システム設定マニュアル
Approach DAM
Webトラッキング

目次

Webトラッキングとは 3
Google Analyticsの初期設定 8
BigQueryの初期設定 32
基本設定 52
トラッキングタグの設置 58
メール取込のための設定 75
連携ログ 84

Webトラッキングとは

Webトラッキングとは、自社HPの訪問者の行動履歴を取得する機能です。
誰が・どのページを見ていたかを把握することで、見込み客の関心事に合わせたアプローチが実施できるようになります。

▶ 初期設定の手順

Webトラッキング機能では「Google Analytics」とGoogle Cloudの「BigQuery」を利用してトラッキングデータを収集します。
Approach DAMのシステム設定を始める前に、上記システムの初期設定が必要です。大まかな設定手順は以下の通りです。

1. Google Analyticsの初期設定
   Google Analyticsのアカウント等を作成し、Webサイトを計測するための設定を行います。
   すでにGoogle Analyticsをご利用中の場合は、本項の手順は不要です。
2. BigQueryの初期設定
   Google Cloudのアカウントを作成し、Google AnalyticsのデータをBigQueryにエクスポートする設定を行います。
   すでにBigQueryをご利用中でも、本項の手順に沿ってApproach DAM用の設定を実施してください。
3. 基本設定
   BigQueryに保存されたトラッキングデータをApproach DAMに取り込むため設定を行います。
4. トラッキングタグの設置
   トラッキングデータを個人に関連付けて管理できるように、Approach DAM専用のトラッキングタグ（JavaScriptプログラム）をWebサイトに設置します。
5. メール取込のための設定
   Webサイトから問い合わせを受け付けた際に、送信者のWebトラッキングデータを取得するための設定を行います。

補足

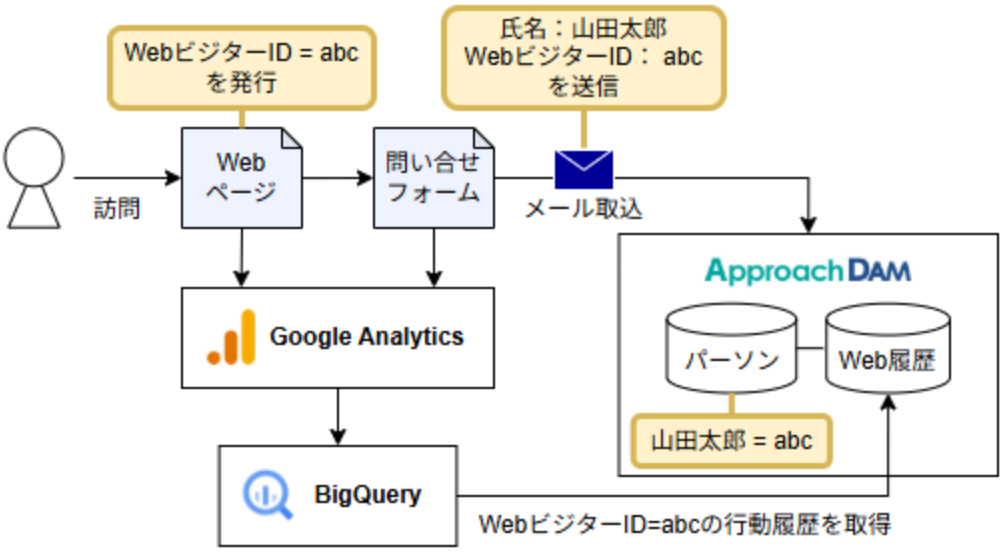
- 「2.BigQueryの初期設定」を実施した当日はデータが連携されないため、「3.基本設定」以降の手順はBigQueryの設定をした翌日以降に実施してください。
- Google Analyticsは無料で利用できますが、BigQueryは有料です。
  BigQueryを利用するにはクレジットカード情報の登録が必要なため、個人所有のGoogleアカウントではなく、会社や部署の代表アカウントを作成することをお勧めします。
- 月間10万PV（ページビュー）のサイトと連携する場合、BigQueryの月額利用料金は数円～数十円程度が見込まれます。
  ただし、上記料金はモデルケースでの試算のため、実際の金額を保証するものではありません。
- 本マニュアルは2026年4月時点のGoogle Analytics・Google Cloudの画面を元に作成しています。
  画面や用語が最新版と異なる場合は、Googleの公式ドキュメントを参照してください。
  Google Analytics：https://support.google.com/analytics/topic/14088998?hl=ja
  BigQuery：https://docs.cloud.google.com/bigquery/docs?hl=ja

▶ トラッキングの仕組み

Google Analyticsだけでは個人を識別できないため、Webサイトの訪問者に対してApproach DAM専用の個人識別子（WebビジターID）を発行します。メール取込やメール配信機能を使って、このWebビジターIDを顧客情報・パーソン情報と紐付けることができます。

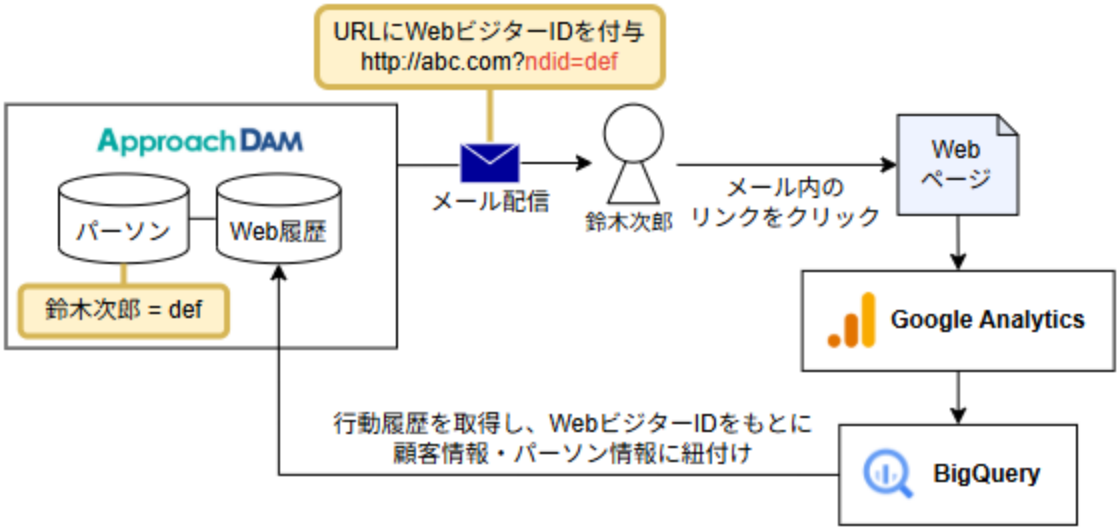
メール取込の場合

メール取込とは、問い合わせフォームの内容をメール経由でApproach DAMに取り込む機能です。
取り込むメール本文にWebビジターIDを入れてApproach DAMに取り込むことで、個人を識別した状態でWeb上の行動履歴を取得できるようになります。
メール取込をした直後に、それまで訪問者が参照していたページなどを確認できます。



メール配信の場合

メール取込をしていない人に対しても、メール配信でWebビジターIDを付与したURLを送信し、そのURLをクリックしてもらうことで、その後の行動履歴を取得できるようになります。
問い合わせフォーム（メール取込）を介さないトラッキングデータは、前日分のデータが1日1回取得されます。取得タイミングはGoogleによって保障されていませんが、概ね翌日の午前中に取得されます。


URLにWebビジターIDを付与
http://abc.com?ndid=def
ApproachDAM
パーソン
Web履歴
鈴木次郎 = def
メール配信
鈴木次郎
メール内の
リンクをクリック
Web
ページ
Google Analytics
行動履歴を取得し、WebビジターIDをもとに
顧客情報・パーソン情報に紐付け
BigQuery

▶ 注意事項

Cookieの制約

Webトラッキング機能ではCookieを利用しているため、以下の制約があります。

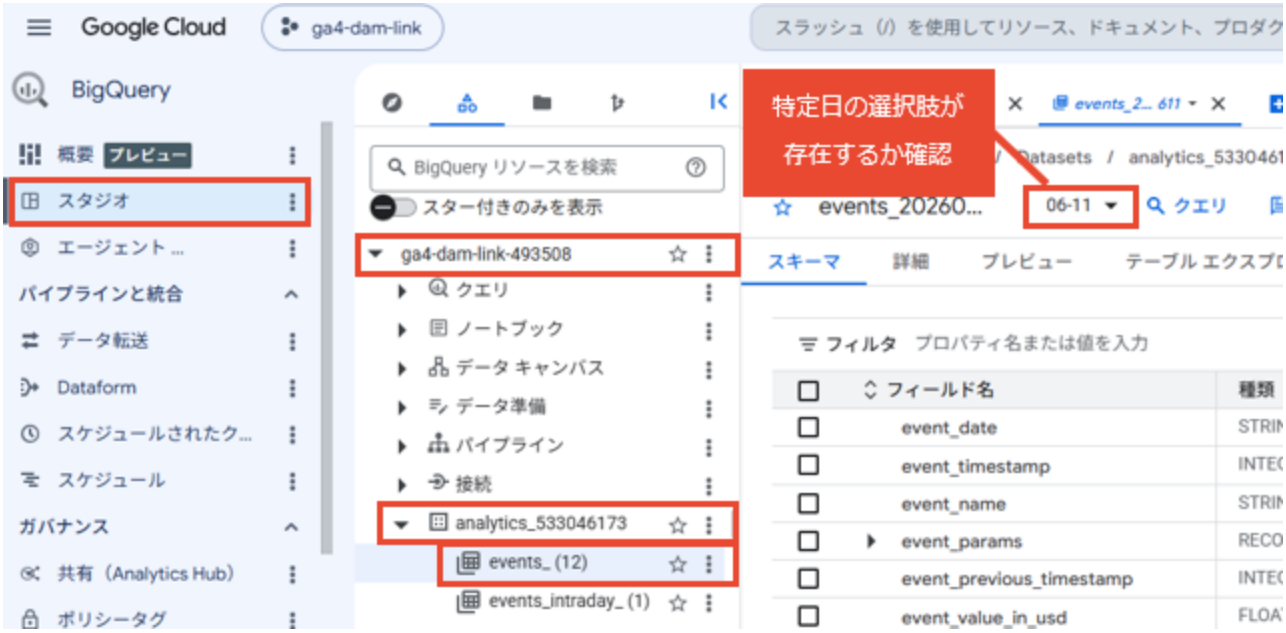
- サイト訪問者は端末・ブラウザ単位で識別されます。
  例えば、スマホで3ページを閲覧し、その後PCから2ページを閲覧して問い合わせフォームを送信した場合、スマホで閲覧した3ページの履歴は取得できません。
- トラッキングできる期間はサイト訪問者のブラウザによって異なります。
  2026年7月時点では、Chrome・Edgeは400日、Safariは7日が上限とされています。
  例えば、Safariで1月1日にページAを訪問し、1月8日にページBを訪問して問い合わせフォームを送信した場合、ページAの履歴は取得できません。

Google Analyticsの制約

Webトラッキング機能はGoogle Analyticsのデータを元にしているため、Google Analyticsがオプトアウトされている場合は、該当訪問者のデータを収集できません。

BigQueryの制約

- すべてのトラッキングデータを取得できない可能性があります。
  Approach DAMではGoogle AnalyticsからBigQueryへのエクスポート機能を利用しますが、データによってはエクスポートされるタイミングが遅くなる可能性があります。Approach DAMでは通常1日前のデータを取得していますが、この時点でエクスポートされていないデータは取得できません。
- Googleの障害・負荷状況によっては特定日のデータが取得できないことがあります。
  通常、１日分のWebトラッキングデータはBigQueryの「events_YYYYMMDD」という名称のテーブルに集約されますが、この日次テーブルが作成されない事象が過去に確認されています。この場合、Approach DAMでは該当日のトラッキングデータを取得できません。日次テーブルが作成されているかは、Google Cloudのコンソール画面から確認できます。



プライバシーポリシーについて

Webトラッキング機能を利用すると、Cookieに保存されたデバイス識別子（WebビジターID）がApproach DAMの顧客情報やパーソン情報といった個人を特定する情報を紐付けられます。
個人情報保護法により、このようなデータを収集する場合は利用目的等をプライバシーポリシーなどで公表する必要があります。また、電気通信事業法（外部送信規律）に該当する場合は、Cookieポリシーなどで、送信される情報の内容、外部送信先（Google LLC）の名称、その利用目的を記載する必要があります。

プライバシーポリシーに記載が必要な事項

- 取得する個人情報として「当社Webサイトの閲覧履歴」を追加します。
- 個人情報の利用目的として「当社Webサイトの閲覧履歴を分析し、お客様別の興味・嗜好に基づいた商品・サービスのご案内およびWebサイトの改善」を追加します。

参考サイト

- 「個人情報保護法」を分かりやすく解説。個人情報の取扱いルールとは？ | 政府広報オンライン
  https://www.gov-online.go.jp/article/201703/entry-7660.html#fourthSection
- 外部送信規律について | 総務省総合通信基盤局
  https://www.soumu.go.jp/main_content/000862755.pdf

オプトアウトについて

Webサイトの訪問者がトラッキングを拒否（オプトアウト）する機能があります。
システム設定画面から発行するApproach DAMのトラッキングタグは、Cookieの「ndid_optout」が「1」のときはWebビジターIDを発行しない仕組みになっています。
プライバシーポリシーやCookieポリシーページなどに「オプトアウト」のリンクを作成し、以下のようなJavaScriptプログラムを実装してください。

```
<a href="javascript:void(0):" onclick="oputoutApproachDam();">オプトアウト</a>
<script>
function oputoutApproachDam(){
  document.cookie = "ndid_optout=1; max-age=34560000; path=/; SameSite=Lax;";
  alert("オプトアウトしました。");
}
</script>
```

> **補足**
>
> - オプトアウトはドメインごとに実施する必要があります。
>   Cookieを使った仕組みのため、ドメインをまたいでオプトアウトの設定を引き継ぐことができません。
>   例えば、https://www.**ni-consul.co.jp**とhttps://www.**ni-ware.com**という2つのサイトでWebトラッキングを利用している場合、各サイトでオプトアウトのリンクを設置する必要があります。

Google Analyticsの初期設定

Webトラッキング機能を利用するには、トラッキング対象のWebサイトをGoogle Analyticsで計測する必要があります。
ここでは、Google Analyticsを利用するための初期設定について説明します。すでにGoogle Analyticsを利用している場合は、「BigQueryの初期設定」に進んでください。

▶ Google Analyticsの構成要素

Google Analyticsは、アカウント・プロパティ・データストリームの3要素で構成されます。
詳しくは、Googleの公式ドキュメント（https://support.google.com/analytics/answer/9679158?hl=ja）を参照してください。
初期設定に入る前に、以下の説明を参考にしてアカウント名・プロパティ名を決めてください。

