

# 住宅総合館 エリア比較表

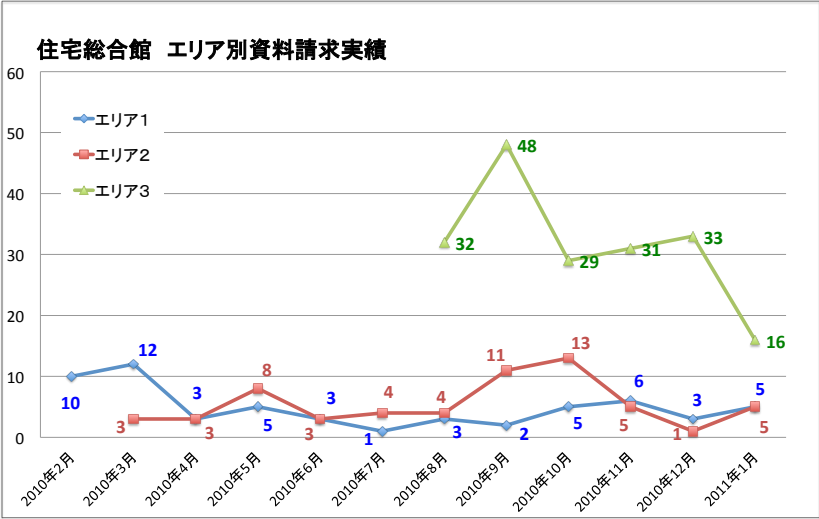
対象期間:2010年2月～2011年1月



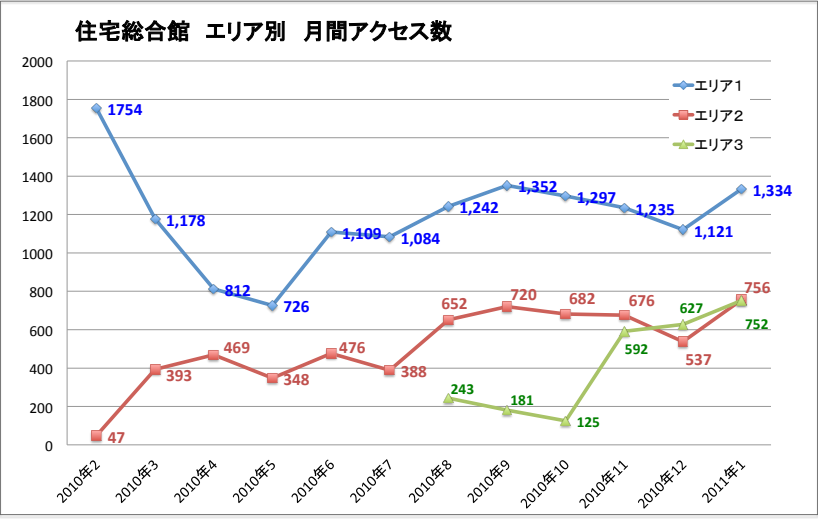
このレポートは、全国の住宅総合館から3エリアの資料請求数実績およびサイトセッション数の年間比較を行ったものです。

■ エリア1 ■ エリア2 ■ エリア3

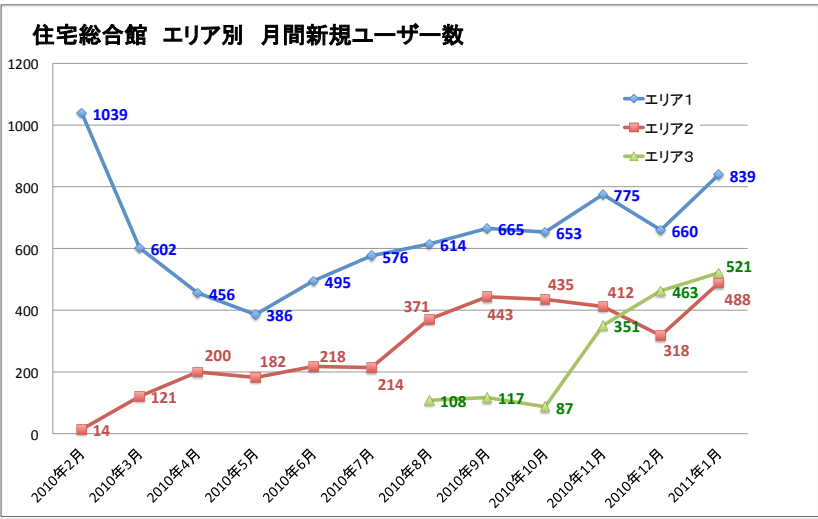
## ①資料請求実績数、月間アクセス数、新規ユーザー数の3エリア比較グラフ



月間の資料請求実績数を3エリアで比較したものです。  
エリア3の資料請求数が突出している背景には、毎月定期的な新聞広告の掲載を行ったこと、  
自社運営の全サイト(住宅以外のサイトも含む)にバナー広告を設置し、プロモーションを図ったことが挙げられます。

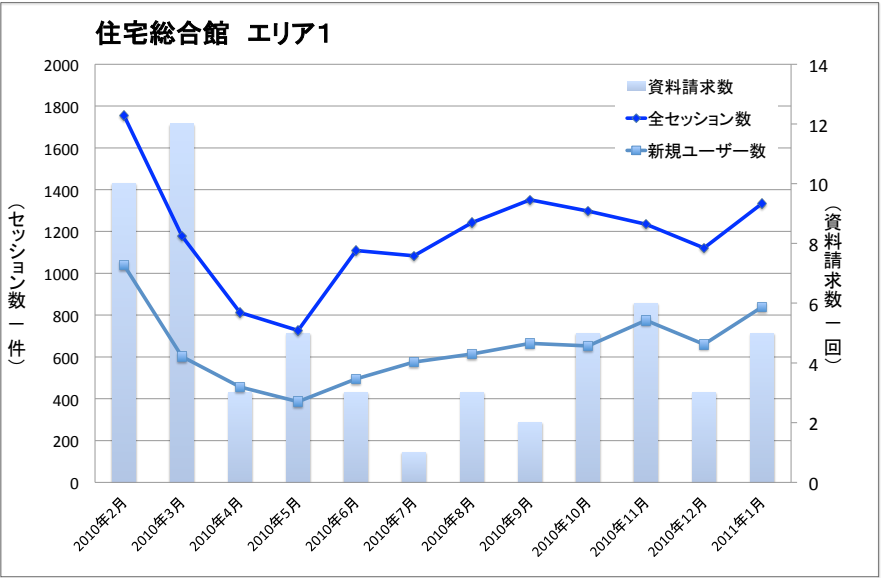


月間のサイトアクセス数をエリア別で比較したデータです。  
2010年2月～3月にかけてエリア1のアクセス数が急落している背景には、  
リサーチのために投下していたリスティング広告費を3月より圧縮したためです。



月間のサイトアクセス数から新規ユーザーのセッションだけを抜粋したデータです。  
全体のサイトアクセス数と比例して推移しており、どのエリアでも全体のセッションの50～60%が  
新規ユーザーからのセッションとなっています。

## ②エリア別の資料請求数・月間アクセス数・新規セッションユーザー数の相関グラフ



上記は各エリア別で、セッション数と資料請求数の相関関係を表しています。  
どのエリアでも資料請求数はリスティング広告や新聞広告を始めとした広告費の投下金額と連動しています。  
ただし、7月～8月、12月はこの限りではなく、従来より物件が動かないと言われる住宅業界全体の閑散期になると住宅総合館の資料請求実績も同様の影響を受けます。

