

株式会社〇〇〇〇様  
アクセス解析レポート 解説編

2008年2月1日～2008年2月29日 作成：2008年3月5日

**digiper** デジパ株式会社

## ページビュー、訪問者数について



	前々回 2007年12月	前回 2008年1月	今回 2008年2月
期間中のページビュー	4,763 ページ	4,580 ページ	<b>3,714</b> ページ
30日換算	4,609 ページ	4,432 ページ	<b>3,842</b> ページ
期間中の訪問者数[セッション]	1,314 人	1,287 人	<b>1,043</b> 人
30日換算	1,272 人	1,245 人	<b>1,079</b> 人

その月のアクセスの概略と、前回実施分との比較を簡単に解説した内容の記述が入ります。

## 平均ページビュー、直帰率について

	前々回 2007年12月	前回 2008年1月	今回 2008年2月
平均ページビュー [訪問者平均]	3.6 ページ	3.6 ページ	<b>3.6</b> ページ
平均ページビュー [複数ページ見た訪問者平均]	6.5 ページ	6.2 ページ	<b>5.9</b> ページ
直帰率	52.5 %	50.8 %	<b>47.9</b> %
直帰数 [1PVだけの訪問者数]	690 人	654 人	<b>500</b> 人

1訪問あたりの平均閲覧ページビューは、3.6ページとなっており、先月と変化はなかった。

ある程度興味をもってウェブサイトを閲覧した訪問者の平均、つまり直帰数を除いた「複数ページを閲覧した訪問者」としての平均は、5.9ページであった。

おそらく現状のウェブサイトの閲覧鼓動の標準と見て良いだろう。今後はこの数字を上げていきたい。

直帰率（＝ウェブサイト全体における「1ページビューだけの訪問者」の割合）は、約50%弱であった。こちらも先月と大きな変化はない。

## 検索訪問率、リポート率について

	前々回 2007年12月	前回 2008年1月	今回 2008年2月
検索訪問率	76.4 %	34.7 %	<b>33.6</b> %
リポート率	43.0 %	28.7 %	<b>32.0</b> %
平均サイト滞在時間	99 秒	99 秒	<b>124</b> 秒

検索訪問率は○○○○○○。○○○○からの流入が増えたためだが、ページの修正などでSEO面での取り組みを強化し、長期的な視野でのキーワードの検索による流入も増やしていきたい。また、PPCの再検討もしてよいだろう。

リポート率は約30%前後であった。○○からのアクセスが落ち着いた可能性と、○○からの新規のユーザーのアクセスが増えたためであろう。

## トップページの閲覧開始率、直帰率について

	前々回 2007年12月	前回 2008年1月	今回 2008年2月
トップページの閲覧開始率	48.8 %	34.8 %	<b>45.9</b> %
トップページの直帰率	33.1 %	30.8 %	<b>36.7</b> %

トップページの閲覧開始率について、先月は〇〇〇でのプロモーションでは各〇〇〇への誘導が中心だったため、今月は若干反動があった印象を受ける。先月の〇〇〇の影響で社名などでの検索が増えているため、大きな施策を打たなければ、この程度の数字が出るのが現状であろう。

トップページの直帰率に関して、特に問題ない数字だろう。

## 上位コンテンツについて

	URL	ページビュー	ページ別 セッション	ページの閲覧時間	直帰率	離脱率
〇〇〇ページ	/dummy.shtml	833	535	64	36.7%	34.5%
〇〇〇ページ	/dummy.shtml	369	223	49	49.0%	19.0%
〇〇〇ページ	/dummy.shtml	354	246	37	51.0%	31.6%
〇〇〇ページ	/dummy.shtml	270	222	52	63.4%	44.1%
〇〇〇ページ	/dummy.shtml	202	167	50	70.7%	48.0%
〇〇〇ページ	/dummy.shtml	160	134	46	58.0%	45.0%
〇〇〇ページ	/dummy.shtml	147	84	28	100.0%	6.1%
〇〇〇ページ	/dummy.shtml	142	104	42	28.6%	26.1%
〇〇〇ページ	/dummy.shtml	131	97	47	42.9%	17.6%
〇〇〇ページ	/dummy.shtml	126	64	23	0.0%	7.9%

