



Google Marketing Platform

# -PREMIUMLETTER-

2023年4月27日号

～Google マーケティング プラットフォーム情報をいち早くお届け～

*e-Agency*

刊行：(株)イー・エージェンシー

#本内容は、Google社の発信情報をベースに、当社における追記編集を施した内容となります。  
#本内容について、Google社からの変更、修正などがある場合がございますので、予めご了承ください。

*e-Agency*

# CONFIDENTIAL



本PremiumLetterに記載する内容と、サポートからお送りする情報は、  
GMP プレミアムサロンの体験版をご利用の皆様に向けて ご案内する内容となっております。  
これらの情報には、Google社および弊社の重要な内容が含まれております。

体験版での学習や業務にご活用いただく際は、機密情報の取り扱いに十分ご注意ください。  
貴社外の方への共有や、体験版以外での二次利用はお控えいただけますよう、お願い申し上げます。

# Google マーケティング プラットフォーム 最新情報のご案内

- プレミアムサロンの「障害情報」について

- [アナリティクス]更新情報



- GA プロパティ作成時の追加項目について
  - 「ビジネスの説明」
  - 「ビジネス目標を選択する」
- イベント作成・変更時に正規表現が使えるように
- サブプロパティ、統合プロパティでBigQueryエクスポートが可能に
- コンバージョンのカウント方法を変更できるように
- 一部のアトリビューションモデルが廃止に

- [タグ マネージャー]更新情報



- Safari 16.4のサーバーサイドタギング対策リリースに伴うsGTMの対応について

- [Google広告]更新情報



- 【GA4のコンバージョンをインポートしている方へ】デフォルトのアトリビューションモデルが変更

本PremiumLetterに記載された内容は、Google アナリティクス 360 ご契約のお客様のみにご提供するGoogle社の機密扱いの情報を含んでおります。記載情報の取り扱いには十分にご注意くださいますようお願い申し上げます。



## プレミアムサロンの「障害情報」について

ライセンス契約者様向け情報サイト「GMP プレミアムサロン」にて、GA360関連の障害情報を掲載しております。

The screenshot shows the GMP Premium Salon website interface. At the top left is the GMP premium salon logo. To its right is the text 'お客様限定のプレミアムな情報をお届け' and a search bar with 'キーワード検索' and a magnifying glass icon. Further right are icons for '学ぶ' (Learn) and '知る' (Know). Below the header is a section titled '障害情報' (Trouble Information). Under this section, there is a list of six GA4-related issues, each in a separate box with a horizontal line below it:

- 【GA4】 ページのURLに関するディメンションが"空欄"や (not set) と表示される事象について
- 【GA4】 標準レポートと比べて、探索レポートのデータが極端に少なく表示される事象について
- 【GA4】 GTM (iOS v5) の「イベントを修正」機能で、カスタム指標が更新できない事象が発生
- 【GA4】 比較機能で「デバイスカテゴリ」を使うと、データが正しく表示されない事象が発生
- 【GA4】 標準レポートで「ページバスとスクリーンクラス」が空欄で表示される事象が発生
- 【GA4】 データ削除リクエストしていないが、探索レポートに(data deleted)と表示される事象について

過去にプレミアムレターやバックログでご案内したもの、現在発生中のもの等、データを確認する上で影響を受ける可能性がある事象について、ご確認いただけます。



アナリティクス



アナリティクス

## GA プロパティ作成時の追加項目について

順次リリース

プロパティ作成時の工程がアップデートされました。プロパティ作成時の基本的な流れは変わりませんが、本項ではアップデートが行われた部分を2つご紹介いたします。

### ■これまでの工程

- ①【必須】「プロパティの設定」(プロパティ名等を入力)
- ②【任意】「ビジネスの概要」(業種等を選択)

### ■アップデート後の工程

- ①【必須】「プロパティを作成する」(プロパティ名等を入力)
- ②【必須】「ビジネスの説明」 **NEW** (業種等を選択)
- ③【必須】「ビジネス目標を選択する」 **NEW** (GA4標準レポートの左メニューの内容を選択)

