SAMPLE ／ サンプル

サンプル株式会社 御中

2026年9月
アクセスレポート

対象期間　2026/09/01 ～ 2026/09/30

inunote

2026年10月5日

今月のまとめ

2026年9月のサマリー

訪問・成果ともに直近13か月で最高。前月に提案した改善のうち3件が、数字の改善につながった。

総ユーザー数
3,412人
前月 3,105　+9.9%
前年同月 2,410　+41.6%

新規ユーザー数
2,987人
前月 2,744　+8.9%
前年同月 2,150　+38.9%

セッション
4,980
前月 4,560　+9.2%
前年同月 3,390　+46.9%

エンゲージメント率
61.2%
前月 59.8%　+1.4pt
前年同月 55.1%　+6.1pt

平均セッション時間
2分08秒
前月 2分01秒　+7秒
前年同月 1分45秒　+23秒

キーイベント（成果）
46
前月 38　+21.1%
前年同月 22　+24

検索クリック数
2,180
前月 2,010　+8.5%

検索表示回数
98,400
前月 86,200　+14.2%

今月の要点

1. 総ユーザーは**3,105人→3,412人**（+9.9%）。9/12の見学会告知の配信日と、9/20・21の見学会当日に訪問が集中した。
2. 成果（キーイベント）は**38件→46件**。資料請求はフォームの項目を減らした後、13件→16件に増えた。
3. **「リフォーム 費用 キッチン」「ZEH 補助金 2026」は10位以内なのにクリック0。**タイトルの見直しで、すぐに訪問を増やせる余地がある。

前月のアクションの振り返り

前月の5件のうち3件を実施、2件を一部実施。資料請求・画像・費用記事の3件で数字が改善した。

#	前月にご提案したこと	状況	結果・今月のデータ
1	資料請求フォームの入力項目を12項目から6項目に減らす	実施済	資料請求 13件→16件（9/5にフォームを6項目に変更）
2	施工事例ページの画像を圧縮する	実施済	重い画像のあるページ 52→34。施工事例のスマホのスコア 41→58点
3	「注文住宅 費用」の記事に、坪単価の目安表を追加する	実施済	「注文住宅 費用」17.8位→14.3位、クリック 61→96回
4	見学会ページに予約ボタンを常に表示する	一部実施	スマホのみ対応。見学会予約 6件→8件。PCは今月の課題に引き継ぎ
5	リンク切れのある12ページを修正する	一部実施	リンク切れ 12→5ページ。残りは今月のアクションに引き継ぎ

次の一手

来月の改善アクション

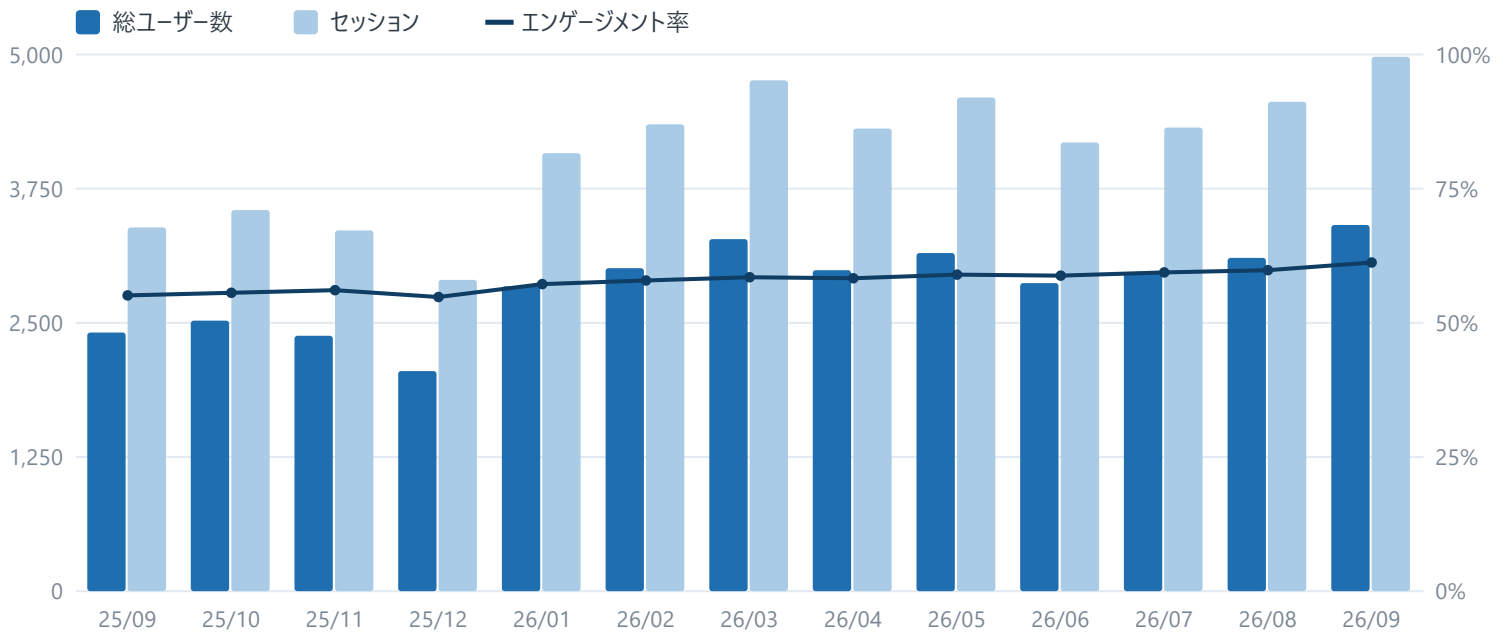
10位以内なのにクリックされない記事を直し、伸びている費用記事をさらに上位へ押し上げる。

