

1-2

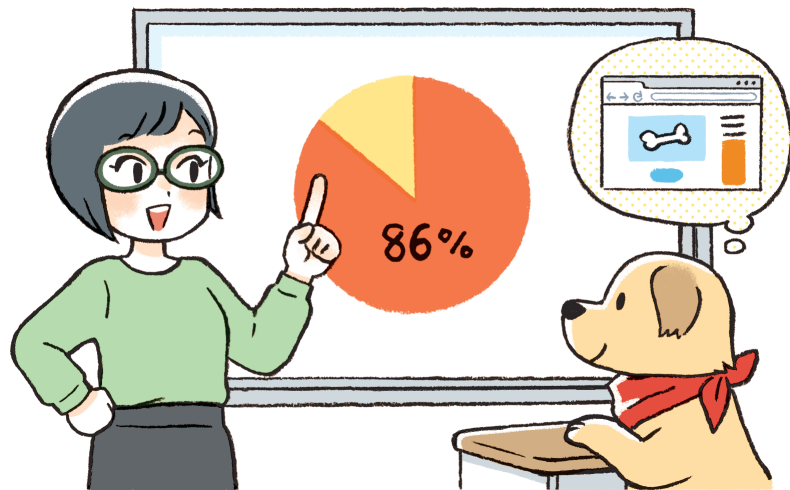
Googleアナリティクスって何？



Webサイトのアクセス状況を分析できるツールはいろいろありますが、本書では無料で利用でき、普及率も高い「Googleアナリティクス」を使った分析について解説しています。

Googleが提供する無料のアクセス解析ツール

GoogleアナリティクスはGoogle社が提供する無料のアクセス解析ツールです。2005年に米国のWeb解析ソリューションプロバイダー Urchin社を買収し、Google社からの提供になりました。無料にも関わらず高機能なので、いくつもある解析ツールの中では、普及率が高いのも特徴です。



built with (<https://builtwith.com/>) の調査によるGoogleアナリティクスの普及率 2022年4月

Googleのアカウントさえあれば、すぐにGoogleアナリティクスを開設することができ、Webサイトに所定のコードを貼ることで、分析がスタートします。

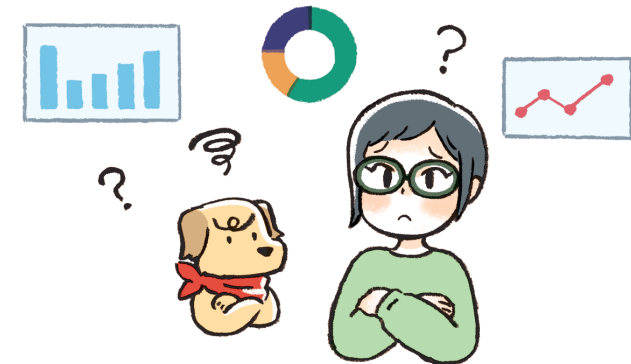
基本的に無料で使用することができますが、その範囲は月間1000万ヒットまでとなっています。無制限に利用したいのであれば、「Googleアナリティクス 360」というプランも用意されており、価格は150万円/月～となっています。

Googleアナリティクスは難しい？

「Googleアナリティクスって聞いたことがあるけれど、難しそうで…」 「設置はしているけれど、見方がよくわからない」、こんな声をよく耳にします。Googleアナリティクスは高機能ですが、それが逆にわかりにくくなっている一因とも言えます。

確かにまったく知識がないまま画面を見ても、見方はわからないでしょう。しかし、用語を知る、基本機能を覚える、そして自サイトの分析に必要な機能だけを選択することで、Googleアナリティクスは決して難しいものではないことを理解していただけるはずです。

本書では、たくさんあるGoogleアナリティクスの機能の中で、基本的なものやよく使われるもの、入門者にとって必要な機能について解説しています。



ほかの分析ツールと組み合わせてより詳しい分析を

Googleアナリティクスは単体でも十分高機能ですが、ほかのツールと組み合わせて使うことで、より詳しい分析ができます。

たとえば、Googleサーチコンソールでは、何の検索ワードで流入があったか、Google社のブラウザ「Google Chrome」に追加する機能を使うと、Webサイト上のどこが何%クリックされているかを知ることができます。

