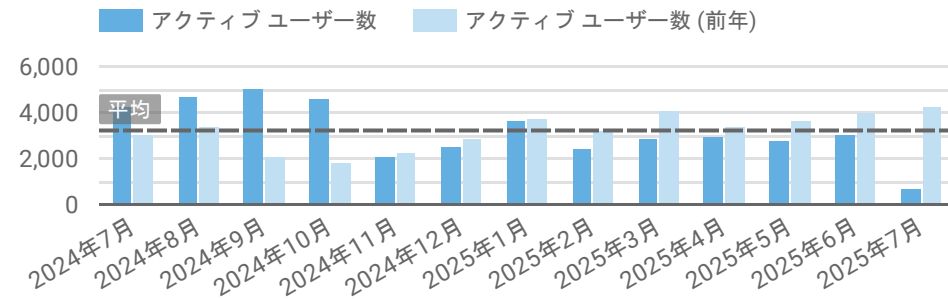


過去28日間を初期値として設定しています。ここから参照したい期間を設定します。

サマリ

アクティブユーザー数

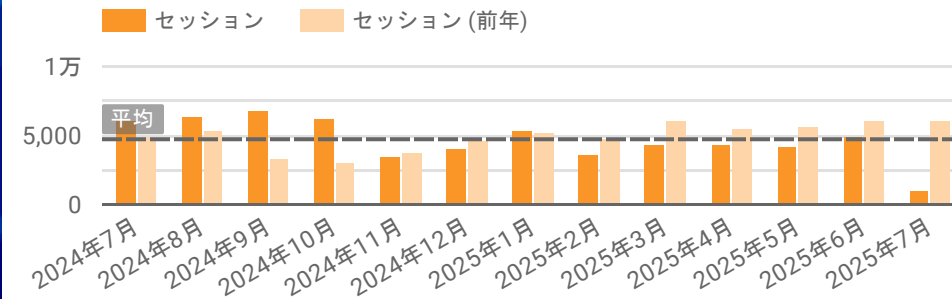
実績
前の期間との
2,705
↓ -10.7%



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。

セッション

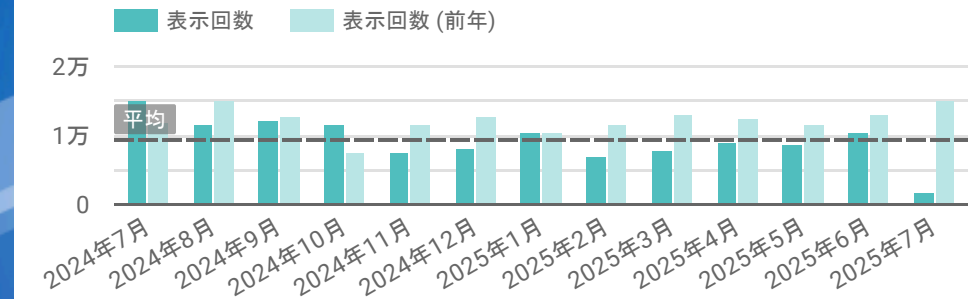
実績
前の期間との
4,492
↓ -2.3%



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、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、コストを増やすことができます。

