



# Standard IMA

# FACE 11

IMA 研究所 編

## FACE 11

- 1 1 さらにコンバージョンを獲得するために
- 1 1-1 さらにヒントを得るための分析方法
- 1 1-1-1 時間帯別レポートを確認する
- 1 1-1-2 地域別レポートを確認する
- 1 1-1-3 ユーザー属性を確認する
- 1 1-1-4 IMA 検定おすすめの探索機能テンプレート集

**【1 1 さらにコンバージョンを獲得するために】**

これまで IMA の階段理論に基づいてステップごとにウェブサイトの改善を説明してきましたが、ここからは Google アナリティクス のデータを活用してさらにコンバージョンを獲得していくための方法を学んでいきます。

**【1 1-1 さらにヒントを得るための分析方法】**

IMA の階段理論ではサイトを運営する上で課題や問題となっている点を発見し、改善を行ってきました。さらにサイトの強みを活かしていくためのデータを探っていきます。

**【1 1-1-1 時間帯別レポートを確認する】**

時間帯別のアクセス状況を確認し、ユーザー数やコンバージョン数が多い時間帯を把握しましょう。ここで得られたデータを広告の配信に活用していきます。

時間帯別レポートで見るべき重要な指標は、ユーザー数とコンバージョン率です。

コンバージョンに至っているユーザーが多い時間帯を特定し、その時間帯の流入数を増やすことができれば、さらに多くのコンバージョンを獲得できる可能性があります。

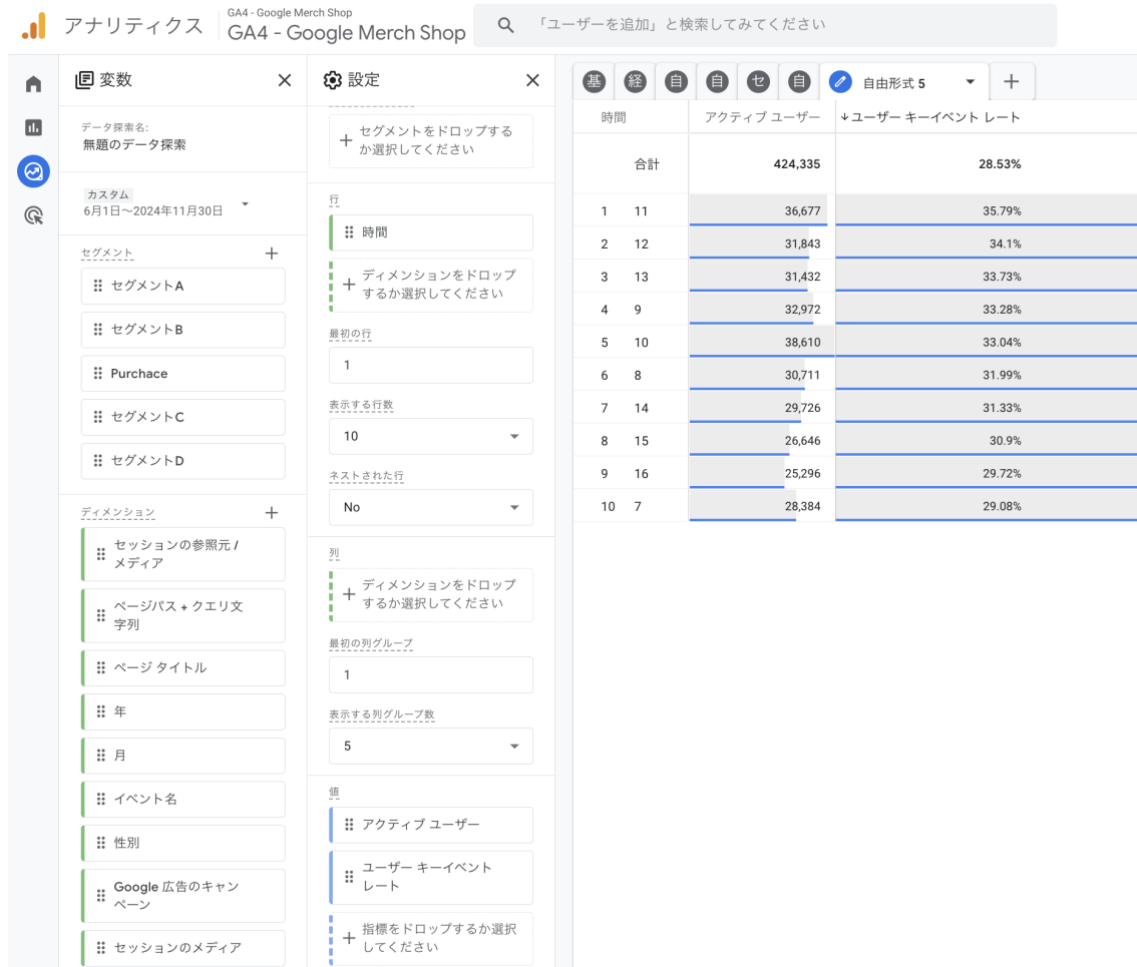
時間帯別のアクセス状況は、Google アナリティクスの探索機能で確認できます。

