ワンポイント講座

GA4

セグメントを使いこなそう！

～ 比較・深堀分析に強くなるために ～

TOPIC

1. セグメントとは
2. セグメントの種類（スコープ）
3. スコープが違うと、抽出されるデータはどう変わる？
4. セグメントtips

この講座の内容

- セグメントとは
- セグメントの種類（スコープ）
- スコープが違うと、抽出されるデータはどう変わる？
- セグメントtips

セグメントとは

セグメントとは

- 分割すること。区分。部分。（デジタル大辞泉 より）

- ビジネスのマーケティングにおいては、市場分析で顧客層を区分するための基準の一つとして用いられる。
  たとえば、ある商品に対して、商品の知識や価値の判断、使用方法などが似通った客層のまとまりを示すときに使われる。
  （日本大百科全書 より）

セグメントとは

おさらい　GA4では...

イベントやパラメータなどを条件にしてデータを抽出する
データ分析に必要な「分けて見る」を行うための機能。探索で使えて、同時に4つまで掛け合わせ可能！

CVしたセッションで
見られたページはどれだろう？

キャンペーンページを見たセッションと
見てないセッションで比較したい

10万円以上購入しているユーザーを調べて、
ユーザー全体のアップセルに繋げたい...

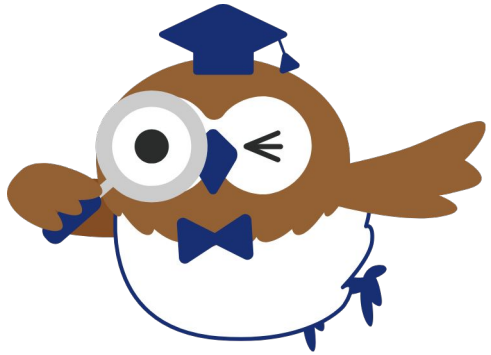
ログインユーザーと非ログイン
ユーザーの行動の違いは...？

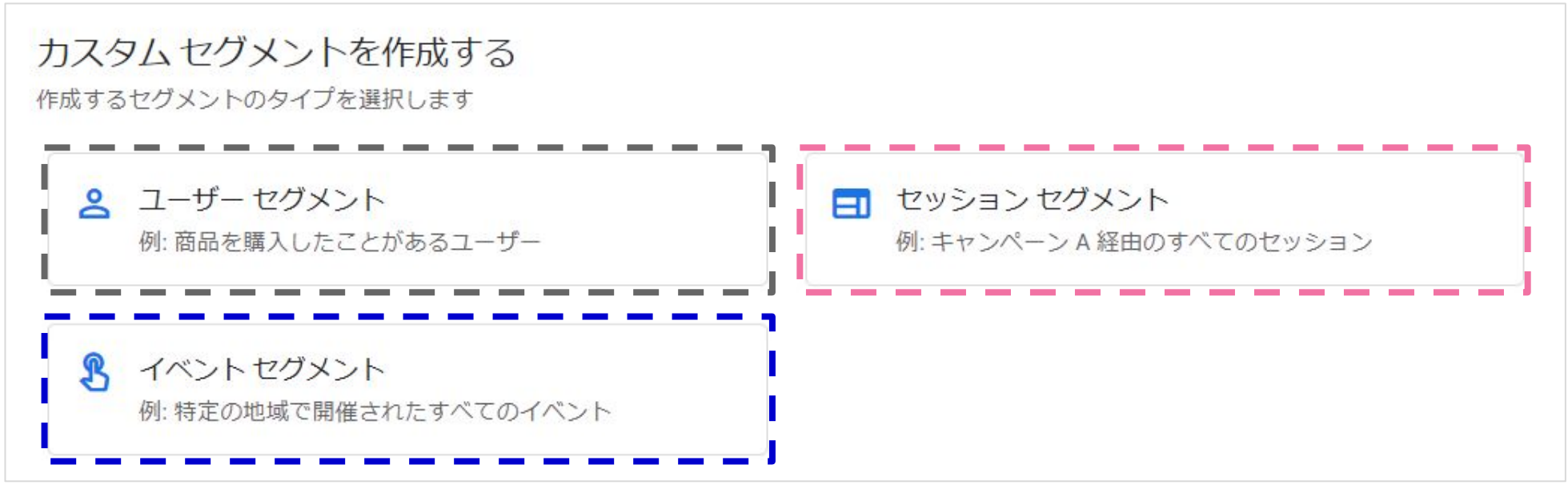
もっと詳しく知りたい人は、基本編 集中講座「1-3. はじめてのGA4 後編」をチェック！

セグメントの種類（スコープ）

セグメントの種類（スコープ）

セグメントにも、種類があるんだね！





セグメントの種類（スコープ）

抽出対象になるデータの範囲は...

