

GA4の 設定と使い方

ウェブマーケティングセミナー



目次

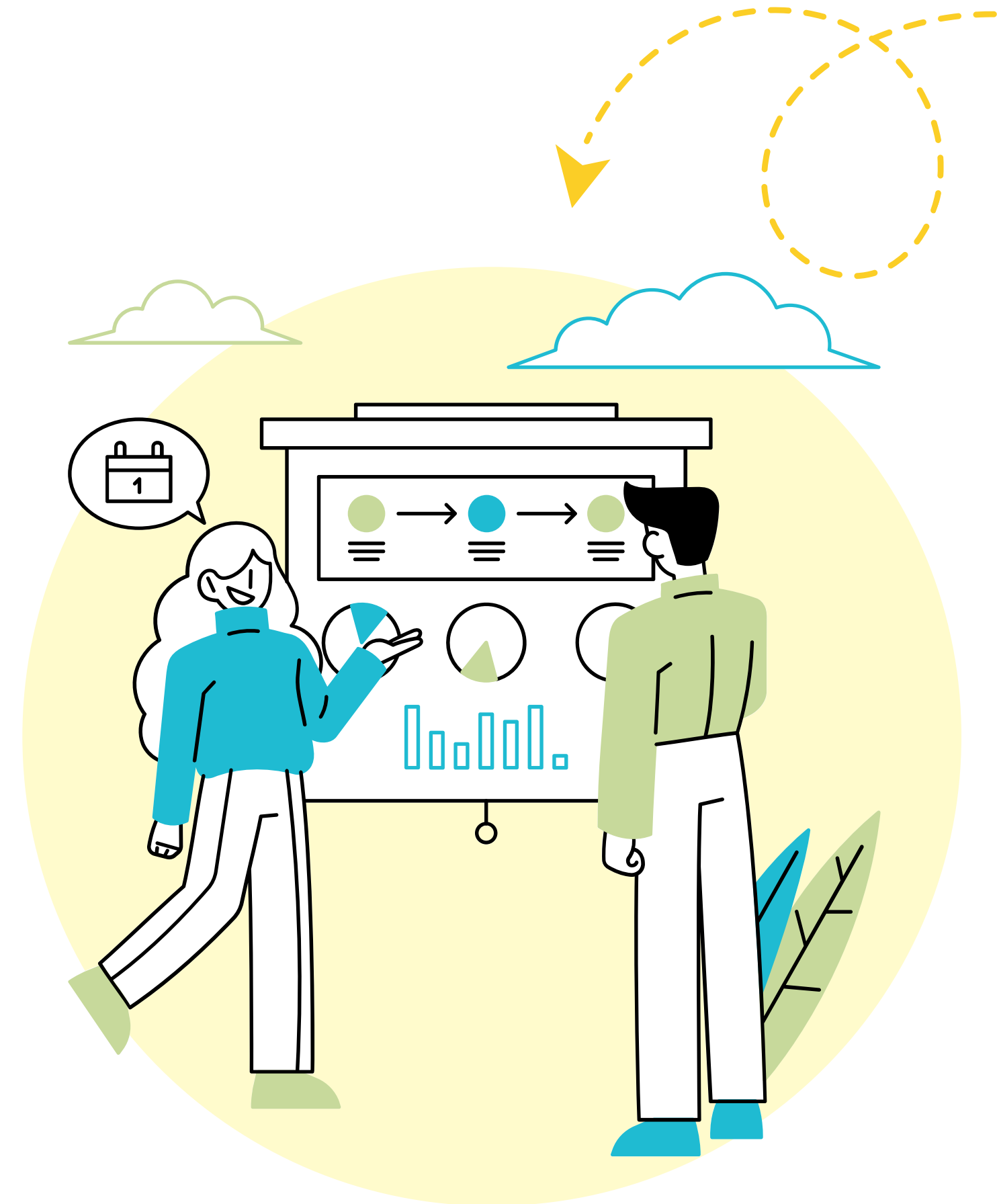
1 自己紹介

2 GA4が狙っていること

3 GA4の導入方法

4 まずはこれだけでOK！レポートの使い方

5 おすすめの探索3選



1 自己紹介

株式会社キヨスル 代表取締役

松本 孝行

フリーランス

Webマーケティング支援10年以上

2022年7月

株式会社キヨスル 設立

➡ Webマーケティングにおける
【支援・教育・研修】を行う

【事業例】

新築建売の販売促進

Google・yahoo検索広告
リマーケティング広告
You Tube広告の運用

健康食品のECサイト売上増加

Google検索広告
You Tube広告
ディスプレイ広告
Instagram広告の運用

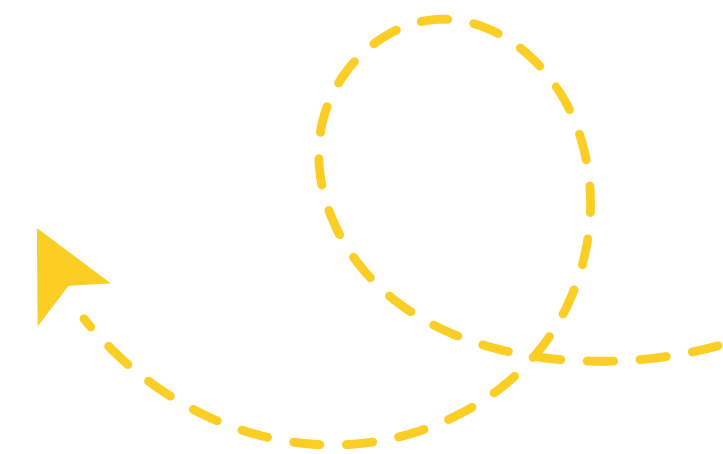
スポーツジムの会員獲得

Google検索広告
リマーケティング広告
You Tube広告
Instagram広告の運用

自動車教習所

ウェブマーケティング内製化支援
コンサルティング

GA4が狙っていること



2 GA4が狙っていること

これまでのUA

➡ ページ単位

GA4

➡ イベント単位



ページ内での動きを計測しやすくなる

- Scrollをしたかどうか
- クリックをしたかどうか
- ファイルダウンロードを行ったかどうか
- 動画を再生したかどうか

2 GA4が狙っていること

GA4 …

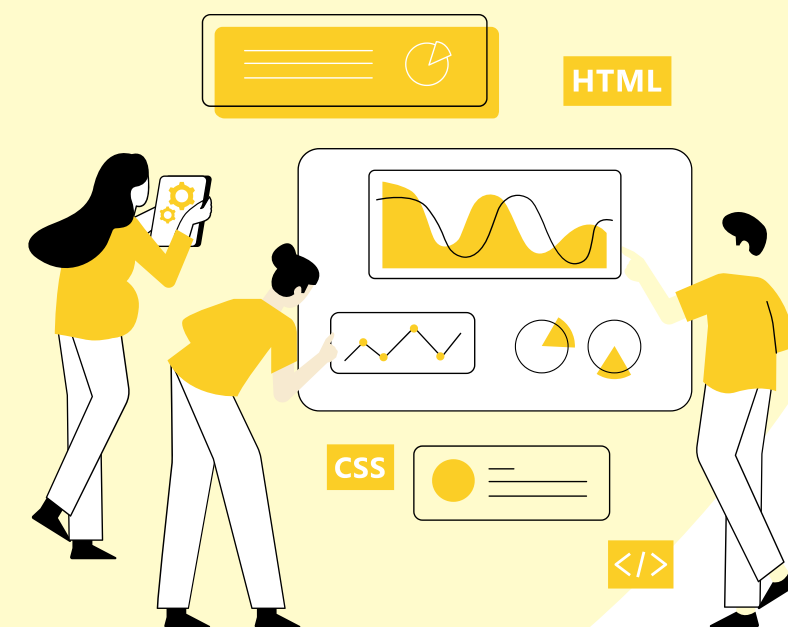
ページ移動
の計測



ページ内での動き
の計測



ユーザーの行動を
より細かく
計測できる

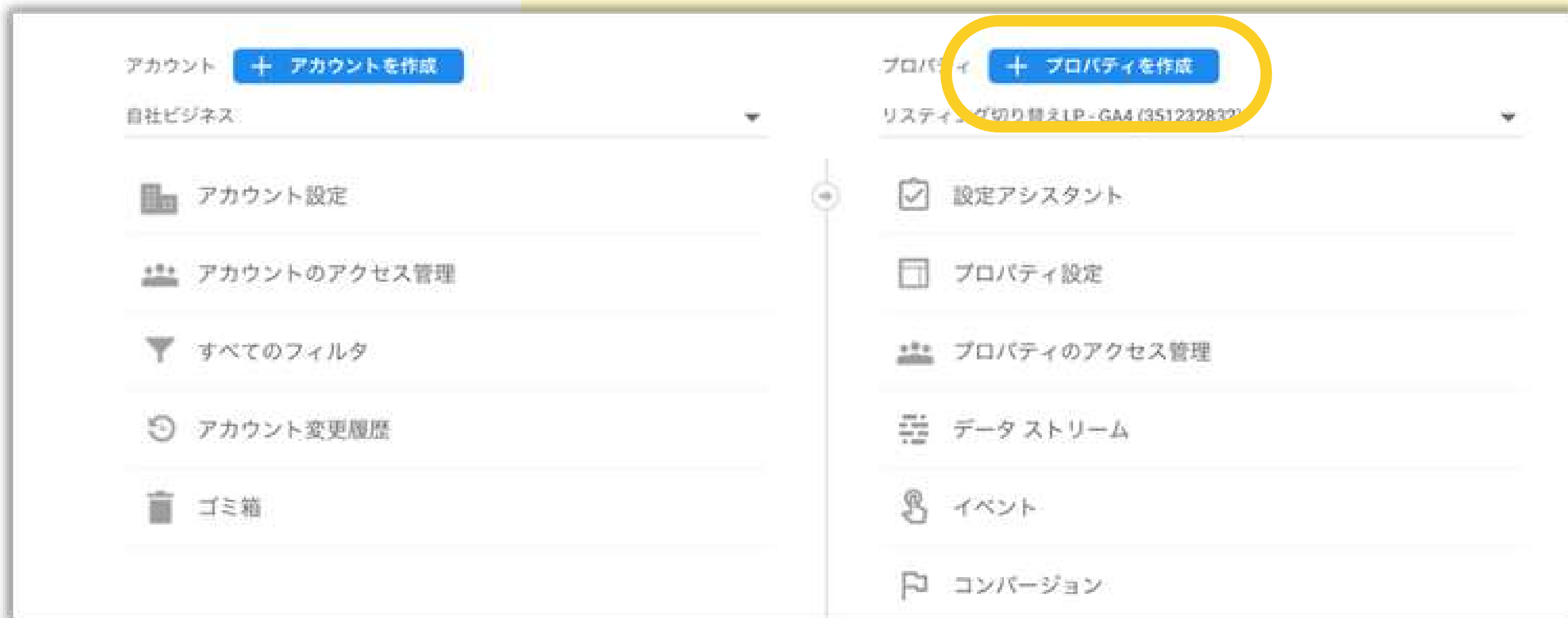


GA4の導入方法



3 GA4の導入方法

UAの方法とほぼ一緒



