

Web担当者Forumミーティング 2023 春

ウェブをつくったら 何人が見に来るのか？

ウェブの「標準値」を知ればサイト改善の方法が見えてくる

2023年5月31日



株式会社ミルズ
主任研究員 石井研二

プロフィール



“サイト分析の始祖”

95年からサイト分析・改善運営を続け
多数の企業ホームページを分析・指導する
日本のアクセス解析・サイト運営の草分け

石井 研二（いしい・けんじ） 株式会社ミルズ 主任研究員

雑誌編集者として『DODA』創刊に関わり、90年から大手通販会社の通販カタログと販売商品を企画制作。95年からウェブプロデューサー。当初からアクセス解析を駆使し、多くの企業のサイトを成功に導く。2018年、株式会社ミルズの設立に携わり、主任研究員に。ウェブ運営に欠かせない指標「直帰率」の名付け親として知られる。新著『ウェブ立地論』の他、『アクセス解析の教科書』『Web担当者の教科書』等、著書多数。

主な著書



「新版
アクセス解析の
教科書」
翔泳社（2009年）



「集客力を飛躍的に
向上させる
Google Analytics
アクセス解析の極意」
秀和システム（2009年）



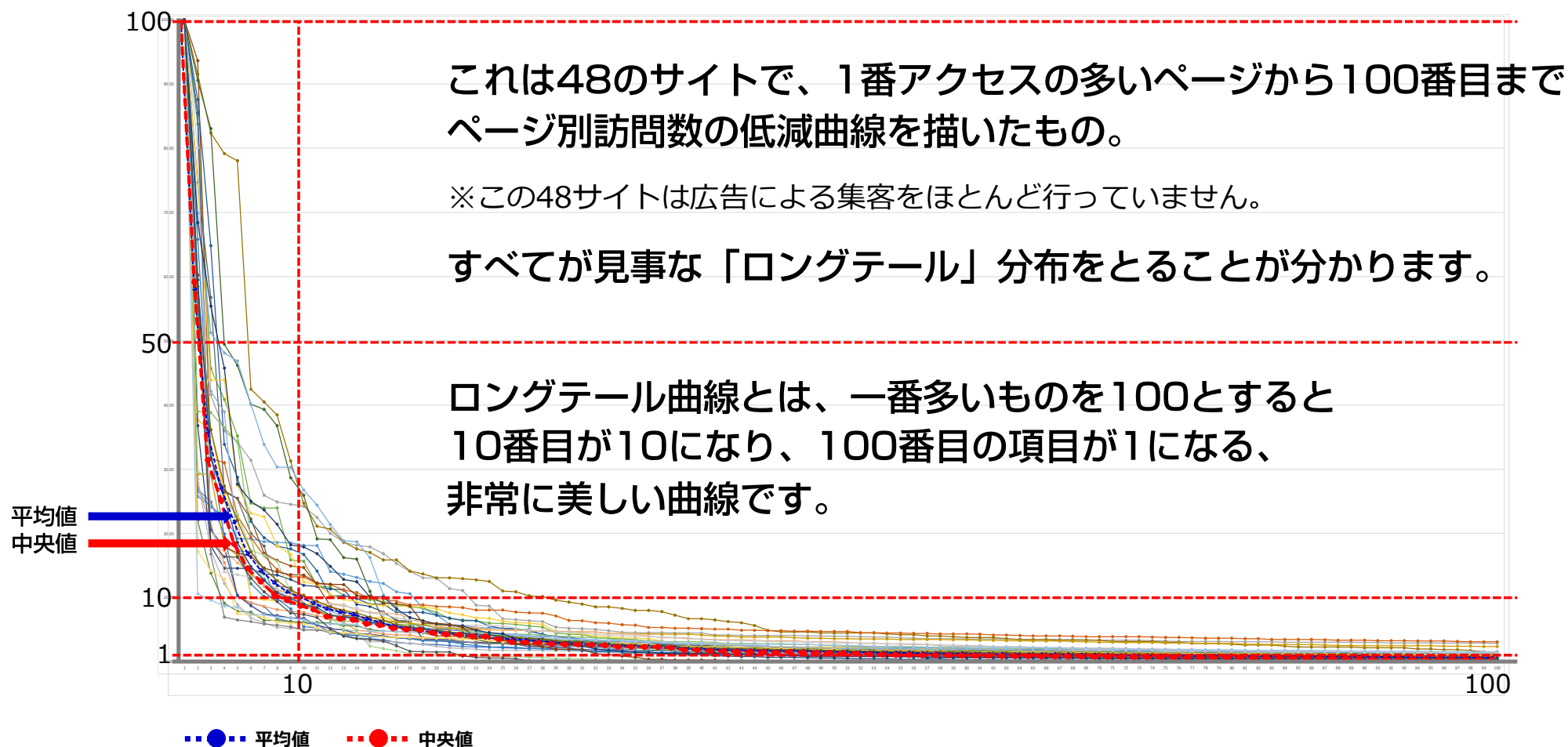
「ガッチリ成果を出す
Web担当者の教科書」
技術評論社（2014年）



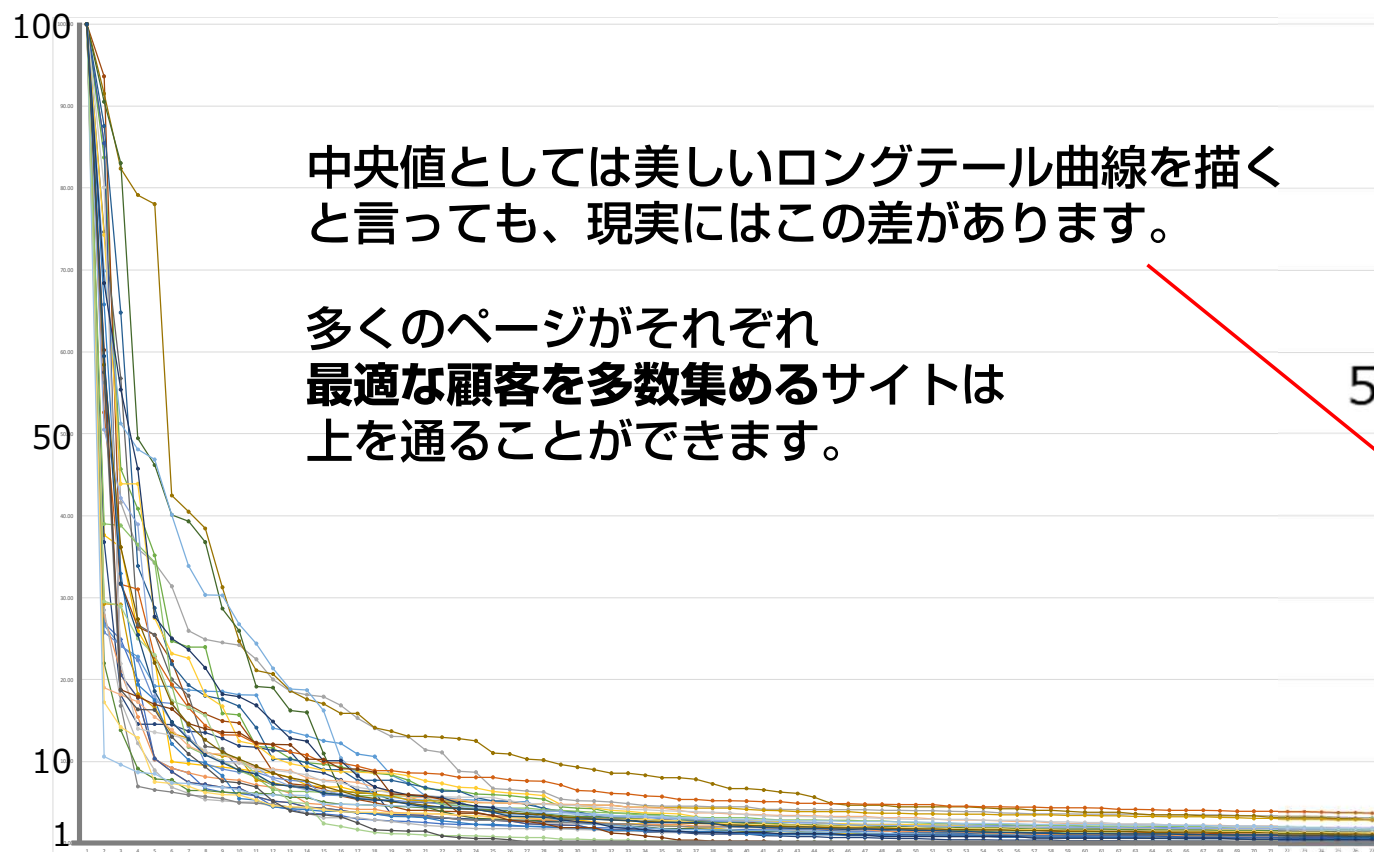
「ウェブ立地論 ～“来てほ
しい人にアプローチする”
集客につながる顧客目線
のウェブの作り方」
技術評論社（2022年）