#	取り組むこと	根拠（今月のデータ）	対象	担当の目安
1	キッチンリフォームの記事のタイトルに「相場」「実例」を入れ、価格帯を先頭に出す	「リフォーム 費用 キッチン」7.9位・表示2,300回なのにクリック0	/column/kitchen-reform-cost/	記事担当
2	断熱等級の記事に2026年度の補助金の見出しを立て、タイトルにも入れる	「ZEH 補助金 2026」6.4位・表示1,800回なのにクリック0	/column/insulation-grade/	記事担当
3	「注文住宅 費用」はコラムを本命にし、商品ページからコラムへリンクする	同じ語でコラム14.3位・商品ページ31.2位が競合。コラムは前月から3.5位上昇	/column/house-cost/ ・/lineup/	記事担当
4	見学会ページの予約ボタンをPCでも常に表示する	スマホで対応後、予約 6件→8件。PCは未対応	/event/	サイト管理者
5	見学会ページの画像を圧縮し、読み込み中のレイアウトのズレを直す	スマホのスコア52点・表示5.3秒・ズレ0.12と、計測したページで最も遅い	/event/	サイト管理者
6	残り5ページのリンク切れと、404の3ページを直す	サイト診断のエラー8件はすべてこの2つ	コラム・施工事例	記事担当

担当の目安は、作業の性質から見た区分です。いぬのてが代行する場合は別途ご相談ください。

月別の推移（直近13か月）

9月は直近13か月で最も多い月。前年同月から4割増えた。



年月	ユーザー	セッション	ENG率
2025/09	2,410	3,390	55.1%
2025/10	2,520	3,550	55.6%
2025/11	2,380	3,360	56.1%
2025/12	2,050	2,900	54.8%
2026/01	2,840	4,080	57.2%
2026/02	3,010	4,350	57.9%
2026/03	3,280	4,760	58.5%
2026/04	2,990	4,310	58.3%
2026/05	3,150	4,600	59.0%
2026/06	2,870	4,180	58.8%
2026/07	2,960	4,320	59.4%
2026/08	3,105	4,560	59.8%
2026/09	3,412	4,980	61.2%

コメント　ユーザーは前年同月の2,410人から3,412人に増え、エンゲージメント率も55.1%→61.2%に上がりました。3月の3,280人を上回り、13か月で最高です。

成果（キーイベント）

成果は38件→46件。3種類すべてが前月を上回った。

キーイベント	件数	前月	前月比
contact_submit（お問い合わせ完了）	22	19	+3
document_request（資料請求完了）	16	13	+3
event_reservation（見学会予約）	8	6	+2

