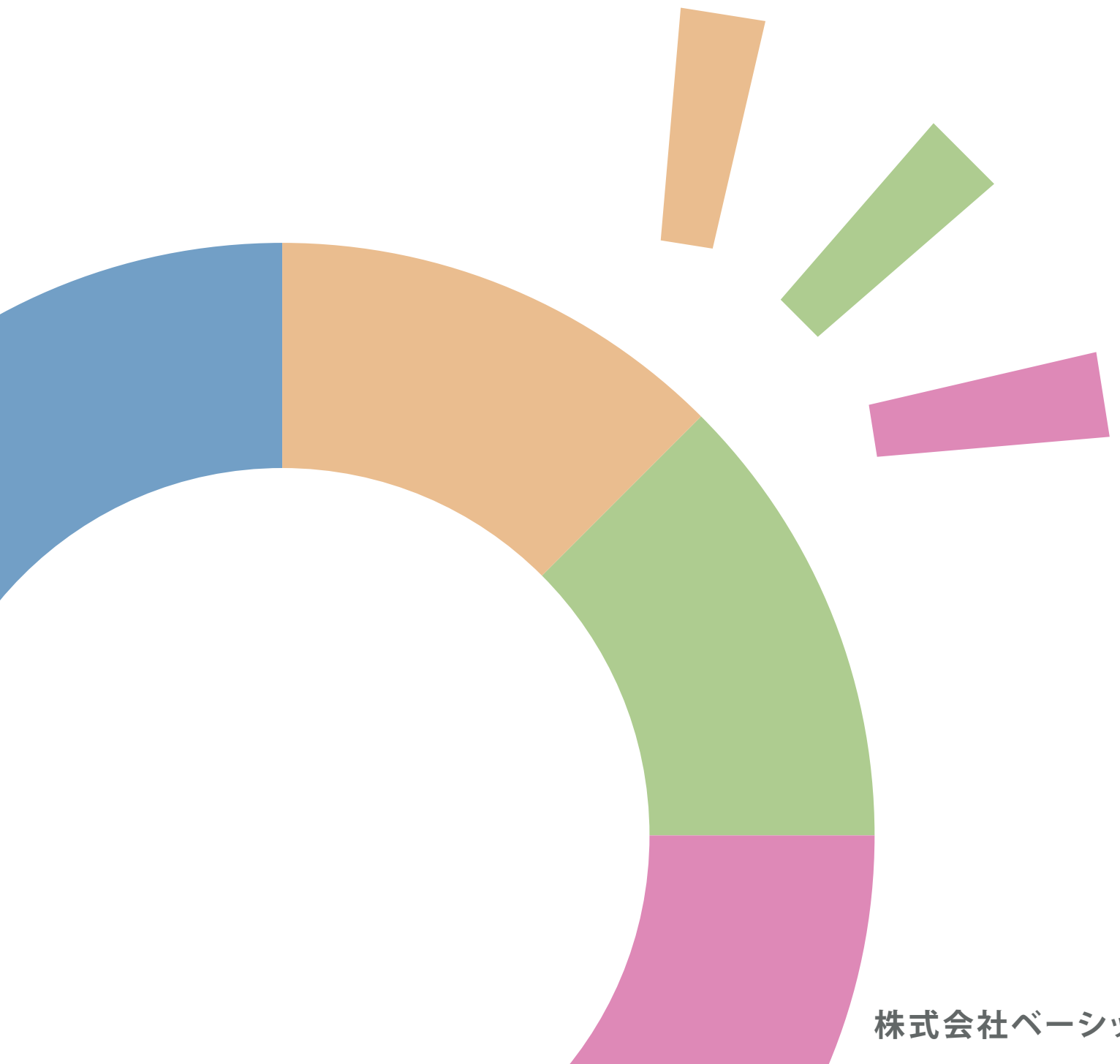


Googleアナリティクスで はじめるアクセス解析はじめての一步





目次

はじめに

第1章 アクセス解析とは

第2章 Googleアナリティクスとは

第3章 Googleアナリティクスで覚えるべき用語

第4章 Googleアナリティクスの導入方法

第5章 Googleアナリティクスで見るべき指標とその見方

おわりに～最後までお読みいただきありがとうございます

GoogleアナリティクスはGoogleが提供するアクセス解析ツールです。2009年にGoogleから公開されて以来、瞬く間に広がりました。当時、アクセス解析ツールといえば数十万円かかるのが当たり前だった時代に無料で公開されたというインパクトは相当なものでした。現在では国内上場企業の半数以上が利用しているという調査もあるくらいポピュラーなツールとなっています。

