MCP × GA4 スタートガイド 完全版

モジュール3
はじめての
分析プロンプト20

導入後7日間で「AIに聞く分析」を仕事の習慣にする

20
コピペで使えるプロンプト（解説付き）

7日
動作確認→日常→月次→応用の定着プログラム

4要素
応用が利く「プロンプトの基本形」

第3版（v1.2）

HAPPY ANALYTICS ／ ga4.guide
2026年7月発行　※ MCP・Claude Desktop の仕様変更時は無償アップデートで対応します

はじめに　本書の使い方 ― 7日間プログラム

セットアップが終わった直後の1週間が、MCP×GA4が「習慣になるか、放置されるか」の分かれ目です。本書の20本は難易度順ではなく**定着の順番**に並んでいます。1日にまとめて試すのではなく、次の割り振りで**毎日2〜5本ずつ**実行してください。全プロンプトはそのままコピペで動きます（`【】`の箇所だけ自分のサイトに合わせて置き換え）。

日程	ステップ	ゴール
1日目	STEP1　動作確認（#1〜5）	接続が正しいことを確かめ、「聞けば返ってくる」体験をつくる
2〜4日目	STEP2　日常チェック（#6〜12）	毎朝・毎週の定型確認をAIに置き換える
5〜6日目	STEP3　月次レポート基礎（#13〜17）	月次報告の下書きが20分で出る状態にする
7日目	STEP4　応用の入口（#18〜20）	「数字を出す」から「判断材料を出させる」へ進む

実行前の注意

- 期間指定は「今日」を避け、**「昨日」以前**を使ってください（当日データは反映遅延で空になりがちです。詳細はモジュール2のエラー8-2）
- 定例で使うプロンプトは「先週」より**日付の明示**（例：2026年6月1日〜6月30日）が確実です（モジュール2のエラー9-3）
- 数字がGA4の画面と数%ズレることがありますが、多くは仕様によるものです（モジュール2のエラー9-2）

置き換え箇所は2つだけ

- `【キーイベント名】` … あなたのサイトのコンバージョンにあたるイベント名（例：purchase、generate_lead、form_submit）。GA4の「管理」→「キーイベント」で確認できます
- `【先月の日付】` … 実行する月に合わせた具体的な日付（例：2026年6月1日〜6月30日）

基本形 応用が利く「プロンプトの4要素」

本書の20本は、すべて次の4要素の組み合わせでできています。この型さえ覚えれば、21本目からは自分で作れるようになります。

要素	内容	例
① 期間	いつのデータか。曖昧語を避けて明示する	「昨日の」「2026年6月1日〜6月30日の」
② 指標と切り口	何を（指標）× 何別に（ディメンション）見るか	「チャネル別のセッション数と【キーイベント名】数」
③ 出力形式	表・3行サマリー・割合付きなど、受け取りたい形	「表にして」「経営層向けに3行で」
④ 判断への接続	そのデータで何を判断したいか。**この一言が分析の質を決める**	「増減の大きい要因を指摘して」「次に見るべき点も」

①〜③だけのプロンプトは「集計依頼」、④が付くと「分析依頼」になります。分析の価値はデータの正確さではなく**意思決定の質を上げること**にあります。STEP1〜2では①〜③を体に入れ、STEP3〜4で④を組み込んでいく設計です。

「上位・下位」「多い・少ない」を頼むときは、並べる基準を書く(v1.2で追加)

「上位3つ」とだけ頼むと、件数で並べるのか、割合(率)で並べるのかをAIが判断します。率で並べると、セッションが数件しかない項目が上位に来ることもあります。**並べる指標**と、**対象にする最低件数**を書き添えてください。4要素の②(指標と切り口)を具体的にする、ということです。

×「【キーイベント名】が多い流入を、上位3つと下位3つ出して」
○「先月の流入元(参照元/メディア)別に、【キーイベント名】の発生率で上位3つと下位3つを表にして。セッション数が100未満の流入元は除いて、件数とセッション数も並べて」

STEP 1 動作確認 ― まず「返ってくる」を確かめる 1日目

最初の5本は、接続確認を兼ねた肩慣らしです。指標1〜2個×シンプルな切り口に絞ってあり、**ここでエラーが出る場合は分析ではなく設定の問題**です（モジュール2へ）。なお「エラーは出ないが、聞いた項目の一部が返らない」場合は、設定ではなく方式の仕様であることがあります（#1の注記をご覧ください）。

#1 接続の最終確認

PROMPT

昨日のセッション数を教えて。あわせて、対象のプロパティIDも教えて。

ねらい：数値が返れば連携成功です。プロパティIDを併せて聞くのは、複数サイトを扱う方が「意図したプロパティに繋がっているか」を確かめるためです。GA4管理画面（管理 → プロパティ設定）のプロパティIDと一致していればOKです。