[探索機能で「空白」を選択後、以下の設定を行きましょう。]

ディメンション：時間

指標：アクティブユーザー、ユーザー キーイベント レート

ユーザー キーイベント レートの高い順に並べ替えると、以下の図のようなレポートが完成します。



「アクティブユーザー数が高くキーイベントレートの高い時間帯」、または「アクティブユーザー数が少なくキーイベントレートの高い時間帯」については、さらに流入ユーザーを増やすことでコンバージョン数を増やせないか検証します。

ここで気をつけなければならないのは、キーイベントレートはアクティブユーザー数を分母に計算しているため、極端にアクティブユーザー数が少ない時間帯はコンバージョン率も他に比べて高くなる場合があります。なるべくアクティブユーザー数が同じくらいの

時間帯同士を比較し、そのなかでもコンバージョン率の高い時間帯に着目するようにしましょう。

キーイベントレートの高い順にデータを並び替え、コンバージョン率が高く、かつ一定のアクティブユーザー数を確保している時間帯を見つけましょう。

また、曜日ごとにコンバージョン率に違いがないかどうか確認しておきましょう。2024年12月現在では、GA4の探索機能に曜日を表示する機能がないため、日付ごとのコンバージョン率を確認します。

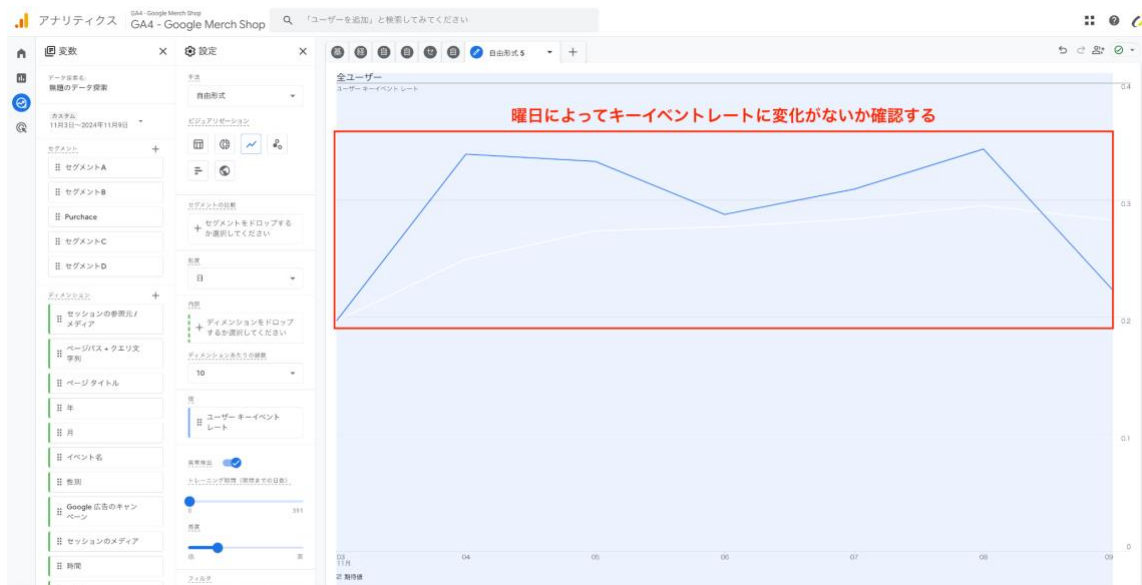
**[探索機能で「空白」を選択後、以下の設定を行いましょう。]**

粒度：日

指標：ユーザー キーイベント レート

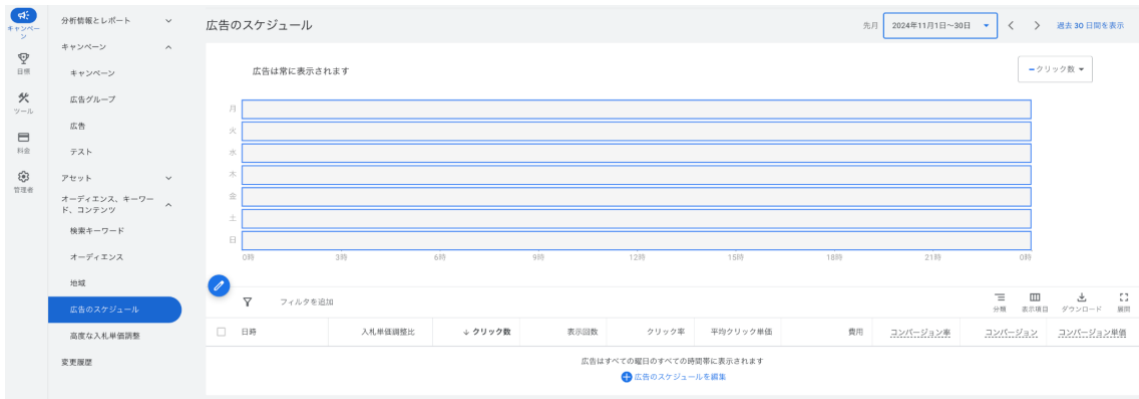
データを折れ線グラフで表示し、コンバージョン率に曜日ごとのトレンドがないか確認します。

下の例ではコンバージョン率がどの曜日でも一定ですが、曜日によってコンバージョン率が大きく変わる場合などは、広告設定で曜日単位のスケジュール配信を設定しましょう。



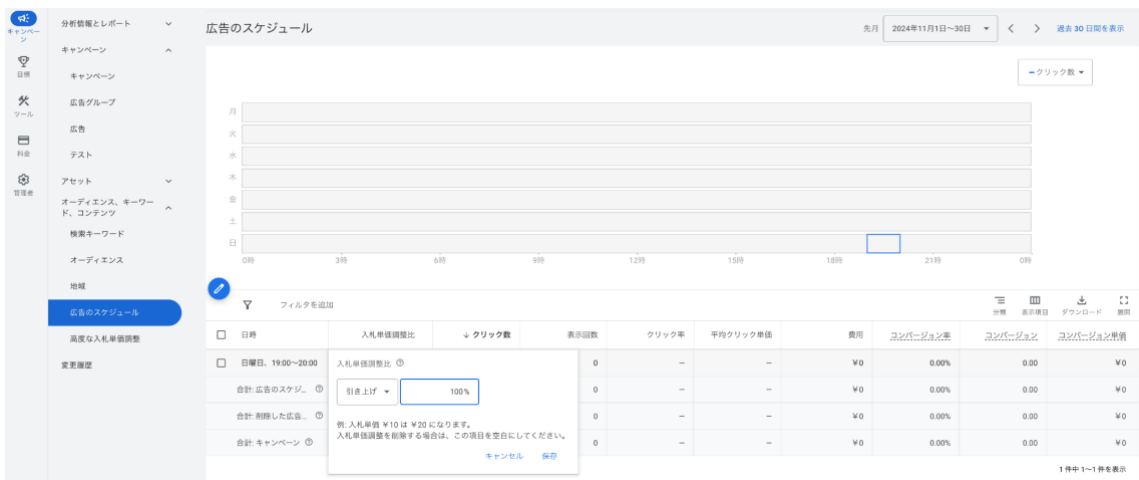
### ◆Google 広告での設定方法

管理画面左側のメニューから「広告のスケジュール」を選択することで、配信スケジュールを設定することができます。少々手間がかかりますが、配信を行う時間帯・曜日をスケジュールリングしましょう。



曜日ごとの時間帯を選択したら一度保存し、入札単価を引き上げる時間帯・曜日を別枠で作成します。

(以下の例では日曜日の 19:00~20:00 を、単価を引き上げる時間帯・曜日として設定)  