トップページ、各〇〇のページがアクセスの中心となった。〇〇〇での施策が各〇〇の誘導が中心だったためだろう。

ここには上位コンテンツについての概要の記述が入ります。

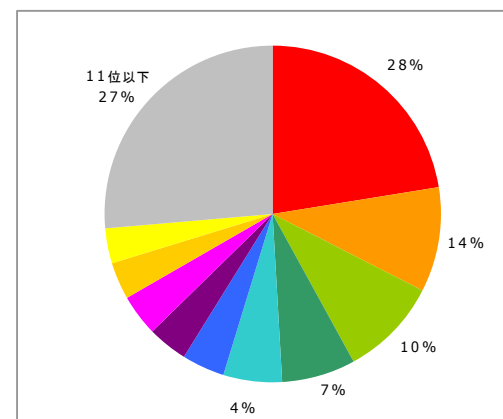
## 〇〇別のページの状況

	URL	ページビュー	ページ別 セッション	ページの閲覧時間	直帰率	離脱率
〇〇〇ページ	/dummy/dummy.shtml	369	223	49	49.0%	19.0%
〇〇〇ページ	/dummy/dummy.shtml	354	246	37	51.0%	31.6%
〇〇〇ページ	/dummy/dummy.shtml	270	222	52	63.4%	44.1%
〇〇〇ページ	/dummy/dummy.shtml	202	167	50	70.7%	48.0%
〇〇〇ページ	/dummy/dummy.shtml	160	134	46	58.0%	45.0%
〇〇〇ページ	/dummy/dummy.shtml	88	76	38	61.1%	29.5%
〇〇〇ページ	/dummy/dummy.shtml	79	70	28	83.3%	26.6%

ここにはカテゴリーに特化した上位コンテンツについての概要の記述が入ります。

## サイト全体に対する上位コンテンツの割合

URL	ページビュー
/dummy/dummy.shtml	833
/dummy/dummy.shtml	369
/dummy/dummy.shtml	354
/dummy/dummy.shtml	270
/dummy/dummy.shtml	202
/dummy/dummy.shtml	160
/dummy/dummy.shtml	147
/dummy/dummy.shtml	142
/dummy/dummy.shtml	131
/dummy/dummy.shtml	126



アクセス上位10ページで占める割合は、先月に比べて低くなってきた。ウェブサイト全体のページ数が多くはないので仕方がない面もあるだろう。



## 閲覧開始ページと直帰率について

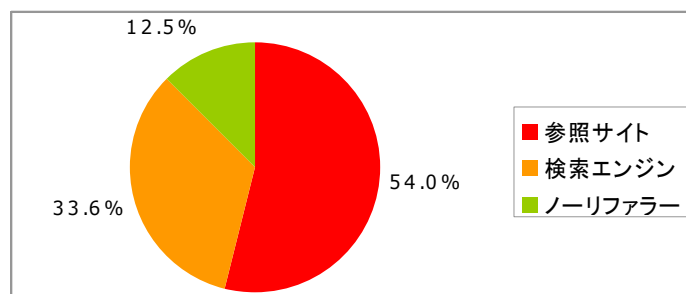
URL	閲覧開始数	割合	直帰数	直帰率
/dummy/dummy.shtml	479	45.9%	176	36.7%
/dummy/dummy.shtml	131	12.6%	83	63.4%
/dummy/dummy.shtml	99	9.5%	70	70.7%
/dummy/dummy.shtml	96	9.2%	49	51.0%
/dummy/dummy.shtml	81	7.8%	47	58.0%
/dummy/dummy.shtml	49	4.7%	24	49.0%
/dummy/dummy.shtml	19	1.8%	7	36.8%
/dummy/dummy.shtml	18	1.7%	11	61.1%
/dummy/dummy.shtml	18	1.7%	15	83.3%
/dummy/dummy.shtml	9	0.9%	2	22.2%

閲覧開始ページは、直帰率がウェブサイト全体のそれよりも低ければ、閲覧開始ページとしての「誘導」の役割を果たしていると言える。水色のセルは平均よりも良い結果が出ているもの。

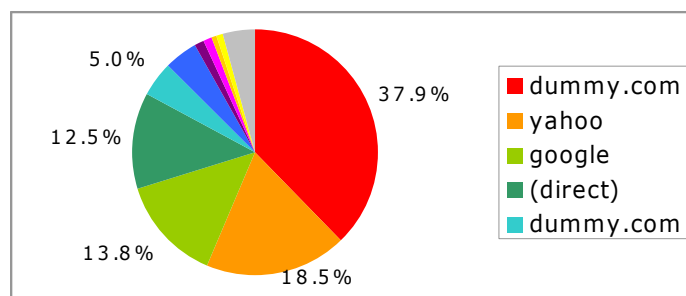
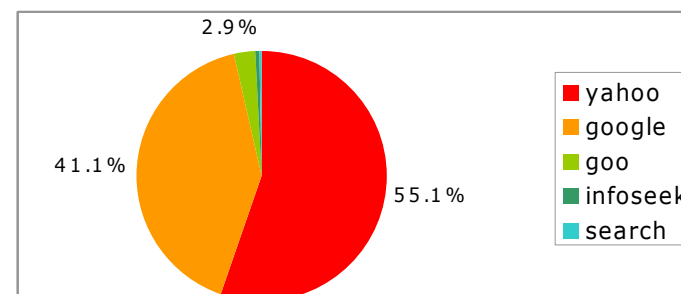
〇〇〇の施策のおかげで単発のアクセスが増えてしまうので、直帰率が高めになるのは仕方がないところかもしれない。

