

■モバイルサイトでの主要なビジネスモデル

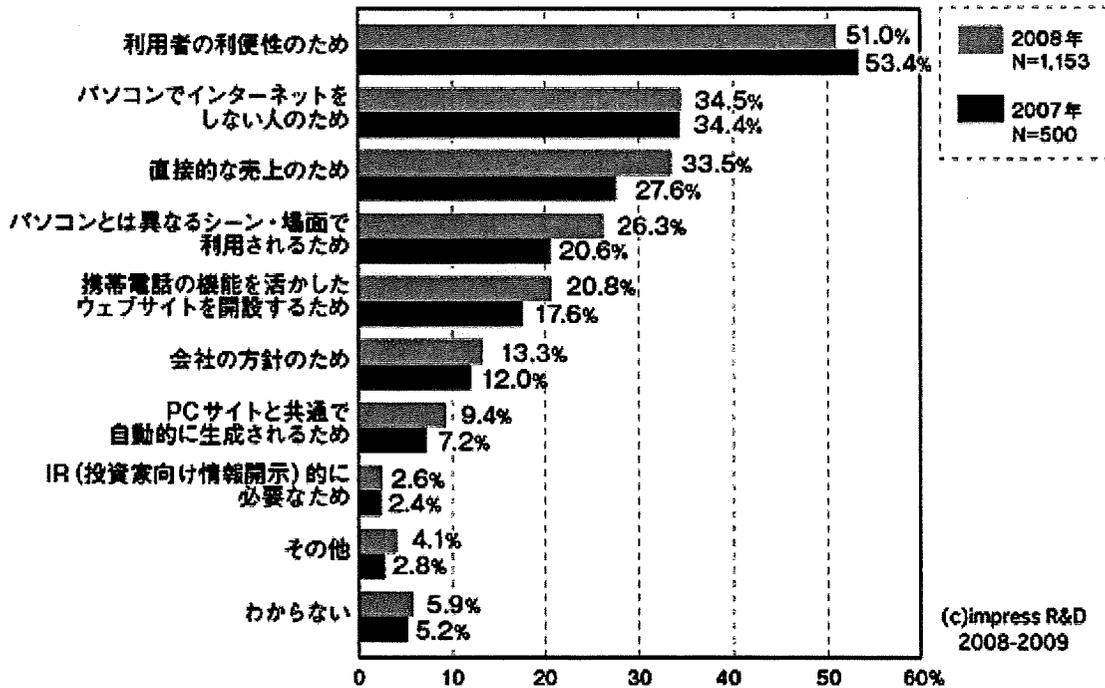
モバイルサイトでのビジネスモデルは大きく 4 つのカテゴリに分けることができる。(※企業制作サイトに限ったカテゴリ。)

1. 【ユーザーが無料で利用する大きなコミュニティサイトで広告収入】(モバゲー・グリー・ミクシィなど)
2. 【販売サイト・ショッピングサイト】(楽天・Yahoo!ショッピングなど)
3. 【月額課金サイト】(マップ情報サイト・音楽配信サイトなど)
4. 【その他】直接的に利益には結びつかないが、名刺代わりのオフィシャルサイト。

■モバイルサイト解説の目的

下記、企業がモバイルサイト開設の目的を示したものである。

モバイルウェブサイト開設の目的（複数回答）[2007年-2008年]



ユーザー無料	ショッピングサイト	月額課金	その他
<ul style="list-style-type: none"> ・利用者の利便性のため 	<ul style="list-style-type: none"> ・直接的な売り上げのため ・PCサイトと共通で自動的に生成されるため 	<ul style="list-style-type: none"> ・携帯電話機能を活かしたサイトを開発するため 	<ul style="list-style-type: none"> ・パソコンでインターネットをしない人のため ・パソコンとは異なるシーン・場面で利用されるため ・会社の方針のため ・IR的に必要 ・その他 ・わからない

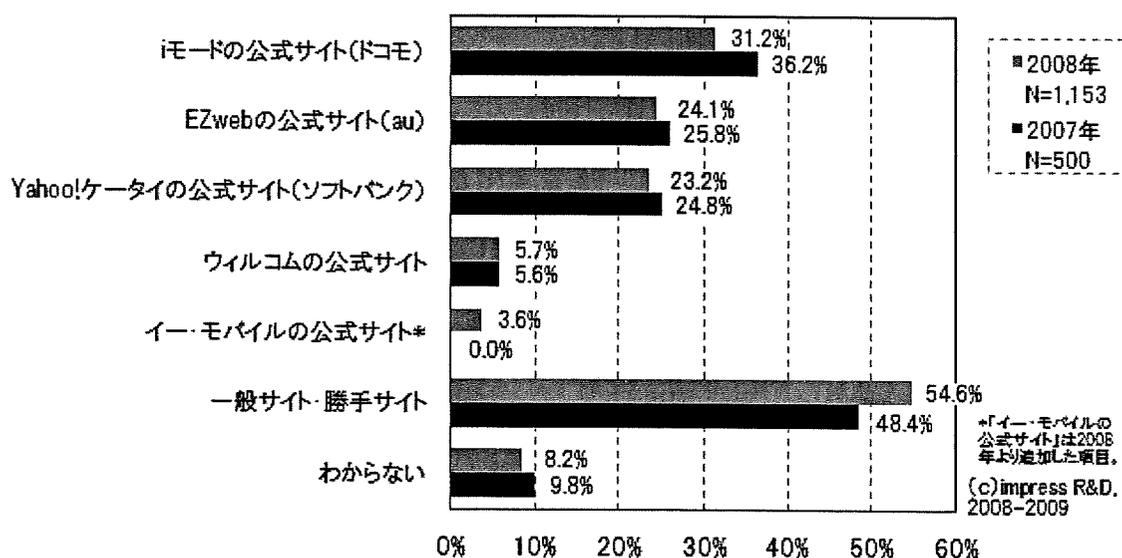
以上のデータより、これらの項目で特に「利用者の利便性のため」という項目が2007年に比べやや低下している。利用者に課金を行わないビジネスモデルには、様々な方法があり、一時期、企業はこぞってこのサービスを展開しようとした。しかし、このサービスには多くの費用が必要となり、一定期間で結果が出なかった場合、ビジネスが成立せず、リスクが大きすぎるという考えにシフトしてきている可能性も考えられる。また、サービスも一巡した感が否めず、新たなサービスを探る時期に来ているのかもしれない。