- アカウント
  通常、会社単位で1つのアカウントを作成します。
  複数事業があり、相互に関連性がない場合などは複数のアカウントを作成することもあります。
  アカウント名の例：会社名（「NIコンサルティング」「NIコンサルティング ○○事業部」など）
- プロパティ
  通常、会社単位で1つのプロパティを作成します。
  自社で複数のサイト（コーポレートサイトとECサイトなど）を運用している場合でも、サイトの訪問者は両方のサイトを行き来する可能性があるため、サイトを横断してユーザー行動を分析するにはプロパティをまとめておく必要があります。
  BtoB向けとBtoC向けのようにサイト訪問者にとって関連性がないサイトの場合は、プロパティを分けることもあります。
  プロパティ名の例：サイト名（「共通プロパティ」「法人向けサイト」「個人向けサイト」など）
- データストリーム
  データストリームとは、データの収集源です。
  ウェブサイト・Androidアプリ・iOSアプリの3つを設定できますが、Approach DAMではウェブサイトのデータストリームのみを利用します。

> **補足**
>
> - 本マニュアルでは、基本的に1アカウント・1プロパティの前提で説明します。
>   初めてGoogle Analyticsを利用する場合、測定したサイトが複数あっても1アカウント・1プロパティで管理することをおすすめします。アカウントやプロパティを分けると設定の難易度があがるため、最初はシンプルな構成にしておいた方が無難です。

▶ Google Analyticsアカウントを作成する

アカウントの作成

以下のページにアクセスして、「測定を開始」ボタンをクリックします。
https://analytics.google.com/analytics/



「アカウントを作成」画面が開きます。
「アカウント名」に自社名などを入力します。
「アカウントのデータ共有設定」は任意に設定してください。特に問題なければ、初期値のままで構いません。
設定が完了したら、画面下部にある「次へ」ボタンをクリックします。



プロパティの作成

「プロパティを作成する」画面が開きます。
「プロパティ名」を入力します。
「レポートのタイムゾーン」は「日本」「(GMT+09:00) 日本時間」を選択します。
「通貨」は「日本円 (¥)」を選択します。
設定が完了したら、画面下部にある「次へ」ボタンをクリックします。



お店やサービスの詳細

「ビジネスの説明」画面が開きます。
自社に合った「業種」と「ビジネスの規模」を選択してください。
設定が完了したら、画面下部にある「次へ」ボタンをクリックします。



ビジネスの目標

「ビジネスの目標を選択する」画面が開きます。
自社の用途に近いものを選択してください。適当なものがない場合は、最下部の「その他のビジネス目標」を選択してください。
設定が完了したら、画面下部にある「作成」ボタンをクリックします。



「Google アナリティクス利用規約」の画面が表示されます。
上部のプルダウンで「日本」を選択すると、日本語の利用規約が表示されます。
内容を確認して「同意する」ボタンをクリックします。



データの収集

「データ収集を開始する」画面が表示されます。
「ウェブ」ボタンをクリックしてください。



「データストリームの設定」画面が表示されます。
「ウェブサイトのURL」に測定対象サイトのURLを入力してください。対象とするサイトが複数ある場合の設定は「対象サ

イトが複数ある場合」で説明します。ここでは、代表的な１サイトのURLを入力しておいてください。
「ストリーム名」には任意の名称（「ウェブサイト」など）を入力してください。
「拡張計測機能」にチェックを入れてください。
設定が完了したら、画面右上にある「作成して続行」をクリックしてください。



Googleタグの設定

「データストリームの設定」を閉じて少し待つと、「Googleタグの設定」画面が開きます。
「Googleタグ」とは、サイトに埋め込むJavaScriptのプログラムです。このタグを埋め込むことで、サイトのどのページが参照されたかなどのデータがGoogle Analyticsに記録されるようになります。

画面の説明にある「手動でインストールする」の手順でもGoogleタグを設置できますが、Approach DAMとの連携の際にメンテナンスしやすい「Googleタグマネージャー」の利用をお勧めします。「Googleタグマネージャー」を使用する場合は、左上の×ボタンで画面を閉じください。Google Analyticsの設定手順を済ませたあとに「Googleタグマネージャーでタグを設置する」の手順に沿って設定してください。
「手動でインストールする」を選択する場合は、画面の説明に沿って測定対象サイトにGoogleタグを設置したあと、左上の×ボタンで画面を閉じてください。



ウェブストリームの詳細

「Googleタグの設定」を閉じると、「ウェブストリームの詳細」画面が表示されます。
Googleタグマネージャーを使用する場合、画面上部に「データ収集がウェブサイトで有効になっていません。」という警告メッセージが表示されますが問題ありません。
左上の×ボタンで画面を閉じてください。



完了画面

「ウェブストリームの詳細」を閉じると、「データ収集を開始する」画面に戻ります。
画面下部の「次へ」ボタンをクリックしてください。



「Googleタグの設定」で「手動でインストールする」の手順を実施していないか、「Googleタグマネージャー」を使用する場合は、「データ収集は保留中です」と表示されますが、問題ありません。
「ホームに移動」ボタンをクリックしてください。



以下のような画面が開きます。これでGoogle Analyticsの設定は完了です。

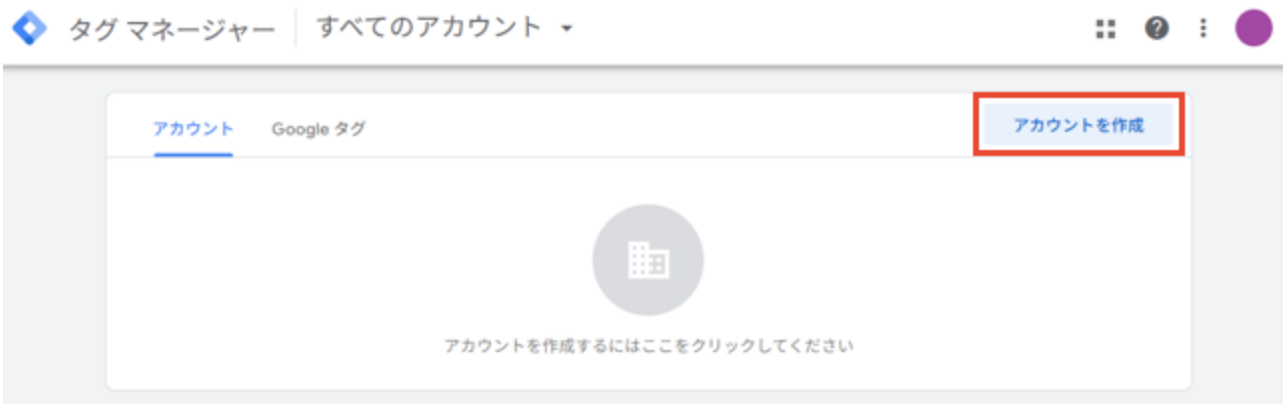

アナリティクス
すべてのアカウント > NIコンサルティング (...
共通プロパティ
「行動サマリー」と検索してみてくだ...
ホーム
ウェブサイトから受信したデータは
まだありません。
データ収集を開始するには、測定 ID を使用してウェブサイトにタグ
を設定します。G-GTSVL8L6BB
タグの設定手順を確認
アクティブ ユーザー
0
イベント数
0
キーイベント
0
過去 30 分のアクティブ ユーザー数
0

▶ Googleタグマネージャーでタグを設置する

Googleタグマネージャーとは、GoogleタグなどのWebサイト解析用のタグを一括管理するためのツールです。
Googleタグマネージャーで発行されたコード（以後「GTMコード」と呼称）を設置しておくことで、その後はサイトのHTMLを直接編集せずにタグの追加や編集ができます。
Approach DAMのWebトラッキング機能を利用には追加のタグ設置が必要になるため、Googleタグを手動でインストールするのではなく、Googleタグマネージャーを利用することを推奨します。

アカウントの作成

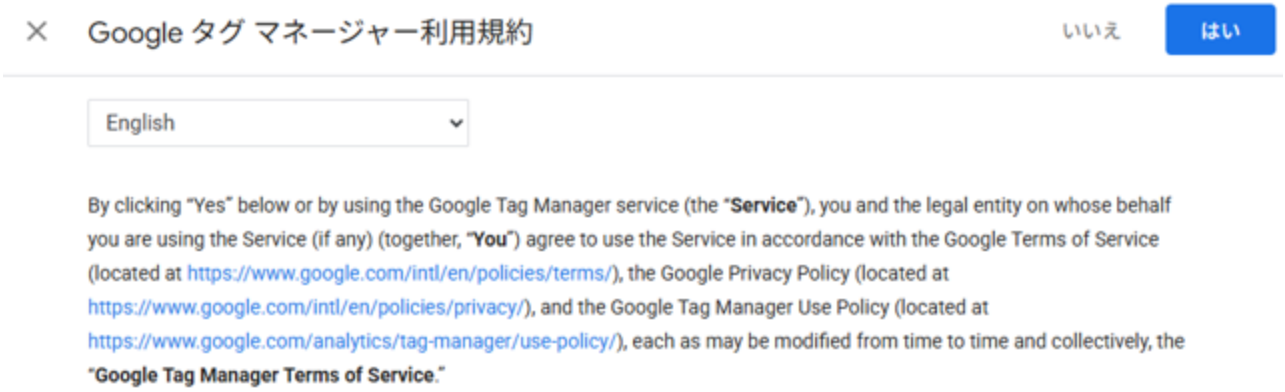
以下のページにアクセスして、「アカウントを作成」をクリックします。
https://tagmanager.google.com/



「新しいアカウントの追加」画面が開きます。
「アカウント名」に自社名など入力します。
「国」は「日本」を選択します。（選択肢の末尾付近に「日本」があります）
「コンテナ名」には対象サイトのドメインやサイト名を入力します。サイトが複数ある場合は、「全サイト共通」といった名称にします。
「ターゲット プラットフォーム」は「ウェブ」を選択します。
設定が完了したら、画面下部の「作成」ボタンをクリックします。



「Googleタグマネージャー利用規約」が表示されます。
内容を確認して、画面右上の「はい」ボタンをクリックしてください。



Googleタグマネージャーのインストール

利用規約に同意すると、「Googleタグマネージャーをインストール」のダイアログが開きます。
画面の説明に沿ってコードをWebサイトに設置してください。（Webサイトのすべてのページに設置が必要です。）
コードの設置が完了したら、右上の×ボタンをクリックしてください。



上記の「Googleタグマネージャーをインストール」のダイアログは、画面上部のコンテナIDをクリックすることで再表示させることができます。



（コードの設置例）

```
<!DOCTYPE html>
<html lang="ja">
    <head>
        <meta charset="UTF-8">
        <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0">
        <title>ホーム | 株式会社ＮＩコンサルティング</title>
        <meta name="description" content="ＮＩコンサルティングでは、経営コンサルティングノウハウを凝縮
        <link rel="stylesheet" href="assets/css/style.css">
        <!-- 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-KFTSNRTH');</script>
        <!-- End Google Tag Manager -->
    </head>
    <body>
        <!-- Google Tag Manager (noscript) -->
        <noscript><iframe src="https://www.googletagmanager.com/ns.html?id=GTM-KFTSNRTH"
        height="0" width="0" style="display:none;visibility:hidden"></iframe></noscript>
        <!-- End Google Tag Manager (noscript) -->
        <header>
            <div class="container">
                <a href="index.php" class="logo">株式会社ＮＩコンサルティング</a>
```

補足

- 「Googleタグマネージャーをインストール」のダイアログに表示される「3. ウェブサイトをテストする（省略可）」の「テスト」を実行した際に「ウェブサイトで Google タグが検出されませんでした。」と表示されますが、問題ありません。そのまま以降の手順を進めてください。

Googleタグの設定

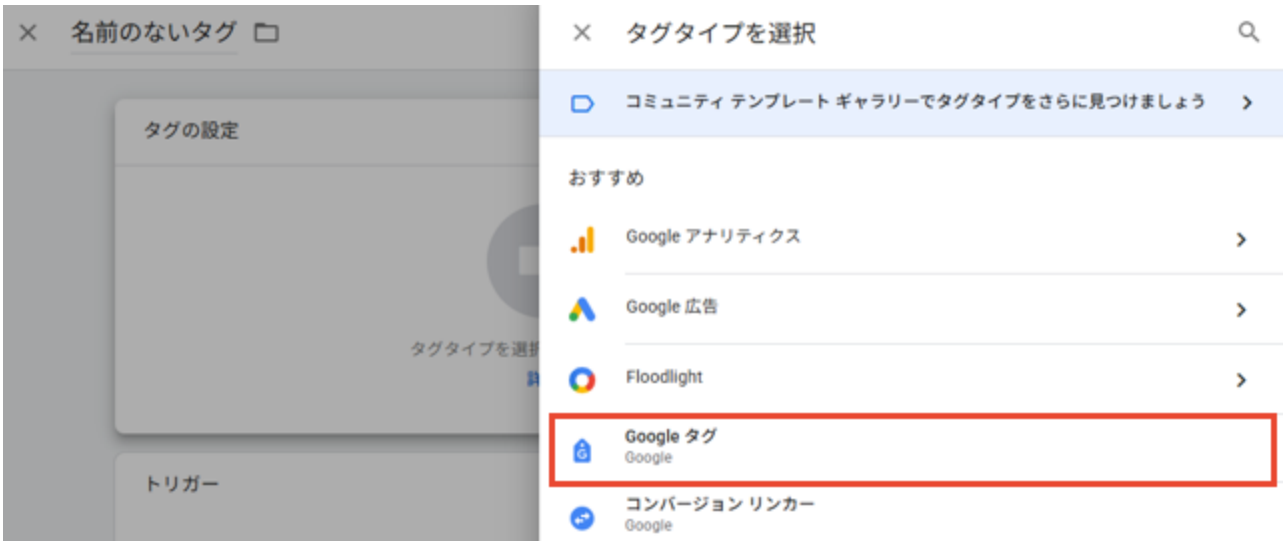
「ワークスペース」タブの左メニューにある「タグ」を選択し、「新規」ボタンをクリックします。