ユーザーセグメント ⇒ セグメントの条件に合致するユーザーの全イベント

セッションセグメント ⇒ セグメントの条件に合致するセッションの全イベント

イベントセグメント ⇒ セグメントの条件に合致するイベントのみ

スコープが違うと、
抽出されるデータはどう変わる？

スコープが違うと、抽出されるデータはどう変わる？

ふくロン

1セッション目	Google 広告	Aページ を閲覧	Bページ を閲覧	ファイル① をDL
2セッション目	Google 検索	Bページ を閲覧	Cページ を閲覧	ファイル② をDL

「ファイル①のDL」を条件とした時

ユーザーセグメント、セッションセグメント、イベントセグメント

それぞれ抽出されるデータは？？

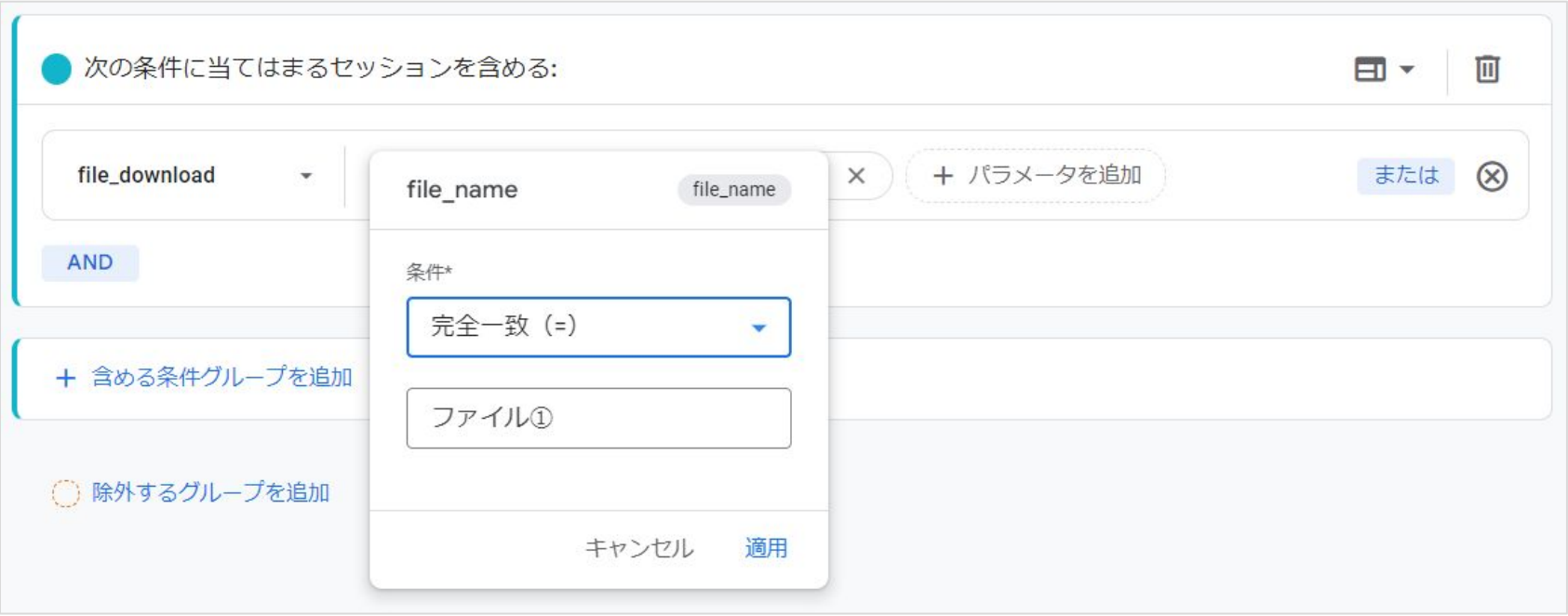
スコープが違うと、抽出されるデータはどう変わる？

ユーザーセグメント

抽出対象：ファイル①をダウンロードしたユーザーの全データ

スコープが違うと、抽出されるデータはどう変わる？

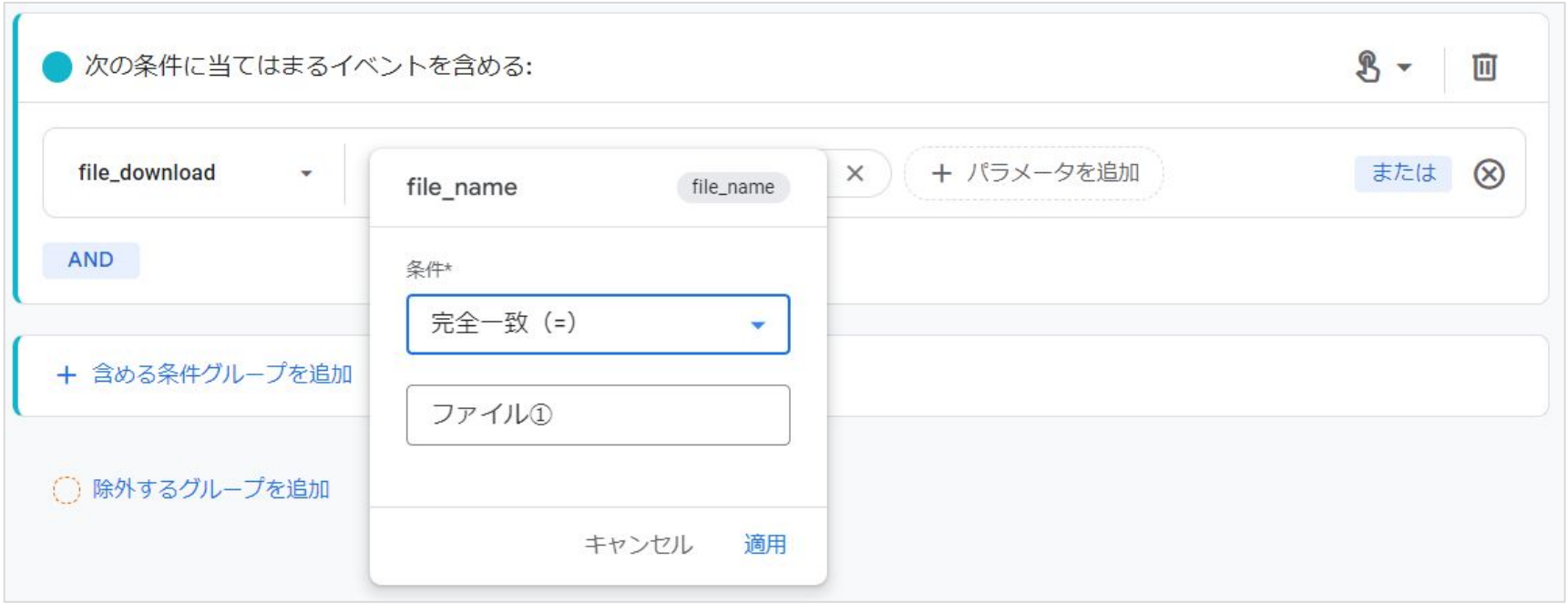
セッションセグメント



抽出対象：ファイル①をダウンロードしたセッションの全データ

スコープが違うと、抽出されるデータはどう変わる？

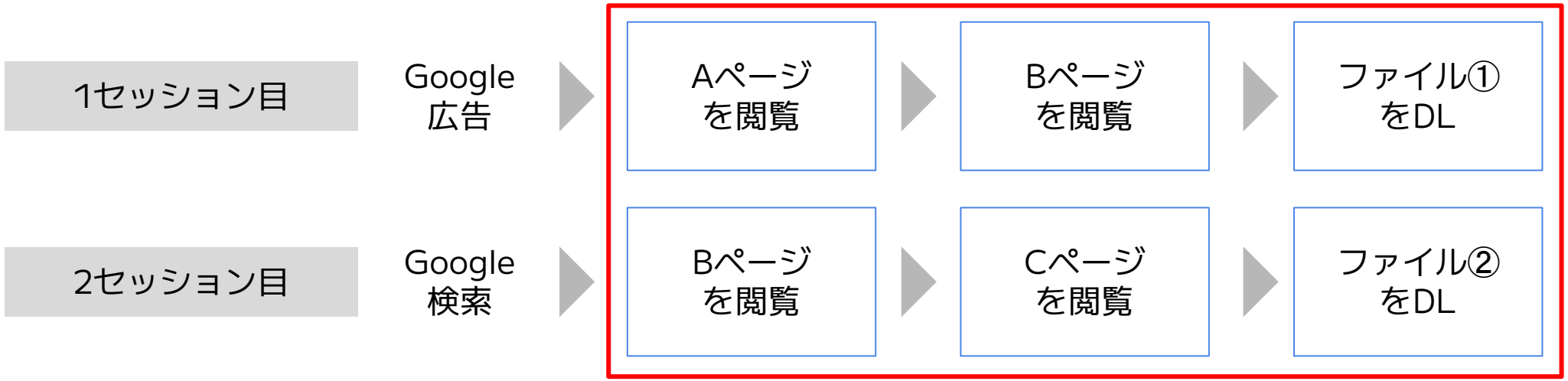
