

---

# Google アナリティクス 4

## GA4 レポート画面の見方

and,a株式会社  
2022年05月03日

# このセミナーを録画させて頂き、アーカイブ化させて頂きたくことについて

## ■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。

ユーザー様側の操作によって、右サイドにお名前が出てしまう現象が確認されておりますが、操作内容が特定できておりません。お名前が出てしまった場合は、アーカイブ公開前にモザイクでお名前を隠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

GA4+UA 同時導入 (7) GTM側の設定 (13)  
「測定 ID」の確認のために、GA4に戻って、データストリームへ。

and,a 2022年

GA4新規導入の方法 / 最初におきたい設定 (GA4オンラインセミナー2022年3月3日開催分)  
25 視聴者 • 2022/03/04

# 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/>

The screenshot shows the GA4 Quick website interface. At the top, there is a navigation menu with items: セミナー案内, テキストダウンロード (highlighted), サービス案内, 解説記事, このサイトについて, お問合せ・FAQ. Below the menu, a breadcrumb trail reads: ホーム > ブログ > オンラインセミナー > 「GA4【無料】オンラインセミナー」テキストダウンロードセンター (登録不要). The main content area features a red-bordered box containing the text: 「GA4【無料】オンラインセミナー」テキストダウンロードセンター (登録不要). To the right of this box is the 'anda' logo. Below the main content, there is a '最近の記事' (Recent Articles) section with three entries: 'よくあるご質問 (FAQ)' (2022.02.19), 'GA4では、utm\_mediumはどう書く?' (2022.02.18), and '「GA4【無料】オンラインセミナー」(1テーマ30分×全15回) ...' (2022.02.18). A large image of old books is visible on the left side of the page.

## セミナーについてのご質問

ZOOMにはチャット機能がございますが、**セミナーの時間が30分**のため、**大変申し訳ございませんが、セミナー中にチャットでご質問を頂戴しても、セミナー中にご回答させていただくことができません。**

弊社ではGA4の導入、設定、活用などに関して、質問、相談ができる「GA4専用 無料コミュニティ」を開設しております。

こちらで当セミナーの講師がご回答させていただきます。  
下記のリンクから、**全て無料**でご利用いただくことができます。  
<https://discord.gg/TWzZ75nAHe>



コミュニティは、当セミナーの主催者 and,a株式会社が運営しており、どなたでも無料でご参加いただき、質問を書き込んで頂くことができます。

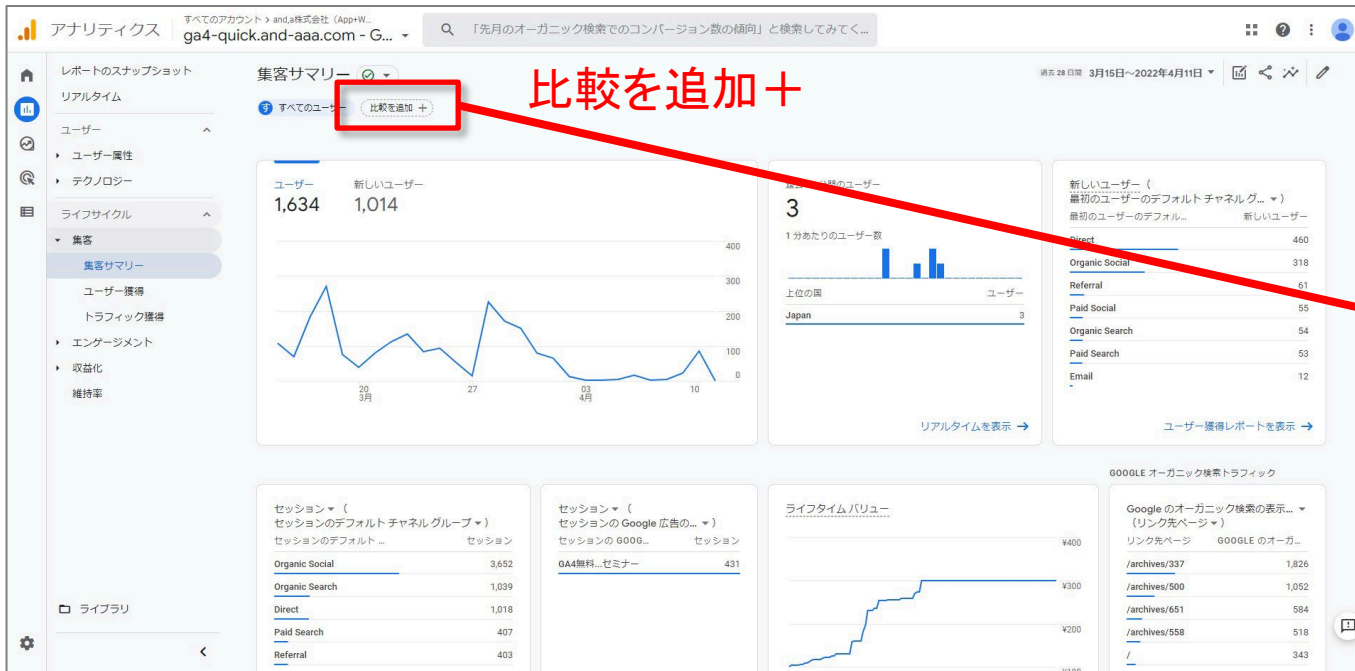


---

# 共通のUI(ユーザーインターフェイス)

# 「比較を追加+」(1)

「比較を追加+」をクリックすると、画面右に「比較の作成」が開く



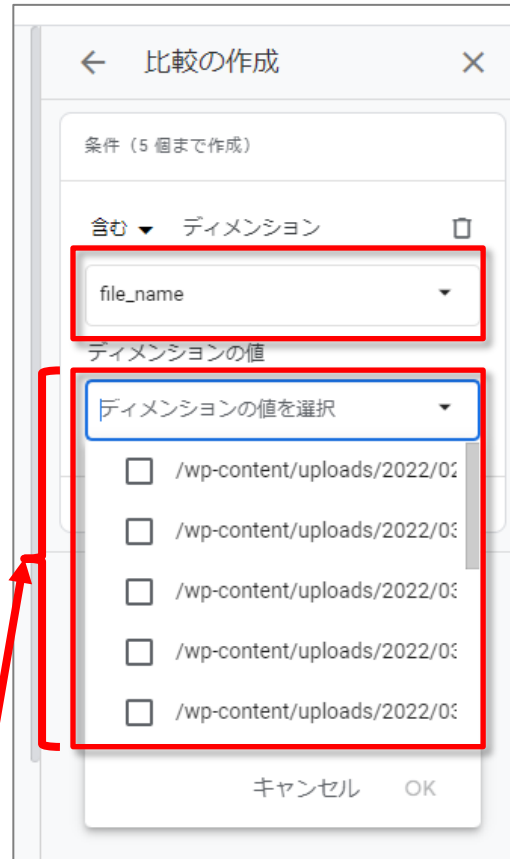
The '比較の作成' (Create Comparison) overlay is shown on the right. It has a title bar with a back arrow, the text '比較の作成', and a close button (X). Below the title bar, there is a section for '条件 (5個まで作成)' (Conditions, up to 5). Underneath, there is a dropdown menu labeled '含む' (Include) with 'ディメンション' (Dimension) selected. Below the dropdown is a text input field with the placeholder 'ディメンションを選択してください' (Please select a dimension). At the bottom of the overlay, there is a blue button labeled '+ 新しい条件を追加' (Add new condition). At the very bottom right of the overlay, there is a grey button labeled '適用' (Apply).

## 「比較を追加+」(2)

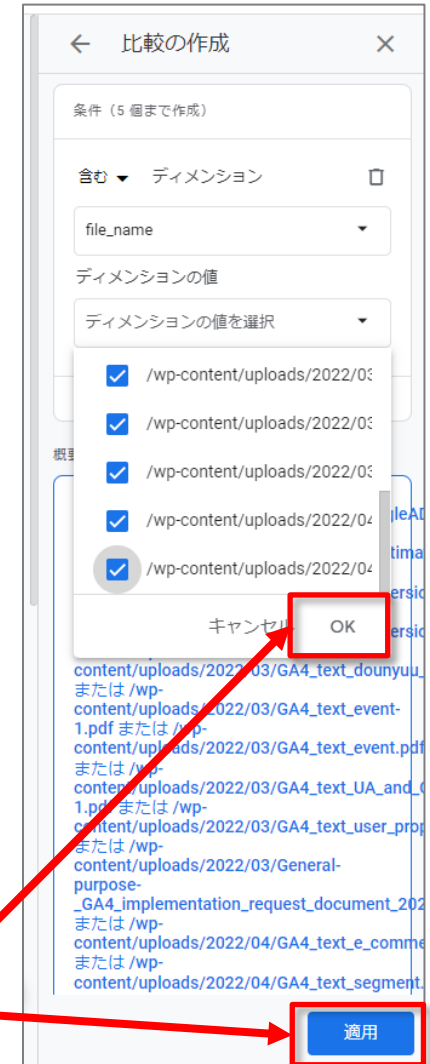
例えば、イベント「file\_download」は自動収集イベントなので、イベントパラメータの「file\_name」は自動的にカスタム ディメンションに設定され、選択肢に見えています。今回はこれを使ってみます。



このセミナーのテキストはPDF形式で、自由にダウンロードできるように提供させていただきます。その一覧が見えます。



「OK」をクリックして、「適用」をクリック。



## 「比較を追加+」(3)

これで、すべてのユーザーと、当セミナーのテキストをダウンロードしたユーザーの比較ができました。



# 「比較データを編集」

「比較データを編集」をクリックすると、画面右に「比較データを編集」が開く。  
その中の「+新しい比較を追加」をクリックすると、前出の「比較を追加+」で見たのと同じフォームが開く。

The image shows a screenshot of the Google Analytics interface. The main dashboard displays various metrics and charts, including a line chart for 'ユーザー' (Users) and a bar chart for '過去 30 分間のユーザー' (Users in the last 30 minutes). A red box highlights the '比較データを編集' (Edit Comparison Data) icon in the top right corner of the dashboard. A red arrow points from this icon to a modal window titled '比較データを編集' (Edit Comparison Data). This modal window shows a list of comparisons, with the first one being 'すべてのユーザー' (All Users). A red box highlights the '+新しい比較を追加' (Add New Comparison) button in this modal. A red arrow points from this button to another modal window titled '比較の作成' (Create Comparison). This second modal window shows a form for creating a new comparison, with a dropdown menu for '含む' (Include) and a 'ディメンション' (Dimension) selection field. The text 'ディメンションを選択してください' (Please select a dimension) is visible in the dropdown. A '+ 新しい条件を追加' (Add New Condition) button is at the bottom of the form.

比較データを編集

比較 (4 個まで追加)

すべてのユーザー

+ 新しい比較を追加

← 比較の作成

条件 (5 個まで作成)

含む ▼ ディメンション

ディメンションを選択してください ▼

+ 新しい条件を追加

# 「このレポートを共有」

「このレポートを共有」をクリックすると、画面右に「このレポートを共有」が開く。

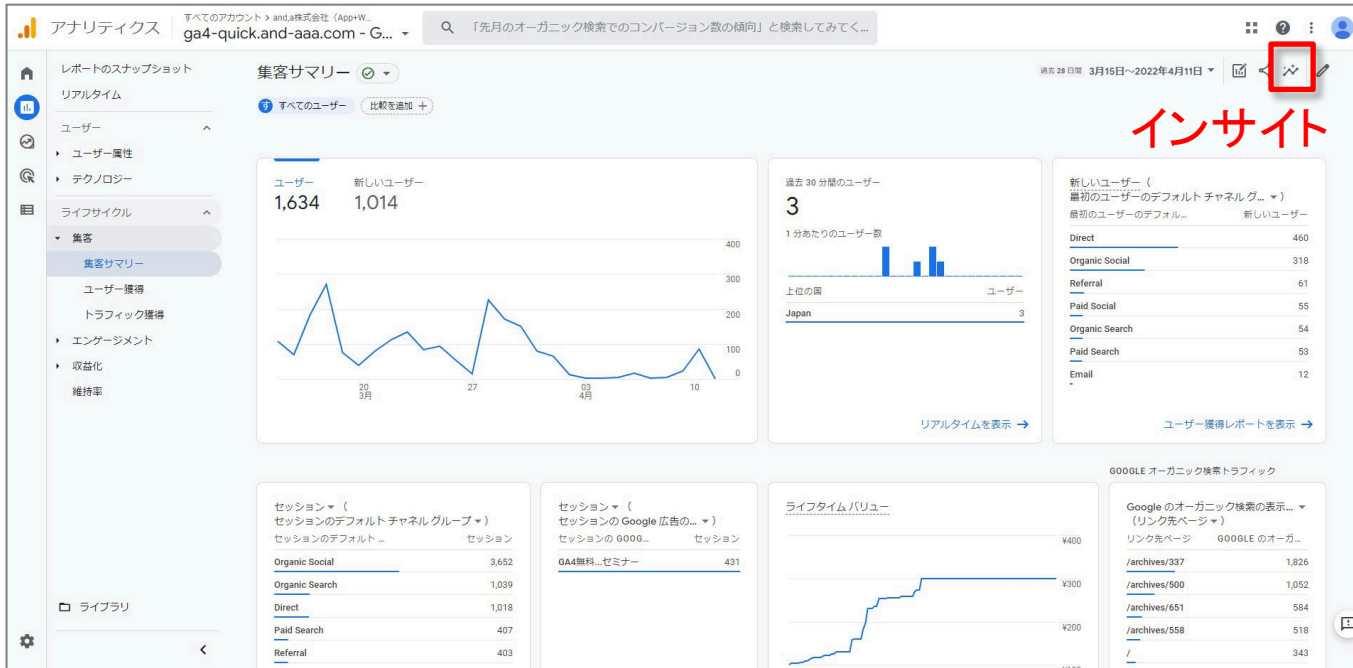
The screenshot shows the Google Analytics 'Collecting Summary' report. A red box highlights the 'このレポートを共有' (Share this report) icon in the top right corner. A red arrow points from this icon to a floating sharing menu on the right. This menu contains two main options: 'リンクを共有' (Share link) and 'ファイルをダウンロード' (Download file). A second red arrow points from the 'リンクを共有' option to a 'Link sharing' dialog box on the left. This dialog box displays the text 'このプロパティにアクセスできるユーザーは、このリンクを表示できます。' (Users who can access this property can view this link.) and shows a URL: 'https://analytics.google.com/analytics/web/'. A 'リンクのコピー' (Copy link) button is at the bottom. A third red arrow points from the 'ファイルをダウンロード' option to a 'Export this report' dialog box on the right. This dialog box offers two export formats: 'PDF をダウンロード' (Download PDF) and 'CSV 形式でダウンロード' (Download in CSV format).

「リンクを共有」をクリックすると、このレポートの共有用のリンクが表示される。

「ファイルをダウンロード」をクリックすると、PDFまたはCSVでダウンロードできる。

# 「インサイト」

「インサイト」をクリックすると、「分析情報」が開く。



分析情報

アナリティクスインテリジェンスに質問する  
下から質問を1つ選択するか、検索バーに質問を直接入力してください。

- 基本パフォーマンス
- ユーザー属性
- ユーザー獲得
- トラフィック分析
- ユーザーの環境
- eコマース

# 「インサイト」基本パフォーマンス

分析情報 ×

アナリティクスインテリジェンスに質問する  
下から質問を1つ選択するか、検索バーに質問を直接入力してください。

**基本パフォーマンス** ▾

ユーザー属性 ▾

ユーザー獲得 ▾

トラフィック分析 ▾

ユーザーの環境 ▾

eコマース ▾

基本パフォーマンス ^

先週のユーザー数は？

---

閲覧回数で上位のページとスクリーンはどれですか？

---

最もユーザー数が多いのはどの日ですか？

---

今年の新規ユーザー数

---

ユーザーごとの上位のイベントはどれですか？



# 「インサイト」ユーザー属性

The image shows a user interface for analytics insights. On the left is a sidebar menu with the following items: '分析情報' (Analysis Information), '基本パフォーマンス' (Basic Performance), 'ユーザー属性' (User Attributes), 'ユーザー獲得' (User Acquisition), 'トラフィック分析' (Traffic Analysis), 'ユーザーの環境' (User Environment), and 'eコマース' (E-commerce). The 'ユーザー属性' item is highlighted with a red box, and a red arrow points from it to a larger panel on the right. This panel, titled 'ユーザー属性' (User Attributes), contains four questions: '最も使用されている言語は何語ですか？' (What is the most used language?), 'ユーザーのアクセス元の国はどこですか？' (Which country is the user's access source?), 'ユーザー数で上位の都市はどこですか？' (Which city is the top by user count?), and '収益で上位の国はどこですか？' (Which country is the top by revenue?).

分析情報

アナリティクスインテリジェンスに質問する  
下から質問を1つ選択するか、検索バーに質問を直接入力してください。

基本パフォーマンス

ユーザー属性

ユーザー獲得

トラフィック分析

ユーザーの環境

eコマース

ユーザー属性

最も使用されている言語は何語ですか？

ユーザーのアクセス元の国はどこですか？

ユーザー数で上位の都市はどこですか？

収益で上位の国はどこですか？

# 「インサイト」ユーザー獲得

分析情報

アナリティクスインテリジェンスに質問する  
下から質問を1つ選択するか、検索バーに質問を直接入力してください。

- 基本パフォーマンス
- ユーザー属性
- ユーザー獲得**
- トラフィック分析
- ユーザーの環境
- eコマース

ユーザー獲得

過去 30 日間のオーガニック検索からのユーザーの数は？

オーガニック検索からのユーザー収益と有料検索からのユーザー収益の比較

設問をクリックすると、  
回答が表示されます。

分析情報

質問内容: 過去 30 日間のオーガニック検索からのユーザーの数は？

**Organic Searchの最初のユーザーのメディアに対するユーザー**  
3月 18-4月 16, 2022

ユーザー	111
------	-----

この答えはお役に立ちましたか？

質問の候補

# 「インサイト」トラフィック分析

分析情報

アナリティクスインテリジェンスに質問する  
下から質問を1つ選択するか、検索バーに質問を直接入力してください。

- 基本パフォーマンス
- ユーザー属性
- ユーザー獲得
- トラフィック分析**
- ユーザーの環境
- eコマース

トラフィック分析

昨年のもごとのユーザー数の傾向

ユーザー数の前月比の伸び

# 「インサイト」ユーザーの環境

分析情報

アナリティクスインテリジェンスに質問する  
下から質問を1つ選択するか、検索バーに質問を直接入力してください。

- 基本パフォーマンス
- ユーザー属性
- ユーザー獲得
- トラフィック分析
- ユーザーの環境**
- eコマース

ユーザーの環境

- 最も使用されているデバイスは何ですか？
- 最も使用されているブラウザはどれですか？
- 先週最もユーザー数が多かったアプリのバージョンはどれですか？
- 最も使用されているプラットフォームは何ですか？

# 「インサイト」 eコマース

🏠 分析情報 ×

アナリティクスインテリジェンスに質問する  
下から質問を1つ選択するか、検索バーに質問を直接入力してください。

- 📊 基本パフォーマンス
- 👤 ユーザー属性
- 👤 ユーザー獲得
- 📈 トラフィック分析
- 📍 ユーザーの環境
- 🛒 eコマース**

🛒 eコマース ^

- 過去12か月間の週ごとの収益の傾向
- 今年のデバイスごとの収益
- 収益で上位の商品
- ベストセラー商品はどれですか？

# 「レポートをカスタマイズ」(1)

「レポートをカスタマイズ」をクリックすると、画面右に「レポートをカスタマイズ」が開く。レポート画面の各パーツは「カード」と呼ばれており、これを削除したり、新たなカードを追加したりすることができる。



公式ヘルプ:

<https://support.google.com/analytics/answer/10445879?hl=ja>

← 戻る

集客サマリー

カスタマイズを中止するには、画面左上の「戻る」をクリック

レポートをカスタマイズ

カード (最大 16 枚)

- 概要
- リアルタイム
- 新しいユーザー (最初のユーザーのデフォ...)
- セッション (セッションのデフォルト...)
- セッション (セッションの Google 広...)
- ライフタイムバリュー
- Google のオーガニック検索の表 (リンク先ページ)
- Google のオーガニック検索のク (Google のオーガニック...)

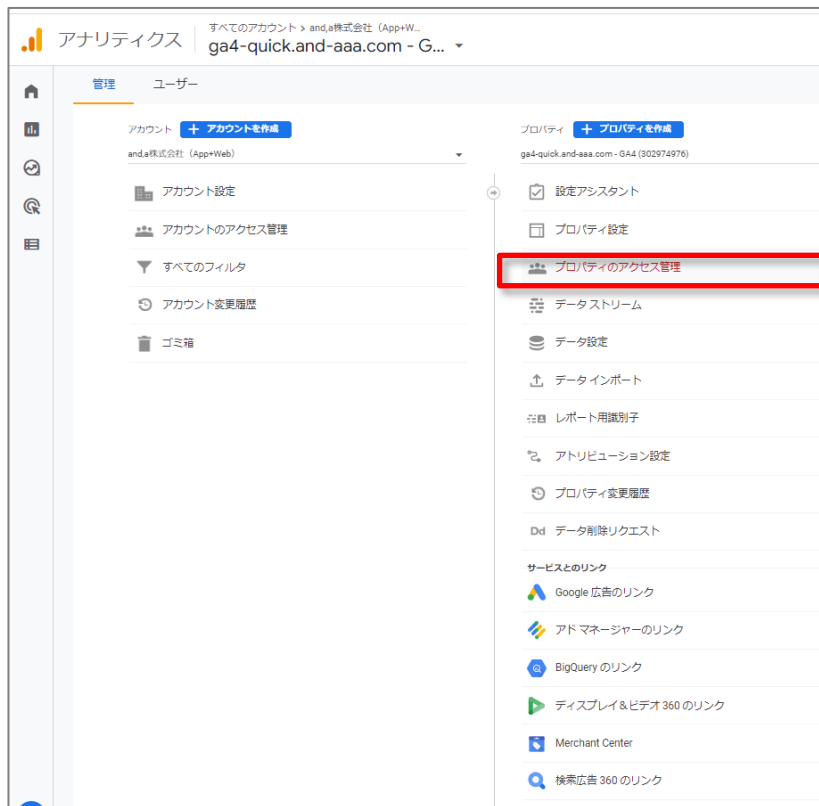
+ カードの追加

レポートのテンプレート

集客サマリー

# 解説:「レポートをカスタマイズ」できるユーザー権限

「レポートをカスタマイズ」できる権限は、「管理者」または「編集者」です。  
「アナリスト」以下の権限では、「レポートをカスタマイズ」することはできません。



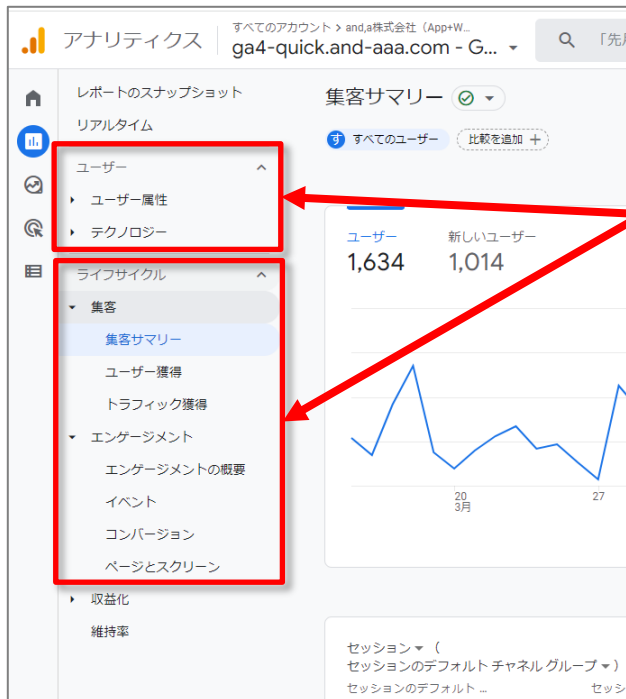
## 「レポートをカスタマイズ」(2)

レポートをカスタマイズする

詳細レポートのレポートビルダーには、4つのセクション(「レポートデータ」「グラフ」「レポート テンプレート」「概要カード」)があります。

変更が完了したら、「保存」をクリックします。変更対象のレポートが「コレクション」(注)に含まれている場合は、アラートが表示されます。

(注)コレクションとは一組のレポートのことで、独自に作成できるものです。「ライフサイクル」と「ユーザー」のコレクションは予め作成されており、これらはレポートのナビゲーションにデフォルトで表示されます。



「ユーザー」「ライフサイクル」も  
レポートの「コレクション」。

公式ヘルプ:

<https://support.google.com/analytics/answer/10445879?hl=ja>



# 「レポートをカスタマイズ」(3)

レポート > ライフサイクル > 集客 > 集客サマリー に新しいカードを追加してみましょう。

「レポートをカスタマイズ」で「+カードを追加」をクリック。



## レポートをカスタマイズ

カード (最大 16 枚)

- 概要
- リアルタイム
- 新しいユーザー (最初のユーザーのデフォルトチャネルグループ)
- セッション (セッションのデフォルトチャネルグループ)
- セッション (セッションの Google 広告)
- ライフタイムバリュー
- Google のオーガニック検索の表 (リンク先ページ)
- Google のオーガニック検索のク (Google のオーガニック検索)
- + カードの追加**

レポートのテンプレート

集客サマリー

## 「レポートをカスタマイズ」(4)

追加するカードの例として、「ユーザー 国別」「ユーザー インタレストカテゴリ」を選択して、「カードを追加」をクリック。

The screenshot displays the 'カードの追加' (Add Cards) dialog in Google Analytics. The dialog title is 'カードの追加 2/8 件を選択済み' (Add Cards 2/8 items selected). A search bar is present at the top. The main area shows a grid of card options under the heading 'ユーザー' (User). Two cards are selected:

- ユーザー (国別) (User by Country) - マップチャート (Map Chart) - リンク先: 'ユーザー属性の詳細' (Link to: 'User Attributes Details')
- ユーザー (インタレストカテゴリ) (User by Interest Category) - テータ表 (Table) - リンク先: 'ユーザー属性の詳細' (Link to: 'User Attributes Details')

The 'カードを追加' (Add Card) button is highlighted with a red box in the top right corner. The background shows a dashboard with a '集客サマリー' (Acquisition Summary) section and a line chart.

