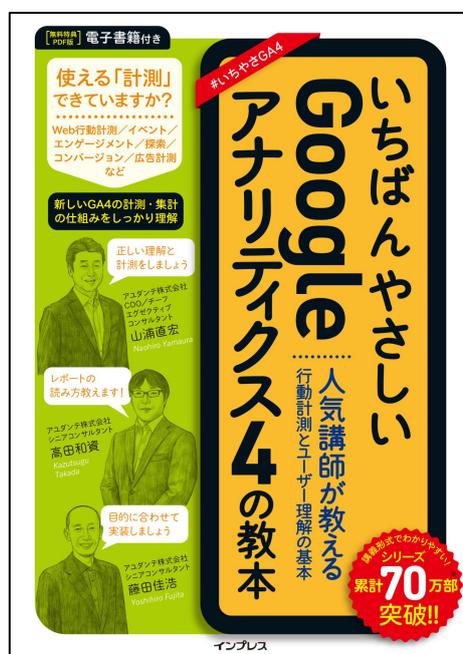


各 位

2022年8月25日
株式会社インプレス

GA4でWeb行動計測を行う基本がよくわかる
『いちばんやさしいGoogleアナリティクス4の教本
人気講師が教える行動計測とユーザー理解の基本』を8月26日（金）に発売

インプレスグループでIT関連メディア事業を展開する株式会社インプレス（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：小川 亨）は、新しく生まれ変わった「Googleアナリティクス4」の基本がよくわかる書籍『いちばんやさしいGoogleアナリティクス4の教本 人気講師が教える行動計測とユーザー理解の基本』を2022年8月26日（金）に発売いたします。



■まったく新しいツールになった「Googleアナリティクス4」

「Googleアナリティクス」はWebサイトのユーザー行動を計測するツールとして、世界で最も普及しているツールと言えます。一方で2010年代以降、スマートフォンの普及によって、インターネットのユーザー行動はWebサイトやモバイルアプリなど多様な接点が発生しました。「Googleアナリティクス4プロパティ」（以下、Googleアナリティクス4、GA4）はWebサイトの計測に加え、モバイルアプリやYouTube動画の行動計測も統合したまったく新しいツールです。これまでとは計測の単位や指標、画面構成などが大きく変更されているため、不安を覚える方も多いでしょう。さらに従来のGoogleアナリティクス（ユニバーサルアナリティクス）は2023年7月1日に計測停止となることが発表されているため、速やかな移行や導入が求められており、GA4の解説書の需要が高まっていると言えます。

■定番書の著者陣がポイントを解説

本書の著者陣は、2018年5月刊の書籍『いちばんやさしいGoogleアナリティクスの教本 人気講師が教えるWeb解析と広告計測の基本』と同じく、アユダンテ株式会社の山浦直宏氏を中心とした3名です。同書は発売後6刷を重ね、好評を得ました。今回の書籍でも、データ活用のステップを「取る」「見る」「使う」の3段階で整理する基本的な構成を受け継ぎながら、目的のデータを正しく計測するための考え方や、アカウント作成や計測タグの設置などの基本、さらにユーザー理解や広告改善など目的別に役立つ機能までを1冊でコンパクトに解説しています。これからGA4を使い始める方にも、知識を整理しスキルアップしたい方にも役立つ1冊です。

■本書は以下のような方におすすめです

- ・ 仕事でWebサイト管理やネット広告を担当することになった方
- ・ Googleアナリティクス4を導入し、いち早く使いこなしたい方
- ・ 旧Googleアナリティクスを利用していましたが、GA4を学び直す必要がある方
- ・ レポート画面の見方に迷って、利用目的を見失いがちな方
- ・ より効率的に使うためのヒントやアイデアがほしい方
- ・ 結果を出すために知識を整理して、スキルアップしたい方

■紙面イメージ

Lesson [イベント]

19

Googleアナリティクス4の「イベント」を理解する

GA4では「イベント」という概念が重要になります。画面表示時に計測されるページビューをはじめ、コンバージョンなどさまざまな計測はすべて「イベント」として扱われます。イベントの基本を解説します。