※通常のプロパティだけでなく、サブプロパティや統合プロパティを作成する工程もアップデートされています

詳細は、次ページ以降をご確認ください。



# GA プロパティ作成時の追加項目について - 「ビジネスの説明」 -

順次リリース

## ■【必須】「ビジネスの説明」 NEW

### ビジネスの説明

以下の質問への回答にご協力ください。

#### ビジネスの詳細

業種 (必須)

1つ選択 ▾

ビジネスの規模 (必須)

小規模 - 従業員数 1~10 名

中規模 - 従業員数 11~100 名

準大規模 - 従業員数 101~500 名

大規模 - 従業員数 501 名以上

戻る 次へ

- ・これまでも同様の工程があり、選択は任意でしたが、「業種」「ビジネスの規模」が必須になりました。
- ・GAの利用目的を選択する「Google アナリティクスのビジネスにおける利用目的をお聞かせください。」が廃止になりました。



# GA プロパティ作成時の追加項目について - 「ビジネス目標を選択する」① -

順次リリース

## ■【必須】「ビジネス目標を選択する」 NEW

### ビジネス目標を選択する

お客様のビジネスに合わせてカスタマイズされたレポートの場合は、  
ビジネスにとって最も重要なトピックを選択してください。

	見込み顧客の発掘 ユーザーに関する指標を分析して、新規顧客を呼び込みます	<input type="checkbox"/>
	オンライン販売の促進 購入行動を分析して、売り上げを増やします	<input type="checkbox"/>
	ブランド認知度の向上 ビジネスの評判を広めます	<input type="checkbox"/>
	ユーザー行動の調査 サイトまたはアプリの利用状況を確認します	<input type="checkbox"/>
	ベースラインレポートの取得 複数の種類のレポート（このオプションを他のオプションと併...	<input type="checkbox"/>

[戻る](#) [作成](#)

- ・選択するビジネス目標に応じて、GA4の標準レポートの左メニューが変わります。  
(次ページ以降参照)
- ・1つ以上選択する必要があります。
- ・「見込み顧客の発掘」「オンライン販売の促進」「ブランド認知度の向上」「ユーザー行動の調査」は同時に複数選択できます。
- ・「ベースラインレポートの取得」は他の項目と一緒に選択することができません。
- ・ユニバーサルアナリティクス(UA)には、反映されません。





# GA プロパティ作成時の追加項目について - 「ビジネス目標を選択する」② -

順次リリース

例) 「見込み顧客の発掘」を選択した時に表示される標準レポートメニュー

### ビジネス目標を選択する

お客様のビジネスに合わせてカスタマイズされたレポートの場合は、  
ビジネスにとって最も重要なトピックを選択してください。

**見込み顧客の発掘**

ユーザーに関する指標を分析して、新規顧客を呼び込みます

**オンライン販売の促進**

購入行動を分析して、売り上げを増やします

**ブランド認知度の向上**

ビジネスの評判を広めます

**ユーザー行動の調査**

サイトまたはアプリの利用状況を確認します

**ベースラインレポートの取得**

複数の種類のレポート（このオプションを他のオプションと併...

レポートのスナップショット

リアルタイム

ビジネス目標

▼ 見込み顧客の発掘
 

- 概要
- ユーザー獲得
- トラフィック獲得
- ランディングページ

ユーザー

▼ ユーザー属性
 

- 概要
- ユーザー属性の詳細

▼ テクノロジー
 

- 概要
- ユーザーの環境の詳細

選択する「ビジネス目標」によってメニューが変わります。

詳細はヘルプを参照下さい。

ヘルプ: <https://support.google.com/analytics/answer/12924488>



# GA プロパティ作成時の追加項目について - 「ビジネス目標を選択する」③ -

順次リリース

## ■ビジネス目標による標準レポートの左メニューの違いについて

レポート名	見込み顧客の発掘	オンライン販売の促進	ブランド認知度の向上	ユーザー行動の調査	ベースラインレポートの取得
レポートのスナップショット	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
リアルタイム	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ビジネス目標 <b>NEW</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
ユーザー属性	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
テクノロジー					<input type="radio"/>
集客					<input type="radio"/>
エンゲージメント					<input type="radio"/>
収益化					<input type="radio"/>
維持率					<input type="radio"/>

