



《2024年版》 Google広告コンバージョンタグ設置手順

この資料でできること

下記の手順通りに作業をすれば、初心者でもGoogleコンバージョンタグの設置が完了できます。

設定の流れ

1

コンバージョンを作成する

「資料請求完了」や「購入完了」などの計測したいコンバージョン毎に作成していきます。

2

コンバージョンタグを取得・設置する

コンバージョンタグのWebサイトへの設置方法は大きく分けて2つあります。

1. Webサイトへ直接設置する

2. Googleタグマネージャーで設置する

※Googleタグマネージャー (Google Tag Manager, GTM) は、ウェブサイトやアプリにおける様々なタグをコード編集なしで一元管理できる無料ツールです。GTMを利用することで、タグの追加や更新、管理を簡単に行うことができます。

3

コンバージョンリンカーを作成・設置する

「②の2.Googleタグマネージャーで設置する」手順で進めた場合は、Googleタグマネージャーでコンバージョンリンカーの作成・設置が必要となります。



1.コンバージョンを作成する

新しいコンバージョンアクションを作成する

2

コンバージョンタブの「概要」をクリック

3

「+新しいコンバージョンアクション」をクリック

1

管理画面左上の「目標」をクリック

The screenshot shows a management interface for conversion actions. On the left is a sidebar with icons for '作成' (Create), 'キャンペーン' (Campaign), '目標' (Goal), 'ツール' (Tool), '料金' (Fee), and '管理者' (Admin). The '目標' icon is highlighted with a yellow box. The main content area is titled '概要' (Overview) and has a sub-tab 'コンバージョン目標' (Conversion Goal). A yellow box highlights the '概要' tab in the left sidebar. Another yellow box highlights a '+新しいコンバージョンアクション' (New Conversion Action) button. Below this button is a table of existing conversion actions.

購入 アカウントのデフォルトの目標 16件中 16件のキャンペーン		
<input type="checkbox"/>	コンバージョン アクション	アクションの最適化 ↓
<input type="checkbox"/>		メイン
		ウェブサイト

Below the table, there is a section for 'カスタム目標' (Custom Goals) with a sub-item '顧客の獲得' (Customer Acquisition).

／ コンバージョンの種類を選択する

4

Webサイト上のコンバージョン計測であれば「ウェブサイト」をクリック

コンバージョンの測定を始めましょう

オンラインマーケティングで成果を上げるにはコンバージョン トラッキングが不可欠です。それにより、広告を見たユーザーのその後の行動（達成したコンバージョンアクション）を把握できます。コンバージョンアクションは、設定する際は一度に一つずつですが、測定する際は同時に複数測定できます。 [詳細](#)

トラッキングするコンバージョンの種類を選択してください。 ⓘ

ウェブサイト



ウェブサイトでのユーザー行動を
トラッキングします

アプリ



アプリでのユーザー行動をトラッ
キングします

電話件数



広告またはウェブサイト経由の通
話をトラッキングします

インポート



Google アナリティクスなどのソー
スからデータをインポートします

／ コンバージョンの設定をする

5

コンバージョン測定の対象とするWebサイトのURLを入力する

6

「スキャン」をクリック

コンバージョン測定の対象とするサイトのURLを入力してください。

ウェブサイトをスキャンすると、コンバージョンの測定準備ができていないかどうか判定されます。サイトでのコンバージョン測定に向けて、作成候補となるコンバージョンアクションが表示される場合があります。

ウェブサイトのドメイン
https://primenumbers.co.jp/

スキャン


保存して次へ キャンセル

7

「手動でコンバージョンアクションを追加」をクリック

カスタム機能にアクセスするには、コンバージョンアクションを手動で作成します。

コードを使用して手動でコンバージョンアクションを作成する



コンバージョンアクションを手動で設定する場合:

