

初期設定

徹底解説



【GA4】Googleアナリティクス4

解説者

自社集客応援
チャンネル

みむら だいき
三村 大輝

- ・ 株式会社アドリーチ 代表取締役
- ・ 上級ウェブ解析士
- ・ Yahoo!広告プロフェッショナル認定試験 合格
- ・ Google検索広告認定 合格
- ・ 景表法 / 薬機法 / 統計学 資格保持



アジェンダ

1. GA4導入
2. 画面説明
3. レポートの見方
4. URLパラメータ
5. GA4とUAの違い
6. データ構造
7. イベント設定方法(正規表現)
8. 発火確認
9. コンバージョン設定
10. アトリビューション分析
11. カスタムパラメータ作成
12. カスタムディメンション作成
13. カスタム指標作成
14. オーディエンス作成
15. Google広告 リマケリスト連携
16. カスタムレポート作成
17. データポータル連携(CVR表示)
18. IPアドレス除外

本資料について

本資料は下記リンクのYouTube動画の投影用資料として作成されています。

配布前に資料のみで完結するよう更新しましたが、
もし不足がある場合は動画を参照いただければと思います！

https://youtu.be/h_dKm5uKlYl

1. GA4導入

1.導入手順

1. GAログイン
2. アカウント作成
3. タグ埋め込み
4. 拡張計測機能ON
5. イベントデータ保持の期間延長
6. サービスリンク

2. 画面説明

2.画面説明

①レポート

簡易的にページビューやコンバージョンを見る

②探索

カスタムレポートやユーザープロパティを見る

③広告

アトリビューション分析や経路を見る

④設定

イベント作成、カスタム定義作成

⑤管理

アカウントやプロパティの設定



3. レポートの見方

レポートの見方1

①ユーザー

流入したユーザーの数

②セッション数

流入した回数。1ユーザーから複数回発生

③エンゲージのあったセッション数

10秒以上滞在・CV発生・2PV以上

上記のいずれかが発生したセッション数

④セッションあたりのエンゲージメント時間

セッション継続時間(滞在時間)

⑤ユーザーあたりのエンゲージセッション数

1を越えれば複数回セッションかつエンゲージ

⑥セッションあたりのイベント数

アクセスだけで2つは発生する。

セッションのデフォルト チャンネル グループ +	ユーザー	セッション	エンゲージのあ...	セッションあた...	エンゲージのあ... ユーザーあたり...	セッションあた...	エンゲージメン...	イベント数 すべてのイ...	コンバージョン すべてのイ...	合計収益
合計	1,297 全体の 100%	1,426 全体の 100%	631 全体の 100%	0 分 32 秒 平均との差 0%	0.49 平均との差 0%	5.60 平均との差 0%	44.25% 平均との差 0%	7,992 全体の 100%	0.00	¥0
1 Direct	814	857	233	0 分 09 秒	0.29	4.85	27.19%	4,155	0.00	¥0
2 Organic Search	338	403	299	1 分 12 秒	0.88	7.20	74.19%	2,900	0.00	¥0
3 Paid Search	114	126	73	0 分 58 秒	0.64	4.08	57.94%	514	0.00	¥0
4 Organic Social	30	30	19	0 分 46 秒	0.63	10.77	63.33%	323	0.00	¥0
5 Referral	5	9	7	0 分 52 秒	1.40	11.00	77.78%	99	0.00	¥0
6 Unassigned	1	1	0	0 分 16 秒	0.00	1.00	0%	1	0.00	¥0

レポートの見方2

⑦エンゲージメント率

エンゲージのあったセッションの割合

CVRに近いが、回遊と滞在10秒以上も含まれる

⑧イベント数

発生したイベント数

プルダウンから特定のイベントでフィルタできる

⑨コンバージョン数

発生したCV数

プルダウンから特定のCVでフィルタできる

⑩合計収益

発生した収益の合計

ECよりGTMやgtag.jsにてGA4に送信する

セッションのデフォルト チャンネルグループ +	ユーザー	セッション	エンゲージのあ...	セッションあた...	エンゲージのあ... ユーザーあたり...	セッションあた...	エンゲージメン...	イベント数 すべてのイ...	コンバージョン すべてのイベ...	合計収益
合計	1,297 全体の 100%	1,426 全体の 100%	631 全体の 100%	0 分 32 秒 平均との差 0%	0.49 平均との差 0%	5.60 平均との差 0%	44.25% 平均との差 0%	7,992 全体の 100%	0.00	¥0
1 Direct	814	857	233	0 分 09 秒	0.29	4.85	27.19%	4,155	0.00	¥0
2 Organic Search	338	403	299	1 分 12 秒	0.88	7.20	74.19%	2,900	0.00	¥0
3 Paid Search	114	126	73	0 分 58 秒	0.64	4.08	57.94%	514	0.00	¥0
4 Organic Social	30	30	19	0 分 46 秒	0.63	10.77	63.33%	323	0.00	¥0
5 Referral	5	9	7	0 分 52 秒	1.40	11.00	77.78%	99	0.00	¥0
6 Unassigned	1	1	0	0 分 16 秒	0.00	1.00	0%	1	0.00	¥0

レポートアクセス①

例: 認知獲得媒体分析

集客

> ユーザー獲得

> 上図の青プラスクリック

> 下図の2箇所をクリック

> 「参照元/メディア」表示

検索...

