

り意味がない。あの内容は授業で教えたらいい。(18歳男性) / 話が真面目すぎる(19歳男性) / 自分はセックスをしたことないし今後もしばらくはしないと思うので、あまり内容に関心を持てなかった。(19歳男性) / 彼女のいない私には全く関係のない話じゃった(19歳男性) /

女性代表例：見る気が起きない(18歳女性) / わかりやすいが、正直詳しく見ようとは思わない。(19歳女性) /

③必要がない、誰もみないと思う：22名(3.6%) (18歳男性5名、19歳男性4名、18歳女性3名、19歳女性10名)で男性9名(1.7%)、女性13名(2.5%)で、「必要がない、誰もみないと思う」に言及した人は、性別では男性より女性のほうがやや多く、男性では年齢による差はなかったが、女性では18歳より19歳の方が多かった。代表例を次に示す。

男性代表例：書いてあることは、正しいことだと思うがとてつもなく退屈であり面白みが一切ない。情報を自ら得ようとする人ならこのようなサイトならいいと思うが、中高生がこのサイトにアクセスしても、そのまま閉じると思う。(18歳男性) / わかりやすいが、普段訪れる人はいないと思う(19歳男性) /

女性代表例：わかりやすいが、高校生が興味をそそられる可能性は低いと感じた。(18歳女性) / このサイトを使って学校で授業を受けるなら良いサイトだと思う。しかし、生徒が個人的にこのサイトにいく確率は低いと思う。(19歳女性) / 高校生向けとあるが、高校生が興味を持ってアクセスしたいと思うようなホームページではないような気がする。(19歳女性) /

④何のサイトかわからない：17名(1.7%) (18歳男性5名、19歳男性7名、18歳女性1名、19歳女性4名)で男性12名(2.3%)、女性5名(1.0%)で、「何のサイトかわからない」に言及した人は、性別では女性より男性のほうが多く、年齢では18歳より19歳の方がやや多かった。代表例を次に示す。

男性代表例：第一印象として、何を目的として運営しているサイトなのかハッキリしないという感想を持った。どのようなサイトであるかは「このウェブは何？」から判断することができるが、そこからサイトの目的は読み取れない。記載されている内容自体はこのサイトがターゲットとする中高生が知るべきものであり重要なことであると思うが、用語解説の羅列だけにとどまっている感じがする。(18歳男性) / どういった時にアクセスするのか、どう役立つのかがよくわからない。僕は高校生だがきっとこう言う機会がなければこのサイトにアクセスすることはなかっただろうと思う。性に関する「正しい」情報を普通の、といえはなんだが普通の、性的コンプレックスだとかメンタルに問題を抱えていない高校生が自主的に求めたりすることはあまりないと思うし、学校の授業なんかで嫌でも目や耳に入るように

する方が有効だと思う 情報をただ書き連ねているサイトよりも相談できる機関なんかを作ったほうがいいんじゃないだろうかと思いました（18歳男性）/文の見出しからここ読んでみたいなという興味がそそられ、内容も退屈でないのがいいです。ですが、サイトの題名からなんのサイトかがちょっとわかりにくいです。それ以外はよかったです。ところどころにイラストがありみやすいところもよかったです。（19歳男性）/内容等見易くまとまっているが、デザインが爽やかにまとまっているので一見何のサイトか分かりづらい。（19歳男性）

女性代表例：なんのサイトかよくわからない（18歳女性）/内容的にはわかりやすいが、最初は何のサイトであるかがわかりづらい。（19歳女性）/

④難しい、わかりづらい：17名（1.7%）（18歳男性6名、19歳男性5名、18歳女性1名、19歳女性5名）で男性11名（2.1%）、女性6名（1.2%）で、「難しい、わかりづらい」に言及した人は、性別では女性より男性のほうが多く、年齢では女性では18歳より19歳の方がやや多かった。代表例を次に示す。

男性代表例：文字情報が多くて読むのに時間がかかる（18歳男性）/学生が興味を持つには、少し硬い（19歳男性）

女性代表例：今はあまり見たく無い内容（18歳女性）/今まで全く知識を持ってなかったから、内容が難しいです…。（19歳女性）/

3. 肯定的でも否定的でもない意見 77人（7.5%）

①学校で習った内容である：11名（1.1%）（18歳男性4名、19歳男性2名、18歳女性1名、19歳女性4名）で男性6名、女性5名が、「学校で習った内容である」と言及した。代表例を次に示す。

男性代表例：わかりやすく書いてあると思ったけど、結構保健の教科書に書いてあり、既に知っていることもあった（18歳男性）/保健の授業みたい（19歳男性）/

女性代表例：学校の授業で学んだことがある（18歳女性）/学校の授業で学んだことがある（19歳女性）/

②海外のサイトのようだ：9名（0.9%）（18歳男性1名、19歳男性3名、18歳女性2名、19歳女性3名）で男性4名、女性5名が、「海外のサイトのようだ」と言及した。代表例を次に示す。

男性代表例：外国のサイトっぽくてよくわからない。（18歳男性）/英語が多くて海外の危ないサイトっぽいイメージ（19歳男性）

女性代表例：余り日本のサイトっぽくなかった（18歳女性）/英語を直訳したような表現が多くて、日本人の感覚には合わないものが多々あるような気がする。YouTubeのビデオが載っているが、日本語字幕がついていないの

で、高校生程度の英語レベルで理解できるとは思えない。せめて、字幕をつけるか、日本語 ver. を作って載せるべき。カタカナ語が多すぎる。

(19 歳女性) /

③サイト閲覧で得た知識および感想の記述：57 名 (5.5%) (18 歳男性 20 名、19 歳男性 17 名、18 歳女性 9 名、19 歳女性 11 名) で男性 37 名 (7.2%)、女性 20 名 (4.0%) が、「サイトで得た知識および感想の記述」を回答していた。代表例を次に示す。

