

今さら聞けない Googleアナリティクスの基本

カグア！ www.kagua.biz

有限会社教材ドットコム

吉田喜彦

あるWeb担当者のつぶやき

AdWordsの成果を
Googleアナリティクス
で確認していて...



AdWords

キーワード	クリック数	目標の完了数
booklive	2	0
電子ブック	1	0
電子ブック 無料	1	0
無料の本	1	0
(not provided)	0	8
(not set)	0	12
lideo 専用カ バーケース	0	2

AdWords

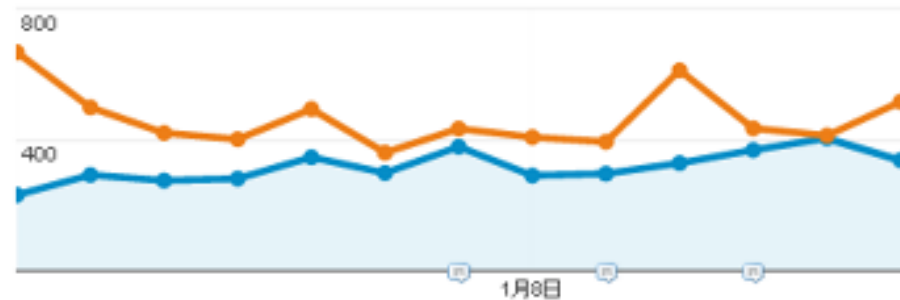
キーワード	クリック数	目標の完了数
pdf 電子ブッ ク	1	0
デジタル 写真 集	1	0
写真集 電子 ブック	1	0
電子ブック	1	0
電子ブック 無料	1	0
(not provided)	0	8
(not set)	0	9

コンバージョン！

AdWords

キーワード	クリック数	目標の完了数
電子ブック	1	1
(not provided)	0	2
(not set)	0	20
lideo 予約	0	1
n707双壁sレ ビュー	0	1
おすすめ中 華パッド	0	1

今さら聞けない Googleアナリティクス の基本



自己紹介

- 吉田喜彦 1970年生
- 1997年からフリーで
Webマーケの教育活動や
営業ツールの制作代行
- 主な著書
「Googleアナリティクス基礎講座」
「これから始めるネットショップ」
(ともに技術評論社)
「はじめてのAzPainter2」(工学社) 他



@kagua_biz

解析ツールの監修

- Ferret+ <http://tool.ferret-plus.com/analytics>
- 解析ツールとしての監修
- ヘルプなどコンテンツ制作

教育
コンテンツ
作ります

The screenshot displays the Ferret+ website interface. At the top, there's a navigation bar with links for 'ホーム' (Home), 'はじめての方' (First-time users), '無料ツール一覧' (Free tools list), and 'よくある質問' (Frequently asked questions). Below the navigation bar, a banner promotes 'Ferret+ PLUS' with a '92%' success rate and mentions '8期連続増収' (8 consecutive periods of revenue increase). The main content area features a 'Ferret アナリティクス' (Ferret Analytics) section, which highlights 'Google アナリティクスとカンタン連携' (Simple integration with Google Analytics) and 'カンタン・シンプルなアクセス解析!' (Simple and easy access analysis!). It also includes a login section for 'Ferret アカウントでログイン' (Login with Ferret account) and a 'facebook' link. A callout box on the right side of the analytics section states: '「アクセス解析ブログ・カグア!」を運営している吉田氏が監修!' (Supervised by Mr. Yoshida, who operates the 'Access Analysis Blog - Kagua!').

ブログ名「カグア！」の由来

- カッヨウ
- グーグル
- アナリティクス！



1. プロローグ～Googleアナリティクスとは
 - ・ あるサイト運営者の例
2. Webマーケティング、サイト運営の基礎用語
 - ・ Googleアナリティクスの基礎用語
 - ・ Googleアナリティクスで難しいことやできないこと
3. 重要設定を確認しよう
 - ・ デフォルトのページ
 - ・ サイト内検索
 - ・ 目標設定
4. 分析手法の基本をマスターしよう
 - ・ アドバンスセグメントを使ってみよう
 - ・ ウィジェットを使ってみよう
5. まとめ～なぜオジサンは成果を出せたのか

それでは本編です

よろしくお願いします

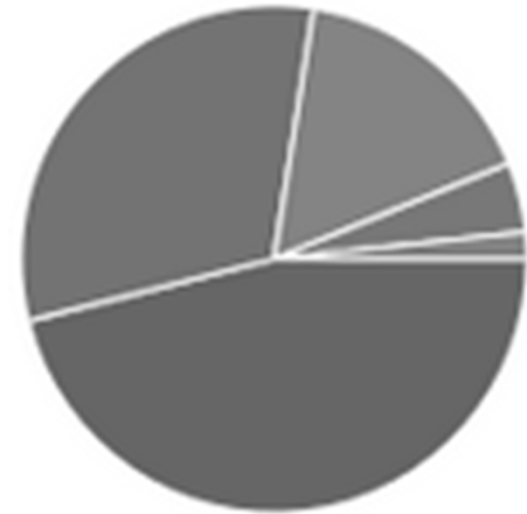


Googleアナリティクスとは



Googleアナリティクスとは

- Googleが2005年に買収したUrchin社の技術を利用
- βリリースを経て2007年6月に正式公開
- 無料で利用でき、安定稼働とビッグデータを扱える
最も低コストで運用可能な
アクセス解析ツール



