Google アナリティクス 4

UAとGA4の主な違い

and,a株式会社
更新版：2022年05月28日

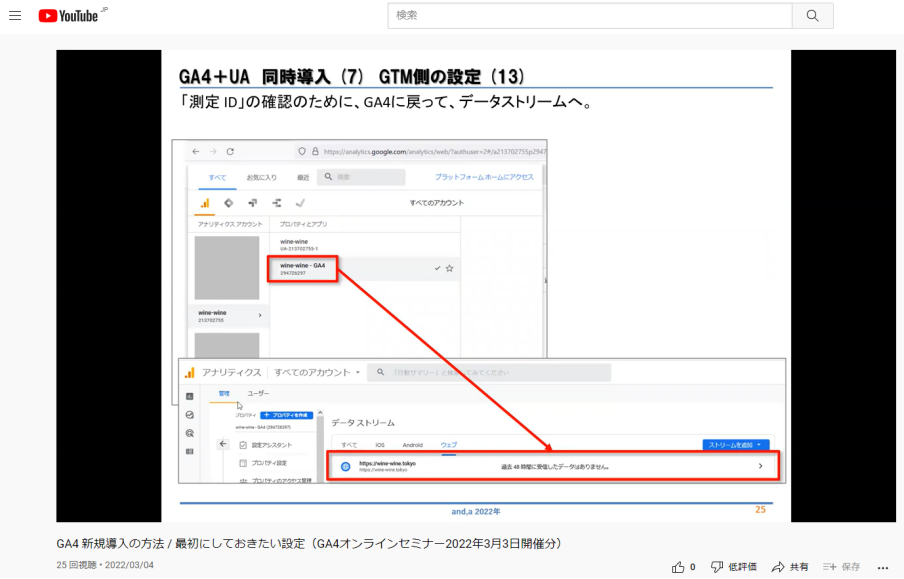
このセミナーを録画させて頂き、アーカイブ化させていただくことについて

■セミナーの録画について■

このオンラインセミナーは、弊社にて録画して、
アーカイブとしてネットで公開させていただきます。

ご参加の皆様のお名前は、画面に表示されないように、下記のキャプチャーのように、
アーカイブを作成させていただきます。

※もし、ご質問をいただく場合は、音声は記録されてしまうため、固有名詞、企業名、企業秘密などは発言しないようお願いいたします



セミナーについてのご質問

本セミナーは1回30分であるため、申し訳ございませんが、ZOOMのチャット機能でご質問を頂いても、お答えできない可能性が高くなっております。

・ご質問は、本セミナーのサイトのご質問フォームから頂けましたら幸いです。
　※ご質問の内容によっては、ご回答を弊社サイト上で解説記事として紹介させて頂く場合があります。ご質問者の企業名やお名前が分かる情報を削除した上で記事化させていただきますが、予めご了承ください。

・ご回答させて頂くまでに時間を要する場合がございます。予めご了承ください。

GA4 Quick　　検索

https://ga4-quick.and-aaa.com/

セミナーテキストのダウンロード

本セミナーのテキストは登録なしでダウンロードしていただくことができます。
テキストはセミナー後も必要に応じて可能な限り更新してまいります。

GA4 Quick　　検索

https://ga4-quick.and-aaa.com/

本日の内容

1. ページの「離脱率」の定義
2. 別セッションになるためのヒット間隔
3. セッションの長さ
4. セッションの長さ（の制限）
5. キャンペーン ソースがセッション中に変更された場合、新しいセッションになるか？
6. セッション中に午前零時を過ぎたら新しいセッションが始まるか？
7. レイトヒット＝日またぎデータ送付に対する処理
8. 「直帰率」に代わる「エンゲージメント率」とは

ページの「離脱率」の定義

ページの離脱率の定義

UA（の公式ヘルプ）

公式ヘルプ	離脱率の定義	URL	確認日
日本語版	離脱率は、個々のページのすべてのページビューで、そのページがセッションの最後のページになった割合を示します。	https://support.google.com/analytics/answer/2525491?hl=ja	2022/3/9
英語版	For all pageviews to the page, *Exit Rate* is the percentage that were the *last* in the session.	https://support.google.com/analytics/answer/2525491?hl=en	2022/3/9

ページの離脱率の定義

GA4（の公式ヘルプ）

公式ヘルプ	離脱率の定義	URL	確認日
日本語版	離脱率は、あるページまたは画面で終了したセッションの割合です（離脱数 ÷ セッション数として計算されます）。	https://support.google.com/analytics/answer/11080047?hl=ja	2022/3/9
英語版	*Exit rate* is the percentage of sessions that ended on a page or screen (calculated as Exits / sessions).	https://support.google.com/analytics/answer/11080047?hl=en	2022/3/9

別セッションになるためのヒット間隔
＝何も操作が無い場合のセッション終了

別セッションになるためのヒット間隔

UA

デフォルト30分

「デフォルトでは、セッションはユーザーが何も操作を行わないまま 30 分が経過するまで持続しますが、この有効期限は数秒～数時間に変更することもできます。」（公式ヘルプ：https://support.google.com/analytics/answer/2731565#zippy=%2C%E3%81%93%E3%81%AE%E8%A8%98%E4%BA%8B%E3%81%AE%E5%86%85%E5%AE%B9 ）

設定変更方法は次ページ

GA4

デフォルト30分

「デフォルトでは、30 分間操作がなければセッションが終了します（タイムアウトします）。」（公式ヘルプ：https://support.google.com/analytics/answer/9191807?hl=ja ）