男性代表例：ただしい知識と意識を持った上で性行為や男女とのかかわりをしていかなければいけないと思いました。まだまだ知らない事が多かったです。

(18 歳男性) / 性行為は一生を左右する事があるので、よく考えて、パートナーの事も考えてするべきだと思った。(18 歳男性) / エイズ検査を受けてみようと思った。(18 歳男性) / これから、きちんと性について考えていかなければいけないと思った (18 歳男性) / 以前よりも性感染症について理解することができた。(19 歳男性) / 同性愛者については、自分も心のどこかで差別してしまいがちだが、理解できるようになりたい。性感染症についても、まだまだ知らないことが多いので、しっかり理解して良好な関係を気付けたら、と思う。(19 歳男性) / 考えていなかったことや、軽く見ていたものを今後はもっと注意すべきだと思った (19 歳男性) / 女性用コンドームの存在をはじめて知りました 世の中にはレスやホモなど肌の色が違ったり男性が女性を好きになるという理屈だけではなく 一人ひとり考え方や感じ方が違うんだなということがわかった (19 歳男性) /

女性代表例：なかなか考えないことなので、このサイトを見ることでいままでとは違う視点でみるができるようになるなと感じた (18 歳女性) / 同性愛者とかエイズ患者とかはよく差別されているけど、それは絶対にいけないことだとおもった。(18 歳女性) / 私は今高校生で、高校の保健の授業に性などについて習ったことがあるけれど、性行為はもっと慎重に、よく考えてからしなければいけないし、後々怖い思いをするのは自分かもしれないから、もっと性に関することをこのサイトをどうしても、まじめに考えようと思いました。(19 歳女性) / バイやゲイの人について考えたことがなかったので、もし今後そのような人に出会っても理解してあげられるようになりたいと思った。(19 歳女性)

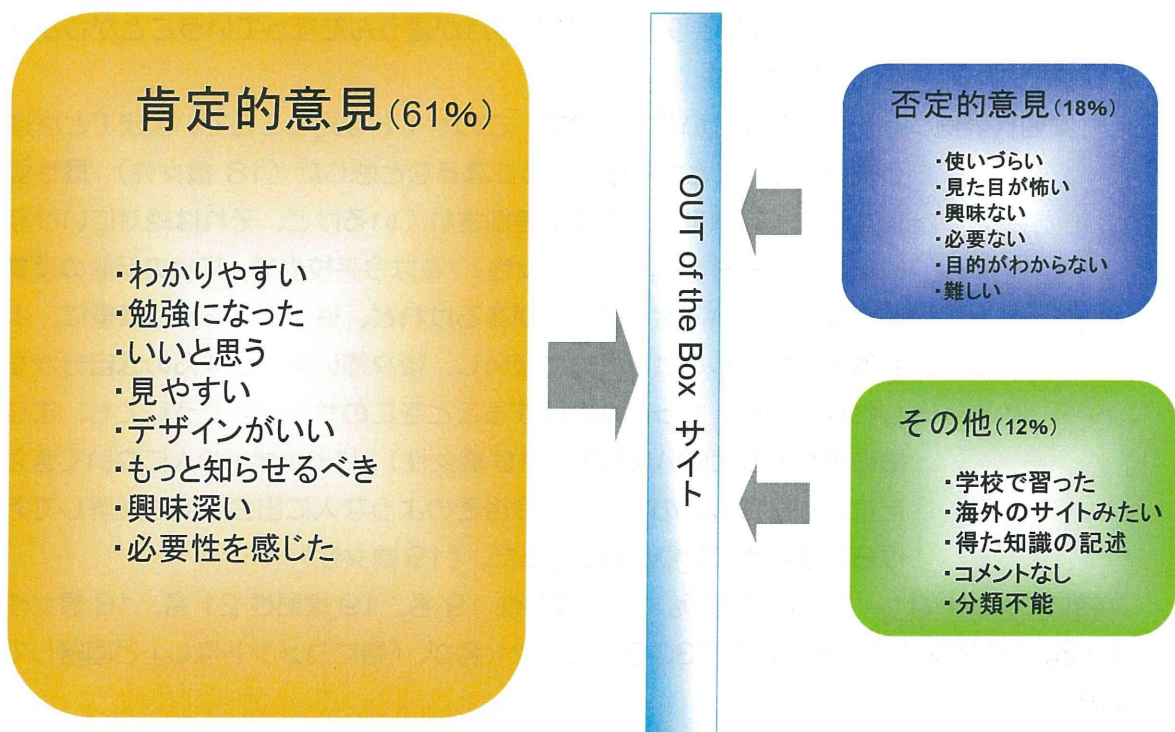
④特にコメントなし：61 名 (5.9%) (18 歳男性 19 名、19 歳男性 21 名、18 歳女性 10 名、19 歳女性 11 名) で男性 30 名、女性 21 名が、「特にコメントなし」と回答していた。

⑤分類不能：54 名 (5.2%) (18 歳男性 6 名、19 歳男性 17 名、18 歳女性 18 名、19 歳女性 13 名) で男性 23 名、女性 31 名のコメントが、どのカテゴリーにも属さず分類不

能であった。

肯定的意見	60.8
わかりやすい	21.4
勉強になった	14.5
いいと思う	9.5
見やすい・デザインがいい	6.4
もっと知らせるべき	5.7
興味深い・必要性を感じた	3.4
否定的意見	18.4
使いづらい	5.1
見た目への嫌悪	4.3
興味なし	3.6
必要がない	3.6
目的が不明	1.7
難しい	1.7
中間的意見	7.5
学校で習った	1.1
海外のサイトみたい	0.9
入手知識の記述	5.5
その他	11.1
コメントなし	5.9
分類不能	5.2

Out of the box サイトについての感想の内容分析の結果図



1. サイバー戦略を用いた予防介入研究:web-based intervention 研究3. 性的多様性についての生徒向けサイトのアクセス解析

木原雅子(京都大学大学院医学研究科)

木原彩(京都大学大学院医学研究科)

S.Pilar Suguimoto(京都大学大学院医学研究科)

Teeranee Techasrivichien(京都大学大学院医学研究科)

Sakol Sopitarchasak(京都大学大学院医学研究科)

Bhekumusa W. Lukhele(京都大学大学院医学研究科)

Christina El-Saaidi(京都大学大学院医学研究科)

本多由起子(京都大学大学院医学研究科)

Patou Masika Musumari(京都大学大学院医学研究科)

鬼塚哲郎(京都産業大学文化学部)