# 「レポートをカスタマイズ」(5)

「ユーザー 国別」「ユーザー インタレストカテゴリ」のカードが追加されました。

The screenshot displays the Google Analytics interface for the account 'and,a株式会社 (App+W...)'. The search bar contains the query: 「先月のオーガニック検索でのコンバージョン数の傾向」と検索してみてください... The main dashboard shows several reports:

- セッション (セッションのデフォルト チャネルグループ):** A table listing traffic sources like Organic Social (3,652), Organic Search (1,039), Direct (1,018), Paid Search (407), Referral (403), Email (186), and Unassigned (104).
- セッションの Google 広告の...:** A table showing GA4 campaigns, with 'GA4無料...セミナー' having 445 sessions.
- Lifetime Value:** A line chart showing revenue over 120 days (April 11th).
- Google のオーガニック検索の表示...:** A table of organic search links and their user counts, such as /archives/337 (1,826) and /archives/500 (1,052).
- GOOGLE オーガニック検索クエリ:** A table of organic search queries, with 'ga4 セミナー' having 14 clicks.

The 'レポートをカスタマイズ' sidebar on the right contains a list of report cards. Two cards are highlighted with red boxes:

- ユーザー (国)
- ユーザー (インタレストカテゴリ)

Below these highlighted cards are options to '+ カードの追加' and 'レポートのテンプレート 集客サマリー'.

## 「レポートをカスタマイズ」(6)

カードは、位置を動かすことができます。下記では、追加した「ユーザー 国別」を一番上に移動させています。

右上の「保存」をクリックすると、この状態で保存されます。

アナリティクス | すべてのアカウント > and,a株式会社 (App+W... | ga4-quick.and-aaa.com - G... | 「先月のオーガニック検索でのコンバージョン数の傾向」と検索してみてください...

戻る | 集客サマリー | 過去 28 日間 3月15日～2022年4月11日 | 保存...

レポートをカスタマイズ

カード (最大 16 枚)

- ユーザー (国)
- 概要
- リアルタイム
- 新しいユーザー (最初のユーザーのデフォルト...)
- セッション (セッションのデフォルト...)
- セッション (セッションの Google 広...)
- ライフタイムバリュー
- Google のオーガニック検索の表 (リンク先ページ)
- Google のオーガニック検索のク (Google のオーガニック...)
- ユーザー (インタレスト カテゴリ)

+ カードの追加

レポートのテンプレート | 集客サマリー

ユーザー (国)

国	ユーザー
Japan	1,407
United States	163
Singapore	11
South Korea	8
Canada	5
France	4
Malaysia	4

国を表示 →

ユーザー 1,634 | 新しいユーザー 1,014

過去 30 分間のユーザー | 5 | 1分あたりのユーザー数 | 上位の国 | 日本 5

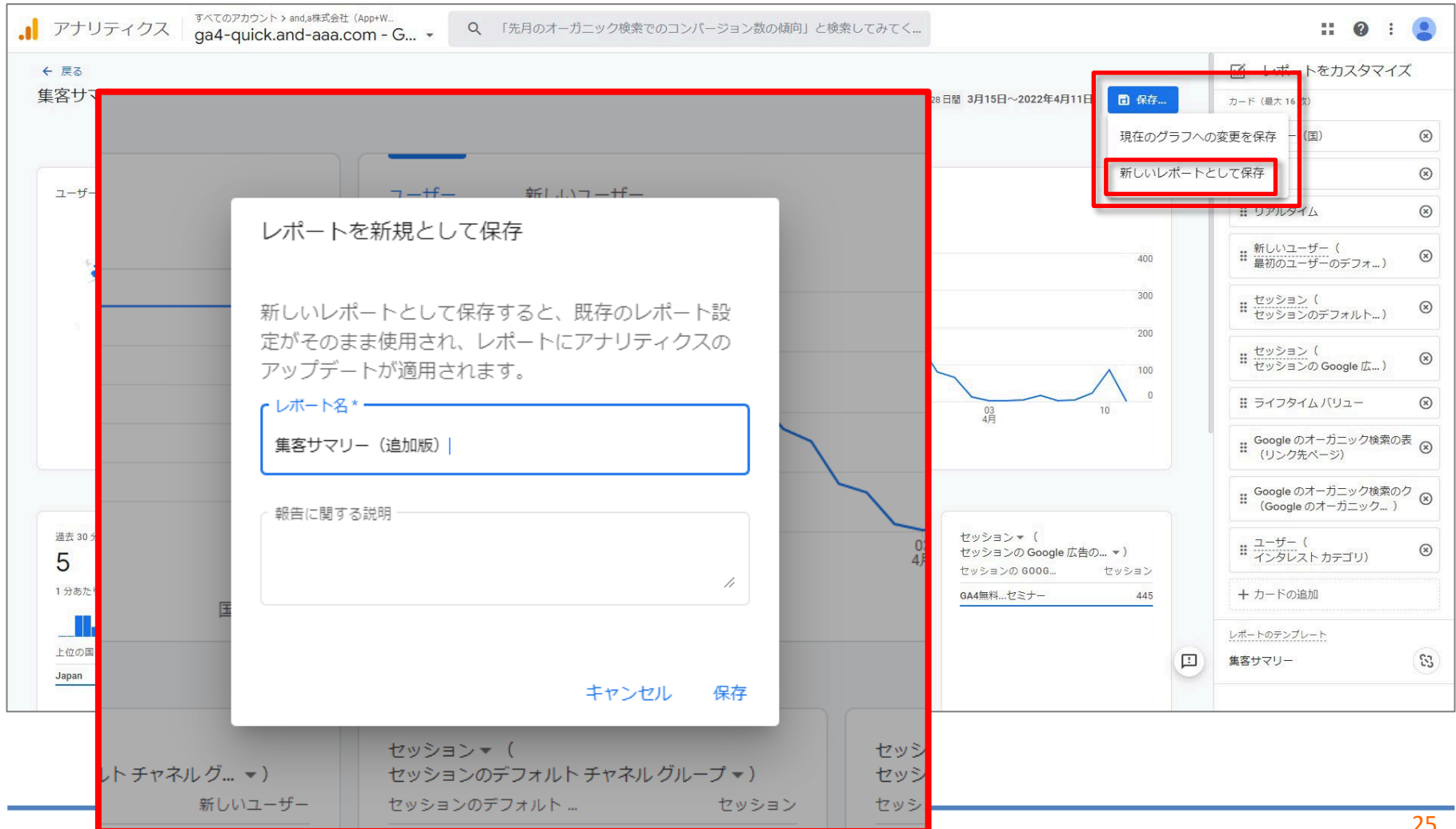
新しいユーザー (最初のユーザーのデフォルトチャネルグループ) | Direct 460 | Organic Social 318 | Referral 61 | Paid Social 55 | Organic Search 54

セッション (セッションのデフォルトチャネルグループ) | Organic Social 3,652 | Organic Search 1,039 | Direct 1,018 | Paid Search 407 | Referral 403

セッション (セッションの Google 広告) | GA4無料...セミナー 445

## 「レポートをカスタマイズ」(7)

「保存」に際しては、「現在のグラフへの変更を保存」と「新しいレポートとして保存」を選択することができます。「新しいレポートとして保存」をクリックした場合、レポート名を付けます。



The screenshot shows the Google Analytics 'Reports Customization' screen. A modal dialog box is open in the center, titled 'レポートを新規として保存' (Save as new report). The dialog contains the following text: '新しいレポートとして保存すると、既存のレポート設定がそのまま使用され、レポートにアナリティクスのアップデートが適用されます。' (When you save as a new report, the existing report settings are used as is, and Analytics updates are applied to the report.) Below this is a text input field for 'レポート名\*' (Report name\*) with the value '集客サマリー (追加版) |' (Lead Summary (Additional Edition) |). There is also a text area for '報告に関する説明' (Description of the report) which is currently empty. At the bottom of the dialog are two buttons: 'キャンセル' (Cancel) and '保存' (Save).

In the background, the '保存...' (Save...) button is highlighted with a red box. A dropdown menu is open from this button, showing two options: '現在のグラフへの変更を保存' (Save changes to current chart) and '新しいレポートとして保存' (Save as new report), with the latter option also highlighted by a red box.

The background interface shows a line chart for '集客サマリー' (Lead Summary) for the period '3月15日～2022年4月11日' (March 15 - April 11, 2022). The chart shows a fluctuating line with data points for 03 and 10. Below the chart is a table with the following data:

セッション (セッションの Google 広告の...)	セッション
セッションの G00G...	セッション
GA4無料...セミナー	445

On the right side of the interface, there is a list of report cards, including '新しいユーザー (最初のユーザーのデフォルト...)', 'セッション (セッションのデフォルト...)', 'セッション (セッションの Google 広...)', 'ライフタイムバリュー', 'Google のオーガニック検索の表 (リンク先ページ)', 'Google のオーガニック検索のク (Google のオーガニック...)', and 'ユーザー (インダレスト カテゴリ)'. At the bottom right, there is a 'レポートのテンプレート' (Report template) section with '集客サマリー' (Lead Summary) selected.

# 「レポートをカスタマイズ」(8)

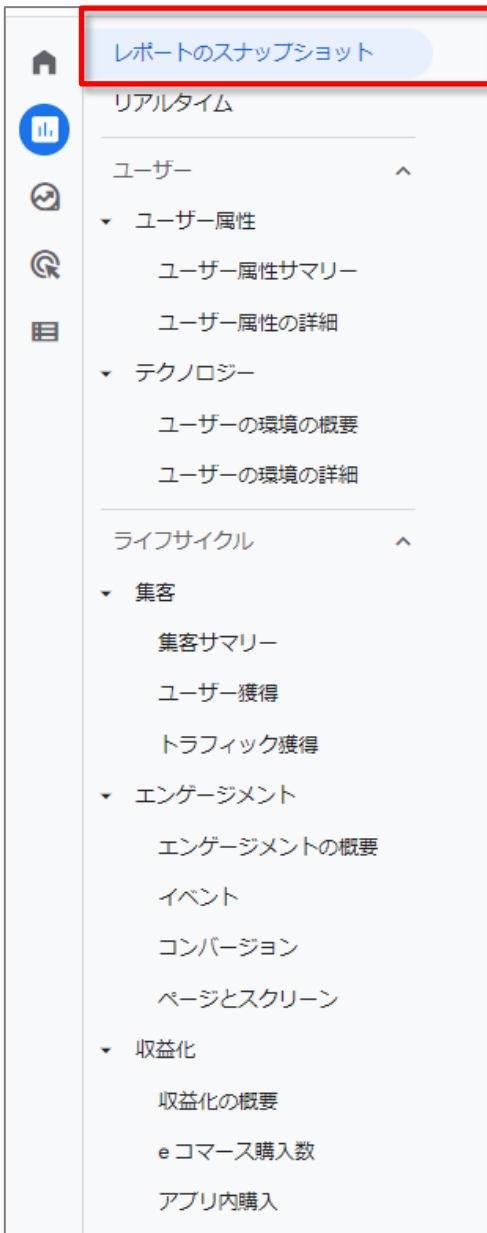
「新しいレポートとして保存」したレポートは、「ライブラリ」の中に入っています。

The screenshot shows the Google Analytics interface. The left sidebar has a red box around the 'ライブラリ' (Library) tab. The main content area shows a table of reports. A red arrow points from the text '新しいレポートとして保存' to the first report entry in the table.

<input type="checkbox"/>	種類	名前	作成者	最終更新 ↓	テンプレート	コレクション	説明
<input type="checkbox"/>	📄	集客サマリー (追加版)	analytics and,a	2022/04/12 analytics and,a	集客サマリー		
<input type="checkbox"/>	📄	クエリ			クエリ	Search Console	
<input type="checkbox"/>	📄	Google オーガニック検索レポート			Google オーガニック検索レポート	Search Console	
<input type="checkbox"/>	📄	ユーザー属性サマリー			ユーザー属性サマリー	ユーザー	ユーザー属性 (年齢、都市、国、性別、インタ...
<input type="checkbox"/>	📄	ユーザー属性の詳細			ユーザー属性の詳細	ユーザー	ユーザー数、セッション数、エンゲージメント...
<input type="checkbox"/>	📄	ユーザーの環境の概要			ユーザーの環境の概要	ユーザー	ユーザーがコンテンツを操作するのに使用した...

---

# レポート画面の紹介



## レポートのスナップショット

= 全体のダッシュボード  
として利用できる



# レポートのスナップショット (1)

- 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
  - 収益化の概要
  - eコマース購入数
  - アプリ内購入

全ユーザー  
新しいユーザー  
平均エンゲージメント時間  
合計収益

## 概要

ユーザー 1,603  
新しいユーザー 942  
平均エンゲージメント時間 1分52秒  
合計収益 ¥143万



## リアルタイム

過去 30 分間のユーザー

3

1分あたりのユーザー数



リアルタイムを表示 →

## Insights

Insights 6

分析情報  
メディア「Referral」でのキャンペーンのユーザーが大幅下落  
2022年4月3日から4月9日まで

分析情報  
ユーザーが大幅下落  
2022年4月4日

分析情報

すべての統計情報を表示 →

アナリティクス ga4-quick.and-aaa.com - G... 「ウェブストリームを追加」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

Insights 2件見るとご感想をお送りください

分析情報  
メディア「Referral」でのキャンペーンのユーザーが大幅下落  
2022年4月3日から4月9日まで

分析情報  
ユーザーが大幅下落  
2022年4月4日

分析情報  
参照元「Lco」でのキャンペーン (Japan) の新しいユーザーが大幅下落  
2022年4月3日から4月9日まで

分析情報  
メディア「Organic」でのキャンペーン (Japan) からの収益が急上昇  
2022年3月20日から3月26日まで

分析情報  
男性ユーザー (Japan) の新しいユーザーが大幅下落  
2022年3月27日から4月2日まで

分析情報  
「Desktop」(Japan) の合計購入数が急上昇  
2022年3月13日から3月19日まで

分析情報  
先月：コンバージョンの35.06%が「Referral + Organic Social」から  
2022年3月13日から3月31日まで

分析情報  
ウェブサイトの初回購入数が急上昇  
2022年3月1日から3月31日まで

分析情報  
30.75%のコンバージョンで最後のタッチポイントはReferral  
2022年3月1日から3月31日まで

分析情報  
収益が急上昇

分析情報  
トラフィックが急上昇  
2022年3月13日から3月19日まで

分析情報  
クリック率が最も高い商品リス  
2022年4月3日から4月9日まで

設定した条件に当てはまった場合に通知、という設定ができます。

「全ての統計情報を表示」は、「Insights」にリンクしています。データに異常な変化や新たな傾向があると検知されて自動的に通知されます。ユーザーが自ら設定した条件に当てはまった場合にも通知されます。(次ページ以降で解説)

データに異常な変化や新たな傾向があると検知されて自動的に通知されます。

The screenshot displays the Google Analytics Insights dashboard. At the top, the navigation bar includes the Google Analytics logo, the account name 'アナリティクス', and the search bar containing '「データストリーム」と検索してみてください'. The main content area is titled 'Insights' and features a grid of 12 anomaly alerts. Each alert includes an icon, a title, a description of the anomaly, and a date range. A red box highlights the '管理' (Manage) button in the top right corner. A blue box highlights the '作成' (Create) button. A large blue callout box on the right side of the dashboard contains the text '「管理」をクリックしてみます。' (Click 'Manage' to try). The footer of the dashboard shows the copyright notice '©2022 Google | アナリティクス ホーム | 利用規約 | プライバシー ポリシー | フォントパックを送信'.

アナリティクス すべてのアカウント > and,a株式会社 (App+W...  
ga4-quick.and-aaa.com - G... 「データストリーム」と検索してみてください

レポートのスナップショット レポートスナップショットに戻る  
Insights [ご意見・ご感想をお送りください](#)

管理 作成

「管理」をクリックしてみます。

分析情報  
メディア「referral」でのキャンペーンのユーザーが大幅下落  
2022年4月3日から4月9日まで

分析情報  
参照元「t.co」でのキャンペーン(Japan)の新しいユーザーが大幅下落  
2022年4月3日から4月9日まで

分析情報  
男性ユーザー(Japan)の新しいユーザーが大幅下落  
2022年3月27日から4月2日まで

分析情報  
メディア「organic」でのキャンペーン(Japan)からの収益が急上昇  
2022年3月20日から3月26日まで

分析情報  
「Desktop」(Japan)の合計購入者数が急上昇  
2022年3月13日から3月19日まで

分析情報 新規  
先月：コンバージョンの35.06%が「Referral + Organic Social」から  
2022年3月1日から3月31日まで

分析情報  
ウェブサイトの初回購入者が急上昇  
2022年3月13日から3月19日まで

分析情報 新規  
30.75%のコンバージョンで、最後のタッチポイントはReferral  
2022年3月1日から3月31日まで

分析情報  
収益が急上昇  
2022年3月13日から3月19日まで

分析情報  
クリック率が最も高い商品リスト  
2022年4月3日から4月9日まで

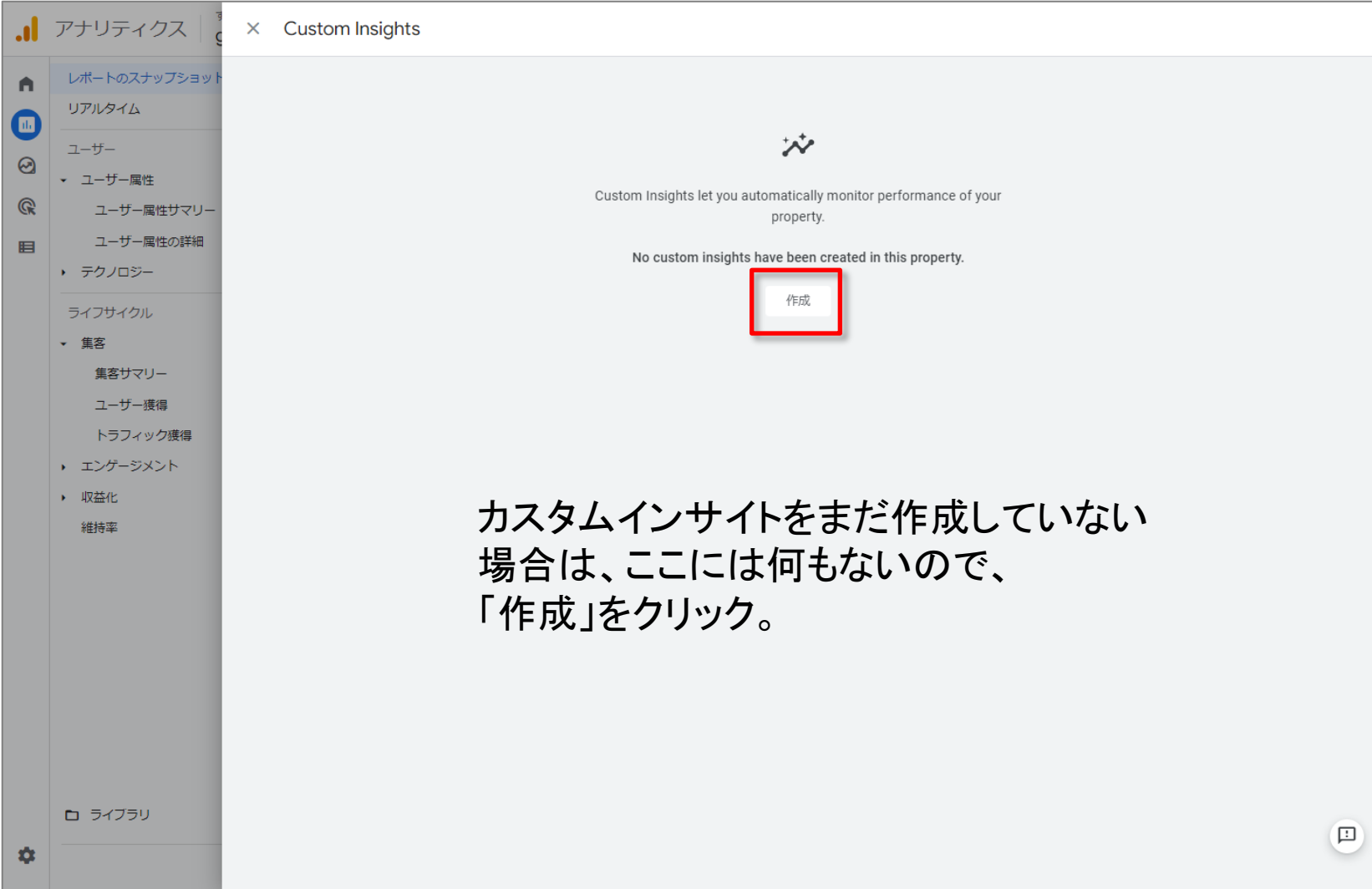
分析情報  
トランザクションが急上昇  
2022年3月13日から3月19日まで

分析情報 新規  
先月：コンバージョン経路の50%がEmailから  
2022年3月1日から3月31日まで

ライブラリ

©2022 Google | アナリティクス ホーム | 利用規約 | プライバシー ポリシー | フォントパックを送信

# Insights (2)



アナリティクス | Custom Insights

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  
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  
収益化  
維持率  
ライブラリ

Custom Insights let you automatically monitor performance of your property.

No custom insights have been created in this property.

作成

カスタムインサイトをまだ作成していない場合は、ここには何もないので、「作成」をクリック。

× カスタム インサイトを作成

## 推奨カスタム インサイト

推奨カスタム インサイト

プロパティに次のインサイトを作成することをおすすめします。 [詳細](#)

- 1日のイベント数の異常値 確認と作成  
1日の合計イベント数に異常値がある場合は、メールで通知が送信されます
- 1日のユーザー数の異常値 確認と作成  
1日の合計ユーザー数に異常値がある場合は、メールで通知が送信されます
- 1日の視聴回数の異常値 確認と作成  
1日の合計視聴回数に異常値がある場合は、メールで通知が送信されます
- 1日のコンバージョン数の異常値 確認と作成  
1日の合計コンバージョン数に異常値がある場合は、メールで通知が送信されます
- 1日の収益の異常値 確認と作成  
1日の合計収益に異常値がある場合は、メールで通知が送信されます

ここをクリックしてみます。

選択に基づいて作成

## ゼロから作成

ゼロから作成

独自のルールを定義してカスタム インサイトを作成します。

新規作成

## 1日のユーザー数の異常値 設定画面

× Custom Insights    × カスタム インサイトを作成    作成

カスタム インサイトにより、プロパティのパフォーマンスを自動的にモニタリングできます。条件がトリガーされると、このプロパティ内のすべてのユーザーが、インサイトダッシュボードでインサイトを確認できます。また、メールでこれらのインサイトを受信できるよう登録することもできます。

条件の表示

評価の頻度  
日別

セグメント  
すべてのユーザー 変更

指標 1日の合計ユーザー数    条件 異常値があります

インサイト名の選択  
通知に表示される名前ですので、わかりやすいものを使用してください。  
1日のユーザー数の異常値

通知の管理  
生成されたインサイトは、このプロパティのすべてのユーザーがインサイトダッシュボードで確認できます。プロパティにアクセスできる場合、以下のユーザーにはメール通知も送信されます。  
次の相手にメール通知を送信（メールアドレスはカンマで区切ってください）  
analytics@and-aaa.com

条件 異常値があります

- 次の値以下
- 次の値以上
- 次の値から % 上昇
- 次の値から % 低下
- % change is more than

条件をカスタマイズできます。

## ゼロから作成

× カスタムインサイトを作成

推奨カスタムインサイト

プロパティに次のインサイトを作成することをおすすめします。[詳細](#)

- |  |       |
|--|-------|
| <input checked="" type="checkbox"/> 1日のイベント数の異常値<br>1日の合計イベント数に異常値がある場合は、メールで通知が送信されます       | 確認と作成 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 1日のユーザー数の異常値<br>1日の合計ユーザー数に異常値がある場合は、メールで通知が送信されます       | 確認と作成 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 1日の視聴回数の異常値<br>1日の合計視聴回数に異常値がある場合は、メールで通知が送信されます         | 確認と作成 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 1日のコンバージョン数の異常値<br>1日の合計コンバージョン数に異常値がある場合は、メールで通知が送信されます | 確認と作成 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 1日の収益の異常値<br>1日の合計収益に異常値がある場合は、メールで通知が送信されます             | 確認と作成 |

選択に基づいて作成

ゼロから作成

独自のルールを定義してカスタム インサイトを作成します。

新規作成

# Insights (6)

## × カスタム インサイトを作成

作成

カスタム インサイトにより、プロパティのパフォーマンスを自動的にモニタリングできます。条件がトリガーされると、このプロパティ内のすべてのユーザーが、インサイト ダッシュボードでインサイトを確認できます。また、メールでこれらのインサイトを受信できるよう登録することもできます。

条件の表示

評価の頻度

日別

セグメント

すべてのユーザー 変更

指標

条件 異常値があります

「指標」を選択します。

インサイト名の選択

通知に表示される名前ですので、わかりやすいものを使用してください。

例: 「日別 - 収益が 100 未満」や「週別 - 新規ユーザー数が 50% 以上増加」

通知の管理

生成されたインサイトは、このプロパティのすべてのユーザーがインサイト ダッシュボードで確認できます。プロパティにアクセスできる場合、以下のユーザーにはメール通知も送信されます。

次の相手にメール通知を送信 (メールアドレスはカンマで区切ってください)

analytics@and-aaa.com

1 日の合計ユーザー数

30 日間の合計ユーザー数

7 日間の合計ユーザー数

ARPU

イベントあたりの平均エンゲージメント時間

イベントの値

イベント収益

イベント数

エンゲージのあったセッション数

エンゲージのあったセッション数 (1 ユー...