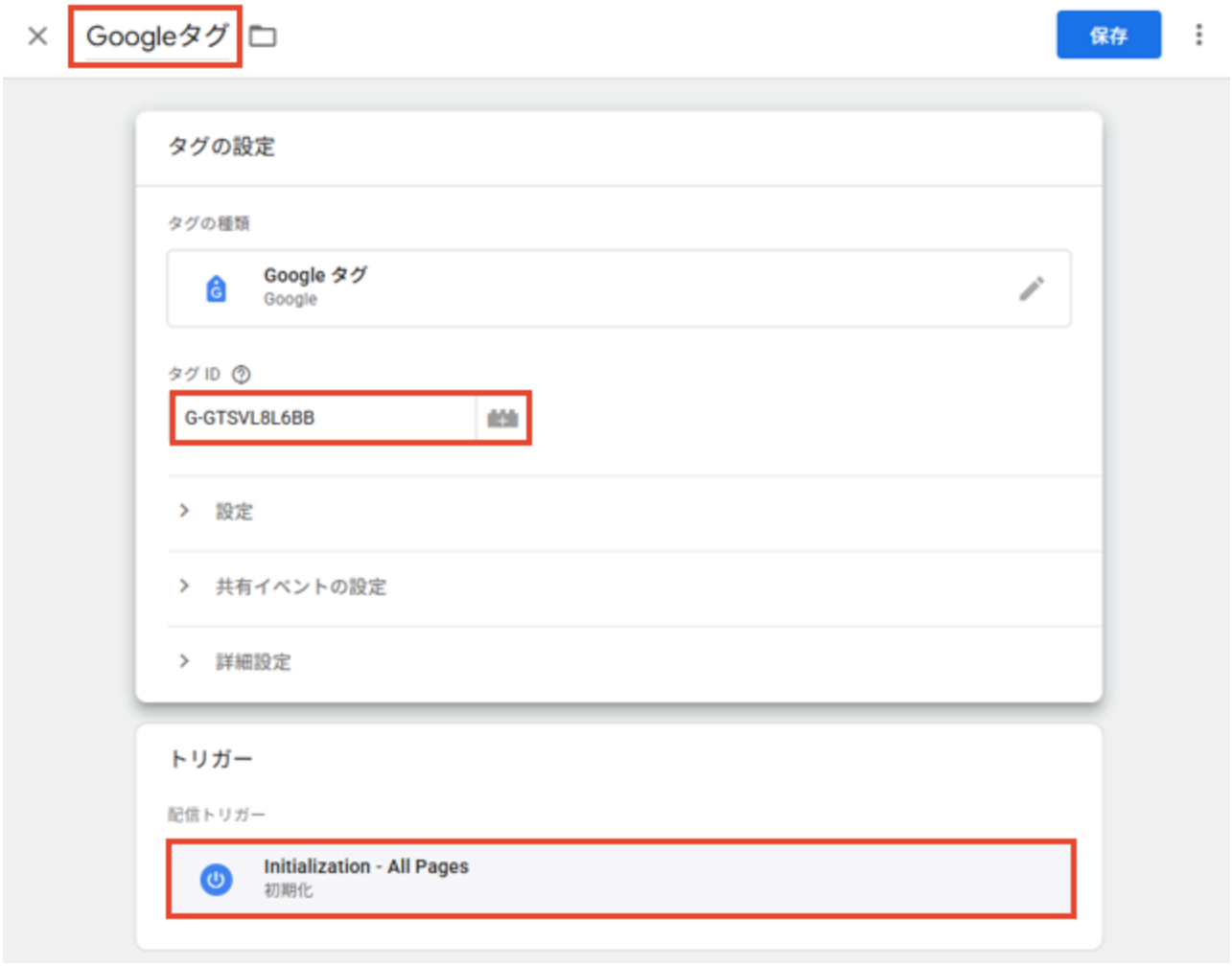
タグの新規登録画面で「タグの設定」領域をクリックします。



「タグタイプを選択」画面で「Googleタグ」をクリックします。



タグタイプを選択すると、元の画面に戻ります。
画面左上の名称欄に任意の名称（「Googleタグ」など）を入力してください。
「タグID」には、Google Analyticsの測定IDを入力してください。（測定IDの確認方法は後述します。）
「トリガー」には「Initialization – All Pages」を選択します。
設定が完了したら、画面右上「保存」ボタンをクリックします。



測定ID（タグID）はGoogle Analyticsの管理画面で確認できます。
Google Analytics（https://analytics.google.com/analytics/）で画面左下の「⚙」アイコンをクリックし、「データの収集と修正」の中にある「データ ストリーム」を選択し、画面右側のデータストリームを選択します。



「ウェブストリームの詳細」画面に測定IDが表示されます。
この値をコピーして、Googleタグマネージャーの「タグID」の欄に貼り付けます。



Googleタグのプレビュー

設置したGoogleタグが正常に動作していることを確認します。
「ワークスペース」タブの左メニューにある「タグ」を選択し、「プレビュー」ボタンをクリックします。



「Tag Assistant」画面が開くので、「ウェブサイトのURL」にGoogleタグを設置したサイトのURLを入力し、「リンク」ボタンをクリックします。



新しいウィンドウで指定されたURLのページが開きます。開いたウィンドウはそのままで、元のTag Assistantのウィンドウに戻ってください。
画面上部の「G-」から始まる測定IDのボタンをクリックして、画面下部の「送信されたヒット」の欄に「ページビュー」が表示されていれば、Googleタグが正しく設置されていることになります。
確認が終わったら、画面左上の×ボタンをクリックして、デバッグを停止してください。



Googleタグの公開

「ワークスペース」タブの左メニューにある「タグ」を選択し、「公開」ボタンをクリックします。



「変更の送信」画面が開きます。
「バージョン名」に任意の名称（「初回リリース」など）を入力して、画面右上の「公開」ボタンをクリックします。



補足

- Googleタグマネージャーでタグの変更などをした場合、「公開」をするまで変更内容は反映されません。
  設定変更後は公開の手順を実施するのを忘れないようにしてください。

タグが公開されたことの確認

公開したタグが正常に動作していることを、Google Analyticsの「リアルタイムの概要」から確認します。
Google Analytics（https://analytics.google.com/analytics/）の左メニューにある「レポート」から「リアルタイムの概要」をクリックします。
開いたページでアクティブユーザー数などがカウントされていることが確認できれば、タグが正常に動作していることになります。


アナリティクス
共通プロパティ
「先月と昨年同月のユーザー数の比較」と検索してみてください
レポートのスナップショット
リアルタイムの概要
リアルタイム ページ
ビジネス目標
見込み顧客の発掘
売上の促進
ウェブ / アプリのトラフィック...
ユーザー エンゲージメントと...
ユーザー
ユーザー属性
テクノロジー
ライブラリ
すべてのユーザー
比較を追加
リアルタイムの概要
ユーザー スナップショットを表示
過去 30 分のアクティブ ユーザー数
1
過去 5 分間のアクティブ ユーザー数
1
1 分あたりのアクティブ ユーザー数
1
0.5
福岡市
久留米市
アクティブ ユーザー：
ユーザーの最初の参照元別
#1
データがありません
ユーザーの最初の参...
アクティブ ユー...
データがありません
アクティブ ユーザー：オーディエンス別
#1 All Users
1
100%
オーディエンス
アクティブ ユー...
All Users
1
表示回数：
ページ タイトルとスクリーン名別
#1 ホーム | 株式会社ＮＩコンサル...
2
100%
ページ タイトルとス...
表示回数
ホーム | 株式会社N...
2

▶ 対象サイトが複数ある場合

Approach DAMのWebトラッキング対象としたいサイト（ドメイン）が複数ある場合、全サイトにGoogleタグを設置することで計測が可能になります。
※トラッキング対象としたいサイト（ドメイン）が１つのみの場合、本項の設定は不要です。「BigQueryの初期設定」に進んでください。

設定手順

1. Googleタグの設置
   トラッキング対象としたいすべてのサイトにGoogleタグを設置します。
   具体的な方法は「Googleタグを「Googleタグマネージャー」で設置した場合」または「Googleタグを「手動でインストール」で設置した場合」を参照してください。最初にGoogleタグを設置したサイトと同じ方法で、２サイト目以降も設定してください。
2. クロスドメインのリンク設定
   Google Analyticsの「クロスドメインのリンク設定」を実施することで、ドメインをまたいだ測定が可能になります。
   例えば、サイトA内でサイトBへのリンクをクリックした場合、通常は同一人物としてGoogle Analyticsに識別されませんが、クロスドメインのリンク設定を実施することで同一人物として識別することができます。
   クロスドメインのリンク設定を実施しなくてもApproach DAMの動作に影響はありませんが、設定しておくことを推奨します。
   具体的な手順は「クロスドメインのリンク設定」を参照してください。

> 補足
>
> - Approach DAMのWebトラッキング機能を複数サイトで利用するには、上記の手順とは別にApproach DAMのWebビジターIDを引き継ぐための設定が必要です。詳細は「別ドメインの対象サイトにWebビジターIDを引き継ぐ」を参照してください。
> - Approach DAMではGoogle Analyticsの複数のアカウント・プロパティをトラッキング対象にできますが、別のGoogleアカウントで設定したGoogle Analyticsのアカウント・プロパティは対象にできません。
>   Webトラッキング機能の対象にしたいサイトは、単一のGoogleアカウント内でGoogle Analyticsを設定してください。

Googleタグを「Googleタグマネージャー」で設置した場合

「Googleタグマネージャーのインストール」の手順に沿って、GTMコードを全サイトに設置してください。
GTMコードを設置すると、Googleタグマネージャーに設定済みのGoogleタグが自動的に適用されます。WebサイトのHTMLを編集したり、Googleタグマネージャーの設定を変更したりする必要はありません。

Googleタグを「手動でインストール」で設置した場合

Google Analytics（https://analytics.google.com/analytics/）を開き、設定したいプロパティを開きます。



画面左下の「⚙管理」をクリックし、「データの収集と修正」の中にある「データ ストリーム」を選択し、画面右側のデータストリームを選択します。



「ウェブストリームの詳細」画面が開きます。画面下部の「タグの実装手順で表示する」をクリックします。



「実装手順」画面が開きます。画面右側の「手動でインストールする」タブを選択し、Googleタグを表示します。Googleタグの右上にあるボタンをクリックして、Googleタグをコピーします。トラッキングしたいサイトの<head>要素の直後

に、コピーしたGoogleタグを貼り付けます。



クロスドメインのリンク設定

「クロスドメインのリンク設定」とは、ドメインが異なるサイト間でGoogle Analyticsのセッションを引き継ぎ、正確なユーザー行動を把握するためのものです。Google Analyticsが発行するCookie IDはドメインごとに異なりますが、この設定をすることで別ドメインのサイトにもCookie IDが引き継がれ、サイトを横断して同一ユーザーとして識別できるようになります。

> **補足**
>
> - 「クロスドメインのリンク設定」は、サブドメインだけが違うサイトの場合は不要です。
> 例えば、「https://**company.**example.com」と「https://**store.**example.com」という2つのサイトを計測対象にしたい場合は設定不要です。「https://www.**ni-consul.co.jp**」と「https://www.**ni-ware.com**」のようにルートドメインが異なるサイトでのみ設定してください。

Google Analytics（https://analytics.google.com/analytics/）を開き、設定したいプロパティを開きます。



画面左下の「⚙管理」をクリックし、「データの収集と修正」の中にある「データ ストリーム」を選択し、画面右側のデータストリームを選択します。



「ウェブストリームの詳細」画面が開きます。
画面下部にある「タグ設定を行う」をクリックします。



「Googleタグ」の設定画面が開きます。
画面下部にある「ドメインの設定」をクリックします。



「ドメインの設定」画面にて「条件を追加」ボタンをクリックし、Google Analyticsのセッションを引き継ぎたいサイトのドメインを入力します。
設定完了したら、画面右上の保存ボタンをクリックします。



クロスドメインのリンク設定をすると、指定されたドメインに遷移する際にURLに「_gl」のパラメーターが付与されます。
例えば、「https://www.ni-consul.co.jp」のページから「https://www.ni-ware.com」へのリンクをクリックした際、実際に開くページのURLは「https://www.ni-ware.com?**_gl=xxxxx**」になります。この「_gl」パラメーターが付与されていれば、クロスドメインの設定が正常に動作していることになります。

BigQueryの初期設定

Google Analyticsの計測データをApproach DAMに取り込むために、Google CloudのBigQueryを利用します。
ここでは、Google Cloudのプロジェクト作成から、Google AnalyticsとBigQueryを連携させる設定について説明します。

補足

- BigQueryには無料インスタンス（BigQueryサンドボックス）もありますが、無料版ではApproach DAMで利用する「ストリーミング エクスポート」機能が利用できないため、有料版でご利用ください。

▶ 2段階認証プロセスを有効にする

Google Cloudを利用するには、Googleアカウントで2段階認証プロセスを有効にする必要があります。
利用するGoogleアカウントにログインしたブラウザから以下のページにアクセスして、2段階認証プロセスの設定を実施してください。
https://myaccount.google.com/signinoptions/two-step-verification

▶ コンソール画面を開く

Google Cloudのコンソール画面（https://console.cloud.google.com/）にアクセスします。
初回のみ利用規約への同意画面が開きます。
「国」が「日本」になっていることを確認し、利用規約のチェックを入れたら、「同意して続行」をクリックしてください。



▶ プロジェクトを作成する

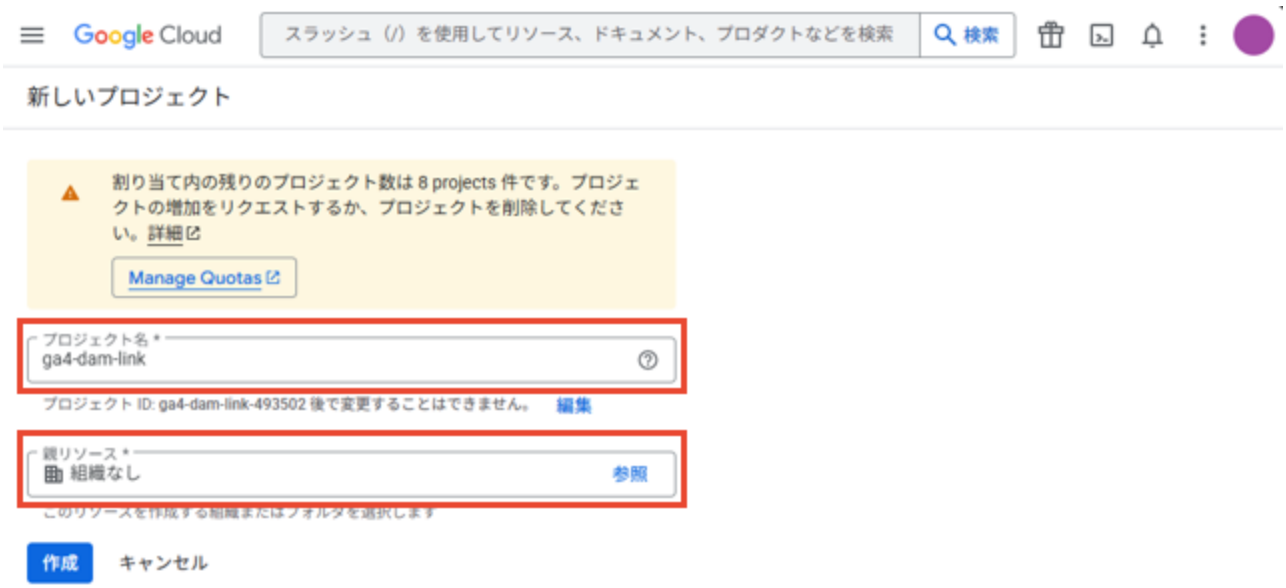
Google Cloudのコンソール画面（https://console.cloud.google.com/）にアクセスして、「プロジェクト選択ツール」を開きます。



「プロジェクトを選択」画面の右上にある「新しいプロジェクト」をクリックします。



「新しいプロジェクト」の作成画面が開きます。
「プロジェクト名」に任意の名称（「ga4-dam-link」など）を入力してください。
「親リソース」は「組織なし」のままで構いません。
設定が完了したら、画面下部の「作成」ボタンをクリックします。

