



ホームページ分析とコンテンツマーケティングの基礎

サイト分析



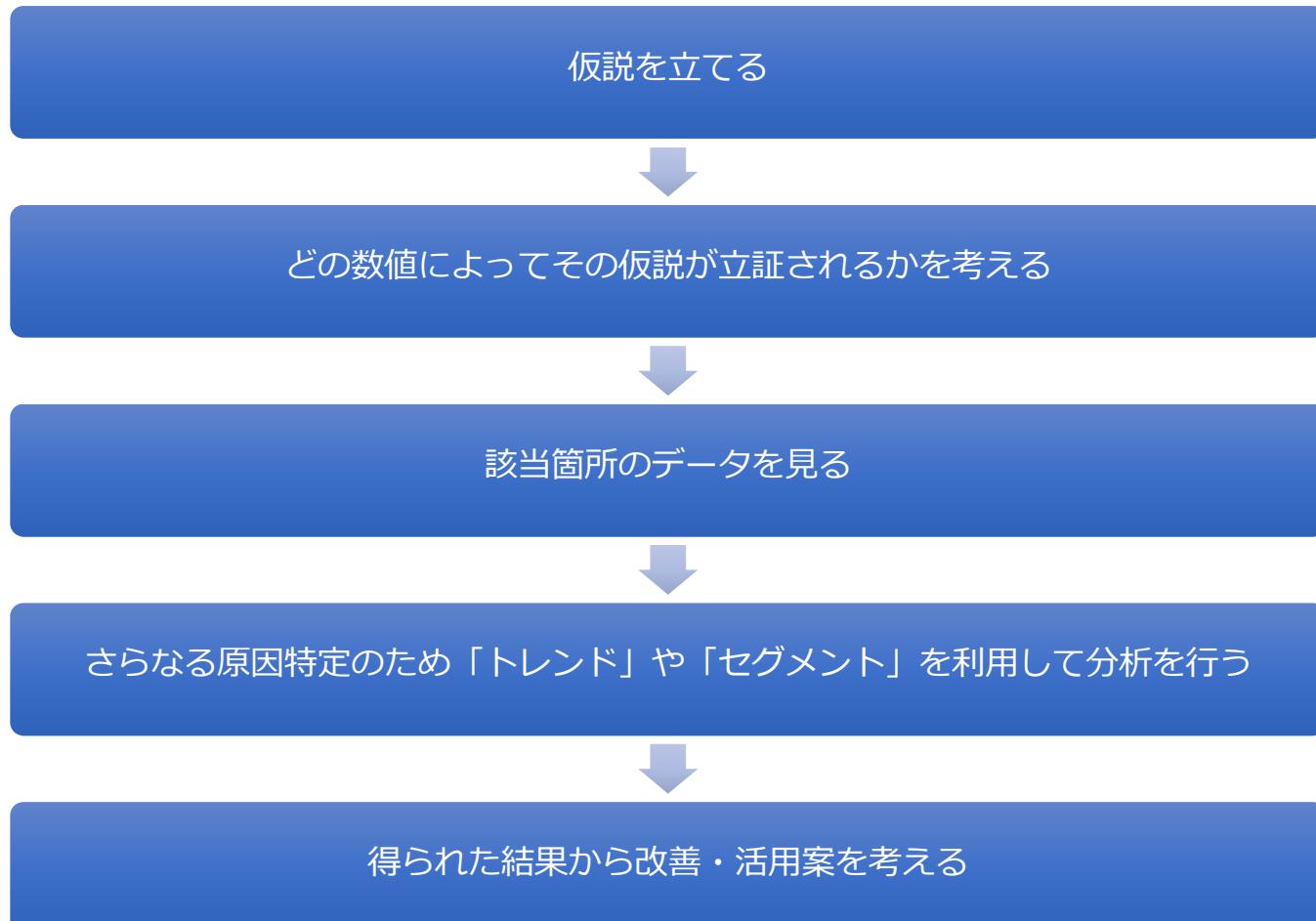
Web解析・・・

デジタル化されたユーザーの行動を読み解き、情報の価値を知り、
自分のビジネスに活かすための基礎技術

「ウェブ解析士認定試験公式テキスト 2018 第9版」 第1章

≠ アクセス解析（自社サイトへのアクセスデータの解析）





なんとなくデータを見るのではなく、最初に仮説を考える！

FACE3 Google Analyticsとは

Googleが提供している無料で使用できるアクセス解析ツール「Google Analytics」



<https://www.google.com/analytics/web/?hl=ja>

データ計測のためにはトラッキングコードと呼ばれるコードをページに組み込みます。
ユーザーがページにアクセスするごとにこのコードが実行されてGoogleのサーバーにデータが蓄積され、
それをGoogle Analyticsで計測しています。

Google Analyticsの設置の流れ

Googleアカウントの取得



トラッキングコードの取得と設置



ログインしてアクセス解析データを確認

**●ユーザー**

指定した期間内にウェブサイトを訪問したユニークユーザーの数を意味します。同じユーザーが何度も訪問しても1ユーザーとしてカウントされます。

●セッション

ウェブサイトが合計何回訪問されたかを意味します。ウェブサイトを訪れてから離れるまでの一連の行動が1訪問としてカウントされますが、一度ウェブサイトを離れてから30分以内の再訪問であれば同一の訪問としてカウントされます。

●ページビュー数

指定した期間内にウェブサイトを訪問した全ユーザーが閲覧したページの合計数を意味します。

●平均セッション時間

ユーザー1人当たりの平均サイト滞在時間を意味します。ウェブサイト内のページを2ページ以上閲覧したユーザーの滞在時間の平均値です。

●直帰率

