

【infoCMSご契約者様限定】

完全移行まで4ヶ月！

Google Analytics4 移行に向けた確認ポイントを 徹底解説

株式会社インフォネット

2023.3.8

本日のスケジュール

■ 開催概要

日時：2023年3月8日(水) 14:00～14:45

内容：完全移行まで4ヶ月！Google Analytics4移行に向けた確認ポイントを徹底解説

主催：株式会社インフォネット

■ タイムスケジュール

- ・ 14：00～14：05 はじめに
- ・ 14：05～14：35 完全移行まで4ヶ月！
Google Analytics4移行に向けた確認ポイントを徹底解説
- ・ 14：35～14：45 質疑応答

Contents

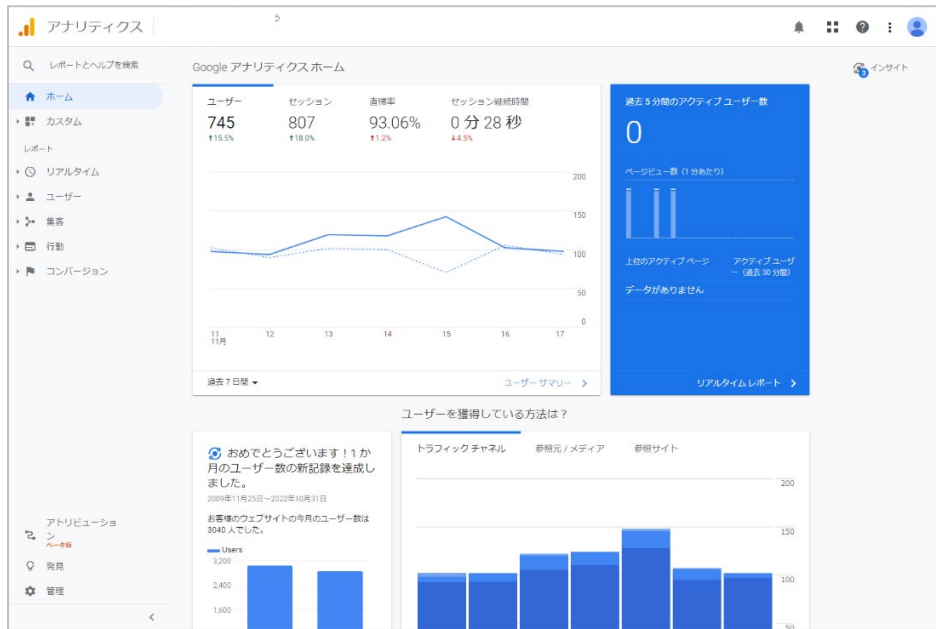
目次

- **Universal Analytics停止まで4ヶ月**
- Google Analytics4とは？—今後のアクセス分析について
- 移行にあたり検討すべきこと
- 完全移行までのロードマップ
- 質疑応答

Universal Analytics(UA)停止まで4ヶ月

現在アクセス分析を行っているバージョンのGoogle Analyticsは終了予定

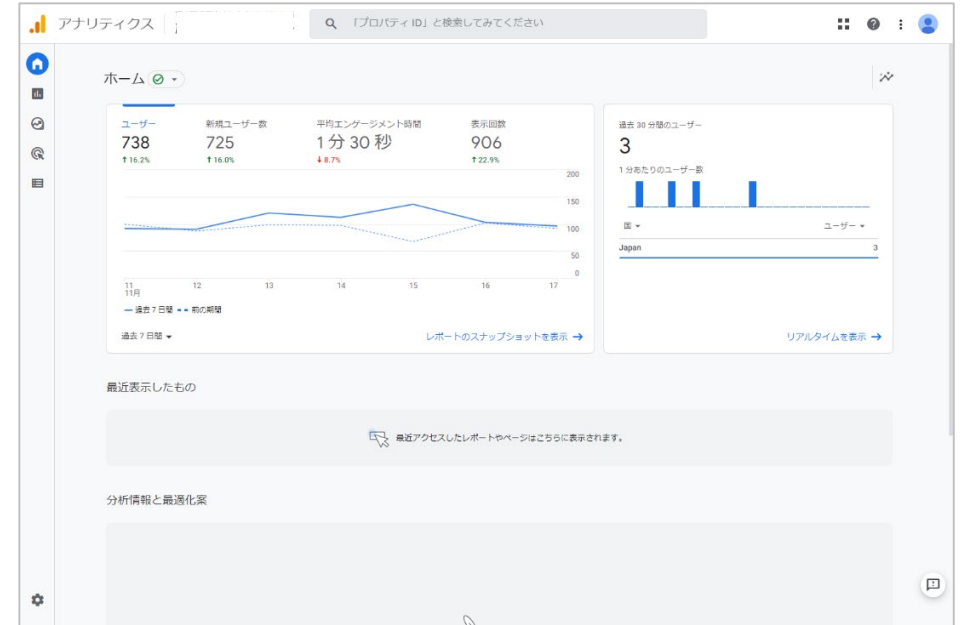
Universal Analytics(UA)