表示回数

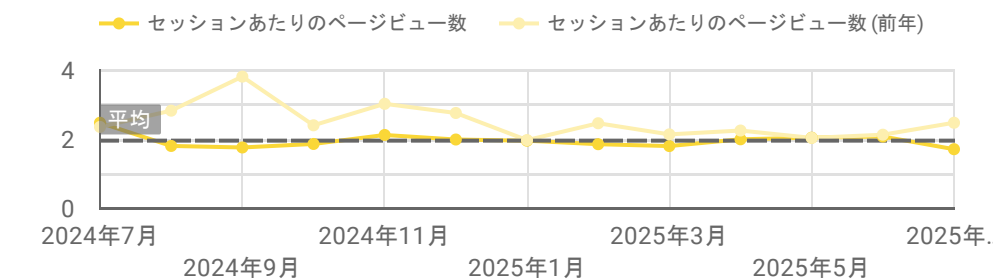
実績
前の期間との
8,936
↓ -6.7%



サイトが表示された回数です。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

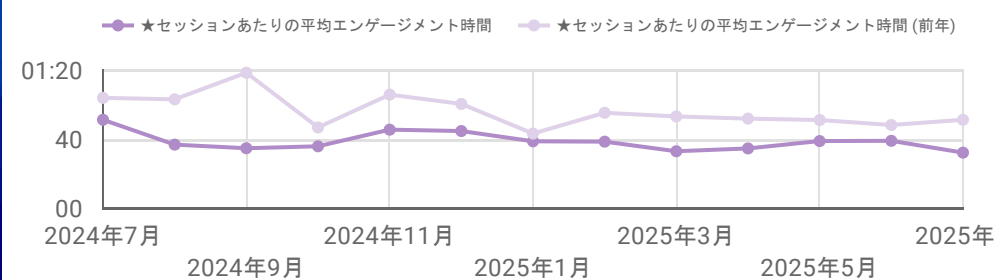
実績
前の期間との
1.99
↓ -4.5%



1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を増やし、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

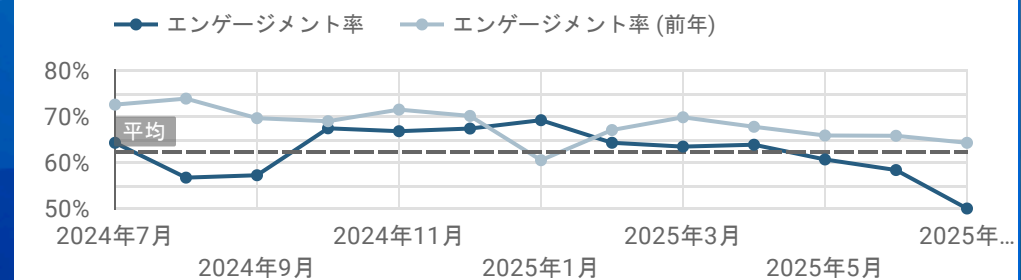
実績
前の期間との
00:00:35
↓ -14.4%



1回のセッションでユーザーがWebサイトを実際に見ていたり、読んでいたり、使用していたりする平均時間です。読み物系（事例紹介、コラム等）のコンテンツを増やしたり、導線を上にしたりすることで、増加が期待できます。★★が付いたディメンション・指標はカスタムで追加を行ったもの。

エンゲージメント率

実績
前の期間との
55.6%
↓ -8.9%



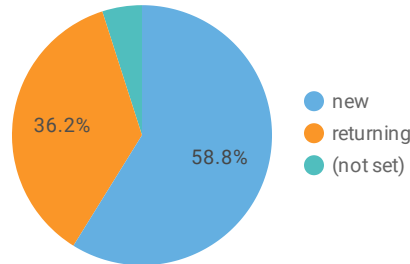
ユーザーがWebサイトに訪問後、「10秒以上セッションを継続」「2ページ以上を閲覧」「キーイベントに設定された行動」のいずれかを行ったセッションの割合です。この割合が低いということは、直帰しているセッションが多いことを表しています。

※%△：グラフで現在選択されている期間と一致する前の期間を比較します。たとえば、現在の期間が直前の28日間の場合、直前の28日間の前の28日間との比較になります。

過去28日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。

ユーザータイプ

新規/リピーター セッション数内訳



	新規またはリピーター	アクティブユーザー数	% Δ	セッション数	% 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	セッションキーイベント率	% Δ
1.	new	2,424	-12.0% ↓	2,608	-8.6% ↓	00:00:34	-8.7% ↓	59.36%	-8.0% ↓	31.63%	0.5% ↑
2.	returning	579	-1.7% ↓	1,605	4.2% ↑	00:00:40	-21.5% ↓	56.95%	-5.1% ↓	28.66%	-5.9% ↓
3.	(not set)	21	-43.2% ↓	219	30.4% ↑	00:00:06	-56.4% ↓	15.53%	-37.9% ↓	9.59%	-51.2% ↓
	総計	2,679	-11.6% ↓	4,461	-3.0% ↓	00:00:34	-15.0% ↓	55.93%	-8.3% ↓	29.25%	-3.7% ↓

