

導入実績
1,000アカウント
突破

Google Analytics

Search Console

PageSpeed Insights

Mobile-Friendly Test

4つの Google ツールをまとめてレポート作成できる

Access Reporter™

特長 その1 — 早い・手間なし

たくさんのファイルをダウンロードしてまわって、グラフを作って線を引いて・・・なんてことは、サヨウナラ。

以下のツールをまとめて一気にレポート完成。数時間の業務が数分に。



Analytics

アクセス実態
を把握

Search Console

成果獲得余地の
示唆を得る



**Mobile-Friendly
Test**

スマートデバイス
における課題を把握



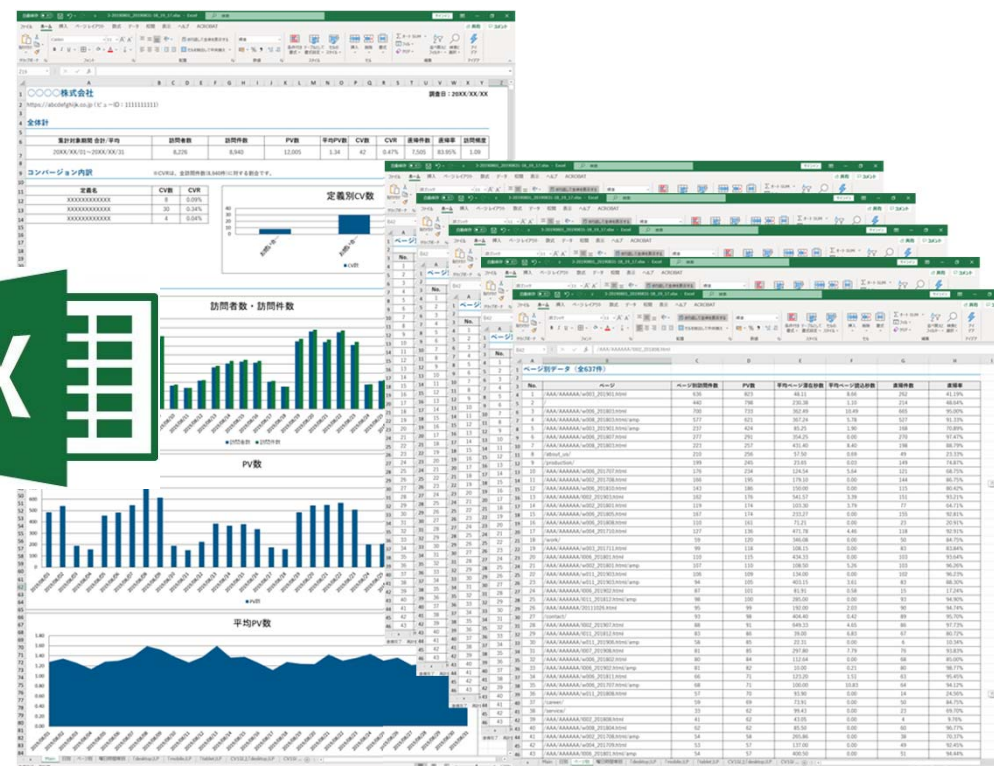
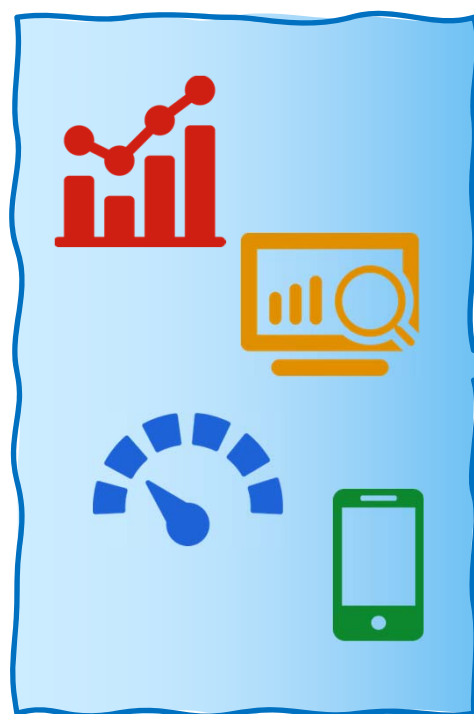
**PageSpeed
Insights**

具体的なWebサイトの
改善点を調査



特長 その2 — わかりやすい

サマリとして視覚的にわかるグラフ群と、
それらのグラフの元データをそれぞれSheetとして整理して作成し、
1つのExcelファイルにまとめて出力できます。



特長 その3 — 簡単

お持ちのGoogleアカウントでAnalyticsと接続。それもぼちぼち押すだけ。
後は、レポート対象期間を入力すれば、レポート完成！

YYYY-MM-DD

2019

▼

YYYY-MM-DD

比較

○ 期間を追加して比較

2019

▼

< 10月

11月

12月 >

日

月

火

水

木

金

土

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30

この内容でレポートを作成する



機能 その1 — 契約開始以前のデータでも集計が可能

契約開始が今日だとしても、ご契約されたビューIDに、データが蓄積されていれば、そのデータを遡って集計が可能です。

機能 その2 — 日次・月次・2期間比較レポート作成可能

集計期間は、日次の場合92日（3ヶ月）分、月次の場合は12ヶ月分を一度にレポートできます。

“前年度、今年度を振り返りたい”というようなご要望にお応えできます。

機能 その3 — 最大4つのコンバージョン定義を一度に

資料請求と問い合わせとメルマガ登録など、複数のコンバージョンを設定されている場合、最大4つまで、個別の集計分析、コンバージョンプロセス分析が可能です。もちろん、コンバージョン定義が設定されていないWebサイトでもご利用になれます。

機能 その4 — 特定ページを起点とした集計も可能

ランディングページを指定して、そこにランディングした訪問のみを対象に集計分析が可能です。特定のプロモーションのランディングページからのレポートを作成などに便利です。

機能 その5 — 集計項目が多岐にわたりつつもシンプル

右表のとおり、アクセス解析における基本的な数値の統計を全て網羅し、難解な結果となる高度な分析は極力割愛しています。

アクセス解析の専門家までには必要ないという企業様において、ちょうどよい分析結果を提供できます。

ユニークユーザー数、セッション数、PV数、平均PV数、直帰数、直帰率、訪問頻度、コンバージョン数等の合計および平均	TOPページおよびアクセスが多いページの PageSpeed Insights 評点および課題点詳細
ユニークユーザー数、セッション数、PV数、平均PV数、コンバージョン数、コンバージョンレートの日別あるいは月別の推移	参照元別のユニークユーザー数、セッション数、PV数、平均PV数、直帰数、直帰率、訪問頻度、コンバージョン数等の合計および平均
ページ別PV数	コンバージョンプロセス分析
新規訪問/再訪問別のユニークユーザー数、セッション数、PV数、平均PV数、直帰数、直帰率、コンバージョン数等の合計および平均	検索キーワード別のユニークユーザー数、セッション数、PV数、平均PV数、直帰数、直帰率、訪問頻度、コンバージョン数等の合計および平均
曜日時間帯別のセッション数、コンバージョン数の分布	順位別キーワード数や、逸失クリック数（Search Console連携時）
デバイス別のユニークユーザー数、セッション数、PV数、平均PV数、直帰数、直帰率、訪問頻度、コンバージョン数等の合計および平均	Google広告ネットワーク別の広告表示回数、クリック数、費用、CTR、CPC、コンバージョン数、CPA等の合計および平均。
デバイス別主要ランディングページデータ	SNS別のユニークユーザー数、セッション数、PV数、平均PV数、直帰数、直帰率、訪問頻度、コンバージョン数等の合計および平均。
TOPページの Mobile-Friendly Test 評価結果	

