

データ分析・施策実行支援会社

月曜日のトラ

Corporate Profile

2025.9.30



目次

01 | 会社概要

02 | 提供可能なサービス

03 | サービス詳細

04 | プロジェクト支援事例

01



会社概要

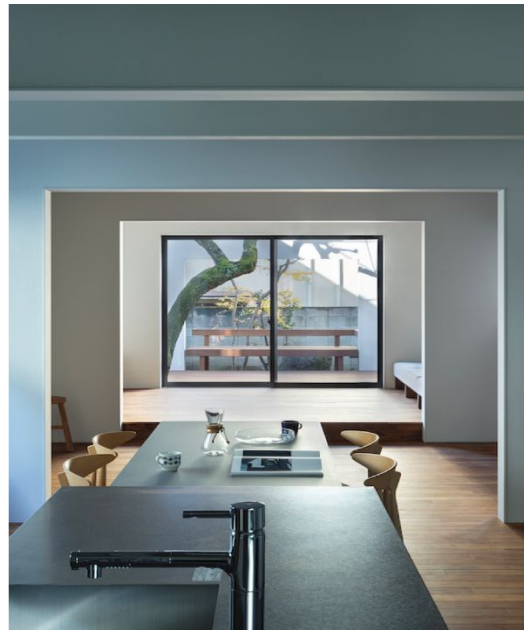
Corporate profile

会社概要

01

月曜日のトラはデジタルマーケティングの実行に欠かせない、データ分析・データを利用した施策実行の支援を行う専門家集団です。

会社名	株式会社月曜日のトラ（MOLTSグループ）
住所	〒152-0032 東京都目黒区平町2-13-5
資本金	100万円
設立	2023年3月
従業員数	9名（うち、業務委託2名）
役員	代表取締役 西正広
事業内容	アクセス解析（分析・導入・活用支援 Google アナリティクス・Adobe Analytics GTM運用） データ基盤構築・運用支援 広告運用支援・広告効果測定・マーケティング施策効果測定 サイト・アプリCVR改善 MA/SFA/CRMツール導入・運用支援
所有資格	Google Marketing Platform パートナー認定（2025/3/1時点で国内16社のみ所持） HubSpot Solution Partner

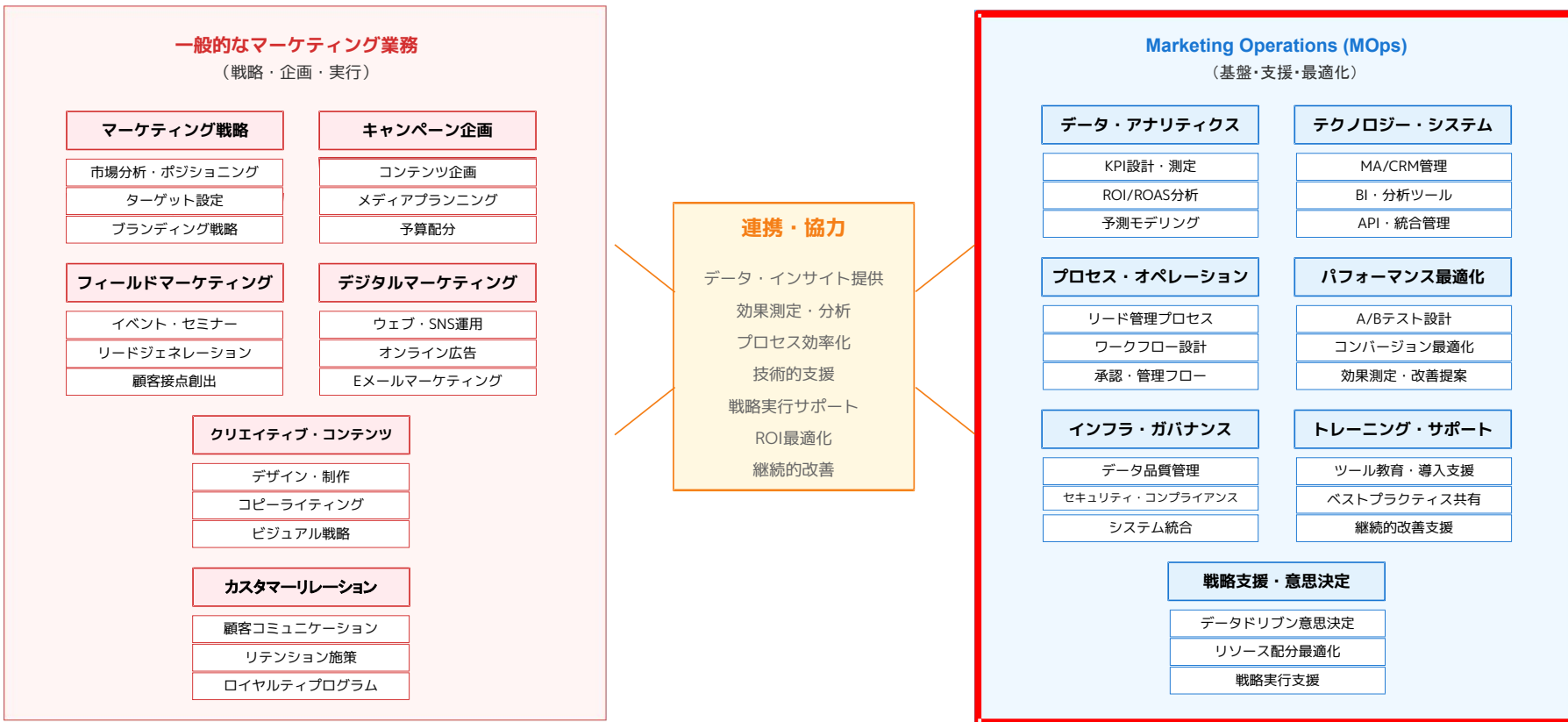


月曜日のトラが考えるMarketingOps支援

01

マーケティングとITの中間的な業務が求められるMOpS人材を抱え、企業のマーケティング実行時のテクノロジー課題を支援しています。

© 2025 TIGER MONDAY Inc.