※あくまでもデフォルトのレポート内容になりますので、表示されないレポートは「ライブラリ」にて後から表示することが可能です。 ヘルプ

: <https://support.google.com/analytics/answer/12949349>



アナリティクス

# イベント作成・変更時に正規表現が使えるように

リリース済

GA4では、管理画面にて、既存のイベントを基に新しくイベントを作成したり、イベントを変更することが可能ですが、その際の条件に正規表現を選択できるようになりました。このアップデートにより、柔軟な条件の設定が可能になりました。

## ■ イベントの作成・変更

GA4の左メニュー [管理] > プロパティ列 [イベント] から、イベントの作成・変更が可能です。正規表現は演算子から選択します。

正規表現を実行するときには、バックトラック法が使用されるため、複雑であったり、非効率的であったりするとサイトのパフォーマンスが低下する恐れがあります。処理時間が指数関数的に増加しないように、無制限あるいはネストされた繰り返し処理は使用しないでください。

ヘルプ

: <https://support.google.com/analytics/answer/13362581>

イベントの作成 test.com  
G-5CV2F4D3HH

既存のイベントに基づいて新しいイベントを作成します。 [詳細](#)

設定

カスタム イベント名

一致する条件  
他のイベントが次の条件のすべてに一致する場合にカスタム イベントを作成する

パラメータ 演算子 値

event\_name 次と等しい

条件を追加

次より小さい  
以下

正規表現に一致  
正規表現に一致しない  
正規表現に一致 (大文字と小文字を区別しない)  
正規表現に一致しない (大文字と小文字を区別しない)

パラメータ設定

ソースイベントからパラメータをコピー

パラメータを変更

修正を追加



## サブプロパティ、統合プロパティでBigQueryエクスポートが可能に

リリース済

通常のプロパティに加えて、サブプロパティ、統合プロパティでもBigQueryエクスポートが可能になりました。サブプロパティ、統合プロパティでBigQueryエクスポートを行う場合は、それぞれの管理画面からBigQueryと連携をお願いいたします。

The screenshot shows the GA4 interface for a sub-property. The left sidebar contains the following items: ユーザー, レポート用識別子, アトリビューション設定, プロパティ変更履歴, データ削除リクエスト, DebugView, サービスとのリンク, Google 広告のリンク, and BigQuery のリンク (highlighted with a red box). The main content area is titled 'BigQuery のリンク' and features a search bar with '検索' and a 'リンク' button. Below the search bar is a table with columns for 'プロジェクトID', 'プロジェクト名', and 'プロジェクト番号'. The table is currently empty, with a message below it stating 'リンクはまだありません。[リンク] をクリックして作成してください'.

### ◀BigQuery のリンク

GA4の左メニュー [管理] > プロパティ列 [BigQuery のリンク] にて、BigQueryと連携が可能です。

ヘルプ: <https://support.google.com/analytics/answer/9358801>



アナリティクス

## コンバージョンのカウント方法を変更できるように①

リリース済

GA4のコンバージョンは、コンバージョンに設定したイベントが計測される毎にカウントされておりましたが、**セッション毎に1回のみカウントする** ように変更できるようになりました。変更の仕方は、次項にてご紹介いたします。

- **[デフォルト]** イベントごとに 1 回
  - イベントが計測される毎にカウント
  - これまで通りのカウント方法
- **[NEW]** セッションごとに 1 回
  - セッション毎に1回のみカウント
  - UAの目標と同じカウント方法

### 【カウント方法の違いによる計測イメージ】

例) 1セッション中にコンバージョンに設定している「イベントA」を5回計測する

↳ 「イベントごとに 1 回」の場合: **コンバージョン数5**、イベント数5

↳ 「セッションごとに 1 回」の場合: **コンバージョン数1**、イベント数5



アナリティクス

## コンバージョンのカウント方法を変更できるように②

リリース済

コンバージョンの「カウント方法」の変更の仕方について、ご紹介いたします。

アナリティクス 全てのアカウント > プレミアムレター用  
プレミアムレター用 - 「URL 生成ツール + UTM」と検索してみてください...