お申込みの際に —

- お支払いはクレジットカードです。
- Access Reporter™ Webサイトのお申込みフォーム (<https://access-r.jp/order/>) へアクセスし、利用規約をご確認の上フォームからお申込みください。
お申込みフォームへ入力いただく内容として契約者様の情報以外に以下がございます。
 - レポート対象となる、Google Analytics のビューID
 - レポート対象となる、Google Analytics のビューIDに設定されているウェブサイトのURL※詳しくは Access Reporter™ Webサイトの導入準備ページ (<https://access-r.jp/requirement/>) をご覧ください。
- お申込み完了後、入力内容を確認させていただき、通常1～5営業日（当社所定の営業日）以内にアカウントを発行し、ログイン情報をお申し込み時のメールアドレス宛に通知いたします。

料金・ご契約期間 —

9,000円（税別） / 3ヶ月 ※アカウント発行日から3ヶ月

定額制。契約期間中は何回レポートを作成しても金額は変わりません。

※代理店をご希望の企業様には、販売委託契約の締結や、代理店パートナー様向け料金、レポートカスタマイズなどございますので、別途お問い合わせください。

必要環境 —

- Windows OS または macOS PCと、そのPC上で動作している、以下のいずれかのブラウザ。
2019年11月時点の Microsoft Edge / Google Chrome / Mozilla Firefox 各最新版
- インターネットに接続している状態であること。ならびに、契約した Google Analytics ビューIDを操作可能な Googleアカウントで Google Analytics にログインした状態であること。
- 使用されるブラウザが、Cookie および Javascript が有効な設定となっていること。ならびに、シークレットモードでないこと。
- Microsoft Excel 2019 以降（Office 365 Excelなど）。あるいは、拡張子「.xlsx」ファイルを扱うことができるアプリケーション。

推奨環境 —

- 契約した Google Analytics ビューIDを操作可能な Googleアカウントに対して、Google の Search Console 閲覧権限が設定されていること。
(オーガニックキーワード分析において、より詳細なデータを得ることができます。)

お問い合わせ —

ご不明な点などございましたら、下記まで何なりとお問い合わせください。

運営会社	: シトラスジャパン株式会社
	〒101-0054 東京都千代田区神田錦町3-12-10 神田竹尾ビル3F
電話番号	: 03-5577-2855
メールアドレス	: info@access-r.jp



<https://access-r.jp/>

〇〇株式会社 コーポレートサイト 【レポートサンプル】

https://abcdefghijklm.co.jp (ビューID : 1111111111)

調査日 : 20XX/XX/XX

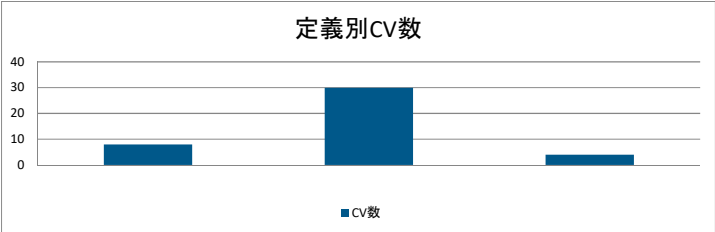
全体計

集計対象期間 合計/平均	訪問者数	訪問件数	PV数	平均PV数	CV数	CVR	直帰件数	直帰率	訪問頻度
20XX/XX/01~20XX/XX/31	8,226	8,940	12,005	1.34	42	0.47%	7,505	83.95%	1.09

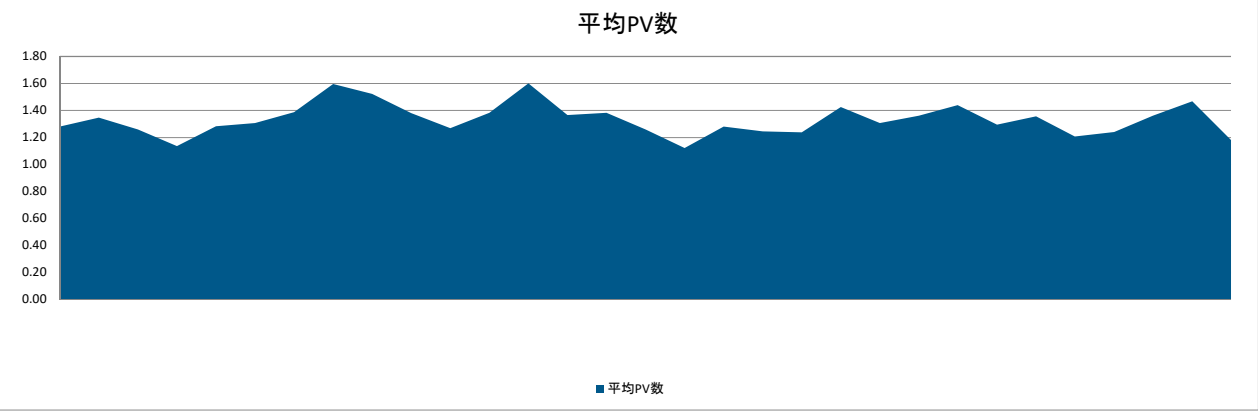
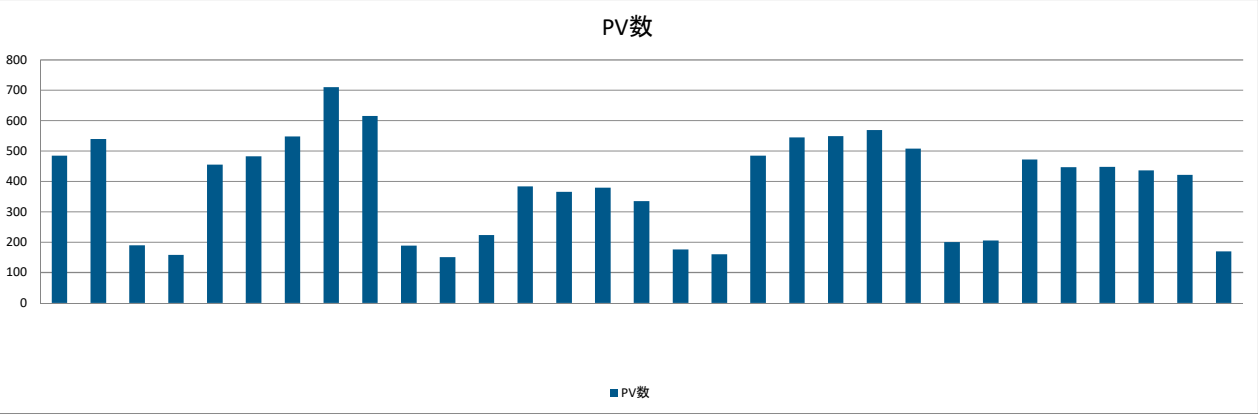
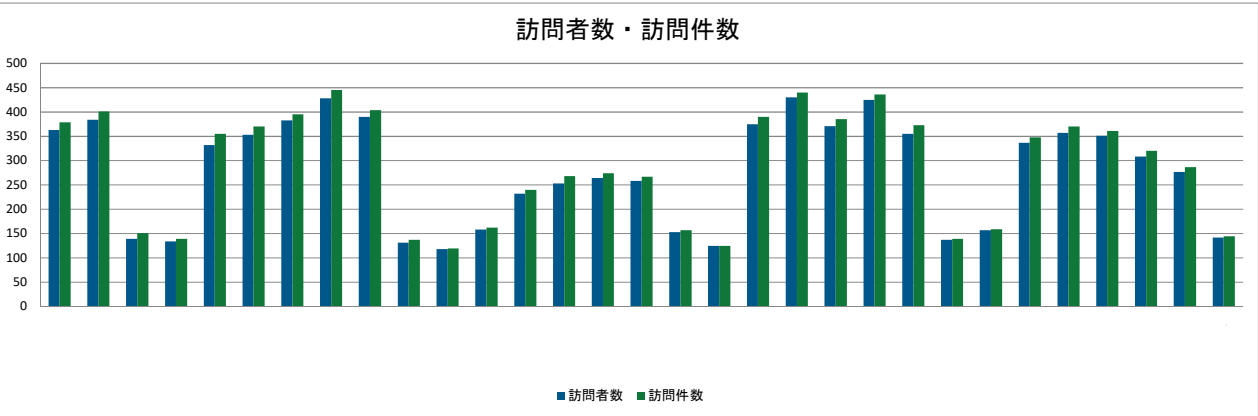
コンバージョン内訳

