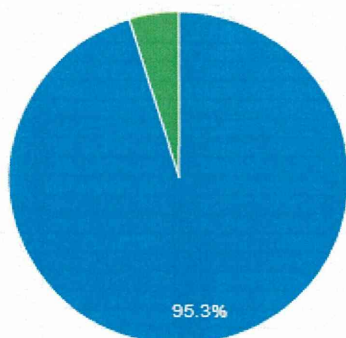
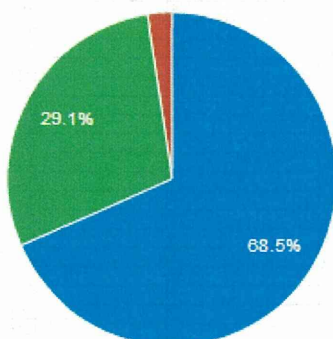


#### 【リピーター調査】



全体アクセスのうち、95.3%が新規、4.74%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38.63%、リピーターが62.75%、訪問別ページビューについては、新規が3.96、リピーターが9.96、滞在時間については、新規が01:39、リピーターが02:34と直帰率は新規の成績が良く、訪問別ページビューは同数、滞在時間においてはリピーターの方が良い成績となった。先の2つの解析とは異なり、アクセスしたい訪問者ではなく、こちらからの依頼で強制的に訪問しているため、このような結果が示された。

#### 【デバイス調査】



全体のアクセスのうち、68.5%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、29.1%がPCからのアクセスだということがわかった。尚、先の調査にはなかったタブレットモバイルユーザー（ipadなど）が2.42%、数でいうと26の訪問数があったことが示された。

【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	167	89.82%	150	49.70%	2.56	0:01:03
(not set)	23	86.96%	20	34.78%	6.3	0:03:55
Apple iPad	22	90.91%	20	45.45%	2.59	0:00:42
Apple iPod	10	100.00%	10	50.00%	3.1	0:01:47
HTC HTL21 J Butterfly	9	100.00%	9	44.44%	3.78	0:00:31
DoCoMo SO-02E Xperia Z	7	100.00%	7	0.00%	7	0:03:42
KDDI IS12S acro HD IS12S	6	83.33%	5	16.67%	8.17	0:11:14
DoCoMo SO-04D Xperia GX	5	100.00%	5	20.00%	7.8	0:08:16
KDDI ISW16SH Aquos Phone Serie	5	60.00%	3	40.00%	4.8	0:01:49
KDDI SOL21 Xperia VL	5	100.00%	5	40.00%	2.6	0:00:20
DoCoMo SH-04E Aquos Phone EX	4	100.00%	4	75.00%	2	0:00:11
DoCoMo SO-01E Xperia AX	4	75.00%	3	0.00%	14.25	0:07:13
DoCoMo N-03E Disney Mobile N-03E	3	100.00%	3	33.33%	2.67	0:00:17
DoCoMo N-05D Medias ES N-05D	3	100.00%	3	0.00%	6.67	0:01:26
Google Nexus 7	3	100.00%	3	33.33%	18.67	0:06:38
KDDI KYL21 DIGNO S KYL21	3	100.00%	3	0.00%	4.33	0:03:46
Panasonic P-02D LUMIX Phone P-02D for DoCoMo	3	100.00%	3	0.00%	4.67	0:01:02
Samsung SC-02E Galaxy Note II	3	100.00%	3	33.33%	3.33	0:00:36
DoCoMo F-04E Arrows V F-04E	2	100.00%	2	50.00%	1.5	0:00:08
DoCoMo L-05D Optimus it	2	100.00%	2	50.00%	2.5	0:00:06
DoCoMo P-02E	2	100.00%	2	50.00%	2	0:00:10
DoCoMo SH-04D Q-pot.Phone SH-04D	2	100.00%	2	0.00%	2	0:00:12
DoCoMo SH-06D AQUOS SH-06D	2	100.00%	2	100.00%	1	0:00:00
Fujitsu F-05D ARROWS X LTE F-05D	2	100.00%	2	50.00%	7	0:01:54
Fujitsu F-08D Disney Mobile F-08D	2	100.00%	2	0.00%	5	0:02:00
KDDI IS17SH Aquos Phone CL	2	100.00%	2	0.00%	5	0:00:43
KDDI SHL21 Aquos Phone SHL21	2	100.00%	2	100.00%	1	0:00:00
Samsung SC-03E Galaxy S III α	2	100.00%	2	0.00%	8.5	0:02:37
Sharp SH-01D AQUOS PHONE SH-01D for DoCoMo	2	100.00%	2	50.00%	5	0:01:12
DoCoMo F-02E Arrows X F-02E	1	100.00%	1	0.00%	2	0:00:29
DoCoMo F-10D	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
DoCoMo L-04E Optimus G Pro	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
DoCoMo L-05E Optimus it L-05E	1	100.00%	1	0.00%	15	0:20:46
DoCoMo N-07D	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
DoCoMo P-06D Eluga V P-06D	1	100.00%	1	0.00%	9	0:01:16
DoCoMo SC-06D Galaxy SIII LTE	1	100.00%	1	0.00%	7	0:01:48
DoCoMo SH-01E Vivienne Westwood	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 SH-10D Aquos Phone sv	1	100.00%	1	0.00%	2	0:00:23
DoCoMo SO-03D Xperia acro HD	1	100.00%	1	0.00%	3	0:01:14
DoCoMo SO-04E Xperia A	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
Fujitsu F-01D ARROWS Tab LTE F-01D	1	100.00%	1	0.00%	25	0:15:01
Fujitsu ISW11F ARROWS Z ISW11F for KDDI	1	100.00%	1	0.00%	5	0:00:52
Fujitsu Toshiba T-01D REGZA Phone T-01D for DoCoMo	1	100.00%	1	0.00%	5	0:01:12
KDDI IS12F Arrows ES IS12F	1	100.00%	1	0.00%	19	0:05:09
KDDI IS14SH Aquos Phone IS14SH	1	100.00%	1	0.00%	3	0:00:36
KDDI ISW11SC Galaxy SII WIMAX	1	100.00%	1	0.00%	19	0:03:36
KDDI ISW12K Urbano Progresso	1	100.00%	1	0.00%	16	0:05:13
KDDI ISW13F Arrows Z ISW13F	1	100.00%	1	0.00%	3	0:00:35
KDDI SOL22 Xperia UL	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
LG L-01E Optimus G	1	100.00%	1	0.00%	3	0:00:14
NEC N-04C Medias N-04C for DoCoMo	1	100.00%	1	0.00%	8	0:03:19
Samsung SC-04E Galaxy S IV	1	100.00%	1	0.00%	11	0:01:28
Sharp A01 INFOBAR A01 for KDDI au iida	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
Sharp SH-12C AQUOS PHONE SH-12C for DoCoMo	1	100.00%	1	0.00%	5	0:01:00
Softbank SBM107SH Pantone 5 107SH	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
Sony Playstation 3	1	100.00%	1	0.00%	3	0:00:19
SonyEricsson IS11S Xperia acro	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
SonyEricsson SO-02C Xperia acro	1	100.00%	1	0.00%	2	0:00:15
SonyEricsson SO-02D Xperia TM NX SO-02D	1	100.00%	1	0.00%	3	0:00:34
Toshiba IS04 Regza Phone IS04 for KDDI	1	100.00%	1	0.00%	4	0:00:43

