

- histological examination as a serious problem for clinical application of sentinel node biopsy for early gastric cancer: final results of the Japan Clinical Oncology Group multicenter trial JCOG0302.2013; Gastric Cancer:1-8.
12. Morizane C, Okusaka T, Mizusawa J, Takashima A, Ueno M, Ikeda M, Hamamoto Y, Ishii H, Boku N, Furuse J. Randomized Phase II Study of Gemcitabine Plus S - 1 vs. S - 1 in Advanced Biliary Tract Cancer (JCOG0805). *Cancer Science*.2013; 104(9), 1211-6.
 13. Takashima A, Boku N, Kato K, Nakamura K, Mizusawa J, Fukuda H, and Ohtsu A. Survival prolongation after treatment failure of first-line chemotherapy in patients with advanced gastric cancer: combined analysis of the Japan Clinical Oncology Group Trials JCOG9205 and JCOG9912. *Gastric Cancer*.2013; 1-7.
 14. Fujita S, Akasu T, Mizusawa J, Saito N, Kinugasa Y, Kanemitsu Y, Ohue M, Fujii S, Shiozawa M, Yamaguchi T, et al. Postoperative morbidity and mortality after mesorectal excision with and without lateral lymph node dissection for clinical stage II or stage III lower rectal cancer (JCOG0212): results from a multicentre, randomised controlled, non-inferiority trial. *The Lancet Oncology*.2013;13(6):616-21.
 15. 福田治彦. がん臨床試験における QOL 評価の問題点.「腫瘍内科」.科学評論社. 2013;12(4) 440-9.
 16. 江場淳子、中村健一、柴田大朗、福田治彦. Immune Related Response Criteria (irRC) —背景, 定義, 問題点, JCOG はどう考える?。「腫瘍内科」.科学評論社.2013; 12(4): 372-81.
 17. 中村健一、水澤純基、柴田大朗、福田治彦. PFS は第Ⅲ相試験の primary endpoint となるか? —知っておくべき考え方のフレームワーク.「腫瘍内科」.科学評論社. 2013;12(4):401-9.
 18. 山上須賀. CRC による情報提供の重要性. 第 13 章臨床試験の情報提供とコミュニケーション. がん臨床試験テキストブック 考え方から実践まで. 大橋靖雄他責任編集. 編集: 公益財団法人パブリックヘルスリサーチセンター がん臨床研究支援事業 (CSPOR) 教育研修小委員会. 2013 年 10 月 15 日発行. 154-8.
 19. Ueno T, Masuda N, Yamanaka T, Saji S, Kuroi K, Sato N, Takei H, Yamamoto Y, Ohno S, Yamashita H, Hisamatsu K, Aogi K, Iwata H, Sasano H, Toi M. Evaluating the 21-gene assay Recurrence Score® as a predictor of clinical response to 24 weeks of neoadjuvant exemestane in estrogen receptor-positive breast cancer. *Int J Clin Oncol*. 2013
 20. Harimoto N, Shirabe K, Yamashita YI, Ikegami T, Yoshizumi T, Soejima Y, Ikeda T, Maehara Y, Nishie A, Yamanaka T. Sarcopenia as a predictor of prognosis in patients following hepatectomy for hepatocellular carcinoma. *Br J Surg*. 2013;100(11):1523-30.
 21. Bando H, Yoshino T, Shinozaki E, Nishina T, Yamazaki K, Yamaguchi K, Yuki S, Kajiura S, Fujii S, Yamanaka T, Tsuchihara K, Ohtsu A. Simultaneous identification of 36 mutations in KRAS codons 61 and 146, BRAF, NRAS, and PIK3CA in a single reaction by multiplex assay kit. *BMC Cancer*. 2013;13(1):405.
 22. Hirai F, Seto T, Yamanaka T, Toyozawa R, Inamasu E, Kojo M, Toyokawa G, Morodomi Y, Shiraishi Y, Takenaka T, Yamaguchi M, Takenoyama M, Ichinose Y. Amrubicin as Second-line and Beyond Treatment for Platinum-refractory Advanced Thymic Carcinoma.

