

社長が見る3枚のダッシュボード：構成案（たたき台）

はじめに

本資料は、GA4とLooker Studioを活用し、経営者や決裁者が迅速な意思決定を行うための「社長が見る3枚のダッシュボード」の具体的な構成案を提示します。Web担当者やマーケティング担当者が、経営層へのレポートを効率化し、より質の高い議論を促進するための「たたき台」としてご活用ください。

各ダッシュボードの目的、表示すべき主要な指標、そしてAIを活用した運用ポイントをまとめています。貴社の事業特性や経営課題に合わせて、適宜カスタマイズしてご利用ください。

ダッシュボード1：全体把握と重要KPI（指名/非指名）

目的

事業全体の健康状態を俯瞰し、Webサイトが事業成長にどの程度貢献しているかを大局的に把握します。特に、ブランド認知度を示す「指名検索」と、新規顧客獲得の状況を示す「非指名検索」からの流入を明確に区別し、バランスの取れた経営判断を支援します。

表示すべき主要な指標と要素

カテゴリ	指標名/要素名	説明	表示形式の例
全体サマリー	総セッション数	Web サイトへの訪問総数	数値、前月比/前年比、トレンドグラフ
	総ユーザー数	Web サイトを訪れたユニークユーザー数	数値、前月比/前年比、トレンドグラフ
	コンバージョン数	最終的な目標達成数（例：問い合わせ、資料請求、購入）	数値、前月比/前年比、トレンドグラフ
	コンバージョン率	セッション数に対するコンバージョン数の割合	パーセンテージ、前月比/前年比、トレンドグラフ
集客チャネル	指名検索からのセッション数	企業名やブランド名での検索からの流入数	数値、前月比/前年比、トレンドグラフ
	非指名検索からのセッション数	一般的なキーワードでの検索からの流入数	数値、前月比/前年比、トレンドグラフ
	指名検索からの CV 数	指名検索経由でのコンバージョン数	数値、前月比/前年比
	非指名検索からの CV 数	非指名検索経由でのコンバージョン数	数値、前月比/前年比
収益性 (EC の場合)	売上高	Web サイト経由での総売上高	数値、前月比/前年比、トレンドグラフ
	平均注文単価	1 回の注文あたりの平均金額	数値、前月比/前年比

AI 活用ポイント

- **変化点の自動検知と要約:** 各指標の急激な変動（上昇・下降）を AI が自動で検知し、その変化の背景にある可能性のある要因（例：特定のキャンペーン開始、メディア露出など）を簡潔に要約して提示します。
- **コメント案の生成:** 月次レポート作成時などに、主要な KPI の動向と AI が検知した変化点を基に、経営層向けのコメント案を自動生成します。これにより、レポート作成時間を短縮し、担当者はより深い考察に集中できます。

ダッシュボード 2：コンバージョン導線の可視化

目的

コンバージョンに至るまでのユーザー行動の「流れ」を可視化し、どこでユーザーが離脱しているのか、どの経路が効果的なのかを把握します。これにより、Web サイト内のボトルネックを特定し、改善すべき具体的なポイントを明確にします。

表示すべき主要な指標と要素

カテゴリ	指標名/要素名	説明	表示形式の例
ファネル分析	各ステップのユーザー数	CVに至るまでの各ステップ（例：商品ページ閲覧→カート追加→購入完了）におけるユーザー数	棒グラフ、数値
	各ステップの離脱率	各ステップから次のステップへ進まなかったユーザーの割合	パーセンテージ、折れ線グラフ
経路分析	主要な CV 経路	ユーザーが CV に至った主要なページ遷移経路	サンキーダイアグラム、フローチャート
	離脱ページの特定	ユーザーが Web サイトを離脱した主要なページ	棒グラフ、ページリスト
フォーム分析	フォーム入力開始数	問い合わせフォームや資料請求フォームの入力開始数	数値、前月比/前年比
	フォーム入力完了率	フォームの入力開始数に対する完了数の割合	パーセンテージ、前月比/前年比

AI活用ポイント

- **離脱要因の分析補助:** 特定のステップで離脱率が高い場合、AIがそのページのコンテンツ内容、UI/UX、技術的な問題点などを分析し、改善提案のヒントを提供します。
- **最適化案の提案:** 経路分析の結果から、AIが効果的なCV経路を特定し、その経路を強化するための施策案（例：関連コンテンツの推奨、CTAの改善）を提案します。

ダッシュボード3：コンテンツ貢献度の多角的な評価

目的

Webサイトのコンテンツが、単なるPV数だけでなく、ユーザーエンゲージメントや最終的なコンバージョンにどれだけ貢献しているかを多角的に評価します。これにより、どのコンテンツに投資すべきか、どのようなコンテンツ戦略が事業成長に寄与するのかを判断するための材料を提供します。

表示すべき主要な指標と要素

カテゴリ	指標名/要素名	説明	表示形式の例
基本評価	記事別セッション数	各記事への訪問数	数値、棒グラフ
	記事別PV数	各記事のページビュー数	数値、棒グラフ
	記事別エンゲージメント率	ユーザーがコンテンツに積極的に関与したセッションの割合	パーセンテージ、棒グラフ
	記事別平均エンゲージメント時間	各記事でのユーザーの平均滞在時間	時間、棒グラフ
	貢献度評価	記事別コンバージョン数	各記事が直接的または間接的に貢献したコンバージョン数
記事別コンバージョン率		各記事からのセッションに対するコンバージョン数の割合	パーセンテージ、棒グラフ
記事別貢献度（アトリビューション）		どの記事が CV の初期、中間、最終段階で貢献したか（GA4 のアトリビューションモデルを適用）	テーブル、円グラフ（貢献度割合）
ユーザー行動	記事閲覧後の行動	特定の記事を閲覧したユーザーが次にどのページに遷移したか、CV したか	フローチャート、テーブル

AI 活用ポイント

- **高貢献コンテンツの特定:** PV 数は少なくとも CV に繋がりがやすい「隠れた優良コンテンツ」を AI が特定し、その特徴や改善点を分析します。
- **コンテンツ戦略の最適化:** 記事別貢献度やユーザー行動データを基に、AI が次に作成すべきコンテンツのテーマや、既存コンテンツのリライト・改善案を提案します。
- **コメント案の生成:** 各コンテンツのパフォーマンスと AI による分析結果を基に、経営層向けのコメント案を自動生成し、コンテンツ戦略会議での議論を深めます。

資料の活用方法と運用における留意点

この構成案はあくまで「たたき台」です。貴社の事業目標、ターゲット顧客、Webサイトの特性に合わせて、以下の点を考慮しながらカスタマイズしてください。

- 1 **KPIの厳選:** 経営判断に本当に必要な KPI に絞り込み、不要な指標は削除します。情報過多は判断を鈍らせます。
- 2 **視覚的な分かりやすさ:** グラフの種類や色使い、レイアウトを工夫し、一目で状況が理解できるよう視覚的な分かりやすさを追求します。
- 3 **定期的な見直し:** 事業環境の変化や Web サイトの改善に伴い、ダッシュボードの構成も定期的に見直しましょう。常に最新の経営課題に対応できる状態を保つことが重要です。
- 4 **AIとの協調:** AI はデータ分析の補助やレポート作成の効率化に貢献しますが、最終的な解釈や戦略立案は人の役割です。AI の示唆を参考にしつつ、経営層と担当者が密に連携し、最適な意思決定を行ってください。

この資料が、貴社のデータドリブンな経営を推進するための一助となれば幸いです。