エンゲージメント率

コンバージョン

スクリーンビュー数

スクリーンビュー数 (1 ユーザーあたり)

セッション

この下もまだあります

## カスタムインサイトを設定して、「作成」ボタンをクリックします。

アナリティクス × カスタム インサイトを作成 作成

カスタム インサイトにより、プロパティのパフォーマンスを自動的にモニタリングできます。条件がトリガーされると、このプロパティ内のすべてのユーザーが、インサイトダッシュボードでインサイトを確認できます。また、メールでこれらのインサイトを受信できるよう登録することもできます。

条件の表示

評価の頻度  
日別

セグメント  
 すべてのユーザー [変更](#)

指標 商品収益 条件 次の値以下 値 10000

インサイト名の選択

通知に表示される名前ですので、わかりやすいものを使用してください。

日別-収益が10000未満

通知の管理

生成されたインサイトは、このプロパティのすべてのユーザーがインサイトダッシュボードで確認できます。プロパティにアクセスできる場合、以下のユーザーにはメール通知も送信されます。

次の相手にメール通知を送信（メールアドレスはカンマで区切ってください）

analytics@and-aaa.com



# Insights (8)

作成したカスタムインサイトは、「管理」から見ることができます。

The screenshot shows the Google Analytics Insights dashboard. The top navigation bar includes the Google Analytics logo, the account name 'and,a株式会社 (App+W...)', and a search bar. The main content area displays several analysis cards with titles like 'メディア「referral」でのキャンペーンのユーザーが大幅下落' and '男性ユーザー(Japan)の新しいユーザーが大幅下落'. A red box highlights the '管理' (Management) button in the top right corner, with a red arrow pointing down to the next screenshot.

The screenshot shows the 'Custom Insights' management interface. It features a table with columns for 'id', '氏名' (Name), and 'メール通知' (Email Notification). The first row is highlighted with a red box and contains the following data:

id	氏名	メール通知
1	日別-収益が10000未満	<input checked="" type="checkbox"/>

A red arrow from the previous screenshot points to this row, indicating that clicking '管理' leads to this management view.

# レポートのスナップショット (2)

The screenshot shows the Google Analytics interface with several key elements highlighted and annotated:

- Left Sidebar:** The 'Reports Snapshots' menu is highlighted. Under 'Users', 'User Properties' is expanded, and 'User Property Summary' is selected. Below it, 'User Property Details' is highlighted. Under 'Technology', 'User Environment Summary' and 'User Environment Details' are visible. Under 'Acquisition', 'Acquisition Summary' is expanded, and 'User Acquisition' and 'Traffic Acquisition' are highlighted.
- Main Content Area:** Three reports are displayed:
  - New Users (Initial User Default Channel Group):** A bar chart showing acquisition channels. The x-axis ranges from 0 to 500. The y-axis lists channels: Direct, Organic Social, Referral, Paid Social, Organic Search, Paid Search, and Email.
  - Session (Session Default Channel Group):** A table showing session counts by channel. The y-axis lists channels: Organic Social, Organic Search, Direct, Referral, Paid Search, Email, and Unassigned. The x-axis shows counts.
  - User (Country):** A world map and a table showing user counts by country. The table lists countries and their respective user counts.

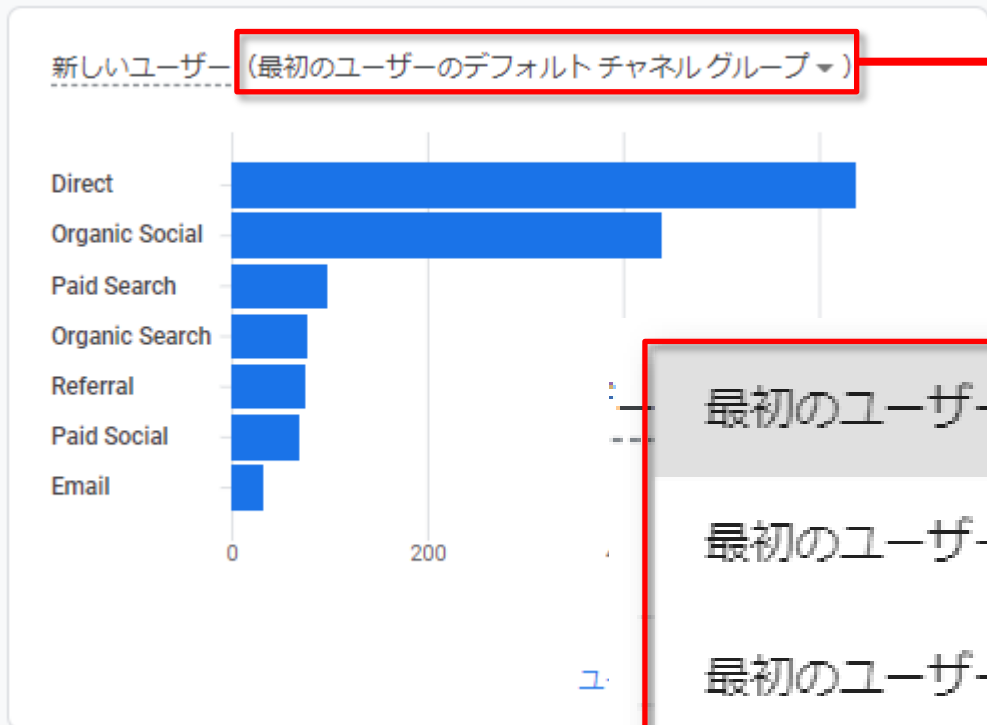
**Annotations and Explanatory Text:**

- Red Boxes:** Highlight the report titles: '新しいユーザー(最初のユーザーのデフォルトチャネルグループ)', 'セッション(セッションのデフォルトチャネルグループ)', and 'ユーザー(国)'.
- Blue Boxes:** Highlight specific menu items: 'ユーザー属性の詳細', 'ユーザー獲得', and 'トラフィック獲得'.
- Blue Arrows:** Point from the menu items to the corresponding reports.
- Text Boxes:**
  - 「新しいユーザー」**= サイトと初めて接触した、またはアプリを初めて起動したユーザーの数です。
  - 「最初のユーザーのデフォルトチャネルグループ」**= ユーザーを最初に獲得したチャネル。トラフィックソースは、デフォルトのチャネルグループのルール(P40で解説)の定義に基づいてチャネルに分類されます。
  - 「セッション」**= サイトやアプリで開始したセッションの数です。**「エンゲージのあったセッション数」**(注)にも切り替え可能。
  - 「ユーザー」**= アクティブユーザーの合計数です。「新しいユーザー」「リピーター」にも切り替え可能。
  - 「国」**= ユーザーアクションが発生した国です。
- Note Box:** 注: エンゲージメントのあったセッション数: セッションとは、ユーザーが一定の期間内にトリガーした一連のイベントです。エンゲージメントセッションは、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>

## 各レポート共通のUI 切替機能

レポートの見出しに下記のような「▼」が付いていたら、切り替えて見ることが出来ます。

新規ユーザーの参照元



最初のユーザーのデフォルトチャンネルグループ

最初のユーザーの参照元

最初のユーザーのメディア

最初のユーザーの参照元プラットフォーム

最初のユーザーのキャンペーン

# 参考資料: [GA4] デフォルト チャンネル グループ (1)

公式ヘルプ: <https://support.google.com/analytics/answer/9756891?hl=ja>

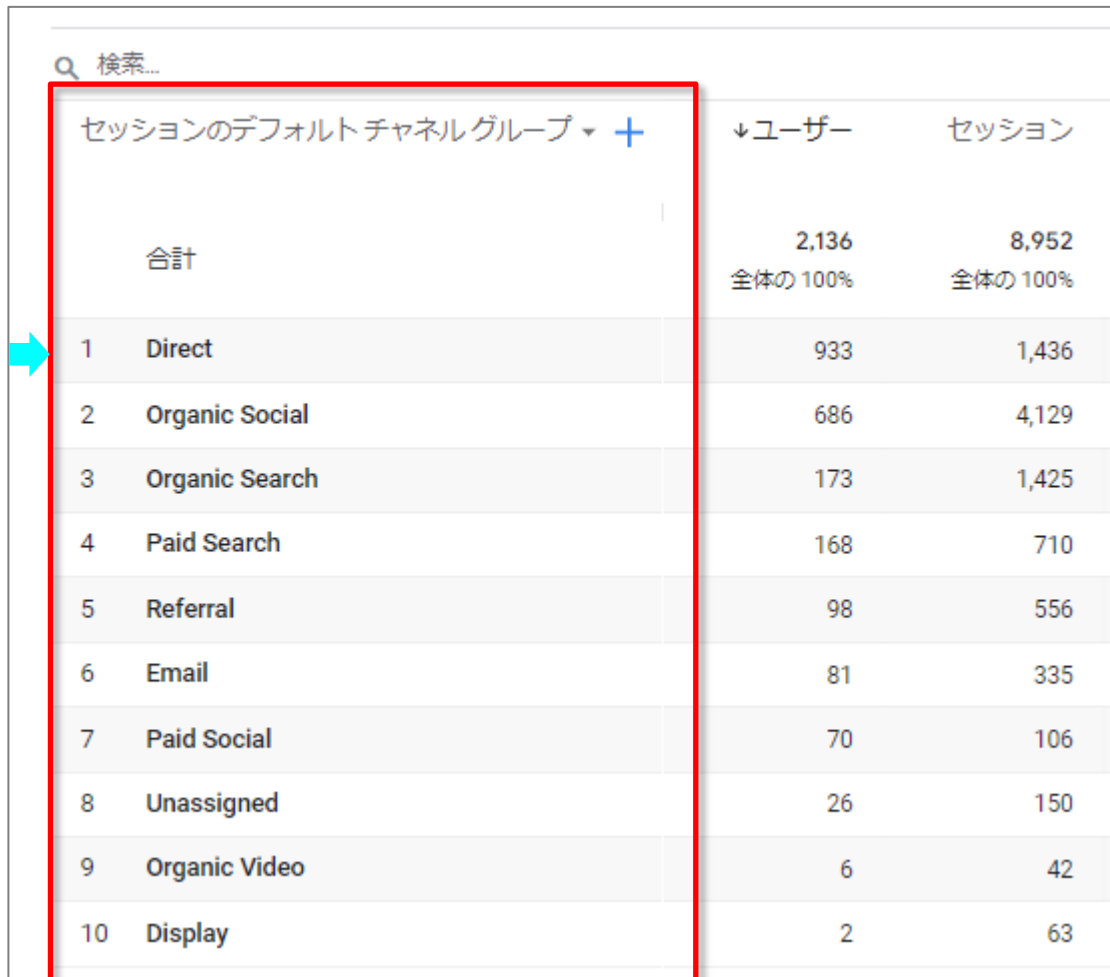
「チャンネルグループ」とは、ルールに基づいて分類されるトラフィックソースの定義を指します。

集客>トラフィック獲得レポートに移動すると、データがデフォルトチャンネルグループディメンションのセッションごとに表示されます(セカンダリディメンションを選択するには追加をクリックします)。

## デフォルトチャンネルの定義

これらの定義には、アナリティクスの各チャンネルの現在の構成が反映されています。次ページ以降の定義は参照用として掲載されています。市場の変化に伴って定義も変化する可能性があります。

チャンネルの定義では大文字と小文字が区別されません。また、編集することはできません。



セッションのデフォルトチャンネルグループ +		↓ユーザー	セッション
合計		2,136 全体の100%	8,952 全体の100%
1	Direct	933	1,436
2	Organic Social	686	4,129
3	Organic Search	173	1,425
4	Paid Search	168	710
5	Referral	98	556
6	Email	81	335
7	Paid Social	70	106
8	Unassigned	26	150
9	Organic Video	6	42
10	Display	2	63

## 参考資料: [GA4] デフォルト チャンネル グループ (2)

公式ヘルプ: <https://support.google.com/analytics/answer/9756891?hl=ja>

チャンネル	定義
Google 広告トラフィック用のチャンネル	
有料検索	Google 広告からのトラフィック AND Google 広告の広告ネットワーク タイプが「Google 検索」または「Google Partners」
有料動画	Google 広告からのトラフィック AND Google 広告の広告ネットワーク タイプが「YouTube 検索」または「YouTube 動画」
ディスプレイ	Google 広告からのトラフィック AND Google 広告の広告ネットワーク タイプが「Google ディスプレイ ネットワーク」または「クロス ネットワーク」
有料ソーシャル	Google 広告からのトラフィック AND Google 広告の広告ネットワーク タイプが「ソーシャル」

## 参考資料: [GA4] デフォルト チャンネル グループ (3)

公式ヘルプ: <https://support.google.com/analytics/answer/9756891?hl=ja>

### ディスプレイ&ビデオ 360 のトラフィック用のチャンネル

ディスプレイ	ディスプレイ&ビデオ 360 からのトラフィック AND ディスプレイ&ビデオ 360 のクリエイティブ フォーマットが、「Standard」、「Expandable」、「Native site square」、「Backdrop」、「Templated app install interstitial」、「Deprecated」、「Native app install」、「Native app install square」、「Native site」、「Templated app install」、「Lightbox」のいずれか
有料動画	ディスプレイ&ビデオ 360 からのトラフィック AND ディスプレイ&ビデオ 360 のクリエイティブ フォーマットが、「Native video」、「Video」、「Templated app install video」、「Flipbook」のいずれか
オーディオ	ディスプレイ&ビデオ 360 からのトラフィック AND ディスプレイ&ビデオ 360 のクリエイティブ フォーマットが「Audio」
その他(有料)	ディスプレイ&ビデオ 360 からのトラフィック AND ディスプレイ&ビデオ 360 のクリエイティブ フォーマットが、「Publisher hosted」、「Tracking」、「Unknown」のいずれか

## 参考資料: [GA4] デフォルト チャンネル グループ (4)

公式ヘルプ: <https://support.google.com/analytics/answer/9756891?hl=ja>

### 手動トラフィック用のチャンネル

ノーリファラー	参照元 - 完全一致 - direct AND メディアが「(not set)」または「(none)」
有料ショッピング	(参照元 - ショッピング サイトのリストに一致 OR キャンペーン名 - 正規表現に一致 - <code>^.*([[^a-df-z]] ^)shop shopping).*\$</code> ) AND メディア - 正規表現に一致 - <code>^.*cp.* ppc paid.*\$</code> )
有料検索	参照元 - 検索サイトのリストに一致 AND メディア - 正規表現に一致 - <code>^.*cp.* ppc paid.*\$</code> )
有料ソーシャル	参照元 - ソーシャル サイトのリストに一致 AND メディア - 正規表現に一致 - <code>^.*cp.* ppc paid.*\$</code> )
有料動画	参照元 - 動画サイトのリストに一致 AND メディア - 正規表現に一致 - <code>^.*cp.* ppc paid.*\$</code> )
ディスプレイ	メディアが「display」、「banner」、「expandable」、「interstitial」、「cpm」のいずれか
オーガニック ショッピング	参照元 - ショッピング サイトのリストに一致 OR キャンペーン名 - 正規表現に一致 - <code>^.*([[^a-df-z]] ^)shop shopping).*\$</code> )

## 参考資料: [GA4] デフォルト チャンネル グループ (5)

公式ヘルプ: <https://support.google.com/analytics/answer/9756891?hl=ja>

### 手動トラフィック用のチャンネル

オーガニックソーシャル	参照元 - ソーシャル サイトの正規表現リストに一致 OR メディアが「social」、「social-network」、「social-media」、「sm」、「social network」、「social media」のいずれか
オーガニック動画	参照元 - 動画サイトのリストに一致 OR メディア - 正規表現に一致 - <code>^(.*video.*)\$</code>
オーガニック検索	参照元 - 検索サイトのリストに一致 OR メディア - 完全一致 - organic
メール	参照元 = email e-mail e_mail e mail OR メディア = email e-mail e_mail e mail
アフィリエイト	メディア = affiliate
参照	メディア = referral
オーディオ	メディア - 完全一致 - Audio
SMS	メディア - 完全一致 - sms
モバイルのプッシュ通知	メディア(末尾が「push」) OR メディアに「mobile」または「notification」が含まれる



# レポートのスナップショット (3)

レポートのスナップショット

リアルタイム

アプリデベロッパー

Firebase

ユーザー

- ユーザー属性
- テクノロジー

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
- 収益化
  - 維持率**

**ユーザーのアクティビティの推移**

ユーザーのアクティビティの推移

30日	1,689
7日	163
1日	0

1日、7日、30日別で確認できる。

**コホート別のユーザーのアクティビティ**

コホート別のユーザーのアクティビティ  
デバイスのデータにのみ基づきます

	0 週目	1 週目	2 週目	3 週目	4 週目	5 週目
すべてのユーザー	100.0%	8.7%	9.3%	8.6%	11.6%	4.5%
2月27日 - 3月5日						
3月6日 - 3月12日						
3月13日 - 3月19日						
3月20日 - 3月26日						
4月3日 - 4月9日						
6 週目 (4月 9日まで)						

ユーザーの維持率を1週間単位で確認できます。たとえば上記のグラフでは、3月6日～3月12日にサイトを訪れたユーザーの8.7%が、翌週もサイトを訪れています。

**表示回数(ページタイトルとスクリーンクラス)**

表示回数 (ページタイトルとスクリーンクラス)

ページタイトルとスクリーンクラス	表示回数
制作会社な...k.com	1,821
「GA4 [...k.com	962
「GA4 [...k.com	863
トップページ...jck.com	752
UA (ユニ...k.com	682
GA4 新...k.com	540
「GA4 [...k.com	480

「表示回数」= ユーザーが表示したアプリスクリーンまたはウェブページの数です。「ページタイトルとスクリーンクラス」については、P95に解説があります。

**上位のイベント**

上位のイベント

イベント名 (イベント名)	イベント数
page_view	1万
view_item	7,593
user_engagement	6,875
session_start	6,242
first_visit	3,244
file_download	1,248
scroll	1,031

「イベント数」= ユーザーがイベントを発生させた回数です。  
「イベント名」= トリガーされたイベントの名前です。

維持率を表示 →

ページとスクリーンを表示 →

イベントを表示 →

# レポートのスナップショット (4)

**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**
- 収益化
  - 収益化の概要
  - eコマース購入数**
- ライブラリ

**コンバージョン(イベント名)**

上位のコンバージョン

イベント名	コンバージョン
purchase	149
ga4_thanks20220324	53
ga4_thanks20220616	23
ga4_thanks20220331	16
ga4_thanks20220421	15
ga4_thanks20220407	14
ga4_thanks20220414	11

**eコマース購入数(アイテム名)**

売れ筋商品

アイテム名	Eコマース購入数
2022_SPR...INAR_04	25
2022_SPR...INAR_05	15
2022_SPR...INAR_08	15
2022_SPR...INAR_06	13
2022_SPR...INAR_07	10
2022_SPR...INAR_11	10
2022_SPR...INAR_09	9

**コンバージョン(プラットフォーム)**

プラットフォーム上のアクティビティの比較

コンバージョン (プラットフォーム)

100.0%

● WEB

ユーザーの環境の詳細を表示 →

コンバージョンを表示 →

アイテムを表示 →

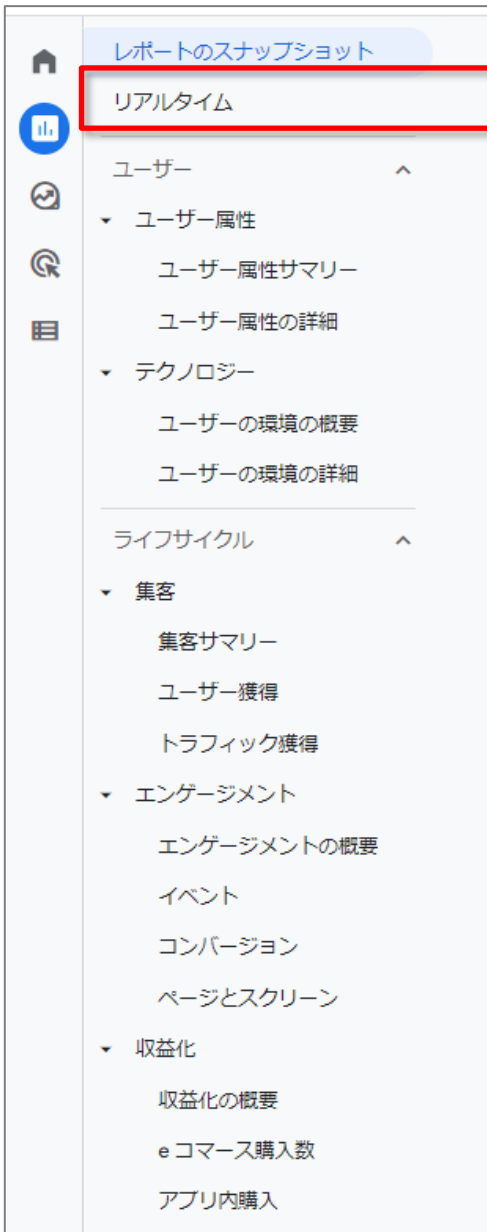
「コンバージョン」=ユーザーがコンバージョンイベントを発生させた回数です。

「イベント名」=トリガーされたイベントの名前です。

「eコマース購入数」=ユーザーが購入手続きを完了した回数です。

「アイテム名」=アイテムの名前です。

CVが発生したプラットフォームを確認できます。



# リアルタイム

# リアルタイム (1)

レポートのスナップショット

リアルタイム

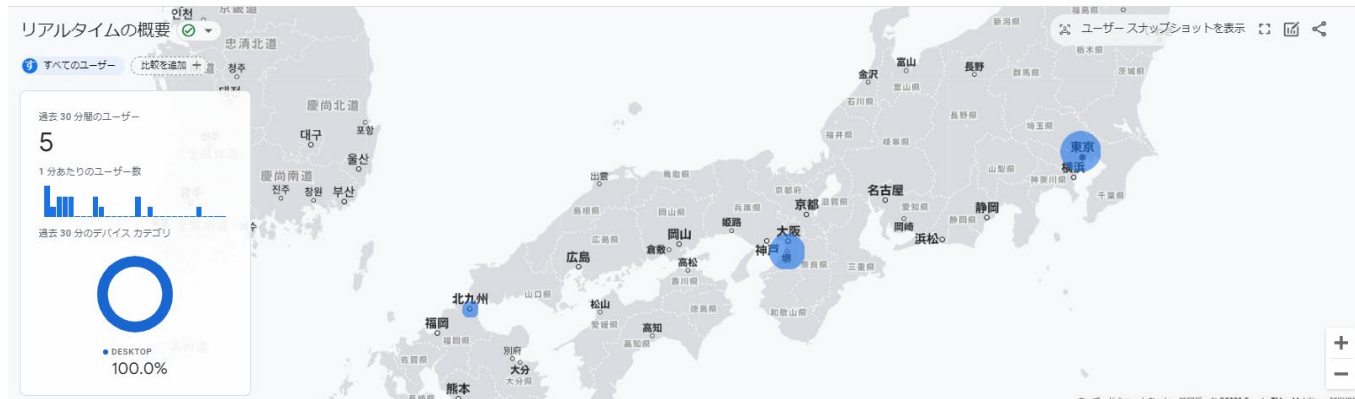
ユーザー

- 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
  - 収益化の概要
  - eコマース購入数
  - アプリ内購入

過去 30 分間のユーザー



過去30分間における1分単位でのユーザー数の推移が確認できる。



「リアルタイム」は編集することができません。

# リアルタイム (2)

レポートのスナップショット

リアルタイム

ユーザー

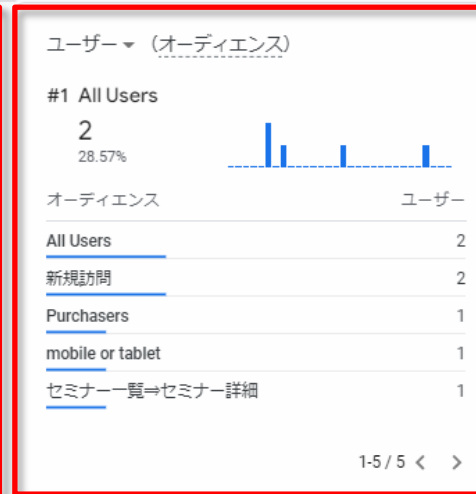
- ユーザー属性
  - ユーザー属性サマリー
  - ユーザー属性の詳細
- テクノロジー
  - ユーザーの環境の概要
  - ユーザーの環境の詳細
- ライフサイクル
- 集客
  - 集客サマリー
  - ユーザー獲得
  - トラフィック獲得
- エンゲージメント
  - エンゲージメントの概要
  - イベント
  - コンバージョン
  - ページとスクリーン
- 収益化
  - 収益化の概要
  - e コマース購入数
  - アプリ内購入

## ユーザー(最初のユーザーの参照元)



ユーザーがどこから訪れたのかが確認できます。

## ユーザー(オーディエンス)



ユーザーが属しているオーディエンス毎のユーザー数が確認できます。

オーディエンスは、設定 > オーディエンスで設定できます。

## 表示回数(ページタイトルとスクリーン名)



ウェブページやアプリスクリーンの表示回数、割合を確認できます。

# リアルタイム (3)

レポートのスナップショット

リアルタイム

ユーザー

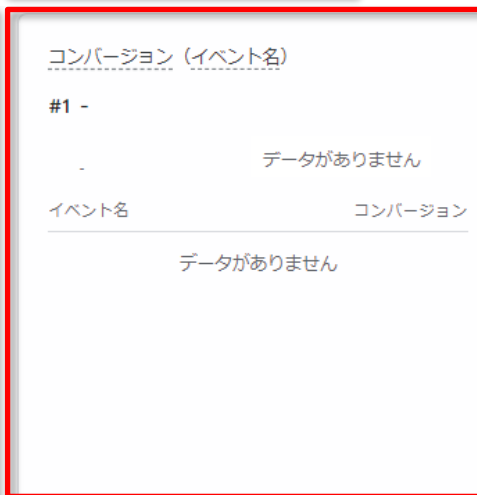
- ユーザー属性
  - ユーザー属性サマリー
  - ユーザー属性の詳細
- テクノロジー
  - ユーザーの環境の概要
  - ユーザーの環境の詳細
- ライフサイクル
- 集客
  - 集客サマリー
  - ユーザー獲得
  - トラフィック獲得
- エンゲージメント
  - エンゲージメントの概要
  - イベント
  - コンバージョン
  - ページとスクリーン
- 収益化
  - 収益化の概要
  - e コマース購入数
  - アプリ内購入