- Jpn J Clin Oncol. 2013;43:1018-22.
23. Yamaguchi M, Toyokawa G, Ohba T, Sasaki T, Kometani T, Hamatake M, Hirai F, Taguchi K, Yamanaka T, Seto T, Takenoyama M, Sugio K, Ichinose Y. Preoperative concurrent chemoradiotherapy of S-1/cisplatin for Stage III non-small cell lung cancer. *Ann Thorac Surg*. 2013;96:1783-9
 24. Watanabe M, Ishimoto T, Baba Y, Nagai Y, Yoshida N, Yamanaka T, Baba H. Prognostic Impact of Body Mass Index in Patients with Squamous Cell Carcinoma of the Esophagus. *Ann Surg Oncol*. 2013;20:3984-91.
 25. Mano Y, Shirabe K, Yamashita Y, Harimoto N, Tsujita E, Takeishi K, Aishima S, Ikegami T, Yoshizumi T, Yamanaka T, Maehara Y. Preoperative Neutrophil-to-Lymphocyte Ratio Is a Predictor of Survival After Hepatectomy for Hepatocellular Carcinoma: A Retrospective Analysis. *Ann Surg*. 2013;258(2):301-5.
 26. Tsutani Y, Miyata Y, Yamanaka T, Nakayama H, Okumura S, Adachi S, Yoshimura M, Okada M. Solid tumors versus mixed tumors with a ground-glass opacity component in patients with clinical stage IA lung adenocarcinoma: Prognostic comparison using high-resolution computed tomography findings. *J Thorac Cardiovasc Surg*. 2013;146(1):17-23.
 27. Shimokawa M, Hasegawa S, Fukuoka K, Okada M, Yokoi K, Tanaka F, Yamanaka T, Daimon T, Nakano T. A Feasibility Study of Induction Pemetrexed Plus Cisplatin Followed by Pleurectomy/Decortication Aimed at Macroscopic Complete Resection for Malignant Pleural Mesothelioma. *Jpn J Clin Oncol*. 2013;43(5):575-8.
 28. Niho S, Yamanaka T, Umemura S, Matsumoto S, Yoh K, Goto K, Ohmatsu H, Ohe Y. Renal Toxicity Caused by Brand-name Versus Generic Cisplatin: A Comparative Analysis. *Jpn J Clin Oncol*. 2013;43(4):390-5.
 29. Yamamoto M, Taguchi K, Yamanaka T, Matsuyama A, Yoshinaga K, Tsutsui S, Ishida T. Outcome and Status of Microsatellite Stability in Japanese Atomic Bomb Survivors with Early Gastric Carcinoma. *Ann Surg Oncol*. 2013;20(3):798-803.

IV. 付録

ICRwebサイト評価補助業務

アクセス解析調査レポート

作成日	2014年4月1日(月)		
対象URL	http://www.icrweb.jp		
解析期間	2013年4月1日(月)~2014年3月31日(月)	対象日数	365日間
比較期間	2012年4月1日(日)~2013年3月31日(日)	対象日数	365日間

■ 調査概要	…2	■ ユーザー動向レポート	
		①新規ユーザー/リピーターの利用状況、曜日別/時間帯別アクセス状況	…7
■ 用語解説	…3	②リピーターの訪問頻度、訪問回数	…8
		③新規ユーザー/リピーターの閲覧環境(ブラウザ/OS)	…9
■ サマリー	…4	④新規ユーザー/リピーターの閲覧環境(画面解像度)	…10
解析結果		⑤新規ユーザー/リピーターのモバイル動向	…11
セッション/ページビュー/平均ページビュー/直帰率/ 平均滞在時間/新規セッション率		⑥新規ユーザー/リピーターのアクセス元	…12
		⑦新規ユーザー/リピーターが利用している検索サイト	…12
■ 推移レポート		⑧新規ユーザー/リピーターの参照元サイト	…13
①新規ユーザー/リピーター別セッション	…5	⑨新規ユーザー/リピーターのソーシャルネットワークからの参照	…13
②新規ユーザー/リピーターの別ページビュー	…5	⑩新規ユーザー/リピーターに見られているコンテンツと離脱率	…14
③ユニークユーザー数	…6	⑪新規ユーザー/リピーターに見られているコンテンツと平均滞在時間	…15
④平均ページビュー	…6	⑫新規ユーザー/リピーターに見られているコンテンツと直帰率	…16
		⑬新規ユーザー/リピーターの閲覧開始ページと直帰率	…17
		⑭セッション数の多いキーワード	…18
		⑮新規ユーザーの利用キーワード	…19
		⑯リピートユーザーの利用キーワード	…19

■ 調査目的

ページ遷移や離脱ページ、滞在時間を明らかにすることで、利用者の行動情報やサイト内の問題点、ニーズを洗い出します。また、到達キーワードにより、利用者ニーズや問題点を把握し、潜在顧客を集める有効キーワードを洗い出します。