「プロパティ名は取得できません」と返っても、正常です

モジュール1の方式（サードパーティ版）は**GA4 Data API**のみを利用しています。プロパティ名（displayName）の取得には**Admin API**という別のAPIが必要なため、この方式では「プロパティ名は取得できません」「その機能を持つツールがありません」といった応答が返ります。**これは設定ミスではなく、仕様どおりの挙動です。**

一方、別冊の方式（Google公式版）はプロパティの一覧取得に対応しているため、「プロパティの一覧を見せて」と聞けば一覧が返ります。方式によって合格の基準が違う、とご理解ください。

なお、接続直後は認証情報の反映に時間差が生じ、しばらくしてからプロパティIDが返るようになる場合もあります。数値が取得できていれば、実務上は問題ありません。

#2 昨日の基本指標

PROMPT

昨日のセッション数とアクティブユーザー数を教えて。

ねらい：最小構成（期間＋指標2つ）の確認です。GA4画面の「レポート」→「リアルタイム」ではなく昨日を聞くのは、確定に近いデータで動作を確かめるためです。

#3 チャネル別の内訳

PROMPT

過去7日間のセッション数を、デフォルトチャネルグループ別に多い順の表にして。

ねらい：ディメンション（〜別）を初めて使う1本。「デフォルトチャネルグループ」というGA4の正式名称で聞くと、画面と同じ分類で返ってくるため突き合わせしやすくなります。

#4 デバイス比率

PROMPT

過去7日間のアクティブユーザー数をデバイスカテゴリ別に集計し、構成比（%）付きの表にして。

ねらい：「構成比付き」という出力形式の指定を試す1本。生の数字より割合の方が判断に使える場面は多く、**形式指定はAI分析の隠れた強み**です。

#5 人気ページTOP10

PROMPT

昨日、表示回数が多かったページ上位10件を、ページパスと表示回数の表にして。

ねらい：ページ単位のデータ取得の確認。ここまでの5本が全部通れば、接続・指標・ディメンション・形式指定のすべてが機能しています。**1日目はここで終了**。明日から実務に入ります。

STEP 2 日常チェック ― 毎朝・毎週の定型をAIに渡す 2〜4日目

GA4の管理画面を開いて見ていた「いつもの確認」を置き換えるゾーンです。#6と#8は**そのまま毎朝・毎週の定例プロンプト**として使い続けられます。

#6 毎朝の3行ヘルスチェック

PROMPT

昨日のセッション数、アクティブユーザー数、**【キーイベント名】**の発生数を、前週の同じ曜日と比較して3行でまとめて。大きな増減があれば、どのチャネルによるものかも指摘して。

ねらい：日次比較は「前日比」ではなく**前週同曜日比**で見るのが鉄則です（曜日変動の影響を除くため）。この1本を毎朝送るだけで、管理画面を開く回数が激減します。

アレンジ：Slack等でチームに共有するなら、末尾に「そのままチャットに貼れる体裁で」と足してください。

#7 週次の増減要因

PROMPT

先週1週間と、その前の1週間のセッション数と**【キーイベント名】**数をチャネル別に比較して、増減が大きいチャネルを3つ挙げて。それぞれ考えられる要因の仮説も添えて。

ねらい：4要素の④（判断への接続）を初めて使う1本。「仮説も添えて」の一言で、数字の羅列が**次に調べるべきことのリスト**に変わります。仮説はあくまで仮説として扱い、裏取りは人間の仕事です。

#8 エンゲージメントが低いLP

PROMPT

過去30日間で、セッション数が多いのにエンゲージメント率が低いランディングページを10件挙げて。各ページの主な流入チャネルも一緒に表にして。

ねらい：「多いのに低い」という**2条件の掛け合わせ**は、画面操作では手間ですがAIなら一文です。訪問は集めているのに受け止めきれていないページ＝改善の費用対効果が高い候補が一発で出ます。

#9 検索流入の着地点

PROMPT

過去28日間のOrganic Search経由のセッションについて、ランディングページ上位10件とそれぞれのエンゲージメント率を表にして。

ねらい：SEOの成果確認の基本形。28日間にしているのは週の偏りをなくすため（7の倍数で区切る小技です）。Search Console連携（完全版で扱います）の前段として、まずGA4側の着地状況を把握します。

#10 CVに効いている流入元

PROMPT

過去30日間で **【キーイベント名】** の発生数が多い参照元／メディア（source / medium）上位10件を、発生数とセッションあたりの発生率付きの表にして。

ねらい：「数」と「率」を並べるのがポイントです。数が多いのは母数が大きいだけかもしれず、率が高いのは母数が小さいだけかもしれない。**両方見て初めて予算配分の判断材料**になります。