アカウントリスト

設定

期間

指標グループ

基本
メニュー

グラフ

項目名クリックで並べ替え



メディア	訪問数	訪問数ページビュー	訪問数の平均滞在時間	新規訪問の割合	利用率
1. organic	6,728	1.71	00:01:44		88%
2. (total)	9,836	1.81	00:02:30	74.72%	67.70%
3. social	789	1.51	00:01:17	51.01%	74.02%
4. referral	1,714	1.71	00:02:33	58.00%	65.05%
5. twitter	28	1.27	00:00:58	46.15%	88.77%
6. blog	25	1.52	00:02:44	12.00%	88.00%
7. facebook	18	1.38	00:00:17	88.00%	77.78%

Googleアナリティクスでわかること

- どれくらいのアクセスがあったのか
- 一回のアクセスでだいたい平均で何ページ見られたのか
- どの地域から見られたのか
- どのOSが多いの？

ホントにいろいろわかります

Googleアナリティクスでわかること

・ どれくらいのお客さんが来ているか

・ 一回のアクセスで

何

・

凄いいけど
どう役立つの？

ホントにいろいろわかります

特性を正しく理解すれば どの指標を見るかは人それぞれ

必要な数字だけ見てもOK

無料だしとにかく見てみよう

情報もいっぱい



基礎用語をおぼえよう



**Web解析って
小難しい言葉が
多くてとっつきにくい**

まずは8個だけ覚えましょう

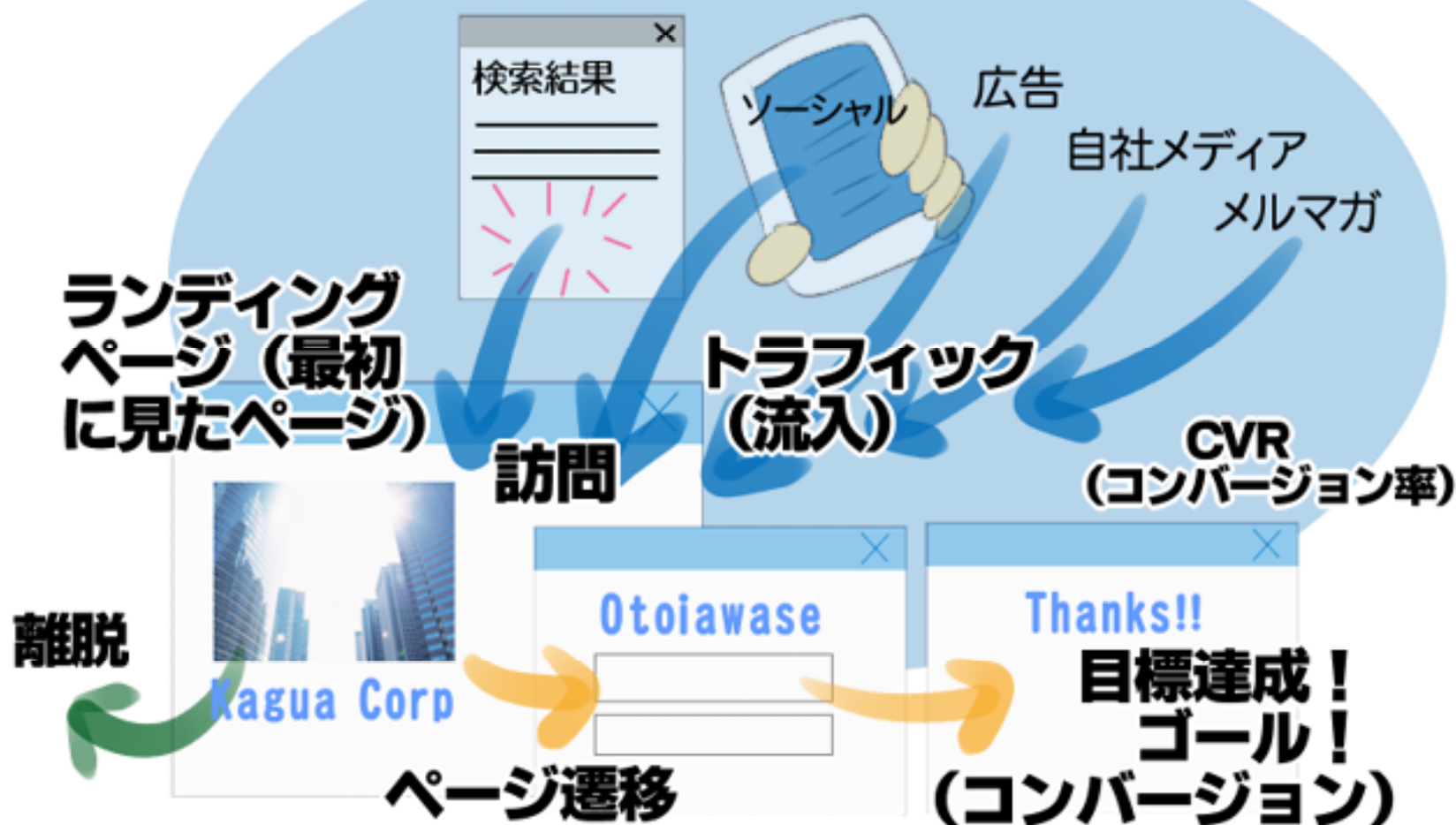
- 訪問数
- ユーザー数
- ページビュー
- 訪問別
ページビュー数
- トラフィック
- リファラ
- コンバージョン
- ディメンション
- 指標