イベントセグメント



抽出対象：ファイル①をダウンロードしたイベントのデータ

スコープが違うと、抽出されるデータはどう変わる？

ユーザーセグメント　ファイル①をダウンロードしたユーザー

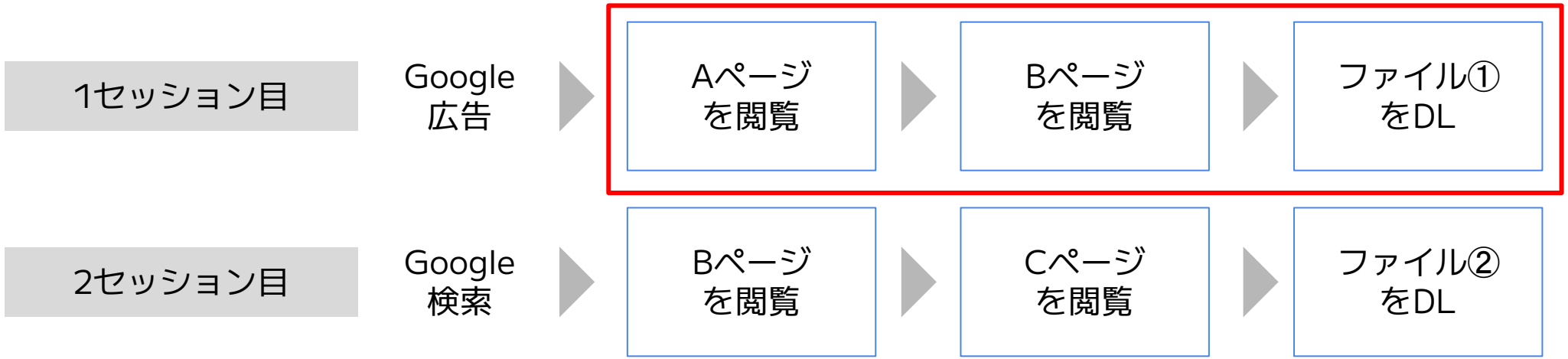


ディメンションと指標
を組み合わせると…
こんな感じ

page_location ✖ 表示回数	Aページ：1　Bページ：2　Cページ：1
セッションの参照元/メディア ✖ セッション	google / cpc：1　google / organic：1
file_download ✖ イベント数	2