本書を手にした皆さまは、Googleアナリティクスに関して何かしらの課題感を感じていたり、興味をお持ちの方だと思います。アクセス解析というと難解なイメージがあるかもしれませんが、実際に高度な解析をする場合には複雑な手順を踏む必要があることも事実ですが、必要最低限の解析のために必要なポイントは案外少なく、シンプルなものです。

今回はGoogleアナリティクス入門者や初心者の方に向けて、導入方法からセットアップ方法、見るべき指標とその見方/操作方法を解説し、必要最低限のアクセス解析を行えるようになるところまでを目指します。

お問い合わせはこちら

<https://ferret-one.com/contact>

▶アクセス解析とは

Googleアナリティクスの具体的な話に入る前に、アクセス解析全般について簡単にご説明します。

ホームページのアクセス状況を記録・集計し、ユーザーの利用状況や傾向を分析する行為をさします。それらを行う統計分析ツールが無料もしくは安価で普及したことにより注目されるようになりました。ホームページの分析をして、その後のリニューアルや日々の運営に役立て、ネットマーケティングの効率的な運営を目指すものです。

アクセス解析の利用イメージ

Googleアナリティクスなどアクセス解析ツールをホームページに導入し、データを記録・集計、次の一手を考えることに役立てる、という流れです。自動車の運転で言えば、スピードメーターを見ながら運転をするようなもので、とても当たり前のことと言えるでしょう。ホームページのリニューアルをした、これくらいのアクセスがあった、しかしほとんど売り上げが無かった、おかしいな、もっとWebでの露出を増やさなきゃ、というくらいホームページ運営において自然に使われるもの、それがアクセス解析ツールなのです。

使わないのはメーターの無い自動車に乗るようなもの

ホームページは実際に目に見えませんので、それらの数字が直接的にはわかりませんよね。ここがネットマーケティングの難しいところです。しかし、その数字を視覚化しビジネスに役立てることは、前述のように自動車のスピードメーターを見ることと同じくらい大切です。スピードの出しすぎをしないためにスピードメーターを見ます。それと同じように、例えばホームページの売り上げが下がっている、そのことを早めに察知するためにアクセス解析ツールを見る、というイメージです。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

▶Googleアナリティクスとは

GoogleアナリティクスはGoogleが提供する無料のアクセス解析ツールです。Googleに登録し、アナリティクスに登録し、計測するページにタグを埋め込むだけで、すぐに使えます。高機能かつ多機能で、ホームページのアクセス状況を調べたり分析したりできるため、今やホームページ運営になくてはならないツールの定番といえます。

ではなぜこのような強力なツールをGoogleは無料で公開しているのでしょうか？

Googleアナリティクスが無料で使える理由

Googleがこのような強力なツールを無料で公開している理由、それは、多くのホームページで、運営が効率化され魅力的な情報を発信されれば、インターネットというツールの魅力も増し利用者も増えるだろうと考えられるからです。そうすることで、Googleの主力商品であるインターネット広告が見られる機会が増える、と考えられています。

※Googleの主なビジネスは、インターネット利用者に配信する広告なのです。

つまり、インターネット利用者が増えなければ、彼らのビジネスもうまくまわらないため、お互いにメリットがあるということなのです。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

▶Googleアナリティクスで覚えるべき用語

Googleアナリティクスを使う上で、必ず知っておくべき用語について解説します。
見慣れない言葉も多いかもしれませんが、10個程度ですので、恐れず読んでみてください。

Impression（インプレッション）

広告が表示された回数を指します。

※厳密に言えば広告がサーバーから呼び出された回数なのですが、今回は簡略化するため、このような定義とします。

Click

対象の画像やリンク等がクリックされた回数を指します。Googleアナリティクス上では「クリック数」と表現されます。

ユーザーが自社ホームページに訪れるきっかけとなるアクションの数になります。

CTR

クリックスルーレート（Click Through Rate）の頭文字を取ったもので、日本語では「クリック率」と表現されます。

計算式としては、 $CTR = \text{Click} \div \text{Impression}$ で算出されます。

Session

日本語では「訪問数」、Googleアナリティクス上では「セッション数」と表現されます。
自社ホームページに来てから他のホームページなどに去る、一連の行動をさします。
一般的にはアクセス数と呼ばれることが多いです。

PV

ページビュー（Page View）の頭文字を取ったものがPVです。

ホームページに来たユーザーが閲覧したページの数指します。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみただ
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