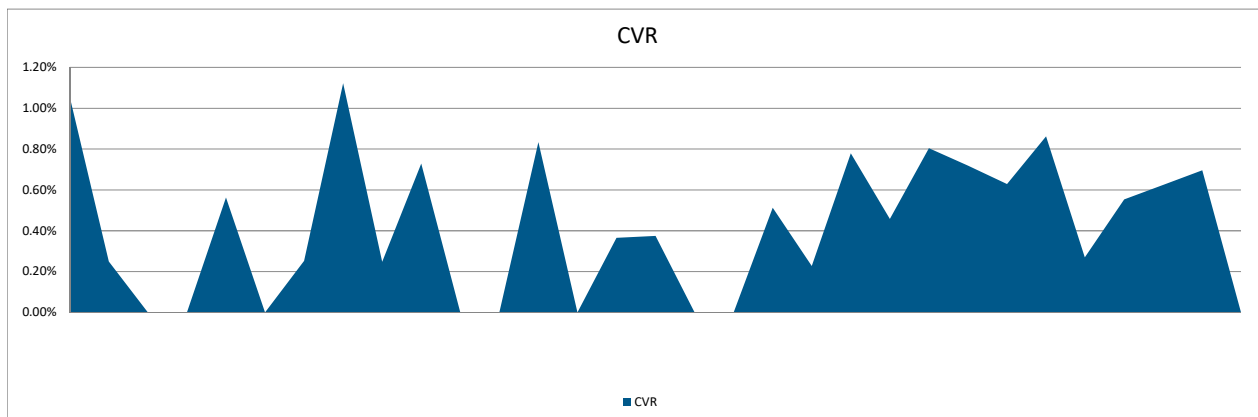
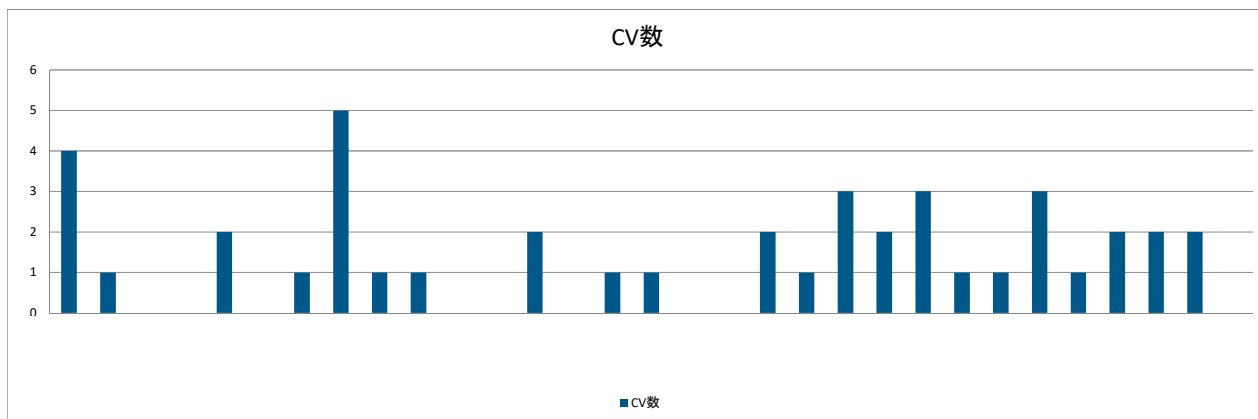
※CVRは、全訪問件数(8,940件)に対する割合です。

定義名	CV数	CVR
コンバージョン1	8	0.09%
コンバージョン2	30	0.34%
コンバージョン3	4	0.04%

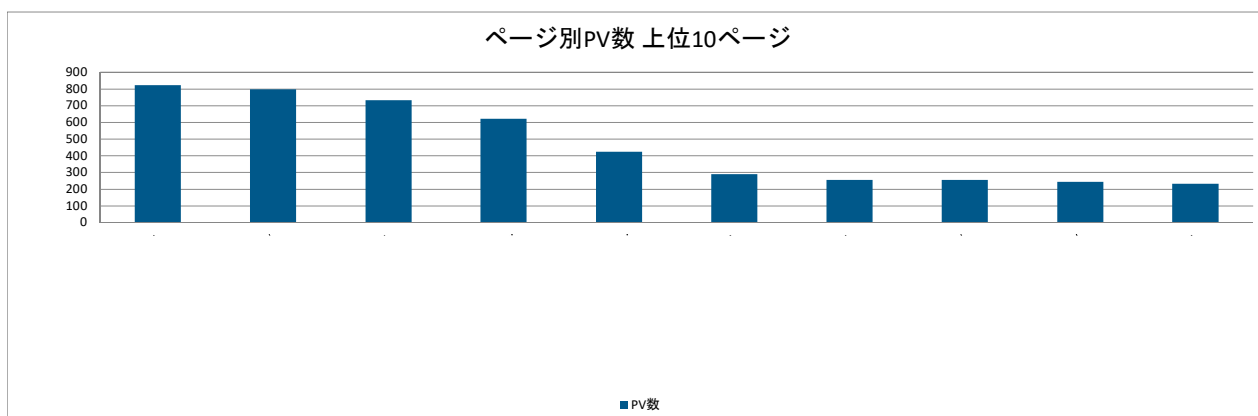


日別推移

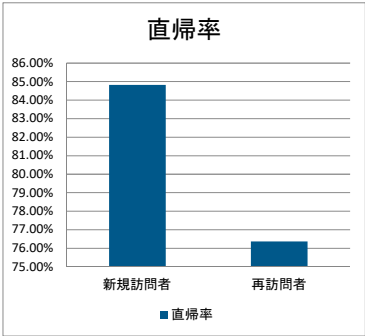
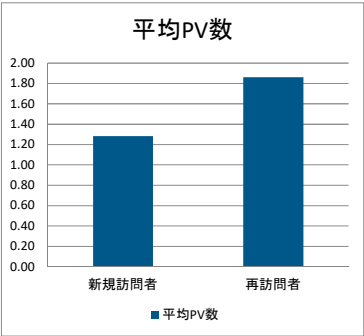
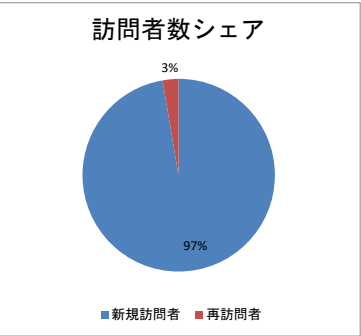




