

GA4の基礎から復習できる

GA4レポートテイング方法 解説ガイド

GA4管理画面レポート / Google Looker Studio



INDEX

01 GA4のレポートニング方法

GA4の基本

GA4のデータを見る方法

02 GA4管理画面レポート

GA4の管理画面レポート（標準・ライブラリ・探索）

03 Googleデータポータル

BigQuery、Google Looker Studioとは
データポータルを利用したGA4レポート

04 メディックスのGA4サービス



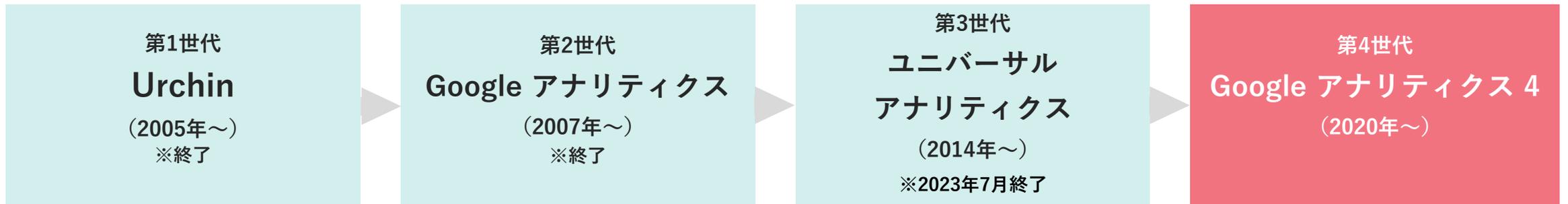
01

GA4のレポートティング方法



Google アナリティクス4とは？

Googleが2020年10月にリリースした、第4世代のGoogleアナリティクス
正式名称はGoogle アナリティクス 4 プロパティ(以降「GA4」)



GA4リリースの背景

複数プラットフォームを跨いだ計測のため



デジタル上での
ユーザーとの**タッチポイント**が増加傾向

ユーザー軸でサービス全体の状況を捉える
必要性が高まる

プライバシー保護を強化するため



Cookieも**個人情報**としてみなす流れが主流に

Cookieに依存しない計測方法の**確立**が**重要**に

UAとの大きな変更点

GA4 は UA とは全く別もの。
ただし、GA4とUAのデータを比較して効果検証を行うことは一概にできないが、計測仕様を理解した上でデータを活用することは可能。

イベントの定義が変わった

ページビューやトランザクションが、すべて「イベント」に統一された

自動的に計測できるイベントが登場

多種の自動収集イベントが用意され、複雑なカスタマイズ設定をしなくても高度な計測が可能に

セッションの計測仕様が変わった

UAに比べて、セッションが切れにくくなった

イベントにまつわる変更点

イベントの定義が変わった

アクションに応じて切り分けられていたデータタイプがすべてイベントに統一された

UA



GA4



自動的に計測できるイベントが登場

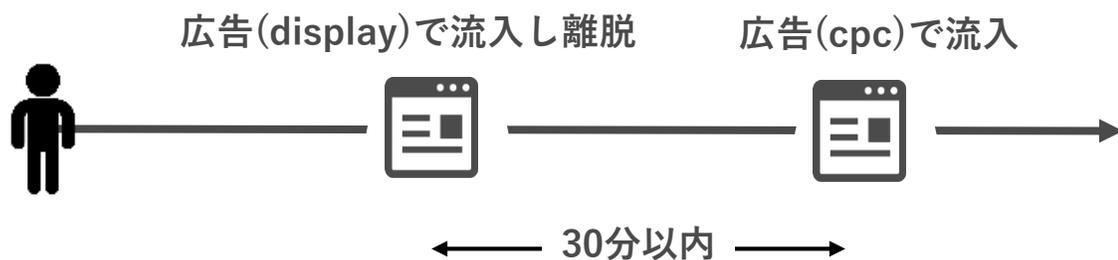
UA時代には追加設定が必要だった、各種イベントを自動取得 (スクロール90%閲覧、ダウンロード、YouTube動画視聴、離脱クリック等)

計測項目	イベント名	補足
初回訪問	first_visit	
セッションの開始	session_start	
ページビュー	page_view	
エンゲージメント	user_engagement	(1)10秒以上の滞在 (2)2個以上のイベント (3)CVイベント発生 のいずれかが発生した際に飛ぶ
サイト内検索キーワード	view_search_results	管理画面上での登録が必要
ページの読了	scroll	ページの縦の長さの90%以降までスクロールが来た時に飛ぶ
PDF等のダウンロード	file_download	拡張子がpdf, xls, doc, txt, csv, exe, ppt, rar, zip, avi, mov, mp4, mpg, mpeg, wmv, mid, midi, mp3, wav, wma等で飛ぶ
動画の計測 (動画の開始)	video_start	JavaScript API サポートが有効になっている埋め込み YouTube 動画(enablejsapi=1)の場合のみ飛ぶ https://www.youtube.com/watch?v=***&enablejsapi=1
動画の計測 (動画の進捗)	video_progress	動画が再生時間の 10%、25%、50%、75% 以降まで進んだ時に飛ぶ
動画の計測 (動画の完了)	video_complete	動画が再生時間の 100%まで進んだ時に飛ぶ
外部ドメインへの離脱リンク	click	

セッションの計測仕様が変わった

GA4では、UAに比べセッションが開始される条件が狭まったため、セッション数が減少する
また、平均セッション時間(≒平均エンゲージメント時間)は長くなりえる

	UA	GA4
セッションの切れるタイミング (データ送信がない時間)	1分～4時間で設定可(デフォルト30分)	5分～7時間55分で設定可 (デフォルト30分)
流入情報(utmパラメータ等)の変更	セッションが切れる	セッションが切れない
日をまたいだ時セッション	セッションが切れる	セッションが切れない ※日毎に見ると各1セッションと表示



流入情報	UAのカウント	GA4のカウント
display	1セッション	1セッション (session_startが1)
cpc	1セッション	0セッション (前セッション継続)

指標／分類（メトリクス／ディメンション）の変更点

UA	
名称	定義
コンバージョン数	セッションで1回カウント
直帰数	1ページだけ閲覧し離脱した訪問
直帰率	直帰数÷セッション数
コンバージョン率	コンバージョン数÷セッション数
ページビュー数	ページの閲覧回数
ページ別訪問回数	特定ページを見た訪問回数
閲覧開始数	訪問の初めに見られた回数
平均ページ滞在時間	次ページの閲覧時間 - 特定ページの閲覧時間
離脱数	特定ページを最後にサイトから離脱した数
(なし)	—

GA4	
名称	定義
→ コンバージョン数	イベント発生毎にカウント
→ エンゲージメント数	10秒以上継続したセッション、コンバージョンイベントが発生したセッション、または2回以上のスクリーンビューやページビューが発生したセッションの回数
→ 直帰率	1 - (エンゲージメント÷セッション数)
→ セッションのコンバージョン率	CVセッション÷セッション数 (UAと同定義) ※標準レポートのカスタマイズで確認可能 ※探索レポートではCV全体のみ確認可能
→ 表示回数	ページの閲覧回数
→ (なし)	—
→ 閲覧開始数	訪問の初めに見られた回数 ※探索レポートにて確認可能
→ 平均エンゲージメント時間	ブラウザ上でフォーカス状態にあった時間の平均値
→ (なし)	—
→ スクロール数	ページの縦方向90%地点に到達した回数

GA4のデータを見る方法

01

GA4管理画面（標準レポート・探索レポート）

GA4導入時に標準提供されている管理画面で、GA4の各種データを確認することができます



02

GA4 → BigQuery → Google Looker Studio

GA4のデータをBigQueryに連携したうえで、BigQuery上のデータをGoogle Looker StudioなどのBIツールで確認することができます



Google Looker Studio

03

GA4 → Google Looker Studio

GA4のデータをGoogle Looker Studioに直接連携してデータを確認することができます
ただし、リクエスト制限が厳しく運用には不向き。



Google Looker Studio

※Googleデータポータルは2022年10月に「Google Looker Studio」に名称変更しました

GA4管理画面とGoogle Looker Studioの比較

まずはGA4管理画面のレポート機能を利用し、
独自の指標やレポート内容でGA4のデータを見たい場合にBigQuery + Google Looker Studioの利用を検討

	GA4管理画面	BigQuery + Google Looker Studio
メリット	GA4導入とともに提供されるのでだれでも利用できる	<ul style="list-style-type: none"> ・ 期間の制限が無くデータの表示が可能 ・ サンプルングなどの制約が発生しない ・ 独自の定義で指標を構築可能 ・ 自由にカスタマイズして構築することができる (UAとある程度合わせたレポート構築も可能)
デメリット	<ul style="list-style-type: none"> ・ 一部のレポートでのデータ保持期限が14カ月に制限される ・ サンプルングが発生してしまう ・ UAと同じ内容のデータを見る事が困難な場合がある 	<ul style="list-style-type: none"> ・ BigQueryに蓄積されたGA4のデータ構造の知識が必要 ・ 構築するためにSQLなどの技術が必要 ・ Google Cloud環境 (BigQueryなど) の管理が必要