しかし、「直接的な売り上げ」、「パソコンとは異なるシーン場面で利用される」を開設目的としているサイトは2007年より2008年の方が、どちらも6%近く増加しており、2007年と2008年の開設率だけで、頭打ちと判断するのは早すぎるかもしれない。

■ 一般サイト“勝手サイト”の増加について

現在、公式サイト以外の一般サイト、通称“勝手サイト”と言われているサイトの開設が増加している。各キャリアへの公式サイト登録は審査や費用の面でコストパフォーマンスに適合しないため、一般サイト“勝手サイト”が増加する傾向にある。各キャリアでの公式サイト数が軒並み低下しているのに対し、“勝手サイト”のみ6%以上増加し、全体の過半数を超えている。

モバイルウェブサイトの開設場所(複数回答)[2007年-2008年]

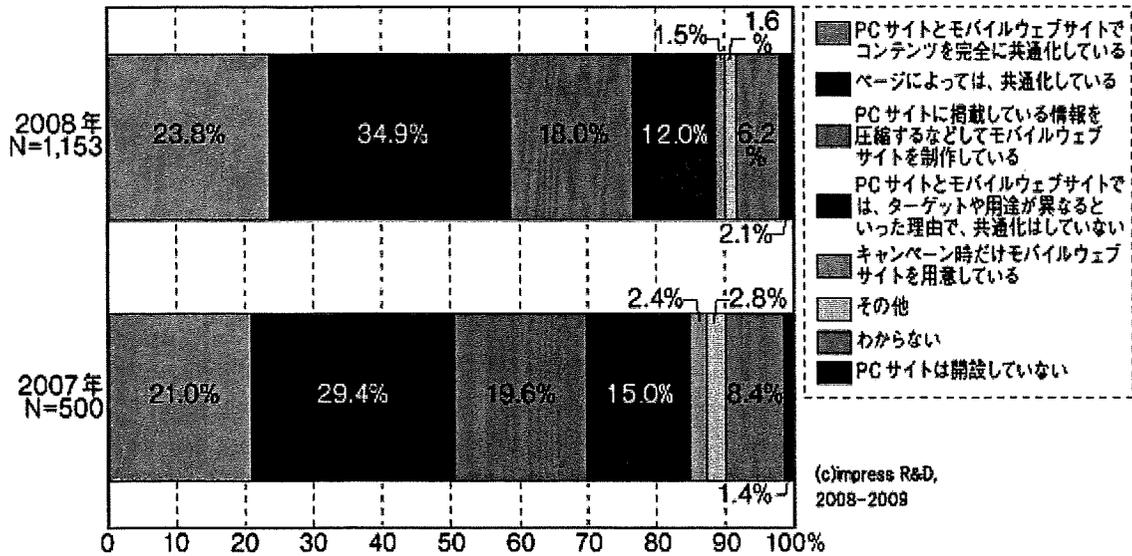


企業が開設するサイトの内容は先にも述べたとおり様々な用途が考えられるが、現状はスピーディーにコストをかけず情報を配信していく傾向が増えていく可能性がある。

■ モバイルサイトとPCサイトの共通化

この図はモバイルサイトとPCサイトの共通化の有無を示したものである。このデータを見ると、モバイルサイトとPCサイトの情報を共通化している割合が、2007年に比べて8%以上も増加し、全体の6割近くに達している。

モバイルウェブサイトとPCサイトとの共通化の有無(複数回答)[2007年-2008年]



予防サイトのアクセス解析

【実施目的】

本研究班では、予防支援ニーズが高いにもかかわらず、アプローチが困難な学外および高卒後の若者（就学者、非就学者、社会人）に対して、彼らの現状に即した効果的な予防サイトを開発し、保健所/地方自治体、地域 NPO、若者ピアおよび若者ボランティアサークル等が実施可能な普及啓発方法の開発を行うことを最終目的とする。2009年度は初年度として、①予防サイト誘導カードの配布方法の最適条件の同定、②予防サイトのアクセス状況の詳細な解析を行い、若者や彼らを取巻く環境に適したサイトおよび普及方法の開発のための基礎情報を得ることを目的とする。

