

Googleアナリティクス4_導入基礎



はじめに

Googleアナリティクス(ユニバーサルタグ)が
2023年7月1日に廃止することが決定し、
Googleアナリティクス4への移行が求められているおります。

そのため、今後の参考となるようにGoogleアナリティクス4の
導入時の注意点、基本的な数値の見方、何ができるのか
どういう使い方がWeb制作会社としておすすめなのか、それらを簡潔に整理しました。

※本書は2023年2月25日時点の情報をもとに作成しているため
今後GAの仕様が変わる場合、情報に不備が出る可能性があります。
本書を参考とする場合、最新の情報を調べて照らし合わせながらお使いいただくことを推奨いたします。

※ちなみに導入方法はググれば簡単に出てくるので省きます。すまぬ。

目次

1. そもそもGoogleアナリティクス4って
2. 導入時の注意点
3. 数値について
4. おすすめの使い方
5. 最後に
6. あっ

そもそもGoogleアナリティクス4って

Webサイトへのアクセス状況やその回遊状況、クリックなどの
アクションの計測、地域ごとの閲覧状況など

「Webサイトに訪れたユーザーの動きを様々な視点で観測、計測できるツール」
です。

GA4では『イベント』単位での計測となって(ややこしいので割愛)
アプリケーションからの流入を計測出来たり、
ユーザーのページや動画に対する閲覧状況を
より正確に把握できる仕組みが追加されました※後述します。

今までのGA以上に、よりユーザーの動きを可視化できるようになったと理解してOKです。

導入時の注意点：保持期間

GA4では収集したデータの保持期間がデフォルトだと2ヶ月に設定されています。
最長の14ヶ月に変更可能なので特別な理由が無い限りは14ヶ月に変更しましょう。



GA4で計測するデータの保持期間は【レポート別】に異なります。
管理画面左側に表示されるメニューの内「探索レポート」のみ、2ヶ月または14ヶ月の保持期間になります。標準レポートや広告レポートは無期限です。

年齢、性別、インタレスト カテゴリ（興味関心）といったユーザーの属性情報はどんな設定をしても2ヶ月までしか保存されません。

導入時の注意点：IP除外設定①

自身のアクセスやクライアントのアクセスを計測しないようにする除外設定。

より正確な数値を計測したい際に設定しましょう。

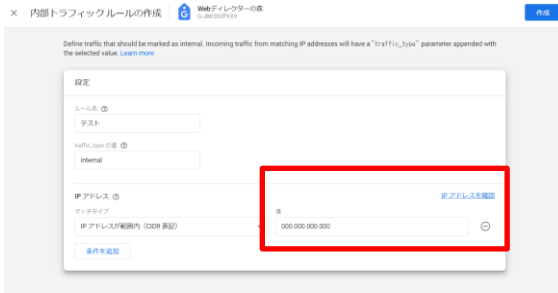


①左下の「管理」から「データストリーム」を選択

②すでに設定済みのストリームから「タグ設定」を選択

③右上の赤枠「すべて表示」をクリックし、「内部トラフィックの定義」を選択

導入時の注意点：IP除外設定②



× 内部トラフィックルールの作成 Webファイアウォールの設定

Define traffic that should be marked as internal. Incoming traffic from matching IP addresses will have a "traffic_type" parameter appended with the selected value. [Learn more](#)

設定

ルール名

ラベル

トラフィックの種別

IP アドレス [IP アドレスを選択](#)

IP アドレスの範囲 (CIDR 表記)

条件を追加

④「値」と書かれている部分に除外したいIPを記入しましょう。IPが分からない場合、<https://whatismyipaddress.com/ja/index>↑こちらから確認しましょう。

※IPアドレスの値によっては弾かれるので弾かれたときは。。。

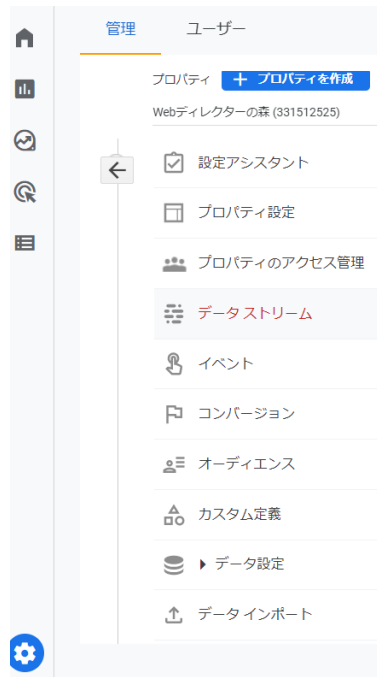
テストしてみたら「有効な IP 範囲を入力してください。IP アドレスの範囲は、192.0.2.0/24 または 2001:db8::/32 などの CIDR 表記で指定してください。」と弾かれてしまったため、これ以上の設定を確かめることが出来ませんでした。こちらで解説しているので参考に
<https://giginc.co.jp/blog/giglab/ga4-introduction>

