

URL: [http://wysh.jp/qy/en/help/10\\_02.html](http://wysh.jp/qy/en/help/10_02.html)

### **Bullying hot-line**

#### **24-hour bullying dial (only in Japanese)**

Tel: 0570-0-78310 (Charged: 8 yen per each 180 seconds)

#### **Children's human right emergency call (only in Japanese)**

Tel: 0120-007-110 (Free)

Time : Only on weekdays 8:30~17:15

## **10. Our Activities**

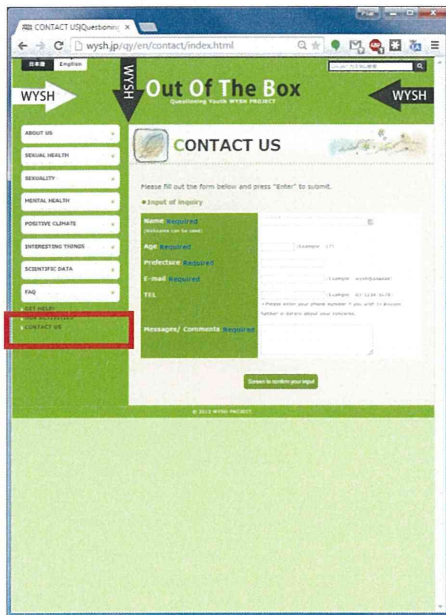
URL: [http://wysh.jp/qy/en/activities/11\\_01.html](http://wysh.jp/qy/en/activities/11_01.html)

### **Our Activities**

Coming soon...

## **11. Contact Us**

URL: <http://wysh.jp/qy/en/contact/index.html>



## Contact us

Please fill out the form below and press "Enter" to submit.

- Input of inquiry

Name (required)

(Nickname can be used)

Age (required)

Prefecture (required)

E-mail (required)

TEL

Messages/ Comments (required)

2014年度クエショニングユースサイトアクセス解析

【対象サイト】WYSH | クエショニングユースサイト



【対象URL】 <http://www.wysh.jp/qy/>

【対象期間】 2014年12月1日～2015年3月20日

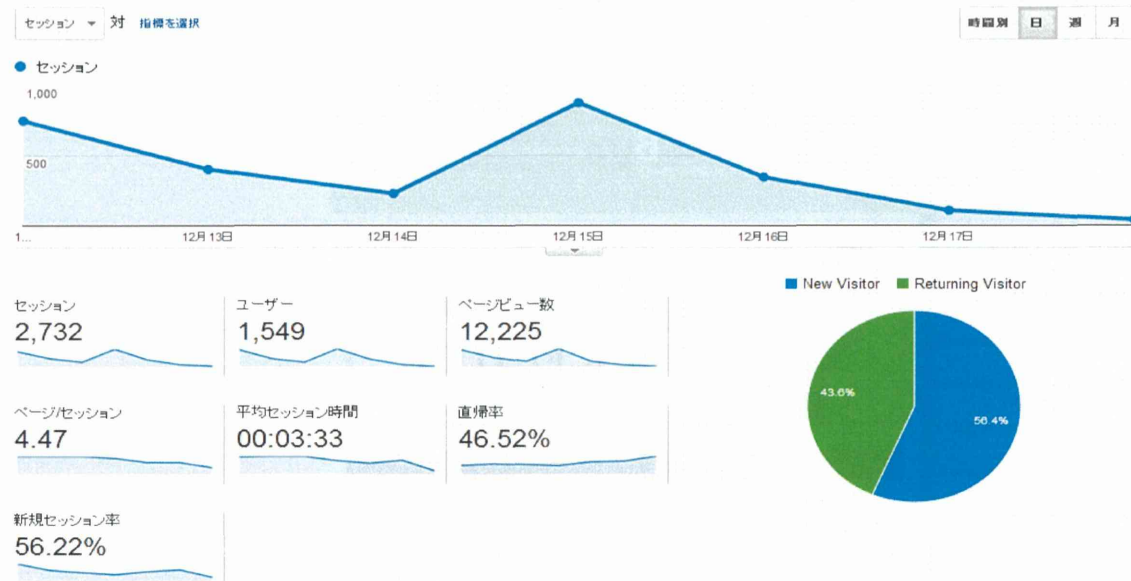
【解析方法】 Google アナリティクス

以下の5パターンの計測を行なった。

- ① 調査会社 (2014年12月12日～2014年12月18日)
- ② 学校前半 (2014年12月1日～2014年12月11日/2014年12月19日～12月28日)
- ③ 学校後半 (2014年12月29日～2015年3月20日)

