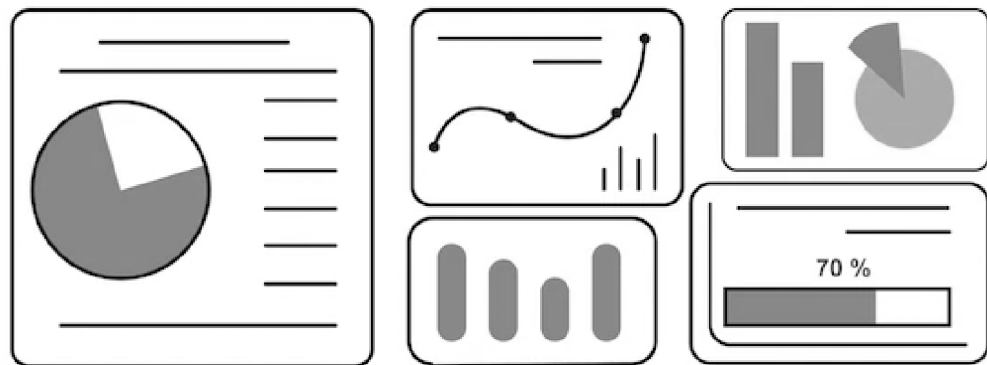


はじめに ～Webの数字、気になったことはありませんか？～



Web担当"あるある"悩み

📈 「どのページがよく見られているのか分からない」

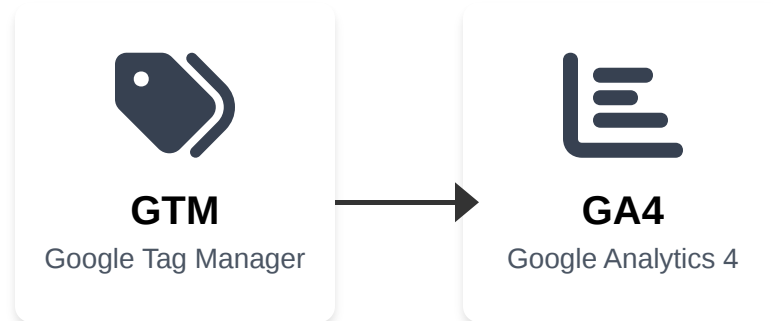
📄 「フォームからの反応が見えにくい」

❓ 「サイト改善のヒントが欲しいのに...」

そんな"モヤモヤ"を、**GTMとGA4で"見える化"**してスッキリ整理する方法を一緒に学んでいきましょう。

Webの见えない動きを「見える化」するツールとは？

ツールの連携図



橋渡し役

記録・分析役

⇄ GTMで「何を」「いつ」記録するかを設定し、GA4で分析します

何ができるの？

GA4とは

「誰が、いつ、どのページを見たか」を記録するツール

- ✓ 訪問者数・閲覧ページを記録
- ✓ ユーザー行動をレポートで確認

GTMとは

記録する指示を出すツール

- ✓ 「何を」「どのタイミングで」記録するか設定
- ✓ コード知識がなくても実装可能

💡 目的は「ユーザーの行動を知る」こと

データ分析の第一歩は「知りたい動き」をきちんと取得するところから始まります

GTMで「タグ」を設置するってどういうこと？

タグの仕組み



💡 「タグ」はWebページに仕込む目印のようなもの

設定例：資料請求ボタンの追跡

記録したいこと

🖱️ 資料請求ボタンがクリックされたこと

👥 どのくらいの人に興味を示したか

タグ設定の流れ

1. GTMでクリックを検知するトリガーを作成
2. 「資料請求ボタンクリック」というイベントタグを設定
3. GA4にデータを送信するよう指示
4. GA4のレポートで結果を確認

📘 GTMのメリット

専門的なコードを書かずに、どのページでどんな動作を記録するか簡単に設定できます

✓ ページ閲覧、ボタンクリック、フォーム送信など様々なユーザー行動を記録できます

イベントを追加して「欲しい情報」を拾ってみよう

GTMで設定する仕組み



トリガー
「いつ」記録するか

例：「お問い合わせボタンがクリックされたとき」



タグ
「何を」記録するか

例：「お問い合わせボタンクリック」というイベント名



GA4
データ記録・分析

イベントとして記録・レポートに表示

💡 トリガーとタグを組み合わせることで、
様々なユーザー行動を細かく記録できます

ボタンクリックの設定例

クリックトリガーの設定

GTM画面

トリガータイプ

クリック - すべての要素

トリガー条件

クリック要素

ID

contact-button

を

含む

GA4イベントタグの設定

GTM画面

タグタイプ

Google アナリティクス: GA4イベント

イベント名

contact_button_click

パラメータ

button_location

header

- 設定効果
- ✔

特定のボタンがクリックされたらGA4に通知
- ✔