重要

Webマーケティングにおけるサイト運営

いかに多く露出
(リーチ) するか

ネット全体



平均何ページ見た? (平均ページビュー、訪問別ページビュー)

1ページだけ見て離脱 (直帰、直帰率)

訪問数

- ・ サイトを見はじめて、
いろいろなページを見て回遊、
そして離脱・・・という一連の行動



このサイトのユーザー数: 312

 訪問数: 326



「訪問」終了の定義

- ① 30分以上、何もしていない状態が続いたとき
【例】30分以上ページを開きっぱなしで離席
- ② 日付をまたいだとき
【例】23:59に訪問、翌日まで閲覧
- ③ 参照元(リファラ)が変わったとき
【例】検索結果から訪問、
一旦検索結果に戻り、
そして、別のリンクから
再訪問

2011年8月
までは同一の
訪問で計測

ユーザー数

- (Googleアナリティクスの場合)
Cookie(クッキー)を
基本とした、
重複しない訪問の数

「ヒト」ではない



Cookie(クッキー)とは

- Webサイトの提供者が、Webブラウザを通じて訪問者のコンピュータに 一時的にデータを書き込んで保存させるしくみ（IT用語辞典）



6 users? but...



- Firefoxの場合、
オプション>プライバシー、Cookie
- Edit This Cookie (Chromeエクステンション)
- 送信情報まで見たい方は Fiddler2 という
フリーソフトをどうぞ

ページビュー

- ユーザーがサイト滞在中に
見たページの数
- アプリ解析ではスクリーン
- 訪問別ページビューとは
平均何ページ見たか
平均PVとも言います



とつぜんですが問題です

- Aさんが朝「ブックベリー」というサイトを1ページ見ました。夕方にもう1度、そのサイトを3ページ見ました。
- 次の値はそれぞれいくつでしょうか？
 - ユーザー数
 - 訪問数
 - ページビュー数
 - 訪問別PV数

とつぜんですが問題です

- Aさんが朝「ブックベリー」というサイトを1ページ見ました。夕方にもう1度、そのサイトを3ページ見ました。
- 次の値はそれぞれいくつでしょうか？
 - ユーザー数
 - 訪問数
 - ページビュー数
 - 訪問別PV数

ユーザー数1
訪問数2 PV数4
訪問別PV数2

分母は訪問数

さらに問題です

- Aさんが朝ブックベリーというサイトを会社のPCで1ページ見ました。夕方にもう1度、そのサイトを、iPhoneで3ページ見ました。
- さて、ユーザー数、訪問数、ページビュー数、平均PV数はいくつでしょうか？

さらに問題です

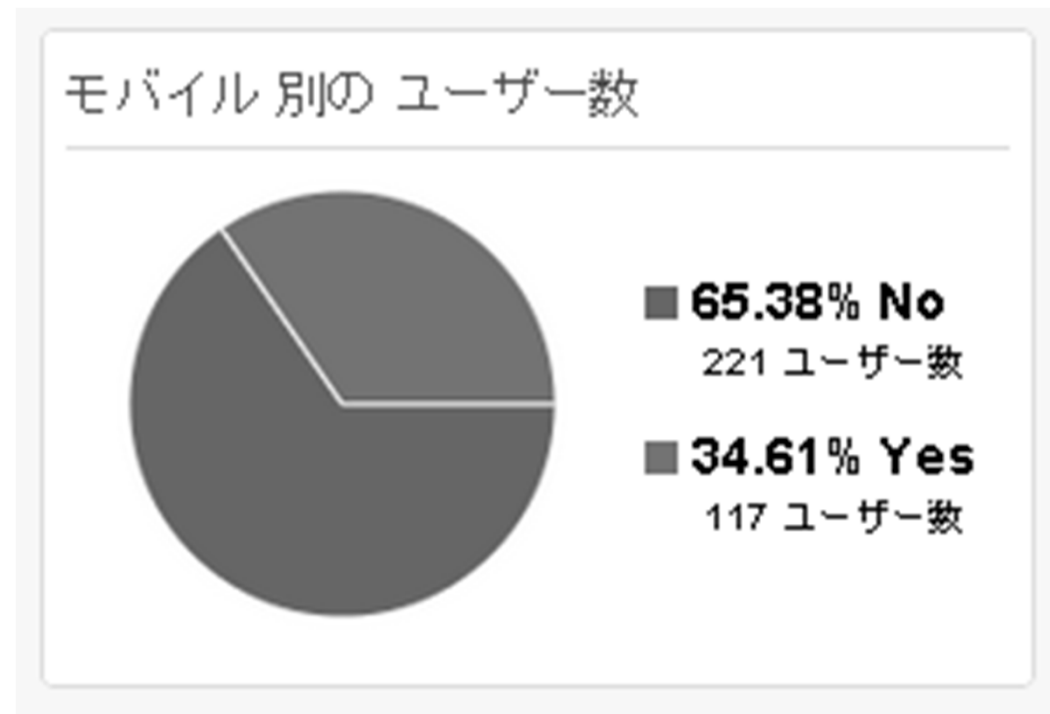
- Aさんが朝ブックベリーというサイトを会社のPCで1ページ見ました。夕方にもう1度、そのサイトを、iPhoneで3ページ見ました。
- さて、ユーザー数、訪問数、ページビュー数、平均PV数はいくつでしょうか？