ホームページのアクセスには ぜったいの決まりがある

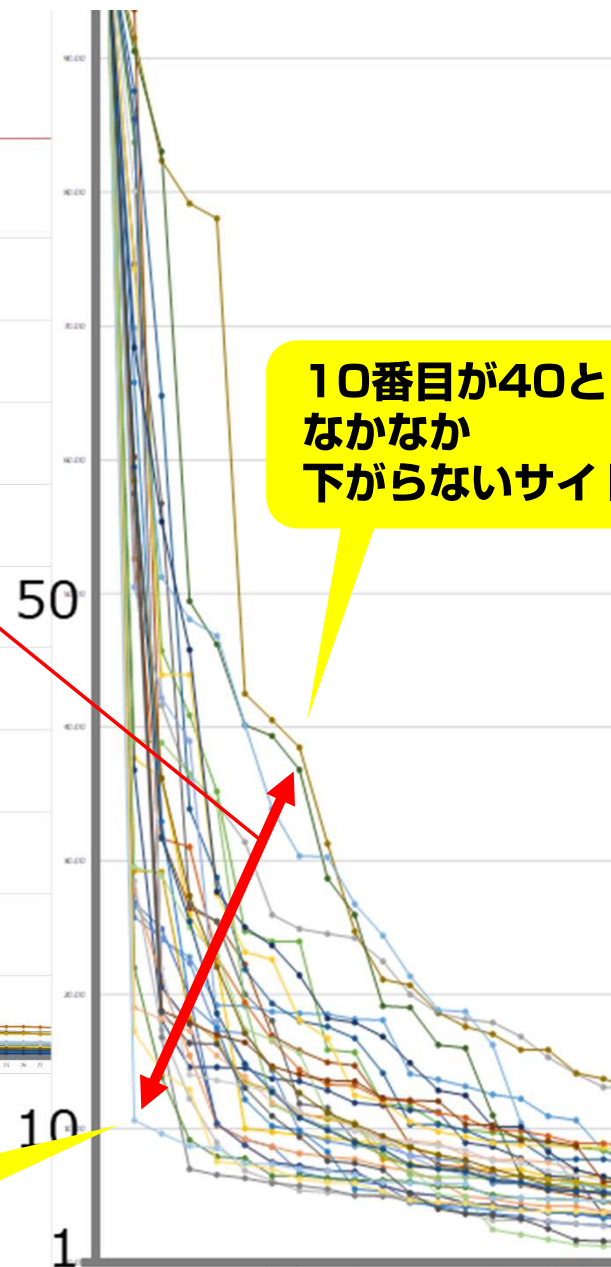
ホームページのアクセスは一定の法則に従っています



その中でサイトは力量を争っています



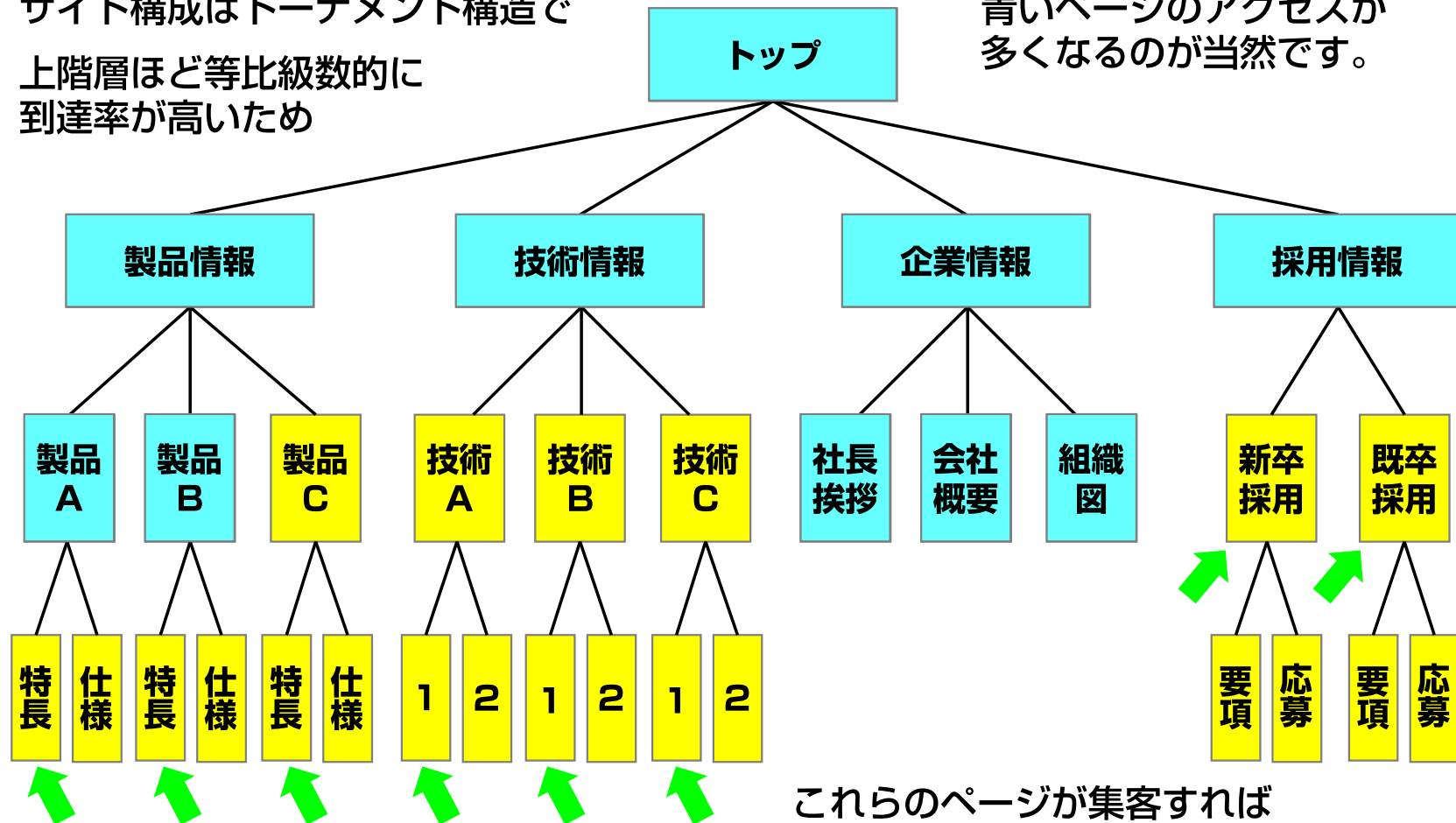
1番目を100とすると、2番目がもう10まで
下がってしまうサイト



なぜウェブアクセスはロングテール分布になる？

サイト構成はトーナメント構造で
上階層ほど等比級数的に
到達率が高いため

青いページのアクセスが
多くなるのが当然です。



これらのページが集客すれば
ロングテールで上を通るサイトになれます。

GA4は初期状態でトップ10しか見せてくれない

ページとスクリーン: ページパスとスクリーン クラス  過去 28 日間 4月12日~2023年5月9日

検索...

