

まだ忍者ツールズをお使いですか？

Google™ | Analytics

**活用マニュアル**

Conversion Upper 購入者 限定特典

## 著作権について

### ■規約・契約約款

「Google Analytics 活用マニュアル」（以下、「本商材」と表記）は著作権法で保護されている著作物です。本商材の使用に際しましては、以下の点にご注意下さい。

■著作権者の事前許可を得ずして、マニュアルの一部または全部を、あらゆるデータ蓄積手段（印刷物、ビデオ、テープレコーダーおよび電子メディア、インターネット等）により複製および転載することを禁じます。

### ■使用許諾契約書

PDF を開封・閲覧することをもって、あなたはこの契約に同意したことになります。

#### 第1条 目的

この契約書は、本商材に含まれる情報を、本契約に基づきあなたが非独占的に使用する権利を許諾するものです。

#### 第2条 一般公開の禁止

本商材に含まれる情報は、著作権法および特許法によって保護され、また秘匿性の高い内容である事を踏まえ、あなたは、その情報を作者との書面による事前許可を得ずして出版および電子メディアによる配信等により、一般公開並びに転売してはならないものとします。

#### 第3条 契約解除

あなたがこの契約に違反した場合、作者は何の通告もなく、この使用許諾契約を解除することができるものとします。

#### 第4条 損害賠償

あなたが本契約の第2条の規定に違反した場合、あなたは本契約の解除に関わらず、直ちに作者に対して、違反金として、違反件数と販売価格を乗じた価格の10倍の金額を支払うものとします。

## CONTENTS

■	GOOGLE ANALYTICSの特徴.....	4
■	GOOGLE ANALYTICSの導入と設定.....	5
	【GOOGLE ANALYTICSの申し込み】.....	5
	【GOOGLE ANALYTICSの基本設定】.....	8
■	GOOGLE ANALYTICSの基本操作.....	12
	【レポート画面】.....	12
	【ダッシュボードの使い方】.....	13
	【レポートの使い方】.....	15
	【期間の使い方】.....	17
■	GOOGLE ANALYTICSを利用したWEBマーケティング.....	19
	【訪問ユーザー数】.....	19
	【ページビュー】.....	19
	【閲覧時間】.....	20
	【アクセスが集中している時間帯】.....	20
	【ユーザーはどのサイトから誘導されているか】.....	22
	【どの検索エンジンを利用して訪問されたか】.....	22
	【キーワードアドバイス】.....	23
	【入り口となっているページ】.....	23
	【ユーザーのPC環境】.....	23

インターネットビジネスに関わる人にとって、訪問者がどこからあなたのサイトに来たのか、またユーザーがいつどのようにあなたのサイトを訪問したのかわかることは非常に重要なことと言えます。

これまでアクセス解析ツールといえば忍者ツールズやアクセスアナライザーが一般的でしたが、Google から登場した「Google Analytics」はこれまでにない高性能アクセス解析ツールとして注目を浴びています。

しかし、その高性能さゆえ「使いこなせない」「どこを見たらいいのか分からない」という声も多く聞かれます。

このレポートではそんな悩みを解決し、あなたの Web サイトを理想の形に近づけるための手助けとなる Google Analytics 活用方法について説明していきたいと思えます。

## ■ Google Analytics の特徴

Google Analytics は Google が提供する無料で利用できるアクセス解析ツールです。アクセス解析は大きく「サーバーログ型」「パケットキャプチャー型」「Web ビーコン型」の3つに分類されます。この中で Google Analytics は HTML に専用のタグを埋め込み、そのタグを専用のサーバーで解析する Web ビーコン型に当てはまります。

Google Analytics は Google アカウントを取得すれば誰でも無料で利用することが可能でアドワーズ広告との連動によるアドワーズ広告の費用対効果も計測でき、ユーザーのサイト内での移動履歴の確認、どんな検索キーワードを利用してサイトに訪問したのかなど、ネットビジネスの効率化に必要な様々なデータを得ることが可能になります。

# ■ Google Analytics の導入と設定

## 【Google Analytics の申し込み】

ではまず始めに Google Analytics を利用するための申し込みを行います。

- ① <http://www.google.com/analytics/> にアクセスし「今すぐお申し込み」をクリック



- ② すでに Google アカウントをお持ちの方はログイン (Google アカウントをお持ちでない方はこの画面からアカウントの申し込みをしてください)



### ③ 「アカウントの作成」をクリック

Google Analytics

fairhaven98225@gmail.com | ヘルプ | お問い合わせ | ログアウト

スタートガイド

サイトを改善してマーケティングの投資収益率を向上

オンライン マーケティングにおいて重要なのは、販売につながる可能性の高いトラフィックを増やすことです。

Google Analytics を使用すると、費用効果の高いオンライン マーケティング活動やサイト内のユーザーの行動を簡単に把握 できるほか、サイトのデザイン改善に必要な情報を収集し、関連性の高いトラフィックを集めて、コンバージョンや利益を向上させることができます。

費用は無料で設定も簡単です。今すぐお申込みください。

(アドワーズ広告のアカウントをお持ちでない場合は、ページビュー数は月6百万回までです。)