02

GA4管理画面レポート



GA4管理画面で見られるレポート

GA4管理画面では、活用シーンがそれぞれ異なる3つのレポートが用意されています
目的に合ったレポートを選んでデータを確認しましょう

標準レポート



あらかじめディメンションと指標が固定されているレポート

リアルタイム、ユーザー属性、テクノロジー、集客、エンゲージメント、収益化、維持率

ライブラリ機能



標準レポートを、カスタムして作れるレポート

ディメンションや指標、グラフ形式、項目の並べ替えなども可能

探索レポート



ディメンションやセグメントなどを指定して深堀分析をするための、自由度が高いレポート

完全カスタムをはじめ、7つのテンプレートが用意されている

利用頻度の高い3つの観点において Google アナリティクス4 の標準レポートを解説します

流入経路毎CV数

どの経路でどれくらい来訪があったのか
どれほどCVを獲得できたのか

ページ毎のPV数・離脱率

どのページがどれほど見られているのか
どのページで離脱しているのか

目標達成度合い

各目標がどれくらい達成しているのか

標準レポート

ライブラリ機能

探索レポート

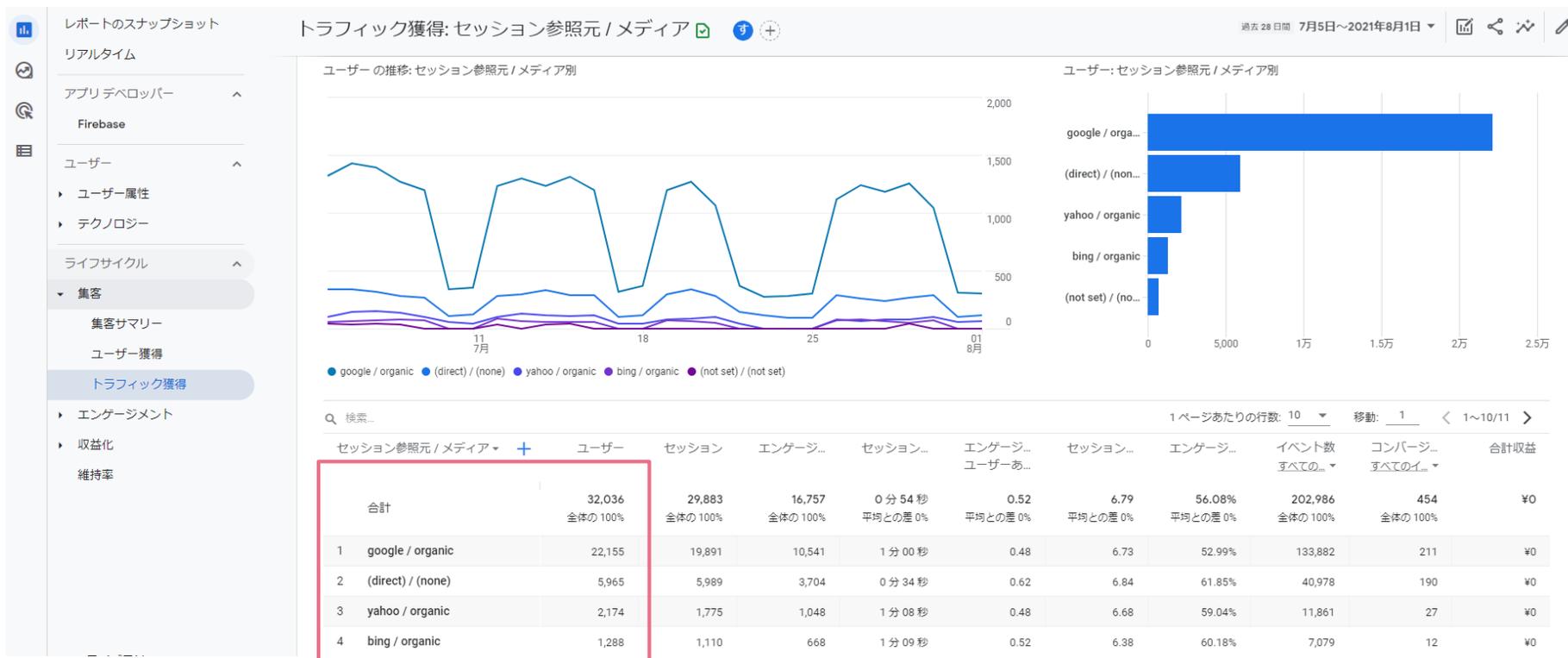
流入経路毎CV数・CVR

ページ毎のPV数・離脱率

目標達成度合い

レポート > ライフサイクル > 集客 > トラフィック獲得

何人が何回来訪したか



流入経路毎CV数・CVR

流入経路毎CV数・CVR

ページ毎のPV数・離脱率

目標達成度合い

レポート > ライフサイクル > 集客 > トラフィック獲得

どんな行動をしたか



流入経路毎CV数・CVR

流入経路毎CV数・CVR

ページ毎のPV数・離脱率

目標達成度合い

レポート > ライフサイクル > 集客 > トラフィック獲得

CVに至ったか



流入経路毎CV数・CVR

ページ毎のPV数・離脱率

目標達成度合い

レポート > ライフサイクル > 集客 > トラフィック獲得

どんな行動をしたか



流入経路毎CV数・CVR

流入経路毎CV数・CVR

ページ毎のPV数・離脱率

目標達成度合い

レポート > ライフサイクル > 集客 > トラフィック獲得

エンゲージメントのあったセッションとは・・・？

10 秒以上継続したセッション

or

コンバージョン イベントが発生したセッション

or

2 回以上のスクリーン ビューやページビューが発生したセッション

「直帰」に代わるものである

※正確には「非直帰」

								51.85%	40,978	190	¥0
3	yahoo / organic	2,174	1,775	1,048	1 分 08 秒	0.48	6.68	59.04%	11,861	27	¥0
4	bing / organic	1,288	1,110	668	1 分 09 秒	0.52	6.38	60.18%	7,079	12	¥0