ウェブサイトを訪問して1ページしか閲覧しなかった訪問の割合を意味します。

●新規セッション率

初めてウェブサイトを訪れた訪問の割合です。これに対して2回目以降の訪問は「リピーター」と定義されます。

Google Analyticsのデータは、「指標」と「ディメンジョン」とで構成されており、その組み合わせでのデータを確認しながら、分析を行う事ができる。

指標

×

- ・・・データを定量化したもの
セッション数、ユーザー数、ページビュー数など
サイトのアクセス状況を評価する定量データ

ディメンジョン

- ・・・データの属性を表すもの
端末の種類、地域、参照元など、アクセス状況の定量データを細分化して分析する際の基準となる切り口

単なる指標も・・・

ディメンジョンと掛け合わせることで、
インサイトが得られる

指標
セッション数
9,000



ディメンジョン	指標
地域	セッション数
横浜	7,000
川崎	2,000

例) 川崎からのアクセスを
もっと増やすことが出来ないか?

解析用のデータを正しく収集するために、計測を開始するタイミングで必ず抑えておかなければならない設定が下記の3つです。

□関係者のアクセスを除外する

自社や制作会社のサイトアクセスのデータを、分析対象のデータから除外して、ターゲットユーザーのみのデータで解析を行う。

設定メニュー：【管理】→【ビュー】→【フィルタ】

□目標設定

サイトでの目標とするアクション（コンバージョン）の件数を計測できるようにして、コンバージョンに至る要因を解析する

設定メニュー：【管理】→【ビュー】→【目標】

□トップページの設定

同一ページでURLが異なる場合に、正しくページ単位でのアクセス状況を確認できるようにする。

設定メニュー：【管理】→【ビュー】→【ビューの設定】

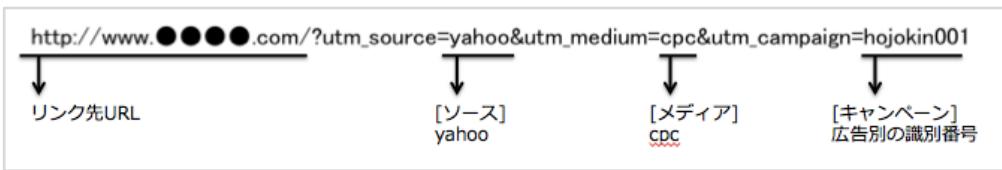
Google Analyticsと リンクさせる

Google 広告
(広告配信ツール)



Google Analytics
(アクセス解析ツール)