【研究の目的】

本研究班で開発した「out of the box」サイト(中学生・高校生を対象とした、性の多様性を含むセクシャルヘルス・メンタルヘルスに関するサイト)にアクセスした人の動向の詳細を解析し、今後のサイト改善、およびサイト広報手法の改善に資する情報を得る事を目的とする。

【対象】①学校(WYSH教育全国ネットワークの参加校のうち今年度の高等学校向け指導者研修会に参加した学校)、②保健所(地方自治体向け青少年エイズ予防対策全国研修会参加保健所)、③某社の登録Webモニターにうちネット調査に参加した人(1,030人)。④その他(サイト誘導カードからではなく、各種のキーワード等によりアクセスしてきた人)。

【方法】前述の本研究班で開発したサイトのURLを紹介するQRコード(注:申請者が開発した、配布場所・配布者を標識でき、追跡できるQRコード)付きサイト紹介カードを配布し(下図参照)、その効果(アクセスの広がりや深さと波及効果)を、アクセス解析(①単位期間内アクセス数、②アクセス当たりの平均滞在時間、③アクセス内容、④アクセスの地理的分布)で測定した。

■ 学校内のサイトの普及方法

- ・サイトカードの配布
- 性教育の授業終了後
- ロングホームルームの時
- 保健室の個別指導時
- 保健室に設置



■ 保健所のサイトの普及方法

- ・サイトカードの配布
 - エイズ検査時の手渡し
 - エイズ検査待合室に設置
 - 保健所に設置
 - 保健所のイベント時に配布



【結果】

■ 学校と保健所におけるカード配布の比較（概要）

①学校における配布：WYSH 教育の全国ネットワークを用いて、23 都道府県の 59 高校を選んで 3762 枚を配布した。アクセス数は 58 件（アクセス効率 1.5%）で、平均ページビュー数は 6.79、平均滞在時間は 4.51 分、直帰率は 21.03%であり、アクセス効率は低いもののアクセス後の滞在状況を見るとニーズの高い訪問者からのアクセスであったことがうかがわれる。

②保健所からの配布：19 府県 49 ヶ所に配布した 1540 部のうち、306 枚が設置ボックスからピックアップ、もしくは手渡しされ、34 件（11.1%）のアクセスがあった。平均ページビュー数は 7.68、平均滞在時間 7.38 分、直帰率 23.5%であり、アクセス率も 10%を超えるよい成績であり、しかもサイト滞在状況からニーズの高いユーザーによる訪問であることが示された。

■ アクセス解析

【対象サイト】WYSH | Questioning youth サイト



【対象URL】 <http://www.wysh.jp/qy/>

【対象期間】 2013年10月1日～2014年2月28日（5か月間）

※括弧内がある場合は、2013年10月1日～2013年12月26日のデータを表示

【解析方法】 Google アナリティクス

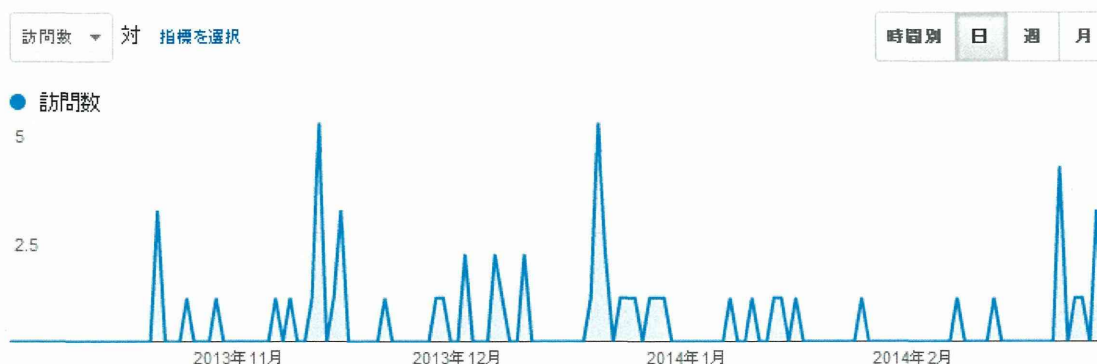
以下の4パターンの測定を行なった。

- ①学校 (<http://wysh.jp/qy/index.html?category=02>)
- ②保健所 (<http://wysh.jp/qy/index.html?category=03>)
- ③アンケート調査 (<http://wysh.jp/qy/index.html?category=04>)
- ④その他（①②③を含まないアクセスの状況把握調査）