## イベント数(イベント名)



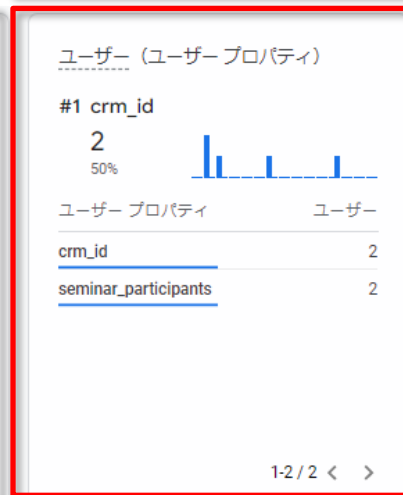
イベントが発生した回数や割合を確認できます。

## コンバージョン(イベント名)

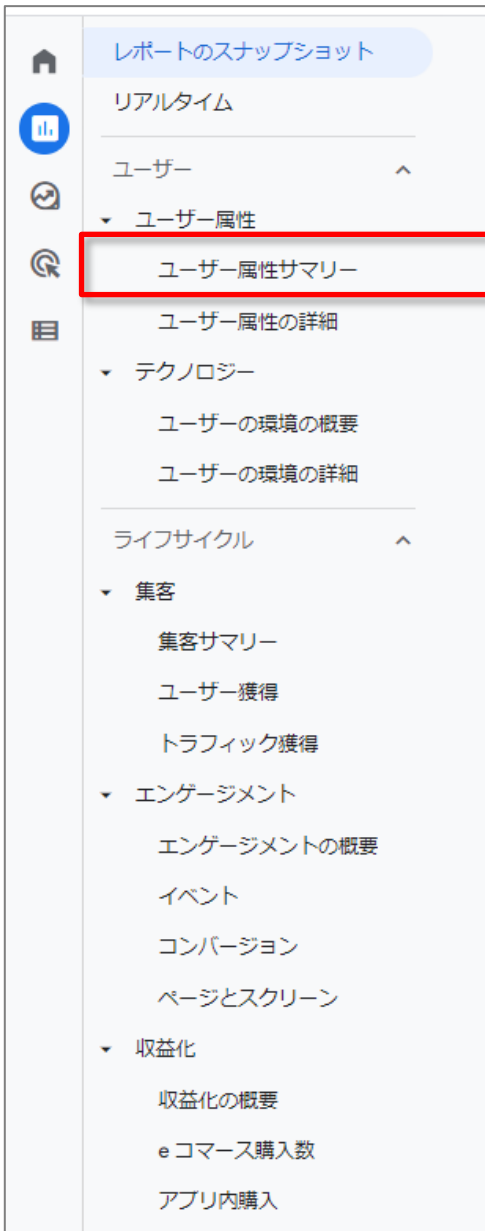


コンバージョンイベントの回数を確認できます。

## ユーザー(ユーザープロパティ)



ユーザープロパティ別のユーザー数を確認できます。



ユーザー >  
ユーザー属性 >  
ユーザー属性サマリー

# ユーザー属性サマリー (1)

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

エンゲージメント

エンゲージメント

イベント

コンバージョン

ページとスクリーン

収益化

収益

eコ

アプ

ライ

**ユーザー(国)**

国にマウスポインタを合わせると、ユーザー数が表示される。(1)

**過去30分間のユーザー**

過去 30 分間のユーザー

1

1分あたりのユーザー数

上位の国 ユーザー

リアルタイムを表示 →

**ユーザー(市区町村)**

ユーザー (市区町村)

市区町村	ユーザー
Osaka	275
Yokohama	65
Setagaya City	63
Minato City	58
Nagoya	48
Shibuya City	48
Shinjuku City	46

(2) 都市を表示 →

**ユーザー(性別)**

ユーザー (性別)

(3) 性別を表示 →

アナリティクス

レポートのスナップショット

リアルタイム

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

エンゲージメント

エンゲージメント

イベント

コンバージョン

ページとスクリーン

収益化

収益

eコ

アプ

ライ

(1) ユーザー属性の詳細: 国

ユーザー属性の詳細: 国 (「新しいユーザー」「リピーター」が選択可能)

(2) ユーザー属性の詳細: 市区町村

ユーザー属性の詳細: 市区町村

(3) ユーザー属性の詳細: 性別

ユーザー属性の詳細: 性別

(1)~(3)は、左サイドメニューは同じ位置を示しているが、それぞれ、別のレポートと画面にリンクしている。



# ユーザー属性サマリー (2)

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
  - エンゲージメント
    - エンゲージメント
    - イベント
    - コンバージョン
    - ページとスクリーン
  - 収益化
    - 収益
    - eコマース
    - アプリ
    - ライブ

**ユーザー(インタレストカテゴリ)**

(1) インタレストカテゴリを表示 →

**ユーザー(年齢)**

(2) 年齢層を表示 →

**ユーザー(言語)**

(3) 言語を表示 →

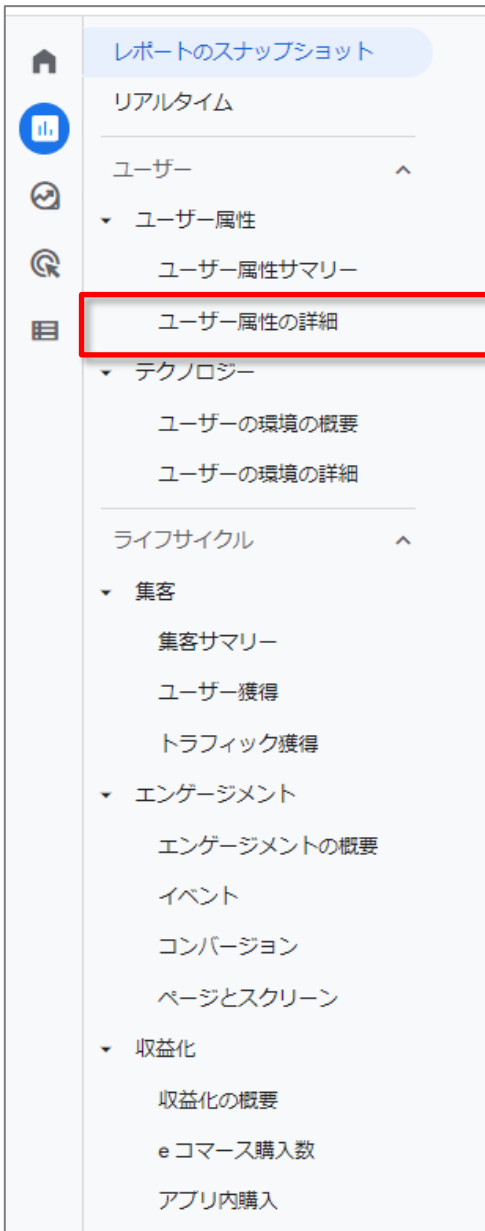
アナリティクス (1) ユーザー属性の詳細: インタレストカテゴリ **ユーザー属性の詳細: インタレストカテゴリ**

アナリティクス (2) ユーザー属性の詳細: 年齢 **ユーザー属性の詳細: 年齢**

アナリティクス (3) ユーザー属性の詳細: 言語 **ユーザー属性の詳細: 言語**

前ページと同様、(1)~(3)は、左サイドメニューは同じ位置を示しているが、それぞれ、別のレポートと画面にリンクしている。

Googleがユーザーに対して分類した興味や関心のあるジャンルのユーザー数を確認できます。

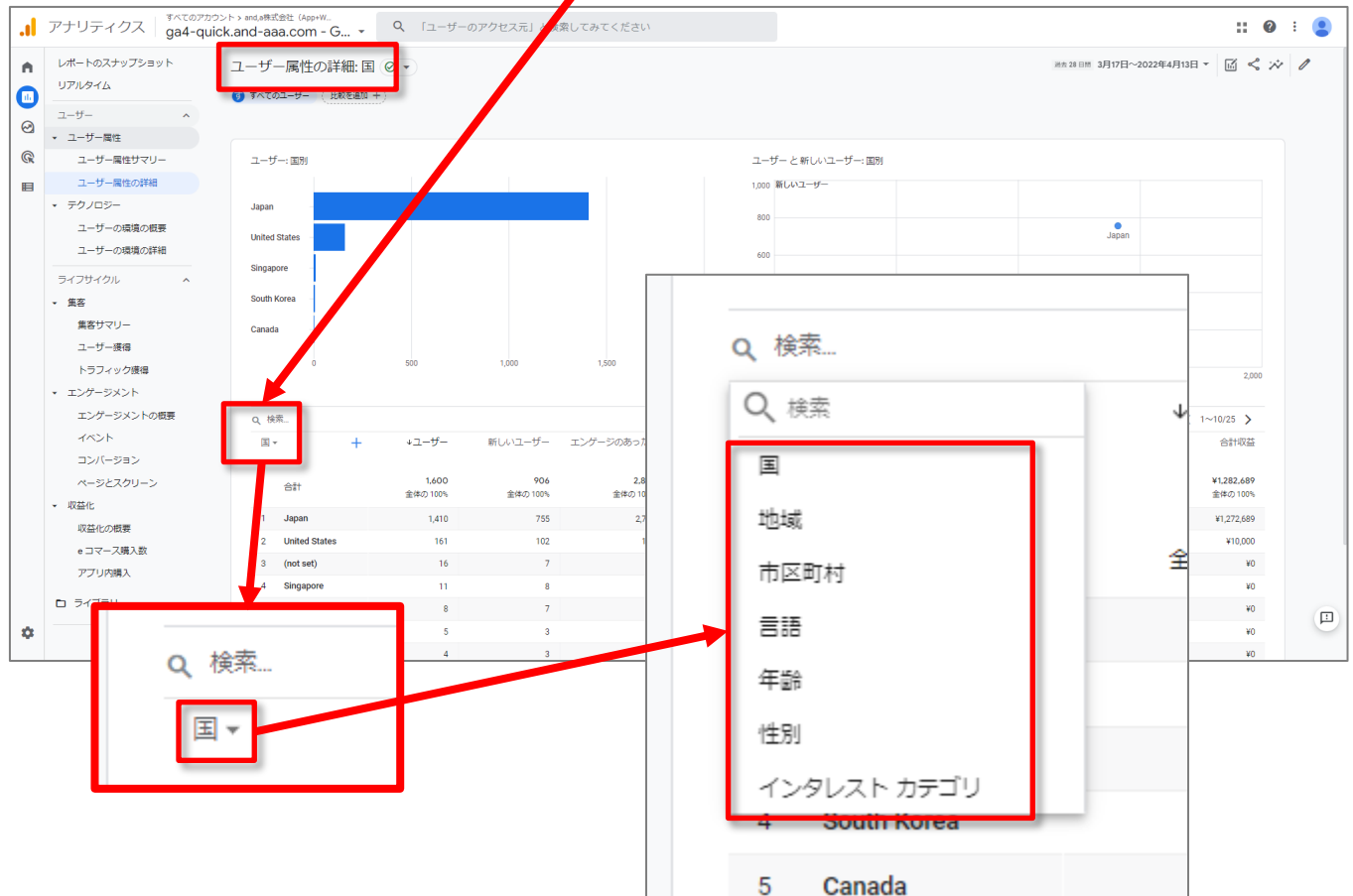


ユーザー >  
ユーザー属性 >  
ユーザー属性の詳細

# ユーザー属性の詳細

「ユーザー属性の詳細」をクリックして表示されるのは「国」のレポート画面ですが、この部分でレポートを切り替えることができます。

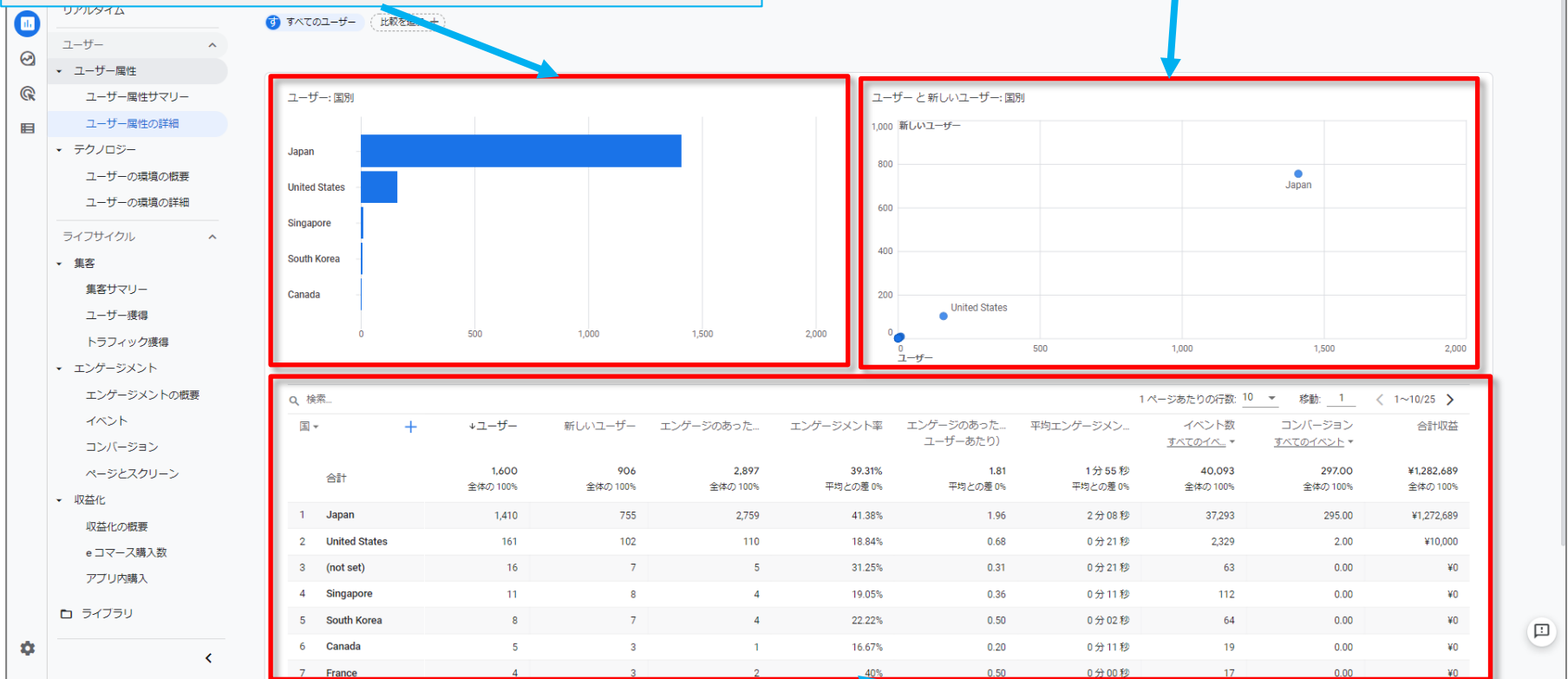
## ユーザー属性の詳細: 国



# ユーザー属性の詳細

棒グラフ:ユーザー数(国や地域)  
棒グラフには、ウェブサイトやアプリにアクセスした上位のデータが表示されます。**縦軸:国や地域、横軸:ユーザー数**

散布図には、**横軸:国や地域別のユーザー数、縦軸:新規ユーザー数、それらを掛け合わせて、数値の高いディメンションが表示されます。**



表では、UAと同様のディメンションと指標のテーブルが表示されます。**地域、年齢、性別などのユーザー数やエンゲージメント数、コンバージョン数が確認できます。また、UAにもあったセカンダリディメンションもあります(次ページ)。**

# 解説:セカンダリ ディメンション (1)

## セカンダリ ディメンションを追加する

表にセカンダリ ディメンションを追加すると、2つのディメンションのデータを調査できます。

表にセカンダリ ディメンションを追加するには:

表の上部にある1つ目のプルダウンの横にある + をクリックします。

(次ページに続く)

The screenshot shows the Google Analytics interface for 'and,a株式会社 (App+W...)' with the GA4 account 'ga4-quick.and-aaa.com'. The report is titled 'ユーザー属性の詳細: 国' (User Attribute: Country). The left sidebar shows the navigation menu with 'ユーザー属性の詳細' selected. The main area displays a horizontal bar chart for 'ユーザー: 国別' (User: Country) and a scatter plot for 'ユーザーと新しいユーザー: 国別' (User and New User: Country). Below the charts is a table with columns for '国' (Country), 'ユーザー' (User), '新しいユーザー' (New User), 'エンゲージのあった...' (Engaged...), 'エンゲージメント率' (Engagement Rate), 'エンゲージのあった... ユーザーあたり' (Engaged... per User), '平均エンゲージメン...' (Average Engagemen...), 'イベント数 全てのイベ...' (Event Count All Events), 'コンバージョン 全てのイベント' (Conversion All Events), and '合計収益 全体の100%' (Total Revenue Overall 100%).

国	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	エンゲージのあった... ユーザーあたり	平均エンゲージメン...	イベント数 全てのイベ...	コンバージョン 全てのイベント	合計収益 全体の100%
合計	1,600 全体の100%	906 全体の100%	2,897 全体の100%	39.31% 平均との差 0%	1.81 平均との差 0%	1分 55 秒 平均との差 0%	40,093 全体の100%	297.00 全体の100%	¥1,282,689 全体の100%
1 Japan	1,410	755	2,759	41.38%	1.96	2分 08 秒	37,293	295.00	¥1,272,689
2 United States	161	102	110	18.84%	0.68	0分 21 秒	2,329	2.00	¥10,000
3 (not set)	16	7	5	31.25%	0.31	0分 21 秒	63	0.00	¥0
4 Singapore	11	8	4	19.05%	0.36	0分 11 秒	112	0.00	¥0
5 South Korea	8	7	4	22.22%	0.50	0分 02 秒	64	0.00	¥0
6 Canada	5	3	1	16.67%	0.20	0分 11 秒	19	0.00	¥0
7 France	4	3	2	40%	0.50	0分 00 秒	17	0.00	¥0

# 解説:セカンダリ ディメンション (2)

(前ページからの続き)

ディメンションのリストを参照するか、検索ボックスにディメンションの名前の一部かすべてを入力します。表に適用するディメンションを選択します。

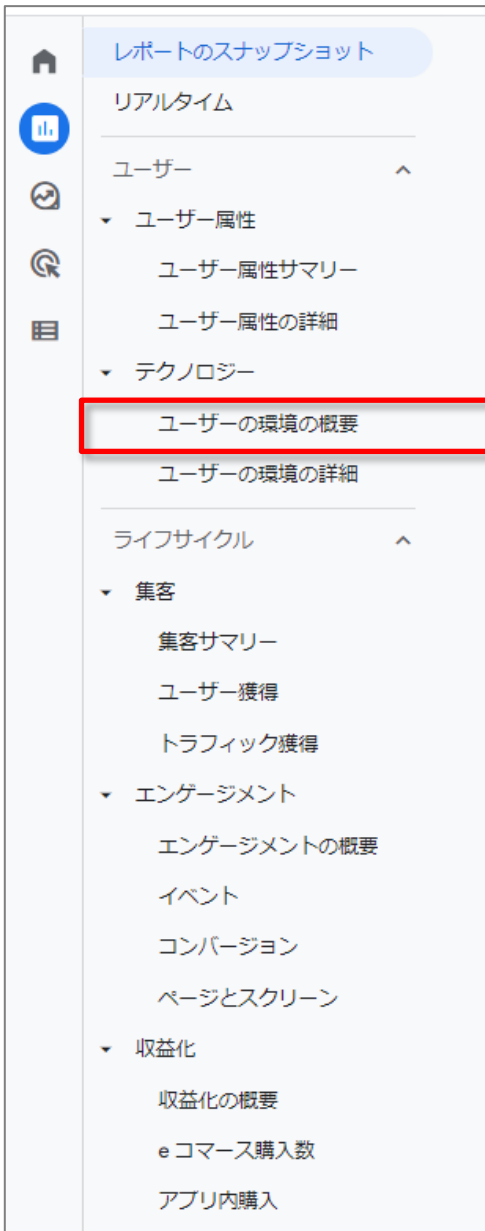
公式ヘルプ: <https://support.google.com/analytics/answer/11520410?hl=ja>

The screenshot shows the Google Analytics interface for the account 'and,a株式会社 (App+W...)'. The 'User Properties' section is active, displaying a bar chart of users by country and a table of user acquisition data. A search bar on the right side of the interface is highlighted with a red box, and a list of secondary dimensions is shown below it. A red arrow points from the search bar to the 'ユーザー' (User) dimension in the list.

国	合計	↓ユーザー	新しいユーザー
1 Japan	1,410	755	655
2 United States	161	102	59
3 (not set)	16	7	9
4 Singapore	11	8	3
5 South Korea	8	7	1
6 Canada	5	3	2
7 France	4	3	1

検索

- ユーザー
- その他
- カスタム (イベント スコープ)
- カスタム (ユーザー スコープ)
- デバイス
- ページ / スクリーン
- ユーザー獲得
- セッション獲得
- オーディエンス
- 年齢
- 市区町村
- 性別
- 言語
- 地域
- ユーザー ID でログイン済み
- 言語コード



ユーザー >  
テクノロジー >  
ユーザー環境の概要

# ユーザー環境の概要 (1)

**ユーザー(プラットフォーム)**

**過去30分間のユーザー**

**ユーザー(オペレーティングシステム)**

**ユーザー(プラットフォーム/デバイスカテゴリ)**

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

エンゲージメント

エンゲージメント

イベント

コンバージョン

ページとスクリーン

収益化

収益

eコマース

アプリ

ライブ

ウェブ

WEB 100.0%

過去 30 分間のユーザー

3

1 分あたりのユーザー数

上位のプラットフォーム ユーザー

web 3

ユーザー (オペレーティングシステム)

オペレーティング システム ユーザー

オペレーティング システム	ユーザー
Windows	764
iOS	481
Macintosh	247
Android	115
Linux	5
Chrome OS	1

ユーザー (プラットフォーム/デバイスカテゴリ)

プラットフォーム / ユーザー

プラットフォーム / ユーザー	ユーザー
web / desktop	1,010
web / mobile	589
web / tablet	7

(1) プラットフォームを表示 →

リアルタイムを表示 →

(2) オペレーティングシステムを表示 →

プラットフォームデバイスを表示 →

(3)

ユーザーの環境の詳細: プラットフォーム

ユーザーの環境の詳細: オペレーティングシステム

ユーザーの環境の詳細: プラットフォーム/デバイスカテゴリ

ユーザー環境の詳細: プラットフォーム/デバイスカテゴリ (例: web / tablet)

(1)~(3)は、左サイドメニューは同じ位置を示しているが、それぞれ、別のレポートと画面にリンクしている。



# ユーザー環境の概要 (2)

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**

ユーザー (ブラウザ)

ユーザー (デバイスカテゴリ)

ユーザー (画面の解像度)

(1) ブラウザを表示 → (2) デバイスカテゴリを表示 → (3) 画面の解像度を表示 →

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
  - エンゲージメント
  - エンゲージメントサマリー
  - エンゲージメントの詳細
- リターン
- リターンサマリー
- リターンの概要
- リターンの詳細

アナリティクス

(1) ユーザーの環境の詳細: ブラウザ

(2) ユーザーの環境の詳細: デバイスカテゴリ

(3) ユーザーの環境の詳細: 画面の解像度

ユーザーの環境: ブラウザ

ブラウザ	ユーザー数	新規ユーザー	エンゲージメント	エンゲージメント率	エンゲージメント率のあったユーザー数	平均エンゲージメント	イベント数	コンバージョン	合計収益
合計	1600	908	2,904	39.8%	182	1.9 回	40,093	2,910	¥128,889
1 Chrome	1,020	507	146	14.4%	49	0.4 回	14,722	210	¥55,414
2 Safari	375	137	11	3%	19	0.05 回	1,759	0.06	¥4
3 Safari (in-app)	136	134	104	76%	129	24.6%	0.96	2.05	¥10,000
4 Firefox	390	84	87	22.3%	67	0.75 回	1,038	2.05	¥10,001
5 Edge	375	100	105	28.0%	105	1.05 回	1,516	0.05	¥0
6 Android Webview	144	99	35	24.3%	227	2.97 回	230	2.05	¥10,007
7 Opera	154	84	30	19.5%	187	47.8%	246	16.05	¥60,223

ユーザーの環境: デバイスカテゴリ

ユーザーの環境: 画面の解像度

前ページと同様、(1)~(3)は、左サイドメニューは同じ位置を示しているが、それぞれ、別のレポートと画面にリンクしている。

# ユーザー環境の概要 (3)

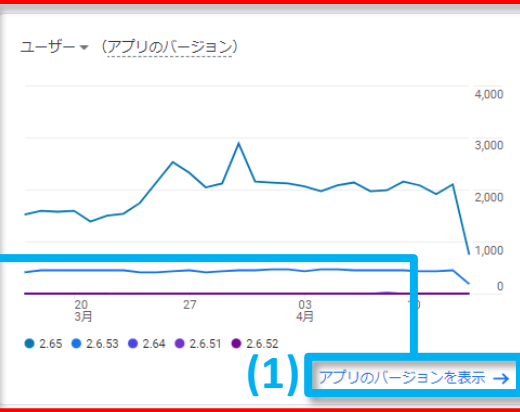
レポートのスナップショット

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
    - デバイス獲得
  - エンゲージメント
    - エンゲージメントの概要
    - エンゲージメント
    - バージョン
    - バージョンとスクリーン

## ユーザー(アプリのバージョン)



## 最新のアプリのリリース概要

最新のアプリのリリース概要

アプリ	バージョン	ステータス
Flood-It! Android	2.65	普及率が低い
iOS Flood It! iOS	2.6.53	普及率が低い

## アプリの安定性の概要

アプリの安定性の概要

アプリ	クラッシュに遭遇していないユーザー数
Flood-It! Android	99.7% ↑ 0.0%
iOS Flood It! iOS	99.0% ↓ 0.8%
	100.0% 0.0%

## ユーザー(デバイスモデル)

ユーザー (デバイスモデル)

デバイスモデル	ユーザー
KE5	412
X688B	343
RMX3231	313
iPhone 11	291
CPH2185	279
SM-A127F	273
V2111	257