ユーザー数2
訪問数2 PV数4
訪問別PV数2

Cookieは
ブラウザ単位

こだわるところを間違えない

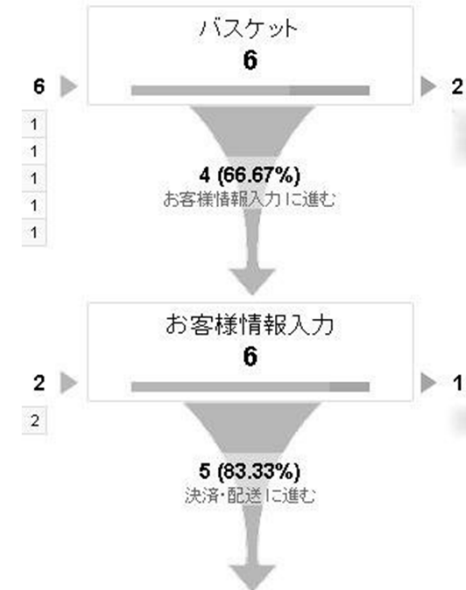
- Web解析ツールはその仕様上、定義によって細かな数値は変わってくる
- 割合や傾向などにこだわる
- 絶対的な数にこだわる



コンバージョン(CV)とは

- Googleアナリティクスでは「目標」
- サイト運営のゴールの例
 - 問い合わせをもらう
 - ユーザー登録をしてもらう
 - 購入してもらう
 - 自社サイトへ誘導する
- 【例】
「昨日のメルマガ、
コンバージョン増えた！」

ビジネス的には
KPIと言うことも



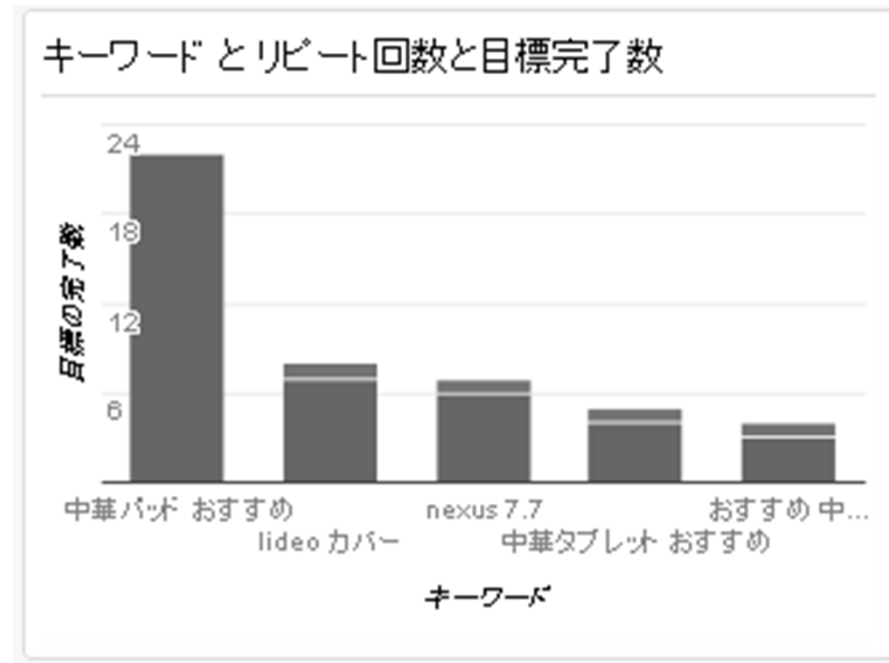
コンバージョンにこだわろう



- 例：コンビニでレジが混んでたら
すかさず2台目のレジが稼働します
- そこを取りこぼすことが売上に響き、
かつ、すぐに改善できるところだからです

設定できる目標は4つ

- 特定のページ(URLを指定)
- 訪問の滞在時間
- 訪問別ページビュー
(平均PV)
- イベント
(クリックなど
ユーザーの行動)



基礎用語 まとめ

訪問数、ユーザー数
ページビュー数、訪問別PV数

Cookieベースの解析ツール

コンバージョン、ゴール、目標



**用語がたくさん出てきたので
ちょっとここで小休止**



**Googleアナリティクスで
標準ではできないこと難しいことを
まとめてみました**

ごめんねジーエー

～Googleアナリティクスで
標準では難しいこと・できないこと～

(not provided)

キーワード	訪問数	↓ 訪問別ページビュー
1. (not provided)	613	1.38
2. お湯が出ない	10	1.10
3. 簡単パンの作り方	10	1.10
4. azpainter2 講座	6	1.17
5. 給湯器 お湯が出ない	6	1.17
6. au wifi 繋がらない	5	1.00
7. インスタントアップロード 削除	5	1.20
8. ポータス	5	1.00