# トラフィック状況について

### どこ経由でアクセスされているか



### 利用された検索エンジンの割合



特定のアクセスに偏っているという印象はない。検索エンジン経由のアクセスを確保しつつ、他のウェブサイトからの被リンクを得られるようにしていきたい。

検索エンジンの割合もごく一般的な利用シェアに近く、大きな問題は見られないようだ。

## 参照サイトについて

参照元	セッション	平均 ページビュー	平均サイト 滞在時間	新規 セッション率	直帰率	コンバージョン 率
dummy.com	395	2.4	62	89.6%	61.8%	1.01%
dummy.com	52	2.3	27	80.8%	53.8%	0.00%
dummy.com	46	2.5	232	0.0%	50.0%	0.00%
dummy.com	11	4.5	52	90.9%	36.4%	0.00%
dummy.com	10	2.9	39	60.0%	60.0%	0.00%
dummy.com	9	1.8	32	22.2%	55.6%	0.00%
dummy.com	8	1.3	5	50.0%	87.5%	0.00%
dummy.com	8	4.3	58	62.5%	37.5%	0.00%
dummy.com	8	4.3	39	0.0%	12.5%	0.00%
dummy.com	4	5.8	685	0.0%	0.0%	0.00%

〇〇〇からの流入が中心である。〇〇〇も展開し、〇〇〇にも〇〇〇がつき始めているので、その反響や広まりを期待したい。

ここには、参照サイトの効果についての概要の記述が入ります。

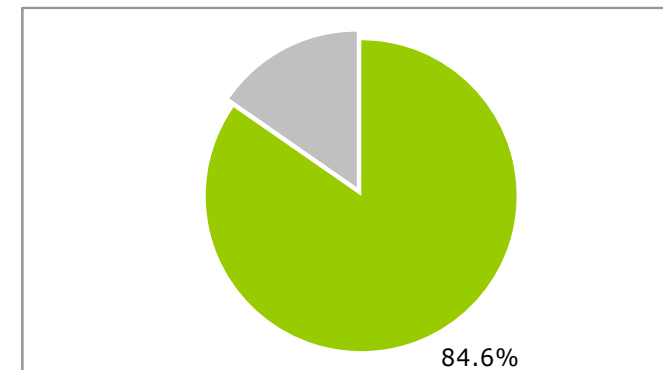
## 検索キーワードについて

キーワード	セッション	平均 ページビュー	平均サイト 滞在時間	新規 セッション率	直帰率	コンバージョン 率
キーワード	87	7.6	209	47.1%	11.5%	2.30%
キーワード	51	7.3	567	17.6%	29.4%	0.00%
キーワード	37	5.8	156	48.6%	13.5%	0.00%
キーワード	16	1.4	26	0.0%	62.5%	0.00%
キーワード	9	4.8	168	100.0%	33.3%	0.00%
キーワード	8	1.3	0	100.0%	100.0%	0.00%
キーワード	7	5.4	463	0.0%	14.3%	0.00%
キーワード	7	1.6	8	85.7%	71.4%	0.00%
キーワード	6	4.3	192	100.0%	66.7%	0.00%
キーワード	6	7.3	80	66.7%	16.7%	0.00%
キーワード	5	10.0	227	20.0%	20.0%	40.00%
キーワード	5	1.2	1	100.0%	80.0%	0.00%
キーワード	5	9.6	164	40.0%	0.0%	40.00%
キーワード	5	3.8	140	0.0%	40.0%	0.00%
キーワード	4	5.0	57	75.0%	0.0%	0.00%
キーワード	4	2.3	436	100.0%	50.0%	0.00%
キーワード	4	3.5	207	25.0%	0.0%	0.00%
キーワード	4	2.0	14	100.0%	25.0%	0.00%
キーワード	2	20.0	440	50.0%	0.0%	100.00%

