

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。



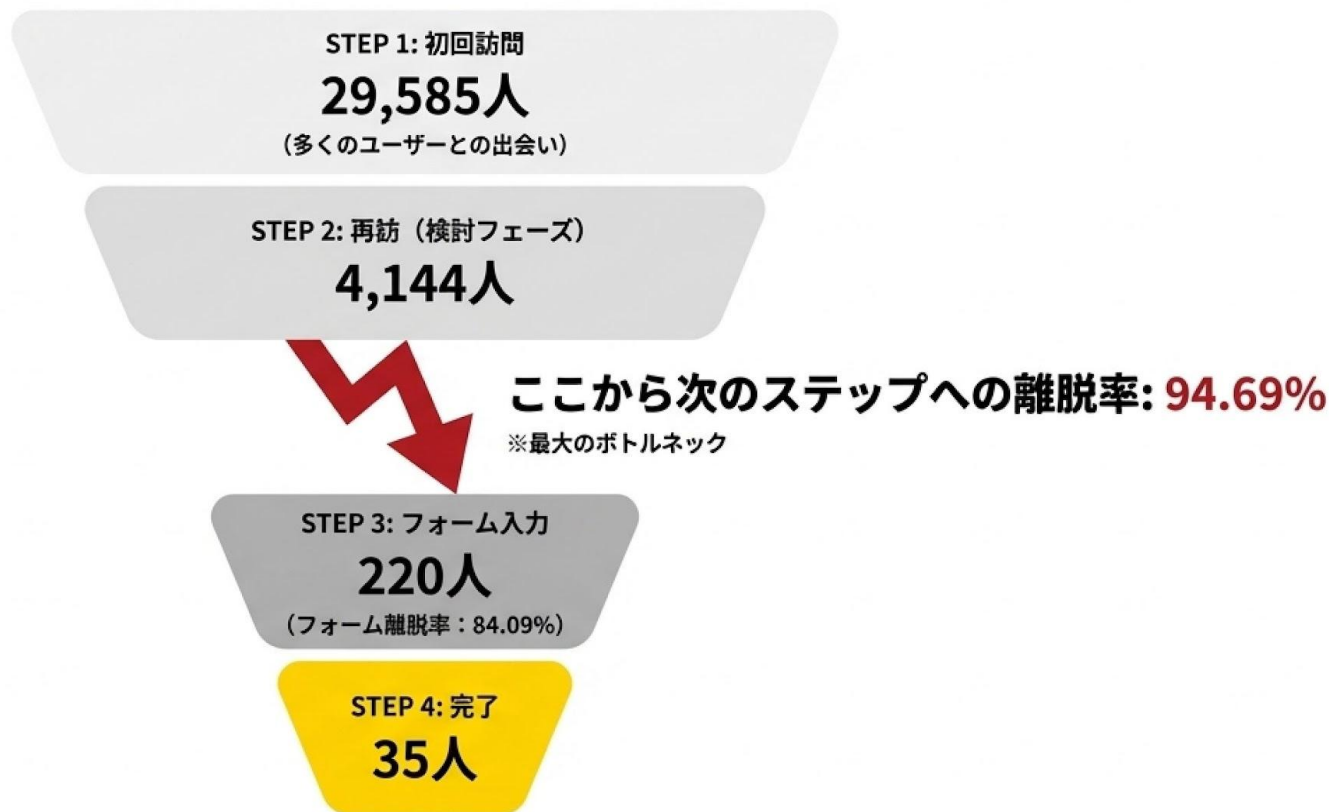
成約力 (Conversion)

**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）



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）

The screenshot shows a mobile form with several elements highlighted by red 'X' marks in circles. The first 'X' is next to a red-bordered box containing a label 'Q/A (必須)' and a text input field. The second 'X' is next to another red-bordered box containing a label 'E-mail (任意)' and a text input field. Below this is a section titled '詳細な相談内容記述' with a large text area. At the bottom, there is a dropdown menu labeled '住所選択'.



- 「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）

The screenshot shows an improved mobile form with green checkmarks in circles. The form is simplified, featuring input fields for '社名', '氏名', 'TEL', and 'Email'. At the bottom, there is a button labeled 'まずはZoomで30分相談'.

- 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: お問い合わせページへの「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バナー表示。

目的：情報収集層のリスト化。

3



整理施策：トラフ ィックの適正化

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

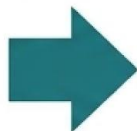
施策実行によるインパクト予測

Before (現状)

月間商談数

約3件

CVR: 0.12%



After (改善後)

月間商談数

約6件~10件

(倍増以上を目指す)



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。

10 Next Steps

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