【研究協力機関・協力者】

(1) 保健所関係（地方自治体保健行政）

① 参加自治体数：9 府県

1 岐阜県、2 愛知県、3 三重県、4 京都府、5 大阪府、6 兵庫県、7 鳥取県、8 広島県、9 宮崎県

② 参加施設：20 保健所（保健センター）

岐阜県（岐阜県飛騨保健所）、愛知県（豊田市保健所）、三重県（三重県津保健福祉事務所）（三重県伊勢保健福祉事務所）（三重県健康福祉部健康危機管理室）、京都府（京都府乙訓保健所）（京都府山城北保健所綴喜分室）（京都府山城北保健所）、大阪府（大阪府吹田保健所）（大阪府枚方保健所）（大阪府茨木保健所）、兵庫県（兵庫県健康局健康福祉部 疾病対策室）（兵庫県西宮市保健所 健康増進課）（兵庫県加東健康福祉事務所）、鳥取県（鳥取県西部総合事務所福祉保健局）、広島県（広島県呉市保健所保健総務課）（広島県福山市保健所保健予防課）、宮崎県（宮崎県日向保健所健康づくり課）

(2) ピアサポーター・教育機関他若者が集まる施設関係

① 大学関係者（教員）（：関西地方の4大学、中部地方の1大学）

② ピアサポーター（関西圏の大学生8名）

③ 娯楽施設（クラブ）経営者

【方法】

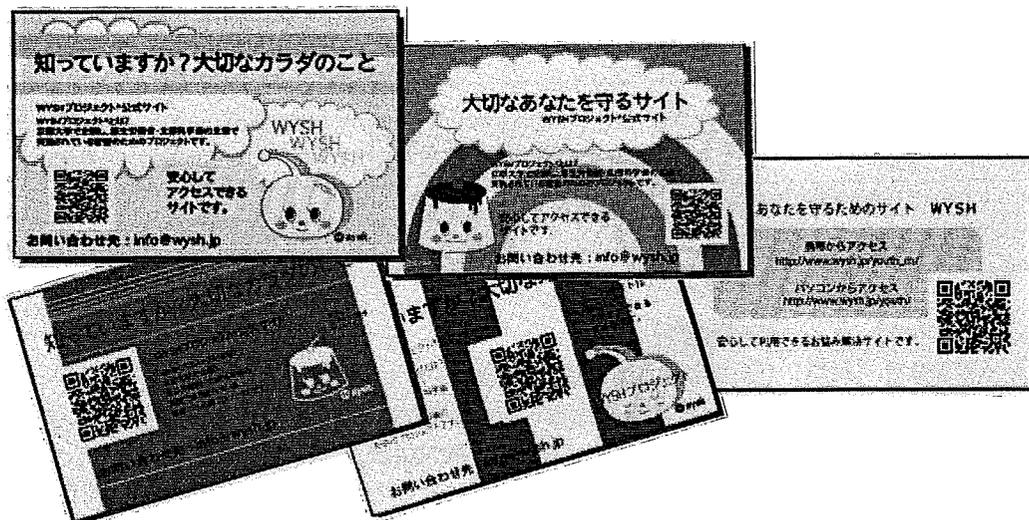
1. 予防サイト誘導カードの最適配布方法の同定

①「個別QRコード法」:

配布条件（配布場所、配布方法、配布者）の違いにより異なる個別QRコードを設定した。QRコードが異なるが、誘導先のサイトは同じサイトに誘導される。QRコード別にアクセス数を測定し、各配布条件により誘導効果（アクセス率）を算出する。

②カードのデザイン:

予防サイト誘導カードのデザインは下図の4種類のカードのうち、関西圏の若者（18歳～24歳）91人に対するアンケート調査の結果、最も人気の高かった左上部のパステルカラーのカードを用いた。アンケートの結果は、91人中、「一番好きなカードを一つ選んでください」という質問に対する回答より、左上部のカード（45.1%）、左下部のカード（8.8%）、右上部のカード（26.4%）、右下部のカード（19.8%）であった。



③配布場所

(1) 保健行政関係

- ①保健所内
- ②成人式等のイベント会場
- ③管内の大学・短大・専門学校
- ④管内の高等学校
- ⑤管内の繁華街

方法: 2009年7月23-24日京都にて、保健行政関係者向けの青少年エイズ対策の研修会を実施し、効果的な青少年エイズ予防対策について、世界/日本のエイズ流行状況、最新治療方法、受検者に配慮した検査/相談のありかた、社会疫学的予防対策開発についての講義、ロールプレイ、討議を行った。その後、研修会に参加した保健所には、11月に予防サイト誘導カードが①保健所内用: 各200部、②成人式等のイベント会場用: 各300部（希望により増加）、③管内の大学・短大・専門学校用: 200部、④管内の高等学校: 200部、⑤管内の繁華街用: 各100部を送付し、1月に配布状況に対する質問紙調査を実施した。