ほぼ全てのユーザーがスマートフォンという結果がわかった。ただし、今回の調査で、22人のモバイルユーザーの機種が判明していない。しかし、その23人のうち、直帰しているのは34.78%であることから、可能性としてはその中に、ガラケーでの閲覧者がいた可能性が残るが、圧倒的にスマートフォンユーザーだったことがわかった。

## 【ユーザーフロー】



ユーザーフローとしては、①学校、②保健所調査とまったく同様の結果となった。

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」

今回のサイト設計（左カラムメニュー）の特徴と言える。

## 【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=04	1366	1047	28.37	1040	40.19%	40.78%
/qy/about/index.html?category=04	390	302	22.09	8	12.50%	18.21%
/qy/sexual/index.html?category=04	324	194	12.18	3	0.00%	8.95%
/qy/sexual/02_01.html?category=04	238	218	117.04	2	50.00%	34.03%
/qy/intersting/index.html?category=04	174	107	12.42	0	0.00%	5.17%
/qy/sexuality/index.html?category=04	148	97	10.89	0	0.00%	5.41%
/qy/sexual/02_02.html?category=04	146	134	54.40	2	100.00%	43.15%
/qy/scientific/index.html?category=04	139	121	21.55	0	0.00%	20.14%
/qy/intersting/06_01.html?category=04	103	98	36.10	2	0.00%	14.56%
/qy/sexuality/03_02.html?category=04	100	94	51.82	1	0.00%	12.00%

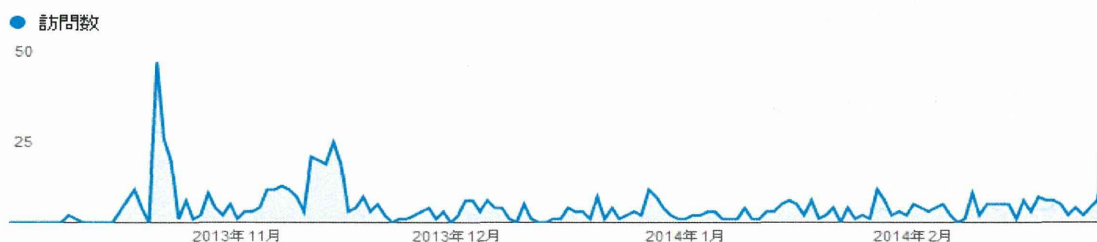
トップページ以外で訪問者が多かったページは、

- 1.このウェブって何？
- 2.セクシャルヘルスについて
- 3.セーファーセックス
- 4.面白い情報
- 5.性感染症

という結果となり、この結果は、ユーザーフローと酷似する傾向となった。傾向としては、セクシャルヘルスについて、もしくは面白い情報などへのアクセスが多く、メンタルヘルスや居心地のいい空間のページへはあまりアクセスが無かった。ネット調査が性意識・性行動調査であり、対象者は必ずしも高校生ではないことから当然の結果であると考えられる。