主要ページデータ



新規訪問/再訪問別データ



新規/再訪	訪問者数	訪問件数	PV数	平均PV数	CV数	CVR	直帰件数	直帰率
新規訪問者	8,006	8,009	10,271	1.28	30	0.37%	6,794	84.83%
再訪問者	220	931	1,734	1.86	12	1.29%	711	76.37%

コンバージョン定義名	問い合わせ完了（有効な問い合わせとお問い合わせ完了（営業メール）		CJ会員登録（仮登録完了）
新規訪問者	5	22	3
再訪問者	3	8	1

再訪問者よりも新規訪問者のCVRが高く、比較すると2.62倍を記録しています。

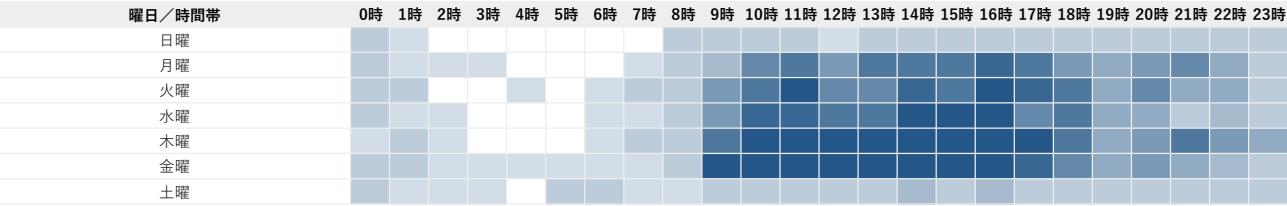
新規訪問者は全体の97.33%であり、新規訪問者の増加が今後のCV数を増やす原動力になる状況は変わりません。

サイトを訪れている方の曜日時間帯などを参考に、同じような属性の訪問者を増加させることができる広告媒体の拡大や、集客面は変更せずにランディングページの改善（A/Bテスト等）を行うことが最善と言えるでしょう。

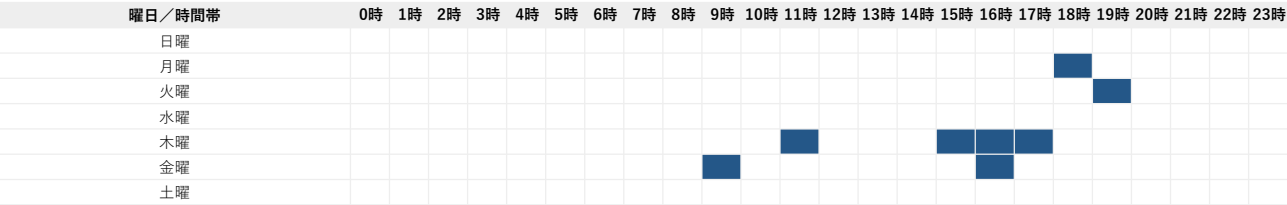
また、再訪問者の期間内の訪問頻度は4.23回と高いので、新規訪問者に再訪問を促す仕組みを検討する余地もあります。

曜日時間帯別データ

曜日／時間帯別 訪問件数分布



曜日／時間帯別 コンバージョン1数分布



統計的に見て、訪問件数が少なく、コンバージョンレートが不安定であると思われます。安定的に成果を得るのであれば、例えば今回の集計期間と同じ日数で考えた場合、187,740程度の訪問件数を得られるよう、プロモーションを強化すべきと考えます。

前提としてターゲットが正しい集客であれば、訪問件数187,740件までは、現状のWebサイトのままでもCVRを比較的維持しつつ成果拡大は可能と考えます。

当該期間の取り組みで、期待できるコンバージョン数は1日あたり「0～2」の範囲内です。範囲外の数値を記録している日についてはそのときどのようなプロモーションをされていたかを振り返ると良いでしょう。また、範囲の下限以下の曜日時間帯については、広告出稿を縮小し、範囲の下限から上限の間にあるコンバージョン数を記録している曜日時間帯に新しい広告媒体出稿を拡大するなど、確実性の高い成果の改善が期待できます。

曜日／時間帯別 コンバージョン2数分布



統計的に見て、訪問件数が少なく、コンバージョンレートが不安定であると思われます。安定的に成果を得るのであれば、例えば今回の集計期間と同じ日数で考えた場合、50,064程度の訪問件数を得られるよう、プロモーションを強化すべきと考えます。

前提としてターゲットが正しい集客であれば、訪問件数50,064件までは、現状のWebサイトのままでもCVRを比較的維持しつつ成果拡大は可能と考えます。

当該期間の取り組みで、期待できるコンバージョン数は1日あたり「0～4」の範囲内です。範囲外の数値を記録している日についてはそのときどのようなプロモーションをされていたかを振り返ると良いでしょう。また、範囲の下限以下の曜日時間帯については、広告出稿を縮小し、範囲の下限から上限の間にあるコンバージョン数を記録している曜日時間帯に新しい広告媒体出稿を拡大するなど、確実性の高い成果の改善が期待できます。

曜日／時間帯別 コンバージョン3数分布

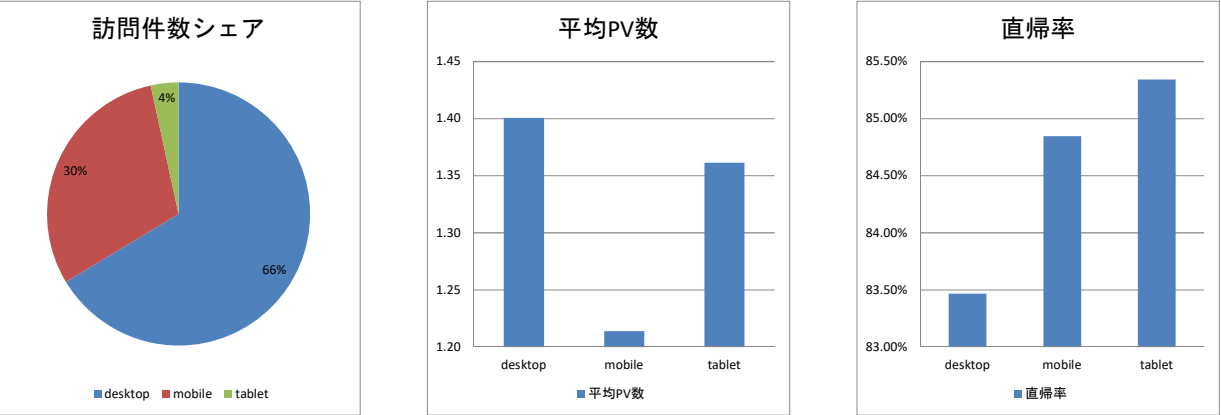
曜日／時間帯	0時	1時	2時	3時	4時	5時	6時	7時	8時	9時	10時	11時	12時	13時	14時	15時	16時	17時	18時	19時	20時	21時	22時	23時
日曜																								
月曜																								
火曜																								
水曜																								
木曜																								
金曜																								
土曜																								

統計的に見て、訪問件数が少なく、コンバージョンレートが不安定であると思われます。安定的に成果を得るのであれば、例えば今回の集計期間と同じ日数で考えた場合、375,480程度の訪問件数を得られるよう、プロモーションを強化すべきと考えます。