質問紙調査による実際の配布状況

NO	施設名 (協力者名)	成人式イベント用	保健所内使用	大学・短大・専門学校用	繁華街配布用	高校用
1	呉市保健所	300	200	200	100	200
2	大阪府吹田保健所	79	20	10	0	10
3	豊田市保健所	0	75	56	0	218
4	京都府乙訓保健所	300	50	200	0	0
5	岐阜県飛騨保健所	300	0	200	100	200
6	日向保健所	0	17	0	0	0
7	大阪府枚方保健所	0	40	0	0	0
8	京都府山城北保健所経喜分室	0	2	0	0	0
9	姫路市保健所	2487	20	7	0	23
10	鳥取県西部総合事務所福祉保健局	350	12/22配付開始	200	100	200
11	三重県津保健福祉事務所	300	200	200	0	200
12	堺市ちぬが丘保健センター	500	20	0	0	75
13	西宮市保健所	0	200	200	100	200
14	加東健康福祉事務所	550	0	200	0	0
15	三重県伊勢保健福祉事務所	0	200	200	0	0
16	福山市保健所	106	0	0	0	0
17	山城北保健所	0	150	200	0	0
18	大阪府茨木保健所	200	200	200	200	200
19	三重県健康福祉部健康危機管理室	×	×	×		×
20	兵庫県健康局健康福祉部 疾病対策室	×	×	×	×	×
	合計	5472	1394	2073	600	1526

(2) ピアサポーター・教育機関関係

①大学関係者 (教員) (関西地方の4大学、中部地方の1大学)

大学教員5名に本研究の内容意義を説明し協力を依頼、800部のカードを送付し、そのうち合計289部が実際に学生に配布された。実際の配布方法は、(1)研究室に出入りしている3・4年生に配布、(2)出欠カード配布時に一緒に配布 (特に説明なし)、(3)1年生の講義の出席アンケート記入時に個々の机の上に置いて回り「性感染症を含めた健康のことについて書いてあるサイトです。よかったら見てください」と説明の3種類の配布方法であった。

②ピアサポーター (関西地方の大学生8名)

2009年9月に京都にて、若者のエイズ流行状況および性行動についてワークショップ形式の勉強会を実施し、エイズ予防ボランティアを募集した。その結果、10名の登録があった。登録者に協力を依頼し、スノーボール的手法により最終的に8名の若者から協力が得られた。実際の配布方法は、(1)顔見知りの友人に手渡し、(2)後輩・バイト先の知人に危険性を一言伝えて手渡し、(3)サークルでみんなが集まっている時に、「流行っているらしいよ」と一言添えて配布、(4)頼まれたからと言って友だちに配布、(5)「予防活動を手伝っている」と言って、サイトの内容の一部を紹介して配布、(6)何気ない仲間との会話の中で、「そう言えば・・・」というタイミングで話題を作り、HIV/STDの流行の話へ進め、カード配布。(7)アフリカ訪問の経験、エイズの講義概要を友だちに説明し配布。全員の配布枚数は合計162部。

③ 娯楽施設 (クラブ) 経営者

関西地方、某市で最も大きなクラブ経営者に協力を依頼。クラブの棚に並べるだけでは、クライアントがカードをなかなか手に取ってくれないという懸念があったため、クライアントの帰宅時に通常配布している「今月・来月のイベント案内」と一緒に予防サイト誘導カードを配布するという方法をとった。配布枚数は合計500部であった。

【 アクセス解析 】

サイト名：大切なあなたを守るためのサイト | WYSHウィッシュ/WYSH PROJECT

URL：【モバイル】 http://www.wysh.jp/youth_m/

アクセス解析には HiCnt/futomi's CGI Cafe 高機能アクセス解析 CGI Standard 版 Ver 4.0.2 を用いた。

【 モバイルサイト全体のアクセス解析 】

(アクセス解析開始日 2007年9月～)

- ① 総アクセス数：9,386 (ページ)
* (ここではTOP ページでのカウント数を示す)
- ② ページビュー：70,842 (ページ)
* (ここではTOP ページから各コンテンツページへ流れていった数を示す)
- ③ 平均ページビュー：7.54 (ページ)
*ここでは平均閲覧ページ数を示す
- ④ 直帰率：13.24%
*ここではTOP ページ以外のページを見なかった割合を示す
- ⑤ 平均サイト滞在時間 (モバイルサイトでは現時点では集計不可)

全体として、今回のモバイルサイトの結果を我々が開発した予防サイトのPCサイトのアクセス状況と比較すると、PCサイトの場合の平均ページビューは4.32ページであるのに対し、今回のモバイルサイトの7.54ページは、PCサイトに比べ、ページ閲覧数が多いと考えられる。また、直帰率もPCサイトでは47.18%と約半数であるのに対し、モバイルサイトでは13.24%とサイトに入った後の滞在利用状況が好成績であることが示された。

次に、全体のページ別のアクセスランキングを示す。

▼ページ別アクセスランキング

上位表示ページ	ページビュー
1. TOPページ	9,386
2. これって性病？	2,802
3. これって性病？女の子	2,378
4. 衝撃の真実！	2,124
5. コンドーム	2,118
6. 完全な避妊法ってある？	2,116
7. コンドーム 正しい使い方は？	2,010
8. これって性病？クラミジア	1,926
9. 妊娠したかも！？	1,860
10. コンドーム 100均や安いのは危ない？	1,378

