

# Google広告 オフラインコンバージョン設定とは？

小売最大手も実践。2つの事例から学ぶオムニチャネル施策

# 小売店やサービス店でありがちなネット広告の課題

小売店や美容室など、オフラインの取引・決済で収益を得ている事業者にとってネット広告の効果を正確に把握するのはなかなか難しいこと。

クリック率や予約数といった**データが売上に結びついているのが把握できず、広告のコストだけが積み上がってしまう**ケースは決して少なくないようです。

ネット広告で  
本当に集客できている？

そもそもお客様は  
広告を見てくれている？

どんな広告を出せば  
いいのかわからない…。

毎月クリック費用だけが  
積み上がるばかり…。



# Google広告のオフラインコンバージョンとは？

そうした際におすすめなのが、Google広告の**オフラインコンバージョン設定**。来店や店舗での成約をコンバージョンとして定義し、CVデータをインポートすることで、**ネット広告の成果と必要な施策を可視化**できる機能です。

利用するにはCRM（顧客管理システム）が導入されていることが前提となり、手順もやや複雑ではありますが、オムニチャネル施策の一環として大手を含む多くの企業が活用しています。



# オフラインコンバージョン計測の流れ

ユーザー

**Action**



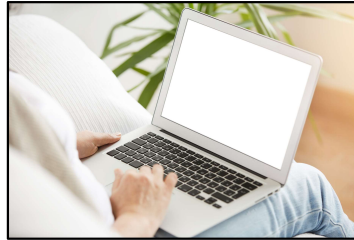
広告をクリック



CookieにクリックIDが付与



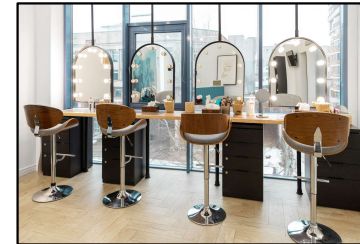
Webページをチェック



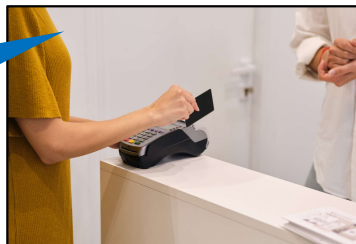
予約・問い合わせ



来店



支払い（コンバージョン）



コンバージョンにいたった  
顧客情報をCRMに登録

クリックIDと  
顧客情報を  
CRMに登録

# オフラインコンバージョン計測の流れ

顧客管理システム (CRM)

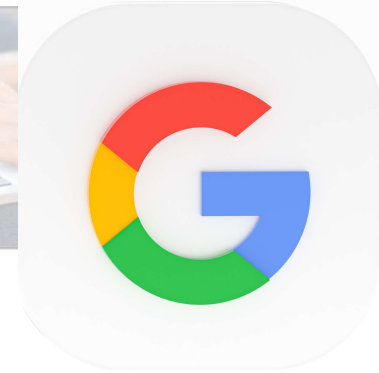
Google広告



顧客情報

クリックID

来店を予約



支払い (コンバージョン)

来店

顧客情報とクリックIDをインポートすることで  
オフラインコンバージョンの計測が可能に。



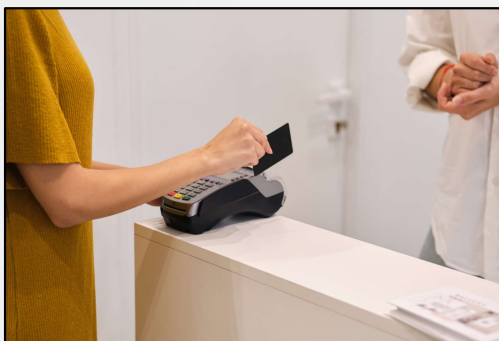
# 計測できるオフラインコンバージョン

Google広告では、CRMに集約したクリックID、顧客情報をインポートすることで以下のようなオフラインコンバージョンを計測できます。

来店



店舗での購入



自動車の購入  
B2Bサービスの契約など

電話での予約受付



商談による成約



# オムニチャネル施策での活用事例

## 1 セブン&アイホールディングス



小売最大手のセブン&アイホールディングスはネット広告の効果を正確に把握するため、店舗への来店をコンバージョンに設定し、Google広告の配信テストを行いました。

その結果、**スマートフォン広告の貢献度が非常に高い**ことが判明。テレビなどマスメディアを含めた**広告費配分の最適化**につながっています。

### 来店率

7.2%

10.4%

PC

スマートフォン

### 来店単価 (CPA)

258円

156円

PC

スマートフォン

# オムニチャネル施策での活用事例

## ② 三越伊勢丹



三越伊勢丹は2016年のセールで伊勢丹新宿店の来店人数と来店単価をKPIとして設定。エリア名を組み合わせた複数のキーワードでリスティング広告を配信しました。

その結果、**12.8%の来店率**をマーク。店舗への集客においてGoogle広告が大きな効果を発揮することがわかりました。

来店率

12.8%

来店単価 (CPA)

288円

広告をクリックした消費者の  
**8人に1人が来店**



# 導入する際の注意点

## 商材との相性を見極める

Google広告のオフラインコンバージョン計測は、**広告のクリックから90日間**の制限が設けられています（90日を超えたCVは計測不可）。

その点で**単価が高く顧客の検討期間が長い商品・サービス**（例.不動産、業務用システム、人材紹介サービスなど）には適さないこともあるかもしれません。

まずは既存顧客のリードタイムなどを参考に、自社商材との相性を見極めましょう。



# 導入する際のポイント

## ☑ 余裕のあるスケジュールを組んでおく

オフラインコンバージョンを計測するには、クリックIDが発行されるようタグの設定を変更したうえで、CRMとGoogle広告のデータを連携させる必要があります。

**Webサイト側でのクリックIDの引き継ぎ、顧客情報をインポートする際のデータ成型**など、エンジニアの手を借りなければなかなか進まない作業も多いので、あらかじめ余裕のあるスケジュールを組んでおきましょう。

## Google広告ヘルプ



The screenshot shows the Google Ads Help page for 'Offline Conversion Tracking'. The main heading is 'オフラインコンバージョンのインポートについて' (About importing offline conversions). Below the heading is a video player with the title 'Offline Conversion Tracking' and a red play button. To the right of the video is a list of related articles under the heading 'オフラインコンバージョンをトラッキングする' (Tracking offline conversions). The list includes: 'オフラインコンバージョンのインポートについて', 'Google クリックID (GCLID) を使用してオフラインコンバージョンのインポートを設定する', '広告のクリックを経由したコンバージョンのデータを Google 広告にインポートする', '通話コンバージョンのインポートについて', and '通話コンバージョンのデータをインポートする'. At the bottom of the page, there is a note about displaying the page in a different language: 'ご希望の言語の字幕を表示するには、YouTube の字幕をオンにしてください。動画プレーヤーの下部にある [設定] アイコン ⚙ で [字幕] を選択し、言語を選択します。'

<https://support.google.com/google-ads/answer/2998031>