現在一般的なWEB解析ツール

Webサイトのアクセス分析に利用

Google Analytics4(GA4)

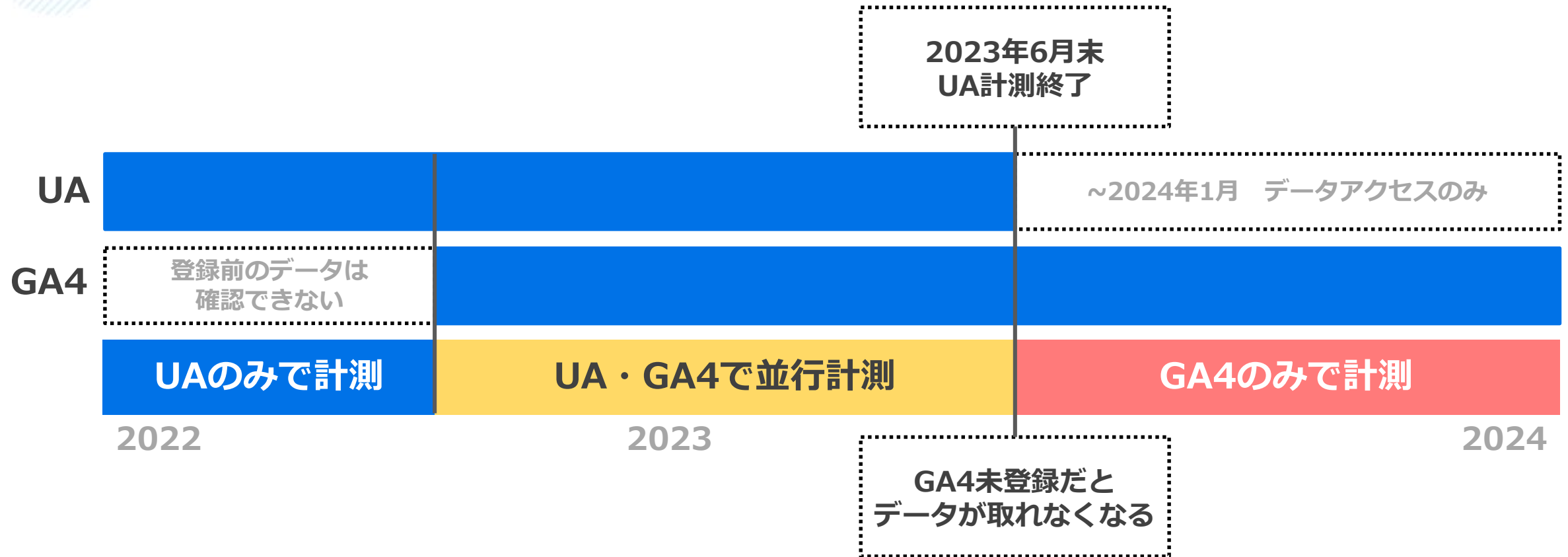


UAの次世代版

アプリ等も含めたアクセス分析に利用

Universal Analytics(UA)停止まで4ヶ月

アクセス分析を続けるなら、まずはGA4の登録が必要



Contents

目次

- Universal Analytics停止まで4ヶ月
- **Google Analytics4とは？—今後のアクセス分析について**
- 移行にあたり検討すべきこと
- 完全移行までのロードマップ
- 質疑応答