▶Googleアナリティクスで覚えるべき用語

Landing Page

ホームページに訪れた際、最初に読まれたページそのものを指します。例としては「弊社のホームページで最も多くランディングするページはトップページだ（うちはトップページから見始められることが最も多い）」といった使い方をします。

CV

ホームページの目的として設定するゴールのこと。Googleアナリティクス上では「目標」と表現されます。例えば、ネットショップで言えば購入完了、会員制のホームページの場合は会員登録など。購入完了1回でコンバージョン数1件（目標完了数1）といった使われ方をします。

CVR

ホームページへのアクセス数（セッション数）を分母として、どのくらいの割合でゴールしてくれたのかを表す指標です。

計算式としては、 $CVR=CV\div Session$ で算出されます。

この割合が高ければ高いほど、より効率的に成果を上げているホームページだと言えます。

離脱・直帰

ホームページから離れて他のホームページ等に移ってしまう行為を離脱、ホームページを「1ページだけ見て」すぐに他のホームページ等に移ってしまう行為を直帰、といいます。ホームページの直帰率が高ければほとんど1ページしか見られていないということになります。一度のアクセスで多くのページを読んでほしい場合などは、この直帰率が高いと問題だと言えます。離脱については、ショッピングカートのページなど、明らかに離脱してほしいページなどを見つけ修正することで、成果を挙げる効率を改善することもできます。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

▶Googleアナリティクスで覚えるべき用語

トラッキングコード

Googleアナリティクスは、あなたのホームページのアクセス状況を、逐一Googleのサーバーに送信し蓄積してくれます。そのために動作させるプログラムがトラッキングコードです。これが適切に組み込まれていないと、計測はされません。そのため、次の章詳しく触れますが、正しく組み込まれているかどうかテストでアクセスをし、リアルタイム画面で確認することがとても重要です。

プロパティとビュー

Googleアナリティクスの管理構造として、まず一番上の階層にGoogleアナリティクスのアカウントがあり、その下に紐付ける形でホームページを複数登録できます。このGoogleアナリティクスで管理されるホームページがプロパティと呼ばれ、最も基本的な管理単位と言えます。

そして、そのプロパティに対し、必要なデータのみを絞ったり、データを加工したりして、個別のカスタマイズを設定したレポート画面がビューと呼ばれます。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

▶Googleアナリティクスの導入方法

Googleアナリティクスを使うにも、まずはユーザー登録をして、Googleアナリティクスで計測できるようにしなくてはなりません。

また、Googleアナリティクスのユーザー登録では、専門用語も出てきますので、それらの理解も今後の活用において重要と言えます。

それでは早速、登録の流れをご説明します。時間に余裕のある方は、内容を確認しながら実際に手を動かしていただくことをオススメします。

Googleアナリティクス導入の流れ

Googleアナリティクスを使うには、以下の手順を踏んでいきます。

- Googleアカウント取得
- Googleアナリティクスにアカウントを登録
- Googleアナリティクスへホームページを登録
- トラッキングコードのコピー/貼り付け
- 正しく設定できているかテストし確認

Googleアカウント取得

Google アカウントの作成

1つのアカウントでGoogleサービスすべてを
無料のアカウント1つで、Googleのすべてのサービスをご利用いただけます。



いつでも一緒に
デバイスを切り替えても、前回の続きから作業を始められます。



名前
姓 名

ユーザー名を選択
 @gmail.com

現在のメールアドレスを使用する
パスワードを作成

パスワードを再入力

生年月日
年 月 日

性別
選択してください

携帯電話
+81

現在のメールアドレス

国/地域
日本

[次のステップ](#)

Googleにユーザー登録します。ユーザー登録すると、Googleアナリティクスだけでなく、GmailやGoogleカレンダーなどGoogleが提供するサービスが使えるようになります（Googleアナリティクスは、Googleのサービスの1つとして提供されています）。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

▶Googleアナリティクスの導入方法

トラッキングコードのコピー/貼り付け

```
<script>
(function(i,s,o,g,r,a,m){(['GoogleAnalyticsObject']=r;i[r]=i[r]||function(){
(i[r].q=i[r].q||[]).push(arguments)},i[r].l=1*new Date();a=s.createElement(o),
m=s.getElementsByTagName(o)[0];a.async=1;a.src=g;m.parentNode.insertBefore(a,m)
})(window,document,'script','https://www.google-analytics.com/analytics.js','ga');

ga('create', 'UA-...', 'auto');
ga('send', 'pageview');

</script>
```