管理 ユーザー

プロパティ + プロパティを作成  
プレミアムレター用 (868718442)

設定アシスタント  
プロパティ設定  
プロパティのアクセス管理  
データストリーム  
イベント  
① **コンバージョン**

過去 28 日間 3月18日～2023年4月14日  
Compare: 2月18日～2023年3月17日

コンバージョン イベント ネットワーク設定 ② **新しいコンバージョン イベント**

コンバージョン名 ↑	件数	変化率	値	変化率	コンバージョンとしてマークを付ける ①
CV_セッションごとに1回	0	0%	0	0%	<input checked="" type="checkbox"/> <b>カウント方法を変更</b>
CV_イベントごとに1回	0	0%	0	0%	

### 必要な権限: プロパティの「編集者」権限

- ①GA4の左メニュー [管理] > プロパティ列 [コンバージョン] を選択します。
- ②カウント方法を変更したいコンバージョン名の右端の三点リーダーから [カウント方法を変更] を選択します。
- ③「セッションごとに1回」にチェックを入れて、「保存」で完了です。

× カウント方法 (CV\_セッションごとに1回) **保存**

このコンバージョンのカウント方法を選択してください。選択したカウント方法は、今後発生するコンバージョン アクション のカウントに使用されます。過去のデータのカウントには使用されません。 [カウント方法の詳細](#)

⚠️ コンバージョンが発生するたびに詳細かつ正確にカウントされるように、カウント方法を [イベントごとに1回] に変更することをおすすめします。

③  イベントごとに1回  
イベントが発生するたびに、1回のコンバージョンとしてカウントされます。 **推奨**

**セッションごとに1回**  
特定のセッション内でイベントを1回だけコンバージョンとしてカウントします。



アナリティクス

## コンバージョンのカウント方法を変更できるように③

リリース済

各コンバージョンイベントの「カウント方法」は以下からご確認いただけます。

▼ [管理] > プロパティ列[コンバージョン] のキャプチャ例

コンバージョンイベント	ネットワーク設定
コンバージョン名 ↑	件数 変
CV_イベントごとに1回	0
CV_セッションごとに1回 	0

- ・各コンバージョンイベントでどのカウント方法を選択しているかは、管理のコンバージョン画面のみで確認できます。
- ・カウント方法を「セッションごとに1回」にしている場合は、**コンバージョン名横にアイコンが表示されます**。

### ご留意点

- ・コンバージョンのカウント方法を変更しても、計測済みのデータには変更が適用されません。
- ・コンバージョンのカウント方法を変更する場合は、変更日を別途把握していただき、ご関係者様に周知いただくことをお勧めいたします。

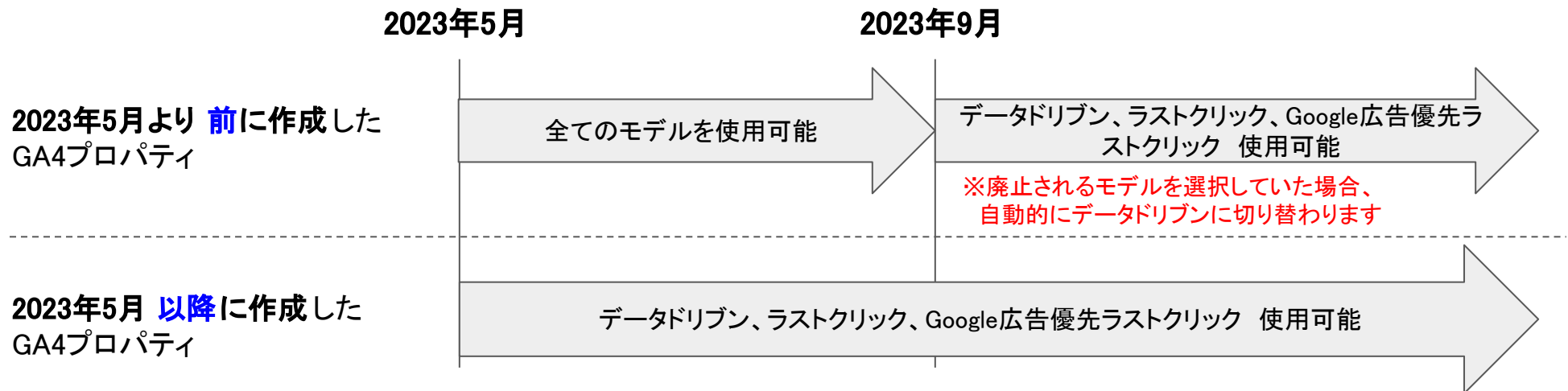
ヘルプ: <https://support.google.com/analytics/answer/13366706>