リンク先URLの 個別設定



コンバージョン 測定

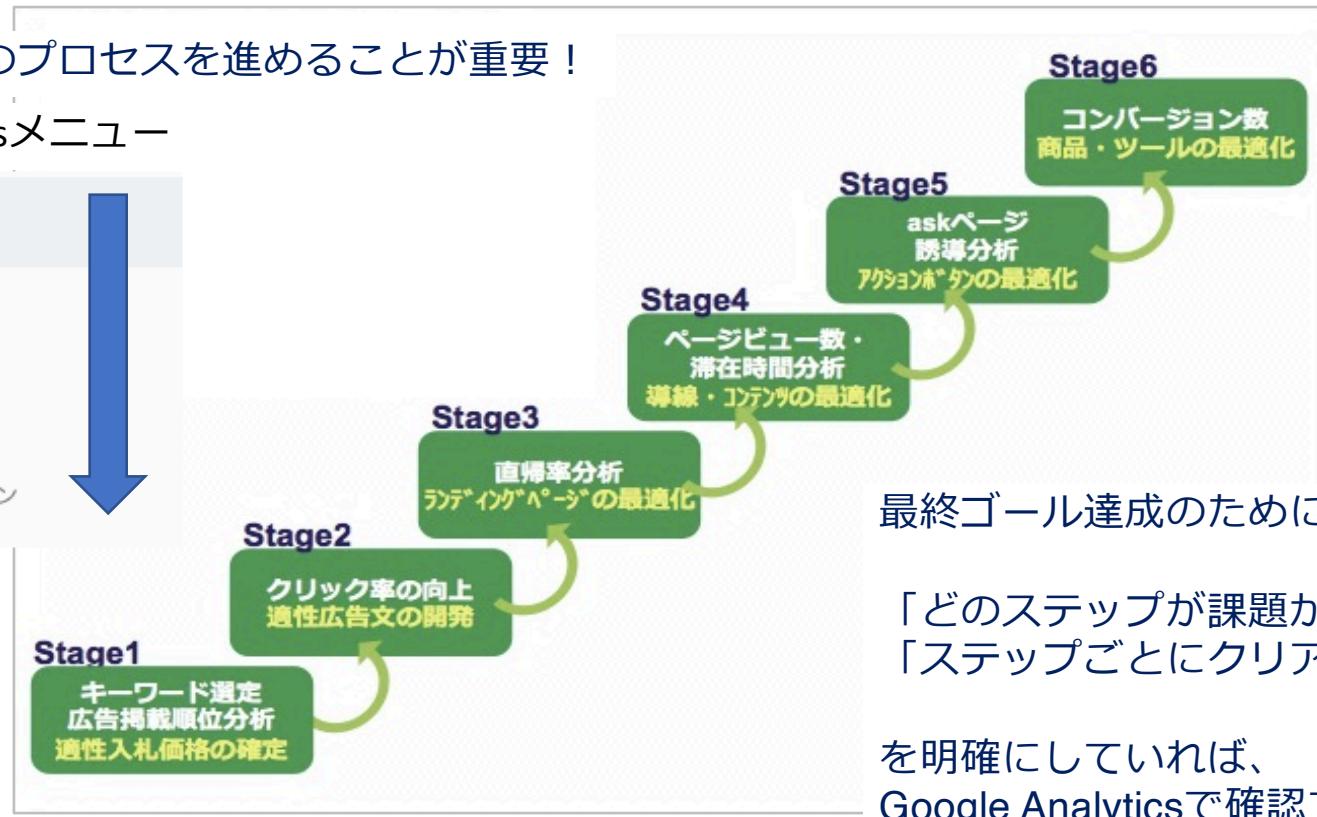
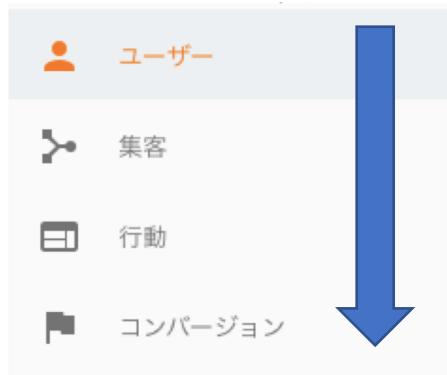
- ◆コンバージョントラッキングタグを取得（広告配信ツールより）
効果測定機能を「有効にする」にし、取得したコードを注文完了ページなどのHTMLに埋め込む

```
<!-- Google Code for #21839;#21512;#12379;#23436;#20102; Conversion Page -->
<script type="text/javascript">
/* <![CDATA[ */
var google_conversion_id = 976642829;
var google_conversion_language = "en";
var google_conversion_format = "3";
var google_conversion_color = "ffffff";
var google_conversion_label = "zjgpCLum9wYQjcbZ0QM";
var google_conversion_value = 0;
var google_remarketing_only = false;
/* ]]> */
</script>
<script type="text/javascript" src="//www.googleadservices.com/pagead/conversion.js">
</script>
<noscript>
<div style="display:inline;">

</div>
</noscript>
```