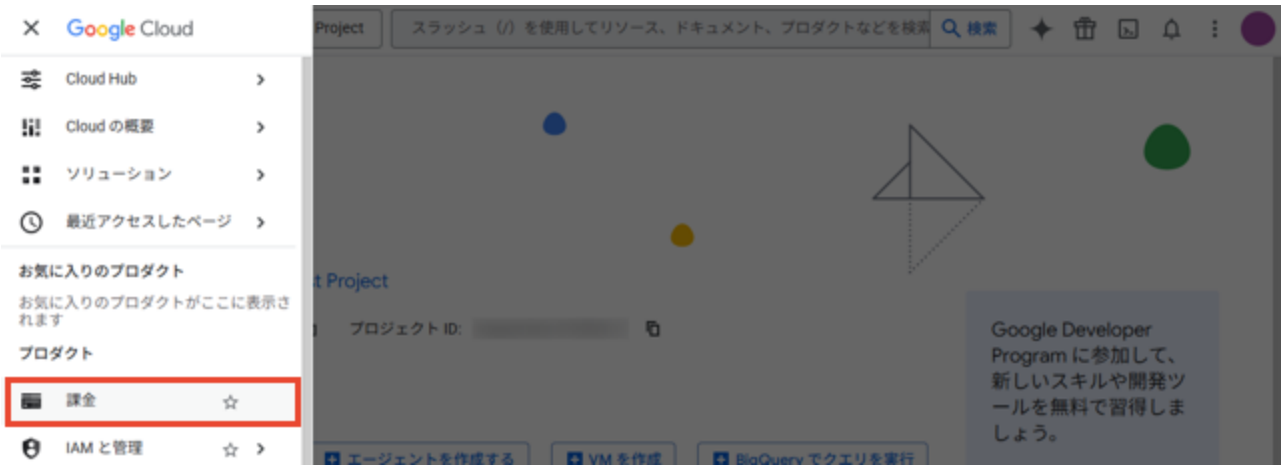


▶ 請求先アカウントを作成する

Google Cloudのコンソール画面（https://console.cloud.google.com/）にアクセスして、「プロジェクト選択ツール」からApproach DAMとの連携用に作成したプロジェクトを選択します。



画面左上の「≡」アイコンをクリックし、メニュー内の「課金」をクリックします。



「請求先アカウントの管理」画面が表示されます。
「請求先アカウントをリンク」をクリックし、「請求先カウントの作成」をクリックします。



「ステップ 1/2 アカウント情報」画面が開きます。
「国」が「日本」になっていることを確認し、「同意して続行」ボタンをクリックしてください。



「ステップ 2/2 お支払い情報の確認」画面が開きます。
「連絡先情報」の欄をクリックし、開いた画面で名前や住所を入力します。
連絡情報の入力が完了すると「お支払い方法」の欄が表示されます。入力欄をクリックして、クレジットカード情報を入力します。
設定が完了したら「無料で利用開始」ボタンをクリックします。（無料トライアルが利用できないGoogleアカウントの場合は、ボタン名が異なります。）



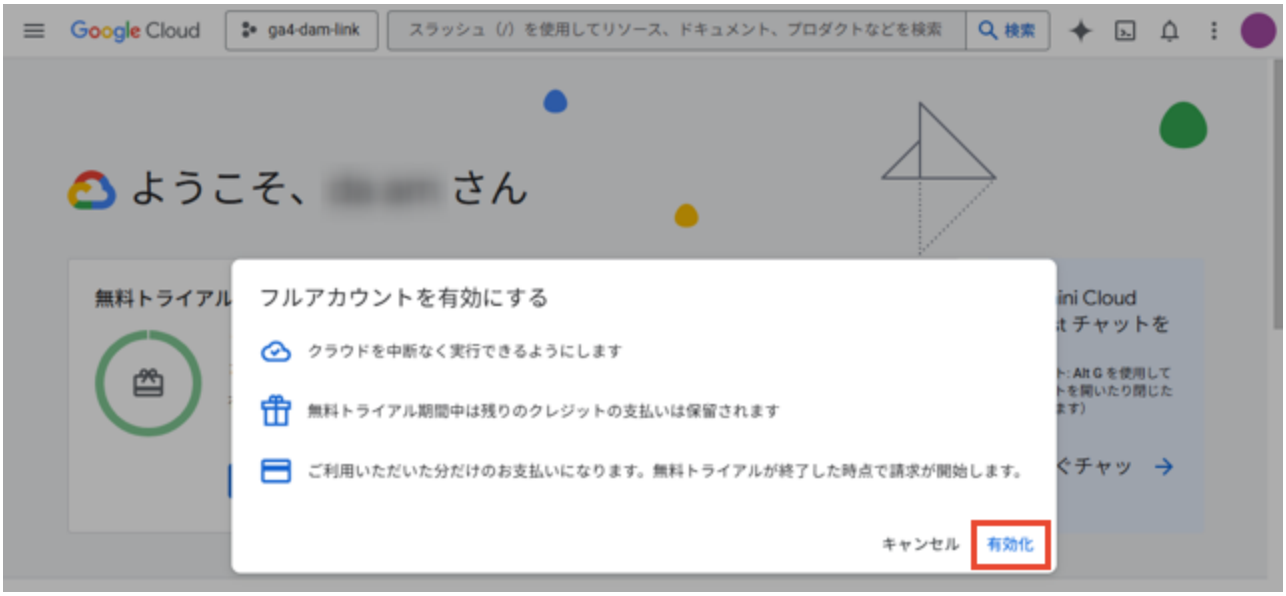
▶ フルアカウントを有効化する

Approach DAMとの連携には有料機能を利用する必要があるため、Google Cloudの無料トライアル期間が終了したあとに自動で課金が始まるように「フルアカウントの有効化」を行います。

Google Cloudのコンソール画面（https://console.cloud.google.com/）にアクセスして、「プロジェクト選択ツール」からApproach DAMとの連携用に作成したプロジェクトを選択します。
開いた画面に「無料トライアルをご利用中です」と表示されます。（別のページが開いた場合は、プロジェクト選択ツール横のGoogle Cloudのロゴをクリックしてください。）
「フルアカウントを有効化」ボタン（または画面上部に表示されるバナーの「有効化」ボタン）をクリックします。



確認画面が表示されるため、内容を確認して「有効化」をクリックします。



▶ BigQuery APIを有効にする

Google Cloudのコンソール画面（https://console.cloud.google.com/）にアクセスして、「プロジェクト選択ツール」からApproach DAMとの連携用に作成したプロジェクトを選択します。



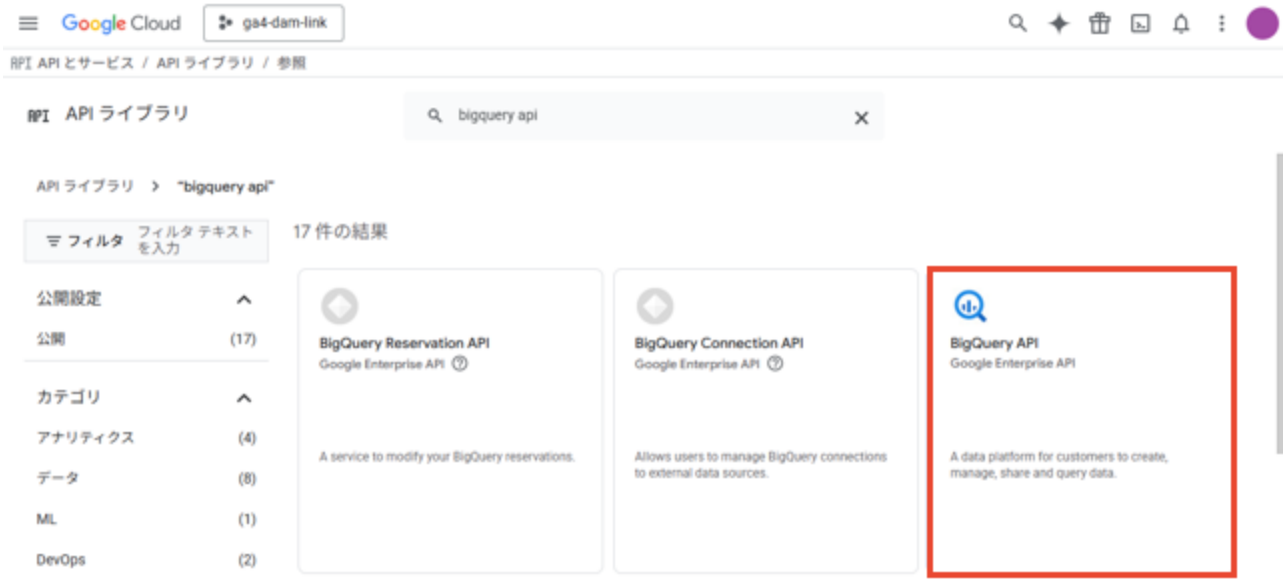
画面左上の「≡」アイコンをクリックし、メニューから「APIとサービス」を選択し、「ライブラリ」をクリックします。



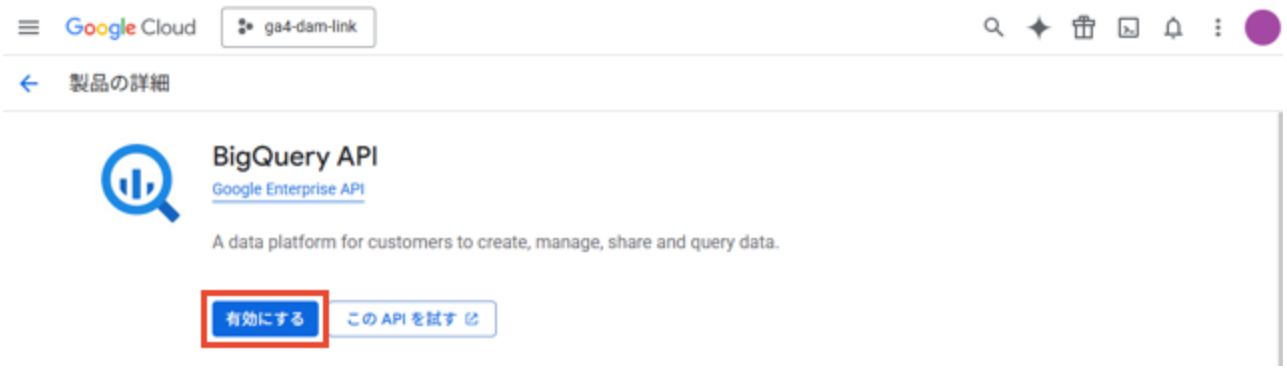
「API ライブラリ」の画面が表示されます。
画面上部の検索窓に「bigquery api」を入力し、エンターキーで検索を実行します。



検索結果画面で「BigQuery API」をクリックします。



「製品の詳細」画面が開きます。
「有効にする」ボタンが表示されている場合はクリックします。
「API が有効です」と表示されている場合は設定を変更する必要はありません。そのまま画面を閉じてください。



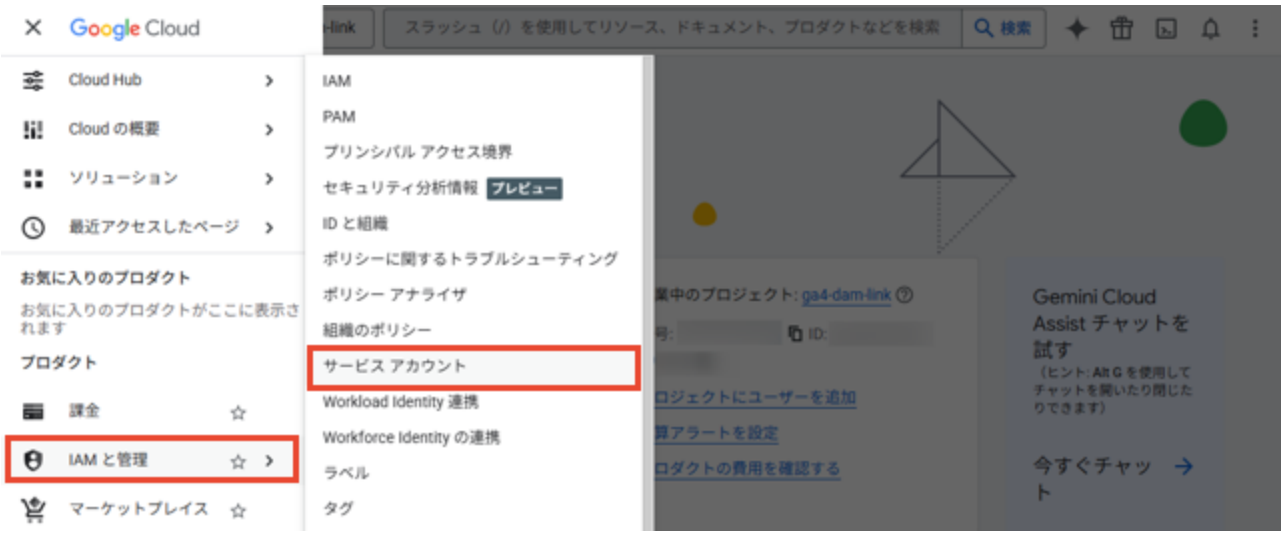
▶ サービスアカウントを作成する

サービスアカウントとは、外部システムからGoogle Cloudへアクセスするためのようなものです。
サービスアカウントを作成してApproach DAMに取り込むことで、Approach DAMからBigQueryのデータを取得できるようになります。

Google Cloudのコンソール画面（https://console.cloud.google.com/）にアクセスして、「プロジェクト選択ツール」からApproach DAMとの連携用に作成したプロジェクトを選択します。