■①学校

<http://wysh.jp/qy/index.html?category=02>

今年度、WYSH 教育指導者研修会に参加した高等学校 59 校、23 都道府県の解析結果を示す。

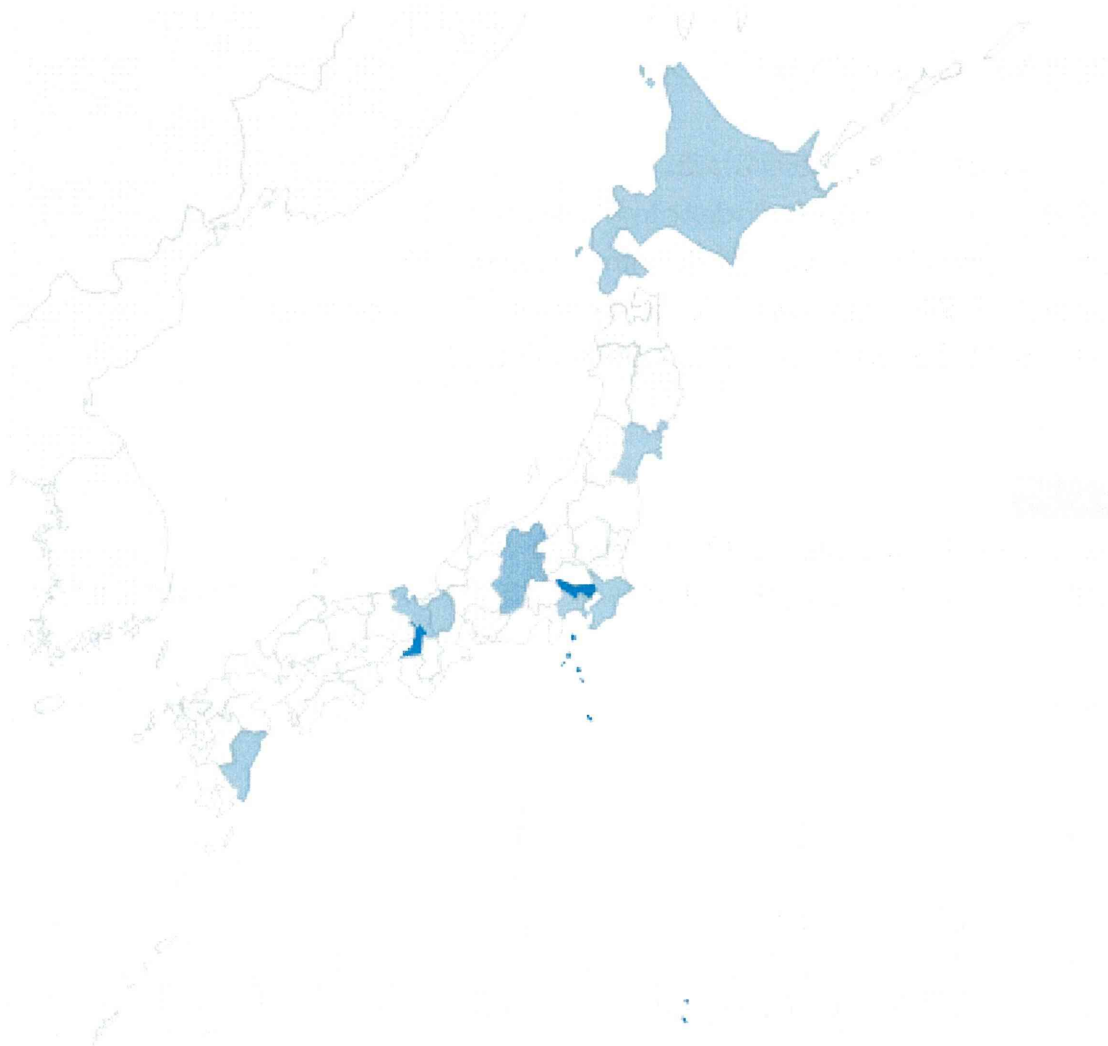


訪問数	58 (38)
ユーザー数	43 (30)
ページビュー数	394 (279)
訪問別ページビュー	6.79 (7.34)
訪問時の平均滞在時間	00 : 04 : 51 (00 : 05 : 47)
直帰率	31.03% (31.58%)
新規訪問の割合	70.69% (73.68%)

訪問したユーザーの満足度は高く、訪問別ページビュー、平均滞在時間、直帰率の成績がいずれも良い成績を示した。括弧内は3か月データとの比較だが、新規の割合が若干減り、

2014年1～2月に訪問したユーザーの中には、リピーターが存在していた。

【地域】

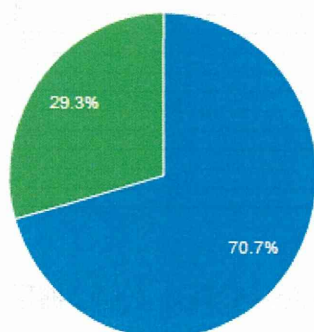


地域	訪問数	新規訪問の割合	新規訪問数	直帰率	訪問別ページビュー	訪問時の平均滞在時間
Tokyo	22	68.18%	15	40.91%	3.27	0:03:20
Osaka Prefecture	20	70.00%	14	30.00%	9.15	0:05:16
Nagano Prefecture	6	83.33%	5	16.67%	10.17	0:09:01
Shiga Prefecture	2	100.00%	2	0.00%	6	0:03:11
Kyoto Prefecture	2	50.00%	1	0.00%	14.5	0:13:37
Miyazaki Prefecture	2	50.00%	1	50.00%	4.5	0:03:22
Hokkaido	1	0.00%	0	0.00%	8	0:02:15
Miyagi Prefecture	1	100.00%	1	0.00%	8	0:00:55
Chiba Prefecture	1	100.00%	1	0.00%	11	0:05:19
Kanagawa Prefecture	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00

東京、大阪、名古屋の順でユーザーが訪れていることがわかる。なかでも、京都のユーザーは、13分22秒の滞在時間と、14.5ページの訪問ページビューと非常に長い時間サイ

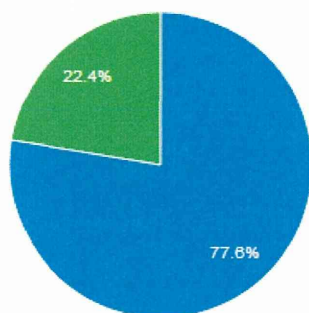
トを閲覧していることがわかった。また、当サイトの特徴として、非常に低い直帰率に抑えられていることは、次のページが見たくなる工夫が、特にトップページで施されていることがわかる。その結果として、低い直帰率、長い訪問時間、長い訪問別ページビューの数値が出ていると考えられる。

【リピーター調査】



全体アクセスのうち、70.7%が新規、29.3%がリピーターという結果となった。尚、直帰率比較をすると、新規が17.1%、リピーターが64.7%、訪問別ページビューについては、新規が8.63、リピーターが2.35、滞在時間については、新規が05:34、リピーターが03:08とすべての成績が新規のユーザーがリピーターを上回っていることが示された。ただし、リピーターは一度興味をもったコンテンツに対して確認を行うために、ダイレクトにそのコンテンツを訪れ、確認をしていたことが推測できる。その為、対象サイトは結果として、リピーターのユーザビリティが良いサイトともいえる。(検索しやすいボタンの構造になっている。)