3 GA4の導入方法

UAの方法とほぼ一緒

1 プロパティの設定

プロパティの詳細
プロパティは、企業やウェブやアプリのデータを表します。アカウントには複数のプロパティを設定できます。 [詳細](#)
既存の Firebase プロジェクトで新しいプロパティを作成する場合は、[Firebase アカウントに移設](#)してください。

Google アナリティクスでプロパティを作成して、ウェブやアプリのデータを測定します。

プロパティ名
テストテスト

レポートのタイムゾーン
日本 (GMT+09:00) 日本時間

通貨
日本円 (¥)

プロパティのこれらの詳細は、後で [管理] で編集できます

[詳細オプションを表示](#)

このアカウントでは、あと 92 個のプロパティを作成できます。

次へ

3 GA4の導入方法

UAの方法とほぼ一緒



POINT!


測定用のタグが発行されるので、すべてのウェブページに貼り付け

- ※ Googleタグマネージャーでも可能^る
- ※ HTML・Javascriptの知識が必要になる

3 GA4の導入方法

導入したらやっておこう

Step01  シグナルをオンにする

Step02  計測期間を14ヶ月に



3 GA4の導入方法

Step01 シグナルをオンにする



プロパティ [+ プロパティを作成](#)

リスティング切り替えIP - GA4 (25122)

- 設定アシスタント
- プロパティ設定
- プロパティのアクセス管理
- データストリーム
- イベント
- コンバージョン
- オーディエンス
- カスタム定義
- データ設定**
 - データ収集
 - データ保持
 - データフィルタ
- データインポート

Google シグナルのデータ収集

設定

Google シグナルが有効になったため、広告向けの機能である「クロスデバイスデータの収集」と「デバイスをまたいだユーザーのリマーケティング」がアップグレードされました。