#### ■④その他（①②③を含まない調査）

当研究班で作成したサイト誘導カードによる誘導によらない閲覧者の動向を調べた。

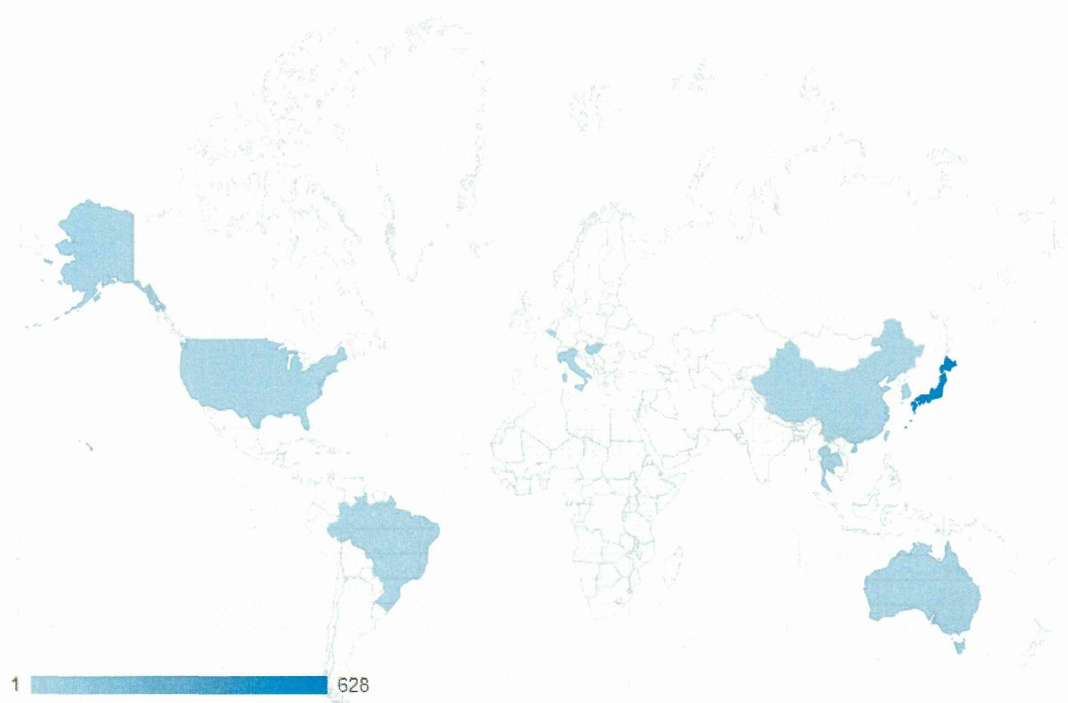


訪問数	649 (395)
ユーザー数	517 (305)
ページビュー数	3,791 (2,891)
訪問別ページビュー	5.84 (7.32)
訪問時の平均滞在時間	00 : 04 : 03 (00 : 04 : 46)
直帰率	54.85% (48.10%)
新規訪問の割合	79.20% (76.46%)

他の調査と異なり、アクセス数が調査前半以降も増加している。訪問ページビュー、訪問時の平均滞在時間、直帰率についても時期による変動がなく、安定している。尚、新規の割合は、80%程度と高い。

【地域】

■世界の状況



国/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
Japan	628	79.14%	497	54.30%	5.96	0:04:10
United States	7	100.00%	7	85.71%	1.29	0:00:03
Australia	5	20.00%	1	20.00%	5.6	0:01:11
Thailand	2	100.00%	2	50.00%	1.5	0:00:05
Belgium	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
Brazil	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
China	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
Hungary	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
Italy	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
South Korea	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
Taiwan	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00

本サイトは日本語、英語対応の為、英語検索で流入が見られる。現状の全体数はまだ少ないが、今後、キーワード対策が施されていくと増えていくことが予測される。



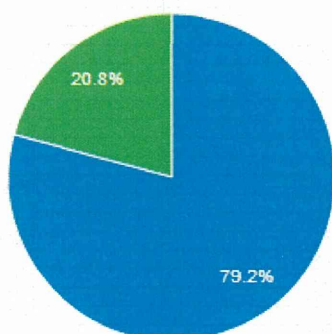
■日本の状況



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	204	83.33%	170	62.25%	4.58	0:02:54
Osaka Prefecture	95	86.32%	82	54.74%	4.91	0:03:26
Aichi Prefecture	51	72.55%	37	52.94%	7.18	0:04:55
Kyoto Prefecture	35	42.86%	15	48.57%	7.03	0:06:52
Chiba Prefecture	24	79.17%	19	58.33%	6.08	0:03:41
Hyogo Prefecture	24	58.33%	14	33.33%	17.62	0:11:46
Kanagawa Prefecture	16	81.25%	13	68.75%	2.44	0:00:48
Shizuoka Prefecture	15	66.67%	10	73.33%	3.33	0:00:49
Miyazaki Prefecture	15	53.33%	8	0.00%	15.6	0:15:36
Hokkaido	12	91.67%	11	25.00%	7.58	0:05:46
Miyagi Prefecture	10	70.00%	7	60.00%	4.4	0:03:52
Niigata Prefecture	10	80.00%	8	0.00%	12	0:07:50
Saitama Prefecture	8	100.00%	8	62.50%	4.62	0:04:41
Shiga Prefecture	7	85.71%	6	14.29%	9.14	0:05:00
Wakayama Prefecture	7	100.00%	7	28.57%	4.57	0:02:45
Fukuoka Prefecture	7	85.71%	6	57.14%	5.29	0:06:26
(not set)	6	100.00%	6	50.00%	2.67	0:00:18
Gunma Prefecture	6	66.67%	4	83.33%	1.83	0:00:10
Tottori Prefecture	6	50.00%	3	66.67%	8.83	0:02:34
Tochigi Prefecture	5	100.00%	5	60.00%	4.8	0:01:00
Nagano Prefecture	5	100.00%	5	40.00%	11.8	0:06:45
Tokushima Prefecture	5	60.00%	3	20.00%	8.2	0:06:16
Kumamoto Prefecture	5	80.00%	4	80.00%	1.4	0:00:18
Okinawa Prefecture	5	80.00%	4	40.00%	7.6	0:09:55
Fukushima Prefecture	4	75.00%	3	25.00%	13.25	0:07:52
Ibaraki Prefecture	4	100.00%	4	75.00%	1.25	0:00:12
Saga Prefecture	4	75.00%	3	50.00%	7.75	0:08:07
Akita Prefecture	3	100.00%	3	66.67%	4.33	0:10:11
Nara Prefecture	3	100.00%	3	66.67%	2	0:00:30
Shimane Prefecture	3	100.00%	3	100.00%	1	0:00:00
Hiroshima Prefecture	3	100.00%	3	66.67%	1.33	0:00:04
Aomori Prefecture	2	100.00%	2	50.00%	2	0:00:35
Toyama Prefecture	2	100.00%	2	50.00%	2.5	0:00:22
Ishikawa Prefecture	2	100.00%	2	100.00%	1	0:00:00
Yamanashi Prefecture	2	100.00%	2	50.00%	2	0:00:21
Yamaguchi Prefecture	2	100.00%	2	100.00%	1	0:00:00
Ehime Prefecture	2	50.00%	1	0.00%	11	0:07:57
Oita Prefecture	2	100.00%	2	50.00%	2	0:00:43
Kagoshima Prefecture	2	100.00%	2	50.00%	1.5	0:00:05
Yamagata Prefecture	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
Fukui Prefecture	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
Okayama Prefecture	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
Kagawa Prefecture	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
Nagasaki Prefecture	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00

