

IMA検定

マーケ
概論

アクセス
分析

サイト
集客

Professional IMA

FACE 5-1

IMA 研究所編

- 5-1 GA4の探索レポートについての概要
 - 5-1-1 GA4の探索レポートとは
 - 5-1-2 標準レポートとの違い
 - 5-1-3 確認できる内容
 - 5-1-4 利用シーン
- 5-2 設定項目について
 - 5-2-1 利用できるテンプレート
 - 5-2-2 セグメントについて
 - 5-2-3 ディメンションについて
 - 5-2-4 指標について
 - 5-2-5 フィルタについて
- 5-3 主要な確認内容
 - 5-3-1 経路元毎の閲覧推移を確認するレポート
 - 5-3-2 コンバージョンの発生状況を確認するレポート
 - 5-3-3 主要ページの閲覧状況を確認するレポート
 - 5-3-4 コンバージョンに至った経路を分析するレポート
- 5-4 カスタム定義を用いた分析について
 - 5-4-1 カスタム定義とは
 - 5-4-2 カスタム定義で実現できる内容
 - 5-4-3 カスタム定義の設定方法
 - 5-4-4 設定しておく役立つカスタム定義

5-1.GA4の探索レポートについての概要

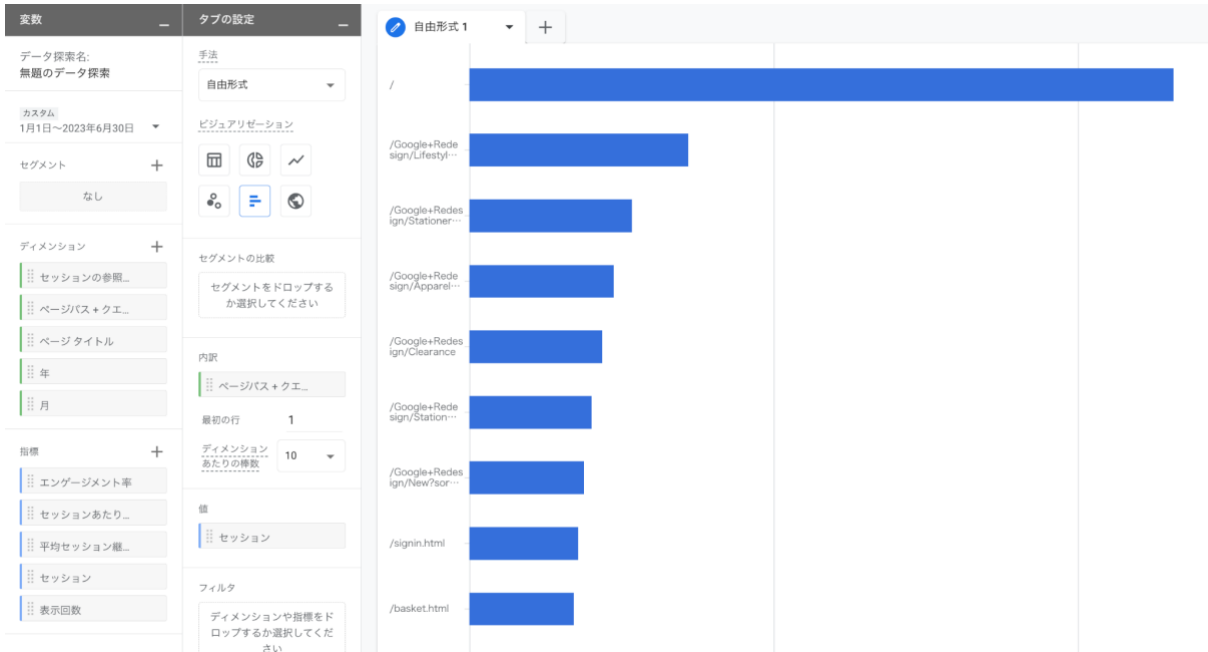
・GA4の探索レポートとは

探索レポートとは利用者がデータの探索と理解をサポートするために設計されており、利用ユーザーが特定のイベントやユーザー行動に関する情報を見つけるのに役立ちます。

変数		タブの設定		自由形式 1								
データ探索名: 無題のデータ探索	行	セッションの参照...		(not set)			/					
カスタム 1月1日~2023年6月30日	列	ディメンションをドロップするか選択してください		ページバス + クエリ文字列			セッションの参照元 / メディア					
セグメント なし	最初の行	1		セッション	エンゲージメント率	平均セッション継続時間	セッション	エンゲージメント率	平均セッション継続時間			
ディメンション セッションの参照... ページバス + クエ... ページタイトル	表示する行数	10		合計	259,811 全体の46.0%	0.0% 平均との差0%	0分00秒 平均との差0%	231,461 全体の41.0%	80.8% 平均より5.7%低い	3分53秒 平均より12.9%低い		