最初のユーザーのデフォルト チャンネル グループ **+**

合計

1	Direct
2	Organic Search

ユーザー	検索
その他	最初のユーザーのキャンペーン
デバイス	最初のユーザーの Google 広告の広告グループ ID
ページ / スクリーン	最初のユーザーの Google 広告の広告グループ名
ユーザー獲得	最初のユーザーの Google 広告の広告ネットワーク タイプ
セッション獲得	最初のユーザーのメディア
	最初のユーザーの参照元
	最初のユーザーの参照元 / メディア
	最初のユーザーの参照元プラットフォーム
	初回訪問日

レポートアクセス②

例: 流入元分析

集客

> トラフィック獲得

> 上図の青プラスクリック

> 下図の2箇所をクリック

> 「参照元/メディア」表示



検索...

セッションのデフォルト チャンネル グループ ▾ **+**

合計

1	Direct
2	Organic Search



ユーザー	検索
その他	セッション キャンペーン
デバイス	セッション - Google 広告の広告グループ ID
ページ / スクリーン	セッション - Google 広告の広告グループ名
ユーザー獲得	セッション メディア
セッション獲得	セッション ソース
	セッション参照元またはメディア
	セッションの参照元プラットフォーム

レポートアクセス③

例: ページ分析

エンゲージメント

> ページとスクリーン

> 下図の2箇所をクリック

> 「参照元/メディア」表示

ページ タイトルとスクリーン クラス ▾ +	
合計	
1	非営利法人なら絶対活用すべきGoogle助成金 株式会社アドリーチ
2	株式会社アドリーチ マーケティングコンサルティング

ユーザー	検索
その他	セッション キャンペーン
デバイス	セッション - Google 広告の広告グループ ID
ページ / スクリーン	セッション - Google 広告の広告グループ名
ユーザー獲得	セッション メディア
セッション獲得	セッション ソース
	セッション参照元またはメディア
	セッションの参照元プラットフォーム

4. URLパラメータ

URLパラメータによる値設定

メディアや参照元、キャンペーンが(none)になっている場合は設定されていないことを意味します。

その場合は流入元URLにパラメータを付与することで、任意の文字列(日本語可能)が反映されます。

【作成ツール】<https://ga-dev-tools.web.app/campaign-url-builder/>

https://test.com?utm_source=yahoo&utm_medium=cpc&utm_campaign=一般検索

参照元

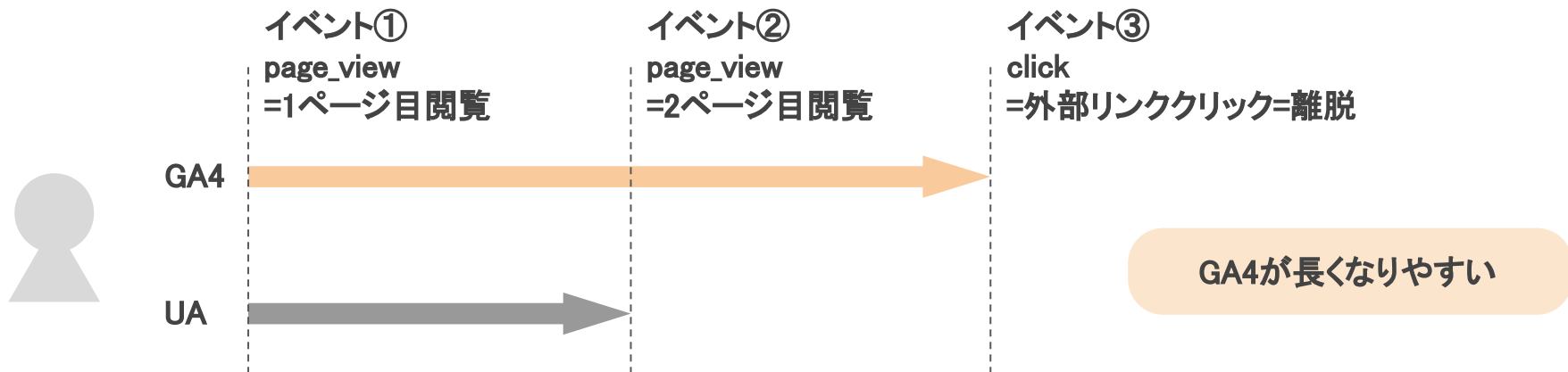
メディア

キャンペーン

5. GA4とUAの違い

変更点「滞在時間の違い」

	GA4	UA
指標	エンゲージメント時間	セッション時間
定義	初回イベントから 最終イベントまで の時間 (直帰でも計測される)	初回ページビューから 最終ページビューまでの時間 (直帰は0秒)



UAは終了予定のためGA4への移行が必須です。

	【新】GA4	【旧】UA
読み方	ジーエフオー	ユーエー
正式名称	Googleアナリティクス4	ユニバーサルアナリティクス
提供	2020年10月～現行	2005年～2023年7月1日(終了予定)
GA360機能	無料	月額130万～
計測	イベントベース	セッションベース

より高度な差異はこちら <https://www.data-be.at/magazine/ga4-ua/>

6. データ構造

データ構造の説明

「ディメンション」毎に「指標」を見る。

年代	人数
10代	37人
20代	122人
30代	65人

「年代別」毎に「人数」を見る。

UA(セッションベース)での考え方

「ディメンション」毎に「指標」を見る。

ページの場所	page_view
https://adreach.co.jp/	395
https://adreach.co.jp/service/gaglp/	232
https://adreach.co.jp/company/	147

「ページの場所」毎に「page_view」を見る。

GA4(イベントベース)での考え方

「ディメンション」毎に「指標」を見る。

ページの場所	page_view の数
https://adreach.co.jp/	395
https://adreach.co.jp/service/gaglp/	232
https://adreach.co.jp/company/	147