セッション深掘りエリア

- ①左エリアのグラフの気になるセッションをクリック
- ②気になるセッションの流入元や推移を以下のグラフから確認

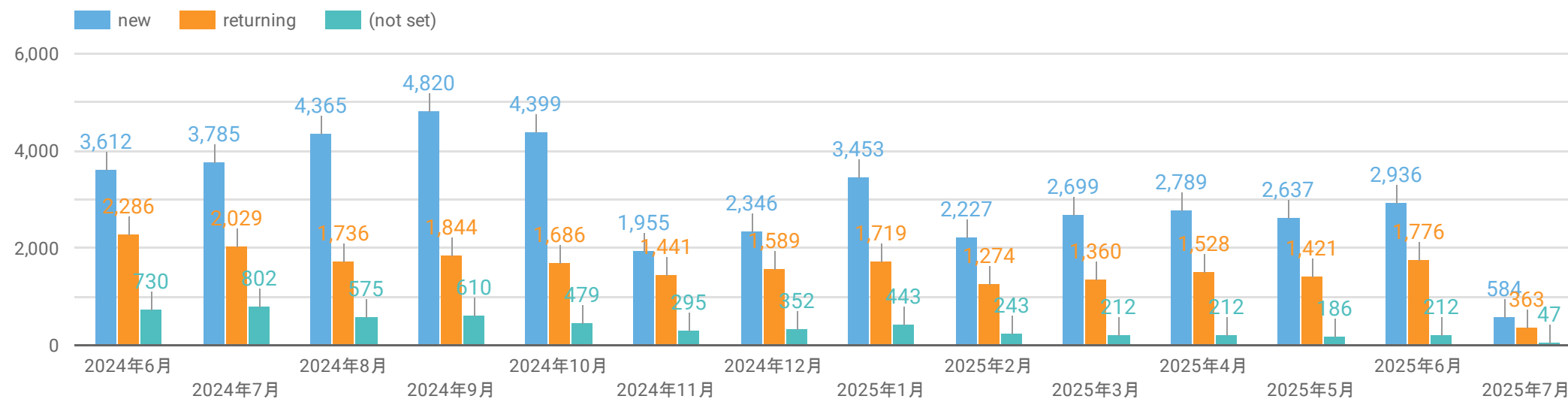
セッションのデフォルトチャネルグループ

	セッションのデフォルトチャネルグループ	セッション数	% Δ
1.	Organic Search	1,846	7.5% ↑
2.	Referral	861	9.1% ↑
3.	Direct	826	-12.3% ↓
4.	Paid Search	638	0.2% ↑

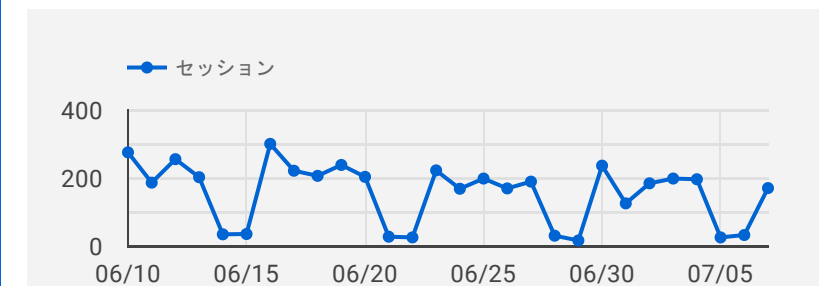
セッションの参照元/メディア

	セッションの参照元/メディア	セッション数	% Δ
1.	google / organic	1,320	7.2% ↑
2.	(direct) / (none)	826	-12.3% ↓
3.	google / cpc	638	0.2% ↑
4.	bing / organic	392	0.0%
5.	toshiba-dmi.co.jp / referral	291	9.0% ↑
6.	statics.teams.cdn.office.net / re	187	9.1% ↑

セッション数 月別推移



日別セッション数



※新規またはリピーター：これまでのセッションが0件のユーザーは「new」、セッションが1件以上存在するユーザーは「returning」が返されます。こちらの定義は「GA4 Dimensions & Metrics Explorer」を参照しています。

※セッションのキーイベント率：キーイベントが発生したセッションの割合。GA4にキーイベントとして設定されているイベントすべてが対象です。

※%Δ：グラフで現在選択されている期間を一致する前の期間と比較します。たとえば、現在の期間が直前の28日間の場合、直前の28日間の前の28日間との比較になります。