Googleアナリティクスでできることとできないことを明確に知って、不足するデータをほかのツールで補い、総合的に分析できることが理想です。Googleサーチコンソールについては、Chapter8で詳しく解説しています。

2-1

Googleアナリティクスを設置しよう



Googleアナリティクスを使うためには、Googleアカウントを作成し、分析したい自分のWebサイトに設置する必要があります。ツールごとに設置方法が異なる部分があるため、代表的な方法をピックアップして設置についてお伝えします。

Googleアカウントの登録が必須

Googleアナリティクスを設置するためには、Googleのアカウントが必須です。Googleアカウントは無料で取得することができ、Googleアナリティクスやサーチコンソール（Chapter8参照）を利用する以外にも、さまざまなGoogleのサービスを利用することができます。

すでにGoogleアカウントを持っている場合は、あらたに取得する必要はありません。持っていない場合は、Googleアカウントのページから、画面の指示にしたがってGoogleアカウントを取得しましょう。

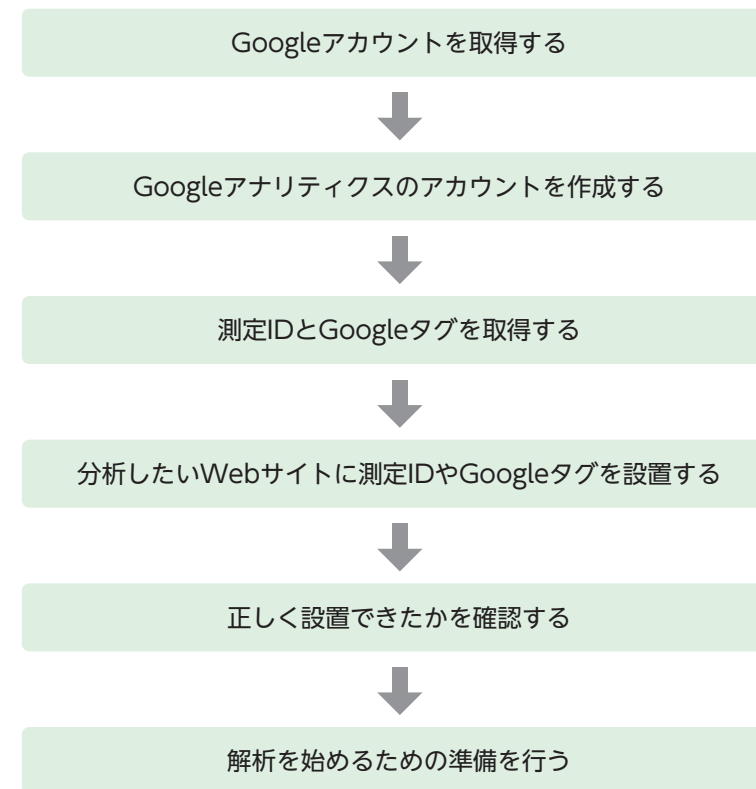


Googleアカウントのページ

<https://www.google.com/intl/ja/account/about/>

Googleアナリティクス設置の流れ

Googleアナリティクスは以下の流れで設置します。



ヒント 電話番号が必要になることも

Googleのアカウントを取得するには、電話番号の登録が必要です。固定電話、モバイルどちらでも構いませんが、自動音声やSMSで本人確認用の認証コードが送られてくるため、その場で受け取れる電話番号を登録しましょう。

