報道関係者各位

2026 年 11 月 25 日
株式会社メディックス

メディックスは、LPO AWARD 2026 でゴールド賞を受賞

パーツ単位の高速検証と伴走型支援による、持続的な LPO 運用が評価



インターネット黎明期から企業のデジタルマーケティングを支援している株式会社メディックス(本社：東京都千代田区、代表取締役社長：馬場 昭彦、以下：メディックス)は、LeanGo 株式会社が主催の LPO(ランディングページ最適化)の優れた取り組みを表彰する「LPO AWARD 2026」において、「パーツ単位の高速検証と伴走型支援で拓く持続的 LPO 運用」の取り組みが評価され、ゴールド賞を受賞したことをお知らせいたします。

LPO AWARD 2026 受賞事例インタビューは、こちら

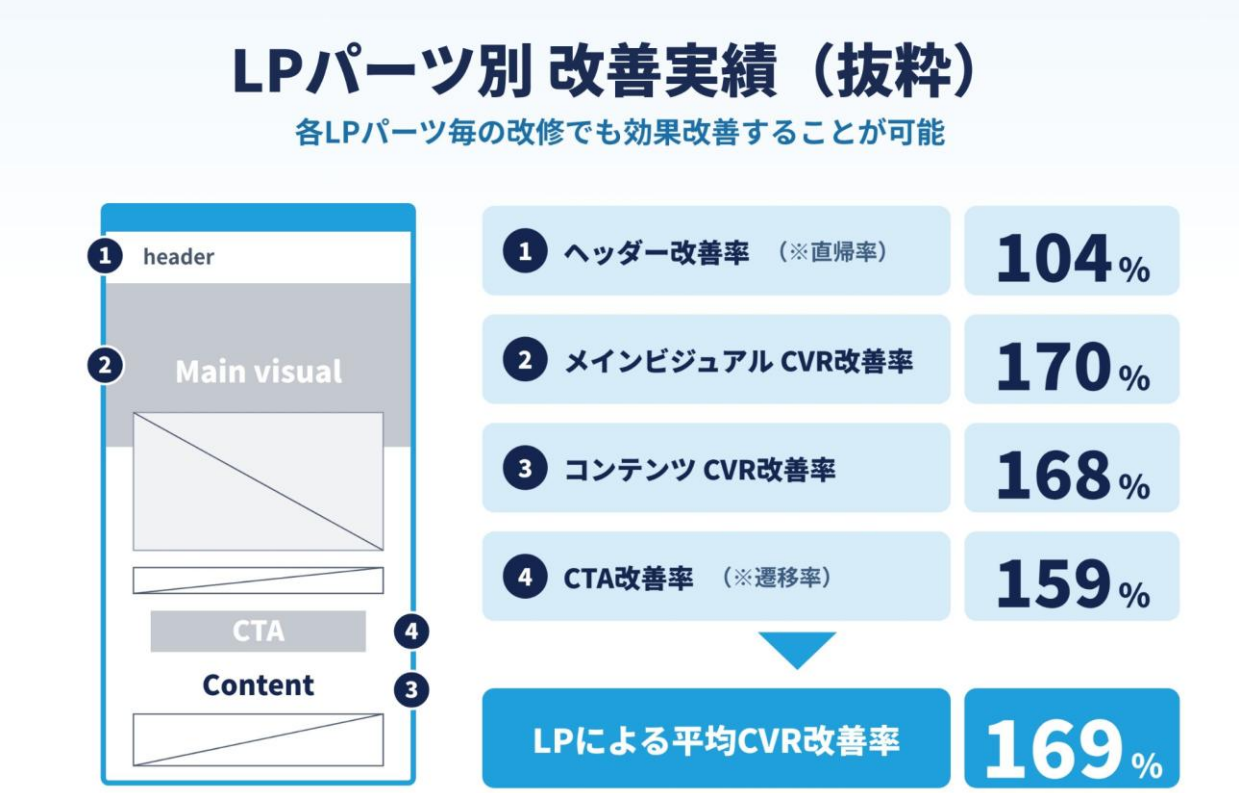
■LPO AWARD とは

LPO AWARD とは、LeanGo 株式会社が主催する、LPO（ランディングページ最適化）の取り組みを表彰するアワードです。成果改善の実績と、LPO という手法の価値を広める取り組みの両面から、優れた事例が選出されます。

