

【事例記事公開】「日本農薬がメディックスの支援により、短期間でデータ解析を内製化。多様化するステークホルダーに向け、迅速かつ適切な情報提供を目指す」日本農薬株式会社へのデータ活用の支援事例を公開

株式会社メディックス(本社：東京都千代田区、代表取締役：田中正則、以下メディックス)は、日本農薬株式会社への支援事例を公開しました。



[事例記事はこちら](#)

■ 日本農薬株式会社について

日本農薬株式会社は、1928 年に創業し、農薬専門メーカーとして、農薬の製造・販売を主軸に医薬品・動物薬・木材用薬品など、多岐にわたる分野で事業を展開してきました。現在は、国内のみならず、中南米・アジア・欧州・北米などに複数の拠点を有し、「病害虫・雑草診断アプリ」や「営農サービス提供事業者向け API」の開発など、スマート農業領域にも積極的に進出しています。主力事業である農薬分野において、タイムリーかつ的確な情報提供が必須であるとともに、事業の多様化とグローバル展開の進展により、情報発信の要となる Web サイトの役割がますます重要性を増しています。

■ メディックスのデータ活用支援の概要

ー 実感がともなう講習会とサイト分析で、体系的な分析手法を把握

「アクセス解析の内製化」に向けて、GA4 の基礎的なデータの見方やレポート作成に関する講習会を開催。その後、実際にサイトの分析を実施しました。サイト全体の概況分析で課題の“種”を見つけ、課題分析で当該の課題を深掘りする、の二段構えで進め、最後は改善案の提示までを行いました。

〈主な支援内容〉

- GA4 講習会
- サイト概況分析
- 課題深掘り分析

■ メディックスが支援を開始する前の課題

- GA4 移行後の分析ノウハウやリソースが不足していた
- サイト全体での課題点が曖昧になり、改善の方向性が見えにくくなっていた

■ メディックスが支援を開始した後の成果

- GA4 の基礎知識と体系的な分析手法を習得し、分析の内製化が進んだ
- 施策効果を数値で検証できる評価軸を確立した
- Web サイトの戦略的な活用意識と改善に向けた部門間の連携が向上した

■ メディックスへの決め手

最終的な決め手となったのは、分析やスキルレクチャーに留まらず、実行フェーズや検証までを継続的に支援いただける体制が整っており、内製化の実現が確実に見込めると判断できた点です。支援内容も、広範な知見を備えながら、要点を押さえた的確なものであり、費用対効果の高さも大きな魅力でした。また、新年度の開始となる4月1日からの本格的な分析始動に向け、2025年3月末までに体制を整備したいという弊社の要望に対し、具体的かつ詳細なスケジュールを提示いただけたことは、実行の可能性に対する強い信頼につながりました。

[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