西 正広



X @macchaice

■ プロフィール

1983年生まれ。大手不動産賃貸事業会社におけるWebディレクション・デジタルマーケティング業務後、インターネット専門広告代理店・株式会社電通イーマーケティングワン（現：電通デジタル）にてアクセス解析・DMP・レコメンデーション・BIツールなどの導入・活用支援に取り組む。2019年7月よりMOLTSに参画し、2020年より子会社KASCADEを設立し、取締役就任。2023年に月曜日のトラを設立し、代表に就任。データに基づくサービス改善、ビッグデータ活用のコンサルティング、インハウス運用、データドリブンなマーケティング組織の構築を支援する。

■ 略歴

- 大手不動産賃貸事業会社にてWebマーケ業務を広く浅く
SEO・デジタル広告・アクセス解析・Webディレクション等
- 株式会社メディックス（インターネット専門広告代理店）
Google Analytics, Adobe Analyticsの導入・分析
- 株式会社電通イーマーケティングワン → 株式会社電通デジタル
各種データ分析・GA360リセラーパートナー業務等
- 株式会社MOLTS / 株式会社月曜日のトラ 代表取締役

稲田 亜美

#CRM/SFAコンサルタント



Salesforce導入ベンダーとして様々な業界のPMおよび開発業務を経験。その後、Marketoのテクニカルコンサルタントとして各種CRMの連携やAPI開発の支援および各種テクニカルコンサルティングサービスの日本サービスローンチ、デレバリーを担当。2018年6月からは創業時から携わっている会社での事業の立ち上げをおこない、CQO/CTOとして事業拡大。2024年4月からは自社製品開発の部門の責任者となり、製品開発事業の立ち上げを努める2025年から月曜日のトラに参画。

南 孝昭

#デジタル広告コンサルタント



1985年生まれ。小学館の孫会社(アニメ制作会社)にてガラケーサイトディレクションを経験したのち、足掛け数社の専業代理店やWebメディア運営会社にて運用型広告のコンサルティングやプランニングMAやWeb接客ツール運用代行やCDP導入のプロジェクトマネジメントなどを幅広く担務。

梶井 祥

#アナリスト



2019年にウェブサイト解析・改善ツールのベンダーへ入社。同ツールのマーケティング担当として、Web広告運用、SEO、MA運用など、リード獲得からナーチャリングまでの全工程に従事し、事業拡大に貢献。また、データアナリストとして、GA4を活用したコンサルティングを実施し、美容、化粧品C、健康食品、工業、金融など、幅広い業種を経験し、特にECサイトでは月間売上1億円以上のサービスを担当。2024年より月曜日のトラに参画。統計検定準級、Google Cloud Digital Leader 資格を保有。

杉浦 義宏

#アナリスト #データエンジニア



1975年生まれ。日本アイ・ビー・エム株式会社でシステムエンジニアとして大規模システムの改善業務に従事後、オーリック・システムズ株式会社や夢展望株式会社、株式会社EPARKなどでアクセス解析を中心にECサイト改善やユーザーの行動履歴などを活用したCRMの設計・構築・運用を担当。2023年より月曜日のトラに参画し、GA4の設計・導入やデータウェアハウスの構築などを通して企業の問題解決を支援する。

葉井 貴秋

#アナリスト



1998年、大阪生まれ。2022年に新卒入社した会社でGA4導入・アクセス解析・ダッシュボード制作・トレーニング業務などを行う。事業の意思決定に必要なデータ収集基盤の構築及び可視化、トレーニング業務を通じてクライアントGA4リテラシー向上に貢献。2024年より月曜日のトラに参画、GA4の導入支援、BigQueryを用いたデータ基盤構築、分析支援に携わる。

岩永 梢絵

#データ×コンテンツディレクター



1981年生まれ。観光事業団体の公式サイト運営担当者からWeb系キャリアをスタート。キュレーションメディアが台頭する中UA・GSCデータをもとに公式サイトコンテンツの充実PV数増に取り組む。その後、個人事業主に転身SEOライター、編集・校正担当者、Webディレクターとしてのキャリアを積む。読者のことを考えたコンテンツ制作とデータをもとにした施策提案が好評を得る。クライアントに対する教育支援の担当経験あり。直近はGA4やLookerStudio、Googleビジネスプロフィールについての学習会50分、簡単な演習込み)を実施。月曜日のトラには、2025年6月から参画。

小松 愛

#マーケティングエンジニア



1994年生まれ。2017年システム開発会社へ入社後、エンジニアとして活動。Webサイト構築を担当し、Webコンテンツの企画提案から制作進行、運用を経験した後、広告運用の業務改善RPAを用いた業務効率化に携わる。2024年10月より株式会社月曜日のトラへ入社。アクセス解析やVR改善に取り組む。

伊藤 宏恵

#マーケティングエンジニア



クレジットカード会社・通信キャリアの営業職を経て、ハウスメーカー・大手ゼネコンの事務職で仕組み作りに従事。2022年1月よりWeb制作業務(個人事業主・派遣)に転身し、コーディングを中心としたWeb制作に携わる。クライアントの予算やリテラシーに合わせた使い勝手の良いサイト構築が得意。2025年9月より月曜日のトラに入社。デジタルマーケティングエンジニアとしてのキャリアをスタートする。