指標 エンゲージメント率 セッションあたり... 平均セッション継... セッション 表示回数	ネストされた行	No		1 (direct) / (none)	80,850	0.0%	0分00秒	95,584	89.2%	3分55秒		
	最初の列グループ	1		2 google / organic	77,936	0.0%	0分00秒	67,092	86.9%	4分23秒		
	表示する列グループ数	5		3 google / cpc	59,731	0.0%	0分00秒	21,044	79.2%	2分21秒		
	値	セッション エンゲージメント率 平均セッション継...		4 (not set)	18,838	0.0%	0分00秒	16,436	10.8%	4分06秒		
	指標をドロップするか選択してください			5 art-analytics.appspot.com / referral	1,091	0.0%	0分00秒	2,164	83.5%	4分39秒		
				6 Newsletter_January_2023 / email	1,058	0.0%	0分00秒	1,155	81.0%	1分59秒		
				7 analytics.google.com / referral	3,247	0.0%	0分00秒	3,482	68.3%	6分28秒		
				8 sites.google.com / referral	1,349	0.0%	0分00秒	991	77.0%	1分48秒		
				9 baidu / organic	7,610	0.0%	0分00秒	10,070	96.2%	1分26秒		
				10 bing / organic	1,588	0.0%	0分00秒	1,767	82.7%	6分20秒		

探索レポートでは、セグメントやディメンション・指標などの設定項目を使用して特定のイベント名やパラメータを検索し、それに関連するデータを表示することができます。

また、探索レポートではデータを可視化することも可能です。



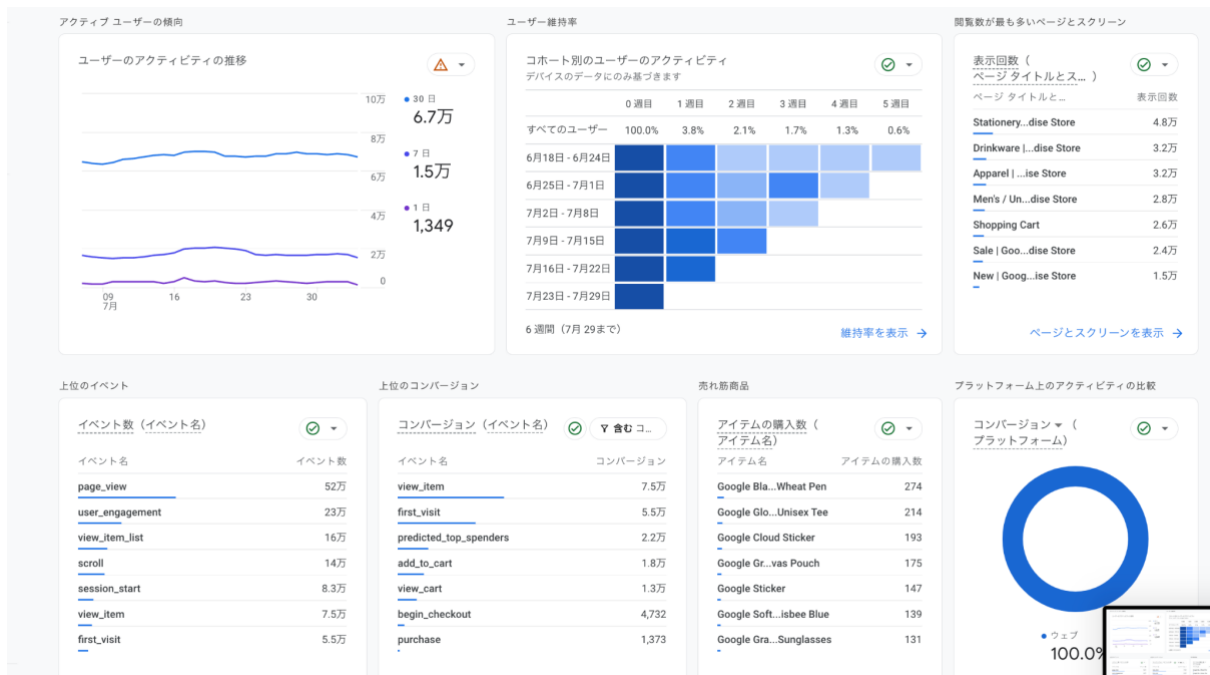
グラフやチャートを通じてデータを直感的に理解することができ、多くの人が見やすい形に調整することができます。また、レポート内のデータはクリックやタップなどの操作によってさらに詳細な情報を表示することも可能です。