■受賞の背景と評価された取り組み

メディックス営業ユニット内のアドクリエイティブ推進部（B-SOKU）は、Web 広告クリエイティブの「制作」「プランニング・提案」「効果検証・ナレッジ共有」を専門に担い、アカウントプランナーと並走して広告アカウント全体を並走し、LPO の提案をします。
そして、広告媒体の自動学習が高度化し、LP を CVR のみで評価することが難しくなったことを受け、約 2 年前から LPO ツールを導入した本格的な取り組みを開始しました。今回、評価された取り組みの特長は、次の 3 点です。

1. **アカウントプランナーと並走する「伴走型」の LPO を提案する**
   専門知識を持つアドクリエイティブ推進部（B-SOKU）のメンバーがアカウントプランナーと対等な立場で並走し、広告運用全体に伴走しながら、LPO を提案。広告媒体の自動最適化を妨げない形でクリエイティブの PDCA を回せるよう、LP の設計段階から参画します。
2. **パーツ単位の高速検証で、改善を積み重ねる**
   LP の本数を増やしすぎず、初期の制作段階から検証を前提に設計することで、検証後のコンテンツ順序の入れ替えなど、改善スピードを向上します。ヘッダー・メインビジュアル・コンテンツ・CTA のパーツ単位で効果を検証し、LP 全体を作り直すことなく、ピンポイントで改善を重ねます。様々な業種の LP で、パーツごとの改善実績を数値化します。



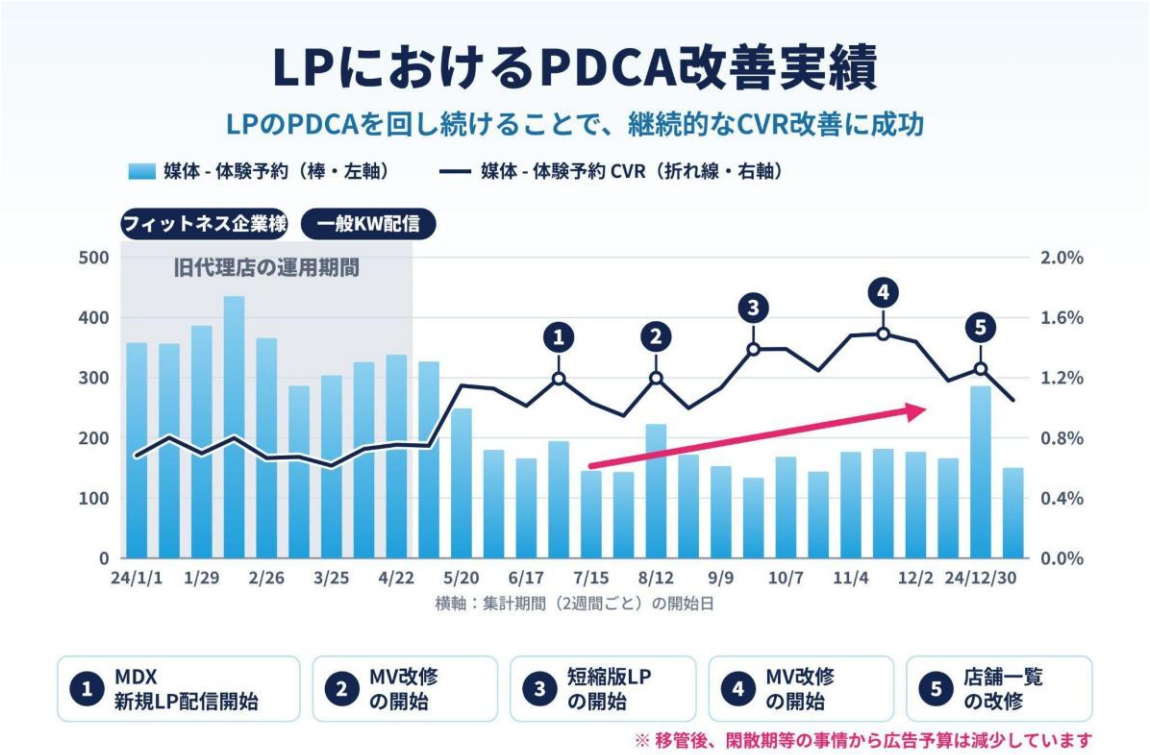
※メディックスが、2025 年 1 月 24 日時点の自社データから、当社支援案件 3 業種 4 事例のパーツごとの改善率を抜粋（資料名：「LP パーツ別 改善実績（抜粋）」）。各改善率は、100%を超えると改善を示す。①ヘッダー改善率（直帰率）104%：ブライダル企業のディスプレイ配信（NW）における、ロゴへの導線追加前後の直帰率の比較。「改善前÷改善後」で算出。②メインビジュアル CVR 改善率 170%：フィットネス企業のサーチ配信（一般）における、メインビジュアル変更前後の CVR の比較。「改善後÷改善前」で算出。③コンテンツ CVR 改善率 168%：フィットネス企業のサーチ広告（一般）における、LP の短縮化前後の CVR の比較。「改善後÷改善前」で算出。④CTA 改善率（遷移率）159%：モビリティ企業の広告流入（全施策合算）における、CTA ボタンの文言変更前後の遷移率の比較。「改善後÷改善前」で算出。⑤LP による平均 CVR 改善率 169%：②と③の CVR 改善率の平均。

