

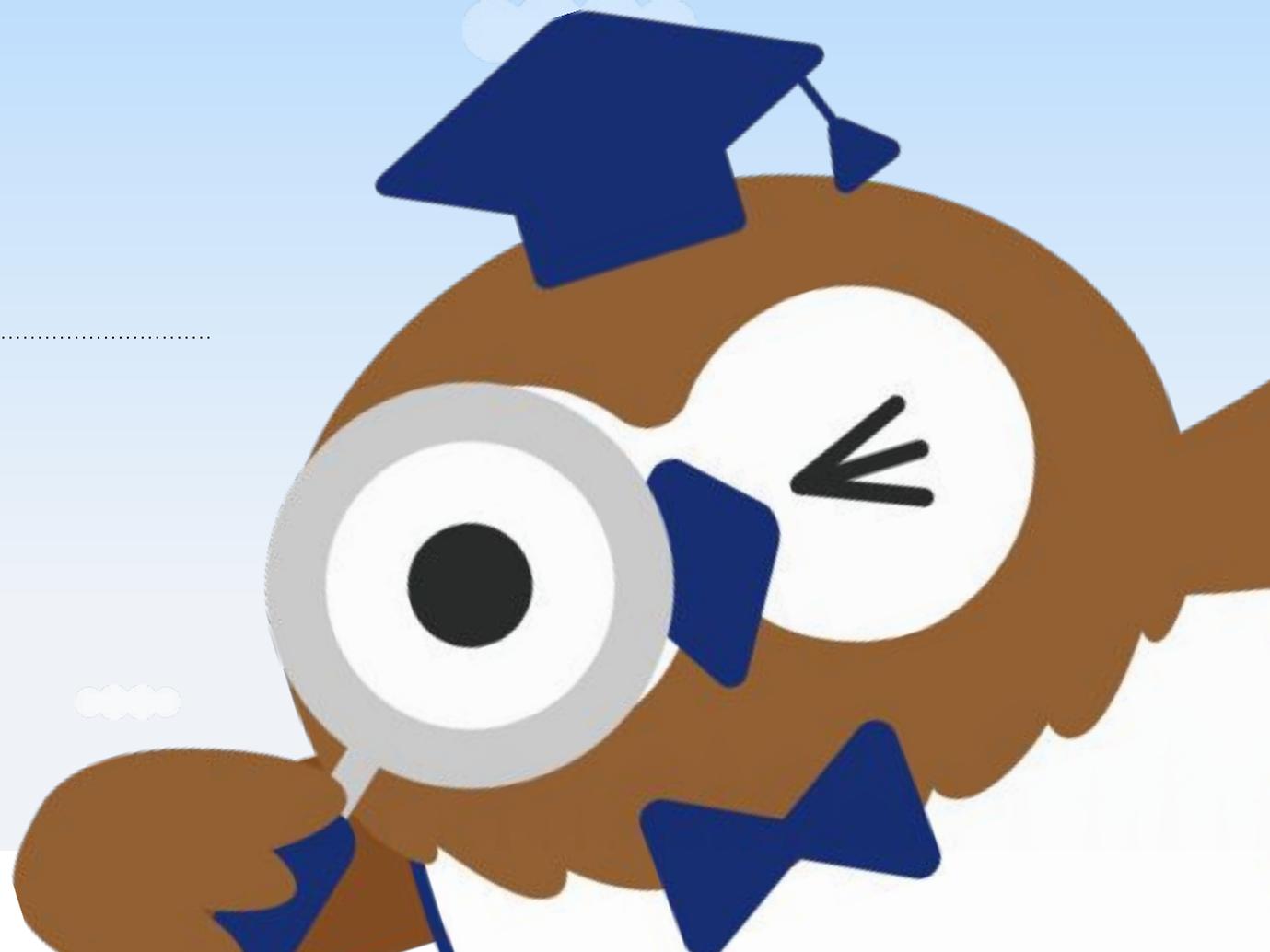
ワンポイント講座

GA4

# GA初心者の方に！ 指標を学ぼう

## TOPIC

1. 指標とは
2. 事前定義の指標
3. カスタム指標・計算指標



# この講座の内容

- 指標とは
- 事前定義の指標
- カスタム指標

GA初心者のあなたに！ 指標を学ぼう

# 指標とは



# 指標とは

おさらい1 デイメンションは「分析軸」 / 指標は「数値」

## デイメンション

「〇〇毎の」と言い換えられる  
入る値：テキスト形式

## 指標

測定された数、「〇〇数」  
入る値：数値形式

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

GA初心者のあなたに！ 指標を学ぼう

# 事前定義の指標



# 事前定義の指標

おさらい2

事前に定義されている指標

GA4にあらかじめ用意されている指標は、なんと...

約 170 !