これにより、ユーザーはより深いレベルでデータを探索し、ビジネス上の課題や機会を発見することができます。

・標準レポートとの違い

大きな違いはカスタマイズ性があるか否かです。

標準レポートではリアルタイムデータやイベント・コンバージョンの発生数、ページの閲覧状況が確認できます。



しかし、特定ページの指標や特定のイベントが発生したセッションの参照元など細かなデータを分析することは苦手です。

それに対して探索レポートでは、分析したい粒度に合わせてデータを表示することができます。例えば、7月に配信した Google のリスティング広告から流入した人がどのページを閲覧し、どんなイベントが発生させたかなどです。

そのため、大まかなデータを見る時は標準レポートを。細かいデータを見る時は探索レポートを見るなど使い分ける必要があります。

・設定できる内容

探索レポートではディメンション・指標と呼ばれる項目を掛け合わせることで任意のレポートを表示します。

ディメンションはセッションの参照元やページタイトル等の数字を伴わない項目。

ディメンション

 セッションの参照... ページパス + クエ... ページタイトル 年 月

指標は表示回数やセッション数、イベントの発生回数等の数字を表す項目です。

指標



☰ エンゲージメント率

☰ セッションあたり...

☰ 平均セッション継...

☰ セッション

☰ 表示回数

探索レポートで確認できる項目はディメンション・指標でそれぞれ100以上あるため、使用頻度が多いものから覚えましょう。

■覚えておきたいディメンション・指標

▼ディメンション

- Google 広告のキャンペーン
- セッション参照元またはメディア
- イベント名
- ページパス + クエリ文字列

▼指標

- イベント数
- エンゲージのあったセッション数
- 平均セッション継続時間

- 表示回数
- 離脱数
- 新規ユーザー

2.設定項目について

- ・利用できるテンプレート

利用できるテンプレートは全部で7つです。

まずはベーシックな自由形式でディメンションと指標、フィルタやセグメント等の使い方を身につけることをお勧めします。

- 自由形式
- ファネルデータ探索
- 経路データ探索
- セグメントの重複
- ユーザーエクスペローラー
- コホートデータ探索
- ユーザーのライフタイム

- ・セグメントについて

データのグルーピングを行う機能です。

サイトの特定ページを閲覧したユーザーや特定イベントを発生させたユーザー等、特定の条件を満たすユーザーデータのことを指します。

セグメントは、探索レポートのメニュー内「セグメント」において、ディメンションで設定できる項目に基づいて作成します。

例として、スマホユーザーのデータだけを表示する場合はセグメント作成画面で「デバイスカテゴリ」を選択し、条件として「mobileを含む(完全一致)」を指定します。

← スマホユーザー



簡単な説明を入力

● 次の条件に当てはまるセッションを含める:

デバイス カテゴリ mobile を含む または

AND

+ 含める条件グループを追加

除外するグループを追加

・ディメンションについて

データの説明をするためのものでいわゆるデータの属性を指します。使用できるディメンションは多数用意されており、独自にカスタムした属性を作成することができるカスタムディメンションという機能も存在します。

