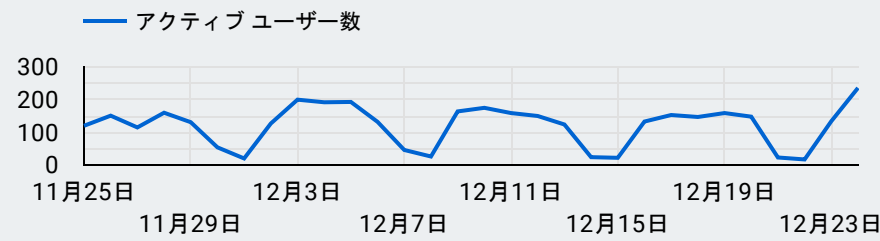


1.サマリ

期間は1ヵ月間を初期値として設定しています。
ここから参照したい期間を設定します。

アクティブユーザー数

実績値 **3,030**
前の期間との差 **↑ 29.9%**

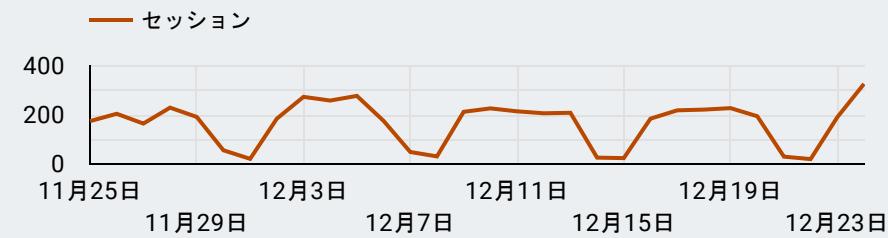


サイトの訪問ユーザー数です。
同一人物のアクセスは、1ユーザーとカウントされます。
ユーザー数を増やすには、新規ユーザーの獲得施策が有効です。

※ブラウザ環境により異なる場合があります。

セッション

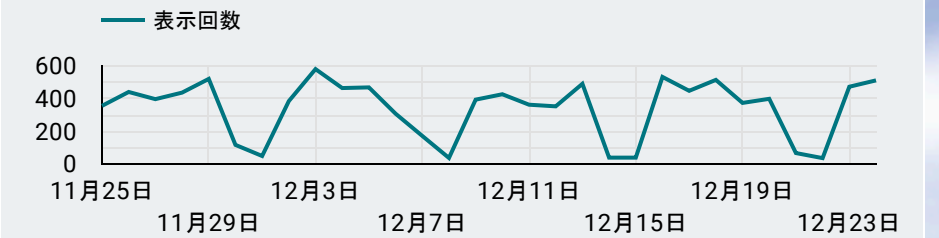
実績値 **4,979**
前の期間との差 **↑ 32.0%**



サイトの訪問回数です。
同一人物も訪問の度に1セッションずつカウントされます。
定期的にコンテンツを更新して、同じユーザーに何度も訪問してもらう（リピーターユーザーを増やす）ことで、増やすことができます。

表示回数

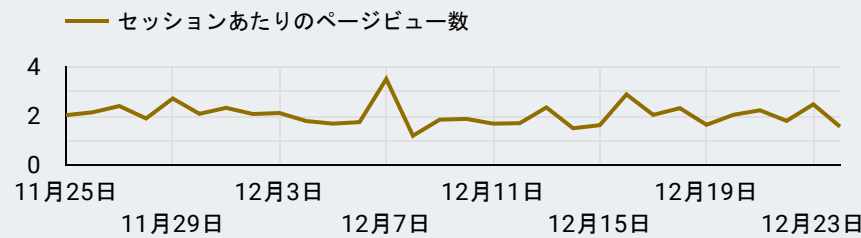
実績値 **10,198**
前の期間との差 **↑ 36.8%**



サイト内のページが閲覧された回数です。
コンテンツを増やしたり、導線を整備して一回の訪問で多くのページを見てもらう（回遊させる）ことで、増加が期待できます。
短期間での増加を狙う場合、Web広告（検索、SNS等）の出稿も有効です。

