singi

ダウンロード特典
早見表＆効果測定シートつき！

GA4の運用、まだまだ不安な点が多い

抜け漏れなくGA4の設定を行いたい

日々の効果測定を効率的に行いたい

GA4×スプレッドシート
効果的な効果測定を実現!!

7月から新しくなったGoogle Analytics!

ユニバーサルアナリティクス（UA）が6月で終了し、GA4の運用が始まりましたが...

そもそもGA4とUAは何がどのように違う？

使い始めるには何をしなければいけない？

スプレッドシートと連携したいけどどうすればいい？

こんなお悩みはありませんか？

GA4の効率的な運用に悩む...そんなあなたにお届けする内容はこちらです。

- GA4とUAの違いがわかる
- GA4×スプシで効率的な運用が可能になる
- 「早見表」の活用で設定も簡単！

ダウンロード特典！GA4 項目名早見表&効果測定シート

GA4で頻出するディメンションや指標、効果測定用の参考シートを作成できます！

	A	B	C	D
1				
2	▼Dimensionsフィルターの作成			
3	ディメンションAPI	条件	指定する値	フィルター
4	landingPage	__ENDS_WITH__	contact	landingPage__ENDS_WITH__contact
5				
6	▼Dimensions（頻出）			
7	分類	Dimensions	Dimensions (API)	概要と記載方法
8	イベント	Event name	eventName	設定しているイベントの名称。イベント名を記載する。
9	ページ/スクリーン	Landing page	landingPage	セッションにおける最初に訪れたページ。ドメイン以降のURLを記載する。
10	ページ/スクリーン	Page path	pagePath	ページのページパス。ドメイン以降のURLを記載する。
11	プラットフォーム/デバイス	Platform	platform	アプリやウェブサイトが動作したプラットフォーム。Web, iOS, Androidなどを記載する。
12	アトリビューション	Campaign	campaignName	コンバージョンにつながったキャンペーン名。utm_campaign パラメータの値を記載する。
13	アトリビューション	Default channel group	defaultChannelGroup	コンバージョンにつながったチャネル。Organic Search、Displayなど、デフォルトのチャネルを記載する。
14	アトリビューション	Medium	medium	コンバージョンにつながったメディア。utm_mediumパラメータの値を記載する。
15	アトリビューション	Source	source	コンバージョンにつながった参照元。utm_sourceパラメータの値を記載する。
16	トラフィックソース	Session campaign	sessionCampaignName	セッションキャンペーン名。utm_campaginパラメータの値を記載する。
17	トラフィックソース	Session default channel group	sessionDefaultChannelGroup	ユーザーセッションを参照したチャネル。Organic Search、Displayなど、デフォルトのチャネルを記載する。
18	トラフィックソース	Session medium	sessionMedium	セッションのきっかけとなったメディア。utm_mediumパラメータの値を記載する。
19	トラフィックソース	Session source	sessionSource	ユーザーセッションを参照した参照元。utm_sourceパラメータの値を記載する。
20	トラフィックソース	First user campaign	firstUserCampaignName	ユーザーを最初に獲得したキャンペーン名。utm_campagin/パラメータの値を記載する。
21	トラフィックソース	First user default channel group	firstUserDefaultChannelGroup	ユーザーを最初に獲得したチャネル。Organic Search、Displayなど、デフォルトのチャネルを記載する。
22	トラフィックソース	First user medium	firstUserMedium	ユーザーを最初に獲得したメディア。utm_mediumパラメータの値を記載する。
23	トラフィックソース	First user source	firstUserSource	ユーザーを最初に獲得した参照元。utm_sourceパラメータの値を記載する。
24	時刻	Date	date	日付。YYYYMMDD
25	時刻	Year week	yearWeek	年と週を組み合わせた値。「202253」など
26	時刻	Year month	yearMonth	年と月を組み合わせた値。「202305」など
27				
28	条件	表記		
29	～を含む	__CONTAINS__		
30	～で始まる	__BEGINS_WITH__		
31	～で終わる	__ENDS_WITH__		
32	～と完全に一致する	__EXACT__		

▼週次_LPレポート						
Year Week	202318	202319	202320	202321	202322	202323
1）LP						
Sessions_L	72	1146	1254	1896	894	396
CVs_LP	4	5	2	6	2	2
CVR_LP	5.56%	0.44%	0.16%	0.32%	0.22%	0.51%
2）Ad						
Sessions_A	12	191	209	316	149	66
CVs_Ad	0	0	0	1	0	0
CVR_Ad	0.00%	0.00%	0.00%	0.32%	0.00%	0.00%
3）Organic Search						
Sessions_C	5	83	91	137	65	29
CVs_Organ	0	0	0	0	0	0
CVR_Orgar	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%

効果測定用のシートを見る ▶

目次

1. GA4のおさらい

2. GA4の初期設定

3. GA4×スプレッドシートの設定

GA4（GoogleAnalytics４）とは？

GA4は、Googleが提供する最新のアクセス解析ツールです。Cookie規制への対応、マルチデバイスにおける効果測定など、**より正確にユーザーの動きを把握できるように設計**されています。