■ 調査対象

http://www.icrweb.jp/以下の全ページ。

■ 調査期間

今回の調査では下記期間の解析を行い、前年の同時期との比較を行いました。

【解析期間】

2012年度 (2012年4月1日～2013年3月31日:365日間) / 2013年度 (2013年4月1日～2014年3月31日:365日間)

■ 調査方法

【解析ツール】

Google Analytics(グーグル アナリティクス)

Googleが提供する高機能な無償アクセス解析ツール「Google Analytics」を使用し、新規ユーザーとリピーターでセグメントし、解析期間内の主要データの推移、ユーザー動向を調査。尚、キーワードについては「直帰率が低い」「平均ページビューが多い」「平均サイト滞在時間が長い」の指標で、評価しています。

※当該URLでないページ(外部サイト)や、解析タグが仕組まれていないページについては解析ができません。また、解析タグが仕組まれていても、リダイレクトやSSLページからのアクセスにより正確な解析が難しい場合があります。

※以前より、Google検索ではSSL暗号化通信が適用されており、現時点ではGoogleユーザーの検索キーワードは確認することができません。このため、キーワード関連の調査については、Google以外の検索エンジンのデータをもとに解析を行っております。

【解析内容】

○推移レポート

セッション、ページビュー、ユニークユーザー数、平均ページビュー

○ユーザー動向レポート

利用状況、リピーターの訪問頻度・訪問回数、曜日別・時間別アクセス状況、閲覧環境、モバイル動向、アクセス元、検索エンジン、参照元サイト、ソーシャルネットワークからの参照、よく見られているコンテンツと離脱率、よく見られているコンテンツと直帰率、よく見られているコンテンツと平均滞在時間、閲覧開始ページと直帰率、セッション数の多いキーワード、新規ユーザー/リピーターの利用キーワード

●セッション

訪問者がサイトを表示してから出て行くまでの動き。訪問回数。1回の訪問で何ページ表示してもセッション数は1となります。またページを表示したまま30分間何も操作がないと、セッションは終わったとみなされます。

●ページビュー(PV)

ページの表示回数。同一のユーザーが、サイト内を移動し、複数のページを閲覧した場合も、それぞれが1ページビューとして数えられます。

●平均ページビュー

サイトを訪れたユーザーが、1回あたりの訪問で閲覧したページ数の平均を表しています。(ページビュー÷訪問回数)

●ユニークユーザー

サイトを訪れた重複しない訪問者。期間内に同じユーザーが何度サイトを訪れても、ユニークユーザー数は1と数えられます。

●モバイル利用率

総セッション(訪問)数におけるモバイルデバイス(タブレット含む)でのセッション数。

●直帰率

サイトを訪れたユーザーが、サイト内の他のページに移動せず、1ページのみ閲覧し去ってしまった確率を指します。(直帰数÷閲覧開始数)

●平均サイト滞在時間

ユーザーがサイトを訪れてから、閲覧を終えるまでの平均的な時間を指します。

●閲覧開始ページ

閲覧開始ページとは、サイトを訪れたユーザーが最初に閲覧したページを指します。

●離脱ページ

離脱ページとは、サイトを訪れたユーザーが最後に閲覧したページを指します。ページを表示したまま30分間何も操作がないと、離脱したとみなされます。

●離脱率

離脱率とは、ページを訪れた利用者のうち、そのページを最後にして他のサイトに移動していった利用者の割合を示す指標です。(離脱数÷セッション数)

●ノーリファラー

そのページにアクセスさせるに至った元のページのURLのことを指します。ノーリファラーとは、そのページにアクセスさせた元のページが無い、つまりお気に入りや、ブラウザへのURL直接入力、メールやワード等のファイル内のリンクからサイトを訪れた場合を指します。

●参照サイト

ユーザーが他サイトから、自サイトへアクセスした場合、他サイトが参照サイトとなります。

●参照元

自サイト内の特定のページへアクセスさせた元のページを指します。

●コンバージョン

ウェブサイト上で獲得できる最終的な成果。オンラインショッピングサイトならば商品購入、情報提供サイトやコミュニティサイトならば会員登録などがコンバージョンにあたります。

解析結果

リニューアルでさらに次のステップに。本物のリピーター獲得とマルチデバイス、SNS対応が課題

昨年1月のサイトリニューアルのページ構成の変更により、サイト全体のページビューは減少したが、セッションは新規ユーザーで30%、リピーターで前年より70%増加した。facebookからの流入も急増しており、リニューアルの効果があつたものとする。