セッションあたりのページビュー数

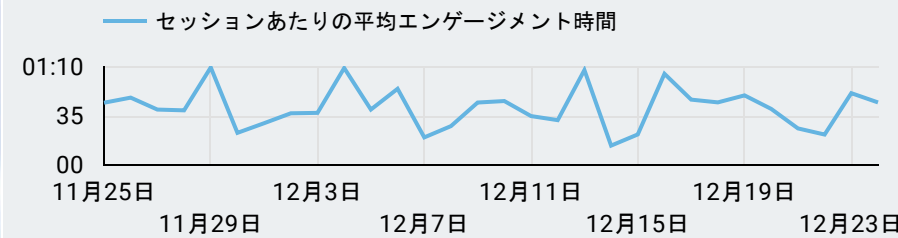
実績値 **2.05**
前の期間との差 **↑ 3.6%**



一回のセッションで閲覧された平均ページ数です。
関連するページをリンクでつなぐ等の導線強化を行い、サイトの回遊性をアップすることで、増加が期待できます。

セッションあたりの 平均エンゲージメント時間

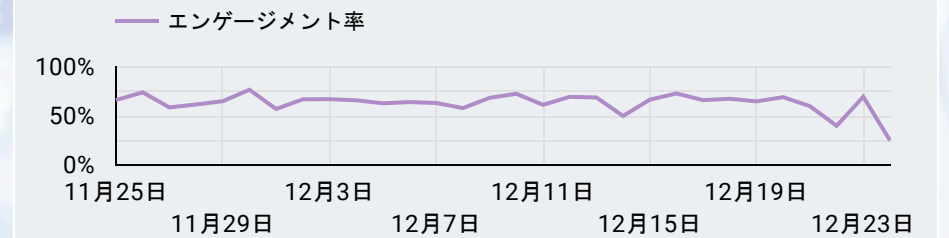
実績値 **00:00:46**
前の期間との差 **↑ 8.4%**



一回のセッションの平均エンゲージメント（スクロールやクリックなどのサイトの利用行動）時間です。ユーザーがどれだけの時間をかけてサイトのコンテンツを閲覧したかの指針となります。
読み物系（事例紹介、コラム等）のコンテンツを増やしたり、導線を強化することで、増加が期待できます。

エンゲージメント率

実績値 **64.0%**
前の期間との差 **↓ -2.3%**

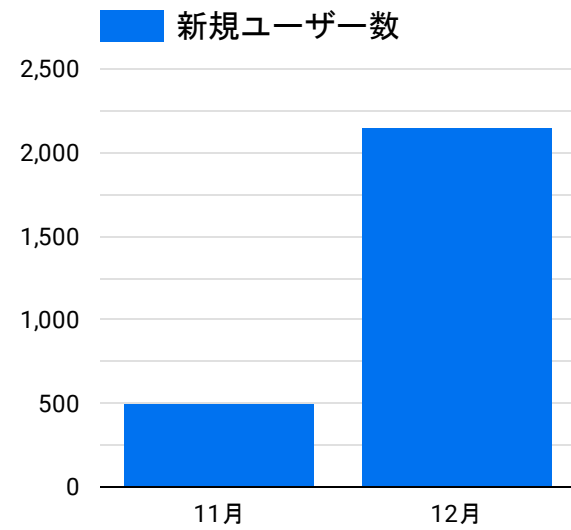


サイトに訪問したユーザーがクリックやスクロールなどのサイトの利用行動をおこなった割合です。
B2Bサイトでは一般的に60~50%が目安となります。
エンゲージメント率の評価はページの目的によっても変わるので、サイト全体だけでなく、ページごとのエンゲージメント率も確認することをお勧めします。

2.どのようなユーザーが訪問している？

期間は1ヵ月間を初期値として設定しています。
ここから参照したい期間を設定します。

新規ユーザー



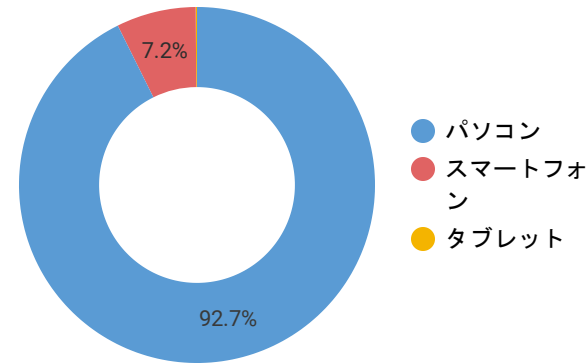
年	月	新規ユーザー数
2024年	11月	503
2024年	12月	2,148

