



## 広告運用サービスのご紹介

**真価を探求し、旗を掲げる。**

私たちは、深いビジネス思考で  
企業のあるべき姿を導き出し、  
目標に向かって伴走するパートナーです。



- 代理店からは過去の数値報告ばかりで改善に向けた提案が無い
- 問い合わせが売り上げに繋がらない
- プロダクト・LTV・利益構造・営業状況まで踏み込んだ提案が出てこない
- 効果の説明が「媒体の学習」のばかりで納得のいく説明をもらえない
- 「媒体の推奨です」「最近これがトレンドです」で終わる説明しかもらえない
- 代理店の資料を噛み砕いて社内に説明する必要がある



### 事業直結型運用



売上・LTVを最大化するための運用  
手前のCPAや配信予算にこだわらず、  
LTVやROASなど事業に直接インパクトを  
もたらず指標をKPIとした運用を行います

### データサイエンス運用



データサイエンスを用いた  
合理性・再現性の高い運用  
運用者の勤や、媒体の推奨など  
なんとなくの運用ではなく、  
データに基づく運用・改善提案を行います

### 一気通貫運用



一気通貫の運用による素早い対応と  
商材ナレッジ/商材理解の蓄積  
お客様とのコミュニケーションから  
実際の運用、クリエイティブ制作までを  
専属の担当が運用を行います



データを元にした運用で、リードタイムが長い商材、 LTVが重要な商材の  
お客様に多くご支援させていただいております。

### 従来の広告代理店

	獲得単価	
顧客 A	10,000円	優先順位 1位
顧客 B	20,000円	優先順位 2位
顧客 C	40,000円	優先順位 3位

- ❌ 利益を無視した運用
- ❌ 広告投資効率の最適化ができない
- ❌ 在庫やマージンを考慮できない

「1件あたりの獲得単価」で最適化

広告成果が売上・利益につながらない運用

### BINKSの事業直結型運用

	獲得単価 利益/LTV	
顧客 A	10,000円 20,000円	優先順位 3位
顧客 B	20,000円 40,000円	優先順位 2位
顧客 C	40,000円 100,000円	優先順位 1位

- ✅ 利益/LTVを考慮した運用
- ✅ 広告投資効率の最大化
- ✅ 在庫やマージンに応じた運用が可能

「利益貢献度ベース」で最適化

広告成果が直接売上・利益に繋がる  
事業直結型運用

INPUT

広告媒体データ

CRM/顧客データ

ユーザー行動データ

市況データ

PROCESS



OUTPUT

統計的・合理的な意思決定

再現性の高い施策

事業インパクトの大きい施策

高速PDCAサイクル

データサイエンスを基盤にした再現性のある分析・改善提案を行うことで  
運用者の「勘」や「なんとなく」ではなく、再現性の高い合理的な施策実施が可能

## 従来の広告代理店



運用と営業が分断されることで、  
顧客理解や改善意図が正しく共有されず、  
意思決定や施策の質が低下

## BINKSの一気通貫運用



### 提供役務

- 初期アカウント設定
- 各種媒体の運用調整入稿
- LPO案起案
- デイリーレポート
- 定例MTGでの  
数値報告/改善提案
- 定常連絡
- 広告バナー制作
- 広告動画制作\*

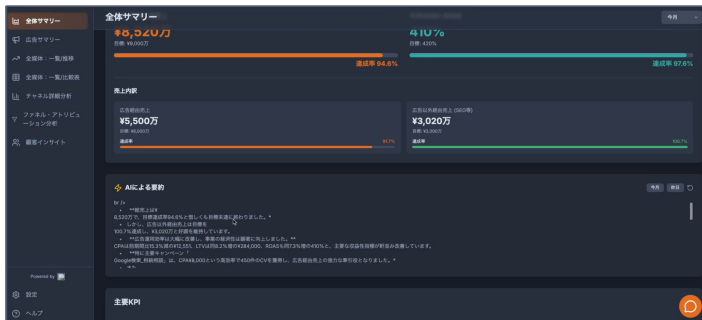
\*運用金額によって変動

手数料率:運用金額の 20%\*

\*運用金額によって変動

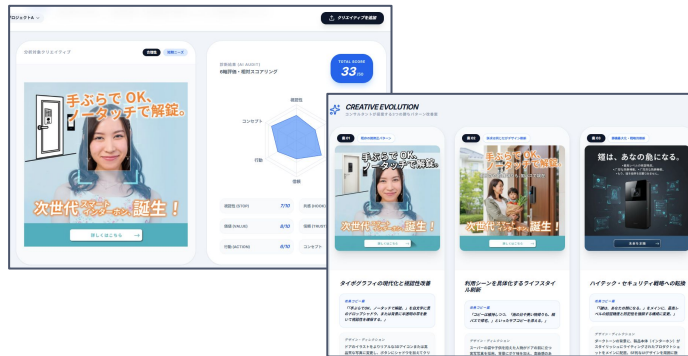
全員が営業兼運用担当のチームで運用を行うため  
顧客理解が深まり、状況把握・分析結果を常に共有  
安定した運用支援が可能に  
また手数料内でクリエイティブ制作も可能

# ダッシュボードAI



事業上の数値をすべて一元管理し、  
事業の状況、広告の配信状況まですべて確認可能  
自然言語での質問に対してAIが事業の状況を回答

# クリエイティブAI



AIによるスコアリングと  
複数クリエイティブの横断分析からクリエイティブの最適  
化案と各種要素の自動生成  
従来よりも高速でPDCAを行うことが可能

## LTVサイエンスを基礎とした広告代理店である BINKS独自のAIで事業成長をサポート

※ご利用には条件がございます。

### 人材

売上200億円強  
ハイキャリア転職エージェント

売上490億円  
総合転職エージェント

若手向け転職エージェント

### 教育

老舗語学教育総合企業

上場オンライン  
英会話教育会社

業界トップ  
プログラミングスクール

### 美容

歯科矯正クリニック  
運営会社

大手化粧品メーカー

美容機器メーカー

### 店舗

パーソナル  
トレーニングジム

大手調剤薬局

脱毛クリニック

### 金融

大手ネット保険会社

ネット銀行

株式投資型  
クラウドファンディング

### 不動産

不動産投資  
業界最大手R社

クラウドファンディング型  
不動産投資C社

不動産デベロッパー  
K社

### WEB

業界特化メディア運営会社

不動産領域のポータルサイト  
運営会社

総合ECサイト

### 設備/工事

電気工事関連企業  
(エアコン/防犯カメラ/太陽光など)