このレッスンのポイント

Googleアナリティクス4のイベントとは

GA4は、ページビューやクリック、コンバージョン、eコマースなどは、すべて「イベント」として扱い計測します。イベントには必ず「イベント名」を設定します。例えば、ユーザーがWebサイトにアクセスすると「page_view」というイベント名で計測されます。その他、クリックやコンバージョンなども任意のイベント名を設定して計測します。

図表19-1の会員登録完了画面では、ページの閲覧を示す「page_view」とコンバージョンとなる会員登録完了を示す「sign_up」の2つのイベントを計測しています。

▶ イベントの発生例（ユーザーが会員登録を行った場合） 図表19-1

閲覧のイベントが発生

page_view

閲覧のイベントが発生

page_view

閲覧のイベントが発生

page_view

閲覧のイベントが発生

page_view

→

会員登録（入力）

page_view

会員登録（確認）

page_view

会員登録（完了）

page_view

→

会員登録完了イベントも発生

sign_up

イベント「page_view」は自動的に計測されます。イベント「sign_up」はタグマネージャーなどで実装して計測します。

イベントの種類

イベントは、GA4での設定方法などによって4つに分類されます。以下にそれぞれを解説します。

1. 自動収集イベント

GA4のタグを設置していれば自動的に計測されるイベントです。自動的に計測されるイベントには、図表19-2のようなものがあります。全イベントはヘルプページを参照してください。

▶ [GA4] 自動収集イベント
<https://support.google.com/analytics/answer/9234069>

▶ 自動収集イベントの例 図表19-2

イベント名	計測内容
first_visit	ユーザーが初めてWebサイトにアクセスしたときに計測
session_start	ユーザーがWebサイトにアクセスしたときに計測
user_engagement	ページを1秒以上表示しているときに計測

2. 拡張計測機能

デフォルトで自動的に収集されるイベントの中には、拡張計測機能によって収集されるイベントがあります。拡張計測機能は任意で有効化/無効化ができます。

図表19-3。拡張計測機能には図表19-3のような種類があります。なお、「page_view」だけは無効化することができません。

▶ 拡張計測機能の設定 図表19-3

× 拡張計測機能

- ページビュー 拡張計測機能は、ページビューイベントは自動的に収集されるため、拡張計測機能で有効化/無効化を行う必要はありません。
- クリック イベントは、ページビューイベントと同様に自動的に収集されるため、拡張計測機能で有効化/無効化を行う必要はありません。
- スクロール イベントは、ページビューイベントと同様に自動的に収集されるため、拡張計測機能で有効化/無効化を行う必要はありません。
- スクリーンタイム イベントは、ページビューイベントと同様に自動的に収集されるため、拡張計測機能で有効化/無効化を行う必要はありません。
- ビデオ イベントは、ページビューイベントと同様に自動的に収集されるため、拡張計測機能で有効化/無効化を行う必要はありません。
- オーディオ イベントは、ページビューイベントと同様に自動的に収集されるため、拡張計測機能で有効化/無効化を行う必要はありません。
- エラー イベントは、ページビューイベントと同様に自動的に収集されるため、拡張計測機能で有効化/無効化を行う必要はありません。
- コンバージョン イベントは、ページビューイベントと同様に自動的に収集されるため、拡張計測機能で有効化/無効化を行う必要はありません。
- ページエンゲージメント イベントは、ページビューイベントと同様に自動的に収集されるため、拡張計測機能で有効化/無効化を行う必要はありません。
- ページエンゲージメント イベントは、ページビューイベントと同様に自動的に収集されるため、拡張計測機能で有効化/無効化を行う必要はありません。
- ページエンゲージメント イベントは、ページビューイベントと同様に自動的に収集されるため、拡張計測機能で有効化/無効化を行う必要はありません。

デフォルトではすべてが有効化されている。変更は、管理画面→[プロパティ]→[データストリーム]→該当する[ウェブストリーム]→[ウェブストリームの詳細]を表示し[拡張計測機能]欄右下にある⊗マーク（設定）から行える

