



2025年12月8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
問 合 せ 先 取 締 役 C F O 植木原宗平
(コード番号: 9235 東証グロース)
(TEL 092-834-5520)

売れるネット広告社グループ (9235)、

4年以内に「売上高100億円&時価総額250億円」実現を目指す中期成長戦略

～M&A×AI×越境EC×通信×Web3で、“Ureru100”達成へのロードマップを明示～



【本リリースのポイント】

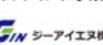
- 2025年7月期、売上高1,567百万円・売上総利益919百万円と、いずれも上場来過去最高を更新
- D2C支援事業は2025年7月期第4四半期に売上高210百万円・営業利益43百万円と、四半期ベースで営業黒字を継続
- 2026年7月期は売上高1,880百万円（前年比120%）、営業利益14百万円と、連結ベースでの“初の通期営業黒字化”を計画（M&A効果は未織り込みの保守予想）
- 4年以内に連結売上高100億円・時価総額250億円を目指す中期成長戦略「Ureru100」のロードマップを、本IRで改めて明確に公表

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、東証グロース市場：証券コード9235、以下「当社グループ」）は、2025年10月31日に公表した「事業計画及び成長可能性に関する事項」に基づき、4年以内（2028年を目指す）に連結売上高100億円および時価総額250億円の実現を本気で目指す中期成長戦略「Ureru100」の具体的なロードマップを取りまとめましたので、お知らせいたします。

当社グループは上場後わずか2年で、

- 8社のM&A
- 3社のグループ会社新設
- 4つの新規事業立ち上げ
- 2社への出資
- 19社との業務提携・協業

を実現し、「売れるネット広告社グループ」としての事業ポートフォリオを一気に拡大してまいりました。本開示は、その“総集編・決定版”として、Ureru100達成に向けた本気の成長シナリオを、株主・投資家の皆様へ改めて宣言するものです。

会社概要(直近の取り組み)				
上場から2年で「8社のM&A・3社のグループ会社新設・4つの新規事業・2社への出資・19社との業務提携・協業」を実現！！				
これらにより「売れるネット広告社グループ」は提供サービスが増加！！				
●運用型広告会社	グループ会社(8社)	●アメリカ通信回線 端末仕入・卸提供事業	グループ会社(3社)	新規事業(4事業)
 grups	 JCNT INTERNATIONAL	 Soba education	 influencer team	 CRM
●自社国内D2C会社	 ORLINKS.	●ビジュアル コミュニケーション事業	 amazon	 SocialGood
●中国越境EC事業	 GIA ジーアイエヌ株式会社	●キッティング事業	 Mrace	●暗号資産還元 プラットフォーム運営
		●教育DX事業	 DYMMA	 Grand Bleu&Co.
業務提携・協業(19社)				
●ラジオ媒体	●AIサービス	●サプリブランド	●商品開発	●AI活用支援
 CROSSFM	 NIUSIA	 Blaze a Trail	 anicecompany	 Ozlink
●後払決済	●オンライン研修	●不正検知	●M&A仲介	●カード
 CatchBall	 Kincash	 CAFFO	 WILLGATE	 NetShop 支援室
		●ポスティング	 DYMMA	 ibS
			 M&A PMI AGENT	 ONECARAT

※ グループとオルリンクスは2025年1月に合併しオルクスとなっております / 売れるD2C業界M&A社は2025年8月に売れるAIマーケティング社へ商号変更しております

©Ureru Net Advertising Group Co.,Ltd.

【1. 2025年7月期 連結実績のハイライト】

～売上 “約2倍” &上場来過去最高更新、黒字化に向けた土台づくり完了～

2025年7月期の連結業績は、売上高・売上総利益ともに上場来過去最高を更新し、以下のとおりとなりました。

●売上高 : 1,567百万円 (前年 756百万円)
→ 前年差+810百万円、前年比207% (上場来過去最高)

●売上総利益 : 919百万円 (前年 462百万円)
→ 前年差+456百万円、前年比198% (上場来過去最高)

●営業利益 : ▲166百万円 (前年▲308百万円)
→ 前年差+141百万円、赤字幅45%改善

2025年7月期 通期連結実績について

■ 売上高 : 1,567 百万円 (前年実績 756百万円)

【前年差 +810 百万円 / 前年比 207% !】 ↗

■ 売上総利益 : 919 百万円 (前年実績 462百万円)

【前年差 +456 百万円 / 前年比 198% !】 ↗

■ 営業利益 : ▲166 百万円 (前年実績 ▲308百万円)

【前年差 +141 百万円 / 前年から45%改善】 ↗

増収
増益

(単位:百万円)	2024年7月期 通期連結実績	2025年7月期 通期連結実績	前年差
売上高	756	1,567	+810 ↗
売上総利益	462	919	+456 ↗
営業利益	▲308	▲166	+141 ↗

©Ueru Net Advertising Group Co.,Ltd.