住宅リフォーム

EV充電設備工事

## LPO体制の抜本的な改善により、全体のCV数を大幅拡大

## 学習データと部署のKPIの変更ににより、売上単価の下落の課題を解決

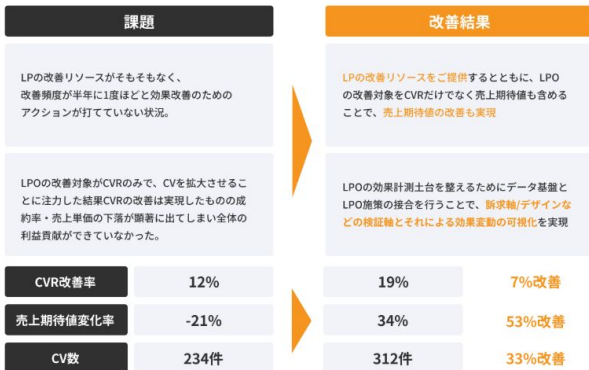
業種 転職エージェント  
規模 売上150億前後  
社名 W社様

### 支援内容

検索広告運用

SNS広告運用

LPO



業種 toBコンサル  
規模 上場企業  
社名 E社様

### 支援内容

検索広告運用

SNS広告運用

データサイエンス

マーケティング



## pLTVの導入に伴う広告運用/データ分析体制の切り替えにより、業績大幅改善

業種 ポータルサイト  
規模 上場企業  
社名 K社様

### 支援内容

検索広告運用

SNS広告運用

データサイエンス



## 短期的なCPA改善から長期的なLTV最大化まで 幅広い課題に対してご支援が可能

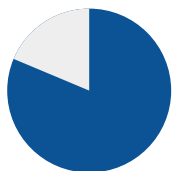
	顧客属性	ご相談内容	取り組んだこと				改善成果	
<p>短期的</p> <p>↑</p> <p>↓</p> <p>長期的</p>	ミールキット 定期宅配サービス	とにかくトライアルキットの CPAを下げたい	データ	広告	サイト UIUX	CRM	「トライアル」に焦点を当てた 「安くても良い理由」を説明 するバナー-CR開発やアンケートLP実施	月間数百件実績から 1万件のトライアルへ拡大
	完全栄養食 D2C	トライアル離脱が多く 定期引き上げを強化したい	データ	広告	サイト UIUX	CRM	定期に至る理由は味自体よりも、 「ダイエット」等のユーザー軸での 目的があることを発見、ペルソナ別に CRやLPを作り込む。	定期引上率10%以下→25%超 月間定期獲得3000件を達成
	ポータル 仲介サイト	利益率の良い顧客層を優先的に 獲得したい	データ	広告	サイト UIUX	CRM	利益率良い顧客の属性傾向の分析をし、CV タグの value値を条件発火で重みづけ、配 信最適化設計	CV数21%上昇 顧客単価17%改善
	健康食品D2C	継続利用1年以上の優良 定期顧客比率を上昇させたい	データ	広告	サイト UIUX	CRM	継続利用率の高い顧客と類似顧客層の重点的 な広告配信、最適化したCR/LP整理、じこ CRMの細分化	1年半で定期顧客売上 10倍超に極大成長
	化粧品メーカー	デジタルだけでなく店舗で 継続購入する顧客を獲得したい	データ	広告	サイト UIUX	CRM	「店舗での再購入顧客」傾向と広告配信デー タを重回帰分析。 店舗で再購入する条件となる知覚刺激をAD/ サイト体験でともに再現	店舗売上31%上昇

運用効果差の勝率の高さ、他代理店様からご移行前後の効果改善率から実績を以った運用力の高さがございます。

ダブルアカウントでの運用勝率 \*

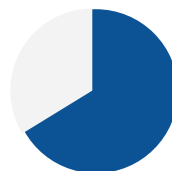
Google: 9戦7勝

78%



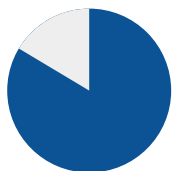
Yahoo: 6戦4勝

67%



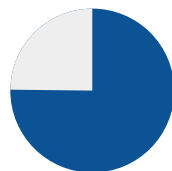
META: 5戦4勝

80%



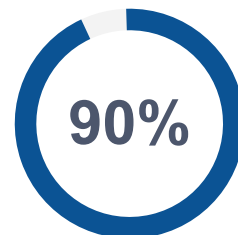
TikTok: 4戦3勝

75%

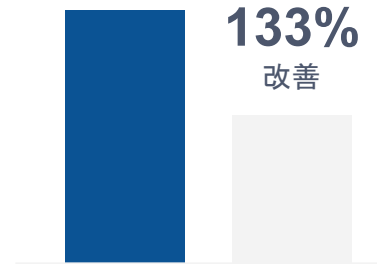


移行後の効率改善実績

アカウント移行2ヶ月後の効果改善成功率



効果改善率  
(移管前比)



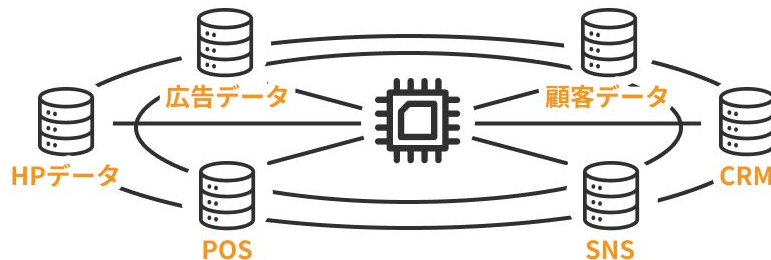
\*同時期に複数代理店が運用を行った場合の効果改善率の比較  
© 2026 BINKS INC. All Rights Reserved.

