



2025年12月19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、YDA 常時配信を開始

～シニア向け D2C 商材の獲得基盤を拡張～



売れるネット広告社グループ、 **YDA常時配信を開始**

～シニア向けD2C商材の獲得基盤を拡張～

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、Yahoo!広告 ディスプレイ（YDA）の運用を開始し、常時配信（定常運用）へ切り替えたことをお知らせします。

売れるネット広告社はこれまで Yahoo!検索広告（リスティング）を継続運用していましたが、YDA はスポット配信中心でした。今後は、Meta／Google／LINE／X／Pinterest／YouTube（Demand Gen 含む）に YDA を加え、媒体横断での最適配分を進めます。

【背景】

・ユーザー層の違いに着目：Yahoo!は相対的に高年齢層の利用比率が高い傾向があり、当社クライアントのシニア向け商材（例：健康食品・日用品・ヘルスケア×クリニック領域）の取り扱い増加に合わせ、YDA の常時配信が有効と判断。

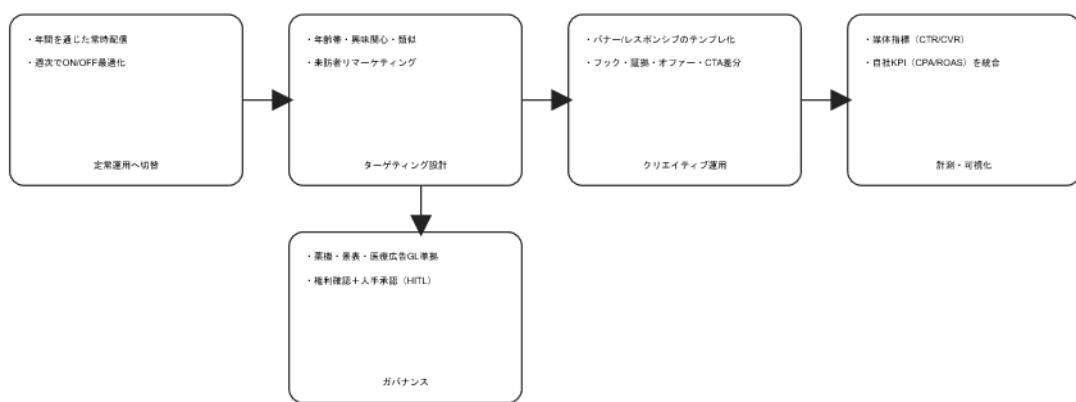
・既存の検索×SNS の補完：検索（意図顕在）と SNS（興味喚起）に、ディスプレイ（想起・再訪促進）を加えることで、上流拡張～刈り取りの分業を明確化。



【取り組み内容（運用設計）】

- ・定常運用へ切替：年間を通じた常時配信+週次検証（面／訴求／クリエイティブ差分）
- ・ターゲティング設計：年齢帯・興味関心・サイト来訪者等の組み合わせで面を広げつつ精度管理
- ・クリエイティブ運用：バナー／レスポンシブをテンプレ化（メインビジュアル／ベネフィット／証拠／CTAのモジュール化）
- ・計測・可視化：媒体指標（CTR・CVR）と自社側KPI（CPA・ROAS）を統一ダッシュボードで管理
- ・ガバナンス：薬機法・景表法・医療広告ガイドラインに準拠した表現辞書＋人手承認（HTML）を継続運用

取り組み内容（運用設計：YDA 常時配信フロー）



* 実素材・個別案件名は含まれません。運用プロセスの概念図です。

【想定効果（定性的）】

- ・シニア層到達の安定化：年齢レンジ別の学習を継続し、訴求最適化の速度を向上
- ・検索・SNSとの連携強化：想起→再訪→指名検索の流れを強化し、総合 CPA/ROAS の改善に寄与
- ・勝ちパターンの横展開：YDA で得たクリエイティブ・面の勝ち要素を、他媒体へ 1→N 移植

※本件は当社の運用設計・媒体配分の見直しを示すものであり、個別案件の開始・契約を公表するものではありません。

【今後の展望】

当社は、YDA の常時配信×週次検証を標準モデルとして、D2C（健康食品・化粧品）に加え日用品／ヘルスケア×クリニック領域へ順次適用します。媒体横断の配分最適化を継続し、スケールと収益性の両立を目指します。

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。

以上