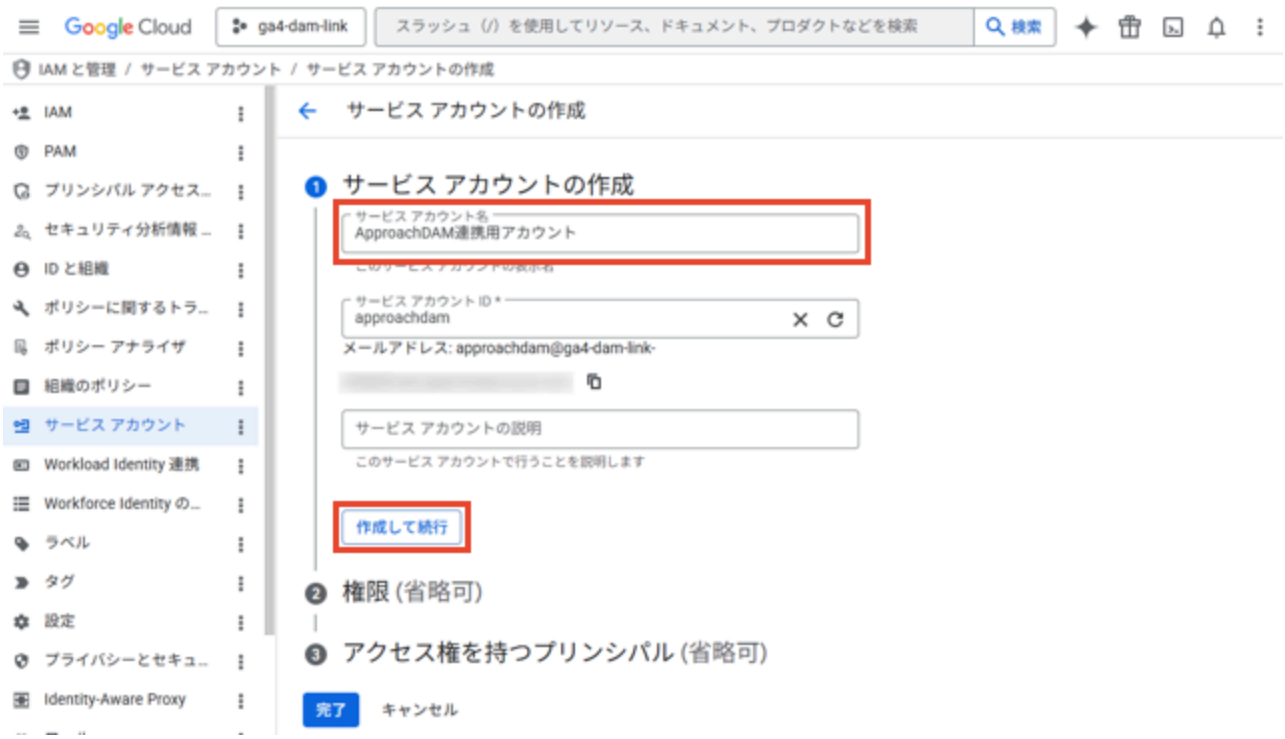
画面左上の「≡」アイコンをクリックし、メニュー内の「IAMと管理」から「サービス アカウント」をクリックします。



サービスアカウントの一覧画面が表示されます。
画面上部の「＋サービスアカウントを作成」をクリックします。



「サービスアカウントの作成」画面が表示されます。
「サービスアカウント名」に任意の名称（「Approach DAM連携用アカウント」など）を入力します。
「サービスアカウントID」は自動的に入力されます。特に問題がなければそのままで構いません。
「サービスアカウントの説明」は任意に入力してください。
入力が完了したら、「作成して続行」ボタンをクリックします。



次に権限の設定を行います。
「ロール」には、「BigQuery ジョブユーザー」と「BigQuery データ閲覧者」の2つを指定します。
※「＋別のロールを追加」ボタンをクリックして2つ目の登録欄を追加します。
設定完了したら、「続行」ボタンをクリックします。



※「ロール」の欄をクリックすると、検索用パーツが表示されます。
検索欄に「BigQuery ジョブユーザー」や「BigQuery データ閲覧者」と入力することで、該当のロールが表示されます。



「アクセス権を持つプリンシパル」の設定欄が表示されますが、設定は不要です。
画面下部にある「完了」ボタンをクリックします。



サービスアカウントの一覧画面に戻ります。
一覧右端の「：」ボタンをクリックし、「鍵を管理」を選択します。



鍵の管理画面で「キーを追加」ボタンをクリックし、「新しい鍵を作成」を選択します。



鍵の作成画面が表示されます。
「キーのタイプ」で「JSON」が選択されていることを確認して、「作成」ボタンをクリックします。



作成した鍵ファイルが、操作中のPCにダウンロードされます。
このファイルはApproach DAMのシステム設定で必要になるため、紛失しないように保管してください。
鍵ファイルがあるとBigQueryのデータにアクセスができるため、不特定多数の人がアクセスできるような場所に保管しないようにご注意ください。

▶ BigQueryのリンク設定

Google AnalyticsのデータをBigQueryに出力するための設定を行います。
Google Analytics（https://analytics.google.com/analytics/）を開き、対象のプロパティを選択します。



画面左下の「⚙」アイコンをクリックし、「サービス間のリンク設定」の中にある「BigQueryのリンク」を選択します。
画面右上の「リンク」ボタンをクリックします。



「BigQueryでリンクを作成する」画面が開きます。
連携先のGoogle Cloud（BigQuery）プロジェクトにApproach DAM用に作ったプロジェクトを選択し、「データのロケーション」には「東京 (asia-northeast1)」を指定します。
設定が完了したら「次へ」ボタンをクリックします。



「構成の設定」が開きます。
「データストリームとイベントの設定」をクリックします。



「データ ストリームとイベントを設定」画面が開きます。
「除外するイベント」の「追加」ボタンをクリックします。



「page_view」と「file_download」**以外**のすべてにチェックを入れ、画面右上の「追加」ボタンをクリックします。
（Google Analyticsの運用を始めた直後の場合、イベントの選択肢が表示されません。選択肢がない場合は、後日設定して

ください。）



補足

- 後述するストリーミングエクスポートが従量課金になるため、課金対象となるデータを削減するための設定です。
- イベントの選択肢には、すでにGoogle Analyticsに記録されているものだけが表示されます。
  Google Analyticsの運用開始直後は表示されるイベントが少ない可能性があるため、記録されるイベント数が増えた段階で本設定を見直してください。

追加後は「データ ストリームとイベントを設定」の画面に戻ります。
「除外するイベント」の一覧にチェックを入れたものが表示されていることを確認して、画面右上の「適用」ボタンをクリックします。



「BigQuery でリンクを作成する」に戻って、「エクスポートタイプ」の「毎日」と「ストリーミング（ベストエフォート）」にチェックを入れ、画面下部の「次へ」ボタンをクリックします。



「確認して送信する」が開きます。
内容に問題がなければ、画面下部の「送信」ボタンをクリックします。
以下のように「リンク作成済み」と表示されれば、設定は完了です。
画面左上の×ボタンで設定画面を閉じてください。



▶ テーブルの有効期限を設定する

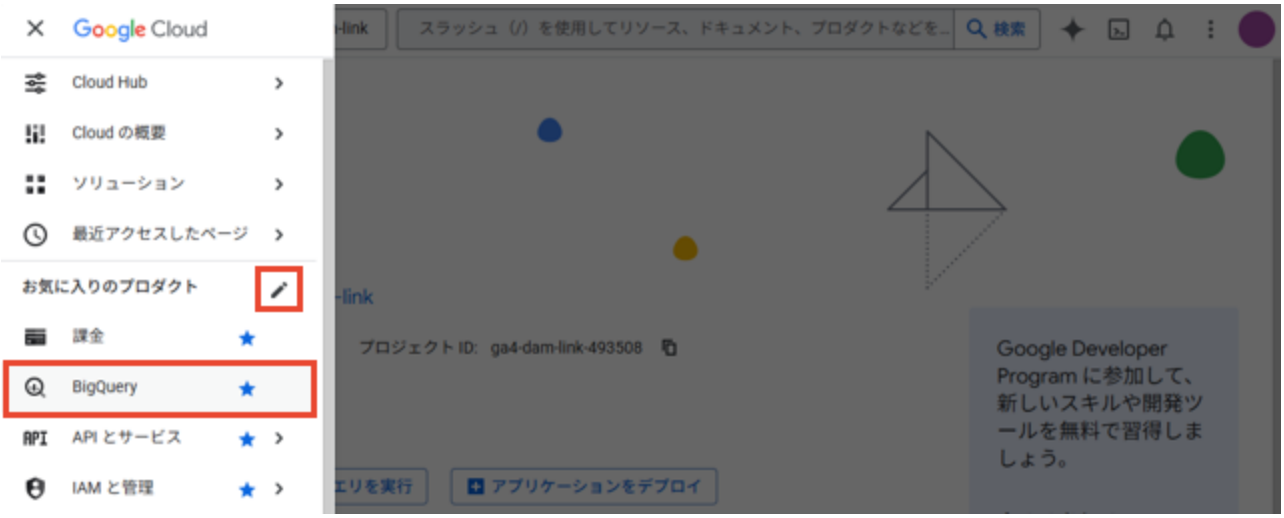
BigQueryは保存するデータ容量に応じて課金されます。
Approach DAM以外の用途でGoogle Analyticsからエクスポートしたデータを使う予定がない場合は、不要な過去データを自動削除することで料金を抑えることができます。

> **補足**
>
> - 本設定は「BigQueryのリンク設定」を実施した当日には実施できません。
> Google AnalyticsからBigQueryへのエクスポートは設定した翌日から反映されるため、設定当日は「analytics_（プロパティID）」のデータセットが作成されません。
> BigQueryのリンク設定をした翌日以降に実施してください。

Google Cloudのコンソール画面（https://console.cloud.google.com/）にアクセスして、「プロジェクト選択ツール」からApproach DAMとの連携用に作成したプロジェクトを選択します。



画面左上の「≡」アイコンをクリックし、メニュー内の「BigQuery」をクリックします。



※メニュー内の並び順は鉛筆アイコンから変更できます。
初期設定ではBigQueryが下部の方に配置されているため、並び順を変更して上位に配置することをお勧めします。

左端のメニューから「スタジオ」をクリックします。
「プロジェクトID」（以下の画面ショットでは「ga4-dam-link-数字」の欄）左側の「▶」をクリックして展開し、「analytics_（プロパティID）」をクリックします。（※analytics_（プロパティID）が存在しない場合は、翌日以降に設定を行ってください。）
画面右側上部に表示される「詳細」タブをクリックし、右端に表示される「詳細を編集」をクリックします。



「詳細を編集」画面が表示されます。
「テーブルの有効期限を有効にする」にチェックを入れ、「デフォルトのテーブル最長存続期間」に保持しておく日数を入力します。
Approach DAMでは最大7日前のデータを取得する可能性があるため、最低でも８日を指定してください。30日程度を指定することを推奨します。
設定が完了したら画面下部の「Save」ボタンをクリックします。



基本設定

本設定には、Google Cloudのサービスアカウントの鍵ファイルが必要です。
「Google Analyticsの初期設定」・「BigQueryの初期設定」に記載された設定を済ませてから本設定に進んでください。

補足

- 本設定は、「BigQueryのリンク設定」の設定をした翌日以降に実施することをお勧めします。
  BigQueryのリンク設定をした当日はGoogle AnalyticsのデータがBigQueryにエクスポートされないため、トラッキングタグの動作確認などが困難になります。

▶ 基本設定する

1. システム設定の「Sales Force Assistant」タブより「Webトラッキング」の「基本設定」を選択します。
   ⇒「Webトラッキング／基本設定」画面が表示されます。
2. 必要事項を入力し、最後に「保存」ボタンをクリックします。

項目名称	説明
利用設定	Webトラッキング機能の利用有無を指定します。
サービスアカウントの鍵ファイル	「サービスアカウントを作成する」で発行したJSON形式のファイルをセットしてください。 鍵ファイルはアップロードのみが可能で、本設定画面からのダウンロードはできません。 設定完了後もご自身のPCなどに保管しておいてください。
レポートのタイムゾーン	Google Analyticsの「レポートのタイムゾーン」と同じタイムゾーンを指定してください。 Google Analyticsのプロパティが複数ある場合は、全プロパティでタイムゾーンを統一してください。 レポートのタイムゾーンの確認方法は「Google Analyticsのプロパティを確認する」を参照してください。

対象サイト

項目名称	説明
プロパティID	トラッキング対象サイトが属するGoogle Analyticsのプロパティ IDを入力してください。 「BigQueryのリンク設定」の翌日以降に本設定を実施している場合は、サービスアカウントの鍵ファイルをセットしたときに自動入力されます。 プロパティID確認方法は「Google Analyticsのプロパティを確認する」を参照してください。
URL	トラッキング対象サイトのURLを入力してください。 1つのプロパティでドメインが異なるサイトを計測している場合は、全サイトのURLを改行区切りで入力してください。一部のパスのみを計測対象にしたい場合は、パスも含めて入力してください。 詳細は「対象サイトURLの設定例」を参照してください。

トラッキングタグ

項目名称	説明
トラッキングタグ	Googleタグの設置方法によって、Approach DAMのトラッキングタグと設定方法が変わります。 Googleタグマネージャーを利用している場合は「Googleタグマネージャーを利用」を、Google Analyticsの「手動でインストールする」の手順を実施している場合は「Googleタグ（gtag.js）を直接利用」をそれぞれ選択してください。 WebビジターIDの引き継ぎについては「別ドメインの対象サイトにWebビジターIDを引き継ぐ」を参照してください。 「タグを表示」ボタンをクリックすると、設定に応じたトラッキングタグが表示されます。タグをコピーして、「トラッキングタグの設置」の手順に沿って設置を行ってください。
動作確認	Approach DAMのWebビジターIDが発行されていることを確認します。 対象サイトにトラッキングタグを設置したあとに「直近データの取得」ボタンをクリックしてください。WebビジターIDの発行に成功している場合、直近のページビューなどの履歴が表示されます。 対象サイトにアクセスがないと履歴が取得されないため、事前にサイトにアクセスした状態で実行してください。

URLパラメーター

項目名称	説明
サイト内検索	商品検索結果ページなどで検索キーワードごとに別ページとみなしたい場合は、検索キーワードがセットされるURLパラメーター名を入力してください。 例）「https://example.com?q=検索キーワード」という形式の場合は、「q」を設定します。
その他	Approach DAMのWebトラッキング機能では、基本的にURLのパスまでを保存します。 Approach DAM内から記録されたページへのリンクもパスまでになります。 URLパラメーターがないとページを一意に識別できない場合は、該当パラメーター名を入力してください。 例えば、商品詳細ページなどでパラメーターに商品コードなどをセットしている場合などに設定します。 例）「https://example.com/item/?c=商品コード」という形式の場合は、「c」を設定します。

補足

- 対象サイト（プロパティID）は最大5件まで指定できます。
- 対象サイトごとにURLは最大10件まで指定できます。
- Google Analyticsの複数のアカウント・プロパティをトラッキング対象にできますが、別のGoogleアカウントで設定したGoogle Analyticsのアカウント・プロパティは対象にできません。
  Webトラッキング機能の対象にしたいサイトは、単一のGoogleアカウント内でGoogle Analyticsを設定してください。
- Webトラッキング機能では、Google Analyticsのページビューとファイルダウンロードのイベントを記録します。
  スクロール数や離脱クリックなどイベントは記録しません。
- 1日当たりのイベントは最大3万件まで取得します。
  イベントが3万件を超える場合、日時が古いものが取得されません。

Google Analyticsのプロパティを確認する

Google Analytics（https://analytics.google.com/analytics/）を開き、設定したいプロパティを開きます。



画面左下の「⚙管理」をクリックし、「プロパティ」の中にある「プロパティの詳細」を選択します。
「レポートのタイムゾーン」と「プロパティID」が表示されます。



「レポートのタイムゾーン」を変更する場合は、プルダウンからタイムゾーンを選択したあと、画面下部にある「保存」ボタンをクリックします。

対象サイトURLの設定例

- **サブドメインが異なる場合**
  「https://**company**.example.com/」と「https://**store**.example.com/」の2つのサイトをトラッキング対象にする場合、URLには両方を入力します。
- **ルートドメインが異なる場合**
  「https://**www.ni-consul.co.jp**/」と「https://**www.ni-ware.com**/」の2つのサイトをトラッキング対象にする場合、URLには両方を入力します。
- **パスが複数ある場合**
  「https://example.com/**company**」と「https://example.com/**store**」の2つのサイトをトラッキング対象にする場合、URLには「https://example.com/」のみを入力します。
- **一部のパスのみをトラッキング対象にしたい場合**
  「https://example.com/**company**」と「https://example.com/**store**」の2つのサイトがあり、前者のみをトラッキング対象にしたい場合、「https://example.com/**company**」のようにパスも含めて入力します。

