

今さら聞けない拡張コンバージョン機能とは？

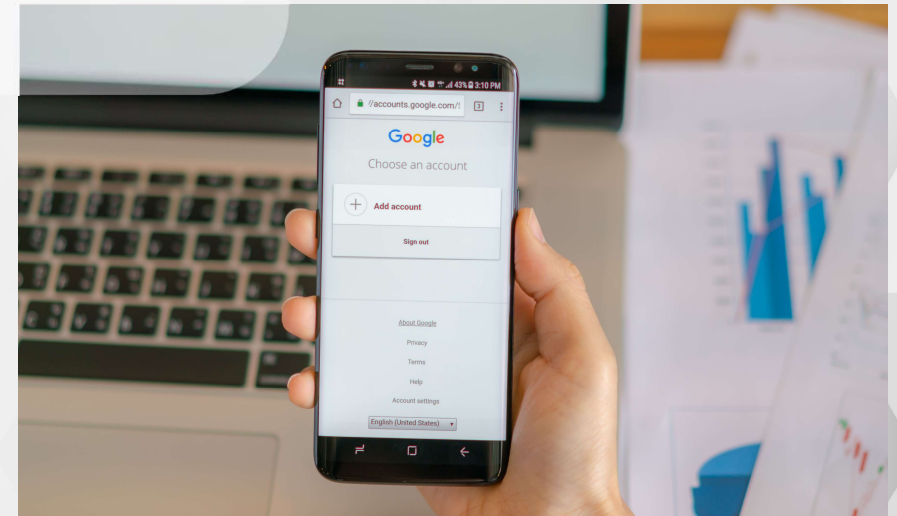
Cookieとの違いと導入メリット・注意点について

Google広告の拡張コンバージョン機能とは？

Google広告の拡張コンバージョンとは、**Cookieを利用せずにより正確なコンバージョンを計測するための機能**です。

広告をクリック・視聴したユーザーのGoogleアカウント情報と、購入の際にユーザー自らが入力した個人情報を照合することでユーザーを特定し、コンバージョンとしてカウントします。

ユーザーの個人情報はランダムな文字列にハッシュ化（暗号化）されるため簡単に読み取られることはありません。



拡張コンバージョン機能が提供された背景

これまでのGoogle広告は、Cookieに記録された**広告のクリックID (GCLID)**を取得することで**コンバージョンを計測**していましたが、2010年代後半から世界的にCookieの利用を制限する動きが加速化。

Googleも2024年後半をめどに、サードパーティCookieのサポートを終了すると発表しました。

従来のコンバージョン計測



拡張コンバージョン機能が提供された背景

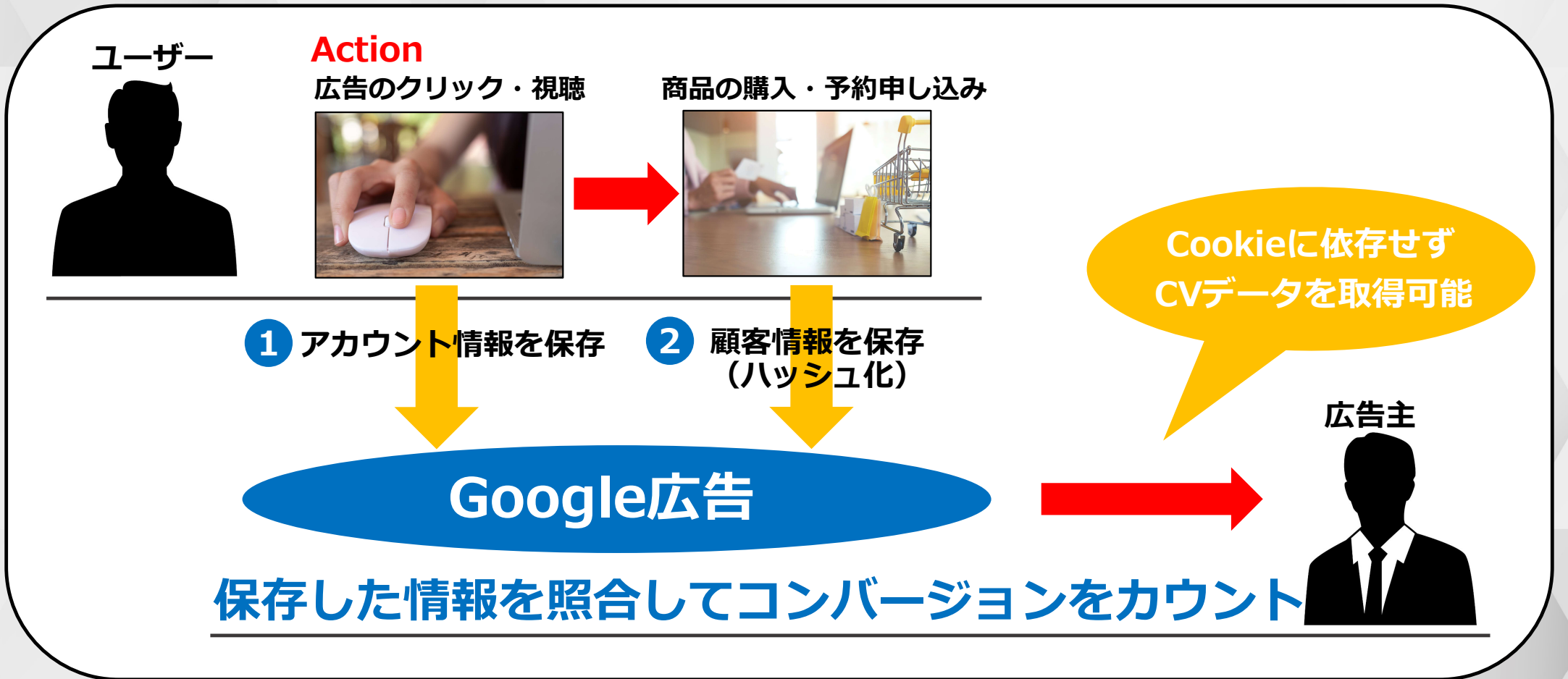
Cookieの利用が制限されると、広告をクリックしたブラウザを特定できず、正確なコンバージョンデータを取りこぼしてしまうことも…。