サイトごとの各種の必要に応じてオン/オフを切り替える

066
NEXT PAGE → 067

図表などのビジュアル要素を豊富に用いてわかりやすく解説しています。

ユーザーの再訪問のきっかけを見つけるには



このレッスンのポイント

「コホートデータ探索」は、ユーザーがWebサイトに初めて訪れてから、どれだけ再訪問しているか、Webサイトに定着しているかわかるレポートです。ユーザーが再訪問するきっかけを見つけましょう。

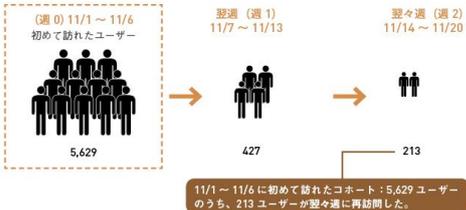
○ ユーザーグループ別にサイトの定着率を調べる

コホート分析の「コホート」とは同じ属性を持つユーザーグループを意味します。データ探索の「コホートデータ探索」では、「コホートの条件（初回接触やイベント）」にマッチしたユーザーグループが、日、週、月の単位で再訪問しているかを確認できます。新規ユーザーの獲得を目的としてキャンペーンや施策を行うとき

初回の訪問だけでなく再訪問（定着）を増やすことはサイト運営の課題のひとつです。コホート分析を使うと「再訪問が減少するタイミングを見つけて再訪問を促すメルマガを配信する」「再訪問をしてくれる割合の多いキャンペーンや施策を見つける」ことができるようになります（図表49-1）。

▶ コホート分析でわかること 図表49-1

コホート（ユーザーグループ）



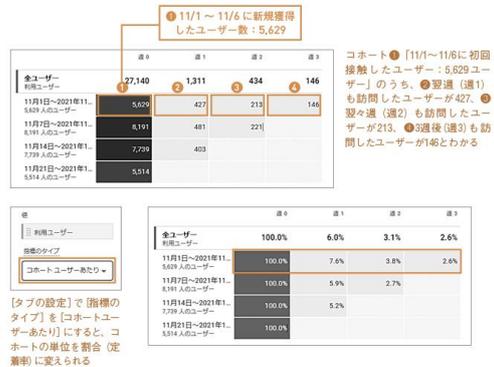
○ 「コホートデータ探索」の使い方

「コホートデータ探索」を利用するには、まずコホートの定義を「コホートへの登録条件」で選択します（図表49-2）。デフォルトでは「初回接触（ユーザー獲得日）」になっています。次に、再訪問の定義を「リピートの条件」項目で決定します。最後に「コホートの粒度」を毎日、毎週、毎月から選びます。

▶ コホートの定義 図表49-2

コホートへの登録条件	初回接触（ユーザー獲得日）	獲得したユーザーの条件
リピートの条件	すべてのイベント	再訪問したユーザーの条件
コホートの粒度	毎日	コホートサイズの条件を「毎日」「毎週」「毎月」から選択

▶ 「コホートデータ探索」の見方 図表49-3



コホートの色が薄くなってくるところが、ユーザーが離脱しているタイミングを示します。そのタイミングに向けて、再訪問を促す施策を打ちましょう。



データ計測や集計結果の見方など、データ活用のポイントが学べます。

■無料の出版記念オンラインイベントも開催

本書の発売を記念し、9月2日（金）に著者の3名を講師に迎えた出版記念オンラインイベントを開催します。GA4の導入や移行について質問がある場合は、事前に詳細ページの受付フォームよりご質問をお送りいただければ、当日講師が回答いたします。参加費は無料で、YouTube Liveにて配信いたします。事前登録なしで、どなたでも視聴いただけます。