対象サイトURLの利用箇所

対象サイトURLは、トラッキングタグの動作と、メール配信時に利用されます。

- **トラッキングタグ**
  対象サイトURLが複数あり、サイト間でリンクが張られている場合、リンク先のURLにApproach DAMのWebビジターIDが自動的に付与されます。
  詳細は「別ドメインの対象サイトにWebビジターIDの引き継ぐ」を参照してください。
- **メール配信**
  「Webトラッキング」を有効にしたメール配信の場合、メール本文内のURLにWebビジターID（ndid=xxxのパラメーター）が自動的に付与されます。このパラメーターの自動付与は、対象サイトURLに前方一致するURLに対してのみ実行されます。

別ドメインの対象サイトにWebビジターIDを引き継ぐ

「別ドメインの対象サイトにWebビジターIDを引き継ぐ」のチェックを入れてタグを表示すると、別ドメインのページに遷移してもWebビジターIDが引き継がれ、サイトを横断して同一ユーザーであることが識別できるようになります。
WebビジターIDの引き継ぎはURLを介して行われるため、リンクをクリックしたときにトラッキングタグによってURLが自動的に書き換えられます。
例えば、「https://www.ni-consul.co.jp/」のサイト内に「https://www.ni-ware.com/」へのリンクがあり、両サイトとも対象サイトURLに指定されている場合、リンクのURLが自動的に「https://www.ni-ware.com/?**ndid=xxxx**」のようなパラメーター付きのものに書き換えられます。
※対象サイトURLに指定されていないページへの遷移時にはパラメーターは付与されません。



URLパラメーターの「ndid」がサイト内ですでに別の用途で使われている場合、「別ドメインの対象サイトにWebビジターIDを引き継ぐ」のチェックを外してタグを表示し、そのタグを設置してください。URLの書き換え動作をOFFにすることができます。
チェックを外して保存しただけではトラッキングタグの動作は変わらないのでご注意ください。チェックを外した後にタグを再度設置しなおす必要があります。

▶ 関連する設定の変更

Webトラッキング機能を利用する場合、以下のシステム設定も合わせて確認してください。

- フォーム／関連情報の表示設定
  顧客情報・パーソン情報・引合情報・アプローチ情報の画面に、アクセスしたWebページの履歴を表示できます。
  表示させたい業務の項目で、「Webトラッキング」を追加してください。
- フォーム／レイアウト
  顧客情報・パーソン情報の検索で、特定のWebページを訪問した人を検索できます。
  検索で利用したい場合は、「検索レイアウト」の設定画面で「Webトラッキング」を追加してください。

トラッキングタグの設置

WebサイトにApproach DAMの「トラッキングタグ」を配置する手順を説明します。
トラッキングタグは、システム設定「Webトラッキング／基本設定」で発行できます。このタグをWebサイトに設置することで、Webサイトの訪問者に対してApproach DAM専用の個人識別子（WebビジターID）が発行され、個人を識別した状態でトラッキングできるようになります。

Googleタグの設置方法によって、トラッキングタグの設定方法が変わります。
自社の設定に合わせて、以下のどちらかを実施してください。

- Googleタグマネージャーを利用
- Googleタグ（gtag.js）を直接利用

> **補足**
>
> - トラッキングタグの内容は、「対象サイトURL」と「別ドメインの対象サイトにWebビジターIDを引き継ぐ」のチェックによって変わります。
> これらの設定を変更した場合、再度タグを表示して、サイトに設置しなおす必要があります。
> 設定内容をよく確認してからタグの表示・設置を行ってください。

▶ Googleタグマネージャーを利用

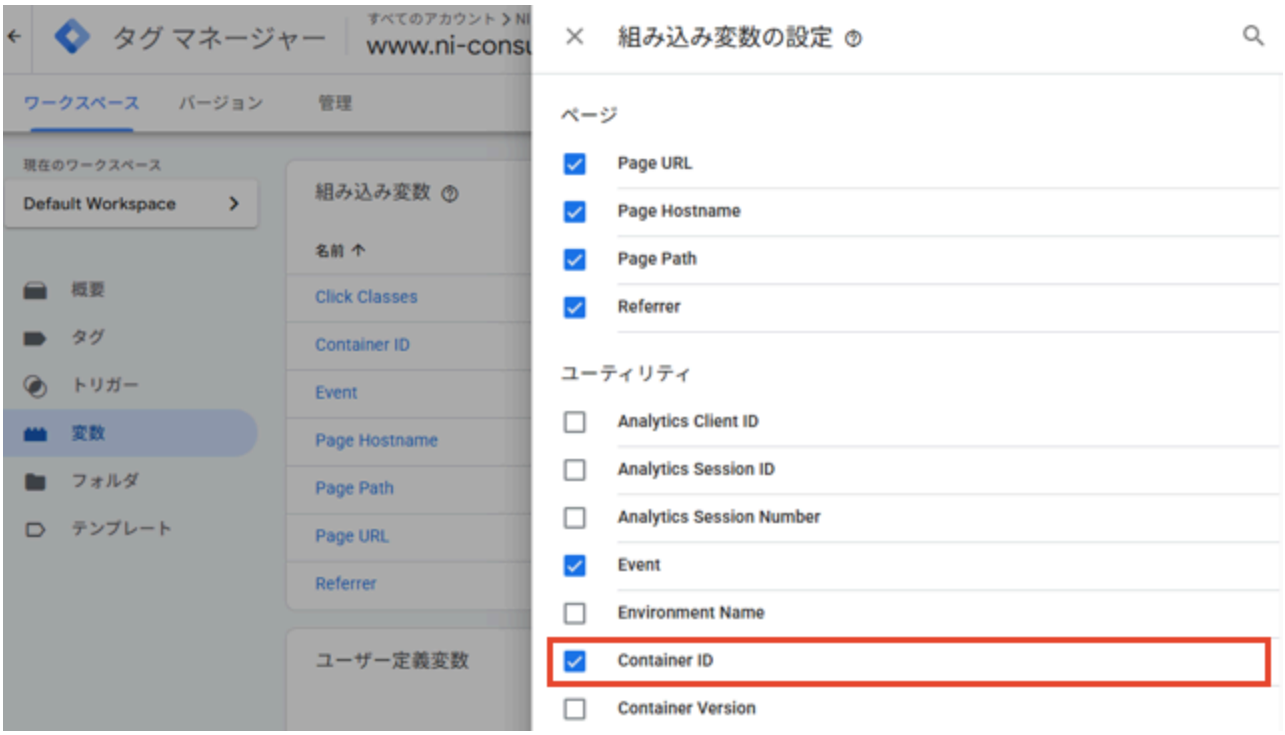
Googleタグマネージャーのカスタムhtmlタグに、Approach DAMのトラッキングタグを設定します。
設定ミスを防ぐため、既存の設定と重複がなく、自社の命名規則的に問題がなければ、変数やタグの名称は本マニュアルに例示している通りに実施してください。

組み込み変数を設定する

Googleタグマネージャー（https://tagmanager.google.com/）を開き、対象のアカウントとコンテナを選択します。
「ワークスペース」タブを選択し、左メニューの「変数」をクリックします。
「組み込み変数」欄にある「設定」ボタンをクリックします。



「組み込み変数の設定」画面が開きます。
「Container ID」にチェックを入れて、左上の×ボタンをクリックします。



データレイヤーの変数を作成する

「ワークスペース」タブを選択し、左メニューの「変数」をクリックします。
右側の画面下部の「ユーザー定義変数」欄にある「新規」ボタンをクリックします。



変数の新規登録画面が開きます。
任意の名称（「Approach DAMのCookie ID」など）を入力し、「変数の設定」から「データレイヤーの変数」を選択しま

す。



「データレイヤーの変数名」に「ndid」と入力し、「データレイヤーのバージョン」には「バージョン2」を選択します。
設定が完了したら、画面右上の「保存」ボタンをクリックします。



再度、「ユーザー定義変数」欄にある「新規」ボタンをクリックし、以下の設定の変数を追加します。

- 名称：任意（「Approach DAMのCookie ID（b）」など）
- 変数のタイプ：データレイヤーの変数
- データレイヤーの変数名：ndid_b
- データレイヤーのバージョン：バージョン2



イベントの変数を作成する

「ワークスペース」タブを選択し、左メニューの「変数」をクリックします。
右側の画面下部の「ユーザー定義変数」欄にある「新規」ボタンをクリックします。

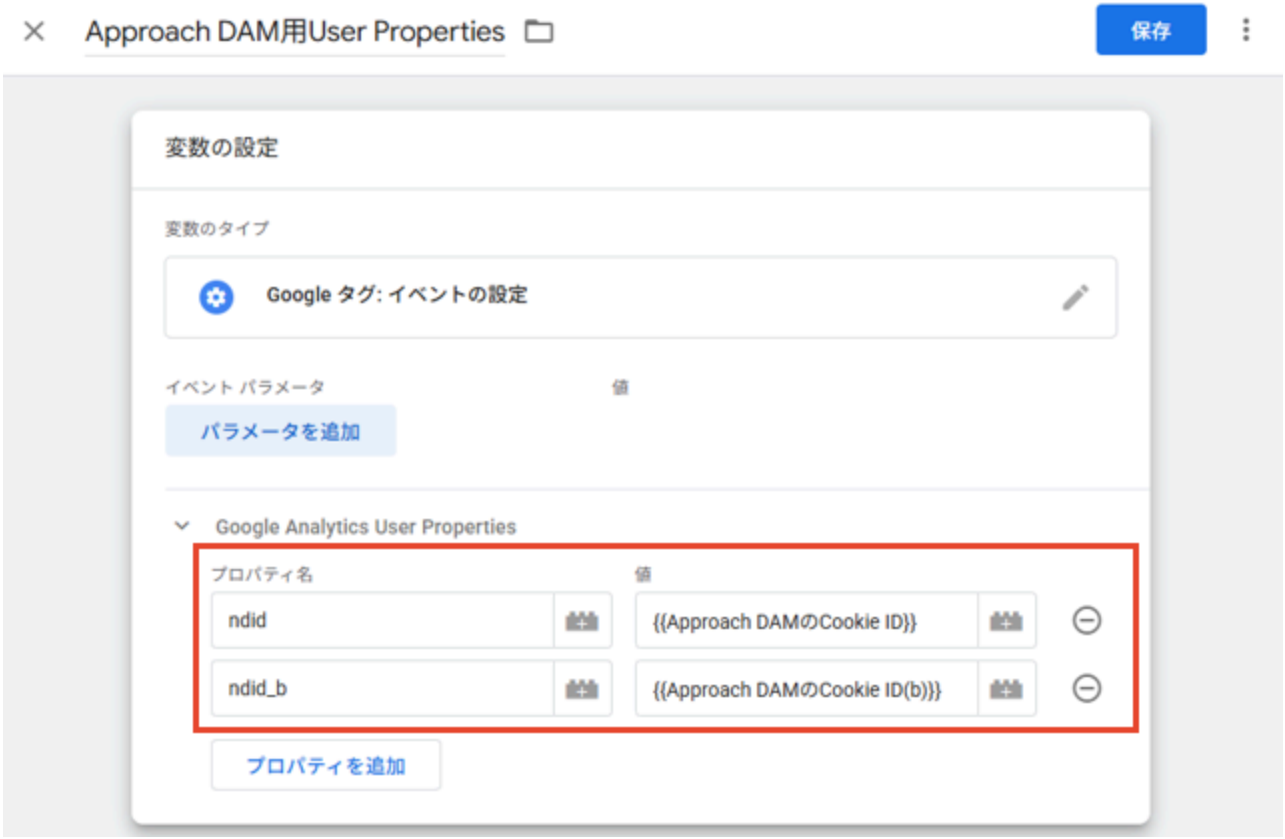


任意の名称（「Approach DAM用User Properties」など）を入力し、「変数の設定」から「Googleタグ:イベントの設定」を選択します。

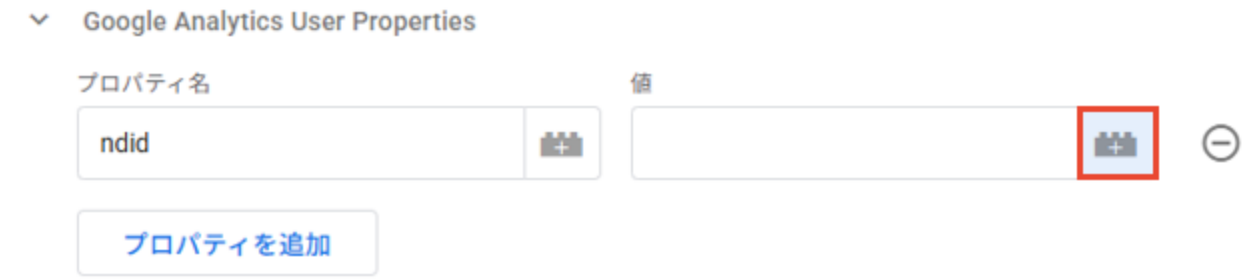


「Google Analytics User Properties」をクリックして展開し、「プロパティを追加」ボタンをクリックして以下の2つを追加します。（「値」欄の選択方法は後述します。）
設定が完了したら、画面右上の「保存」ボタンをクリックします。

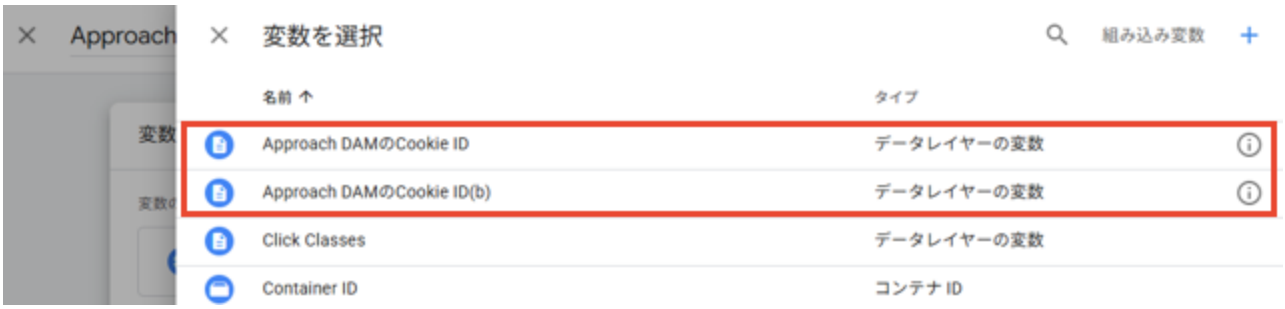
- 1件目
  - プロパティ名：ndid
  - 値：「データレイヤーの変数」で「ndid」という変数名で作成したもの
- 2件目
  - プロパティ名：ndid_b
  - 値：「データレイヤーの変数」で「ndid_b」という変数名で作成したもの