1次元ディメンション: キーワード 参照元 ランディング ページ その他 ▾

グラフに表示

セカンダリディメンション: 参照元 ▾

並べ替えの種類:

デフォルト ▾

キーワード

1. (not provided)

2. お湯が出ない

3. ポータス

4. 簡単10分の作り方

参照元 表

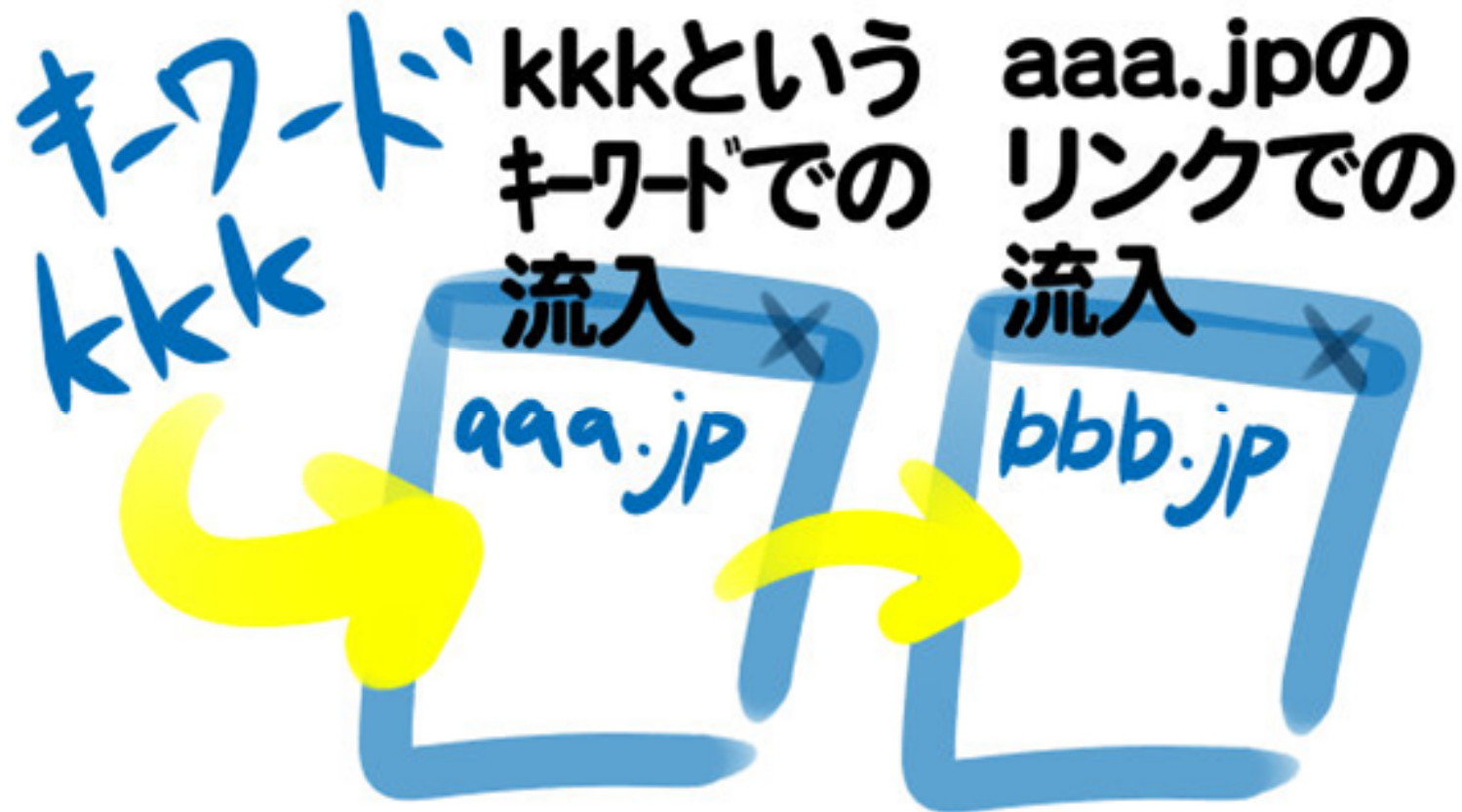
google

yahoo

yahoo

yahoo

クロスドメイン (異なるドメイン間の計測)



クロスドメインの詳しい解説 Googleの公式サイト
[http://support.google.com/analytics/bin/answer.py
?hl=ja&answer=1034342](http://support.google.com/analytics/bin/answer.py?hl=ja&answer=1034342)

変化が早い

Google Analytics

Analytics 設定 | レポートを表示: 

 マイレポート

 ユーザー

 トラフィック

エクスポート 

 メール

マイレポート



Google Analytics

sumire.kagua.biz - http://sumire.kagu...
Webアナリストすみれ公式サイト(...

