

# 商談創出に向けた Webサイト・パフォーマンス分析レポート

「再訪ユーザー94%離脱」の壁を突破し、商談数を最大化する

株式会社日本エージェンシー  
<https://www.nippon-ag.co.jp/>  
2025年1月～2025年12月

01

## エグゼクティブサマリー

**集客は成功しているが、「接客」で大きな機会損失が発生しています。**

年間約3万人のユーザーが来訪していますが、商談につながったのはわずか35件（CVR 0.12%）です。データ分析の結果、最大の課題は「再訪した検討層の94%が、フォームを見ることなく離脱している」点にあることが判明しました。

今のWebサイトに必要なのは、集客予算の追加ではなく、「フォーム入力ハードルの撤廃」と「中間CV（資料DL）の設置」です。

これにより、現在のトラフィック量のままで商談数の倍増を目指します。

02

## 現状のパフォーマンスと課題



集客力 (Traffic)

**29,585 UU**

評価：SEO等は順調。年間  
3万人の集客力は資産。



接客力 (Engagement)

**フォーム到達率  
5.3%**

評価：致命的課題。再訪ユ  
ーザーのほとんどが離脱。



成約力 (Conversion)

**35件  
(CVR 0.12%)**

評価：目安(1-2%)に対し著  
しく低い。機会損失大。

03

## どこでユーザーが消えているか？（離脱ポイント）

STEP 1: 初回訪問

**29,585人**

(多くのユーザーとの出会い)

STEP 2: 再訪（検討フェーズ）

**4,144人**



ここから次のステップへの離脱率: **94.69%**

※最大のボトルネック

STEP 3: フォーム入力

**220人**

(フォーム離脱率: 84.09%)

STEP 4: 完了

**35人**

04

## なぜフォームで84%も離脱するのか？

### 現状のフォーム（離脱の要因）



- ・「住所」が必須項目  
オンライン商談主流の今、初回で住所を聞くのは過剰な要求。
- ・E-mail 2回入力 / 詳細な相談内容記述  
スマホ入力の手間と、「書く内容がまとまっていない」心理的負担。

### 改善後のフォーム（推奨）



- ・項目を「社名・氏名・TEL・Email」のみに  
住所は削除。商談化してから聞けば良い。
- ・「まずはZoomで30分相談」などハードルを下げる

05

# 記事は読まれているが、出口がない

ページ	滞在時間	ユーザー心理	課題
来店計測の記事 (/post-4739/)	74.16秒	「勉強したい」 	いきなり「相談」を迫られ離脱。
制作実績 (/column/work/)	73.15秒	「事例を見たい」 	「似た事例の費用感」への導線がない。

結論：「読み逃げ」状態。記事読了後に「資料ダウンロード」などの中間CVが必要。

06

## 流入チャネルの「質」の評価



Direct  
(指名・直接)

**CV数: 21件  
(全体の60%)**

評価: 最も効率が良い。既存認知や営業活動の成果。



Organic Search  
(自然検索)

**CV数: 11件  
(CVR 0.06%)**

評価: 集客数は最大だが、情報収集層が大半。育成が必要。



Paid Social  
(SNS広告)

**CV数: 0件**

評価: **投資対効果なし。** LPと広告訴求の不一致が原因。

07

## 隠れた課題：採用目的ユーザーの迷入



- 採用ページ経由でフォームに到達したユーザーが **114名** 存在。
- 求職者がビジネス用フォームを開き、「会社名」などの項目を見て離脱している可能性が高い。
- これがデータ上の「フォーム離脱率」を悪化させ、正確な営業リード分析を阻害している。

**対策:** お問合せページへの「採用窓口はこちら」の明記と導線分離。

08

## 課題突破のための3つの施策

1



### 即効施策：EFO (フォーム最適化)

「住所」項目の削除（任意化）。  
入力項目の半減。  
**目的：CVRの即時向上。**

2



### 育成施策：リード ナーチャリング

高滞在記事への「ホワイトペーパー（資料DL）」設置。  
再訪者へのポップアップbanner表示。  
**目的：情報収集層のリスト化。**

3



### 整理施策：トラフ イックの適正化

成果ゼロのSNS広告の停止・見直し。  
採用/営業のお問合せ窓口の明確な分離。

09

## 施策実行によるインパクト予測

Before (現状)

月間商談数

約3件



After (改善後)

月間商談数

約6件～10件

(倍増以上を目指す)



CVR: 0.12%

CVR: 0.25%～

**Cost:** フォーム改修費のみ（大規模な広告追加予算は不要）。  
既存の「年間3万UU」という資産を活かす高コスパな施策。

## まずは「フォームの住所項目削除」から着手しましょう。

最も離脱を招いている「心理的ハードル」を取り除くことが、最短で成果を出す第一歩です。並行して、読まれている記事への「資料ダウンロード導線」を設計し、見込み客を逃さない仕組みを構築します。

### ご承認いただきたい事項：

1. お問合せフォーム改修の実施
2. SNS広告の一時停止と予算の再配分