中核である D2C (ネット通販) 向けデジタルマーケティング支援事業は、2025 年 7 月期第 4 四半期 (5~7 月) 単体で

●売上高 : 210 百万円

●営業利益 : 43 百万円

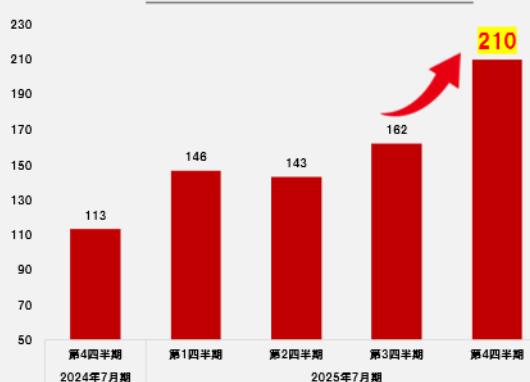
と、四半期ベースの営業黒字を継続。第3 四半期に続き 2 四半期連続で黒字を確保しており、収益は段階的に回復し、すでに“黒字体質”に戻りつつあります。

D2C (ネット通販) 向けデジタルマーケティング支援事業 業績推移

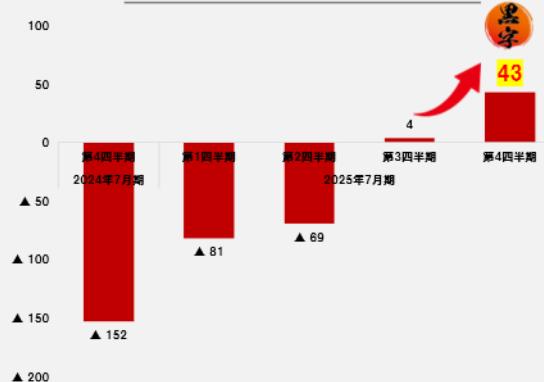
売れる
ネット
広告社
GROUP売れる
ネット
広告社
GROUP売れる
ネット
広告社
GROUP

D2C (ネット通販) 向けデジタルマーケティング支援事業については売れるネット広告社の収益が回復しており、
2025年7月期第4四半期 (5月~7月) 単体は売上高210百万円/営業利益43百万円となり
営業利益ベースは第3四半期に引き続き黒字となるなど収益は段階的に回復傾向！！

売上高 (百万円) ※決算短信セグメントから集計

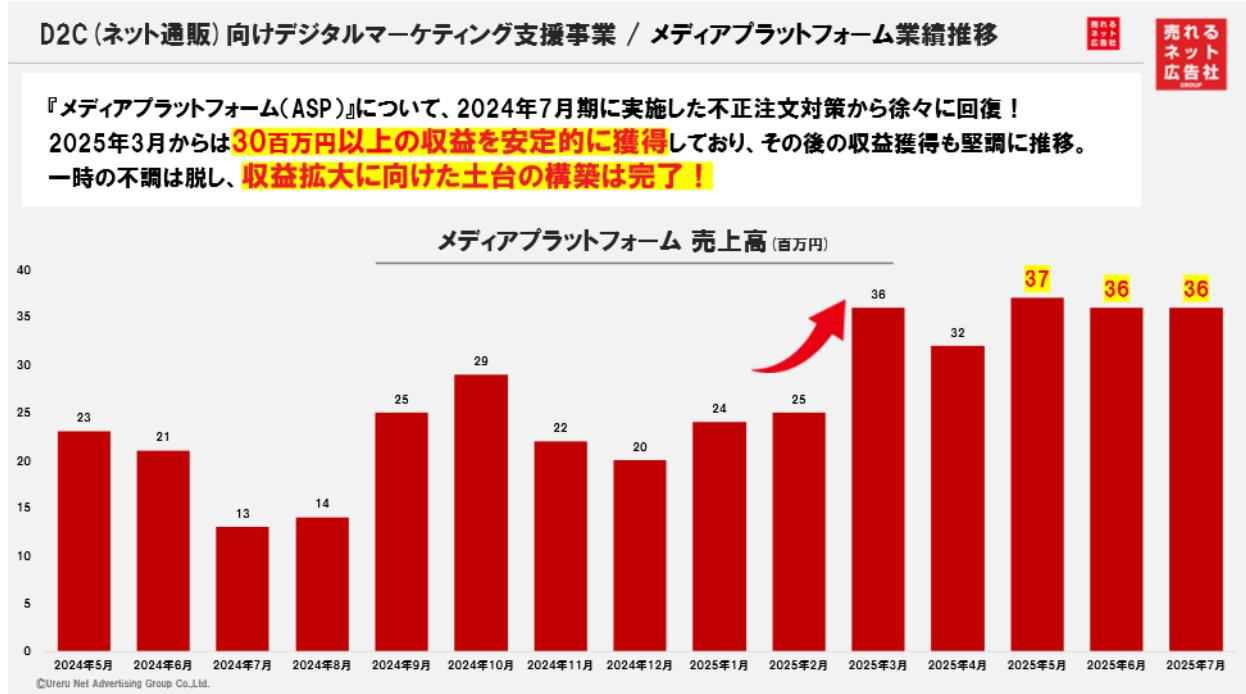


営業利益 (百万円) ※決算短信セグメントから集計



©Ueru Net Advertising Group Co.,Ltd.