1年を通じて、アクセスの多い時期とそうでない時期も大よそ判別できるようになり、その時期に合わせた戦略も打ちやすくなったと言える。特に1月のアクセス急増については、しっかりと原因をつきとめて、対策を講じていきたいところ。

最近ではタブをはじめとして、ページ遷移なしで情報伝達する手段も増えたために、ページビューを増やす(量)ことよりも、確実にユーザーに情報が伝わっているかどうか(質)に注力していくべきである。

直帰率については、全体では減少傾向にあるものの、トップページにおける新規ユーザーの直帰率がやや高くなっており、修了証取得に関するインフォメーションやナビゲーションを今一度見直す必要があると思われる。

また、リピーターの訪問回数や頻度が減っており、修了証取得を目的とするならば、より短期間に取得できるようにになったと評価できる一方、修了証取得以降にサイトを訪れてくれる、本物のリピーターが育っておらず、コンテンツの見直しやアピール手段も含め検討していきたい。

最後に、スマートフォン、タブレットを利用しているユーザーも急激に多くなっており、これらに向けた対策と、facebook等SNSの活用は、今後の課題として、早めに対応しておきたい。

■ セッション

ユーザー	2013年	2012年	増減
新規ユーザー	35,837	25,709	10,128
リピーター	79,728	55,135	24,593
合計	115,565	80,844	34,721

新規ユーザーは前年比139%、リピーターは前年比145%、全体では前年比143%のセッション数となった。

■ 平均ページビュー

ユーザー	2013年	2012年	増減
新規ユーザー	11.1	23.06	△11.96
リピーター	10.41	23.38	△12.97
平均	10.62	23.22	△12.60

新規ユーザーは前年比48%、リピーターは前年比45%、全体では前年比46%の平均ページビューとなった。

■ 平均滞在時間

ユーザー	2013年	2012年	増減
新規ユーザー	0:10:20	0:12:13	△00:01:53
リピーター	0:11:57	0:14:38	△00:01:41
平均	0:11:27	0:13:26	△00:01:59

新規ユーザーは1分53秒、リピーターは1分41秒、平均では1分59秒の滞在時間が減少した。

■ ページビュー

ユーザー	2013年	2012年	増減
新規ユーザー	397,917	600,693	△202,776
リピーター	829,815	1,237,968	△408,153
合計	1,227,732	1,838,661	△610,929

新規ユーザーは前年比66%、リピーターは前年比67%、全体では前年比67%のページビュー数となった。

■ 直帰率

ユーザー	2013年	2012年	増減
新規ユーザー	31.43%	33.04%	△1.61%
リピーター	30.10%	37.26%	△7.16%
平均	30.51%	35.15%	△4.64%

新規ユーザーは前年比1.61%、リピーターは前年比7.16%、全体では前年比4.64%の直帰率が減少した。

■ モバイル利用率

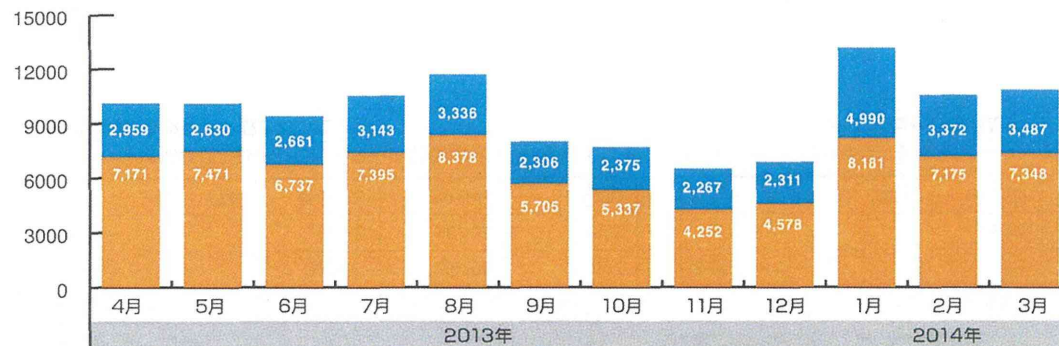
ユーザー	2013年	2012年	増減
新規ユーザー	12.37%	8.84%	3.53%
リピーター	7.72%	4.92%	2.80%
合計	20.09%	13.76%	6.33%