(2) デバイスのモデルを表示 →

(1) ユーザーの環境の詳細: アプリのバージョン

(2) ユーザーの環境の詳細: デバイスモデル

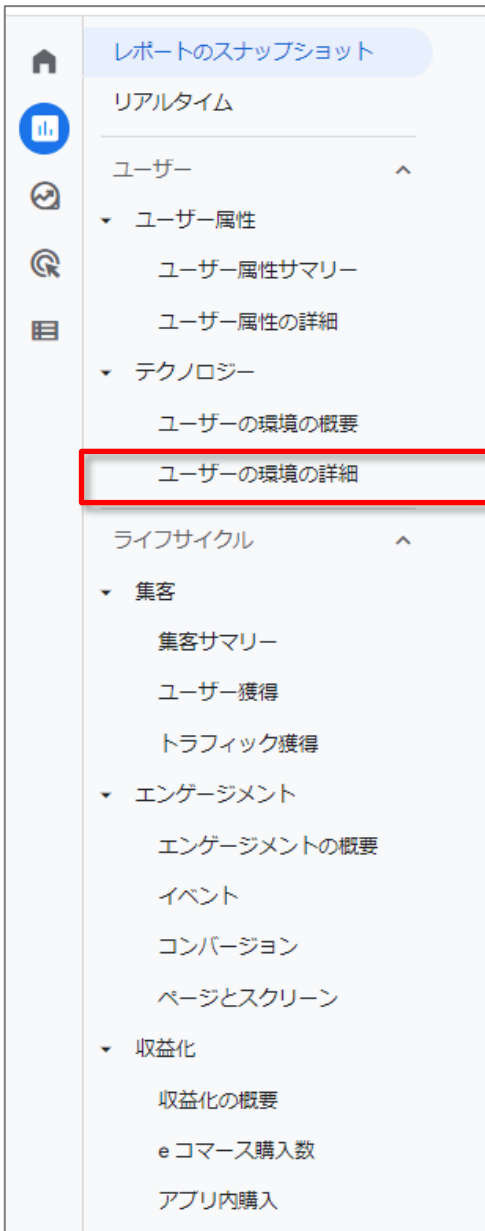
ユーザー環境の詳細: アプリのバージョン

ユーザー環境の詳細: デバイスモデル

デバイスモデル	ユーザー	新しいユーザー	エンゲージメント率	エンゲージメント率 (ユーザーあたり)	平均エンゲージメント率	セッション数	セッション時間
iPhone 11	291	20	22.6%	7.10	41.38分	116310	35.00
iPhone SE (2nd generation)	255	284	5.16%	0.01	0.01分	952	0.00

前ページと同様、(1)~(2)は、左サイドメニューは同じ位置を示しているが、それぞれ、別のレポートと画面にリンクしている。

データ出所: GA4のデモアカウント  
<https://support.google.com/analytics/answer/6367342?hl=ja#zippy=%2C%E3%81%93%E3%81%AE%8%A8%98%E4%BA%8B%E3%81%AE%E5%86%85%E5%AE%B9>



ユーザー >  
テクノロジー >  
ユーザー環境の詳細

# ユーザー環境の詳細 (1)

左サイドメニュー「ユーザー環境の詳細」をクリックして表示されるのは「ブラウザ」のレポート画面ですが、この部分でレポートを切り替えることができます。

ユーザーの環境の詳細: ブラウザ

ユーザーの環境の詳細: ブラウザ

順位	ブラウザ	ユーザ数	割合
1	Chrome	888	全体の 100%
2	Safari	277	
3	Safari (in-app)	64	
4	Firefox	53	
5	Edge	31	
6	Android Webview	12	
7	Opera	4	

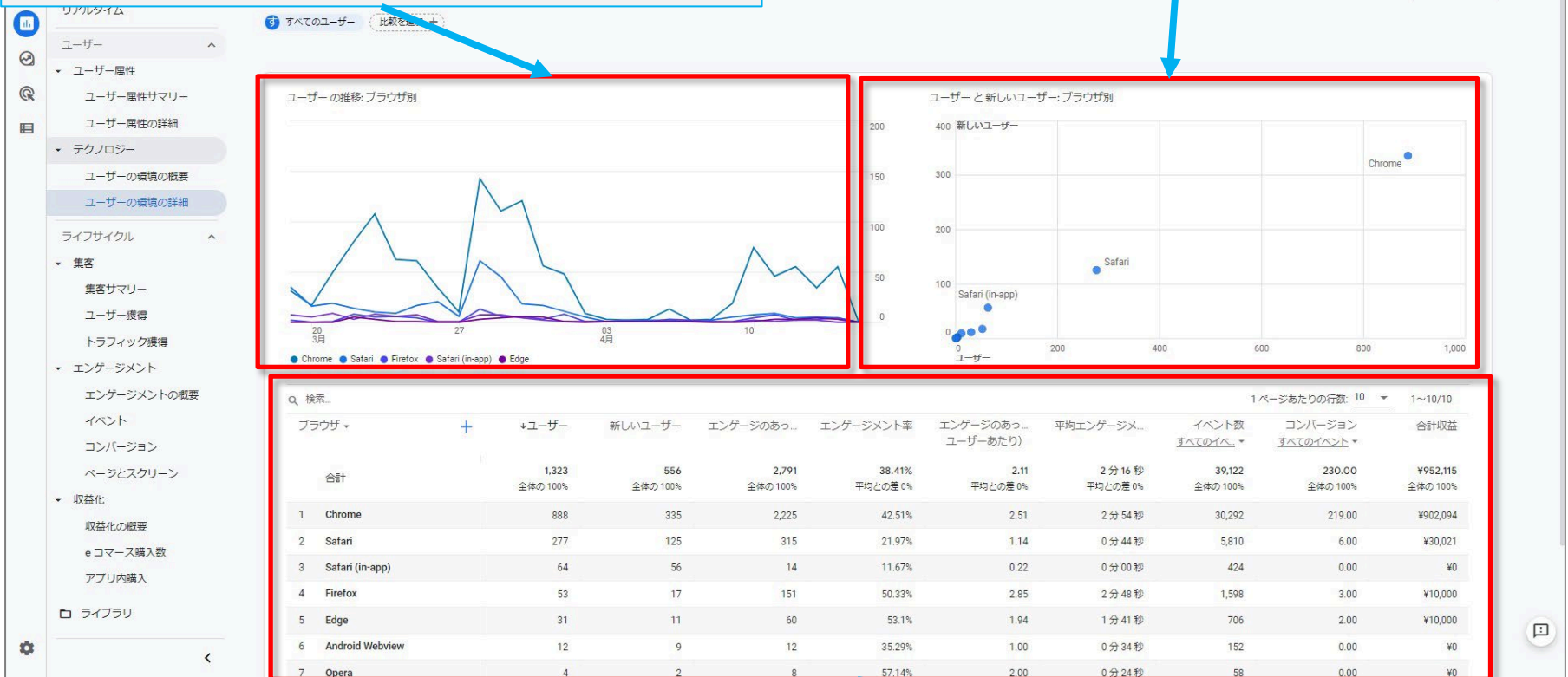
検索...

- ブラウザ
- デバイス カテゴリ
- デバイスモデル
- 画面の解像度
- アプリのバージョン
- プラットフォーム
- OS のバージョン
- プラットフォーム / デバイス カテゴリ
- オペレーティング システム
- OS とバージョン

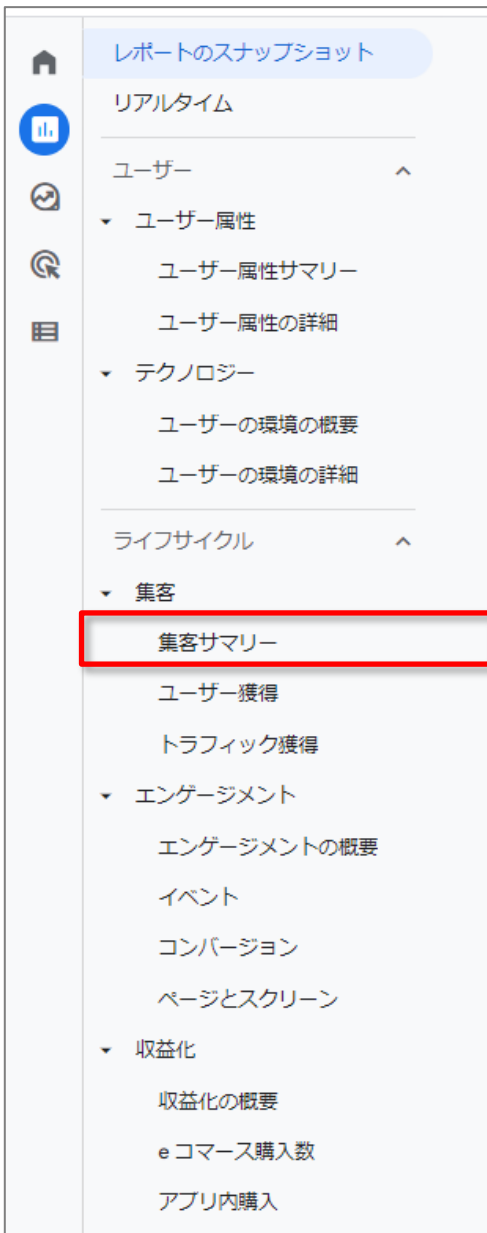
## ユーザー環境の詳細 (2)

折れ線グラフ: ユーザー推移 (ブラウザ)  
折れ線グラフには、ブラウザの上位のデータが表示されます。縦軸: 期間、横軸: ユーザー数

散布図には、横軸: ブラウザのユーザー数、縦軸: 新しいユーザー数、それらを掛け合わせて、数値の高いディメンションが表示されます。



表では、UAと同様のディメンションと指標のテーブルが表示されます。ブラウザ、デバイスカテゴリ、デバイスモデルなどのユーザー数やエンゲージメント数、コンバージョン数が確認できます。



ライフサイクル >  
集客 >  
集客サマリー

# 集客サマリー (1)

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
  - 収益化の概要
  - eコマース購入数
  - アプリ内購入
- ライブラリ

**概要**

ユーザー 1,323    新しいユーザー 556

・ユーザー＝集計期間内の全ユーザー数  
・新しいユーザー＝集計期間内の新しいユーザー数

**過去30分間のユーザー**

過去 30 分間のユーザー 2

1 分あたりのユーザー数

上位の国 ユーザー

Japan 2

リアルタイムを表示 →

**新しいユーザー (最初のユーザーのデフォルトチャネルグループ)**

新しいユーザー (最初のユーザーのデフォルトチャネルグループ)

Direct	275
Organic Social	122
Paid Social	55
Organic Search	47
Paid Search	33
Referral	16
Email	7

(1) ユーザー獲得レポートを表示 →

**セッション (セッションのデフォルトチャネルグループ)**

セッション (セッションのデフォルトチャネルグループ)

Organic Social	3,566
Organic Search	1,312
Direct	803
Paid Search	544
Referral	403
Email	172
Unassigned	139

(2) トラフィック獲得レポートを表示 →

アナリティクス

レポートのスナップショット

リアルタイム (1) ユーザー獲得: 最初のユーザーのデフォルトチャネルグループ

ユーザー獲得: 最初のデフォルトチャネルグループについては、P40から解説が掲載されています。

アナリティクス

レポートのスナップショット

リアルタイム (2) トラフィック獲得: セッションのデフォルトチャネルグループ

トラフィック獲得: セッションのデフォルトチャネルグループ

# 集客サマリー (2)

- 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
    - 収益化の概要
    - e コマース購入数
    - アプリ内購入
- ライブラリ

**セッション(セッションの Google 広告の広告キャンペーン)**

セッション (セッションの Google 広告の広告キャン...)  
セッションの GOOGLE 広... セッション

GA4無料オンラインセミナー	720
----------------	-----

Google 広告キャンペーンを表示 →

ライフタイムバリュー

過去 120 日間 (4月 20まで)

GOOGLE オーガニック検索トラフィック

GOOGLE オーガニック検索クエリ

ランディング ページ	GOOGLE のオーガニック...
/archives/337	1,983
/archives/500	1,118
/archives/558	828
/archives/317	560
/	397
/archives/651	356
/wp-content/u...ounyuu_v4.pdf	203

Google 自然検索トラフィックの獲得を表示 →

Google のオーガニック検索のク...	GOOGLE のオーガ...
ga4 utm	11
ga4 セミナー	9
ga4 utm/(ラメータ	7
ga4 セミナー 無料	6
utm ga4	4
ga4 プ...ポリシー	3
datalayer ga4	2

Google オーガニック検索クエリを... →

アナリティクス

Google 広告キャンペーン: セッションの Google 広告の広告キャンペーン

**Google 広告キャンペーン: セッションの Google 広告 キャンペーン**

セッション: セッションの Google 広告の広告キャンペーン別

セッションとユーザー: セッションの Google 広告の広告キャンペーン別

セッション

GA4無料オンラインセミナー

キャンペーン名は、utm\_campaignのパラメータに設定した値が集計されます。

検索...	ユーザー	セッション	エンゲージ...	Google 広告のクリ...	Google 広告の費用	Google 広告のクリ...	コンバージ...	コンバージ...	イベント数	合計収益	広告費用対...
セッションの Google 広告の広告キャンペーン +											
合計	104 全体の 100%	595 全体の 100%	291 全体の 100%	249 全体の 100%	¥16,233 全体の 100%	¥65 平均の 100%	13.00 全体の 100%	¥1,249 平均の 100%	4,051 全体の 100%	¥108,110 全体の 100%	6.66 平均の 100%
1 GA4無料オンラインセミナー	104	595	291	249	¥16,233	¥65	13.00	¥1,249	4,051	¥108,110	6.66

Google 広告と連携していれば、費用がインポートされています。 Google 広告との連携については別の回で取り上げます。

and,a 2022年

68



# 集客サマリー (3)

- 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
    - 収益化の概要
    - eコマース購入数
    - アプリ内購入
- ライブラリ

## ライフタイムバリュー

セッション (セッションの Google 広告の広告キャン... セッション)

セッションの GOOGLE 広... セッション

GA4無料オンラインセミナー 595

Google 広告キャンペーンを表示 →

ライフタイムバリュー

過去 120 日間 (4月 15まで)

GOOGLE オーガニック検索トラフィック

Google のオーガニック検索の表示回数 (リンク先ページ)

リンク先ページ	GOOGLE のオーガニック...
/archives/337	2,062
/archives/500	1,188
/archives/558	723
/archives/651	573
/archives/317	446
/	371
/wp-content/u...ounyuu_v4.pdf	208

Google 自然検索トラフィックの獲得を表示 →

GOOGLE オーガニック検索クエリ

Google のオーガニック検索のクエリ (Google のオーガニック検索ク...)

GOOGLE のオーガ...	GOOGLE のオーガ...
ga4 セミナー	13
ga4 utm	8
ga4 セミナー 無料	6
ga4 utm/ラメータ	4
utm ga4	4
2023 ...ります。	3
ga4 プ...ポリシー	3

Google オーガニック検索クエリを... →

## ライフタイムバリュー



**ライフタイムバリュー:**  
対象の集計期間において、ユーザーが収益に貢献している数値が初回訪問からの日単位で算出されます。

# 集客サマリー (4)

レポートのスナップショット

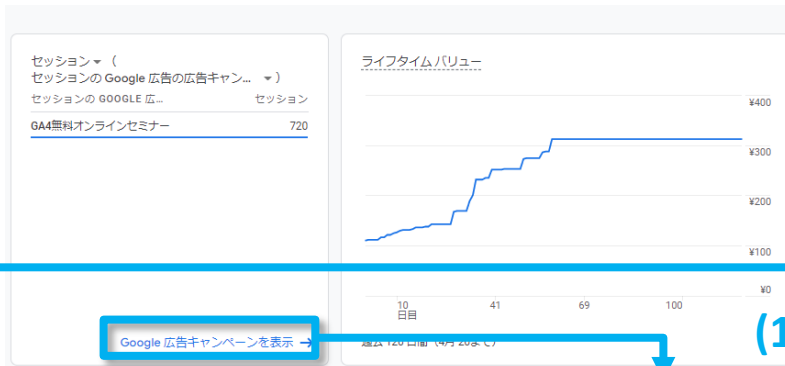
リアルタイム

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
  - 収益化の概要
  - eコマース購入数
  - アプリ内購入
- ライブ러리



**Google のオーガニック検索の表示回数 (ランディングページ)**

**Google のオーガニック検索のクリック数 (Google のオーガニック検索クリック数)**

GOOGLE オーガニック検索トラフィック

Google のオーガニック検索の表示回数 (ランディングページ)

ランディング ページ	GOOGLE のオーガニッ...
/archives/337	2,074
/archives/500	1,158
/archives/558	888
/archives/317	605
/	417
/archives/651	366
/wp-content/u...ounyuu_v4.pdf	207

GOOGLE オーガニック検索クエリ

Google のオーガニック検索のクリ...

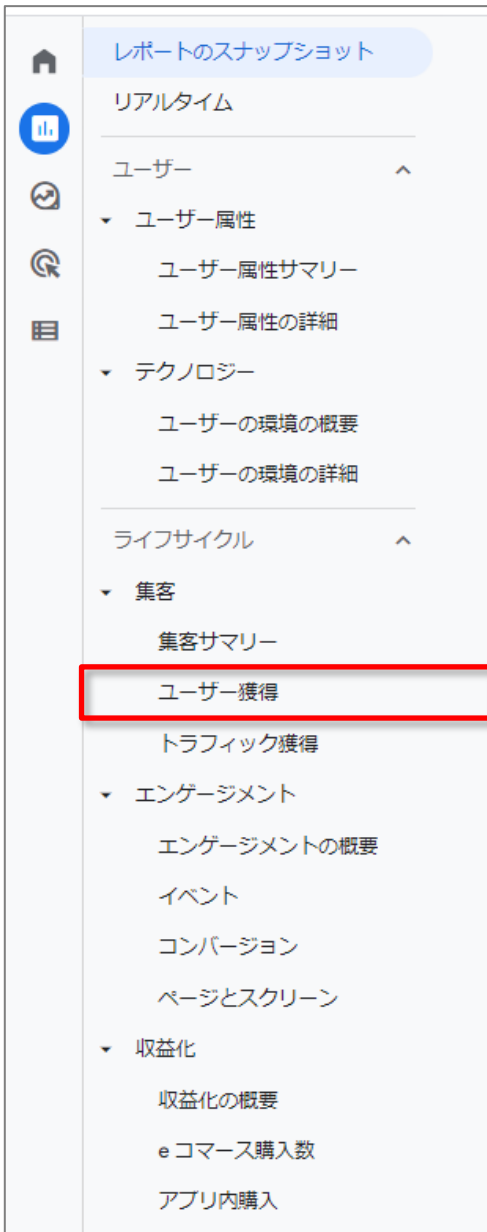
クエリ	GOOGLE のオーガ...
ga4 utm	11
ga4 セミナー	9
ga4 utm/パラメータ	8
ga4 セミナー 無料	6
utm ga4	4
ga4 プ...ポリシー	3
dsalayer ga4	2

Google オーガニック検索レポート: ランディング ページ

クエリ: Google オーガニック検索クエリ

これらのデータを見るためには、「サーチコンソール」との連携が必要です。連携方法は、本セミナーの第1回のアーカイブをご参照ください。

<https://ga4-quick.and-aaa.com/archives/337>



ライフサイクル >  
集客 >  
ユーザー獲得

# ユーザー獲得 (1)

レポートのスナップショット

リアルタイム

ユーザー

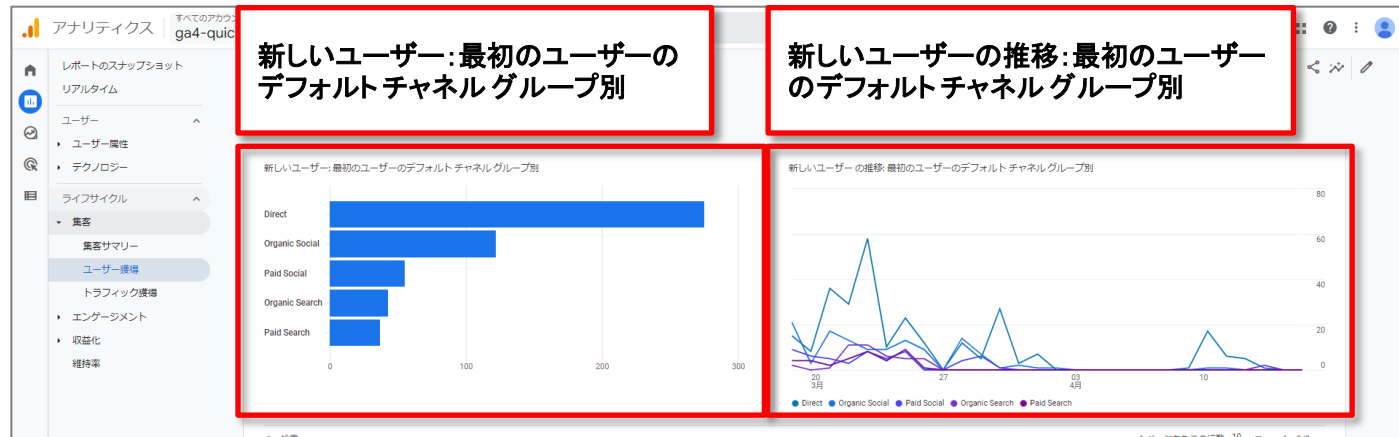
- ユーザー属性
  - ユーザー属性サマリー
  - ユーザー属性の詳細
- テクノロジー
  - ユーザーの環境の概要
  - ユーザーの環境の詳細

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
  - 収益化の概要
  - eコマース購入数
  - アプリ内購入

ライブラリ

## ユーザー獲得:最初のユーザーのデフォルトチャンネルグループ



新しいユーザーの期間内の総数をメディア別に確認

期間内における新規ユーザーのアクセス推移をメディア別に確認

## ユーザー獲得 (2)

検索...

1 ページあたりの行数: 10 1~9/9

最初のユーザーのデフォルトチャネルグループ +	↓新しいユーザー	エンゲージのあつたセッション	エンゲージメント率	エンゲージのあつたセッション/1ユーザーあたり	平均エンゲージメント時間	イベント数	コンバージョン	合計収益
合計	556 全体の100%	2,785 全体の100%	38.39% 平均との差0%	2.11 平均との差0%	2分16秒 平均との差0%	39,122 全体の100%	230.00 全体の100%	¥952,115 全体の100%
1 Direct	275	163	15.11%	0.26	0分17秒	4,573	150.00	¥655,637
2 Organic Social	122	91	16.7%	0.25	0分18秒	1,988	4.00	¥30,000
3 Paid Social	55	4	6.67%	0.07	0分01秒	194	0.00	¥0
4 Organic Search	43	2,463	46.23%	22.19	23分50秒	31,328	44.00	¥56,239
5 Paid Search	37	34	23.45%	0.33	0分19秒	576	10.00	¥100,000
6 Referral	7	38	38%	0.51	0分24秒	185	0.00	¥0
7 Email	7	12	31.58%	0.60	0分25秒	272	22.00	¥110,239

表の項目名の解説です。

指標名	説明
新しいユーザー	サイトと初めて接触、または、アプリを初めて起動したユーザーの数。
エンゲージのあつたセッション	10秒以上継続したセッションorコンバージョンが発生したセッションor2回以上のスクリーンビューやページビューが発生したセッションの回数。
エンゲージメント率	エンゲージのあつたセッションの割合(エンゲージのあつたセッション数をセッション数で割った値)。
エンゲージメントのあつたセッション/1ユーザーあたり	エンゲージのあつたセッション数をユーザー数で割った値。
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表示されてた時間の平均値、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。
イベント数	イベントの発生回数。
コンバージョン	コンバージョンイベントの発生回数。
合計収益	購入、定期購入、広告掲載によって発生した収益の合計(購入による収益、定期購入による収益、広告収益を足した値)。

# ユーザー獲得 (3)

検索...	最初のユーザーのデフォルト チャンネルグループ +	↓新しいユーザー	エンゲージのあつ...	エンゲージメント率	エンゲージのあつた... ユーザーあたり)	平均エンゲージメ...	イベント数 すべてのイベ...	コンバージョン すべてのイベント	合計収益
合計		556 全体の 100%	2,785 全体の 100%	38.39% 平均との差 0%	2.11 平均との差 0%	2 分 16 秒 平均との差 0%	39,122 全体の 100%	230.00 全体の 100%	¥952,115 全体の 100%
1	Direct	275	163	15.11%	0.26	0 分 17 秒	4,573	150.00	¥655,637
2	Organic Social	122	91	16.7%	0.25	0 分 18 秒	1,988	4.00	¥30,000
3	Paid Social	55	4	6.67%	0.07	0 分 01 秒	194	0.00	¥0
4	Organic Search	43	2,463	46.23%	22.19	23 分 50 秒	31,328	44.00	¥56,239
5	Paid Search	37	34	23.45%	0.33	0 分 19 秒	576	10.00	¥100,000
6	Referral	16	18	31.58%	0.51	0 分 24 秒	185	0.00	¥0
7	Email	7	12	31.58%	0.60	0 分 25 秒	272	22.00	¥110,239

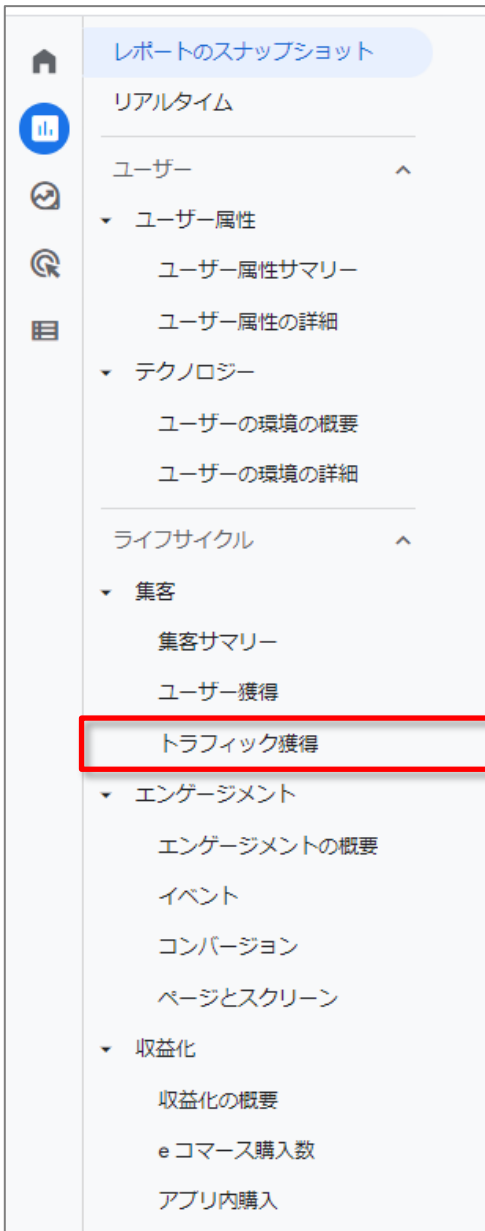
## 選択できるディメンション

検索	
最初のユーザーのデフォルト チャンネルグループ	
最初のユーザーのメディア	ユーザーを最初に獲得したメディア
最初のユーザーの参照元	ユーザーを最初に獲得した参照元
最初のユーザーの参照元プラットフォーム	ユーザーを最初に獲得した参照元プラットフォーム
最初のユーザーのキャンペーン	ユーザーを最初に獲得したキャンペーン
最初のユーザーの Google 広告の広告ネットワークタイプ	ユーザーを最初に獲得したGoogle広告の広告ネットワークタイプ
最初のユーザーの Google 広告の広告グループ名	ユーザーを最初に獲得した広告グループ名

検索...	最初のユーザーの参照元プラットフォーム +
合計	
1	Manual
2	(not set)
3	Google Ads
4	Shopping Free Listings

Googleのデモアカウントの例

どうやってユーザーを獲得しているのかを考察する際に活用できます。

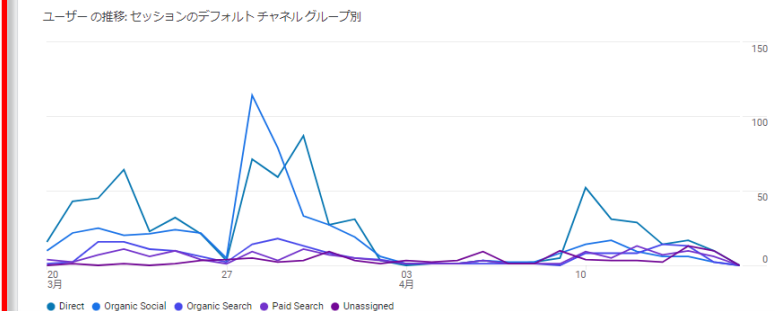


ライフサイクル >  
集客 >  
トラフィック獲得

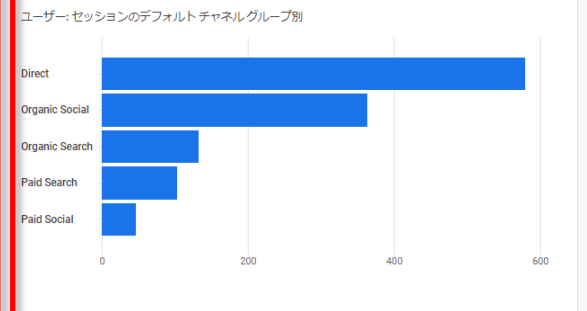
# トラフィック獲得 (1)

- 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
    - 収益化の概要
    - eコマース購入数
    - アプリ内購入
- ライブラリ

ユーザーの遷移: セッションのデフォルトチャンネルグループ別



ユーザーセッションのデフォルトチャンネルグループ別



折れ線グラフ: ユーザーの推移  
デフォルトチャンネルグループ別  
折れ線グラフには、デフォルトチャンネルグループでセッション数の多い5件が日別推移で表示されます。

棒グラフには、期間内に  
ウェブサイトやアプリにアクセスした上位のデフォルトチャンネルグループでセッションデータが表示されます。



# トラフィック獲得 (2)

検索...