▼男女別アクセス数

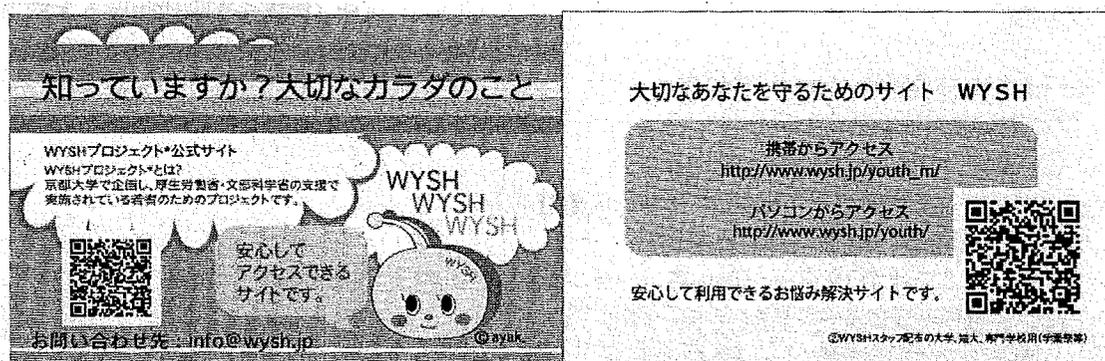
これって性病？女の子	2,378 (65.03%)
これって性病？男の子	1,279 (34.97%)

【これって性病？女の子】と【これって性病？男の子】アクセス数を比較すると、女子が多い。この数字だけで男女の割合を推定することは出来ないが、予防サイトからの問い合わせのほとんどが女子からであることなどからも、利用者に女子の比率が高い可能性があることが示された。

【個別QRコードアクセス解析】

(解析対象期間 2009年11月15日～2010年2月15日)

使用した予防サイト誘導カード



上記のカードでQRコードのパターンだけ違う種類を8パターン用意し、それぞれの配布場所で配布し個別にアクセス解析した。

【配布場所パターン】

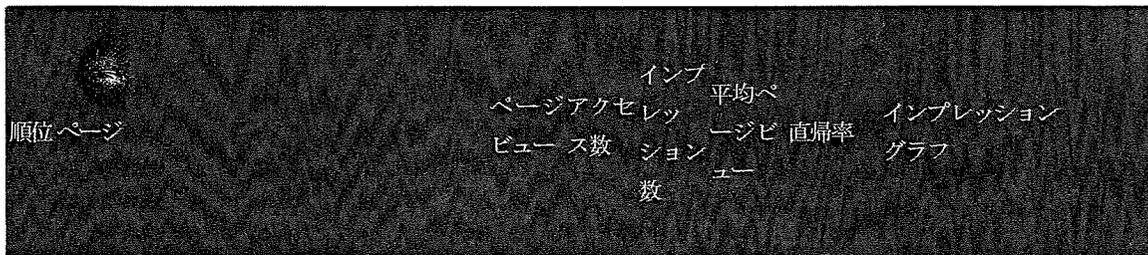
- (1) 大学生のピアサポーターによる配布：大学内、サークル活動、バイト先等用
- (2) 大学関係者（教員）による配布：大学の講義等、学内の配布用
- (3) WYSHスタッフ配布のクラブ用
- (4) 保健所職員配布成人式等イベント用
- (5) 保健所内使用
- (6) 保健所職員配布の大学・短大・専門学校用
- (7) 保健所職員配布の繁華街用
- (8) 保健所職員配布の高商用

以上8パターンのQRコードは個別であるが、アクセス先のサイトは同一のものを使用する。今期の全体のアクセス状況を示す。

- ① 総アクセス数：818（ページ）
*（ここではTOPページでのカウント数を示す）
- ② ページビュー：7,179（ページ）
*（ここではTOPページから各コンテンツページへ流れていった数を示す）
- ③ 平均ページビュー：8.77（ページ）
*ここでは平均閲覧ページ数を示す
- ④ 直帰率：11.39%
*ここではTOPページ以外のページを見なかった割合を示す

今回の期間中と、全体の期間のアクセス状況の比較を行うと、ページビュー7.54から8.77に増加し、直帰率は13.24%から11.39%に減少と今回の期間中の方がそれぞれの成績がよくなっていることが示された。

【個別 QR コード別成績】



順位	ページ	インプレッション	ページアクセス数	ユーザー数	インプレッション数	平均ページビュー	ページビュースコア	直帰率	インプレッショングラフ
(1) 大学生のピアサポーターによる配布：									
1	大学内、サークル活動、バイト先等用 http://www.wysh.jp/acc/002.html	2015	244	68	8.25	12.10		(27.2%)	
(8) 保健所職員配布の高校用									
2	http://www.wysh.jp/acc/009.html	1727	182	59	9.48	10.53		(23.6%)	
(5) 保健所内使用									
3	http://www.wysh.jp/acc/006.html	1055	106	36	9.95	10.04		(14.4%)	
(7) 保健所職員配布の繁華街用									
4	http://www.wysh.jp/acc/008.html	753	91	27	8.27	12.08		(10.8%)	
(4) 保健所職員配布成人式等イベント用									
5	http://www.wysh.jp/acc/005.html	692	75	24	9.22	10.83		(9.6%)	
(2) 大学関係者（教員）による配布：大学の講義等、学内の配布用									
6	http://www.wysh.jp/acc/003.html	396	56	16	7.07	14.14		(6.4%)	
(6) 保健所職員配布の大学・短大・専門学校用									
6	http://www.wysh.jp/acc/007.html	426	50	16	8.52	11.73		(6.4%)	
(3) WYSHスタッフ配布のクラブ用									
8	http://www.wysh.jp/acc/004.html	83	7	4	11.85	8.43		(1.2%)	