**Google Analytics に申し込む**

Google Analytics は簡単な手順で導入できます。使用を開始するには、**[申込み]** ボタンをクリックしてください。

**アカウントの作成**

一般的な質問

- Google Analytics はアドワーズ広告アカウントにどのように依存しますか。
- Google Analytics にはどのくらいの費用がかかりますか。
- Google Analytics の使用によるウェブサイトへの影響はありますか。
- 私の Google Analytics のデータには誰がアクセスできますか。

### ④ 一般情報の入力を行います

Google Analytics

fairhaven98225@gmail.com | ヘルプ | お問い合わせ | ログアウト

スタートガイド

Analytics: 新しいアカウントの作成

一般情報 > 連絡先情報 > ユーザー契約に同意 > トラッキング コードを追加

追跡するサイトの URL を入力して、Google Analytics のレポートに表示する名前を指定します。複数のウェブサイトを追跡する場合は、アカウントを設定した後でサイトを追加できます。 [詳細については、こちらをご覧ください。](#)

ウェブサイトの URL:   (例: www.mywebsite.com)

アカウント名:

タイムゾーンの国または地域:

タイムゾーン: (GMT+09:00) 日本時間

一般的な質問

- ウェブサイトのドメインを所有していない場合、Google Analytics を設定するにはどうすればよいですか。
- アドワーズ広告キャンペーンを実行していないウェブサイトを設定できますか。
- ウェブサイトの特定のセクションを個別に追跡するにはどうすればよいですか。
- Google Analytics の使用によるウェブサイトへの影響はありますか。
- 私の Google Analytics のデータには誰がアクセスできますか。

©2008 Google. [Analytics ホーム](#) [プライバシー ポリシー](#) [お問い合わせ](#) [Analytics Blog](#)

### ⑤ 連絡先情報の入力を行います

Google Analytics

fairhaven98225@gmail.com | ヘルプ | お問い合わせ | ログアウト

スタートガイド

Analytics: 新しいアカウントの作成

一般情報 > 連絡先情報 > ユーザー契約に同意 > トラッキング コードを追加

姓:

名:

電話番号:

国または地域:

一般的な質問

- Google Analytics の使用によるウェブサイトへの影響はありますか。
- 私の Google Analytics のデータには誰がアクセスできますか。

©2008 Google. [Analytics ホーム](#) [プライバシー ポリシー](#) [お問い合わせ](#) [Analytics Blog](#)

## ⑥ Google Analytics サービス利用規約を読み同意の上「はい」にチェック

The screenshot shows the 'Analytics: 新しいアカウントの作成' (Analytics: New Account Creation) page. The user is prompted to agree to the terms of service. The checkbox for 'はい、上の利用規約に同意します。' (Yes, I agree to the terms of service above) is checked and circled in red. The page includes a navigation menu, a breadcrumb trail, and a sidebar with general information.

## ⑦ トラッキングコードが発行されました

The screenshot shows the 'Analytics: トラッキング手順' (Analytics: Tracking Procedure) page. The tracking code is displayed in a text area and circled in red. The code is: 

```
<script src="http://www.google-analytics.com/urchin.js" type="text/javascript"></script><script type="text/javascript">_uacct = "*****";urchinTracker();</script>
```

### 【トラッキングの設定】

- ① トラッキングコードをコピーします
- ② アクセス解析したい HTML ファイルのソースにトラッキングコードを張り付けます。
- ③ 「続行」ボタンを押して Analytics 設定画面に進みます

※ アクセス解析したいページがたくさんある場合、一ページずつ開いてコピーしては時間がかかりますので、DreamWeaver などのエディターソフトにある「置換」機能を使ってタグを一斉に書き換えると便利です。

## 【Google Analytics の基本設定】

### Analytics 設定画面

こちらが、ログイン後最初に表示される画面になります。

Analytics 設定 | レポートビュー | ウェブ サイトのプロファイルをクリックして選択します

ターゲットユーザーのトラフィックを促進しましょう。  
Google Analytics と AdWords を併用すると非常に効果的です。  
[AdWords の詳細情報を教えてください。](#) | [Analytics と AdWords を統合するにはどうすればよいですか。](#)

ウェブ サイトのトラッキングの確認が完了していません: gochisousama.seesaa.net/  
ウェブ サイトのホームページにトラッキング コードが正しく追加されているかどうかを確認するには、[ステータスを確認]をクリックします。[ステータスを確認]をクリックしてウェブ サイトにトラッキング コードを追加する手順も確認できます。

ステータスを確認

Analytics 設定 - (Analytics アカウントを編集)

このページでは、ウェブ サイトのプロファイルを管理したり、カスタム フィルタや定義済みのフィルタを作成したり、Analytics レポートへのアクセスを管理することができます。

ウェブ サイトのプロファイル + プロファイルを追加

名前 レポート 設定 削除 ステータス

1. gochisousama.seesaa.net レポートビュー **編集** 削除 不明なトラッキングです - ステータスを確認  
コンバージョンの目標 (0)

Analytics で別のウェブ サイトを追跡するには、[プロファイルを追加]リンクをクリックします。

アクセス マネージャ

ユーザー数: 1. Analytics のレポートとレポート設定へのアクセスを許可するユーザーを追加してください。 [詳細については、こちらをご覧ください。](#)