そこでこれまでの**コンバージョン計測を補完**するために提供されたのがGoogle広告の拡張コンバージョン機能です。

従来のコンバージョン計測



拡張コンバージョン機能の仕組み



拡張コンバージョン機能のメリット

1 広告の配信機会が増える



リスティング広告の売上

8.6% ↑

YouTube広告の売上

31% ↑

ご存じのとおり現在のGoogle広告には全面的にAIの機械学習が取り入れられています。

拡張コンバージョン機能によって正確なCVデータを取得すれば、その分だけ**機会学習が捗り、入札単価を抑えつつ幅広く広告を配信**できます。

実際にリスティング広告の売上が8.6%、YouTube広告の売上が31%改善された事例もあるようです。

拡張コンバージョン機能のメリット

② リターゲティング精度が向上する



2つめのメリットは、リターゲティング配信の精度が大幅に向上すること。

たとえば、自社のネットショップで購入履歴があるユーザーに対してリピートを促す広告を配信する際も**母集団となるCVデータを正確に取得**しておくことで、ターゲットへもれなく広告を届けられます。

拡張コンバージョン機能のメリット

3 ユーザーの保護につながる



Cookieを狙ったサイバー攻撃

個人情報の改ざん・漏洩

上記2点に加え、ユーザーの保護につながるのも拡張コンバージョン機能のメリットの1つ。

先述のとおり、拡張コンバージョン機能によって取得した顧客情報は**ランダムな文字列として暗号化**されたうえで保存されます。

Cookieのように改ざんされたり、情報を抜きとられたりするリスクを大幅に軽減することが可能です。

導入する際のポイント

入力フォームの項目に注意

Cookieを利用しない拡張コンバージョンは、十分な個人情報（顧客情報）の紐づいたコンバージョンのみで機能します。

導入にあたっては以下の情報が必要になるので、現状の入力フォーム（購入ステップ）でカバーできない場合は**EFOツールなどを活用し、もれなくデータを取得**できるようにしておきましょう。

必要な情報（1つ以上必須）

氏名&住所・郵便番号

メールアドレス

電話番号

（上記いずれかの補足情報として使用）

導入する際のポイント

☑ 導入はチームで協力して行う

Cookie広告の拡張コンバージョンを利用するということは、氏名、住所、電話番号をはじめとする**顧客の個人情報をGoogleのサーバーへ預ける**ということ。

また、設定の手順もやや複雑で、広告管理画面の設定を切り替えただけで、情報を取得するための**タグマネージャーを細かく設定**する必要があります。

導入にあたっては以下の公式ヘルプを参考に、法務部門のスタッフやエンジニアと連携しながら、チームで対応にあたりましょう。



<https://support.google.com/google-ads/answer/10172785>