流入経路毎CV数・CVR

流入経路毎CV数・CVR

ページ毎のPV数・離脱率

目標達成度合い

レポート > ライフサイクル > 集客 > トラフィック獲得

CVに至ったか



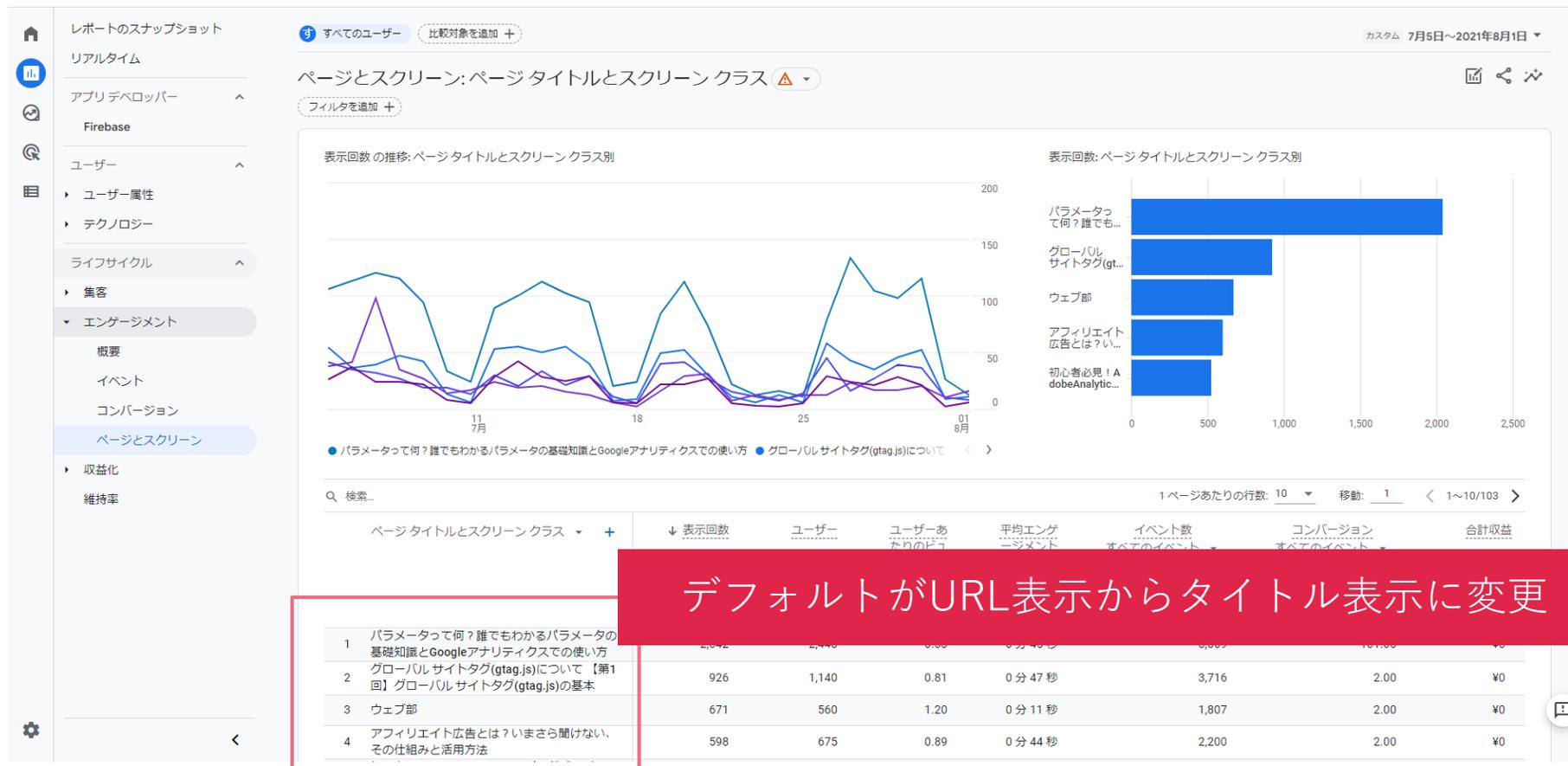
ページ毎のPV数・離脱率

流入経路毎CV数・CVR

ページ毎のPV数・離脱率

目標達成度合い

レポート > ライフサイクル > エンゲージメント > ページとスクリーン



ページ毎のPV数・離脱率

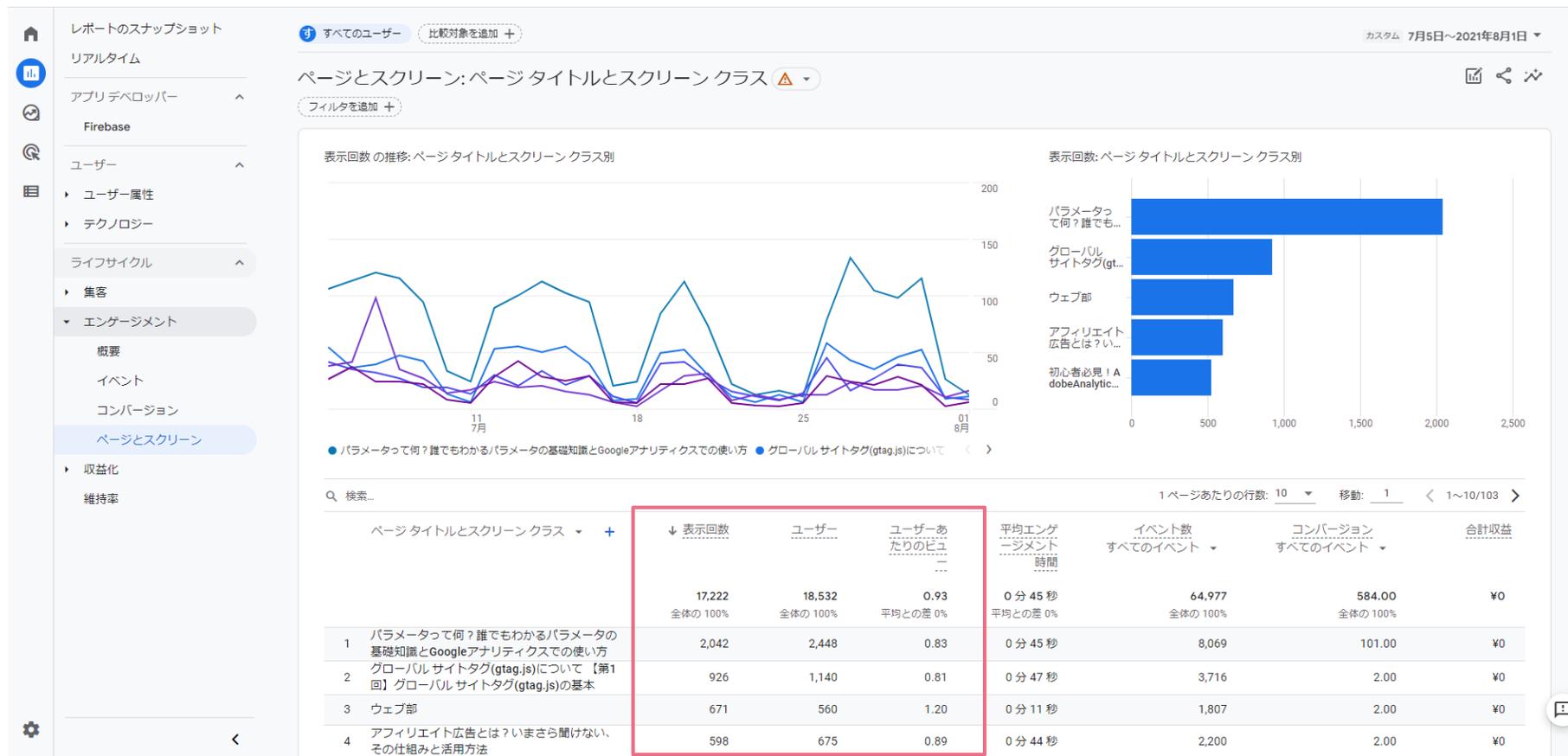
流入経路毎CV数・CVR

ページ毎のPV数・離脱率

目標達成度合い

レポート > ライフサイクル > エンゲージメント > ページとスクリーン

どれくらい見られたか



ページ毎のPV数・離脱率

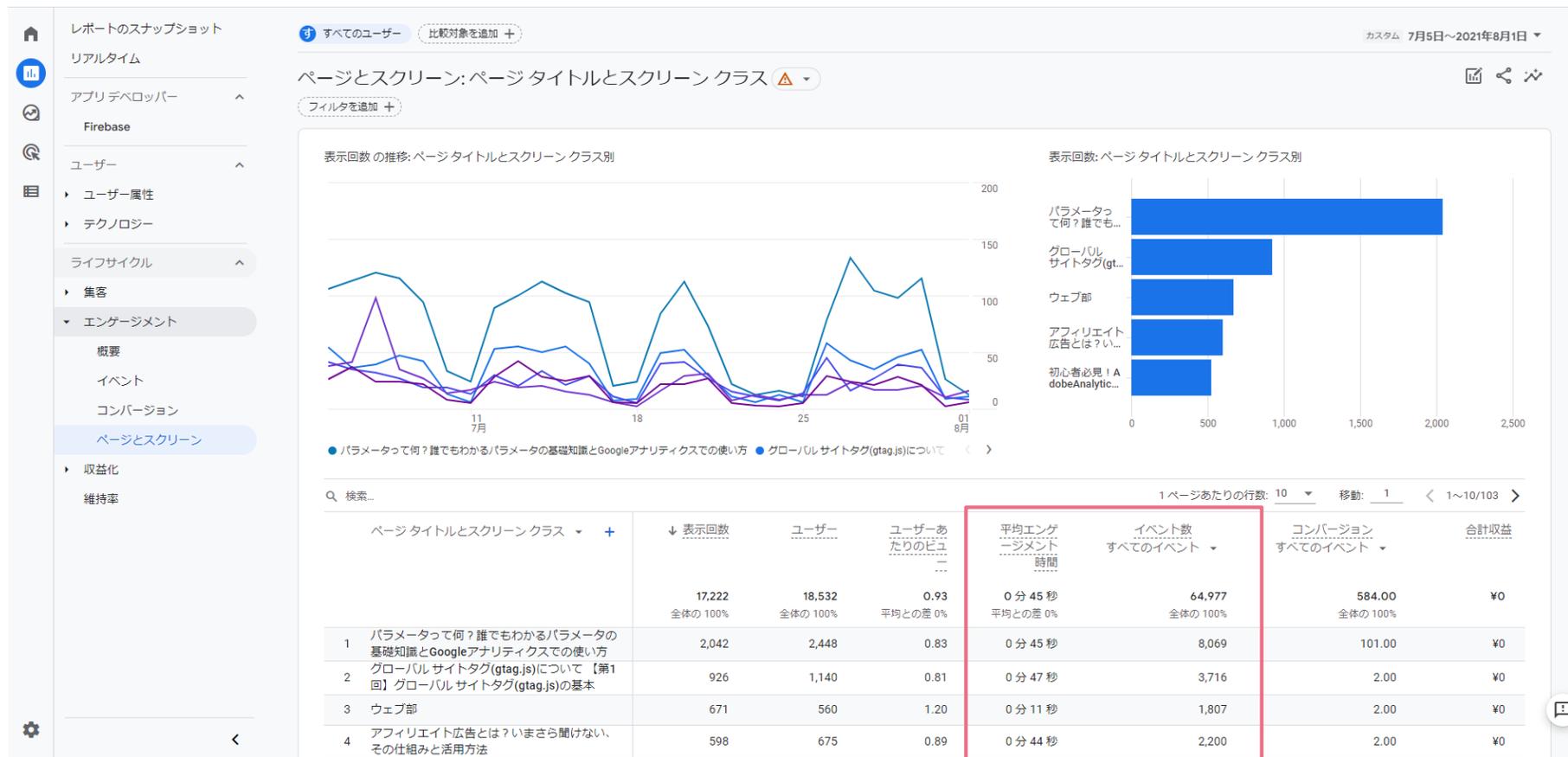
流入経路毎CV数・CVR

ページ毎のPV数・離脱率

目標達成度合い

レポート > ライフサイクル > エンゲージメント > ページとスクリーン

どんな行動をしたか



ページ毎のPV数・離脱率

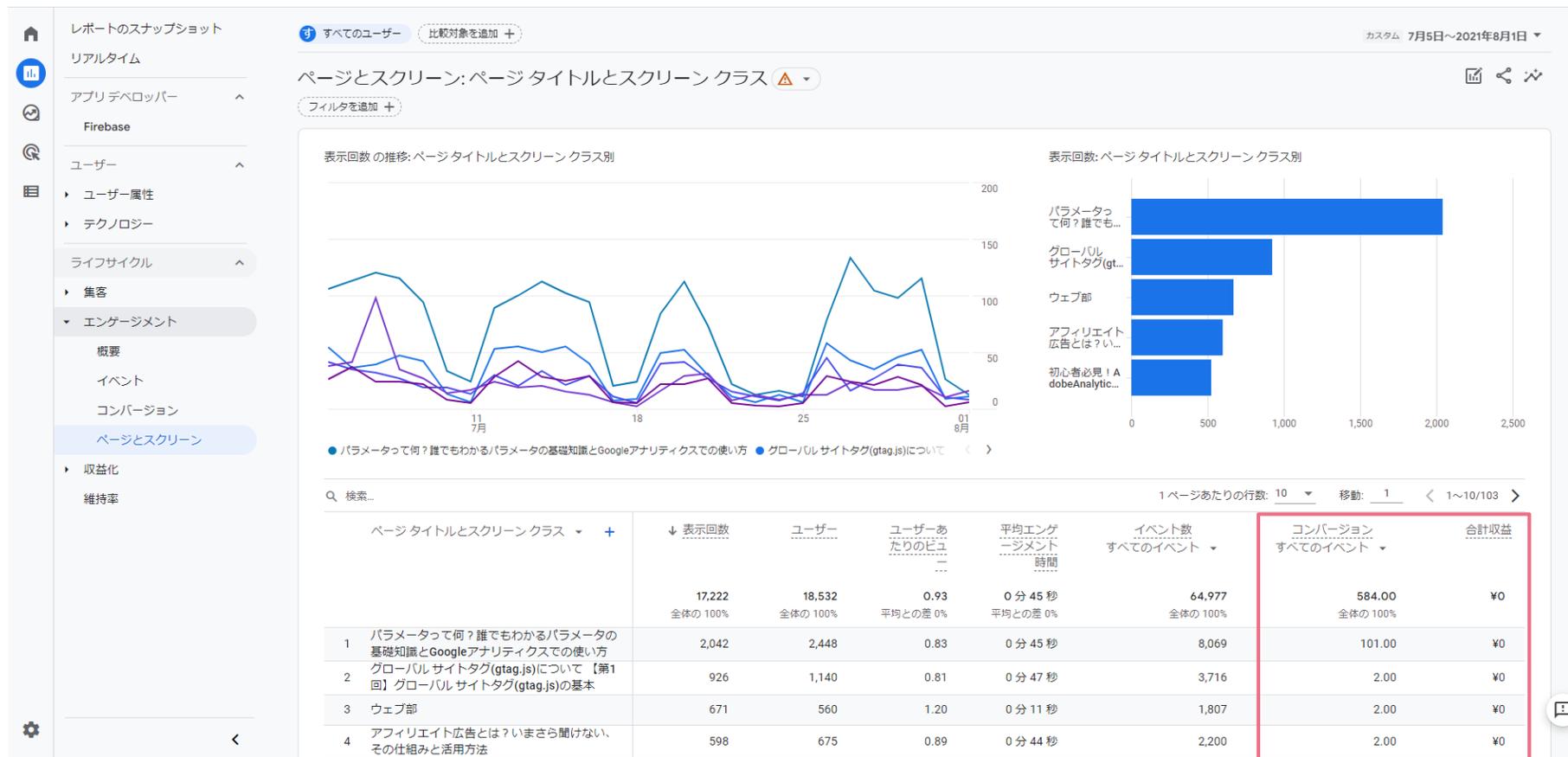
流入経路毎CV数・CVR

ページ毎のPV数・離脱率

目標達成度合い

レポート > ライフサイクル > エンゲージメント > ページとスクリーン

そのページでCVが発生したか



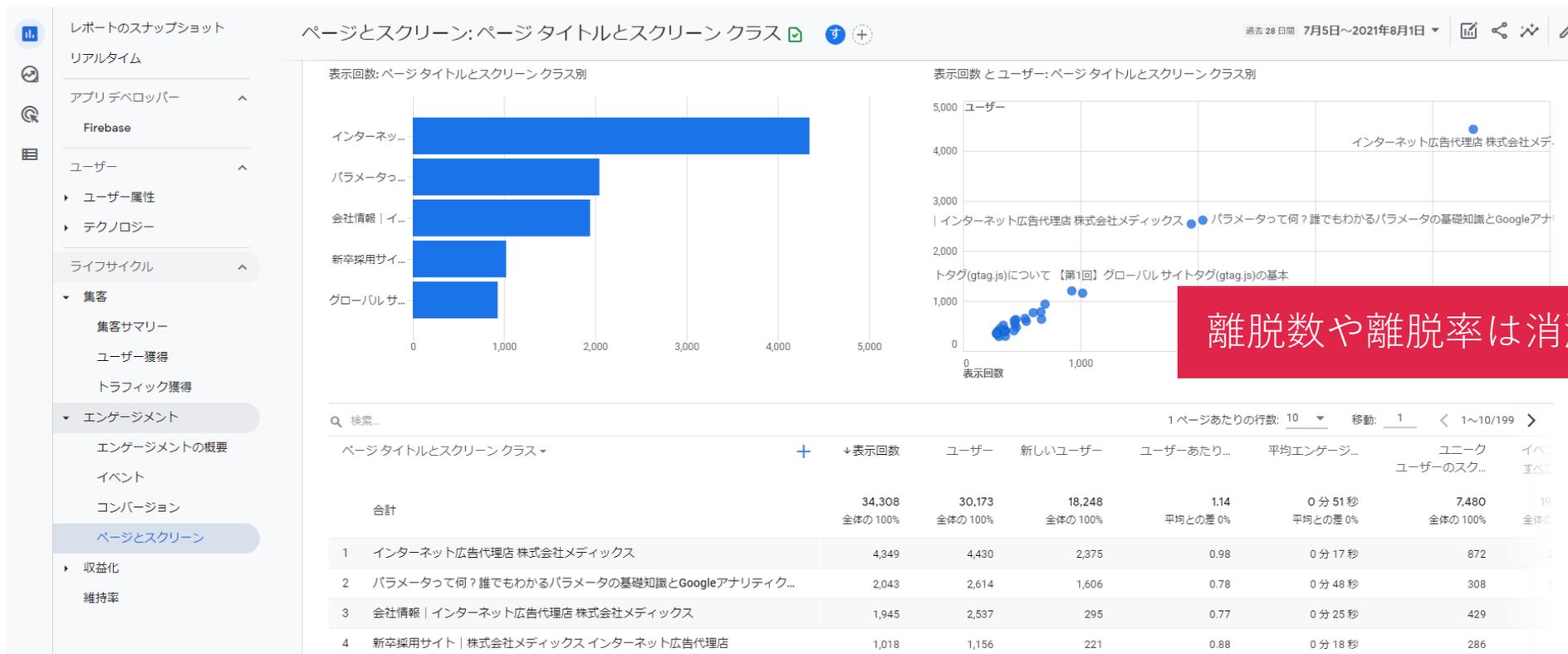
ページ毎のPV数・離脱率

流入経路毎CV数・CVR

ページ毎のPV数・離脱率

目標達成度合い

レポート > ライフサイクル > エンゲージメント > ページとスクリーン



目標達成度合い

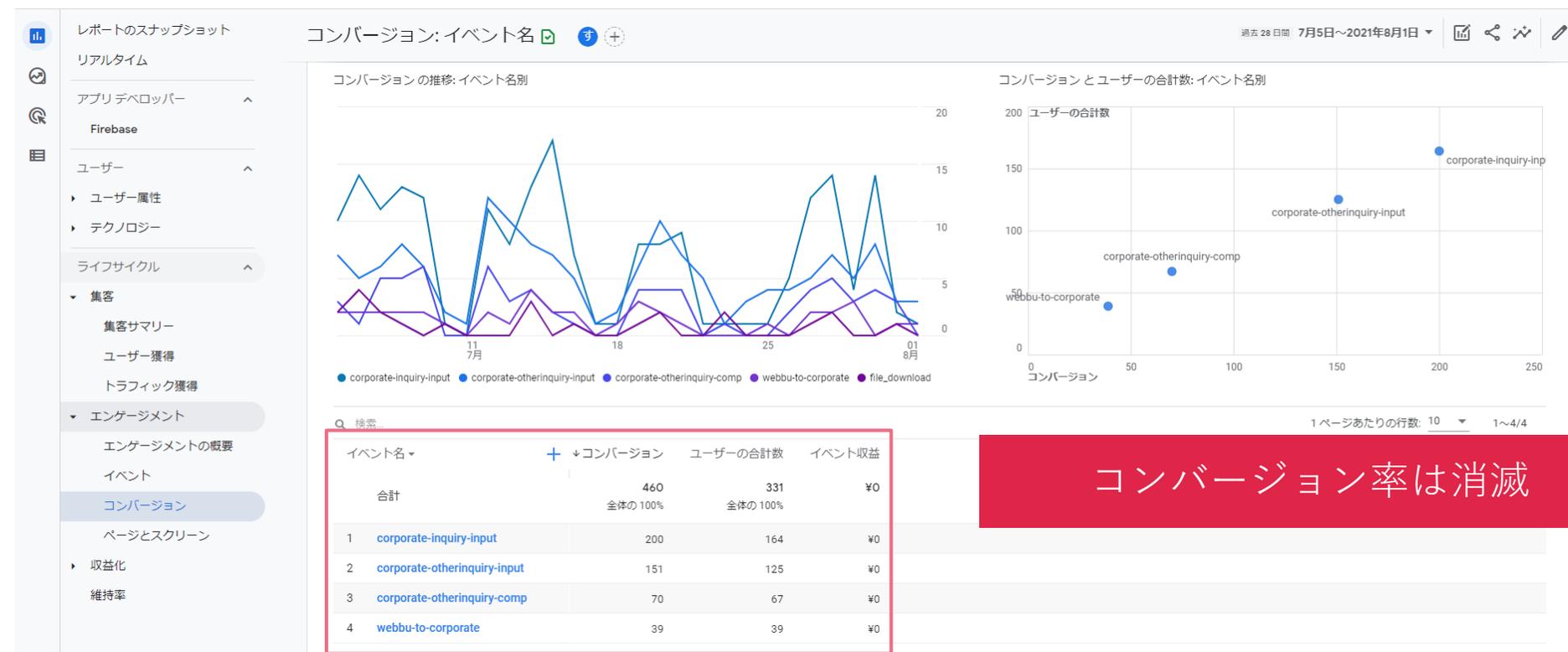
流入経路毎CV数・CVR

ページ毎のPV数・離脱率

目標達成度合い

レポート > ライフサイクル > エンゲージメント > コンバージョン

各CVが何件発生したか、
比較期間よりどれくらい変化したか



コンバージョン率は消滅

ライブラリ機能は、標準レポートを編集することができます。
ここでは「標準レポートの編集」方法を解説します。

標準レポートを編集する

- ・表示する指標（列）を追加
- ・ディメンションを追加（デバイスや日付など）
- ・フィルタを掛ける（特定の参照元で訪問したユーザーに絞る、など）

レポートメニューに反映する

- ・作成したコレクションを公開する

標準レポート

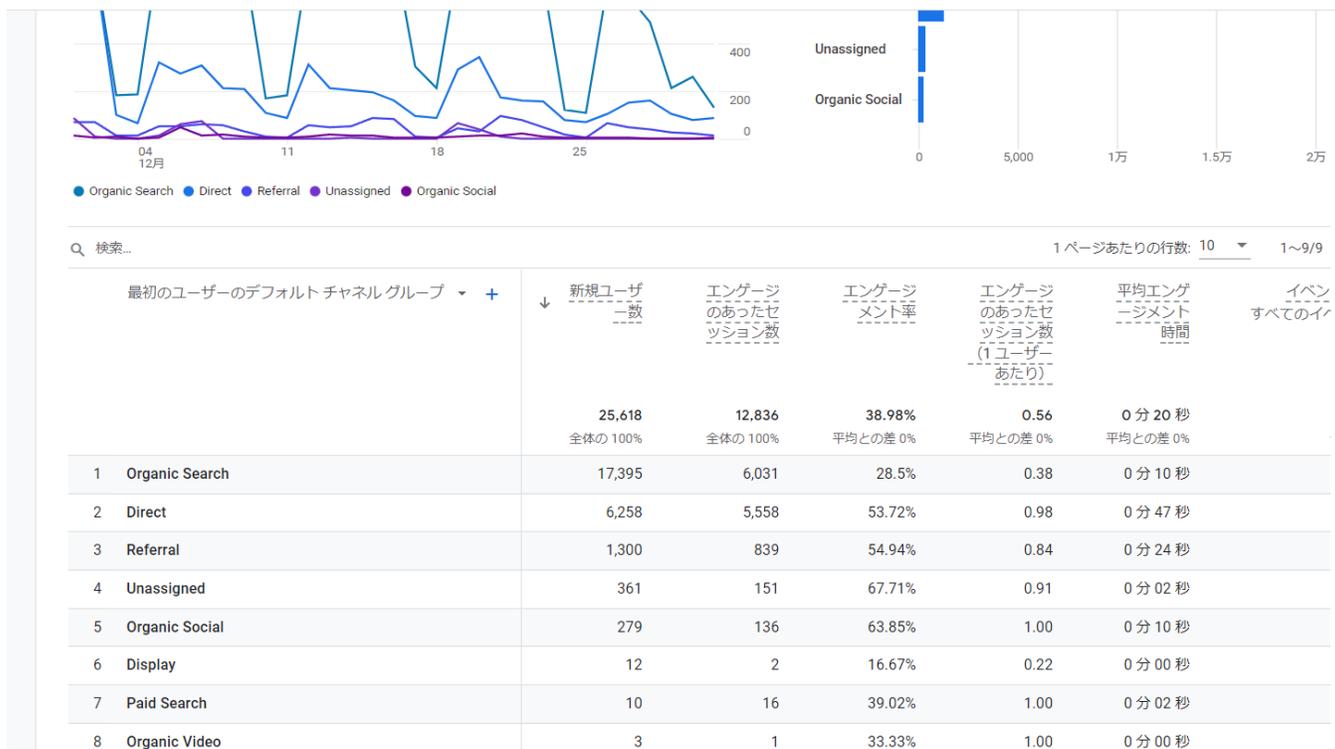
ライブラリ機能

探索レポート

標準レポートを編集する (例)



ディメンション・指標などを追加・削除・並び替えをしてカスタマイズできる



レポートをカスタマイズ

レポートデータ

ディメンション

指標

レポートのフィルタ

+ フィルタを追加

グラフ

折れ線グラフ

棒グラフ

レポートのテンプレート

ユーザー獲得

概要カード

新規ユーザー数 (最初のユーザーのデフォルトチャンネルグループ)

新規ユーザー数 (最初のユーザーのデフォルトチャンネルグループ)

ディメンション

プライマリディメンション

最初のユーザーのデフォルトチャンネルグループ

ユーザーの最初のメディア

ユーザーの最初の参照元

ユーザーの最初の参照元 / メディア

ユーザーの最初の参照元プラットフォーム

ユーザーの最初のキャンペーン

ユーザーの最初の Google 広告の広告ネットワークタイプ

ユーザーの最初の Google 広告の広告グループ名

ディメンションを追加

適用

指標

指標 (最大 12 個)

新規ユーザー数 ↓

エンゲージのあったセッション数

エンゲージメント率

エンゲージのあったセッション数 (1ユーザーあたり)

平均エンゲージメント時間

イベント数

コンバージョン

合計収益

指標を追加

適用

レポートメニューに反映する

新規作成

から「公開」

レポートのスナップショット

リアルタイム

ユーザー

ユーザー属性

テクノロジー

ライフサイクル

集客

エンゲージメント

収益化

維持率

コレクション

新しいコレクションを作成

カスタムレポート
非公開

公開

編集

コピーを作成

名前を変更

削除

ライフサイクル

公開しました

ライフサイクル

集客

エンゲージメント