設定変更方法は次々ページ

別セッションになるためのヒット間隔

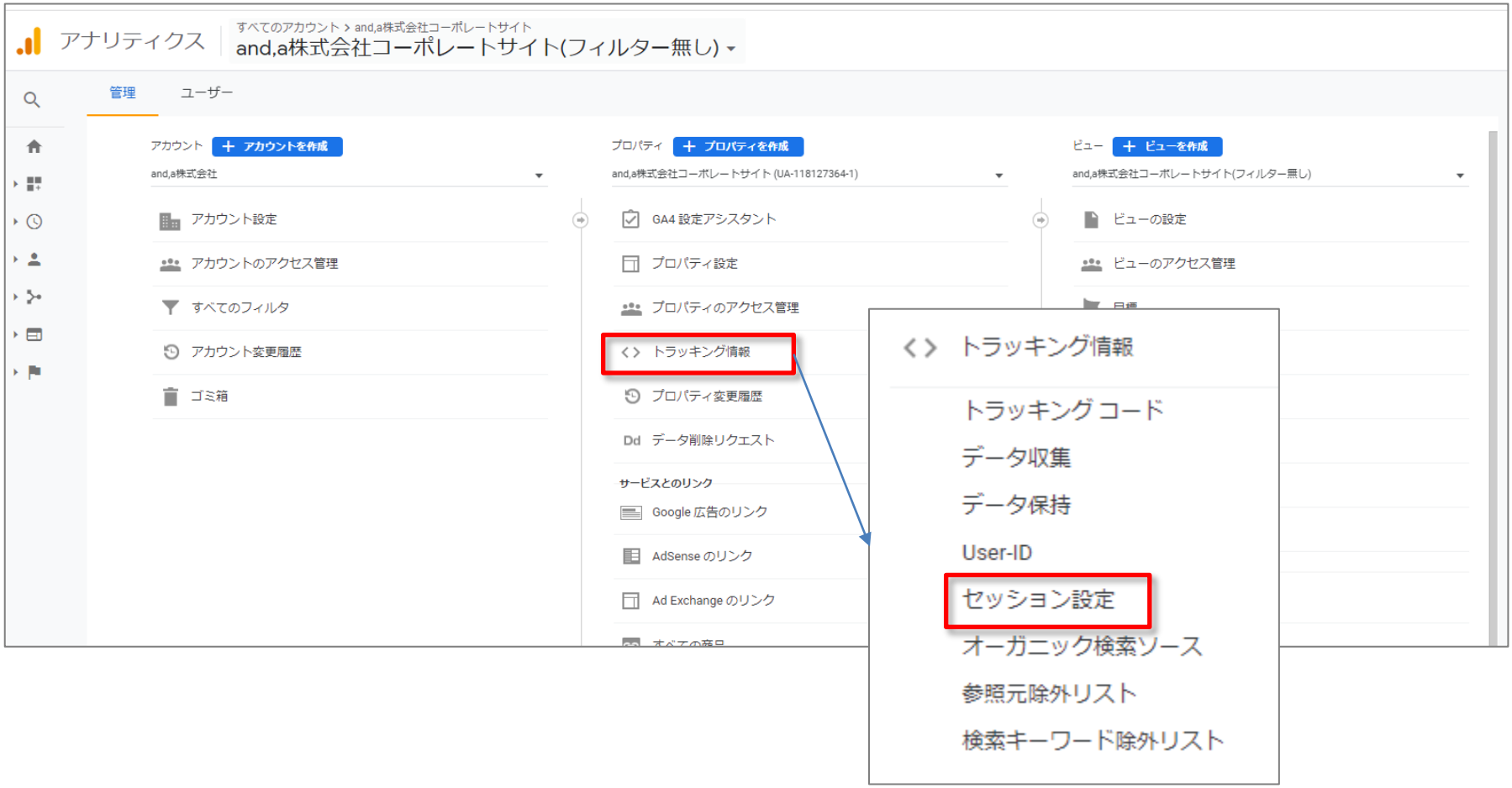
UA

管理画面で1分～4時間で変更可能
（公式ヘルプ：https://support.google.com/analytics/answer/2795871）

別セッションになるためのヒット間隔

UA

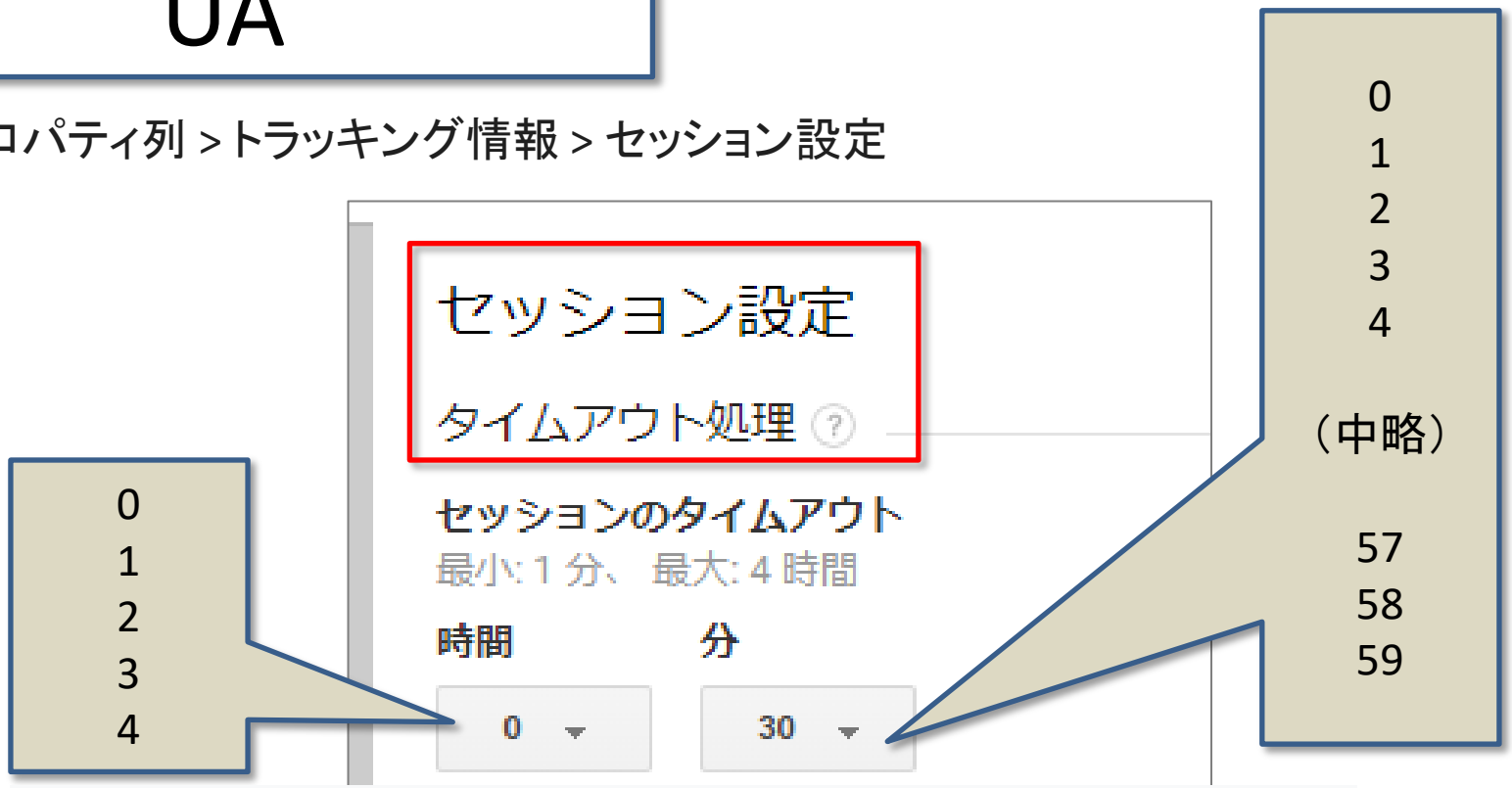
管理 > プロパティ列 > トラッキング情報 > セッション設定

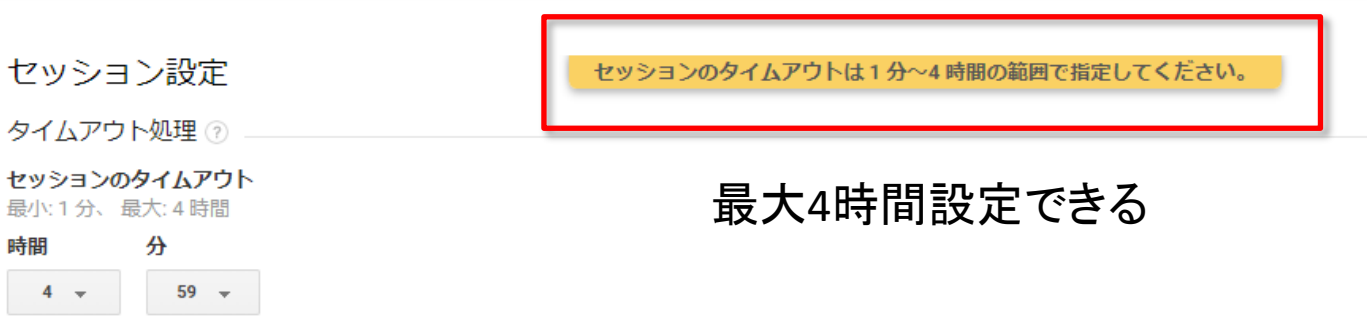


別セッションになるためのヒット間隔

UA

管理 > プロパティ列 > トラッキング情報 > セッション設定





最大4時間設定できる

別セッションになるためのヒット間隔

GA4

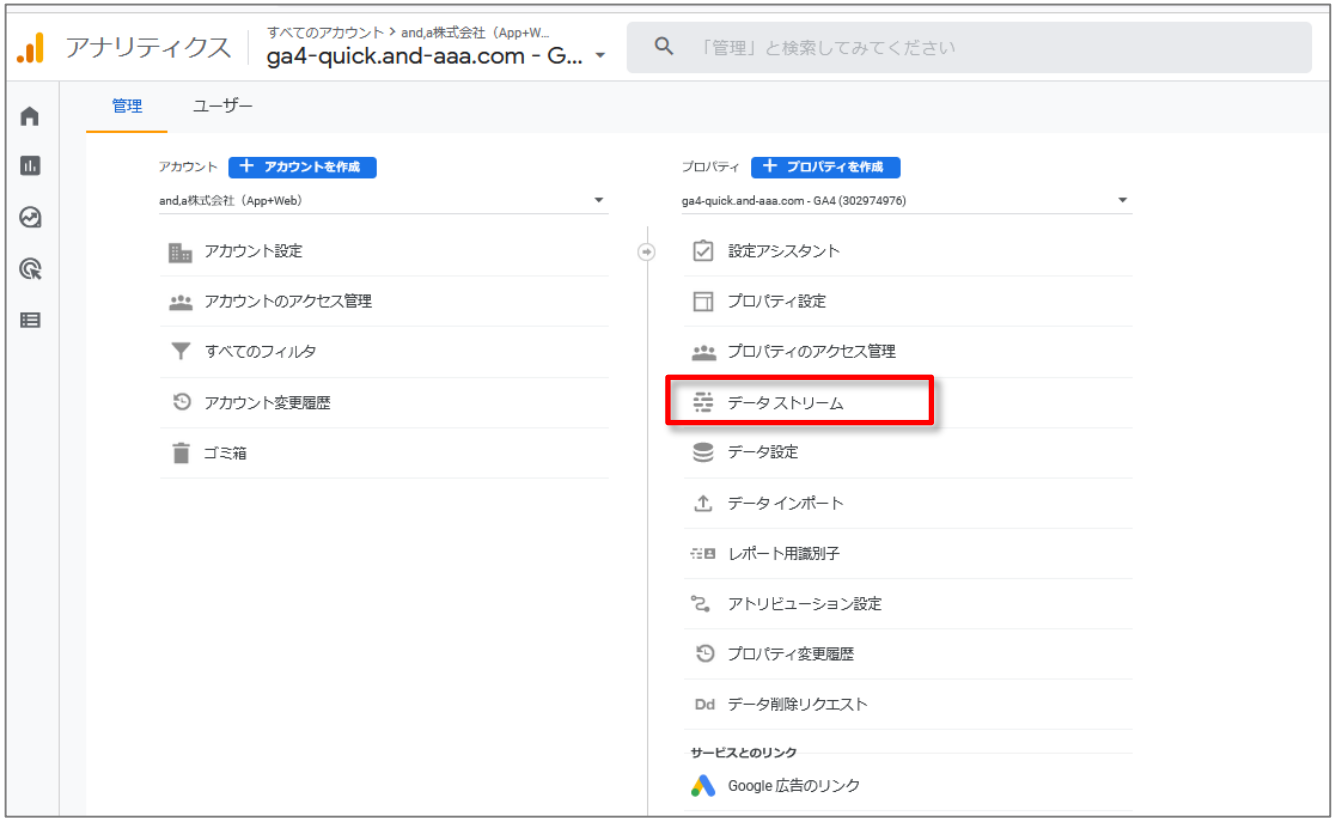
管理画面で5分～7時間55分で変更可能
（公式ヘルプ：https://support.google.com/analytics/answer/9191807?hl=ja）