#11 新規とリピーター

PROMPT

過去30日間の新規ユーザーとリピーターの比率と、それぞれの **【キーイベント名】** 発生率を比較して。数字から読み取れることを2〜3行で添えて。

ねらい：集客型（新規中心）か育成型（リピーター中心）か、サイトの性格を数字で確かめる1本。施策の優先順位（広告か、コンテンツか、CRMか）を考える土台になります。

#12 異変の検知

PROMPT

昨日の表示回数を前週の同じ曜日と比較して、大きく増えたページと大きく減ったページを3件ずつ挙げて。急変の理由として考えられる可能性も添えて。

ねらい：「気づくのが1週間遅れた」を防ぐ監視プロンプト。SNSでのバズ、掲載終了、リンク切れなどの異変は、全体数字より**ページ単位の急変**に先に現れます。#6とセットで朝の定例にどうぞ。

STEP 3 月次レポート基礎 ― 報告の下書きを20分で 5〜6日目

月次報告に使う5本です。**#13〜15で材料を出し、#14で要約する**流れをそのまま実行すれば、レポートの骨子ができあがります。日付は必ず明示してください。

#13 月次サマリー表

PROMPT

【先月の日付】のチャネル別セッション数、【キーイベント名】数、発生率を表にして。可能なら前月の同じ集計との比較（増減率）も付けて。

ねらい：月次レポートの1枚目になる表です。前月比較を含む集計は2回に分けて依頼した方が確実な場合があります（モジュール2のエラー9-1参照）。エラーが出たら「まず先月分、次に前月分」と分割してください。

#14 経営層向け3行サマリー

PROMPT

いま出してもらった先月の集計を、経営層向けに3行で要約して。細かい数字は丸めて、専門用語は使わず、来月に注目すべき点を最後の1行に入れて。

ねらい：直前の結果を受けて重ねて依頼する「会話型」の使い方です。**報告相手によって同じデータの見せ方を変える**のはAIが最も得意とする仕事のひとつ。「現場向けに詳しく」と言い換えれば別バージョンも即座に出ます。

#15 ページ別の月次成績

PROMPT

【先月の日付】の表示回数上位10ページについて、表示回数と平均エンゲージメント時間を表にして。滞在が特に短いページがあれば指摘して。

ねらい：「見られているのに読まれていない」ページの発見が目的です。表示回数だけのランキングでは分からない、コンテンツの質のシグナルを月次で拾います。

#16 CVの効率が良いチャネル

PROMPT

【先月の日付】の【キーイベント名】について、チャネル別の発生数と発生率を出して、最も効率が良かったチャネルと、量は多いが効率が低いチャネルをそれぞれ指摘して。

ねらい：#10の月次版。「効率が良い」「量は多いが効率が低い」という**評価の観点まで指定する**ことで、翌月の予算・工数配分の議論にそのまま載る形で返ってきます。

#17 3ヶ月トレンドとの比較

PROMPT

先月の主要指標（セッション数・アクティブユーザー数・ **【キーイベント名】** 数）を、その前3ヶ月の月平均と比較して。明確に伸びている指標と落ちている指標を1つずつ選び、理由の仮説と、確かめるために見るべきデータを添えて。

ねらい：単月の増減は偶然も多いため、**トレンド（3ヶ月平均）との比較**で「本物の変化」を見分けます。「確かめるために見るべきデータ」まで求めるのは、報告を受けた側の「で、なぜ？」に先回りするためです。

STEP 4 応用の入口 ― 数字ではなく判断材料を出させる 7日目

最後の3本は、集計の依頼ではなく**提案の依頼**です。AIの答えを鵜呑みにするためではなく、自分の判断の壁打ち相手にするための型として使ってください。

#18 深掘りポイントの提案

PROMPT

過去30日間のデータを全体的に眺めて、次に深掘りする価値がありそうな指標や切り口を3つ提案して。それぞれ「それが分かると、どんな意思決定に役立つか」を必ず添えて。

ねらい：「どんな意思決定に役立つか」を必須にしているのが本書の核心です。**意思決定につながらない深掘りは、どれだけ精緻でも作業**です。この条件を付けるとAIの提案の質が目に見えて変わります。

#19 改善インパクトの当たり付け

PROMPT

過去30日間のデータから、改善したときのインパクトが最も大きそうなページを1つ選んで。選んだ理由を数字で示し、改善が効いたかどうかを後から確かめる方法（見るべき指標と期間）も提案して。

ねらい：改善候補の列挙ではなく「1つ選ばせて、検証方法まで言わせる」のがポイント。**効果検証の設計まで含めて初めて施策**と呼べます。返ってきた検証方法は、完全版の施策評価の考え方につながる入口です。