# LTVの最大化運用について

様々な顧客データから生涯顧客価値を予測する

# pLTV

**predict**      **Life Time Value**  
(予測する)                      (生涯顧客価値)



# pLTV\* = LTVの予測モデルを軸に、顧客の収益最大化をご支援

## 課題

CPAベースでの運用により  
ユーザーの質を広告で  
コントロールできない

- CPAは好調なのに売上が伸びない
- ターゲット外の顧客ばかりCVする
- 市場シェアを取りきっており予算を伸ばしてもアップサイドが薄い

## ROAS運用に移行できない理由

### 事業的要因

- ・成約までのリードタイムが長すぎる
- ・短期間で連続的な購入が発生する

### 構造的要因

- ・データベースが整備されていない
- ・どんなデータが必要かわからない

### 運用的要因

- ・ROAS運用の調整レバーがわからない
- ・媒体に顧客データを返せない

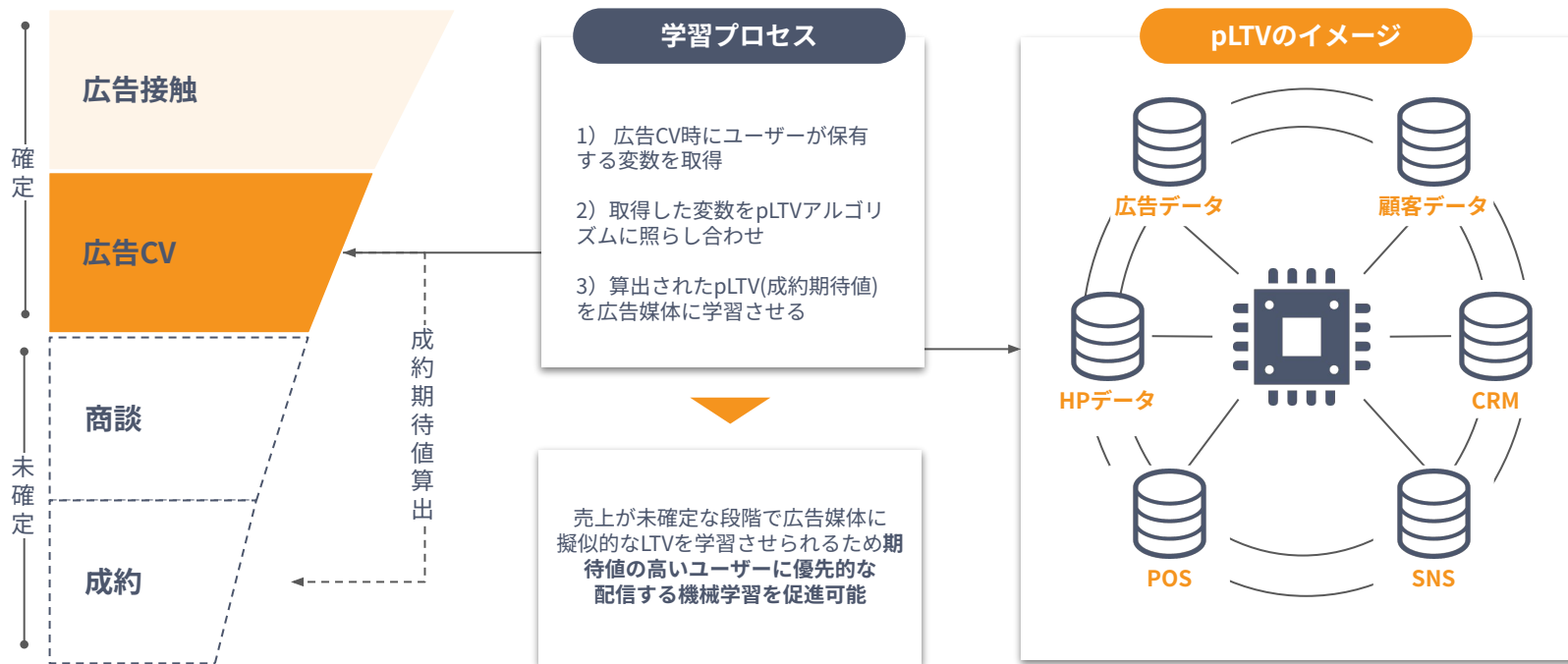
## 解決策

pLTVを用いたROAS運用で  
質の高いユーザーに対して  
広告配信を加速

- 運用KPIが事業KGIに連動
- 売上に繋がるユーザーの獲得を促進
- 市場シェアの定義を数から質に転換

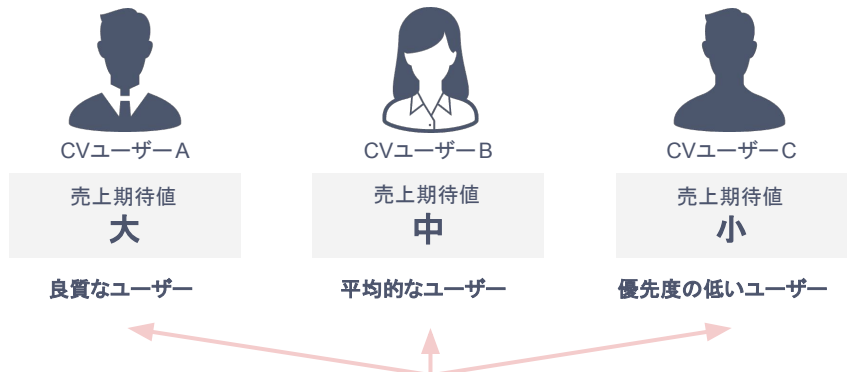
pLTV\* : predicted(予測された)LTV

## 様々なデータから期待値モデルを作成し、 広告CVのタイミングでpLTVを算出



# 期待値の高いユーザーに重点的な配信を行うことで 量ではなく質を追求した運用が可能

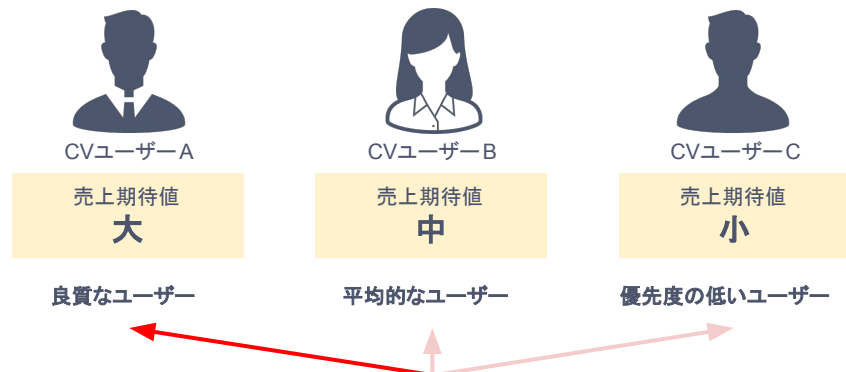
## CPAベースの広告運用



全顧客を同じ価値とみなして広告配信をするため、  
売上単価の高いユーザーへの配信が困難

競合アカウントが CV値運用をしていた場合、成約単価の高いと考えられるユーザーが検索した際に**競合アカウントがなるべくクリックされるように CPMを引き上げてくる**が、CV数の最大化運用のアカウントは全ての CVを同一の価値と学習されているため、入札で負けて高単価成約を逃してしまう。(売上単価が高いユーザーへの配信が徐々に難しくなってくる) → **質の悪いユーザーに対しての配信が加速してしまう。**

## pLTVを用いた ROAS運用



質の高いユーザーに対しての配信を加速

キーワードごとの入札調整だけでなく、売上が高いユーザーに対しての配信を強化するため、蓋を開けてみないと成約単価の高い / 低い分からない KWは特に効果を発揮できる。また、CPA以外に送客ユーザー数を上げることで利益の改善が見込める今回に関しては 特 に効果的な運用。