ホーム

標準レポート

カスタムレポート



リアルタイム ページ版



インテリジェンス イベント

マイレポート

+ ウィジェットを追加

メール ページ版

エクスポート 



Google Analytics

今ここ



http://www.kagua.biz - http://www.kagua.biz
kagua_Master_tracking

レポート

カスタマイズ

まとめ

キーワードはYahoo!に注目

「クロスドメイン」で調べよう

変化は頼もしさ



引きつづき本編をお楽しみ下さい

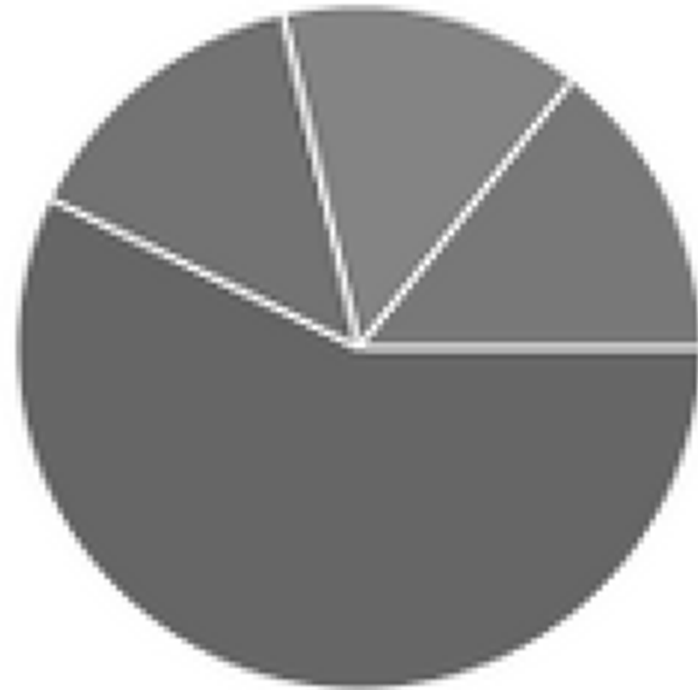
重要設定を攻略しよう



設定すること

- GAアカウント、Webプロパティ、プロフィール
- 【設定1】デフォルトのページ
- 【設定2】サイト内検索
- 【設定3】目標
(コンバージョン)

超重要



デフォルトのページ

- これを設定しないと、
/ と /index.html を
違うものとして
カウントしてしまう

☐ ページ

☐	1. /	
☐	2. /index.html	

- 【作業】
アナリティクス設定＞プロフィールをクリック
＞プロフィール設定＞デフォルトのページ
- Index.html index.php など

アカウントリスト >   ▼

プロフィール: bookbery.jp (ウェブ)

プロパティID: UA-

アセット ユーザー 目標 フィルタ **プロフィール設定**

ウェブプロフィール情報の編集

全般情報

プロフィール名

プロフィール ID 

ウェブサイトの URL

例: <http://www.mywebsite.com>

タイムゾーンの国または地域 (GMT++09:00)東京

デフォルトのページ **オプション ?**

例: [index.html](#)

URL クエリパラメータを除外 **オプション**

サイト内検索

- わざわざサイトに来てくれたユーザーがあえて検索しているキーワード



この「s」がクエリーパラメーター

- 【条件】サイト内検索の結果ページがパラメーター付きのURLになっていること
- アナリティクス設定＞プロフィールをクリック
＞プロフィール設定＞クエリーパラメーター

サイト内検索の設定

サイト内検索のトラッキング オプション ?

- ☐ サイト内検索レポートを無効にする
☒ サイト内検索レポートを有効にする

クエリ パラメータ

s,q

複数のパラメータを区切るにはカンマを使用します

☒ URL からクエリ パラメータを削除 ?

- 有効にする
- クエリパラメーターはカンマで区切れれば複数OK
- パラメーター削除は同一URLが大量にトラッキングされることを否とするかどうか

目標

- サイトにおけるゴールを設定
- ダウンロードや外部へのリンクもイベントを設定すれば目標設定可能
- 目標達成したときの金額も設定可能

ページ		ページビュー ↓ 数
/otoku/1283.php		2,241
/index.php		1,535
/n70		553
/book/1967.php		535
/review/3262.php		504

URLタイプの目標は
Googleアナリティクス
で計測実績が必要

アセット ユーザー **目標** フィルタ プロファイル設定

このプロフィールに表示する目標を設定します。?

目標(セット 1)

名前

タイプ

FEED購読

URL へのアクセス

+ 目標 (残りの目標 4)

+ 目標をクリック

全般情報

目標名

☒ アクティブ ☐ 無効

目標タイプ ☒ URL へのアクセス
☐ 訪問の滞在時間
☐ 訪問別ページビュー
☐ イベント

参照元/メディア	訪問数 ↓	コンバージョン率	Amazonjp(目標6のコンバージョン率)
google / organic	4,497	4.56%	1.53%
(direct) / (none)	1,880	4.57%	1.28%
yahoo / organic			

目標名は
レポートに出る

目標の詳細

目標 URL

/otoku/1283.php

URLは候補が出る

マッチ タイプ

完全一致

複雑なURLは
正規表現でマッチ

大文字と小文字を区別

☐

アクセスした URL の長さ

目標値 オプション

100

目標達成を金額換算。
入れておくと「ページの価値」で貢献度がわかる

目標到達プロセス

目標到達プロセスとは、目標 URL に到達するまで
プロセスに該当します。

目標到達プロセスを使用

☐

ここで定義

カートなど遷移がある
ときは重要

重要設定 まとめ

デフォルトのページ

サイト内検索

目標(コンバージョン)