ここには、検索キーワードの効果についての概要の記述が入ります。

## ブランド想起度

キーワード	セッション	割合
キーワード	87	37.2%
キーワード	51	21.8%
キーワード	37	15.8%
キーワード	16	6.8%
キーワード	9	3.8%
キーワード	8	3.4%
キーワード	7	3.0%
キーワード	7	3.0%
キーワード	6	2.6%
キーワード	6	2.6%
<b>社名・ブランド名のキーワード</b>	<b>198</b>	<b>84.6%</b>



社名に類するキーワードでの検索が中心である。もう少し他のキーワードでアクセスを集められるよう、SEO施策などでメンテナンスしても良いだろう。

またPPCの取り組みについても○○○○○○○○○○。

## 直接アクセス（ノーリファラー）

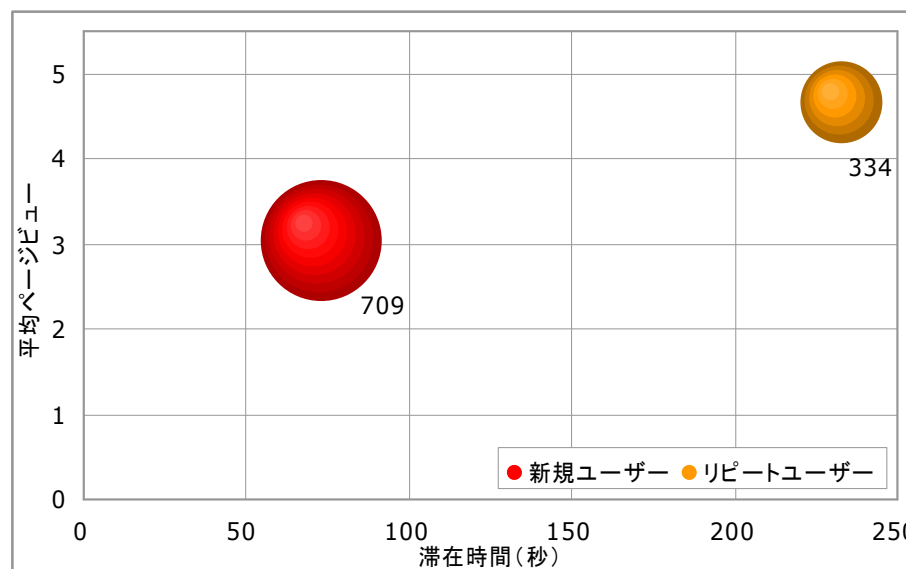


参照元	セッション	平均 ページビュー	平均サイト 滞在時間	新規 セッション率	直帰率	コンバージョン 率
(direct)	130	3.8	119	72.3%	40.0%	3.08%

リファラーのないアクセスについて、特徴的な動きがあれば概略を記述した物が入ります。

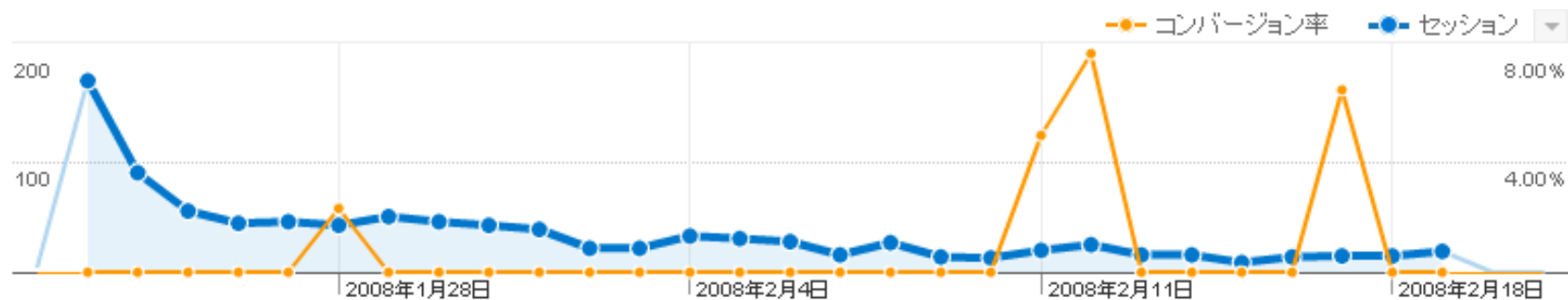
## 新規ユーザーとリピーターユーザーについて

ユーザーの種類	セッション	平均ページビュー	平均サイト滞在時間	直帰率	コンバージョン率
新規ユーザー	709	3.0	73	53.6%	1.4%
リピーターユーザー	334	4.7	232	35.9%	2.1%