02



提供可能なサービス

Service

データ分析・可視化・データ基盤構築・MA/SFA/CRMまで幅広く対応可能

たとえば、こんなお悩みに対応可能です！

- アクセスログデータや購買データなど全社で共通の数字を追いかける環境整備をしたい
- WebサイトのCVR改善を行いたい
- MA/SFA/CRMの導入を検討しているが、どのツールがっているのかわからない
- Google AnalyticsとMA・SFAのデータを統合し、分析を行いたい
- 自社のマーケティング構築に協力してほしい・トレーニングしてほしい
- マーケティングレポートの更新を極力自動化したい



データ分析業務にまつわる様々なサービスをご提供可能ですが、主にアクセス解析・コンバージョン最適化を中心とした領域のご支援実績が多数ございます。広告・SEO領域をメインで提供するグループ会社もいるため、これらの施策と絡めたCVR改善・CVアップ施策などもお任せください。

アクセス解析	アクセス解析 (Google Analytics, Adobe Analyticsなど) タグマネジメント (Google Tag Manager) Cookie同意管理 (OneTrust, webtruなど)
コンバージョン最適化	CVR改善 (サイト改善施策全般) A/Bテスト (各種A/Bテストツール対応) ヒートマップ分析 (各種ヒートマップツール対応) サイト接客・レコメンデーション (KARTE・Rtoasterなど)
データ基盤構築・可視化	データ基盤構築・可視化 (データ統合やダッシュボード作成) BI (Tableau, Looker Studio, DOMOなど) データウェアハウス (BigQueryなど) ETL (TROCCOなど)
マーケティング・営業支援ツール導入・活用	MA (マーケティングオートメーション) (Marketo Engage, HubSpot, Account Engagement(Pardot)など) SFA (営業支援システム) (Salesforce Sales Cloud, HubSpotなど) CRM (顧客関係管理) (Salesforce, HubSpotなど)

対応実績のあるツール

02

データの収集から分析に至るまでに利用される様々なツールの導入支援、トレーニング・運用支援等が可能です。各サービスでの分析もお任せください。

下記に載っていないツールでも対応可能な場合もございます。まずはお気軽にご相談ください。

Ads
ADEBiS
Databeat Explore

SEO
Search Console
Ahrefs
SEARCH WRITE

CMP
OneTrust
Webtru
STRIGHT

Web Analytics
Google Analytics
Adobe Analytics

Heatmap
Microsoft Clarity
Ptengine
Sitest

Tag Management
Google Tag Manager

Web Personalization
KARTE
Flipdesk
AiDeal
PopInsight
CODE Marketing Cloud

A/B Testing
Sitest
Ptengine
Optimize Next

ETL / ELT
TROCCO

RPA
Power Automate Desktop
WinActor

BI
Looker Studio
Tableau
DOMO
PowerBI

DWH
Google BigQuery

MA
Hubspot
Account Engagement (旧 : Pardot)
Marketo
Kairos3
MailChimp

SFA
Hubspot
Salesforce
UPWARD
Mazrica Sales (旧 : Senses)

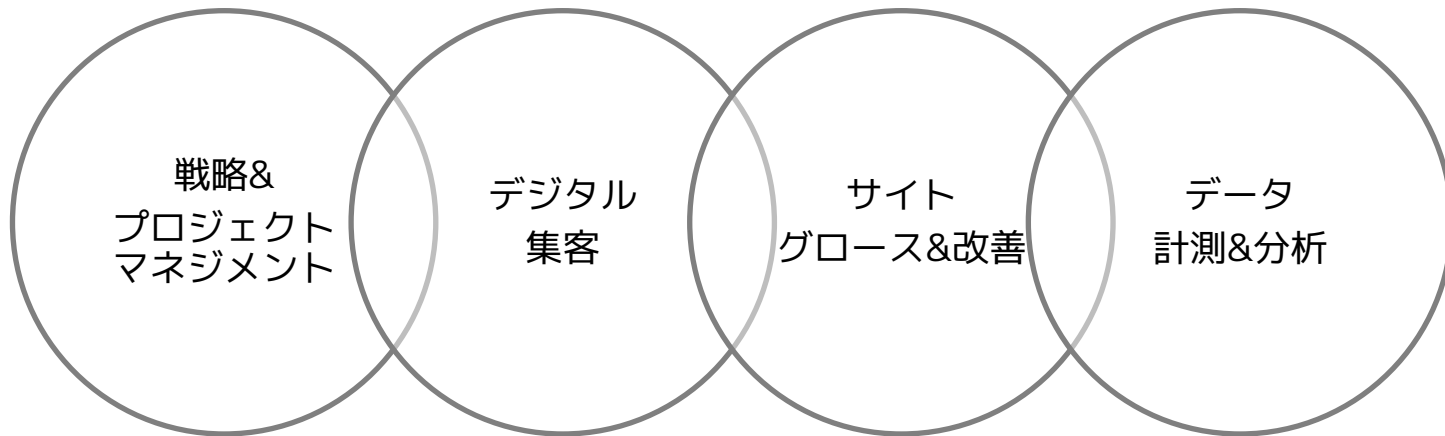
THE MOLTSは

どこまでも成果にこだわる、デジタルマーケティングカンパニーです。

専門性の異なるプロフェッショナルが集まっているため、幅広いデジタルマーケティング領域に対応することができます。

特定の手段にとらわれず、様々な選択肢を検討し、最適な戦略・施策・体制によるデジタルマーケティングの実施により堅実な事業成長を支援します。

提供領域



一つの施策に特化させず、幅広く「課題」に対して価値を提供できる体制へ

専門性の異なるプロフェッショナルが集まっているため、幅広いデジタルマーケティング領域に対応できます。特定的手段にとらわれず、多様な選択肢を検討。最適な戦略・施策・体制によるデジタルマーケティングの実施により、堅実な事業成長を実現します。また、社内だけでなく、社外パートナーの連携、紹介をプロジェクトにあわせて行います。