管理 > プロパティ列 > データストリーム > ウェブ > タグ付詳細の設定

別セッションになるためのヒット間隔

GA4

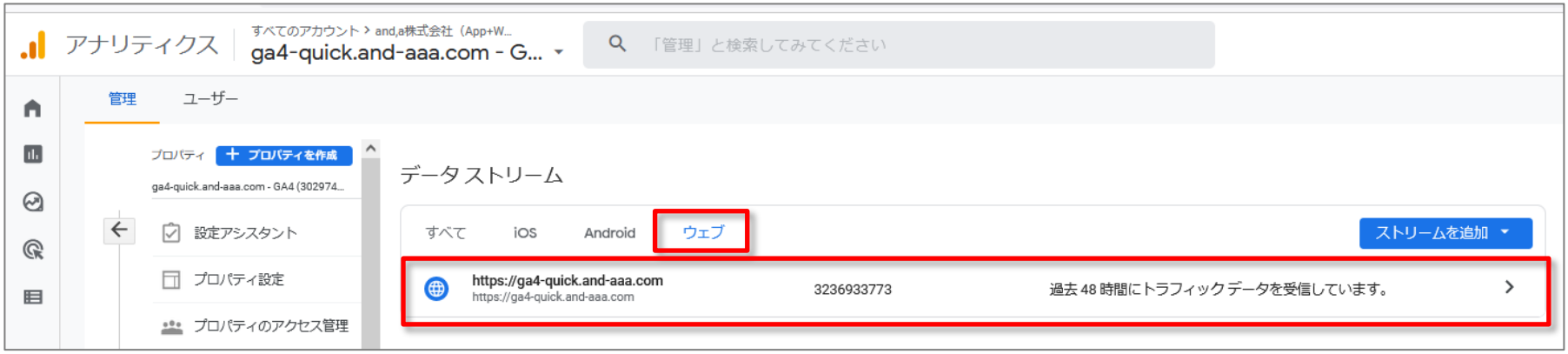
管理 > プロパティ列 > データストリーム > ウェブ > タグ付詳細の設定



別セッションになるためのヒット間隔

GA4

管理 > プロパティ列 > データストリーム > ウェブ > タグ付詳細の設定



別セッションになるためのヒット間隔

GA4

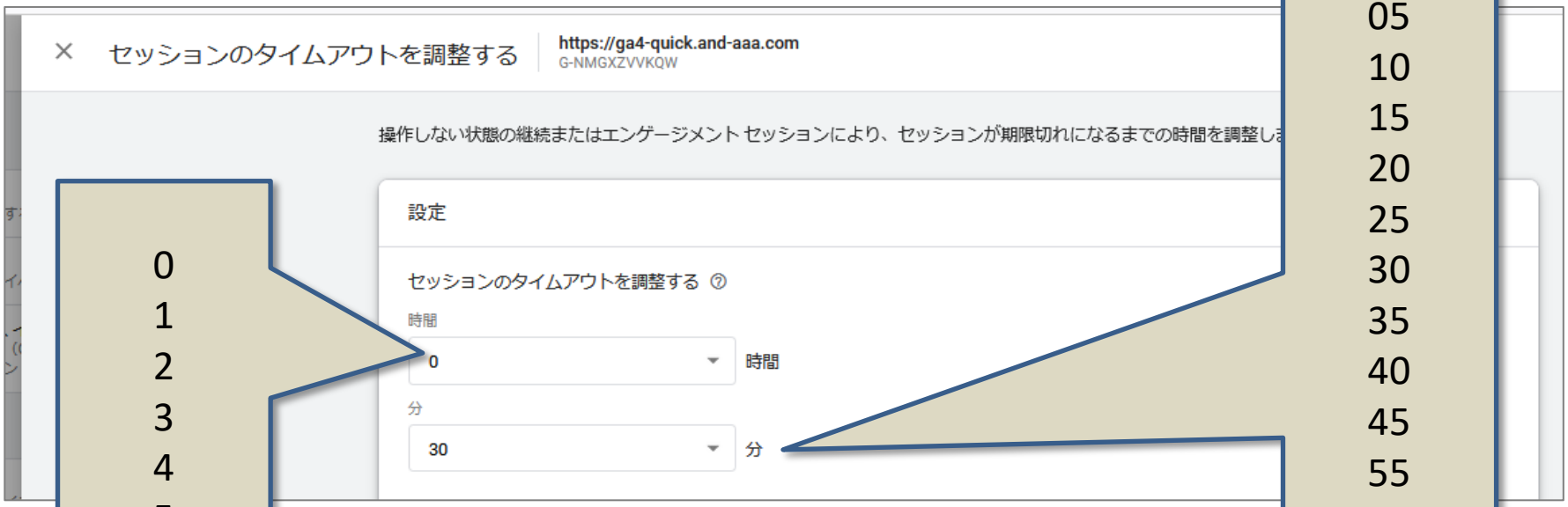
別セッションになるためのヒット間隔

GA4

5分～7時間55分で変更可能

別セッションになるためのヒット間隔

GA4



0
1
2
3
4
5
6
7

00
05
10
15
20
25
30
35
40
45
55

5分～7時間55分で変更可能

セッションの長さ

セッションの長さ（1）平均ページ滞在時間

UA

平均ページ滞在時間は、アクセスされたページの時間と、遷移後のページの時間の差分で求められる。

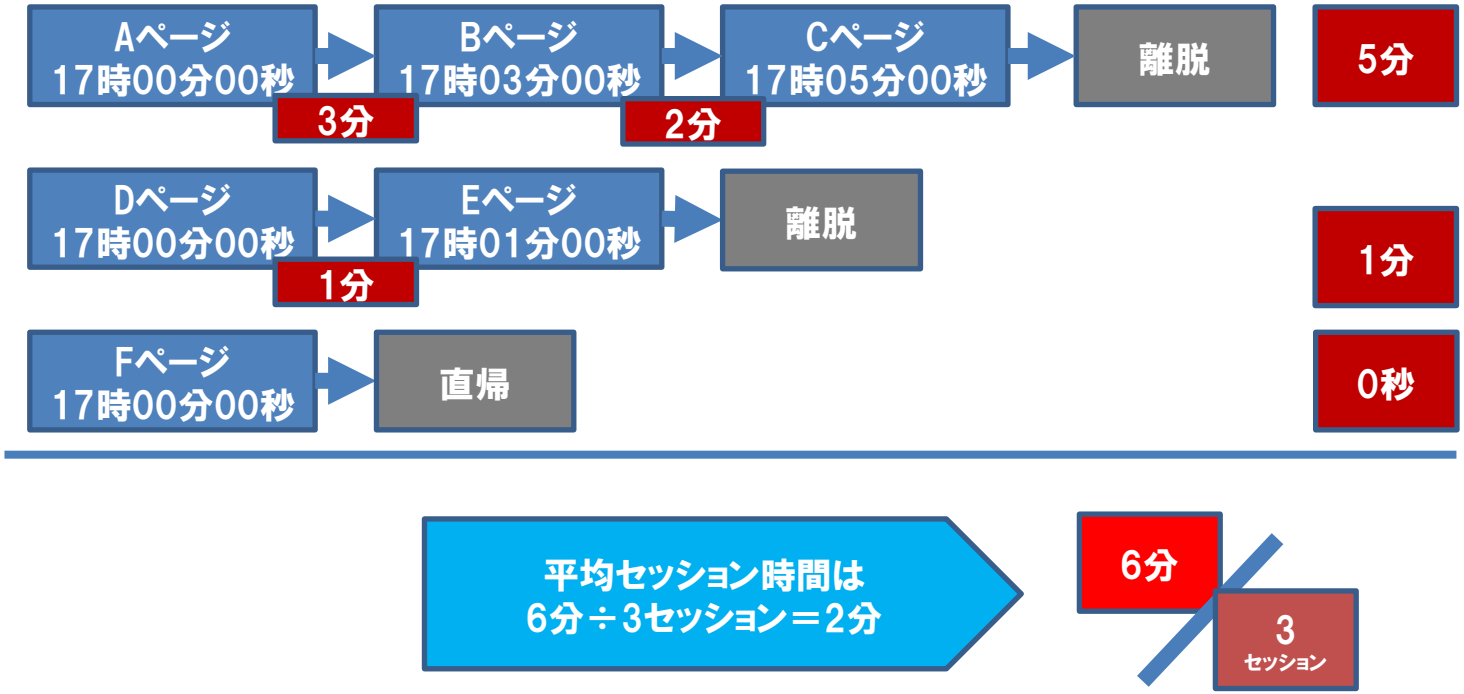
Aページ滞在時間＝1分30秒

滞在時間は仕組み上
Aページが直帰ページの場合、Aページが離脱ページの場合
は、計測できない。

セッションの長さ (2) 平均セッション時間

UA

下記の3セッションがあった場合、平均セッション時間は、直帰のセッションは0秒として計算する。



GA4の平均エンゲージメント時間、セッションあたりのユーザーエンゲージメント時間

GA4

GA4では、「平均ページ滞在時間」「平均セッション時間」という指標は使われなくなり、変わって「平均エンゲージメント時間」「セッションあたりのユーザーエンゲージメント時間」という指標が使われます。

UA	GA4	
	指標	解説
平均ページ滞在時間	平均エンゲージメント時間	アプリの場合は、フォアグラウンド（注）表示されていた時間の平均値。ウェブサイトの場合はブラウザ上でフォーカス状態にあった時間の平均値です。 注：フォアグラウンドとは、画面が手前にあり、ユーザーが操作できる乗田にあること。
平均セッション時間	セッションあたりのユーザーエンゲージメント時間	セッションあたりのユーザーエンゲージメント時間です。

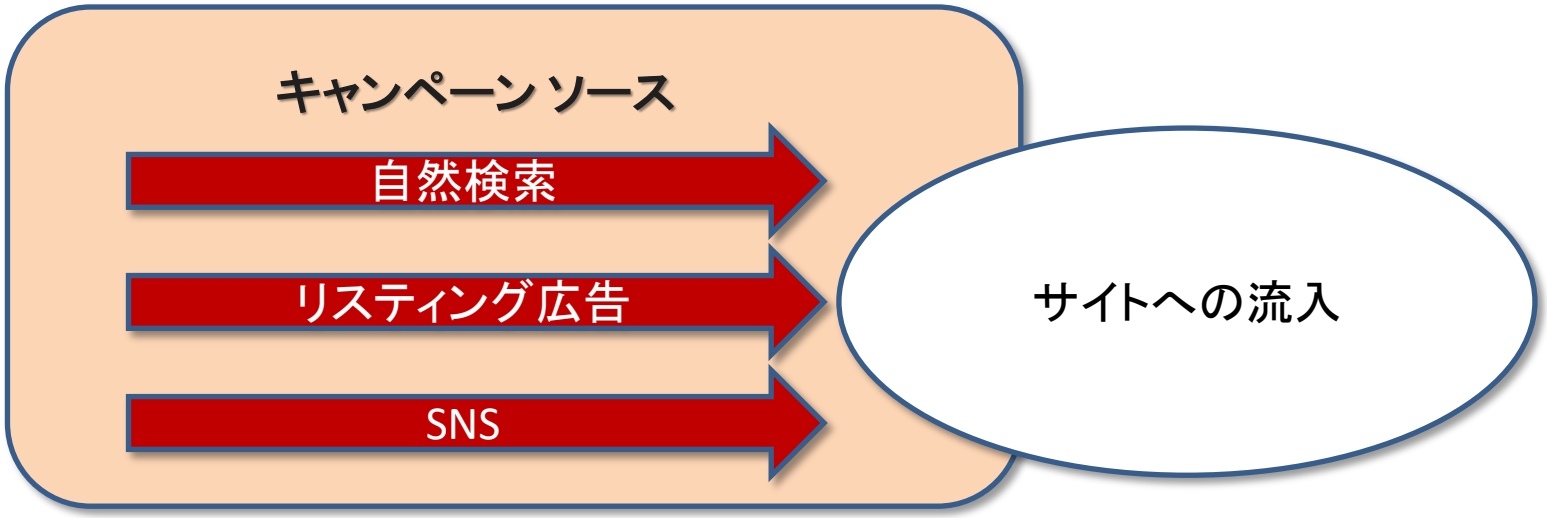
[GA4] ユーザー エンゲージメント（時間）
ユーザー エンゲージメントの指標は、アプリの画面がフォアグラウンド表示されていた時間、またはウェブページがフォーカス状態にあった時間の長さを示します。サイトまたはアプリを使用していてもページまたは画面が表示されていない時は、ユーザー エンゲージメントの指標は収集されません。公式ヘルプ：
https://support.google.com/analytics/answer/11109416?hl=ja