#20 自分専用の定点観測セット

PROMPT

ここまでのやり取りとデータを踏まえて、私のサイトに合わせた「毎週月曜に確認すべき指標セット」を設計して。指標は5個以内、それぞれ「なぜ見るのか」「どうなったら行動するのか」の基準付きで。

ねらい：7日間の総仕上げです。汎用のダッシュボードではなく、**あなたのサイトの実データからAIに設計させた観測セット**が手に入ります。「どうなったら行動するのか」の基準を最初に決めておくことが、数字を眺めるだけの週報からの卒業条件です。

アレンジ：出てきたセットは、毎週使う固定プロンプトに変換してもらいましょう：「このセットを毎週実行できるプロンプト1本にまとめて」。

8日目からの使い方

- #6（毎朝）と #12（毎朝）、#7（毎週）、#13〜14（毎月）をルーティン化してください。これだけで管理画面での定型作業はほぼなくなります
- 新しい質問を作るときは「基本形の4要素」（期間・指標と切り口・出力形式・判断への接続）に戻ってください
- うまく返ってこないときはモジュール2の第9章（数字がおかしいとき）を参照してください

巻末 プロンプト一覧（切り取り用リファレンス）

#	用途	プロンプト（短縮形）	頻度目安
#1	接続確認	プロパティ名とIDを教えて	切替時
#2	基本指標	昨日のセッションとユーザー数	随時
#3	チャネル内訳	過去7日のチャネル別セッション表	随時
#4	デバイス比率	過去7日のデバイス別・構成比付き	随時
#5	人気ページ	昨日の表示回数TOP10	随時
#6	朝のヘルスチェック	昨日の主要指標を前週同曜日比で3行	**毎朝**
#7	週次の増減要因	先週vs前週のチャネル別比較＋仮説	**毎週**
#8	弱いLPの発見	流入多×エンゲージ低のLP 10件	隔週
#9	検索流入の着地	過去28日のOrganicのLP別成績	毎月
#10	CVに効く流入元	source/medium別のCV数と率	毎月
#11	新規vsリピーター	比率とそれぞれのCV率	毎月
#12	異変検知	前週同曜日比の急増減ページ	**毎朝**
#13	月次サマリー表	先月のチャネル別・前月比付き	**毎月**
#14	経営層向け要約	直前の集計を3行に・翌月の注目点	**毎月**
#15	ページ別月次成績	表示回数×エンゲージメント時間	毎月
#16	チャネル効率評価	CVの量と率で効率を評価	毎月
#17	トレンド比較	先月vs過去3ヶ月平均＋検証データ	毎月
#18	深掘り提案	意思決定に役立つ切り口を3つ	随時
#19	改善の当たり付け	インパクト最大のページ1つ＋検証法	随時
#20	定点観測セット設計	自サイト専用の週次指標セット	初回＋四半期

おわりに　この先へ ― 20本の次にあるもの

本書の20本は、GA4×AI分析の「基礎体力」にあたる部分です。7日間を終えた方が次に向かう先は、業種と目的によって分かれていきます。

- **ECサイト**なら、商品別・カート離脱・LTVといった売上直結の分析へ
- **B2Bサイト**なら、リード獲得経路・コンテンツ貢献度・商談化の質へ
- **メディアサイト**なら、回遊・読了・広告収益効率へ
- さらに、**BigQuery・Search Console・Microsoft Clarityとの横断分析**や、施策の効果を採点する**評価フレームワーク**へ

これらをカバーする業種別・目的別のプロンプト集は、上位版「**MCP連携プロンプト集・完全版（27カテゴリ）**」に収録しています。本書の購入者には優待価格をご用意していますので、同梱の案内をご覧ください。まずは7日間、この20本を確実に習慣にすることが最短の近道です。

更新履歴　版の記録

版	発行日	主な内容
v1.0	2026年7月	初版発行。GA4現行名称（キーイベント）に準拠し、モジュール2（診断チャート）との相互参照を収録。
v1.1	—	#1(動作確認)のプロンプトを「昨日のセッション数＋プロパティID」に変更し、方式による応答の違いの注記を追加。
v1.2	2026年11月	ウェビナーの質問を反映し、「プロンプトの4要素」に「上位・下位を頼むときは並べる基準を書く」のコツを追加。#1の注記を枠付きの表示に修正。

GA4・MCPの仕様変更や指標名称の変更を確認した際は、購入者の皆さまに無償の更新版を配布します。

本書は「MCP×GA4 スタートガイド 完全版」のモジュール3です。環境構築はモジュール1、トラブル対処はモジュール2、CLAUDE.mdテンプレートはモジュール4をご覧ください。GA4・MCPの仕様変更により記載内容の動作が変わった場合は、購入者向けの無償アップデートで対応します。

© HAPPY ANALYTICS ／ ga4.guide