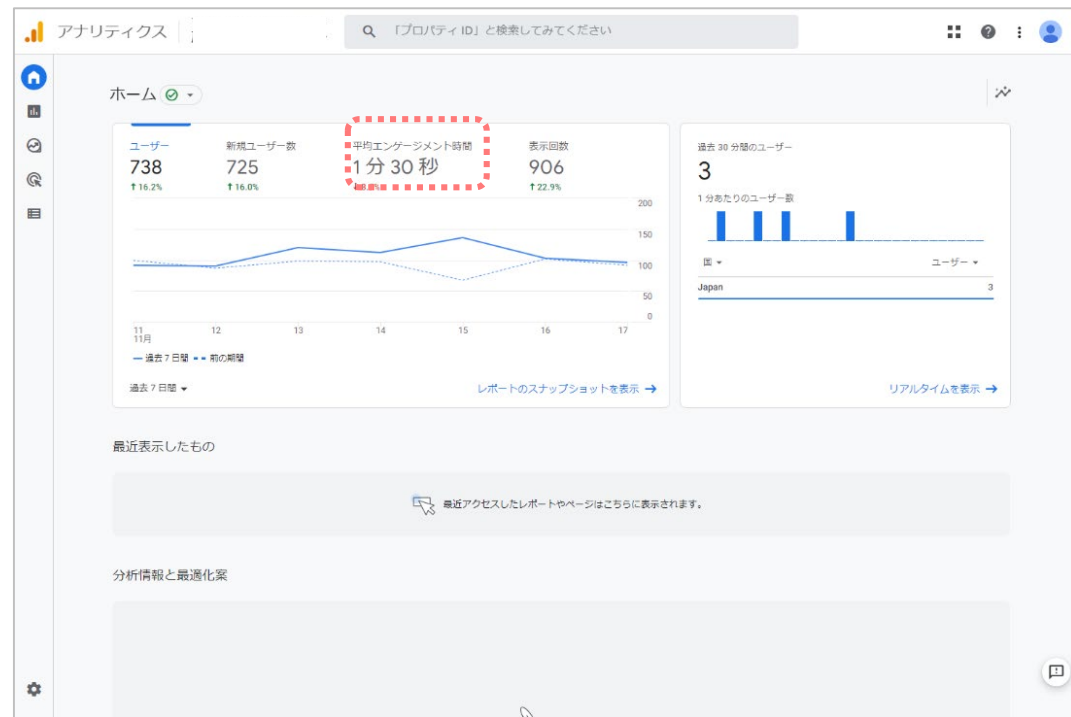
Google Analytics4とは？—今後のアクセス分析について

UAとの計測指標の違い

【UA】「セッション」が計測の基点



【GA4】「エンゲージメント」が計測の基点



「セッション」「直帰率」など、これまで使用していた指標がなくなり、「エンゲージメント」に変更

Google Analytics4とは？—今後のアクセス分析について

新しい計測指標「エンゲージメント」

セッション

ページへのアクセスを基点にした計測指標

例えば……

- ページにアクセスする
 - ページから別のページに離脱する
- など……

エンゲージメント

サイトユーザーの行動を基点にした計測指標

例えば……

- ページをスクロール・スワイプする
 - ページ遷移せずに動画を再生する
 - 同じユーザーが再来訪する
 - 商品を購入する
- など……

Google Analytics4とは？—今後のアクセス分析について

エンゲージメントとして計測できるようになったデータの例

1

アプリを経由した
アクセス状況



アプリやブラウザ等、複数の
媒体を経由しても同一ユー
ザーとして認識できる

2

画面スクロールや
動画の再生など



アクセス・クリック以外の
ユーザーの動きも計測するこ
とができる

3

アクセス後の
行動予測



計測指標の違い、機械学習の
向上により、行動予測が可能

Google Analytics4とは？—今後のアクセス分析について

主な用語や解釈の変化

UA

ページビュー(PV)