セッションのデフォルトチャネルグループ +

1ページあたりの行数: 10 1~10/10

	ユーザー	セッション	エンゲージの...	セッションあ...	エンゲージの... ユーザーあた...	セッションあ...	エンゲージメ...	イベント数 すべてのイ...	コンバージョン すべてのイ...	合計収益
合計	1,277 全体の 100%	7,116 全体の 100%	2,787 全体の 100%	0分 25秒 平均との差 0%	2.18 平均との差 0%	5.49 平均との差 0%	39.17% 平均との差 0%	39,051 全体の 100%	238.00 全体の 100%	¥991,995 全体の 100%
1 Direct	580	778	104	0分 06秒	0.18	2.92	13.37%	2,269	13.00	¥110,021
2 Organic Social	364	3,522	1,458	0分 24秒	4.01	5.54	41.4%	19,522	46.00	¥274,295
3 Organic Search	133	1,341	633	0分 37秒	4.76	6.06	47.2%	8,120	28.00	¥100,000
4 Paid Search	103	567	292	0分 38秒	2.83	6.94	51.5%	3,936	13.00	¥108,110
5 Paid Social	47	83	14	0分 07秒	0.30	4.28				¥0

表の項目名の解説です。

指標名	説明
ユーザー	アクティブユーザーの合計数。
セッション	サイトやアプリで開始したセッション数。
新しいユーザー	サイトと初めて接触、または、アプリを初めて起動したユーザーの数。
エンゲージのあったセッション数	10秒以上継続したセッションorコンバージョンが発生したセッションor2回以上のスクリーンビューやページビューが発生したセッションの回数。
セッションあたりの平均エンゲージメント時間	エンゲージメント時間とは、アプリの場合はフォアグラウンド表示されていた時間、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。この時間をセッションで割る。
エンゲージメントのあったセッション/1ユーザーあたり	エンゲージのあったセッション数をユーザー数で割った値。
セッションあたりのイベント数	セッションあたりのイベント数。
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)。
イベント数	イベントの発生回数。
コンバージョン	コンバージョンイベントの発生回数。
合計収益	購入、定期購入、広告掲載によって発生した収益の合計(購入による収益、定期購入による収益、広告収益を足した値)。

# トラフィック獲得 (3)

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
  - 収益化の概要
  - eコマース購入数
  - アプリ内購入

ライブラリ

セッションのデフォルトチャンネルグループ +	ユーザー	セッション	エンゲージ...	セッションあ...	エンゲージの... ユーザーあた...	セッションあ...	エンゲージメ...	イベント数 すべてのイ...	コンバージョン すべてのイ...	合計収益
合計	1,277 全体の100%	7,116 全体の100%	2,787 全体の100%	0分25秒 平均との差0%	2.18 平均との差0%	5.49 平均との差0%	39.17% 平均との差0%	39,051 全体の100%	238.00 全体の100%	¥991,995 全体の100%
1 Direct	580	778	104	0分06秒	0.18	2.92	13.37%	2,269	13.00	¥110,021
2 Organic Social	364	3,522	1,458	0分24秒	4.01	5.54	41.4%	19,522	46.00	¥274,295
3 Organic Search	133	1,341	633	0分37秒	4.76	6.06	47.2%	8,120	28.00	¥100,000
4 Paid Search	103	567	292	0分38秒	2.83	6.94	51.5%	3,936	13.00	¥108,110
5 Paid Social	47	83	14	0分07秒	0.30	4.28	16.87%	355	0.00	¥0
6 Referral	42	402	176	0分22秒	4.10	6.14	49.78%	2,467	8.00	¥10,000
7 Email	34	34	34	0分10秒	0.04	4.30	0.07%	330	100.00	¥218
8 Unassigned	25	25	25	0分10秒	0.04	4.30	0.07%	330	100.00	¥209,352
9 Organic Video	5	5	5	0分18秒	4.40	7.41	53.66%	304	0.00	¥0
10 Display	2	63	20	0分15秒	10.00	5.71	31.75%	360	0.00	¥0

下記のディメンションに切り替えてみるができます。

検索...

検索

- セッションのデフォルト チャンネル グループ
- セッション メディア
- セッション ソース
- セッションの参照元プラットフォーム
- セッション キャンペーン

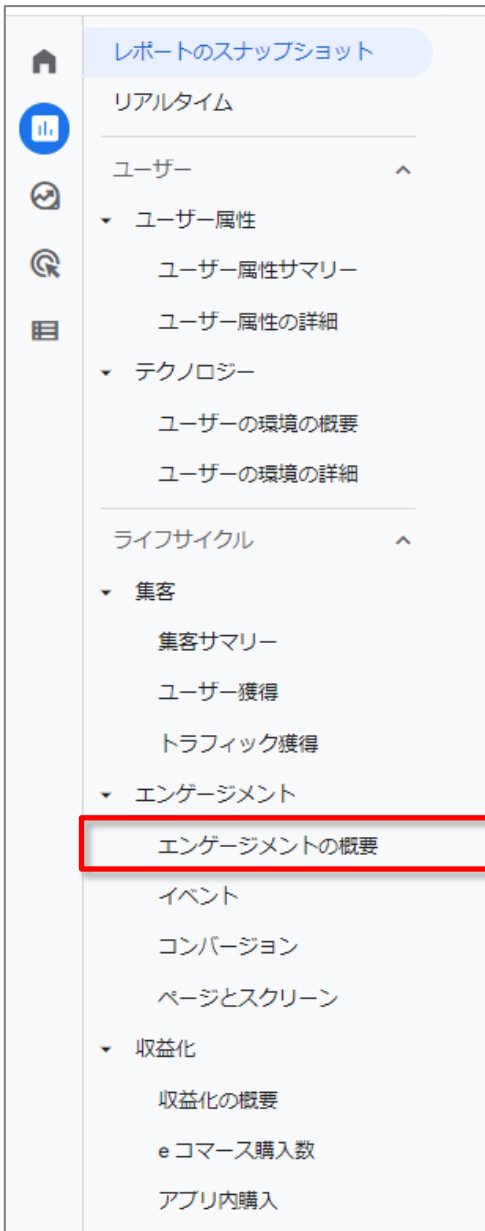
項目名	意味
セッションのデフォルトチャンネルグループ	デフォルトとなる各チャンネルのトラフィックが表示されます。 Organic Search、Display、Direct、など
セッションメディア	流入元のタイプ別で表示されます。 例: Organic、Display、cpc メディアではutm_mediaでパラメータ設定した文字列が計測されます。
セッションソース	流入元のドメインが表示されます。 ソースではutm_sourceでパラメータ設定した文字列が表示されます。
セッションの参照元プラットフォーム	Googleのデモアカウントの例として、Manual、(not set)、Google Ads、Shopping Free Listignが挙げられている。
キャンペーン	utm_campaignでパラメータ設定したキャンペーン別のトラフィックが表示されます。

検索...

セッションの参照元プラットフォーム +

合計

1	Manual
2	(not set)
3	Google Ads
4	Shopping Free Listings



# ライフサイクル > エンゲージメント > エンゲージメントの概要

## エンゲージメントがあったセッションとは？

---

10秒以上継続したセッション

or

コンバージョンが発生したセッション

or

2回以上のスクリーンビューやページビューが発生したセッション。

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

# エンゲージメントの概要 (1)

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
  - 収益化の概要
  - eコマース購入数
  - アプリ内購入
- ライブラリ

エンゲージのあったセッション数(1ユーザーあたり)

リアルタイム

表示回数

この「表示回数」とは、page\_viewイベントの発生回数です。(解説は次ページ)

平均エンゲージメント時間 2分 16秒

エンゲージのあったセッション数 (1ユーザーあたり) 2.1

過去 30 分間のユーザー

2

1分あたりのユーザー数

上位のページとスクリーン ユーザー

制作会社など向...lck.com 1

表示回数 9,789

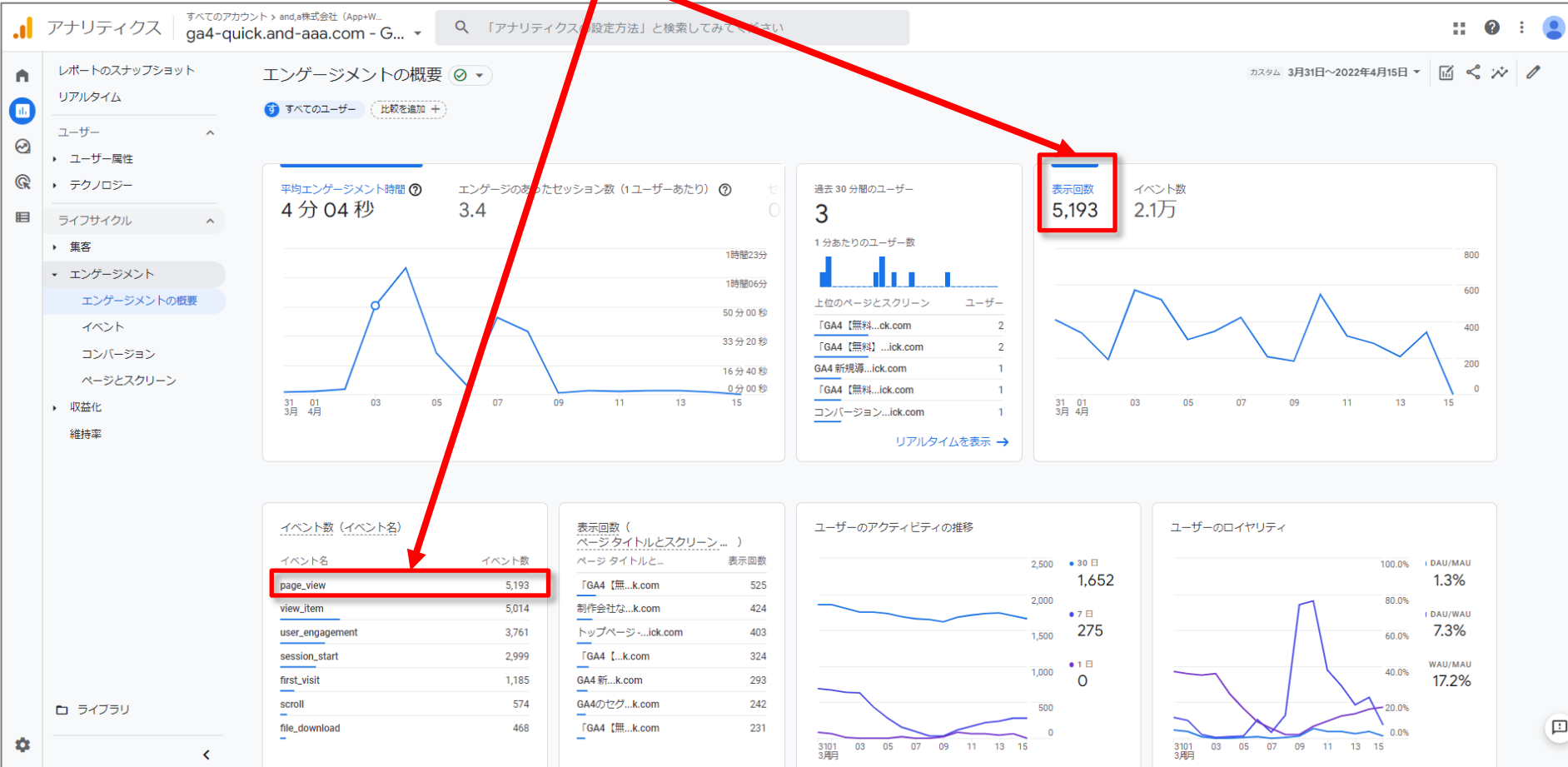
イベント数 3.9万

リアルタイムを表示 →

指標名	説明
平均エンゲージメント時間	エンゲージメント時間とは、アプリの場合はフォアグラウンド表示されていた時間、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。この時間をユーザー数で割る。
エンゲージメントのあったセッション/1ユーザーあたり	エンゲージのあったセッション数をユーザー数で割った値。

# エンゲージメントの概要 (2)

この部分の「表示回数」とは「page\_view」イベントの回数のことです。



# エンゲージメントの概要 (3)

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

収益化の概要

eコマース購入数

アプリ内購入

ライブラリ

**イベント数(イベント名)**

イベント名	イベント数
page_view	5,193
view_item	5,094
user_engagement	3,761
session_start	3,000
first_visit	1,185
scroll	574
file_download	468

(1) イベントを表示 →

**表示回数(ページタイトルとスクリーンクラス)**

ページタイトルとスクリーンクラス	表示回数
「GA4【無...k.com	525
「制作会社な...k.com	424
トップページ...ick.com	403
「GA4【...k.com	324
GA4 新...k.com	293
GA4のセグ...k.com	242
「GA4【無...k.com	231

(2) ページとスクリーンを表示 →

**ユーザーのアクティビティの推移**

30日: 1,662  
7日: 286  
1日: 21

**ユーザーのロイヤリティ**

DAU/MAU: 1.3%  
DAU/WAU: 7.3%  
WAU/MAU: 17.2%

1日、7日、30日あたりのアクティブユーザー数。

(1) イベント: イベント名

(2) ページとスクリーン: ページタイトルとスクリーンクラス

イベント: イベント名

ページとスクリーン: ページタイトルとスクリーンクラス

ページタイトルとスクリーンクラス	表示回数	ユーザー	新しいユーザー	ユーザーあたり	平均エンゲージメント	ユニーク	イベント数
合計	5,141	411	49	12.53	4分09秒	11	20,888
1 「GA4【無...k.com	538	77	3	6.99	2分05秒	1	2,154
2 制作会社な...k.com	417	50	5	8.34	1分33秒	1	1,834
3 トップページ...ick.com	399	60	1	6.65	1分28秒	1	1,436
4 「GA4【無...k.com	328	65	1	5.05	1分45秒	1	1,340
5 オンラインセミナー...k.com	302	100	0	3.02	1分24秒	1	1,387

and,a 2022年

83

# エンゲージメントの概要 (4)

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
  - 収益化の概要
  - eコマース購入数
  - アプリ内購入
- ライブラリ

## イベント数(イベント名)

イベント数 (イベント名)

イベント名	イベント数
page_view	5,193
view_item	5,094
user_engagement	3,761
session_start	3,000
first_visit	1,185
scroll	574
file_download	468

イベントを表示 →

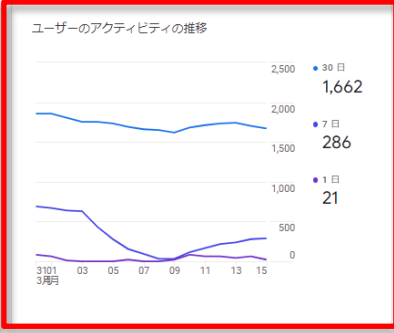
## 表示回数(ページタイトルとスクリーンクラス)

表示回数 (ページタイトルとスクリーンクラス)

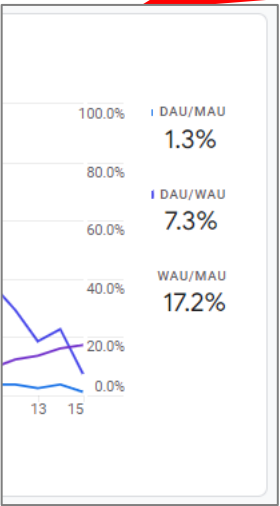
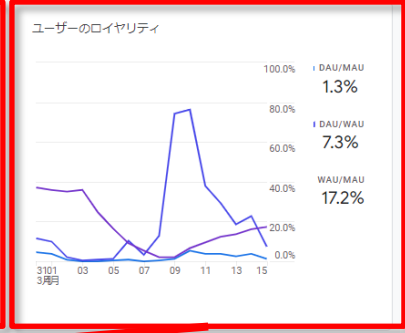
ページタイトルとスクリーンクラス	表示回数
「GA4【無...k.com	525
制作会社な...k.com	424
トップページ...ick.com	403
「GA4【...k.com	324
GA4 新...k.com	293
GA4のセグ...k.com	242
「GA4【無...k.com	231

ページとスクリーンを表示 →

## ユーザーのアクティビティの推移



## ユーザーのロイヤリティ



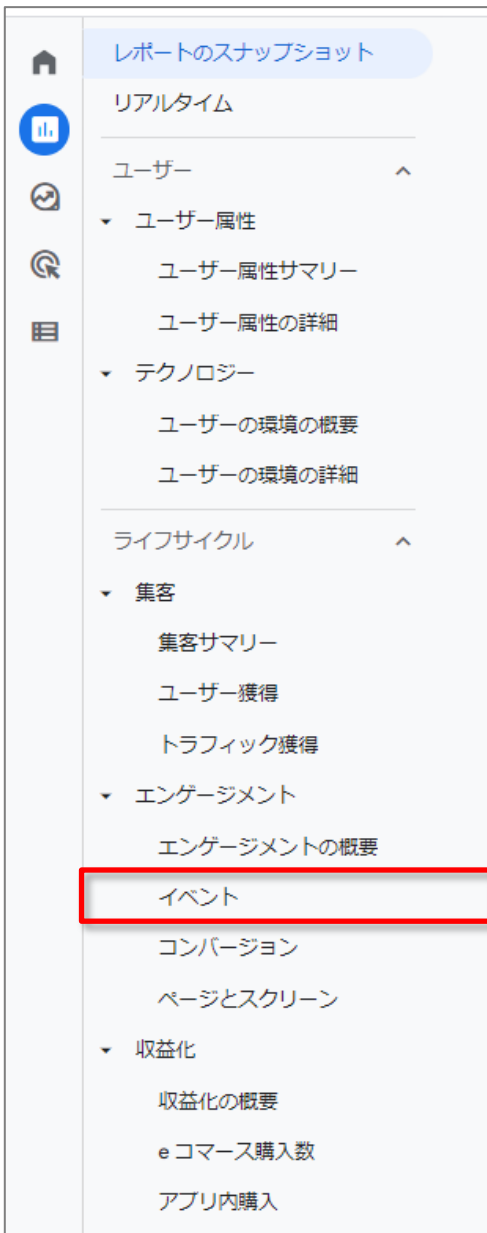
ユーザーのロイヤリティの推移を確認できます。

「AU」は「アクティブユーザー」の略で、ある期間のうちアプリやサービスを一回以上利用したユーザーを指します。

「MAU」= 月間アクティブユーザー (Monthly Active User)  
 「WAU」= 週間アクティブユーザー (Weekly Active User)  
 「DAU」= 1日あたりのアクティブユーザー (Daily Active User)

項目	説明
DAU/MAU	日別ユーザー数/月間ユーザー数
DAU/WAU	日別ユーザー数/週刊ユーザー数
WAU/MAU	週間ユーザー数/月間ユーザー数





# ライフサイクル > エンゲージメント > イベント

# イベント (1)



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

収益化の概要

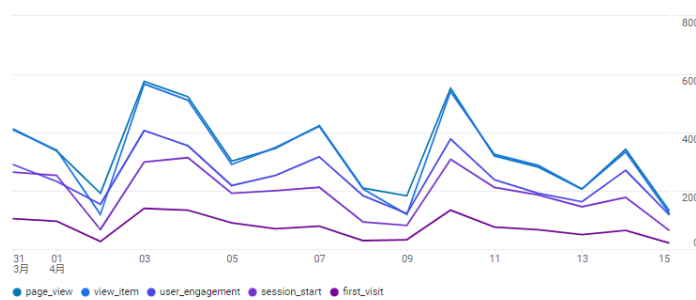
eコマース購入数

アプリ内購入

ライブラリ

イベントの推移: イベント名別

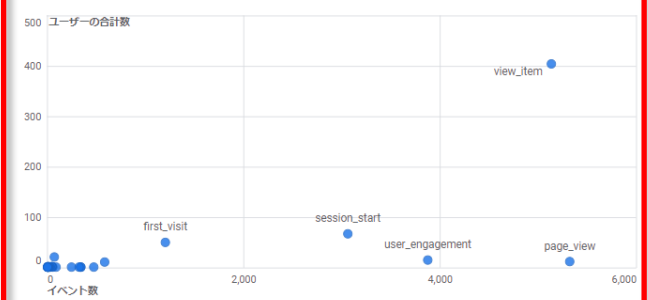
イベント数の推移: イベント名別



イベント別で、イベント発生の多い5件が日別推移で表示されます。

イベント数とユーザーの合計数: イベント名別

イベント数とユーザーの合計数: イベント名別



縦軸にユーザーの合計数、横軸にイベント数、それらを掛け合わせて数値の高いイベントが表示されず。

# イベント (2)

レポートのスナップショット

リアルタイム

ユーザー

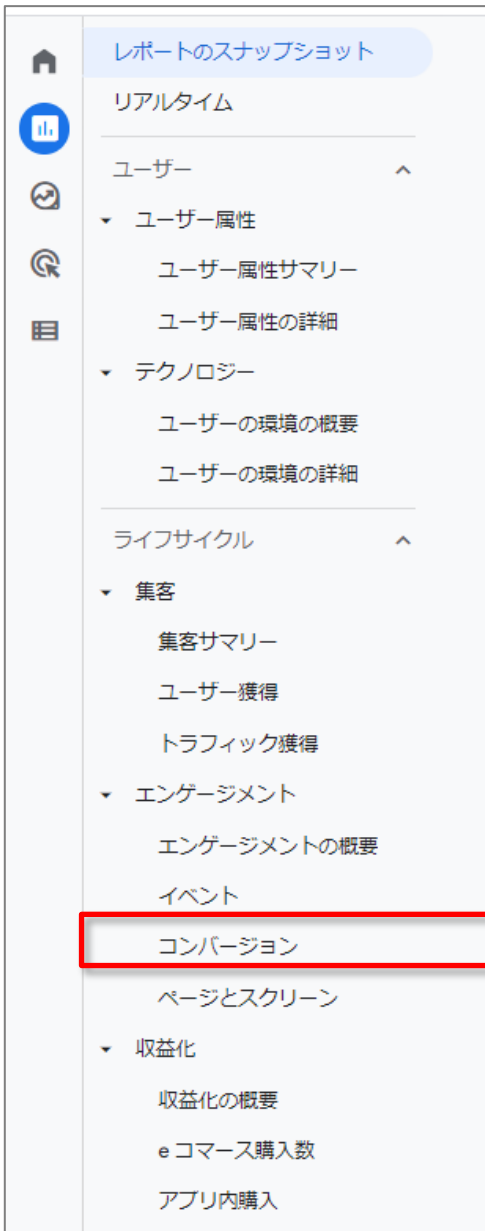
- ユーザー属性
  - ユーザー属性サマリー
  - ユーザー属性の詳細
- テクノロジー
  - ユーザーの環境の概要
  - ユーザーの環境の詳細
- ライフサイクル
- 集客
  - 集客サマリー
  - ユーザー獲得
  - トラフィック獲得
- エンゲージメント
  - エンゲージメントの概要
  - イベント**
  - コンバージョン
  - ページとスクリーン
- 収益化
  - 収益化の概要
  - eコマース購入数
  - アプリ内購入
- ライブラリ