サービス提供領域

	戦略レイヤー	施策レイヤー		
THE MOLTS	マーケティング戦略	オウンドメディア	コンテンツマーケティング	SEO
	データ戦略	リスティング広告	SNS広告	ディスプレイ広告
	コミュニケーション戦略	アクセス解析	CDP/DMP構築・運用	インサイドセールス構築
	新規事業開発	CS構築・運用	マーケティング組織開発	各種クリエイティブ制作
PARTNER	ブランディング戦略	各種SNS運用	市場調査	PR施策
	商品企画	オフライン施策全般	サービス開発	テレアポ/営業代行
	マーケティングPR	マス広告	アフィリエイト	キャンペーン施策

主な支援企業



03



サービス詳細

Service Detail

GA4導入・分析

Google アナリティクスは多くのWebサイトに導入されているアクセス解析ソリューションです。一方、無償のサービスであるがゆえに、以下のような点にお困りではないでしょうか？



「設定診断・活用診断」から入らせていただき、必要なお支援メニューを提示するオーダーメイド型のご支援サービスを展開しています。

設定診断

Google アナリティクスアカウントを拝見し、追加で設定が可能なポイントを洗い出します。洗い出した設定内容は「設置チェックシート」におまとめします。

活用診断

- Google アナリティクスの使いみちや活用状況
- 貴社のビジネスモデル
- 現在実施中のデジタルマーケティング施策をお伺いし、「GA4をもっと使い倒すための活用プラン」をご提示します。

設定チェックシート・ヒアリングシートに基づき、追加で必要なお支援メニューをご提示

設定支援

分析支援

トレーニング

活用支援

他ツール
連携支援

現状の計測状況を診断し、導入から分析までワンストップでご支援します。

	計測診断	設定	分析（初期）	分析（定期）	トレーニング
実施事項	<p>以下2点を調査・ヒアリングさせていただき、現状の設定が十分かを診断</p> <ul style="list-style-type: none"> ・現状のGA4の設定・ご利用状況調査 ・実施中のデジタルマーケティング施策 	<p>弊社自社開発のGA4導入パッケージを用いて、短期間で高品質な設定を行う</p>	<p>サイトアクセスの現状を俯瞰し、主要指標やユーザー行動を把握する分析を行う</p>	<p>継続的にトラフィックや施策の効果を可視化・評価</p> <p>定期レポートやミーティングを通じてPDCAを回し、成果最大化をサポート</p>	<p>GA4やLooker Studioなどのアクセス解析ツールの運用を内製化できるようにトレーニングを実施</p>
作業期間	<p>1~2週間 (設定内容に応じ変動)</p>	<p>2~4週間 (設定内容に応じ変動)</p>	<p>2~3週間</p>	<p>2~3週間</p>	<p>1~2ヶ月 (内容に応じ変動)</p>
成果物	<p>設定チェックシート</p>	<p>GA4設計書</p>	<p>分析結果レポート</p>	<p>分析結果レポート</p>	<p>トレーニング資料・動画</p>

CVR改善

貴社のノウハウ・人材不足を解消し、CVR改善の進行をサポート。
成果の見える化を徹底することで、社内外から効果を把握できる形で進行します。

	ノウハウ・人材の不足	成果が不透明
お悩み	<ul style="list-style-type: none">・ 何から始めたら良いかわからない・ GAやヒートマップは入っているが、分析できる人がいない・ A/Bテストツールを扱える人材がいない	<ul style="list-style-type: none">・ マーケと営業でKPIや成果指標がバラバラ・ 成果と施策の因果関係がつかめず、やって終わりになる・ 売上に直結する重要施策として見られず、予算がつかない
当社提供ソリューション	<ul style="list-style-type: none">・ CVR改善 戦略設計、プランニング・ アクセス解析/ヒートマップ解析 レポートニング・ A/Bテストツール導入～設定～実装サポート・ CVR改善 インハウス化支援、レクチャー	<ul style="list-style-type: none">・ KPI 設計・ マーケティング/営業 ダッシュボード構築・ CVR改善施策 ナレッジ化サポート・ GA×MA/SFA/CRM連携、データ基盤構築