表示されたページの合計数。
同ページを繰り返し表示した場合も複数集計される

セッション

Webサイトを閲覧している時間。操作せずに30分経過したり、アクセス中に深夜0時を跨いだりすると**更新され、再計測される**

直帰率

ユーザーが1ページのみを閲覧したセッションのうち、イベント設定した行動を何も起こさなかったセッションの割合

GA4

ビュー

表示されたアプリまたはWebページの合計数。
ページビューとスクリーンビューの**組み合わせ**で表示される

セッションの開始

セッションIDをイベントに設定すると計測できる。
アクセス中に深夜0時をまたいても**再計測はされない**

直帰率

10秒未満のセッション、コンバージョンイベントが発生しなかったセッションなど、**エンゲージメントのなかったセッション**の割合。

これら指標の違いにより、計測によって表れる数値も変わります

Google Analytics4とは？—今後のアクセス分析について

UAとGA4で大きく仕様が変わりました

【UA】 「セッション」が計測の基点

「ページアクセス単位」での計測

- ・ ページが何度見られたか？
 - ・ どのくらいの時間見られたか？
 - ・ その後、サイトから離脱したか？
- など…

【GA4】 「エンゲージメント」が計測の基点

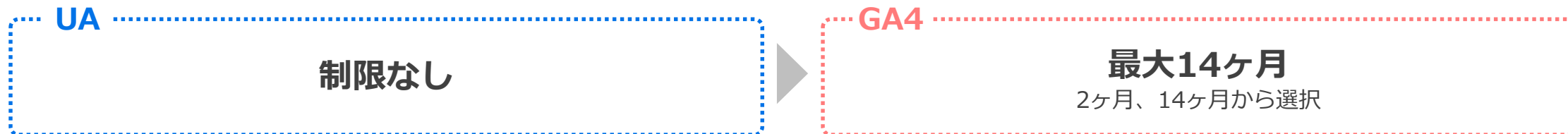
「ユーザーの行動単位」での計測

- ・ このページをスクロールしたか？
 - ・ この動画を見たか？
 - ・ 購入する行動があったか？
 - ・ アプリからアクセスしたか？
- など…

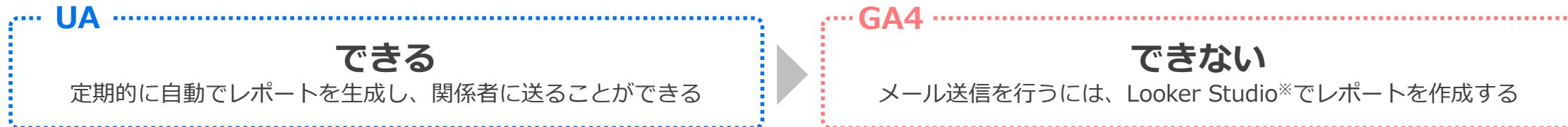
Google Analytics4とは？—今後のアクセス分析について

注意すべき変更点

1 データの保管期間の変化

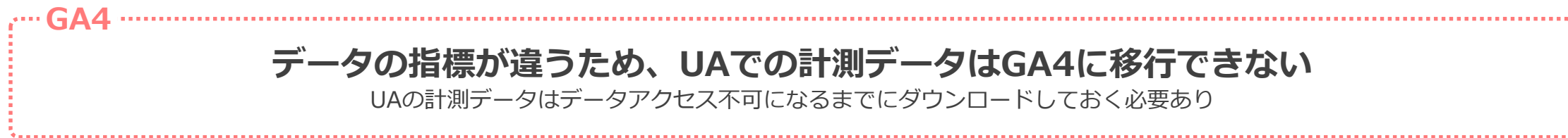


2 自動レポートの定期メール送信



※旧Googleデータポータル。Googleのレポートングツール

3 データの移行



Google Analytics4とは？—今後のアクセス分析について

GA4運用上の懸念点① – 設定せずに見られる項目は少ない

【UA】

- ▼ ユーザー
 - 概要
 - アクティブユーザー
 -
 - ライフタイムバリュー
 - ユー
 - ベータ版
 - コホート分析
 - ベータ版
 - オーディエンス
 - ユーザー エクスプローラ
 - ▶ ユーザー属性
 - ▶ インタレスト
 - ▶ 地域
 - ▶ 行動
 - ▶ テクノロジー
 - ▶ モバイル
 - ▶ クロスデバイス
 - ▶ ベータ版
 - ▶ カスタム
 - ▶ ベンチマーク
 - ユーザーフロー