アナリティクスの機能が拡張され、Google データを使って、デバイスをまたいだユーザー行動をより的確に把握できるようになります。

Google シグナルを有効にすると、Google アナリティクスでお客様のサイトやアプリから収集した訪問情報と、ログインユーザーのアカウントの Google 情報が関連付けられます（ただし、関連付けの対象となるのは、広告のカスタマイズを目的とした、こうした関連付けに同意しているユーザーのみです）。この Google 情報には、エンドユーザーの位置情報、検索履歴、YouTube の利用履歴、Google のパートナー サイトで収集されたデータなどが含まれる可能性があります。この Google 情報は、お客様のユーザーのクロスデバイス行動について、集約および匿名化されたインサイトを提供するために使われます。お客様はこの機能を有効にすることで、[Google の広告向けの機能に関するポリシー](#)（デリケートなカテゴリに関する規約など）を遵守すること、かかる関連付けについてご自身がエンドユーザーに対して必要なプライバシーの開示を行って、関連付けを行う権限をエンドユーザーから取得すること、エンドユーザーが [マイアクティビティ](#) を通じてかかるデータを閲覧、削除する場合がありますことに同意するものとします。

地域とデバイスに関する詳細なデータの収集

広告のカスタマイズを許可する詳細設定

ユーザーデータ収集の確認

3 GA4の導入方法

Step02 

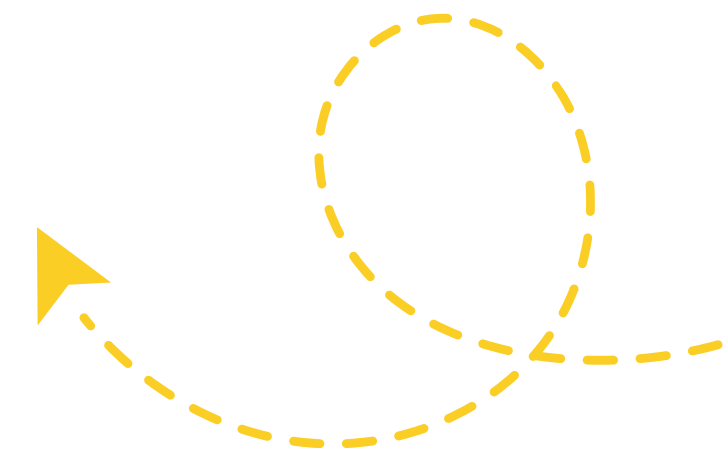
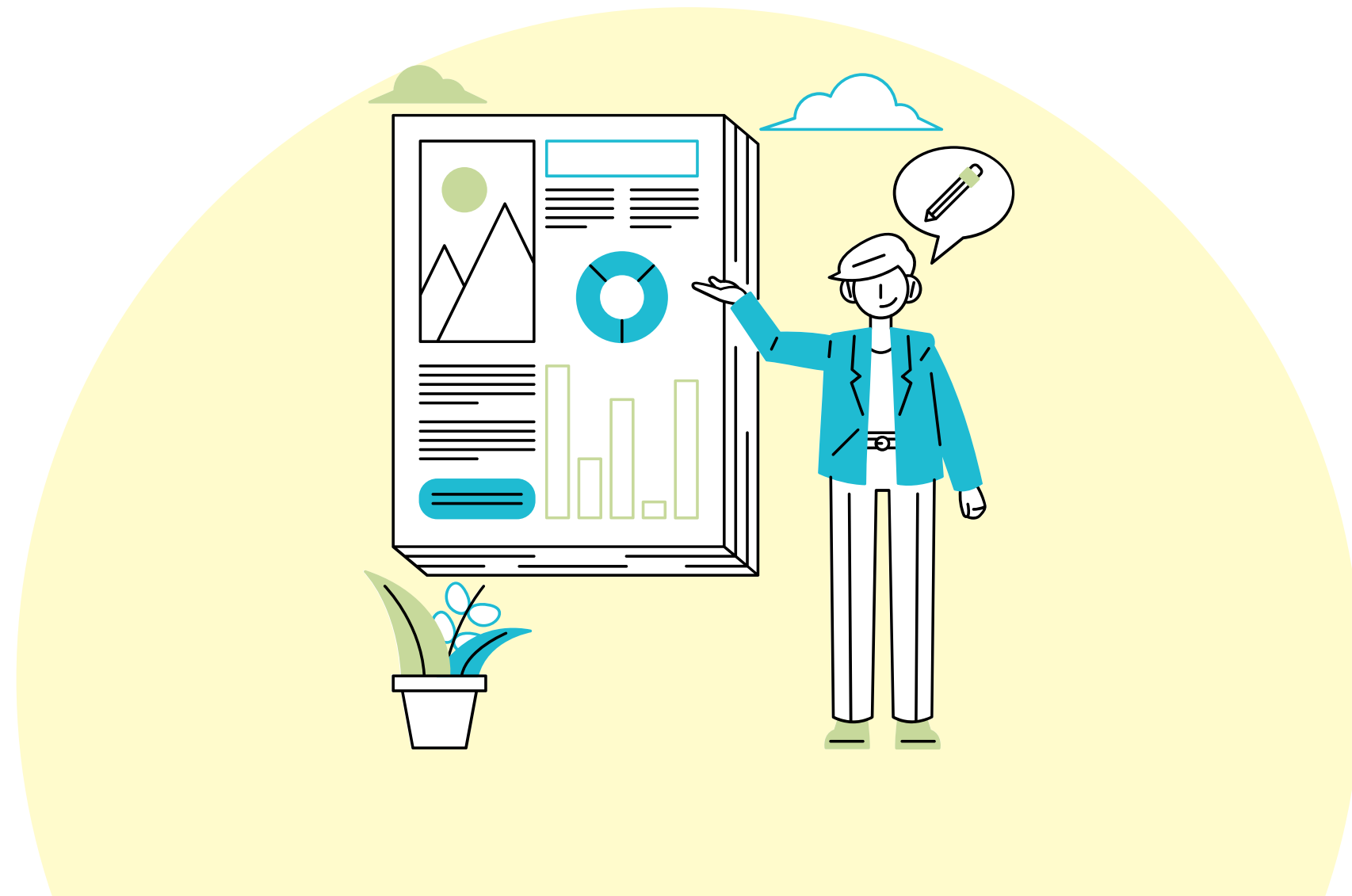
計測期間を14ヶ月に



The screenshot shows the GA4 Admin console interface. On the left sidebar, the 'データ設定' (Data Settings) menu is highlighted with a yellow circle, and its sub-item 'データ保持' (Data Retention) is also highlighted. The main content area shows the 'ユーザーデータとイベントデータの保持' (User and Event Data Retention) settings. A dropdown menu for 'イベントデータの保持' (Event Data Retention) is set to '14か月' (14 months) and is circled in yellow. Below this, the '新しいアクティビティのユーザーデータのリセット' (Reset user data for new activity) toggle is turned on. At the bottom, there are '保存' (Save) and 'キャンセル' (Cancel) buttons.