データ分析に特化したメンバーが対応、ビジネスの成果に繋がるCVR改善を実現します。

一般的な支援会社

△ データ分析の知見がない

計測が正しくなく、誤ったデータ分析の可能性がある。
データ分析の範囲が狭く、解釈を間違えてしまう。

△ ウェブサイトのUIだけにフォーカスした分析

集客しているターゲットとミスマッチしていて、コンテンツを
いくら改善してもCVRが上がらない。
細かいUI改修だけでCVRが改善しづらい。

△ CTRやCVRをKGIとした改善施策

ボタンクリックや問合せなどのWeb上のCTR、CVRの最適化に
終始して、商談や成約などビジネス目標の達成に寄与しづら
い。

月曜日のトラ

◎ データエンジニア含むデータ分析に特化したメンバーが対応

月曜日のトラには、データ分析に特化したアナリスト・エンジニアが在籍。
適切なデータ収集と正しいデータ計測で、誤った分析を防ぎ、質の高い施策立案が可能。

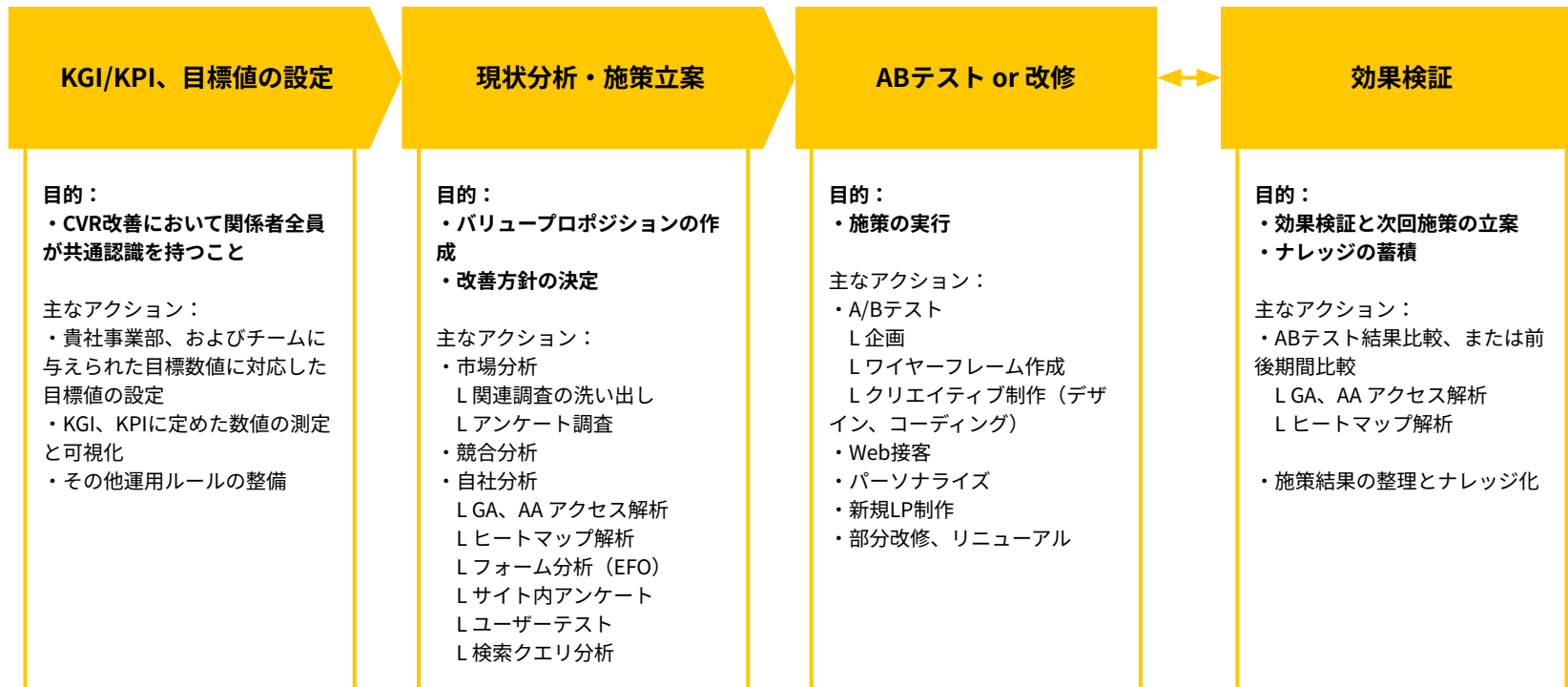
◎ マーケティングや集客施策を考慮した分析

MOLTSグループ全体でWeb広告やSEO,コンテンツマーケティングなど網羅的にマーケティングのノウハウ
を保有。
集客～獲得～レポート全体を踏まえた分析を行うことで、効率的にCVRの改善が可能。

◎ 商談や成約など事業成長やチームのミッションに合わせたKPIを設計し、成果につ ながる改善施策を立案

Web上のコンバージョンだけではなく、商談や売上などビジネス成果に繋げることを前提とした施策設計
を実施。
商談や成約、LTVなどWeb以外の行動データとの統合、基盤構築も合わせて対応可能。

KPI設計・分析・施策立案・ABテスト・効果検証・ナレッジ化まで、ワンストップで対応！
CVR改善にかかわる業務をすべておまかせいただけます。



CASE01: BtoBサービスのサービスサイト・オウンドメディア改善で、商談数が昨対比120%増

背景と課題

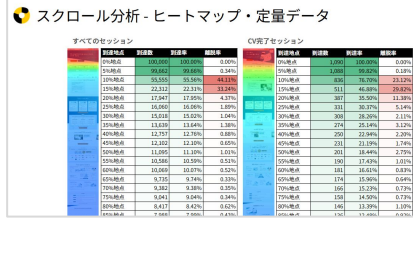
勤怠管理・工数管理などのバックオフィスSaaSを提供するT社。インバウンドでの新規リード創出が少ないことが課題で、この数値の向上を目的にプロジェクトを開始。データ計測については、「リード」自体の定義があいまいであり、正しくデータが追えていない状態だった。

解決策

オウンドメディアのコンテンツマーケティング強化と、アクセス解析から特定した改善注力ページであるサービストップに対するCVR改善施策を実施。また、新規リードなどの定義を決めて正しいKPI設定を関係者間で共有。継続的なヒートマップ解析×ABテストで商談数が昨対比120%に増加。