1 ページあたりの行数 10 移動: 1 < 1~10/99 >

ページパスとスクリーン クラス +	↓ 表示回数	ユーザー	ユーザーあたり	平均エンゲージメント	イベント
	4,681 全体の 100%	822 全体の 100%	平均	平均	すべてのイベント
1 /	446	143	3.12		
2 /products/	300	67	4.48	1 分 26 秒	
3 /company/	289				
4 /blog/	209				
5 /products/	208				
6 /products/	182	68	2.68	0 分 53 秒	
7 /products/	169	66	2.56	0 分 30 秒	
8 /products/other/	166	50	3.32	0 分 32 秒	
9 /blog/	159	63	2.52	0 分 37 秒	
10 /products/	138	35	3.94	0 分 41 秒	

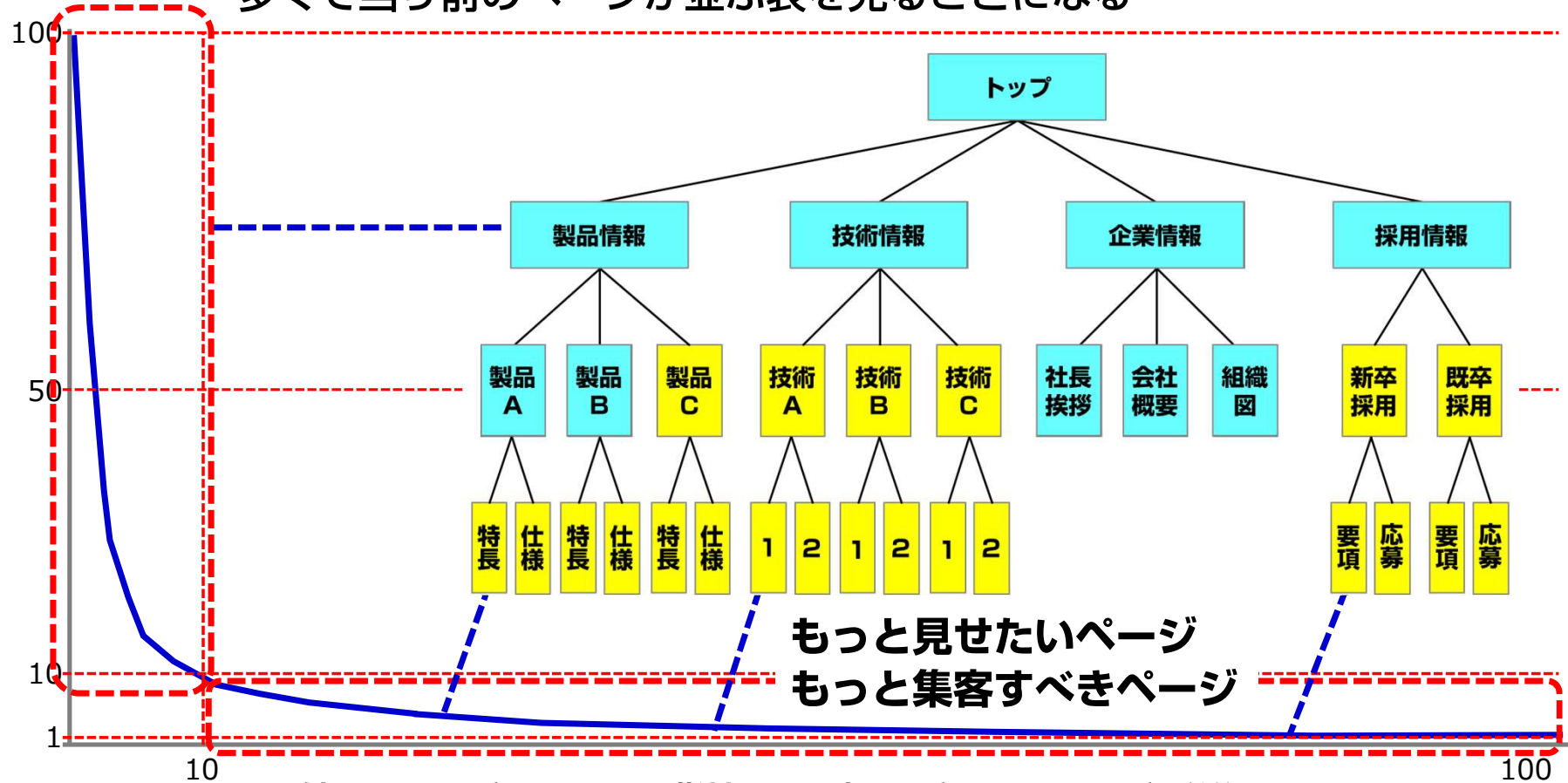
このサイトは
99ページある
ようです。

ここを操作すれば
より多くのページ
を見られます。

一度100ページのデータをCSVにダウンロードして
エクセルでグラフ化し、
自社のロングテール曲線を確認してみてください。

トップ10しか見ないということは

多くて当り前のページが並ぶ表を見ることになる



11位以下のどんぐりの背比べの中に重要なページが紛れている
それに気づくことが、サイト改善の出発点です。

なぜ30年もたつのにいまだに…

私たちがウェブを持てるようになった1994年から、はや29年。

それなのにいまだに「このホームページをつくったら何人の人が来るのか」を誰も見込みがたてられないのはなぜでしょう。

制作会社さんに聞くと「さあ、やってみないと分かりません」
「千差万別ですから」と濁してしまいます。

そんな基本的な数字の見込みもないのでは、
企業がウェブに予算を組めるはずがありません。

そこで言葉を濁す制作会社は結局自分で自分の商売を難しくしているのです。
そろそろ始めなければなりません。**ウェブ標準値の構築を。**

東京率、を見ていますか？

(2022年10月現在)

	都道府県	人口	シェア
1	東京都	14,040,732	11.2%
2	神奈川県	9,232,794	7.4%
3	大阪府	8,787,414	7.0%
4	愛知県	7,497,521	6.0%
5	埼玉県	7,337,173	5.9%
6	千葉県	6,275,278	5.0%
7	兵庫県	5,403,823	4.3%
8	北海道	5,139,522	4.1%
9	福岡県	5,117,967	4.1%
10	静岡県	3,582,194	2.9%
11	茨城県	2,841,084	2.3%
12	広島県	2,759,702	2.2%
13	京都府	2,550,404	2.0%
14	宮城県	2,279,554	1.8%
15	新潟県	2,152,664	1.7%
16	長野県	2,020,497	1.6%

	都道府県	人口	シェア
17	岐阜県	1,945,350	1.6%
18	群馬県	1,913,236	1.5%
19	栃木県	1,908,380	1.5%
20	岡山県	1,862,012	1.5%
21	福島県	1,789,221	1.4%
22	三重県	1,742,703	1.4%
23	熊本県	1,717,766	1.4%
24	鹿児島県	1,562,310	1.3%
25	沖縄県	1,468,634	1.2%
26	滋賀県	1,409,388	1.1%
27	山口県	1,312,950	1.1%
28	愛媛県	1,306,165	1.0%
29	奈良県	1,305,981	1.0%
30	長崎県	1,282,571	1.0%
31	青森県	1,204,372	1.0%
32	岩手県	1,180,512	0.9%

	都道府県	人口	シェア
33	石川県	1,117,827	0.9%
34	大分県	1,106,294	0.9%
35	宮崎県	1,051,771	0.8%
36	山形県	1,040,971	0.8%
37	富山県	1,016,323	0.8%
38	香川県	933,758	0.7%
39	秋田県	929,937	0.7%
40	和歌山県	903,172	0.7%
41	山梨県	801,620	0.6%
42	佐賀県	800,511	0.6%
43	福井県	752,976	0.6%
44	徳島県	703,745	0.6%
45	高知県	675,710	0.5%
46	島根県	657,842	0.5%
47	鳥取県	543,615	0.4%
		13,036,072	100.0%

日本の人口分布は上表の通りです。全国向けのビジネスを行う企業サイトでは、都道府県のアクセスはこのシェアに近づくと考えられます。

東京率は高いほど良いとは限らない

規模	サイト数	東京率	
1万ページ以上	8	最大値	21%
		最小値	6%
		中央値	12%
		平均値	13%
1千ページ以上	12	最大値	26%
		最小値	10%
		中央値	12%
		平均値	14%
100ページ以上	13	最大値	37%
		最小値	15%
		中央値	22%
		平均値	24%
100ページ未満	15	最大値	37%
		最小値	2%
		中央値	21%
		平均値	20%
全体	48	最大値	37%
		最小値	2%
		中央値	17%
		平均値	18%

わずか48サイトによるデータですが、ページ数が1,000ページ以上あるサイトは東京の人口比11.2%に近いサイトが多く、それ未満のサイトでは東京率が2倍近い21~22%になることが分かります。

小規模サイトの中には東京ではないローカルビジネスも含まれています。東京率がそんなに高くても大丈夫ですか？

来てほしい地域の人に来ています。そんな状態にしなければなりません。

アクセス数の基本計算式

総ページビュー数 ÷ 総訪問数 = 平均ページ数
(GA4では「表示回数」) (GA4では「セッション」)