まずはこれでOK

レポートの使い方



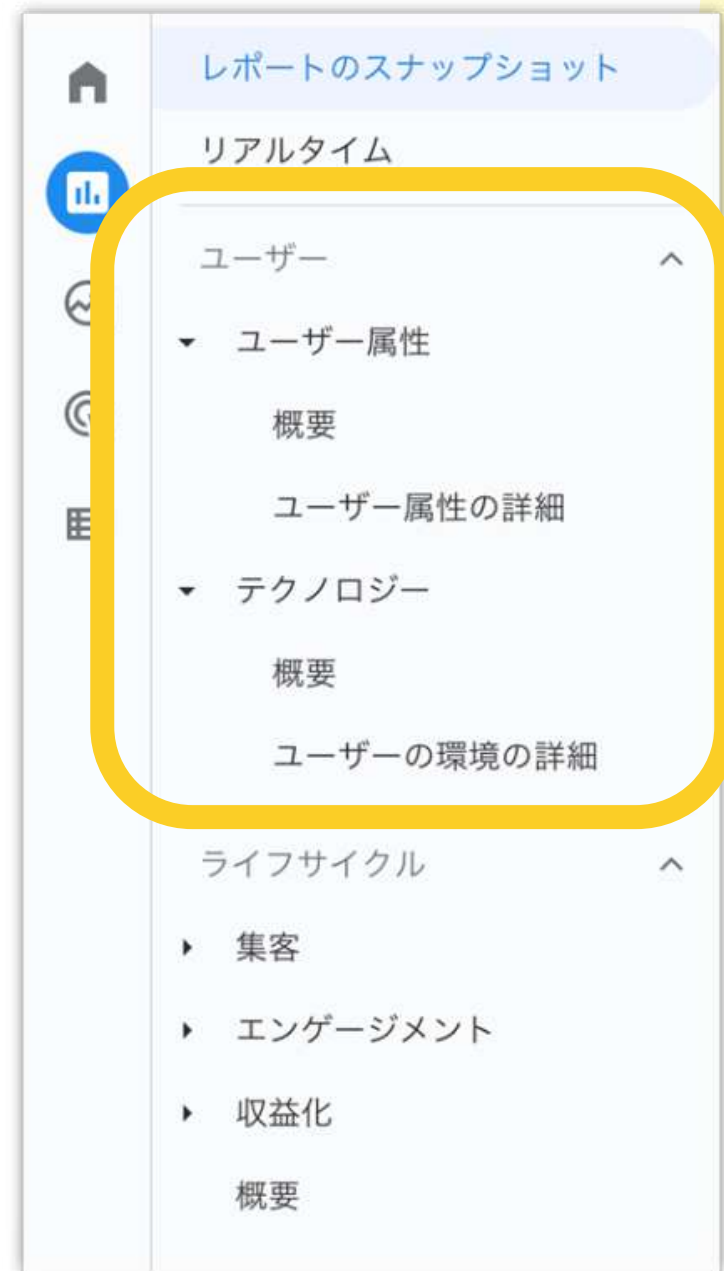
4 まずはこれでOK！レポートの使い方

基本は「レポート」のチェックでOK



4 まずはこれだけでOK！レポートの使い方

基本は「レポート」のチェックでOK



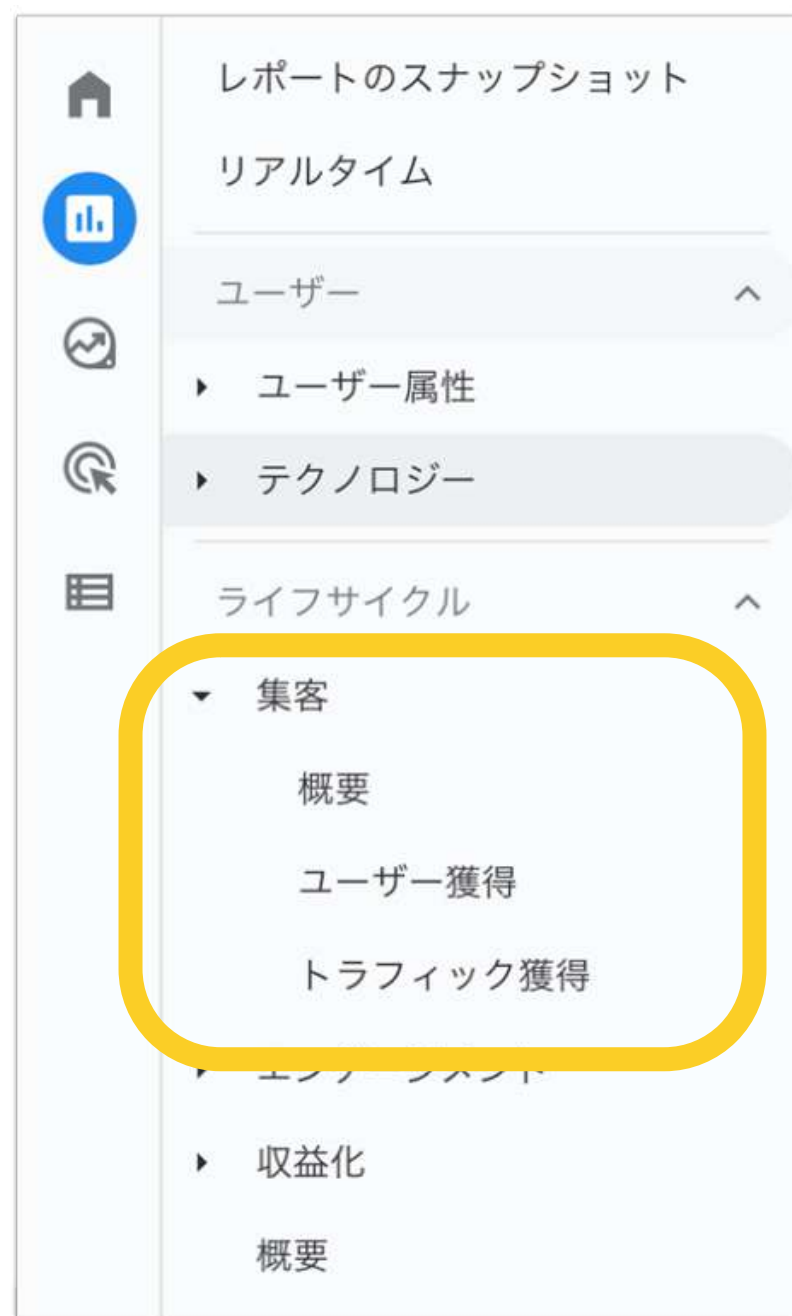
【ユーザー】

ユーザーの特徴をチェック

- ブラウザ
- デバイス
- 年齢層
- 地域

4 まずはこれだけでOK！レポートの使い方

基本は「レポート」のチェックでOK



【集客】

ユーザーの流入経路をチェック