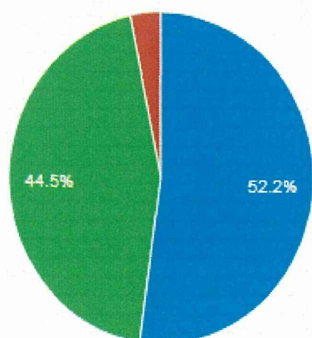
東京・大阪・愛知・京都・千葉と続く。

#### 【リピーター調査】



全体アクセスのうち、79.2%が新規、20.8%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89.53%、リピーターが37.04%、訪問別ページビューについては、新規が4.73、リピーターが10.07、滞在時間については、新規が02:58、リピーターが08:08とすべての成績がリピーターのユーザーが新規を上回っていることがわかった。この結果は、先のどの調査とも異なり、①②においては、まったく逆の結果となった。今回の場合、多くのユーザーは、たまたまアクセスしてきてるユーザーが対象になると考えられることから、リピーターユーザーはより深く、サイトを閲覧したと考えられる。

#### 【デバイス調査】



全体のアクセスのうち、52.2%がPCによるアクセスで、44.5%がモバイル（スマートフォンやガラケー）からのアクセス、3.24%がタブレットモバイルユーザー（ipad など）であることが示された。

【携帯機種】

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	170	85.29%	145	76.47%	1.97	0:01:08
Apple iPad	20	95.00%	19	55.00%	3.75	0:05:10
(not set)	17	94.12%	16	58.82%	3.47	0:01:39
DoCoMo L-02E	4	25.00%	1	75.00%	4	0:01:57
DoCoMo N-05D Medias ES N-05D	4	50.00%	2	25.00%	6.75	0:06:53
DoCoMo SO-01E Xperia AX	4	100.00%	4	75.00%	1.75	0:00:43
KDDI IS12S acro HD IS12S	4	75.00%	3	100.00%	1	0:00:00
Apple iPod	3	100.00%	3	66.67%	1.33	0:00:04
DoCoMo SO-04E Xperia A	3	100.00%	3	66.67%	1.33	0:00:03
Samsung SC-04E Galaxy S IV	3	100.00%	3	33.33%	2	0:00:54
Sharp IS13SH AQUOS Phone IS13SH for KDDI	3	66.67%	2	66.67%	2.67	0:00:16
DoCoMo SC-06D Galaxy SIII LTE	2	50.00%	1	0.00%	3.5	0:01:02
DoCoMo SO-04D Xperia GX	2	100.00%	2	100.00%	1	0:00:00
Fujitsu F-05D ARROWS X LTE F-05D	2	100.00%	2	50.00%	3	0:00:37
Fujitsu F-05D ARROWS X LTE F-05D for DoCoMo	2	50.00%	1	50.00%	1.5	0:00:05
HTC ISW12HT EVO 3D ISW12HT for KDDI	2	100.00%	2	100.00%	1	0:00:00
KDDI ISW13HT J	2	50.00%	1	100.00%	1	0:00:00
KDDI KYL21 DIGNO S KYL21	2	100.00%	2	100.00%	1	0:00:00
KDDI SHL21 Aquos Phone SHL21	2	100.00%	2	0.00%	11	0:04:15
KDDI SOL21 Xperia VL	2	100.00%	2	100.00%	1	0:00:00
LG L-01E Optimus G	2	50.00%	1	100.00%	1	0:00:00
Samsung SC-03D GALAXY S II LTE SC-03D for DoCoMo	2	100.00%	2	50.00%	1.5	0:00:05
Samsung SCL22 GALAXY Note III SCL22 for KDDI	2	50.00%	1	100.00%	1	0:00:00
Sharp SHL22 AQUOS PHONE SERIE SHL22 for KDDI	2	100.00%	2	100.00%	1	0:00:00
Acer A700	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
DoCoMo F-06E Arrows NX	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
DoCoMo F-10D	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
DoCoMo L-05D Optimus it	1	100.00%	1	0.00%	9	0:04:53
DoCoMo N-07D	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
DoCoMo P-02E	1	100.00%	1	0.00%	11	0:02:42
DoCoMo P-06D Eluga V P-06D	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
DoCoMo SH-04D Q-pot.Phone SH-04D	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
DoCoMo SH-04E Aquos Phone EX	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
DoCoMo SH-06D AQUOS SH-06D	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
DoCoMo SH-07D Aquos Phone ST	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
DoCoMo SO-02E Xperia Z	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
DoCoMo SO-03D Xperia acro HD	1	100.00%	1	0.00%	8	0:03:00
Fujitsu F-03E ARROWS Kiss F-03E for DoCoMo	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
Fujitsu F-08D Disney Mobile on docomo F-08D for DoCoMo	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
Fujitsu F-12C F-12C for DoCoMo	1	100.00%	1	0.00%	17	0:04:59
Fujitsu Toshiba T-01D REGZA Phone T-01D for DoCoMo	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
Google Nexus S	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
HTC HTL21 J Butterfly	1	100.00%	1	0.00%	3	0:00:42
KDDI IS12F Arrows ES IS12F	1	100.00%	1	0.00%	19	0:05:09
KDDI IS14SH Aquos Phone IS14SH	1	100.00%	1	0.00%	3	0:00:36
KDDI IS17SH Aquos Phone CL	1	100.00%	1	0.00%	4	0:00:20
KDDI SOL22 Xperia UL	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
Kyocera KYY21 URBANO L01 KYY21 for KDDI	1	100.00%	1	0.00%	17	0:02:27
LG L-01E Optimus G L-01E for DoCoMo	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
LG LGL21 Optimus G LGL21 for KDDI	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
NEC N-04C Medias N-04C for DoCoMo	1	100.00%	1	0.00%	8	0:03:19
NEC N-06C Medias WP N-06C for DoCoMo	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
Panasonic P-02E ELUGA X P-02E for DoCoMo	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
Samsung SC-02C Galaxy S II SC-02C for DoCoMo	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
Samsung SC-02E Galaxy Note II	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
Samsung SC-03E	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
Samsung SC-03E Galaxy S III α	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
Samsung SHV-E160S Galaxy Note	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
Sharp 104SH AQUOS PHONE 104SH for Softbank	1	100.00%	1	0.00%	3	0:02:08
Sharp 203SH AQUOS PHONE Xx 203SH for Softbank	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
Sharp A01 INFOBAR A01 for KDDI au iida	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
Sharp IS03 IS03 for KDDI	1	100.00%	1	0.00%	2	0:03:06
Sharp IS12SH 3D AQUOS PHONE IS12SH for KDDI au	1	100.00%	1	0.00%	7	0:03:06
Sharp SBM102SH	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
Sharp SH-01D AQUOS PHONE SH-01D for DoCoMo	1	100.00%	1	0.00%	4	0:01:26
Sharp SH-01F AQUOS PHONE ZETA SH-01F for DoCoMo	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
Sharp SH-02D AQUOS PHONE slider SH-02D	1	100.00%	1	0.00%	16	0:05:07
SonyEricsson C6602 Xperia Z	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
SonyEricsson IS11S Xperia acro	1	100.00%	1	0.00%	4	0:00:56
SonyEricsson IS12S	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
SonyEricsson NW-Z1000	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
SonyEricsson SO-02C Xperia acro	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00
SonyEricsson SO-02C Xperia acro SO-02C for DoCoMo	1	100.00%	1	100.00%	1	0:00:00

