

## スマホユーザーの直帰されるセッションと直帰されないセッションの比較分析し直帰率を減らす

### 【成果】

スマホユーザーの直帰されるセッションと直帰されないセッションを比較することで直帰されないページ構成を参考にページ改善を行う

### 【解析指標】

スマホユーザー直帰セッション、スマホユーザー直帰以外のセッションでセグメントし比較

### 【アクション】

スマホユーザーの直帰されるセッションと直帰されないセッションを比較することで直帰されないページ構成と直帰されるページの構成比較などを行い、直帰されるページはサイト内の回遊ができるようにまたCVがあがるようにページ改善を行う

### 【解析】

測定期間：2016年1月1日～2016年2月29日

測定対象：スマホユーザー直帰セッション、スマホユーザー直帰以外のセッション

### ※データ1『直帰ユーザーと直帰以外ユーザーの比較』

Default Channel Grouping	セッション		行動				コンバージョン		
	セッション	新規セッション率	直帰ユーザー	直帰率	ページセッション	平均セッション時間	コマースのコンバージョン率	トランザクション数	収益
モバイルトラフィック	81,696 全体に対する割合: 55.59% (144,354)	62.78% ピューの平均: 61.57% (1.97%)	51,292 全体に対する割合: 57.71% (88,883)	43.47% ピューの平均: 39.83% (9.14%)	5.91 ピューの平均: 6.94 (-14.83%)	00:07:47 ピューの平均: 00:08:29 (8.25%)			
スマホ直帰あり	35,511 全体に対する割合: 24.65% (144,354)	65.74% ピューの平均: 61.57% (0.77%)	23,345 全体に対する割合: 26.26% (88,883)	100.00% ピューの平均: 39.83% (151.09%)	1.00 ピューの平均: 6.94 (-85.00%)	<00:00:01 ピューの平均: 00:08:29 (-100.00%)	0.00% ピューの平均: 1.48% (100.00%)	0 全体に対する割合: 0.00% (2,136)	¥0 全体に対する割合: 0.00% (¥ 22,731,115)
スマホ直帰なし	46,185 全体に対する割合: 31.00% (144,354)	60.51% ピューの平均: 61.57% (-1.72%)	27,947 全体に対する割合: 31.44% (65,883)	0.00% ピューの平均: 59.85% (-100.00%)	9.69 ピューの平均: 6.94 (30.58%)	00:13:46 ピューの平均: 00:08:28 (62.27%)			

直近2ヶ月でのスマホユーザーの約43.5%(35,511/81,696)が直帰セッション、約56.5%(46,185/81,696)が直帰以外のセッションとなっています。

### ※データ2『直帰ユーザーと直帰以外ユーザーのランディングページ分布』

ランディングページ	セッション		行動				コンバージョン		
	セッション	新規セッション率	直帰ユーザー	直帰率	ページセッション	平均セッション時間	トランザクション数	収益	コマースのコンバージョン率
モバイルトラフィック	10,297 (12.60%)	81.09%	8,350 (16.28%)	30.23%	6.63	00:07:41			
スマホ直帰あり	3,113 (8.77%)	78.70%	2,450 (10.49%)	100.00%	1.00	00:00:00			
スマホ直帰なし	7,184 (15.55%)	82.13%	5,900 (21.11%)	0.00%	9.07	00:11:00			
2. /									
モバイルトラフィック	10,278 (12.58%)	46.35%	4,764 (9.29%)	25.62%	9.54	00:11:01			
スマホ直帰あり	2,633 (7.41%)	45.01%	1,185 (5.08%)	100.00%	1.00	00:00:00			
スマホ直帰なし	7,645 (16.55%)	46.81%	3,570 (12.81%)	0.00%	12.49	00:14:49			
モバイルトラフィック	6,232 (7.63%)	81.07%	5,052 (9.85%)	81.78%	3.87	00:05:13			
スマホ直帰あり	3,860 (10.84%)	85.22%	3,281 (14.05%)	100.00%	1.00	00:00:00			
スマホ直帰なし	2,382 (5.16%)	74.35%	1,771 (8.34%)	0.00%	8.50	00:13:40			
モバイルトラフィック	5,587 (6.84%)	62.48%	3,491 (6.81%)	30.91%	7.32	00:09:06			
スマホ直帰あり	1,727 (4.86%)	64.79%	1,119 (4.79%)	100.00%	1.00	00:00:00			
スマホ直帰なし	3,860 (8.36%)	61.45%	2,372 (8.49%)	0.00%	10.15	00:13:10			
モバイルトラフィック	5,585 (6.84%)	64.28%	3,590 (7.00%)	30.21%	8.12	00:09:16			
スマホ直帰あり	1,687 (4.75%)	67.19%	1,133 (4.85%)	100.00%	1.00	00:00:00			
スマホ直帰なし	3,898 (8.44%)	63.03%	2,457 (8.70%)	0.00%	11.19	00:13:16			