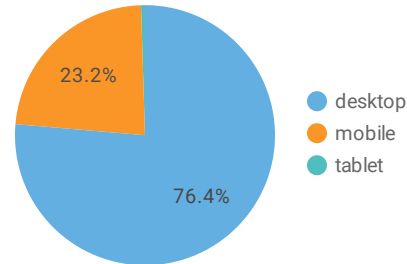
Webサイトアクセスレポート

2025/06/10 - 2025/07/07

過去28日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。

デバイスカテゴリ

デバイスカテゴリ セッション数内訳



デバイスカテゴリ	アクティブユーザー数	% Δ	セッション数	% 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	セッションキーイベント率	% Δ
1. desktop	1,865	-11.6% ↓	3,446	-0.8% ↓	00:00:37	-12.4% ↓	58.47%	-10.3% ↓	31.31%	-5.9% ↓
2. mobile	825	-9.3% ↓	1,045	-3.5% ↓	00:00:26	-25.5% ↓	46.32%	-7.6% ↓	23.35%	5.8% ↑
3. tablet	20	17.6% ↑	22	29.4% ↑	00:00:20	-66.5% ↓	45.45%	-3.4% ↓	13.64%	-42.0% ↓
総計	2,705	-10.7% ↓	4,492	-2.3% ↓	00:00:35	-14.4% ↓	55.57%	-8.9% ↓	29.5%	-2.9% ↓

セッション深掘りエリア

- ①左エリアのグラフの気になるセッションをクリック
- ②気になるセッションの流入元や推移を以下のグラフから確認

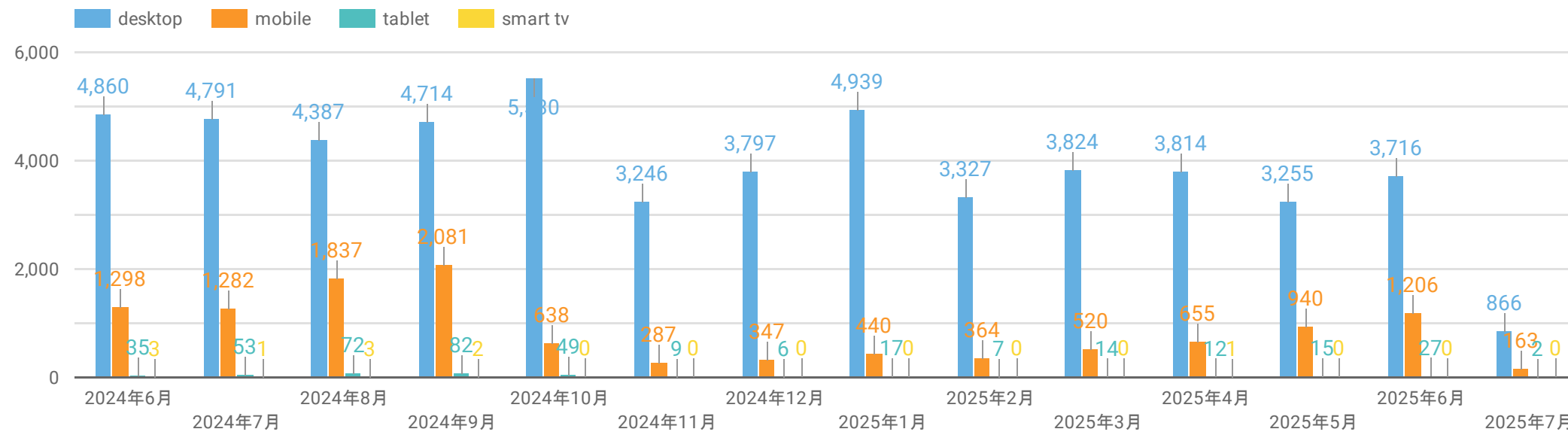
セッションのデフォルトチャネルグループ

セッションのデフォルトチャネルグループ	セッション数	% Δ
1. Organic Search	1,852	7.9% ↑
2. Referral	862	9.3% ↑
3. Direct	827	-12.2% ↓
4. Paid Search	638	0.2% ↑