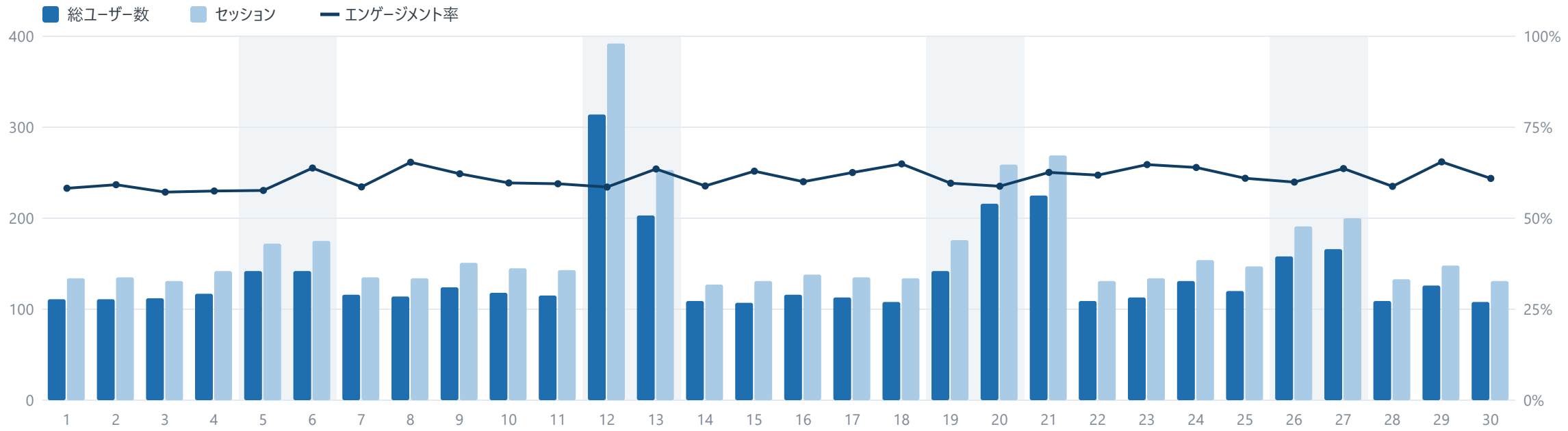
成果につながった入口ページ	キーイベント	セッション
/	9	1,420
/event	9	410
/works	8	880
/column/house-cost	6	520
/lineup	5	300
/contact	4	120

コメント　資料請求（13→16件）はフォームの項目を減らした9/5以降に増えています。成果が多い入口はトップページと見学会ページ（各9件）で、見学会ページは訪問数に比べて成果が多い入口です。