## pLTV算出に用いる主要アルゴリズム

### クラスタリング

教師なし学習によるセグメンテーション

代表的手法

k-means

GMM

### 分類(Classification)

再来・購入確率(0/1)の予測

代表的手法

XGBoost / LightGBM

Random Forest

Logistic Regression

### 深層学習

ユーザーの行動系列を学習し、文脈を捉える。

代表的手法

RNN

LSTM

Transformer

### 回帰(Regression)

将来LTV金額・頻度の予測

代表的手法

XGBoost Regressor

Tweedie / Gamma / Poisson

## 「成約リードタイムが長い」「顧客ごとのLTVに分散が大きい」 上記特徴のあるサービスと相性が良い

### 業界例

### ビジネス上の特徴

**B2B/SaaS**

リード発生から成約まで数ヶ月かかるモデルが一般的。  
業界としてCPAが高くなりがちなのでその後の継続率が非常に重要となる

**不動産**

成約リードタイムの長さに加えユーザーごとに購入する物件価格に大きな幅がある。  
また顧客の保有資産や社会的信用が売上を大きく左右するため、優良顧客の確保が重要

**金融**

「契約して終わり」ではなく、その後の取引頻度や預入資産額が重要になる。  
登録ハードルは高くないものの休眠ユーザーの割合が高くなりやすい業態。