セッションの長さ（の制限）

セッションの長さ

UA	GA4
24時間 「1 日の終わりによる期限切れ ユーザー A が 8 月 14 日の午後 11 時 50 分にウェブサイトにアクセスし、15 日の午前 0 時 10 分に離脱したとします。 この場合は、8 月 14 日の午後 11 時 59 分 59 秒に最初のセッションが終了し、15 日の午前 0 時に次のセッションが開始されます。」（公式ヘルプ：https://support.google.com/analytics/answer/2731565#zippy=%2C%E3%81%93%E3%81%AE%E8%A8%98%E4%BA%8B%E3%81%AE%E5%86%85%E5%AE%B9 ）	「セッションの継続時間に制限はありません。」 （公式ヘルプ：https://support.google.com/analytics/answer/9191807?hl=ja）

キャンペーン ソースがセッション中に変更された場合、新しいセッションになるか？



キャンペーン ソースがセッション中に変更された場合、新しいセッションになるか？

UA

キャンペーン ソースがセッション中に変更された場合、
新しいセッションになるか？

なる

（公式ヘルプ：
https://support.google.com/analytics/answer/2731565#zippy=%2C%E3%81%93%E3%81%AE%E8%A8%98%E4%BA%8B%E3%81%AE%E5%86%85%E5%AE%B9 ）

GA4

キャンペーン ソースがセッション中に変更された場合、
新しいセッションになるか？

ならない

（公式ヘルプ：
https://support.google.com/analytics/answer/9191807?hl=ja）

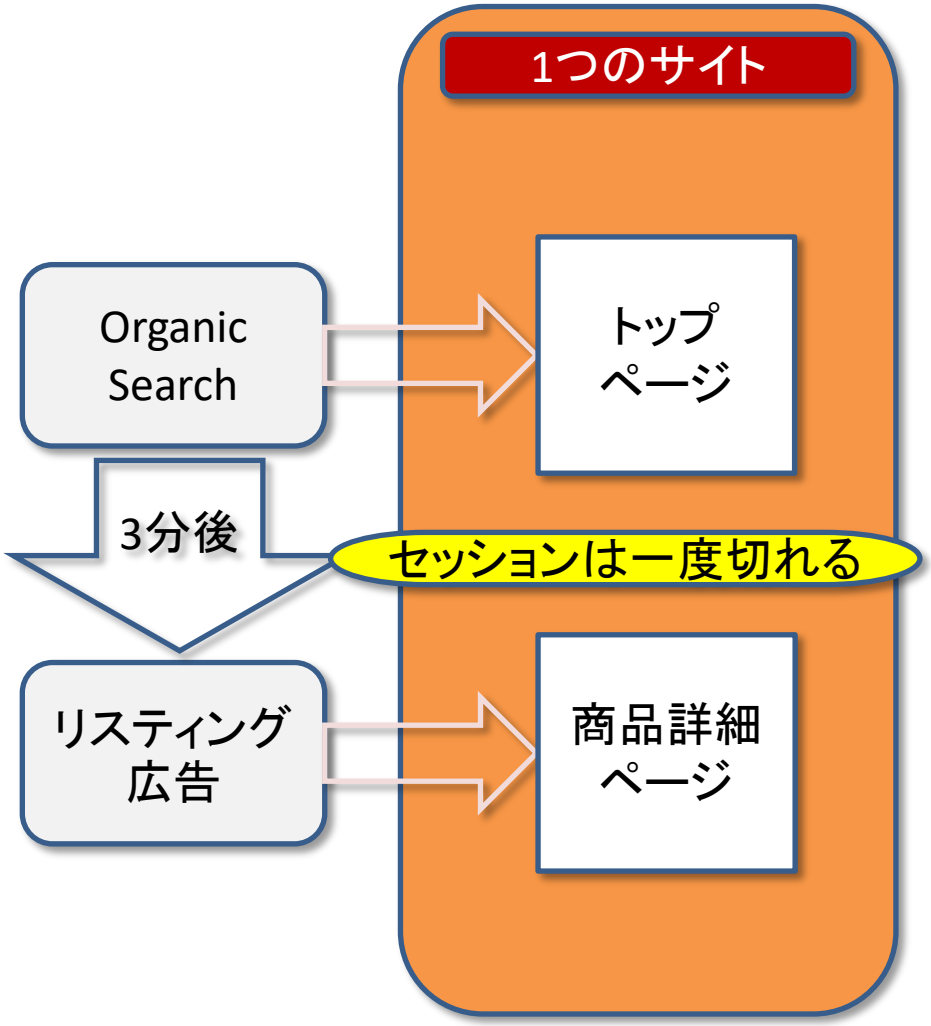
キャンペーン ソースがセッション中に変更された場合、新しいセッションになるか？

UA

UAでは、ユーザーのキャンペーン ソースが変わるたびに新しいセッションが開始されます。現在のセッションが終わっていない（最後のリクエストから 30 分経過していない）場合でも、キャンペーン ソースが変わると最初のセッションが終了して、次の新しいセッションが開始されます。

キャンペーンが更新される仕組み

通常、キャンペーンはユーザーが検索エンジン、参照元サイト、またはキャンペーンのタグが付いた URL を通じてサイトにアクセスするたびに更新されます。ただし、ノーリファラーの場合は、こうしたキャンペーン ソースの情報が更新されることはありません。



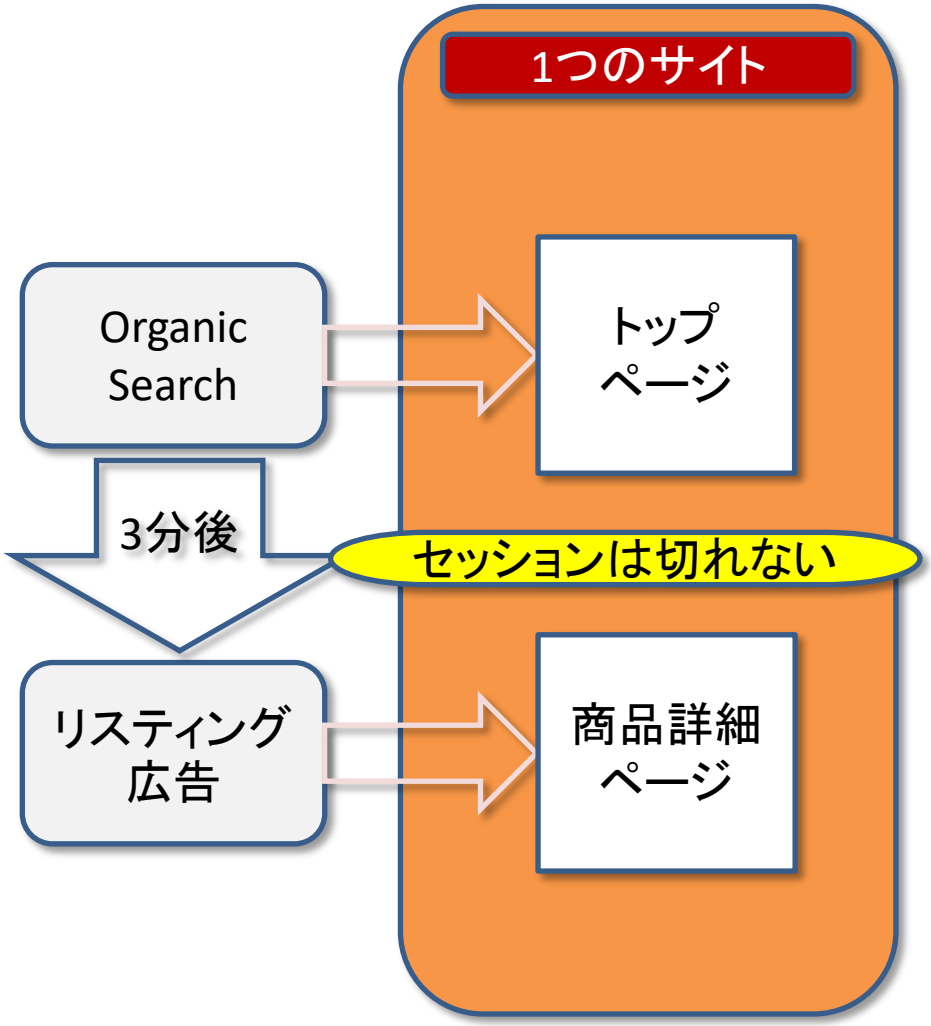
（公式ヘルプ：https://support.google.com/analytics/answer/2731565#zippy=%2C%E3%81%93%E3%81%AE%E8%A8%98%E4%BA%8B%E3%81%AE%E5%86%85%E5%AE%B9）

キャンペーン ソースがセッション中に変更された場合、新しいセッションになるか？

GA4

GA4プロパティのセッション数は、UAのプロパティのセッション数よりも少なくなることがあります。

キャンペーン ソースがセッション中に変更された場合、GA4 では新しいセッションが作成されないのに対し、UAでは新しいセッションが作成されるためです。



（公式ヘルプ：https://support.google.com/analytics/answer/9191807?hl=ja）

セッション中に午前零時を過ぎたら
新しいセッションが始まるか？

午前零時を過ぎたら新しいセッションが始まるか？

UA

セッション中に午前零時を過ぎたら
新しいセッションが始まるか？

始まる

（公式ヘルプ：
https://support.google.com/analytics/answer/2731565?hl=ja#zippy=%2C%E3%81%93%E3%81%AE%E8%A8%98%E4%BA%8B%E3%81%AE%E5%86%85%E5%AE%B9）