前提としてターゲットが正しい集客であれば、訪問件数375,480件までは、現状のWebサイトのままでもCVRを比較的維持しつつ成果拡大は可能と考えます。

当該期間の取り組みで、期待できるコンバージョン数は1日あたり「0～1」の範囲内です。範囲外の数値を記録している日についてはそのときどのようなプロモーションをされていたかを振り返ると良いでしょう。また、範囲の下限以下の曜日時間帯については、広告出稿を縮小し、範囲の下限から上限の間にあるコンバージョン数を記録している曜日時間帯に新しい広告媒体出稿を拡大するなどで、確実性の高い成果の改善が期待できます。

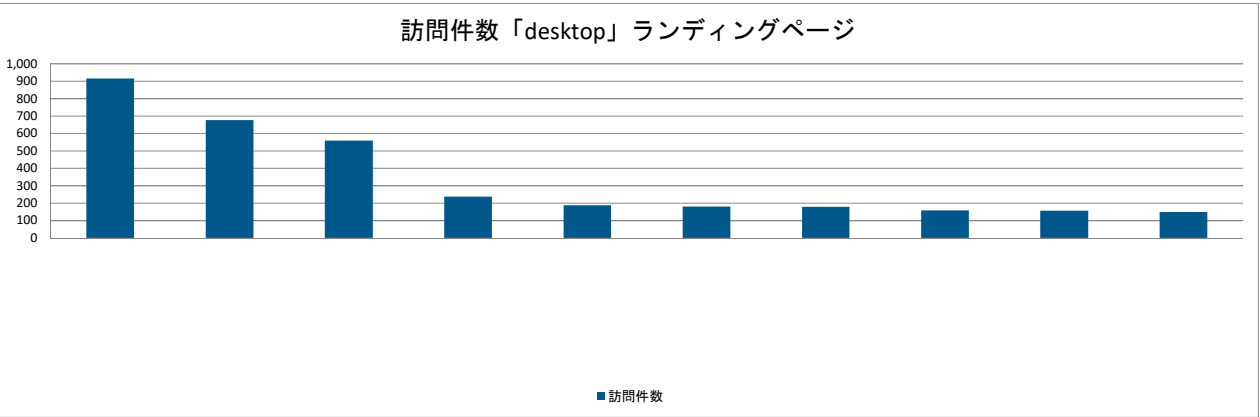
デバイス別データ

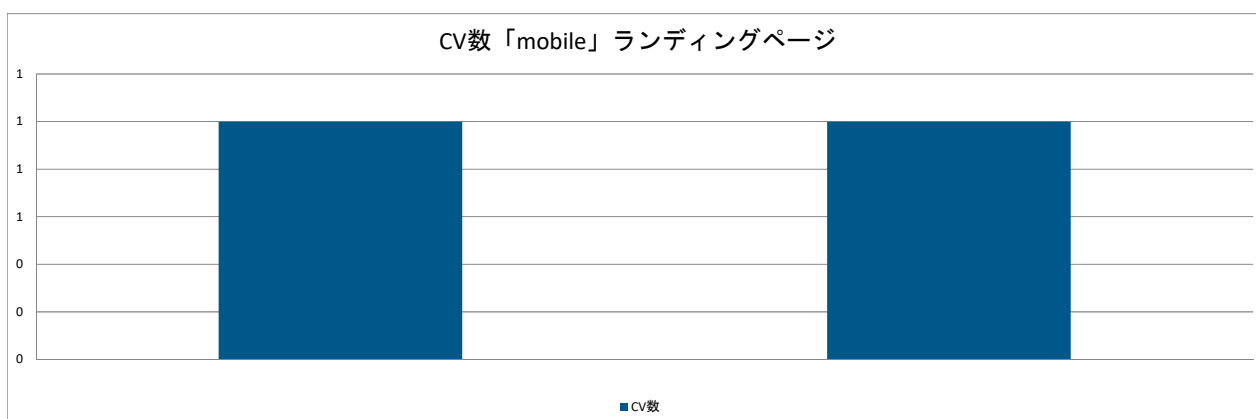
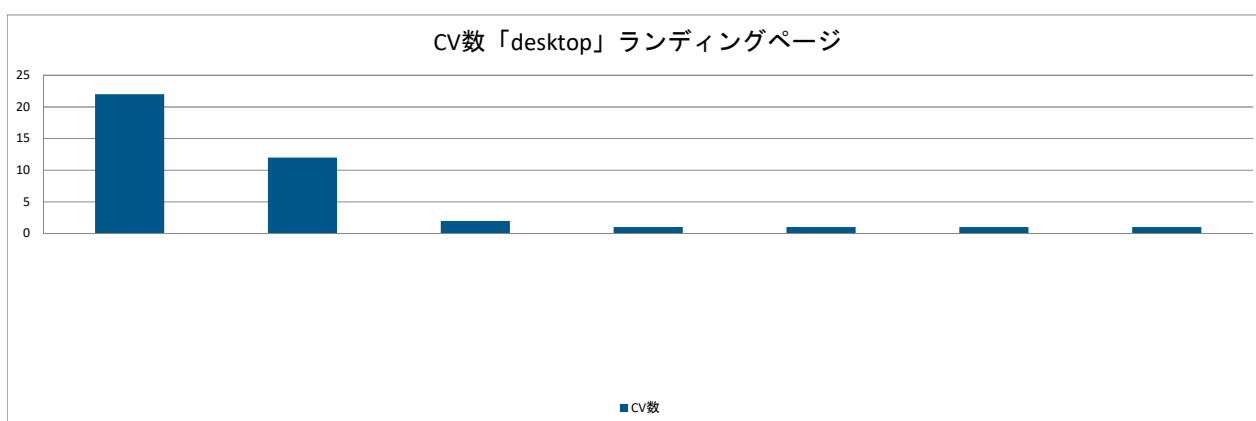
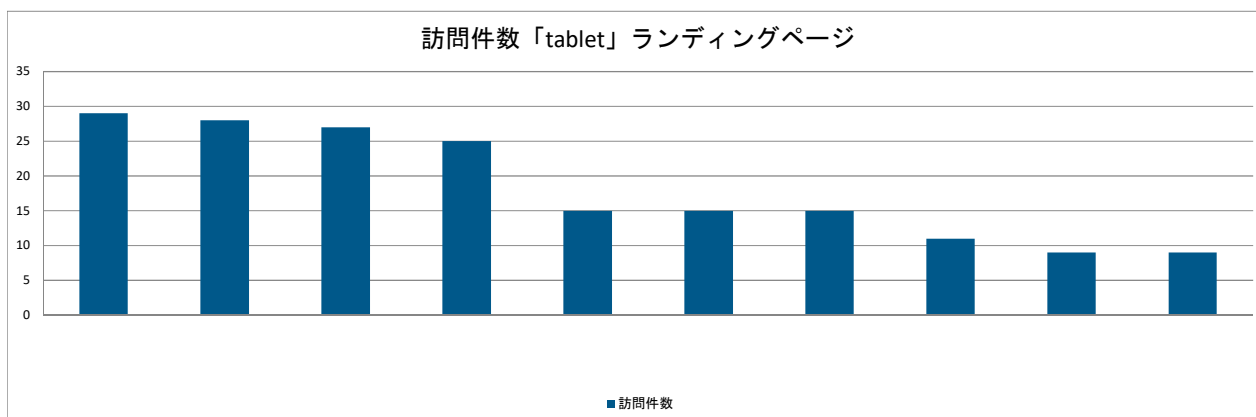
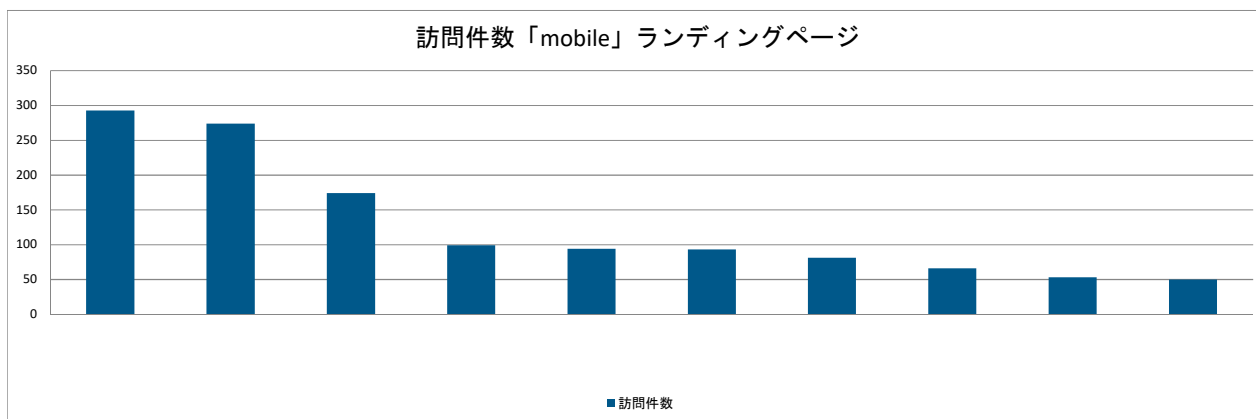