全体の推移

日別の動き

見学会の告知を配信した9/12に314人と、ふだんの2.7倍に増えた。



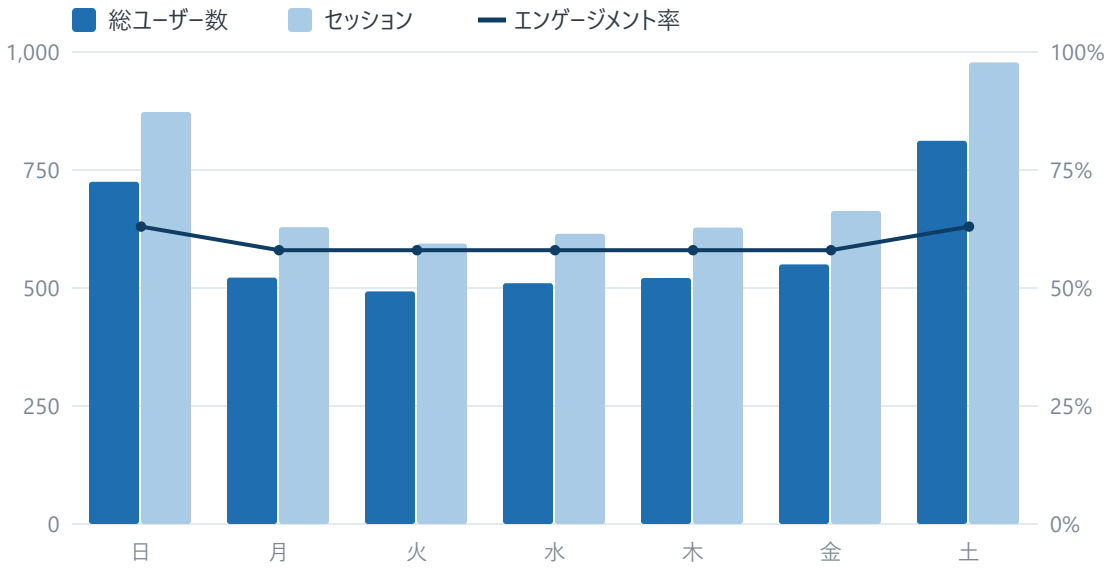
横軸は日付。灰色の帯は土日。アクセスが0の日は棒がありません。

コメント　1日あたりの中央値は116.5人です。9/12の配信日に加え、見学会当日の9/20（216人）・9/21（225人）にも訪問が集中しました。告知の配信と見学会の開催が、そのまま訪問の山になっています。

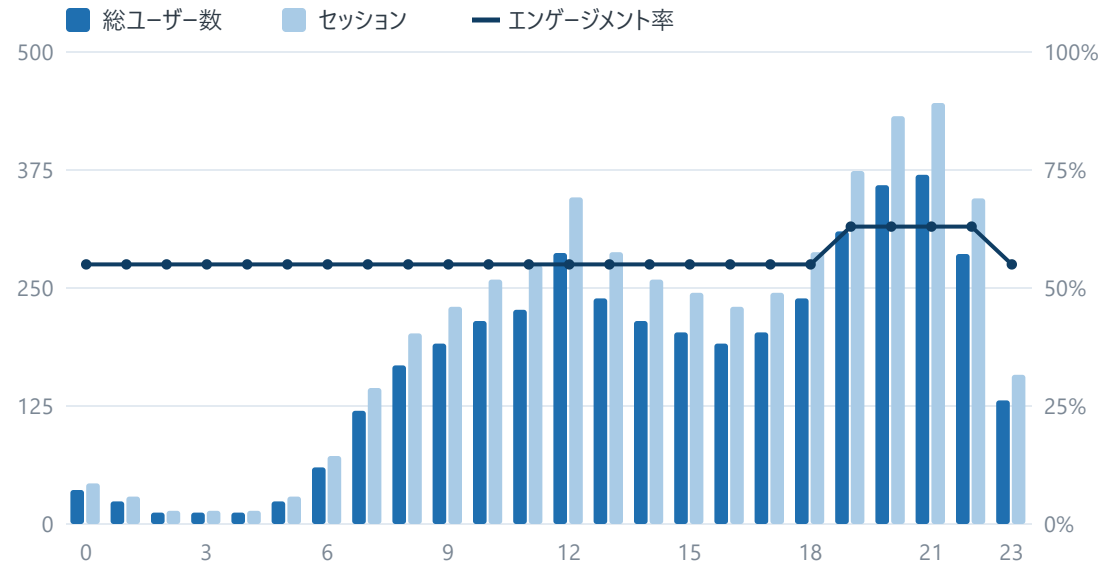
曜日・時間帯ごとの動き

土日と、平日の夜（19〜21時）に多く見られている。

曜日別



時間帯別（0〜23時）



コメント　曜日では土曜（812人）・日曜（725人）、時間帯では21時（370人）・20時（359人）が上位です。告知やSNSの投稿は、金曜の夜から土曜の朝に合わせると、見られやすい時間に届きます。

どこから来たか（チャネル別）

自然検索が47%で最大の入口。SNSからの訪問が前月から28%増えた。

チャネル	セッション	構成比	前月比	ユーザー	ENG率	平均時間	キーイベント
Organic Search 自然検索	2,350	47.2%	+4.0%	1,640	64.2%	2分21秒	18
Direct 直接（ブックマーク・URL入力など）	980	19.7%	+8.9%	690	56.1%	2分02秒	9
Organic Social SNS（投稿）	820	16.5%	+28.1%	640	55.2%	1分24秒	7
Paid Search 検索広告	420	8.4%	+10.5%	300	60.1%	1分58秒	8
Referral 他サイトのリンク	310	6.2%	+10.7%	230	67.3%	2分56秒	3
Email メール	100	2.0%	+0.0%	80	71.0%	2分32秒	1

コメント　SNS（Instagram・LINEなど）は640件→820件に増え、見学会の告知配信が効いています。ただし平均1分24秒と、検索（2分21秒）に比べて滞在は短めです。