■サイト誘導率

下記の配布場所および配布方法別のサイト誘導率を算出した。各配布パターンの実際の配布数を分母に実際のアクセス数を分子として、インプレッション数/配布数を「サイト誘導率」とした。

*「インプレッション数」とは、同じケータイからのアクセスは何度繰り返されても1回としてカウントするため、実人数の指標として使用した。したがって、本研究では「アクセス数」には「インプレッション数」を使用した。

誘導率の高い順に表示

- (1) 大学生のピアサポーターによる配布：大学内、サークル活動、バイト先等用
42.0%： $68/162 \times 100 = 42.0\%$
- (2) 大学関係者（教員）による配布：大学の講義等、学内の配布用
5.5%： $16/289 \times 100 = 5.5\%$
- (7) 保健所職員配布の繁華街用
4.5%： $27/600 \times 100 = 4.5\%$
- (8) 保健所職員配布の高校用
3.9%： $59/1,526 \times 100 = 3.9\%$
- (5) 保健所内使用
2.6%： $36/1,394 \times 100 = 2.6\%$
- (6) 保健所職員配布の大学・短大・専門学校用
0.8%： $16/2073 \times 100 = 0.8\%$
- (3) WYSHスタッフ配布のクラブ用
0.6%： $3/500 \times 100 = 0.6\%$
- (4) 保健所職員配布成人式等イベント用
0.4%： $24/5472 \times 100 = 0.4\%$

以上の結果より、各8パターンの配布方法のうちピアサポーターによる配布が他に比べ、サイト誘導率が圧倒的に高いことが示された。今年度の結果からは、ピアサポーターによる配布のうち、①ピアによる配布、②顔見知りの信頼感、③一言説明の追加、④友だちネットワークの使用のどの条件が効果的であったのかは判断できないため、次年度以降、詳しく検討していく予定である。一方、保健所における配布のうち、特に成人式等イベントにおける配布は、ほとんど効果がないことが示されたため、他の場所における配布も含め、限られた自治体の予算の有効な活用のためにも、今後の啓発活動方法の改善の必要性が明らかとなった。

■配布場所（方法）別のページビュー数のランキング（上位5位まで）

全体として総数から割り出したページビューランキングと大きな差異はないが、各配布場所ごとに、ページビューのランキングの特徴がわずかながら存在する。

▼ (1) 大学生のピアサポーターによる配布：大学内、サークル活動、バイト先等用 上位表示ページ ページビュー

1. TOPページ	247
2. これって性病？	70
3. これって性病？女の子	61
4. 衝撃の真実！	57
5. コンドーム	52

▼ (8) 保健所職員配布の高校用 上位表示ページ ページビュー

1. TOPページ	185
2. これって性病？	52
3. これって性病？女の子	44
4. 衝撃の真実！	43
5. 完全な避妊法ってある？	40

▼ (5) 保健所内使用 上位表示ページ ページビュー

1. TOPページ	107
2. これって性病？	39
3. これって性病？女の子	27
4. 完全な避妊法ってある？	24
5. コンドーム	23

▼ (7) 保健所職員配布の繁華街用 上位表示ページ ページビュー

1. TOPページ	91
2. これって性病？	27
3. コンドーム	25
4. これって性病？女の子	23
5. コンドーム 正しい使い方は？	20

▼ (4) 保健所職員配布成人式等イベント用	
上位表示ページ	ページビュー
1. TOPページ	75
2. これって性病？	22
3. これって性病？女の子	19
4. 衝撃の真実！	16
5. コンドーム	16
▼ (3) 大学関係者（教員）による配布：大学の講義等、学内の配布用	
上位表示ページ	ページビュー
1. TOPページ	62
2. これって性病？	18
3. 完全な避妊法ってある？	14
4. 妊娠したかも！？	13
5. コンドーム 正しい使い方は？	12
▼ (6) 保健所職員配布の大学・短大・専門学校用	
上位表示ページ	ページビュー
1. TOPページ	55
2. これって性病？	14
3. 衝撃の真実！	13
4. コンドーム 正しい使い方は？	12
5. コンドーム	11
▼ (3) WYSHスタッフ配布のクラブ用	
上位表示ページ	ページビュー
1. TOPページ	10
2. これって性病？	4
3. これって性病？クラミジア	3
4. 衝撃の真実！	2
5. コンドーム 100均や安いのは危ない？	2