- トランザクション固有の値、取引 ID、またはその他のカスタムパラメータを使用する場合。
- ボタンまたはリンクのクリックを測定する場合。

このオプションを選択した場合、イベントスニペットをウェブサイトのコードに追加する必要があります。

+ 手動でコンバージョンアクションを追加

／ コンバージョンの設定をする

※ここではユーザーが30日以内に単価3,000円の商品を購入することをコンバージョン計測すると仮定して設定します

8

自社のコンバージョン（目的）に適したものを選択
※ここでは「購入」を選択する

目標とアクションの最適化
このアクションの目標カテゴリを選択します

カテゴリを選択

これらの目標またはカテゴリを使用すると、コンバージョンアクションをグループ化し、キャンペーンレポートを分割することができます。

9

作成するコンバージョンに任意の名前を設定

コンバージョン名

コンバージョン名を入力してください

例：「6月のニュースレターの配信登録」、「管理職への応募」、「大判クッキーの販売」

11

自社のコンバージョン設定にあったものを選択
※ここでは一人のユーザーが複数回購入することを想定して「全件」で設定

値

コンバージョンに価値を割り当てることで、広告の効果を測定します

- すべてのコンバージョンに同一の価値を割り当てる
- コンバージョンごとに異なる価値を割り当てる
トラッキングコードに動的な値を追加する手順は、次のページに表示されます。このコードを追加していない場合は、ここに入力されたデフォルトの価値が使用されます。

デフォルトの値を入力してください

日本円 (JPY ¥)

1

- このコンバージョンアクションでは値は使用しない (非推奨)

価格の異なる複数の商品を販売する場合は、それぞれに異なる値を指定します。コンバージョンごとに個別の値が記録されます。

[詳細](#)

10

自社のコンバージョン設定にあったものを選択
※ここでは「すべてのコンバージョンに同一の価値を割り当てる」を選択し、1CVごとの目安になる「3,000」を入力。

カウント方法

クリックなどのインタラクション1回につきコンバージョンをカウントする回数を指定します。

- 全件
商品の購入など、すべての購入に価値がある場合は、このオプションが推奨されます。
- 初回のみ
見込み顧客の獲得やユーザー登録など、1回の広告操作で生じた最初のコンバージョンのみに価値がある場合は、このオプションが推奨されます。

広告をクリックしたユーザーが、時期をずらして商品の購入を2回行った場合は、2件のコンバージョンが記録されます。

[詳細](#)

12

ユーザーが広告をクリックしてから何日間追跡するかを設定
※ここでは「30日間」を選択

クリックスルーコンバージョンの計測期間

30日間

エンゲージビューコンバージョンの計測期間

3日間

ビュースルーコンバージョン計測期間

1日間

アトリビューション

データドリブン (推奨)

拡張コンバージョン

Google タグを通じて管理されています。拡張コンバージョンを記録しています。

- ／ コンバージョン設定が完了したら、次はコンバージョンタグの取得・設置をしていきます。
タグの設置方法は大きく分けて以下の2種類です。

2. コンバージョンタグを取得・Webサイトへ設置する

3. Googleタグマネージャーで取得・設置する

13

※この画面を維持したまま次ページへ進んでください

2. コンバージョンタグを取得・Webサイトへ直接設置する

／ 直接コンバージョンタグを取得・設置する

1

「Googleタグの設定」タブを選択

2

Googleタグの設定の「設定」をクリック→次ページ「3」を確認

Google タグの設定

ウェブ担当者にメールで手順を送信

Google タグ マネージャーを使用する

1. Google タグを使用して測定を有効にする

Google タグを使用すると、ウェブサイトでのアクティビティを測定できます。各イベント スニペットでコンバージョンの測定を開始する前に、このタグを設定する必要があります。

Google タグ

設定

2. イベントスニペットを使用してコンバージョンを個別に測定する

コンバージョン目標	コンバージョン名
🛒 購入	test

イベントスニペットを確認

ウェブサイトで AMP フレームワークを使用している場合は、設定手順をメールで受け取ることができます

5

「イベントスニペットを確認」をクリック→次ページ「6」を確認

直接コンバージョンタグを取得・設置する

3

黄色括弧内の記号をクリックし、Googleタグをコピーする



Google タグの設定方法を選択

手動でインストールする [お住まいの](#)

以下は、このアカウントの Google タグです。このタグをコピーして、ウェブサイトのすべてのページのコード (<head> 要素の直後) に貼り付けます。各ページに複数の Google タグを実装することはできません。

```
<!-- Google tag (gtag.js) -->
<script async src="https://www.googletagmanager.com/gtag/js?id=AW-1009187091"></script>
<script>
  window.dataLayer = window.dataLayer || [];
  function gtag(){dataLayer.push(arguments);}
  gtag('js', new Date());

  gtag('config', 'AW-1009187091');
</script>
```

[📄](#)

[📘](#) エンドユーザーが欧州経済領域 (EEA) にいる場合、広告のパーソナライズと測定を引き続き行うためには、同意モードを設定します。 [始める](#)

[他のオプションを表示](#)