「最強の売れるメディアプラットフォーム(ASP)」も、2024年7月期に実施した不正注文対策から立ち上がり、2025年3月以降は月30百万円以上の売上を安定的に獲得するフェーズに入りました。運用型広告も2025年1月と比べて7月には売上3.5倍へ成長し、高粗利のストック+成果報酬モデルが再び“伸びる形”を取り戻しています。



【2. 2026年7月期 通期業績予想】

～売上18.8億円・連結として“初の通期営業黒字化”を達成へ（M&A未織り込みの保守予想）～

2026年7月期の通期連結業績予想は以下のとおりです。

- 売上高 : 1,880百万円（前年1,567百万円）
 - 前年差+313百万円、前年比120%（連続で上場来最高売上を更新見込み）
- 売上総利益 : 1,218百万円（前年919百万円）
 - 前年差+299百万円、前年比132%
- 営業利益 : 14百万円（前年▲166百万円）
 - 前年差+180百万円、連結ベースでの“初の通期営業黒字化”を計画

2026年7月期 通期業績予想について**■ 売上高** : 1,880 百万円 (前年実績 1,567 百万円)

【前年差 +313 百万円 / 前年比 120% !】

増収
増益**■ 売上総利益** : 1,218 百万円 (前年実績 919 百万円)

【前年差 +299 百万円 / 前年比 132% !】

■ 営業利益 : 14 百万円 (前年実績 ▲166 百万円)

【前年差 +180 百万円 / 黒字化 !】

初
上場後
黒字化

(単位:百万円)	2025年7月期 通期連結実績	2026年7月期 通期連結予想	前年差
売上高	1,567	1,880	+313
売上総利益	919	1,218	+299
営業利益	▲166	14	+180

©UruNet Advertising Group Co.,Ltd.

現時点では今期のM&A戦略を織り込んでおらず「保守的」に予想

現時点でのこの予想には、今期中に実行予定の追加M&Aの効果は一切織り込んでおりません。

つまり、売上 18.8 億円・営業利益 1,400 万円という計画はあくまで「既存事業のみをベースにした保守的な数字」であり、M&A や新規事業による“上振れ余地”を内包した予想となっています。

また共通費（ホールディングス本社費・のれん・M&A 関連費用）を除いたセグメント全体では、

- セグメント売上高 : 1,880 百万円
- セグメント費用 : 1,597 百万円
- セグメント利益 : 283 百万円

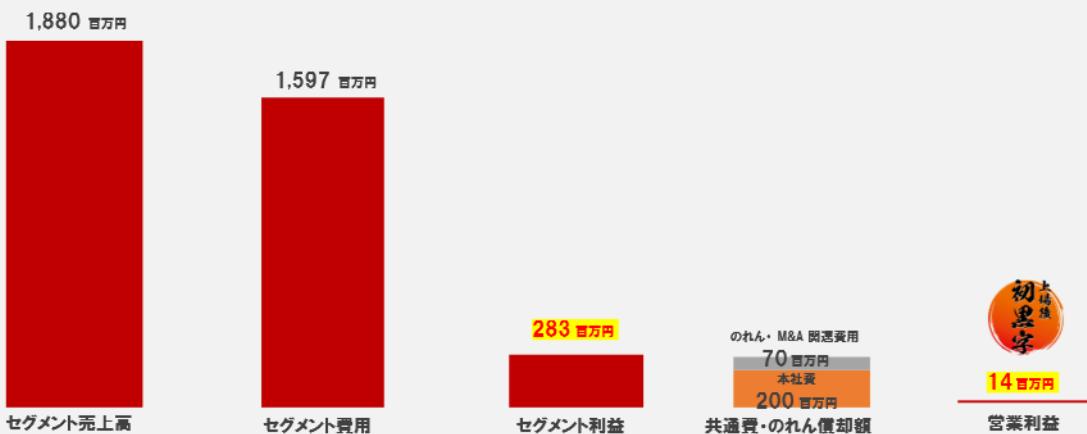
と、事業単体ではすでにしっかりと黒字を見込んでいます。

会社概要（重要な経営指標 2026年7月期）

2026年7月期については共通費（ホールディングス本社費及びのれん・M&A関連）を除く

セグメント利益では283百万円の黒字を想定！

また、共通費を加味しても営業利益は14百万円の黒字化を計画！



©UruNet Advertising Group Co.,Ltd.