【デバイス調査】



全体のアクセスのうち、77.6%がモバイル（スマートフォンやガラケー）によるアクセスで、22.4%がPCからのアクセスであることが示された。

【携帯種別】

携帯端末の情報	訪問数	新規訪問の割合	新規訪問数	直帰率	訪問別ページビュー	訪問時の平均滞在時間
Apple iPhone	14	64.29%	9	42.86%	2.71	0:03:30
(not set)	6	83.33%	5	0.00%	5	0:02:30
DoCoMo N-05D Medias ES N-05D	5	40.00%	2	20.00%	7.4	0:06:06
Samsung SC-03E Galaxy S III α	5	20.00%	1	80.00%	12.6	0:09:11
DoCoMo SO-02E Xperia Z	2	50.00%	1	50.00%	4.5	0:00:59
Samsung SC-04E GALAXY S4 SC-04E for DoCoMo	2	50.00%	1	50.00%	2.5	0:00:28
Apple iPod	1	100.00%	1	0.00%	2	0:00:07
DoCoMo F-02E Arrows X F-02E	1	100.00%	1	0.00%	6	0:03:25
DoCoMo N-03E Disney Mobile N-03E	1	100.00%	1	0.00%	2	0:00:25
DoCoMo P07B	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
DoCoMo SO-01E Xperia AX	1	100.00%	1	0.00%	4	0:02:52
DoCoMo SO-03D Xperia acro HD	1	100.00%	1	0.00%	8	0:03:00
KDDI IS11N MEDIAS BR IS11N	1	100.00%	1	0.00%	5	0:01:19
Kyocera KYY21 URBANO L01 KYY21 for KDDI	1	100.00%	1	0.00%	17	0:02:27
Motorola 201M RAZR M 201M for Softbank	1	0.00%	0	100.00%	1	0:00:00
Sharp SH-02D AQUOS PHONE slider SH-02D	1	100.00%	1	0.00%	16	0:05:07
Sharp SH-13C AQUOS PHONE f SH-13C for DoCoMo	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00

概ね、スマートフォンユーザーという結果であったが、「DoCoMo P07B」という機種のみ、携帯電話（所謂ガラケー）という結果であった。しかし、このユーザーは、直帰していることから、サイトが従来の携帯電話からはプレビューできなかった可能性がある。ここで、全体訪問数の58の内訳を見ると、そのうちの48のユーザーがモバイルユーザーで、さらにそのうちの1名がガラケーという結果となった。全国的に、スマートフォンからアクセスするユーザーが多かったこと。また、もしかしたらモバイルからのアクセスが難しかった（プレビューできない、フィルタリングが掛かっていて閲覧できないなど）ユーザーはPCから再度アクセスした可能性も考えられるが、実際のPCからのアクセスは、13/58（PCユーザー訪問数）であり、決して少なくない数だと思われる。今後、サイトのマルチデバイス対応の検討が課題のひとつと考えられる。

【ユーザーフロー】



多くのユーザーが取った行動として、以下のフローが明らかとなった。

まず、以下は、2013年10月1日～2013年12月26日のデータである。

~~~~

1. QRコードでサイトトップページにアクセス

↓

2. 「このウェブは何？」

↓

3. 「セクシャルヘルスについて」

↓

4. 「セーファーセックス」

~~~~

そして、以下は、2013年10月1日～2014年2月28日のデータである。

~~~~

1. QRコードでサイトトップページにアクセス

↓

2. 「このウェブは何？」

↓

3.「助けて！」

↓

4.「セクシャルヘルスについて」

~~~~

このように、調査前半時期は、左メニューを上から順にアクセスしているが、最終調査では、「助けて！」のページにアクセスしたことは、非常に興味深い。このコンテンツには、「セクシャリティホットライン」や「いじめホットライン」が設置されており、各団体による、相談窓口へと繋いでいるページである。当サイト開発の目的は、まずは、ユーザーに知識を与えることだが、もうひとつの目的として、一人ではどうにもならない悩みを専門機関へと繋ぐ大きな役割がある。この目的を達成する数値を仮に「コンバージョン率」と定義する。通常、「コンバージョン率」とは、例えば、ネットショッピングなどで、サイトにアクセスした訪問数を分母とし、購入したユーザー（購入ボタンを押して決済したユーザー）を分子にし、その率をコンバージョン率として、分母の増加と、コンバージョン率の増加を解析すると適正な広告予算の割り出しに使えるという考え方である。これは、現在のビジネスの中の広報の考え方として使われている方法であるが、今後、サイトを閲覧したユーザーの最後の行動として「専門機関へつないだ数」を計測していく手法も検討していきたいと考えている。

【ページランキング】

ページ	ページビュー数	ページ別訪問数	平均ページ滞在時間	閲覧開始数	直帰率	離脱率
/qy/index.html?category=02	80	51	0:00:49	46	26.09%	32.50%
/qy/sexual/index.html?category=02	29	15	0:00:08	4	100.00%	24.14%
/qy/about/index.html?category=02	23	17	0:00:29	0	0.00%	8.70%
/qy/interesting/index.html?category=02	21	10	0:00:45	0	0.00%	9.52%
/qy/mental/index.html?category=02	15	7	0:00:21	0	0.00%	6.67%
/qy/positive/index.html?category=02	15	9	0:00:08	0	0.00%	13.33%
/qy/sexuality/index.html?category=02	15	8	0:00:25	1	100.00%	6.67%
/qy/interesting/06_01.html?category=02	14	11	0:01:07	0	0.00%	7.14%
/qy/faq/08_01.html?category=02	12	9	0:00:14	0	0.00%	25.00%
/qy/scientific/index.html?category=02	12	9	0:01:29	1	0.00%	0.00%

トップページ以外で人気だったページは、

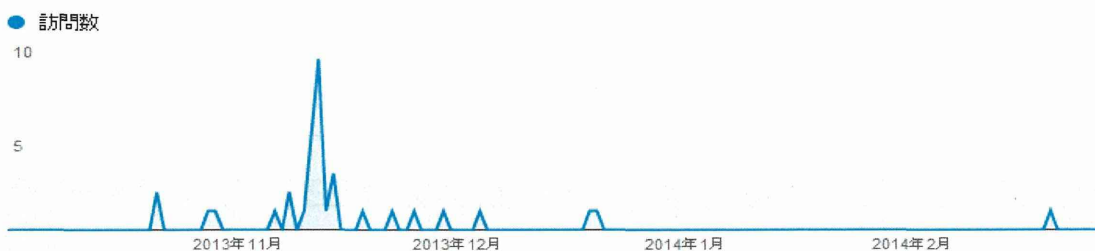
1. セクシャルヘルスについて
2. このウェブは何？
3. 面白い情報
4. メンタルヘルスについて
5. 居心地のよい空間をつくろう