フィルタ マネージャ

フィルタ数: 0. フィルタを作成すると、レポートに特定の訪問数やクリック数を表示または非表示、あるいは動的な URL を変換してわかりやすい形式でレポートに表示 することができます。 [詳細については、こちらをご覧ください。](#)

## 【Google Analytics の基本設定】

### プロフィールの設定画面

Google Analytics fairhaven98225@gmail.com | アカウント | ヘルプ | お問い合わせ | ログアウト

Analytics 設定 | レポートビュー | gochisousama.seesaa.net Analytics アカウント | seesaaプロ

Analytics 設定 > プロファイル設定

プロフィール設定: gochisousama.seesaa.net/ 不明なトラッキングです (ステータスを確認) 編集

メインのウェブ サイト プロファイル情報

ウェブ サイトの URL: gochisousama.seesaa.net  
デフォルトのページ:  
タイムゾーンの国または地域: 日本  
タイムゾーン: (GMT+09:00) 日本時間  
URL クエリパラメータを除外:  
e コマース ウェブ サイト: いいえ  
通貨: USドル (USD \$)  
レポート ダッシュボード: 経営層、マーケティング担当者、ウェブマスター  
レポートのカテゴリ: マーケティングの最適化、コンテンツの最適化

コンバージョン目標と目標達成プロセス

このプロフィールに設定するコンバージョン目標を4つまで選択し、各目標について目標到達プロセス ページを定義します。

目標名	URL	有効な目標	設定
G1 (目標が設定されていません)		オフ	編集
G2 (目標が設定されていません)		オフ	編集
G3 (目標が設定されていません)		オフ	編集
G4 (目標が設定されていません)		オフ	編集

プロフィールに適用したフィルタ

フィルタは設定されていません。 フィルタを作成すると、レポートから特定のサイトへの訪問数やクリック数を除外したり、条件に一致する訪問数やクリック数のみを含めたり、動的な URL を変換してわかりやすい形式でレポートに表示することができます。 [詳細については、こちらをご覧ください。](#)

プロフィールへのアクセス権を持つユーザー

ユーザーのメールアドレス	氏名	ユーザータイプ	設定	レポート アクセス	削除
1. fairhaven98225@gmail.com	佐藤 彰紀	管理者	編集	レポートアクセス	削除

基本的なプロフィール設定を行います

目標の設定を行います

フィルタの設定を行います

ユーザーのアクセス設定を行います

## ① プロファイルの基本設定

- ・ プロファイル名を入力…レポートページで表示されるので分かりやすい名前を入力します。
- ・ ウェブサイトの URL…あなたのサイトの URL
- ・ デフォルトのページ…通常は index.html となります
- ・ URL クエリパラメータを除外…ここに入力されたパラメータは解析から除外されます。
- ・ e コマースウェブサイト…該当する場合は「はい」を選択します。
- ・ 通貨…使用する通貨と小数点以下何桁まで表示かを選択します。コンバージョンに関係しますので「日本円」を選びます。
- ・ 利用できるレポート…「レポートダッシュ」と「レポートカテゴリ」を設定します。レポートダッシュは必要なものにチェックをいれ、一番使うもののデフォルトに設定します。レポートカテゴリは両方を選択しておいたほうが便利です。

Google Analytics | アカウント | ヘルプ | お問い合わせ | ログアウト

Analytics 設定 | レポートビュー gochisousama.seesaa.net/ | Analytics アカウント seesaaグループ

Analytics 設定 > プロファイル設定 > プロファイル情報を編集

### プロフィール情報を編集

プロフィール名:

ウェブサイトの URL:  (例: http://www.mysite.com/)

デフォルトのページ <sup>?</sup>:  (例: index.html)

タイムゾーンの国または地域:

タイムゾーン: (GMT+09:00) 日本時間

URL クエリ パラメータを除外:  (例: sid, sessionid, vid など)

e コマース ウェブ サイト:  はい  いいえ

通貨:  小数点

利用できるレポート:

レポート ダッシュボード	レポートのカテゴリ
<input checked="" type="checkbox"/> 経営層 <input checked="" type="radio"/> デフォルト	<input checked="" type="checkbox"/> マーケティングの最適化
<input checked="" type="checkbox"/> マーケティング担当者 <input type="radio"/> デフォルト	<input checked="" type="checkbox"/> コンテンツの最適化
<input checked="" type="checkbox"/> ウェブマスター <input type="radio"/> デフォルト	<input type="checkbox"/> e コマース分析 <sup>?</sup>

### 一般的な質問

- ・ [プロフィールとは何ですか。どのよう](#)に使用しますか。
- ・ [目標値に e コマースの実際の値](#)を使用するにはどうすればよいですか。
- ・ [ユーザーが特定のドメインやレポ](#)ートにのみアクセスできるように制限するにはどうすればよいですか。
- ・ [レポートのタイムゾーンを設定す](#)るにはどうすればよいですか。