イベント名	イベント数	ユーザーの合計数	ユーザーあたりのイベント数	合計収益
	49,131 全体の 100%	2,136 全体の 100%	23.00 平均との差 0%	¥1,672,999 全体の 100%
1 page_view	13,121	1,406	9.33	¥0
2 user_engagement	9,032	802	11.26	¥0
3 view_item	8,568	933	9.18	¥0
4 session_start	7,822	1,543	5.07	¥0
5 first_visit	3,924	1,429	2.75	¥0
6 file_download	1,442	132	10.92	¥0
7 scroll	1,386	199	6.96	¥0
8 GA4_text_download	778	132	5.89	¥0
ga4_text_download	778	132	5.89	¥0
10 video_progress	542	40	13.55	¥0
11 video_start	411	10	4.69	¥0
12 click	283	51	5.55	¥0
13 purchase	193	40	4.83	¥1,672,999
14 view_item_list	162	3	54.00	¥0
15 ga4_thanks202_0324	102	20	5.10	¥0
16 video_complete	84	15	5.60	¥0
17 view_promotion		4	18.00	¥0
18 view_search_results		8	7.13	¥0

eコマース設定をしていた場合は、合計収益が表で確認できます。

表の項目名の解説です。

指標名	説明
イベント数	イベントを発生させた回数。
ユーザーの合計数	それぞれのイベントを発生させたユーザー数。
ユーザーあたりのイベント数	「イベント数」÷「ユーザーの合計数」
合計収益	購入、定期購入、広告掲載によって発生した収益の合計(購入による収益、定期購入による収益、広告収益を足した値)。

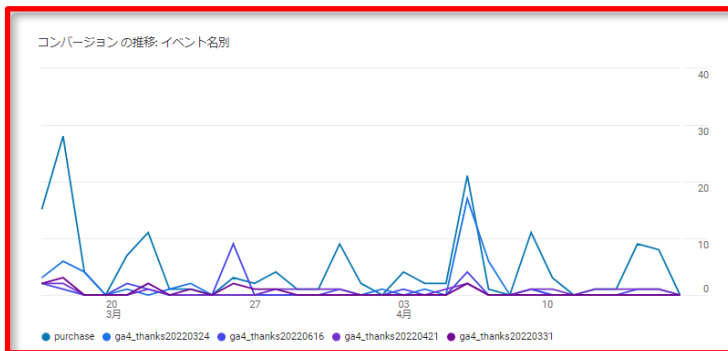


# ライフサイクル > エンゲージメント > コンバージョン

# コンバージョン(1)

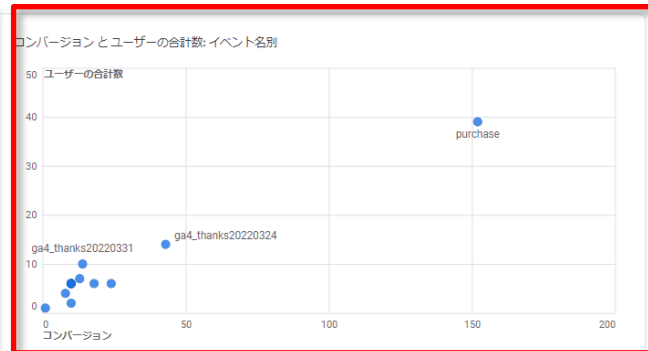
- レポートのスナップショット
- リアルタイム
- ユーザー
  - ユーザー属性
    - ユーザー属性サマリー
    - ユーザー属性の詳細
  - テクノロジー
    - ユーザーの環境の概要
    - ユーザーの環境の詳細
- ライフサイクル
  - 集客
    - 集客サマリー
    - ユーザー獲得
    - トラフィック獲得
  - エンゲージメント
    - エンゲージメントの概要
    - イベント
      - コンバージョン**
      - ページとスクリーン
  - 収益化
    - 収益化の概要
    - eコマース購入数
    - アプリ内購入
- ライブラリ

コンバージョンの  
推移: イベント名別



コンバージョン数上位5件の日別推移を確認できます。

コンバージョンとユーザーの  
合計数: イベント名別



コンバージョン種別ごとのユーザー数の合計、コンバージョン数を掛け合わせた散布図を確認できます。

コンバージョンの設定方法については、本セミナーの  
コンバージョンの回のアーカイブをご参照ください。

<https://ga4-quick.and-aaa.com/archives/747>

# コンバージョン (2)

まず、コンバージョンの一覧から、分析したいコンバージョンを選択します。

アナリティクス 全てのアカウント > and,a株式会社 (App-WV) ga4-quick.and-aaa.com - G... 「アナリティクスの設定方法」と検索してみてください

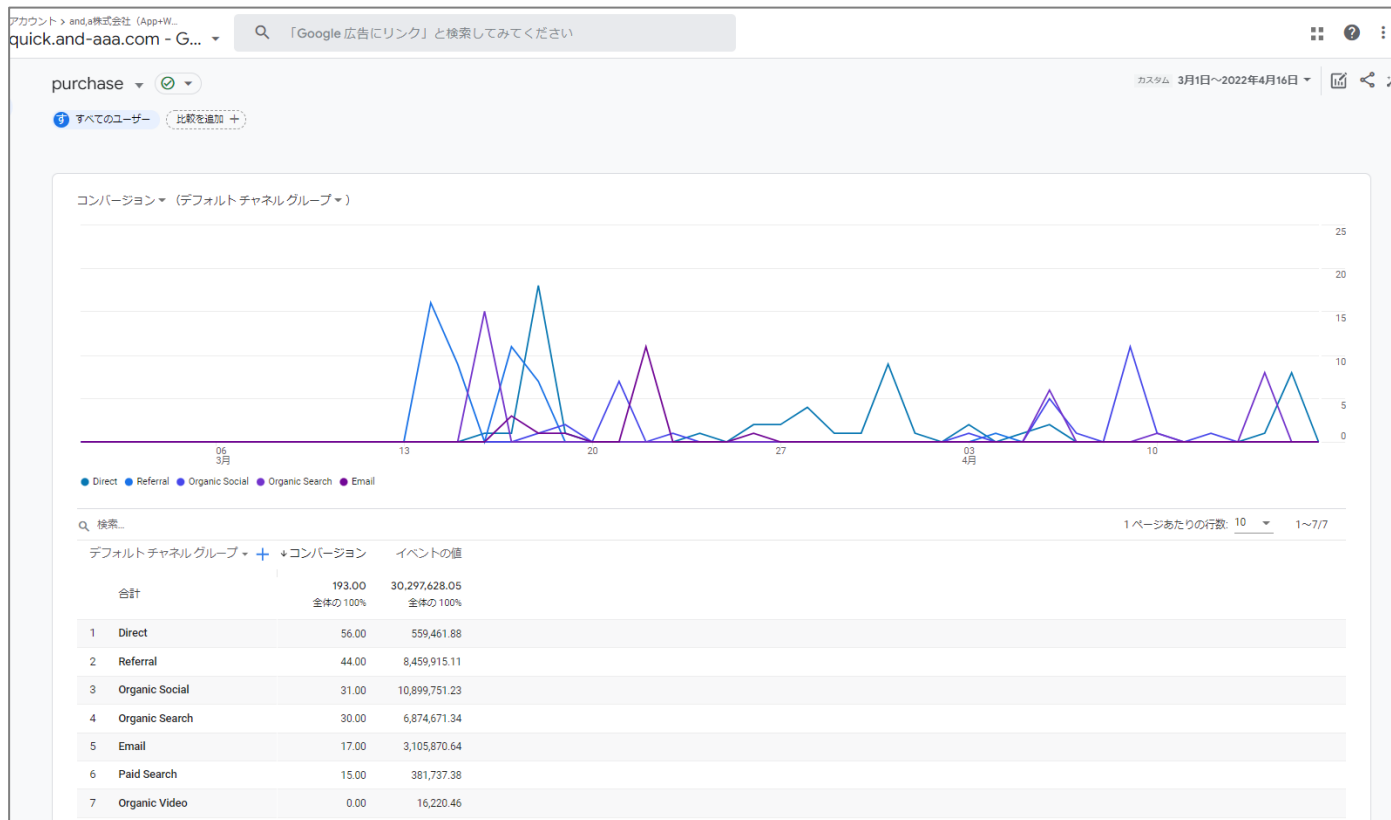
カスタム 3月17日～2022年4月16日

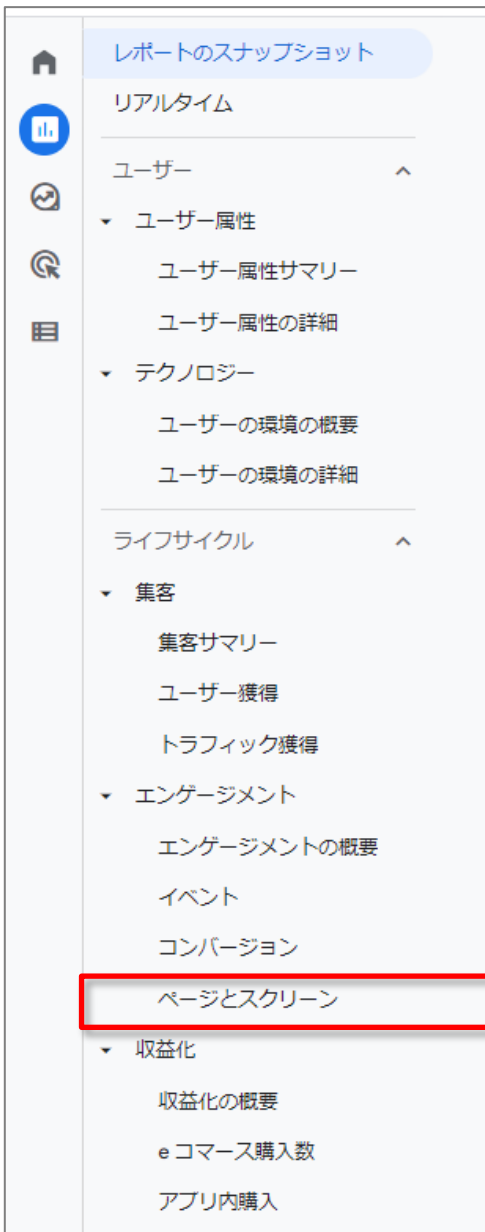
イベント名	↓ イベント数 全体の 100%	ユーザーの合計数 全体の 100%	ユーザーあたりのイベント数 平均との差 0%	合計収益 全体の 100%
1 page_view	10,973	901	12.18	¥0
2 view_item	8,539	929	9.19	¥0
3 user_engagement	7,507	515	14.58	¥0
4 session_start	6,726	1,039	6.47	¥0
5 first_visit	3,404	909	3.74	¥0
6 file_download	1,348	88	15.32	¥0
7 scroll	1,059	97	10.92	¥0
8 GA4_text_download	684	88	7.77	¥0
9 ga4_text_download	684	88	7.77	¥0
10 video_progress	514	32	16.06	¥0
11 video_start	414	76	5.45	¥0
12 click	242	26	9.31	¥0
13 view_item_list	162	3	54.00	¥0
14 purchase	152	39	3.90	¥1,462,689
15 video_complete	81	12	6.75	¥0
16 view_promotion	72	4	18.00	¥0
17 view_search_results	46	2	23.00	¥0
18 go_anda	45	6	7.50	¥0
19 ga4_thanks20220324	43	14	3.07	¥0
20 select_item	37	2	18.50	¥0
21 ga4_thanks20220616	24	6	4.00	¥0
22 ga4_thanks20220421	18	6	3.00	¥0

# コンバージョン (3)

- 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
    - 収益化の概要
    - e コマース購入数
    - アプリ内購入
- ライブラリ

単体のコンバージョンレポートが表示されます。  
たとえばpurchaseの場合は、purchaseのコンバージョンに至った参照元などを確認できます。





# ライフサイクル > エンゲージメント > ページとスクリーン

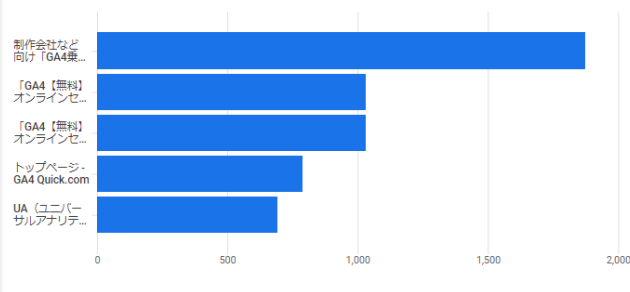


# ページとスクリーン(1)

- 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
  - 収益化の概要
  - eコマース購入数
  - アプリ内購入
- ライブラリ

## 表示回数: ページタイトルとスクリーンクラス別

表示回数: ページタイトルとスクリーンクラス別

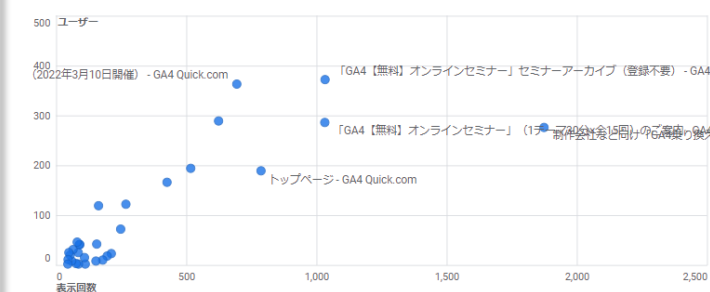


期間内にウェブサイトやアプリにアクセスした上位のページタイトルかスクリーンクラス(注)データが表示されます。

注:「スクリーンクラス」=アプリ内で設定されているクラス名(アクティビティ名やコントローラー名)

## 表示回数とユーザー: ページタイトルとスクリーンクラス別

表示回数とユーザー: ページタイトルとスクリーンクラス別



縦軸にユーザーの合計数、横軸に表示回数、それらを掛け合わせて数値の高いページタイトルやスクリーンクラスが表示されます。

# ページとスクリーン (2)

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
  - 収益化の概要
  - eコマース購入数
  - アプリ内購入
- ライブラリ

検索	表示回数	ユーザー	新しいユーザー	ユーザーあたり...	平均エンゲージ...	ユニークユーザーのスク...	イベント数
ページタイトルとスクリーンクラス	10,973	1,662	909	6.60	1分59秒	97	42,927
合計	全体の100%	全体の100%	全体の100%	平均との差0%	平均との差0%	全体の100%	全体の100%
1 制作会社など向け「GA4乗り換え依頼の汎用マニュアル」をPowerPoint形式で無料配布... - GA4 Quick.com	1,874	276	35	6.79	1分24秒	1	8,465
2 「GA4【無料】オンラインセミナー」セミナーアーカイブ（登録不要） - GA4 Quick.com	1,033	372	234	2.78	0分40秒	5	3,451
3 「GA4【無料】オンラインセミナー」（1テーマ30分×全15回）のご案内 - GA4 Quick.com	1,032	286	140	3.61	1分02秒	3	3,913
4 トップページ - GA4 Quick.com	787	189	17	4.16	0分56秒	7	2,687
5 UA（ユニバーサルアナリティクス）とGA4の計測方法の違い！ オンラインセミナー アーカイブ動画+テキスト起こし（2022年3月10日開催） - GA4 Quick.com	694	363	173	1.91	1分10秒	30	2,765
6 GA4新規導入 / 最初におきたい設定！ オンラインセミナー アーカイブ動画+テキスト起こし（2022年3月3日開催） - GA4 Quick.com	624	289	38	2.16	0分54秒	18	2,451
7 「GA4【無料】オンラインセミナー」テキストダウンロードセンター（登録不要） - GA4 Quick.com	517	194	42	2.66	0分41秒	2	2,640
8 イベント設定・DebugView！ オンラインセミナー アーカイブ動画+テキスト起こし（2022年3月17日開催） - GA4 Quick.com	426	166	49	2.57	1分35秒	10	1,758
9 コンバージョン設定！ オンラインセミナー アーカイブ動画+テキスト起こし（2022年3月24日開催） - GA4 Quick.com	268	122	24	2.20	0分56秒	2	1,169
10 GA4のセグメント（セグメントビルダー）！ オンラインセミナー アーカイブ動画+テキスト起こし（2022年4月7日開催） - GA4 Quick.com							

以下のようなディメンションを選択できます。

検索

- ページタイトルとスクリーン クラス
- ページパス + クエリ文字列とスクリーン クラス
- ページタイトルとスクリーン名
- コンテンツ グループ

項目	説明
ページタイトルとスクリーンクラス	ウェブページのページタイトル、または、スクリーンクラス
ページパス+クエリ文字とスクリーンクラス	「ウェブページのページパス+クエリ文字」とスクリーンクラス
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名
コンテンツグループ	ユーザー定義によるコンテンツの集まり

(前出)「スクリーンクラス」=アプリ内で設定されているクラス名(アクティビティ名やコントローラー名)

## 参考資料: GA4 ページの指定に関係のあるディメンション

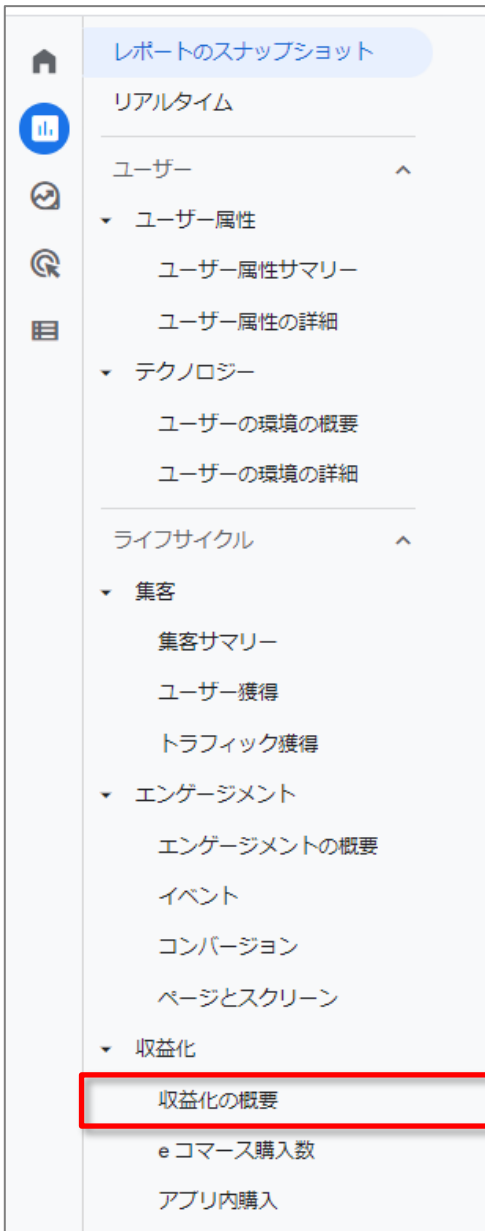
No.	ディメンションの名称			意味	
	ウェブページ		アプリ	ウェブページの場合	アプリの場合
1	ページタイトル	と	スクリーンクラス	ページタイトルの文字列	アプリ内で設定されているクラス名(アクティビティ名やコントローラー名) UIViewControllerまたはActivityのクラス名
2	ページタイトル	と	スクリーン名		実装したスクリーン名
3	ページの種類			ドメインやパラメータを含むページのURL https://から書き始める	×
4	ページパス(階層)+クエリ文字列	と	スクリーンクラス	ドメインを含まないURL	アプリ内で設定されているクラス名(アクティビティ名やコントローラー名) UIViewControllerまたはActivityのクラス名
5	ページパス(階層)	と	スクリーンクラス		ドメインおよびパラメータを含まないURL
6	ホスト名			URLのドメイン部分	×

# ページとスクリーン (3)

ページタイトルとスクリーンクラス +		表示回数	ユーザー	新しいユーザー	ユーザーあたり...	平均エンゲージ...	ユニークユーザーのスク...	イベント数 すべての...
合計		10,973 全体の 100%	1,662 全体の 100%	909 全体の 100%	6.60 平均との差 0%	1分 59 秒 平均との差 0%	97 全体の 100%	42,927 全体の 100%
1	制作会社など向け「GA4乗り換え依頼の汎用マニュアル」をPowerPoint形式で無料配布... - GA4 Quick.com	1,874	276	35	6.79	1分 24 秒	1	8,465
2	「GA4【無料】オンラインセミナー」セミナーアーカイブ（登録不要） - GA4 Quick.com	1,033	372	234	2.78	0分 40 秒	5	3,451
3	「GA4【無料】オンラインセミナー」セミナーアーカイブ（テーマ30分×全15回）のご案内 - GA4 Quick.com	1,032	286	140	3.61	1分 02 秒	3	3,913
4	トップページ - GA4 Quick.com	787	189	17	4.16	0分 56 秒	7	2,687
5	UA（ユニバーサルアナリティクス）とGA4の計測方法の違い   オンラインセミナー アーカイブ（動画+テキスト起こし（2022年3月10日開催）） - GA4 Quick.com	694	363	173	1.91	1分 10 秒	30	2,765
6	GA4 新規導入 / 最初にしてほしい設定   オンラインセミナー アーカイブ（動画+テキスト起こし（2022年3月3日開催）） - GA4 Quick.com				2.16	0分 54 秒	18	2,451

表の項目名の解説です。

指標名	説明
表示回数	ユーザーが表示したアプリスクリーンまたはウェブページの数。同じページまたはスクリーンが表示された場合も、集計される。
ユーザー	各ページやスクリーンを表示したユーザー数。
新しいユーザー	サイトと初めて接触、または、アプリを初めて起動したユーザーの数。
ユーザーあたりのビュー	ユーザー1人あたりの表示回数。
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表示されていた時間、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。
ユニークユーザーのスクロール数	ページ全体の90%を1回以上スクロールしたユニークユーザー数。
イベント数	該当ページやスクリーンで発生したイベントの総数。
コンバージョン	該当ページやスクリーンで発生したコンバージョンの総数。
合計収益	購入、定期購入、広告掲載によって発生した収益の合計（購入による収益、定期購入による収益、広告収益を足した値）。



# ライフサイクル > 収益化 > 収益化の概要

# 収益化の概要 (1)

- 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
    - 収益化の概要**
    - eコマース購入数
    - アプリ内購入
- ライブラリ

## 合計収益、eコマースの収益、 広告収入合計

合計収益 ② \$23万  
eコマースの収益 ② \$23万  
広告収入合計 \$0.00



「合計収益」=購入、定期購入、広告掲載によって発生した収益の合計

「eコマースの収益」=購入イベントから合計収益(税金と配送料を含む)

「広告収入合計」=広告掲載によって得られた収益の合計  
(広告掲載によって得られた収益については後述)

## 合計購入者数、初回購入者数

合計購入者数 ② 1,804  
初回購入者数 ② 1,790



「合計購入者数」=選択した期間に購入イベントがあったユーザー数

「初回購入者数」=選択した期間に初回の購入イベントがあったユーザー数

# 収益化の概要 (2)

レポートのスナップショット  
リアルタイム

ユーザー

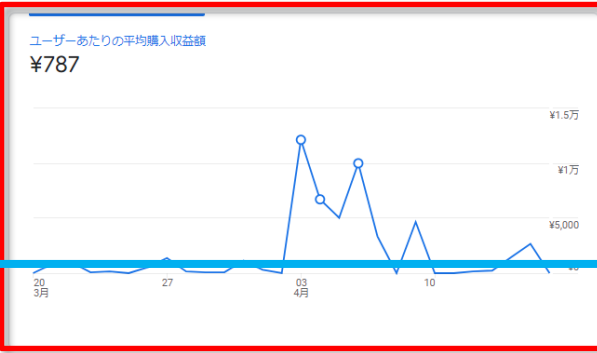
- ユーザー属性
  - ユーザー属性サマリー
  - ユーザー属性の詳細
- テクノロジー
  - ユーザーの環境の概要
  - ユーザーの環境の詳細

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
  - 収益化の概要**
  - eコマース購入数**
  - アプリ内購入

ライブラリ

**ユーザーあたりの平均購入集積額**



ユーザーあたりの平均の購入収益額を日単位で確認できます。

**eコマースの購入数 (アイテム名別)**

アイテム名	E コマース購入数
2022_SPR...INAR_08	13
2022_SPR...INAR_04	9
2022_SPR...INAR_05	9
2022_SPR...INAR_06	8
2022_SPR...INAR_11	8
2022_SPR...INAR_14	8
2022_SPR...INAR_10	7

ユーザーが購入したアイテム名別の購入数を確認できます。

**eコマースの購入数 (アイテムリスト別)**

アイテムリスト名	E コマース購入数
Seminar List	1

ユーザーが購入したアイテムリスト別(実装設定が必要)の購入数を確認できます。

**アイテムの表示回数 (アイテムプロモーション名別)**

アイテムプロモーション名	アイテムの表示回数
summer_promo	23

アイテムプロモーション名別の表示回数を確認できます。

(1) eコマース購入数: アイテム名

(2) アイテムリスト: アイテムリスト名

(3) プロモーション: アイテムプロモーション名

# 収益化の概要 (3)

- 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
      - 収益化の概要**
      - eコマース購入数
      - アプリ内購入
    - ライブラリ

**eコマース収益(オーダー  
クーポン別)**

アプリ内購入の収益はどれほどですか。

eコマースの収益 (オーダー クーポン)

オーダー クーポン	E コマースの収益
データがありません	

(⇒P101)

[オーダー クーポンを表示 →](#)

**オーダークーポン別のeコマースの  
収益を確認できます。**

**商品の収益(商品ID別)**

アプリ内購入の収益はどれほどですか。

商品の収益 (商品 ID)

商品 ID	商品の収益
remove_ads	\$3.09

(⇒P102)

[アプリ内購入を表示 →](#)

**アプリ内における商品IDごとの収  
益を確認できます。**

**パブリッシャー広告イン  
プレッション数(広告ユ  
ニット)**

広告ユニットごとの収益はどれほどですか。

パブリッシャー広告インプレッシ... (広告ユニット)