- ④ 保健所 (2014年12月1日～2015年3月20日)
- ⑤ 検索エンジン (2014年12月1日～2015年3月20日)

①調査会社 (2014年12月12日～2014年12月18日)



上図は 750 名を対象とした調査会社を経由した調査の結果となる。対象人数に対して、ユーザー数、セッション数が多く計測されているのは、リピーターカウント（複数回訪れたユーザーカウント）が加えられているため、これは Google 独自のルールによるものである。

【地域】

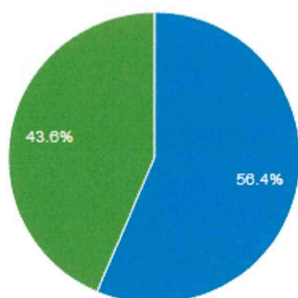


地域 ?	集客			行動		
	セッション ? ↓	新規セッション率 ?	新規ユーザー ?	直帰率 ?	ページ/セッション ?	平均セッション時間 ?
	2,680 全体に対する割合: 98.10% (2,732)	57.09% サイトの平均: 56.22% (1.54%)	1,530 全体に対する割合: 99.61% (1,536)	45.82% サイトの平均: 46.52% (-1.51%)	4.53 サイトの平均: 4.47 (1.20%)	00:03:36 サイトの平均: 00:03:33 (1.43%)
1. Tokyo	696 (25.97%)	50.43%	351 (22.94%)	47.56%	3.93	00:03:38
2. Kanagawa Prefecture	230 (8.58%)	54.35%	125 (8.17%)	43.04%	5.16	00:04:00
3. Chiba Prefecture	213 (7.95%)	57.75%	123 (8.04%)	49.77%	4.44	00:03:22
4. Saitama Prefecture	183 (6.83%)	58.47%	107 (6.99%)	46.45%	3.85	00:02:21
5. Osaka Prefecture	180 (6.72%)	64.44%	116 (7.58%)	45.00%	4.64	00:03:22
6. Aichi Prefecture	131 (4.89%)	61.07%	80 (5.23%)	43.51%	3.85	00:03:20
7. Hokkaido	125 (4.66%)	57.60%	72 (4.71%)	38.40%	7.15	00:06:02
8. Kyoto Prefecture	124 (4.63%)	46.77%	58 (3.79%)	49.19%	3.76	00:03:10
9. Fukuoka Prefecture	122 (4.55%)	61.48%	75 (4.90%)	50.82%	5.07	00:03:51
10. Nara Prefecture	110 (4.10%)	50.91%	56 (3.66%)	49.09%	4.45	00:04:21

これは、エリア調査をランキング別に示したものとなる。

東京、神奈川、千葉、埼玉と関東エリアが上位を占め、大阪、愛知、北海道、京都、福岡、奈良と続く。ランキング調査（ベスト 10）の中で特徴的な地域として、北海道のユーザーに関しては、ページ/セッションが 7.15 ページ、平均滞在時間が 06:02 と飛び抜けて良い成績となっている。（全国平均の倍の約 2 倍）直帰率も 38.40%と、こちらも全国平均よりも良い成績となる。

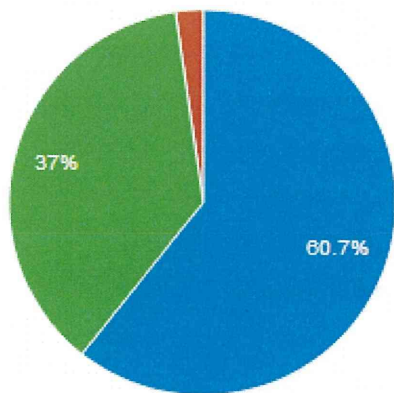
### 【リピーター調査】



ユーザータイプ	集客			行動		
	セッション	新規セッション率	新規ユーザー	直帰率	ページ/セッション	平均セッション時間
全体	2,732 全体に対する割合: 100.00% (2,732)	56.41% サイトの平均: 56.22% (0.33%)	1,541 全体に対する割合: 100.33% (1,536)	46.52% サイトの平均: 46.52% (0.00%)	4.47 サイトの平均: 4.47 (0.00%)	00:03:33 サイトの平均: 00:03:33 (0.00%)
1. New Visitor	1,541 (56.41%)	100.00%	1,541(100.00%)	43.28%	4.70	00:03:36
2. Returning Visitor	1,191 (43.59%)	0.00%	0 (0.00%)	50.71%	4.19	00:03:29