## ② 目標の設定

資料請求のページや問い合わせフォームなど、ユーザーのアクションを期待するページを設定して、そのページを目標として設定します。

そのページにたどり着くまでにユーザーがどのようなルートをたどってきたかを分析することでより良いサイト作りが可能になります

「プロファイルの設定画面」→「コンバージョン目標と目標達成プロセス」  
→「編集」をクリックして目標編集画面を開きます。

目標は4つまで設定可能です。

### <目標情報を入力>

- ・ 目標 URL…ここに入力したページに到達した時点で目標達成となります。ファイル名までしっかりと入力します。
- ・ 目標名…レポートに表示される名前になりますのでわかりやすいものにします。
- ・ 有効な目標…「オン」を選択

### <目標ステップ設定手順>

- ・ ステップを定義…設定した目標ページに到達するまでのステップ（通過するページ）を定義すること可能ですので必要に応じて入力してください。
- ・ 目標…自動的に入力されます

「変更を保存」を押して設定が完了します

# 目標編集画面

Google Analytics

Analytics 設定 | レポートビュー | gochisousama.seesaa.net/ | Analytics アカウント | seesaaグループ

Analytics 設定 > プロファイル設定 > 目標設定

### 目標設定: G1

#### 目標情報を入力

目標 URL:  (例: http://www.mysite.com/thankyou.html)  
このページに到達したユーザーは、清算手続き完了や登録確認などのコンバージョン目標を達成したことになります。

目標名:  ← 「買い物終了画面」など分かりやすい名前を入力  
目標名はコンバージョンレポートに表示されます。

有効な目標:  オン  オフ

#### 目標到達プロセスを定義 (オプション)

到達プロセスとは、目標 URL に到達するまでの一連のページを表します。たとえば、購入を完了するまでの清算手続きを到達プロセスとして設定できます。この場合、到達プロセスには各製品のページではなく、すべてのトランザクションで共通して使用する最後の数ページのみを含めます。



目標到達プロセスのナビゲーションレポートでは、コンバージョン達成プロセスにおける訪問ユーザーの行動を追跡できます。

	URL	名前	<input type="checkbox"/> 必要な手順
ステップ 1	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
ステップ 2	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
ステップ 3	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
ステップ 4	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
ステップ 5	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
ステップ 6	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
ステップ 7	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
ステップ 8	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
ステップ 9	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
ステップ 10	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
目標 (上を参照)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	

#### 詳細設定

大文字と小文字の区別  訪問した URL の大文字と小文字を正確に入力する必要があります。

一致タイプ

目標値   
[目標値に e コマースの実際の値を使用するにはどうすればよいですか。](#)

#### 一般的な質問

- 目標を設定するにはどうすればよいですか。
- 目標到達プロセスとは何ですか。目標までの各ページの放棄率を追跡するにはどうすればよいですか。
- 目標値に e コマースの実際の値を使用するにはどうすればよいですか。
- アドワーズ広告のコンバージョントラッキングと Google Analytics の違いは何ですか。
- コンバージョン目標にはどのようなものがありますか。
- Google Analytics でサードパーティのショッピング カートを追跡するにはどうすればよいですか。
- サイトで動的に生成されたページを使用している場合、目標到達プロセスと目標を設定するにはどうすればよいですか。

©2006 Google - [Analytics ホーム](#) - [プライバシー ポリシー](#) - [お問い合わせ](#) - [Analytics Blog](#)