【GA4】

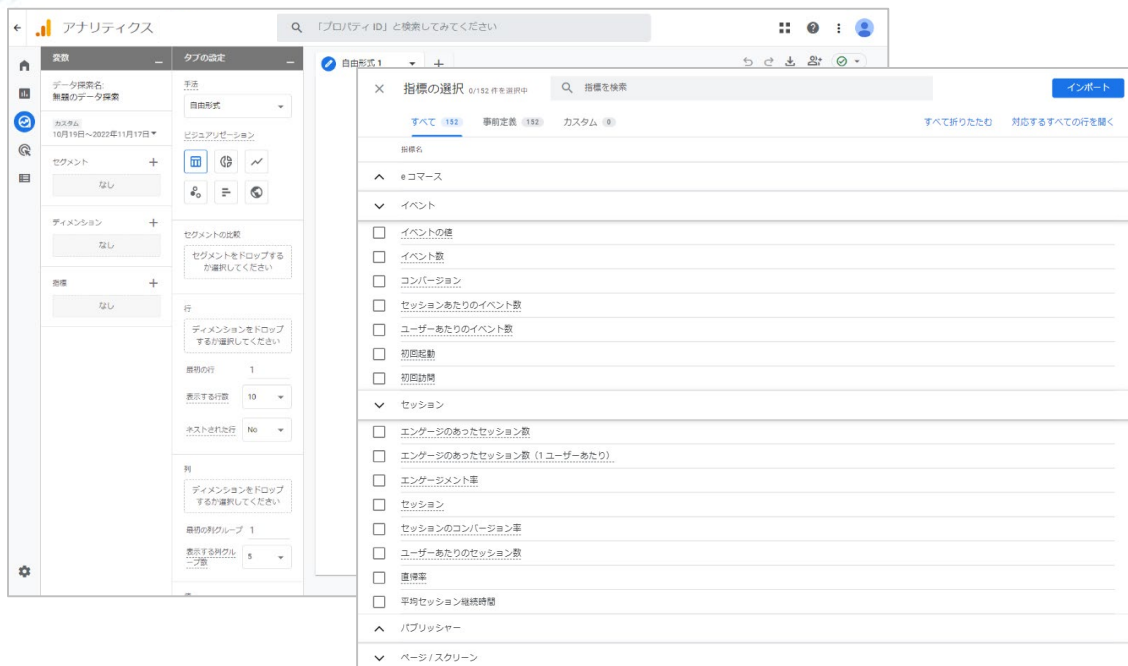
- ユーザー
 - ▼ ユーザー属性
 - ユーザー属性サマリー
 - ユーザー属性の詳細
 - ▼ テクノロジー
 - ユーザーの環境の概要
 - ユーザーの環境の詳細

1クリックで見られる
レポートメニューの数が減少

必要なデータの取り出し方を
自分で設定する必要がある

Google Analytics4とは？—今後のアクセス分析について

GA4運用上の懸念点② – データの取り出し方を個別に設定しなければならない



ツールやデータ、
用語等について
理解する必要がある

「探索」からデータの取り出し方や表示形式を細かく設定できる

Contents

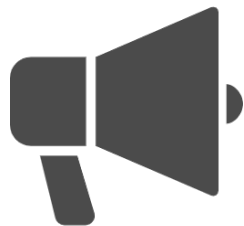
目次

- Universal Analytics停止まで4ヶ月
- Google Analytics4とは？—今後のアクセス分析について
- **移行にあたり検討すべきこと**
- 完全移行までのロードマップ
- 質疑応答

移行にあたり検討すべきこと

自社のサイト属性を確認しましょう

LP・ECサイト・サービスサイト等 (Googleで広告を実施しているサイト)