**分析・サイト改善に
チャレンジしよう**



2つのアプローチ

- コンバージョンしている訪問と
そうでない訪問とを比較
そのギャップから改善の仮説をたてる
- マイレポートを作成・活用し
改善施策を高速に展開していく

アドバンスセグメント
マイレポート・ウィジェット
ショートカット

目標達成と未達を比較する

- 【例】ネットショップ
- 購買客 平均PV 16.5
- 非購買客 平均PV 5.2
- 買ってもらえないのはウィンドウショッピング
(サイト内の回遊)をしてもらえてないから？

仮説をたて
変更を加え
検証してみる

購買、非購買を抽出・分析
その抽出ができるのが
アドバンスセグメント

アドバンスセグメントとは

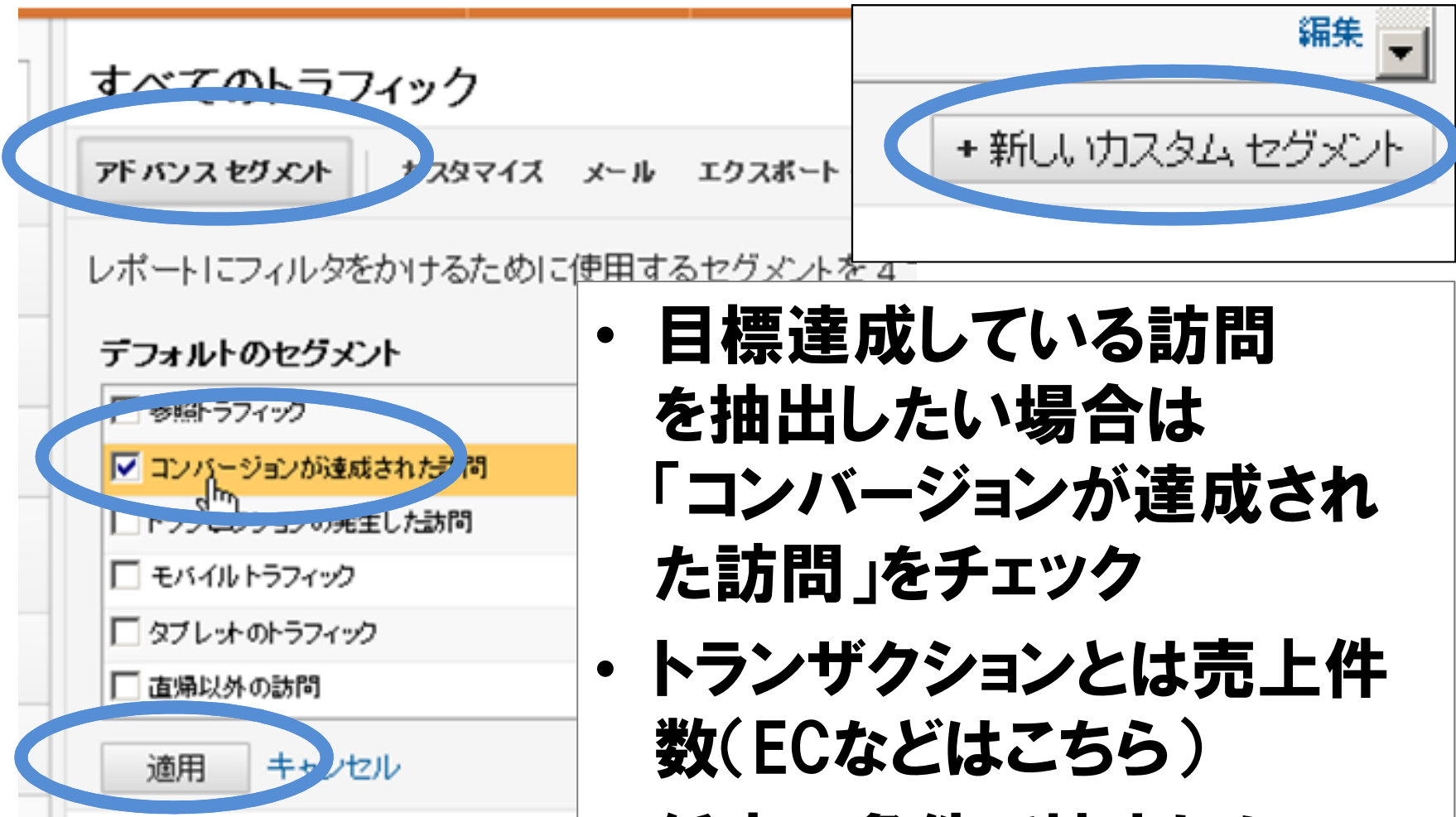
全訪問

アドバンス セグメント

抽出

The diagram illustrates the relationship between Google Analytics 4 (GA4) and Google Ads. A central circle labeled "アドバンス セグメント" (Advanced Segments) is connected to three boxes: "全訪問" (All Visits) on the left, "抽出" (Extract) on the right, and "GA4" at the bottom. The GA4 box is connected to a table of GA4 metrics. The "抽出" box is connected to a table of Google Ads metrics.