スコープが違うと、抽出されるデータはどう変わる？

セッションセグメント　ファイル①をダウンロードしたセッション

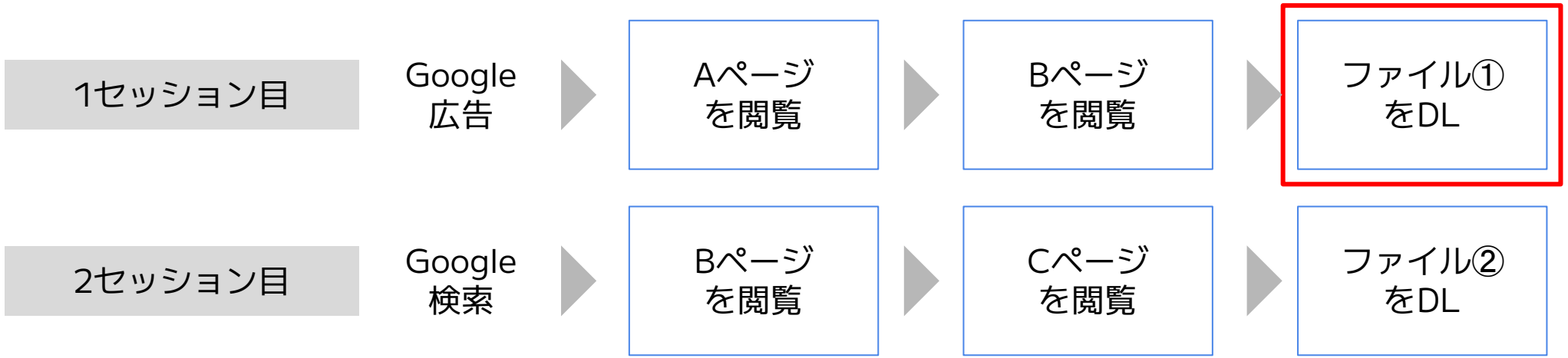


ディメンションと指標
を組み合わせると…
こんな感じ

page_location ✖ 表示回数	Aページ：1　Bページ：1
セッションの参照元/メディア ✖ セッション	google / cpc：1
file_download ✖ イベント数	1

スコープが違うと、抽出されるデータはどう変わる？

イベントセグメント　ファイル①をダウンロードしたイベント



ディメンションと指標
を組み合わせると…
こんな感じ

page_location ✖ 表示回数	
セッションの参照元/メディア ✖ セッション	google / cpc：1
file_download ✖ イベント数	1

スコープが違うと、抽出されるデータはどう変わる？

セグメントのスコープによって
抽出されるデータの範囲が変わる！
さらに...
抽出されたイベントに紐づくパラメータや指標に
よって、ディメンションや指標の組み合わせ次第で
表示される値にも注意が必要！

セグメントtips

セグメントtips

tips 1　「すべてのユーザー」のデータも並べて比較したい

ポイント

あらかじめGA側で用意されているセグメントの一覧から「すべてのユーザー」を使えばOK。

よく使われるセグメントが用意されているから、セグメント初心者はここから選んで使うのもオススメ！

セグメントtips

tips 2　パラメータの欄に出てくる[カスタム]と[その他]ってどう違う？

カスタム　カスタム定義に登録されているパラメータ

その他　カスタム定義への登録なしで使える一部のパラメータ

ポイント

超頻出パラメータ「イベント数」は、[その他]に潜んでます…。

「1セッションで 10ページ以上閲覧」（page_viewイベント / イベント数 ≧ 10）のように、イベント回数を指定する時に使用。

大活躍するパラメータです…！

セグメントtips

tips 3　イベントセグメントは、フィルタでイベント名を指定した時と何が違うの？

イベントセグメント

- 指定したイベントに紐づくデータを抽出
- 付随するパラメータの値も指定できる
- AND や ORで、複数のイベント名やパラメータの指定も可能
- 「含める」「除外」を同時に条件指定可能

フィルタ

- 探索レポート上で、指定したイベントのみに絞り込み
- 探索レポートで使っているディメンション・指標だけを条件に使える
- 正規表現で、複数の値を指定可能

ポイント

セグメントを適用して、さらにフィルタも…というダブル使いをすることも。
フィルタは、ノイズデータを外して分析したい時に便利に使えます！

セグメントtips

tips 4

広告キャンペーン：winter → ページA → CV…のような、ユーザーが辿ったルートまで細かく指定することってできるの？

ポイント

ユーザーセグメントの「シーケンス」で

ユーザーの行動を順序付けて条件指定可！

セグメントtips

tips 5　作ったセグメントを、他の人とも共有できる？

▼セグメント作成画面右上の[プロパティに保存]を
　クリックすればプロパティ内の他のユーザーも利用可能に

権限

- 保存、削除、編集には「編集者」以上の権限が必要

制限

- 360プロパティ：200個
- 無料版プロパティ　：50個

ポイント

保存後は、管理 > データの表示 > セグメント で編集が可能。

[簡単な説明を入力]の欄にスコープや内容を記入するなど、他の人も使いやすいようにするとGood👍

ご視聴 ありがとうございました