

「データの可視化でマーケティング施策を高速化、自社 EC の売上向上へ」株式会社コラントツテ様へのデータ活用支援の導入事例を公開

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、株式会社コラントツテ様へのメディックスのデータ活用支援の導入事例を公開しました。



[事例記事はこちら](#)

■ 株式会社コラントツテについて

株式会社コラントツテは、医療機器として認証された磁気健康ギア「Colantotte（コラントツテ）」を中心に、機能性とデザイン性を両立させた管理医療機器の製造・販売を行っています。

同社のサイトは、医療機器メーカーのブランドサイトとして立ち上がり、現在は EC サイトの側面も強化し、自社サイト経由のさらなる売上拡大を目指しています。

■ メディックスのデータ活用支援の概要

ー KPI ダッシュボードで意思決定を迅速化

自社 EC の売上拡大に向け、商品ブランド別レポートや初回・リピート購入レポートを実装した KPI ダッシュボードを構築しました。関係者が自らデータを確認できる環境が整い、マーケティング施策の実行スピードの向上が見込めます。

<主な支援内容>

GA4 アカウント設定診断

GA4 設定

GA4 データを BigQuery へつなぎ、Looker Studio でレポートする「GA4 モニタリングダッシュボード」

■ 導入課題

- ユーザ動分析などが満足にできていなかった
- データ抽出に時間がかかり、迅速な施策実行ができなかった
- 重要なデータの蓄積が不十分だった

■ 導入効果

- 見たいデータをはじめ、複数ブランドを横断した多様なデータ分析が可能に
- マーケティング部以外の社員にもデータを見る習慣が定着
- データ抽出のリソースを削減、施策のPDCAが加速

■ メディックスへの決め手

GA4 への移行で、データの取得方法や見方が大きく変わり、以前より扱いにくくなっていました。そんな中、メディックスの提案により、BigQuery を活用して UA のロジックをある程度再現しながら、レポートを構築できました。

また、4 つのブランドを展開する株式会社コラントツテにとって、全ブランドを 1 つの GA4 プロパティに統合し、ダッシュボード上で一括管理できる仕組みは、データの確認や分析の面で非常に使いやすいものとなりました。

BigQuery を活用したデータマーケティングは、メディックスが得意とする分野であり、今後も株式会社コラントツテと連携を強化し、データに基づいた分析・改善と、オンラインとオフラインを融合したマーケティング戦略の実現を支援していきます。

[事例記事はこちら](#)

■ 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>

■ 本件のお問い合わせ先

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