1-2 / 2 < >

新規ユーザー

サイトに初めて訪れるユーザー。
新規ユーザー獲得施策として、メール配信やWeb広告（短期施策）、SEO対策（長期施策）があげられます。

デバイスタイプ



デバイスカ...	セッション...	エンゲージ...
1... パソコン	4,681	64.09%
2... スマートフォン	365	62.47%
3... タブレット	6	50%

1-3 / 3 < >

ユーザーの閲覧デバイスの割合です。
スマートフォンやタブレットの直帰率が高い場合、レスポンス対応など、表示最適化の検討をお勧めします。

地域



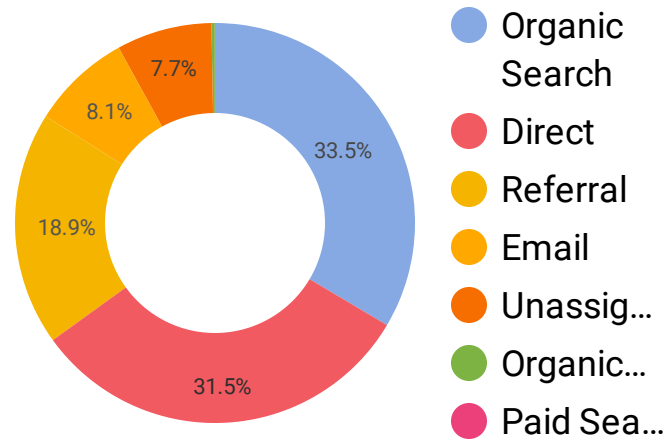
地域	セッション	アクティブユー...	ユーザーあたりのイベント数	エンゲージメント率
1. 東京都	2,875	1,697	35.41	64.38%
2. 神奈川県	1,079	554	43.64	63.76%
3. 大阪府	180	140	23.76	66.67%
4. 千葉県	62	48	26.31	59.68%
5. 愛知県	59	44	31.14	74.58%
6. 埼玉県	57	42	32.31	63.16%
7. 福岡県	46	31	32.13	71.74%
8. 兵庫県	30	21	16.67	53.33%
9. 北海道	29	19	27.53	51.72%
10. 栃木県	26	17	27.29	50%
11. 宮城県	21	13	32.85	66.67%

1-44 / 44 < >

3.ユーザーはどこから訪れる？

期間は1ヵ月間を初期値として設定しています。
ここから参照したい期間を設定します。

流入元 (チャンネル)



メディア	セッション
1. Organic Search	1,757
2. Direct	1,651
3. Referral	991

1 - 7 / 7

サイトに訪問したきっかけを知るための指標です。

※本レポート操作のポイント
円グラフの各項目エリアをクリックすると、右表（「流入元」「メディア」）の絞り込みができます。

- Organic**
「Google」や「Yahoo」などの検索サイトの検索結果からのアクセスです。
- Referral**
別のWebサイトにあるリンク経由のアクセスです。
- Direct**
「ブックマーク」、「URL直接入力」、「メール、Word、Excelなどのリンク」、「SSLからHTTPへのアクセス」、「スマホアプリ」、「QRコード」等からのアクセスです。