導入時の注意点：クロスドメインの設定①

異なるサイト間でユーザーが移動した際に、同じユーザーであるにも関わらず、
違うユーザーとしてカウントがされてしまうため、より正確な情報を算出するためには
この「クロスドメイン」の設定を行いましょう。

これが解説として分かりやすかったのでご参考に
<https://www.youtube.com/watch?v=9Q8nNnpdTn8>

導入時の注意点：クロスドメインの設定②



①左下の「管理」から「データストリーム」を選択



②すでに設定済みのストリームから「タグ設定」を選択



③右上の赤枠「すべて表示」をクリックし、「ドメイン設定」を選択

導入時の注意点：クロスドメインの設定③

× ドメインの設定 | Webディレクターの森
G-JBK592FKX9

保存

⚠️ ここでの変更は、同じページの他の Google タグに影響する可能性があります。詳細

このタグを使用するすべてのドメインを指定してください。このリストで、クロスドメイン測定を有効にできます。さらに、拡張計測機能を使用している場合は、サイト上のどのリンクが離脱クリックイベントをトリガーしないかを定義します。詳細

設定

次の条件に一致するドメインを含める

マッチタイプ	ドメイン
完全一致	takeelog.org

条件を追加

④マッチタイプを「完全一致」などに選択肢、対象のドメインを入力。画面右上の保存を選択

導入時の注意点：その他

ここまで作成してきて、「あれ？参考サイト載せたほうが楽だし、みんな勉強になるのでは」
となってきました。すみません。許してくれ。以下も推奨の設定ぞい。

Googleシグナルの設定

⇒異なるデバイス・プラットフォームを横断した計測を行えるようになるため、忘れずに有効にしましょう。

Search Consoleの連携

⇒データ連携は大切だからね(雑)

参考：<https://giginc.co.jp/blog/giglab/ga4-introduction>

数値について①

GA4ではユーザーの行動を「イベント」と表現し、細かくどんな行為を行っているのかを計測できる仕様となりました。

レポートのスナップショット

リアルタイム

ユーザー

- ユーザー属性
- テクノロジー
- ライフサイクル
- 集客
- エンゲージメント
 - 概要
 - イベント
 - コンバージョン
 - ページとスクリーン
 - ランディングページ
- 収益化
- ライブラリ

イベント: イベント名

過去 28 日間: 1月28日~2023年2月24日

1 ページあたりの行数: 10 1~8/8

イベント名	↓ イベント数	総ユーザー数	ユーザーあたりのイベント数	合計収益
	4,390 全体の 100%	763 全体の 100%	5.98 平均との差 0%	\$0.00
1 page_view	1,489	757	2.05	\$0.00
2 session_start	977	758	1.34	\$0.00
3 user_engagement	793	255	3.25	\$0.00
4 first_visit	681	681	1.00	\$0.00
5 scroll	347	141	2.51	\$0.00
6 click	94	73	1.31	\$0.00
7 file_download	8	3	2.67	\$0.00
8 view_search_results	1	1	1.00	\$0.00

例えば

「scroll」は「そのページの下方90%以上にスクロールした行為」を計測しているためユーザーがどれだけ見たかを計測するヒントとして活用できる。

数値について②

このようにイベントの種類によって様々な情報を調べることができるようになったので旧GAで行っていた以上に正確な仮説が立てられるようになった。

イベントの種類

<https://eguweb.jp/analytics-list/>

また、このイベントは独自で作成、計測が可能です。

そのため「サンクスページへの到達」というイベントを作成することで簡単にどれだけお申し込みへ至ったのかを計測することが可能となりました。

[こちらでイベントの作り方が確認できます。](#)

<https://www.youtube.com/watch?v=YEJCJ2cZKfl>

おすすめの使い方①

まず、これ。ちょっと衝撃的でした。

The screenshot shows the Analytics dashboard. A search bar at the top contains '新規ユーザー数' (New User Count). The main table displays event data for 'page_view', 'session_start', 'user_engagement', 'first_visit', and 'scroll'. A sidebar on the right, titled '分析情報' (Analysis Information), shows the search result for '新規ユーザー数' (New User Count) for the period '2月 18-24, 2023', with a value of '92'.

