



2025 年 12 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、TikTok 動画広告の定常運用を開始

～モジュール化した動画量産で「常時配信＋週次検証」のサイクルを確立～



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 当社）の連結子会社である売れるネット広告社株式会社は、動画クリエイティブのモジュール化（設計→生成→差分量産）を活用し、これまでスポット中心だった TikTok 広告の定常運用を開始しました。

これにより、常時配信／週次検証／月次スケールの運用設計に移行し、媒体横断の学習スピードを高めます。

【背景】

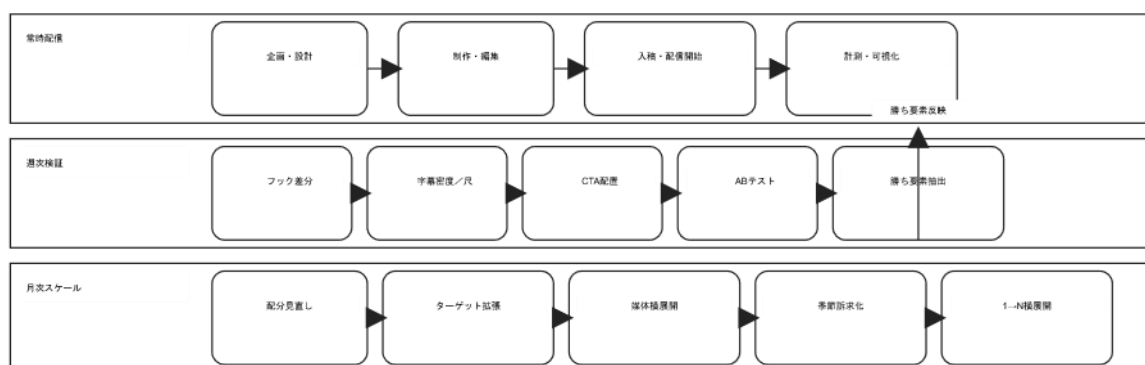
- ・画像に続き、動画制作でもテンプレ化と差分量産を導入。
- ・生成 AI と編集テンプレの併用で制作リードタイムを短縮し、検証本数の確保が可能に。
- ・これを前提に、TikTok を「都度配信」から「常時配信」へ切り替え、学習の継続性を確保。



【取り組み内容（配信設計の見直し）】

- ・**常時配信**：年間を通じて配信を継続し、アルゴリズム学習を継続化。
- ・**週次検証**：毎週、フック（冒頭数秒）×字幕密度×CTA 配置などを差し替え AB 検証。
- ・**週次・月次スケール**：勝ちパターンを 1→N 横展開し、予算・ターゲット・季節訴求へ順次拡張。
- ・**クリエイティブのモジュール化**：オープナー／証拠（レビュー・実績）／ベネフィット／CTA をブロック化し、差し替えで高速に新作を供給。
- ・**計測・可視化**：媒体指標（CTR・CVR・CPI 等）に加え、サイト側（CPA・ROAS）で統一ダッシュボードに集約。
- ・**ガバナンス**：薬機法・医療広告ガイドライン・景表法に準拠した表現辞書と人手承認（HITL）を組み込み、音源・フォント等の権利確認フローを運用。

配信設計フロー図（常時配信・週次検証・月次スケール）

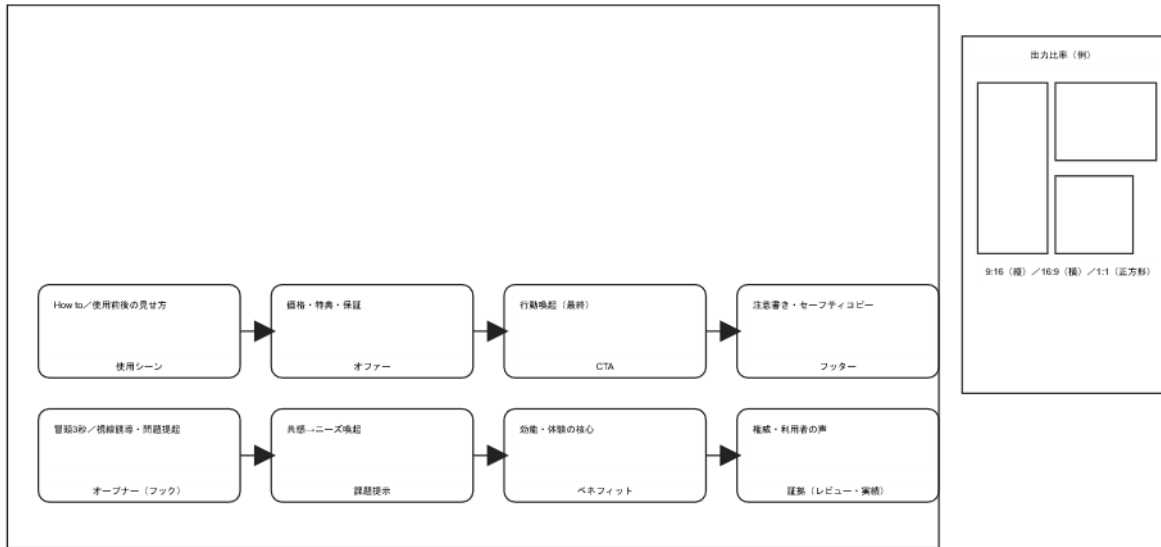


※ テキスト画面に白背景を載っています。Word貼付時にも横断線が落ちません。

【想定効果（定性的）】

- ・テストの**連続性**により、勝ち要素の発見速度が向上（季節・ターゲット別の再現性が高まる）。
- ・制作と運用の**同期**で、在庫のように動画差分を安定供給（枯渇による学習リセットを回避）。
- ・媒体横断展開（Meta／YouTube ショート等）へ素早く移植し、総量での学習を促進。

なお、本件は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。



※ 実素材は含みません。モジュール構成と出力比率の概念図です。

【今後の展望】

当社は、TikTok における常時配信×週次検証の標準モデルを D2C（化粧品・健康食品）から、日用品／医療脱毛／医療・クリニック領域へ順次適用し、スケールと収益性の両立を目指します。あわせて、Spark Ads や縦型動画の派生テンプレを拡充し、媒体ごとの勝ち条件をライブラリ化します。

商標注記：記載の会社名・製品名・サービス名は各社の商標または登録商標です。TikTok はTikTok Pte. Ltd. の商標です。

以 上