



2026年9月3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(9235)、新サービス『UreRey (売れリー)』提供開始!

フォーム離脱した“幻の見込み顧客”を売上へ変える

～「売れる × Recovery」——広告費高騰時代の新領域

「Recovery マーケティング」を開拓～

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」)の連結子会社である売れるネット広告社株式会社は、EC サイトやランディングページにおいてフォーム入力途中で離脱したユーザーを検知し、再アプローチ可能なリードとして記録する、かご落ち・フォーム離脱対策ツール『UreRey (売れリー)』の提供を開始いたします。

『UreRey (売れリー)』。

その名称に込めた意味は、「売れる × Recovery」。

つまり、“売れるために、取り戻す”。

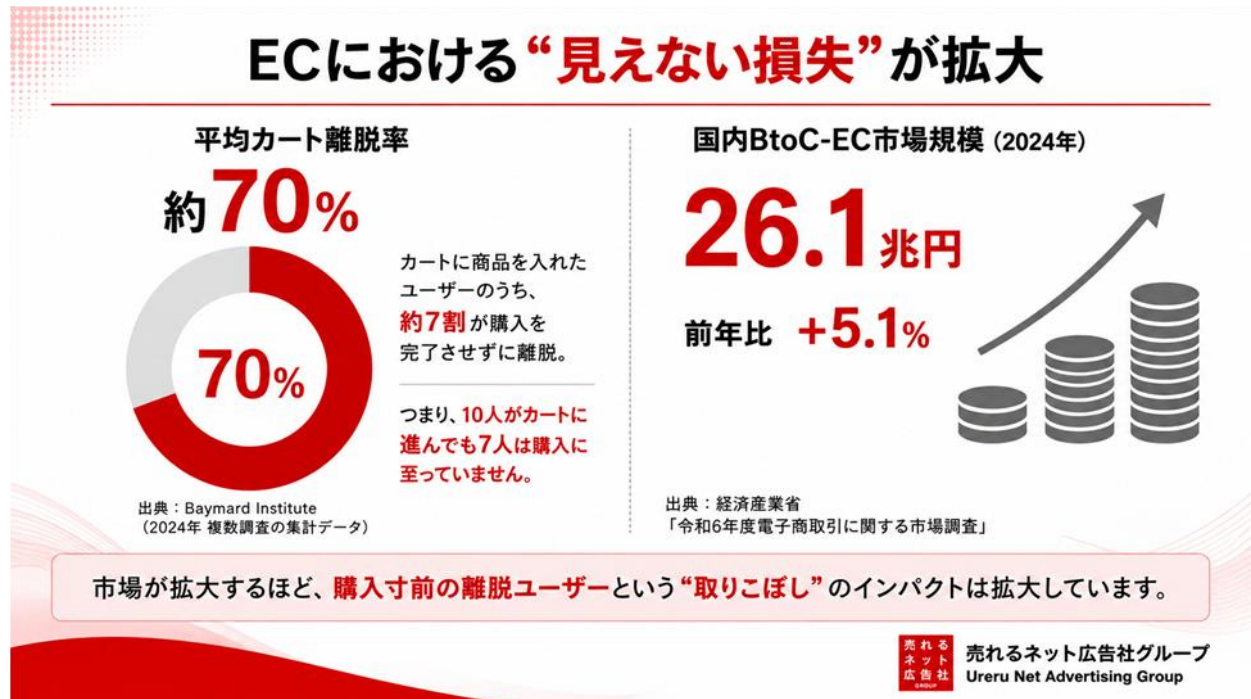
我々が今回挑むのは、広告費を投じてせっかくランディングページまで集客し、商品・サービスに興味を持ち、さらにはメールアドレスや電話番号まで入力したにもかかわらず、最終的な購入・申込に至らなかった“極めて確度の高い見込み顧客”を、再びマーケティングの対象として捉えることです。

「送信ボタンを押さなかったから、そこで終わり」。

そんな EC・ネット広告の“当たり前”を変える。

『UreRey（売れリリー）』は、広告費高騰時代における「顧客獲得効率の最大化」を目指す、売れるネット広告社グループの新たな一手です。

【EC 最大級の“見えない損失”——我々が狙うのは「離脱」という巨大フロンティア】



EC において、ユーザーが商品をカートに入れたり購入プロセスへ進んだりしながら、最終的な購入に至らない「かご落ち」は世界的にも大きな課題となっています。

EC ユーザビリティ研究機関 Baymard Institute が複数の調査結果を集計したデータによれば、オンラインショッピングにおける平均的なカート離脱率は約 70%に達します。

さらに、日本国内の EC 市場そのものも拡大を続けています。経済産業省「令和 6 年度電子商取引に関する市場調査」によれば、2024 年の国内 BtoC-EC 市場規模は 26.1 兆円、前年比 5.1%増となりました。