参照元 / メディア別（上位12）

Google検索が2,050セッションで最多。Instagramが610セッションで3番目の入口になった。

#	参照元 / メディア	セッション	前月比	ユーザー	ENG率	平均時間	キーイベント
1	google / organic	2,050	+3.0%	1,640	65.1%	2分25秒	16
2	(direct) / (none)	980	+8.9%	784	56.1%	2分02秒	9
3	l.instagram.com / referral	610	+32.6%	488	54.0%	1分19秒	5
4	google / cpc	420	+10.5%	336	60.1%	1分58秒	8
5	yahoo / organic	230	+9.5%	184	59.1%	1分58秒	2
6	suumo.jp / referral	180	+20.0%	144	70.1%	3分12秒	2
7	line.me / referral	150	+25.0%	120	59.3%	1分36秒	2
8	newsletter / email	100	+0.0%	80	71.0%	2分32秒	1
9	homes.co.jp / referral	90	+5.9%	72	65.6%	2分44秒	1
10	bing / organic	70	+16.7%	56	57.1%	1分41秒	0
11	facebook.com / referral	60	+0.0%	48	51.7%	1分10秒	0
12	city-portal.example.org / referral	40	-11.1%	32	60.0%	2分20秒	0

コメント　住宅情報サイトのSUUMO（180件）・HOME'S（90件）からの訪問は、エンゲージメント率が65〜70%と高く、比較検討中の人が多く訪れています。

Google検索での見え方

検索結果での表示は14%増え、クリックも8%増えた。平均順位は19.6位→18.4位に上がった。

クリック数	表示回数	クリック率（CTR）	平均掲載順位
2,180	98,400	2.22%	18.4
前月 2,010 +8.5%	前月 86,200 +14.2%	前月 2.33% -0.1pt	前月 19.6 ↑1.2

指名検索と一般検索の内訳

区分	クエリ数	表示回数	クリック数	CTR
指名検索 社名・サービス名を含む	3	3,790	899	23.72%
一般検索 悩み・サービス種別での検索	12	48,840	332	0.68%

Search Console がプライバシー保護のため伏せるクエリは含まれないため、合計は上の全体値より小さくなります。

コメント　表示が増えたのは断熱等級の記事（3,400回→6,300回）と費用の記事（17,900回→19,600回）です。社名での検索のクリックは899回で、社名以外の検索からの訪問を増やす余地があります。

検索クエリ（表示回数の多い順）

「注文住宅 費用」は14.3位まで上がり、クリックが61回→96回に増えた。

#	検索クエリ	表示回数	クリック	CTR	平均順位	順位変化	表示の前月比
1	注文住宅 費用	12,400	96	0.8%	14.3	↑ 3.5	+5.1%
2	住宅ローン シミュレーション	8,900	15	0.2%	28.1	↓ 1.4	-5.3%
3	平屋 間取り 3ldk	5,600	12	0.2%	22.4	↓ 2.6	-5.1%
4	注文住宅 坪単価	4,200	28	0.7%	11.6	↑ 1.6	+10.5%
5	注文住宅 後悔	3,700	9	0.2%	16.2	↑ 0.7	+5.7%
6	サンプルホーム	3,200	820	25.6%	1.2	±0	+4.9%
7	断熱等級 6	3,100	38	1.2%	9.4	↑ 1.4	+19.2%
8	注文住宅 さいたま市	2,800	64	2.3%	8.2	↑ 1.3	+7.7%
9	リフォーム 費用 キッチン	2,300	0	0.0%	7.9	↑ 4.5	+91.7%
10	工務店 さいたま	1,900	41	2.2%	6.8	↑ 0.3	+5.6%
11	zeh 補助金 2026	1,800	0	0.0%	6.4	↑ 8.8	+350.0%
12	ローコスト住宅 埼玉	1,500	7	0.5%	18.9	↑ 0.6	+7.1%
13	完成見学会 埼玉	640	22	3.4%	4.1	↑ 2.2	+68.4%

順位の矢印は前月からの上昇（↑）／下降（↓）。

コメント　坪単価の目安表を追加した月に、順位が17.8位→14.3位に上がりました。一方「リフォーム 費用 キッチン」（7.9位）と「ZEH 補助金 2026」（6.4位）は表示が多いのにクリック0で、タイトルで検索した人の知りたいことに答えられていません。