「ページの場所」毎に「page_view の数」を見る。

||

イベント名「page_view」+ 指標「イベントの数」

レポートの構造

「ページの場所」毎に「page_view の数」を見る。

||

イベント名「page_view」+ 指標「イベントの数」

列	イベント名	page_view
行	ページの場所	イベント数
	合計	1,439 全体の 100%
1	https://adreach.co.jp/	395
2	https://adreach.co.jp/service/gaglp/	232
3	https://adreach.co.jp/company/	147

イベント名
「page_view」
でフィルタ

データ構造

イベント毎に収集されるパラメータとディメンションが決まっている。
見たいものがない場合はカスタムパラメータとカスタムディメンションまたはカスタム指標を作成しましょう。

イベント	パラメータ	値	ディメンション
page_view	page_location	→ https://adreach.co.jp/	ページの場所
	page_referrer	→ https://google.com/	ページの参照URL
	page_title	→ 「トップページ」	ページタイトル

パラメータの確認方法

イベント発生後30分以内に下記手順で確認できます。

レポート>リアルタイム>イベント数

>確認したいイベント名をクリック(パラメータ表示)

>さらにパラメータ名をクリック(値を表示)



イベント数 (イベント名)

← user_engagement 1

イベント パラメータキー イベント数

engagement_time_msec	1
ga_session_id	1
ga_session_number	1
ignore_referrer	1
page_location	1
page_referrer	1
page_title	1

過去 30 分以内
イベント数
page_location 1 (14.29%)

イベント数 (イベント名)

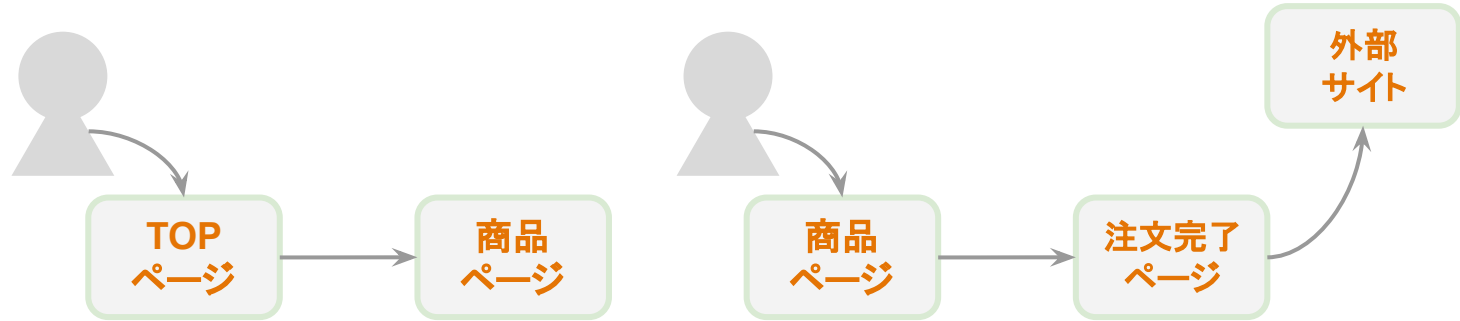
← page_location 1

イベント パラメータ値 イベント数

https://adreach.co.jp/	1
---	---

7. イベント設定方法

イベントフロー



	初回訪問		2回目訪問	
アクション	LP閲覧	ページ遷移	LP閲覧	注文完了
発生イベント	first_visit session_start page_view scroll user_engagement	page_view	session_start page_view scroll user_engagement	page_view scroll user_engagement click

イベントの種類

- ①自動収集イベント
- ②測定機能の強化イベント
- ③推奨イベント
- ④カスタムイベント

①自動収集イベント

下表4つのイベントはGAタグの埋め込みだけで自動収集されます。

イベント内容	イベント名	パラメータ
セッションスタート	session_start	-
初回訪問	first_visit	-
エンゲージメント = ① 10秒以上滞在 or ② CV発生 or ③ 2PV以上発生	user_engagement	engagement_time_msec
ファイルダウンロード	file_download	file_extension、file_name link_classes、link_domain、link_id、link_text、link_url

②測定機能の強化イベント

下表3つのインタラクティブイベントはGAタグの埋め込み後に、次スライドの手順で有効設定することで計測されます。

イベント内容	イベント名	パラメータ
ページビュー	page_view	page_location (ページのURL) page_referrer (前のページのURL)
スクロール (90%)	scroll	engagement_time_msec
クリック (外部リンク)	click	link_classes、link_domain、link_id、link_url、outbound

②測定機能の強化イベント

タグ埋め込みの際、同時に有効にしましょう！

アナリティクス SY32golf (UA用) - GA4 - 「分析情報」と検索してみてください

管理 ユーザー

プロパティ + プロパティを作成

9132golf (UA用) - GA4 (202401010101)

データストリーム

すべて iOS Android ウェブ

ストリームを追加

https://sy32.golf
https://sy32.golf

30998843483

過去 48 時間にトラフィック データを受信しています。

① ② ③

Google 広告のリンク

©2022 Google | アナリティクス ホーム | 利用規約 | プライバシーポリシー | ヘルプ

拡張計測機能

ページビューの標準測定に加え、サイトのコンテンツとインタラクションを自動的に測定します。リンクや埋め込み動画などのページ上の要素のデータは、関連するイベントとともに収集される場合があります。個人を特定できる情報が Google に送信されないように注意する必要があります。詳細

測定中: ページビュー数 スクロール数 離脱クリック 他 3 種

④ ⑤

拡張計測機能

保存

ページビュー数
ページが読み込まれるたび、またはウェブサイトにアクセスした際のページの状態が変更されるたびに、ページビューイベントを記録します。アラウの機能に基づいてイベントは、記録されたページビューから生成されます。