▼ 主な特徴

・ウェブサイトとアプリの両方のデータを収集することで、カスタマージャーニーをより詳細に把握

・セッションベースではなくイベントベースのデータを使用

・Cookie を使用しない測定、行動モデリング、コンバージョン モデリングなどのプライバシー管理機能を搭載

・予測機能により、複雑なモデルを使用することなくガイダンスを提供

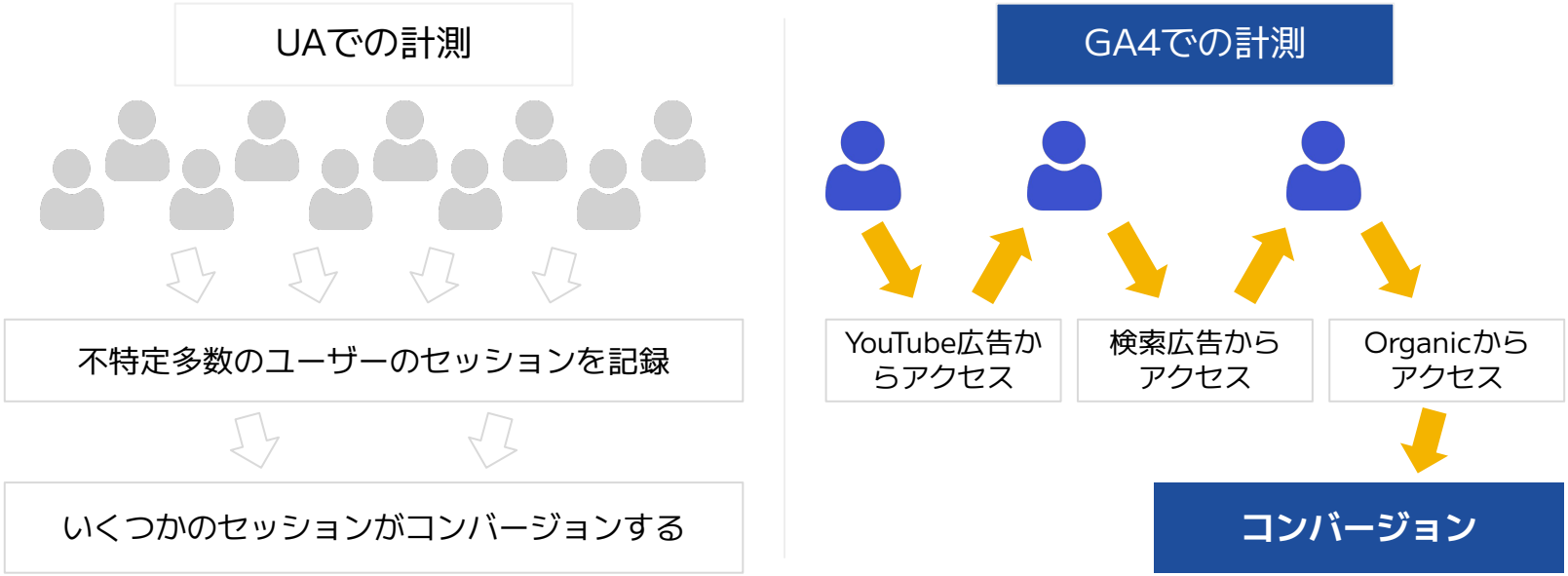
・メディア プラットフォームとの直接統合により、ウェブサイトまたはアプリでのアクションを推進

参考：Google Analytics | [GA4] 次世代のアナリティクス、Google アナリティクス 4 のご紹介

GA4を活用することで、従来以上にユーザーの動きを可視化できるようになり、ウェブ施策にも反映することができます。

「ユーザー起点」の分析とは？

GA4では、「ユーザー起点」での分析を重視し、人単位で行動を可視化します。そのため、
コンバージョンに至るまでどのような行動をしていたのか、複合的に分析が可能です。



セッション軸でのではなく、ユーザー単位でセッション、コンバージョンを測定。
マルチデバイス、マルチチャネルでの分析がより手軽に実現できます。

GA4とUAの違いは？

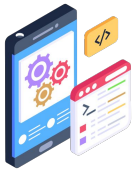
GA4は、従来のUAとは主に以下の点が異なります。

変更点	UA	GA4
データの計測方法	セッション単位で計測	イベント単位で計測
指標の定義	ページ単位の指標を使用	セッションなどの定義が変更、一部指標が廃止
イベントの使用の変更	イベント1つに対しカテゴリ、ラベル、アクションを紐付け可能	名称+複数のパラメータを付与
レポートのレイアウト	100個以上のレポートが分類なく表示	集計用と分析用で分類することが可能
BigQuery連携	有料版（GA360）のみ対応	無料で利用可能

GA4とUAは、そもそも設計が大きく異なります。**「ユーザー起点の分析」ができるように設計されている**ため、その点を理解した上で使用しましょう。

GA4を導入するメリット

GA4を利用することで、ユーザー分析をより詳細に行うことが可能となります。



Webとアプリを統合して計測可能

従来は計測ツールがわかれていたWebとアプリですが、GA4では統合して計測が可能となりました。

Googleのシグナルを使ったAIによる予測機能

イベントのデータを機械学習に読み込ませることで、コンバージョンに近いユーザーを予測することが可能となりました。

プライバシーを考慮したデータ収集

Cookieベースでの計測から、個々のサービスでのUser IDやGoogle独自のシグナルを利用することで、プライバシー保護にも適応した造りとなっています。

今まで手間がかかっていた計測やAIによる予測機能、
またプライバシー保護などの新しい動きにも対応することができます。

GA4の運用上の注意点①計測方法とデータ保持期間が異なる

UAとGA4では、根本的に計測する仕組みが違います。UAではページ単位で計測をしていましたが、GA4ではユーザー主軸の分析を設計の思想としています。計測方法の違いとデータ保持期間は以下の通りです。

変更点	UA	GA4
計測単位	ページ	イベント
計測方法	セッション	ユーザー
データ保持期間（初期設定）	14ヶ月	2ヶ月
データ保持期間（最大）	50ヶ月	14ヶ月

計測方法やデータ保持期間が異なるため、従来通りに運用できない場合も。
改めて効果測定方法や数字の定義を確認しましょう。

GA4の運用上の注意点②指標の定義が異なる

GA4とUAでは指標の定義が異なります。特にセッションやユーザーの定義の仕方がことなり従来とは数値の差異があるので、過去のデータとは直接的に比較しないように気をつけましょう。

変更点	UA	GA4	データへの影響
セッション	以下の場合に切れる ・30分無操作 ・流入元変更時 ・日付変更時	以下の場合に切れる ・30分無操作	UAのほうが新規セッションにカウントされる場合が多くなりやすい それに伴い、離脱率がカウントされるページが異なる可能性がある
ユーザー	Cookie IDのユニーク数	Cookie IDのユニーク数 Googleのその他シグナル	ユーザーの識別方法が異なるため、誤差が出る場合がある
直帰率	ページ閲覧が1ページで離脱された場合にカウント	直帰率は存在しない	直帰率はエンゲージメントで確認する ・10秒以上滞在 ・次のページに遷移している ・コンバージョンイベント