というランキングになった。特徴的だったことは、流れとしては左カラムメニューを上から順に見ていくユーザーが多かったが、ページ別に人気順をまとめると、必ずしもすべてが上から多い順になっていたわけではなかった。また、各コンテンツでテキスト量が多いページは滞在時間として延長する傾向が多く、読み込んだ後、別ページへ遷移するか、離脱していることが示された。この結果は、ユーザーの需要と、サイトの情報提供がマッチしていると考えられる。尚、調査前半と、後半の調査の比較では、「居心地のよい空間を作ろう」という、いじめ、セクシャル・ハラスメント、セクシャル・マイノリティに関するコンテンツの閲覧数が伸びている。

■②保健所

<http://wysh.jp/qy/index.html?category=03>

今年度、エイズ予防財団青少年エイズ対策研修会に参加した49保健所（19府県）のアクセス解析の結果を示す。

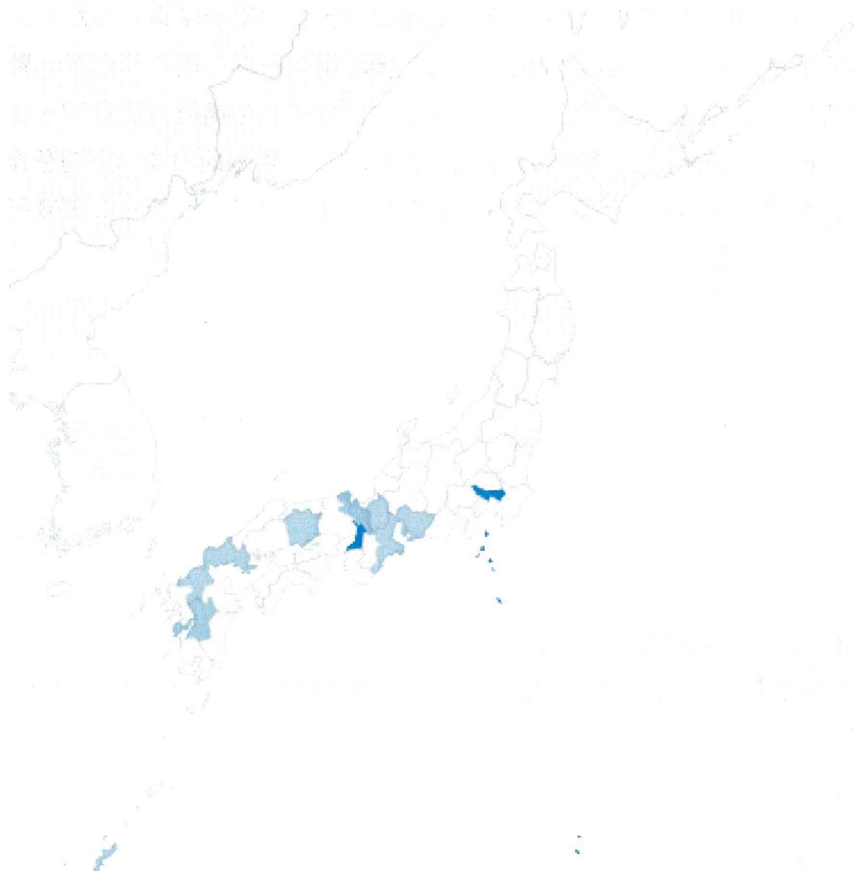


訪問数	34 (33)
ユーザー数	28 (27)
ページビュー数	261 (250)
訪問別ページビュー	7.68 (7.58)
訪問時の平均滞在時間	00 : 07 : 38 (00 : 07 : 58)
直帰率	23.53 (24.24%)
新規訪問の割合	76.47% (75.76%)

訪問したユーザーの満足度は高く、訪問別ページビュー、平均滞在時間、直帰率の成績がいずれも良い成績が得られた。この成績は、先の学校調査よりも評価が高く、ベストなマ

タッチングが起こったことが示された（よりニーズの高い訪問者）。前半調査と後半調査の比較では、ユーザーの訪問数の伸びが認められなかった。

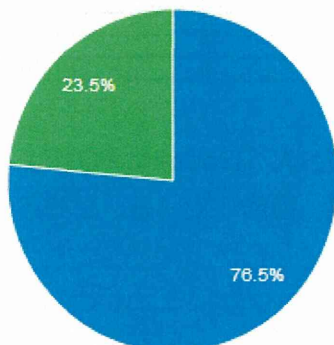
【地域】



地域	訪問数	新規訪問の割合	新規訪問数	直帰率	訪問別ページビュー	訪問時の平均滞在時間
Tokyo	11	72.73%	8	18.18%	10.36	0:15:05
Osaka Prefecture	11	72.73%	8	45.45%	4.36	0:01:27
Kyoto Prefecture	3	66.67%	2	0.00%	12	0:10:50
Kumamoto Prefecture	2	100.00%	2	50.00%	2.5	0:00:15
Aichi Prefecture	1	100.00%	1	0.00%	11	0:03:53
Mie Prefecture	1	100.00%	1	0.00%	8	0:03:54
Shiga Prefecture	1	100.00%	1	0.00%	10	0:13:46
Okayama Prefecture	1	100.00%	1	0.00%	4	0:01:49
Yamaguchi Prefecture	1	100.00%	1	0.00%	12	0:05:52
Fukuoka Prefecture	1	100.00%	1	0.00%	11	0:15:12

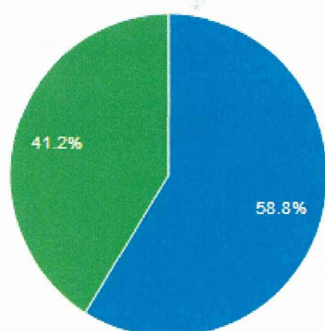
東京・大阪・京都の順でアクセスが多いことがわかった。北日本からのアクセスは無く、東京より南の地域からのアクセスに集中した。特に関西エリアからのアクセスが主なエリアとなり、地域間での大きな差はないといえる。これはエイズ対策研修会に参加した保健所の分布と一致していた。