伸ばしどころ

4〜20位に入っている検索語が10個。「注文住宅 費用」はコラムと商品ページが競合している。

あと一歩で1ページ目上位に届くクエリ（4〜20位）

検索クエリ	ページ	順位	表示回数
注文住宅 費用	/column/house-cost/	14.3	11,800
注文住宅 後悔	/column/house-cost/	16.2	3,700
注文住宅 坪単価	/column/house-cost/	11.6	3,600
断熱等級 6	/column/insulation-grad…	9.4	3,100
注文住宅 さいたま市	/	8.2	2,800
リフォーム 費用 キッチン	/column/kitchen-reform-…	7.9	2,300
工務店 さいたま	/company/	6.8	1,900
zeh 補助金 2026	/column/insulation-grad…	6.4	1,800

同じクエリで複数ページが競合している

検索クエリ	ページ	順位	表示回数
注文住宅 費用	/column/house-cost/	14.3	11,800
	/lineup/	31.2	2,100
注文住宅 坪単価	/column/house-cost/	11.6	3,600
	/lineup/	15.8	1,300

コメント 「注文住宅 費用」「注文住宅 坪単価」で、コラムと商品ページの両方が表示されています。コラムを本命と決めて商品ページからリンクを張り、評価をコラムに集めます。

よく見られたページ（上位15）

トップページと施工事例で閲覧の4割。見学会ページは閲覧が前月の1.4倍に増えた。

#	ページ	閲覧数	ユーザー	前月比	ENG率	平均時間
1	/	2,210	1,650	+4.4%	62.6%	3分01秒
2	/works/	1,980	1,120	+14.3%	59.4%	2分17秒
3	/event/	1,140	720	+38.5%	61.4%	2分08秒
4	/lineup/	920	610	+7.0%	63.5%	3分10秒
5	/column/house-cost/	760	590	+25.5%	63.8%	2分27秒
6	/contact/	610	480	+11.6%	66.4%	2分09秒
7	/company/	540	420	+2.4%	61.9%	2分25秒
8	/column/loan-simulation/	480	400	-7.0%	60.5%	2分54秒
9	/column/insulation-grade/	330	270	+28.6%	56.4%	1分35秒
10	/works/case-028/	290	210	+210	56.1%	2分56秒
11	/document/	260	210	+10.5%	60.3%	1分18秒
12	/column/kitchen-reform-cost/	230	180	+28.6%	59.3%	2分13秒
13	/column/hiraya-3ldk/	170	140	-17.6%	59.8%	3分09秒
14	/recruit/	120	95	-5.0%	68.0%	2分45秒
15	/contact/thanks/	46	44	+15.8%	68.3%	2分13秒

コメント　見学会ページのユーザーは520人→720人に増えました。新しく公開した施工事例（case-028）も、1か月で210人に見られています。

入口になったページ（上位14）

最初に開かれるページは、トップページ・施工事例・費用の記事の順。

#	最初に開かれたページ	セッション	前月比	新規ユーザー	ENG率	平均時間	キーイベント
1	/	1,420	+2.9%	1,108	59.2%	1分58秒	9
2	/works	880	+15.8%	686	65.3%	2分42秒	8
3	/column/house-cost	520	+26.8%	406	68.3%	3分21秒	6
4	/event	410	+36.7%	320	62.0%	1分38秒	9
5	/column/loan-simulation	360	-7.7%	281	53.3%	1分28秒	1
6	/lineup	300	+3.4%	234	64.3%	2分20秒	5
7	/column/insulation-grade	240	+26.3%	187	71.2%	3分34秒	2
8	/company	180	+5.9%	140	61.1%	1分35秒	1
9	/column/kitchen-reform-cost	150	+25.0%	117	58.7%	2分12秒	1
10	/contact	120	+9.1%	94	80.0%	2分40秒	4
11	/column/hiraya-3ldk	110	-21.4%	86	60.0%	2分30秒	0
12	(not set)	60	-14.3%	47	3.3%	4秒	0
13	/works/case-028	55	+55	43	69.1%	3分00秒	0
14	/recruit	40	-11.1%	31	55.0%	1分50秒	0

コメント　費用の記事は410→520セッションに増え、平均3分21秒としっかり読まれています。住宅ローンの記事は平均1分28秒と短く、記事の最後から施工事例や見学会への導線を足す余地があります。