アナリティクス

## 一部のアトリビューションモデルが廃止に

GA4では複数のアトリビューションモデルが用意されておりますが、**ファーストクリック、線形、接点ベース、減衰が廃止される**ことが発表されました。今後は、データドリブン、ラストクリック、Google広告優先ラストクリックの3つのモデルのみ使用できます。



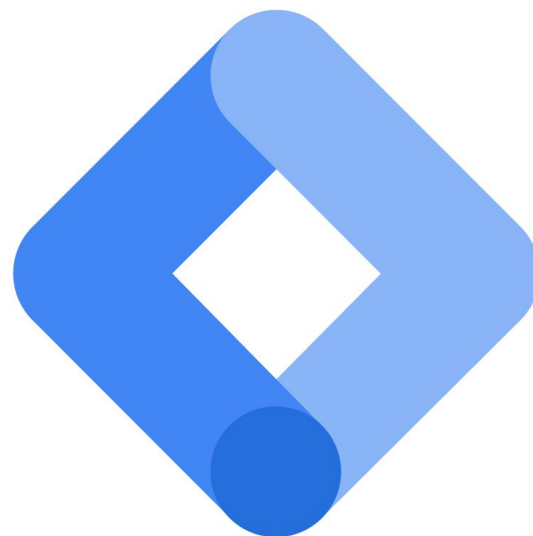
ヘルプ: <https://support.google.com/analytics/answer/10596866>



### ポイント!

事前定義されたアトリビューションモデルは、進化するカスタマージャーニーに柔軟に対応できないため、ファーストクリック、線形、減衰、接触ベースのモデルは使用できなくなります。そのため、GA4では、機械学習を使用したデータドリブンアトリビューションがデフォルトのアトリビューションモデルになります。





タグ マネージャー



タグ マネージャー

## Safari 16.4のサーバーサイドタギング対策リリースに伴うsGTMの対応について

リリース済

2023年3月28日にリリースされたSafari 16.4にて、サーバーサイドGTMから発行された1st Party Cookie (FPID) の有効期限が7日間に制限されるようになりました。