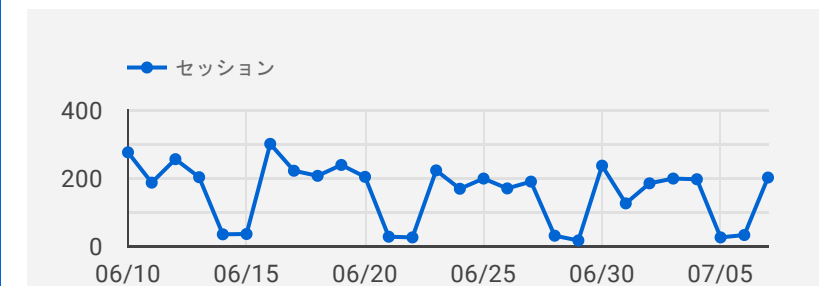
セッションの参照元/メディア

セッションの参照元/メディア	セッション数	% Δ
1. google / organic	1,324	7.6% ↑
2. (direct) / (none)	827	-12.2% ↓
3. google / cpc	638	0.2% ↑
4. bing / organic	393	0.3% ↑
5. toshiba-dmi.co.jp / referral	292	9.4% ↑
6. (not set)	211	111.0% ↑

セッション数 月別推移



日別セッション数



※**デバイスカテゴリ**：ユーザーアクションが発生したデバイスの種類。デバイスカテゴリには、「desktop」、「mobile」、「tablet」が含まれます。

※**セッションのキーイベント率**：キーイベントが発生したセッションの割合。GA4にキーイベントとして設定されているイベントすべてが対象です。

※**%Δ**：グラフで現在選択されている期間を一致する前の期間と比較します。たとえば、現在の期間が直前の28日間の場合、直前の28日間の前の28日間との比較になります。

レポートの抽出条件：GA4データのホスト名が「●●」に一致するイベント。GSCレポートを除く。

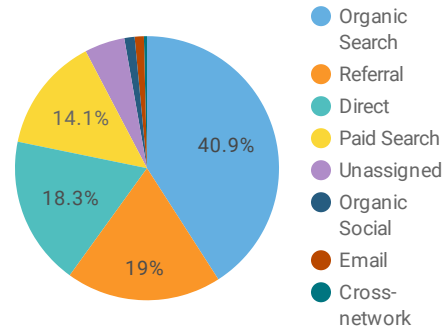
Webサイトアクセスレポート

2025/06/10 - 2025/07/07

過去28日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。

集客チャネル

チャネル セッション数内訳



セッションのデフォルトチャネルグループ	アクティブユーザー数	% Δ	セッション数	% 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	セッションキーイベント率	% Δ
1. Organic Search	1,081	-0.8% ↓	1,852	7.9% ↑	00:00:44	-21.1% ↓	63.77%	-5.0% ↓	31.64%	-1.4% ↓
2. Referral	442	2.8% ↑	862	9.3% ↑	00:00:39	-4.2% ↓	58.82%	-4.5% ↓	32.25%	-9.4% ↓
3. Direct	674	-17.1% ↓	827	-12.2% ↓	00:00:27	0.6% ↑	63.36%	-6.9% ↓	37.36%	16.2% ↑
4. Paid Search	557	-6.2% ↓	638	0.2% ↑	00:00:13	-41.2% ↓	29.94%	-19.9% ↓	5.33%	-24.6% ↓
5. Unassigned	193	94.9% ↑	223	116.5% ↑	00:00:32	15.7% ↑	4.04%	107.8% ↑	39.91%	-26.6% ↓
6. Organic Social	15	-64.3% ↓	57	-50.4% ↓	00:00:20	-49.7% ↓	57.89%	-17.8% ↓	22.81%	-49.6% ↓
総計	2,705	-10.7% ↓	4,492	-2.3% ↓	00:00:35	-14.4% ↓	55.57%	-8.9% ↓	29.5%	-2.9% ↓