収益化

維持率

レポート

+ 新しいレポートを作成

<input type="checkbox"/>	種類	名前	作成者	最終更新 ↓	テンプレート	コレクション	説明
<input type="checkbox"/>	📁	ライブラリ編集レポート	齋藤真士	2023/01/13 齋藤真士	ユーザー獲得		⋮
<input type="checkbox"/>	📄	ユーザー属性サマリ			ユーザー属性サマリ	ユーザー	ユーザー属性 (年齢、都市、国、性...)
<input type="checkbox"/>	📄	ユーザー属性の詳細			ユーザー属性の詳細	ユーザー	ユーザー数、セッション数、エンゲ...
<input type="checkbox"/>	📄	ユーザーの環境の概			ユーザーの環境の概	ユ	ユ

探索レポートでは、7つの分析手法が新たに登場
最も利用頻度が高い2つのレポートの作成方法を解説します

空白（カスタム）

目標到達プロセス



空白
新しいデータ探索を作成します



自由形式
カスタムのグラフや表から、どのようなインサイトが確認できますか？



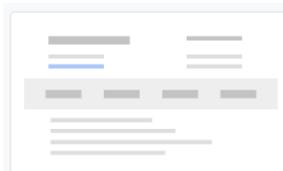
目標到達プロセスデータ探索
複数のステップから成る目標到達プロセスで、どのようなユーザー行動経路が分析、分割、分類できますか？



経路データ探索
ツリーグラフから、ユーザーのどのような行動経路が確認できますか？



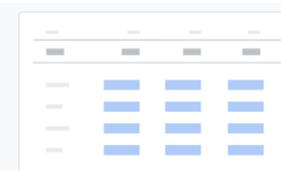
セグメントの重複
ユーザーのセグメントの重なりから、ユーザーの行動についてどのようなことがわかりますか？



ユーザー エクスプローラ
個々のユーザー アクションを詳しく調べることによって、各ユーザーのどのような行動が確認できますか？



コホートデータ探索
ユーザー コホートの行動の推移から、どのようなインサイトが確認できますか？



ユーザーのライフタイム
ユーザーのライフタイム全体を分析することで、どのようなことがわかりますか？

標準レポート

ライブラリ機能

探索レポート

探索レポートでは、ディメンション／メトリクスを自由度高く組み合わせたレポートニングが可能に

「探索」レポート

期間指定

①「+」クリック

②項目チェック

③インポート

④反映

表示したいディメンション(分類)をドラッグ&ドロップ

表示したいメトリクス(指標)をドラッグ&ドロップ

フィルタで条件を設定

ページパス+クエリ文字列	+表示回数	セッション	総ユーザー数	新規ユーザー数	遷移率	離脱数	コンバージョン	セッションのコンバージョン率
合計	44,490 全体の100%	31,150 全体の100%	22,266 全体の100%	20,747 全体の100%	26.65% 平均の66.2%	26,845 全体の100%	3,523 全体の100%	7.92% 全体の100%
1 /	6,319	5,842	4,098	3,404	25.3%	2,804	1	0.02%
2 /aboutus/profile.html	2,736	2,575	1,981	670	67.73%	1,507	0	0%
3 /ga4_us_difference-7532	2,328	2,593	1,635	1,392	27.45%	2,006	2	0.08%
4 /affiliate-advertising-355	1,488	1,672	1,320	1,249	22.13%	1,401	3	0.18%
5 /marketresearch-2021-6717	1,070	711	573	554	17.58%	638	0	0%
6 /url-parameters-4673	959	1,068	860	770	24.81%	890	2	0.19%
7 /tag-1-4470	952	1,051	818	741	21.79%	852	3	0.29%
8 /aboutus/	875	718	572	52	90.11%	187	0	0%
9 /graduate/	868	691	500	164	66.43%	228	0	0%
10 /recruit/	838	746	578	153	74.92%	127	0	0%

※探索レポートの仕様上、計測から14か月間データに閲覧が制限されます

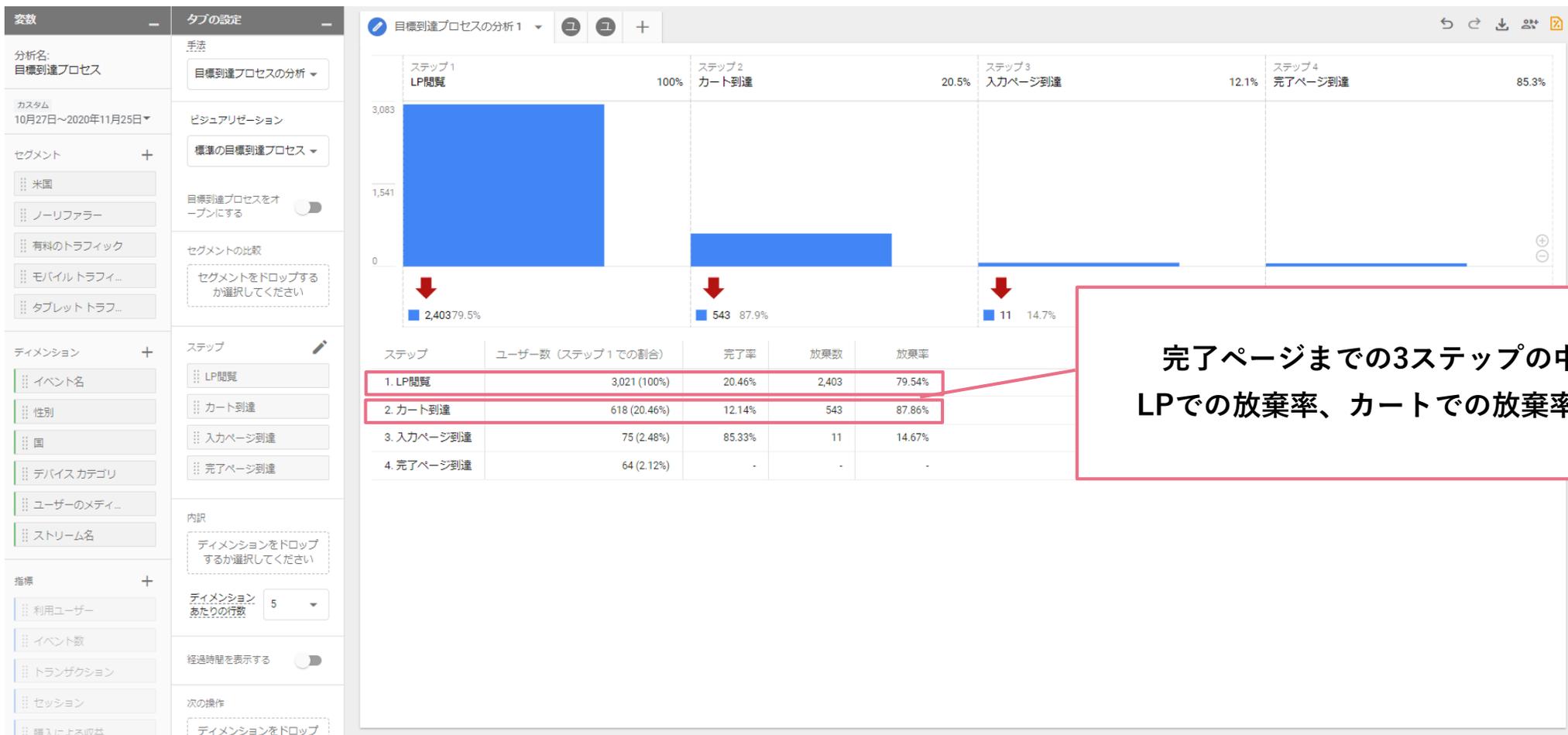
例：ランディングページ × 参照元/メディア ごとのセッション数、直帰率、コンバージョン数を見るレポート