セッション数が多いページはほぼ直帰なしのページセッションが多いのですが、そのなかで、直帰セッションが多いページがあります。[REDACTED] のページです。



データ 3 « [REDACTED] ページ検索キーワード »

キーワード	集客		行動				コンバージョン		
	セッション	新規セッション率	新規ユーザー	直帰率	ページセッション	平均セッション時間	トランザクション数	収益	コンバージョン率
モバイルトラフィック	2,784 (44.67%)	82.26%	2,290 (45.33%)	59.02%	4.20	00:08:03			
スマホ直帰あり	1,643 (42.68%)	85.45%	1,404 (42.79%)	100.00%	1.00	00:00:00			
スマホ直帰なし	1,141 (47.90%)	77.85%	888 (50.03%)	0.00%	8.81	00:14:46			
モバイルトラフィック	1,524 (24.45%)	85.98%	1,310 (26.93%)	71.00%	3.11	00:03:09			
スマホ直帰あり	1,082 (18.10%)	91.04%	985 (30.02%)	100.00%	1.00	00:00:00			
スマホ直帰なし	442 (18.56%)	73.53%	325 (18.35%)	0.00%	8.26	00:10:52			
モバイルトラフィック	1,257 (20.17%)	77.85%	978 (19.32%)	59.12%	4.19	00:08:05			
スマホ直帰あり	744 (19.32%)	79.84%	564 (18.10%)	100.00%	1.00	00:00:00			
スマホ直帰なし	513 (21.54%)	74.46%	382 (21.57%)	0.00%	8.81	00:14:54			
モバイルトラフィック	96 (1.54%)	83.33%	80 (1.58%)	72.92%	2.30	00:01:47			
スマホ直帰あり	70 (1.82%)	88.57%	62 (1.89%)	100.00%	1.00	00:00:00			
スマホ直帰なし	26 (1.09%)	69.23%	18 (1.02%)	0.00%	5.81	00:06:38			
モバイルトラフィック	64 (1.03%)	64.06%	41 (0.81%)	43.75%	4.12	00:08:50			
スマホ直帰あり	28 (0.73%)	78.57%	22 (0.67%)	100.00%	1.00	00:00:00			
スマホ直帰なし	36 (1.51%)	62.78%	18 (1.07%)	0.00%	6.56	00:12:20			

[REDACTED] との検索ユーザーの約 71%(1,082/1,524)が直帰していることがわかります。このキーワードは [REDACTED] でのアシスト CV もあがっていることが確認できますので、直帰を減らし、他の商品ページへ誘導し回遊率を上げることにより、さらに CV があがるのでないかと仮説をたてることができます。

※データ 4 « [REDACTED] のページの遷移 »