イベント名	イベント数	総ユーザー数	ユーザーあたりのイベント数	合計収益
page_view	1,489	757	2.05	\$0.00
session_start	977	758	1.34	\$0.00
user_engagement	793	255	3.25	\$0.00
first_visit	681	681	1.00	\$0.00
scroll	347	141	2.51	\$0.00

「新規ユーザー数」って入力したら教えてくれるんです。(語彙力)
 その他、以下のような情報も聞けば教えてくれます。すごい時代。

- 🔍 最も使用されているデバイスは何ですか？
- 🔍 先週のユーザー数は？
- 🔍 閲覧回数で上位のページとスクリーンはどれですか？

おすすめの使い方②

デフォルトで備わっている「探索」がとても便利。

クリック

データ探索

新しいデータ探索を開始する

空白
新しいデータ探索を作成します

デフォルトで用意されているレポート

自由形式
カスタムのグラフや表から、どのようなインサイトが確認できますか？

目標到達プロセスデータ探索
複数のステップから成る目標到達プロセスで、どのようなユーザー行動経路が分析、分割、分類できますか？

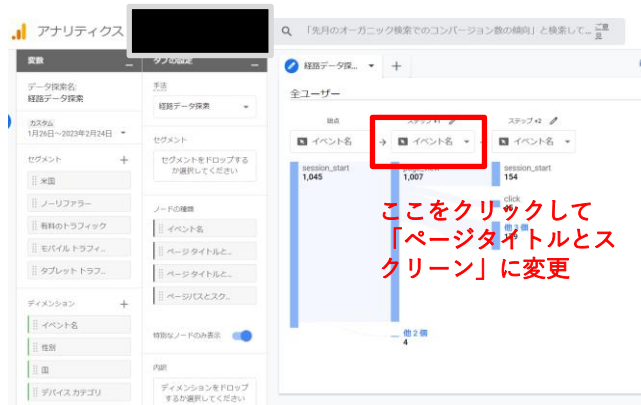
経路データ探索
ツリーグラフから、ユーザーのどのような行動経路が確認できますか？

テンプレートギャラリー

タイプ	氏名 ↓	オーナー	最終更新日 ↓	プロパティ	🔍
👤	無題のデータ探索	幸野剛士	2023/02/23	Webディレクターの森	⋮
👤	目標到達プロセス	幸野剛士	2023/02/23	Webディレクターの森	⋮
🔵	空白の探索	幸野剛士	2023/02/23	Webディレクターの森	⋮

おすすめの使い方③

例えば「経路データ探索」を活用すれば



どのページからどのページへ遷移しているかがわかるため、ユーザーの動きが設計者の狙い通りになっているかが確認出来る！

おすすめの使い方④

他にも「目標到達プロセスデータ探索」というCVまでのユーザーの動きを調べるレポートもデフォルトで用意されているため目的にあわせて柔軟に調べることができます。

自身でカスタマイズすることも可能なので是非こちらを参考に

https://www.youtube.com/watch?v=HE_o7lVe6-U&t=180s ※3分30秒くらいからがおすすめ

<https://www.youtube.com/watch?v=5OU37JjD9K4> ※ディメンションについて

調べたい情報(経路やユーザーの行動、属性、情報)にあわせて
自由にカスタマイズして調べることができる。という風に理解してOK

と り あ え ず

非常にザックリな資料でごめんなさい。

本を読みながら実際に管理画面を触ってみて勉強してみたのですが
こればかりは「どれだけ管理画面をいじり倒す」かが勉強のポイントに
なるかなといったところです。(言い訳すまぬ)

ちなみにこの資料は無断転載OKです。好きに使ってください。

あっ

個人的に勉強になったやつです。

ミエルカチャンネル：<https://www.youtube.com/@seo9393>

https://note.com/and_a/n/n8ed2cdc0e94b

※網羅的すぎるから初心者にはかえってきついかも

<https://amzn.to/3XVp4JD>

1週間でGoogleアナリティクス4の基礎が学べる本 (1週間で基礎が学べるシリーズ)

※情報はちょっと古いけど入門としてはすごいイイ