新規ユーザーとリピーターユーザーとの間に、行動の差が大きく出ている。リピーターユーザーほどよく閲覧されているようだ。新規のユーザーへのアプローチを考えていきたい。

## dummy.comからの流入について (1)

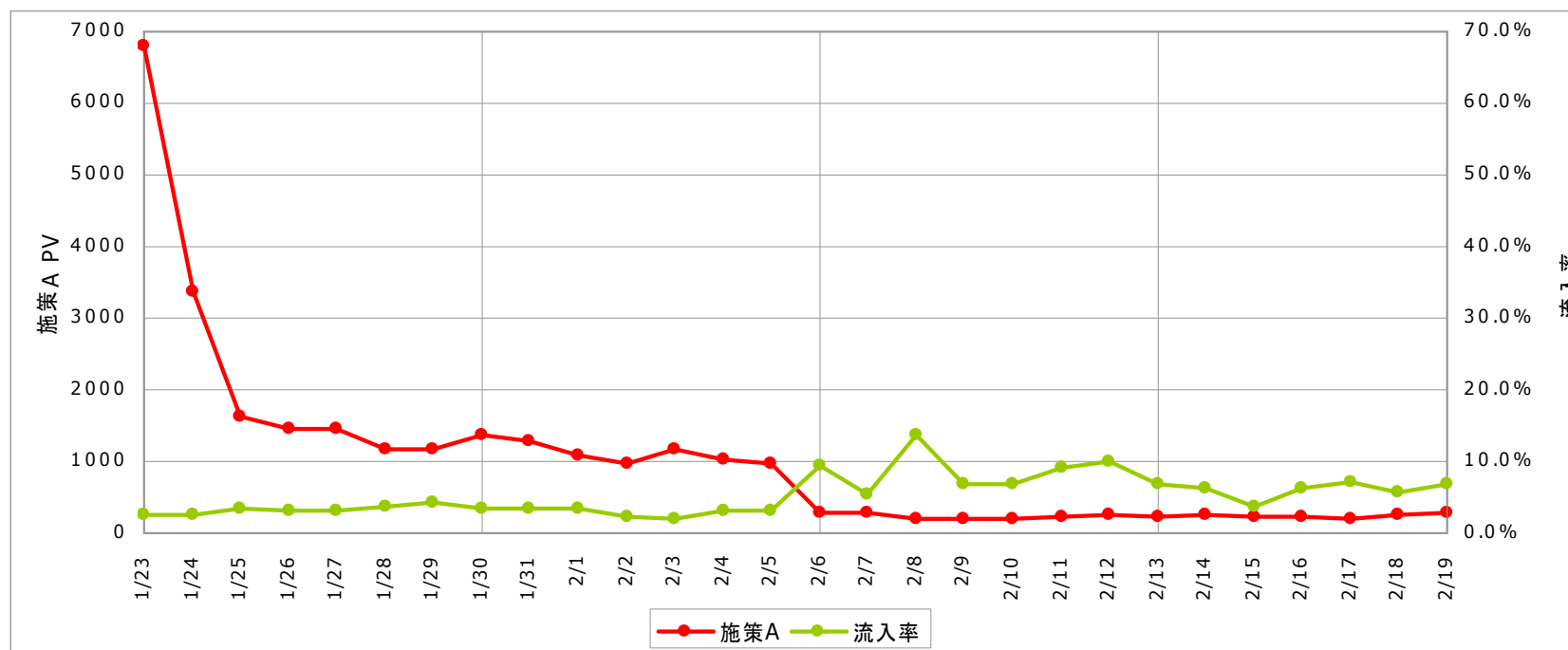


参照元	セッション	平均 ページビュー	平均サイト 滞在時間	新規 セッション率	直帰率	コンバージョン 率
dummy.com	990	2.7	62	92.1%	58.2%	0.51%
/01/01.html	852	2.7	61	93.7%	58.3%	0.23%
/01/02.html	138	2.7	73	82.6%	57.2%	2.17%

他サイトでのプロモーションなど実施時は、その効果の概略をまとめたものの記述が入ります。



## dummy.comからの流入について (2)



参照元	dummy ページビュー	ページ内 クリック数	ページ内 クリック率	トップスクエアパナ クリック率	トップテキスト クリック率	中面スクエアパナ クリック率
dummy.com 施策A	28,118	1,603	5.701%	0.311%	0.061%	0.022%

流入率
3.521%

他サイトでのプロモーションなど実施時は、その効果の概略をまとめたものの記述が入ります。