

# Googleアナリティクス 4

## 「探索」を使ってレポートを作る

### INDEX

---

GA4の「探索」とは	p.02
「探索」でレポートを作成する(基本編)	p.09



# 1.GA4の「探索」とは

# 1.GA4の「探索」とは？

## 【GA4の「探索」について】

「探索」はGA4で追加された新たな機能で、複数のデータを組み合わせたレポートを作成できます。

そのため、「レポート」機能よりも高度な分析が行えます。

データ探索は、左メニューの「探索」アイコンをクリックすると表示されます。



一番上に表示されている「新しいデータ探索」は、レポートのテンプレート（型）を選ぶことができます。このテンプレートについては次項で解説しています。

その下には、過去に作成レポートの一覧が表示されています。

# 1.GA4の「探索」とは？

## 【テンプレートギャラリーについて】

「新しいデータ探索を開始する」の右上にある「テンプレートギャラリー」をクリックすると、データ探索レポートのテンプレート一覧が表示されます。

特定の目的ごとに7種類のテンプレートが用意されており、それぞれ「手法」「使用例」「業種」の3つの項目にカテゴライズされています。



# 1.GA4の「探索」とは？

## 【テンプレートギャラリーについて】

### ■手法

#### 自由形式

一般的によく見られるデータ探索の形式で、表の行と列を自由に組み替えたり、データグループを作成したり、セグメントやフィルタを適用することでデータを絞り込むことができます。

また、作成した表を「ドーナツグラフ」「折れ線グラフ」「散布図」「棒グラフ」「地域マップ」など視覚的なスタイルに変換することも可能です。

#### 目標到達プロセスデータ探索

ユーザーがコンバージョンに至るまでのステップを視覚化し、各ステップでのユーザーの動向をすばやく確認できます。たとえば、サンクスページに辿り着くまでにどのランディングページを見てきたか、どの商品ページを閲覧したかを確認できます。

#### 経路データ探索

ツリーグラフでユーザーの移動経路を確認できます。ユーザーを訪問してからどのような行動をしたのかがわかります。「イベント」「ページタイトルとスクリーン名」「ページタイトルとスクリーンクラス」の3つを階層ごとに選択することができます。

# 1.GA4の「探索」とは？

## 【テンプレートギャラリーについて】

### ■手法

#### セグメントの重複

最大3個のユーザーセグメントを比較し、セグメントの重複情報や相互関係を重なり合う円で視覚化できます。

たとえば、Aというページを閲覧したユーザーと、Bというページを閲覧したユーザー、さらにコンバージョンに至ったユーザーを追加することで、AとBのページの閲覧状況とコンバージョンへのセグメントの交わりが分析できます。

#### ユーザーエクスプローラ

個々のユーザーの行動詳細を確認できます。そのユーザーを獲得した方法と時期、サマリー指標、サイトやアプリでのユーザー行動のタイムラインなど、詳細な情報が確認出来ます。

#### コホートデータ探索

ユーザーを属性や条件でグループごとに分類し、そのグループにあたるユーザーの動向を分析することができます。

#### ユーザーのライフタイム

ユーザーが再訪問や再購入によって、長期的にもたらす価値を累積して確認することができます。

# 1.GA4の「探索」とは？

## 【テンプレートギャラリーについて】

### ■使用例

#### ユーザー獲得

参照元、メディア、キャンペーンなどの流入経路別でユーザー数やコンバージョン数を把握することができます。また、ユーザーのページ遷移フローを参照元別で確認できます。

#### コンバージョン

各コンバージョンやイベント発生数を把握することができます。また、デバイス別や性別などを使ったクロス集計分析やコンバージョンのタイミングを表示した時系列分析、コンバージョンが発生した参照元分析などを利用して確認できます。

#### ユーザーの行動

サイトに訪れたユーザーのサイト内行動を把握することができます。また、ユーザーがサイト訪問後に発生したイベント（ページ閲覧、クリック、スクロールなど）や閲覧ページの遷移の流れを確認出来ます。

# 1.GA4の「探索」とは？

---

## 【テンプレートギャラリーについて】

### ■業種

#### eコマース

eコマースの業界で分析頻度の高い手法がまとまったテンプレートです。参照元やメディア別での購入分析ができます。

#### ゲーム

ゲームの業界で分析頻度の高い手法がまとまったテンプレートです。参照元やメディア別でのユーザーの獲得分析、収益性の高いイベント分析、新規ユーザーの維持率、離脱ユーザーの行動分析などができます。