指標の定義が異なるため、過去データとの比較は要注意。
UAとGA4両方用いる場合は、傾向を知るためのデータとして比較しましょう。

詳細画面で順に操作を説明！

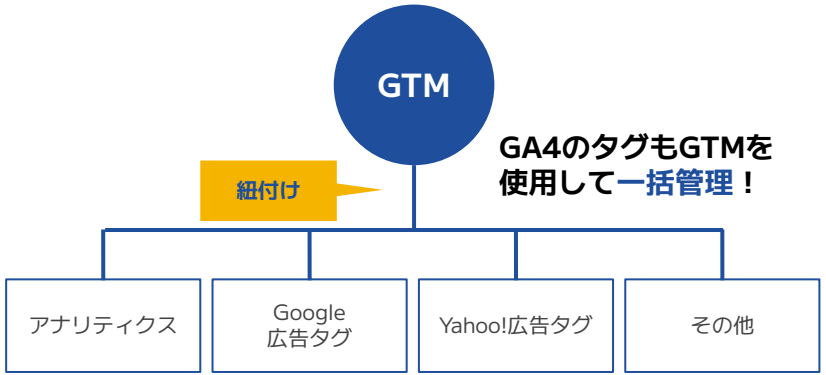
GA4の初期設定

GA4で絶対に欠かせない初期設定方法を順をおって解説します。

GA4の管理方法

GA4を使用したい場合、GTM（Google Tag Manager）を使用する方法と、コードに直接書く方法がございます。様々なシーンでGTMが必要となるため、基本的には**GTMを使用した設定を推奨**いたします。

GTMを利用する場合



GA4を始めとして、広告などの情報もGTMに紐付けられるため、タグを変更したい際など**一括で管理・編集が可能**です。

GTMを利用しない場合

総合的にタグを管理するツールがないため、タグを変更したい場合個々のコードを**直接編集する必要があり、工数とエラーが起きやすくなります。**

GA4の初期設定パターン

GA4の初期設定としては、大きく4パターンございます。今回は、**「①UAから移管する場合」**でご紹介します。

GA4設定の流れ

GA4の設定は、以下の手順で設定を進めます。

1	GA4への ログイン設定	既存のUAからGA4へログインする際の方法を説明します。
2	GA4とGTMの 連携設定	GA4の計測をするために、GTMに入れるタグの設定をします。
3	GA4の 詳細設定	GA4を使用する際に必ず設定しておきたい詳細設定を説明します。
4	コンバージョン の設定	効果測定には欠かせないコンバージョンの設定方法を説明します。

1：GA4へログイン｜管理画面への進み方

UAを使用している場合、**GA4のプロパティ作成は基本不要**です。自動でプロパティが作成され、既存のUAの内容がコピーされます。以下の手順に従ってGA4の管理画面までお進みください。

1. UAの管理画面から、左下の「管理」のアイコンを選択
2. 真ん中のカラムに「プロパティ」が表示されるため、上部にある「GA4設定アシスタント」を選択
3. 左のキャプチャの画面に移るため、「GA4 プロパティに移動」を選択

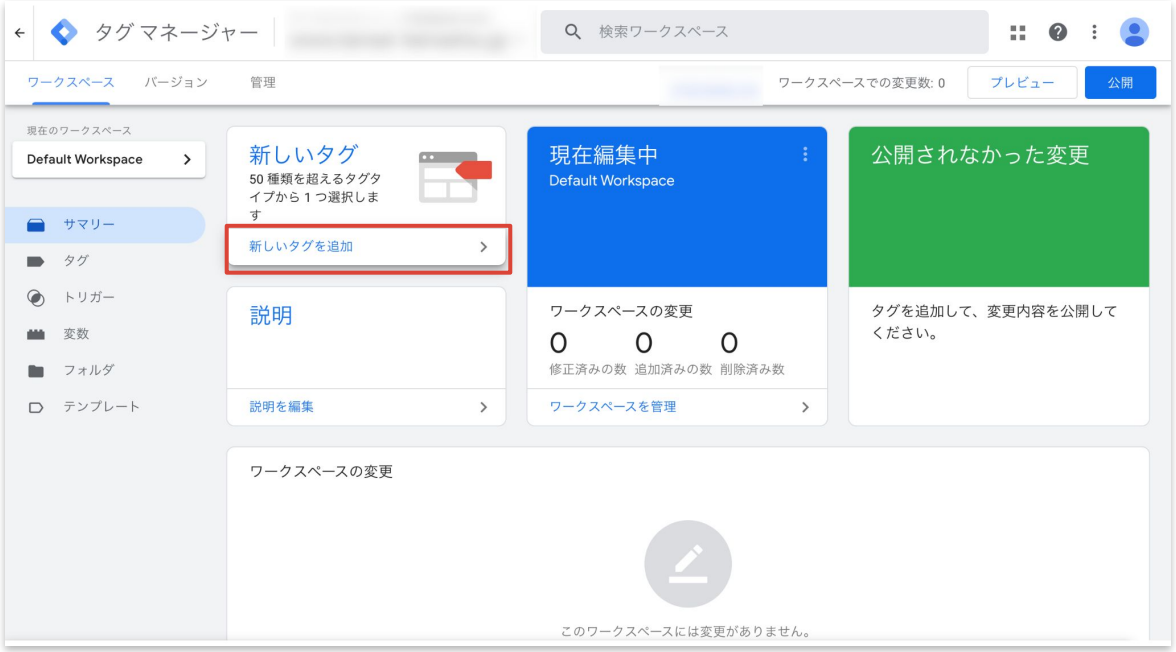
1：GA4へのログイン｜設定アシスタント画面

GA4の管理画面に入ると、アシスタントの設定欄がございます。項目数は既存のUAの設定に応じて異なるため、各項目確認を行い、指示に沿って進めましょう。チェックが完了したら、**各項目「完了とする」の項目**があるため、そちらをクリックします。