こちらの調査でも、ほとんどのユーザーがスマートフォンから閲覧していることがわかった。



## 【ユーザーフロー】



ユーザーフローとしては、以下のとおりである。

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」

これらの結果は、①②③の傾向と概ね重なっており、サイト設計において、左ボタンの順番は読ませたい順にしておくこと、ユーザーはその順でサイトを閲覧してくれることが示された。左カラムボタンの場合は、上から順。ヘッダー部分のボタンの構造の場合は左から右へユーザーは移動する傾向がある。

## 【ページランキング】

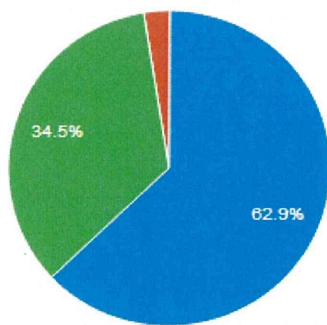
ページ	ページビュー数	ページ別訪問数	平均ページ滞在時間	閲覧開始数	直帰率	離脱率
/qy/about/index.html	252	142	0:00:48	28	21.43%	12.70%
/qy/	232	152	0:00:50	149	25.50%	25.00%
/qy/sexual/index.html	182	96	0:00:40	11	18.18%	6.59%
/qy/sexual/02_01.html	175	125	0:01:54	62	74.19%	36.00%
/qy/sexuality/index.html	153	89	0:00:30	16	50.00%	11.11%
/qy/sexuality/03_01.html	135	95	0:01:35	18	77.78%	20.74%
/qy/scientific/index.html	125	89	0:00:24	2	50.00%	8.00%
/qy/intersting/index.html	115	66	0:00:10	5	60.00%	5.22%
/qy/sexual/02_02.html	96	65	0:00:52	16	93.75%	22.92%
/qy/index.html	94	48	0:00:39	29	24.14%	21.28%

トップページ以外で訪問者の多かったページは、

- 1.このウェブって何？
- 2.セクシャルヘルスについて
- 3.セーファーセックス
- 4.セクシャリティについて
- 5.セクシャリティについて（多様性について）

という結果となり、まさに、ボタンの上から順番に人気の順となった。

## 【その他のユーザーはどのようにアクセスしてきているか】



62.9%のユーザーは検索エンジン（Yahoo!、Google など）にて検索して、サイトにアクセスしている。ダイレクトユーザーは、URL を直接入力するか、お気に入りからダイレクトに訪れていて、34.5%、数でいうと 224 の訪問数があった。この流入は、自然発生的なユーザーにプラスして、調査にて QR コードからアクセスできないユーザーも含まれていた可能性がある。尚、2.62%のユーザー、数でいうと 17 の訪問数は facebook から訪れていた。これは、ロコミ的にサイトへのアクセスが促された可能性がある。ページがシェアされ、注目されていくことは、今後、SNS の活用によるサイト紹介の可能性が示唆された。

【検索結果】

検索キーワードは以下のとおりである。非常に重要なデータのため、すべて書き出してみる。

キーワード	訪問数
(not provided)	177
out of the box wysh	12
セーファーセックス	8
qy	7
http://wysh.jp/qy/	4
wysh 性同一性障害	4
wysh 同性愛	4
事故に見せかけた自殺	4
生殖器 老化	4
wysh out of box	3
カミングアウト	3
セクシャリティー 説明	3
歴史 衆道	3
hiv コンドーム 破れた場合 直ぐに 洗った	2
http://wysh.jp/qy/	2
wysh out of the box	2
wysh 若者	2
wysh 教育 techer	2
ゲイストレート アライアンス	2
セクシャルマイノリティ ストレート	2
メンタルヘルス	2
自殺	2
自傷行為	2
女用 コンドーム コンビニ	2
人の肌色 多様性	2
生殖器	2
男性 加齢 生殖器	2
友達 自殺	2
老化 生殖器	2