新規ユーザーは前年比3.53%、リピーターは前年比2.80%、全体では前年比6.33%のモバイル利用率が減少した。

セッション

※カッコ内は2012年4月~2013年3月

	2013年										2014年		
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	
■新規ユーザー	2,959 (2,299)	2,630 (2,497)	2,661 (2,358)	3,143 (2,324)	3,336 (2,142)	2,306 (1,724)	2,375 (2,550)	2,267 (2,071)	2,311 (1,820)	4,990 (2,426)	3,372 (1,749)	3,487 (1,749)	
■リピーター	7,171 (4,207)	7,471 (4,682)	6,737 (4,504)	7,395 (4,027)	8,378 (4,355)	5,705 (3,614)	5,337 (5,093)	4,252 (4,541)	4,578 (3,707)	8,181 (4,924)	7,175 (5,726)	7,348 (5,755)	
合計	10,130 (6,506)	10,101 (7,179)	9,398 (6,862)	10,538 (6,351)	11,714 (6,497)	8,011 (5,338)	7,712 (7,643)	6,519 (6,612)	6,889 (5,527)	13,171 (7,350)	10,547 (7,475)	10,835 (7,504)	



【傾向】

新規ユーザー、リピーター共に、前年に比べ1.2~2倍近く増加。
増減の推移では7月、8月に向けて増えていくが、9月に一旦減少し12月まで同水準で推移。
1月に反転し増加のピークを迎えている。

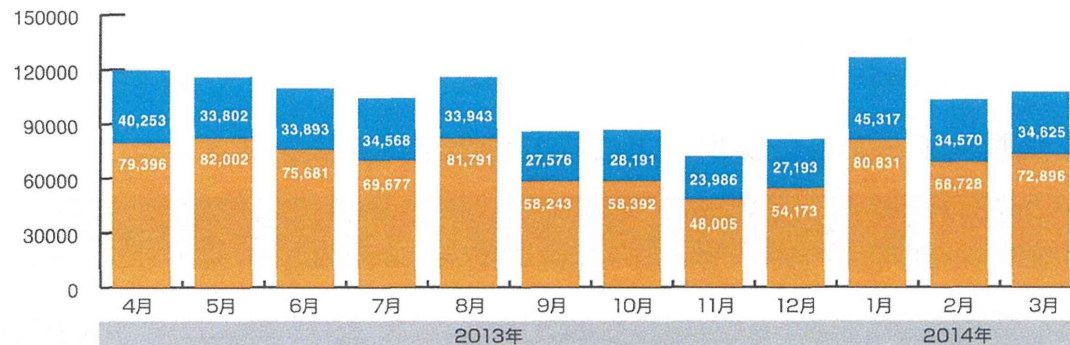
【考察】

新規ユーザーの10月、リピーターの11月は前年を下回ったものの、その他については前年を上回るセッション数となり、リニューアルの効果があらわれた。1月をピークに8月までの時期と、9月から12月までの時期で大きく数字が分かれているので、時期別に施策を打ちやすい状況である。

ページビュー

※カッコ内は2012年4月~2013年3月

	2013年										2014年		
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	
■新規ユーザー	40,253 (60,699)	33,802 (67,984)	33,893 (57,801)	34,568 (51,845)	33,943 (66,691)	27,576 (50,591)	28,191 (58,829)	23,986 (55,008)	27,193 (48,954)	45,317 (38,392)	34,570 (21,868)	34,625 (22,301)	
■リピーター	79,396 (127,781)	82,002 (144,100)	75,681 (133,318)	69,677 (111,971)	81,791 (120,457)	58,243 (93,363)	58,392 (111,499)	48,005 (116,115)	54,173 (88,394)	80,831 (78,549)	68,728 (55,564)	72,896 (56,857)	
合計	119,649 (188,480)	115,804 (212,084)	109,574 (191,199)	104,245 (163,816)	115,734 (187,148)	85,819 (143,954)	86,583 (170,328)	71,991 (171,123)	81,366 (137,348)	126,148 (116,941)	103,298 (77,432)	107,521 (78,888)	



【傾向】

新規ユーザー、リピーター共に、前年と比べると、4月から12月は50~30%の減少、1月から3月は増加となった。
増減の推移では、7月を除き、セッション数とほぼ同様の推移となっている。