参照元

	セッションの参照元	アクティブ...	セッション...	エンゲージメン...
1.	(direct)	1,363	1,651	71.41%
2.	google	793	1,196	66.56%
3.	bing	211	450	63.56%
4.	newsletter	195	421	62.95%
5.	(not set)	337	401	0.5%
6.	statics.teams.cdn.office.net	71	340	58.24%
7.	toshiba-dmi.co.jp	143	244	58.2%
8.	yahoo	85	96	71.88%
9.	global.toshiba	46	65	69.23%
10.	dmi.5star.ne.jp	16	55	63.64%
11.	toshibaap.sharepoint.com	17	41	75.61%
12.	webcom.toshiba.co.jp	12	39	56.41%
13.	pi.pardot.com	3	22	59.09%
14.	mail.google.com	2	22	36.36%
15.	t.co	8	14	35.71%
16.	webteluc.toshiba.co.jp	9	11	90.91%
17.	webtel.toshiba.co.jp	4	11	63.64%
18.	ntp.msn.com	1	10	10%
19.	compass.labbase.jp	7	9	88.89%
	総計	3,030	4,979	64.05%

1 - 80 / 80

Organic経由の場合、どの検索エンジンからの流入かが分かります。
Referral経由の場合、相互リンクしたサイトからの流入があるか、流入前にユーザーがどんな情報を見ていたのかを確認できます。

メディア

	セッションのメディ...	アクティブ...	セッション...	エンゲージメント率
1.	organic	1,086	1,741	66.17%
2.	(none)	1,363	1,651	71.41%
3.	referral	395	1,022	60.37%
4.	email	195	422	63.03%
5.	(not set)	338	401	0.5%
6.	qrcode	3	3	66.67%
7.	cpc	1	1	0%
	総計	3,030	4,979	64.05%

1 - 7 / 7

4.ユーザーが最初に訪問するページは？

期間は1ヵ月間を初期値として設定しています。
ここから参照したい期間を設定します。

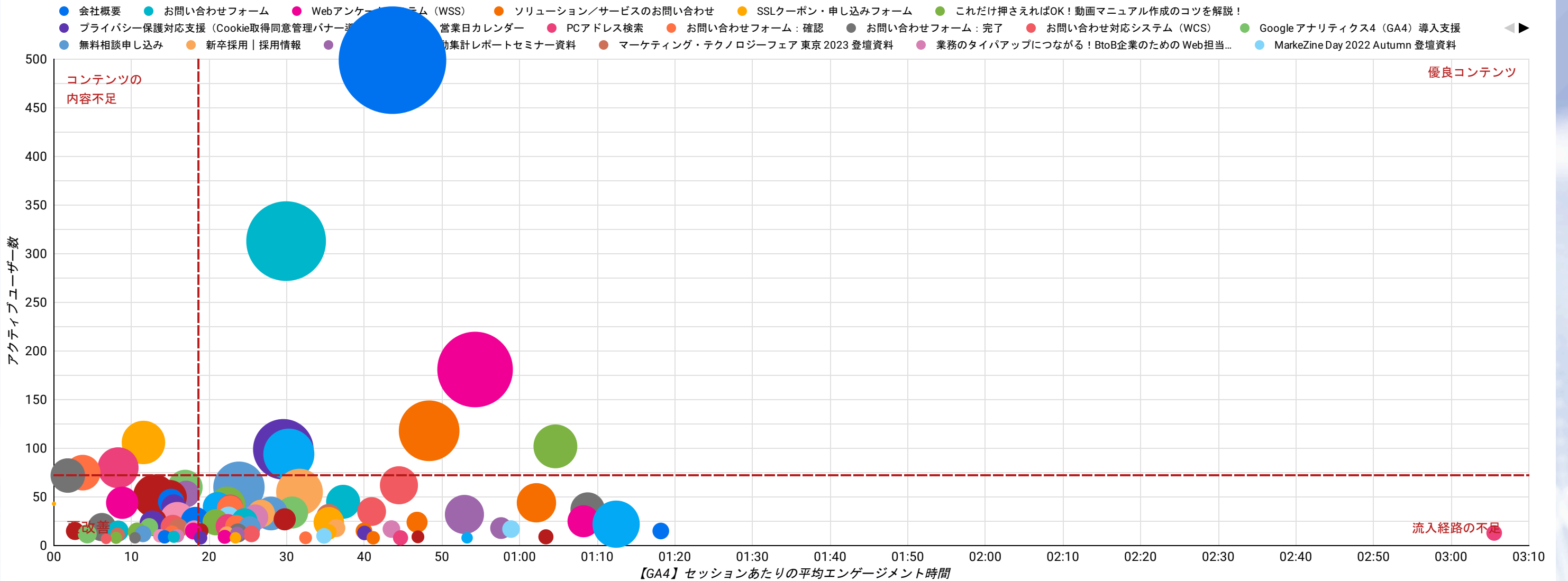
ランディングページ					
ランディングページ	アクティブユー...	セッション	イベント数	イベント/セッション	エンゲージメント率
/	1,076	1,547	42,353	27.38	75.63%
/dmi/contact	265	298	6,412	21.52	74.5%
	200	275	1,922	6.99	0.73%
/company/outline.html	193	219	4,637	21.17	70.78%
/service/wss.html	139	176	2,396	13.61	66.48%
/dmi/solution/contact	104	128	2,661	20.79	67.97%
/service/gdpr.html	87	121	1,667	13.78	69.42%
/company/calendar.html	82	141	1,761	12.49	48.23%
/marketing-guide/2024/202412_28.html	79	88	940	10.68	57.95%
/remote_host.php	75	75	1,623	21.64	92%
/recruitment	74	79	2,164	27.39	81.01%
/dmi/consultation/contact	52	82	2,069	25.23	81.71%
/company	51	56	1,636	29.21	91.07%
/dmi/ssl/order	46	46	1,033	22.46	76.09%
/service/wcs.html	42	50	750	15	66%
/service	41	60	1,880	31.33	70%
/dmi/recruit	39	39	679	17.41	69.23%
/download/whitepaper_website_package.html	38	61	1,421	23.3	77.05%
/dmi/privacy	37	37	680	18.38	91.89%
/dmi/inq_c	36	36	725	20.14	94.44%
/solution	30	36	999	27.75	63.89%
/download/dxexpo_2024_summer.html	27	27	496	18.37	96.3%
/5star/ssl/order	26	28	272	9.71	42.86%