**人材**

登録から内定まで数ヶ月は必要とする上、「登録するが、内定がでない」ユーザーを抱えるコストが大きい。  
現年収や職種など登録時に一定の売上期待値が予測される。

## pLTVの実現に向けて以下のステップで導入を伴走

### STEP1

データベースの整備と  
説明変数の充足

#### 主な実施内容

- データのクレンジングと正規化
- 事業プロセスの整理と取得変数の追加
- 運用ルールの策定

### STEP2

pLTV算出のアルゴリズム開発と  
媒体に値を返すシステムの開発

#### 主な実施内容

- 過去成約データの分析
- 事業/DBを加味した最適アルゴリズムの選定
- GTM/BigQueryなどを用いた即時的に媒体へインポートする機能の開発

### STEP3

pLTVを用いた広告運用と  
アルゴリズムの修正

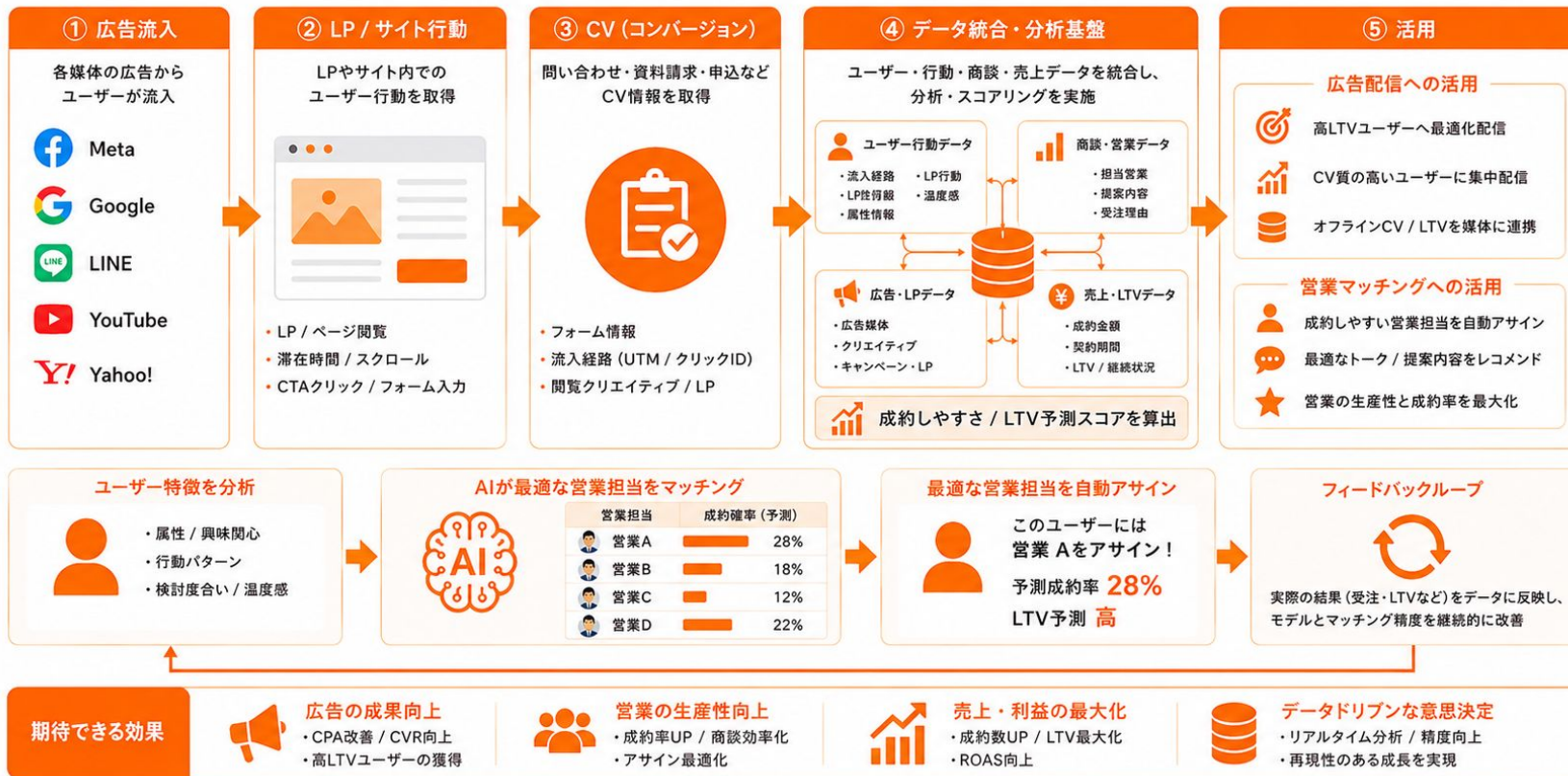
#### 主な実施内容

- pLTVをベースとしたROAS運用の実施
- ROASの調整レバーの選定
- pLTVと実LTVの乖離をモニタリングしアルゴリズムをアップデート

注1：pLTVの算出のためには一定量のCV数が必要となるため、全てのクライアント様で導入可能なプロダクトではございません

# データサイエンス運用について

ユーザー行動データを一元管理し、最適な広告配信と営業マッチングで成約率・LTVを最大化



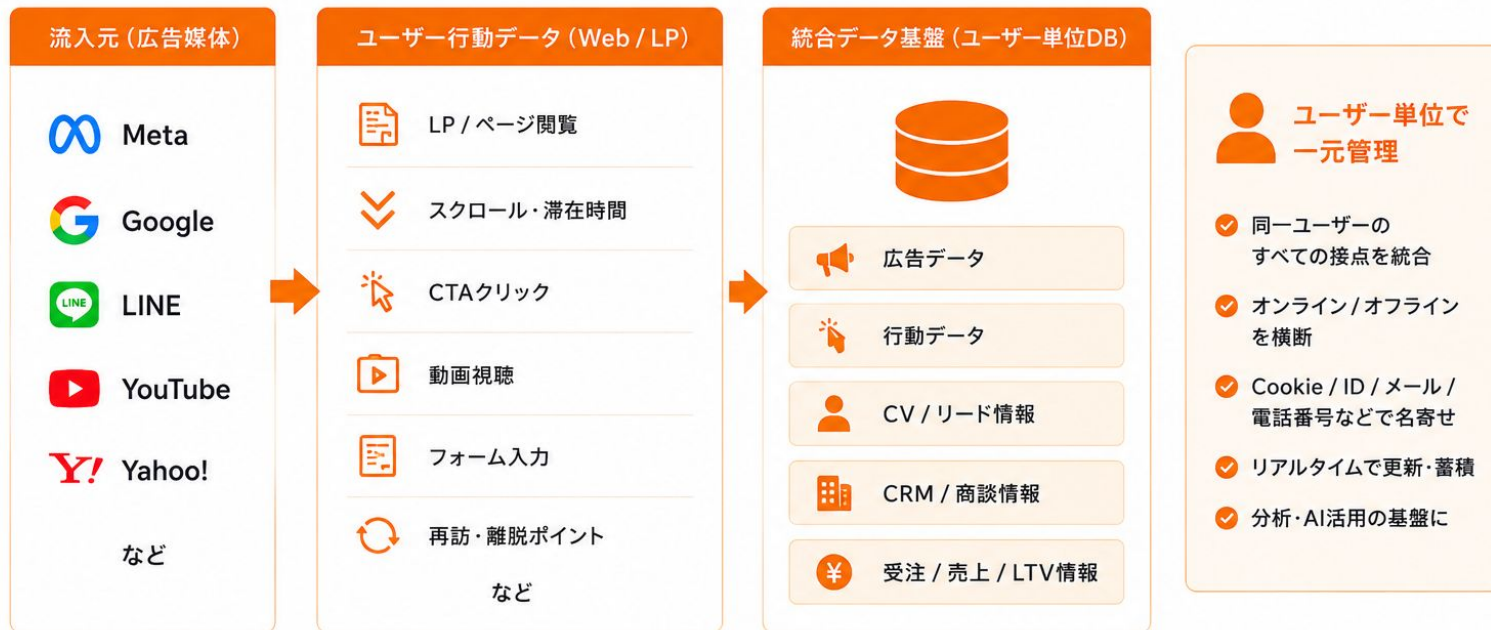