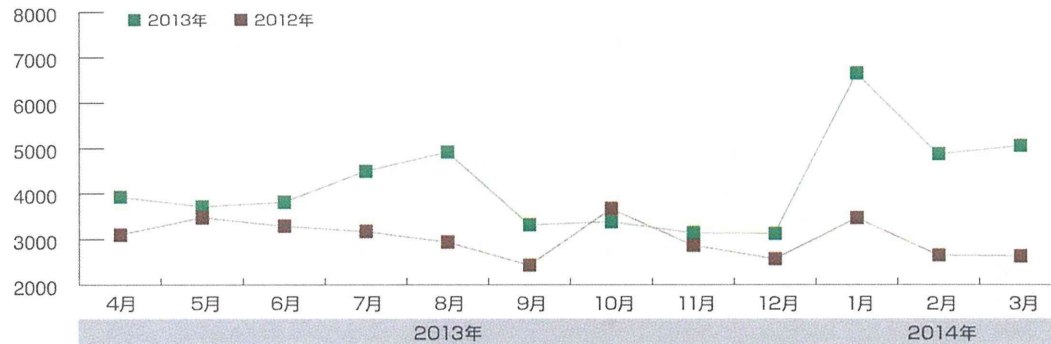
【考察】

2013年1月から現在のホームページとなり、臨床研究入門初級編のページ構成が変わったため、1~3月が比較できるデータとなるが、20%以上増加しており、ページビューは一段階上の水準に移ったものと思われる。最近では情報を1ページに詰め込んだ縦長ページや、タブ切り替えによる表示形式も多くなり、一概にページビューが多ければ、より多くの情報が伝達されているという推察がしづらくなっている。

ユニークユーザー数

※カッコ内は2012年4月～2013年3月

	2013年										2014年		
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	
ユニークユーザー	3,935 (3,102)	3,720 (3,480)	3,821 (3,293)	4,501 (3,157)	4,925 (2,943)	3,323 (2,432)	3,390 (3,669)	3,147 (2,869)	3,131 (2,570)	6,656 (3,469)	4,877 (2,653)	5,061 (2,629)	



【傾向】

5月に一度下落し、8月に前半のピークを迎えるも、9月12月までは低水準で推移する。1月に後半のピークとなって、2月、3月は前年より一段階高い水準で推移している。

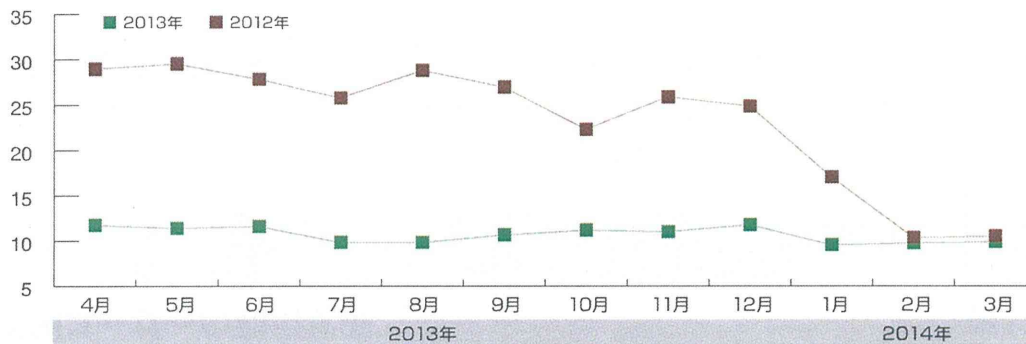
【考察】

2013年1月はリニューアルによる影響と思われたが、2014年も1月のアクセスは年間で一番多く、ユーザー数もそれに伴い最大となっている。大学や企業ユーザーが、基礎編の修了証取得を目的としていると思われるが、この時期に集中する理由をつきとめることは、さらなるアクセスアップを施策を練るうえで、今後大変有効になるとと思われる。

平均ページビュー

※カッコ内は2012年4月～2013年3月

	2013年										2014年		
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	
平均ページビュー	11.81 (28.97)	11.46 (29.54)	11.66 (27.85)	9.89 (25.79)	9.88 (28.81)	10.71 (26.97)	11.23 (22.29)	11.04 (25.88)	11.81 (24.85)	9.58 (17.11)	9.79 (10.36)	9.92 (10.51)	



【傾向】

前年は22～29ページで推移していたが、2013年は年間を通じて10ページ前後で推移しており、大きな変動がみられなかった。

【考察】

リニューアルにより大きくページ構成が変わったため、ページビュー同様、正確に比較ができるのは1月～3月のデータとなる。前年と比較し、大きな変動がなくなった。数字が減ったことはネガティブに捉えることもできるが、結果(修了証取得数等)がでているのであれば、効率的に情報収集ができていと捉えることもでき、リニューアルの効果があったものと判断できる。