スクロール数
ページの一番下までスクロールされるたびに、スクロールイベントを記録します。

離脱クリック
ユーザーがドメインから離れるリンクをクリックするたびに、離脱クリックイベントを記録します。アラウトでは、現在のドメインから移動するすべてのリンクに対して離脱クリックイベントが発生します。[タグ付けの設計]でアラウトドメイン間で設定されたドメインレベルのリンクで、離脱クリックイベントが記録されることはありません。

サイト内検索
ユーザーがサイト上で検索を行うたびに、(タビラボラータに基づいて) 検索結果の表示イベントを記録します。アラウトでは、よく使われる検索のタビラボラータが、検索結果を記録するために、検索結果イベントが記録されます。詳細設定で、検索対象のパラメータを設定できます。

動画エンゲージメント
ユーザーがサイトに埋め込まれた動画を視聴する、動画を再生イベント、動画を埋め込みイベント、動画を再生イベントを記録します。アラウトでは、適切なページに埋め込まれた YouTube 動画で、動画を再生イベントが記録されます。

ファイルのダウンロード
一般的な文書、画像ファイル、アプリケーション、動画、音声録音をダウンロードするリンクがクリックされるたびに、ファイルダウンロードイベントを記録します。

⑥

⑥ 全てONになっているか確認

③ 推奨イベント

手動で設定することを推奨されているイベント。
オンライン販売、ゲーム、共通の3つについて推奨されている。

共通

イベント	トリガーのタイミング:
ad_impression	ユーザーに広告が表示されたとき（アプリのみ）
earn_virtual_currency	ユーザーが仮想通貨（コイン、ジェム、トークンなど）を獲得したとき
join_group	ユーザーがグループに参加して、各グループの人気度が測定されたとき
login	ユーザーがログインしたとき
purchase	ユーザーが購入を完了したとき
refund	ユーザーが払い戻しを受けたとき
search	ユーザーがお客様のコンテンツを検索したとき
select_content	ユーザーがコンテンツを選択したとき
share	ユーザーがコンテンツを共有したとき
sign_up	ユーザーが登録して、各登録方法の人気度が測定されたとき
spend_virtual_currency	ユーザーが仮想通貨（コイン、宝石、トークンなど）を使ったとき
tutorial_begin	ユーザーがチュートリアルを開始したとき
tutorial_complete	ユーザーがチュートリアルを完了したとき

オンライン販売

イベント	トリガーのタイミング:
add_payment_info	ユーザーが支払い情報を送信したとき
add_shipping_info	ユーザーが配送情報を送信したとき
add_to_cart	ユーザーがカートに商品を追加したとき
add_to_wishlist	ユーザーがほしいものリストに商品を追加したとき
begin_checkout	ユーザーが購入手続きを開始したとき
generate_lead	ユーザーが問い合わせフォームまたはリクエストを送信したとき
purchase	ユーザーが購入を完了したとき
refund	払い戻しが行われたとき
remove_from_cart	ユーザーがカートから商品を削除したとき
select_item	ユーザーがリストから商品を選択したとき
select_promotion	ユーザーがプロモーションを選択したとき
view_cart	ユーザーがカートを表示したとき
view_item	ユーザーが商品を表示したとき
view_item_list	ユーザーが商品やサービスの一覧を表示したとき
view_promotion	ユーザーにプロモーションが表示されたとき

④カスタムイベント

①～③については、カスタム ディメンションとカスタム指標を設定する必要はありませんが、カスタムイベントについては都度設定が必要です。

カスタム イベント

カスタム イベントは、ご自身で名前を指定して実装するイベントです。

他のカテゴリのイベントがユースケースに当てはまらない場合にのみ作成します。

カスタム イベントは、ほとんどの標準レポートには表示されません。

重要な分析を行うには、カスタム レポートを設定する必要があります。

ウェブ インターフェースでカスタム イベントを作成するには、[管理画面でのイベントの変更と作成](#)をご覧ください。

モバイルアプリのイベントを作成するには、[イベントをロギングする](#)をご覧ください。

カスタムイベント作成

①GA4で設定

【手順】

設定>イベント>イベント作成

【設定すべきイベント】

- ・内部リンククリック(右図)
- ・コンバージョン
(ページビューやリンククリックなど)

設定

カスタム イベント名 ⓘ
inter_click

一致する条件

他のイベントが次の条件のすべてに一致する場合にカスタム イベントを作成する

パラメータ	演算子	値
event_name	等しい	page_view
page_referrer	含む	adreach.co.jp

パラメータ設定

ソースイベントからパラメータをコピー

パラメータの変更 ⓘ
変更が定義されていません

カスタムイベント作成

②GTMで設定

【手順】

タグ種類: GA4イベント

設定タグ: GA4 ID

イベント名: 任意

【設定すべきイベント】

・コンバージョン

(フォーム送信やカスタムパラメータが必要な場合など)

タグの設定

タグの種類



Google アナリティクス: GA4 イベント
Google マーケティング プラットフォーム

設定タグ ⓘ

GA4 設定(2022年2月以降)

イベント名 ⓘ

test_gtm

イベント パラメータ

パラメータ名

page_location

test_para

値

{{Page URL}}

12345678

カスタムイベント作成

③gtag.jsで設定

【手順】

右のタグをページへ埋め込む

※②GTMを推奨

```
gtag('event','read_article',{  
  "author":"三村",  
  "title":"GA4徹底解説",  
  "number_of_pages":23,  
});
```