■各パターン別のページビューランキングの特徴

順位	ページ	ランキング傾向
1	(1) 大学生のピアサポーターによる配布: 大学内、サークル活動、バイト先等用 http://www.wysh.jp/acc/002.html	【性病】に興味を持つランキング傾向
2	(8) 保健所職員配布の高校用 http://www.wysh.jp/acc/009.html	【性病】【避妊法】に関する興味を持つランキング傾向
3	(5) 保健所内使用 http://www.wysh.jp/acc/006.html	【性病】【避妊法】に関する興味を持つランキング傾向
4	(7) 保健所職員配布の繁華街用 http://www.wysh.jp/acc/008.html	【性病】【コンドーム】に関する興味が高いランキング傾向
5	(4) 保健所職員配布成人式等イベント用 http://www.wysh.jp/acc/005.html	【性病】に興味を持つランキング傾向
6	(2) 大学関係者(教員)による配布: 大学の講義等、学内の配布用 http://www.wysh.jp/acc/003.html	【性病】【避妊法】に関する興味が高いランキング傾向
6	(6) 保健所職員配布の 大学・短大・専門学校用 http://www.wysh.jp/acc/007.html	【性病】【コンドーム】に関する興味が高いランキング傾向
8	(3) WYSHスタッフ配布のクラブ用 http://www.wysh.jp/acc/004.html	【性病】【コンドーム】の詳細に関する興味が高いランキング傾向

■今期のWYSHモバイルサイト全体の特徴

【月別アクセス数レポート】

「世界エイズデー」のある12月のアクセス数が最多であった。

月	ページビューアクセス数	インプレッション数	インプレッション グラフ
2009年11月	1488	143	55 (21.2%)
2009年12月	2725	354	95 (37.2%)
2010年01月	2332	248	84 (32.8%)
2010年02月	634	73	16 (6%)

【時間別アクセス数レポート】

時間帯では午後、特に昼食後の13時、14時がピークにはなるが、全体的にばらついた時間帯でのアクセスが見られる。特に深夜、早朝といった時間帯にも数は少ないがアクセスがある。

時間	ページビューアクセス数	インプレッション数	インプレッション グラフ
00時	114	14	4 (1.6%)
01時	0	0	0 (0%)
02時	55	5	2 (0.8%)
03時	0	0	0 (0%)
04時	0	0	0 (0%)
05時	33	3	1 (0.4%)
06時	0	0	0 (0%)
07時	0	0	0 (0%)
08時	91	10	3 (1.2%)
09時	81	7	3 (1.2%)
10時	312	30	11 (4.4%)
11時	749	90	26 (10.4%)
12時	399	38	14 (5.6%)
13時	1188	146	41 (16.4%)
14時	1206	135	42 (16.8%)
15時	976	118	34 (13.6%)
16時	370	40	13 (5.2%)
17時	232	31	8 (3.2%)
18時	399	42	14 (5.6%)
19時	352	35	12 (4.8%)
20時	250	33	9 (3.6%)
21時	287	32	10 (4%)
22時	67	7	2 (0.8%)
23時	18	2	1 (0.4%)

【曜日別アクセス数レポート】

週末が最も少なく、ウィークデーにアクセスが増加し水曜日をピークとする傾向が見られた。

曜日	ページビュー	アクセス数	インプレッション数	インプレッション グラフ
日曜日	399	46	14	≡(5.6%)
月曜日	995	122	35	≡≡(14%)
火曜日	1392	150	49	≡≡≡(19.6%)
水曜日	2529	301	86	≡≡≡≡(34.4%)
木曜日	760	81	27	≡≡≡(10.8%)
金曜日	851	90	30	≡≡≡(12%)
土曜日	253	28	9	≡≡(3.6%)

【プラットフォームレポート】

キャリア別では「docomo」(40.8%)、「au」(22.4%)、「softbank」(8.0%)の順番でアクセスがあった。

順位	OS	インプレッション数	インプレッション 数グラフ
1	DoCoMo	102	≡≡≡≡(40.8%)
	D903i	1	(0.4%)
	D904i	6	≡(2.4%)
	D905i	4	≡(1.6%)
	F01A	4	≡(1.6%)
	F02A	3	≡(1.2%)
	F03A	1	(0.4%)
	F07A	2	≡(0.8%)
	F705i	1	(0.4%)
	F902i	1	(0.4%)
	F905i	4	≡(1.6%)
	N01A	1	(0.4%)
	N03A	1	(0.4%)
	N04A	3	≡(1.2%)
	N08A3	1	(0.4%)
	N09A3	1	(0.4%)
	N703iD	2	≡(0.8%)
	N703imyu	1	(0.4%)
	N903i	4	≡(1.6%)
	N905imyu	1	(0.4%)
	N906i	2	≡(0.8%)
	N906imyu	1	(0.4%)
	P01A	1	(0.4%)