# 事前定義の指標

おさらい3

代表的なユーザー関連の指標

ユーザー（レポート） アクティブユーザー数（探索）	サイトを <b>利用</b> したユーザーの数 利用→エンゲージメントがあったかどうか？（10秒以上滞在、CV発生、2ページ以上閲覧）
総ユーザー数	サイトに <b>アクセス</b> したすべてのユーザーの数
新規ユーザー数	サイトに <b>初めて訪れた</b> ユーザーの数
リピーター	<b>2回以上訪れた</b> ことのあるユーザーの数

「ユーザー / アクティブユーザー数」と「総ユーザー数」  
「新規ユーザー数」と「リピーター」  
それぞれの違いを理解しよう！



# 事前定義の指標

## おさらい4 代表的なセッション関連の指標

セッション	サイトに <b>訪れた回数</b>
セッションあたりの平均エンゲージメント時間	ユーザーが1セッションでサイトに <b>接していた時間</b> の平均【単位：秒】 接していた時間→サイトが最前面で表示されていた時間 (別のタブが開かれていたり、ブラウザを最小にして表示していなかった時間は含まれない)
平均セッション継続時間	1セッションあたりの長さ(時間)の平均【単位：秒】 セッションの最初のイベントと最後のイベントの時間の差 (別のタブで開かれていたり、ブラウザを最小にして表示していなかった時間も含まれる)

基本的に「セッションあたりの平均エンゲージメント時間」よりも「平均セッション継続時間」のほうが長くなるよ。  
どちらを、いわゆる「サイト滞在時間」として見るかは、社内で要相談！



# 事前定義の指標

おさらい5

代表的な収益指標

購入による収益	商品購入やアプリ内購入、定期購入を合計した収益
アイテムの収益	税金と配送料を除いた、アイテムの収益
広告収益	サイト内で表示された広告から得た収益 アドマネージャーと連携している場合に表示される
合計収益	購入・定期購入・広告による収益の合計

同じ「収益」でも、何による収益を表しているのか？  
自社サイトに関わる収益はどれなのか？  
理解して売り上げを追おう！



GA初心者のあなたに！ 指標を学ぼう

# カスタム指標



# カスタム指標

知ってた？ 自社オリジナルの指標「カスタム指標」

自社独自の数値を用意したい場合には、カスタム指標を使用。

- 例)
- ポイント
    - 獲得ポイント
    - 利用ポイント
  - 購入合計点数
  - 申込人数
  - バナークリック回数
  - 利用時間

お金



時間



距離



個数・人数



# カスタム指標

ちなみに... 指標には「単位」があります

事前定義の指標やカスタム指標には、指標ごとの「単位」があります。

カスタム指標作成時には「単位」の指定が必須！

- 標準
- 通貨
- 距離  
フィート、マイル、メートル、キロメートル
- 時刻  
ミリ秒、秒、分、時間

× 新しいカスタム指標 保存

指標名 ②

範囲 ② イベント

説明 ②

イベントパラメータ ② イベントパラメータを選択

測定単位 ② 標準  
通貨  
距離  
フィート  
マイル  
メートル

# カスタム指標

## ▶ステップ1

【ポイント獲得】イベントの「イベントパラメータ」として、付与されたポイントを計測  
(イベントパラメータの「値」には、必ず半角数字を入れます)

※計測のための実装・追加設定が必要になります。計測に関わっている方に要相談！

## ▶▶ステップ2

「イベントパラメータ」をカスタム指標として登録、この時に「測定単位」も選択

※プロパティの編集権限が必要になります。

## ▶▶▶ステップ3

レポートや探索で「カスタム」という項目から、カスタム指標を選んで分析に利用する

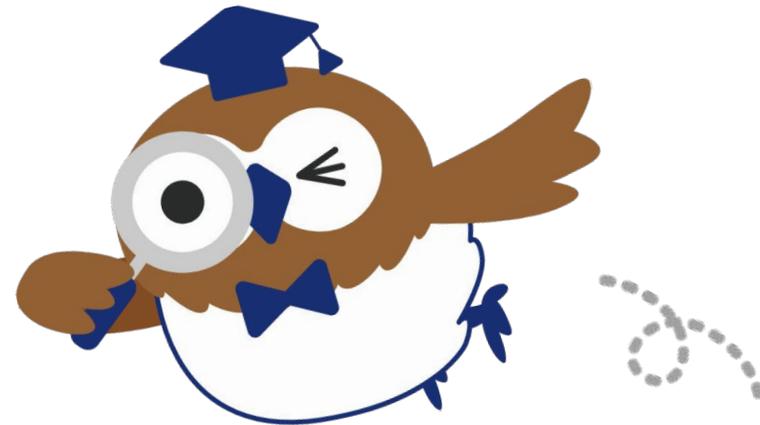
# カスタム指標

こんなことも！ 四則計算で作る「計算指標」

事前定義の指標を基に、足し算・引き算・掛け算・割り算で新しい指標が作れる

- 例)
- 非アクティブユーザー数
  - 購入収益に占める送料の割合
  - アイテムの割引率

まだ使える指標が限定されていたり、  
カスタム指標が使えなかったりするので、  
今後に期待！！



GA初心者のあなたに！ 指標を学ぼう

# まとめ



# まとめ

- **指標とは、測定された回数・人数・金額...「数値」のこと**
  - 「〇〇数」と言い換えられる
  - 事業として目標に掲げるもの
- **種類は、大きく分けて2つ**
  - 事前定義された指標
    - 似た名前で意味が違う指標があるので注意！
  - 自社独自の指標「カスタム指標」「計算指標」
- **指標の単位は、4種類**
  - 標準、通貨、距離、時刻

ご視聴 ありがとうございます