● Google検索

● SNS

● 検索広告

POINT！
☞

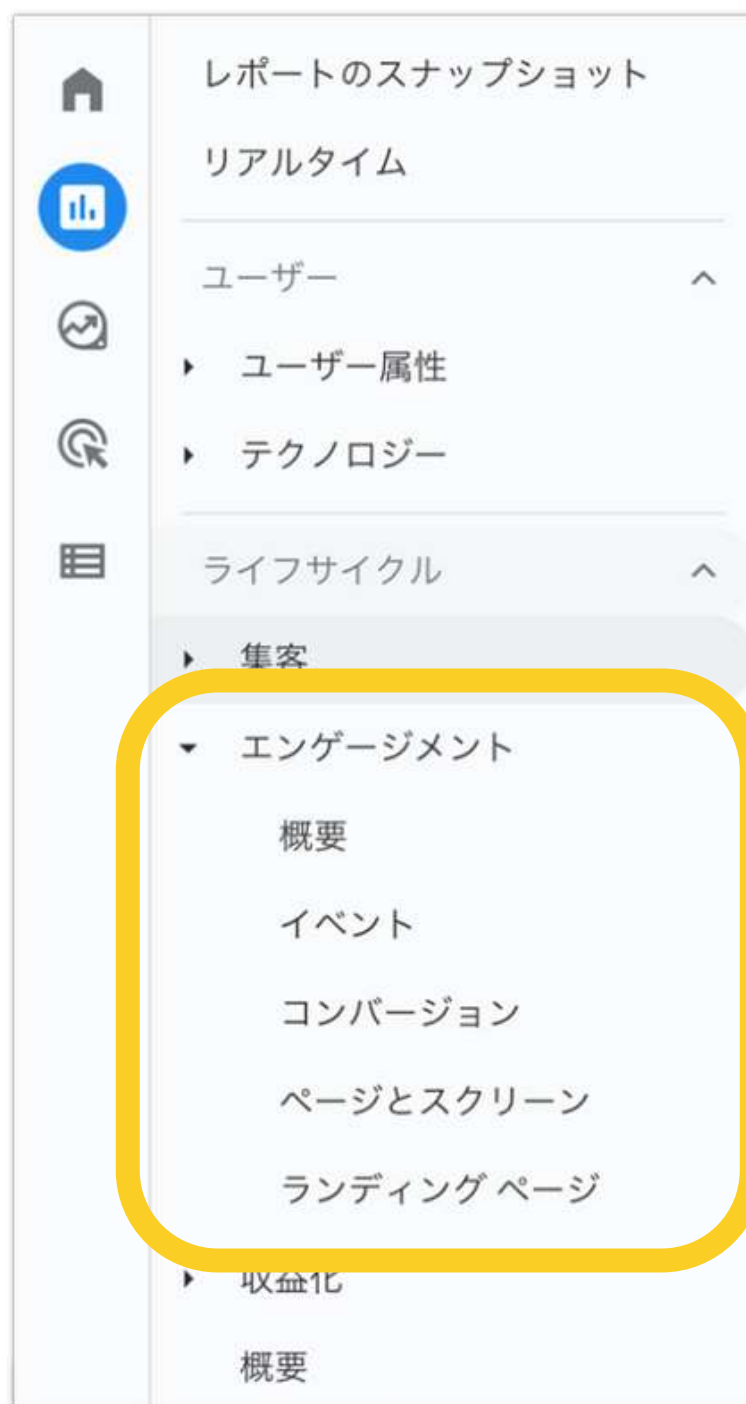
ユーザー獲得 = ユーザー数

トラフィック獲得 = セッション数

トラフィック獲得のほうが数字が大きくなる

4 まずはこれでOK！レポートの使い方

基本は「レポート」のチェックでOK



【エンゲージメント】

ユーザーの動きをチェック

- **イベント** クリックしたユーザー数
スクロールしたユーザー数など
- **コンバージョン**
- **ページのアクセス数**
- **ランディングページのアクセス数**