膣洗浄 妊娠	2
03-3319-3203	1
about	1
denntarudamu	1
gay & straight alliance について	1
gay-straight alliance	1
gay-straight alliance 日本	1
glsen 何	1
hiv コンドーム 破れ 直ぐに 洗った	1
hiv 感染 見た目	1
<a href="http://www.wysh.jp/qy">http://www.wysh.jp/qy</a>	1
mental health	1
out ob the box wysh	1
out of box wysh	1
out of the box wysh 教育	1
outofthebox wysh	1
pmdd 自傷 殴る	1
pms 記憶力	1
qy 活動	1
stds とは	1
stds 医療	1
wysh	1
wysh out	1
wysh outofthebox	1
wysh project out of the box	1
wysh 本	1
wysh 公式サイト outofthebox	1
wysh 公式サイト out ofthe box	1
アウト	1
いじめ	1
いじめ どれ 行動	1
インターセックス is たすけて	1
エイズの感染経路 サーファセックス	1
オナニー 奇形 医学	1
オナニー 免疫	1

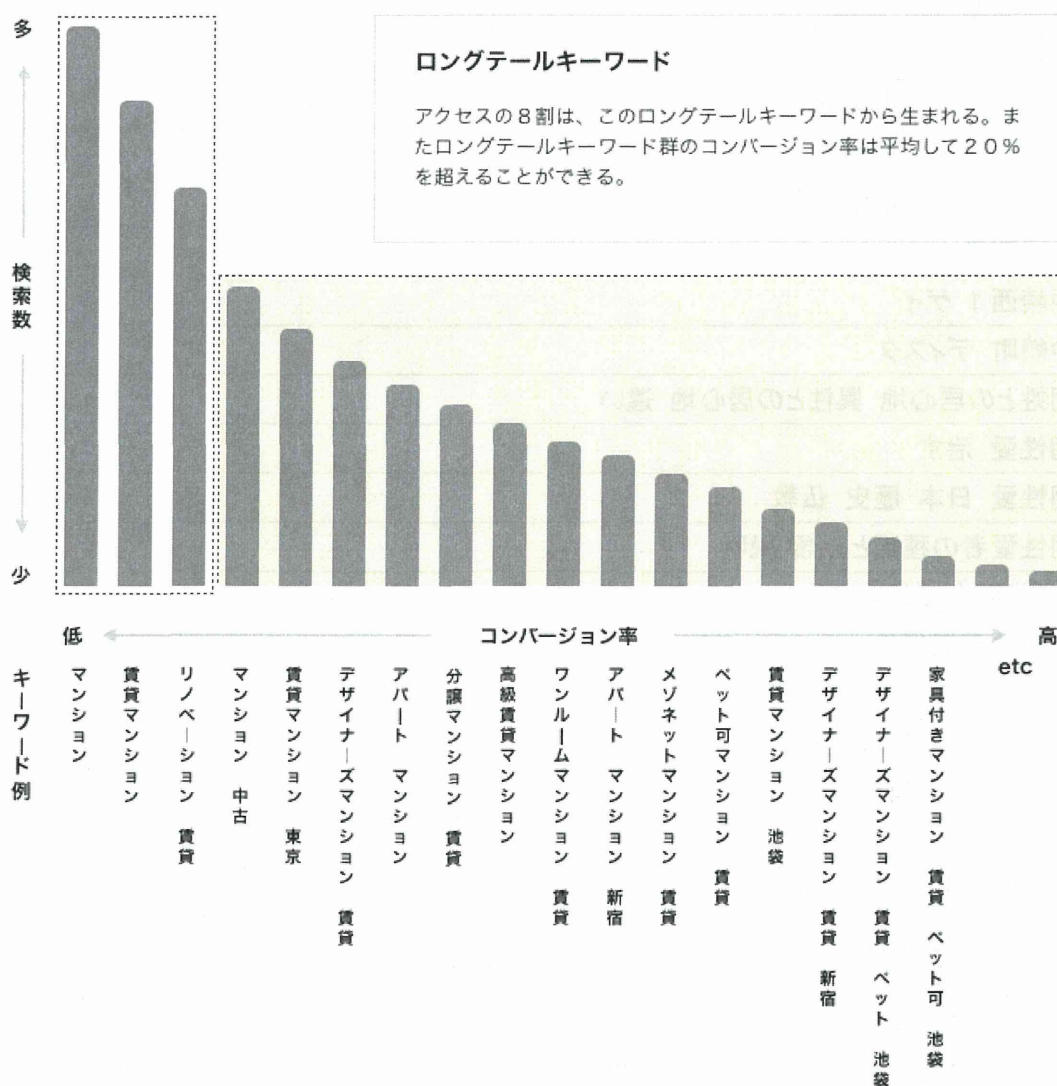
カミングアウト セクシャリティを伝える	1
カミングアウトする相手	1
この	1
コミュニティーセンターディスタ	1
コミュニティセンターディスタ	1
コンドームに穴を開けて sex するとコンドームには精液が残らない?	1
サーファセックスとは	1
サポート オブ マスターベーション	1
サポートオブマスターベーション	1
じしょうこうい	1
セーファーsex	1
せーふあーせつくす	1
セクシャリティ	1
セクシャリティ wys 教育	1
セクシャリティー 多様	1
セクシャリティーとは	1
セクシャリティの多様性 わかりやすい説明	1
セクシャルヘルス	1
セクシャルヘルスについて	1
セクシャルポンプ	1
セクシュアリティ who	1
セクシュアリティ 歴史 日本	1
セクシュアリティとは 性行為 世界保健機構	1
セクシュアリティ考え	1
セクシュアルヘルス 避妊	1
セクシュアルヘルス 避妊 方法	1
セクシュアルヘルス向上	1
セックスする時痛い いぼ	1
デリヘル マイクロペニス	1
デリヘルで、妊娠	1
ヘルスでセックス	1
メンタルサイト 自傷	1
メンタルヘルス 自殺	1
ラインいじめホットライン	1
リング性行為	1