× ディメンションの選択 5/182 件を選択中 🔍 ディメンションを検索 インポート

すべて 182 事前定義 167 カスタム 15 [すべて折りたたむ](#) [対応するすべての行を開く](#)

ディメンション名
▼ e コマース
▼ アトリビューション
▲ イベント
<input type="checkbox"/> イベント名
<input type="checkbox"/> コンバージョンイベント
▼ カスタム
▼ ゲーム
▼ トラフィック ソース
▼ パブリッシャー
▼ プラットフォーム / デバイス
▲ ページ / スクリーン

・指標について

指標とはディメンションで指定した内容の数値を表すものです。例えばページ毎のセッション数を見たい場合、ディメンションには「ページタイトル」を、指標として「セッション」を設定するとページ毎のセッション数が表示されます。

× 指標の選択 11/165 件を選択中

🔍 指標を検索

インポート

すべて 165 事前定義 164 カスタム 1

すべて折りたたむ 対応するすべての行を開く

指標名
▼ e コマース
▼ イベント
▼ カスタム
▲ セッション
<input type="checkbox"/> エンゲージのあったセッション数
<input type="checkbox"/> エンゲージのあったセッション数 (1ユーザーあたり)
<input checked="" type="checkbox"/> エンゲージメント率
<input checked="" type="checkbox"/> セッション
<input type="checkbox"/> セッションのコンバージョン率
<input type="checkbox"/> ユーザーあたりのセッション数
<input type="checkbox"/> 直帰率
<input checked="" type="checkbox"/> 平均セッション継続時間

・フィルタについて

ディメンションや指標を対象に、それぞれの内容をさらに絞り込む機能です。

例えば、セッション数が 10 回以上のデータを表示したい場合はフィルタにセッションを設定し、「10 回以上」と指定することでセッション数が 10 回以上のデータだけを表示することが可能です。

セルタイプ

棒グラフ ▼

フィルタ

セッション ≥ 10 ⊗

条件*

≥ ▼

10

キャンセル 適用

+ ディメンションや指標をドロップするか選択してください

セグメントと似たような機能ですが、セグメントの場合は指定したデータを比較したい場合、フィルタは特定のデータのみ絞り込みたい場合と利用シーンを使い分けることが重要です。

3. 主要な確認内容

- ・ 経由元毎の閲覧推移を確認するレポート

このデータを見ることで、オーガニック経由や広告経由等の経由元毎のページ閲覧推移を確認することができます。

考えられる利用シーンとしては、「CMの公開期間に検索数は増えたのか」「広告の内容修正によって前週よりも集客効率は上がったのか」等を簡易的に把握することができます。