広告で計測したいユーザーの行動を条件づけて設定することで、細かにサイトの利用状況を把握できる。広告の利用状況と関連するため、設定は広告会社と行う

コーポレートサイト等



アクセス状況からサイトの利用状況を分析するため、分析方法が変わる
今まで分析に利用していた指標はなくなってしまったので、計測するためには設定が必要

移行にあたり検討すべきこと

コーポレートサイトのアクセス分析にGA4を利用する際の懸念点

1

計測指標が
変わっている

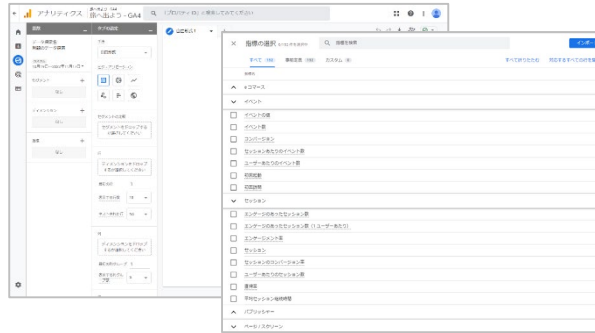
セッション

エンゲージメント

計測指標が違うため、ツール
や取れるデータについて理解
し直す必要がある

2

設定や用語理解が
難しい



設定作業が煩雑で、必要な
データを取り出すための準備
に手間がかかる

3

これまでと同じ
データにならない



カスタマイズしても、計測指
標や方法が違うため、全く同
じ分析ができるわけではない

計測に注意が必要な項目

1

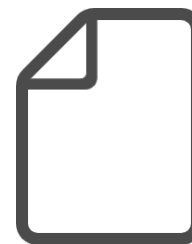
クリックカウント



- 計測のために設定する項目が多い
- 範囲の設定によって正しく計測できない場合もある

2

ファイルのDL数



- イベントとして設定できるが、計測できる拡張子に限りがある
- クリックカウント同様設定項目が多い

MEGLASS finder(後述)で計測できるようアップデート予定

Contents

目次

- Universal Analytics停止まで4ヶ月
- Google Analytics4とは？—今後のアクセス分析について
- 移行にあたり検討すべきこと
- **完全移行までのロードマップ**
- 質疑応答