ユーザー A が 8 月 14 日の午後 11 時 50 分にウェブサイトにアクセスし、15 日の午前 0 時 10 分に離脱したとします。
この場合は、8 月 14 日の午後 11 時 59 分 59 秒に最初のセッションが終了し、15 日の午前 0 時に次のセッションが開始されます。

GA4

セッション中に午前零時を過ぎたら
新しいセッションが始まるか？

始まらない
日別のセッション数は「1」「1」と別れるが、
期間の合計で見ると「1」になる。

（公式ヘルプ：
https://support.google.com/analytics/answer/9191807?hl=ja）

セッションが日付をまたぐ場合（午後 11 時 55 分に開始して午前 0 時 5 分に終了する場合など）は各日で 1 回ずつカウントされますが、1 つのセッションとみなされます。

レイトヒット＝日またぎデータ送付に対する処理

たとえば、ユーザーがモバイル デバイスでウェブサイトを閲覧しているときにサービスにアクセスできなくなり、その 48 時間後に再び利用できるようになったとします。

GA4 ではレイトヒットが処理されますが、UAでは処理されないため、GA4 のほうがセッション数が多くなります。

日またぎデータ送付に対する処理

UA	GA4
4時間以内のデータを処理	72時間以内のデータを処理

「レイトヒット」（発生後すぐに送信されないヒット）
UAでは、前日の終了から 4 時間以内に届いたヒットが処理されます。GA4では、最大 72 時間遅れて届いたイベントも処理されます。GA4 のイベントの場合、より長い期間が処理の対象となります。そのため、GA4プロパティでのセッション数が多くなったり、処理対象期間である 72 時間で報告される数値が変動したりすることがあります。

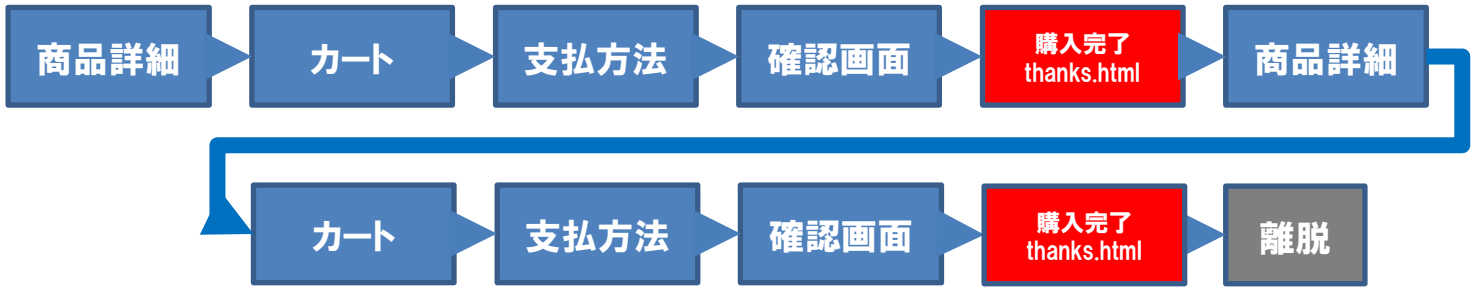
（公式ヘルプ：
https://support.google.com/analytics/answer/9964640?hl=ja#zippy=%2C%E3%81%93%E3%81%AE%E8%A8%98%E4%BA%8B%E3%81%AE%E5%86%85%E5%AE%B9 ）

セッション中に2回以上の同一CVがあった場合

セッション中に2回以上の同一CVがあった場合

UA	GA4
目標（＝CV）に関しては、1回のセッション中に複数回目標を達成しても（CVしても）、「1」としかカウントされません。	設定した目標（＝CV）に対し、1回のセッションで複数回目標を達成した場合は（CVした場合）、その回数分だけカウントされます。 GA4では、「イベントを目標（コンバージョン）に設定します。そのため、コンバージョンに設定したイベントに関しては、イベントの発生回数＝コンバージョンの発生回数となります。

セッション中に2回以上の同一CVがあった場合



UA

目標（＝CV）に関しては、1回のセッション中に複数回目標を達成しても（CVしても）、「1」としかカウントされません。

GA4

GA4では、「イベントを目標（コンバージョン）に設定します。そのため、コンバージョンに設定したイベントに関しては、イベントの発生回数＝コンバージョンの発生回数となります。

「直帰率」に代わる
「エンゲージメント率」
とは

エンゲージメント率

GA4では、2022年5月11日現在、「直帰率」という指標は使われていません。
それに代わるのは、「エンゲージメント」という考え方です。

GA4では「エンゲージメント率」で判断する
全セッションのうちどれくらいエンゲージメントがあったのかを測る指標が「エンゲージメント率」です。エンゲージメント率は、以下の計算式で求められます。

エンゲージメント率の計算式
エンゲージメント率 ＝ エンゲージのあったセッション ÷ すべてのセッション数

「エンゲージのあったセッション」の定義は以下の通りです。
エンゲージメントのあったセッション数
「エンゲージメント セッション（エンゲージメントのあったセッション数）」は、次のいずれかに該当するセッションを指します。

- 10 秒以上継続した
- 1 件以上のコンバージョン イベントがあった
- ページビューが 2 回以上あった

公式ヘルプ：https://support.google.com/analytics/answer/10999789?hl=ja

UAの直帰率の限界

UAでは

入口ページを**5秒**見て離脱した場合

入口ページを**1分**見て離脱した場合

入口ページを**10分**見て離脱した場合

入口ページを**30分**見て離脱した場合

いずれの場合も直帰したことになる

GA4では、「直帰率」という指標は使われません。

それに代わる指標は、

100%ー「エンゲージメント率」

です。

UAの直帰率の限界

UA＋GTM

GTMの設定にある「非インタラクションヒット」でも、実践的な設定はある程度できる。**直帰したとしてもイベントが発生していれば直帰にカウントされず直帰率は下がる**ので、ユーザーの行動と関係のないイベント(非インタラクションヒット)であれば、直帰したものは直帰として計測されるように設定する必要がある＝設定を「真」にします。

GTMの「非インタラクションヒット」の設定	真	偽
基本の定義	ユーザーの行動とイベントの間に関わりがない	ユーザーの行動とイベントの間に関わりがある
直帰の考え方	直帰したら直帰とみなす	直帰しても直帰とみなさない
代表的なイベント例	・スクロール率 ・読了 ・滞在時間 ・要素の表示 ・動画再生	・内部/外部リンククリック ・PDFダウンロード
ページ遷移の有無	基本的になし	基本的にあり

UAの直帰率の限界

UA＋GTM

非インタラクションヒット

「偽」このイベントを実行したら
直帰しても直帰とみなさない

「真」このイベントを実行したら
直帰したら直帰とみなす

トラッキング タイプ
イベント
イベント トラッキング パラメータ
カテゴリ
アクション
ラベル
値
非インタラクション ヒット
偽
Google アナリティクス設定
設定変数を選択...
このタグでオーバーライド設定を有効にする

er.google.com/?authuser=2#/container/accounts/3023496062/containers/8902181/workspaces/1000024/tags
タグ
タグの設定
タグの種類
Google アナリティクス: ユニバーサル アナリティクス
Google マーケティング プラットフォーム
トラッキング タイプ
イベント
イベント トラッキング パラメータ
カテゴリ
アクション
ラベル
値
非インタラクション ヒット
偽
Google アナリティクス設定
設定変数を選択...
このタグでオーバーライド設定を有効にする
詳細設定

エンゲージメント率

「エンゲージメント率」が確認できるレポートは？

以下、順に見ていきます。

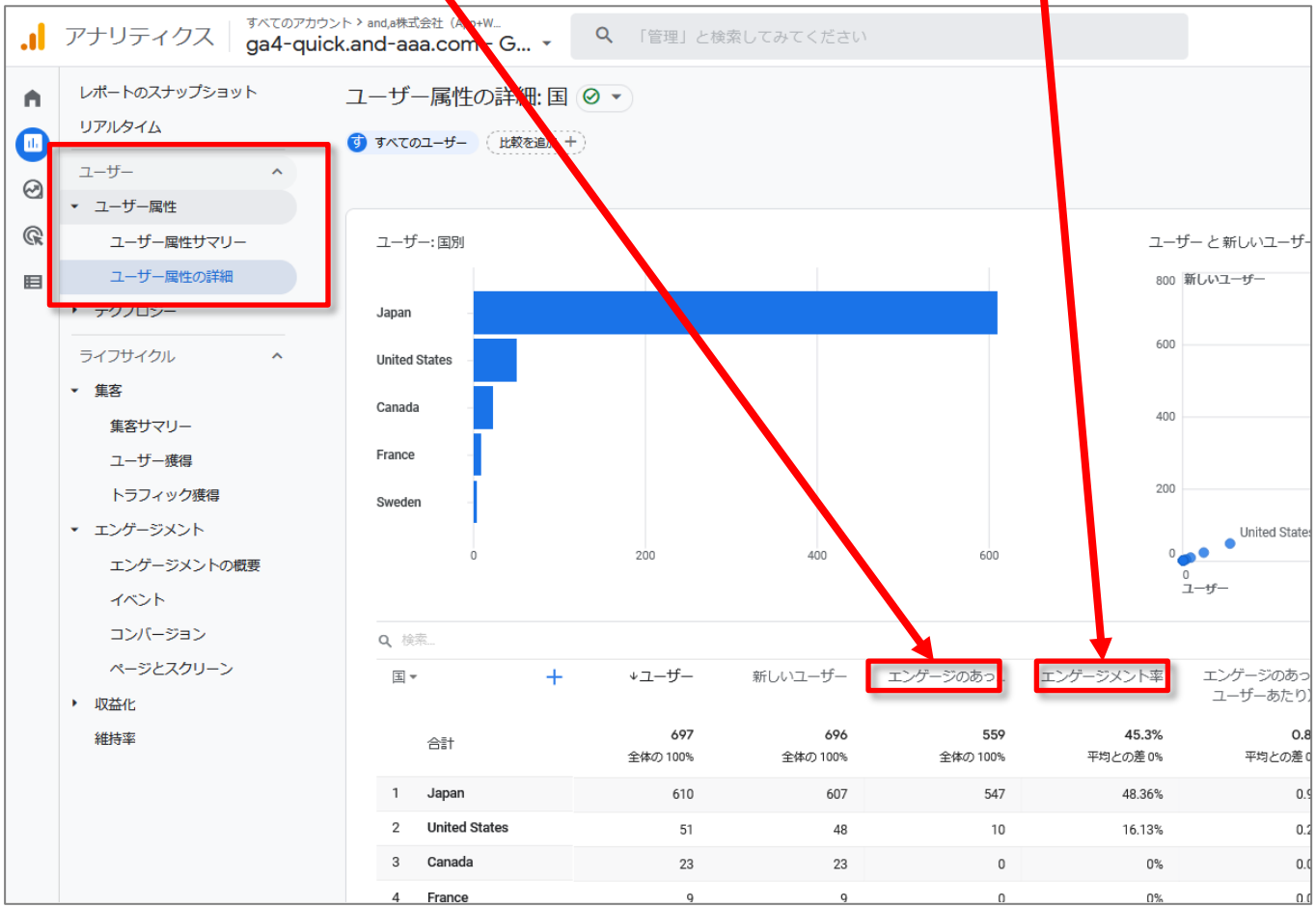
- ユーザー > ユーザー属性 > ユーザー属性の詳細
- ユーザー > テクノロジー > ユーザーの環境の詳細
- ライフサイクル > 集客 > ユーザー獲得