 該当の時間帯の「入札単価調整比」をクリックし、そのスケジュールでどのように広告の買い付けを行うか調整します。引き上げを 100%とすると入札単価は通常の 2 倍価格まで入札を行うこととなります。予算を確認しつつ、何%までの単価引き上げを許容するかを設定しましょう。



保存を押したら完了です。

### ◆Yahoo!広告での設定方法

キャンペーンの設定情報編集画面から曜日・時間帯のスケジュール設定ができます。配信される曜日・時間帯には色がつくようになっていきます。配信すべき時間帯が白色の「配信しない」となってしまわないよう注意して進めてください。

Google と同様に、曜日・時間帯の指定後に引き上げ率を設定します。

The screenshot displays the '設定対象' (Targeting) section of the IMA campaign management interface. On the left, a sidebar lists various targeting options, with '曜日・時間帯' (Day/Time) selected. The main content area shows a grid for selecting days and times. The grid has columns for days of the week (月, 火, 水, 木, 金, 土, 日) and rows for time slots from 0:00 to 24:00 in 3-hour increments. A blue box highlights the selected time slot on Sunday (日) from 19:00 to 20:00. To the right of the grid, a table titled '入札価格調整率' (Bid Price Adjustment Rate) shows the selected time slot with a bid price adjustment rate of 100%. The table has columns for '曜日・時間帯' (Day/Time), '+', '入札価格調整率' (Bid Price Adjustment Rate), and '% ×'. Below the grid, there are buttons for '設定' (Settings) and 'キャンセル' (Cancel).