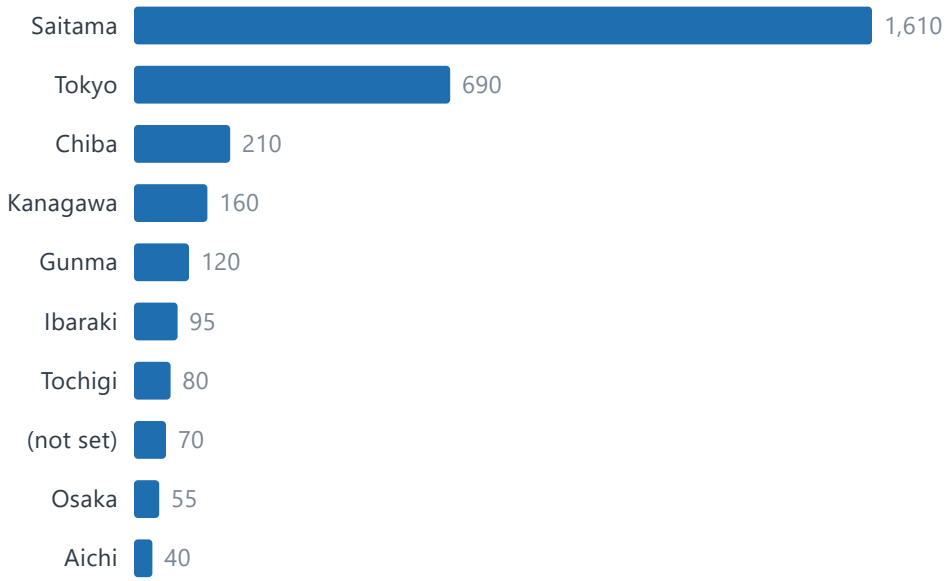
どんな環境・地域から見られているか

スマートフォンからの閲覧が7割強。成果の6割強もスマートフォンから。

デバイス

デバイス	ユーザー	構成比	ENG率	平均時間
スマートフォン	2,470	72.4%	59.3%	1分52秒
パソコン	845	24.8%	66.1%	2分51秒
タブレット	97	2.8%	60.0%	2分20秒

地域（ユーザー数・上位10）



コメント　スマートフォンからの成果は29件、パソコンは16件です。地域はさいたま市のある埼玉県が1,610人で最も多く、東京都（690人）が続きます。

表示速度

トップページ・施工事例のスマホのスコアは、画像の圧縮で13〜17点上がった。見学会ページは52点で最も遅い。

ページ	スマホスコア	前月比	表示までLCP	ズレCLS	操作待ちTBT	PCスコア	利用者LCP	利用者INP	利用者CLS
/	61	+13	4.2秒	0.04	380ms	88	3.1秒	240ms	0.05
/works/	58	+17	4.6秒	0.02	410ms	85	3.4秒	260ms	0.03
/event/	52	±0	5.3秒	0.12	520ms	79	—	—	—
/column/house-cost/	74	±0	3.1秒	0.01	210ms	98	2.6秒	180ms	0.02
/lineup/	55	±0	4.9秒	0.08	460ms	82	—	—	—
/contact/	69	±0	3.4秒	0.00	330ms	96	—	—	—

スマホで改善の効果が大きい項目

- 画像配信を改善する 6ページで該当
- レンダリングをブロックしているリクエスト 6ページで該当
- 使用していない JavaScript の削減 6ページで該当

2026/10/03 時点の計測（Google PageSpeed Insights）。スコアは100点満点で90以上が良好・50未満が要改善。計測ごとに数点ぶれるため、5点未満の差は誤差とみなします。「利用者」はChromeの実際の利用者のデータ（スマホ）で、アクセスが少ないページは「—」になります。

コメント 見学会ページはスマホで表示まで5.3秒、読み込み中のレイアウトのズレ（CLS 0.12）も基準の0.1を超えています。告知で多くの人が訪れるページのため、優先して直します。