【3. 「Ureru100」：4年以内に売上高100億円&時価総額250億円を本気で狙う】

当社グループは、グロース市場上場企業として
「4年以内（2028年）に連結売上高100億円=Ureru100」
を公言しています。

この売上100億円達成に合わせて、

- 当期純利益率 : 5%程度
- 想定 PER : 50倍

を前提とし、時価総額250億円以上の実現を中期的なターゲットとします。

本IRでは、この数値目標と、M&A戦略・セグメント別の成長イメージを一体の“ロードマップ”として提示しており、当社グループの中期成長戦略をより具体的な形でお示しするものです。



(1) 戦略的「同規模M&A」による売上ジャンプ

当社グループの最大の武器が、戦略的同規模M&Aです。

「前年の売れるネット広告社グループの売上」と
同規模クラスの企業を、毎年M&Aで取り込む。

というルールで、上場以降すでに

- 2024年度：売上 7.5億円
- 2025年度：売上 15.6億円（前年約2倍）

という実績を出しています。

今後もこの戦略を継続し、概ね以下の売上成長イメージを描いています。

- 2026 年度：売上 約 30～35 億円
- 2027 年度：売上 約 60～70 億円
- 2028 年度：売上 約 120～140 億円

このうち、既存事業で稼ぐ売上約 50～60 億円+M&A による売上約 60～80 億円という構造を想定し、グループ経営によるシナジー最大化を通じて、売上高 100 億円+ α の到達を目指します。



(2) 4つの成長エンジン

Ureru100 を支えるエンジンは、大きく以下の 4 つです。

- ①D2C（ネット通販）向けデジタルマーケティング支援事業
- ②グローバル情報通信事業（JCNT）
- ③越境 EC 支援・自社 D2C 事業
- ④AI マーケティング支援・ビジュアルコミュニケーション DX・Web3 事業

この 4 エンジンを「既存事業の成長 × 新規事業 × M&A」でブレンドし、2028 年までに連結売上高 100 億円+安定した営業利益率を持つグループ体制を構築します。

【4. 直近の“攻めの一手” 総集編】

～TikTok・AI・越境 EC・デジタルアセット・M&A の全貌～

ここからは、投資家の皆様が特に「おっ」と思うであろう、直近の攻めの一手を総集編でまとめます。

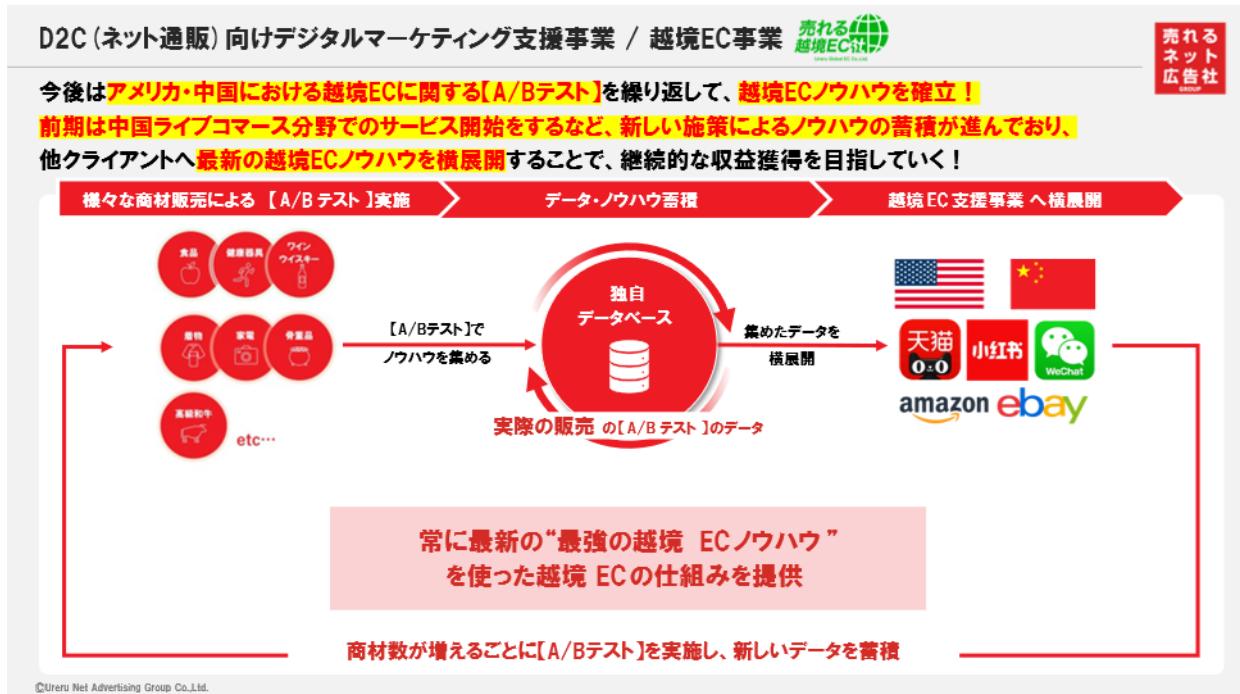
(1) TikTok×ライブコマース&越境EC：爆伸びチャネルを先取り

売れる越境EC社では、TikTok ライブコマース・TikTok Shop 運営代行サービスの受注がすでに複数走り始めしており、2025年7月期第4四半期の売上は前四半期比10倍の11百万円まで拡大。

2026年7月期の越境EC支援事業は、前年比3.3倍の103百万円の売上計画とし、本格的な立ち上がりフェーズに突入。

アメリカ・中国向けの越境ECにおいて、さまざまな商材で【A/Bテスト】を繰り返し、「最強の越境ECノウハウ」を蓄積して、他クライアントに横展開するモデルを構築中。