市場が拡大し、ネット上で行われる購買行動が増えれば増えるほど、「購入寸前まで来たのに離脱してしまうユーザー」という課題の重要性も高まっています。

我々が着目したのは、まさにここです。

広告をクリックした。

LP を読んだ。

商品に興味を持った。

そしてフォームに個人情報を入力するところまで進んだ。

にもかかわらず、最後の「購入」「申込」には至らなかった。

これまでなら、そこで接点が途切れてしまうケースがありました。

しかし見方を変えれば、このユーザーは「何もしていないユーザー」ではありません。

商品・サービスへの関心を持ち、自らフォーム入力という具体的なアクションまで起こした、“極めて温度感の高い見込み顧客”なのです。

『UreRey（売れリー）』は、この“見えない取りこぼし”を可視化し、Recovery するために誕生しました。

【送信前でもリードを検知！“消えていた見込み顧客”をマーケティング資産へ】

『UreRey（売れリー）』は、対象となる EC サイトやランディングページに専用タグを設置するだけで導入可能です。

ユーザーがフォームへメールアドレスまたは電話番号を入力した時点で、適切なオプトイン取得を前提としてリードとして記録。

そのため、ユーザーが最終的な送信ボタンを押さずにページを離脱した場合でも、再アプローチ可能な見込み顧客として把握することができます。

さらに、購入・申込完了ページにも専用タグを設置することで、その後コンバージョンしたユーザーを自動判定。

コンバージョン済みユーザーはアプローチ対象から自動的に除外されるため、“まだ購入・申込していないユーザー”にフォロー対象を絞り込むことができます。

管理画面では「取得リード数」「未 CV 数」「CV 済み数」「CV 率」を確認可能。

複数のページ URL を案件単位でまとめることもでき、案件別・URL 別で成果を集計できます。

さらに、「未 CV」「CV 済み」「全件」でリードを絞り込み、「取得日時」「メールアドレス」「電話番号」「氏名」「流入ページ」「CV 状態」等を確認することができます。

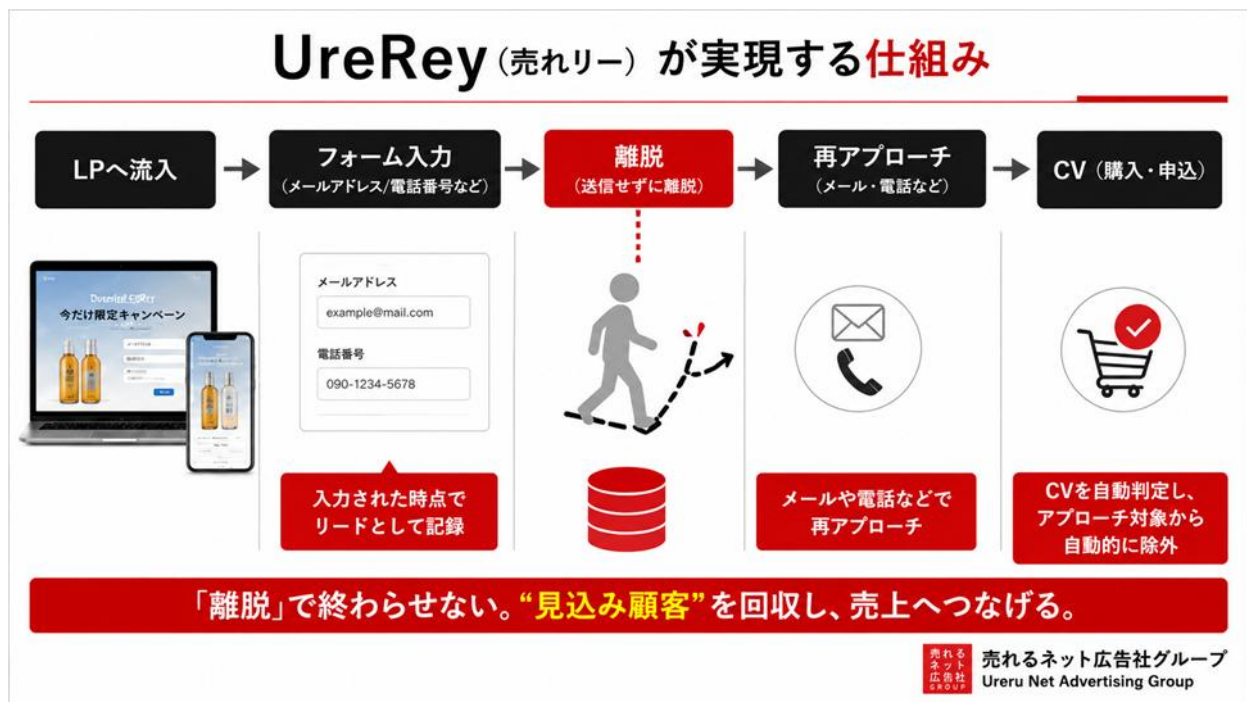
未 CV リードや全リードは CSV 形式でダウンロード可能。

適法かつ適切な同意取得・利用目的の範囲内において、メールや電話等によるフォロー施策につなげることで、「一度離脱したら終わり」だったユーザーとの接点を再構築します。

