

IMPROVEMENT PROPOSAL

ga4.guide 改善提案書

GA4・Search Consoleの実データにもとづく4つの改善案

HAPPY ANALYTICS / ga4.guide

2026年8月

本資料について

構成 — 改善案を全4件掲載しています。前半が一覧、後半が1件ごとの改善指示書です。一覧の No. は指示書の番号と対応しています。

難易度（3段階） — **低** = 既存部品の設定・文言変更で完結するもの / **中** = テンプレート改修や既存コンテンツの再編成を伴うもの / **高** = 新規ページ制作・開発・関係者との調整を伴うもの。

期待効果（3段階） — **高** = 閲覧の多い面や主要導線に直結し、サイト全体の成果に効くもの / **中** = 特定ページ・特定行動の改善にとどまるもの / **低** = 影響範囲が限定的・間接的なもの。難易度が低く期待効果が高い案を Quick Win として強調しています。

改善イメージについて — 4件に改善後のイメージを添えています。実際の画面に変更を試験適用して撮影したもの、検索結果での見え方を再現したもの、AIが新規に描き起こしたものがあります（各スライドのラベルに明記）。**いずれも方向性を伝えるためのイメージであり、実装確定のデザインではありません。**実際の適用にあたっては、既存のデザインガイドラインやシステム制約との整合を別途ご確認ください。

イメージが無い案は、計測設定や運用フローなど画面の見た目がほとんど変わらない性質の改善です。内容は指示書の本文をご覧ください。

出典・前提 — GA4（2026年7月18日～8月17日）およびGoogle Search Console（2026年7月18日～8月15日）の実データと、実ページの目視確認をもとに作成しています。GA4の数値にはbot由来のアクセスが含まれる可能性があります。

改善案リスト（全4件）

No. は後半の改善指示書の番号に対応。色付きの行は Quick Win（低難易度 × 高効果）。

No.	改善案	対象ページ	難易度	期待効果
1	記事下の講座案内をテキスト1行からCTAカードに変える	全記事共通（撮影は /related-service/big-query/que	低	高
2	記事末尾に「次に読みたい」関連記事カードを追加する	/explore/report-type/conversion-process/	中	中
3	タグ設置ページのH1・見出し構成を検索意図に合わせて再構成する	/measure-flow/add-tag/	中	高
4	講座紹介ページをサイト内に新設し、送客の受け皿を作る	新設ページ（例: /seminar/）	高	高

改善指示書 #1: 記事下の講座案内をテキスト1行からCTAカードに変える

■ 概要

全記事の下部に表示している講座案内が、現在は本文と同じ体裁のテキストリンク1行です。見出し・説明・ボタンを備えたカードに変え、記事を読み終えた読者が気づける見せ方にします。文言とリンク先は現行の案内をそのまま使い、見せ方だけを変えます。

■ 根拠（なぜ重要か）

講座への送客導線であるにもかかわらず、成功アラート風の文字列で本文に埋没しています。最も読まれるBigQueryクエリ集は月2,732PV・直帰率97.3%と接触機会が大きい一方、サイト全体のキーイベントは直近30日で2件にとどまっています（GA4 2026-07-18～08-17）。

■ 現実性の根拠

WordPressの記事下ウィジェット（テキストブロック）のHTML差し替えのみで、テーマやプラグインの改修は不要です。

■ 期待効果

記事下での講座案内の視認性が上がり、講座ページへの遷移数の増加が見込めます。サイト共通ウィジェットのため、1か所の変更が全記事に反映されます。

■ 実装手順

記事下ウィジェット（block-28）のHTMLをカード型に差し替える / カードのクリックイベント（GTM）を設定する / 反映後4週間、クリック率と講座ページ遷移数を観測する

■ 効果測定（確認する指標）

GA4で記事下CTAのクリックイベントと、講座ページ（happyanalytics.co.jp/ga4_recording/）への遷移数を反映前後4週間で比較する

UI修正イメージ（Before → After）

Before（現状）



After（実画面に変更を適用したイメージ）



改善指示書 #2: 記事末尾に「次に読みたい」関連記事カードを追加する

■ 概要

解説記事の末尾に、内容がつながる次の記事へのカード導線を追加します。まずファネルデータ探索（コンバージョン導線分析）の記事に、CVR確認とフォームCV計測の2記事を置きます。

■ 根拠（なぜ重要か）

解説記事の直帰率が軒並み90%を超えています（対象のファネル記事は月938PV・直帰率93.2%）。記事を読み終えた位置に次の行動が用意されておらず、特にモバイルでは目次サイドバーが記事より下に落ちるため、実質的な回遊導線がありません。