## 2. 「探索」でレポートを作成する（基本編）

## 2. 「探索」でレポートを作成する(基本編)

### ①新しいデータ探索を開始する

新規でデータ探索を作成する際、「新しいデータ探索を開始する」から作成します。（テンプレートに関しては前項をご確認ください）

「空白」を選択すると、自由にカスタマイズして作成することができます。

今回は一般的によく使われる「自由形式」を使ってレポートを作成してみます。

← テンプレートギャラリー



## 2. 「探索」でレポートを作成する(基本編)

### ②ビジュアライゼーションで「テーブル」を選択

ビジュアライゼーション内ではデータ探索で使用する特定のグラフで、「テーブル」は表形式のグラフです。



## 2. 「探索」でレポートを作成する(基本編)

### ③ディメンションを追加する

左側の「ディメンション」欄からデータを追加します。+ボタンをクリックするとディメンション一覧が出てくるので、追加したいディメンションを選択します。

今回は「デバイス カテゴリ」を追加します。



ディメンション欄にある「デバイス カテゴリ」を右側の「行」にドラッグ&ドロップ、もしくはダブルクリックすれば「行」に追加されます。



## 2. 「探索」でレポートを作成する(基本編)

### ③ディメンションを追加する

さらに、ディメンション欄に「最初のユーザーのメディア」を追加し、右側の「列」にドラッグ&ドロップしてみます。

すると、表の上に「organic」といったカテゴリが追加されると思います。

これはいわゆる「参照元」を確認できる指標で、ユーザーが検索結果から訪問してきたのか、あるいは直接URLを入力してきたかなど、流入方法がわかるディメンションです。

「デバイス」ディメンションと組み合わせることで、ユーザーの使用した端末と流入方法を組み合わせるクロス集計することができます。

The screenshot shows a reporting tool interface. On the left, there is a sidebar with a 'ディメンション' (Dimension) section. A red arrow points to the '最初のユーザーの...' (First user's...) dimension. The main area displays a table with columns for '最初のユーザーの...' (First user's...), 'organic', '(none)', 'referral', and '合計' (Total). The table also has rows for 'デバイス カテゴリ' (Device category) and '利用ユーザー' (Utilized user). The table is titled '自由形式 1' (Free form 1).

最初のユーザーの...	organic	(none)	referral	合計
デバイス カテゴリ	利用ユーザー	利用ユーザー	利用ユーザー	↓利用ユーザー
合計	全体の	全体の	全体の	全体の
1 desktop				
2 mobile				
3 tablet				

## 2. 「探索」でレポートを作成する(基本編)

### ④指標を追加する

つぎに、指標を追加していきます。指標とはデータの定量的測定値のことで、セッションやユーザー数などが該当します。ディメンションが題名だとすると、指標はその中身といったイメージです。

まずは先ほど列に追加されていた「最初のユーザーのメディア」を行に移動します。指標も上に列に追加されるので、見やすくなるように移動します。

The screenshot shows a reporting tool interface with a sidebar on the left and a main report area on the right. The sidebar has sections for '変数' (Variables), 'ディメンション' (Dimensions), and '指標' (Metrics). The 'ディメンション' section is expanded, showing 'デバイスカテゴリ' and '最初のユーザーの...' (First user's...). The '最初のユーザーの...' dimension is highlighted with a red box. The main report area shows a table with columns 'デバイス カテゴリ' and '最初のユーザーのメディア'. The table has a header row '合計' and several data rows. A red box highlights the table area. The sidebar also shows a '指標' section with a plus sign to add metrics.

	デバイス カテゴリ	最初のユーザーのメディア
合計		
1	desktop	organic
2	mobile	organic
3	desktop	(none)
4	desktop	referral
5	mobile	referral
6	mobile	(none)
7	tablet	(none)

## 2. 「探索」でレポートを作成する(基本編)

### ④指標を追加する

「指標」の追加方法は「ディメンション」のときと同じです。左側の「指標」から、+ボタンをクリックすると指標一覧が出てきます。

今回は「エンゲージメント率」を追加します。



指標欄にある「エンゲージメント率」を右側の「値」にドラッグ&ドロップ、もしくはダブルクリックすれば「値」に追加されます。



## 2. 「探索」でレポートを作成する(基本編)

### ⑤セグメントを追加する

「セグメント」を追加します。セグメントでデータを絞り込むことができます。今回は「日本」でセグメントします。

左側の「セグメント」から、「米国」をクリックし[編集]をクリックします。



左上のセグメント名を「米国」から「日本」に変更します。値が「US」になっているので、値をクリックして「JP」に変更します。



右側の「セグメントの比較」にドラッグ&ドロップ、もしくはダブルクリックすれば追加されます。



## 2. 「探索」でレポートを作成する(基本編)

### ⑥作成したレポートを確認する

編集したレポートは「探索」のホームメニュー下に自動保存されます。

右側のアイコンをクリックすると、メニューが表示されます。

レポートの複製や閲覧権限のあるユーザーに共有することができます。



# 会社概要

1988年創業の製造業、建築業など業界に特化した自社独自のデータベースを駆使し、合理的なダイレクトマーケティングサービスを展開する企業です。

## ■会社概要

名 称	DMカードジャパン株式会社
本社所在地	〒112-0014 東京都文京区関口1-10-2
創 業	1988年9月5日
資 本 金	20,000,000円
代表取締役	佐藤 義弘



## ■業務

情報誌の発行・Webマーケティングサービス

製造業向け情報誌 インダストリアルカード  
建築業向け情報誌 アークカード  
DMS ダイレクトマーケティングサービス  
Webマーケティング支援サイト PRISMの運営  
Webコンサルティング（SEM）  
SEO施工  
リスティング広告の運用管理・提案  
Webサイト制作

## ■本書に関して

本書に記載のURL等は予告なく変更される事があります。

本書の作成にあたり可能な限り正確な情報を掲載するよう努めておりますが、コンテンツの特性上、必ずしも最新の情報を保証するものではないことをご了承ください。

本書に掲載された内容で生じた損害等の一切の責任を負いかねますのでご了承ください。

デジタルマーケティングの最新情報公開中  
<https://dmcj.jp/>