訪問者ごとに匿名 ID を発行し、フォームへの入力情報とコンバージョン状況を紐づけることで、「離脱したユーザー」と「最終的に CV したユーザー」の状況を可視化。

まさに、「売れる × Recovery」。

これこそが『UreRey（売れリー）』の核心です。



【広告費をさらに積む前に、“すでに獲得したアクセス” から売上を生み出せ】

ネット広告市場では、顧客獲得のために「もっと広告を出す」「もっとアクセスを集める」という考え方が一般的です。

しかし、新しいアクセスを獲得するためには、当然ながら新しい広告費が必要になります。

一方、『UreRey (売れリー)』が着目するのは、“すでに広告費を投じて獲得したアクセス” です。

しかも単なるサイト訪問者ではありません。

商品に興味を持ち、フォームまで到達し、メールアドレスや電話番号を入力するところまで進んだユーザーです。

我々が目指すのは、広告費を増やすことだけに依存するのではなく、「獲得した1アクセスの価値そのものを最大化する」という世界です。

新規顧客を獲得する「Acquisition」に、離脱顧客を取り戻す「Recovery」を加える。

広告費高騰時代だからこそ、この発想が企業のマーケティング ROI を変える可能性がある和我々は考えています。

【2,600回以上のA/Bテスト×UreRey——“売れる会社”だからこそ、離脱後まで売上に変える】

そして、『UreRey (売れリー)』を“売れるネット広告社グループが手掛ける必然性”は、ここに 있습니다。我々はこれまで“2,600回以上”のA/Bテストを繰り返し、「どうすればD2C（ネット通販）のネット広告で商品が売れるのか」を徹底的に研究してきました。

そこから生まれた“最強の売れるノウハウ®”は、広告クリエイティブ、ランディングページ、申込フォームなど、コンバージョンまでの導線を徹底的に改善するための知的資産です。

しかし、我々はさらにその先へ行きます。

「どうすればフォームの CV 率が上がるか」だけではない。

「それでも離脱してしまった顧客を、どうすればもう一度“売れる”へ戻せるのか」。

これまで積み重ねてきた“売れる”という知見に、“Recovery”という新しい武器を掛け合わせる。

だからこそ『UreRey』なのです。

【『売れる D2C つくーる』×『UreRey』——“売れるマーケティング・エコシステム”完成への重要ピース】

さらに我々が見据えているのは、『UreRey（売れりー）』単体での成長だけではありません。

売れるネット広告社グループには、“2,600 回以上”の A/B テストから導き出したノウハウを機能化した、ネット広告／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』があります。

この既存資産と『UreRey（売れりー）』には、極めて強力なシナジーがあります。

広告で「集める」。

LPで「欲しくさせる」。

フォームで「申し込ませる」。

そして離脱しても『UreRey』で「取り戻す」。

つまり我々は、従来の「コンバージョンするまで」の最適化から、「コンバージョンしなかった後」まで含めた最適化へと、その領域を拡張します。

『売れる D2C つくーる』で“売れる仕組み”をつくり、『UreRey』で“逃した売上”を Recovery する。

この循環が構築されれば、グループが長年蓄積してきた広告・LP・フォーム改善のノウハウと、離脱後のリカバリーという新領域が一本につながります。

我々が目指す「売れるマーケティング・エコシステム」に、新たな重要ピースが加わるのです。

【『UreRey』はまだ序章——「取りこぼしゼロ」のマーケティングインフラへ】

今後、売れるネット広告社は『UreRey（売れりー）』の導入拡大を進めるとともに、取得リード数、未 CV 率、リカバリー施策実施後の CV 率等のデータを蓄積・分析し、サービスを継続的に高度化してまいります。

短期的には、EC・D2C 事業者を中心に導入を推進し、「これまで把握できなかった離脱ユーザー」の可視化と再アプローチによる売上向上を支援。

中期的には、『売れる D2C つくーる』をはじめとしたグループ既存サービスとの連携を深め、「広告→LP→フォーム→離脱検知→再アプローチ→CV」という顧客獲得プロセス全体の最適化を目指します。

そして長期的に我々が目指すのは、『UreRey』を単なる“かご落ちツール”で終わらせることではありません。

広告費を投じて獲得した一人ひとりのユーザーを、最後の最後まで取りこぼさない。

「広告を増やせば売上が増える」という発想から、「今あるアクセスから生まれる売上を極限まで最大化する」という発想へ。

『UreRey（売れリー）』を、その新しいマーケティングの常識を創るサービスへと育ててまいります。

なお、本サービスの利用にあたっては、設置先となる EC サイトまたはランディングページにおいて、プライバシーポリシーへの同意等、個人情報を取得・利用するために必要となる適切なオプトインその他の法令上必要な対応を行うことを利用条件といたします。

売れるネット広告社グループは、これからも「売れる」を追求し続ける企業として、お客様に新たな価値を提供し続けるとともに、SaaS 事業のさらなる拡大を通じて持続的な成長を目指してまいります。

以 上