1 - 100 / 146 < >

5. ユーザーはどのようにサイト内を回遊している？

期間は1ヵ月間を初期値として設定しています。
 ここから参照したい期間を設定します。

評価マップ



横軸がページ平均滞在時間、縦軸がページ別訪問数です。右上にあるほど訪問時間が長く、訪問される機会が多い評価の良いコンテンツといえます。逆に左下は、訪問も滞在時間も少ない（評価の低いと推察される）コンテンツです。

評価マップの4つの各エリアについて、読み取れる傾向と施策案は以下の通りです。

- ・ **左下エリア：要改善**
 打ち出したい内容であるなら、コンテンツの充実と流入数アップ両方の施策検討が必要です。
- ・ **右下エリア：流入経路の不足**
 コンテンツ内容は優良と想定されるので、流入数アップの施策検討でバズる可能性があります。
- ・ **左上エリア：コンテンツの内容不足**
 訪問数が多いのに、コンテンツが読まれているページ。目録にコンテンツ充実の施策検討が必要です。

6.ユーザーが最も閲覧したページは？

期間は1ヵ月間を初期値として設定しています。
ここから参照したい期間を設定します。

上位閲覧ページ									
	ページタイトル	表示回数	% Δ	アクティブユーザー数	% Δ	セッションあたりの平均エンゲージメント時間	% Δ	エンゲージメント率	% Δ
1.	トップページ	2,416	40.8% ↑	1,150	31.6% ↑	00:00:15	35.9% ↑	71.48%	-7.7% ↓
2.	会社概要	711	42.8% ↑	499	31.3% ↑	00:00:43	-0.8% ↓	77.32%	-2.9% ↓
3.	サービス	599	-8.1% ↓	225	22.3% ↑	00:00:17	-34.9% ↓	87.5%	-4.8% ↓
4.	お問い合わせフォーム	390	41.3% ↑	301	23.9% ↑	00:00:30	40.7% ↑	64.85%	0.4% ↑
5.	Webアンケートシステム (WSS)	351	-4.1% ↓	169	-19.9% ↓	00:00:57	-3.1% ↓	61.59%	-3.8% ↓
6.	会社情報	301	18.0% ↑	209	12.4% ↑	00:00:09	14.8% ↑	94.61%	-2.1% ↓
7.	採用トップページ	299	64.3% ↑	163	41.7% ↑	00:00:22	35.1% ↑	87.1%	-2.5% ↓
8.	ソリューション	277	-8.9% ↓	163	18.1% ↑	00:00:25	-0.2% ↓	85.19%	-4.4% ↓