段階的に改善のプロセスを進めることが重要！

Google Analyticsメニュー



例：弊社運営のIMA検定のサイトで100件の申し込み獲得目標に対して、影響する要素

	セッション数	UU数	無料体験エントリー申込	正規エントリーフォーム到達	正規エントリー申込	広告予算	CPA
目標 (月間)	7,000	6,500	70	1.00%	787	11.24%	100



Analytics Intelligenceの機能の一部。

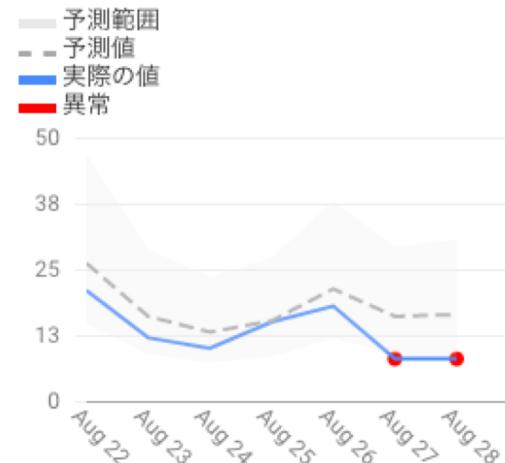
機械学習を活かして、収集したデータから様々なヒントとなるデータを提示してくれる機能。

ウェブサイトの
注目すべき変化を
伝えてくれる

昨日、ページ「/forte/」
のページビュー数が急落

2019年8月28日

2019年8月28日、ページ「/forte/」のページ
ビュー数は 8 でした。これは、当初予測され
たページビュー数の範囲 8.79~30.7 から下落
しています。

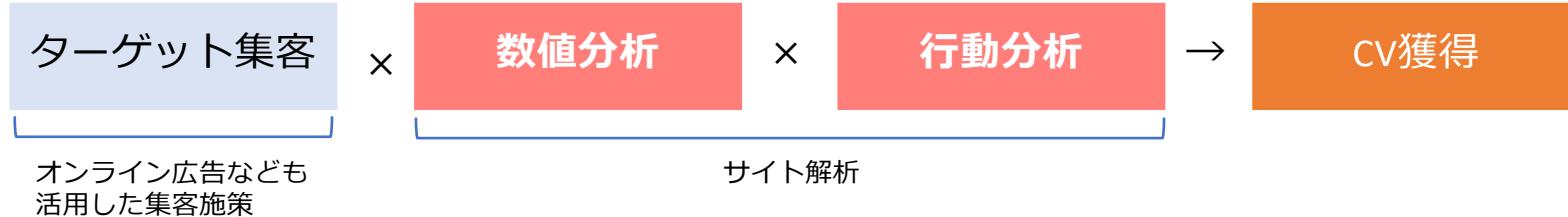


質問に対して
関連したデータを
提示してくれる
(現状はアプリ版のみ)