設定が完了すると、指定した引き上げ部分の色が変化します。

以上が、曜日・時間帯に絞った広告配信の最適化方法です。

## 【11-1-2 地域レポートを確認する】

次に地域別のアクセス状況を確認し、得られたデータを広告の配信に活用していきましょう。ここでも、地域ごとにアクティブユーザー数とキーイベントレートを見ていきます。

コンバージョンに至っているユーザーが多い地域を特定し、その地域からの流入数を増やしていくことができれば、さらにコンバージョンが獲得できる可能性があります。

地域別のアクティブユーザー数とキーイベントレートは Google アナリティクス の標準レポートで見ることが出来ますが、ここでは探索機能で確認する方法を紹介します。

**[探索機能で「空白」を選択後、以下の設定を行きましょう。]**

ディメンション：市区町村

指標：アクティブユーザー、ユーザー キーイベント レート

ユーザー キーイベント レートのタイトルをクリックすると、キーイベント率が高い順に並び替えることができます。

The screenshot shows the Google Analytics GA4 interface. The search bar contains the text 「ユーザーを追加」と検索してみてください. The left sidebar shows the '変数' (Dimensions) section with '市区町村' selected. The main content area displays a table of cities sorted by 'ユーザー キーイベント レート' (User Key Event Rate). A red box highlights the table header, and a red arrow points to the 'ユーザー キーイベント レート' column header. A red box also highlights the value '28.7%' in the second row of the table. The text '平均値と比較する' (Compare with average) is written in red above the table.

市区町村	アクティブユーザー	ユーザー キーイベント レート
1 Des Moines	384	76.04%
2 Cambridge	335	62.09%
3 San Bruno	211	59.72%
4 Austin	525	57.71%
5 Milpitas	130	57.69%
6 Oakland	139	57.55%
7 Kirkland	418	57.18%
8 Irvine	140	57.14%
9 Boulder	163	55.83%
10 Banqiao District	156	55.77%

レポート上部に表示されている平均値と比較してキーイベントレートが高いエリアは、流入を増やすことでコンバージョン数を効率よく増やせる可能性があります。

また、市区町村別でレポートを作成した場合、全国向けのサービスなどでは膨大な数になるため、「アクティブユーザー数が 100 以上の地域」などの条件で絞り込むと良いでしょう。探索レポートにフィルタをかけることで、対象の地域を絞り込むことが可能です。

#### ◆Google 広告での設定方法

対象のキャンペーンをクリックし、サイドバーの「地域」から配信設定を行います。編集ボタンをクリックし、配信を行う地域を入力しましょう。Google アナリティクスで計測されている地域であれば、Google 広告でも同じように配信エリアを設定することができますが、その他のリーチ数が少ないエリアは対象地域として選択できない場合がありますのでご注意ください。

また曜日・時間帯と同様に入札単価調整をおこなうことができるため、全国に配信を行いつつ、ターゲット地域のみ配信を強化するといった配信方法も可能です。その際は、ターゲットエリアの追加に加えて、通常の配信を行いたい地域の入力も行なっておきましょう。ここでは、「日本」と「千代田区」を登録します。

地域

全期間 2020年3月24日～2023年6月7日

過去 30 日間を表示

すべてを表示

住所 範囲

場所を一括で追加

ターゲットにする地域を入力してください

国や地域、都市などを入力します

対象地域 (国)	リーチ
千代田区, 東京都, 日本, 都市	3,180,000
日本 国	86,200,000

ハイライト表示されているエリアは、Google 広告の地域ターゲティングを使ってターゲットに設定したり、除外したりできる場所です。

エリアの登録が完了した後に、入札単価の調整を行います。入札単価を調整したい地域の「入札単価調整比」に数値を入力します。例えば、千代田区に対して「100%」の入札

単価調整比を設定した場合、千代田区の利用者に対しては設定している単価の 2 倍の金額で入札することができます。積極的に配信したい地域に対しては、このように入札単価調整比を設定するようにしましょう。

●有効 ステータス: 入札競争率算出中 タイプ: 検索 予算: ¥1/日 最適化スコア: - 詳細

全期間 2020年3月24日～2023年6月7日 過去 30 日間を表示

地域

ハイライト表示されているエリアは、Google 広告の地域ターゲティングを使ってターゲットに設定したり、除外したりできる場所です。 [注記](#)