1,000,000 PV ÷ 500,000 人 = 2.0 PV/訪問

素晴らしい！

素晴らしい！

いや、これじゃ
問合せ来ないよ！

総ページビュー数は結果論であって、次のように考える方が实际的です。

総訪問数 × 平均ページ数 = 総ページビュー数

これを増やすか

これを伸ばすか

しかありません。

訪問数を伸ばすにはSEOやリスティング広告などコストがかかるので
まずは平均ページ数を伸ばす施策を行います。それがサイト改善の第一歩です。

平均ページ数はどれくらい？

平均ページ数

1万ページ以上

4.6_P

1千ページ以上

3.0_P

100ページ以上

3.4_P

100ページ未満

3.0_P

全体

3.0_P

サイトの大小関係なく、
1訪問3ページ程度



この状態を放置したまま
訪問数を伸ばして
問合せを増やそうとすると



コストばかりかかって
儲からない！

トップページが見られる比率はどんどん下がっています

トップ閲覧率

トップ集客率

1人でも集客したページの割合

1万ページ以上

19 %

14 %

25 %

1千ページ以上

24 %

21 %

34 %

活発なサイトではトップは20~25%しか集客せず他のページが多くの人を集めている

100ページ以上

40 %

37 %

59 %

100ページ未満

63 %

57 %

77 %

小さなサイトではトップ以外に多く集客するページがないことが多い

全体

41 %

36 %

32 %

スマホの訪問者はどれくらいあるのか？

スマホ率

1万ページ以上

59 %

1千ページ以上

56 %

100ページ以上

58 %

100ページ未満

34 %

全体

55 %

一般的には6割近くがスマホ
になっている

ページ数の少ないサイトはB2Bが多く、
スマホでの閲覧がまだまだ少ない

検索訪問者はどれくらいあるのか？

自然検索率

1万ページ以上

62 %

1千ページ以上

75 %

100ページ以上

57 %

100ページ未満

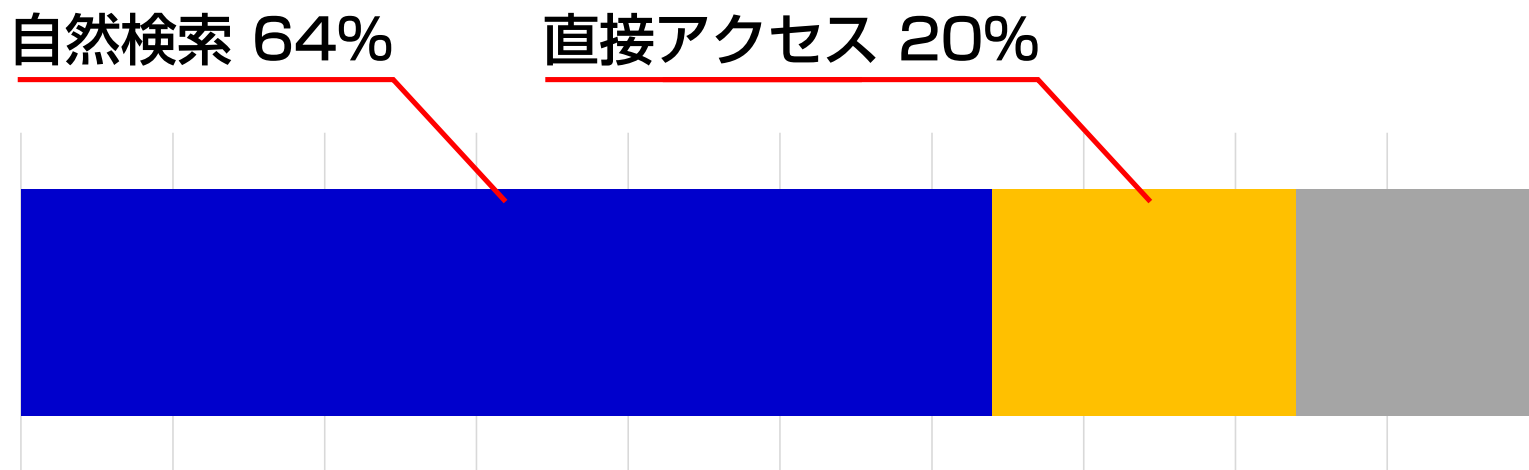
63 %

全体

64 %

サイトの大小関係なく、
SEO対策をしていなくても
約3分の2が自然検索

ということは、集客とは



予算とゴール数の目標に応じて、このバランスを計画することです。



自然検索を増やす？

リスティングをする？

バランスを考える

現状ゴール数 月 5 件

現状CVR 0.10 %

現状訪問数 月 5,000 人



必要ゴール数 月 50 件

CVR 0.50 %

必要訪問数 月 10,000 人



	訪問数	ゴール数	CVR	訪問増	ゴール増	増加分CVR	訪問数	ゴール数	CVR
自然検索	3,300 人 66.0 %	3 件 60.0 %	0.08 %	1,700 人	14 件	0.82 %	5,000 人 50.0 %	17 件 34.0 %	0.34 %
直接アクセス	1,000 人 20.0 %	2 件 40.0 %	0.20 %	500 人	11 件	2.20 %	1,500 人 15.0 %	13 件 26.0 %	0.87 %
その他	700 人 14.0 %	0 件 0.0 %	0.00 %	300 人	2 件	0.67 %	1,000 人 10.0 %	2 件 4.0 %	0.20 %
リスティング	0 人 0.0 %	0 件 0.0 %	0.00 %	2,500 人	18 件	0.72 %	2,500 人 25.0 %	18 件 36.0 %	0.72 %
合計	5,000 人 100.0 %	5 件 100.0 %	0.10 %	5,000 人	45 件	0.90 %	10,000 人 100.0 %	50 件 100.0 %	0.50 %

バランスを考える

これで利益を上げてから
リスティングを行うのが好循環

必要ゴール数 月 **50** 件
CVR **0.50** %
必要訪問数 月 **10,000** 人



必要ゴール数 月 **32** 件
CVR **0.43** %
必要訪問数 月 **7,500** 人

	訪問数	ゴール数	CVR
自然検索	5,000 人 50.0 %	17 件 34.0 %	0.34 %
直接アクセス	1,500 人 15.0 %	13 件 26.0 %	0.87 %
その他	1,000 人 10.0 %	2 件 4.0 %	0.20 %
リスティング	2,500 人 25.0 %	18 件 36.0 %	0.72 %
合計	10,000 人 100.0 %	50 件 100.0 %	0.50 %

これが割に
合うのかどうか
というバランス

	訪問数	ゴール数	CVR
自然検索	5,000 人 66.7 %	17 件 53.1 %	0.34 %
直接アクセス	1,500 人 20.0 %	13 件 40.6 %	0.87 %
その他	1,000 人 13.3 %	2 件 6.3 %	0.20 %
リスティング	2,500 人 25.0 %	18 件 36.0 %	0.72 %
合計	7,500 人 100.0 %	32 件 100.0 %	0.43 %

2,500件 × 300円 = 予算 750,000円
750,000円 ÷ 18件 = 獲得単価 41,667円

バランスを考える

これで利益を上げてから
リスティングを行うのが好循環

現状ゴール数 月 **5** 件
現状CVR **0.10** %
現状訪問数 月 **5,000** 人



必要ゴール数 月 **32** 件
CVR **0.43** %
必要訪問数 月 **7,500** 人

	訪問数	ゴール数	CVR
自然検索	3,300 人 66.0 %	3 件 60.0 %	0.08 %
直接アクセス	1,000 人 20.0 %	2 件 40.0 %	0.20 %
その他	700 人 14.0 %	0 件 0.0 %	0.00 %
リスティング	0 人 0.0 %	0 件 0.0 %	0.00 %
合計	5,000 人 100.0 %	5 件 100.0 %	0.10 %

これが割に
合うのかどうか
というバランス

	訪問数	ゴール数	CVR
	5,000 人 66.7 %	17 件 53.1 %	0.34 %
	1,500 人 20.0 %	13 件 40.6 %	0.87 %
	1,000 人 13.3 %	2 件 6.3 %	0.20 %
	7,500 人 100.0 %	32 件 100.0 %	0.43 %

2,500件 × 300円 = 予算 750,000円
750,000円 ÷ 18件 = 獲得単価 41,667円

制作会社からこんな見積りが出てきたらどうします？

<リニューアル制作費>

		単価	数量	金額
企画費（競合調査、検索調査を含む）		一式		300,000
デザイン費	トップページ	100,000	1	100,000
	第2階層	50,000	1	50,000
	第3階層	30,000	1	30,000
コーディング費		10,000	30	300,000
原稿作成費		20,000	10	200,000
システム開発費	お問い合わせフォーム	40,000	1	40,000
	CMS	200,000	1	200,000
合計				1,220,000

30ページ作る提案です

- 1 120万、高すぎ！
もっと値引きさせろ！
- 2 前の会社と同じくらい
まあ、相場かな
- 3 言葉の意味も分からんし
現場に任せよう
- 4 CMSという項目、
なくても良いのでは？