自由形式 2

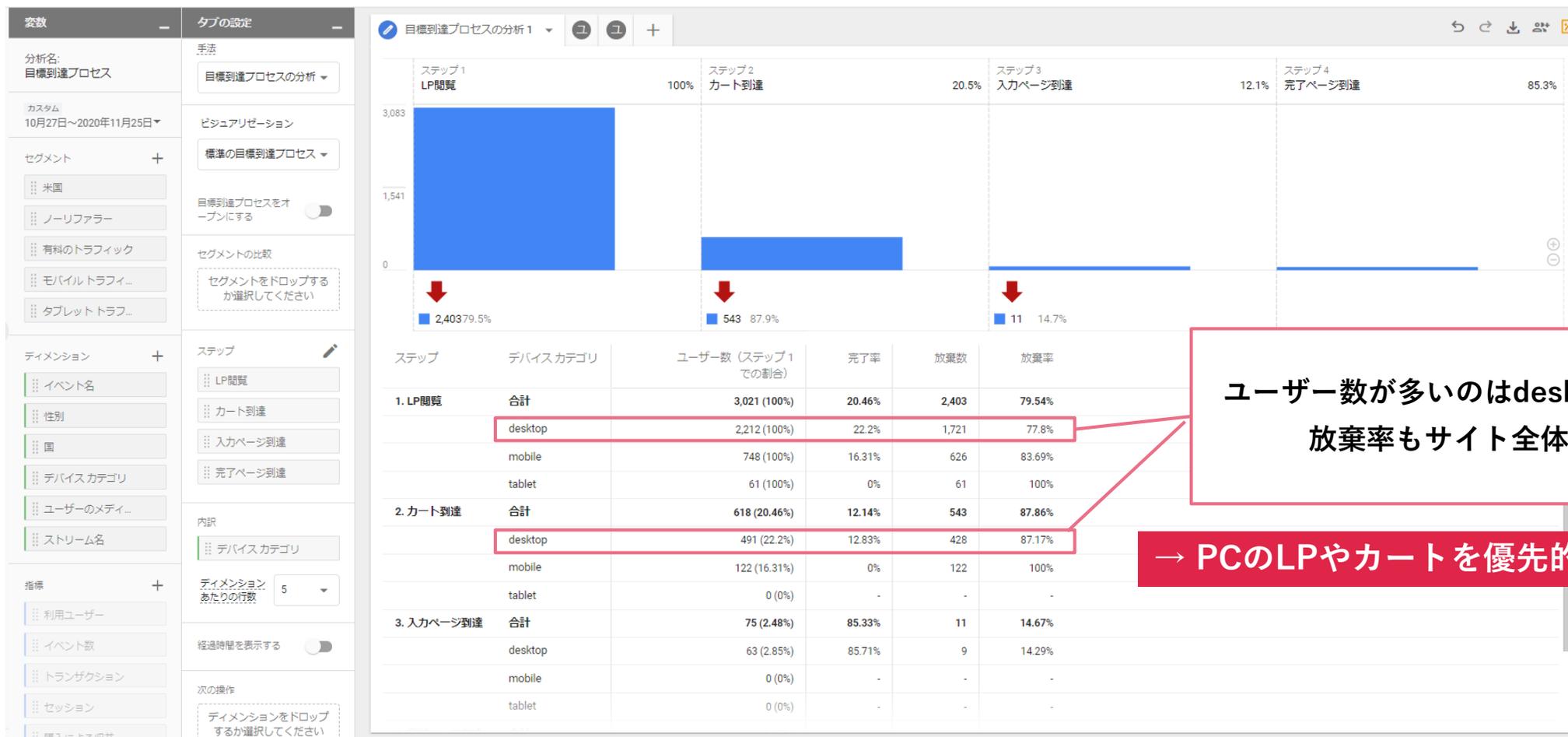
ランディングページ+クエリ文字列	セッションの参照元 / メディア	セッションの Google 広告キャンペーン	セッション	直帰率	平均セッション継続時間	コンバージョン
合計			4,393 全体の 100%	13.64% 平均との差 0%	4 分 23 秒 平均との差 0%	116 全体の 100%
1 /	google / organic	(not set)	484	9.09%	6 分 44 秒	37
2 /ga4_ua_difference-7532	google / organic	(not set)	273	6.96%	4 分 23 秒	1
3 /affiliate-advertising-355	google / organic	(not set)	169	3.55%	3 分 34 秒	0
4 /url-parameters-4673	google / organic	(not set)	161	12.42%	3 分 41 秒	0
5 /	(direct) / (none)	(not set)	153	26.8%	5 分 45 秒	14
6 /gtag-1-4470	google / organic	(not set)	144	15.97%	3 分 13 秒	0
7 /aboutus/profile.html	google / organic	(not set)	93	15.05%	5 分 40 秒	6
8 /flatdesign-2762	google / organic	(not set)	70	7.14%	2 分 49 秒	0
9 /lp/ga4/	ref / referral	(not set)	68	17.65%	4 分 05 秒	2
10 /marketreserch-2021-6717	google / organic	(not set)	66	9.09%	3 分 09 秒	0
11 /ftp-update-6777	google / organic	(not set)	62	4.84%	4 分 30 秒	0
12 /heuristic-analysis-777	google / organic	(not set)	61	9.84%	2 分 35 秒	0
13 /quality-score-186	google / organic	(not set)	52	11.54%	2 分 41 秒	0
14 /universaldesign-3484	google / organic	(not set)	49	12.24%	2 分 52 秒	1
15 /adobe-analytics-report-2-29...	google / organic	(not set)	47	6.38%	4 分 15 秒	0
16 /microsoft_advertising-7805	google / organic	(not set)	42	4.76%	4 分 44 秒	0
17 /	bing / organic	(not set)	36	2.78%	7 分 08 秒	5
18 /ga360-6160	google / organic	(not set)	36	2.78%	2 分 54 秒	0
19 /qualitative-survey-6498	google / organic	(not set)	33	12.12%	1 分 34 秒	0
20 /dsp_mechanism-276	google / organic	(not set)	30	0%	3 分 40 秒	0
21 /recruit/	google / organic	(not set)	28	7.14%	4 分 24 秒	0
22 /ga4_ua_difference-7532	(direct) / (none)	(not set)	27	18.52%	3 分 05 秒	0
23 /gtm-3431	google / organic	(not set)	27	22.22%	4 分 12 秒	0
24 /responsive-design-575	google / organic	(not set)	27	22.22%	0 分 41 秒	0
25 /tiktok_ads-6734	google / organic	(not set)	26	3.85%	3 分 26 秒	0

目標到達プロセスレポート

目標に到達するまでの主要ステップ間のボトルネックを発見できる



さらに、デバイスごとなどの掛け合わせ条件を付与してボトルネックを発見できる



ユーザー数が多いのはdesktopであり、
放棄率もサイト全体と同じ

→ PCのLPやカートを優先的に改善する



03

Google Looker Studio



GA4のデータを見る方法

01

GA4管理画面（基本レポート・探索レポート）

GA4導入時に標準提供されている管理画面で、GA4の各種データを確認することができます



02

GA4 → BigQuery → Google Looker Studio

GA4のデータをBigQueryに連携したうえで、BigQuery上のデータをGoogle Looker StudioなどのBIツールで確認することができます



Google BigQuery



Google Looker Studio

03

GA4 → Google Looker Studio

GA4のデータをGoogle Looker Studioに直接連携してデータを確認することができます
ただし、リクエスト制限が厳しく運用には不向き。



Google Looker Studio

※Googleデータポータルは2022年10月に「**Google Looker Studio**」に名称変更しました

GA4のBigQuery連携機能

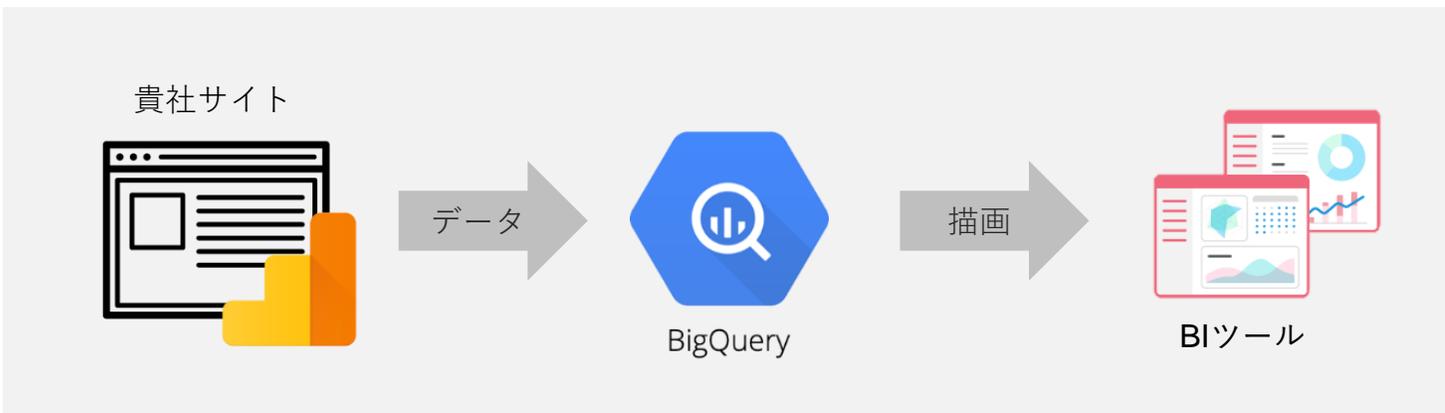
UAでは有償版でしか利用できなかったBigQueryへのデータ連携機能が、GA4では無償版でも利用可能になりました。