現状の課題：データや業務が分断され、全体最適ができていない



理想の姿：広告～LTVまでを一気通貫でつなぎ、売上を最大化



データドリブンで「誰に・どの広告を見せ・誰が対応すれば最も成果が出るか」を最適化



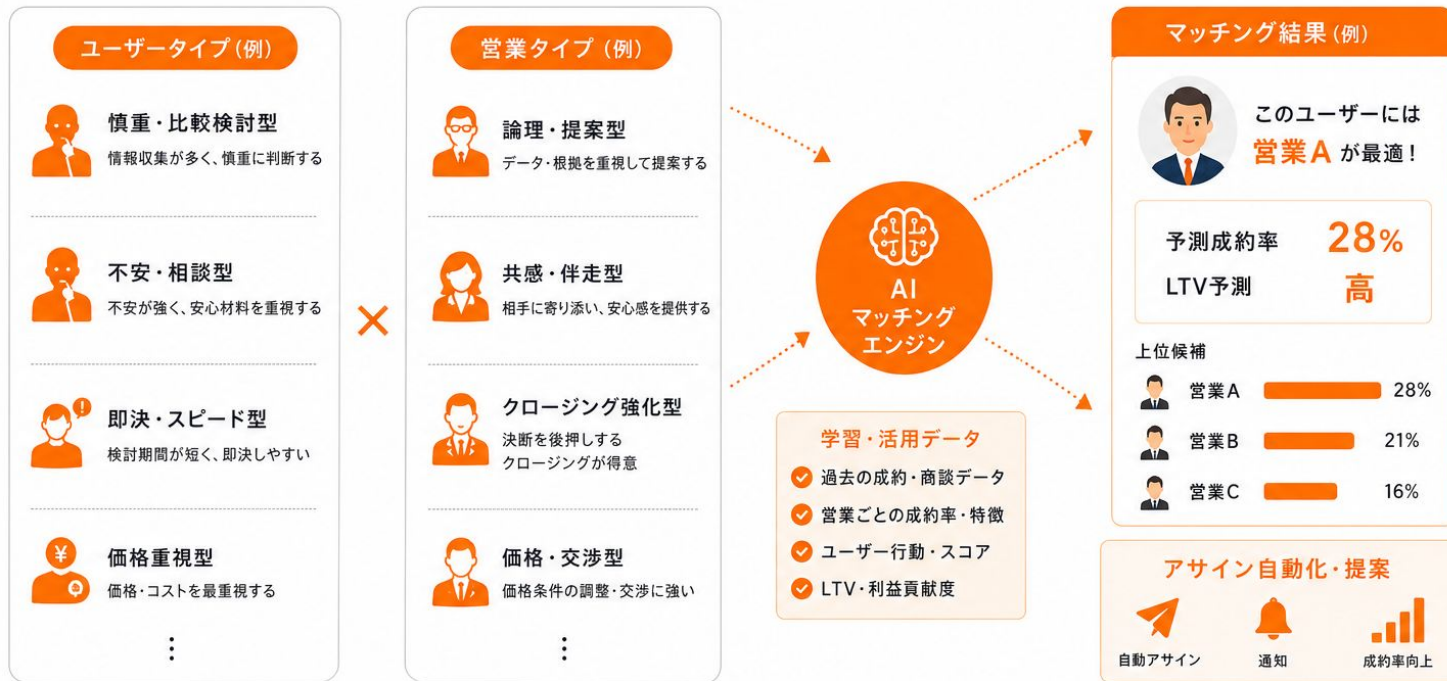
あらゆる接点のデータをユーザー単位で統合し、分析・最適化の基盤を構築

データがつながることで、ユーザー理解が深まり、より精度の高い施策と意思決定が可能に



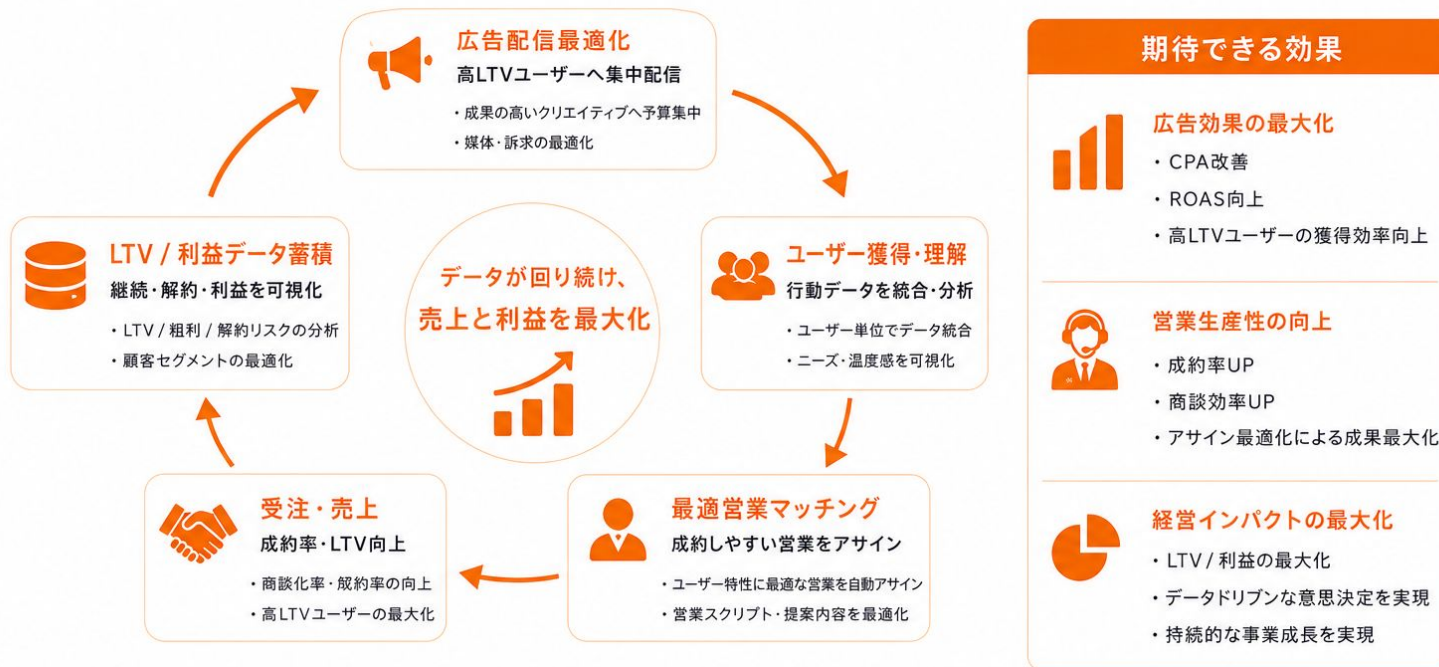
CV数の最大化ではなく、LTV・利益の最大化につながるユーザーを見極める

「なんとなく良さそう」ではなく、データに基づいて“本当に成果の出るユーザー”を可視化



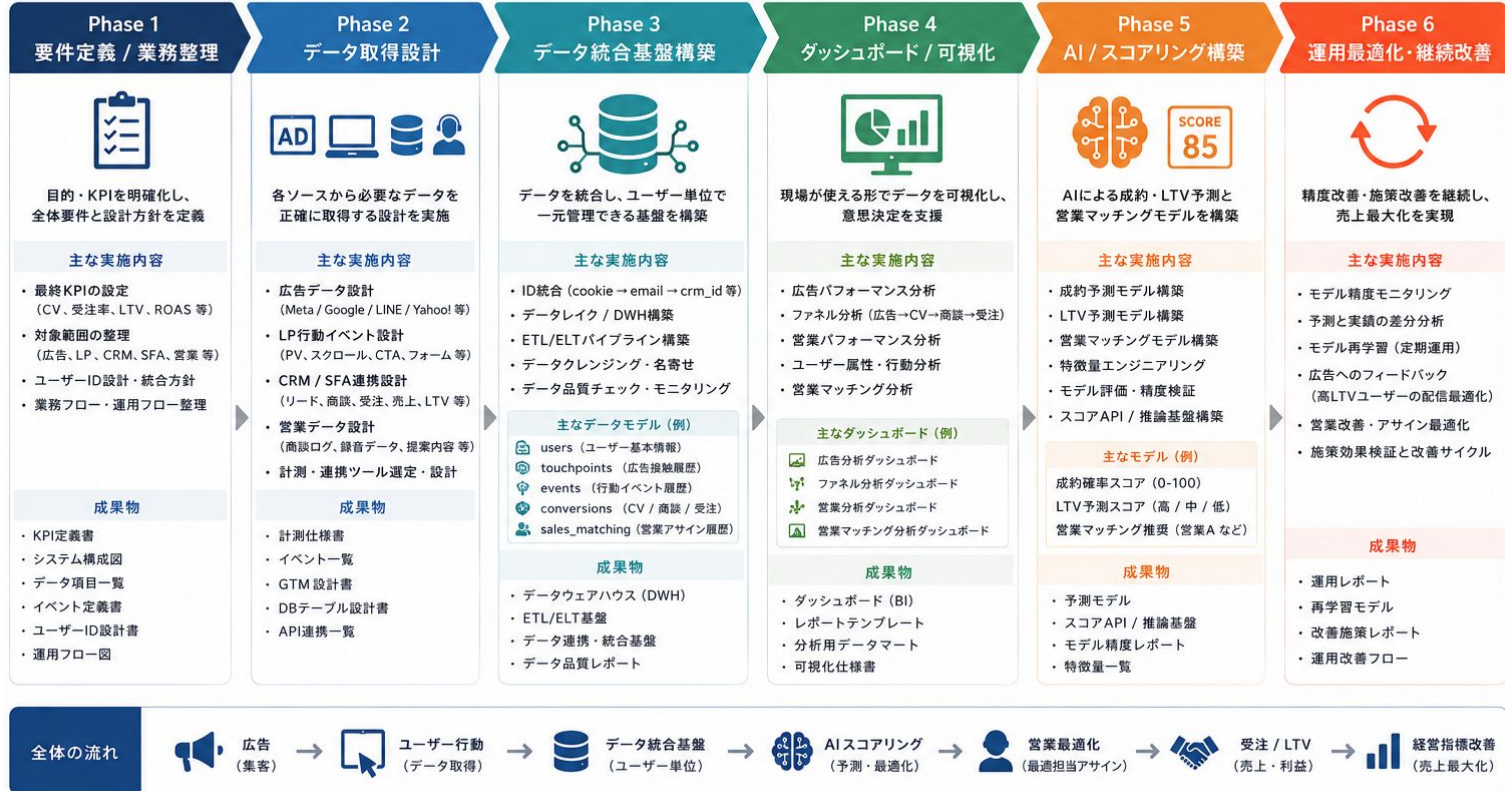
人の経験と勘に頼らない、再現性のある営業体制を構築

ユーザーと営業の相性をデータで最適化し、成約率・LTVの最大化を実現



 **広告・データ・営業をつなぎ、再現性のある売上最大化モデルを実現します**  
データに基づく意思決定で、高LTVユーザーの獲得から受注・継続までを最適化し、持続的な事業成長を実現

データ基盤からAI・営業最適化、経営インパクト創出までを段階的に構築



# ご提案

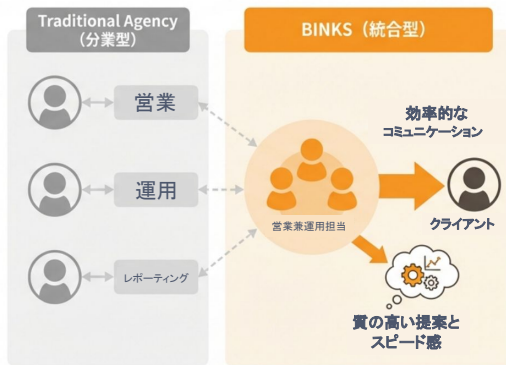