残念ながらこれらは全部、
御社が損をする考え方です！

ホームページは儲かるようにつくりましょう

ホームページからの新規契約数

$$\text{毎月 } 1 \text{ 件} \times \text{平均単価 } 1,000,000 \text{ 円} = \text{月売上 } 1,000,000 \text{ 円}$$
$$\text{年売上 } 12,000,000 \text{ 円}$$

これなら120万円の予算は、すぐに元が取れ、
2ヶ月で売上200万円とお釣りが来ます。

制作会社のプランは、これを目指すための提案であるはずです。

新規契約を毎月1件取るためには？

ホームページからの新規契約数

$$\text{営業成約率 } 10 \% \times \text{問い合わせ } 10 \text{ 件} = \text{毎月 } 1 \text{ 件}$$

$$\text{訪問数 } 1,000 \text{ 人} \times \text{問い合わせ率 } 1 \% = \text{問い合わせ } 10 \text{ 件}$$

制作会社のプランは、月に1,000人集められるか、
問い合わせ率1%あるか？ で判断します。

問い合わせ 1 件は
100,000 円の 売上価値

利益が出るのなら2倍払っても良いはずです

月	支出	累計	売上	累計
0	2,500,000	2,500,000	0	0
1	100,000	2,600,000	100,000	100,000
2	100,000	2,700,000	200,000	300,000
3	100,000	2,800,000	500,000	800,000
4	100,000	2,900,000	500,000	1,300,000
5	100,000	3,000,000	500,000	1,800,000
6	100,000	3,100,000	500,000	2,300,000
7	100,000	3,200,000	500,000	2,800,000
8	100,000	3,300,000	500,000	3,300,000
9	100,000	3,400,000	500,000	3,800,000
10	100,000	3,500,000	500,000	4,300,000
11	100,000	3,600,000	500,000	4,800,000
12	100,000	3,700,000	500,000	5,300,000

これをにらんで
ウェブの予算を
考えましょう

損益分岐点

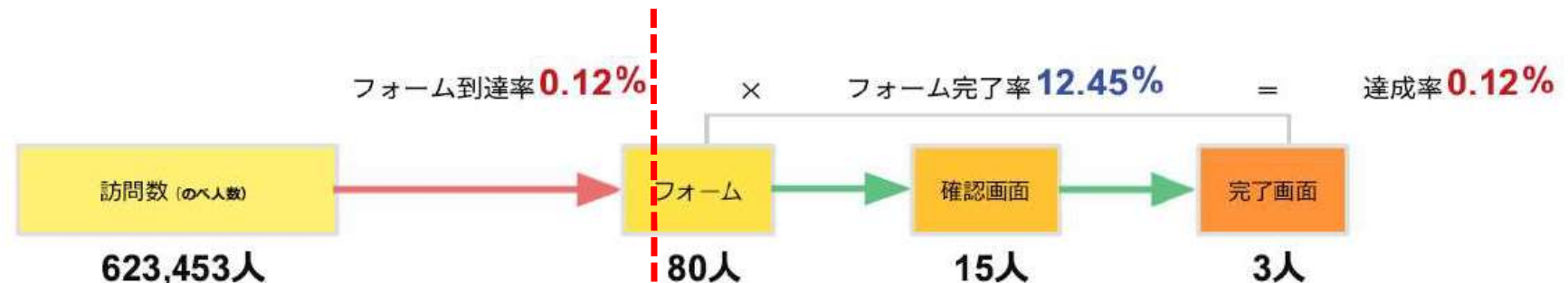
問題は、制作会社のプランで

$$\text{訪問数 } 1,000 \text{ 人} \times \text{問い合わせ率 } 1 \% = \text{問い合わせ } 10 \text{ 件}$$

**月に1,000人集められるか、
問い合わせ率は1%以上になるか？**

ところが制作会社は「さあ、ケースバイケースですから」
「やってみなければ分かりませんから」と言うわけです。

ゴールを増やすために必要な「分別」



問題はこちら！

フォームへの誘導力が足りないのが
サイトの大きな改善点です。

多くの人がフォームを疑いますが、
フォーム完了率は5～10%が多く
フォームには問題ないことが多いです。

**サイトの前後に分別して
どちらが悪いかを特定する！**

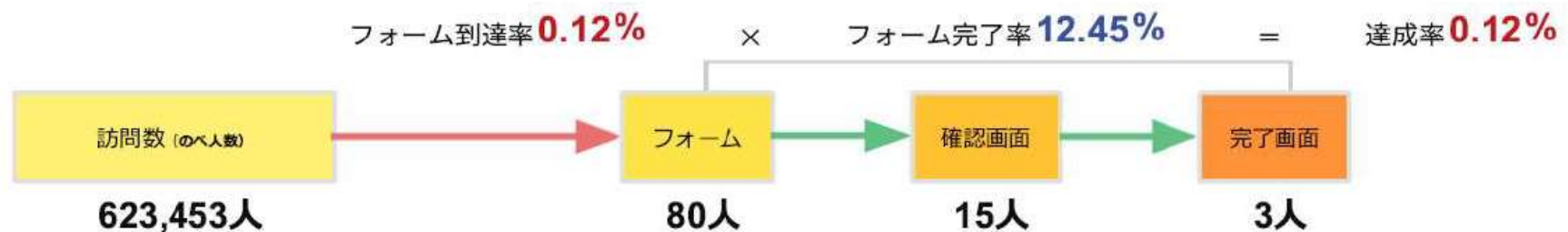
CVRの計算式を変形して分別を割り出す

$$\text{フォーム完了数} \div \text{総訪問数} = \text{CVR}$$

$$\text{フォーム完了数} \times \frac{1}{\text{総訪問数}} = \text{CVR}$$

$$\left(\frac{\text{フォーム完了数}}{\text{フォーム到達数}} \right) \times \left(\frac{\text{フォーム到達数}}{\text{総訪問数}} \right) = \text{CVR}$$