GA4管理画面でのレポートिंग



- ・ 14ヶ月以上のデータは一部のレポートでは閲覧が不可
- ・ UAと指標やデータ集計方法が異なる

BigQueryを活用したレポートिंग

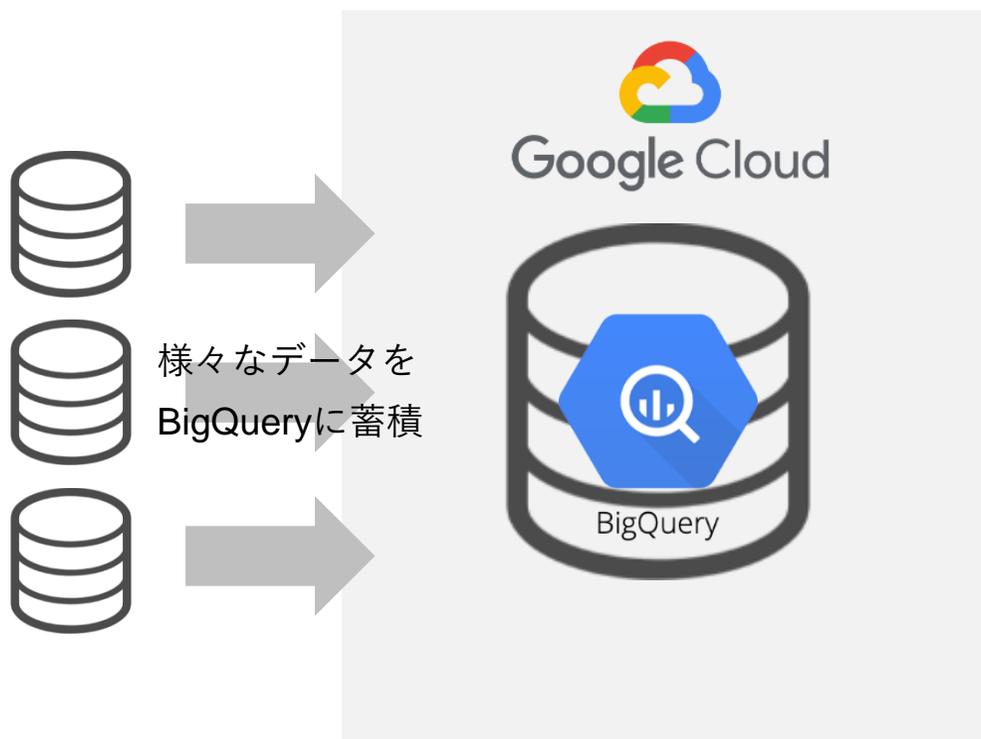


GA4の生のログデータを全てBigQueryに蓄積できるため、

- ・ 過去のデータを期間の制約が表示可能
- ・ サンプルングなどの制限も受けない
- ・ UAにある程度合わせた形で自由に表示できる

BigQueryとは

Google BigQueryは、Googleクラウドで提供されるデータウェアハウスで、ビッグデータを超高速で解析することができるサービス。



BigQueryの管理コンソール

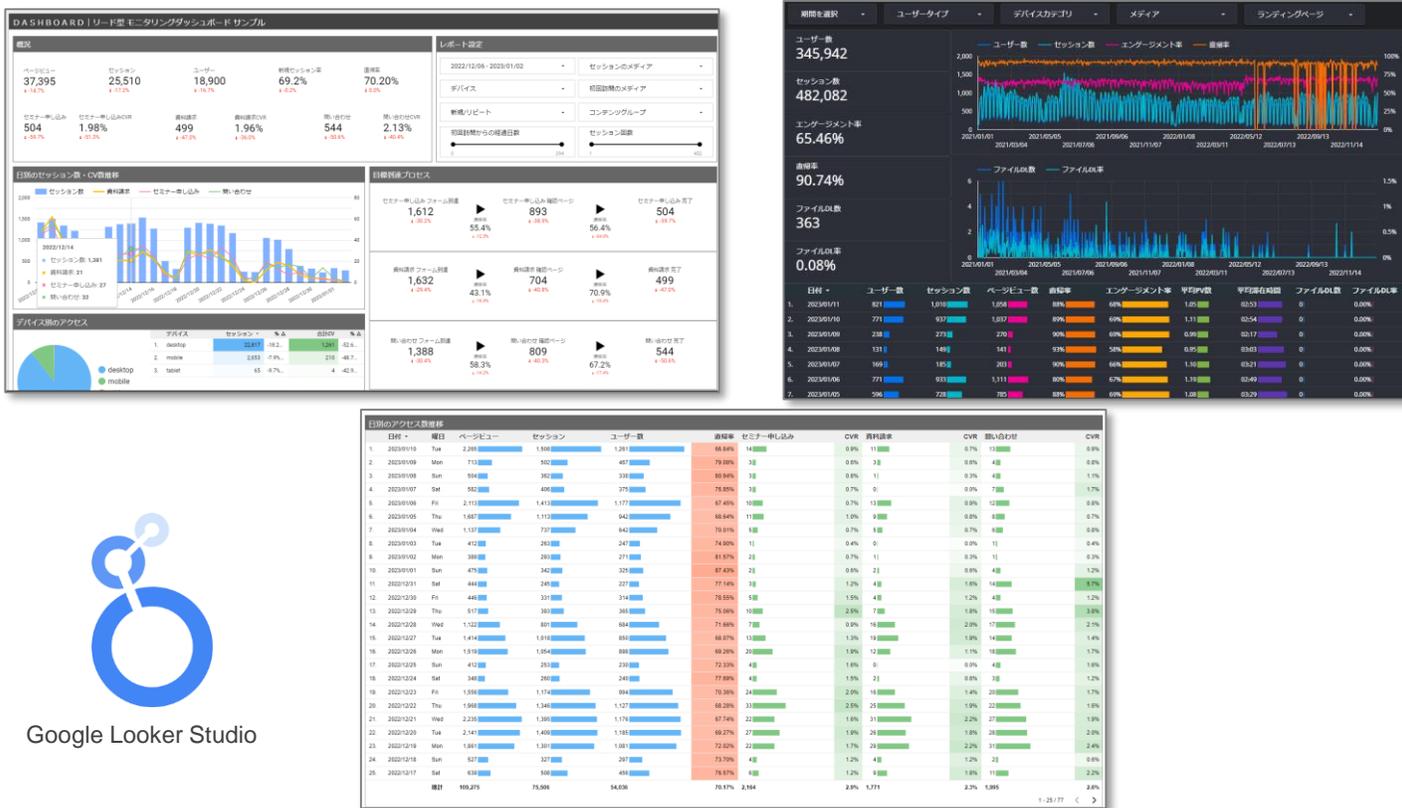
フィールド名	種類	モード	照合	デフォルト値	ポリシータグ	説明
event_date	STRING	NULLABLE				
event_timestamp	INTEGER	NULLABLE				
event_name	STRING	NULLABLE				
event_params	RECORD	REPEATED				
event_previous_timestamp	INTEGER	NULLABLE				
event_value_in_usd	FLOAT	NULLABLE				
event_bundle_sequence_id	INTEGER	NULLABLE				
event_server_timestamp_offset	INTEGER	NULLABLE				
user_id	STRING	NULLABLE				
user_pseudo_id	STRING	NULLABLE				
privacy_info	RECORD	NULLABLE				

Google Looker Studio (Google データポータル) とは

Google Looker Studio (旧名称Google データポータル) とは、
Googleが提供する完全クラウドベースのBIツールです。

様々なデータソースへの接続、ビジュアル機能、SaaSならではの容易なレポートの共有や共同作業が可能。
特にGoogleプロダクトとの親和性は高く、BigQueryのデータを読み込んだダッシュボード構築が行いやすい。

表示例



データソースへの接続

データのレポートへの追加

データに接続 マイデータソース

検索

Google Connectors (24)
Connectors built and supported by Looker Studio 詳細

- Looker [プレビュー]
- Google アナリティクス (highlighted with a red box)
- Google 広告
- Google スプレッドシート
- BigQuery (highlighted with a red box)
- AppSheet
- Amazon Redshift
- Cloud Spanner
- Cloud SQL for MySQL
- Google Cloud Storage
- Google アド マネージャー ...
- Google サーチ

BigQuery × Google Looker Studioの導入準備

Googleクラウド・BigQueryの登録やSQLでのデータ加工編集のためシステムの知識が必須。
Google Looker Studioでのページ作成編集も慣れが必要。



望ましいダッシュボードとは

ダッシュボードに求められるもの

- ・ 手間をかけずに閲覧できる
- ・ KPIとすべき重要な指標がさっと確認できる
- ・ サイトのビジネスモデルに合っている

リード系サイト



- ・ 全体概況
- ・ 日別
- ・ 月別
- ・ 流入元
- ・ キャンペーン
- ・ ランディングページ
- ・ ページ

EC系サイト



- ・ 全体概況
- ・ 日別
- ・ 月別
- ・ 流入元
- ・ ランディングページ
- ・ ページ
- ・ Eコマース（商品）
- ・ ライフタイムバリュー

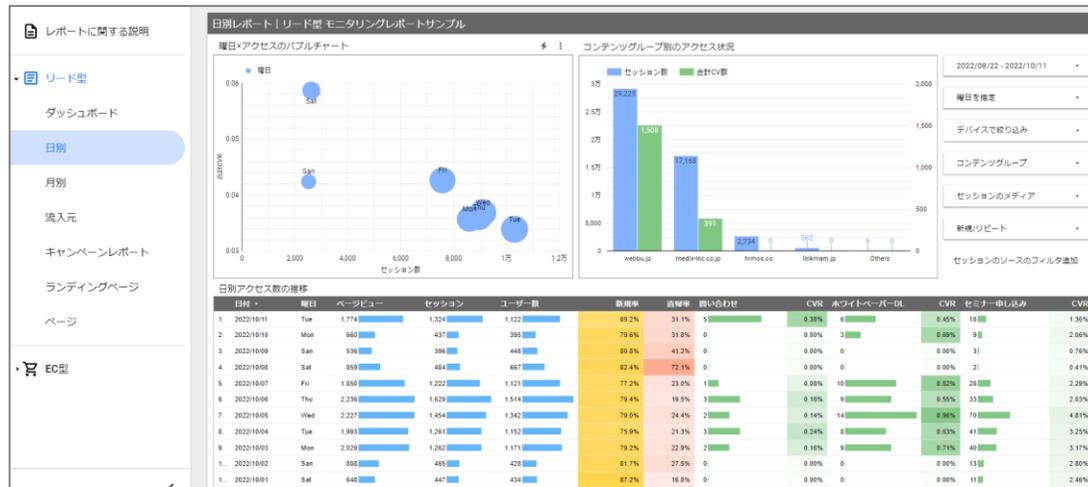
リード系ダッシュボードー1

P42~45はGLSで描画できるレポートのイメージです。メディックスモニタリングダッシュボードとしてご提供しています。

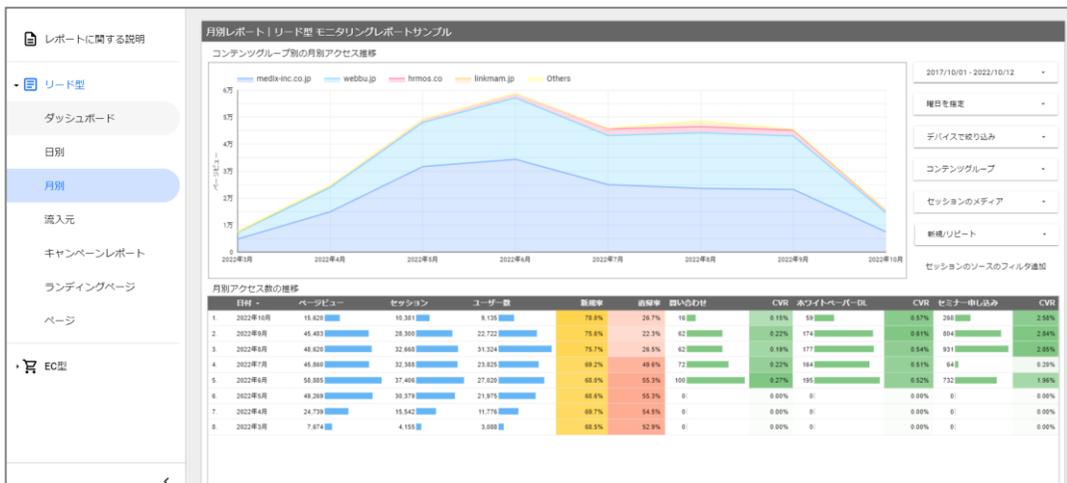
① 概況 (ダッシュボード)