GA4ヘルプ「カスタム パラメータ」

https://support.google.com/analytics/answer/10075209?hl=ja&utm_id=ad#zippy=%2C%E3%81%93%E3%81%AE%E8%A8%98%E4%BA%8B%E3%81%AE%E5%86%85%E5%AE%B9

正規表現

GA4ではまだサポートされていないため
条件として必要な場合は
GTMのトリガーにて正規表現を用いてください。

ワイルドカード

.	任意の1文字（文字、数字、記号）に一致します	「1。」で一致するデータ： 10、1A 「1.」で一致するデータ： 11、1A1 例
?	直前の文字が0回または1回出現する場合に一致します	「10?」で一致するデータ： 1、10 例
+	直前の文字が1回以上出現する場合に一致します	「10+」で一致するデータ： 10、100 例
*	直前の文字が0回以上出現する場合に一致します	「1*」で一致するデータ： 1、10 例
	OR条件を作成します 正規表現の末尾では使用しないでください	「1 10」で一致するデータ： 1、10 例

アンカー

^	隣接する文字が文字列の先頭である場合に一致します	「^10」で一致するデータ： 10、100、10x 「^10」で一致しないデータ： 110、110x 例
\$	隣接する文字が文字列の末尾である場合に一致します	「10\$」で一致するデータ： 110、1010 「10\$」で一致しないデータ： 100、10x 例

グループ

()	囲まれた文字が同じ順序で文字列に含まれる場合に一致します 他の正規表現をグループ化する場合にも使用します	「(10)」で一致するデータ： 10、101、1011 「([0-9][a-z])」で一致するデータ： すべての数字と小文字 例
[]	囲まれた文字が任意の順序で文字列に含まれる場合に一致します	「[10]」で一致するデータ： 012、120、210 例
-	角かっこ内の文字範囲が文字列に含まれる場合に一致します	「[0-9]」で一致するデータ：0~9のすべての数字 例

8. 発火確認

発火確認

作成から5分ほど時間を空けて発火確認してください。

- >レポート
- >リアルタイム
- >イベント数

カスタムイベントの注意点

- イベントが発火して24時間後でないイベント一覧に表示されない。
- イベント名を変えても過去の発火済みイベント名は変わらない。

既存のイベント					
イベント名 ↑	件数	変化率	ユーザー数	変化率	コンバージョンとしてマークを付ける ?
click	58	↓ 19.4%	42	↓ 23.5%	<input type="checkbox"/>
first_visit	724	↑ 13.8%	724	↑ 13.8%	<input type="checkbox"/>
GAG_GTM	62	↓ 11.4%	42	↓ 23.5%	<input type="checkbox"/>
page_view	1,266	↑ 7.1%	728	↑ 14.5%	<input type="checkbox"/>
scroll	684	↑ 28.1%	469	↑ 47.9%	<input type="checkbox"/>
session_start	803	↑ 13.3%	728	↑ 14.5%	<input type="checkbox"/>

9. コンバージョン設定

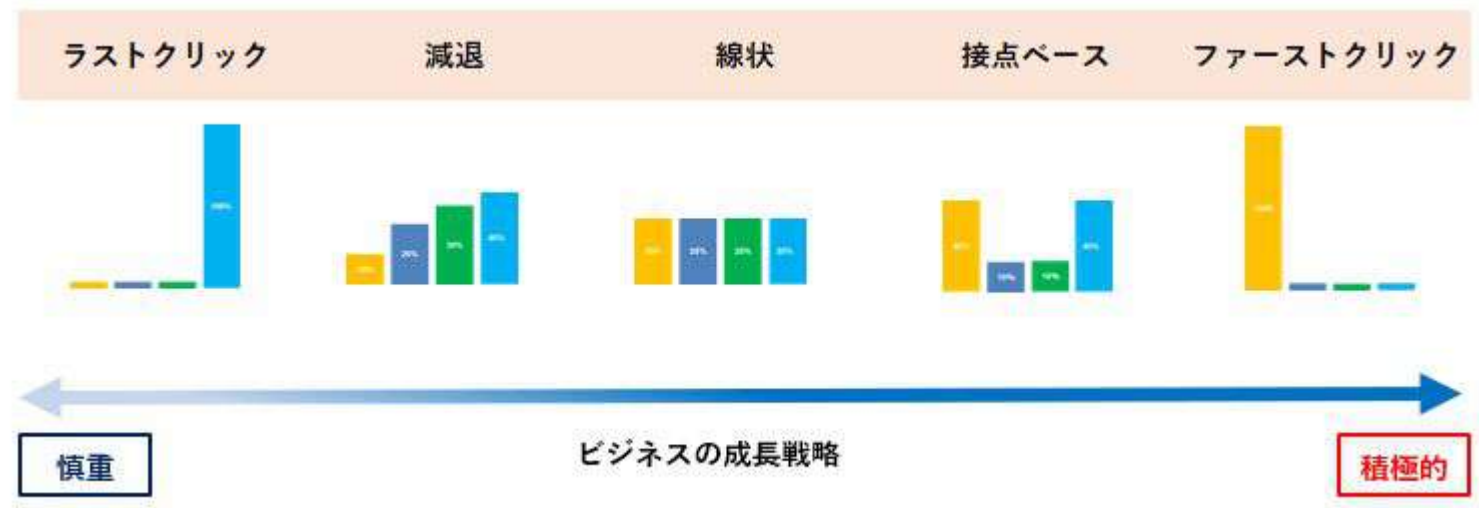
設定>イベント>コンバージョンとしてマークを付ける

既存のイベント							
イベント名 ↑	件数	変化率	ユーザー数	変化率	コンバージョンとしてマークを付ける ?		
click	58	↓ 19.4%	42	↓ 23.5%	<input type="checkbox"/>		
first_visit	724	↑ 13.8%	724	↑ 13.8%	<input type="checkbox"/>		
GAG_GTM	62	↓ 11.4%	42	↓ 23.5%	<input type="checkbox"/>		
page_view	1,266	↑ 7.1%	728	↑ 14.5%	<input type="checkbox"/>		
scroll	684	↑ 28.1%	469	↑ 47.9%	<input type="checkbox"/>		
session_start	803	↑ 13.3%	728	↑ 14.5%	<input type="checkbox"/>		