## ■ Google Analytics の基本操作

導入と設定が完了したら、いよいよ、それぞれのレポートを表示してみましょう

### 【レポート画面】

「Google Analytics トップページ」→「ログイン」→ご覧になりたいプロファイルの「レポートビュー」を選択します。

「ダッシュボード」は選択したプロファイルの概要を見るときに使用します。  
 「すべてのレポート」はより詳しい個別のレポートを見るときに使用します。



レポート: 1sefure.com/

左で選択したレポートが表示される

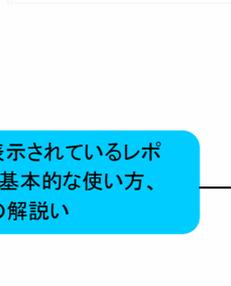
アクセス解析のサマリーを見るときに使う



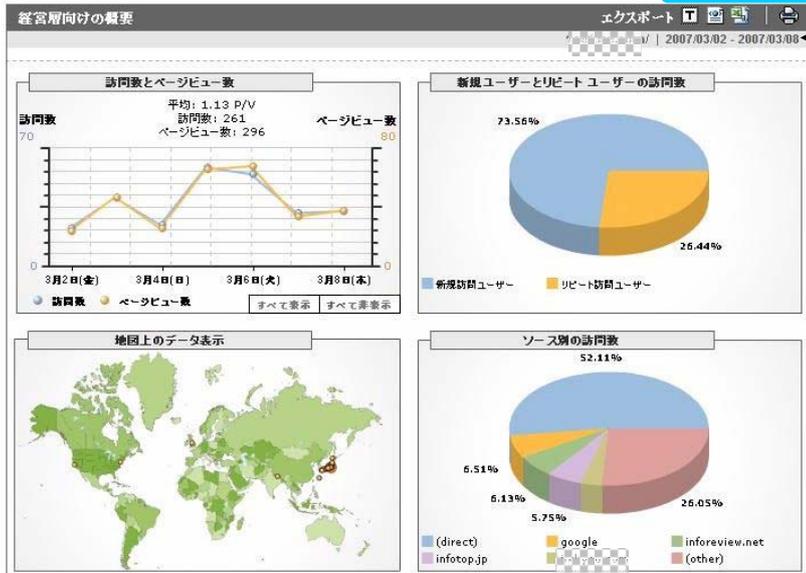
出力したいレポート名を選択する



出力したい日、曜日、時間を設定する



上に表示されているレポートの基本的な使い方、用語の解説



ヘルプ

#### 訪問ユーザーの概要

このレポートでは、サイトへの訪問の概要が4つのグラフで表示されます。表示される概要は次のとおりです。

- サイトの合計訪問数とページビュー数、1回の訪問あたりの平均ページビュー数 (PV)、一定の期間の訪問数とページビュー数。平均は、未経過の期間を含む、選択された期間全体について計算されます。
- 新規訪問数とリピーター訪問数
- サイトに訪問したユーザーの最も多い都市
- 上位の参照ソース。

## 【ダッシュボードの使い方】

「経営者」「マーケティング担当」「ウェブマスター」それぞれに必要なデータの概要を見ることができます。

**ダッシュボード**

▼ 表示 経営層

- 経営層向けの概要
- コンバージョンの概要
- マーケティングの概要
- コンテンツの概要
- サイト上のデータ表示

**ダッシュボード**

▼ 表示 マーケティング担当者

- マーケティング担当者向けの概要
- マーケティングの概要
- すべての CPC 分析
- クリック単価広告と検索結果のコンバージョン
- キーワード全体のコンバージョン
- キーワード アドバイス
- キャンペーンのコンバージョン
- コンバージョンの概要
- サイト上のデータ表示
- 目標到達プロセスのナビゲーション
- 閲覧開始ページの直帰率

**ダッシュボード**

▼ 表示 ウェブマスター

- ウェブマスター向けの概要
- コンテンツの概要
- 目標到達プロセスのナビゲーション
- 閲覧開始ページの直帰率
- 目標のトラッキング
- タイトル別のコンテンツ
- ☑ ウェブ デザインの情報

マーケティングの概要 エクスポート

2007/03/05 - 2007/03/11

上位 5 のソース	訪問数	%±	目標 1/訪問数	%±	目標 2/訪問数	%±
1. (direct)	141	↑ 28%	0.71%	↑ 100%	0.71%	↓ -74%
2. referral	36	↓ -47%	0.00%	→ 0%	2.78%	↑ 100%
3. organic	27	↑ 50%	3.70%	↑ 100%	3.70%	↑ 100%
4. google	14	↓ -39%	0.00%	→ 0%	0.00%	→ 0%
5. searchenginelabs.com	11	↑ 450%	0.00%	→ 0%	0.00%	↓ -100%
上位 5 のキーワード	訪問数	%±	目標 1/訪問数	%±	目標 2/訪問数	%±
1.	2	↑ 100%	0.00%	→ 0%	0.00%	→ 0%
2.	2	↑ 100%	0.00%	→ 0%	0.00%	→ 0%
3.	1	↑ 100%	0.00%	→ 0%	0.00%	→ 0%
4.	1	↑ 100%	0.00%	→ 0%	0.00%	→ 0%
5.	1	↑ 100%	0.00%	→ 0%	0.00%	→ 0%
上位 5 のキャンペーン	訪問数	%±	目標 1/訪問数	%±	目標 2/訪問数	%±
1. (direct)	141	↑ 28%	0.71%	↑ 100%	0.71%	↓ -74%
2. (referral)	128	↓ -14%	0.78%	↑ 16%	2.34%	↑ 249%
3. (organic)	30	↓ -12%	0.00%	↓ -100%	0.00%	→ 0%

どのサイトから誘導されたか、どんなキーワードで訪問したかのデータとその上昇率を前1週間とを比較したもの



## 目標設定をした場合の目標ページへの訪問率

### 【レポートの使い方】

「すべてのレポート」をクリックすると円グラフか棒グラフによるより詳しいデータを表示できます。「経営者」「マーケティング担当」「ウェブマスター」それぞれに必要なデータの概要を見ることができます。





## 【期間の使い方】

Google Analytics のレポートでは見たいレポートの期間指定に加え、2つの期間を比較することができます。また、日別、時間別、月別の期間設定も可能です。

### <表示単位の設定>

期間 ?

表示 デフォルト ▼

デフォルト  
時間別  
日別  
月別

1月 2月 3月 4月 5月  
7月 8月 9月 10月 11月

日 月 火 水 木 金 土

→ 25 26 27 28 1 2 3  
→ 4 5 6 7 8 9 10  
→ 11 12 13 14 15 16 17  
→ 18 19 20 21 22 23 24  
→ 25 26 27 28 29 30 31

前へ <<カスタム>> 次へ

レポートに表示する期間の単位を選択します(デフォルトは「日別」になっています)

### <表示期間の設定>

期間 ?