対応が完了したら
こちらをクリックし、
完了する

2：GTM設定｜タグを追加

GA4上の各種設定を進めるにあたり、GA4のタグをGTMを使用して編集していきましょう。
GTMの管理画面を開き、**「新しいタグを追加」**に進みます。

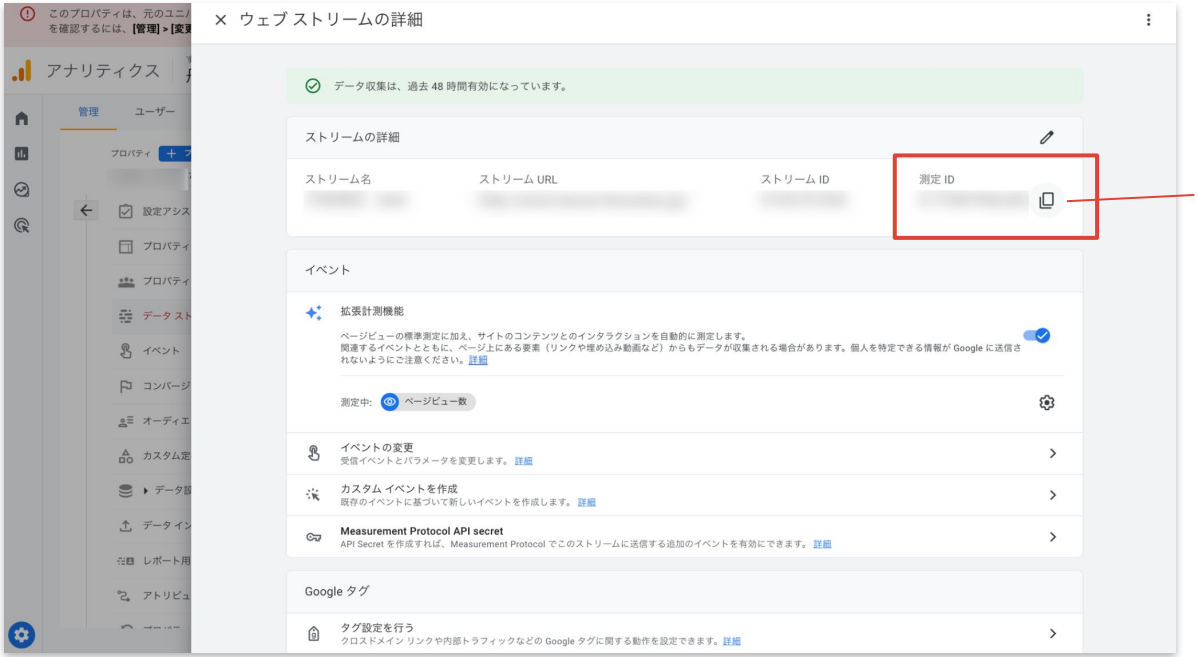


2：GTM設定 | GA4のタグを設定

タグの設定に進み、タグタイプの中から**「Google アナリティクス: GA4設定」**を選択します。

2：GTM設定｜ストリームの測定IDをGA4でコピー

一度GA4の管理画面へ戻り、データストリームを選択後、計測したい項目を選択します。
すると以下のキャプチャの通りになるため、右側に表示される**「測定ID」をコピーします。**



2：GTM設定 | GTMに測定IDをコピペ

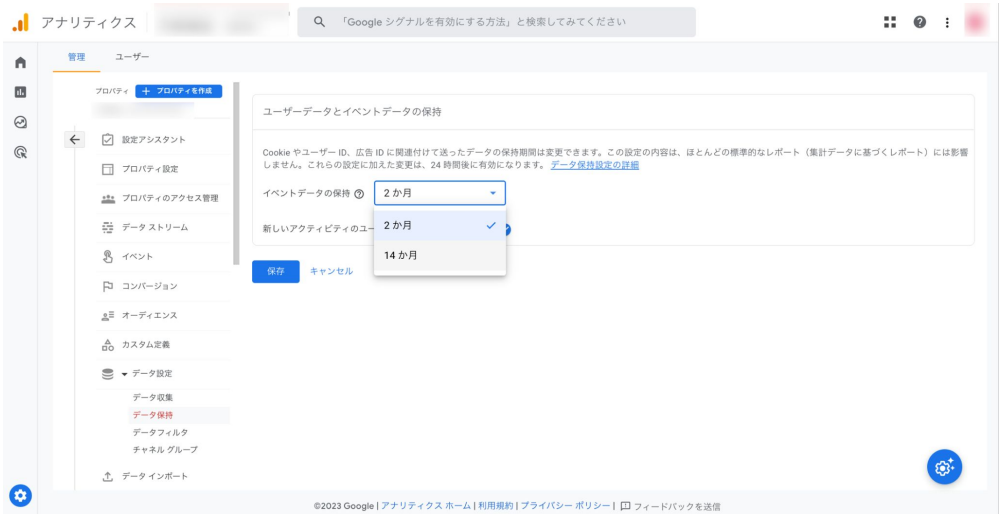
再度GTMのタグ設定画面へ戻り、コピーした測定IDを記載します。

2：GTM設定｜トリガーを設定

続けて下部にあるトリガーをクリックし、**「Initialization - All Pages」**を選択します。
その後、保存を押したらGTMの設定は完了です。

3：GA4詳細設定｜データ保持期間の変更

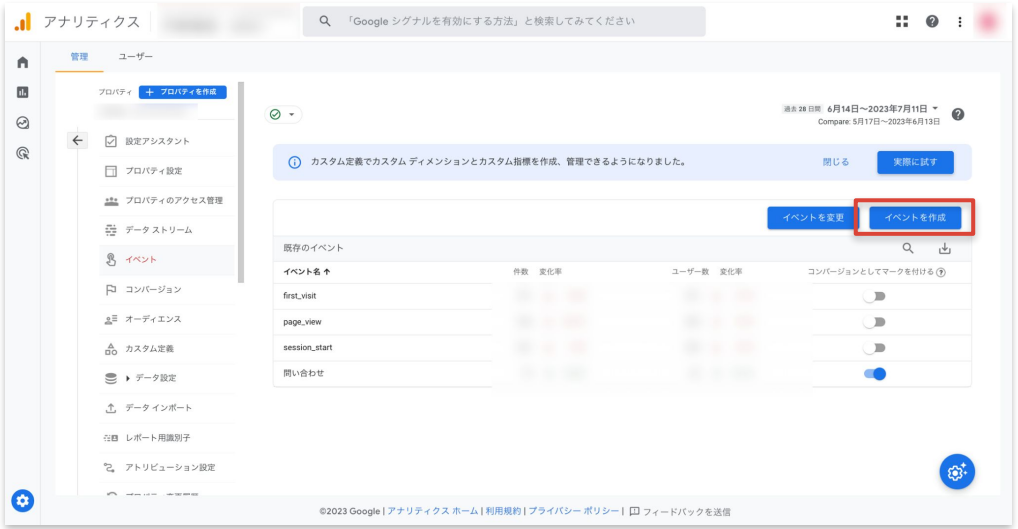
ここからが、GA4を使用するにあたり、必ず設定したい内容を説明していきます。
まず**データ保持期間**です。GA4ではデータ保持期間がデフォルト「2ヶ月」と短いため、**最大の「14ヶ月」まで延長しましょう。**



1. GA4の管理画面から、左下の「管理」のアイコンを選択
2. 真ん中のカラムに「プロパティ」が表示されるため、中央あたりにある「データ設定」を選択し、「データ保持」へ進む
3. 左のキャプチャの画面に移るため、保持期間を「14ヶ月」へ変更し、保存

