

ブリヂストンタイヤソリューションジャパン、EC 立ち上げ期からの マーケティング支援により、CPA を当初比 30%まで抑制

～知見不足のフェーズからメディックスが伴走し、右肩上がりの成長を実現。

組織内にノウハウを蓄積する“共創型支援”の事例を公開～

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：田中 正則、以下：メディックス)は、ブリヂストンタイヤソリューションジャパン株式会社(以下：ブリヂストンタイヤソリューションジャパン)への支援事例を公開しました。



■ マーケティング支援の概要

—— 広告運用の枠を超え、事業戦略の具現化と組織の知見の蓄積までを支える「伴走型支援」
デジタルマーケティングのノウハウが不足していた事業立ち上げフェーズから参画。単なる広告運用に留まらない、事業戦略を具現化するための多角的な支援を通じて、CPA の改善と右肩上がりの売上の成長を実現しました。

<主な支援内容>

各種 Web 広告運用

GA4 を用いたデータ分析・可視化

■ 支援開始前の課題

- ・消費者のデジタルシフトが進む中、自社にダイレクトで消費者とつながるチャンネルがなかった
- ・社内に E コマースやデジタルマーケティングの知見、ノウハウが不足していた

■ 支援開始後の成果

- ・高速の PDCA で、CPA（顧客獲得単価）を半年で半減させ、現在では当初比 30%程度まで抑制
- ・リスティング一般キーワードの購入率が向上するなど、「選ばれる EC サイト」に成長
- ・緻密かつ細やかな伴走支援により、デジタルマーケティングやデータ分析の知見を蓄積

■ メディックスへの決め手

最大の決め手は、タイヤ業界のビジネスモデルを深く理解した上での「具体的で実現性の高い提案」と、事業成長に対する「圧倒的な熱量」でした。

当初は社内に知見がなく、何から着手すべきか不透明な状態でしたが、メディックスは具体的な数字を交えて道筋を提示。単なるアドバイザーにとどまらず、小回りの効く粘り強さで現場に深く入り込み、ともに事業を創り上げてくれる姿勢を高く評価しました。

また、先行して支援を受けた「mobox」での確かな実績と、担当者が変わっても衰えない「自分事」として取り組む高い志が、パートナーとしての信頼を決定づけました。

■ ブリヂストンタイヤソリューションジャパン株式会社について

ブリヂストンタイヤソリューションジャパンは、ブリヂストングループの中で最大規模を誇るタイヤの販売会社です。「最高の品質で社会に貢献する」という使命のもと、全国に 280 か所以上の営業拠点を構え、地域密着でスピーディに対応できる体制を整えています。2021 年 4 月には、タイヤとメンテナンスを月額定額で利用できるサブスクリプションサービス「mobox」を、2023 年 8 月には「ブリヂストン タイヤオンラインストア」を開始するなど、デジタルチャネルでの顧客接点の拡大にも力を注いでいます。

コーポレートサイト：<https://www.bridgestone.co.jp/group/btsj/>

■ 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>

■ 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