表示 デフォルト ▼

◀ 2007 ▶

1月 2月 3月 4月 5月  
7月 8月 9月 10月 11月

日 月 火 水 木 金 土

→ 25 26 27 28 1 2  
→ 4 5 6 7 8 9  
→ 11 12 13 14 15 16  
→ 18 19 20 21 22 23  
→ 25 26 27 28 29 30

前へ <<カスタム>> 次へ

特定の期間のレポートを表示する場合このアイコンをクリックしてください

出てきた2つのカレンダーの左側に期間の開始、右側に期間の終了を選択ください

カスタムの期間

◀ 2007 2月 ▶

日 月 火 水 木 金 土

1 2 3  
4 5 6 7 8 9 10  
11 12 13 14 15 16 17  
18 19 20 21 22 23 24  
25 26 27 28

◀ 2007 3月 ▶

日 月 火 水 木 金 土

1 2 3  
4 5 6 7 8 9 10  
11 12 13 14 15 16 17  
18 19 20 21 22 23 24  
25 26 27 28 29 30 31

期間の適用 >>

< 2つの期間の比較 >

**期間 ?**

最初の日付  
表示 デフォルト

◀ 2007 ▶

1月	2月	3月	4月	5月	6月		
7月	8月	9月	10月	11月	12月		
	日	月	火	水	木	金	土
→	25	26	27	28	1	2	3
→	4	5	6	7	8	9	10
→	11	12	13	14	15	16	17
→	18	19	20	21	22	23	24
→	25	26	27	28	29	30	31

前へ <<カスタム>> 次へ

2番目の日付  
表示 デフォルト

◀ 2007 ▶

1月	2月	3月	4月	5月	6月	
7月	8月	9月	10月	11月	12月	
	日	月	火	水	木	金
→	25	26	27	28	1	2
→	4	5	6	7	8	9
→	11	12	13	14	15	16
→	18	19	20	21	22	23
→	25	26	27	28	29	30

前へ <<カスタム>> 次へ

**カスタムの期間**

◀ 2007 3月 ▶							◀ 2007 3月 ▶								
	日	月	火	水	木	金	土		日	月	火	水	木	金	土
					1	2	3						1	2	3
4	5	6	7	8	9	10		4	5	6	7	8	9	10	
11	12	13	14	15	16	17		11	12	13	14	15	16	17	
18	19	20	21	22	23	24		18	19	20	21	22	23	24	
25	26	27	28	29	30	31		25	26	27	28	29	30	31	

期間の適用 >>

**1日目の期間設定**

**2つ目の期間設定**

**1日の訪問数** | エクスポート | 2007/03/02 - 2007/03/08

**訪問ユーザー数グラフ**

訪問ユーザー | 合計: 258 | 335 | 平均: 36.86 | 47.86

日	2007/03/02-2007/03/08	2007/02/23-2007/03/01
日 1	36.86	47.86
日 2	36.86	47.86
日 3	36.86	47.86
日 4	36.86	47.86
日 5	36.86	47.86
日 6	36.86	47.86
日 7	36.86	47.86

**2つ目の期間データ**

**1つ目の期間データ**

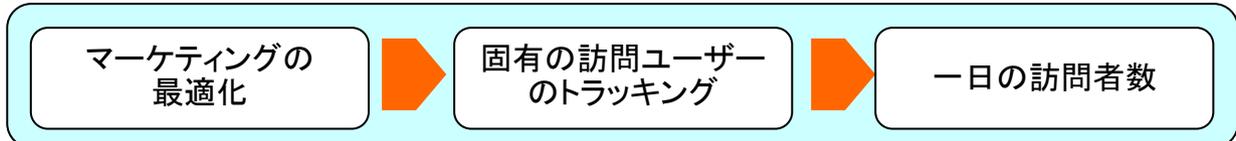
**新規訪問ユーザー率**

日	2007/03/02-2007/03/08	2007/02/23-2007/03/01
日 1	36.86%	47.86%
日 2	36.86%	47.86%
日 3	36.86%	47.86%
日 4	36.86%	47.86%
日 5	36.86%	47.86%
日 6	36.86%	47.86%
日 7	36.86%	47.86%

## ■ Google Analytics を利用した WEB マーケティング

ここでは、Google Analytics を利用して表示する各種データを分析することで把握できるマーケティング分析の方法について説明いたします。

### 【訪問ユーザー数】



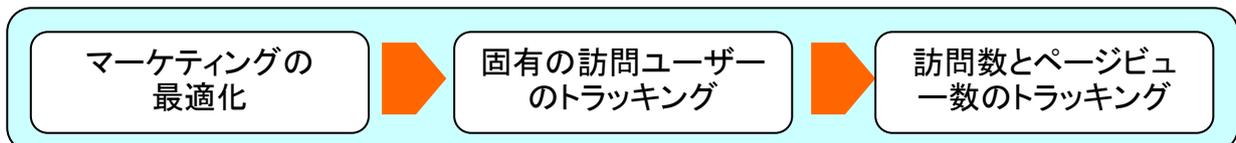
このレポートには「1日の訪問ユーザー数」と「新規訪問ユーザー数」のグラフが表示されます。