世界的に見ても、越境EC+ライブコマース市場は今後10年スパンで爆発的成長が予測されており、当社グループはこの波を“TikTok先行”で取りに行くポジションを確保しています。



(2) AIマーケティング支援：「売るAI」「買うAI」でDXの最終形を定義

D2C/EC/店舗の売上に寄与する「売れるAIシリーズ」を展開し、AIエージェントやLLMを活用した新サービスを連続リリース。

「買うAI時代」を見据えたプロダクト戦略として、PLG (Product-Led Growth) とエンタープライズ販売の“ツインエンジン”で、裾野拡大と大型案件獲得の両立を図っています。

2026年7月期のAIマーケティング支援事業セグメント売上は、前年2.4倍の12百万円を計画。D2C支援全体の利益率を引き上げる中核テクノロジーとして育成中です。

「AI計測データベース構築サービス」など、企業のデータをAI時代に対応に変えるソリューションも提供開始しており、「AI時代の企業DXの最終形」を自ら定義する立ち位置を取りに行きます。

データ×運用ノウハウの複合により、一般汎用AIでは実現できない業界特化型の圧倒的価値を提供。確実な成長軌道を描きます。

1 プロダクト戦略～売るAI・買うAIの更なる製品化～

売れるAIシリーズ

「買うAI」で売るAI時代のD2C/Eコマースの店舗の売上に貢献するAIサービスを提供します。	
売れるAI	販路最適化
AIによる販路最適化	AIによる販路最適化
売れるAI	商品開発・トレーニング
AIによる商品開発・トレーニング	AIによる商品開発・トレーニング
売れるAI	リスクマネジメント
AIによるリスクマネジメント	AIによるリスクマネジメント
売れるAI	セールスアシスタンス
AIによるセールスアシスタンス	AIによるセールスアシスタンス
売れるAI	ファンマーケティング
AIによるファンマーケティング	AIによるファンマーケティング
売れるAI	アバター
SNSによるアバター・フィルタ・ヘッドマウントディスプレイなどの 使えるAIツールを構成します。	SNSによるアバター・フィルタ・ヘッドマウントディスプレイなどの 使えるAIツールを構成します。

2 販売戦略～PLG×エンタープライズのツインエンジン (PLG=Product-Led Growth(プロダクト主導成長))

無料接続ネクタで「刺さり」を作りPGLで
裾野拡大。
上位顧客には成果連動型とPoCパッケージ
で大型化を図る。
代理店、制作会社、Slerとの共同スキーム
(レビューシェア)を構築し、モールや広告
プラットフォームから推進パートナー認定を
獲得。



3 重要セグメントおよびユースケース

D2C/サプリ/美容/食品

規制表現対応と定期購入/LTV特化型の運用で、複雑な業界要件にも完全対応します。

サブスク/教育/ヘルスケアEC

離脱予測から継続率改善まで。高LTV
顧客の維持に特化したAIソリューションを
提供。

ライブコマース/TikTok Shop

動画自動生成×在庫同期×瞬間入札。
リアルタイムコマースの最前線で圧倒的な
成果を実現

©Ururu Net Advertising Group Co.,Ltd

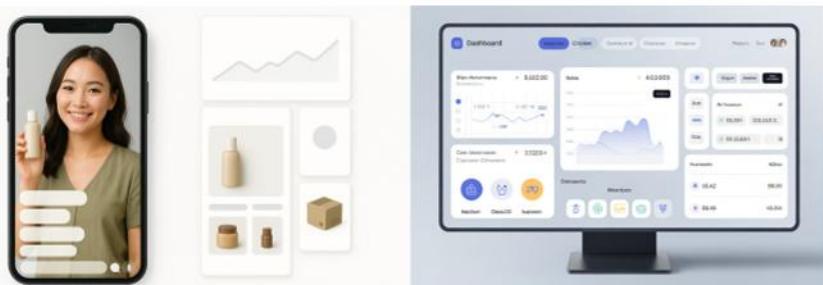
(3) ビジュアルコミュニケーション DX&Web3：眠れる 60 兆円市場への挑戦

グループ会社によるビジュアルコミュニケーション技術「SOBA フレームワーク」を核に、オンライン個別指導やコールセンターDXなど、映像×コミュニケーション領域のSaaS事業を展開。

ライブコマース SaaS 構想「SOBA Live (仮)」では、ライブ動画配信とインフルエンサー・広告運用・制作を組み合わせ、ブランド粗利と LTV 最大化を実現する新プラットフォームの開発を進行中。

SOBA Live (仮) 構想

SOBA Live（ソバ）とは「同時配信型ライブコマース SaaS」
SOBA コミュニケーションのビジュアルコミュニケーション技術を生かした
「ライブコマースプラットフォーム」を開発し、
SaaS +周辺売上（広告運用・動画制作・インフルエンサー）により
ブランド粗利と LTV 最大化を実現するサービスを想定