4：コンバージョン設定｜イベント設定画面へ

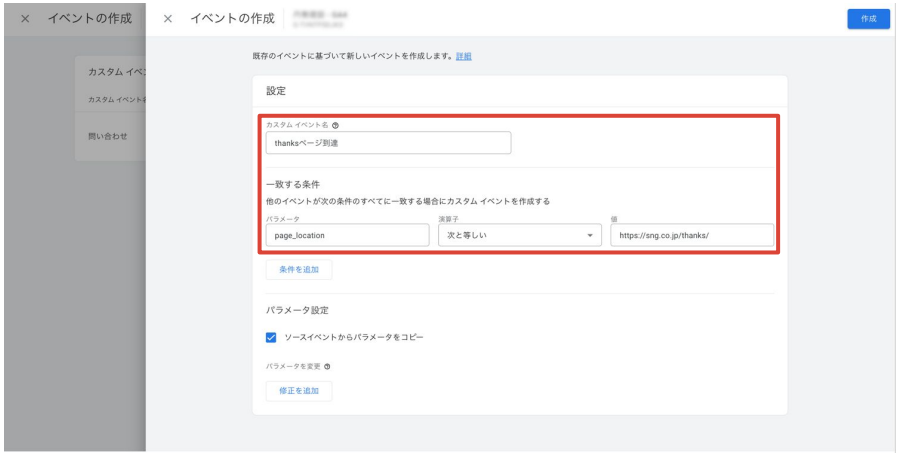
続けて、コンバージョン設定について解説します。GA4ではすべてデータがイベントとして登録されるため、コンバージョン設定でもイベント登録が必要です。まずは**イベントの設定画面**へ移動しましょう。



1. GA4の管理画面から、左下の「管理」のアイコンを選択
2. 真ん中のカラム「プロパティ」列にある「イベント」を選択
3. 左のキャプチャの画面に移るため、「イベントを作成」を選択

4：コンバージョン設定｜イベント作成

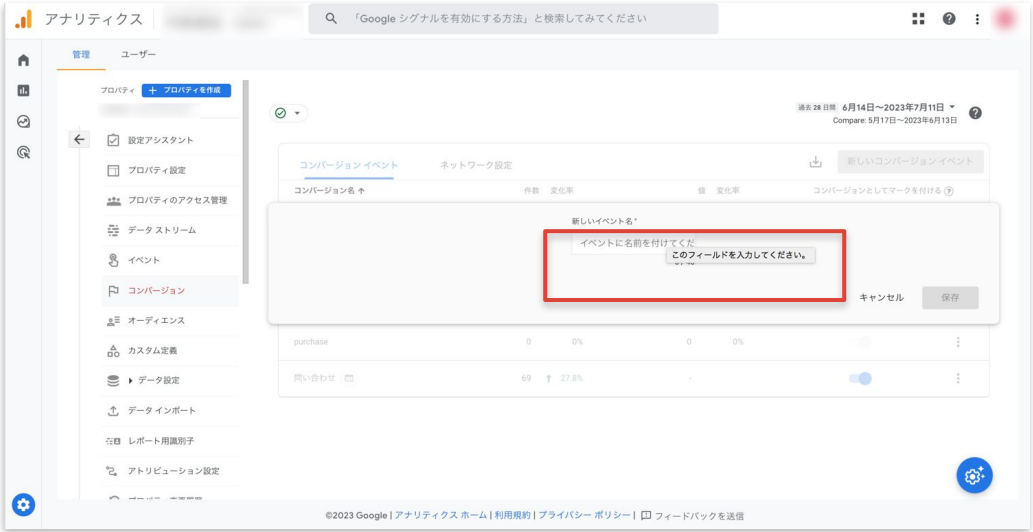
「作成」をクリックすると、新規イベントの作成画面に移ります。イベント名を入力後、
コンバージョンとして設定したい条件を追記しましょう。



・パラメータ：page_location
・演算子：次と等しい
・値：コンバージョンとして設定したいURL
（例：thanksページのURL 0

4：コンバージョン設定 | コンバージョンイベントの登録

先ほど作成したイベントを「コンバージョン」として登録する必要があります。コンバージョン設定画面へ移動し、**「新しいコンバージョンイベント」**クリック後、先ほど登録したイベント名を入力し、保存することで、登録完了です。



効果的な運用を！

GA4×スプシ連携

GA4は、Googleスプレッドシートを利用して効率的な運用が可能です。
今回は、その方法の1つとして、GA4 Magic Reportsというアドオンを使用した
連携の方法をご紹介します。