## 広告相談



60分のオンラインMTGにて、  
現状課題の整理と改善余地の  
ご提案を行います

## セカンドオピニオン



既存代理店様との定例MTGに同席し、  
第三者視点でのレビューと  
提案を行います。

## 無料アカウント診断

アカウント診断結果		株式会社○○様_20200101	
	<b>キーワード戦略</b> 検索キーワード選定が適切に 行われており、広告の表示回数 が安定している。ただし、競合 広告との差別化が不足している ため、より効果的なキーワード を選定し、広告の表示回数 をさらに増やす必要がある。	<b>入札戦略・入札単価</b> 入札戦略が適切に設定されて いる。ただし、入札単価が競 合よりも高い傾向にあるため、 より効果的な入札戦略を考 案し、入札単価を下げることが 必要である。	<b>品質スコア</b> 品質スコアが競合よりも低い 傾向にある。これは、広告の 表示回数が増える一方で、 クリック率やコンバージョン 率が低いことが原因である。
	<b>最適化対策</b> 競合の広告戦略を分析し、競 合よりも効果的なキーワード を選定し、広告の表示回数 をさらに増やす必要がある。	<b>クリエイティブ</b> クリエイティブが競合よりも 効果的である。ただし、競 合よりも効果的なクリエイ ティブを開発することが必要 である。	<b>改善方針</b> 本アカウントは、CPAが競合よりも 高い傾向にある。これは、競 合よりも効果的なキーワード を選定し、広告の表示回数 をさらに増やす必要がある。