ランディングページ	2 ページ目	集客		行動				コンバージョン		
		セッション	新規セッション率	新規ユーザー	直帰率	ページセッション	平均セッション時間	トランザクション数	収益	コンバージョン率
スマホ直帰なし		2,382	74.35%	1,771	0.00%	8.50	00:13:40			
		全体に対する割合: 1.65% (144,354)	ピューレーの平均: 61.57% (20.75%)	全体に対する割合: 1.09% (8,883)	ピューレーの平均: 39.83% (-100.00%)	ピューレーの平均: 0.04 (22.44%)	ピューレーの平均: 00:08:29 (00.95%)			
	445 (18.68%)	75.96%	338 (19.09%)	0.00%	4.97	00:23:27				
	122 (5.12%)	77.05%	94 (5.31%)	0.00%	7.20	00:10:25				
	114 (4.79%)	82.48%	94 (5.31%)	0.00%	6.24	00:05:28				
	105 (4.41%)	70.48%	74 (4.18%)	0.00%	11.43	00:10:31				
	102 (4.20%)	72.55%	74 (4.18%)	0.00%	7.07	00:10:31				
	56 (2.35%)	71.43%	40 (2.26%)	0.00%	10.54	00:11:24				
	49 (2.08%)	65.31%	32 (1.81%)	0.00%	10.73	00:18:25				
	36 (1.60%)	76.32%	29 (1.64%)	0.00%	17.61	00:24:52				
	35 (1.47%)	68.57%	24 (1.36%)	0.00%	10.80	00:13:28				
	35 (1.47%)	68.57%	24 (1.36%)	0.00%	13.60	00:20:31				

2 ページ目を確認すると同一ページを表示しているユーザーもいますが、これは [REDACTED] ユーザーであると思われます。

商品ページ及びよくある質問ページへの遷移の確認がとれます。

### ※データ5《商品ページからの遷移》



さらに商品ページから次のページへの遷移を確認すると、再度カテゴリページ  
[REDACTED] へ戻ってきているユーザーが多いことがわかります。上記データは1ページのみピックアップしていますが他の商品ページでも同様の現象が見られます。

## 【解析改善 PDCA ご提案】

現在のスマホ商品ページを閲覧すると [REDACTED] 並んで  
いますが、購入導線として説明を読んだ後に再度、上部に戻ってからでないとカートに商品  
を入れることができません為、購入の機会損失を回避するため、「[REDACTED]  
[REDACTED] 提案いたします。

うバナーに変更いただくことも併せてご検討下さい。

現在全商品ページからの直帰率は下記データでみられるように、全モバイルユーザーで67.4%となっています。PCユーザーは57.4%となっています。商品ページはCVに直結するページになりますので、販設による回遊率の改善並びに商

ほどありますので、現在のモバイルユーザーの売上に 1.3 倍程貢献することを目標としたいと思います。

※データ 6『モバイルユーザーと PC ユーザーの直帰率比較』

グラフに表示		セカンダリ ディメンション		並べ替えの種類		デフォルト		アイテム		アドバンス			
□	ページ	ページビュー数	↓	ページ別割合数	○	平均ページ滞在時間	閲覧回数	直帰率	○	離脱率	○	ページの価値	
	モバイルトラフィック	144,421		119,167		00:02:11	14,225	67.44%		18.07%		¥ 387	
	モバイルトラフィック	144,421	全体に対する割合: 14.41% (1,002,251)	119,167	全体に対する割合: 17.97% (862,988)	ビューの平均: 00:01:26 (53.01%)	14,225	全体に対する割合: 0.85% (144,354)	ビューの平均: 39.83% (56.33%)	ビューの平均: 14.40% (25.47%)	全体に対する割合: 64.32% (¥ 601)		
	PCトラフィック	130,683		105,173		00:01:44	9,952	57.40%		13.36%		¥ 576	
	PCトラフィック	130,683	全体に対する割合: 13.04% (1,002,251)	105,173	全体に対する割合: 15.88% (662,988)	ビューの平均: 00:01:26 (21.44%)	9,952	全体に対する割合: 6.69% (144,354)	ビューの平均: 39.85% (44.11%)	ビューの平均: 14.40% (7.23%)	全体に対する割合: 95.77% (¥ 601)		