デバイス別	訪問者数			訪問件数	PV数	平均PV数	CV数	CVR	直帰件数	直帰率	滞在時間(秒)	訪問頻度
	計	新規	再訪問									
desktop	5,427	5,261	166	5,934	8,311	1.40	40	0.67%	4,953	83.47%	54.4	1.09
mobile	2,543	2,495	48	2,699	3,276	1.21	2	0.07%	2,290	84.85%	22.0	1.06
tablet	263	254	9	307	418	1.36	0	0.00%	262	85.34%	42.5	1.17

コンバージョン定義名	問い合わせ完了 (有効な問い合わせもお問い合わせ完了 (営業メール))	CJ会員登録 (仮登録完了)
desktop	8	29
mobile	0	1
tablet	0	0

デバイス別主要ページデータ





スマートフォンでのアクセスが多いLPを例とした課題考察

ここにページ
のスクリーン
ショット
が入ります。

※左：Googleによる20XX/XX/XX 00:00:00時点の「/xxx/xxxxx.html/amp」スクリーンショット
Googleモバイルフレンドリーテストの結果として、モバイル端末での訪問件数が最も多いランディングページ
「/xxx/xxxxx.html/amp」は、モバイル端末向けに基本的な問題は見当たりません。
ただし、ページ表示までにかかった読み込みスピードは 平均18.64秒 と離脱を大きく発生させる可能性が高い遅さです。画像の
圧縮やコンテンツ量とHTML構造の見直しなどを検討すべきです。

https://abcdefghijklm.co.jp/ (Desktop PC) 調査日時：20XX/XX/XX 00:00:00

ここにページのスクリーンショット
が入ります。

ページ表示速度	0秒
アクセシビリティ	77 /100
応答速度	62 /100
技術面の最適化	77 /100
SEO	80 /100
PWA	62 /100

https://abcdefghijklm.co.jp/ (Smartphone) 調査日時：20XX/XX/XX 00:00:00

ここにページ
のスクリーン
ショット
が入ります。

ページ表示速度	不明
アクセシビリティ	69 /100
応答速度	28 /100
技術面の最適化	85 /100
SEO	83 /100
PWA	70 /100

https://abcdefghijklm.co.jp/xxx/xxxxx.html (Desktop PC) 調査日時：20XX/XX/XX 00:00:00

ここにページのスクリーンショット
が入ります。

ページ表示速度	0秒
アクセシビリティ	82 /100
応答速度	59 /100
技術面の最適化	77 /100
SEO	91 /100
PWA	38 /100

https://abcdefghijklm.co.jp/xxx/xxxxx.html (Smartphone) 調査日時：20XX/XX/XX 00:00:00

ここにページ
のスクリーン
ショット
が入ります。

ページ表示速度	不明
アクセシビリティ	69 /100
応答速度	5 /100
技術面の最適化	85 /100
SEO	92 /100
PWA	41 /100

コンバージョン経路関連データ

コンバージョンに至った経路上の主要ページ15件

成果が思わしくないランディングページについては、集客媒体の善し悪しもありますが、ランディングページ自体に情報が十分でない可能性も大いにあります。
以下のページには、移動できるようにした方が良いと思われます。

ページ	ページ別訪問件数	PV数	平均PV数	平均ページ滞在秒数	閲覧率
/contact/index.php?seq=confirm	38	40	1.05	10.7	90.48%
/contact/	37	39	1.05	101.7	88.10%
/contact/complete.html?category=aaaa	30	31	1.03	10.3	71.43%
/	25	29	1.16	80.7	59.52%
/contact/complete.html?category=bbbb	8	9	1.13	207.0	19.05%
/about_us/	6	7	1.17	16.0	14.29%
/tech/	4	6	1.50	34.3	9.52%
/tech/index.php?seq=regist	4	4	1.00	23.5	9.52%
/xxx/xxxx.html	2	4	2.00	10.5	4.76%
/xxx/xxxx.html	2	4	2.00	96.0	4.76%
/xxx/xxxxxx.html	1	3	3.00	18.5	2.38%
/xxx/xxxxxxx.html	1	1	1.00	98.0	2.38%
/xxx/xxx.html	1	1	1.00	61.0	2.38%
/product/	1	1	1.00	2.0	2.38%
/tech/detail.html	1	1	1.00	21.0	2.38%

コンバージョンが期待できる訪問件数があるにも関わらず、思わしくない結果にあるランディングページ

広告用のランディングページのように1枚に長大な情報を詰め込む方法でなく、訪問者に能動的に情報を見に行かせるために、上記のコンバージョンに至った方が閲覧したページへの導線を用意した方が良いかもしれません。

参考までに以下、該当するランディングページにおける、コンバージョンに至った経路上にあるページへのアンカーが存在しているかを調査した結果を表に示します。

「×」となっているページへはアンカーがありません（あくまでもHTMLベースですのでJavascript等でアンカーしているものは判定外です）ので、各ランディングページのいずれかに追加することをご検討ください。

縦：リンク先候補横：ランディングページ	/	/aaaa/	/bbbb/	/cccc/	/dddd/
/contact/index.php?seq=confirm	×	×	×	×	×
/contact/	×	×	×	×	×
/contact/complete.html?category=aaaa	×	×	×	×	×
/	×	×	×	×	×
/contact/complete.html?category=bbbb	×	×	×	×	×
/about_us/	×	×	×	×	×
/tech/	×	×	×	×	×
/tech/index.php?seq=regist	×	×	×	×	×
/xxx/xxxx.html	○	○	○	○	○
/xxx/xxxx.html	×	×	×	×	×
/xxx/xxxxxx.html	×	×	×	×	×
/xxx/xxxxxxx.html	×	×	×	×	×
/xxx/xxx.html	×	×	×	×	×
/product/	×	×	×	×	×
/tech/detail.html	×	×	×	×	×

縦：リンク先候補横：ランディングページ	/eeee/	/ffff/	/gggg/	/hhhh/	/iiii/
/contact/index.php?seq=confirm	×	×	×	×	×
/contact/	×	×	×	×	×
/contact/complete.html?category=aaaa	×	×	×	×	×
/	×	×	×	×	×
/contact/complete.html?category=bbbb	×	×	×	×	×
/about_us/	×	×	×	×	×
/tech/	×	×	×	×	×
/tech/index.php?seq=regist	×	×	×	×	×
/xxx/xxxx.html	○	○	○	○	○
/xxx/xxxx.html	×	×	×	×	×
/xxx/xxxxxx.html	×	×	×	×	×
/xxx/xxxxxxx.html	×	×	×	×	×
/xxx/xxx.html	×	×	×	×	×
/product/	×	×	×	×	×
/tech/detail.html	×	×	×	×	×