©Ururu Net Advertising Group Co.,Ltd

さらに、国内上場企業として初めてデジタルアセット・リカバリー事業に本格参入。パスワード紛失などでアクセス不能になっているビットコイン・NFTなどの「眠れる資産」は、世界で約60兆円規模と推計される超巨大マーケット

当社グループは、この“眠れる資産”を取り戻すことを目的とした復旧・保全サービスを提供し、個人だけでなく法人・相続・事業承継領域までカバーしていきます。

ビジュアルコミュニケーションDX・Web3事業領域 / 成長戦略  Bitcoin Savior
ビットコイン・セイヴァー

売れる
ネット
広告社

Bitcoin Savior ビットコイン・セイヴァー

国内上場企業初！ デジタルアセット・リカバリー事業への参入

市場機会: 眠れる資産60兆円

370万 アクセス不能なビットコイン

パスワード紛失等により世界中でアクセス不能となっているビットコインの推定量

60兆円 復旧ニーズの規模

日本円換算での「眠れる資産」の推定総額。極めて大きな市場機会を示しています

当社グループが提供するサービスは、こうした「眠れる資産」を取り戻すことを主要な目的としており、個人ユーザーに加えて法人の資産管理や相続関連分野への支援にも対象を広げてまいります。

パスワード紛失
ウォレットのパスワード喪失や秘密鍵の管理失敗により、資産へのアクセスが不可能になるケースが多発しています。

アクセス障害
暗号資産取引所や関連プラットフォームへの接続問題により、資産の移動や管理が困難になる事例が増加しています。

相続・承継問題
相続や事業承継に伴うデジタル資産の移転において、従来の金融システムでは解決困難な課題が発生しています。

ビジュアルコミュニケーションDX・Web3事業全体で、2026年7月期には売上高150百万円・営業利益30百万円（初年度から黒字化）を想定しており、将来の第2・第3の柱へと育てていく計画です。

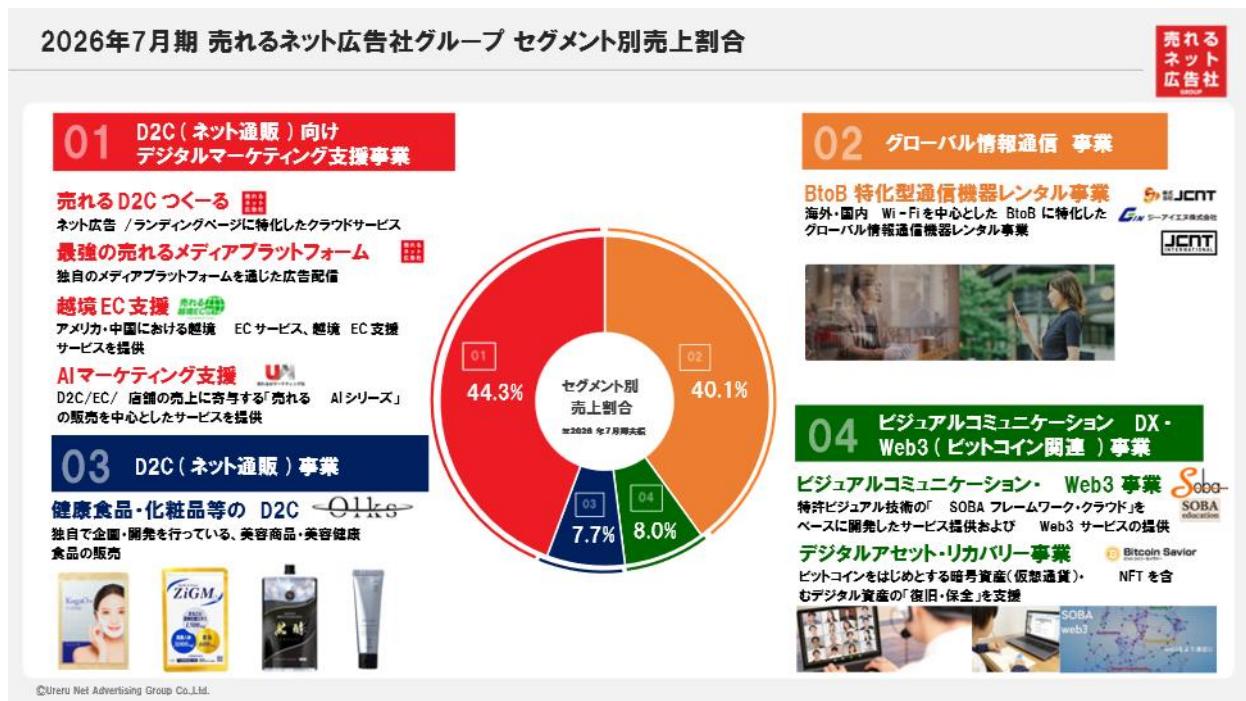
(4) M&A×グループシナジー：8社M&A・3社新設・4新規事業・2社出資・19社提携