成果物

アクセス解析・ヒートマップ解析レポート



ABテスト・改善施策の企画・効果検証



MA / SFA導入・活用支援

マーケティング・営業活動の一元化から、施策の効果測定・現場活用まで支援します。
貴社のご状況に応じて、柔軟に対応可能です！

ツール設定

可視化・分析

施策実行・最適化

トレーニング・組織浸透

お悩み

- ・ HubSpotやSalesforceの初期設定が不十分
- ・ データが重複/欠損していて整備が必要
- ・ MAとSFA間でデータ連携ができていない

- ・ 営業/マーケティングの効果が可視化できない
- ・ どのデータを見ればよいか判断が難しい
- ・ レポート作成に時間がかかる

- ・ 営業/マーケティングの業務がツールに沿っていない
- ・ 施策の成果が見えず改善が回らない
- ・ SFA/MAを活用しきれていない

- ・ ツールが定着しない
- ・ 部署間での使い方にバラつきがある
- ・ ダッシュボードが活用されていない

支援メニュー例

- ・ HubSpot/Salesforce導入初期設定支援
- ・ データ品質整備/運用支援
- ・ API/ETL連携構築、データ加工の自動化

- ・ 営業/マーケティング統合ダッシュボードの構築
- ・ KPI設計と可視化支援
- ・ 定型レポートのテンプレート設計/キャンペーンレポート作成支援

- ・ 業務フロー整備支援 (MA→SFA連携)
- ・ セグメントリスト作成支援
- ・ HubSpotのレポート/リスト改善/施策振り返り支援

- ・ ツール活用トレーニング
- ・ 現場ヒアリングを通じた活用促進支援
- ・ ダッシュボード定着のためのワークショップ

データ基盤構築支援

データの分析だけでなく、データの収集から施策への活用まで対応可能です。
貴社の実施したいこととお伺いさせていただきます！

データ収集

データ統合

可視化・分析

施策最適化

お悩み

- ・ SFA/CRM、MA、広告、Webデータなどが分散し統合できていない
- ・ データの取得が手作業で負担が大きい

- ・ 企業のシステム間でデータが分断されており、分析しづらい
- ・ 手作業でデータを統合・加工しているため、負担が大きい

- ・ 分析や可視化ができていない
- ・ レポート作成に時間がかかりリアルタイムで指標を確認できない

- ・ レポート作成に時間がかかり、リアルタイムで指標を確認できない
- ・ マーケや営業の現場がデータを使いこなせていない

支援メニュー例

- ・ SFA/CRMのデータ取得支援
- ・ MAのデータ連携設計
- ・ Web解析データ取得
- ・ 広告データ自動取得

- ・ データソース統合
- ・ データクレンジング/名寄せ
- ・ ETL/ELTパイプライン構築
- ・ データマート設計

- ・ BIツールの導入
- ・ マーケダッシュボード構築
- ・ 営業ダッシュボード構築
- ・ 分析フレームワークの設計

- ・ KPI設計
- ・ モニタリング支援
- ・ マーケ施策効果測定
- ・ SFA/MAデータの連携強化
- ・ データ活用トレーニング

CASE01: SaaSプロダクト別のレポート基盤の統一

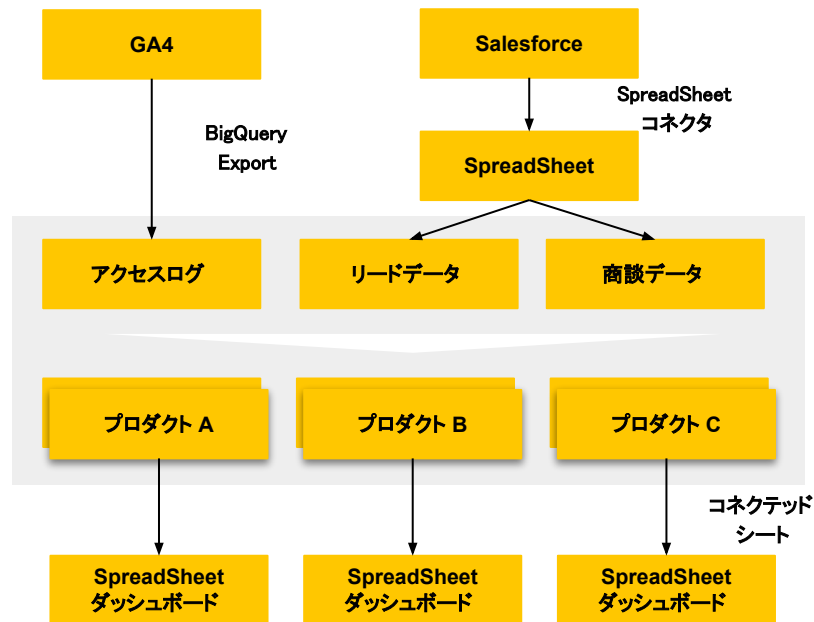
背景と課題

複数のSaaSプロダクトを扱うA社。
各プロダクトごとに、Google AnalyticsのWeb集客・CVデータとSalesforceのリード・商談データを可視化したい。プロダクトが多いゆえ、集計業務が煩雑になってしまう。また、各プロダクトごとにそれぞれにデータ抽出すると、集計ルールがバラついてしまう。

解決策

GA4・SalesforceのデータをBigQueryに格納。
各プロダクトごとのデータをそこから抽出し、BI用テーブルを構築。
コネクテッドシート（BigQuery→SpreadSheetの連携）機能を用いて、必要なデータをデイリーで自動抽出。

構成イメージ



CASE02: MAとの統合

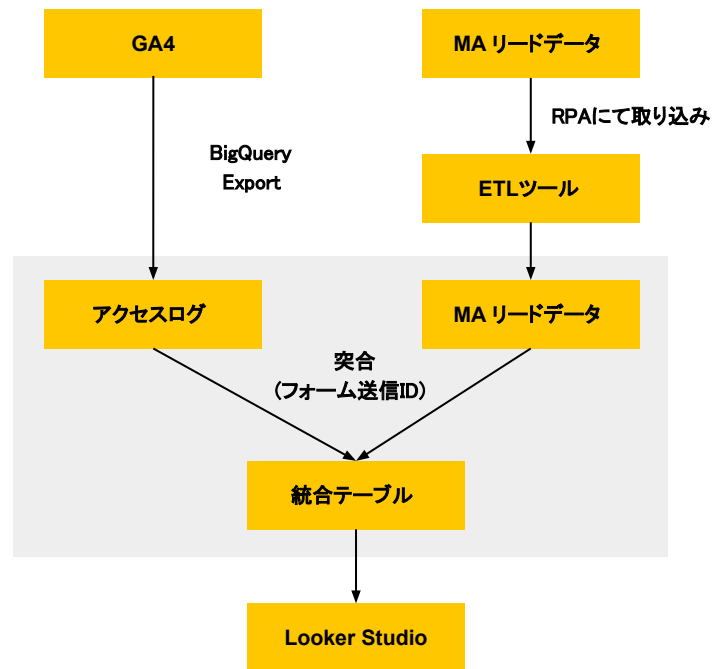
背景と課題

MA・SFAツールの活用を進めてきたB社。
さらなるマーケティング効果の測定のために、GAで計測される集客・ランディングページのデータと、MA・SFAで補足できている、WebCV以降の有効リード(SQL)・商談・成約のデータを統合し、可視化したい。