エンゲージメント率

ユーザー > ユーザー属性 > ユーザー属性の詳細

エンゲージメントのあったセッション数

エンゲージメント率



エンゲージメント率

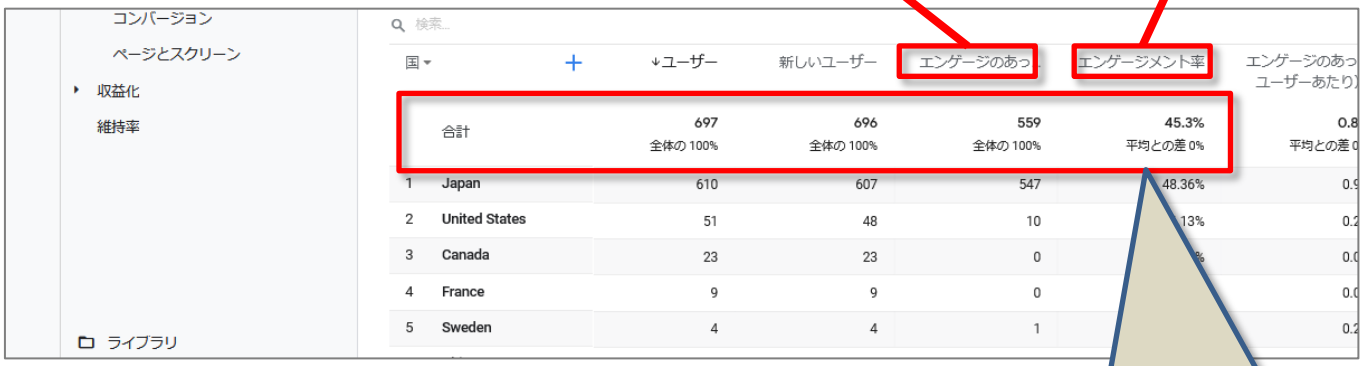
ユーザー > ユーザー属性 > ユーザー属性の詳細

エンゲージメントのあったセッション数

10 秒を超えて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もしくはページビューもしくは動画視聴が発生したセッションの数。

エンゲージメント率

エンゲージのあったセッションの割合（エンゲージのあったセッション数をセッション数で割った値）です。



「合計」の行の「エンゲージメント率」の列でサイト全体の「エンゲージメント率」が分かる。

エンゲージメント率

ユーザー > テクノロジー > ユーザーの環境の詳細

エンゲージメントのあったセッション数

エンゲージメント率

アナリティクス

ga4-quick.and-aaa.com - G...

「管理」と検索してみてください

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

ユーザー属性サマリー

ユーザー属性の詳細

テクノロジー

ユーザーの環境の概要

ユーザーの環境の詳細

ライフサイクル

集客

集客サマリー

ユーザー獲得

トラフィック獲得

エンゲージメント

エンゲージメントの概要

イベント

コンバージョン

ページとスクリーン

収益化

維持率

ユーザーの環境の詳細: ブラウザ

すべてのユーザー

比較を追加

ユーザー の推移: ブラウザ別

Chrome Safari Safari (in-app) Android Webview Firefox

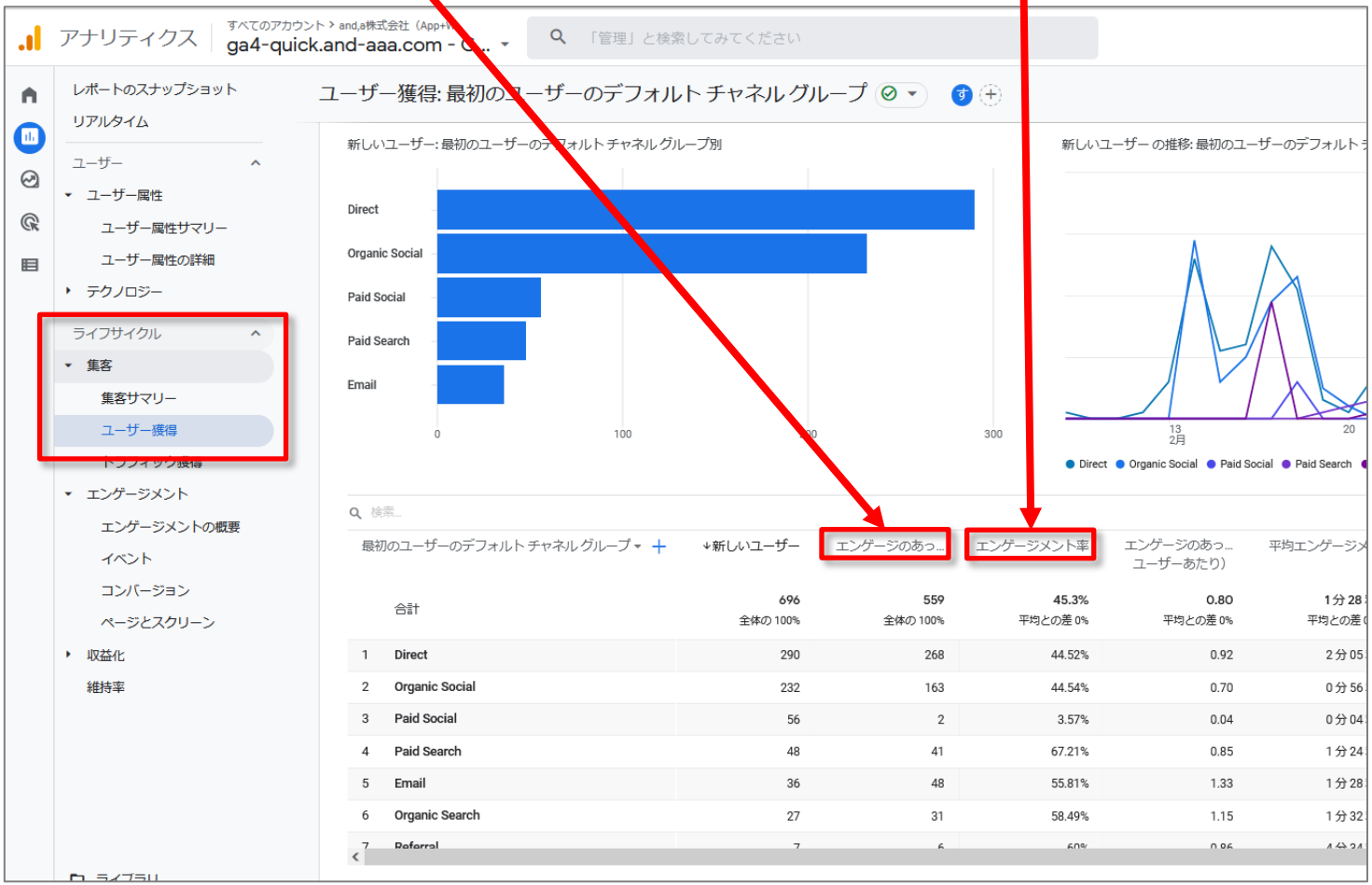
ブラウザ	ユーザー	新しいユーザー	エンゲージのあった	エンゲージメント率
合計	697 全体の 100%	696 全体の 100%	559 全体の 100%	45.12% 平均との差 0%
1 Chrome	446	444	473	51.41%
2 Safari	136	133	49	27.68%
3 Safari (in-app)	76	76	7	8.97%

