

株式会社ピーシー・ブレイン お問い合わせ電話番号:047-311-6677

## ☆今月のメニュー

### ■アクセス解析から見える集客力アップのヒント

- ✓ まずは直帰率に注目
- ✓ ランディングページの情報には集客力アップのヒントがいっぱい!

### ■社長のつぶやき

「不要の携帯電話が、癒しの時間へと昇華？」

### 直帰率と離脱率

直帰率に似た指標として離脱率というものがあります。

離脱率とは、そのページを最後にサイトから離れてしまった人の割合です。いずれかのページかで必ず離脱することにはなるのですが、サイト訪問者が期待した通りにページを見てくれているのかどうか、動線のどこに問題があるのかを確認するために有用な指標です。

流れの最後まで行って離脱している人が多ければ想定した通りになっているということで離脱率が高いことは問題ありません。一方で問合せや申込といった流れにのったページ遷移の中では問題があればそのページの離脱率が高くなります。

こういったケースでは該当ページの記述は見せ方、あるいはフローそのものを見直すヒントになります。

こんにちは、ピーシー・ブレインの高山です。

猛暑日が珍しくなくなってしまった最近の夏ですが、今年もいつまで続くのかと思いきや、大雨になるような日もあったりと、ちょっと不安定ですね。

さて、ホームページの活用方法を中心とした「WEBマーケティングのヒント」というタイトルで、今月も情報をお届けいたします。

## アクセス解析から見える集客力アップのヒント!

ホームページの効果に疑問を感じたことはないでしょうか?

- ✓ アクセス数はあるはずなのに問合せが増えない
- ✓ SEO対策はしていて順位もあがったけどセールスにつながらない
- ✓ そもそも問合せがない

店を構えていれば、来店者の多い少ない、そもそも人通りがどれくらいあるのか、どんな商品を手取る人が多いのかなどを見て理解することもできます。ホームページでも同じことが言えるのですが、傍目には分かりません。

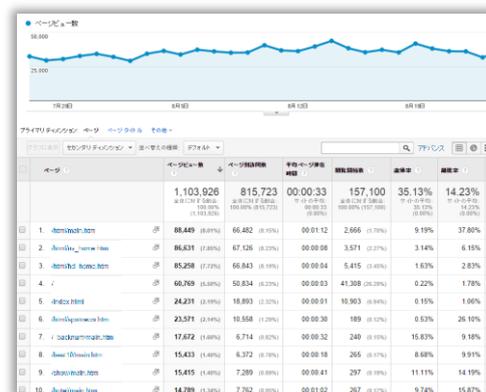
そこでアクセス解析を利用することで、必要な情報を得ることができます。ということで、今回はアクセス解析から集客力アップのヒントをつかむ方法についてお伝えします。

アクセス解析では多くの情報・数値を目にすることができますが、どれを見れば良いのか、何を参照すれば良いのかが、分かりにくいということもあります。

基本的な指標としては、

**PV** (ページビュー)、**UU** (ユニークユーザー) あるいはビジター・訪問者、セッション、それと目標達成の割合を示す**CV** (コンバージョン率)があります。

ただ、これらはごく基本的な情報で、知っておくことは必要ですが、それだけでは十分ではありません。たとえば、PVは業種や業態によっても大きく異なります。一般的に個人向けの商品・サービス、若年層向けや消費財のようなものであれば多くなりますが、法人向けの特殊な機械や設備などでは少なくなります。ただ、少なくとも商談・成約に結びつく割合は比較的高いのでPVが低いこと自体が問題とは言えないのです。



## まずは直帰率に注目！

このように、PVやUUといった単純な数字の多少だけではホームページの効果は判断できません。そこでコンバージョン率のように目標に対する達成状況を把握する必要がある訳ですが、その値を改善するためにはさらに別の指標をチェックすることが必要です。

### ▼直帰率に注目を

アクセス解析のレポートの中で、まず目につくのが直帰率という指標です。

直帰率とは、ホームページには辿りついたものの他のページは見ずに最初の1ページだけでそのまま去ってってしまう割合です。

なお公開されている直帰率の平均値というのはありませんが、実例などからはトップ以外のページは60～70%を下回ることを目安にしていることが多いようです。（トップは30～40%）