② 日別



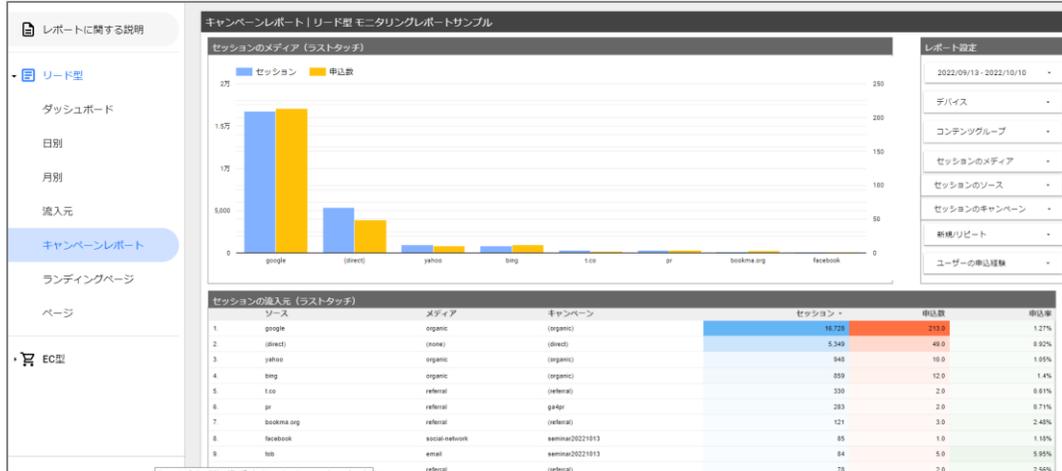
③ 月別



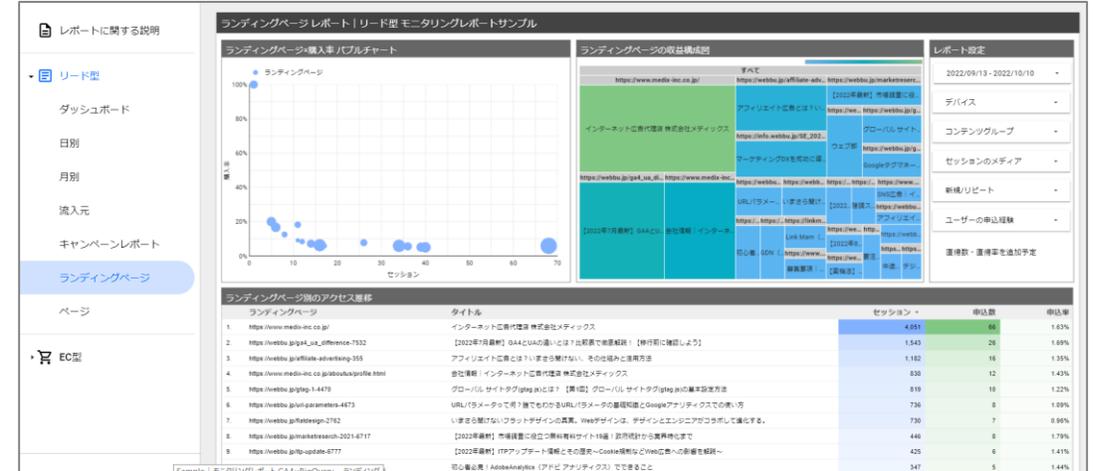
④ 流入元



⑤ キャンペーンレポート



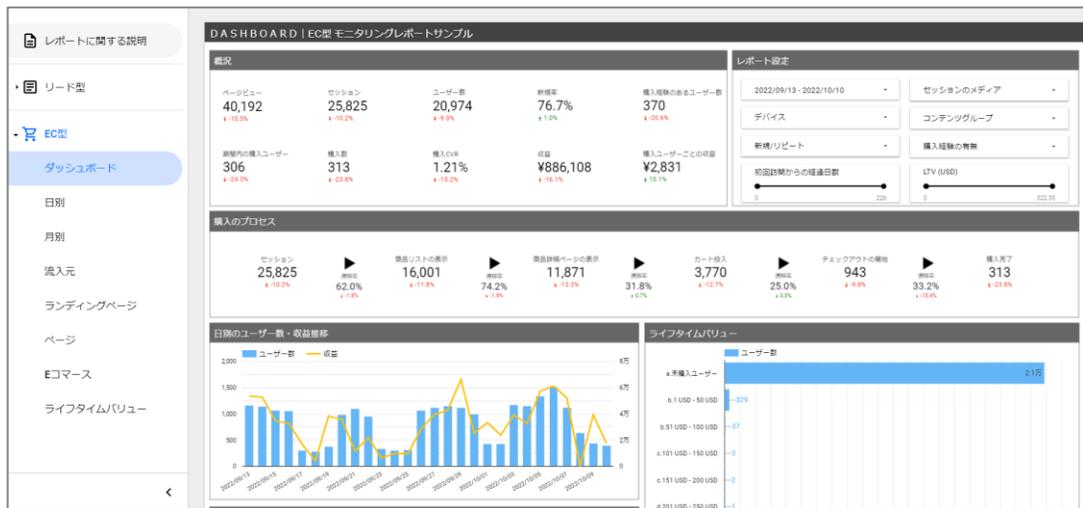
⑥ ランディングページ



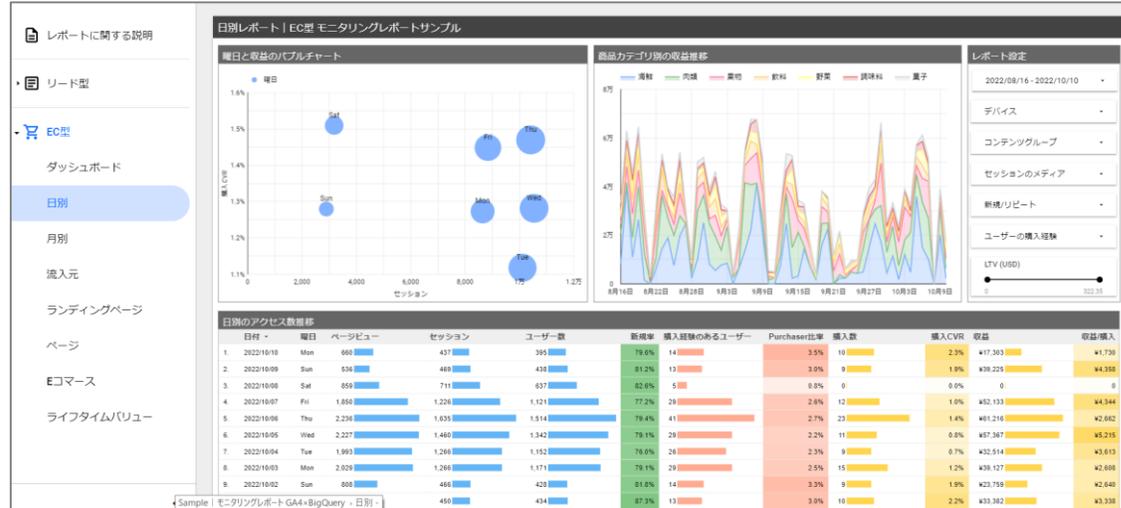
⑦ ページ



① 概況 (ダッシュボード)



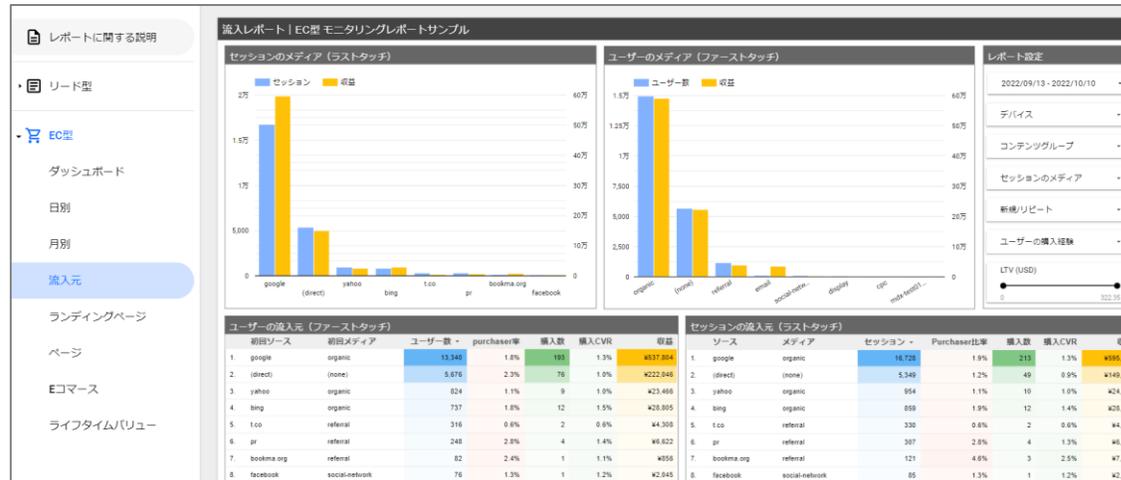
② 日別



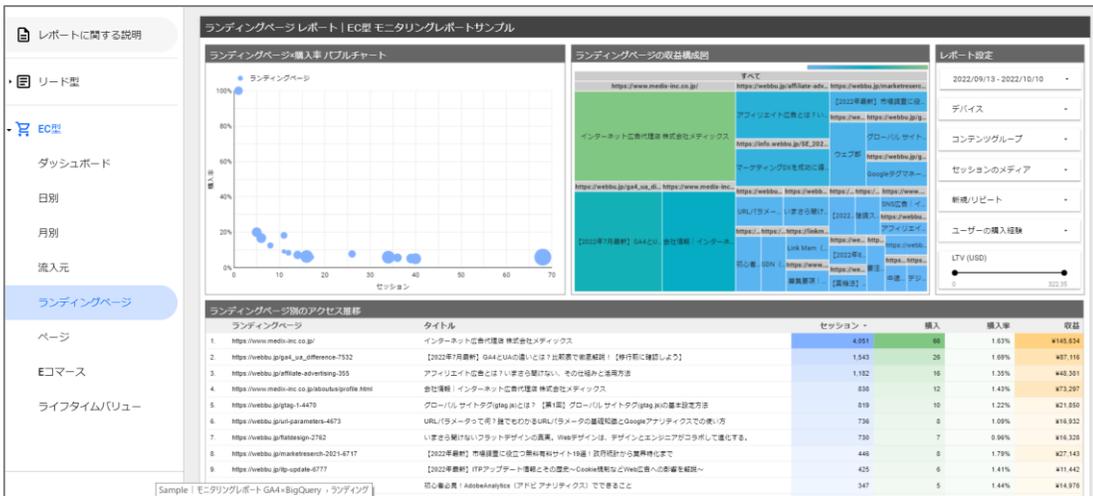
③ 月別



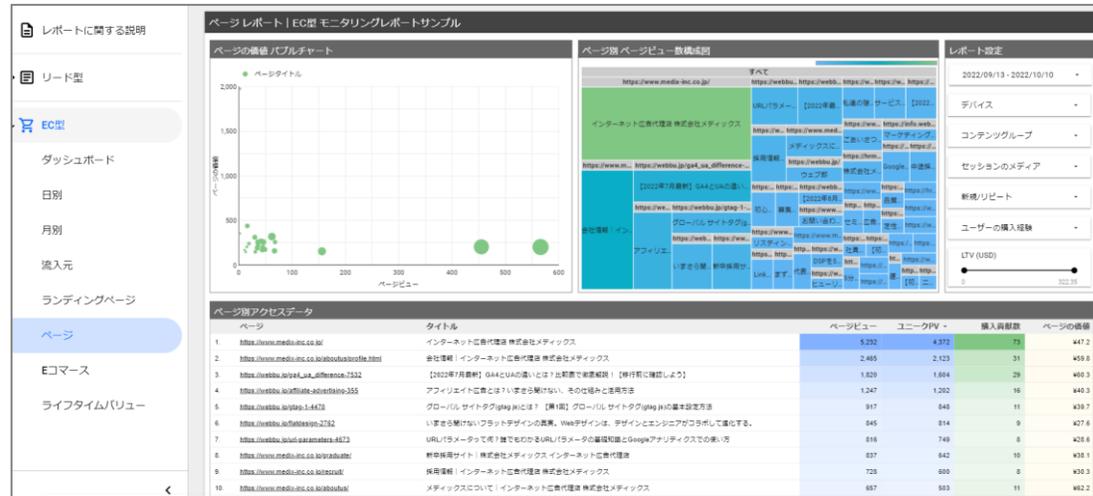
④ 流入元



⑤ ランディングページ



⑥ ページ



⑦ Eコマース

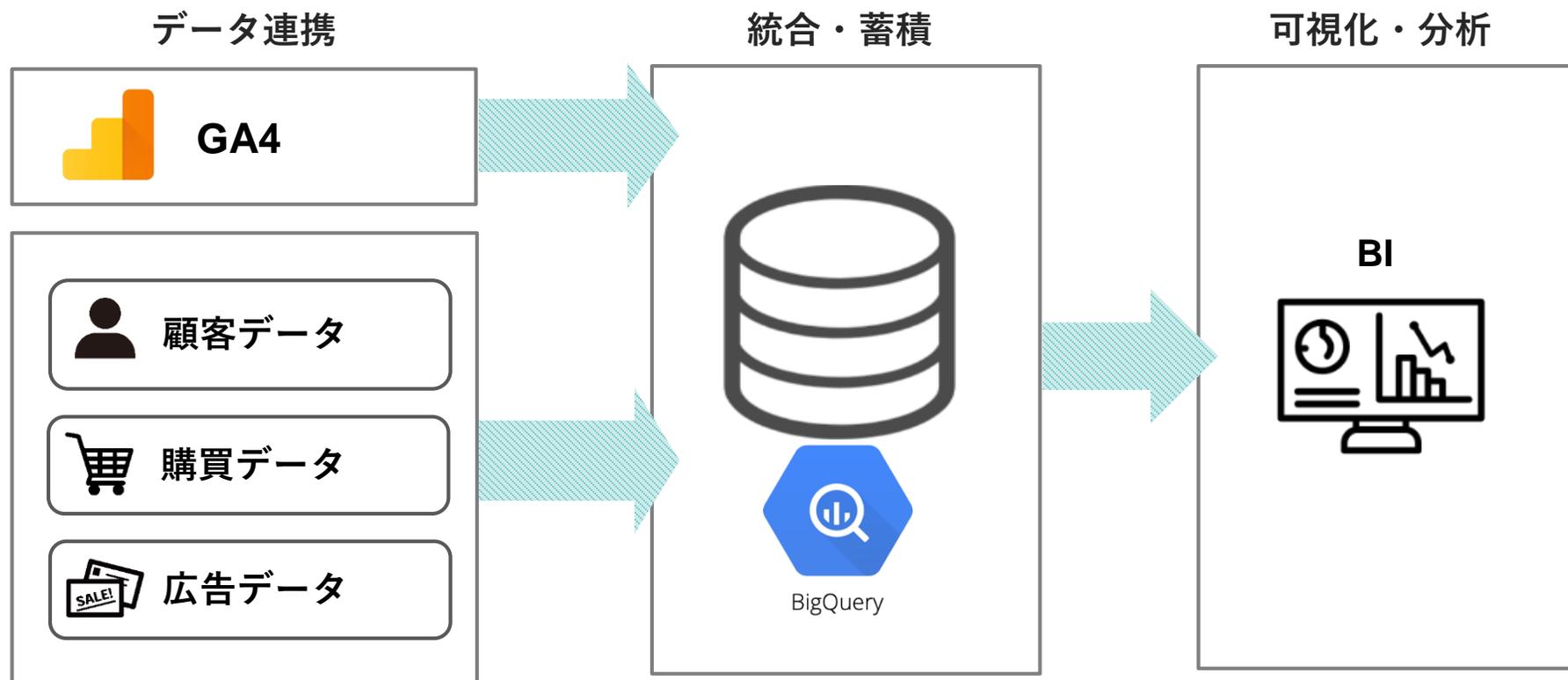


⑧ ライフタイムバリュー



GA4 × BigQueryから始める1stPartyデータ活用

GA4データをBQに連携したら、次のステップとしてさらに 購買・顧客データなどの基幹データ 広告やCRMなどのマーケティング施策データを連携し、データ統合基盤として活用することで、1stPartyデータを活用したマーケティングを実現できます





04

メディックスについて



メディックスについて

M E D I X

株式会社メディックス (Medix Inc.)