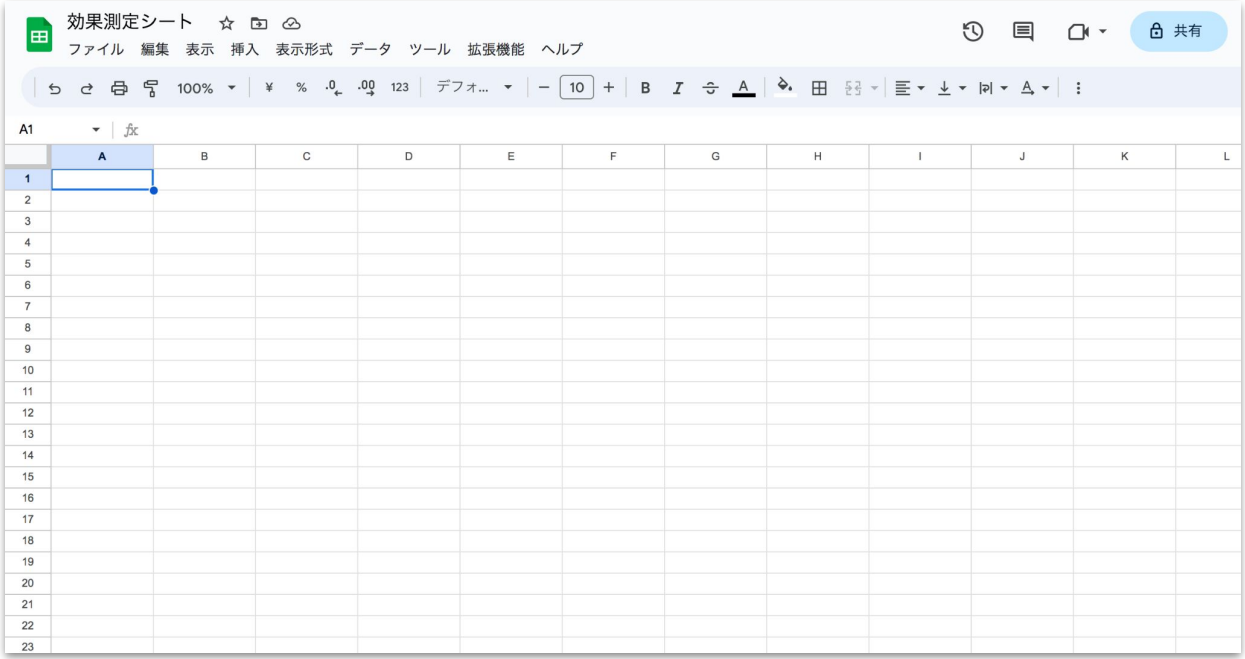
GA4設定の流れ

GA4の設定は、以下の手順で設定を進めます。

1 元となるシートの作成	GA4のデータを書き出すためのシートを作成します。
2 アドオンのインストール	GA4のデータを書き出すためのアドオンをインストールします。
3 レポートの作成	必要なデータを書き出すために、アドオンに情報を入力します。
4 データの加工	生データを加工し、分析しやすくする。

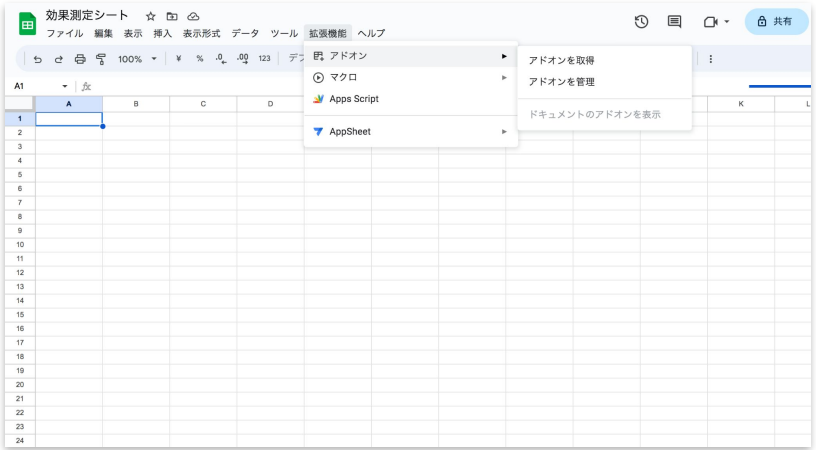
1：元となるシートの作成

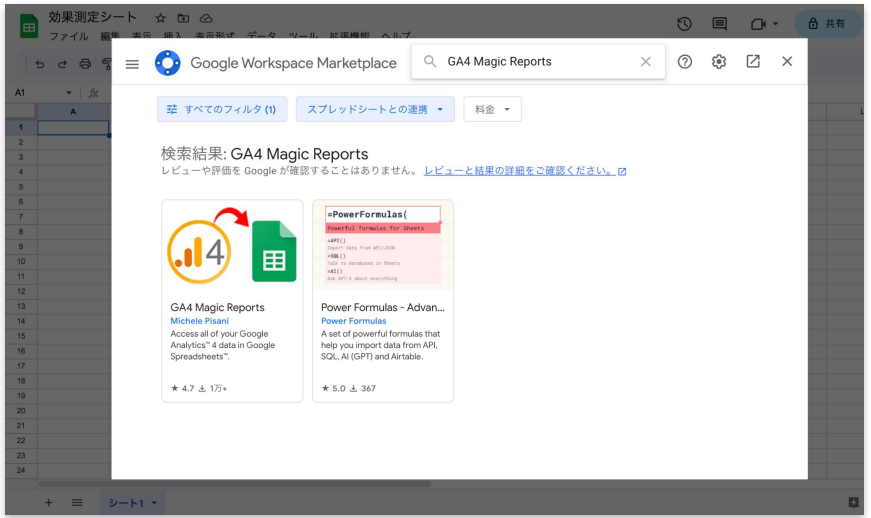
効果測定用に、Googleスプレッドシートを新たに作成します。
なお、今まで運用していたシートがある場合は既存のシートでも問題はございません。



2：アドオンのインストール

GA4とスプシを連携するためにアドオンを導入します。今回は**「GA4 Magic Reports」**というアドオンを使用します。インストールは、こちらのリンクからアクセスするか、スプレッドシート上の**「拡張機能>アドオン>アドオンの取得」**から**GA4 Magic Reports**と検索ください。