サイトの技術的な課題

エラーは19件→8件に減った。残りは404の3ページとリンク切れの5ページ。

巡回したページ	エラー（件）	警告（件）	通知（件）
168	8 前月 19　-11	83 前月 102　-19	62 前月 66　-4

課題	件数	前月	なぜ問題か	対策
エラー **サイト内のリンク切れ**	5	12	訪問者が行き止まりに当たり、サイトの信頼感が下がる。	リンク先を正しいURLに直すか、リンクを外す。
エラー **ページが見つからない（404など）**	3	7	訪問者がそこで行き止まりになり、検索エンジンの巡回も無駄になる。	移転先があれば301リダイレクトを設定し、無ければそのURLへのリンクを外す。
警告 **重い画像**	34	52	表示が遅くなり、特にスマートフォンでの離脱につながる。	画像を圧縮しWebPに変換する。目安は1枚200KB以下。
警告 **説明文（ディスクリプション）が無い**	18	18	検索結果の説明文が本文から自動で抜き出され、魅力が伝わりにくい。	120字前後で、ページで得られることを書いた説明文を設定する。
警告 **大見出し（H1）が複数**	12	12	ページの主題がぼやける。	大見出しを1つにし、ほかは中見出し（H2）に下げる。テーマのロゴがH1になっていないかも確認する。

いぬのてのサイト診断（168ページを巡回）。件数は該当したページの数。重要度は エラー ＞ 警告 ＞ 通知。対象のページは次のページに一覧があります。

コメント　画像の圧縮とリンク修正で、重い画像は52→34ページ、リンク切れは12→5ページに減りました。説明文の無い18ページは施工事例で、テンプレートの修正で一括で直せます。

直す対象のページ（エラー・警告）

課題	ページ（例）	詳細
エラー ページが見つからない（404など） 全3ページ	/column/old-campaign/	404
	/event/2025-spring/	404
	/works/case-011/	404
エラー サイト内のリンク切れ 全3ページ	/column/hiraya-3ldk/	→ /works/case-011/
	/column/house-cost/	→ /works/case-011/
	/works/case-019/	→ /works/case-011/
警告 重い画像 全3ページ	/event/	3枚（最大 1840KB）
	/works/	3枚（最大 1840KB）
	/works/case-028/	3枚（最大 1840KB）
警告 説明文（ディスクリプション）が無い 全3ページ	/works/case-021/	
	/works/case-022/	
	/works/case-023/	

課題ごとに最大3ページを例示（エラー・警告の該当は全24件）。全件の一覧はご要望に応じてお渡しします。

用語解説

用語	意味
ユーザー	期間内にサイトを訪れた人数。同じ人が何度来ても1人（同じ端末・ブラウザの場合）。
セッション	訪問の回数。30分以上操作が無いと、次の操作は新しい訪問として数える。
エンゲージメント率	しっかり見られた訪問の割合。10秒以上の滞在・2ページ以上の閲覧・成果のいずれかがあれば「しっかり見た」とみなす。
平均セッション時間	1回の訪問あたりの平均滞在時間。
キーイベント	お問い合わせ完了など、サイトの成果として設定した行動の回数。旧称「コンバージョン」。
チャネル	流入の大分類。自然検索・直接・SNS・他サイトのリンクなど。
参照元 / メディア	どこから（参照元）、どんな手段で（メディア）来たか。例：google / organic ＝ Googleの自然検索。
(direct) / (none)	URL入力・ブックマーク・アプリ内リンクなど、流入元が特定できない訪問。
(not set)	計測上、値が取得できなかったもの。
表示回数	Google検索の結果にサイトが表示された回数。

用語	意味
クリック率（CTR）	表示回数のうちクリックされた割合。クリック数 ÷ 表示回数。
平均掲載順位	検索結果での平均の順位。小さいほど上位。1ページ目は概ね1〜10位。
指名検索	社名・サービス名を含む検索。すでに知っている人の検索。
閲覧数	ページが表示された回数。同じ人が何度見ても、その都度数える。
サイト診断	サイト内のページを順に巡回し、表示できないページやタイトルの不備などの技術的な課題を重要度別に検出したもの。
LCP	ページの主な内容が表示されるまでの時間。2.5秒以内が良好。
CLS	読み込み中のレイアウトのズレの大きさ。0.1以下が良好。
INP	タップやクリックへの反応の速さ（実際の利用者のデータ）。200ms以内が良好。
TBT	読み込み中に操作を受け付けない時間の合計。200ms以内が良好。

ご不明な点がございましたら、
お気軽にお問い合わせください。

inunote

掲載している会社名・サイト・数値はすべて架空のサンプルです。