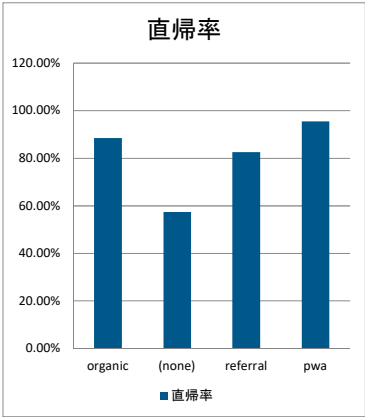
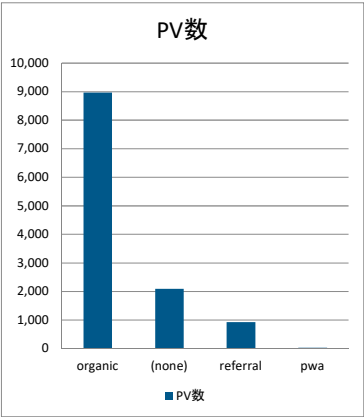
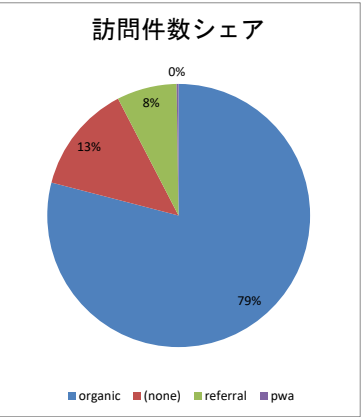
コンバージョンプロセス分析

設定されているコンバージョンプロセスの最初から見た際の各プロセスにおける残存率についてまとめました。急激に落ち込むようであれば、その手前において何かしらの問題があります。

コンバージョンプロセス	訪問件数	読込秒数	残存率
プロセス1：/nnnnnnnn/	11	0.0	100.00%
コンバージョン1 到達：/nnnnnnnn/index.php	4	-	36.36%

各プロセスのページ読込時間にボトルネックはありません。また、各プロセスの離脱率も顕著に高いわけではありせんので、コンバージョンプロセスに入ってからには特に問題は無いと考えられます。

参照元データ

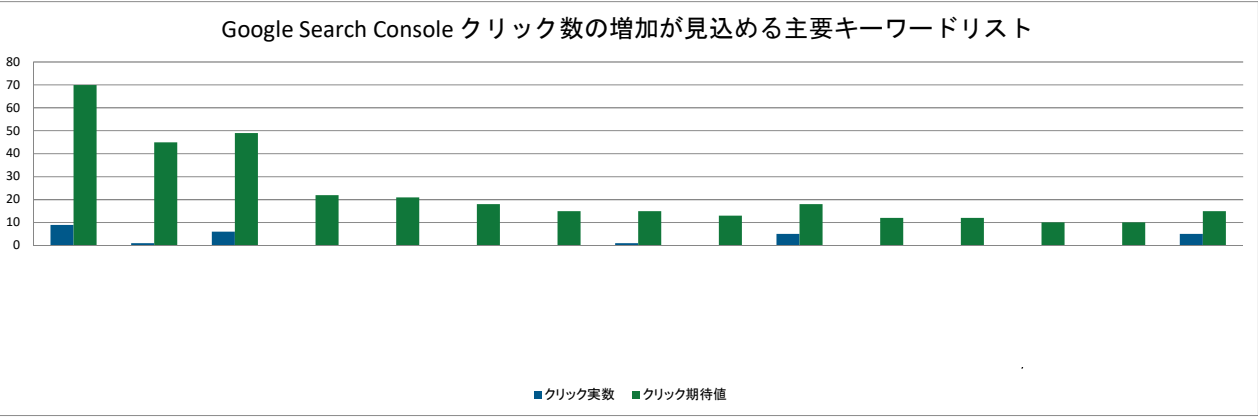
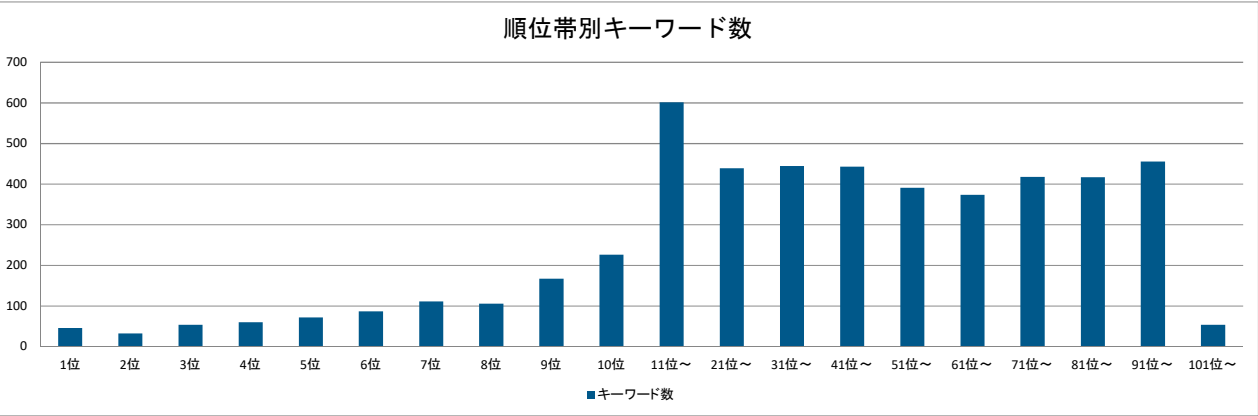


参照元(Medium)	訪問者数	訪問件数	PV数	平均PV数	CV数	CVR	直帰件数	直帰率	訪問頻度
organic	6,624	7,066	8,966	1.27	14	0.20%	6,255	88.52%	1.07
(none)	1,098	1,194	2,093	1.75	18	1.51%	686	57.45%	1.09
referral	552	658	923	1.40	10	1.52%	543	82.52%	1.19
pwa	22	22	23	1.05	0	0.00%	21	95.45%	1.00

訪問件数は「organic」が、CV数は「(none)」が最多でした。CVRは「referral」が最良でしたので、この経路からの訪問を増やす施策が有効です。

Google オーガニック検索結果順位別キーワード

※Google Search Console に記録されているキーワード数を順位別に集計した結果です。11位以降は10ランク単位です。



上グラフのキーワードは、表示されている位置のわりにCTRが低いものです。検索結果に表示される文言が魅力的でない可能性があります。
<TITLE>や<META description>、本文主要箇所等。検索結果に表示されるテキスト部を見直しましょう。

Google Search Consoleによる オーガニック検索キーワード（検索結果表示回数上位）

Google Search Console と Analytics（参照元Mediumが"prganic"であるキーワード）のデータを突合して算出しています。

Analytics（参照元Mediumが"prganic"であるキーワード）上でキーワードが記録されていない（not provideになっている）ものは、訪問件数やCV数を「***」としています。