対象地域	入札単価調整比	↓ クリック数	表示回数	クリック率	平均クリック単価	費用	コンバージョン率	コンバージョン	コンバージョン単価
<input type="checkbox"/> 日本	-	0	0	-	-	¥0	0.00%	0.00	¥0
<input type="checkbox"/> 千代田区, 東京都, 日本	+100%	0	0	-	-	¥0	0.00%	0.00	¥0
合計: 地域		0	0	-	-	¥0	0.00%	0.00	¥0
除外		0	0	-	-	¥0	0.00%	0.00	¥0

2件中1~2件を表示

### ◆Yahoo!広告での設定方法

キャンペーンの設定情報変更画面から配信地域の設定ができます。この際、配信地域に選択したエリアにのみ配信がされるため、通常配信を行うエリアの追加も忘れないようにしましょう。「+0%」をクリックすることで単価調整を行うことができます。

- 地域\*  ?  設定しない (すべてに表示)  
 設定する (選択した地域に表示)  
 オプション設定 (既存キャンペーンから地域ターゲティングの設定をコピー)

広告を配信する地域を選択してください。また、広告を配信しない地域 (除外地域) の選択も可能です。地域名の横に表示されている「配信」をクリックすると「配信地域」として右側 (上部) に追加されます。「除外」をクリックすると「除外地域」<small>(0)</small>として右側 (下部) に追加されます。

千代田区	配信地域48	
検索結果: 1件見つかりました。	全選択・全解除 入札価格調整 ×	
東京都 千代田区	<input checked="" type="checkbox"/>	+0% ×
	<input type="checkbox"/>	+0% ×
	<input type="checkbox"/>	+100% ×
	<input type="checkbox"/>	+0% ×
	<input type="checkbox"/>	+0% ×
	<input type="checkbox"/>	+0% ×
	<input type="checkbox"/>	+0% ×
	<input type="checkbox"/>	+0% ×
	除外地域(0)	
	全選択・全解除 ×	

配信地域判定: ユーザーの所在地、検索キーワードに含まれる地域、ユーザーが関心を示している地域 (推奨) ?

ユーザーの所在地、検索キーワードに含まれる地域、ユーザーが関心を示している地域 (推奨)  
 ユーザーの所在地

除外地域判定: ユーザーの所在地 ?

ユーザーの所在地

以上が地域を絞った配信になります。

**【11-1-3 ユーザー属性を確認する】**

次にユーザー属性に基づいたターゲティングにより、広告配信を最適化していきましょう。

**[Google アナリティクスで年齢層や性別のレポートを確認する場合、探索機能の「空白」を選択後、以下の設定を行きましょう。]**

ディメンション: 性別、年齢

指標: アクティブユーザー、ユーザー キーイベントレート

The screenshot shows a data analysis tool interface. On the left, there are panels for '変数' (Variables) and '設定' (Settings). The main area displays a table with columns for '性別' (Gender), '年齢' (Age), 'アクティブユーザー' (Active Users), and 'ユーザー キーイベント レート' (User Key Event Rate). The table data is as follows:

	性別	年齢	アクティブユーザー	ユーザー キーイベント レート
合計			27,799	43.5%
1	male	18-24	5,299	44.2%
2	male	25-34	4,260	50.0%
3	female	18-24	3,704	35.7%
4	female	25-34	2,894	45.8%
5	male	35-44	2,674	51.1%
6	male	45-54	2,161	49.3%
7	female	unknown	1,855	37.4%
8	male	unknown	1,766	46.8%
9	female	35-44	1,458	47.2%
10	female	45-54	1,071	41.8%

A red box highlights the row for 'male 25-34' (row 2), which has 4,260 active users and a 50.0% key event rate. A red arrow points to this row with the text: **ユーザー数・キーイベントレートの両方が高いデータに注目する**

仮に一定のセッションがありコンバージョン率が高くなっている層が「45・54 歳の男性」であることが分かった場合、このユーザー属性に向けた広告配信設定を行っていきます。

◆Google 広告での設定方法

キャンペーンを選択し、オーディエンスから年齢と性別に対する入札単価調整を行うことができます。ここでは、年齢と性別を掛け合わせた入札単価調整を行うことができませんので、別々に入札単価の調整を行いましょう。

●有効 ステータス: 広告がありません タイプ: 検索 予算: ¥11/日 最適化スコア: 詳細 キャンペーン (2個中2個) < > 全期間 2020年3月24日~2023年6月7日 < > 過去30日間を表示

概要 オーディエンス

最適化案 分析情報 広告グループ 広告とアセット ランディングページ キーワード **オーディエンス** 設定 変更履歴 新りたむ 地域 広告のスケジュー デバイス 高度な入札単価設定 下書き 広告バリエーション