$$\text{フォーム完了率} \times \text{フォーム到達率} = \text{CVR}$$



そのホームページをつくったら 何人の人が訪れるのか？

ホームページをつくったら何人が来るのか？

月1,000人が訪問して

1%のCVRが

あれば良いのなら

あとはそれをどう達成するか、だけです。

1ページあたりの集客数はおおむね決まっています

1ページあたりの 集客数

1万ページ以上

6.3人

1千ページ以上

7.1人

100ページ以上

10.5人

100ページ未満

14.2人

全体

9.8人

つまり、30ページの提案なら

$$30 \text{ p} \times 14.2 \text{ 人/p} = 426 \text{ 人}$$

何もしなくても集客できる
期待値があることになります。

しかし、それではまったく足りません

ページ数 **30** ページ × 集客数 **14** 人 = 月集客数 **420** 人

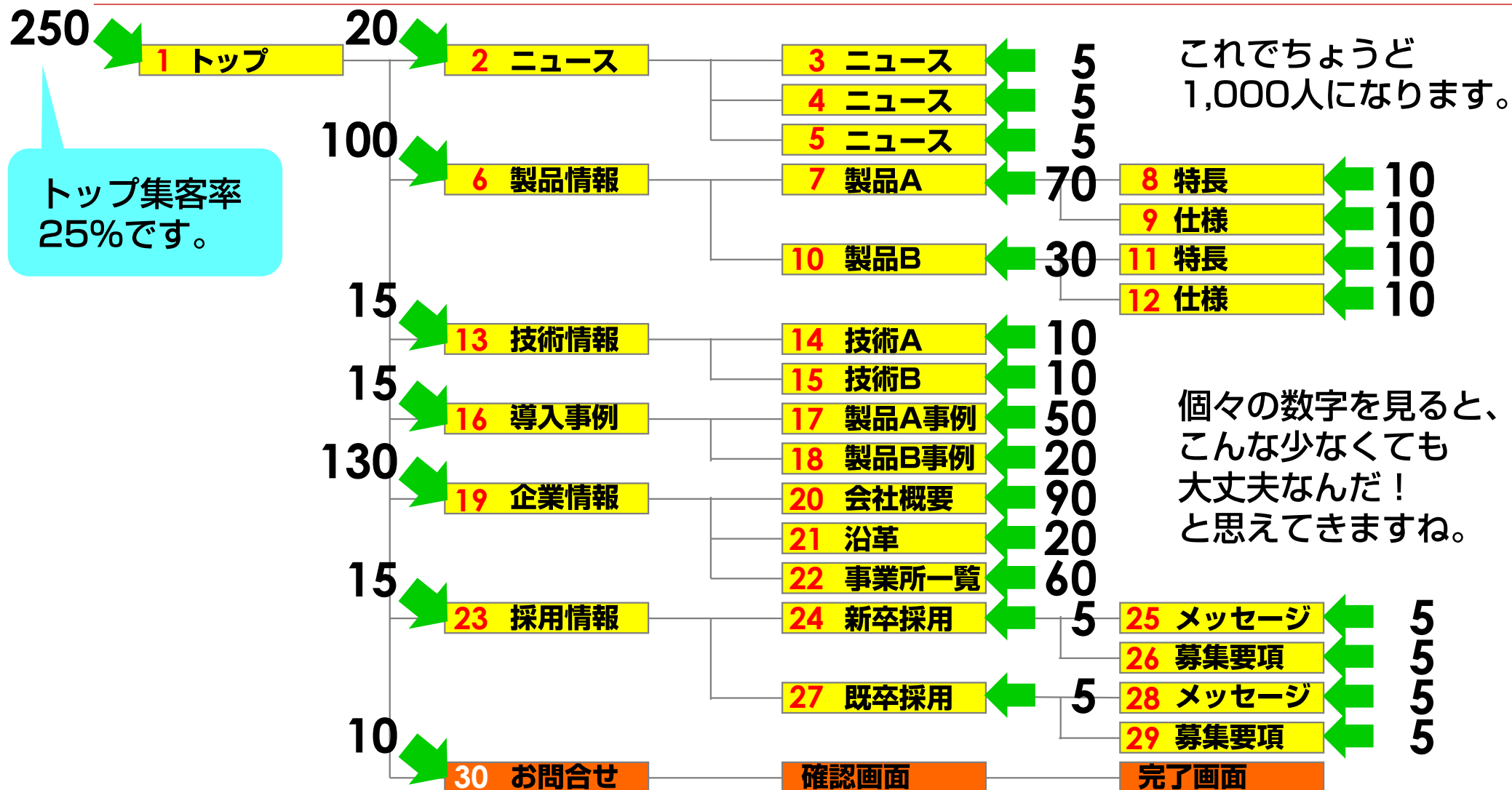
ページ数 **72** ページ × 集客数 **14** 人 = 月集客数 **1,000** 人

