

お客さま向け **かんたん説明資料**

# ホームページの アクセス数の見方

難しい管理画面をすべて覚える必要はありません。まずは、次の四つを同じ期間で確認します。

01

## 訪問者数

ホームページを見た人の数の目安です。

02

## 訪問回数

ホームページへ来た回数です。同じ人が複数回来ることもあります。

03

## ページ表示回数

ページが画面に表示された合計回数です。

04

## 問い合わせ数

フォーム、電話、LINE、予約など、仕事につながる行動です。

### 最初の見方

一か月だけで決めず、前月や過去三か月と比べます。

## 01 / NUMBERS

# 四つの数字の違い

「アクセス数」は一つの数字ではありません。人数、訪問、ページの表示、問い合わせを分けて見ます。

## 訪問者数

見た人の数の目安。同じ人でも、スマホとパソコンでは別に数えられる場合があります。

## 訪問回数

来た回数。同じ人が別の日や別の時間に見直すと、訪問回数は増えます。

## ページ表示回数

ページが表示された合計。同じページをもう一度見た場合も数えられます。

## 問い合わせ数

フォーム送信、電話、LINE、予約など、事業で大切な行動です。

### 一つの例で考える

### 一人が二回訪れ、合計五ページを見た場合

訪問者数

1人

訪問回数

2回

表示回数

5回

## 02 / ROUTES AND PAGES

# どこから来て、何を見たか

合計だけでなく、訪問経路とよく見られたページを確認すると、次に直す内容を考えやすくなります。

## Googleなどの検索

会社名、サービス名、地域名などを検索し、検索結果から来た人です。

## Googleマップ・SNS

Googleマップ、Instagram、Facebookなどのリンクから来た人です。

## 名刺・チラシ・直接入力

QRコード、メール、ブックマーク、URLの直接入力などです。出どころを判別できない場合もあります。

## Google AnalyticsとSearch Consoleの違い

### Google Analytics

来た後に、どのページを見たか。

### Search Console

検索で何回表示・クリックされたか。

## よく見られるページから分かること

料金：依頼前に価格を確認している / 実績：自分と近い例を探している / FAQ：相談前の不安を確認している

## 03 / MONTHLY CHECK

# 月一回、同じ順番で見る

毎日見る必要はありません。同じ期間、同じ順番で確認すると、増減の理由を考えやすくなります。

1

訪問者数

2

訪問回数

3

ページ表示回数

4

よく見られたページ

5

検索・Googleマップ・SNSなどの訪問経路

6

問い合わせ・電話・LINE・予約の件数

## 数字は完全な人数ではありません

Cookieの設定、利用端末、ブラウザ、計測を止める機能などで数字は変わります。正解を一人単位で数えるのではなく、前月や過去三か月との変化を見ます。

### 制作内容に含まれること

Google Analyticsの初期設定  
公開後からの計測  
基本的な数字の見方  
この説明資料

### 個別相談となること

毎月の詳しい分析レポート  
増減の原因調査  
広告効果の分析  
継続的なSEO対策

分からない言葉は、そのままご相談ください。

京滋ホームページ <https://keiji-hp.jp/>