セッション深掘りエリア

- ①左エリアのグラフの気になるセッションをクリック
- ②気になるセッションの流入元や推移を以下のグラフから確認

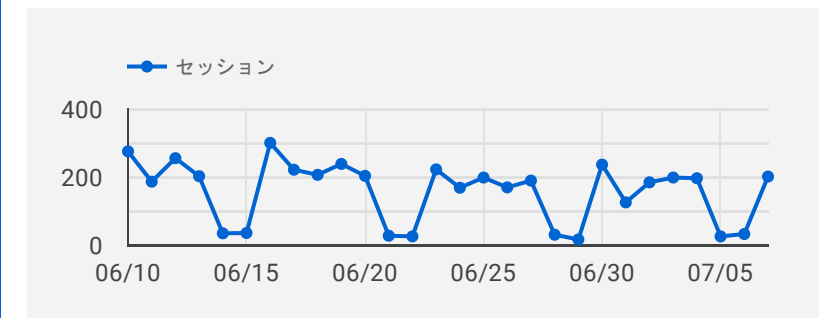
セッションの参照元/メディア

セッションの参照元/メディア	セッション数	% Δ
1. google / organic	1,324	7.6% ↑
2. (direct) / (none)	827	-12.2% ↓
3. google / cpc	638	0.2% ↑
4. bing / organic	393	0.3% ↑

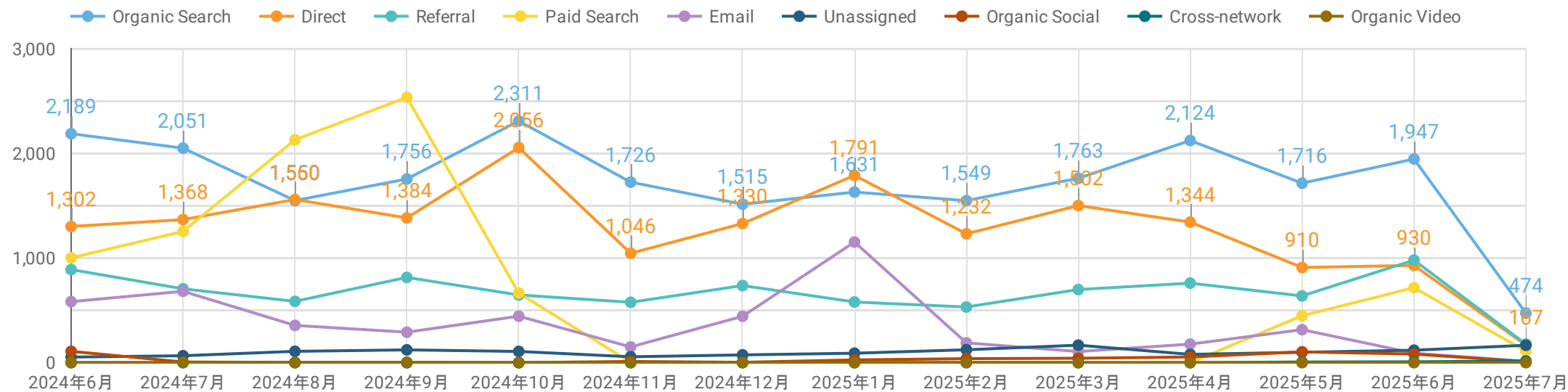
ランディングページ

ランディングページ	セッション数	% Δ
1. /	1,227	-8.6% ↓
2. (not set)	519	2.4% ↑
3. /service/wss.html	412	0.0%
4. /service/analysis-report.html	320	-5.3% ↓
5. /company/outline.html	251	26.8% ↑
6. /company/calendar.html	224	2.2% ↑

日別セッション数



セッション数 月別推移



※[デフォルトのチャネルグループ](#)：ルールに基づいて分類されるトラフィックソースの定義を指します。チャネルの説明と定義については、リンク先の表をご確認ください。

