

【Google】ユニバーサルアナリティクス、 2023年7月1日でサポート終了

2022年3月16日、Google Analytics に関する重要なアナウンスが Google から発表されました。2023年7月1日をもって、標準のユニバーサル アナリティクス プロパティ（以下 UA）における新しいデータの蓄積は停止されます。

ユニバーサル アナリティクスのサポートは終了
します

※引用：Google アナリティクスヘルプ

(<https://support.google.com/analytics/answer/11583528>)

[Google アナリティクス 4](#) は、ユニバーサル アナリティクスに代わる次世代の測定ソリューションです。2023年7月1日をもって、標準のユニバーサル アナリティクス プロパティにおける新しいヒットの処理は停止されます。現在ユニバーサル アナリティクスをご利用のお客様には、[Google アナリティクス 4 を使用するための準備](#) をしていただくことをおすすめします。

目次

ユニバーサルアナリティクス（UA）に変わるものは？

GA4 への移行の背景

GA4 になって変わること

海外プロモーションに対する影響は

まとめ

ユニバーサルアナリティクス（UA）に変わるものは？

では、UA に代わるものは何か？今後の流れととその代替ツールについて解説いたします。

今後の流れ

Google は今後の流れとしてヘルプページの中で以下 3 点を明言しています。

- ・ 2023 年 7 月 1 日までは引き続きユニバーサルアナリティクスが利用可能
- ・ 2023 年 7 月 1 日以降は少なくとも 6 か月間はユニバーサルアナリティクスで処理されたデータが利用可能
- ・ 今後数か月以内にユニバーサルアナリティクスのサポート終了日についてお知らせ予定

2023 年の 7 月 1 日まではデータの蓄積もアナリティクスの利用も今まで通り利用でき、2023 年の 7 月 1 日以降はデータを蓄積することは出来ないが、閲覧やダウンロードは可能な状態。

ということになります。

GA4 が代替プロパティ

ユニバーサルアナリティクス終了後は 2020 年 10 月にリリースされた最新版の Google アナリティクスである「Google アナリティクス 4 プロパティ (GA4)」がその代替することになります。

今から約 1 年半の間で GA4 の計測を開始させ、運用の移行を済ませる必要があります。

GA4 への移行の背景

このように GA4 がローンチされて 1 年足らずで UA からの完全移行が発表され、そこから 1 年半を目途に UA サポートが終了となる理由を解説致します。

まずやはりデバイスの多様化が進んでいる点が挙げられます。

スマホやタブレット、アプリなど、「PC で WEB サイトを見る」こと以外の利用シーンが急劇に拡大している背景が上げられます。このことにより、セッション数やページビューに対する評価の仕方が変化しています。従来型の評価軸だけでは自社の商品やサービスの評価は十分とはいえなくなっているということです。

また、ユーザーのプライバシー保護の観点から Cookie に依存した集計方法にも限界がきているともいわれています。

そういった中で、これまでの UA とは異なるデータ集計や分析が求められるようになってきた中での世代交代。という事になります。

GA4 になって変わること

では UA から GA4 に変わることで、何がどう変わるのか？

実は GA4 に変わることで、WEB サイトの計測の概念が大きく見直される結果になる為、この点はしっかりと理解しておく必要があります。

GA4 の主な特徴として、以下の通りまとめてみました。

「イベント」中心の計測方法

まず GA4 の最も特徴的な部分として、これまでの「セッション」、「ページビュー」中心の計測方法から、イベント中心の計測方法への移行が挙げられます。

例えば UA では主要な指標として計測されていた「ページビュー」もイベントの一つとして設定し、計測されることとなります。

同様に WEB マスターが必要とする指標は基本的にはカスタムイベントとしていわゆるイベントのひとつとして設定する必要があります。

「予測機能」の導入

加えて、これまで Google 広告で表示されていたような Google 独自の機械学習による予測機能が利用できるようになったことも分析を進めていく上で重要な変更点となります。これにより、アナリティクス自体単純に実績をモニタリングするだけでなく、今後の行動を予測することも可能です。

「プライバシーへの配慮」

様々なプラットフォームで Cookie が段階的に廃止される方向で進む中、GA4 はデータ規

制に対応した仕様であることを公言しています。

海外プロモーションに対する影響は

今回のリリースによる海外プロモーションへの直接的な影響はありません。

そもそも Google Analytics は計測手段の一つであって、刷新されたとしても直接的に集客に影響を与える訳ではないので、影響は無いと言い切れます。

ただ、これは海外に限った事ではありませんが、例えば従来であればイベントにコンバージョンを設定してその獲得効率等を分析していたことと比較すると、カスタムイベントの設定や閲覧が多彩且つ容易にできることなどからイベント機能を活用した独自の分析が実現しやすくなるという側面が生まれます。

また、予測機能を活用することで、これまでは済んだ結果を確認して改善策を講じるといったプロセスであった運用が、比較的早い段階でテコ入れすることができるようになる可能性もあります。

加えて Big Query との連携により、SQL 活用して（他のデータと統合するなどして）独自分析を実施することも可能になります。

まとめ

以上、今回は「ユニバーサルアナリティクス、2023 年 7 月 1 日でサポート終了」についてまとめてみました。

2023 年 7 月と完全に切り替わるまでまだ時間が残されている事や、同一アカウント内で双方のプロパティを並行して使用することが可能なことなどからも、できるだけ早期に GA4 プロパティを設置して運用方針の変更に関する準備をすることをお勧めします。

また、GA4 プロパティは UA プロパティと比較して設定に自由度が高い分、イベント機能

を活用した設定も煩雑になりがちです。

まだタグマネージャーを導入していない広告主はこの機会に導入を見当することで、分析の幅の広がりや迅速な設定の変更等の体制のテコ入れも実施しておくことも必要です。