



創業の原点であるニューヨーク、新規事業の拠点となった香港、生産拠点の中国。松浦代表は常に現場に立ちゼロから事業を創出してきた。

EC売上アップのため、Web広告運用を根本から見直し 費用対効果を劇的改善

ECBB株式会社は、オリジナルプロダクトの企画・販売を行う「メーカーズ事業」と、Web制作・システム開発などを行う「Web IT事業」の2つを事業の柱としている。2年にわたるハンズオン支援で「メーカーズ事業」のWeb広告運用改善に取り組み、大きな成果を上げた。

本事業に申し込んだ背景

世の中にないものを創り出す

当社は1999年にWeb IT事業から始まり、EC構築パッケージのほか、さまざまなWebサービスを提供してきました。その後、2015年にオリジナルプロダクトを企画・開発・販売する「メーカーズ（モノづくり）事業」をスタート。スマホ・タブレットケース『Palmo』は、グッドデザイン賞などを受賞しています。どちらの事業も、「世の中にないものを生み出す」をコンセプトに新しい価値の提供を目指しています。

Web広告運用のパートナーを求めて

いわばWebのプロともいえる当社が、ハンズオン支援（アドバイザーが専属で継続的に支援）に申請した主な理由は、メーカーズ事業におけるWeb広告の運用改善に取り組み、EC

での売上向上を図ることでした。Web広告の効果を高めるためには、運用結果の高度な分析に基づく細やかな改善が不可欠です。そこで、デジタルマーケティングにおいて課題となっている、広告運用の部分をサポートしていただきたいと考えたのです。

アドバイザーによるハンズオン支援の内容

広告効果の向上を図る

Web広告は出稿して終わりではなく、運用結果に基づき多数の設定項目を調整・改善するチューニングを継続的に行ってこそ効果が上がります。ひとくちに営業DXといっても、広告運用のほかにSEOやSNS、動画など、テーマは多岐にわたりますが、当社の担当アドバイザーはとりわけアクセス解析の知識を豊富に持たれていたため、Web広告の解析をもとに

改善点をご教示いただきながら、広告効果の向上を図ってまいりました。

具体的な販路開拓への取り組み

広告媒体に合わせた改善案

Web広告の設定項目は随時アップデートされ、Google広告、Meta広告（Facebook、Instagram）など媒体ごとに仕様も異なるため、高度な知見とデータを読み解く力が求められます。アドバイザーには、約1か月ごとのミーティングで、当社が出稿している複数の広告媒体の運用状況を分析の上、それぞれに合った改善案を提示いただきました。そのアドバイス内容をベースにして、チューニングをしながら広告運用の改善を行ってまいりました。

「塩梅」を見極め、効果を最大化

Web広告の費用対効果を測る指標としてCPO（Cost Per Order：新規顧客1件あたりの注文獲得単価）があります。CPOは上がり過ぎると利益が出ませんが、守りに入って下げ過ぎても効果が期待できません。重要なのは、効果の低い広告の費用をカットし、その予算を効果が出ている広告に投入するなど、より効率良くCV（コンバージョン）を獲得するための良い「塩梅」を見極めることです。その点、アドバイザーの的確な分析や改善提案は、さまざまな経験をしてきた当社にとっても納得できる素晴らしい内容で、広告運用を根本から見直すことができました。



日本のグッドデザイン賞、ドイツのレッドドット・デザイン賞をダブル受賞したスマホ・タブレットケース『Palmo』ほか、メイカーズ事業で手がけたプロダクトは多岐にわたる。

デジタルマーケティングの効果

費用対効果が劇的に改善

アドバイザーと協議しながら広告の設定内容を見直し、PDCAを回した結果、当社のCPOは劇的に改善していきま



「ミーティングでは毎回新たな発見があり、アドバイザーの提案を実行すると手応えを得ることができました」と話す松浦代表。

た。日々数字は動いていますのであくまでおおよその目安ですが、これまで一つの注文獲得に1,500円の広告費を使っていたのが、1,000円に削減できた、それくらいの成果を上げています。

ハンズオン支援を利用して成功するポイント

2年にわたり教えていただいたWeb広告の運用ノウハウや取り組みの一つひとつが、当社の糧となりました。高度な専門領域を持つアドバイザーからサポートを受けられるハンズオン支援は、意義のある素晴らしい取り組みだと思います。利用する際のポイントになるのは、アドバイザーとの初回のミーティングにあると思います。悩んでいること、解決したいことを正直にお話し、協議して、課題を明確化できれば、支援の方向性と内容も定まります。デジタル施策で重要なのは、データ解析を行い継続的に改善していく点だと思います。当社の場合、そのPDCAをアドバイザーとともに2年にわたって回していくことで、自社に合った効率的な改善方法や知見を得ることができました。（2023年12月時点の情報です）

■事業内容：オリジナルプロダクトの企画・デザイン・製造・販売 / Web制作・システム開発など ■設立：1999年3月 ■資本金：1,000万円 ■住所：東京都渋谷区千駄ヶ谷4-12-2 AYビル2階

HP：<https://ecbb.co.jp/>



継続的な取り組みが大きな成果につながった好例です

ECBB様は以前からデジタルマーケティングを実践されていまして、Web広告の成果を最大限に高めるための効果分析や改善提案にフォーカスしてサポートしました。Web広告の運用では、効果検証とチューニングの継続が重要です。松浦代表を中心に、積極的に取り組まれ、着実に成果を上げられています。サポートする側にとっても、大きな手応えを感じる企業です。

デジタルマーケティング・営業のDXサポートプログラム
アドバイザー **松本 年史**