### ▼直帰してしまう原因・理由

直帰する理由は訪問者の期待に応えていないケースがほとんどです。たとえば、

- ✓ 訪問者が期待していた情報が掲載されていない
- ✓ ページの作りが悪くて読みにくい
- ✓ 訪問者に次のアクションを要求していない  
（ページをみたあとにどうして欲しいのかが明確でない）
- ✓ 欲しい情報があり、満足してしまった
- ✓ 表示が遅くて待っていらなかった

などが考えられます。

※スマートフォン利用者が増えてからは最後の表示速度

への要求も重要です。格安（月数百円）のレンタルサーバーを利用している方は要注意です。



### ▼滞在時間も合わせてチェック

直帰してしまうそのページを見るのに費やした時間（滞在時間）をチェックすることで、直帰の理由がある程度推測できます。ホームページ内の標準的な滞在時間と比べて短い場合は、明らかにそのページの情報量や内容に問題があると考えられます。

ページにアクセスする前に期待していたものと異なれば、そのページを閉じるのに多くの時間は必要としません。

一方、滞在時間が比較的長い場合、この場合には改善の余地があります。ページをしっかりと読み込んだ結果として、納得してしまった、必要な情報は得られたので十分ということで、そこで完結してしまっている可能性があるのです。

有用な情報を提示することは良いことですが、ア

クションを求めなければ次のステップ、反応にはつながりません。その部分が欠けていると考えられます。

ページ	ページビュー数	ページ別訪問数	平均ページ滞在時間	閲覧回数	直帰率	離脱率	ページ...
	201,091 全体に対する割合 100.00% (201,091)	173,878 全体に対する割合 100.00% (173,878)	00:01:03 サイトの平均 00:01:03 (0.00%)	137,241 全体に対する割合 100.00% (137,241)	88.08% サイトの平均 88.08% (8.00%)	68.25% サイトの平均 68.25% (8.00%)	
1. <a href="#">http://www.example.com/</a>	44,804 (22.28%)	42,582 (24.49%)	00:06:36	42,498 (30.97%)	95.21%	94.68%	¥...
2. <a href="#">http://www.example.com/</a>	11,525 (5.73%)	11,522 (6.63%)	00:03:22	11,521 (8.39%)	99.77%	99.78%	¥...
3. <a href="#">http://www.example.com/</a>	5,994 (2.98%)	5,993 (3.45%)	00:00:53	5,992 (4.37%)	99.83%	99.85%	¥...
4. <a href="#">http://www.example.com/</a>	5,406 (2.69%)	4,612 (2.65%)	00:00:21	4,472 (3.28%)	26.90%	32.46%	¥...
5. <a href="#">http://www.example.com/</a>	4,865 (2.42%)	4,401 (2.53%)	00:00:37	4,153 (3.03%)	90.61%	87.63%	¥...
6. <a href="#">http://www.example.com/</a>	3,607 (1.79%)	2,426 (1.40%)	00:01:09	2,011 (1.47%)	39.22%	33.10%	¥1,260
7. <a href="#">http://www.example.com/</a>	3,474 (1.73%)	3,380 (1.94%)	00:02:51	3,289 (2.40%)	96.93%	96.09%	¥...
8. <a href="#">http://www.example.com/</a>	3,180 (1.58%)	3,022 (1.74%)	00:02:53	2,814 (2.05%)	93.21%	87.67%	¥2...
9. <a href="#">http://www.example.com/</a>	3,079 (1.52%)	3,079 (1.77%)	00:06:41	3,079 (2.24%)	99.77%	99.77%	¥...