これによって、GA4+サーバーサイドGTMによって得られていた導入価値が消失・減少することになりました。

### サイト計測の観点

~~Cookieの有効期限が7日間から最長2年<sup>(\*)</sup>に~~

Cookieの有効期限は7日間の制限のまま

### 広告計測の観点

~~Google広告のGV計測が24時間<sup>\*</sup>から90日間に~~

従来の最大1日(24時間)には戻らず7日間の1st Party Cookie有効期限の制限

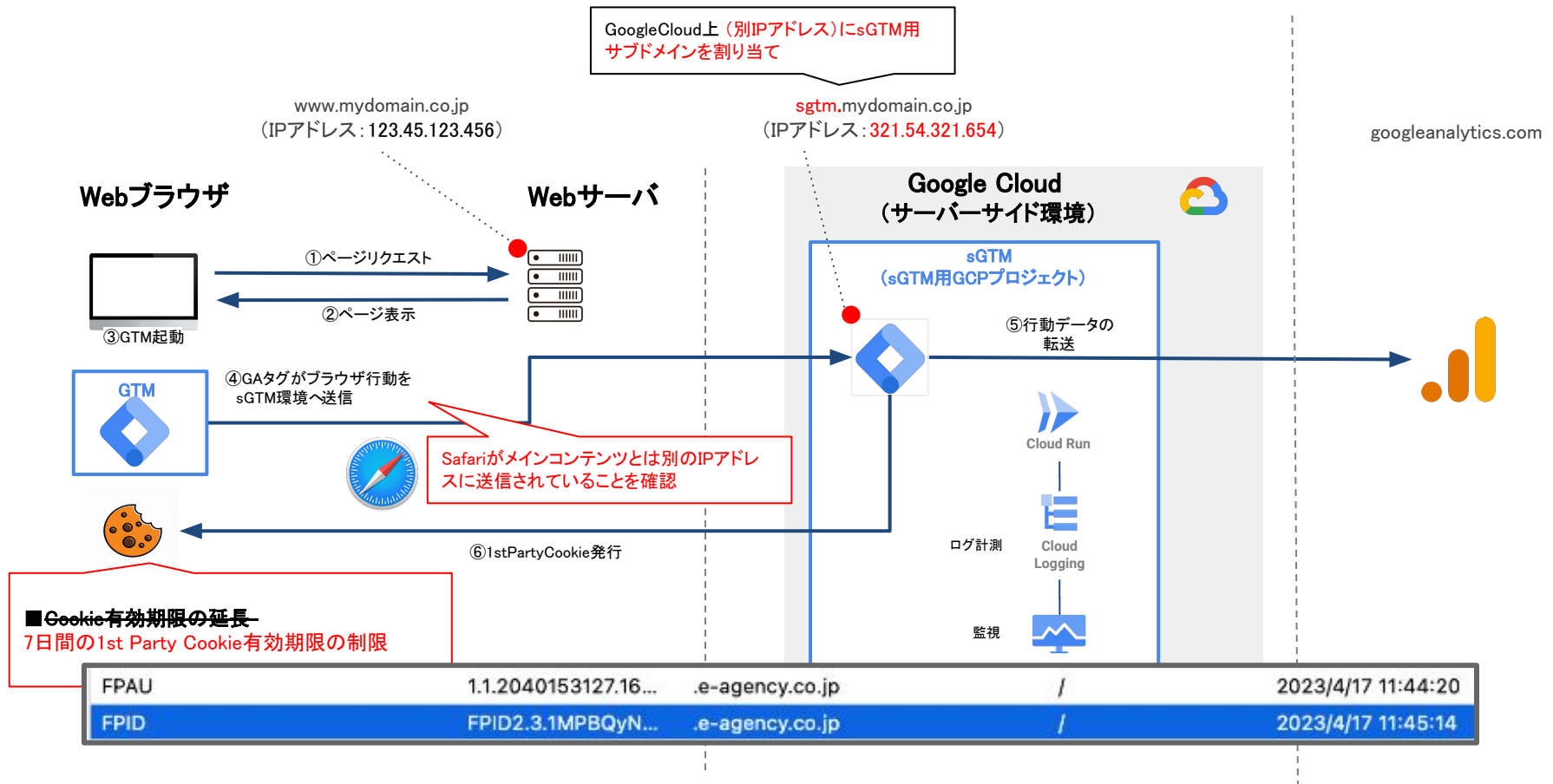


タグ マネージャー

# Safari 16.4のサーバーサイドタギング対策リリースに伴う sGTMの対応について

リリース済

今回のリリースは、1st Party Cookie発行元のIPアドレスが、メインコンテンツ(ウェブサーバー)と異なる場合に、有効期限を7日間に制限するという仕組みです。