制作会社の提案が正しければ、30ページで1,000人集められるはず。

ページ数 **30** ページ × 集客数 **33** 人 = 月集客数 **1,000** 人

**制作会社のプランがそれだけの
集客力を持っていないと成り立ちません**

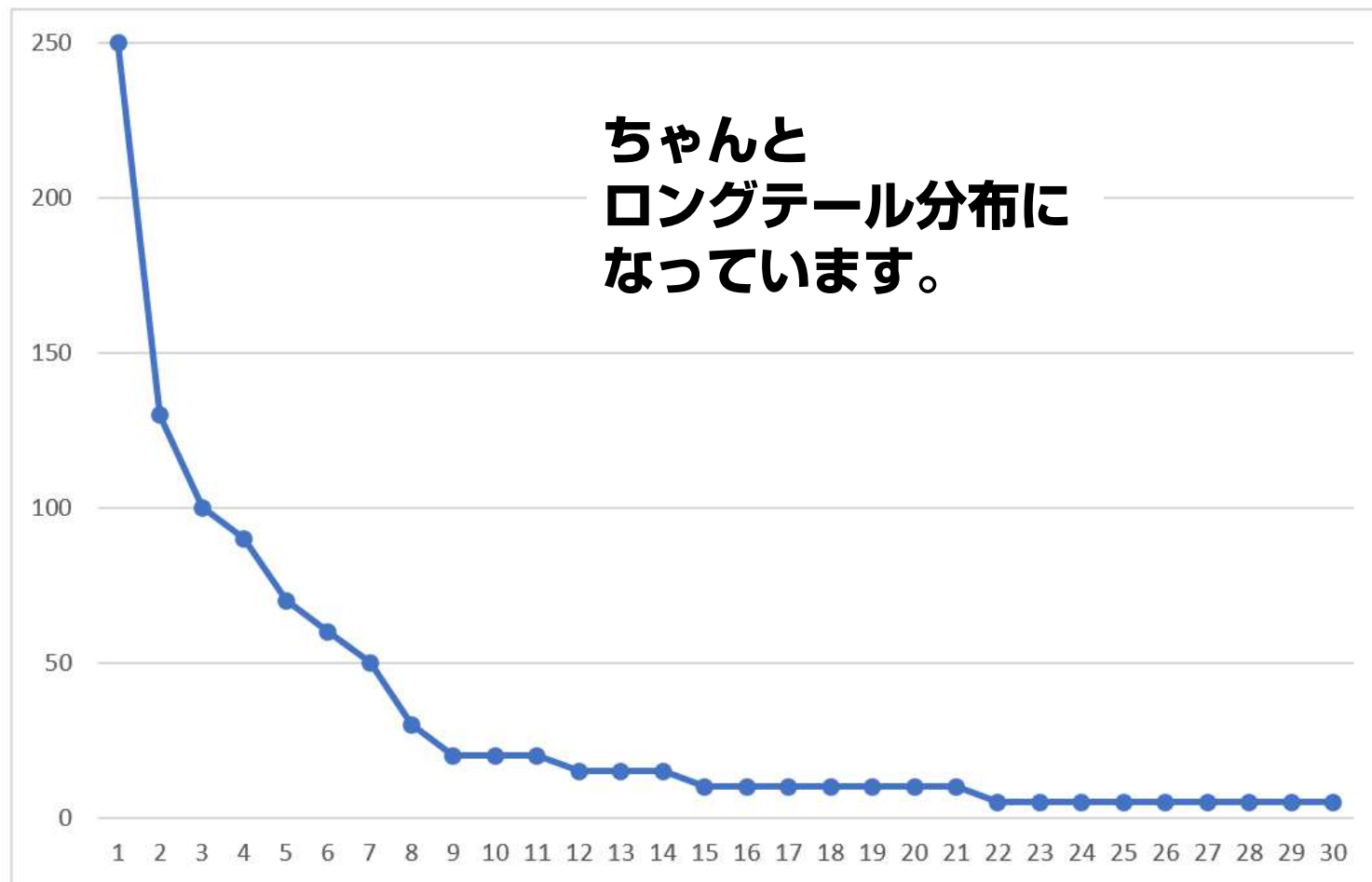
30ページで1,000人を集めるとは



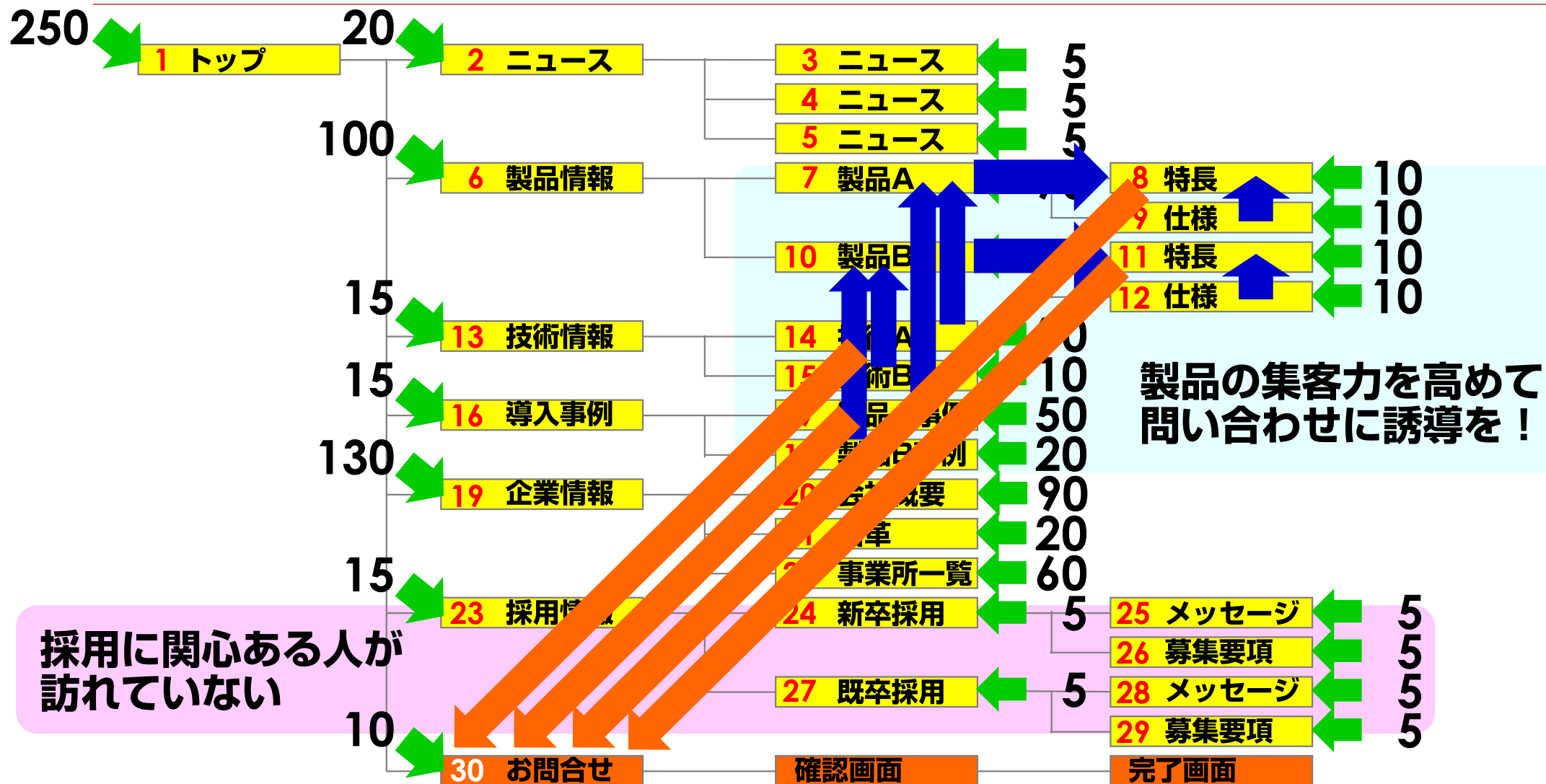
この集客回数を並べてみると

No.	集客数
1	250
2	130
3	100
4	90
5	70
6	60
7	50
8	30
9	20
10	20
11	20
12	15
13	15
14	15
15	10

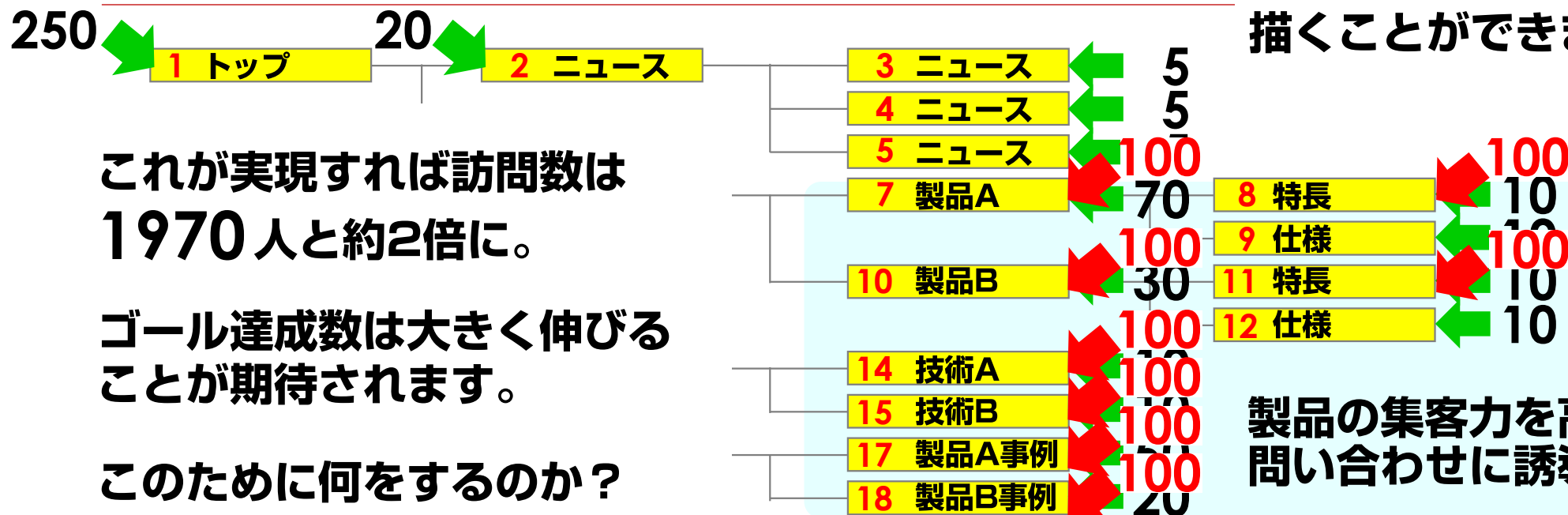
No.	集客数
16	10
17	10
18	10
19	10
20	10
21	10
22	5
23	5
24	5
25	5
26	5
27	5
28	5
29	5
30	5