上場から2年で、「8社のM&A・3社のグループ会社新設・4つの新規事業・2社への出資・19社との業務提携」を実行。

すべて「ダイレクトマーケティング」「デジタルマーケティング」「通信」「Web3」など、当社グループの強みが効く領域にフォーカスしています。

これにより、D2C支援、越境EC、AI、通信、Web3といった事業がグループ内で“ノウハウと顧客をシェアできる構造”になっており、M&Aをすればするほど、既存事業の価値も増幅される設計になっています。

2026年7月期 売れるネット広告社グループ セグメント別売上割合



【5. セグメント別 成長イメージ（ダイジェスト）】

(1) D2C (ネット通販) 向けデジタルマーケティング支援事業

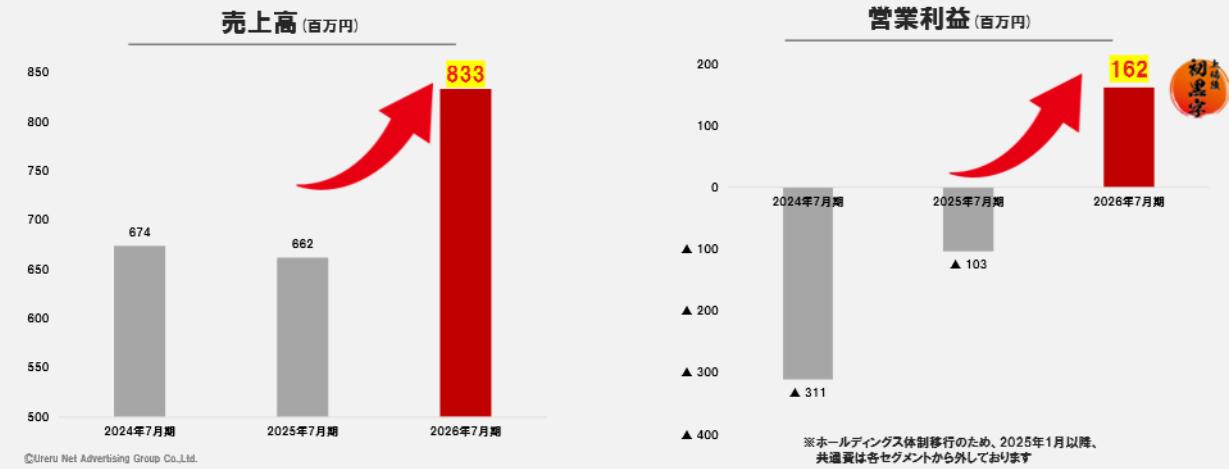
「売れるD2Cつくーる」「最強の売れるメディアプラットフォーム」「運用型広告」「越境EC支援」「AIマーケティング支援」などを東ねる中核セグメント。

2026年7月期の計画：

- 売上高 : 833 百万円
 - 営業利益 : 162 百万円 (黒字)

既存業界に限定した潜在マーケットは約200億円、業界拡大後は約3兆円規模と試算しており、「最強の売れるノウハウ®」を武器に、この巨大市場を取りに行きます。

以上により、D2C(ネット通販)向けデジタルマーケティング支援事業については
売れるネット広告社の収益が段階的に回復し、越境事業の収益拡大等も見込まれることから
2026年7月期は**売上高833百万円/営業利益162百万円と黒字化の見通し!**



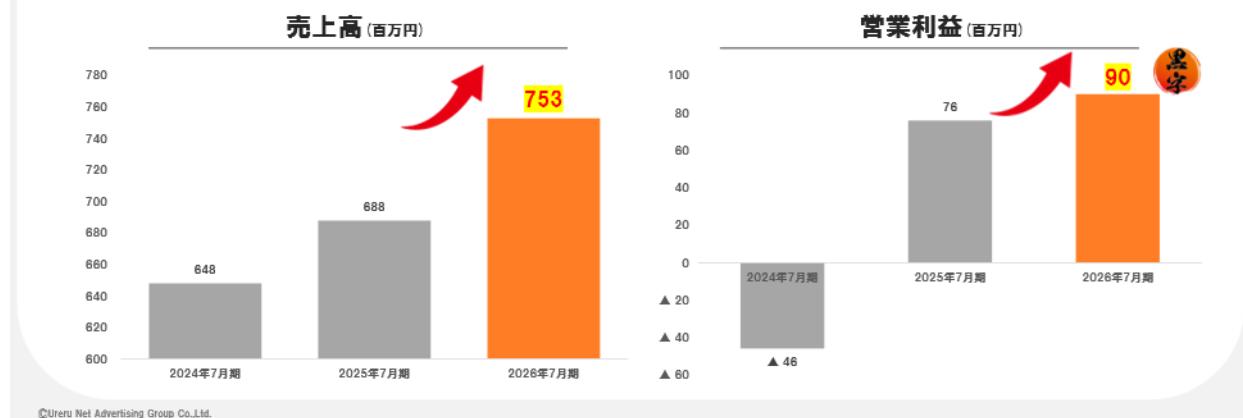
(2) グローバル情報通信事業 (JCNT)