4

Webサイトの計測したいすべてのWebページの<head>タグの直前にペーストして貼り付け
→前ページの「5」へ戻る

6

「イベントスニペットをコピーして、コンバージョン計測したいWebページの<head></head> タグの間にある、Google タグの直後に貼り付け



「test」のコンバージョンイベントスニペット
このタグは Google タグと連携して Google 広告にデータを送信し、コンバージョンが発生したタイミングを示します

イベントスニペット イベントスニペットは Google タグと連携し、コンバージョンとしてカウントされるアクションを測定します。

ページの読み込み
コンバージョン達成直後のユーザーに表示するページにスニペットを追加します

クリック
コンバージョンが発生する前に、クリック数を測定するボタンまたはリンクがあるページにスニペットを追加します

スニペットを使用するには
1. 以下のスニペットをコピーします。
2. トラッキングするページの <head></head> タグの間にある、Google タグの直後に貼り付けます。

```
<!-- Event snippet for test conversion page -->
<script>
  gtag('event', 'conversion', {
    'send_to': 'AW-1009187091/RN9ACI7ewwHEZEJPyw-ED',
    'value': 1.0,
    'currency': 'JPY',
    'transaction_id': ''
  });
</script>
```

[コピー](#) [ダウンロード](#)

トランザクション固有の値とトランザクション ID を記録するには、イベントスニペットをカスタマイズしてください

[閉じる](#)

これでコンバージョン設定は完了です

3. Googleタグマネージャーで取得・設置する

Googleタグマネージャで取得・設置する

※Google広告管理画面

1

「Googleタグマネージャを使用する」タブを選択

Google タグの設定 ウェブ担当者にメールで手順を送信 Google タグ マネージャを使用する

Google 広告のコンバージョントラッキングタグを実装してください

Google タグ マネージャを使って、[Google 広告のコンバージョントラッキングタグを実装してください](#)。

コンバージョン ID
1009187091 **コンバージョンID**

コンバージョンラベル

お客様が作成したコンバージョンアクションのコンバージョンラベルを以下に示します

コンバージョンラベル
test
KN9ACI7ewMEZEJPym-ED

次のステップ

お客様のすべてのウェブページに[コンバージョンリンカータグ](#)を追加して、呼び出すように設定してください。

AMP ページを使用する場合は、別のコンテナが必要です。この情報を AMP ページのそのコンテナにも追加してください。

2

画面に表示される「コンバージョンID」と「コンバージョンラベル」を別途テキストに保存し、「完了」をクリック

Googleタグマネージャーでアカウントを作成する

※アカウントを既に作成済の場合はP17へ進んでください

※Googleタグマネージャーへログインする

3

Googleタグマネージャーで「アカウントを作成」をクリック



Googleタグマネージャーでアカウントを作成する

4

← 新しいアカウントの追加

アカウントの設定

アカウント名
例: 社名

国
アメリカ合衆国

Google や他の人と匿名でデータを共有

コンテナの設定

コンテナ名
例: www.mysite.com

ターゲットプラットフォーム

<input checked="" type="checkbox"/>	ウェブ デスクトップとモバイルのウェブサイトでの使用向けです
<input type="checkbox"/>	iOS iOS アプリでの使用向けです
<input type="checkbox"/>	Android Android アプリでの使用向けです
<input type="checkbox"/>	AMP Accelerated Mobile Pages での使用向けです
<input type="checkbox"/>	Server For server-side instrumentation and measurement

作成 キャンセル

任意の名前名を設定

自国（日本）を選択

任意の名前を設定

該当する項目を選択

GoogleタグマネージャーのコードをWebサイトへ設置する(初回のみ)

Googleタグマネージャーの初期設定として、コンテナをHTML内に直接埋め込んで設定していきます。コンテナはタグを一元管理する箱の様なもので、一度HTML内に設定すれば、あとはGoogleタグマネージャー上でコード編集なしでタグ設置、管理ができるようになります。

Google タグ マネージャーをインストール

下のコードをコピーして、ウェブサイトのすべてのページに貼り付けてください。

1. このコードは、次のようにページの **<head>** 内のなるべく上のほうに貼り付けてください。

```
<!-- Google Tag Manager -->
<script>(function(w,d,s,l,i){w[l]=w[l]||[];w[l].push({'gtm.start':
new Date().getTime(),event:'gtm.js'});var f=d.getElementsByTagName(s)[0],
j=d.createElement(s),dl=l!='dataLayer'?'&l='+l:'';j.async=true;j.src=
'https://www.googletagmanager.com/gtm.js?id='+i+dl;f.parentNode.insertBefore(j,f);
})(window,document,'script','dataLayer','GTM-T3J7VKKQ');</script>
<!-- End Google Tag Manager -->
```