■ 現実性の根拠

記事テンプレートへのHTML追加のみで実装できます。リンク先は既存記事（実在の2ページ）です。

■ 期待効果

記事末尾からの回遊が生まれ、対象記事の直帰率低下と1セッションあたり閲覧ページ数の改善が見込めます。効果が確認できれば主要記事へ横展開します。

■ 実装手順

ファネル記事の末尾に関連記事カード2件を追加する / カードのクリックイベントを設定する / 4週間観測し、効果があれば直帰率の高い上位記事へ横展開する

■ 効果測定（確認する指標）

対象記事の直帰率と「次に読みたい」カードのクリック率を反映前後4週間で比較する

■ 掲載文言（案）

この記事の次に読みたい / GA4でコンバージョン数と率を確認する方法 / GA4でフォーム送信をコンバージョン計測する方法

UI修正イメージ（Before → After）

Before（現状）



After（実画面に変更を適用したイメージ）



改善指示書 #3: タグ設置ページのH1・見出し構成を検索意図に合わせて再構成する

■ 概要

「GA4 タグ 設置」系のクエリで2ページ目に滞留しているタグ設置解説ページを再構成します。H1が「計測記述の追加」と検索語を含まない機能名になっているため検索語基準に改め、見出しを「やり方の選択→手順→確認→つまずき対処」の流れに組み直します。titleは維持しつつ表現を整えます。

■ 根拠（なぜ重要か）

表示2,581回に対しクリック88件（CTR 3.41%）、平均掲載順位14.9位と2ページ目に滞留しています（Search Console 2026-07-18～08-15）。上位表示されている「ga4 タグ 埋め込み」等では1～2位を取れており、コンテンツ自体の評価はある一方、H1「計測記述の追加」と機能名基準の見出し構成が主要クエリと噛み合っていない。

■ 現実性の根拠

既存コンテンツの再編成が中心で、新規に書き起こすのは確認方法とチェックリストの節のみです。

■ 期待効果

主要クエリでの掲載順位が1ページ目に入り、表示回数ボリュームを踏まえるとクリック数の大幅な増加が見込めます。

■ 実装手順

H1とtitle・meta descriptionを更新する / 見出し構成を再編成し、設置確認とつまずき対処の節を追記する / 4～8週間後にSearch Consoleで順位とCTRを再確認する

■ 対象ページ

/measure-flow/add-tag/

検索結果での見え方・ページ構成（Before → After）

改善後の見え方（title・description・見出し構成）

SEO改善イメージ / タグ設置ページのH1・見出し構成を検索意図に合わせて再構成する

狙うキーワード

- GA4 タグ 設置
- GA4 タグ 埋め込み
- GA4 導入 方法

検索意図: これからGA4を導入する担当者が、自サイトへのタグ設置のやり方（GTM・直接・CMS別）と設置後の確認方法を知りたい

検索結果での見え方（SERPプレビュー）

Before（現状）

www.ga4.guide・measure-flow・add-tag

GA4の計測タグ設置方法 | GTM・直接埋め込みの手順
GA4のトラッキングコードをWebサイトに設置する方法を解説。GTM経由とグローバルサイトタグ直接埋め込みの両方の手順を紹介します。

title: 全角換算 23字（目安 32字以内） description: 全角換算 61.5字（目安 120字以内）

After（改善案）

www.ga4.guide・measure-flow・add-tag

GA4タグの設置方法 | GTM・直接埋め込み・WordPressを画像で解説
GA4タグの設置方法を、GTM経由・直接埋め込み・WordPressプラグインの3つのやり方別に画像つきで解説。設置後の確認手順と、うまく計測されないときのチェックリスト、Consent Mode v2への対応もこのページでわかり...

title: 全角換算 29.5字（目安 32字以内） description: 全角換算 102.5字（目安 120字以内）

ページ見出し構成（緑 = 追加・変更する見出し）

Before（現状）

- H1 計測記述の追加
 - H2 Googleタグを追加する方法
 - H3 データストリームを選択
 - H3 計測タグの取得を行う
 - H3 計測記述を追加
 - H3 計測の確認を行う
 - H2 GTM経由で追加する方法(2023年9月以降)
 - H3 GA4の測定IDを取得
 - H3 計測テストの実施
 - H2 Google Consent Mode v2について
 - H2 サーバーサイドGTMについて
 - H2 WordPressプラグインでGA4を設置する方法