タグ マネージャー

# Safari 16.4のサーバーサイドタギング対策リリースに伴う sGTMの対応について

リリース済

現時点の代替案は以下が想定されます。詳細説明を希望される方は担当営業までお問い合わせください。

プラン	手法	ポイント	Cookie			ITP 回避 有効性	実装 難度	導入 運用 コスト	お客様 作業 負荷
			発行元	GA	広告CV (※2)				
A	WebサーバーとsGTMサーバーを同一IPアドレス環境とするためのネットワーク構築	<ul style="list-style-type: none"> <li>sGTMとしての技術は担保される</li> <li>サーバー環境は別のため、ウェブサーバーに負荷をかけることはない</li> <li>開発・運用コストが高い(ネットワークスキルが必要)</li> <li>お客様の管理の環境に手を加える必要あり</li> </ul>	FPID サーバー 発行	最大2年 保持	90日保持	良	難	高	高
B	WebサーバーにsGTMを設置	<ul style="list-style-type: none"> <li>sGTMとしての技術は担保される</li> <li>ウェブサーバーにリクエストが飛ぶため、負荷をかけることによる影響が懸念される</li> <li>お客様の管理の環境に手を加える必要あり</li> </ul>	FPID サーバー 発行	最大2年 保持	90日保持	良	中	中	高
C	既存JS Cookie(.ga)の有効期限をサーバーからプログラムで上書き	<ul style="list-style-type: none"> <li>UAでは同様手法の対応実績あり</li> <li>実装・運用コストは抑えられる</li> <li>簡易的な手法であり、ITPリリースによる影響を受ける可能性は引き続き否めない</li> </ul>	.ga JS発行 (※1)	最大2年 保持	90日保持	可 ※現時点 では	易	安	低
D	Webコンテナへの切り戻し	<ul style="list-style-type: none"> <li>ITPへの対応を見送り、Webコンテナでのcookieの発行に切り戻し</li> </ul>	.ga JS発行 (※1)	7日保持	1日保持	不可	-	-	-
E	sGTMの利用を継続する	<ul style="list-style-type: none"> <li>サーバーサイド GTM を使わなかった場合の最短の Cookie 寿命である 1 日 (Google 広告の CV 計測) と比較した場合には、比較的 Cookie の持続性が担保される (7日間)</li> </ul>	FPID サーバー 発行	7日保持	7日保持	可 ※限定的	-	-	-

※1. .ga (JS発行) に切り戻す場合、ユーザー (ブラウザ) の保有する CID が切り替わるため一時的に新規ユーザーが増加いたします

※2. 広告 CV 計測の精度を高める施策としては有効ですが、リマーケティングは不可です。



Google 広告



## 【GA4のコンバージョンをインポートしている方へ】 デフォルトのアトリビューションモデルが変更

リリース済み

GA4のウェブのコンバージョンをGoogle広告にインポートする際に、デフォルトのアトリビューションモデルは「ラストクリック」でしたが、「データドリブン」に変更されました。今回のアップデートにより、最後のタッチポイントだけでなく、間接接点にもコンバージョンの貢献度が割り当てられるようになります。



### ◀アトリビューションモデルの確認・変更方法

Google広告の[ツールと設定] > [コンバージョン] > 対象のコンバージョンアクションを選択 > [設定を編集] > [アトリビューションモデル] より確認可能です。

※あくまでもデフォルトのモデルの変更になるので、「データドリブン」以外に変更したい場合は、インポート後にモデルを変更してください。

ヘルプ: <https://support.google.com/google-ads/answer/6259715>



### ポイント！

アプリのコンバージョンの場合は、「データドリブン アトリビューション」ではなく、引き続き「広告優先のラストクリック」になります。

いつもGoogle マーケティング プラットフォーム をご利用いただき誠にありがとうございます。  
サービスご利用にあたり、ご不明点・ご相談等ございましたらお気軽にご相談ください。  
日々サービスの向上に努めてまいりますので何卒よろしくお願い申し上げます。

株式会社イー・エージェンシー  
Google マーケティング プラットフォーム 専任チームスタッフ一同

「GMP プレミアムサロン」は、実践的な学びを提供し  
個々のスキルアップだけでなく、組織全体のデータリテラシー向上もサポートします。

ご質問等ございましたら、まずはお気軽にお問い合わせください。

[https://googleanalytics360-suite.e-agency.co.jp/premium\\_salon\\_sale/inquiry](https://googleanalytics360-suite.e-agency.co.jp/premium_salon_sale/inquiry)

まずは  
ご相談を！