4 まずはこれだけでOK！レポートの使い方

基本は「レポート」のチェックでOK



【収益化】

下記のサイトで利用

ECサイト

アプリ

アフィリエイトサイト

4 まずはこれだけでOK！レポートの使い方

レポートのスナップショットの作り方

レポートのスナップショット

カードの追加 0/3 件を選択済み

レポートをカスタマイズ

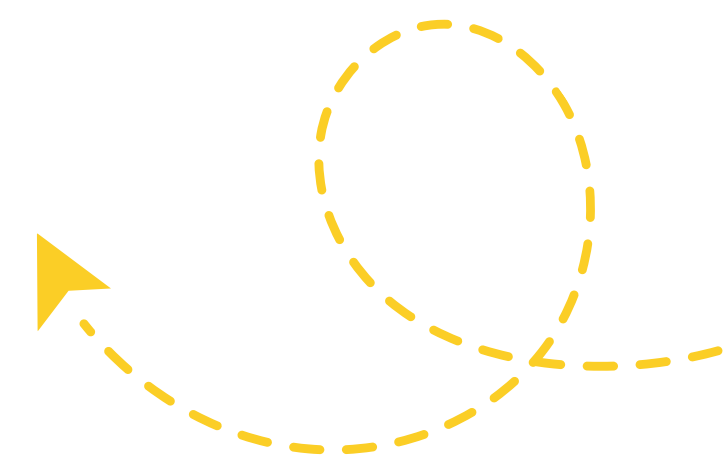
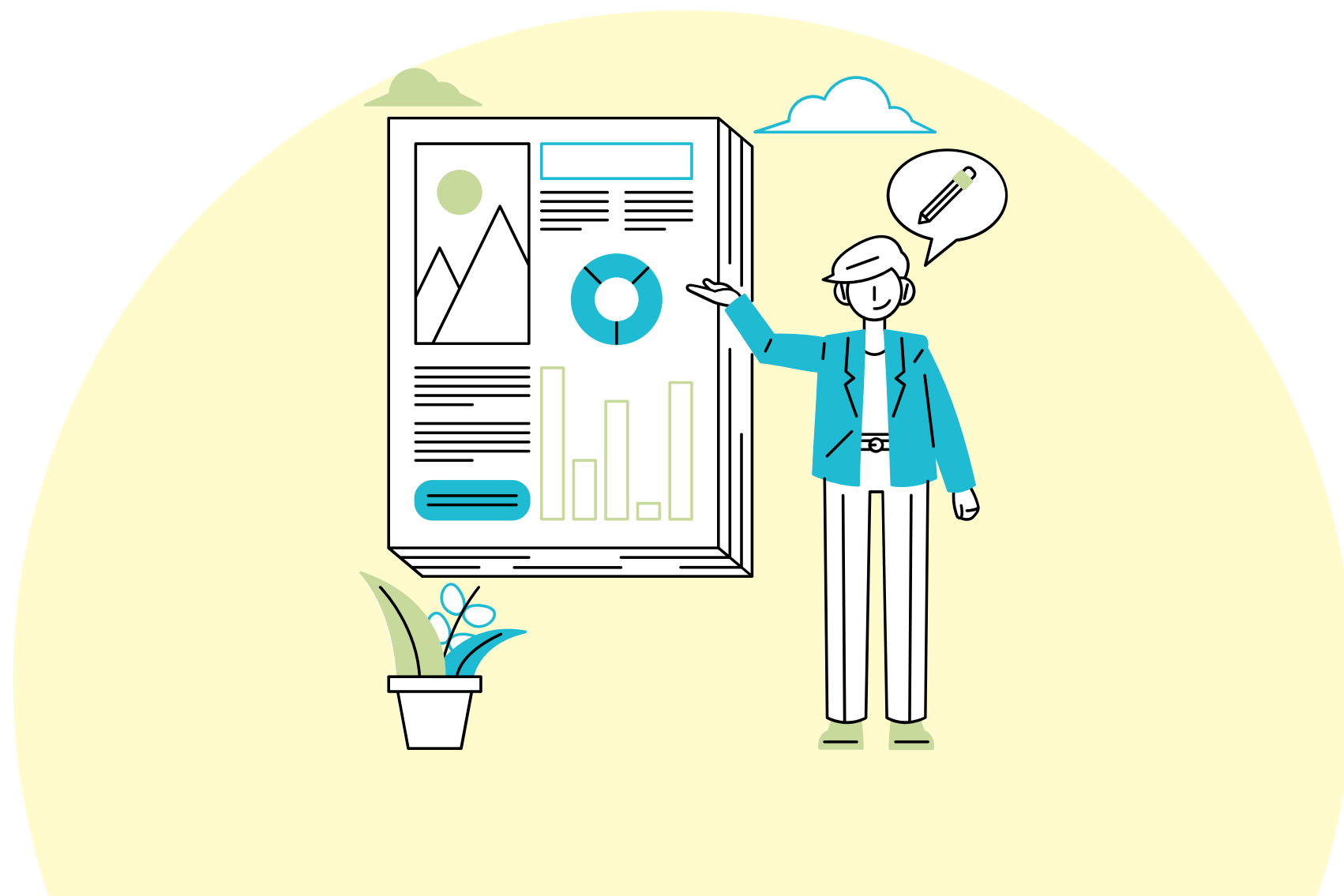
カード (最大 16 枚)

- 概要
- リアルタイム
- 分析情報
- 新規ユーザー数 (最初のユーザーのデフォ...)
- セッション (セッションのデフォルト...)
- ユーザー (国)
- ユーザーのアクティビティの推移
- コホート別のユーザーのアクティビティ
- 表示回数 (スク...)

POINT!

レポートのスナップショットを作ること
「これだけ見ればOK」のレポート作成も可能

おすすめの探索3選



5 おすすめの探索3選

レポート → これまでの
Google Analyticsの部分

GA4 → 探索

「探索」

深く分析し、
新しい打ち手を考える際に利用

※14ヶ月にするのも、この探索を保存するため※



おすすめの探索3選

01 ページ遷移を見る

02 コンバージョンから行動を逆再生する

03 コンバージョンまでの離脱を見る



おすすめの探索3選

01 ページ遷移を見る

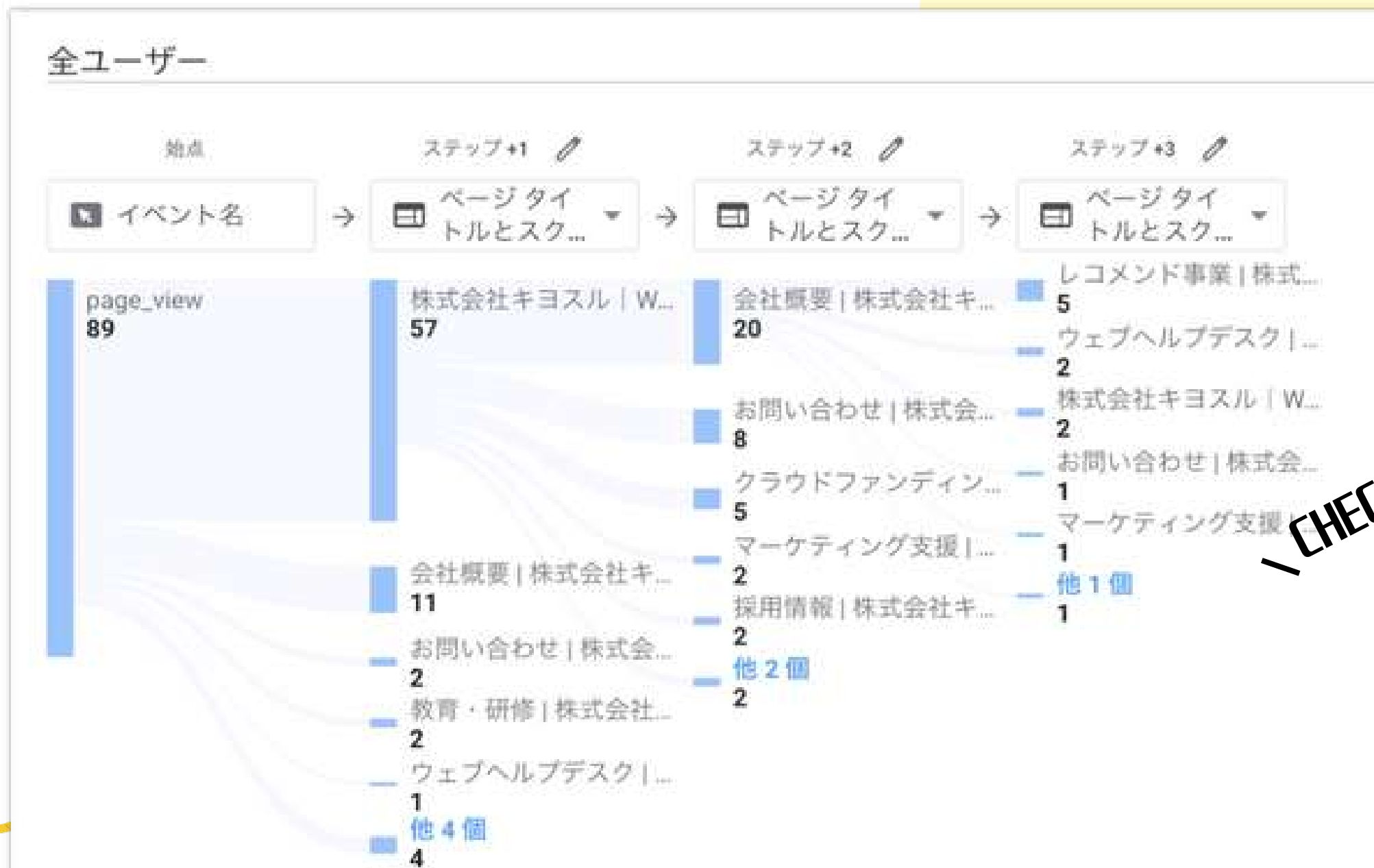
The screenshot shows the 'データ探索' (Data Exploration) interface. On the left is a navigation sidebar with icons for home, list, refresh, search, and menu. The main area is titled 'データ探索' and '新しいデータ探索を開始する' (Start new data exploration). Below this are four template cards:

