

GoogleAnalyticsの設定は、タイムゾーンや通貨といった簡単なものから広告パラメータやメディアの指定といった高度な設定まで、多岐にわたります。
 設定項目を正しく設定していないと、データの取得ができない、複数のサイトが混じって集計されてしまう、広告や参照元が取得できない等の問題が発生します。
 また、GoogleAnalyticsは過去に遡ってのデータの集計をすることができません。そのため、後になって設定を修正しても、過去のデータは誤った数値のままとなってしまいます。
 早めにGoogleアナリティクスの設定を見直して正しいデータを集計できるようにする必要があります。

データ欠落・重複に関係する設定項目	コーポレート サイト	製品紹介 サイト	ECサイト	GoogleAnalyticsヘルプ	補足
1 複数ドメイン横断設定	×	×	×	https://support.google.com/analytics/topic/2772342?hl=ja&ref_topic=7557054	コーポレートサイトと別ドメインにある（フォームなど）セッションを1回のセッションとしてレポートに記録します。
2 参照元除外リストの設定	×	×	×	https://support.google.com/analytics/answer/2795830?hl=ja	コーポレートサイトと別ドメインにある（フォームなど）を参照元から除外します。
3 複数ホストの連結設定	×	×	×	https://support.google.com/analytics/answer/1012243?hl=ja	ドメイン名をレポートに表示します。
4 関係者や開発環境の除外設定	△	△	△	https://support.google.com/analytics/answer/1034840	内部ユーザーや制作関係者のアクセスを除外します。

常に設定するべき項目	コーポレート サイト	製品紹介 サイト	ECサイト	GoogleAnalyticsヘルプ	補足
1 参照元/メディアの設定	×	×	×	https://support.google.com/analytics/answer/6010097	チャンネルグループを設定することで、比較サイトなど製品関連サイトからの流入を通常の参照トラフィック（Referral）と区別します。
2 コンバージョン設定	△	△	△	https://support.google.com/analytics/answer/1033158?hl=ja&ref_topic=103295	クロスドメイントラッキングを設定し、正しい目標ページURLに変更します。
3 コンバージョン重複	×	×	×	https://support.google.com/analytics/answer/1116091#matchTypes	末尾のURLパラメータを除外し、日付ごとのフォームを1つの目標ページURLとして指定します。
4 フィルタの有無	×	×	×	https://support.google.com/analytics/answer/1033162	フィルタを使用することで、特定のディレクトリのデータのみを表示することができます。
5 タイムゾーン設定	○	○	○	https://support.google.com/analytics/answer/1010249?hl=ja	レポートの時間を設定します。
6 デフォルトページの設定	×	×	×		同じページの「example.com/」と「example.com/index.html」が別々のページとして計測されないよう設定します。
7 通貨設定	×	×	×		レポートで使用する通貨を設定します。
8 ポット・スパム除外	×	×	×		悪意のあるアクセスや意味のないアクセスをGoogle側で除外します。
9 サイト内検索の設定	×	×	×	https://support.google.com/analytics/answer/1012264	サイト内検索でユーザーが入力した検索語句などを確認できるようにします。
10 サーチコンソールとの連携	○	×	○	https://support.google.com/analytics/answer/1303621?hl=ja&ref_topic=130858	オーガニック検索の掲載結果に関する情報が確認できるようになります。

広告配信時に設定するべき項目	コーポレート サイト	製品紹介 サイト	ECサイト	GoogleAnalyticsヘルプ	補足
1 ユーザー属性レポートの有効化	○	×	×	https://support.google.com/analytics/answer/2819948	ユーザーの年齢や性別などをレポートに表示します。
2 カスタムキャンペーンの設定	×	×	×	https://support.google.com/analytics/answer/1033863?hl=ja	リンク先URLにパラメータをつけることで、LINEなどのSNSや広告の参照元を明確にします。
3 リマーケティングの有効	×	×	×	https://support.google.com/analytics/answer/2444872?hl=ja&authuser=4	コンバージョンに至る可能性の高いユーザーのリストを作成します。

○設定済み・×未設定・△不明

※イベントの申込件数や、入力画面での離脱などコンバージョン設定がされていないため数値は不明です。
 ※別ドメインへの流入が頻繁にあります。数値の把握ができません