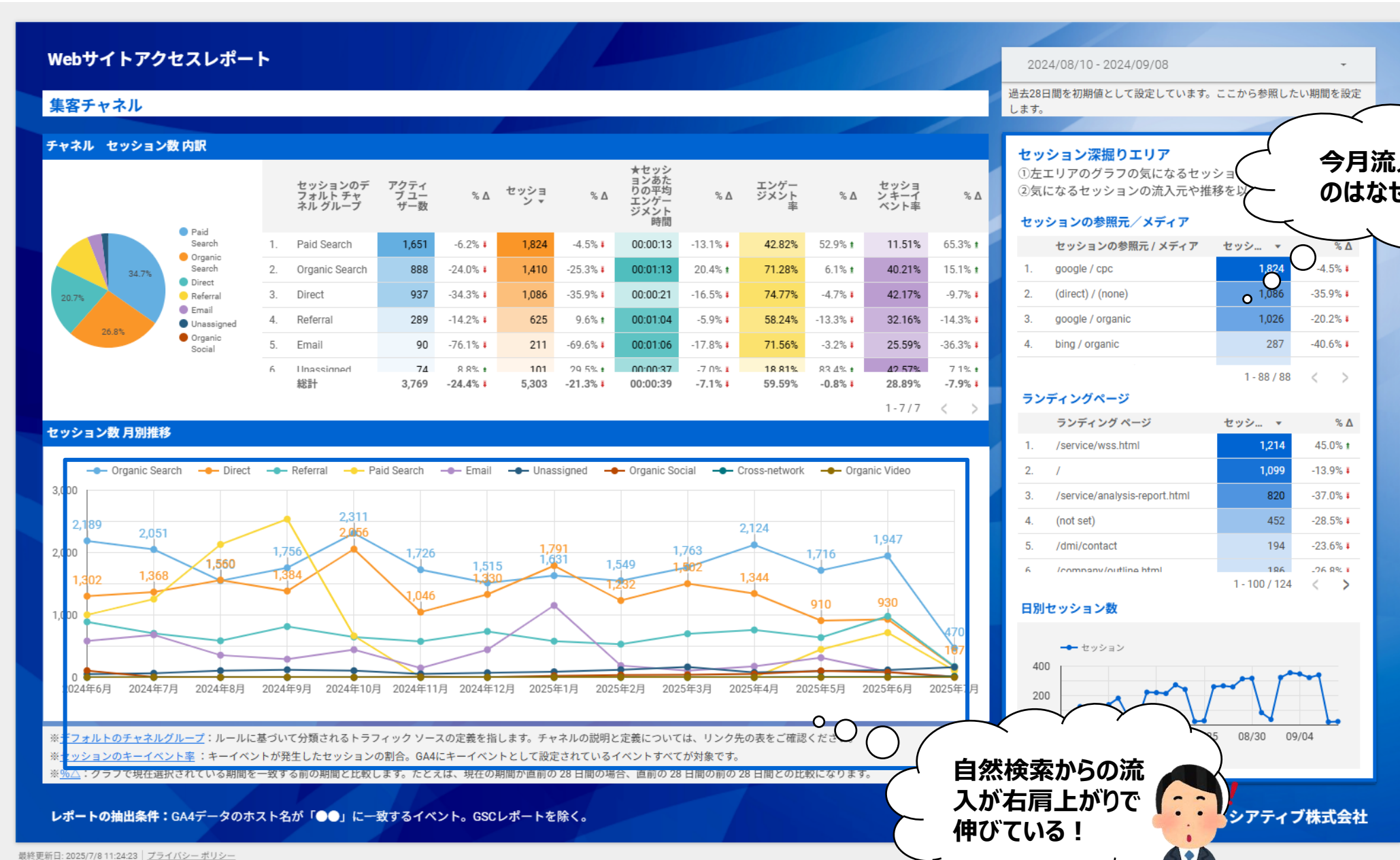
※[セッションのキーイベント率](#)：キーイベントが発生したセッションの割合。GA4にキーイベントとして設定されているイベントすべてが対象です。

※[%Δ](#)：グラフで現在選択されている期間を一致する前の期間と比較します。たとえば、現在の期間が直前の28日間の場合、直前の28日間の前の28日間との比較になります。

レポートの抽出条件：GA4データのホスト名が「●●」に一致するイベント。GSCレポートを除く。

自動集計レポート Advance版

「推移グラフ」で傾向を、「セッション深掘りエリア」を見てデータ深掘り調査が可能です。



今月流入が増えたのはなぜだろう...

内訳を深掘りしたら 特定の日Google広告からの流入が増加していた!

Google広告だけの推移も見られて、傾向がわかりやすい

自然検索からの流入が右肩上がりで伸びている!

※画像はイメージです