この数字から何が見えるのか？

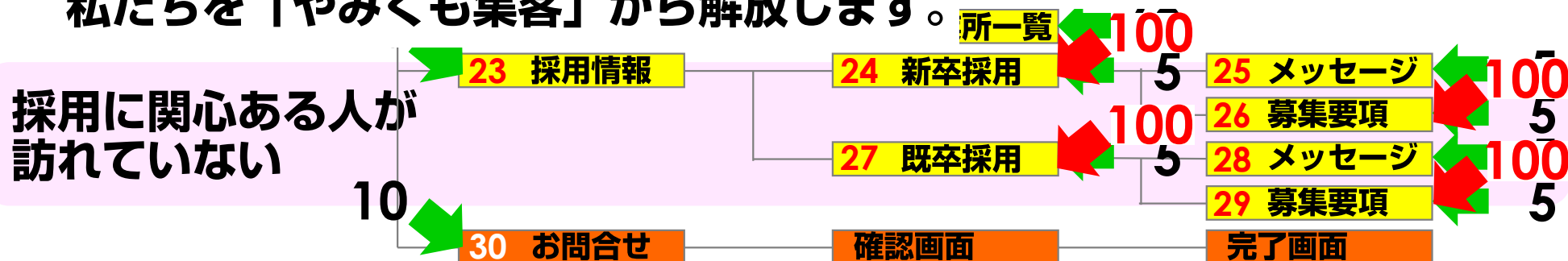


**誰でもこの数字を
描くことができます。**

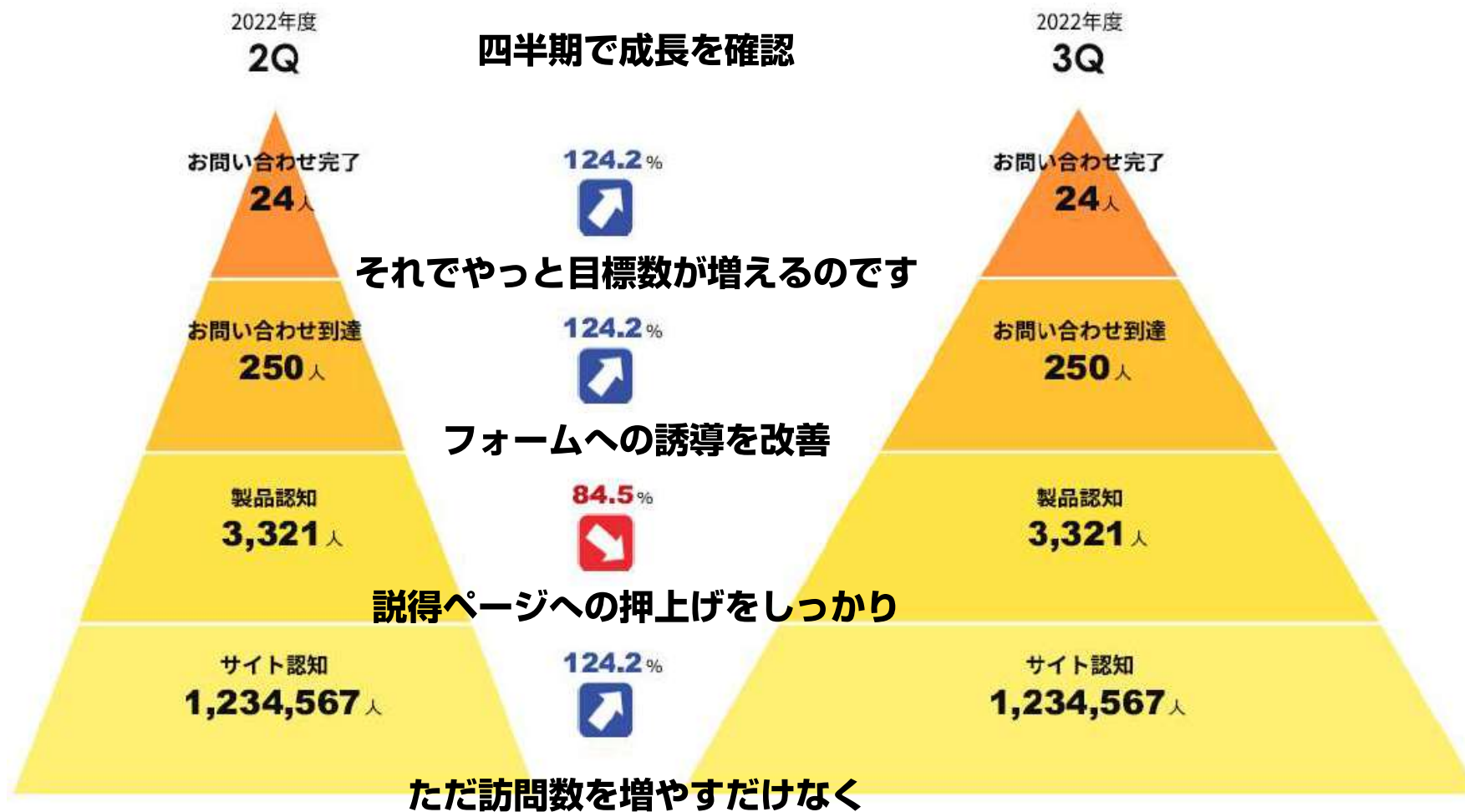


製品の集客力を高めて 問い合わせに誘導を！

その施策のことを、SEOと呼び、リスティング広告と呼びます。
 私たちを「やみくも集客」から解放します。



集客係から説得係、ゴールへと訪問者を確実に押上げる



売上から逆算でウェブを計画する流れをつくりましょう

$$\begin{aligned} 30 \text{ ページ} &\times \text{ ページ集客力 } 33 \text{ 人/ページ} = \text{ 月訪問数 } 1,000 \text{ 人} \\ 1,000 \text{ 人} &\times \text{ CVR } 1.0 \% = \text{ 月問合せ数 } 10 \text{ 件} \\ 10 \text{ 件} &\times \text{ 成約率 } 10 \% = \text{ 月契約数 } 1 \text{ 件} \\ 1 \text{ 件} &\times \text{ 単価 } 1,000,000 \text{ 円} = \text{ 売上 } 1,000,000 \text{ 円} \end{aligned}$$

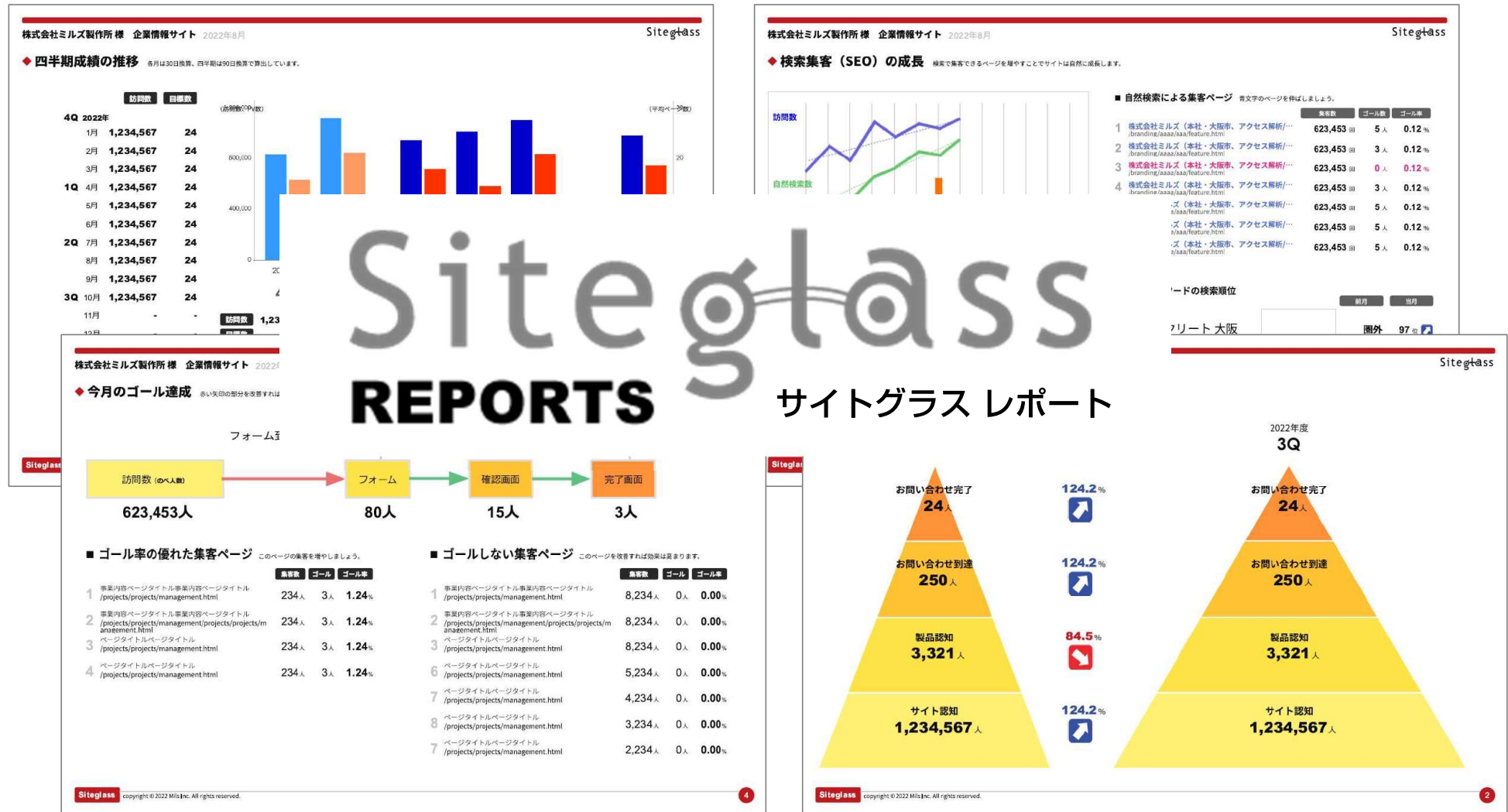
売上が話半分の 500,000 円 でも 損益分岐点が 8 ヶ月 になるのだから
初期費用 2,500,000 円 で 保守費用月額 100,000 円 の予算は組める

じゃあもうちょっとプランを練り直して

$$\begin{aligned} 60 \text{ ページ} &\times \text{ ページ集客力 } 25 \text{ 人/ページ} = \text{ 月訪問数 } 1,500 \text{ 人} \\ 1,500 \text{ 人} &\times \text{ CVR } 0.8 \% = \text{ 月問合せ数 } 12 \text{ 件} \end{aligned}$$

にしたらどうだろう？ 集客やゴール到達のプレッシャーを軽減して 売上価値を高められるのでは？

今回のウェブの数字を割り出したのはこの分析レポート



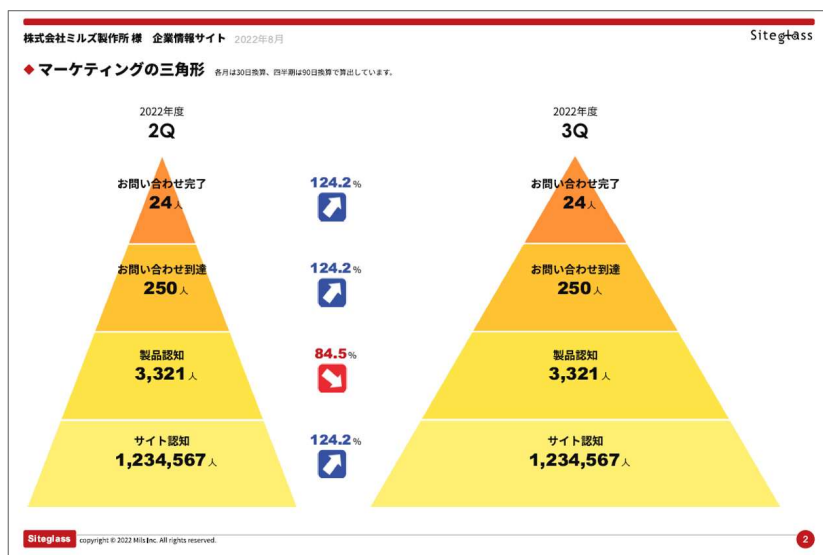
ご清聴ありがとうございました



株式会社ミルズ

〒530-0044 大阪府大阪市北区東天満2丁目2-5 第二新興ビル608号

PHONE : 06-6948-8393 URL : <http://mils.co.jp/>



<https://mils.co.jp/siteglass/report/>

サイトグラス レポート