エンゲージメント率

ライフサイクル > 集客 > ユーザー獲得

エンゲージメントのあったセッション数

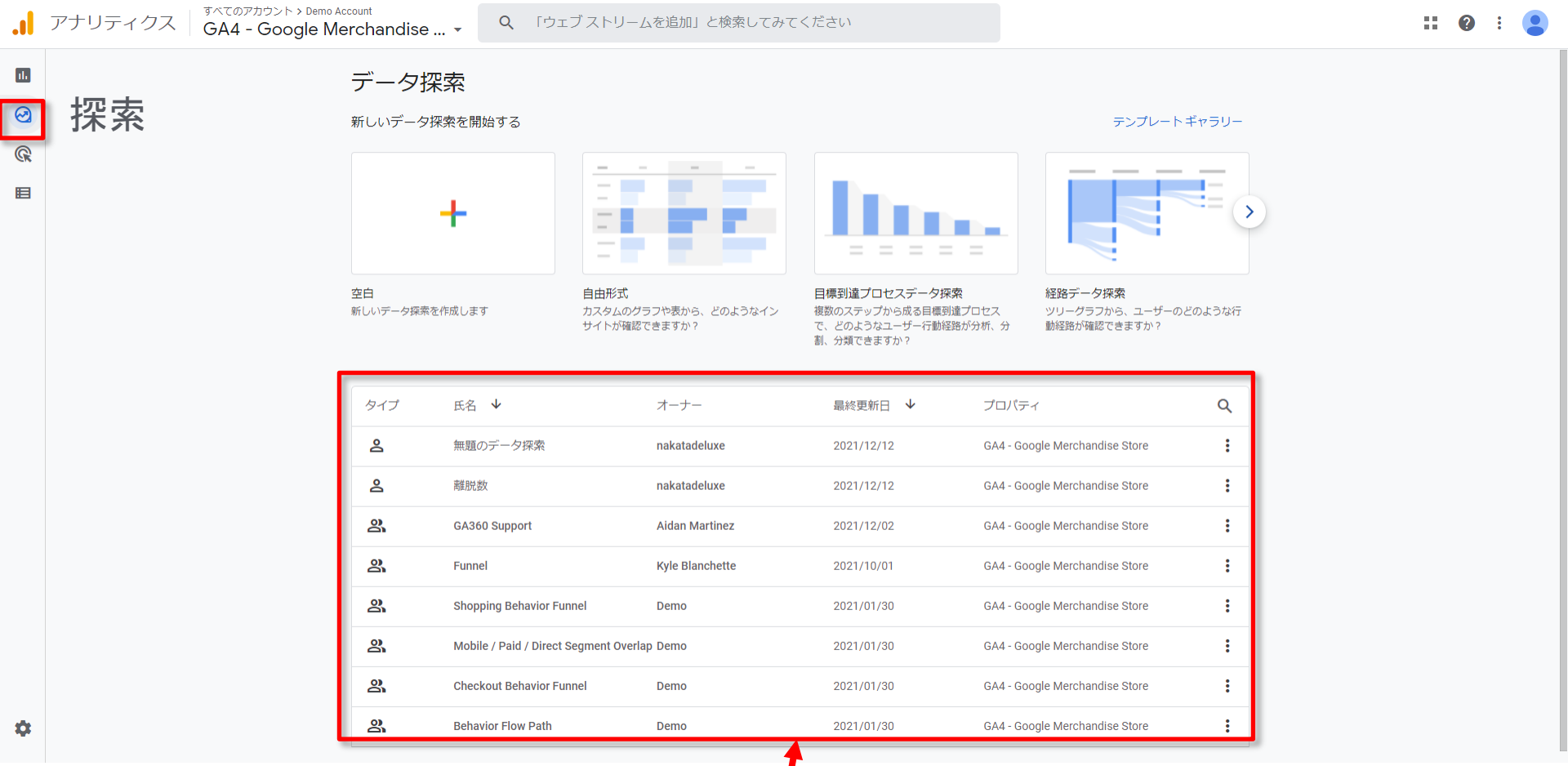
エンゲージメント率



「探索」で
「エンゲージメント率」
のレポートを作る

探索とは

GA4の「探索」機能には、さまざまな種類のレポートテンプレートが用意されています。



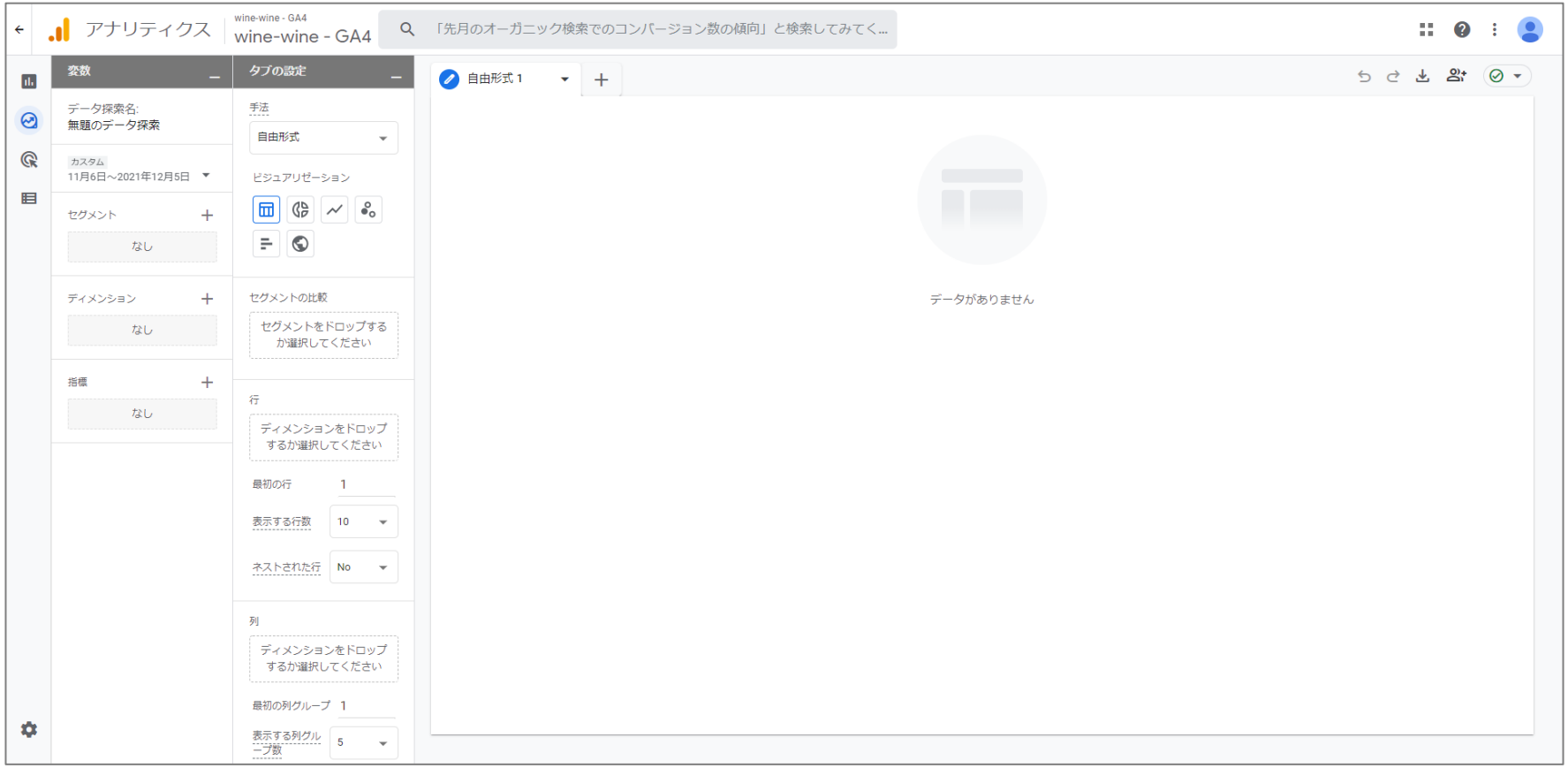
右側のメインエリアに「データ探索」の内容が表示されます。赤枠のリストは、作成した探索レポートで、指定すると中身を見ることができます。

探索とは

まだ1つも作っていない場合は、何も表示されません。新規に1からレポートを作成するか、いくつか用意されているテンプレートを利用できます。今回は新規作成として「空白」をクリックします。