ボタンの位置情報も一緒に送信
- ✔

GA4レポートでクリック数を確認可能

GA4でデータを確認するには？（レポートの基本）

GA4画面例



「探索」や「イベントレポート」で収集データをさらに詳しく分析できます

知っておきたい用語

アクセス数

GA4では「ユーザー」と呼びます。Webサイトを訪れた人の数を表示。同じ人が複数回訪れても1人とカウント。

イベント数

サイト内での「行動」の回数。ページ閲覧、クリック、フォーム送信など、測定したい行動が発生した回数。

セッション数

サイト訪問の回数。例えば1人のユーザーが朝と夜に訪問すれば、セッション数は2回。

コンバージョン

サイトの目的達成（申込、購入など）につながる重要な行動。目標となる行動が発生した回数を計測。



データの確認方法

- ✓ 「レポート」タブからサイト全体の動きを確認
- ✓ 「探索」でより詳細な分析が可能

まとめと、活かせる場面のヒント

今日のポイント



GTMとGA4の関係

GTMは「橋渡し役」として何を記録するか設定し、GA4はそのデータを保存・分析します。



イベント設定の基本

「トリガー」と「タグ」の組み合わせで、特定の条件で特定のデータを記録できます。



実践的な活用

「なんとなく」の不安を「見える化」して、データに基づいた改善を行いましょう。



GTMとGA4の組み合わせで、これまで見えなかったユーザー行動が可視化されます。まずは小さく始めて徐々に計測範囲を広げていきましょう。

活用できるシーン



フォーム送信数

問い合わせ数の把握



資料DL数

コンテンツの人気度



流入元分析

効果的な集客経路



行動フロー

ユーザー動線の確認



「フォームの送信数を見たい」「資料DL数を知りたい」など、あなたの現場にも役立つ場面がきっとあります。

やってみよう！自分のサイトを想像して設定を考えるワーク

ワークシート例

あなたのWebサイトで計測したい内容を書き出してみましょう。

計測したい場所	計測したいアクション	活用方法
トップページ	「資料請求」 ボタンクリック	CV率の計測
商品ページ	「カートに追加」 ボタンクリック	人気商品の把握

💡 GTMで設定するタグとトリガーの組み合わせをイメージしながら記入すると、より具体的な計画になります。

考えるためのヒント

どのページの、どの動きを知りたいですか？

自社サイトの中で、特にユーザー行動を把握したいページはどこですか？
また、そのページでユーザーにどんな行動をとってほしいですか？

その情報があると、何が変わりますか？

計測したデータを手に入れることで、どんな改善や意思決定ができるようになりますか？具体的なゴールをイメージしましょう。

計測のための設定はどうすればいい？

計測したい要素の特定（ID、クラス名など）や、どんな条件でトリガーを発火させるかを考えてみましょう。

💬 「まだ分からない…」という方も大丈夫。気づきやすさが第一歩です。今日学んだことをベースに、少しずつ計測の範囲を広げていきましょう。