9.	ソリューション／サービスのお問い合わせ	226	145.7% ↑	117	69.6% ↑	00:00:48	61.4% ↑	61.73%	0.0%
10.	プライバシー保護対応支援 (Cookie取得同意管理バナー導入支援)	225	-	99	-	00:00:29	-	67.22%	-
11.	無料相談申し込み	162	362.9% ↑	57	54.1% ↑	00:00:24	690.2% ↑	75.51%	-15.3% ↓
12.	営業日カレンダー	160	31.1% ↑	94	54.1% ↑	00:00:30	41.9% ↑	45.98%	33.8% ↑
13.	Webサイト構築パッケージ 30%OFFキャンペーン実施中！	137	-	22	-	00:01:12	-	69.57%	-
14.	新卒採用 採用情報	134	45.7% ↑	55	5.8% ↑	00:00:31	-20.0% ↓	92.96%	10.9% ↑
15.	導入事例	133	-15.8% ↓	78	-4.9% ↓	00:00:16	-22.1% ↓	86.67%	-1.3% ↓
16.	これだけ押さえればOK！動画マニュアル作成のコツを解説！	118	-	102	-	00:01:04	-	42.86%	-
17.	SSLクーポン・申し込みフォーム	116	30.3% ↑	100	53.8% ↑	00:00:12	57.4% ↑	57.25%	-2.0% ↓
18.	マーケティングコラム	114	58.3% ↑	48	45.5% ↑	00:00:13	15.8% ↑	83.13%	-9.3% ↓
...

1 - 100 / 171 < >

※「%Δ」は前の期間との比較した場合の増減率

セッションあたりのイベント数は、1回の訪問で何回サイトの利用行動（スクロールやクリックなど）が発生したかの値です。この値が低い場合は

- ・そのページだけ閲覧して終了（直帰）
 - ・複数のページを閲覧後に終了（目的を達成した場合、達成してない場合があります）
- などが考えられます。

トップページや、製品一覧ページ、検索結果ページなど、次の情報に誘導する回遊につなげたいページでセッションあたりのイベント数が低い場合、導線強化やUI改善が必要で、以下のような対策の検討をおすすめします。

- ・見せたいページへのリンクを追加する

7.何回のお問い合わせにつながったか？

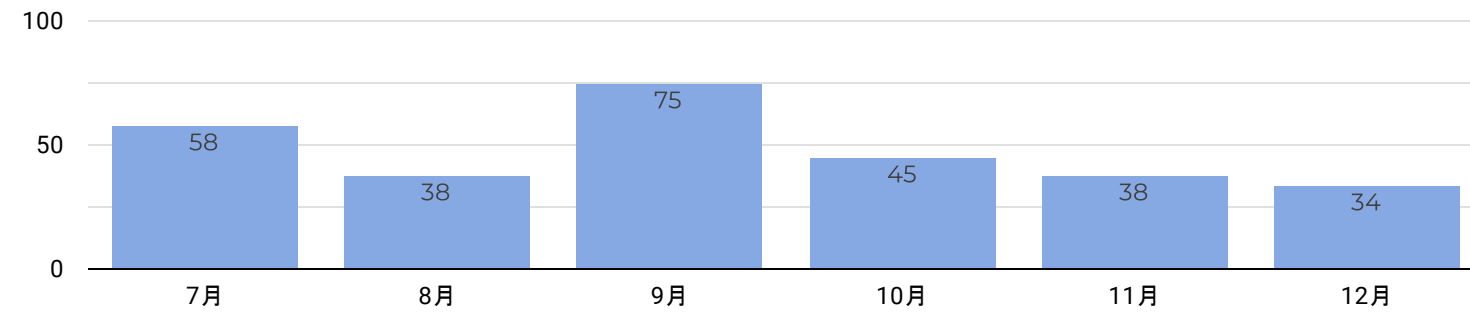
期間は1ヵ月間を初期値として設定しています。
ここから参照したい期間を設定します。