## 【追記】

※データ4<<[REDACTED]のページの遷移>>でみられるように、カテゴリページから、[REDACTED]表示されている商品ではありません。



「価格順」「新着順」とセレクトできるようになっていますが、デフォルトで表示は何を基準に表示されていますでしょうか？売れている商品がより上部にくるようにシステム変更を行うことは可能でしょうか？

[REDACTED]該商品ページをさらにクリックしたくなる導線配置ができれば、尚、効果的かと思います。

本レポートにより解析改善KPIは上記該当ページの直帰率の低下にあります。

## 【追加レポート】

«デバイス毎による「よくある質問ページ」の閲覧およびページ遷移»

ページ	2ページ目	ページビュー数	ページ訪問回数	平均ページ表示回数	閲覧回数	直帰率	離脱率	ページの直帰
モバイルトラフィック		4,098 全体に対する割合: 0.41% (1,002,251)	2,098 全体に対する割合: 0.44% (62,988)	0.0145 ピューラー平均: 0.0126 (2.00%)	380 全体に対する割合: 0.29% (144,324)	63.14% ピューラーの平均: 38.53% (52,541)	15.81% ピューラーの平均: 14.40% (10,285)	[REDACTED]
PCトラフィック		2,334 全体に対する割合: 0.23% (1,002,251)	1,578 全体に対する割合: 0.24% (62,988)	0.0143 ピューラー平均: 0.0126 (19.03%)	193 全体に対する割合: 0.13% (144,324)	55.99% ピューラーの平均: 59.83% (40,500)	12.90% ピューラーの平均: 14.40% (-10,46%)	[REDACTED]
1. [REDACTED]	モバイルトラフィック PCトラフィック	1 (0.02%) 0 (0.00%)	1 (0.03%) 0 (0.00%)	00:25:00 00:00:00	0 (0.00%) 0 (0.00%)	0.00% 0.00%	0.00% 0.00%	[REDACTED]
2. [REDACTED]	モバイルトラフィック PCトラフィック	2 (0.05%) 1 (0.04%)	2 (0.07%) 1 (0.06%)	00:00:10 00:00:56	0 (0.00%) 0 (0.00%)	0.00% 0.00%	0.00% 0.00%	[REDACTED]
3. [REDACTED]	モバイルトラフィック PCトラフィック	3 (0.07%) 0 (0.00%)	1 (0.03%) 0 (0.00%)	00:08:21 00:00:00	0 (0.00%) 0 (0.00%)	0.00% 0.00%	0.00% 0.00%	[REDACTED]
4. [REDACTED]	モバイルトラフィック PCトラフィック	4 (0.10%) 0 (0.00%)	1 (0.03%) 0 (0.00%)	00:08:40 00:00:00	0 (0.00%) 0 (0.00%)	0.00% 0.00%	0.00% 0.00%	[REDACTED]
5. [REDACTED]	モバイルトラフィック PCトラフィック	2 (0.05%) 0 (0.00%)	1 (0.03%) 0 (0.00%)	00:00:07 00:00:00	0 (0.00%) 0 (0.00%)	0.00% 0.00%	0.00% 0.00%	[REDACTED]
6. [REDACTED]	モバイルトラフィック PCトラフィック	1 (0.02%) 0 (0.00%)	1 (0.03%) 0 (0.00%)	00:00:38 00:00:00	0 (0.00%) 0 (0.00%)	0.00% 0.00%	0.00% 0.00%	[REDACTED]
7. [REDACTED]	モバイルトラフィック	2 (0.05%)	2 (0.07%)	00:02:43	1 (0.27%)	0.00%	0.00%	[REDACTED]

よくある質問ページはPCとモバイルで比較を行うと、モバイルよりもPCのほうがCVへの貢献が高いことがわかります。そこでモバイルもPC同様まで数字をあげていくために、2ページ目としてカテゴリページへの遷移が多くみられますので、質問の下部にカテゴリページへのリンク設定、また、とりわけ2ページ目が商品ページへ遷移している場合はCV率が高くなっていますので、可能がありましたらよくある質問ページ内に商品ページへのリンク設定のご検討をお願いします。