2. 開始タグ **<body>** の直後にこのコードを次のように貼り付けてください。

```
<!-- Google Tag Manager (noscript) -->
<noscript><iframe src="https://www.googletagmanager.com/ns.html?id=GTM-T3J7VKKQ"
height="0" width="0" style="display:none;visibility:hidden"></iframe></noscript>
<!-- End Google Tag Manager (noscript) -->
```

3. ウェブサイトをテストする (省略可) :

例:

Google タグ マネージャー スニペットの導入について詳しくは、[クイックスタートガイド](#)をご覧ください。

OK

5

コードをコピーしてWebサイトのすべてのページの **<head>** 内のなるべく上のほうに貼り付け

6

コードをコピーしてWebサイトのすべてのページの **<body>** 直後に貼り付け

Googleタグマネージャーでコンバージョンタグを作成する

7

「新しいタグを追加」をクリック

The screenshot displays the Google Tag Manager interface for a workspace named 'Default Workspace'. The top status bar shows 'コンテナの品質: 非常に良い' (Container Quality: Very Good) and '問題は検出されませんでした。' (No issues detected). The left sidebar contains navigation options: サマリー (Summary), タグ (Tags), トリガー (Triggers), 変数 (Variables), フォルダ (Folders), and テンプレート (Templates). The main content area is divided into three columns. The first column, titled '新しいタグ' (New Tag), contains a sub-header '50種類を超えるタグタイプから1つ選択します' (Select one from over 50 tag types) and a button labeled '新しいタグを追加' (Add New Tag), which is highlighted with a yellow box and a callout. Below this is a '説明' (Description) section with a '説明を編集' (Edit Description) link. The second column, titled '現在編集集中' (Currently Editing), shows 'Default Workspace' and a summary of changes: 'ワークスペースの変更' (Workspace Changes) with 0 '修正済みの数' (Number of Corrections), 0 '追加済みの数' (Number of Additions), and 0 '削除済みの数' (Number of Deletions). A 'ワークスペースを管理' (Manage Workspace) link is at the bottom. The third column, titled '公開されなかった変更' (Changes Not Published), contains the instruction 'タグを追加して、変更内容を公開してください。' (Add tags and publish your changes). At the bottom of the interface is an 'アクティビティ履歴' (Activity History) section.

Googleタグマネージャーでコンバージョンタグを作成する

任意の名前を設定

8

× 名前のないタグ 保存

タグの設定

タグアイコンをクリック

タグタイプを選択して設定を開始...

トリガー

トリガーを選択してこのタグを配信...

Googleタグマネージャーでコンバージョンタグを作成する

11

「Google広告のコンバージョントラッキング」をクリック

10

タグタイプ「Google広告」をクリック



Googleタグマネージャーでコンバージョンタグを作成する

× 手順「8」で設定したタグ名 保存

タグの設定

タグの種類

Google 広告のコンバージョン トラッキング
Google 広告

12

⚠️ コンバージョン リンカーのタグがコンテナにありません。 [作成](#)

先ほどGoogle広告アカウントで取得した「コンバージョンID」と「コンバージョンラベル」を設定

コンバージョン ID ⓘ

コンバージョンラベル ⓘ

コンバージョン値

トランザクション ID ⓘ

通貨コード

Googleタグマネージャーでコンバージョンタグのトリガーを作成する

The screenshot shows the Google Tag Manager interface for configuring a conversion tag. At the top, a breadcrumb trail reads "手順「8」で設定したタグ名" and a "保存" (Save) button is visible. A green notification bar states "このワークスペースで追加されました" (Added to this workspace) with a "変更を破棄" (Discard changes) link. The "タグの設定" (Tag Settings) section includes "タグの種類" (Tag Type) set to "Google 広告のコンバージョントラッキング" (Google Ads Conversion Tracking). A warning icon and text indicate "コンバージョンリンカーのタグがコンテナにありません。" (Conversion linker tag is not in container). Below are fields for "コンバージョン ID" and "コンバージョン ラベル". The "トリガー" (Trigger) section is highlighted with a yellow box, containing a circular icon and the text "トリガーを選択してこのタグを配信..." (Select a trigger to publish this tag...). A yellow callout box with the number "13" and the text "トリガーアイコンをクリック" (Click the trigger icon) points to the trigger selection icon. A "詳細" (Details) link is located below the trigger selection area.