3-2

「レポートのスナップショット」を見てみよう



GA4の「レポート」機能の中の「レポートのスナップショット」は、さまざまな画面のダイジェスト版です。基本の見方を押さえておきましょう。

「レポートのスナップショット」について

GA4にログインした状態で、左側の上から2つ目のボタンをクリックすると「レポートのスナップショット」が表示されます。

① GA4にログインした状態で左サイドバーのをクリックします。



② 「レポートのスナップショット」が表示されます。さまざまな分析画面のダイジェスト版が表示されます。



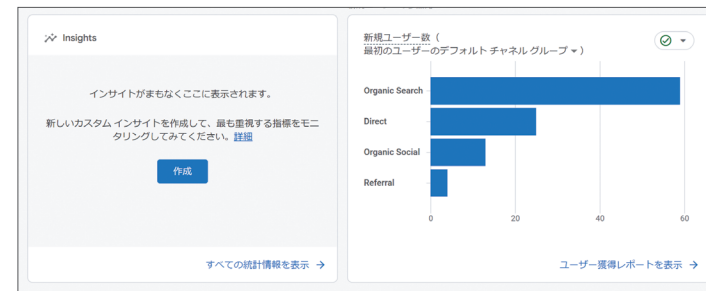
リアルタイム

今この瞬間のアクセス状況がわかる画面です。



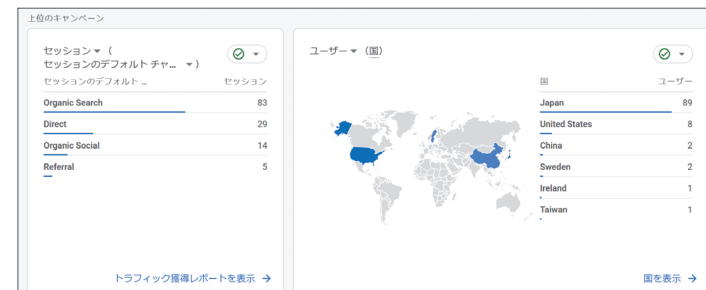
新規ユーザー数 (最初のユーザのデフォルトチャネルグループ)

Webサイトに新規で訪問した人がどこから流入したかを分析できる画面です。



ユーザー (国)

国ごとのアクセス状況がわかる画面です。



上記以外にも、「アクティブユーザーの傾向」「ユーザー維持率」「閲覧者が最も多いページとスクリーン」「イベント数」などの画面があります。各画面内の右下にある「○○○を表示」をクリックすると、それぞれ詳しい分析画面へ移動します。

6-1

Webサイトでの訪問者の行動を知ろう



「レポート」機能には、Webサイトを訪問したユーザーが、何かしら意味のある操作をしたことを分析する「エンゲージメント」という機能があります。ユーザーがどんな操作をしたかを分析してみましょう。

「エンゲージメント」について

Webサイトの運営者にとって、Webサイトの訪問者がどのような行動をとっているのかを知りたいと考えるのは当然のことでしょう。「ライフサイクル」の「エンゲージメント」で、Webサイト上の訪問者の行動について分析することができます。

エンゲージメント (engagement) という単語には、もともと従事、婚約、誓約、約束、雇用などの意味があります。人事領域では、従業員の会社に対する思い入れや愛着を示す言葉として使われています。

Googleアナリティクス上では「ユーザー エンゲージメントの指標は、ユーザーがウェブサイトまたはモバイルアプリを積極的に使用しているタイミングを把握するのに役立ちます」*と定義されています。Webサイトの訪問者が、どれだけ興味を持って閲覧しているかを分析するための指標ととらえるとよいでしょう。