解決策

GA4・MA双方でフォーム送信ごとにユニークなIDを発番し、双方で取得していく。
それぞれのデータをBigQueryにエクスポートし、BQ上で統合。統合したデータをLooker Studioで可視化していく。

構成イメージ



CASE03: オフラインコンバージョン計測

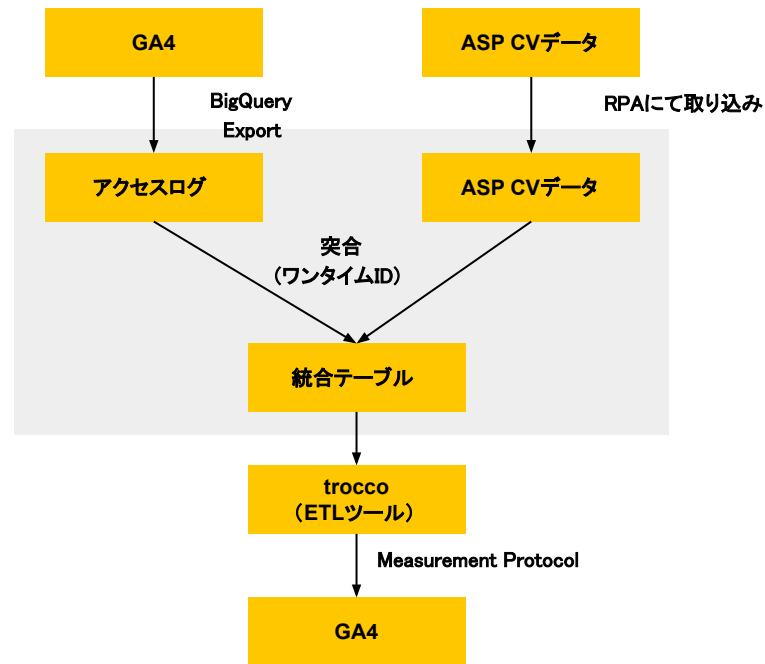
背景と課題

比較サイトを運営するC社。
C社はアフィリエイターとして各サイトに送客しているが、CVポイントは各送客先サイトとなるため、このお申し込み数をGAのCVとして計測し、オフラインコンバージョンベースでの広告やマーケティング施策の効果測定を行いたい。

解決策

アフィリエイトで送客しているため、ASP側にはCVデータがある。アフィリエイトリンク遷移時にワнтаイムのIDを生成し、GA側でも取得しておく。そのワнтаイムIDが申し込んだかどうかをASP側のデータとして控え、そのデータとGAデータを統合。Measurement Protocolを用いてGAにオフラインCVとして返す。Google広告にもGAで計測したオフラインCVをインポートして利用する。

構成イメージ



広告関連支援サービス

個別の作業単位だけでなく、ほかマーケティング施策との連動を前提としたご支援対応も可能です。

- アドテク、計測設定など技術面に関する支援やコンサルティング
 - 効率的かつデータ欠損が発生しにくいパラメータ発行環境の構築支援
 - 広告配信者のみでは把握しにくい計測関連のテクニカルサポート対応
 - 配信面、広告名をGA上で取得できる様にする「ダイナミックパラメータ」設定サポート対応（一部媒体のみで設定可能）
 - フィード広告実施に向けた初期設定対応、EC支援業者との仲介、フィード修正支援など
- 広告配信による成果アップに向けたコンサルティング、レビュー対応のご支援
 - デジタル広告、各媒体を用いたプランニングサポート
 - BtoB向け施策など、広告以外の施策と横串での施策実行コンサルティング

運用型広告配信は必要最低限の設定で配信をスタートできますが、上述のような分析やデータ/分析観点の決め事を設定しないままだと「単にやってみただけ」になり学びを活かしにくい状況となります。

例

グラフに表示 🔍 検索...

ユーザーの最初の参照元 / メディア

		ビュー数	アクティブユーザーあたりの平均エンゲージメント時間	エンゲージメントのあったセッション数 (1アクティブユーザーあたり)
<input checked="" type="checkbox"/>	合計	754,690 全体の 100%	754,941 全体の 100%	241,616 全体の 100%
<input checked="" type="checkbox"/>	1 google / organic	309,690 (34.5%)	282,840 (37.47%)	61,713 (25.54%)
<input checked="" type="checkbox"/>	2 (direct) / (none)	220,942 (24.61%)	143,726 (19.04%)	99,329 (41.11%)
<input checked="" type="checkbox"/>	3 yahoo / organic	143,883 (16.03%)	139,807 (18.52%)	19,270 (7.98%)
<input checked="" type="checkbox"/>	4 google / cpc	108,381 (12.07%)	100,999 (13.38%)	21,234 (8.79%)
<input type="checkbox"/>	5 (not set) ⚠️	21,282 (2.37%)	19,490 (2.58%)	4,683 (1.94%)
<input type="checkbox"/>	6 newsletter / email	14,826 (1.96%)	11,326 (1.5%)	5,684 (2.35%)
<input type="checkbox"/>	7 bing / organic	10,000 (1.32%)	10,000 (1.32%)	10,000 (4.17%)
<input checked="" type="checkbox"/>	8 google-play / organic	10,000 (1.32%)	10,000 (1.32%)	10,000 (4.17%)
<input type="checkbox"/>	9 valuecommerce / affiliate	7,541 (0.84%)	5,011 (0.66%)	3,049 (1.26%)
<input type="checkbox"/>	10 google / maps	6,443 (0.72%)	6,110 (0.81%)	1,011 (0.42%)