『いちばんやさしいGoogleアナリティクス4の教本』発売記念オンラインイベント
～まだ間に合う！ Googleアナリティクス4実践講座～

日時：2022年9月2日（金）15:00-16:30

会場：YouTube Liveにて https://youtu.be/PUaH_WdJTFU

参加費：無料

定員：なし

主催：株式会社インプレス

イベントの詳細ページ

<https://book.impress.co.jp/items/event220902>

■本書の構成

はじめに

Chapter 1 Googleアナリティクス4のデータ活用の流れ

Chapter 2 Googleアナリティクス4を使う準備

Chapter 3 イベント計測と集計の設定

Chapter 4 コンバージョン計測の設定

Chapter 5 レポート画面の理解と活用

Chapter 6 課題発見のためのデータ探索と分析

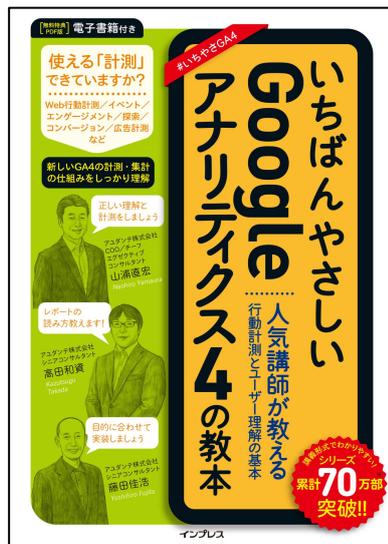
Chapter 7 広告の計測とレポート活用

Chapter 8 もっと使いこなすための機能

イベント&パラメーター一覧

用語集

■書誌情報



いちばんやさしいGoogleアナリティクス4の教本 人気講師が教える行動計測とユーザー理解の基本

著者：山浦直宏、高田和資、藤田佳浩 著

定価：2,178円（本体1,980円＋税10%）

発売日：2022年8月26日（金）

判型：A5判

ページ数：256ページ

ISBN：9784295015109

◇Amazonの書籍情報ページ：

<https://www.amazon.co.jp/dp/4295015105/>

◇インプレスの書籍情報ページ：

<https://book.impress.co.jp/books/1122101035>

■講師プロフィール



山浦直宏（やまうら・なおひろ）

アユダンテ株式会社 データソリューション推進統括部長。チーフエグゼクティブコンサルタント。Googleアナリティクス360を中心としたデジタルマーケティングコンサルタント。アナリティクス360のコンサル実績40社以上。主催するGAIQ講座では合格者を1,000名以上出す。大学ほか、講座講演執筆多数。



高田和資（たかだ・かずつぐ）

アユダンテ株式会社 シニアコンサルタント。WEB制作会社を経て、人材系サイトやECサイトのマーケティングを担当。Googleアナリティクス導入支援のほか、KPI設計、BIツール連携、サイト分析や改善提案を得意とする。



藤田佳浩（ふじた・よしひろ）

アユダンテ株式会社 シニアコンサルタント。フロントエンドエンジニアからコンサルタントに転身。これまで培ってきた技術を活かしてGoogle アナリティクスの設計からタグマネージャの設計、実装まで一気通貫で行うことを強みとする。

【株式会社インプレス】 <https://www.impress.co.jp/>

シリーズ累計 7,500 万部突破のパソコン解説書「できる」シリーズ、「デジタルカメラマガジン」等の定期雑誌、IT 関連の専門メディアとして国内最大級のアクセスを誇るデジタル総合ニュースサービス「Impress Watch シリーズ」等のコンシューマ向けメディア、「IT Leaders」、「SmartGrid ニュースレター」、「Web 担当者 Forum」等の企業向け IT 関連メディアブランドを総合的に展開、運営する事業会社です。IT 関連出版メディア事業、およびデジタルメディア&サービス事業を幅広く展開しています。

【インプレスグループ】 <https://www.impressholdings.com/>

株式会社インプレスホールディングス（本社：東京都千代田区、代表取締役：松本大輔、証券コード：東証スタンダード市場 9479）を持株会社とするメディアグループ。「IT」「音楽」「デザイン」「山岳・自然」「航空・鉄道」「モバイルサービス」「学術・理工学」を主要テーマに専門性の高いメディア&サービスおよびソリューション事業を展開しています。さらに、コンテンツビジネスのプラットフォーム開発・運営も手がけています。

【本件に関するお問合せ先】

株式会社インプレス 広報担当：丸山

E-mail: pr-info@impress.co.jp URL : <https://www.impress.co.jp/>

※弊社はテレワーク推奨中のため電話でのお問い合わせを停止しております。メールまたは Web サイトからお問い合わせください。