レズコンジローム	1
レズビアン セーファー セックス	1
レズビアン セーファーセックス	1
安全	1
加齢 生殖	1
加齢 生殖器 男性	1
歌舞伎 同性愛 歴史	1
歌舞伎役者 同性愛	1
学校では教えてくれない 歴史	1
現代日本 セクシャリティー	1
骨盤内炎症性疾患 妊娠できた	1
使われなかった卵子 月経	1
子宮 壁 剥がれない 加齢	1
子宮筋腫 20代 セクシャリティ	1
事故 見せかけ 自殺	1
事故にみせかけた自殺	1
事故に見せかけ 自殺	1
自殺 友達	1
自傷 助け	1
自傷行為 サポート sex	1
自傷行為 メンタルクリニック	1
自傷行為 感染	1
自傷行為 助けて	1
自傷行為 頭を殴る 教員	1
自傷行為 突発的	1
自傷行為 壁打ち	1
若く妊娠にならないため	1
女性 生殖年齢	1
信頼できる人にカミングアウト	1
性行為の後膣洗浄は妊娠の可能性を下げますか?	1
性関係 wysh	1
性器のイボ 死亡	1
性病にかからない セックス	1
性病にかからない sex	1
性病にかからない性行為	1

性病にかからない方法	1
生殖器 向上	1
生殖器 男性 老化	1
生殖器 老化 男	1
生殖器の面白い話	1
生殖器の老化	1
生殖器年齢	1
生殖機能の向上	1
生徒 居心地のいい 学校	1
生理 終わりかけ pms	1
生理 2週間前 pms 受精してない	1
生理周期 sex 変化	1
多様 セクシャリティー	1
大阪市 北区 堂山町 巽ビル 映画	1
男 生殖機能 老化	1
男性 性病 生殖機能失う	1
稚児草子	1
中崎西 1 ゲイ	1
中崎町 ディスタ	1
同姓との居心地 異性との居心地 違い	1
同性愛 治す	1
同性愛 日本 歴史 仏教	1
同性愛者の種類と分類 説明	1
突発的 自傷行為	1
突発的自傷行為	1
日本人 セーファーセックス	1
排卵出血 排卵後?	1
坊さん ゲイ 男色	1
友達の自殺	1
膣 洗う 妊娠	1
膣外射精 アメリカ	1
膣外射精 妊娠 確信	1
膣外射精で妊娠した人	1
膣洗浄 着床	1

当サイトに関連性の高いキーワードが均等に検索されていることが示された。これら複数のキーワードの検索結果としてアクセスしてきている状況は今後もユーザー数が増えることを意味している。例えば、この検索エンジン対策、通称 SEO 対策について考えてみると、数年前、SEO 対策は非常に安易な方法でも結果を出す事が可能であった。例えば、1 ページの中に、一定以上のキーワード数を入れさえすれば、検索結果の上位に表示された。その後、安易な検索エンジン対策は検索エンジン会社としては、「違法」ということでスパム行為として判定されることになった。このスパム行為と判定されたサイトは、検索結果が著しく悪くなる仕組みを作った。その後、内部対策での結果を出すことが難しくなり、SEO 業者はこぞって、外部対策をするようになった。これは、バックリンクとって、外部からリンクで訪れるユーザーを増やす手法で、これもまた、簡単に SEO 対策できるようになった。しかし、この手法もスパム行為と認定された。



昨今の SEO 対策は、ロングテール SEO とって、関連するキーワードを増やし、ページ

数を増やすことが大切になった。図で説明すると、例えば、「マンション」というキーワードをSEO対策するには、そのキーワードをひたすらページの中に組み込めばよかったのが、過去のSEO対策だったのに対して、関連するキーワードや複数検索に対応したほうが、結果的に、総アクセス数が伸びるという考え方だ。今回このサイトにおけるロングテールSEO対策が順調に機能しているため、現在でもアクセス数が増え続けている結果となったと考えられる。

## 【まとめ】

①②③④、それぞれの解析結果をまとめると、①②については、【新規】のアクセス時の方がしっかりとサイトを閲覧しており、【リピーター】となったユーザーは再度確認するために、トップページから最短距離で自分が見たいページへと移動し、情報を確認していたことが示された。アクセスするためのサイトカードがきっかけとなり入ってきているため、この段階で、【サイトに入る】か【サイトに入らない】という選択がある。逆に、④のように、検索エンジン対策などからアクセスがあった場合、自分が気になるキーワードを検索し、たまたま発見したサイトを見たということになる。そういったアクセスの場合、当サイト以外にも様々なサイトを探している可能性があり、再び訪れたユーザーの心理として、まずは複数のサイトを流して見て、その後、気になったサイトをじっくりと見直している可能性が高い。その証拠として、滞在時間や平均ページビューの成績が倍近いプラスになっている。逆に、強制的な③のような調査の場合、やはり、直帰率やサイト滞在時間、平均ページビューは他の調査よりも低くなった。

尚、①②の調査では、カードをもらい、【サイトに入らない】を選択しているユーザーはその段階で離脱しているわけで、残った【サイトに入る】を選択したユーザーや、④の調査で検索エンジンで訪れ、さらにリピーターで訪れたユーザーは似た考えを持つユーザーだと考えられる。その為、①②の調査や④のリピーターは似た行動パターンであることが、滞在時間や平均ページビューの成績で明らかとなった。

また、調査全体のページビュー数の【新規】と【リピーター】に分け、「助けて！」のページにアクセスしたユーザーの数を計算したところ、【新規】は2.9%【リピーター】は4.9%という行動パターンであることが分かった。（コンバージョン率＝「助けて！」のページビュー/全体ページビュー）このことから、【リピーター】ユーザーの方が、ニーズの高いあるいは緊急性を要する悩みを持っているユーザーの割合が多かった可能性が示唆された。