ここでいう「訪問ユーザー数」とはユニークの訪問者数を意味しています。

あなたのサイトを訪れたユーザーのうち、新規ユーザーがどれくらいいるかを理解することができます。

また、「新規訪問ユーザー数」グラフで見たい日にちをクリックすると、その日の新規ユーザーの割合がパーセント (%) で表示されます

### 【ページビュー】



「ページビュー」はページが何ページ見られたかを示す指標となります。あなたのサイトのいくつかのページを訪問しているのかを理解することができます。ページビューが多いことがそのままサイトの人気をあらわしていることとは限らず、目的のページになかなかたどり着けなかっただけ、という可能性もありますので注意が必要です

## 【閲覧時間】

マーケティングの  
最適化

コンテンツの  
パフォーマンス

閲覧時間

このレポートはあなたのサイトを訪問したユーザーがあなたのサイトにどれだけ長い時間滞在したのかを示しています。

訪問ユーザー数やページビューに加え、重要な指標のひとつとなります。



## 【アクセスが集中している時間帯】

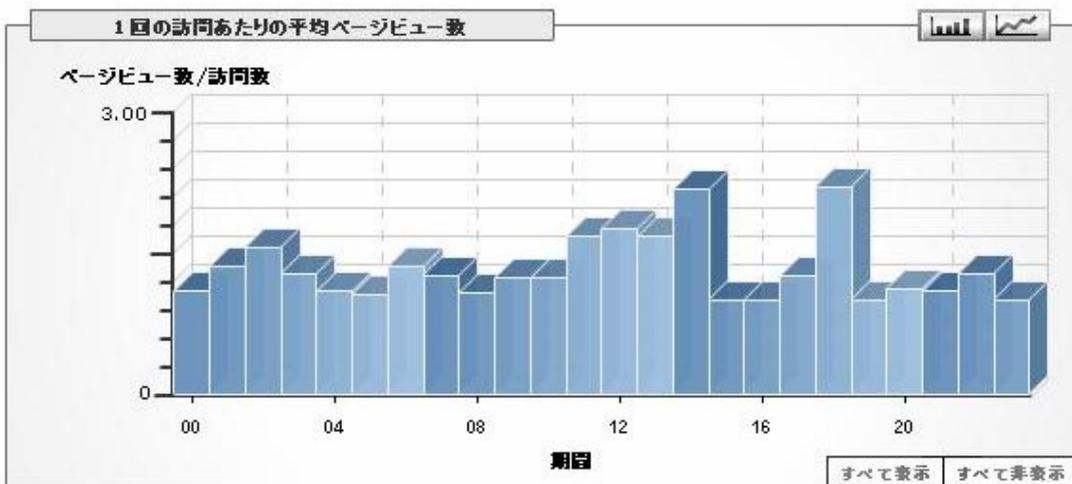
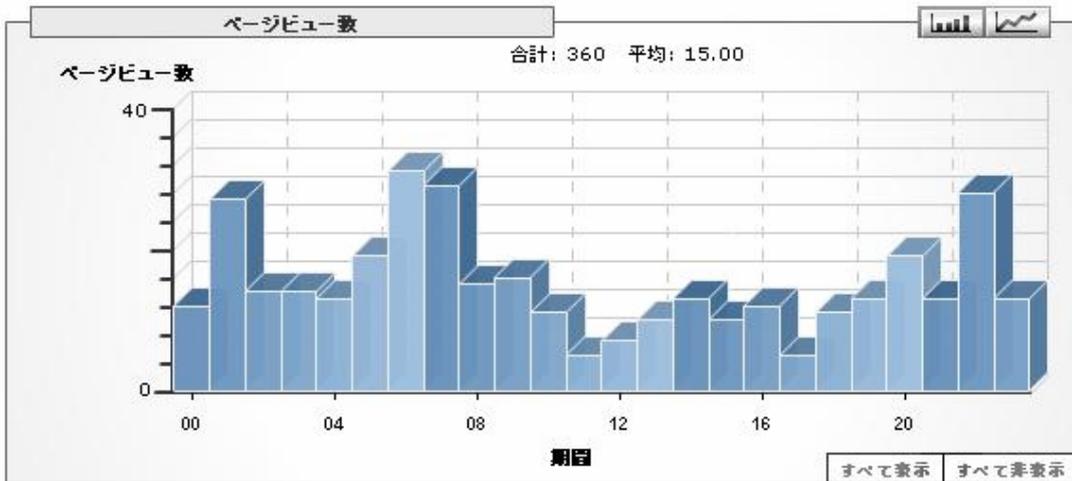
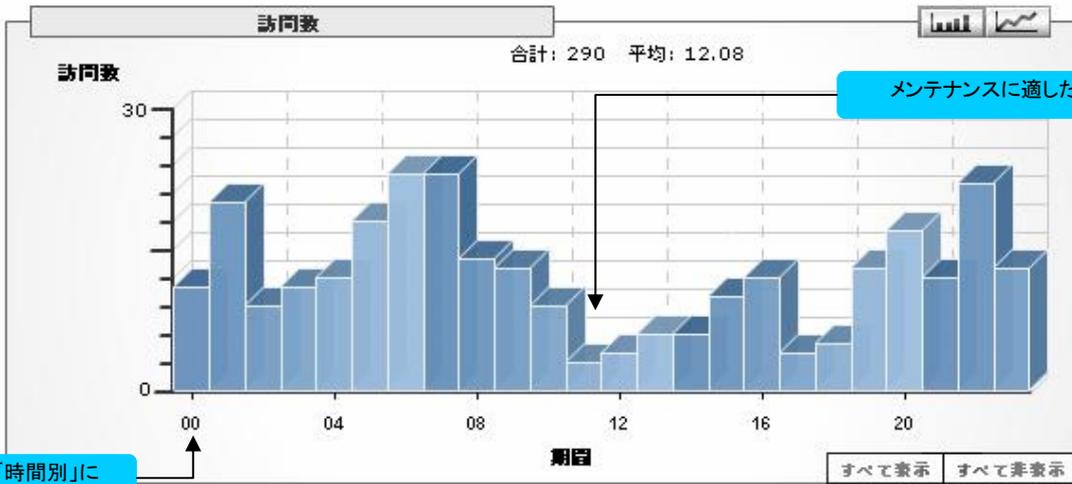
マーケティングの  
最適化