GA4	アドバンス セグメント	抽出
Flash	国/地域	検索深度
Java	再検索キーワード	固有の購入数
Mobile	参照 URL	合計イベント数
Tablet	参照元	再検索数
OS の	市区町村	収益
アフィ	時	商品の収益
アプリ	商品	新規訪問数
アプリ	商品カテゴリ	数量
トラ	商品の SKU	税金
アプリ	検索深度	直帰数
アプリ	大都市圏	配送
イベント		表示された AdSense 広告
イベント カテゴリ		表示された AdSense 広告ユニット
イベント ラベル		訪問の滞在時間
オペレーティング システム		訪問数
カスタム変数(キー 1)		
カスタム変数(キー 2)		
カスタム変数(キー 3)		
カスタム変数(キー 4)		
カスタム変数(キー 5)		



- 目標達成している訪問を抽出したい場合は「コンバージョンが達成された訪問」をチェック
- トランザクションとは売上件数(ECなどはこちら)
- 任意の条件で抽出したい場合は「カスタムセグメント」

名前: 非コンバージョン

任意の名前

一致

目標の完了数

未満

1

or

「OR」ステートメントの追加

and

「AND」ステートメントの追加

条件を設定

ORは「もしくは」
ANDは「かつ」

その他のオプション

セグメントの保存

セグメントをプレビュー

セグメントをテスト

抽出できているかの確認

抽出してみると…

● 訪問数 (非コンバージョン) ● 訪問数 (コンバージョンが達成された訪問)



こういう気付きから
仮説を立てて
実施検証、改善の
サイクルをまわす

倍近く違う！

	訪問数	訪問別ページビュー
非コンバージョン	5,785 全体に対する割合: 93.76% (6,170)	1.63 サイトの平均: 1.68 (-3.18%)
コンバージョンが達成された訪問	385 全体に対する割合: 6.24% (6,170)	2.49 サイトの平均: 1.68 (47.85%)

必要なデータを効率的に見る

- マイレポートはデータの抜粋(ウィジェット)を一覧して見やすくできる機能
- より詳細なレポートへのリンク
特定条件のフィルタリングなど
抜粋とはいえ、日常使うのには十分



マイレポートとは

ウィジェット

絞り込みも可能

マイレポート



ウィジェットの追加

2.1 指標 円グラフ タイムライン 表形式

表示する列:
キーワード 訪問別ページビュー 目標の完了数

表を表示 10行

このデータをフィルタ:
表示しない キーワード 完全一致 (not provided)

フィルタを追加

ウィジェットの名前:
キーワード 別の 訪問別ページビュー と目標の完了数

レポートまたは URL のリンク: ☐
オーガ

ショートカット / オーガニック検索トラフィック (not provided)
ショートカット / オーガニック、キーワードソート
ショートカット / オーガニック検索トラフィック 20000
トラフィック / 参照元 / 検索 / オーガニック検索

設定方法		
sbr カラー版	1	2.00

好みの表現

左側の指標で
ソートされる

より詳細な
レポートとリンク
させられる

フィルタリング
もできる

ショートカットは便利

- 標準のレポート画面で
設定した項目の状態を保存可能
- 【例】通常10件しか表示されない
訪問キーワードを常に500件表示させたい

日づけ操作は
キーボード
ショートカットで

00:01:31 250 72.09% 67.44%

表示する行数: 500 ▼ 移動: 1 1 - 10/2086 < >

このレポートは 2013/01/31 4:42:54

マイレポートに追加 ショートカット ベータ版

この状態を
いつでも
呼び出せる

キーボードショートカットも便利

- アプリケーション

[a] アカウントパネル

[s] レポートを検索

<Shift>+ [d] デフォルトマイレポートへ移動

- 期間

[d] [t] 今日

[d] [y] 昨日

[d] [w] 先週

[d] [m] 先月

分析手法 まとめ

コンバージョン成否の
ギャップを調べよう

施策と検証を高速に回そう

ウィジェットとショートカットは
便利



最後に...

あるWeb担当者さんは…

AdWords		
キーワード	クリック数	目標の完了数
booklive	2	0
電子ブック	1	0
電子ブック無料	1	0
無料の本	1	0
(not provided)	0	8
(not set)	0	12
lideo 専用力パーケース	0	2

AdWords		
キーワード	クリック数	目標の完了数
pdf電子ブック	1	0
デジタル写真集	1	0
写真集 電子ブック	1	0
電子ブック	1	0
電子ブック無料	1	0
(not provided)	0	8
(not set)	0	9

コンバージョン！

AdWords		
キーワード	クリック数	目標の完了数
電子ブック	1	1
(not provided)	0	2
(not set)	0	20
lideo 予約	0	1
n70双壁sレビュー	0	1
おすすめ中華パッド	0	1

行動できる指標のみを
マイレポートで見ていた

**データは「勝利に結びつくもの」と
「そうでないもの」を峻別した。…そ
こで我々が注目したのは、こうした
偶発性に左右されにくい出塁率と
長打率だ。**

**ブリー・ビーン
(米球団経営者)**



まとめのまとめ

基礎用語をしっかり理解しよう

コンバージョンにこだわろう

機能や指標は必要最低限でいい

情報収集

- Googleアナリティクス公式ヘルプフォーラム
<https://productforums.google.com/forum/#!categories/analytics-ja>
- Twitter検索「アナリティクス」
- 今日の資料は動画は公開
<http://www.kagua.biz>
- 書籍
「Googleアナリティクス基礎講座」
技術評論社 1,764円(税込)



Happy Analyzin'!



ご静聴ありがとうございました