検索広告/Display広告問わず約20項目を元に  
広告アカウントの状態を分析し、改善ポイントを  
レポート形式でご提出します。

まずは負担の少ない形からでも構いません。  
貴社の状況に合わせて最適な進め方をご提案いたします。



とりあえず話して整理したい、  
サービスについて知りたい



①広告相談



今の代理店の動きをチェックしたい



②セカンドオピニオン



具体的な改善案と  
アカウントの状態を確認したい



③無料アカウント診断

## 診断・ご相談の流れ

1

お問い合わせ

フォーム/電話/メールにて  
お気軽にご連絡ください

2

NDA締結

機密保持契約を  
締結いたします

3

権限共有・日程調整

診断の場合は権限共有  
MTGの日程調整を  
させていただきます。

4

分析・診断・お打ち合わせ

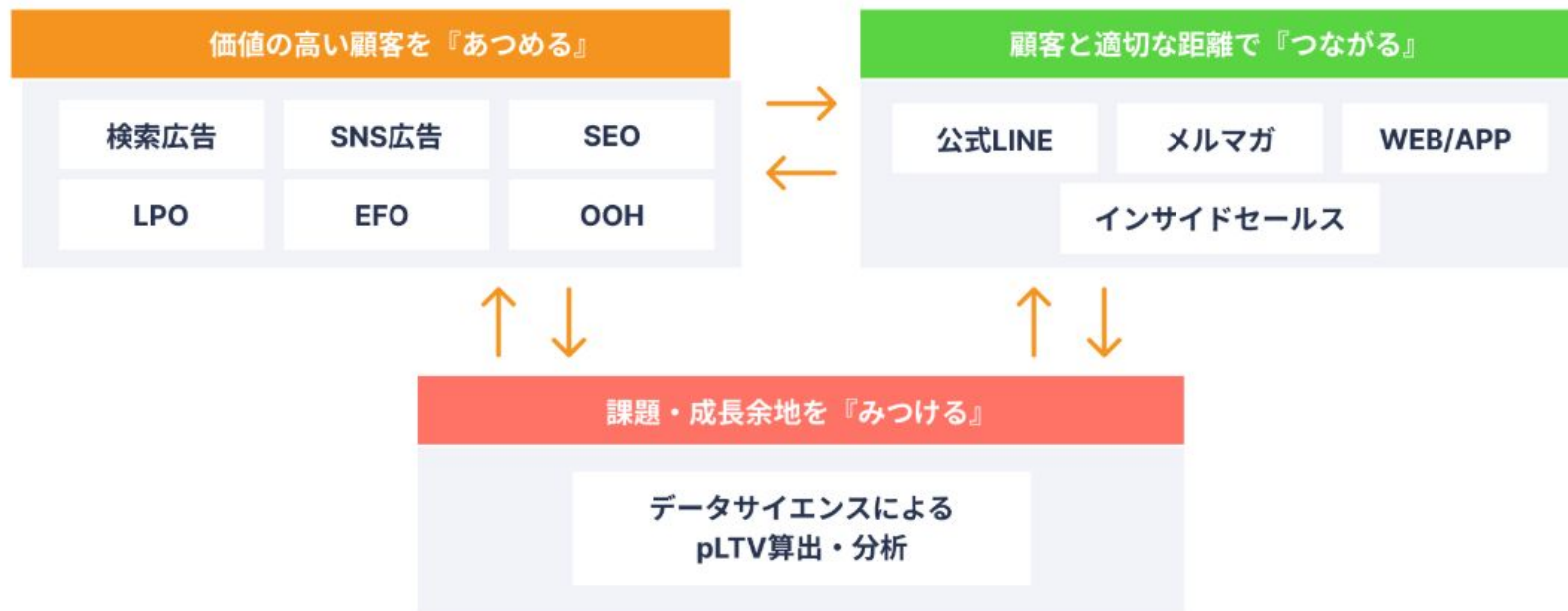
専任チームが約20項目を徹底分析、  
お打ち合わせを実施

5

ご報告

改善プランを  
詳細レポートにてご報告

『あつめる』 『つながる』 『みつける』 の  
一気通貫のご支援によってクライアント様の事業成長を叶えます。



## 会社概要

会社名	株式会社BINKS
HP	<a href="https://binks.jp">https://binks.jp</a>
所在地	東京都文京区後楽2-2-10 松屋ビル901
代表	船木 創太
設立	2020年1月
従業員数	25名
事業	LTVサイエンス事業
親会社	株式会社エフコード <sup>®</sup> (9211*) *東京証券取引所グロース市場

## 取引先実績



## 問い合わせ先

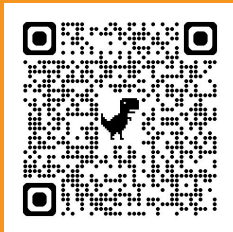
執行役員  
MarketingSolution事業部 事業部長  
齊藤 大河  
TEL : 070-8917-9630  
Mail : [sales@binks.jp](mailto:sales@binks.jp)



# BINKS

ご不明点・ご質問もお気軽にご連絡ください。  
お問合せお待ちしております。

[お申込みフォームはこちら](#)



齊藤宛 : sales@binks.jp / 070-8917-9630