



2026 年 1 月 29 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 植木原宗平
(コード番号：9235 東証グロース)
問 合 せ 先 執 行 役 員 後 藤 祐 弥
(TEL 092-834-5520)

売れるネット広告社グループ、「中国 TikTok ライブコマース・新テストプラン」提供開始

～連結子会社の売れる越境 EC 社が、保税區×越境 EC スキームを活用した

“スモールスタート型”中国市場検証モデルを展開～



売れるネット広告社グループ、 「中国TikTokライブコマース・新テストプラン」 提供開始

～連結子会社の売れる越境EC社が、保税區×越境ECスキームを活用した
“スモールスタート型”中国市場検証モデルを展開～

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：植木原宗平、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）は、連結子会社である株式会社売れる越境 EC 社（以下 売れる越境 EC 社）において、中国版 TikTok「抖音（Douyin）」を活用した『中国 TikTok ライブコマース 新テストプラン』（以下 本プラン）の提供を開始したことをお知らせいたします。

1. 提供開始の背景

中国市場への展開においては、一般貿易に伴う各種手続きや準備、現地体制構築、広告投資等の初期負担が課題となり、十分な需要検証を行う前にコスト・リスクが先行するケースが少なくありません。売れる越境 EC 社では、こうした課題に対し、「小さく始め、データで検証し、勝ち筋が見えた段階で拡大する」という考え方のもと、抖音ライブコマースを起点に、商品・価格・訴求軸等を売上データを用いて検証できる仕組みとして本プランを設計いたしました。

2. 本プランの概要（提供内容）

本プランは、抖音ライブ配信を通じて、中国消費者の反応を定量・定性の両面から把握し、商品適合性や訴求ポイントを検証しながら販売実績の形成を目指すものです。

（主な設計要素）

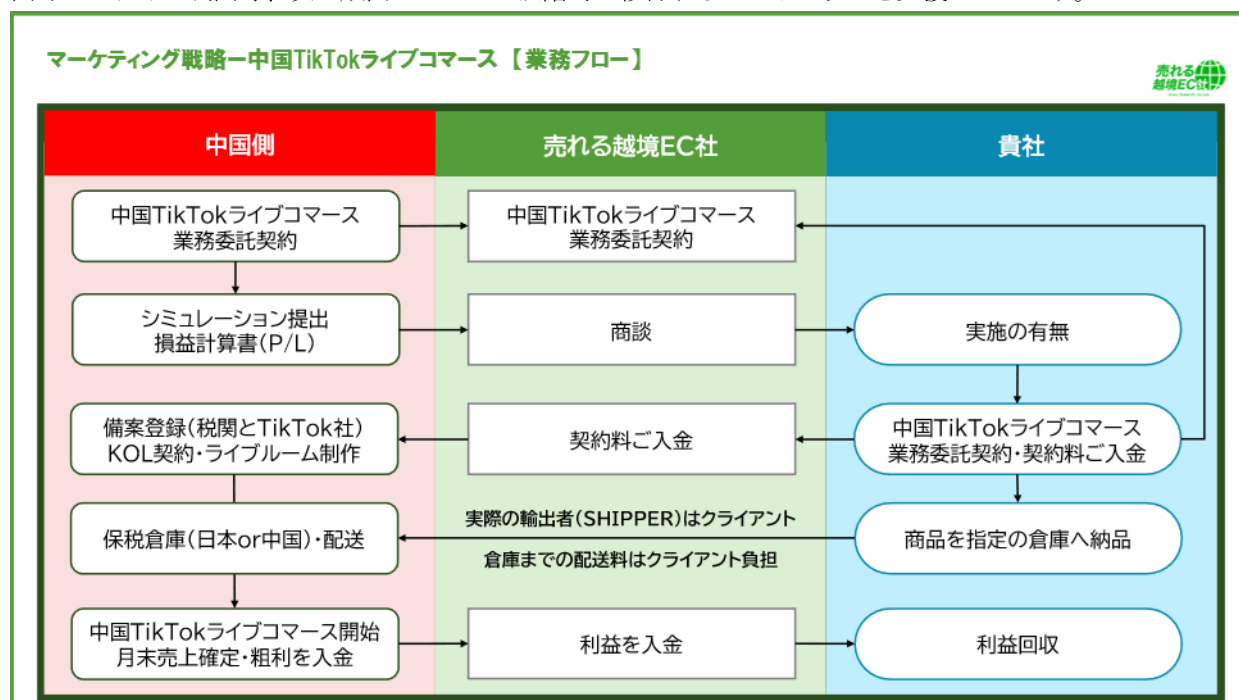
- 商品カテゴリーとの親和性を重視し、適切な KOL（Key Opinion Leader）を選定
- 月 4 回配信（1 回 20 分を想定）
- 1 配信あたりの取扱 SKU を絞り込み、訴求の明確化を図る（例：5SKU 程度）
- 契約期間は一定期間を想定し、配信の継続運用を通じて改善・最適化を実施（例：10 ヶ月）

※上記の配信回数、時間、SKU 数、期間等は現時点の標準設計であり、商材特性・運用状況等により変更となる場合があります。

3. スキームの特徴：保税區×越境 EC の活用

本プランでは、中国独自の**保税區活用型・越境 EC スキーム**を活用し、一般貿易に比べて準備負担を抑えつつ、法令・制度に沿った形でスピーディーな市場検証を行うことを想定しています。

まずは本プランにより「中国市場での勝ち筋（売れる条件）」を検証し、その結果を踏まえて、一般貿易展開やオフライン展開等、次の成長フェーズへ段階的に移行するロードマップを支援いたします。



4. 売れるネット広告社グループの提供価値

売れるネット広告社グループは、これまで D2C 領域において多数の施策検証（A/B テスト等）を通じて、**訴求設計・改善サイクルの運用ノウハウ**を蓄積してまいりました。

本プランでは、こうした知見を活用し、抖音ライブコマースにおいても「仮説→実行→検証→改善」を継続的に回す運用を通じて、再現性のある形で成果創出を目指します。

また、売れるネット広告社グループが展開する各種サービス（例：D2C 支援、広告運用・コンサルティング、越境 EC 支援等）との連携により、検証結果を他施策へ横展開しやすい体制を整えております。

5. 今後の展望

短期的には、本プランの導入拡大と運用事例の蓄積を進め、中期的には、中国向けライブコマース支援を標準化・高度化したサービスとして展開し、収益機会の拡大を図ってまいります。

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見込んでおりますが、今後、開示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