【リピーター調査】



全体アクセスのうち、76.5%が新規、23.5%がリピーターという結果であった。尚、直帰率比較をすると、新規が15.38%、リピーターが50.00%、訪問別ページビューについては、新規が9.12、リピーターが3.00、滞在時間については、新規が08:25、リピーターが05:05とすべての成績が新規のユーザーがリピーターを上回っていることが示された。これは、①調査と同様の傾向で、リピーターが目的をもってサイトに再び訪れていることが推測される。

【デバイス調査】



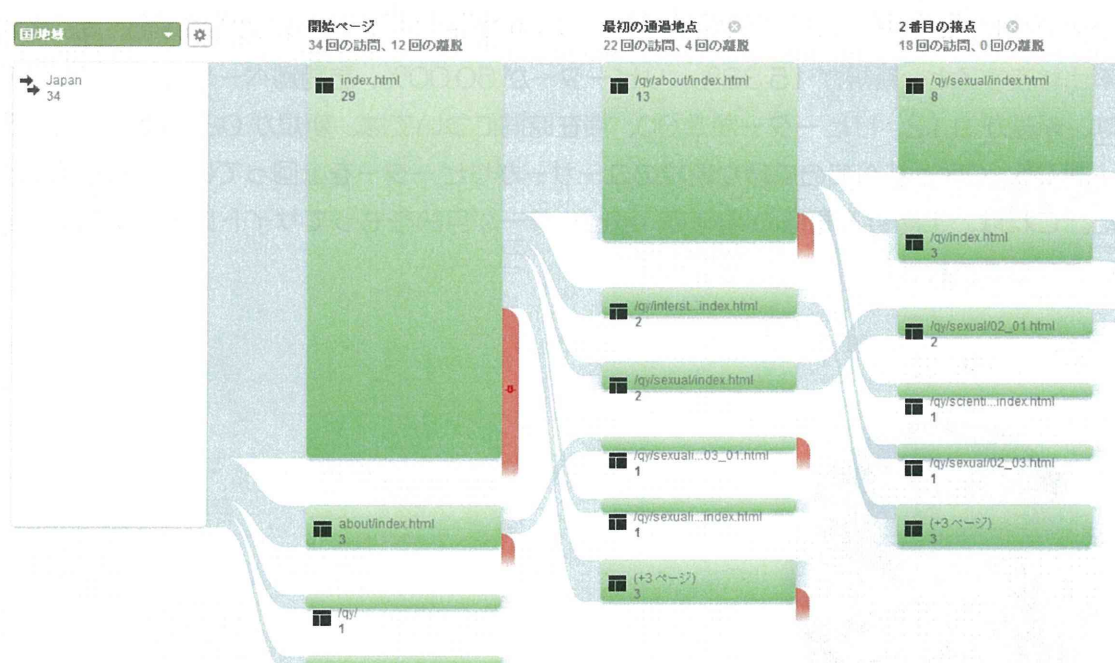
全体のアクセスのうち、58.8%がモバイル（スマートフォンやガラケー）によるアクセスで、41.2%がPCからのアクセスだということが示された。

【携帯種別】

携帯端末の情報	訪問数	新規訪問の割合	新規訪問数	直帰率	訪問別ページビュー	訪問時の平均滞在時間
Apple iPhone	9	66.67%	6	11.11%	2.67	0:04:15
LG L-01E Optimus G	4	25.00%	1	100.00%	1	0:00:00
DoCoMo SO-04E Xperia A	2	100.00%	2	0.00%	29.5	0:53:01
KDDI ISW16SH Aquos Phone Serie	2	50.00%	1	0.00%	14.5	0:10:35
DoCoMo P01F	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
DoCoMo SH-06E Aquos Phone Zeta	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
DoCoMo SO-01E Xperia AX	1	100.00%	1	0.00%	4	0:02:52

保健所調査でも概ねスマートフォンユーザーという結果となったが、「DoCoMo P01F」という機種は、携帯電話（所謂ガラケー）であり、先の調査同様、直帰している。こちらもサイトがプレビューしなかった可能性が高いと思われる。

【ユーザーフロー】



(補足) 多くのユーザーが取った行動として、以下のフローがわかった。

1. QRコードでサイトトップページにアクセス
- ↓
2. 「このウェブは何？」
- ↓
3. 「セクシャルヘルスについて」
- ↓
4. 「セーファーセックス」

以上の様な流れとなり、左カラムのメニューの上から順番に下に下がって閲覧していることが示された。この結果は、過去の解析と同様の結果となっており、左カラムメニューの場合は、上から順番に閲覧していることがわかった。尚、先の学校での調査ともフローが酷似している。

【ページランキング】

ページ	ページビュー数	ページ別訪問数	平均ページ滞在時間	閲覧開始数	直帰率	離脱率
/qy/index.html?category=03	42	30	0:01:45	28	25.00%	19.05%
/qy/sexual/index.html?category=03	22	10	0:00:09	0	0.00%	4.55%
/qy/about/index.html?category=03	21	16	0:00:17	3	33.33%	19.05%
/qy/positive/index.html?category=03	15	7	0:00:16	0	0.00%	6.67%
/qy/intersting/index.html?category=03	13	9	0:00:06	0	0.00%	15.38%
/qy/sexuality/index.html?category=03	13	7	0:00:12	0	0.00%	7.69%
/qy/positive/05_02.html?category=03	9	7	0:00:18	0	0.00%	33.33%
/qy/sexual/02_01.html?category=03	9	7	0:03:34	0	0.00%	11.11%
/qy/help/index.html?category=03	8	4	0:00:04	0	0.00%	12.50%
/qy/mental/index.html?category=03	8	3	0:04:14	0	0.00%	0.00%