トラッキングコードをコピーし、計測したいホームページの全ページに貼り付け、上書き保存します。

正しく設定できているかテストし確認

まず、先ほどトラッキングコードを追加したホームページのHTMLファイルを、サーバーに転送します。追加したが、サーバーへの転送を忘れていたというケースも多いので注意が必要です。

次に、Googleアナリティクスの「リアルタイム」を確認します。



その後、登録した自社ホームページにアクセスし、それと連動する形で「リアルタイム」の「現在のユーザー数」が増えれば正しく設定が出来ている証拠となります。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

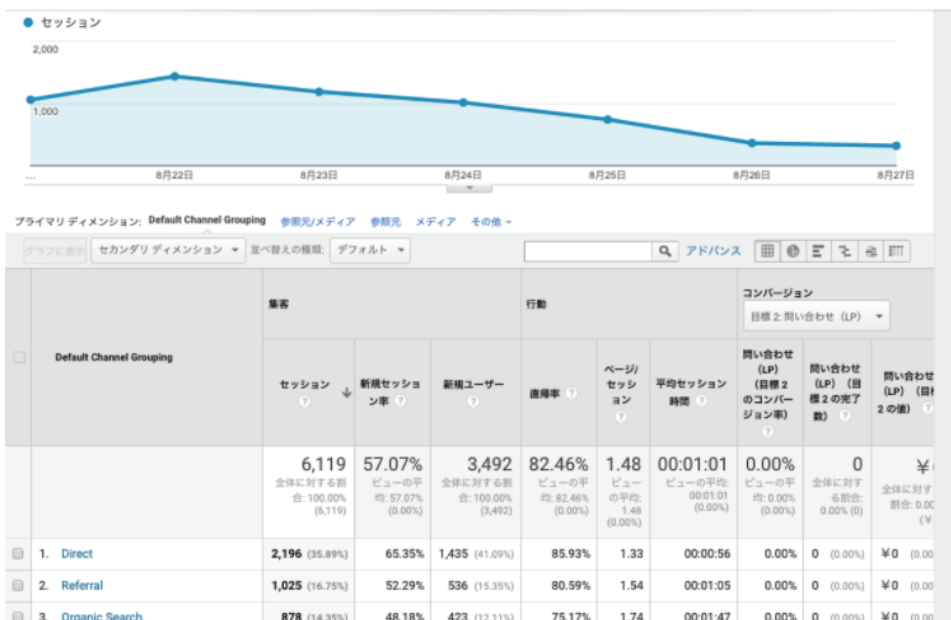
無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

▶Googleアナリティクスで見るべき指標とその見方

Googleアナリティクスでは多くの指標を様々な視点で見ることができます。この特性上、見るべきデータを見失ってしまったり、どのデータを定点的に追っていけばいいのかわからず途方に暮れてしまうという方も多いようです。そこでこの章では、Googleアナリティクスで最低限見るべき指標とその見方について説明します。

指標とディメンション



Googleアナリティクスのレポート画面で一番の基本となるのが、「指標」と「ディメンション」の概念です。今回は集客>すべてのトラフィック>チャンネルと進んだ画面を例に解説していきます。この画面上の横軸が指標、縦軸がディメンションと呼ばれるものです。横軸に「セッション」「新規ユーザー」「ページ/セッション」などの指標が、縦軸に「Direct」「Referral」「Organic Search」などが並んでいますね。ここでは「Organic Search」の「セッション」が878回、「新規ユーザー」が423人、「ページ/セッション」が1.74となっていることがわかります。これらのデータから、「Organic Search」というチャネル経由で来訪したユーザーの数やセッションごとのページ閲覧数がわかります。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみただけ
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

▶Googleアナリティクスで見るべき指標とその見方

見るべき基本メニュー5つ

Googleアナリティクスの基本メニューは大きく分けて5つ。リアルタイム、ユーザー、集客、行動、コンバージョンです。それぞれ見ていきましょう。



ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

▶Googleアナリティクスで見るべき指標とその見方

リアルタイム



30分以内にホームページで生まれているユーザーの動きを示します。たとえば、ユーザーがホームページにアクセスした後、数秒後にはこのグラフにアクティブユーザー（サイトの訪問者数）が1追加されます。上記で触れたトラッキングコード設定の確認のほか、Twitterなどで爆発的な拡散（バズ）が生まれているタイミングなどでリアルタイムにアクセス数が増えていく様子を確認したりする際に使うことがあります。

ユーザー



アクセスしてきたユーザーが住んでいる市区町村、使用している端末・ブラウザなど、訪問者の属性がわかります。スマートフォンからのアクセスが多ければスマホ最適化に積極的に取り組んだり、市区町村に偏りがあれば、その地域に集中的に広告を配信したり、地域別に特化した記事を書くなどすることで集客効率を上げることができるでしょう。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