After（改善案）

- H1 GA4タグの設置方法（3つのやり方を画像で解説）
 - H2 設置前に決める：GTM経由か、直接埋め込みか
 - H2 GTMで設置する手順（推奨）
 - H2 直接埋め込みで設置する手順
 - H2 WordPressプラグインで設置する手順
 - H2 設置できたら確認する方法（リアルタイム・DebugView）
 - H2 うまく計測されないときのチェックリスト
 - H2 Google Consent Mode v2・サーバーサイドGTMへの対応

改善指示書 #3 拡大図: タグ設置ページのH1・見出し構成を検索意図に合わせて再構成する

SEO改善イメージ / タグ設置ページのH1・見出し構成を検索意図に合わせて再構成する

狙うキーワード

GA4 タグ 設置

GA4 タグ 埋め込み

GA4 導入 方法

検索意図: これからGA4を導入する担当者が、自サイトへのタグ設置のやり方（GTM・直接・CMS別）と設置後の確認方法を知りたい

検索結果での見え方（SERPプレビュー）

Before（現状）

After（改善案）

Before（現状）

After（改善案）

ページ見出し構成（緑 = 追加・変更する見出し）

Before（現状）

After（改善案）

www.ga4.guide・measure-flow・add-tag

GA4の計測タグ設置方法 | GTM・直接埋め込みの手順

GA4のトラッキングコードをWebサイトに設置する方法を解説。GTM経由とグローバルサイトタグ直接埋め込みの両方の手順を紹介します。

title: 全角換算 23字（目安 32字以内）

description: 全角換算 61.5字（目安 120字以内）

www.ga4.guide・measure-flow・add-tag

GA4タグの設置方法 | GTM・直接埋め込み・WordPressを画像で解説

GA4タグの設置方法を、GTM経由・直接埋め込み・WordPressプラグインの3つのやり方別に画像つきで解説。設置後の確認手順と、うまく計測されないときのチェックリスト、Consent Mode v2への対応もこのページでわかり…

title: 全角換算 29.5字（目安 32字以内）

description: 全角換算 102.5字（目安 120字以内）

ページ見出し構成（緑 = 追加・変更する見出し）

Before（現状）

After（改善案）

H1 計測記述の追加

H2 Googleタグを追加する方法

H3 データストリームを選択

H3 計測タグの取得を行う

H3 計測記述を追加

H3 計測の確認を行う

H2 GTM経由で追加する方法(2023年9月以降)

H3 GA4の測定IDを取得

H3 計測テストの実施

H2 Google Consent Mode v2について

H2 サーバーサイドGTMについて

H2 WordPressプラグインでGA4を設置する方法

H1 GA4タグの設置方法（3つのやり方を画像で解説）

H2 設置前に決める：GTM経由か、直接埋め込みか

H2 GTMで設置する手順（推奨）

H2 直接埋め込みで設置する手順

H2 WordPressプラグインで設置する手順

H2 設置できたか確認する方法（リアルタイム・DebugView）

H2 うまく計測されないときのチェックリスト

H2 Google Consent Mode v2・サーバーサイドGTMへの対応

ga4.guide / 改善提案書

6 / 7

改善指示書 #4: 講座紹介ページをサイト内に新設し、送客の受け皿を作る

■ 概要

現在、講座への誘導は各記事下から外部サイト（happyanalytics.co.jp）への直リンクのみで、講座の内容・対象者・受講形式をga4.guide内で説明するページがありません。学べる内容と受講形式を整理した紹介ページを新設し、記事下CTA（改善案1）の受け皿にします。

■ 根拠（なぜ重要か）

検討段階の読者にとって、記事下のリンクから外部の販売ページへ直行する導線は心理的ハードルが高く、サイト全体のキーイベントは直近30日で2件にとどまっています。講座の中身をサイトのトーンのまま理解できる中間ページがなく、比較検討の場が用意されていません。

■ 現実性の根拠

既存の固定ページと同じテンプレートで作成でき、掲載内容は現行の講座案内（3時間半・動画＋資料・買い切り・無料アップデート）の範囲で構成できます。

■ 期待効果

検討段階の読者を受け止められるようになり、講座詳細ページへの質の高い遷移が増える見込みです。ページ閲覧数・遷移率という中間指標で送客の状態を観測できるようになります。

■ 実装手順

紹介ページの構成と文言を確定する（本モックをたたき台にする）／固定ページとして作成し、記事下CTAのリンク先を差し替える／ページ閲覧数と講座詳細への遷移率を計測する

■ 効果測定（確認する指標）

新設ページの閲覧数と、講座詳細ページ（外部）への遷移率を公開後4週間計測する

改善イメージ

After（AI生成のイメージ）