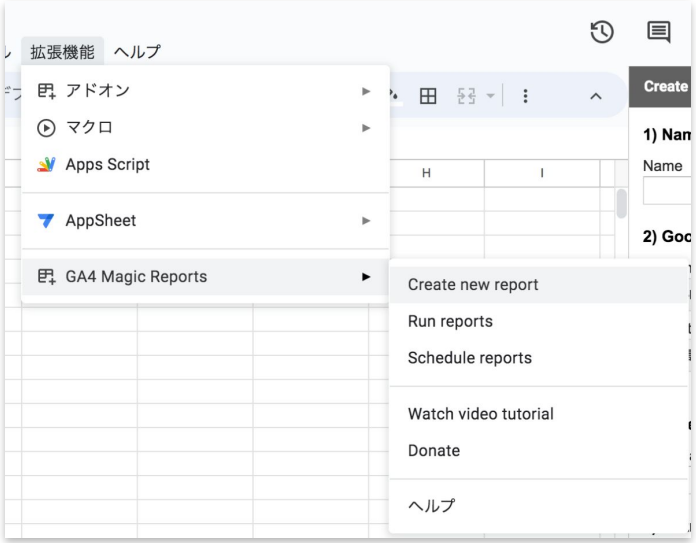


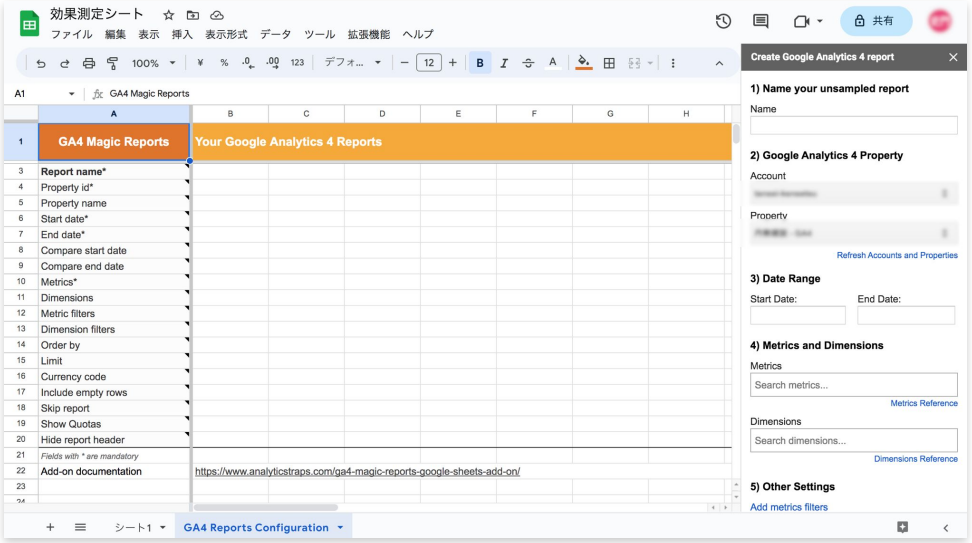


3：レポートの作成

アドオンを使用しレポートを作成します。**拡張機能>GA4 Magic Reportsから、Create new reportをクリック**し、レポート作成用のシートを作成しましょう。

右枠CreateGoogleAnalytics４reportの該当項目を埋め、【CreatReport】ボタンを押すと作成されます。４）のMetricsとDimensionsの項目はp31.p32をご参照ください。





3：レポートの作成（頻出する入力情報: Metrics＝取得したいGA4の指標）

画面右側のレポート名、アカウント、期間を入力したのち、Metricsで取得したいGAの指標（セッション、ユーザー数など）を選択します。（最大で10件の指標を複数選択可）

名称	概要
Sessions	ウェブサイトへの訪問あるいはアプリの起動回数。Session_startのイベント数をカウント
Conversions count for イベント名	設定したコンバージョンの発生回数
Event count	イベントの発生回数
Active users	別名「アクティブユーザー」。ユーザーに１秒以上画面が前面に表示されたユーザー数
New users	サイトを初めて訪れた人数。First_visit及びfirst_openのイベント数
Total users	サイトを訪れたユニークな人数

なお、頻出するMetricsは**ダウンロード特典の早見表（スプレッドシート）**でもご確認いただけます。

3：レポートの作成（頻出する入力情報: Demensions）

続けてディメンション（日付、キャンペーン名など）を選択します。（最大で9件の指標を複数選択可）

名称	概要
Date	日付。YYYYMMDD形式
Year month	月。YYYYMM形式
Landing page	セッションの最初に閲覧したページのドメイン以降のURL
Page location	表示されているページのURL。Page_locationのイベントパラメータで指定。ドメイン、パラメータ等全て含む
Page path	ページパス（ドメイン以降のURL）
Session campagin	セッション流入時のキャンペーン名。utm_campaignのパラメータにて指定
Session source	セッション流入時の参照元。utm_sourceのパラメータにて指定
Session medium	セッション流入時のメディア。utm_mediumのパラメータにて指定

なお、頻出するDemensionsは**ダウンロード特典の早見表（スプレッドシート）**でもご確認いただけます。

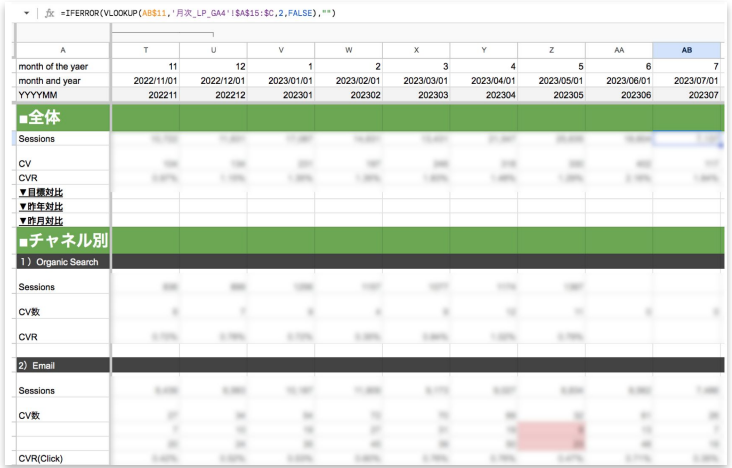
3：レポートの作成（アウトプット例）

次に、スプレッドシートのメニューの**拡張機能 ＞GA4 Magic Reports ＞ Run reports**を実行します。正しく入力されていると、以下のように指定した情報が出力されます。出力された情報を元データとし、1つのページに総合管理シートとして集めると、状況把握や分析がスムーズになります。

アウトプット

3	Date range	2023-05-01 - 2023-07-18
4	Last run	2023-07-18 13:2
5	Total rows	11
6	Rows returned	11
7		
8		
9		
10	**Totals**	
11	**date**	
12	--	17
13		
14		
15	**date**	
16	2023-06-13	3
17	2023-06-02	2
18	2023-06-03	2
19	2023-06-20	2
20	2023-06-28	2
21	2023-05-25	1
22	2023-06-07	1