The screenshot shows the Google Analytics Insights interface. At the top, there's a search bar with the placeholder "質問を入力..." (Input question) and a microphone icon. Below it, a message says "お客様のご質問: Why did my conversion drop" and "...". The main section displays a bar chart titled "Why did Goal Completions change" comparing two periods: Sep 12-18, 2019 (95 completions) and Sep 19-25, 2019 (60 completions). A 33.33% decrease is noted. Below the chart, a table lists major segment changes with their percentage decreases:

Segment	Change in Goal Completions
Default Channel Grouping: Organic Search	-18 (-41.86%)
Default Channel Grouping: Paid Search, Source: google	-8 (-34.78%)
Default Channel Grouping: Referral	-3 (-50.00%)
Country: Japan, Default Channel Grouping: Direct	-3 (-14.29%)
Country: Japan, Default Channel Grouping: Email Communication: IMA	-1 (-50.00%)

ウェブサイトの最適化には、2つに視点でのサイト解析が必要です

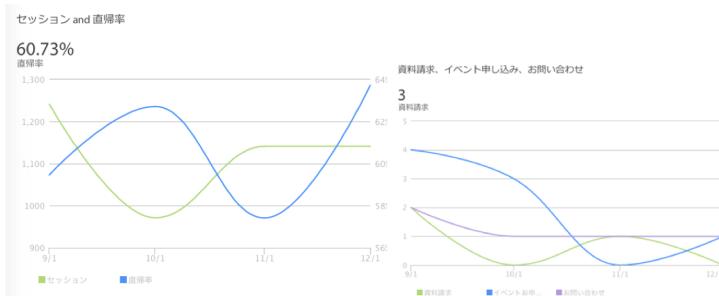


数値分析

ウェブサイトの状況の分析 課題となる項目の抽出

下記のような点について総合的に分析

- ・セグメントごとの集客効率はどうか
 - ・訪問者を取りこぼしているページはないか
 - ・申し込みしやすいページになっているか
- など

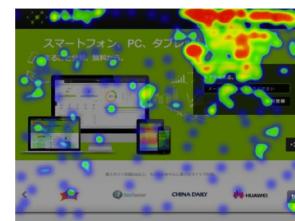


行動分析

サイト内のページ分析 具体的な改善案の創出

数値分析では判断できない部分を分析

- ・訪問者が興味を失っているのはどこか
 - ・申込につながりやすいUIになっているか
 - ・サイト改善は効果につながっているか
- など

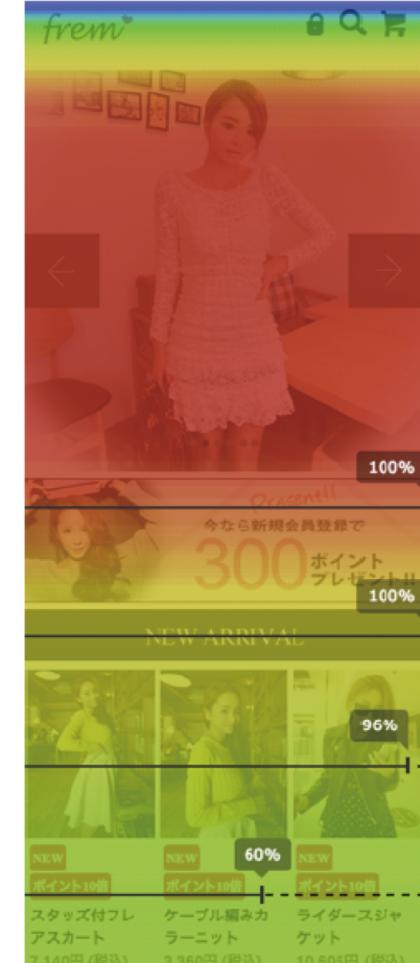


ウェブサイト上でのユーザーの動きを可視化できるツールです



◀ クリックヒートマップ

サイトを訪問したユーザーが実際にクリックやタッチした場所を見る化。クリックされる回数が多いほど色が赤くなっています。



アテンションヒートマップ ▶

サイトを訪問したユーザーが実際に閲覧している場所を見る化。ブラウザ上でスクロールする際に、止まった場所で何秒滞在していたかを計測しています。よく閲覧されているエリアほど色が赤くなっています。

仮説検証



ユーザービリティ検証