*Googleアナリティクス ヘルプ <https://support.google.com/analytics/answer/111109416?hl=ja>

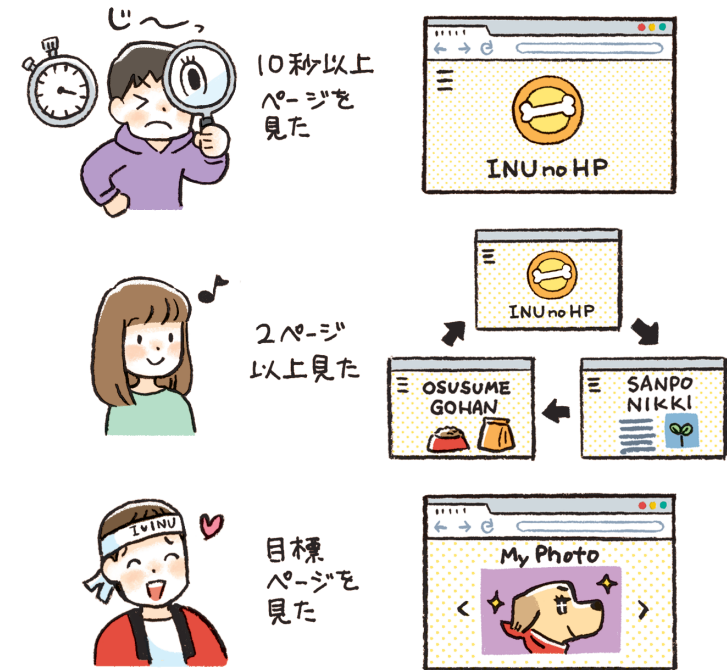
ヒント SNSのエンゲージメントとの違い

TwitterやInstagram、FacebookなどのSNSでもエンゲージメントという言葉が使われます。SNSの場合は、ユーザーが何かしらの反応（いいね、コメント、リツイートやシェア、詳細をクリックなど）をした数の合計です。Googleアナリティクスと近い考え方ですが、計測の仕方が異なっていることを覚えておきましょう。

エンゲージメントのあったセッションとは

以下のいずれかに該当するセッションが、エンゲージメントのあったセッションとして計測されます。

- 10秒以上のセッション継続
- ページビューが2回以上発生
- 1件以上のコンバージョンイベントがあった



この内容を頭に入れて読み進めてください。特に「エンゲージメント」として計測される条件について、しっかり覚えておきましょう。

8-2

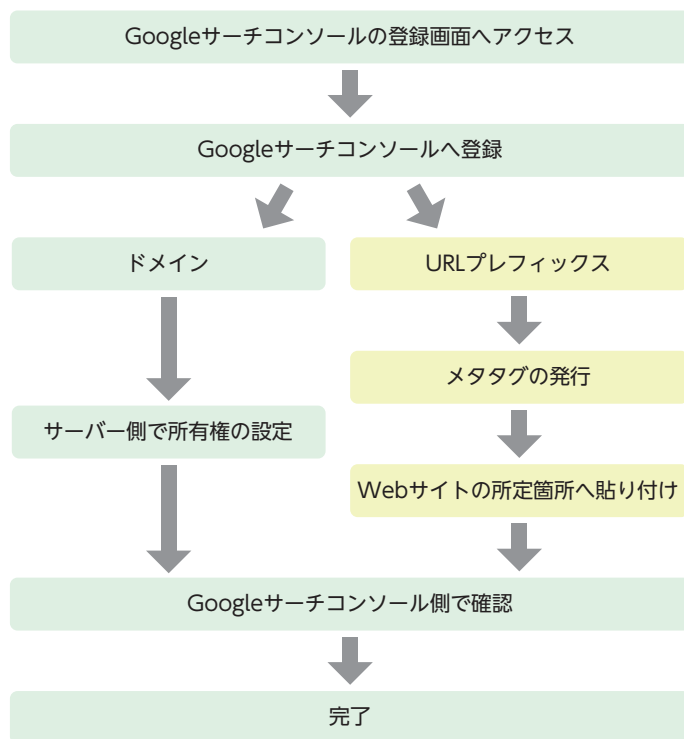
Google検索コンソールを設置しよう



Google検索コンソールは無料で使用できますが、最初に登録が必要です。手順に沿って、登録を行いましょ。登録には、Googleアカウントが必要になります。GA4を登録した時と同じものでOKです。

Google検索コンソールの設置手順

Google検索コンソールの設置方法には2通りありますが、取り組みやすい「URLプレフィックス」の方をおすすめします。



Google検索コンソールを設置しよう

「URLプレフィックス」を使ったGoogle検索コンソールの設置方法について解説します。

- ① Google検索コンソールのページへアクセスし、[今すぐ開始]をクリックします。

<https://search.google.com/search-console/about>



- ② ログイン画面が表示されるので、Googleアカウントを入力し「次へ」をクリックします。