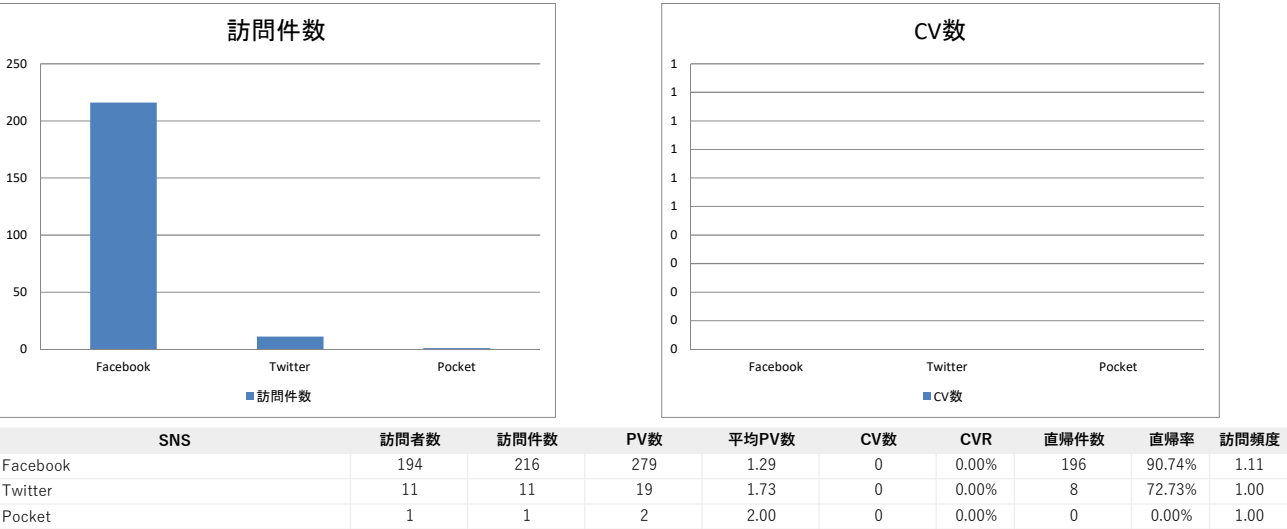
「いいいい(20個)」「ろろろろ(13個)」「ははははは(11個)」「にに(11個)」「ほほほ(10個)」「へへへへ(8個)」と、バリエーションで検索に使われている言葉がありますので、この言葉を軸にした検索にSEOやリスティング広告でカバーするような方法を検討することで効率よく訪問を増やすことができる可能性があります。

Search Console				Analytics								
オーガニック検索キーワード	検索結果表示回数	クリック数	平均掲載順位	訪問者数	訪問件数	PV数	平均PV数	CV数	CVR	直帰件数	直帰率	訪問頻度
xxxxxxx	137	92	1.01	4	4	12	3.00	0	0.00%	1	25.00%	1.00
xxxx xx xx	324	58	3.15	2	2	2	1.00	0	0.00%	2	100.00%	1.00
xxxxxxxxxxxxx	62	47	1.26	6	9	25	2.78	1	11.11%	4	44.44%	1.50
xxx xxxx	51	39	1.04	0	0	0	0.00	0	0.00%	0	0.00%	0.00
xxxxx xxxxx	172	39	1.17	0	0	0	0.00	0	0.00%	0	0.00%	0.00
xxx xxxxx	158	38	3.04	0	0	0	0.00	0	0.00%	0	0.00%	0.00
xxxx xxxxxx	94	35	2.13	0	0	0	0.00	0	0.00%	0	0.00%	0.00
xxxxx xxx	177	34	2.79	2	2	2	1.00	0	0.00%	2	100.00%	1.00
xxx xxxx xxx	239	33	3.00	0	0	0	0.00	0	0.00%	0	0.00%	0.00
xxxx xxxxxxxx	208	33	5.23	1	1	1	1.00	0	0.00%	1	100.00%	1.00
xxxx	1,893	30	8.21	0	0	0	0.00	0	0.00%	0	0.00%	0.00
xx xx	87	27	1.41	1	1	1	1.00	0	0.00%	1	100.00%	1.00
xxxxxxxx xxx xxx	60	26	1.12	0	0	0	0.00	0	0.00%	0	0.00%	0.00
xxxxxxxxxxx xxx	81	26	1.30	1	1	1	1.00	0	0.00%	1	100.00%	1.00
xxxxxxxxxxxxx xxx	145	24	2.17	2	2	3	1.50	0	0.00%	1	50.00%	1.00

コンバージョン定義別（合計CV0件以上）

オーガニック検索キーワード	コンバージョン1	コンバージョン2	コンバージョン3
(not set)	6	21	1
(not provided)	2	8	3
xxxxxxxxxxx	0	1	0

SNS別データ



シート構成の解説

Access Reporter™のレポートは、その結果により変動はありますが、前頁までの概要の基なる、詳細なデータもシートとして付帯したファイルを生成します。
尚、各データは最大で1000件までを出力していますが、Mainに記載の各合計や平均値は、データシートに出力されない部分も含めた全件を対象として計算しています。

Sheet名	記載概要
Main ※前頁までのグラフメインのシート	グラフ・表・コメント等で構成されるレポートのメイン部分です。
日別	日別推移のデータテーブルを出力しています。
ページ別	サイト内のページURLごとに集計したデータテーブルを出力しています。
曜日時間帯別	メインレポートでヒートマップ形式で表示されている曜日時間帯別の訪問およびコンバージョンに関するデータテーブルを出力しています。
「desktop」LP	デバイス「desktop」別のランディングページグラフのデータテーブルを出力しています。
「mobile」LP	デバイス「mobile」別のランディングページグラフのデータテーブルを出力しています。
「tablet」LP	デバイス「tablet」別のランディングページグラフのデータテーブルを出力しています。
CV1以上「desktop」LP	デバイス「desktop」別のCVがあるランディングページグラフのデータテーブルを出力しています。
CV1以上「mobile」LP	デバイス「mobile」別のCVがあるランディングページグラフのデータテーブルを出力しています。
CV1以上「tablet」LP	デバイス「tablet」別のCVがあるランディングページグラフのデータテーブルを出力しています。
PSI_0_desktop	URL「https://abcdefghijklm.co.jp/」をGoogle Page Speed Insights desktop版で分析した結果の評価詳細について出力しています。
PSI_0_mobile	URL「https://abcdefghijklm.co.jp/」をGoogle Page Speed Insights mobile版で分析した結果の評価詳細について出力しています。
PSI_1_desktop	URL「https://abcdefghijklm.co.jp/xxx/xxxxx.html」をGoogle Page Speed Insights desktop版で分析した結果の評価詳細について出力しています。
PSI_1_mobile	URL「https://abcdefghijklm.co.jp/xxx/xxxxx.html」をGoogle Page Speed Insights mobile版で分析した結果の評価詳細について出力しています。
参照元別	メインレポートの参照元データに関して詳細のデータテーブルを出力しています。
順位別オーガニックKW	メインレポートの順位別キーワード数グラフの背景となる具体的なキーワードをカンマ区切り出力しています。尚、31位以降については各20キーワードを出力しています。
改善対象オーガニックKW	メインレポートのGoogle Search Console クリック数の増加が見込める主要キーワードリストグラフのデータテーブルを出力しています。
オーガニックKW	オーガニック検索で来訪があったキーワードのデータテーブルを出力しています。
CV1以上オーガニックKW	オーガニック検索で来訪があったキーワードの内、実際にコンバージョンがあったキーワードのみのコンバージョン数のデータテーブルを出力しています。
SNS別	メインレポートのSNS別データに関するデータテーブルを出力しています。
CV1以上SNS	コンバージョンが発生したSNSに関して、各コンバージョン定義別データテーブルを出力しています。