×実戦ノウハウの融合によって構築された、“実用戦闘力”のあるロジックです。

### ①不正クレジットカードや転売目的の注文をリアルタイムに遮断！

高速でのカード照合と行動パターン検出により、違和感のある購入フローを即時で排除。

### ②虚偽・架空住所による注文を即時に判定・排除！

住所構造や配送経路の異常を検知し、“届かない・転売目的”の注文を自動ブロック。

### ③柔軟なルールチューニングが可能なカスタマイズ設計！

トンマナに応じたエラーメッセージ表示や、事業者ごとの不正傾向に最適化した検知ロジックにも対応。さらに、成長ステージや業種ごとの「傾向別モデル」を搭載可能で、定期通販・単品リピート型など、さまざまな D2C パターンにフィットした形で導入が可能です。

この新ロジックは、“1 回限りの価格で何度も注文される”という D2C 事業者共通の苦悩に対し、業界水準を大きく凌駕する精度とスピードで遮断する機能を備えており、「商品を守り、利益を守り、事業を守る」ための“最終防衛ライン”として、早くも導入希望の声が相次いでいます。

## ■ 今後の展望と収益インパクト

当社は D2C 業界において、健康食品・化粧品を中心に数千社以上のクライアント基盤と、圧倒的なハウスリストを保有しており、今回の機能はこれら既存顧客すべてに即時クロスセルが可能なプロダクトです。利益率の回復、LTV の改善、定期継続率の向上といった複合効果をもたらす本機能は、『売れる D2C つくーる』の中核価値をさらに高める戦略的アップグレードと位置づけています。

## ■ 株主・投資家の皆様へ

私たちはこれまで、LP 特化支援、TikTok 運用、Amazon 支援という「売れる仕組み」を構築してまいりました。

そして今――

それらを“守るための仕組み”として、革新的な不正注文ブロックロジックを実装。攻めと守りの両輪が揃った D2C 支援インフラが、ついに完成しました。

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見込んでおりますが、中長期的には、D2C 市場全体の利益改善と構造強化に資する中核技術と考えております。今後の進展状況については、適宜開示を行ってまいります。

『売れるネット広告社グループ』は今後も、「最強の売れるノウハウ®を用いて関わるすべての企業を 100% 成功に導くことで世界中にたくさんのドラマを創る」という企業理念のもと、D2C(ネット通販)事業者の利便性を高めるサービス開発・検証に努めて参ります。

以 上