総合管理シート（作成イメージ）

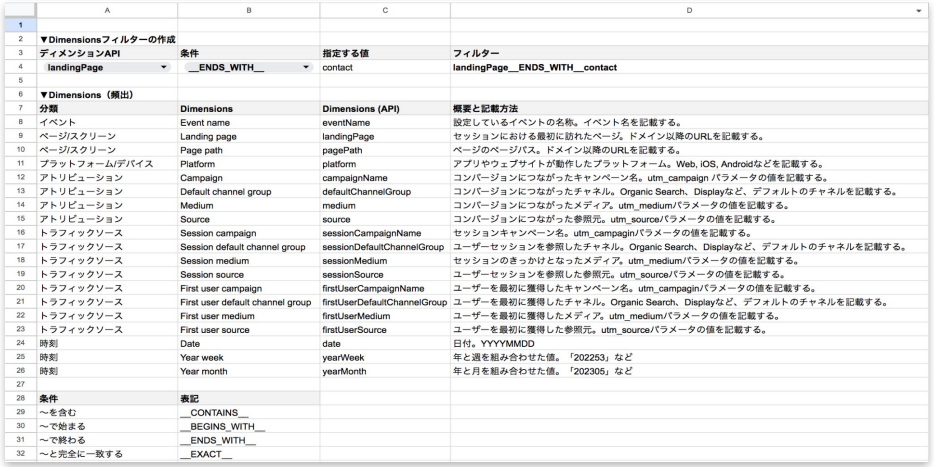


拡張機能は便利ですが、すべて英語表記であることやアウトプット後の視覚化を別途導入する必要がある等ハードルが高いのも現状です。

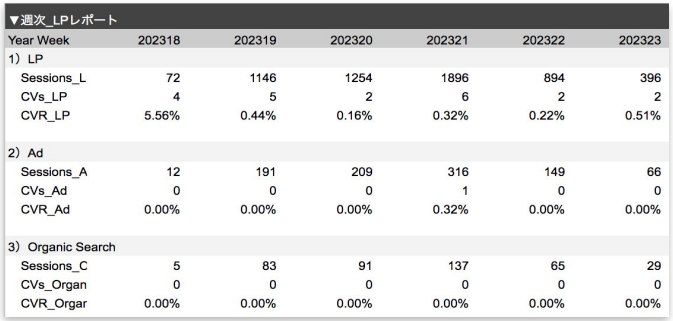
ダウンロード特典！GA4 項目名早見表&効果測定シート

少しでもわかりやすく
GA4で頻出するディメンションや指標、効果測定用の参考シートをご用意しました。

効果測定用のシートをダウンロードする



	A	B	C	D
1				
2	▼Dimensionsフィルターの作成			
3	ディメンションAPI	条件	指定する値	フィルター
4	landingPage	__ENDS_WITH__	contact	landingPage__ENDS_WITH__contact
5				
6	▼Dimensions（頻出）			
7	分類	Dimensions	Dimensions (API)	概要と記載方法
8	イベント	Event name	eventName	設定しているイベントの名称。イベント名を記載する。
9	ページ/スクリーン	Landing page	landingPage	セッションにおける最初に訪れたページ。ドメイン以降のURLを記載する。
10	ページ/スクリーン	Page path	pagePath	ページのページパス。ドメイン以降のURLを記載する。
11	プラットフォーム/デバイス	Platform	platform	アプリやウェブサイトが動作したプラットフォーム。Web, iOS, Androidなどを記載する。
12	アトリビューション	Campaign	campaignName	コンバージョンにつながったキャンペーン名。utm_campaign パラメータの値を記載する。
13	アトリビューション	Default channel group	defaultChannelGroup	コンバージョンにつながったチャネル。Organic Search、Displayなど、デフォルトのチャネルを記載する。
14	アトリビューション	Medium	medium	コンバージョンにつながったメディア。utm_mediumパラメータの値を記載する。
15	アトリビューション	Source	source	コンバージョンにつながった参照元。utm_sourceパラメータの値を記載する。
16	トラフィックソース	Session campaign	sessionCampaignName	セッションキャンペーン名。utm_campaignパラメータの値を記載する。
17	トラフィックソース	Session default channel group	sessionDefaultChannelGroup	ユーザーセッションを参照したチャネル。Organic Search、Displayなど、デフォルトのチャネルを記載する。
18	トラフィックソース	Session medium	sessionMedium	セッションのきっかけとなったメディア。utm_mediumパラメータの値を記載する。
19	トラフィックソース	Session source	sessionSource	ユーザーセッションを参照した参照元。utm_sourceパラメータの値を記載する。
20	トラフィックソース	First user campaign	firstUserCampaignName	ユーザーを最初に獲得したキャンペーン名。utm_campaignパラメータの値を記載する。
21	トラフィックソース	First user default channel group	firstUserDefaultChannelGroup	ユーザーを最初に獲得したチャネル。Organic Search、Displayなど、デフォルトのチャネルを記載する。
22	トラフィックソース	First user medium	firstUserMedium	ユーザーを最初に獲得したメディア。utm_mediumパラメータの値を記載する。
23	トラフィックソース	First user source	firstUserSource	ユーザーを最初に獲得した参照元。utm_sourceパラメータの値を記載する。
24	時刻	Date	date	日付。YYYYMMDD
25	時刻	Year week	yearWeek	年と週を組み合わせた値。「202253」など
26	時刻	Year month	yearMonth	年と月を組み合わせた値。「202305」など
27				
28	条件	表記		
29	～を含む	__CONTAINS__		
30	～で始まる	__BEGINS_WITH__		
31	～で終わる	__ENDS_WITH__		
32	～と完全に一致する	__EXACT__		



▼週次_LPレポート						
Year Week	202318	202319	202320	202321	202322	202323
1）LP						
Sessions_L	72	1146	1254	1896	894	396
CVs_LP	4	5	2	6	2	2
CVR_LP	5.56%	0.44%	0.16%	0.32%	0.22%	0.51%
2）Ad						
Sessions_A	12	191	209	316	149	66
CVs_Ad	0	0	0	1	0	0
CVR_Ad	0.00%	0.00%	0.00%	0.32%	0.00%	0.00%
3）Organic Search						
Sessions_C	5	83	91	137	65	29
CVs_Organ	0	0	0	0	0	0
CVR_Orgar	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%

分析用にデータを視覚化する手法として、BIツールを導入する事でよりビジネスに繋がる分析が可能になります。

運用をプロに任せるという選択も

Webの活用は、自社サービスや商品にあった地道な運用があってこそ

- やらなければいけないことは理解しているけど、人手が足りず運用がまわっていない。
- 社内でやっても人件費が結局かかっている。
- 何から手をつけていいかわからない。

そんな時はプロに相談するという選択も。

月額6万円〜

作業量に応じた定額料金(チケット制)
わかりやすく安心の料金形態

- **Webを利用して売上をUPしたい。**
  自社商品・サービスの分析。最適な広告プランのご提案。運用など。
- **サイトの運用をお願いしたい。**
  デザインコーディング(画像差し替え、お知らせ更新など、日々の更新)
- **社内の業務を相談したい。**
  Webの情報管理ツールの基本設定、サポートなど。

まずはご担当者様との打ち合わせからご要望をお伺いし、クライアント様のサービスや商品をしっかり理解した上で、
ご予算にあったプランをご提案しています。

すでに多くの企業様からWebのパートナーとして信頼いただいた実績がある**「シンギ株式会社」**だからこそできるご提案をいたします。まずはお気軽にお問い合わせください。

（※制作実績は一部弊社Webでご確認いただけます。https://sng.co.jp/ ）

singi

電話：

0422-26-7479

お問い合わせ：

promotion@sng.co.jp

https://sng.co.jp/