0 18~24才 25~34才 35~44才 45~54才 55~64才 65才以上 不明

表を非表示 ユーザー属性を編集

フィルタを追加 広告グループ表示

<input type="checkbox"/>	年齢	広告グループ	ステータス	コンバージョン	コンバージョン	入札単価調整比	クリック数	表示回数	クリック率	平均クリック単	費用	コンバージョン
<input type="checkbox"/>	18~24才	IMA検定_広告グループ	有効	0.00	¥0	-	0	0	-	-	¥0	0.00%
<input type="checkbox"/>	25~34才	IMA検定_広告グループ	有効	0.00	¥0	-	0	0	-	-	¥0	0.00%
<input type="checkbox"/>	35~44才	IMA検定_広告グループ	有効	0.00	¥0	-	0	0	-	-	¥0	0.00%
<input type="checkbox"/>	45~54才	IMA検定_広告グループ	有効	0.00	¥0	+100%	0	0	-	-	¥0	0.00%
<input type="checkbox"/>	55~64才	IMA検定_広告グループ	有効	0.00	¥0	-	0	0	-	-	¥0	0.00%
<input type="checkbox"/>	65才以上	IMA検定_広告グループ	有効	0.00	¥0	-	0	0	-	-	¥0	0.00%
<input type="checkbox"/>	不明	IMA検定_広告グループ	有効	0.00	¥0	-	0	0	-	-	¥0	0.00%
合計: 年齢				0.00	¥0		0	0	-	-	¥0	0.00%
合計: キャンペ.				0.00	¥0		0	0	-	-	¥0	0.00%

7件中1~7件を表示

●有効 ステータス: 広告がありません タイプ: 検索 予算: ¥11/日 最適化スコア: 詳細 キャンペーン (2個中2個) < > 全期間 2020年3月24日~2023年6月7日 < > 過去30日間を表示

概要 オーディエンス

最適化案 分析情報 広告グループ 広告とアセット ランディングページ キーワード **オーディエンス** 設定 変更履歴 新りたむ 地域 広告のスケジュー デバイス 高度な入札単価設定 下書き 広告バリエーション

2 1 0

女性 男性 不明

表を非表示 ユーザー属性を編集

フィルタを追加 広告グループ表示

<input type="checkbox"/>	性別	広告グループ	ステータス	コンバージョン	コンバージョン	入札単価調整比	クリック数	表示回数	クリック率	平均クリック単	費用	コンバージョン
<input type="checkbox"/>	女性	IMA検定_広告グループ	有効	0.00	¥0	-	0	0	-	-	¥0	0.00%
<input type="checkbox"/>	男性	IMA検定_広告グループ	有効	0.00	¥0	+100%	0	0	-	-	¥0	0.00%
<input type="checkbox"/>	不明	IMA検定_広告グループ	有効	0.00	¥0	-	0	0	-	-	¥0	0.00%
合計: 性別				0.00	¥0		0	0	-	-	¥0	0.00%
合計: キャンペ.				0.00	¥0		0	0	-	-	¥0	0.00%

3件中1~3件を表示

あるいは「45-54 歳男性向け」広告グループを作成し、45-54 歳男性のみに広告配信を行うことも可能です。新しい広告グループを 1 つ作成した後に、広告グループのオーディエンス設定画面に遷移し、対象以外への配信を除外しましょう。このように設定を行うことで、「40 代 50 代の男性向けの転職情報を見る」のように、ユーザー属性を絞った広告文を配信することも可能になります。

▼ フィルタを追加

<input type="checkbox"/> ● 年齢 ↑	ステータス	コンバージョン数	コンバージョン単価	入札単価調整比
<input type="checkbox"/> ● 18~24 才	広告グループから除外済み	0.00	¥0	-
<input type="checkbox"/> ● 25~34 才	広告グループから除外済み	0.00	¥0	-
<input type="checkbox"/> ● 35~44 才	広告グループから除外済み	0.00	¥0	-
<input type="checkbox"/> ● 45~54 才	有効	0.00	¥0	-
<input type="checkbox"/> ● 55~64 才	広告グループから除外済み	0.00	¥0	-
<input type="checkbox"/> ● 65 才以上	広告グループから除外済み	0.00	¥0	-
<input type="checkbox"/> ● 不明	広告グループから除外済み	0.00	¥0	-

▼ フィルタを追加

<input type="checkbox"/> ● 性別 ↑	ステータス	コンバージョン数	コンバージョン単価	入札単価調整比
<input type="checkbox"/> ● 女性	広告グループから除外済み	0.00	¥0	-
<input type="checkbox"/> ● 男性	有効	0.00	¥0	-
<input type="checkbox"/> ● 不明	広告グループから除外済み	0.00	¥0	-