10. アトリビューション分析

アトリビューション分析

ユーザーは購入までに複数の広告をクリックします。
そのうち、どの広告をどのように評価するかがアトリビューションです。



アトリビューション分析

下記にて複数のモデル比較ができます。

GA4

> 広告

> モデル比較

例えば、リーチ広告は認知獲得を評価するファーストクリックではCPAが低くなりますが、クロージングを評価するラストクリックではCPAが高くなります。どのツールもデフォルトはラストクリックなので、CPAが高いリーチ広告を停止し、指名検索やリマケなどに絞ってしまうと、認知が広がらず頭打ちとなり売上が減少します。

11. カスタムパラメータ作成

カスタムパラメータ作成方法

【手順】

カスタムイベント作成②③にて
作成したパラメータ「test_para」を
GA4に送ることで追加される。

【注意】

ヘルプ検索では
カスタムとパラメータの間に
半角スペースを入れないとヒットしない。



タグの設定

タグの種類

 Google アナリティクス: GA4 イベント
Google マーケティング プラットフォーム

設定タグ ⓘ
GA4 設定(2022年2月以降)

イベント名 ⓘ
test_gtm

イベント パラメータ

パラメータ名	値
page_location	{{Page URL}}
test_para	12345678

カスタムパラメータの扱い

パラメータは、パラメータと値です。

例: link_url = https://adreach.co.jp/

使い方は下記の3つです。

	既存パラメータ	カスタムパラメータ
① イベント条件	設定不要	設定不要
② ディメンション	設定不要	設定必要
③ 指標	設定不要	設定必要

カスタムパラメータの扱い

① イベント条件

GTMにてカスタムパラメータを送りましたが、特に設定不要で使うことができます。

また、{{変数}}では、値が自動で取得するため、{{PageURL}}ならイベントが発生したURLをGTMが自動で取得しGA4に送ります。

GTM

タグの設定

タグの種類

Google アナリティクス: GA4 イベント
Google マーケティング プラットフォーム

設定タグ ②
GA4 設定

イベント名 ②
test

イベント パラメータ

パラメータ名	値
test_para	{{Click URL}}

GA4

設定

カスタム イベント名 ②
test_2

一致する条件

他のイベントが次の条件のすべてに一致する場合にカスタム イベントを作成する

パラメータ	演算子	値
event_name	等しい	test
test_para	含む	test.com

パラメータ設定

ソースイベントからパラメータをコピー

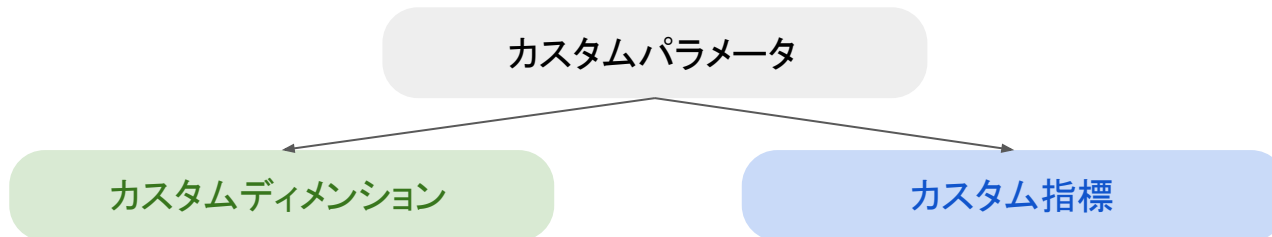
パラメータの変更 ②
変更が定義されていません

カスタムパラメータの扱い

カスタムパラメータを②③として使う場合、

「ディメンション」 毎に **「指標」** を見る。

というルールのもと、カスタムパラメータをどちらとして扱うか定義する必要があります。それがカスタムディメンションとカスタム指標です。



12. カスタムディメンション作成

カスタムディメンション作成方法

【手順】

設定>カスタム>カスタムディメンション>作成

【作成すべきディメンション】

カスタムレポートにて「△△毎に〇〇を見る」の
△△として扱いたい場合

- ・内部リンククリック

13. カスタム指標作成

カスタム指標作成

【手順】

設定>カスタム>カスタム指標>作成

【設定すべき指標】

カスタムレポートにて「△△毎に〇〇を見る」の
〇〇として扱いたい場合

14. オーディエンス作成

オーディエンス作成

【手順】

設定>オーディエンス>オーディエンス作成

>カスタムオーディエンスを作成する

>イベントなど好きな条件を設定する

【設定すべき条件】

Google広告にてリマーケティングリストとして活用できるもの

15. Google広告 リマケリスト連携

Google広告 リマケリスト連携

【準備】

GA4とGoogle広告をリンク

＞Google広告＞ツールと設定＞オーディエンスマネージャー

＞ソース(ここに表示されればOK)