よくあるご相談1
設定したパラメータ通りの内容がGAの参照元スナップショットで表示されない

よくあるご相談2
設定した内容の一部がnot set扱いにカウントされてしまっている

広告配信における貴社の目的や意図の整理、代理店様への連携などを包括的にサポート
目標とする成果が正しく発生、計測され他施策への学びにつながる環境構築までご支援します。

- 効率的かつデータ欠損が発生しにくいパラメータ発行環境の構築支援
- 広告配信者のみでは把握しにくい計測関連のテクニカルサポート対応
- 配信面、広告名をGA上で取得できる様にする「ダイナミックパラメータ」設定サポート対応（一部媒体のみで設定可能）

コンバージョンAPIやサーバーサイドGTMなどの計測に関連した領域以外でも
広告配信に関わる下記業務についても支援対応が可能です。

- フィード広告実施に向けた初期設定対応、EC支援業者とのプロジェクト推進
- 一部媒体で先んじて実施したフィード内容を、追加媒体向けに個別修正
- 下記例の様な各媒体定義に応じたフィード内容修正・最適化支援
- 広告配信の最適化に応じたフィード内容の修正対応

例の項目	項目定義	仕様	留意点
id	商品ID	大半の媒体で項目名も共通だが、TikTokのみ「sku_id」となっている	上限文字数は各媒体にて若干異なるため仕様確認必要
link mobile_link	リンク先URL (全媒体共通、スマホ用)	どちらも大半の媒体で項目名、内容は共通。しかしPinterestのみ、「ad_link」という項目が別にあり広告用のリンクを分けて設定可	上限文字数は各媒体にて若干異なるため仕様確認必要

04



プロジェクト支援事例

Case



グロービス様 BigQuery活用支援

GA4 BigQuery Exportを用いた分析用データマート構築
GA4-Marketoを統合して分析できるようにするための設定支援
CVR改善を目的とした分析レクチャー



MFS様 DMP構築支援

GA4データ・社内の基幹データをDWHに統合し、DMPを構築。広告媒体とも連携を行い、レポート作成の簡略化・広告配信の最適化ならびにコンバージョン計測の最適化を実現。広告ROIの改善を実現。



バイキューブ様 ダッシュボード構築

バイキューブが持つ各ソリューションの分析用ダッシュボードの構築にあたり、Databeat・GA4・Hubspot・SalesforceのデータをBigQueryに格納し、それぞれのデータを統合・集計したうえでBIで可視化するための一連のプロジェクト支援。

自動車メーカー様 販社サイト GA4導入

約100近いプロパティ数のサイトに対するGA4の導入。
共通的な設定が多くを占めていたため、RPAを使いながら設定を半自動化して対応を行う。

大手通信キャリア様 GA4移行 プロジェクト チームリード

GA4移行プロジェクトのチームリーダーとして、移行チーム（約6名）をリードする。当初はプロジェクトが遅延気味であったが、無事オンスケで移行を行う。

大手通信キャリア様 GA4導入

オンラインショップ・店頭手続きサイトのGA4導入の設定支援。Eコマーストラッキング、PIIを送らないための設定制御など、やや高度な設定が多くを占めているが、ほぼ要件に応える形で対応。

大手損害保険会社様 GA4導 入支援・GTM運用ガイドライン 作成

クライアントのWebサイトの多数あるWebサイトのロールアップ計測の支援。
広告タグの運用が煩雑になっていたため、GTMの運用ルールを制定。

大型 CtoCアプリ GA4導入・活用支援

アプリに対するGA4(Firebase)の導入支援。
基幹とGA4ログを突合した分析の実施。

広告代理店様 アクセス解析ト レーニング

全8回で、GA4の使い方・アクセス解析・CVR改善プロジェクトの取り組み方・GTM・Looker Studioについてレクチャーを行う。

国内流通額上位 ECサイト KARTE・GA4導入

KARTEのユーザー（identifyタグ）・Eコマースタグの導入を実施。
同時に、GA4の導入。とりわけEコマーストラッキングの導入を支援。

大手IT会社における Adobe Analytics分析インハウス化支 援

Adobe Analyticsを導入したが、活用がうまくできていないという課題に対して、週2程度で分析・設定支援
チームを提供。徐々にスキルトランスファーを行いながら、担当者に対するAAのスキルを共有。

新興 D2Cコスメメーカーに おける GA運用改善

D2CコスメメーカーにおけるCVR改善を目的とした、GAの設定改善の実施、CVR改善の実行。
各種集客経路の分析を目的としたパラメータルールの制定、代理店に対する説明会の実施。

大手人材企業における集客 ROI評価ダッシュボード構築

Google AnalyticsのデータとATS（採用管理システム）のデータをDWH上で統合し、BI（Looker Studio）に
て可視化を行う。集客施策ごとの有効CV数評価が行えるデータ分析環境の構築。

大手製薬会社における Webサイトアンケート調査

Webサイトのリニューアルを目的としたWebサイト上でのアンケートの実施。調査設計からアンケートツ
ールの導入・調査レポートの作成まで対応。



月曜日のトラ