また、まだ非常に数は少ないが、SNSからのアクセスが入り始めたことについて、口コミ的広がりが今後期待される。

1. こちら側から「見てほしい」と導線を作るサイト誘導カード。
2. ユーザー側から「探していた」と自然流入してくる検索流入。
3. SNSを介した口コミ的アクセス。

今後は、これらのパターンを考慮しながらサイト普及を検討していく必要があると思われる。



## ■ サイト普及のための参考調査

### ★★★ スマートフォンの普及率 ★★★

総務省の最新のデータを基に現状を把握する。

「通信利用動向調査」平成 24 年調査（平成 25.06.14 公表）

<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/statistics05a.html>

#### 【調査概要】

通信利用動向調査は、世帯（全体・構成員）及び企業を対象とし、統計法（平成 19 年法律第 53 号）に基づく一般統計調査として平成 2 年から毎年実施（企業調査は、平成 5 年に追加し平成 6 年を除き毎年実施。世帯構成員調査は、平成 13 年から実施。）されており、平成 22 年から世帯調査を都道府県別に実施。

#### 世帯調査 企業調査

調査時期 平成 25 年 1 月～3 月

対象地域 全 国

#### 属性範囲・調査の単位数

20 歳以上（平成 24 年 4 月 1 日現在）の世帯主がいる世帯及びその構成員

常用雇用者規模 100 人以上の企業（農業、林業、漁業、鉱業及び公務を除く。）

#### サンプル数

〔有効送付数〕 40,592 世帯 [39,912 世帯] 5,140 企業 [4,497 企業]

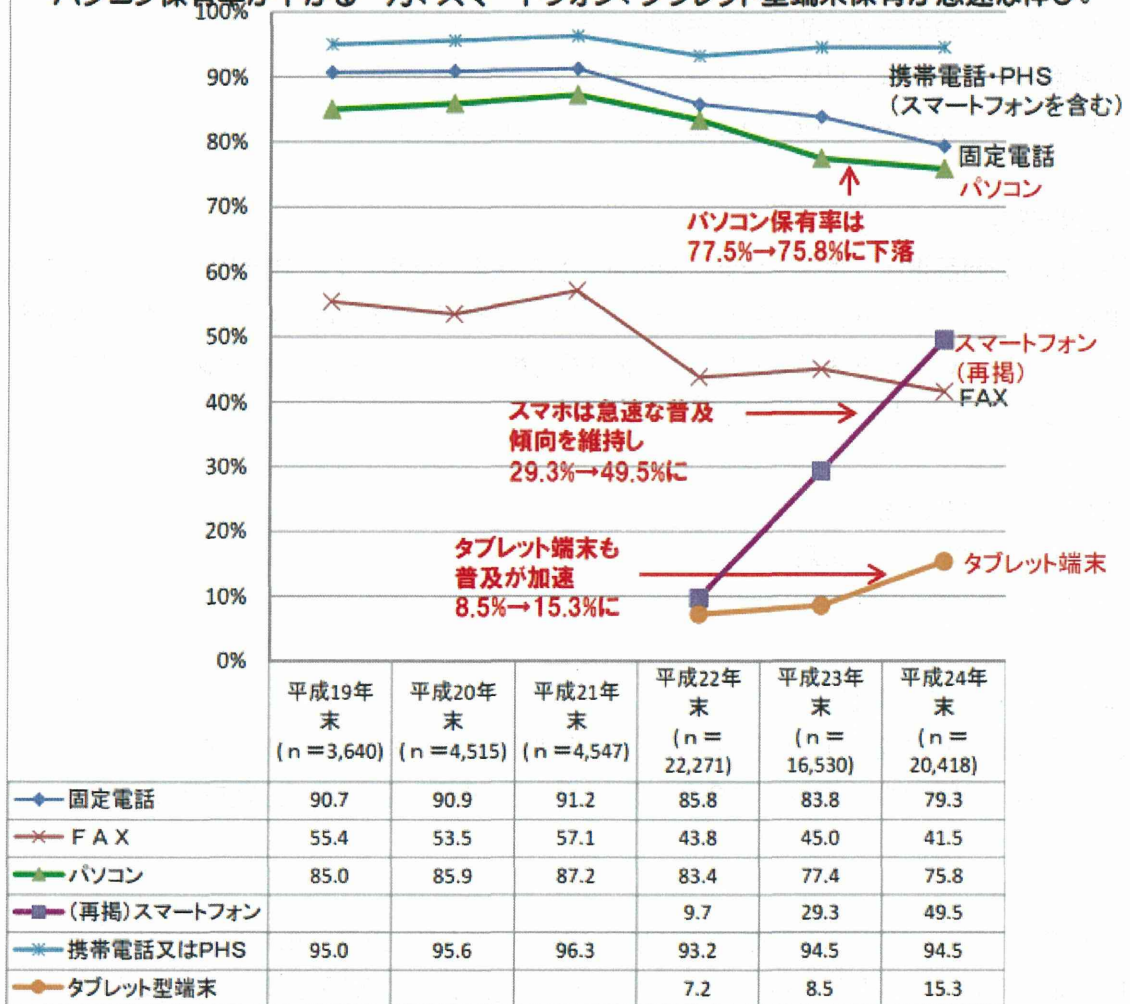
回収数 [率] : 20,418 世帯 (54,099 人) [51.2%] 2,086 企業 [46.4%]

調査事項 : 通信サービスの利用状況、情報通信関連機器の保有状況等

調査方法 : 郵送調査

### 主な情報通信機器の世帯保有状況 (平成19年～平成24年)

パソコン保有率が下がる一方、スマートフォン、タブレット型端末保有が急速な伸び。



※当該比率は、各年の世帯全体における各情報通信機器の保有割合を示す。  
 ※「携帯電話・PHS(スマートフォンを含む)」は、平成22年末以降において、スマートフォンを内数に含む。なお、スマートフォンを除いた場合の保有率は、平成23年末は89.4%、平成24年末は81.2%である。

パソコンの保有率が下がり、スマートフォン、タブレット末端が急激に増加している。