「値」の欄は「＋」ボタンから選択することができます。



「＋」ボタンから表示される選択肢に先ほど作成した「ユーザー定義変数」が表示されるため、こちらを選択します。

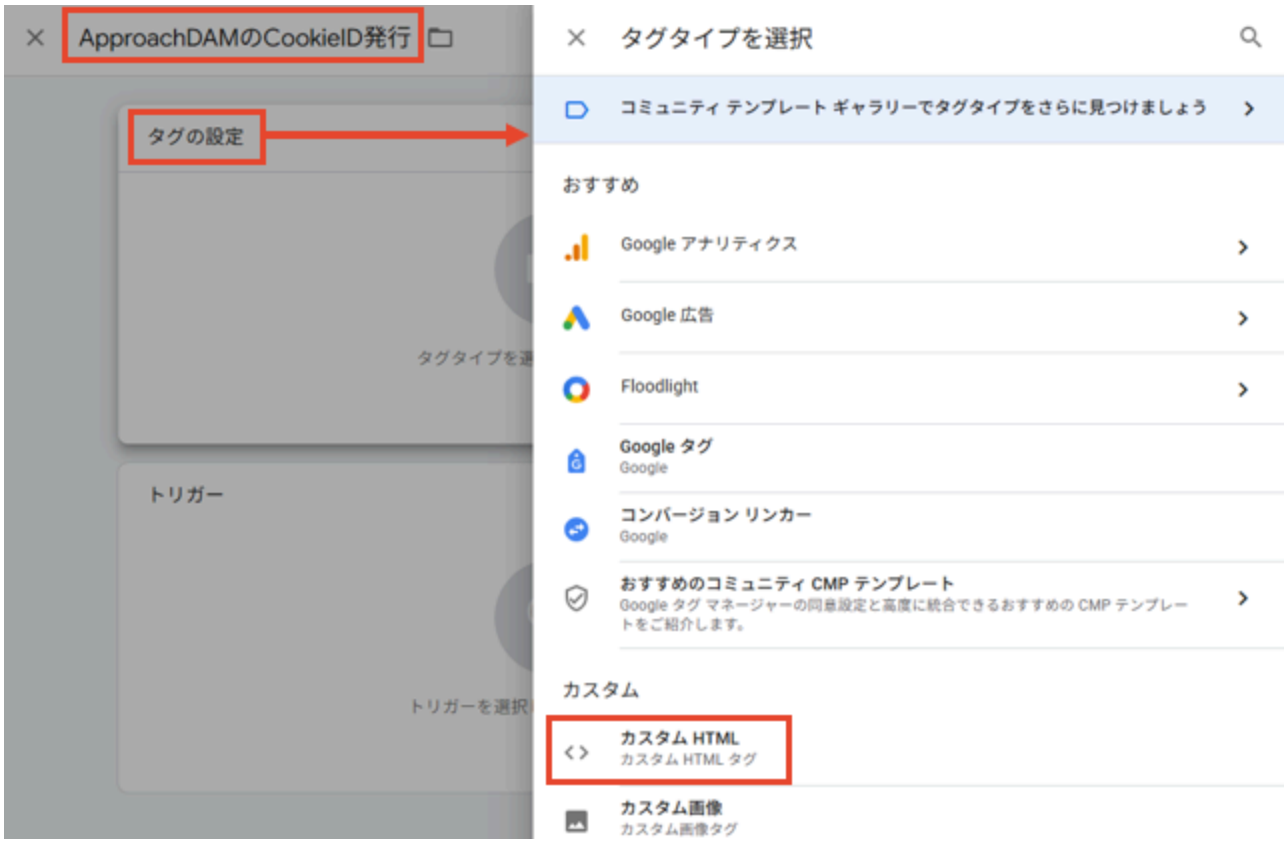


カスタムHTMLタグを作成する

「ワークスペース」タブを選択し、左メニューの「タグ」をクリックし、画面右側の「新規」ボタンをクリックします。



タグの新規登録画面が開きます。
任意の名称（「Approach DAMのCookie ID発行」など）を入力し、「タグの設定」から「カスタムHTML」を選択します。



Approach DAMのシステム設定「Webトラッキング／基本設定」を開き、「トラッキングタグ」の項目で「Googleタグマネージャーを利用」を選択した状態で「タグを表示」ボタンをクリックし、表示されたタグをコピーします。
コピーしたタグを「HTML」の欄に貼り付けます。



画面右上の「保存」ボタンをクリックします。
「トリガーが選択されていません」という注意書きが表示されますが、そのまま「タグを保存」をクリックします。



Googleタグの設定を変更する

「ワークスペース」タブを選択し、左メニューの「タグ」をクリックします。
画面右側の一覧から「タイプ」が「Googleタグ」の行をクリックします。



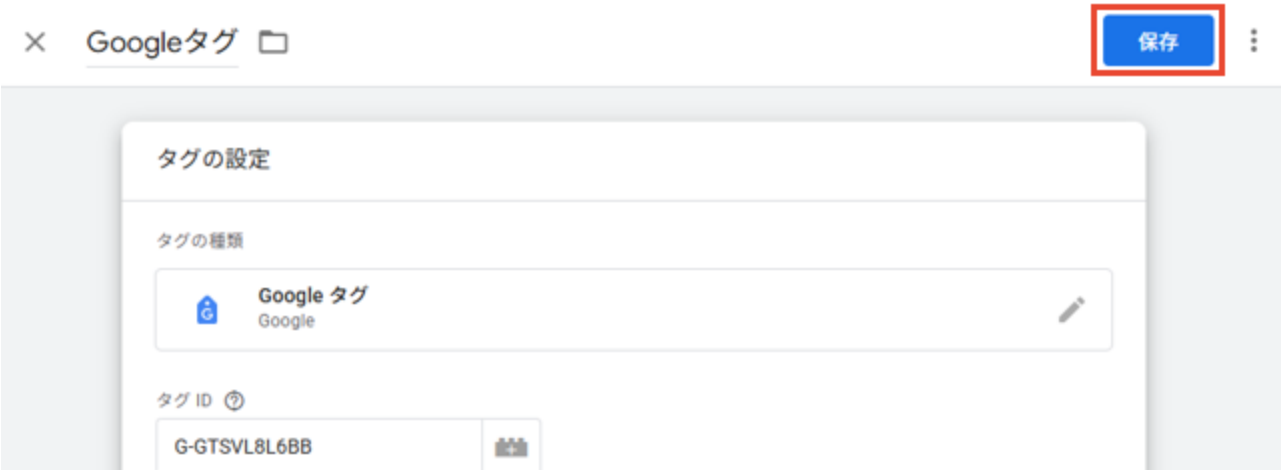
タグの設定画面が開きます。
「タグの設定」欄をクリックして展開します。
「共有イベントの設定」をクリックして展開し、「イベントの設定変数」で先ほど作成したイベント変数（Approach DAM用User Properties）を選択します。



「詳細設定」をクリックして展開します。
「タグの順序付け」をクリックして展開し、「**Googleタグ**が発行する前にタグを配信」にチェックを入れます。（**太字**の部分は、現在開いているタグの名称で表示されます。）
「設定タグ」に先ほど作成したカスタムHTMLタグ（Approach DAMのCookie ID発行）を選択します。



「共有イベントの設定」と「詳細設定」が完了したら、画面右上の「保存」ボタンをクリックします。



変更内容をプレビューする

「ワークスペース」タブを選択し、画面右上の「プレビュー」ボタンをクリックします。



「Tag Assistant」画面が開くので、「ウェブサイトのURL」にトラッキングタグを設置したサイトのURLを入力し、「リンク」ボタンをクリックします。



新しいウィンドウで指定されたURLのページが開きます。開いたウィンドウはそのままで、元のTag Assistantのウィンドウに戻ってください。
画面上部の「GTM-」から始まるボタンをクリックして、左メニューの「初期化」を選択します。
画面右側の「タグ」を選択して、作成したカスタムHTMLタグ（Approach DAMのCookie ID発行）が表示されていることを確認します。



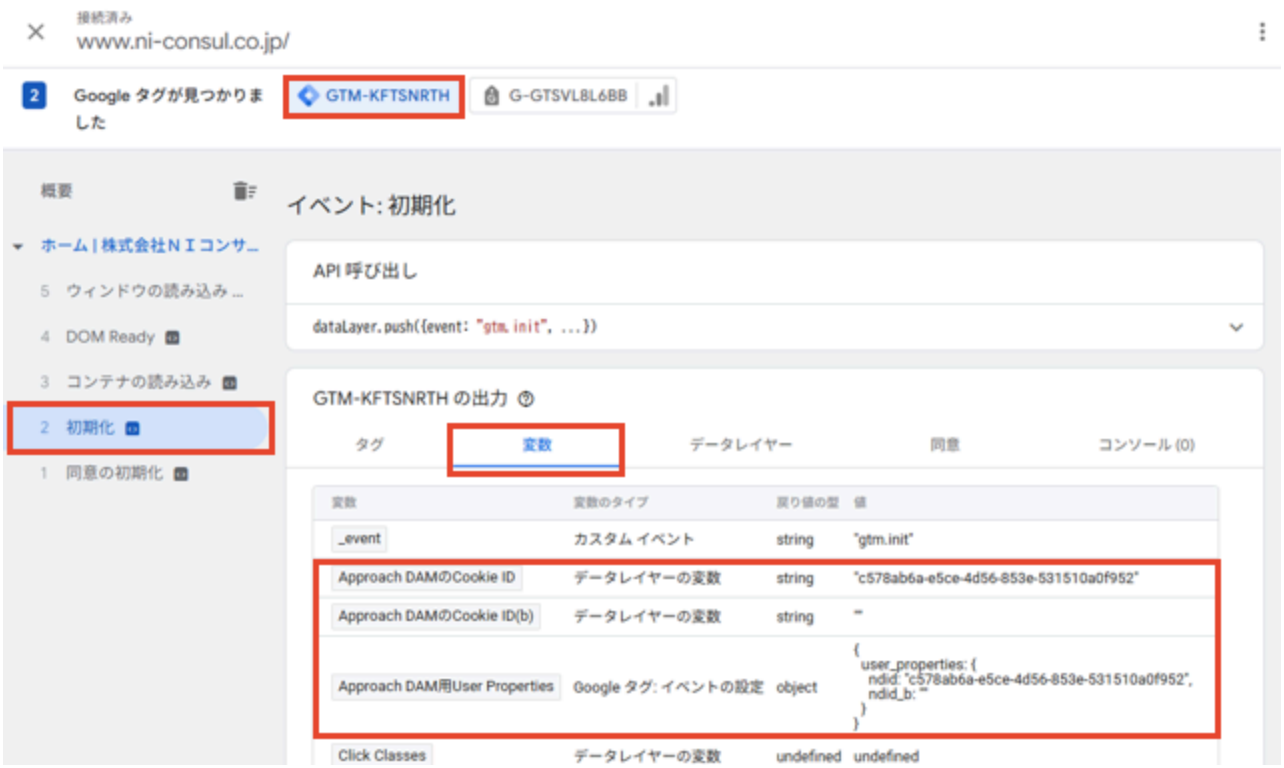
補足

- カスタムHTMLタグを表示されない場合、「タグの順序付け」の設定が誤っている可能性があります。
  「Googleタグの設定を変更する」の設定を見直してください。

「変数」タブに切り替えて、以下の値がセットされていることを確認します。
確認が終わったら、画面左上の×ボタンをクリックして、デバッグを停止してください。

- データレイヤーの変数（Approach DAMのCookie ID）：”英数字の乱数”
- データレイヤーの変数（Approach DAMのCookie ID（b））：””
- Googleタグ：イベントの設定（Approach DAM用User Properties）：

```
{
  user_properties: {
    ndid: “英数字の乱数”,
    ndid_b: “”
  }
}
```



補足

- 上記の変数が表示されない場合、データレイヤーの変数・イベントの変数の設定が誤っている可能性があります。
  「データレイヤーの変数を作成する」「イベントの変数を作成する」の設定を見直してください。
- 「Approach DAM用User Properties」（Googleタグ：イベントの設定）のndidの値が表示されない場合、カスタムHTMLタグのHTMLの内容が誤っている可能性があります。
  「カスタムHTMLタグを作成する」の手順に沿って、Approach DAMのシステム設定画面から、トラッキングタグを再度コピー・貼り付けしなおしてください。

タグを公開する

「ワークスペース」タブを選択し、「公開」ボタンをクリックします。



「変更の送信」画面が開きます。
「バージョン名」に任意の名称（「Approach DAMのトラッキングタグを追加」など）を入力して、画面右上の「公開」ボタンをクリックします。

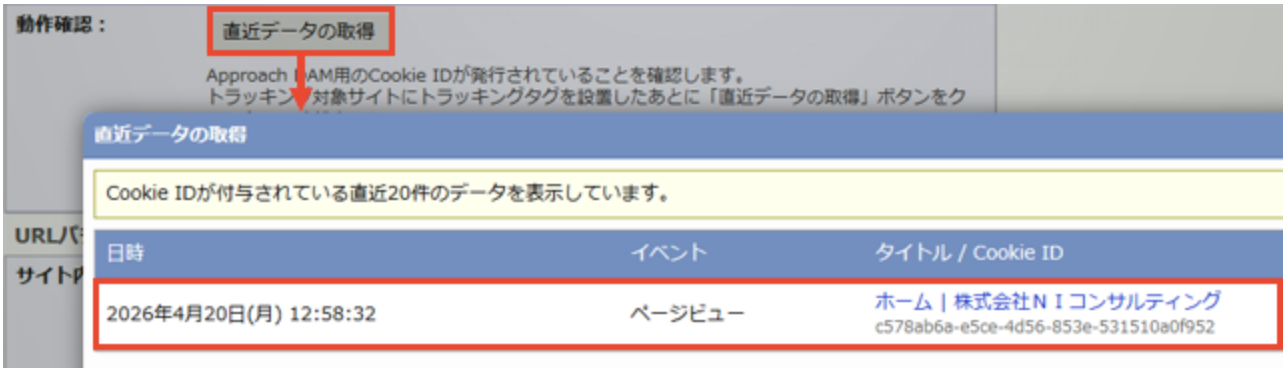


補足

- Googleタグマネージャーでタグの変更などをした場合、「公開」をするまで変更内容は反映されません。
  設定変更後は公開の手順を実施するのを忘れないようにしてください。