経由元の分け方の一例として、設定方法として、まずはテンプレートは自由形式を選び、ビジュアライゼーションを折れ線グラフにします。

次に「全セッション」・「広告」・「オーガニック」・「リファラル」の4つのセグメントを設定します。

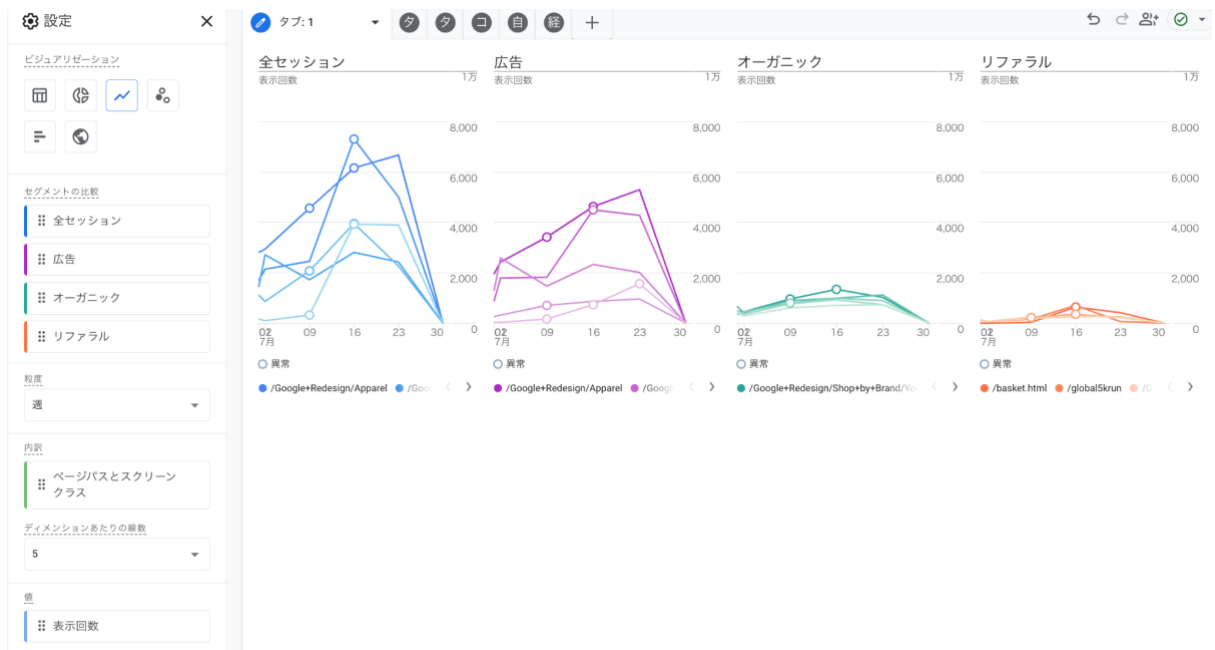
粒度は「週」にすることで週ごとの数値を閲覧できます。

※他にも「時間」「日」「月」を選択可能です。

セグメントにはセッションのメディアを下記の通りに設定します。

- ・ 全セッション：指定なし
- ・ 広告：CPCを含む
- ・ オーガニック：organicを含む
- ・ リファラル：refferalを含む

その後、指標からは「表示回数」を選択することで経由元毎のページ閲覧数を表示できます。



・コンバージョンの発生状況を確認するレポート
 このデータを見ることでコンバージョンの発生元と発生状況を確認することができます。
 確認することでどの広告が成果を上げているのか・どの流入元からコンバージョンが発生しているのか等、施策毎の貢献度合いを分析することが可能です。

行にはディメンションから「年」「月」を設定、列には「セッションの参照元/メディア」を設定します。
 値には「コンバージョン」を設定することで年月ごとのコンバージョンがどの参照元/メディアから発生しているかを表示できます。

ポイントとして、列には「平均セッション継続時間」や「エンゲージメント率」を設定するなど、目的に応じて表示項目を拡張することも可能です。

		セッションの参照元 / メディア	(direct) / (none)	google / organic	google / cpc	(not set)	art-analytics.apps pot.com / referral
年	月	コンバージョン	コンバージョン	コンバージョン	コンバージョン	コンバージョン	
合計		639,217 全体の 37.2%	385,326 全体の 22.4%	325,915 全体の 18.9%	228,195 全体の 13.3%	18,099 全体の 1.1%	
1	2023 04	186,465	152,765	133,961	57,920	6,278	
2	2023 05	183,266	141,558	112,248	80,907	7,802	
3	2023 06	172,306	63,940	45,611	54,512	2,773	
4	2023 07	97,180	27,063	34,095	34,856	1,246	