3. **ナレッジの蓄積と仕組み化で、属人化しない持続的な運用をする**

   計測環境の整備をパッケージ化して LPO を商品化し、社内リリースを実施。案件を横断して、ナレッジを蓄積・共有し、継続的な改善でクライアントとの信頼を深めながら、より踏み込んだ検証に挑戦できる好循環を生みます。

■取り組み事例：フィットネス業界（ホットヨガ）

旧代理店からの運用移管を提案するコンペで、LP が体験予約への導線のみによる入会の動機づけが弱いことを課題として発見しました。ターゲットを複数のペルソナに分解し、ペルソナごとに設計したバナーと、入会への懸念を払拭する LP を提案しました。移管前は 1%以下だった CVR は、移管後の継続的な PDCA により、2025 年 1 月時点では 1.01%まで改善。



※メディックスが、2024 年 1 月 1 日～2025 年 1 月 21 日の自社データを集計したものをグラフ化（資料名：「LP における PDCA 改善実績」）。

■受賞コメント

メディックス コンシューマーマーケティングユニット アドクリエイティブ推進部(B-SOKU)

部長　古林優子

「広告媒体の機械学習などを考えても、今や LPO なしでは PDCA を回すのは難しくなっています。運用と LPO はセットで導入し、すべての案件に LPO ツール導入を前提として推進していければ、と思っています。LP の改善を気軽にまわしてもらうためのパッケージ、業界ごとの勝ちパ

ターンをもとにした勝ち LP フォーマットの開発など、気軽に PDCA を回していくための環境整備をすすめていきます。」

メディックス　コンシューマーマーケティングユニット アドクリエイティブ推進部(B-SOKU)
田上 優

「AI による自動化が進む時代だからこそ、戦略設計から制作・運用・改善までを一気通貫で伴走できることが、メディックスの強みだと改めて実感しています。今回の受賞を励みに、LP-PDCA による大きな成果をクライアントの皆様にお返しできるチームを目指します。」

LPO AWARD 2026 受賞事例インタビューは、こちら

■メディックス 会社概要

本社：東京都千代田区神田神保町 1-105　神保町三井ビルディング 19F
事業内容： デジタルマーケティングの総合コンサルティング
インターネット広告の代理店業務、インターネット広告の企画・制作/Web サイトの構築/Web 解析の運用コンサルティング/CRM コンサルティング/データ活用基盤の構築/メディア支援事業（営業代行、サービス開発など）
コーポレートサイト：https://www.medix-inc.co.jp/
公式 Instagram：https://www.instagram.com/medix_culture/
公式 Facebook：https://www.facebook.com/medix.co.ltd

■B-SOKU について

B-SOKU とは、「クリエイティブで効果を加速させる」という大義を掲げ、2017 年にメディックス内で設立した、バナー広告や動画広告、LP など集客に関わるクリエイティブを一手に担うアドクリエイティブ専門チームです。

■本件お問い合わせ先

株式会社メディックス　広報担当：徳田
TEL：03-5280-9471　メールアドレス：pr@medix-inc.co.jp

Think big.
medix