P08A3	3	(1.2%)
P703imyū	2	(0.8%)
P704i	3	(1.2%)
P706imyū	1	(0.4%)
P905i	4	(1.6%)
SH01A	4	(1.6%)
SH02A	1	(0.4%)
SH05A3	3	(1.2%)
SH705i	3	(1.2%)
SH705i2	8	(3.2%)
SH706i	4	(1.6%)
SH706iw	2	(0.8%)
SH902iS	1	(0.4%)
SH903i	1	(0.4%)
SH904i	1	(0.4%)
SH905i	9	(3.6%)
SH906i	4	(1.6%)
SO703i	2	(0.8%)
2 不明	71	(28.4%)
不明	71	(28.4%)
3 au	56	(22.4%)
INFOBAR 2	1	(0.4%)
MEDIA SKIN	5	(2%)
Sportio	1	(0.4%)
W21CA/CA II	2	(0.8%)
W42CA	1	(0.4%)
W44K/K II	1	(0.4%)
W51S	1	(0.4%)
W52CA	1	(0.4%)
W52SH	3	(1.2%)
W53CA	4	(1.6%)
W53H	1	(0.4%)
W54SA	1	(0.4%)
W54T	1	(0.4%)
W61CA	3	(1.2%)
W61H	3	(1.2%)
W61P	1	(0.4%)
W61SA	1	(0.4%)
W61T	1	(0.4%)
W62CA	3	(1.2%)

W62P	1	(0.4%)
W62S	1	(0.4%)
W62SA	2	(0.8%)
W62SH	1	(0.4%)
W63CA	2	(0.8%)
W63H	3	(1.2%)
W63SA	1	(0.4%)
W64S	4	(1.6%)
W64SA	2	(0.8%)
W64SH	1	(0.4%)
W65T	2	(0.8%)
re	1	(0.4%)
4 SoftBank	20	(8%)
820SH	2	(0.8%)
821T	1	(0.4%)
823T	1	(0.4%)
830P	1	(0.4%)
911SH	4	(1.6%)
920SH	1	(0.4%)
920T	2	(0.8%)
921P	2	(0.8%)
933SH	1	(0.4%)
934SH	2	(0.8%)
DM001SH	1	(0.4%)
V502T	2	(0.8%)
5 Windows	1	(0.4%)
XP	1	

■ モバイルサイトのアクセス解析方法の今後の展開

モバイルアクセス解析のツールは近年になって少しずつ内容が充実してきている。今回の解析は2年前に設置した解析プログラムであり様々な詳細な解析をすることが困難であった。しかし、本年度11月より、新たな解析プログラムを導入したことにより、今後はより充実した解析が行えるようになっていくと考えられる。

■ 最後に

サイトにユーザーがアクセスするということは①「検索エンジンからくる」、②「他サイトからリンクしてくる」③「QRコードなどからくる」という3点しかない。したがって、これらの3点の充実を図ればアクセス率の高いサイトを作ることが可能となる。

(1) 「検索エンジンからくる」

→ (SEO対策) 検索エンジン対策を行うことで、上位表示を図る。

(2) 「他サイトからリンクしてくる」

→ WYSHに賛同する優良機関とのリンクの連携を図る。被リンク数を増やす。

(3) 「QRコードなどからくる」

→本年度実施したように、効果的なサイト誘導カードの配布条件を同定し、効果的な広報の方法を開発する。特に今年度、新知見であるピアサポーターの配布による広報活動の有用性について、さらなる検討を重ねる予定である。

アクセスだけに限れば、上記のことが重要と考えられる。

さらに、有料情報サイトが行っているような、様々なコンテンツや情報配信でユーザーのニーズに即した良質な情報をユーザーに届けることが可能で、かつ、そのサイトを定期的に関連したくなるような工夫があれば、ユーザーに予防情報を与え続けることも可能になる。

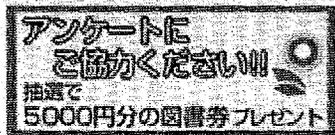
現時点の課題と今後の目標を正確に把握し、現時点の弱点を減少させ、長所を増加させた効果的なサイト開発および運営を実施していく必要があると考えられる。



はじめに

このサイトはWYSHプロジェクトのサイトです。
このサイトで正しい知識をしっかりと身につけて、あなたのカラダを守ってください。

※WYSHプロジェクト…京都大学で企画し、厚生労働省、文部科学省の支援で作られています。



性病

- ト◎これって性病?
- ト◎そのままにすると?
- ト◎予防するには?
- ト◎自覚症状なし!
- ト◎どうやってうつる?
- ト◎衝撃の真実
- ト◎性病とエイズ

[TOP▲](#)

妊娠

- ト◎完全な避妊法ってある?
- ト◎妊娠したかも?
- ト◎コンドーム
- ト◎中絶って?

[TOP▲](#)

相談

- ト◎困った時は?
- ト◎お問い合わせ

[TOP▲](#)



性病



これって性病？



ホーム>これって性病？

◆大半の性病は無症状です。でももし当
てはまる症状があったら調べてみましょ
う！！



女の子はこちら>>



男の子はこちら>>

性病の特徴・種類&検査法・治療法

●クラミジア / ●淋病 / ●性器ヘルペ
ス / ●せんけいコンジローマ / ●トリコ
モナス / ●梅毒 / ●軟性げかん / ●
カンジダ / ●その他 / ●エイズ / ●
ぼうこう炎

[TOP▲](#)

●[\[ホーム\]](#)

●[\[性病\]](#)

ト●[これって性病？](#)

ト●[そのままにすると？](#)

ト●[予防するには？](#)

ト●[自覚症状なし！](#)

ト●[どうやってうつる？](#)

ト●[衝撃の真実](#)

ト●[性病とエイズ](#)

[TOP▲](#)