・主要ページの閲覧状況を確認するレポート

このデータを見ることで注目しているページや公開直後のページ、CVに繋がるページのモニタリングができます。

また、月ごとのデータを見ることで数値に変化があった場合は何がキッカケなのか、ボトルネックはどこなのかも判明します。

行には「ページタイトル」を設定し、列には「年」「月」を設定します。

値には「表示回数」「セッション」「離脱数」「平均セッション継続時間」「エンゲージメント率」を設定します。

これで全ページの指標が表示されました。

Web サイト内のページ数が多い場合は、フィルタに「ページタイトル」を設定し、表示させたい特定ページを指定します。

異なるページの数値を比較したい場合は、セグメントにフィルタで設定した内容を設定することで異なる特定ページを比較することも可能です。

年		2023				
月		07				
ページタイトル		表示回数	セッション	離脱数	平均セッション継続時間	エンゲージメント率
合計		82,021 <small>全体の100%</small>	27,342 <small>全体の100%</small>	14,031 <small>全体の100%</small>	1分49秒 <small>平均との差0%</small>	57.74% <small>平均との差0%</small>
1	Apparel Google Merchandise Store	32,883	14,166	8,579	1分31秒	69.2%
2	Men's / Unisex Apparel Google Merchandise Store	26,929	9,361	3,083	1分46秒	35.36%
3	Womens Apparel Google Merchandise Store	8,363	3,194	791	1分35秒	27.27%
4	Hats Apparel Google Merchandise Store	4,658	2,197	433	1分03秒	17.02%
5	Kids Apparel Google Merchandise Store	4,441	1,574	319	1分18秒	27%
6	Men's T-Shirts Apparel Google Merchandise Store	2,467	1,101	634	0分53秒	83.2%
7	Socks Apparel Google Merchandise Store	1,571	808	112	0分50秒	13.37%
8	Apparel Google Canada Merchandise Store	442	226	47	0分38秒	1.33%
9	Women's Apparel Google Merchandise Store	232	107	19	0分48秒	3.74%
10	Women's T-Shirts Apparel Google Merchandise Store	14	8	7	0分25秒	75%

・コンバージョンに至った経路を分析するレポート

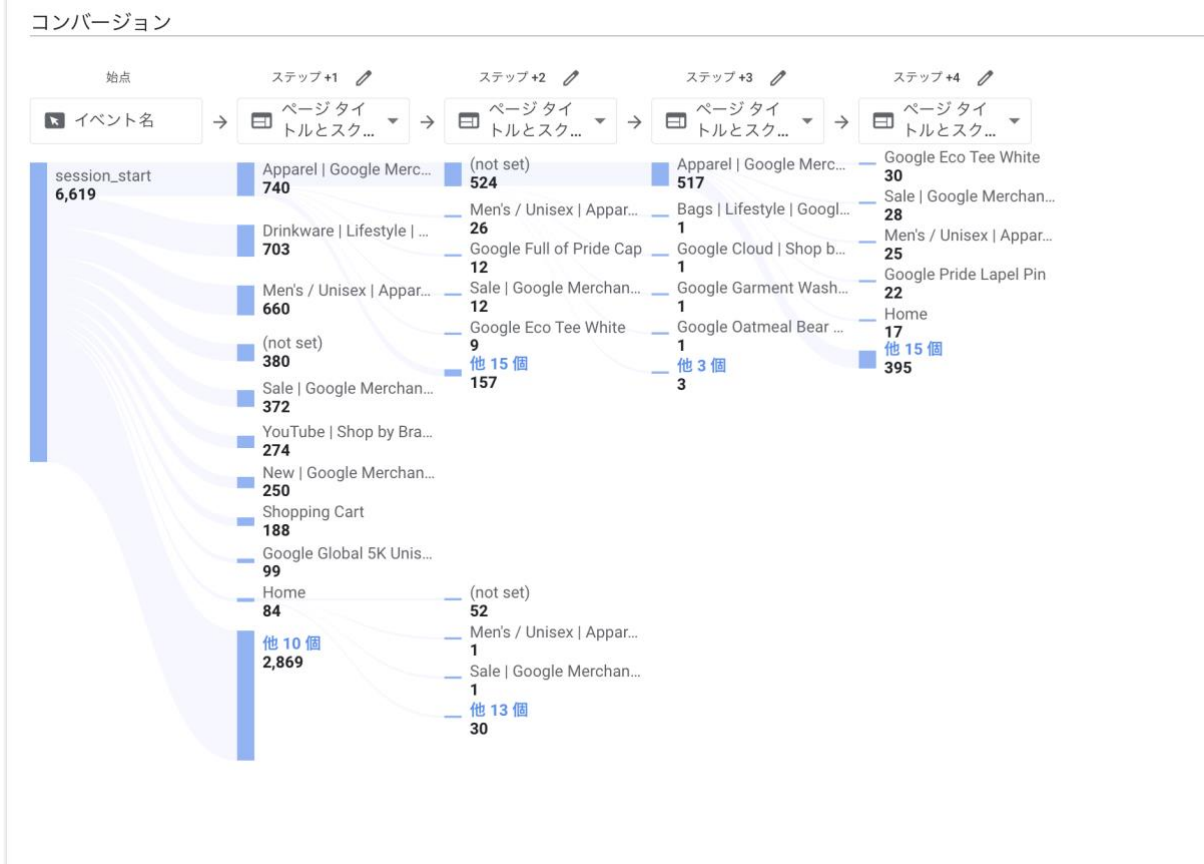
このデータではコンバージョンに至ったユーザーがWebサイト内でのどのような動きをしたかを見ることができます。