設立：1984年3月

代表取締役：田中 正則

資本金：7,580万円

従業員数：312名 (2022年4月現在)

売上高：143.9億円 (2022年3月実績)

所在地：東京都千代田区神田神保町1丁目105 神保町三井ビル19F

事業内容：デジタルマーケティングの総合コンサルティング

運用型広告**20**年

運用アカウント数**500**以上

顧客リピート率**90**%以上

主要媒体認定資格



Premier Google Partner



Yahoo!マーケティングソリューション
4つ星セールspartner



Criteo Certified Partners
SILVER



Indeed認定パートナー
SILVER



LINE Biz Partner Program
『Sales Partner』認定



Meta Business Partners
(FaceBook・Instagram)



Twitter
認定代理店

その他認定資格



Google アナリティクス
認定パートナー



ADEBIS PARTNER
GOLD



Adobe Digital Marketing Cloud
ソリューションパートナー



ITmedia



KARTE Partner Accelerate Program
Official Partner



Marketo サービスパートナー
STANDARD



Salesforce認定
コンサルティングパートナー



HubSpot認定パートナー

(億円)



メディックスのサービス領域

デジタルマーケティングの総合コンサルティングとして幅広いサービスを提供

Promotion



- リスティング
- DSP
- SNS広告
- ペイドメディア
- リターゲティング
- レコメンド
- SEO対策

Creative



- ランディングページ
- ホワイトペーパー
- 事例コンテンツ
- ビジネスブログ
- コラム記事
- サイト制作

Analytics



- GoogleAnalytics
- Adobe Analytics
- ヒートマップ分析
- モニタリングレポート
- 分析レポート
- 講習会
- BI構築

CRM



- 導入支援
- 設定代行
- コンテンツ設計
- 活用コンサルティング
- 運用アウトソーシング

DX



- M-Data
- 統合環境構築支援
- ダッシュボード作成
- 顧客データ分析
- AI/ML
- KARTE導入運用支援

マーケティングDXを
ワンストップで支援

マーケティングデザインユニット

GA4導入・運用支援サービス



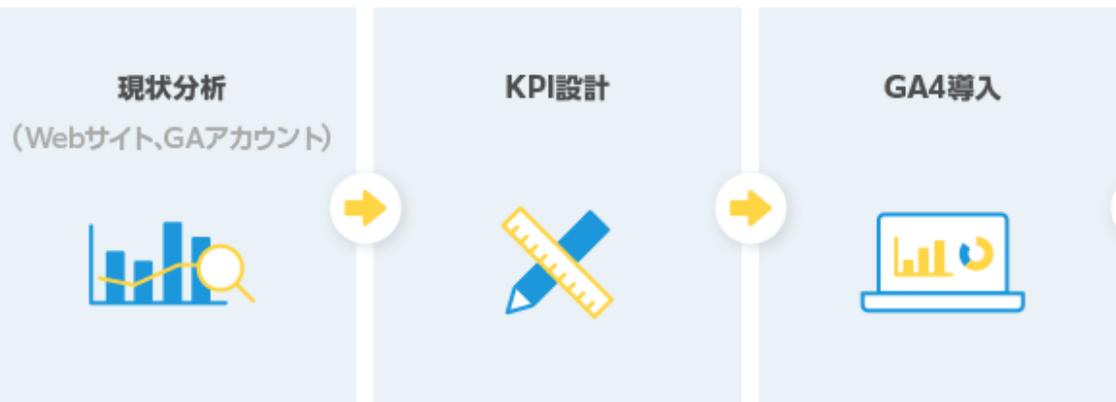
メディックスでは、クライアントの課題に合わせ、解析ツールの導入からアクションへつなげる運用まで体系的なサービスを提供しています

✓ 導入からデータの活用・改善まで 一気通貫で伴走しながらサポートしてほしい

- ✓ 自社で導入したが、正しく設定できているか不安…
- ✓ 設定したはずのコンバージョンが取れていない…

- ✓ レポート作成のノウハウやリソースが無い…
- ✓ データはあるけど、分析や改善のために使いこなせていない…
- ✓ いずれ自社でレポート・分析・改善のPDCAを回したい

導入支援



運用支援



KPI設計・GA4導入

分析環境構築

分析・課題の発見

GA4 導入・設計

GA4移行は
お早めに!

2023年7月から
UAはデータ取得が停止されます

さらに、2023年12月以降には過去データの閲覧も
できなくなることが発表されています。



お客様の課題やビジネスに合わせて
計測のKPI設計から実装を行います

GA4
基本設定BigQuery
連携UAデータ
バック
アップ

広告連携



このようなお悩みもぜひご相談ください

出来る限りUAの設定を踏襲したい

設定したものの不十分・設計に不安がある

ビジネスゴールの達成に向けて運用支援してほしい

GA4モニタリングダッシュボード

データの蓄積にとどまらず、
可視化して課題の発見へ

GA4のデータを BigQuery を介して
Looker Studio でダッシュボード化。
定常的に確認したい指標を可視化し、
PDCAを回しやすい環境を構築できます。



サンプリング・しきい値などの影響を
受けないため精緻なデータを閲覧できる

UAの頃のような感覚でGA4レポートを閲覧できる

ECサイト、BtoBリード系サイトに適したテンプレ
ートレポートを標準装備

深堀分析

より深くデータを掘り下げ
課題解決へ導く

定点観測だけでは見えてこない
仮説立案と、検証のための分析を行います



サイトの課題を浮き彫りにし
具体的な改善策を提示するので効果改善に直結

CVRの高い
コンテンツ配置

認知施策と
CVの相関

コラムの
CV貢献度

内製化支援



改善活動支援・内製化支援

GA4 講習会

GA4の基礎からレポートの見方まで
ハンズオン形式で実践的に学ぶ



到達したいレベルや受講目的から
個社のニーズに合った最適な講座をプランニング

概要・基本操作

BigQuery等周辺サービス

標準レポートの使い方

探索レポートの使い方

具体活用方法

ケーススタディ



このような課題もぜひご相談ください

メンバーのGA4活用レベルを底上げしたい

社内にGA4を活用した分析・改善の文化を作りたい

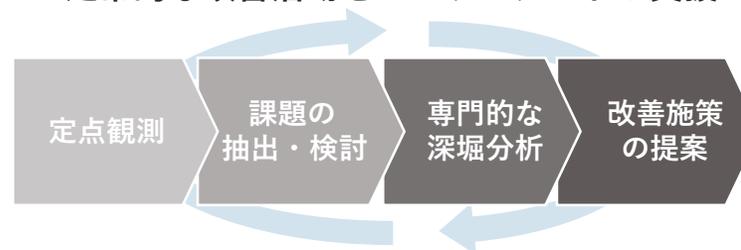
スキル習得のため講習会だけ依頼したい

GA4 運用支援

分析・課題の抽出・改善活動
といったGA4の運用を伴走支援



一度のPDCAで終わらせない
定常的な改善活動をコンサルタントが支援



効果改善に直結する具体的な課題を抽出できた

自分たちでGA4でレポートを見て
課題に気づけるようになった社内で体制を組み、
サイト改善をするフローができた

GA4ヘルプデスク

GA4のあらゆるお問い合わせに対し
GA4専門コンサルタントが回答



運用における日々の疑問を迅速に解決

管理画面でよくわからないエラーが出た...

欲しいデータの抽出方法がわからない...

GA4の知識が浅い社内組織からの
問い合わせ窓口になってほしい...チケット制や
月間時間制で
対応可能ミーティング
メール・チャット
で個社毎に対応

Google Analytics4 アカウント無料診断

導入実績
約90社

GA4の設定・計測に問題はありませんか？

アナリストが貴社GA4アカウントを
無償で診断するキャンペーンです

- 設定したはずが計測がされていない...
- 前任者が辞めてしまい、設定状況がわからない...
- 自社で設定したので、正しい設定か不安...

GA4を導入する企業が増えている中で、設定状況に関する課題をご相談いただく機会が増えています。メディックスでは、**GA4導入90社の実績による経験**から貴社に最適な設定をご提案いたします。

No.	項目	内容	詳細	判定
1	システムメンテナンス	サイトIDの取得	問い合わせやアンケートの取得が企業情報に取得	○
2	企業情報の取得	UAでは、現在	UAでは、現在	○
3	その他属性の取得	フォームに入力したユーザーID	その他属性の取得	×
4	システム連携	各CV	GA4設置済みのシステム連携	×
5	イベント	エラーハンドリング	GA4設置済みのシステム連携	×
6	その他システム連携	各CV	GA4設置済みのシステム連携	×

No.	項目	内容	詳細	判定
1	データ保持期間	14ヶ月	最大期間となっておりますが問題ありません	○
2	内部アクセス除外	なし	自社内からのアクセスを除外していません	×
3	Cookie追跡除外	なし	Cookie追跡以外のデータも取得しています	×
4	Googleタグ	ON	Googleによる追跡された属性データが取得・利用できない状態です	×
5	レポート関連設定	ハイブリッド	Google Analyticsを使用するユーザーが設定が行われており、レポートに正しいデータが取得されます	△
6	Google広告とのリンク	OFF	広告アカウントにリンクしてありません	△
7	サードパーティとのリンク	ON	連携しておりますが、レポート設定が行われていないようです	△
8	各システムとのリンク	OFF	長期間に渡るデータ保存ができていない状態です	×

無料オンデマンド動画

大好評のGA4ウェビナーをオンデマンド動画で配信
視聴申し込み後いつでもご覧いただけます
動画視聴後のアンケート回答で資料も贈呈中

180人超のお申込みとなり、
たいへん好評いただいたウェビナーです

ウェビナーアーカイブ公開

GA4 管理画面レポートと Google データポータル

GA4の2つのレポート方法を徹底解説

1/19 ONLINE 14:00-15:00

マーケティングデザインユニット
次巻 近藤 亮

マーケティングデザインユニット
DX推進プロデューサー 齋藤 寛士

管理画面を操作しながら理解する

アーカイブ動画視聴

GA4ウェビナー | 入門編

メリット・UAとの違いから
導入時の注意点まで一挙に解説

あるあるミス満載のGA4設定にならないために

アーカイブ動画視聴

GA4ウェビナー | 中級編

特に間違いやすい
10のポイントを徹底解説

UAで見えていたレポート、GA4だとどうなるの？

アーカイブ動画視聴

GA4ウェビナー | 応用編

UAとGA4のレポートの違い
新機能を徹底解説

現状の課題をお聞きした上で
最適なプランをご提案いたします。
まずはお気軽にご相談くださいませ。

▽ メディックスのGA4の導入・活用支援サービス



medix

株式会社メディックス

〒101-0051

東京都千代田区神田神保町一丁目105番地

神保町三井ビルディング19階

TEL：03-5280-9476 FAX：03-5280-9480

<https://www.medix-inc.co.jp>

md_info@medix-inc.co.jp

Thank you.