- 空白** (Blank): 新しいデータ探索を作成します。 (Create a new data exploration.)
- 自由形式** (Free Form): 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？ (From custom graphs and tables, what insights can be confirmed?)
- 目標到達プロセスデータ探索** (Target Journey Data Exploration): 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？ (In a target journey process consisting of multiple steps, what user action paths can be analyzed, segmented, and classified?)
- 経路データ探索** (Path Data Exploration): 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？ (From a tree graph, what user action paths can be confirmed?)

The '経路データ探索' (Path Data Exploration) card is highlighted with a yellow border. Above it, the text 'テンプレート ギャラリー' (Template Gallery) is visible.

おすすめの探索3選

01 ページ遷移を見る



ページタイトルとスクリーンを選択

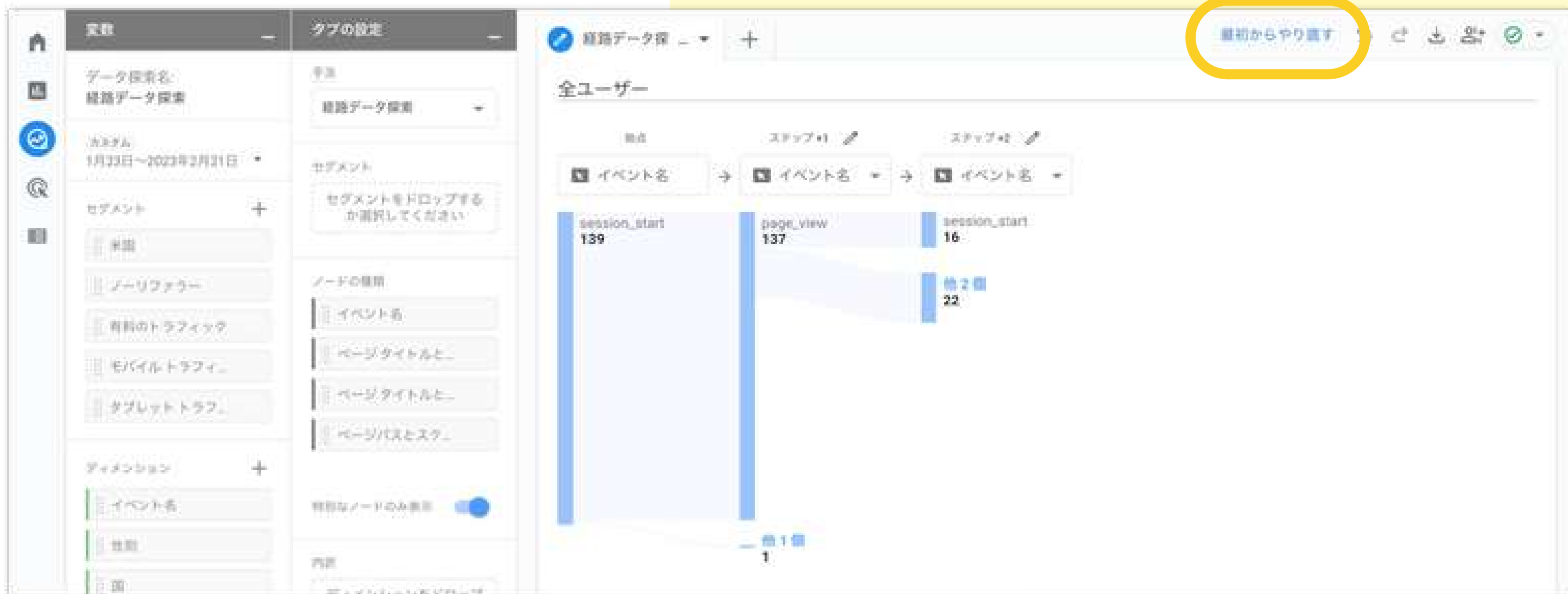
→ どのページを見て、どこに移行したかが分かる

! CHECK !