探索とは

下は「空白」をクリックした後の画面です。

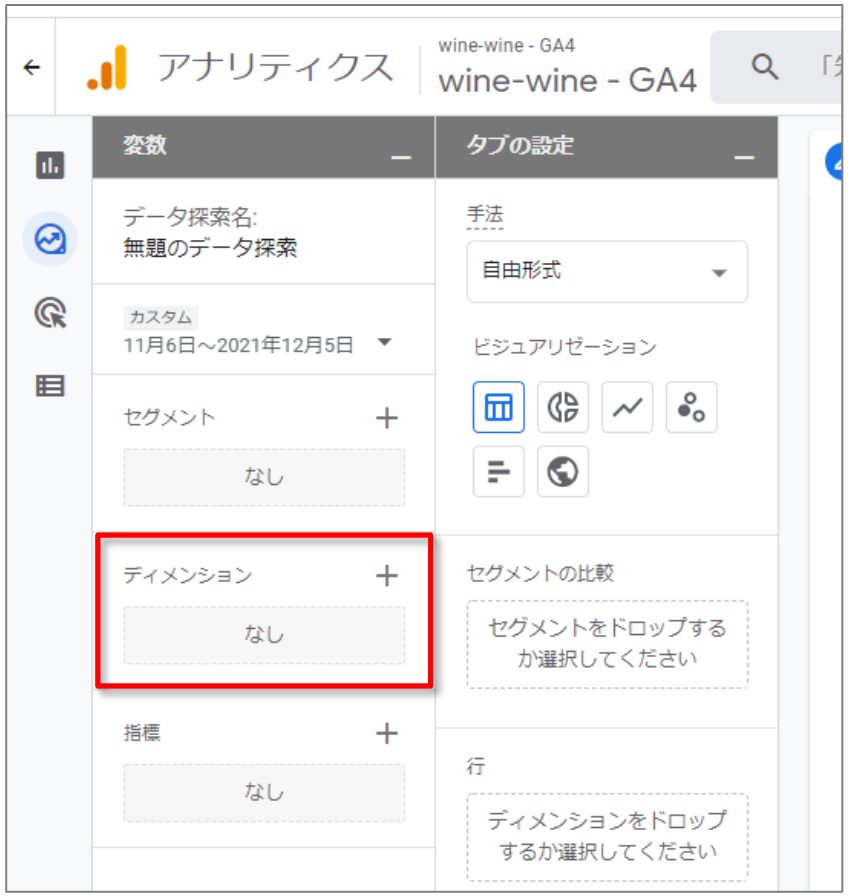


「ディメンション」と「指標」を選べば、レポートは出来る

ここでは、「日付」別の「エンゲージメント率」のレポートを見る方法をご紹介します。

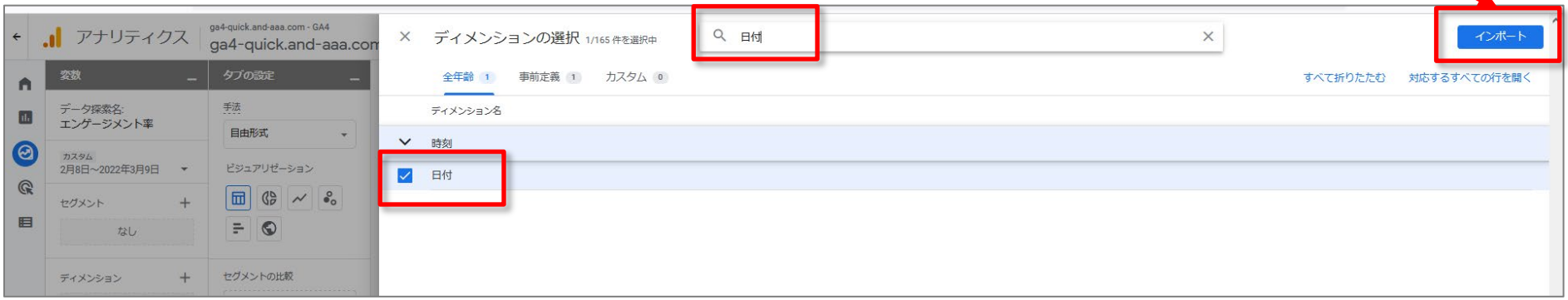
「ディメンション」を選ぶ

左側にある「変数」のエリアを利用していきます。
変数のエリアでは、レポートに名称をつけたり、期間を選んだりできます。まずは「セグメント（分類）」「ディメンション（項目）」「指標（値）」のエリアで項目を登録しましょう。
項目を追加するために「ディメンション」の横にある「＋」ボタンを押します。右側に表示される一覧から「ページタイトル」を選んでみましょう。



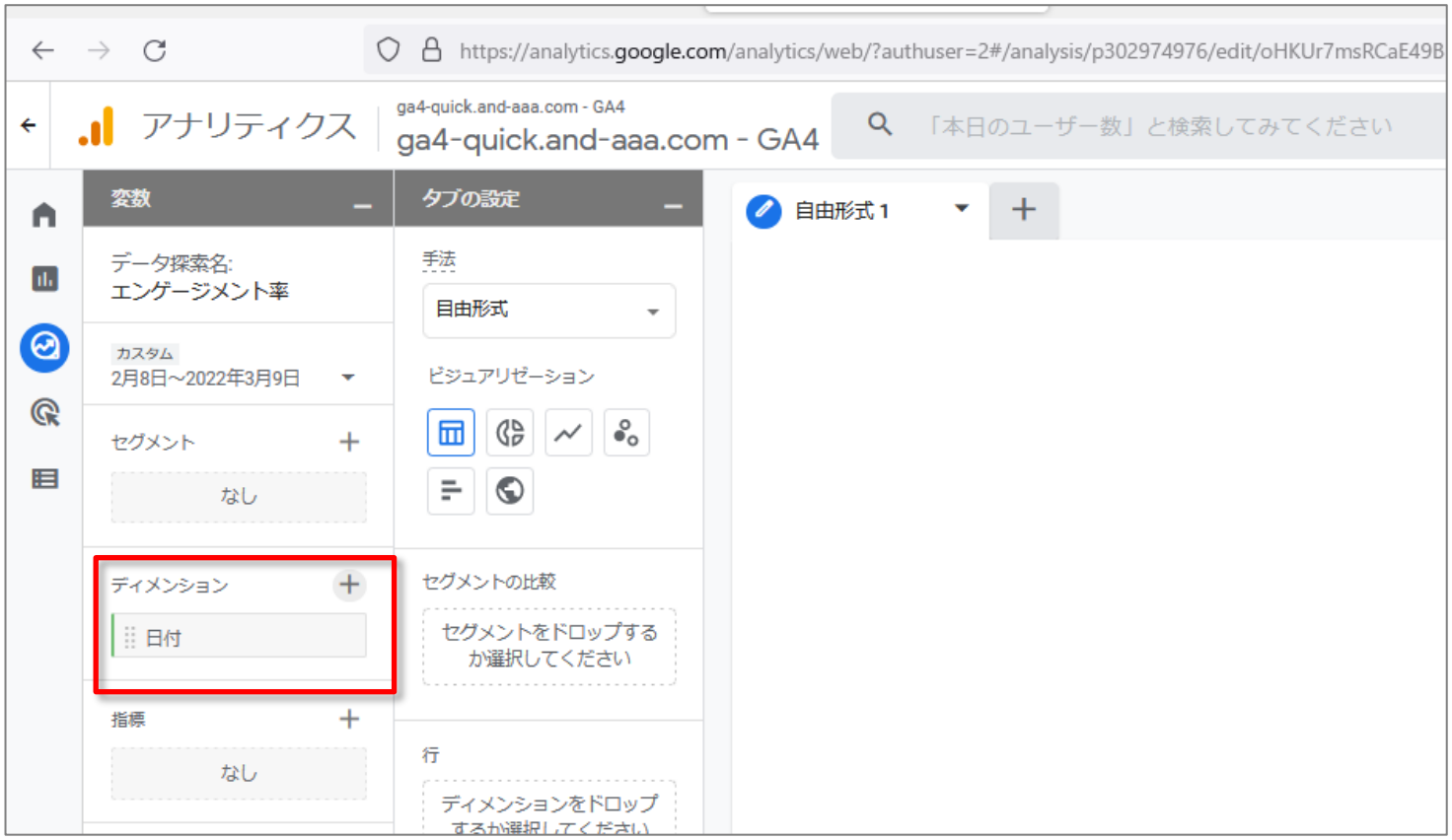
「ディメンション」を選ぶ

項目を選んだあとは、「インポート」をクリックしてください。



「ディメンション」を選ぶ

「ディメンション」に「日付」が入りました。

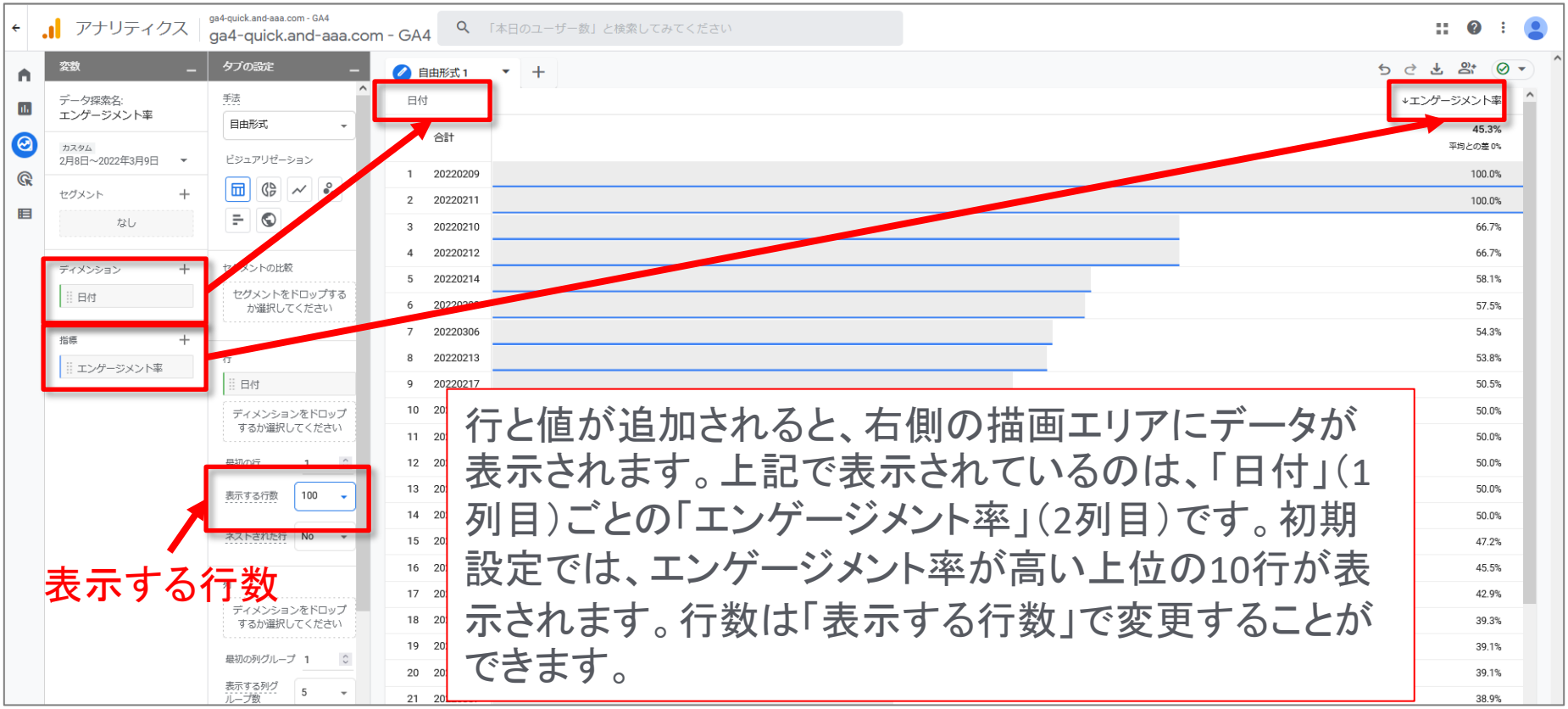


「指標」を選ぶ

同じように「指標」から「エンゲージメント率」を選びましょう。これで今回のレポートで利用する2つの項目を選べました。

レポート作成

それでは、選んだ2つの内容をレポートに反映しましょう。追加した「日付」と「エンゲージメント率」をダブルクリックすると、真ん中のエリアである「タブの設定」の行に「日付」が、列に「エンゲージメント率」が追加されます。ダブルクリックではなく、項目をドラッグ＆ドロップで追加することも可能です。
なお「ディメンション」は行か列に追加できて、指標は「値」にのみ追加が可能です。



行と値が追加されると、右側の描画エリアにデータが表示されます。上記で表示されているのは、「日付」（1列目）ごとの「エンゲージメント率」（2列目）です。初期設定では、エンゲージメント率が高い上位の10行が表示されます。行数は「表示する行数」で変更することができます。

レポート作成

「日付」をクリックすることで、日付の昇順、降順に並べ替えることが出来ます。

テキストはここまでとなります。