Google 広告はユーザーの閲覧履歴をもとに性別や年齢を推測しているため、正確に広告配信を行えるわけではありませんのであらかじめご了承ください。また、Yahoo!検索広告ではユーザー属性を絞った広告配信を行うことはできません。YDN などのターゲティング広告では絞り込みを行うことができるため、そちらで属性データの利用を検討してみてください。

以上が、ユーザータイプに絞った広告配信です。

### 【11-1-4 IMA 検定おすすめの探索機能テンプレート集】

広告運用や Web サイト運用においては、訪問者が何を求めて Web サイトを見ているのか、どんなデバイスでどこから流入したのかなど、さまざまなことを考える必要があります。

もちろん、すべてを知ることにはできないため詳細については推測するしかありません。そのために役立つツールとして、Google アナリティクスがあります。

中でも探索機能は、より詳細なデータ分析ができるツールです。しかし、操作が難しく、どのように設定すれば見たいデータを表示できるのか迷うことも多いでしょう。

ここでは、IMA 検定がおすすめする探索機能の「テンプレート集」を紹介します。

「ページ別」「参照元/メディア別」「デバイス別」という代表的なディメンションをもとにユーザー行動を分析できるような設定になっています。

テンプレートを使い、「ユーザーがどこから来て、どのページが見られ、ページの中でどんな行動を取ったのか」を把握できるようにしておきましょう。

- ページ別レポート

このテンプレートは、特定のウェブページのパフォーマンスとエンゲージメントを分析するために使用できます。例えば、ランディングページや製品ページがどれだけの訪問者を引きつけ、それらの訪問者がどの程度の時間をそのページで過ごしているのかを分析することが可能です。

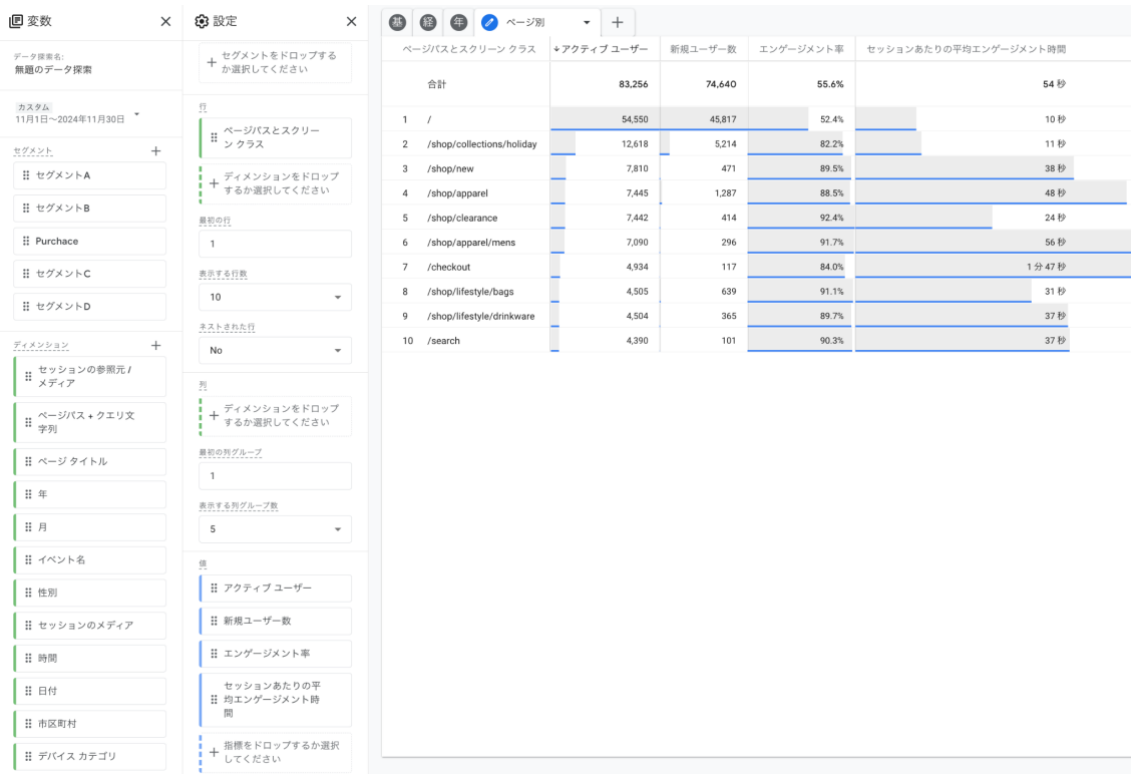
レポートで得た情報をもとに、ページのコンテンツやデザインの改善、コンバージョンの向上に役立てることができます。