- 想定していたユーザーの動きか？
- どのページが人気か？
- どのページで離脱が多いか？

おすすめの探索3選

02 コンバージョンから行動を逆再生する

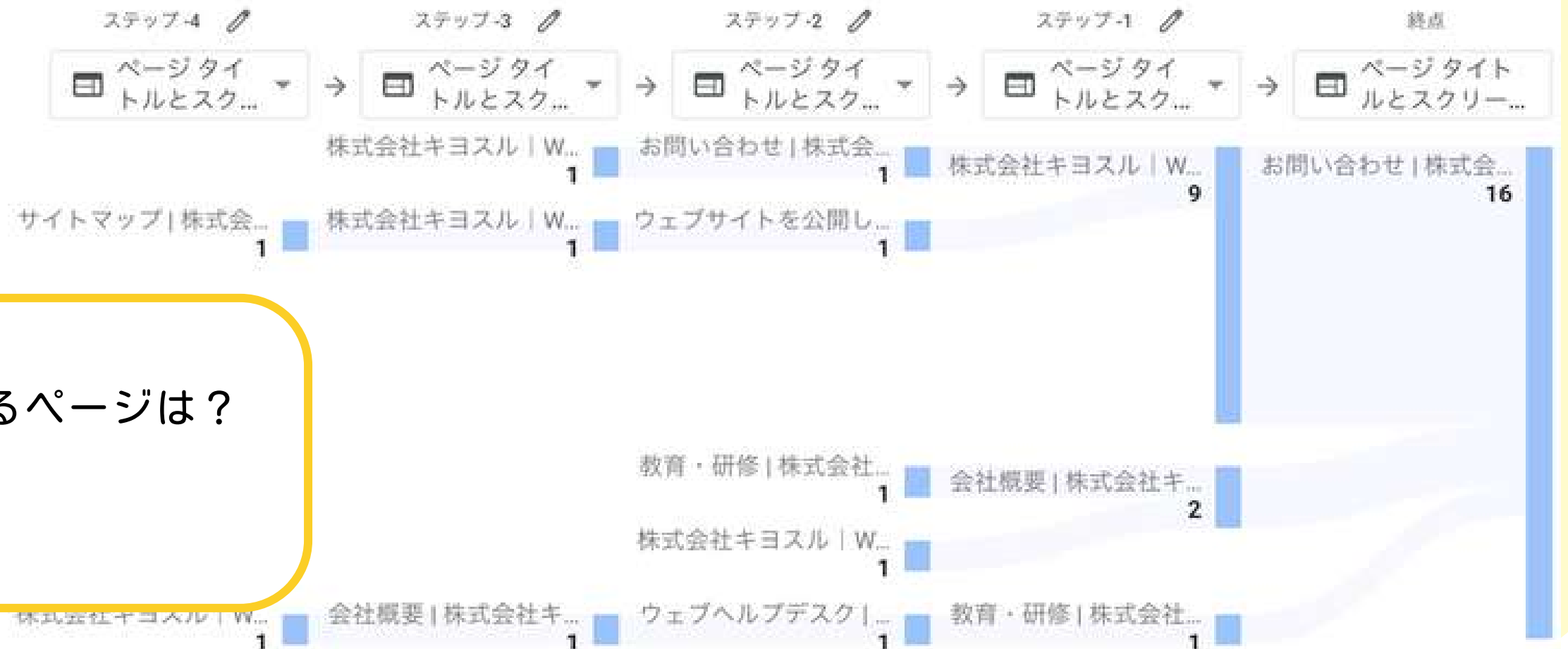


おすすめの探索3選

02 コンバージョンから行動を逆再生する

→ コンバージョンに至った経路がわかる

全ユーザー



! CHECK !

コンバージョンに役立っているページは？
ユーザーの動きは？

おすすめの探索3選

03 コンバージョンまでの離脱を見る



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

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？

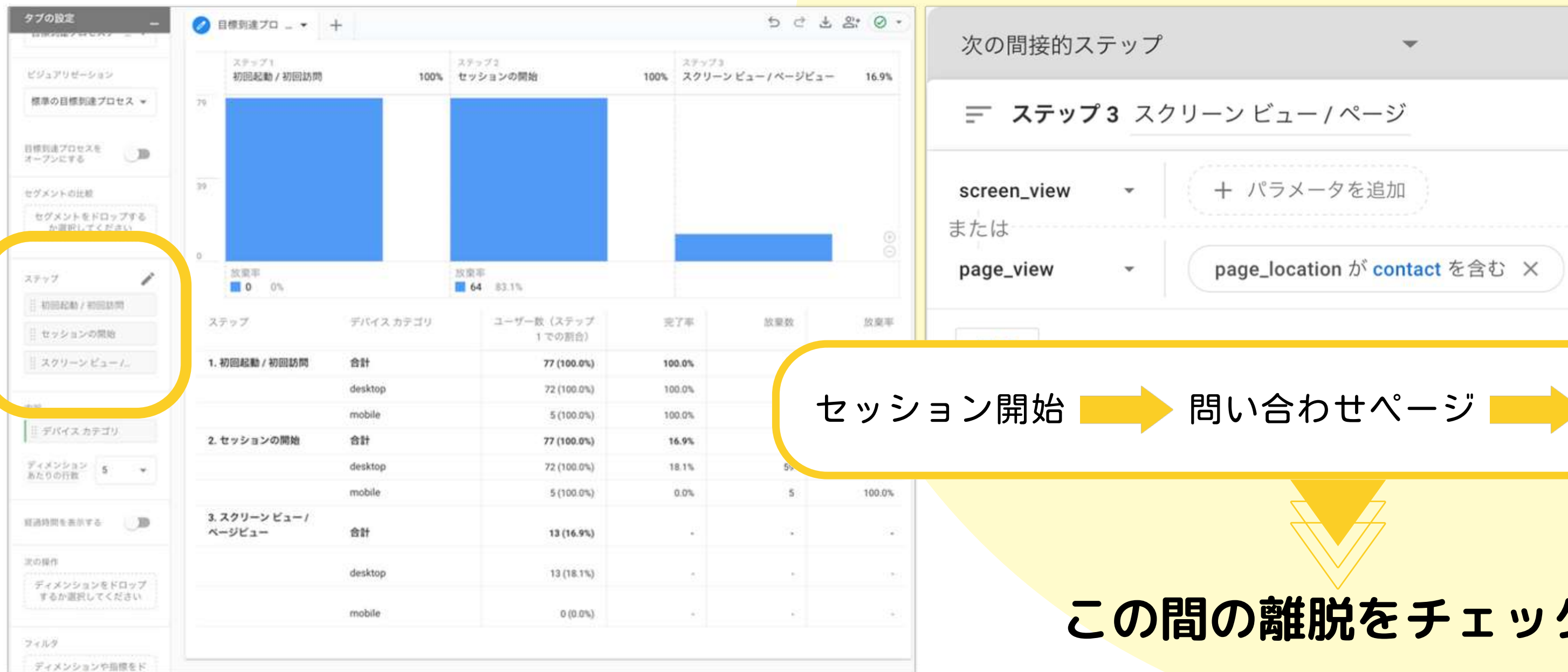
目標到達プロセスデータ探索
複数のステップから成る目標到達プロセスで、どのようなユーザー行動経路が分析、分割、分類できますか？

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

おすすめの探索3選

03 コンバージョンまでの離脱を見る



セッション開始 → 問い合わせページ → 問い合わせ完了

この間の離脱をチェック

POINT /



デバイスごとの動きもチェックできる！

まとめ

- ☑ GA4は**細かいユーザーの動き**を見ることができるようになった
- ☑ 今までのGoogle Analyticsと同じように見たい場合、「**レポート**」を活用
- ☑ もっと細かく調べたい場合は「**探索**」使う

POINT!



**アクセス解析は目的を持って行うと
より効果的になる**

お問い合わせ

株式会社キヨスル

〒541-0041

大阪府大阪市中央区北浜3-2-25京阪淀屋橋ビル8階

TEL : 06-7222-3051

MAIL : contact@kiyosuru.co.jp

Website : <https://kiyosuru.co.jp>