【設定】

設定したい広告グループのオーディエンスを開く

＞オーディエンスセグメントの編集＞閲覧

＞ユーザーがお客様のビジネスを利用した方法

＞ウェブサイトを訪れたユーザー＞GA4のオーディエンスを設定

16. カスタムレポート作成

カスタムレポート作成方法

【作り方】

①>探索>空白

②>レポート

>ライブラリ

>新しいレポートを作成

↓表示方法

>新しいコレクションを作成

>新しいピックを作成

>保存

③>Googleデータポータル出力

【作るべきレポート】

- ・外部リンククリックレポート
- ・内部リンククリックレポート
- ・イベントレポート

「ページの場所」毎に「page_view の数」を見る。

||

イベント名「page_view」+ 指標「イベントの数」

列	イベント名	page_view
行	ページの場所	イベント数
	合計	1,439 全体の 100%
1	https://adreach.co.jp/	395
2	https://adreach.co.jp/service/gaglp/	232
3	https://adreach.co.jp/company/	147

イベント名「page_view」でフィルタ

作り方①「外部リンククリック」

変数

データ探索名:
クリックリンク

カスタム
1月24日～2022年3月24日

セグメント +
なし

ディメンション +
リンク先 URL
イベント名

指標 +
イベント数

タブの設定

行
リンク先 URL
ディメンションをドロップするか選択してください

最初の行 1

表示する行数 25

ネストされた行 No

列
イベント名
ディメンションをドロップするか選択してください

最初の列グループ 1

表示する列グループ数 10

横
イベント数
指標をドロップするか選択してください

セルタイプ 棒グラフ

フィルタ
イベント名 次と完...

ディメンションや指標をドロップするか選択してください

自由形式 1

イベント名	click	イベント数
リンク先 URL		
合計		130 全体の 100%
1 https://membership.waca.world/profile/wac40045737/		43
2 https://genemarket.com/		13
3 https://lin.ee/HlflkWBd		13
4 https://meeting.eeasy.jp/adreach/online		9
5 https://www.instagram.com/soya_ito_ph/		8
6 https://www.shares.ai/site/toride-law_terada		5
7 http://fcs.co.jp/recruit-site/		4
8 https://pa-bonds.com/p/		4
9 https://sy32.golf/		3
10 https://www.1pai-no-coffee.net/		3
11 https://www.instagram.com/soya_ito_dph/		3
12 https://www.maclogic.co.jp/		3
13 https://gorillarentacar.jp/		2
14 https://kanzawa-accounts.tkcnf.com/		2
15 https://suzukioli-car.co.jp/gulliver		2
16 https://www.microsoft.com/ja-jp/edge		2
17 https://www.waca.associates.jp/knowledge/57098/		2
18 http://www.higuchi-happy.com/index.html		1
19 http://www.keepercoating.jp/proshop/aichi/city1088/07556/		1
20 https://d-mrk.com/		1
21 https://docs.google.com/spreadsheets/d/1yfvkclUWm-Kx_R06B4Aq8Ty59...		1

作り方①「内部リンククリック」

自由形式 1									合計
イベント名	inter_click								
ページの参照 URL	https://adreach.co.jp/	https://adreach.co.jp/category/news/	https://adreach.co.jp/service/	https://adreach.co.jp/company/	https://adreach.co.jp/partner/	https://adreach.co.jp/contact/	https://adreach.co.jp/news/20201103/	https://adreach.co.jp/news/googleadgrants/	4 イベント数
ページの場所	イベント数	イベント数	イベント数	イベント数	イベント数	イベント数	イベント数	イベント数	4 イベント数
合計	4 全体の 15%	3 全体の 18.75%	3 全体の 18.75%	2 全体の 12.5%	2 全体の 12.5%	1 全体の 6.25%	1 全体の 6.25%	1 全体の 6.25%	18 全体の 100%
1 https://adreach.co.jp/partner/	0	0	0	0	1	0	0	1	1
2 https://adreach.co.jp/service/	2	2	0	0	0	0	0	0	4
3 https://adreach.co.jp/category/news/	0	0	1	0	0	1	0	0	2
4 https://adreach.co.jp/company/	0	0	0	2	0	0	0	0	2
5 https://adreach.co.jp/	0	0	1	0	0	0	0	0	1
6 https://adreach.co.jp/contact/	0	0	0	1	0	0	0	0	1
7 https://adreach.co.jp/news/20201103/	0	0	1	0	0	0	0	0	1
8 https://adreach.co.jp/news/googleadgrants/	0	1	0	0	0	0	0	0	1

作り方①「イベント」

変数

データ探索名:
イベント

カスタム
2月24日～2022年3月25日

セグメント +
なし

ディメンション +
イベント名
ページの場所
セッション参照元...

指標 +
イベント数

タブの設定

行

任意の
ディメンション

最初の行 1

表示する行数 10

ネストされた行 No

列

イベント名

ディメンションをドロップ
するか選択してください

最初の列グループ 1

表示する列グループ数 15

値

イベント数

指標をドロップするか選択
してください

自由形式 1

イベント名	page_view	user_enga...	session_st...	first_visit
	イベント数	イベント数	イベント数	イベン
	1,383	1,096	883	

作り方②「内部リンククリック」

https://adreach.co.jp/service/



検索...