完全移行までのロードマップ

GA4を利用する場合の今後の進め方

まずはGA4の登録を進める

サイト属性の見極め

1 GA4の仕様や用語を理解する

GA4の分析項目を整理する

アクセス分析を行うための設定をする

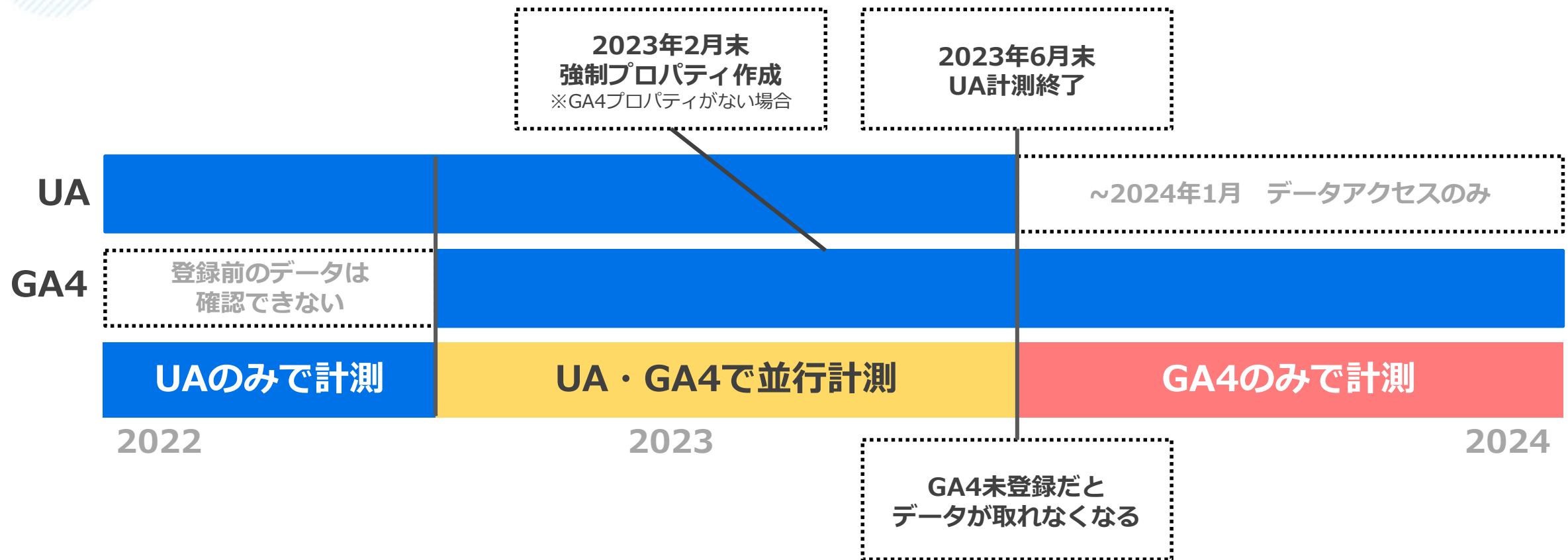
分析実施後、UAの過去データと比較・突合を行う

2 GA4と連携したサービスを使用する

GA4のデータは利用しつつ、
UAの観点を引き継いだツールの
利用を検討する

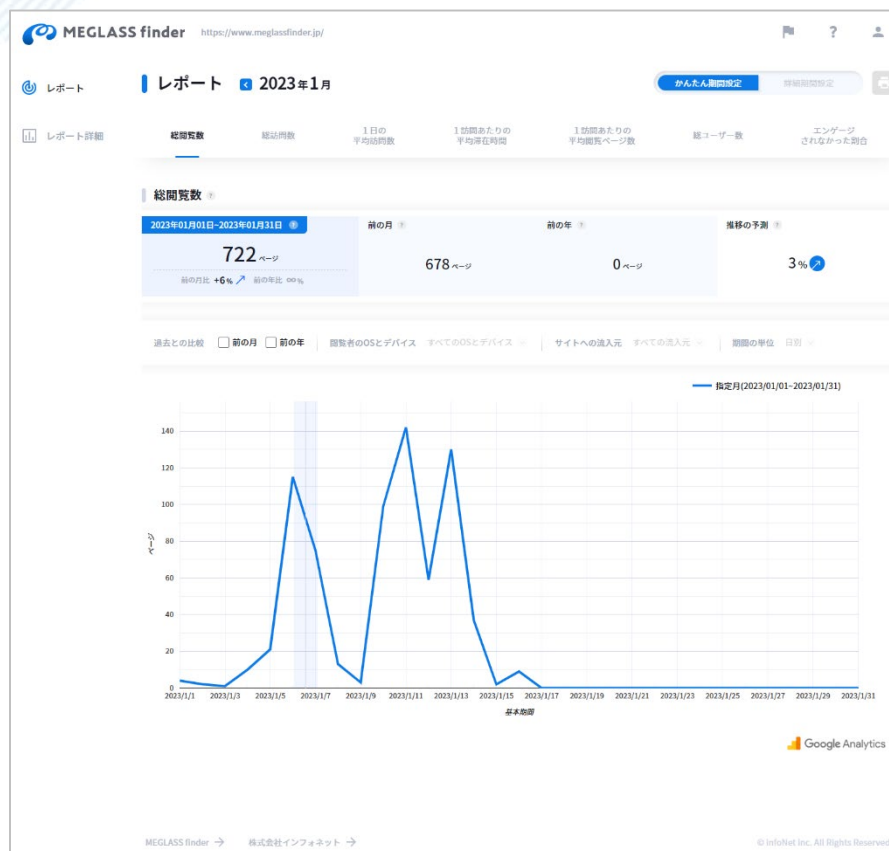
完全移行までのロードマップ

移行リミットまでにGA4を設定し、今後の使い方を考えましょう



完全移行までのロードマップ

GA4とデータ連携したツールを利用する場合



すぐ見える、すぐわかる、すぐ出せる。
専門知識不要の最速アクセス分析



2023年1月11日(水)リリース

▼ 無料登録はこちら ▼

<https://www.meglassfinder.jp/>

MEGLASS finderの特長

すぐ見える、すぐわかる。
パパッと分析、1日5分
日々の分析業務に



GA4特有の難しい単語はナシ！
「1日の平均訪問数」や「ページ別の閲覧順位」など、知りたいことだけピックアップして分析に活かします。

面倒な資料の作成が
1クリックで
定例の報告業務に



分析結果の資料は、1クリックでレポート出力。そのまま報告資料としてご利用いただけます。Excel、CSV出力にも対応しており、独自のレポート作成にも利用可能です。

分析ポイント、自由自在
分析後の改善提案に



お問い合わせフォームや製品ページなど、特定ページを分析の基点として自由に設定。知りたいページの動向がピンポイントにわかります。

次回セミナーは2023年3月22日（水）に開催予定です
「infoCMS徹底解説Part10 ～ユーザー・ロールの基本～」について
ご紹介いたします！

アンケートにてセミナーに関するご要望やご意見も
ぜひお待ちしております！