BtoB特化型の通信機器レンタル事業。海外・国内Wi-Fiを中心に安定収益を創出。

旅行需要の回復・訪日外国人の増加を追い風に、既存事業の拡大と新たなサービスを組み合わせ、グループの
キャッシュエンジンとして位置付け。

2026年7月期の見通しについて(グローバル情報通信事業について)

以上の戦略により、グローバル情報通信事業については海外出張・国内修学旅行向けを中心に
サービス提供を進め**堅調に収益を拡大予定!**



(3) 越境EC支援・自社D2C事業

越境ECモール運営代行・ライブコマース支援、自社D2Cブランドの国内外展開を通じて、売上の“伸びしろ”を担うセグメント。

越境 EC 支援は 2026 年 7 月期に売上 103 百万円（前年比 3.3 倍）を計画。

D2C(ネット通販)向けデジタルマーケティング支援事業 / 売れる越境EC社 売上高推移



売れる
ネット
広告社

2026年7月期見通しについて(越境EC支援事業について)

越境EC支援事業について「TikTokライブコマース」「TikTok Shop運営代行サービス」等を受注済み！

2026年7月期に順次開始準備中であり、役務提供次第収益を計上予定！

2026年7月期売上高は前年比3.3倍の103百万円を計画！



©Ururu Net Advertising Group Co.,Ltd

(4) AI マーケティング支援・ビジュアルコミュニケーション DX・Web3 事業

2026年7月期には、ビジュアルコミュニケーションDX・Web3事業だけで売上150百万円・営業利益30百万円の黒字を想定。

AI マーケティング支援事業も、売上 12 百万円（前年比 2.4 倍）を見込み、当社グループ全体の利益率を押し上げる技術セグメントとして成長させていきます。

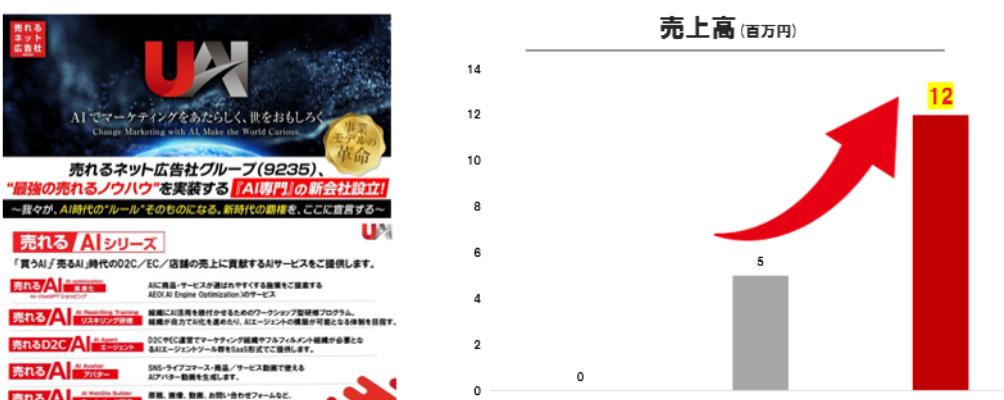
D2C(ネット通販)向けデジタルマーケティング支援事業 / 売れるAIマーケティング社 売上高推移 



売れる
ネット
広告社

2026年7月期見通しについて(A)マーケティング支援事業について

「貢うAI」時代を見据えたD2C／EC／店舗の売上に寄与する「売れるAIシリーズ」の販売を中心として営業活動を実施
2026年7月期売上高は前年比2.4倍の12億円を想定！



©2009 NBC Advertising Sales Co., LLC

【6. 代表取締役社長 CEO 加藤公一レオからのメッセージ】

私はこれまで、社内外で何度もこう宣言してきました。

「4年で売上 100 億円【Ureru100】。これは、全社員・全株主との“破ることのできない血の契約”だ。」

2025 年 7 月期の売上 15.67 億円は、その“序章”にすぎません。

ここから先は、

- D2C 支援・メディアプラットフォームで利益の土台を分厚くし、
- 越境 EC と TikTok ライブコマースで売上の伸びしろを取りに行き、
- グローバル情報通信・デジタルアセット・AI・Web3 で新しい収益源を次々と立ち上げる。

そして、

「売れるネット広告社グループ=売上 100 億円を超える連結グループ」

を、本気で現実のものにします。

【株主・投資家の皆様】

ここからは、“成長可能性”ではなく“成長の現実”を見ていただくフェーズです。

4 年後、売上高 100 億円・時価総額 250 億円を達成したとき、
「やっぱりあのとき、本気で言ってたんだな」と笑っていただけるよう、
グループ一丸となって全力で攻め続けます。

今後とも、売れるネット広告社グループへの変わらぬご支援を賜りますよう、心よりお願い申し上げます。

加藤公一レオ
売れるネット広告社グループ株式会社（東証上場 証券コード 9235）
代表取締役社長 CEO

※上記 IR 内の数値（売上・利益・M&A 戦略・各セグメントの売上計画・市場規模等）は、すべて 2025 年 10 月 31 日付「事業計画及び成長可能性に関する事項」および関連社内資料に基づいています。