お問い合わせ完了数

実績値 **40**
前の期間との差 **↑ 8.1%**

お問い合わせフォームで、入力完了画面まで到達した数です。
お問い合わせにつながった入口ページ（下表）を知ること、目標達成へのページの貢献度を測ることができます。

お問い合わせ完了数推移



※完了数推移は過去6ヶ月期間で表示

ページタイトル	イベント数	セッション
1. お問い合わせフォーム	21	19
2. SSLクーポン・申し込みフォーム	5	4
3. ソリューション/サービスのお問い合わせ：完了	5	5
4. SSLクーポン・申し込みフォーム：完了	3	3
5. お問い合わせフォーム：完了	3	3
6. (not set)	1	1
7. 東芝デジタルマーケティングイニシアティブ株式会社へのエントリー	1	1
8. 無料相談申し込み：完了	1	1

総計

40

34

1 - 8 / 8 < >

8. ユーザーはどのようなアクションをしている？

期間は1ヵ月間を初期値として設定しています。
ここから参照したい期間を設定します。

ファイルダウンロード数

実績値 **42**
前の期間との差 ↓ -44.7%

PDF等のファイルがダウンロードされた数です。Webページの補足資料として詳細をPDFで掲載すると、どのくらい興味を持たれたかを測ることができます。

イベント名	ページタイトル	リンク先 URL	ファイル名	イベント数
1. file_download	Webアンケートシステム (WSS)	https://www.toshiba-dmi.co.jp/common/pdf/servic...	/common/pdf/service/wss/cat...	12
2. file_download	規約・約款	https://www.toshiba-dmi.co.jp/common/pdf/servic...	/common/pdf/service/asp/agr...	7
3. file_download	Webアンケートシステム (WSS)	https://www.toshiba-dmi.co.jp/common/pdf/servic...	/common/pdf/service/wss/ws...	7
4. file_download	規約・約款	https://www.toshiba-dmi.co.jp/common/pdf/servic...	/common/pdf/service/asp/me...	6
5. file_download	BtoBマーケティング戦略の立て方・実践方法を徹底解説	https://www.toshiba-dmi.co.jp/common/pdf/mark...	/common/pdf/marketing-gui...	2

1 - 5 / 11 < >

外部リンククリック数

実績値 **340**
前の期間との差 ↑ 50.4%

ドメインが違うページへのリンクがクリックされた数です。Webサイトの目的か、製品を販売するECサイトへの誘導の場合、ECサイトへの誘導数を、目標の一つにすると良いでしょう。

イベント名	ページタイトル	リンク先 URL	イベント数
1. click	トップページ	https://www.global.toshiba.jp/top.html	34
2. click	会社概要	https://www.global.toshiba.jp/top.html	13
3. click	映像制作	https://www.youtube.com/watch?v=zvj9gZCvmK0	7
4. click	更新するだけでは不十分！Webサイトをビジネスの武器にする運用術	https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000040.000010333.html	6
5. click	Webサイト構築パッケージ 30%OFFキャンペーン実施中！	https://www.digital.go.jp/resources/introduction-to-web-accessibilit...	4
6. click	Webサイト構築パッケージ 30%OFFキャンペーン実施中！	https://www.digital.go.jp/resources/introduction-to-web-accessibilit...	4

1 - 100 / 266 < >

ページ閲覧数

実績値 **2,193**
前の期間との差 ↑ 6.9%

一番見せたいページの閲覧数アップも目標の一つとなります。
ページごとの閲覧数は「[レポート6：ユーザーが最も閲覧したページは？](#)」で確認しましょう。

イベント名	ページ階層	イベント数
1. page_view	/service/	599
2. page_view	/service/wss.html	323
3. page_view	/service/gdpr.html	234
4. page_view	/service/video_production.html	95
5. page_view	/service/wcs.html	89
6. page_view	/service/analysis-report.html	70

1 - 45 / 45 < >