固有ユーザーの  
トラッキング

訪問数とページビュー  
数のトラッキング

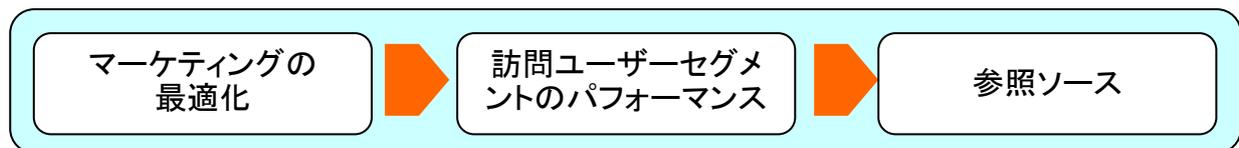
アクセスが多い曜日は把握していても、それが何時ごろにピークを迎えるかということに関してまで把握していることは少ないと思います。このレポートではユーザーがあなたのサイトを訪問する時間帯のピークを知ることができるので、サイトのメンテナンス時間やコンテンツ更新といった作業にあてるべき時間を把握するのに役立ちます。

デフォルトの期間表示は「日別」になっているので「時間別」に切り替えます。この状態で「曜日」をクリックすると特定の曜日の時間帯別アクセス数も調べることが可能になります。



【ユーザーはどのサイトから誘導されているか】

【どの検索エンジンを利用して訪問されたか】

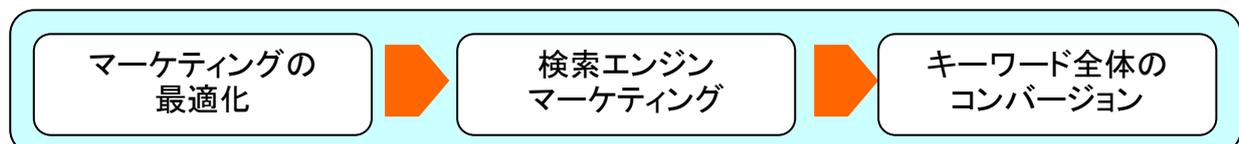


このレポートのリストにある[referral]はあなたのサイトにリンクをはって  
くれているサイトからの訪問をしめています。好意的なリンクもありますが、  
中には批判的なコメントとともにリンクを張られていることもありますのでそ  
れらを把握することも可能になります。

[organic]は検索エンジンの結果画面からの訪問を示しています。どの検索エ  
ンジンに上位表示されているかを把握することにより、どの検索エンジンへの  
SEO 対策が有効なのかを把握する手段としても利用可能になります。

なおリスト中の[none]はブラウザのアドレスバーへ直接入力、またはブック  
マークからのアクセスを示しています。

【どんな検索キーワードが使われているか】



このレポートではあなたのサイトを訪問したユーザーがどのキーワードで検  
索をした結果訪問したのかを知ることができます。期待するキーワードでのア  
クセスがきちんとあるか、また、予想していなかったキーワードが存在してい  
るのかといった、サイト運用上重要な指標となるデータを調べることも可能に  
なります。

## 【キーワードアドバイス】

マーケティングの  
最適化

検索エンジン  
マーケティング

キーワードアドバイス

このレポートはリスティング広告に出稿しているキーワード以外に、ユーザーがあなたの Web サイトを訪問するきっかけとなっているキーワードを示しています。訪問数やページビュー数をキーワードごとに比較することによって、これまでリスティング広告に出稿していなかったけれども効果がありそうなキーワードを確認することができます。

## 【入り口となっているページ】

コンテンツの  
最適化

ナビゲーションの  
分析

閲覧開始ページの  
直帰率

このレポートは「閲覧開始ページの直帰率」となっていますが、どのページが最初にアクセスされるページになっているかを知るのに役立ちます。レポート中のリストにある「/」はいわゆるトップページを示しています。

トップページ以外で入り口になっているページを把握することで本当に見て欲しいページを改善するのに役立てることができます。

## 【ユーザーの PC 環境】

コンテンツの  
最適化

ウェブデザインの  
情報

ブラウザと  
プラットフォーム

このレポートではユーザーが使用している OS とブラウザを知ることができます。ユーザーの実態に合わせて新しい OS への対応をどうするのか判断するのに役立ちます。