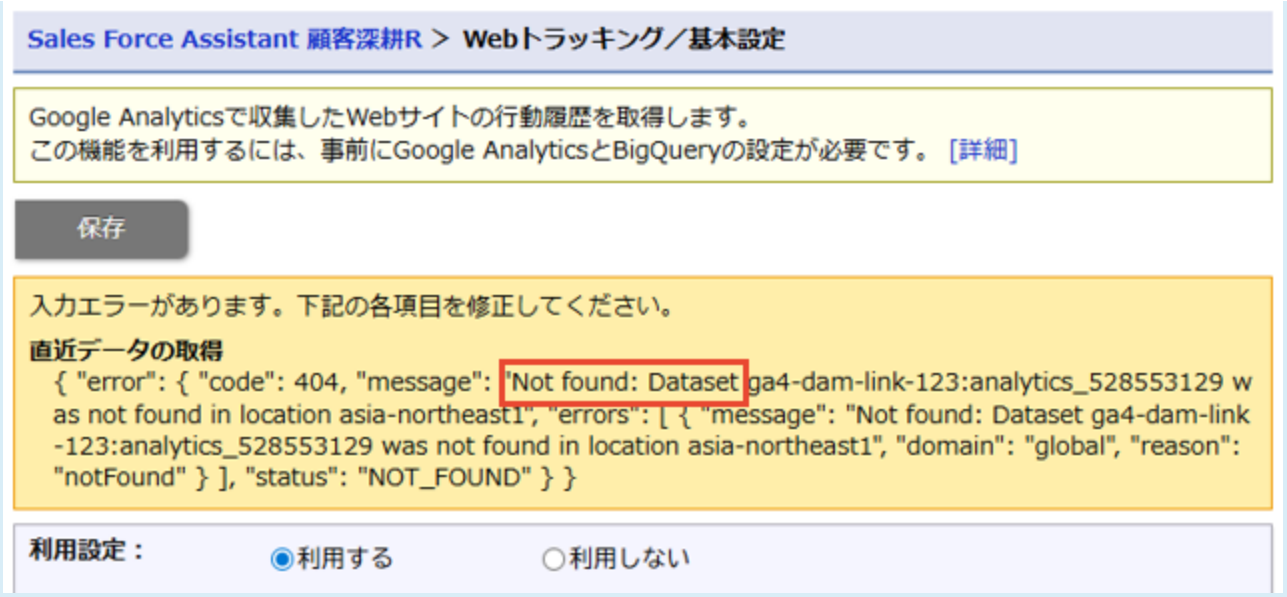
タグが公開されたことを確認する

Approach DAMのシステム設定「Webトラッキング／基本設定」を開きます。
「直近データの取得」ボタンをクリックして、データが取得できていることを確認します。



補足

- トラッキングタグの設置・公開後、対象サイトにアクセスがない場合はデータが表示されません。
  自身で対象サイトにアクセスしたあとに「直近データの取得」ボタンをクリックしてください。
- Approach DAMのWebビジターIDが付与されていないイベントは表示されません。
  対象サイトにアクセスしているのにデータが表示されない場合、トラッキングタグの設置方法が誤っている可能性があります。前述の設定手順を見直してください。
- ダイアログが表示されず「Not found: Dataset ~」というエラーメッセージが表示される場合、プロパティIDに間違いがないか見直してください。



「BigQueryのリンク設定」を実施した当日の場合、設定に不備がなくてもこのエラーメッセージが表示される可能性があります。翌日以降に再実行してください。

▶ Googleタグ（gtag.js）を直接利用

Googleタグマネージャーを利用せずGoggleタグを手動でインストールしている場合、Approach DAMのトラッキングタグも手動で設置する必要があります。

トラッキングタグを設置する

Approach DAMのシステム設定「Webトラッキング／基本設定」を開き、「トラッキングタグ」の項目で「Googleタグ（gtag.js）を直接利用」を選択した状態で「タグを表示」ボタンをクリックし、表示されたタグをコピーします。
コピーしたタグをWebサイトの<head>要素に貼り付けてください。
貼り付ける位置はGoogleタグの「gtag('config', 'G-XXXXXXXXXX');」の直前です。

（設定例）




```
<!DOCTYPE html>
<html lang="ja">
 <head>
    <meta charset="UTF-8">
    <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0">
    <title>ホーム | 株式会社ＮＩコンサルティング</title>
    <meta name="description" content="ＮＩコンサルティングでは、経営コンサルティングノウハウを凝縮した可視化経営システム
    <link rel="stylesheet" href="assets/css/style.css">
    <!-- Google tag (gtag.js) -->
    <script async src="https://www.googletagmanager.com/gtag/js?id=G-GTSVL0L6BB"></script>
    <script>
        window.dataLayer = window.dataLayer || [];
        function gtag(){dataLayer.push(arguments);}
        gtag('js', new Date());

        /* Approach DAM For GA4 */
        (function(){
        var isOptout = function(){
            var oputout = document.cookie.replace(/(?:(?:^|.*;¥s*)ndid_optout¥s*¥=¥s*([01]*).*$)|^.*$/, "$1");
            return oputout === "1";
        }
        中略
        var ndid = getNdid();
        gtag("set", "user_properties", {
            "ndid": ndid["ndid"],
            "ndid_b": ndid["ndid_b"],
        });
        })();
        /* Approach DAM For GA4 */

        gtag('config', 'G-GTSVL0L6BB');
    </script>
 </head>
 <body>
```

補足

- トラッキングタグは、トラッキングしたい全ページに設置する必要があります。

トラッキングタグの動作を確認する

Approach DAMのシステム設定「Webトラッキング／基本設定」にある「直近データの取得」ボタンをクリックして、データが取得できていることを確認します。
詳細は「タグが公開されたことを確認する」を参照してください。

メール取込のための設定

メール取込とは、問い合わせフォームの内容をメール経由でApproach DAMに取り込む機能です。
Approach DAMで取り込むメール本文にWebビジターIDを入れておくことで、メール取込の際にWeb上の行動履歴を取得できるようになります。

▶ メール本文の変更

CookieにWebビジターIDを、Approach DAMに取り込むメール本文に記載します。
WebビジターIDは、「ndid」というキーでCookieに保存されています。Cookieからndidの値を取得して、メール本文に追加してください。

メール送信プログラムをスクラッチ開発している場合

メール送信プログラムを独自に実装している場合、生成AIを使って修正することも可能です。

（プロンプトの例）

```
ホームページの問い合わせフォームからメールを送信するためのプログラムを修正してください。
現在送信しているメール本文に「Webトラッキング ID：xxx」を追加します。
「xxx」の部分には、Cookieに「ndid」というキーで保存されている値をセットします。
（修正対象のプログラムを記載する）
```

> **補足**
>
> - 生成AIの回答内容は自己責任でご利用ください。

WordPressを利用している場合

自社で利用しているプラグインなどによって、対応方法が異なります。
本マニュアルでは「Contact Form 7」と「WPForms Lite」というプラグインを利用している場合について説明します。

Contact Form 7

1. WordPressの管理画面を開き、左メニューの「お問い合わせ」を選択します。
   利用しているフォームの「編集」リンクをクリックします。



2. 「フォーム」タブを選択し、フォームの任意の場所に以下を追記します。

```
[hidden web-visitor-id id:web-visitor-id]
```



3. 「メール」タブを選択し、「メッセージ本文」の任意の場所に以下を追記します。

```
Webビジターid：[web-visitor-id]
```



4. 画面下部の「保存」ボタンをクリックします。

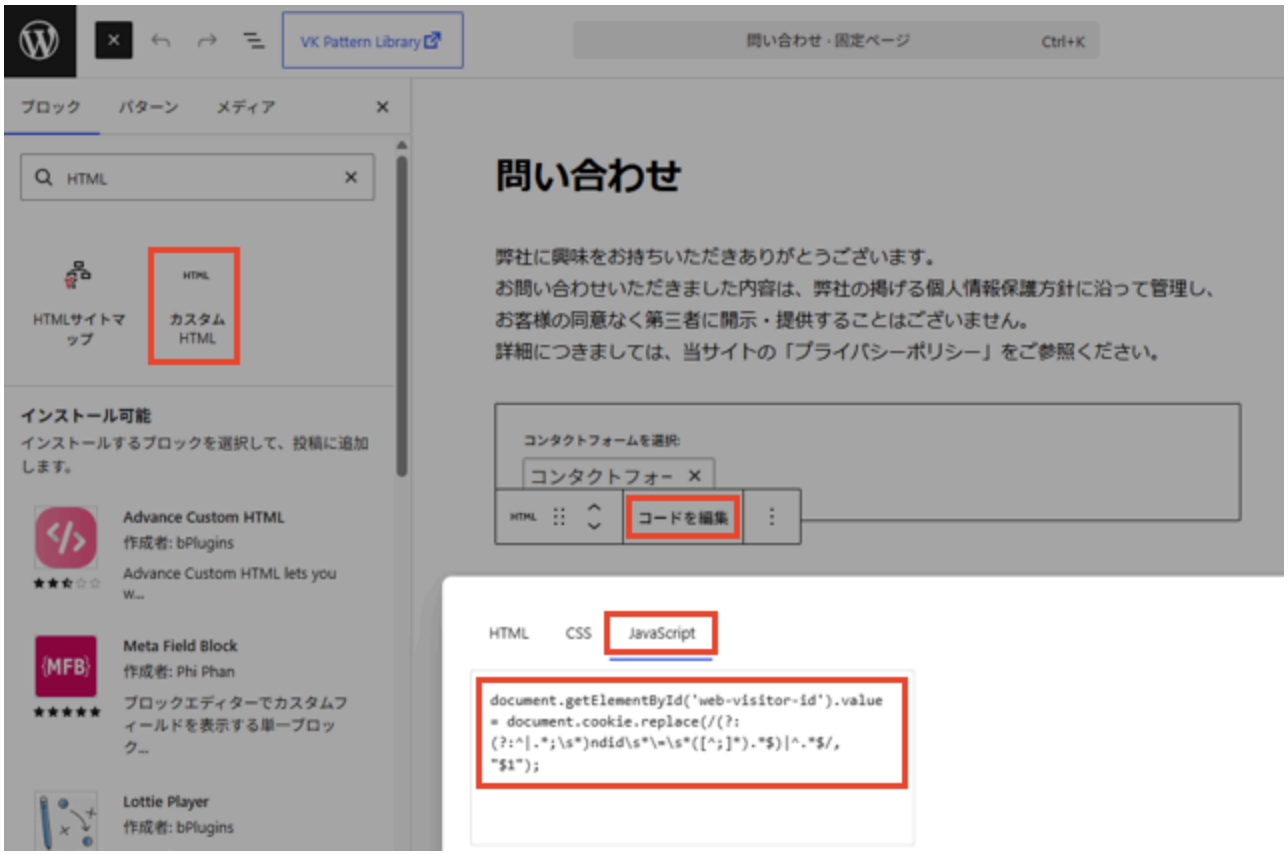


5. 問い合わせフォームがあるページの編集画面を開きます。



6. 編集画面で「カスタムHTML」のブロックを追加し、「コードを編集」で開いたダイアログで「JavaScript」のタブを選択します。
   表示された入力欄に以下のJavaScriptプログラムを入力します。

```
document.getElementById('web-visitor-id').value = document.cookie.replace(/(?:(?:^|.*;¥s*)ndid¥s*¥=¥s*([^;]*).*$)|^.*$/, "$1");
```



WPForms Lite

1. WordPressの管理画面を開き、左メニューの「WPForms」を選択します。
   利用しているフォームの「編集」リンクをクリックします。



2. 「フィールドを追加」のタブで「単一行テキスト」をクリックして追加します。



3. 追加した項目をクリックして、「フィールド設定」の「一般」タブを開きます。
「ラベル」の欄に「WebビジターID」と入力します。



4. 「フィールド設定」の「高度な設定」タブを開きます。
「CSSクラス」の欄に「web-visitor-id」と入力します。



5. 左メニューの「設定」から「テーマ」を選択し、「高度な設定」タブを開きます。
「カスタムCSS」の欄に以下の内容を入力します。（WebビジターIDの入力欄を画面上に表示されないようにします。）

```
.web-visitor-id{display:none;}
```



6. 左メニューの「設定」から「通知」を選択し、「メールメッセージ」欄を確認します。
   入力欄右上のアイコンから「WebビジターID」を追加します。
   ※「all_fields」が設定されている場合はこの手順は不要です。



7. 問い合わせフォームがあるページの編集画面を開きます。



8. 編集画面で「カスタムHTML」のブロックを追加し、「コードを編集」で開いたダイアログで「JavaScript」のタブを選択します。
   表示された入力欄に以下のJavaScriptプログラムを入力します。

```
document.querySelector('.web-visitor-id input').value = document.cookie.replace(/(?:(?:^|.*;¥s*)ndid¥s*¥=¥s*([^;]*).*$)|^.*$/, "$1");
```



▶ メール取込フォーマットの設定

メール本文に記載されたWebトラッキングIDを、Approach DAMに取り込むための設定を行います。
メール本文のどの部分を取り込むかは「メール取込フォーマット」で指定できます。
「メール取込フォーマット」の設定画面で、メール本文の「WebビジターID」を予約語として指定し、「パーソン情報」または「顧客情報」の「WebビジターID」の項目に関連付けます。



画面の詳しい操作方法は「メール取込ルール」を参照してください。

連携ログ

「連携ログ」では、Webトラッキングデータの取得状況や連携結果を確認できます。

> **補足**
>
> - 連携ログは、Webトラッキングデータが正常に取得できない場合などの原因調査に使用します。
> お問い合わせの際はCSVファイルを出力してご提供ください。

▶ 連携ログを確認する・出力する

1. システム設定の「Sales Force Assistant」タブより「Webトラッキング」の「連携ログ」を選択します。
⇒「Webトラッキング／連携ログ」画面が表示されます。
2. 区分・期間を選択し、「表示」ボタンをクリックします。
⇒連携ログ一覧に、選択した条件に合致するログが表示されます。
3. 表示させたデータを出力させる場合は、「出力」ボタンをクリックします。
⇒「ファイルのダウンロード」ダイアログが表示されますので、ファイルをダウンロードします。

項目名称	説明
区分	以下よりログの区分を選択します。 ・致命的 ・エラー ・情報
期間	表示したい期間を選択します。

> **注意**
>
> - 過去30日分のサーバーログを保持しています。それより古いサーバーログは自動削除されます。

ログの種類

区分	メッセージ	説明
致命的	任意のメッセージ	実行中に致命的なエラーが発生した場合に記録されます。 JSON形式のメッセージは、BigQuery APIから返されたエラー内容です。
情報	実行を開始しました。 （データセットの取得）	基本設定画面でJSONファイルを設定した際に記録されます。
情報	実行を開始しました。 （直近データの取得 – 基本設定）	基本設定画面で「直近のデータ取得」ボタンをクリックした際に記録されます。
情報	実行を開始しました。 （直近データの取得）	メール取込でWebビジターIDが指定されている場合に記録されます。
情報	実行を開始しました。 （過去データの取得）	定期実行により前日以前のデータを取得した際に記録されます。
情報	対象期間：[プロパティID] Ymd～Ymd (0or1)	定期実行で取得対象期間を記録します。 取得済みの場合は「対象期間：該当なし」と表示されます。 末尾の「0」または「1」は、対象期間のテーブルがBigQueryに作成されているかを示してます。「1」の場合はテーブルが作成されていない期間をスキップしています。
情報	実行を終了しました。 （件数：N）	メール取込または定期実行による処理が正常に終了した際に記録されます。