## ランディングページの情報には集客力アップのヒントがいっぱい

直帰ということは、最初に見られたページに問題があるということです。これは「ランディングページ」としての問題となります。（ランディングページ＝訪問者が最初に到達するページ）ここにはヒントがたくさんあるので改善のヒントになります。

### ▼生きたランディングページになっていますか？

ランディングページで離脱（＝直帰）していたら何も起きません！

あなたの見込み客はどのページにランディングしていますか？ちゃんと見られていますか？

### ▼ランディングページの参照元・チャンネルもチェックを忘れずに

どこから辿りついたのか、といった情報も一緒に分かります（参照元やチャンネル・広告などとして集計されているはずです）。

検索エンジンからのアクセスが多ければ、SEO対策の成果ということになりますが、果たして意図した通りになっているでしょうか？ぜひチェックしてください。

### ▼ランディングページの直帰率は集客力に直結します！

ランディングページの直帰率が高いとせっかくのSEO対策が台無しです。キーワードに関連したコンテンツがランディングページと一致しているか要確認です。

また、検索エンジンの結果ページに書かれているタイトルや見出しの表記・内容と実際のページの内容が違えば、期待外れということになりますよね。

もし、広告からのアクセスが多い場合はもっと深刻です。

広告の文面やメッセージに惹かれてたどり着いたのに、全くの期待外れだったということの意味している訳で、広告費の垂れ流しということになってしまいます。

検索エンジン、広告、あるいはリンクについて、全ての経路について言えますが、紹介されているメッセージとの実際のコンテンツの乖離が大きければそれだけ直帰率は上がってしまいます。

### ▼アクセス解析から考えるランディングページの意味

ランディングページの成否はアクセス解析の情報から分かります。課題が分かったら次の点に注意して改善してみてください。

- ✓ 離脱しては始まらない。次につながる（読ませる）工夫をしていますか？  
訪問者の期待を裏切れば離脱します。見出しや導入には最大限の注意を払ってください。
- ✓ 全てはこのページから始まる。動線は用意されていますか？  
次のアクションは明確になっていますか？読んで満足させるだけでなくアクションを要求してください。
- ✓ SEO対策の結果はここに。キーワードとコンテンツ・テーマは一致していますか？  
自己満足に陥らないためにチェック・見直しを欠かさず。
- ✓ トップページからアクセスされる訳ではありません。ランディングページからの動線は大丈夫？  
コンテンツの充実しているサイトはトップページ以外からの流入が多くの変換を生んでいます。入り口となるランディングページにもしっかり手をかけることが効果を上げる早道です。

株式会社ピーシー・ブレイン

〒270-2253

千葉県松戸市日暮 1-2-6  
勝どきビル

電話番号

047-311-6677

Fax

047-311-6678

E-mail

info@pcbrain.co.jp

受付時間：

9:00～17:30

地域で一番ネットを使った  
商売に詳しいコンサルティ  
ング企業

- Web マーケティングコンサル
- ネット集客支援
- ホームページ制作
- SEO リフォーム
- WEB システム開発

当社 Web サイト:

<http://www.pcbrain.co.jp>

<http://www.webquick.jp>



## 社長のつぶやき

### 携帯電話が、癒しの時間へと昇華？

近所のレンタルビデオ店ゲオに”中古携帯買取ります“の看板があったので、お蔵入りしていた家中の携帯電話を引っ張り出して持って行きました。



結果、これ全部で  
¥11,300 なり。

内訳は、  
iPhone4s が¥10,000、  
その他ガラケーは比較  
的新しい物が¥1,000 で  
あとは¥100 でした。

何でも買取って貰える時代なんですね。

使わない物はゴミ＝即捨てる。自分のこうした価値観を改めなくてはいけないですね。

ともあれ臨時収入にテンションアップ！

このお金は、即日、友人夫妻と一緒に行った居酒屋へと消えていきましたが、ほっておけば家の中のゴミが、友人との楽しいひと時へと昇華した訳で、大変満足しております。

今度は、大学生になった息子の部屋のクローゼット奥深くに眠っているウルトラマン怪獣の人形たち5～60体売ってみようかと計画しております。

果たしてこの怪獣たちがどんな昇華をみせてくれるのか、楽しみです



ニュースレターの感想、取り上げて欲しいテーマ、相談など、ぜひご意見をお聞かせ下さい！  
→ FAX:047-311-6678 / 電子メール：info@pcbrain.co.jp

株式会社ピーシー・ブレイン

〒270-2253

発行責任者：高山卓巳

千葉県松戸市日暮 1-2-6

勝どきビル

TEL: 047-311-6677 FAX: 047-311-6678 Email: info@pcbrain.co.jp