これにより、コンバージョンの導線を把握することができ、導線を強化した方が良い場所や修正した内容が成果に繋がっているかを把握することができます。

セグメントにはコンバージョンイベントを指定し、他はデフォルトで設定されている内容を使用します。

その後、表示されたツリーグラフ上部で「ページタイトルとスクリーン」を選ぶことでページの遷移を表示するようになります。

最初はツリーグラフが閉じていますので、気になるページをクリックすると、そのページからの遷移先が表示できます。



4. カスタム定義を用いた分析について

- ・ カスタム定義とは

デフォルトでは設定されていないディメンションや指標を設定する項目です。

例えば、Web サイトに流入したユーザーが何回目の訪問かを表示する「ga_session_number」。閲覧したページの前のページを表示する「page_referrer」、ページのスクロール距離を設定することができる「percent_scrolled」があります。

カスタム定義

割り当て情報

カスタムディメンション	カスタム指標	カスタムディメンションを作成		
ディメンション名 ↑	説明	スコープ	ユーザープロバディ/パラメータ	最終変更日
ga_session_number	ユーザーの訪問回数を計上	イベント	ga_session_number	2023年6月29日
page_location	ページのURL取得	イベント	page_location	2023年6月29日
page_referrer	前のページを取得	イベント	page_referrer	2023年6月29日
percent_scrolled	スクロール距離を取得	イベント	percent_scrolled	2023年6月29日

- ・カスタム定義で実現できる内容

例として挙げた「ga_session_number」で実現できる内容は下記になります。

- ・ ga_session_number

CV に至ったユーザーが何回目の訪問なのかを見ることで、平均的な訪問回数を把握することができます。

その数が多い場合は、アトリビューションでどの媒体を経由しているのかを分析する。

少ない場合は、どの経由元が一番貢献しているかをさらに分析し、貢献している内容の強化やボトルネックの改善に活かすことができます。

他にも数多くの項目が存在し、分析したい内容に応じて設定をすることで、飛躍的な分析が可能になります。

注意点として、カスタム定義を設定してからしかデータ計測ができないため、過去のデータを遡ることは不可能です。

そのため、GA4 のアカウント開設やページを公開するまでにどんなことを分析したいのかを想定し、事前にカスタム定義を設定することを推奨します。

- ・カスタム定義の設定方法

カスタム定義の設定はGA4の管理メニュー内「カスタム定義」から設定します。

設定項目としては、ディメンション名・範囲・説明・パラメーターの4つです。

ディメンション名には分かりやすい名前を、範囲は設定するカスタム定義がイベント単位のものかユーザー単位のものかによって変わります。

パラメーターには特定の文字列を指定することでGA4側に正しく認識されます。

× 新しいカスタム ディメンション

保存



固有の値が多いカスタム ディメンションを登録すると、レポートに悪影響が及ぶ可能性があります。カスタム ディメンションの作成に関するベストプラクティスを実践してください。

[おすすめの方法の詳細](#)

ディメンション名

範囲

イベント

説明

イベント パラメータ

イベント パラメータを選択

・ 設定しておく役立つカスタム定義

`percent_scrolled` : ページ全体の何%までスクロールされたかを計測する

`ga_session_number` : ページの訪問回数を計測する

`page_referrer` : 遷移前のページを表示する

IMA 研究所編

本資料の一部あるいは全部について、一般社団法人 IMA 研究所からの文書による許諾を得ずに、いかなる方法においても無断で複写、複製することは禁止します。