[ディメンションの設定項目]

- ・ ページパスとスクリーンクラス

[指標の設定項目]

- ・ アクティブユーザー
- ・ 新規ユーザー数
- ・ エンゲージメント率
- ・ セッションあたりの平均エンゲージメント時間



● デバイスカテゴリ別レポート

このテンプレートは、ユーザーがウェブサイトアクセスする際にどのデバイス（デスクトップ、タブレット、モバイル）を使っているのかを明らかにします。

どのデバイスからの訪問者が最もエンゲージメントを示し、コンバージョン率が高いのかを判断するのに役立てましょう。

デバイス別のデザイン調整や施策の内容を見直し、全体的なパフォーマンスを向上させるための重要な情報源になります。

[ディメンションの設定項目]

- ・ デバイスカテゴリ

[指標の設定項目]

- ・ アクティブユーザー
- ・ 新規ユーザー数
- ・ キーイベント
- ・ ユーザーキーイベントレート

- エンゲージメント率
- セッションあたりの平均エンゲージメント時間

The screenshot shows a web analytics interface with a left sidebar for filters and a main table of device categories. The table includes columns for device category, active users, new users, events, user event rate, engagement rate, and average session engagement time.

デバイス カテゴリ	アクティブ ユーザー	新規ユーザー数	キーイベント	ユーザー キーイベント レート	エンゲージメント率	セッションあたりの平均エンゲージメント時間
合計	83,456	74,924	127,785	29.7%	55.6%	54 秒
1 desktop	50,732	39,851	102,868	35.3%	60.5%	1分 08 秒
2 mobile	30,549	32,564	24,087	22.0%	47.9%	32 秒
3 tablet	3,241	2,498	818	6.6%	34.3%	11 秒
4 smart tv	12	11	12	58.3%	84.6%	1分 04 秒

● 参照元/メディア別レポート

このテンプレートは、ウェブサイトへのトラフィックがどのソースから来ているのかを特定するために使用します。検索エンジン、ソーシャルメディア、他のウェブサイト、直接訪問などの流入チャネルごとに指標を比較し、マーケティング予算の最適化やSEO戦略の改善に役立てましょう。

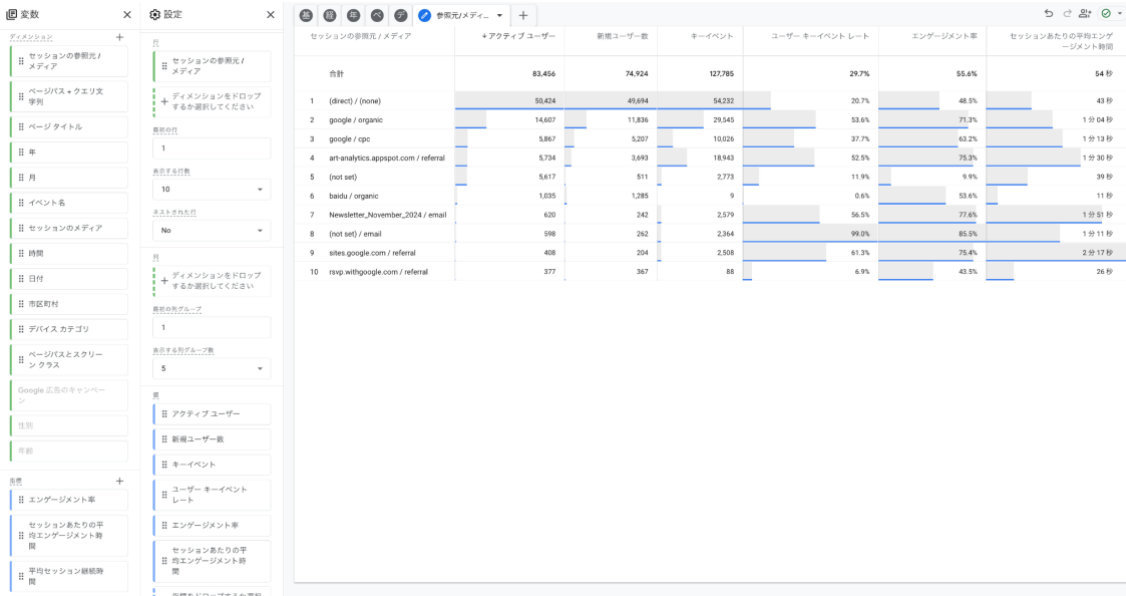
[ディメンションの設定項目]

- セッションの参照元/メディア

[指標]

- アクティブユーザー
- 新規ユーザー数
- キーイベント
- ユーザーキーイベントレート
- エンゲージメント率

・セッションあたりの平均エンゲージメント時間



## 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。