▶Googleアナリティクスで見るべき指標とその見方

集客



ユーザーがどういう経路からホームページにアクセスしてきたかがわかります。しかしながら、<アクセスの経緯が不明>というデータも少なくありません。ノーリファラー、(none)、(direct)等、いずれも「アクセスの経路は不明」という意味です。残念ながら、これはGoogleアナリティクスに限らず、アクセス解析ツール一般の仕様ですので、割りきって運用するしかありません。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



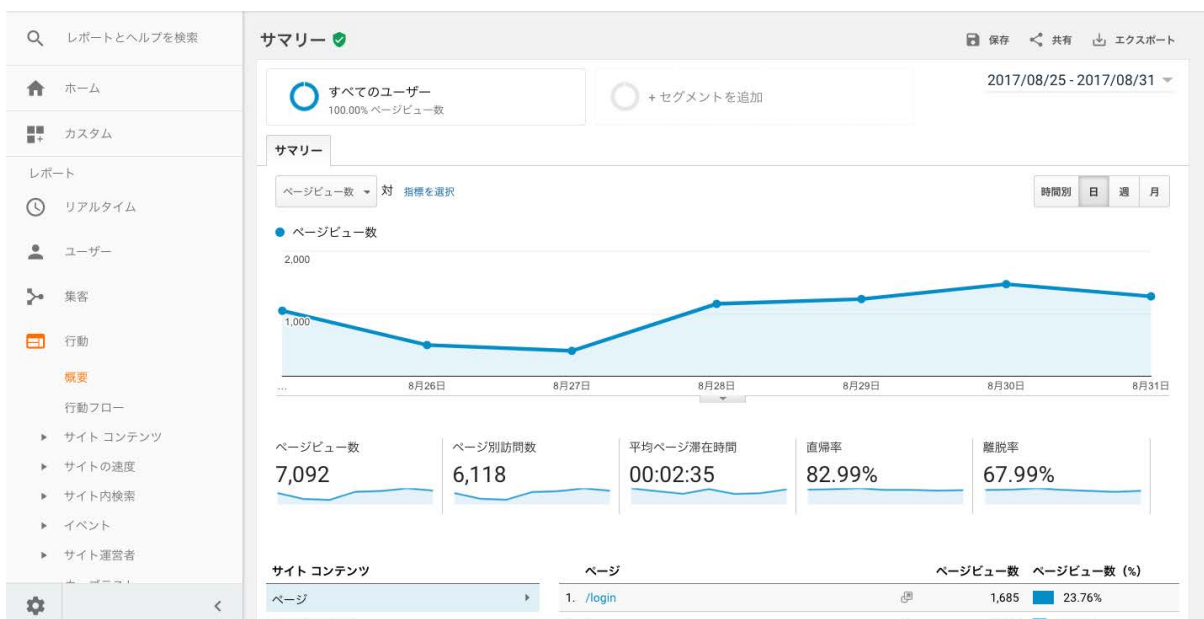
ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

▶Googleアナリティクスで見るべき指標とその見方

行動



ユーザーがどのページを見たのか、どのページから見始めたのか、最後にどのページを見たのか、などホームページ内での「ある程度の行動」を示してくれます。

「ある程度」というのは、それらを「どういう順番で見たのか完全に把握することはできない」という事情を鑑みています。

とは言え、ページごとの実績や、そのページの前後の動き、ユーザーの一般的な回遊傾向などは把握できますので、ページごとの改善や効果検証のきっかけとして使えます。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

▶Googleアナリティクスで見るべき指標とその見方

コンバージョン



「目標」として設定したアクションの件数、コンバージョン率（CVR）などがわかります。各目標に売上金額を設定しておけば、コンバージョンによる売上高も把握することができます。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。



有賀 之和 (ありが ゆきかず)
株式会社ベーシック 取締役

Googleアナリティクスは、もはやホームページ運営をする上で欠かせないツールと言えますが、苦手意識を持っている方も多いということで、今回の資料を作成しました。本資料を通して、少しでもGoogleアナリティクスに親しみを持っていただけたのなら幸いです。

より詳しい内容を学びたい方は、下記のferretカリキュラムがオススメです。

<https://ferret-plus.com/curriculum/accesss-analysis>

細かく切り分けて説明しておりますので、通勤途中などのスキマ時間でお読みいただければと思います。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

お問い合わせはこちら

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。 <https://ferret-one.com/contact>