広告ユニット	パブリッシャー広告...
AdMob_Bann...terstitial	3.9万
AdMob_Na...Advanced	6,480
floodit_un...30564961)	5,965
AdMob_Inte...itial_SS_e	79
AdMob_Rewarded	62
AdMob_Banner_ILLTV	6
AdMob_AppOpen_ILLTV	1

(⇒P103)

[パブリッシャー広告を確認 →](#)

**広告ユニット別のパブリッシャー廣  
告インプレッションやクリック数を確  
認できます。**

**パブリッシャー広告**

パブリッシャー広告レポートでは、モバイルアプリの広告から得た収益を広告ユニットごとに測定できます。なお、現在のところ、ウェブサイトの広告から得た収益はレポートに表示されません。広告の収益をレポートで確認するには、広告収益の測定を設定します。

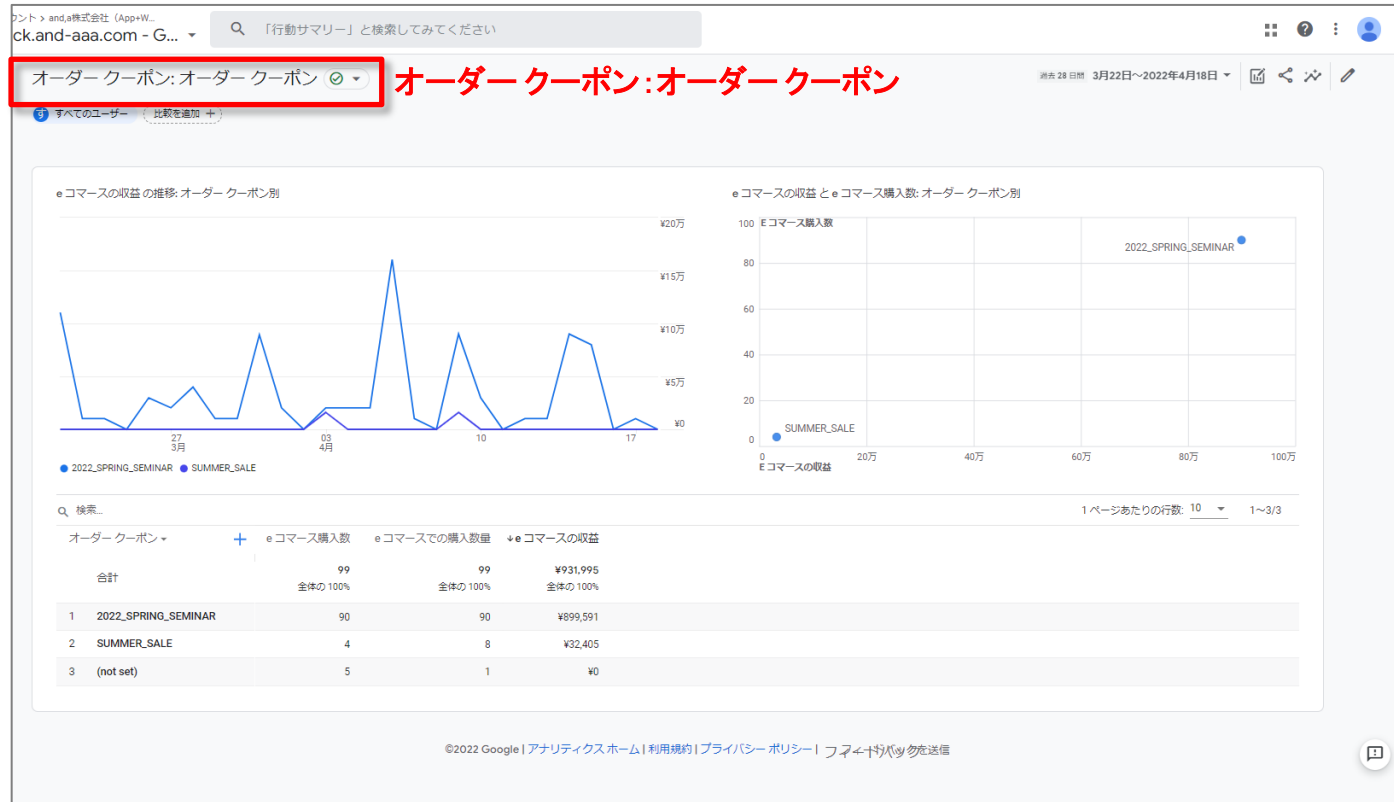
アナリティクスを AdMob と組み合わせて使用すると、広告収入が自動的に測定されます。アナリティクスを MoPub や ironSource などの広告収益化プラットフォームと組み合わせて使用すると、ad\_impression イベントを送信することでインプレッション単位の収益データを確認できます。

公式ヘルプ: <https://support.google.com/analytics/answer/9786881?hl=ja>



# P100からのリンク「オーダークーポンを表示」

- 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
    - 収益化の概要**
    - e コマース購入数
    - アプリ内購入
  - ライブラリ



オーダークーポン別のeコマースの収益を確認できます。

# P100からのリンク「アプリ内購入を表示」

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
  - 収益化の概要
  - eコマース購入数
  - アプリ内購入**
- ライブラリ



商品ID別の購入数の推移を確認できます。

商品ID別の購入数量と収益を散布図で確認できます。

検索...

商品ID + 数量 + 商品の収益 商品の平均収益

商品ID	数量	商品の収益	商品の平均収益
合計	3	\$3.09	\$1.03
	全体の100%	全体の100%	平均との差0%
1 remove_ads	3	\$3.09	\$1.03

1ページあたりの行数: 10 1~1/1

商品ID毎に、数量、収益、商品の平均収益を一覧で確認できます。

ライブラリ

# P100からのリンク「パブリッシャー広告を確認」

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

収益化の概要

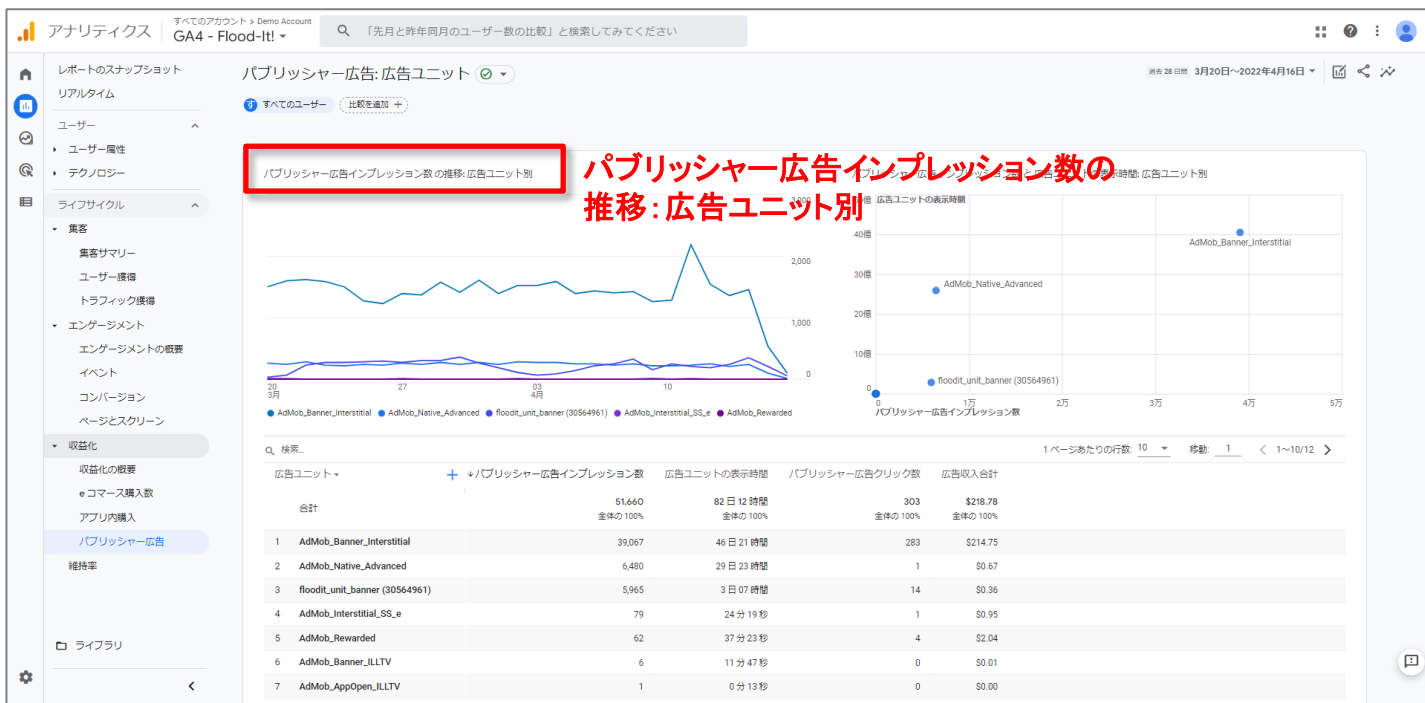
e コマース購入数

アプリ内購入

パブリッシャー広告

維持率

ライブラリ

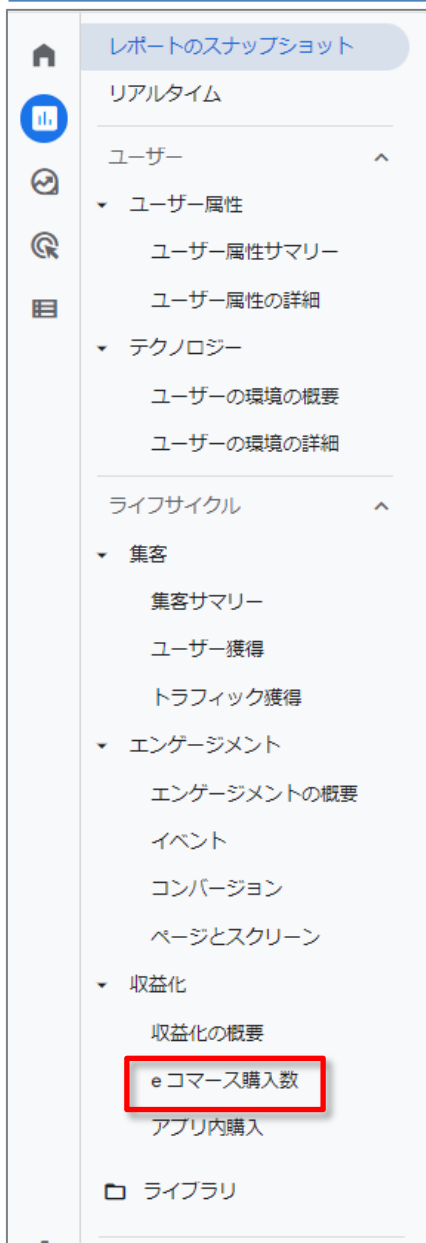


## パブリッシャー広告(再掲載)

パブリッシャー広告レポートでは、モバイルアプリの広告から得た収益を広告ユニットごとに測定できません。なお、現在のところ、ウェブサイトの広告から得た収益はレポートに表示されません。広告の収益をレポートで確認するには、広告収益の測定を設定します。

アナリティクスを AdMob と組み合わせて使用すると、広告収入が自動的に測定されます。アナリティクスを MoPub や ironSource などの広告収益化プラットフォームと組み合わせて使用すると、ad\_impression イベントを送信することでインプレッション単位の収益データを確認できます。

公式ヘルプ: <https://support.google.com/analytics/answer/9786881?hl=ja>



# ライフサイクル > 収益化 > eコマース購入数

# eコマース購入数 (1)

レポートのスナップショット

リアルタイム

ユーザー

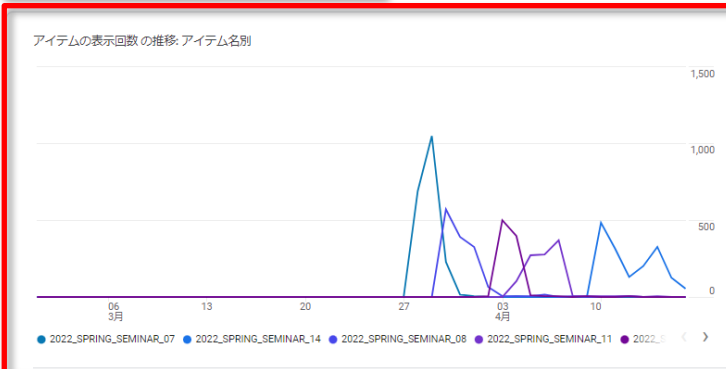
- ユーザー属性
  - ユーザー属性サマリー
  - ユーザー属性の詳細
- テクノロジー
  - ユーザーの環境の概要
  - ユーザーの環境の詳細

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
  - 収益化の概要
  - eコマース購入数**
  - アプリ内購入

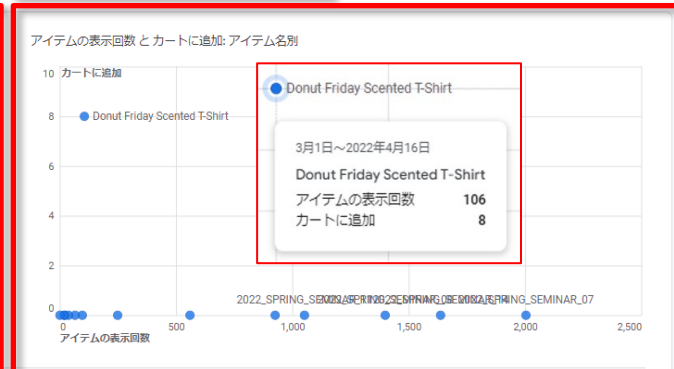
ライブラリ

## アイテムの表示回数の推移:アイテム名別



アイテム別に、表示回数の推移を確認できる。多く表示されたアイテムがピックアップされている。

## アイテムの表示回数とカートに追加:アイテム名別



アイテム毎の表示回数とカートに追加された数の相関の散布図。青色のドットにマウスを合わせると、詳細な数字を確認することができる。

# eコマース購入数 (2)

※サイト内でテストを行っているため、個別の数値はダミーです。

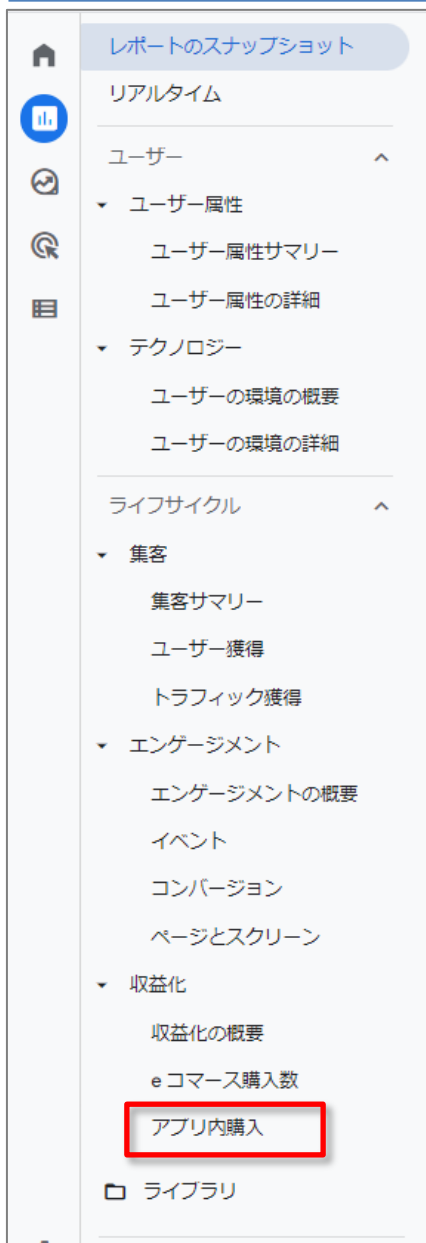
検索...

1ページあたりの行数: 10 移動: 1 < 1~10/14 >

アイテム名	アイテムの表示回数	カートに追加	表示後カートに追加された商品の割合	eコマース購入数	表示後購入された商品の割合	商品の購入数量	アイテムの収益
合計	8,156 全体の 100%	8 全体の 100%	0.12% 平均との差 0%	161 全体の 100%	4.72% 平均との差 0%	165 全体の 100%	¥1,586,797 全体の 100%
1 2022_SPRING_SEMINAR_07	2,004	0	0%	10	1.44%	10	¥99,897
2 2022_SPRING_SEMINAR_14	1,637	0	0%	11	3%	11	¥109,962
3 2022_SPRING_SEMINAR_08	1,399	0	0%	18	5.94%	18	¥180,088
4 2022_SPRING_SEMINAR_11	1,052	0	0%	12	250%	12	¥109,972
5 2022_SPRING_SEMINAR_10	926	0	0%	11	300%	11	¥110,060
6 2022_SPRING_SEMINAR_06	560	0	0%	13	7.84%	13	¥130,054
7 2022_SPRING_SEMINAR_12	249	0	0%	11	128.57%	11	¥109,972
8 Donut Friday Scented T-Shirt	106	8	33.33%	4	66.67%	4	¥18,261
9 2022_SPRING_SEMINAR_13	97	0	0%	11	69.23%	11	¥109,972
10 2022_SPRING_SEMINAR_05			0%	15	122.22%	15	¥150,137

表の項目名の解説です。

指標名	説明
アイテムの表示回数	アイテム詳細の表示回数。
カートに追加	アイテムがカートに追加された回数。
表示後にカートに追加された商品の割合	カートにアイテムを追加したユーザー数を、同じアイテムを閲覧したユーザー数で割った値。
eコマース購入数	商品が購入された回数。
表示後購入された商品の割合	アイテムを購入したユーザーの数を、同じアイテムを閲覧したユーザーの数で割った値。
商品の購入数量	固有のアイテムの購入数
アイテムの収益	送料や税金を除いたアイテムの収益



# ライフサイクル > 収益化 > アプリ内購入

# アプリ内購入(再掲載)

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
  - 収益化の概要
  - eコマース購入数
  - アプリ内購入**

ライブラリ



商品ID別の購入数の推移を確認できます。

商品ID別の購入数量と収益を散布図で確認できます。

検索

商品ID

商品ID	数量	商品の収益	商品の平均収益
合計	3	\$3.09	\$1.03
1 remove_ads	3	\$3.09	\$1.03

1ページあたりの行数: 10 1~1/1

©2022 Google | アナリティクスホーム | 利用規約 | プライバシーポリシー | フィードバックを送信

ライブラリ

商品ID毎に、数量、収益、商品の平均収益を一覧で確認できます。



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

収益化の概要

e コマース購入数

アプリ内購入

パブリッシャー広告

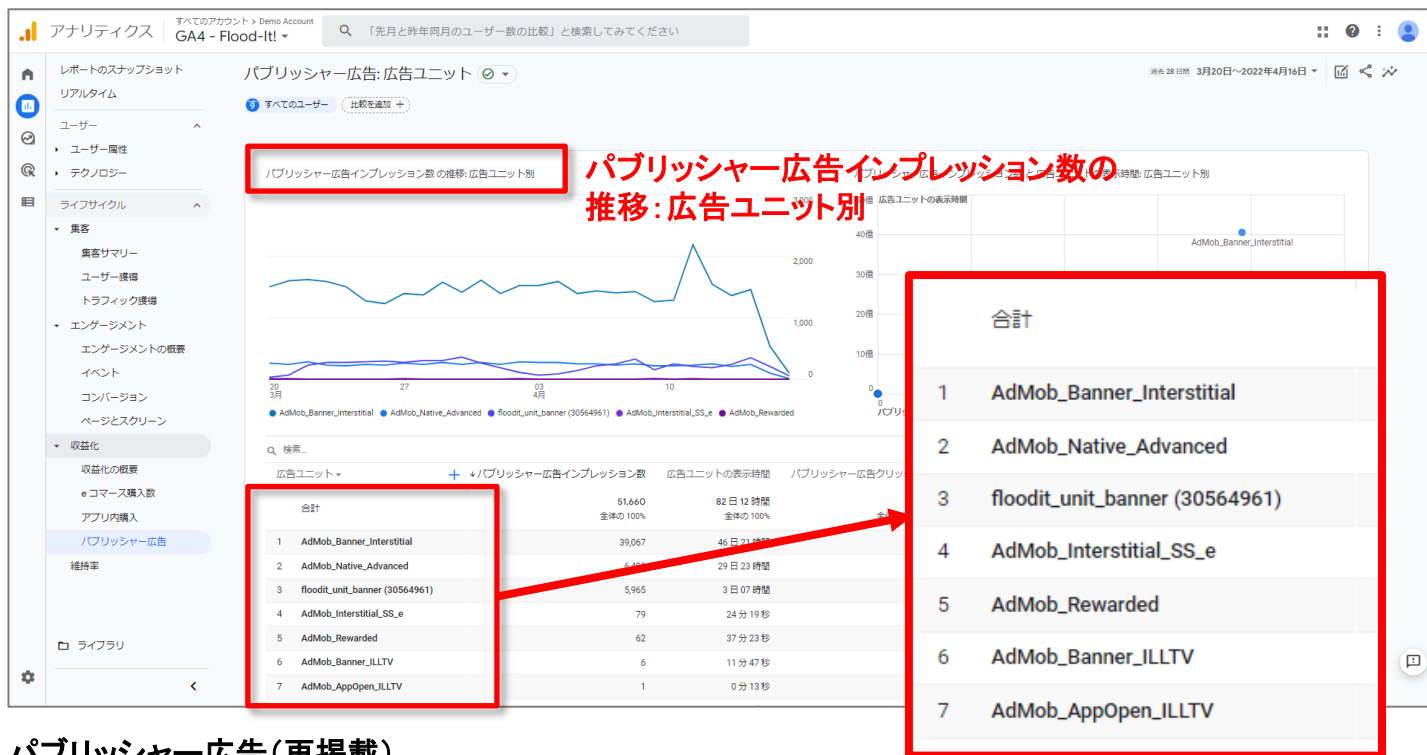
維持率

📁 ライブラリ

# ライフサイクル > 収益化 > パブリッシャー広告

# パブリッシャー広告を確認(再掲載)

- 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
  - 収益化の概要
  - e コマース購入数
  - アプリ内購入
  - パブリッシャー広告**
  - 維持率
- ライブラリ



## パブリッシャー広告(再掲載)

パブリッシャー広告レポートでは、モバイルアプリの広告から得た収益を広告ユニットごとに測定できません。なお、現在のところ、ウェブサイトの広告から得た収益はレポートに表示されません。広告の収益をレポートで確認するには、広告収益の測定を設定します。

アナリティクスを AdMob と組み合わせて使用すると、広告収入が自動的に測定されます。アナリティクスを MoPub や ironSource などの広告収益化プラットフォームと組み合わせて使用すると、ad\_impression イベントを送信することでインプレッション単位の収益データを確認できます。

公式ヘルプ: <https://support.google.com/analytics/answer/9786881?hl=ja>

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

収益化の概要

e コマース購入数

アプリ内購入

パブリッシャー広告

維持率

📁 ライブラリ

## ライフサイクル > 維持率

# 維持率 (1)

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

収益化の概要

e コマース購入数

アプリ内購入

パブリッシャー広告

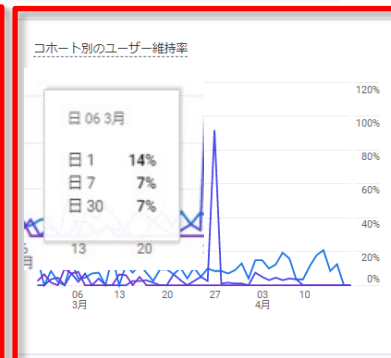
維持率

「新しいユーザー」と「リピーター」



サイトを訪れた新規のユーザー数とリピートのユーザー数の推移を確認できます。

コホート別のユーザー維持率



コホート別(1日・7日・30日)のユーザーの維持を確認できます。1日のグラフであれば、その日に訪れたユーザーの何パーセントが翌日に訪問したかを表しています。

コホート別のユーザーエンゲージメント



コホート別(1日・7日・30日)で見た、ユーザーの平均滞在時間を表しています。7日であれば、該当日を含む直近7日間のユーザー平均滞在時間です。

# 維持率 (2)

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

収益化の概要

eコマース購入数

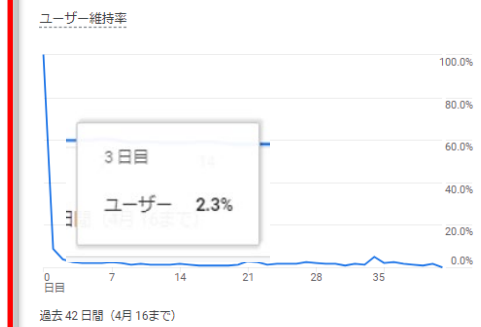
アプリ内購入

パブリッシャー広告

維持率

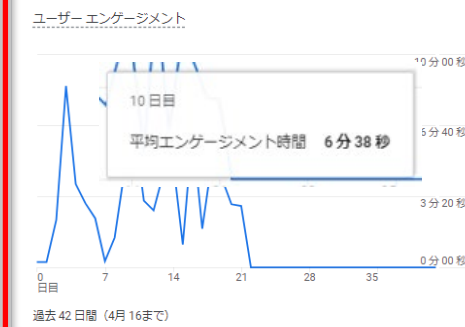
ライブラリ

## ユーザー維持率



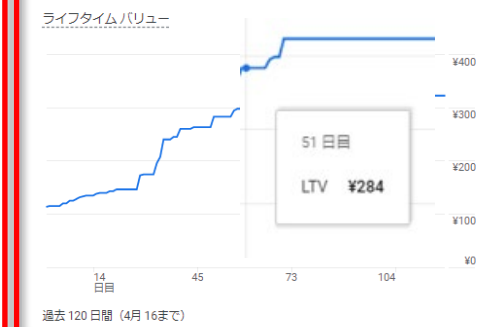
サイトを訪れたユーザー(初回訪問=0日目)のうち、何%がX日目に再訪しているかを表したグラフ。

## ユーザーエンゲージメント



初回訪問=0日目として、X日後の再訪時のサイトやアプリに滞在していた平均時間を表します。

## ライフタイムバリュー



ライフタイムバリューは、ユーザーがアプリの利用を開始してから最初の120日間を対象にして、購入イベントとAdMob(注)収益イベントの合計を新しいユーザーごとに算出します。

注: AdMobとは、アプリ内に組み込むアフィリエイト型の広告サービスです。

---

テキストはここまでとなります。