Googleタグマネージャーでコンバージョンタグのトリガーを作成する

14

右上の「+」をクリックして新規トリガーを作成する



15

任意のトリガー名を設定



16

トリガーアイコンをクリック

Googleタグマネージャーでコンバージョンタグのトリガーを作成する

17



• 該当のトリガータイプを選択
※トリガー設定では、コンバージョンタグが作動するタイミングを設定できる。お問い合わせや購入完了ページ（サンクスページ）をコンバージョンに設定したい場合は、「ページビュー」を選択。

※「ページビュー」を選択した場合の例

18



「一部のページビュー」を選択

19

「Page URL」を選択

20

コンバージョンをカウントするページのURLを入力

上記の設定を「保存」→「公開」したら、これでコンバージョン設定は完了です→続いて「4. Googleタグマネージャーでコンバージョンリンカーを設定する」に進みましょう。

4 . Googleタグマネージャーでコンバージョンリンカーを設定する

Googleタグマネージャーでコンバージョンリンカーを設定する

※コンバージョンリンカーを設定することで、Cookie情報からユーザー行動を分析して正確にコンバージョン測定できます。
そのためApple社などが実施しているセキュリティ対策（ITP対策）によるCookie規制配下でもITP規制前と同様にコンバージョン計測が可能となります。

1

「タグ」をクリック



The screenshot shows the Google Tag Manager interface. The left sidebar contains a menu with the following items: サマリー, タグ, トリガー, 変数, フォルダ, and テンプレート. The 'タグ' (Tags) item is highlighted with a blue background and a yellow border. The main content area shows the 'Tags' section with a message: 'このコンテナにはタグがありません。[新規] をクリックして作成してください。' (There are no tags in this container. Click [New] to create one.)

2

「新規」をクリック

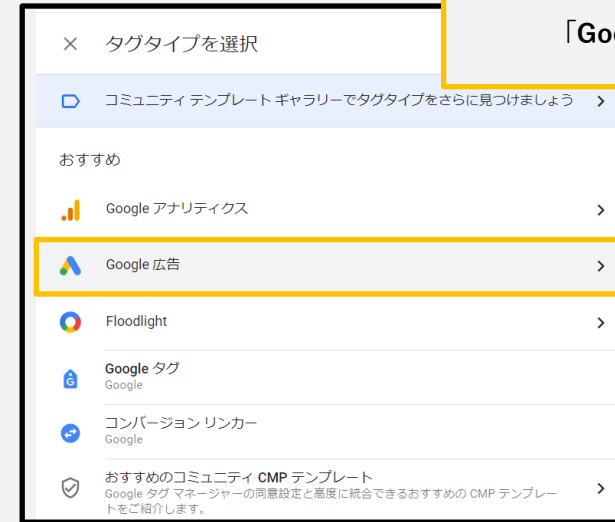
Googleタグマネージャーでコンバージョンリンカーを設定する

4



3

タグアイコンをクリック



「Google広告」をクリック

5



「コンバージョンリンカー」をクリック

Googleタグマネージャーでコンバージョンリンカーを設定する

× 名前のないタグ

保存

タグの設定

タグの種類

コンバージョンリンカー
Google

設定は不要です。詳細

リンカーのオプション

すべてのページ URL でリンクを有効化

ドメイン間でのリンクの有効化

Override cookie settings (advanced)

> 詳細設定

トリガー

トリガーアイコンをクリック

6

× トリガーの選択

名前 ↑	タイプ	フィルタ
All Pages	ページビュー	--
Consent Initialization - All Pages	同意の初期化	--
Initialization - All Pages	初期化	--

「All Pages」をクリック

7

上記の設定を「保存」→「公開」したら、これでコンバージョンリンカー設定は完了です。



会社概要

弊社はリスティング広告やSNS広告などWeb広告の運用コンサルティング業務と、LP・コーポレートサイトなどのWebサイト制作サービスを提供します。

社名	プライムナンバーズ株式会社 PRIME NUMBERS
所在地	〒163-1107 東京都新宿区西新宿6丁目22-1 新宿スクエアタワー7階
電話番号	03 - 6276 - 0568
資本金	5,000,000円
代表者	小林 大輔
設立	2012年10月3日

無料相談はこちら

<https://primenumbers.co.jp/>

広告運用サービスのご案内資料はこちら

<https://primenumbers.co.jp/download/primenumbers-service/>

Web制作サービスのご案内資料はこちら

<https://primenumbers.co.jp/download/web-pro-service/>