トップページ以外で訪問者の多かったページは、

1. セクシャルヘルスについて
2. このウェブは何？
3. 居心地のいい空間を作ろう
4. 面白い情報
5. ゲイ・ストレート・アライアンス

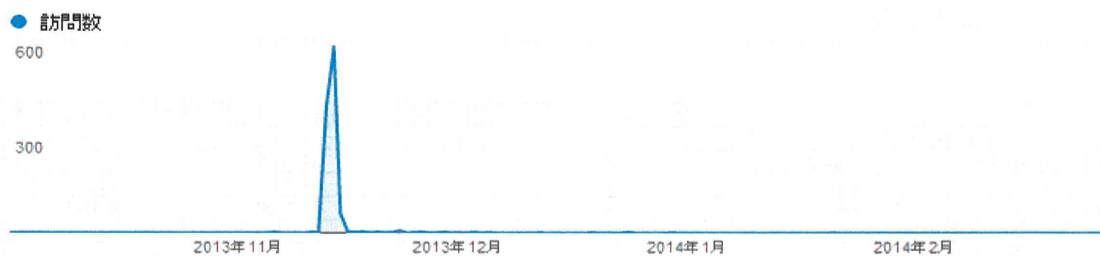
というランキングになった。学校の調査とは異なり、ゲイ・ストレート・アライアンスの情報にアクセスしている。実際、滞在時間が長い順にランキングを入れ替えると、セクシャルリティの情報に次いで、「居心地のいい空間を作ろう」のページにアクセスが集中している。これは、学校の調査よりもはっきりとしたデータが出ている為、ユーザーの悩みがサイトとマッチしていることがわかった。

■③アンケート調査

<http://wysh.jp/gy/index.html?category=04>

某社のweb モニターにネット調査を実施し、サイトを閲覧してもらい、内容についてのコメント（自由記載）を依頼した。

* サイトの内容についてのコメントの内容分析の結果は別ページを参照のこと



訪問数	1,076 (1,074)
ユーザー数	1,026 (1,026)
ページビュー数	4,256 (4,252)
訪問別ページビュー	3.96 (3.96)
訪問時の平均滞在時間	00 : 01 : 42 (00 : 01 : 42)
直帰率	39.78% (39.76%)
新規訪問の割合	95.26% (95.44%)

（補足）これまでの2つの調査とは異なり、訪問数は多いが、満足度は高いとは言えない結果となっている。

【地域】



地域	訪問数	新規訪問の割合	新規訪問数	直帰率	訪問別ページビュー	訪問時の平均滞在時間
Tokyo	276	93.12%	257	43.84%	3.26	0:01:21
Osaka Prefecture	124	91.94%	114	45.97%	3.7	0:01:15
Aichi Prefecture	67	98.51%	66	35.82%	5.46	0:02:16
Kanagawa Prefecture	66	98.48%	65	30.30%	4.18	0:01:50
Saitama Prefecture	56	94.64%	53	30.36%	6.46	0:03:10
Chiba Prefecture	42	97.62%	41	33.33%	3.88	0:00:41
Fukuoka Prefecture	34	100.00%	34	29.41%	4.94	0:02:47
Kyoto Prefecture	32	100.00%	32	37.50%	4.28	0:02:23
Hyogo Prefecture	32	90.62%	29	34.38%	3.75	0:02:01
Hokkaido	29	100.00%	29	20.69%	4.79	0:02:33
Okayama Prefecture	24	95.83%	23	83.33%	1.67	0:00:07
Miyagi Prefecture	23	95.65%	22	39.13%	2.52	0:00:47
Hiroshima Prefecture	19	100.00%	19	47.37%	3.05	0:01:47
Ibaraki Prefecture	18	94.44%	17	33.33%	6.56	0:04:23
Shizuoka Prefecture	16	100.00%	16	25.00%	5.88	0:03:04
Niigata Prefecture	13	92.31%	12	38.46%	3	0:01:10
Akita Prefecture	11	81.82%	9	45.45%	2.09	0:00:31
Nara Prefecture	11	100.00%	11	45.45%	2.82	0:00:56
Kochi Prefecture	11	100.00%	11	27.27%	3.64	0:03:27
Ishikawa Prefecture	10	100.00%	10	50.00%	3.1	0:00:51
Yamaguchi Prefecture	10	70.00%	7	0.00%	8	0:03:57
Nagasaki Prefecture	10	100.00%	10	60.00%	4	0:02:44
Kagoshima Prefecture	10	100.00%	10	50.00%	3.9	0:01:15
Fukushima Prefecture	9	100.00%	9	33.33%	3.78	0:01:13
Aomori Prefecture	8	75.00%	6	50.00%	1.62	0:00:13
Gunma Prefecture	8	87.50%	7	25.00%	3.12	0:00:38
Nagano Prefecture	8	100.00%	8	37.50%	2.88	0:00:18
(not set)	7	100.00%	7	28.57%	3.29	0:01:49
Tochigi Prefecture	7	100.00%	7	42.86%	4.29	0:02:59
Gifu Prefecture	7	100.00%	7	42.86%	3	0:00:48
Mie Prefecture	7	85.71%	6	71.43%	3.29	0:00:15
Kumamoto Prefecture	7	100.00%	7	57.14%	3.14	0:00:13
Toyama Prefecture	6	100.00%	6	33.33%	4.17	0:02:09
Shiga Prefecture	6	100.00%	6	33.33%	3.33	0:01:27
Tottori Prefecture	6	100.00%	6	50.00%	5	0:01:01
Ehime Prefecture	6	100.00%	6	33.33%	4.5	0:01:01
Oita Prefecture	5	100.00%	5	60.00%	1.4	0:00:03
Iwate Prefecture	4	100.00%	4	0.00%	6.25	0:02:04
Yamanashi Prefecture	4	100.00%	4	75.00%	2	0:00:21
Shimane Prefecture	4	100.00%	4	75.00%	1.25	0:00:07
Okinawa Prefecture	4	100.00%	4	0.00%	9.5	0:07:52
Yamagata Prefecture	3	100.00%	3	0.00%	10.33	0:02:20
Kagawa Prefecture	3	100.00%	3	0.00%	5.67	0:01:39
Wakayama Prefecture	2	100.00%	2	50.00%	5	0:08:56
Saga Prefecture	2	100.00%	2	50.00%	1.5	0:01:28
Fukui Prefecture	1	100.00%	1	0.00%	2	0:00:27
Tokushima Prefecture	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
Miyazaki Prefecture	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00

これまでの解析結果とは異なり、全国満遍なくユーザーがアクセスしてきている。訪問別ページビューや平均滞在時間にも大きな差は無く、ある一定のユーザーが同様の行動をとったことが示された。