1 ページあたりの行数: 10 移動: 1 < 1~10/202 >

ページの場所

+ イベント数

すべてのイベント

合計

4,214

全体の 100%

1	https://adreach.co.jp/	1,429
2	https://adreach.co.jp/service/gaglp/	722
3	https://adreach.co.jp/company/	312
4	https://adreach.co.jp/partner/	277
5	https://adreach.co.jp/service/	172
6	https://adreach.co.jp/a/	117
7	https://adreach.co.jp/news/googleadgrants/	98
8	https://adreach.co.jp/category/news/	73
9	https://adreach.co.jp/contact/	48
10	https://adreach.co.jp/service/photo/	35

レポートをカスタマイズ

デimension追加

レポートデータ

サイズ

指標

グラフ

指標追加

棒グラフ

散布図

視察カード

+ 新しいカードを作成



17. データポータル連携

作り方③データポータル出力

Googleデータポータル
 ファイル 編集 表示 挿入 ページ 配置 リソース ヘルプ

リセット 共有 表示

Add page データを追加 グラフを追加 コントロールを追加 テーマとレイアウト

期間を選択

	セッション参照元	セッション/ユーザー	ユーザーの合計数	イベント数
1.	duckduckgo	3	1	137
2.	frontier-gr.lightning.force.com	1	1	17
3.	t.co	1	1	16
4.	optimize.google.com	11	1	123
5.	instagram.com	1	13	128
6.	google	1.34	59	711
7.	membership.waca.world	2	2	35
8.	instagram.com	1	1	8
9.	(direct)	1.05	403	2,075
10.	yahoo	1.04	147	740
11.	bing	1.16	37	205
12.	facebook.com	1	3	12
13.	zenmarks.com	1	1	4

1 - 14 / 14

グラフ > 表

データ スタイル

データソース

株式会社アドリー...

データを統合

ディメンション

セッション参照元

ディメンションを追加

ドリルダウン

指標

セッション/ユー...

ユーザーの合計数

イベント数

使用可能な項目

検索語句を入力

ABC App version

ABC Content group

ABC Google 広告のアカウ...

ABC Google 広告の広告グ...

ABC Google 広告の広告グ...

ABC Google 広告の広告ネ...

ABC Item promotion Name

ABC N か月目

ABC N 週目

ABC N 日目

ABC OS のバージョン

ABC アイテム ID

ABC アイテム プロモーシ...

ABC アイテム プロモーシ...

カスタムフィールド

下記の手順で任意の指標を作ることができます。

指標

＞ 指標を追加

＞ フィールドを作成

＞ 数式にて[CV]/[セッション数]のように指標を作成

→ この指標として扱えるのはGA4で指標登録されているもの

CVR表示

基本

例①

例②

$$\text{CVR} = \frac{\text{CV数}}{\text{セッション数}} = \frac{\text{purchase}}{\text{セッション数}} = \frac{\text{scroll}}{\text{PV数}}$$

【手順】

CVにあたるイベントをカスタム指標で登録

データポータルのカスタムフィールドにてCVR作成(分母に注意)

数値形式を%に変更(表示桁数はスタイルから変更可能)

18. IPアドレス除外

IPアドレス除外

【手順】

管理

＞データストリーム

＞タグ付けの詳細設定

＞内部トラフィックの定義＞図の通り設定

【タイミング】

目標設定など完了して発火確認が不要になったとき

以降の発火確認はWi-Fiを使わない状態のスマホで行う。

The screenshot shows a settings form titled "設定" (Settings). It contains the following fields and options:

- ルール名** (Rule Name): A text input field containing "本社" (Headquarters).
- traffic_type** (Traffic Type): A text input field containing "internal".
- IP アドレス** (IP Address): A section with a blue link "IP アドレスを確認" (Check IP Address).
- マッチタイプ** (Match Type): A dropdown menu with "IP アドレスが次と等しい" (Same as next IP address) selected.
- 例** (Example): A text input field containing "例: 192.168.1.20" (Example: 192.168.1.20).
- 条件を追加** (Add Condition): A blue button at the bottom.

振り返り

1. GA4導入
2. 画面説明
3. レポートの見方
4. URLパラメータ
5. GA4とUAの違い
6. データ構造
7. イベント設定方法(正規表現)
8. 発火確認
9. コンバージョン設定
10. アトリビューション分析
11. カスタムパラメータ作成
12. カスタムディメンション作成
13. カスタム指標作成
14. オーディエンス作成
15. Google広告 リマケリスト連携
16. カスタムレポート作成
17. データポータル連携(CVR表示)
18. IPアドレス除外

今後の配信内容

- ・GA4アップデート情報(都度)
 - ・データベース連携
 - ・ユーザースコープ利用
- など

他の教材紹介

本動画/PDFは初学者を対象にわかりやすさと実際の様子を公開することに特化していますが、もし不足があった場合のために、現状国内で唯一GA4について紹介している教材をご紹介します。今後は当チャンネルでも下記に相当するGA4動画を投稿していきます！

①書籍

「1週間でGoogleアナリティクス4の基礎が学べる本」窪田望さん

https://www.amazon.co.jp/dp/429501172X/ref=cm_sw_r_tw_dp_8AZ6CJXKJ5GPXDG06QTQ

②サイト

「GA4ガイド」小川卓さん

<https://ga4.guide/>

※HAPPY ANALYTICS に登録していないとアクセスできません。

最後に

UAの方が使い勝手が良いですが、
2023年7月の移行に備えて
今から設定を進めていきましょう！

本資料をTwitterより配布中

[@adreach20201012](#) [概要にリンクあり](#)

設定方法 公開動画

- ・Googleタグマネージャー

<https://youtu.be/GRY77MUIBVs>

- ・Googleオプティマイズ

<https://youtu.be/-6aOi8iILB4>

- ・Google広告

<https://youtu.be/Z9e1zVo5t M>

- ・Yahoo!広告

<https://youtu.be/Sm9u0NL-lck>

順次追加

チャンネルについて

**マーケティングツールの設定方法を
どこよりもわかりやすく公開していく
自社集客応援チャンネルです！**

公式LINEアカウント

LINE公式アカウント



概要にも
リンクあります

**ご質問やセミナー依頼、
インハウス相談など
受け付けています！
お困りごとがあれば
お気軽にご連絡ください。**