全体アクセスのうち、56.41%が新規、43.59%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 43.28%、リピーターが 50.71%、ページ/セッションについては、新規が 4.70、リピーターが 4.19、滞在時間については、新規が 03 : 36、リピーターが 03 : 29 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わかった。とはいえ、新規とリピーターの成績の比較として、それほど大きな数値の差は現れていないことから、リピーターも新規ユーザーと同様に各ページをじっくりと読み込んでくれたことがわかった。

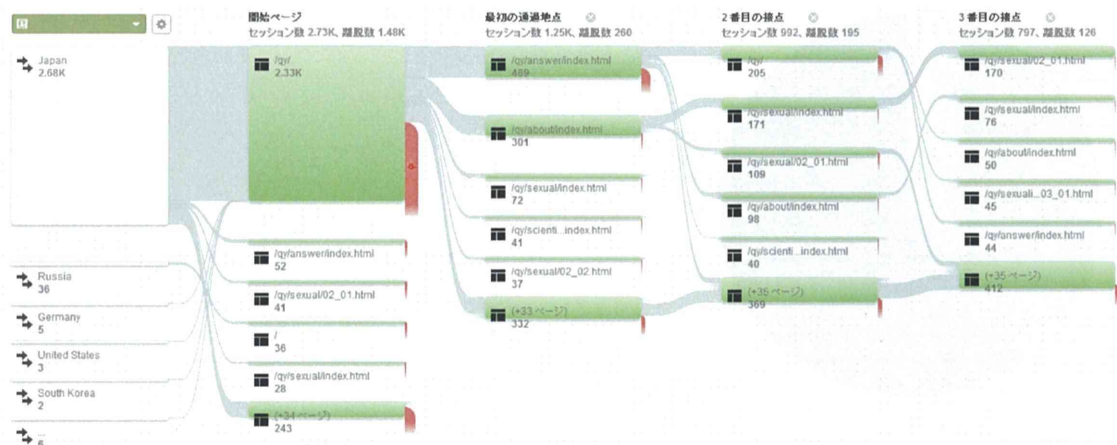
### 【デバイス調査】



デバイスカテゴリ ?	集客			行動		
	セッション ? ↓	新規セッション率 ?	新規ユーザー ?	直帰率 ?	ページ/セッション ?	平均セッション時間 ?
	2,732 全体に対する割合: 100.00% (2,732)	56.41% サイトの平均: 56.22% (0.33%)	1,541 全体に対する割合: 100.33% (1,536)	46.52% サイトの平均: 46.52% (0.00%)	4.47 サイトの平均: 4.47 (0.00%)	00:03:33 サイトの平均: 00:03:33 (0.00%)
1. mobile	1,658 (60.69%)	52.53%	871 (56.52%)	49.70%	3.82	00:03:18
2. desktop	1,012 (37.04%)	63.04%	638 (41.40%)	41.70%	5.53	00:03:55
3. tablet	62 (2.27%)	51.61%	32 (2.08%)	40.32%	4.82	00:03:55

全体のアクセスのうち、60.7%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、37.04%がPCからのアクセスだということがわかった。また、2.27%のipadなどのタブレットの数字もカウントされている。モバイル、PC、タブレットのそれぞれの成績としては、PCユーザーが直帰率、ページ/セッション、平均セッション時間のいずれも好成績であるが、タブレットユーザーもPCユーザーに近い成績であることから、PC、タブレットはある程度画面の大きさを確保して閲覧出来ることが好成績に繋がっていることがわかった。逆にスマートフォンユーザーは、限られた画面スペースでサイトを閲覧するため、結果として、ページ/セッション、平均ページビューの成績がPC、タブレットに比べ低くなる結果となった。

#### 【ユーザーフロー】



多くのユーザーが取った行動として、以下のフローがわかった。

~~~~

1. トップページにアクセス

↓

2. 「絶対に読んでおくべき衝撃ニュース！！」

↓

3. トップページに戻る

↓

4. 「絶対に読んでおくべき衝撃ニュース！！」 (別の記事)

~~~~

「絶対に読んでおくべき衝撃ニュース！！」はホームページのトップにポータルサイトニュースのイメージで設置し、結果的に、常設されているグローバルメニューではなく、ニューストピック側を閲覧させることができた。このことについて、以下で詳細を説明する。

【トピックニュースの設置】



日本語 English

WYSH

# Out Of The Box

Questioning Youth WYSH PROJECT

WYSH

このウェブは何? ABOUT US

セクシャルヘルスについて SEXUAL HEALTH

セクシャリティーについて SEXUALITY

メンタルヘルスについて MENTAL HEALTH

居心地のいい空間を作ろう POSITIVE CLIMATE

面白い情報 INTERESTING THINGS

ちょっと退屈だけど科学的なデータ SCIENTIFIC DATA

よくある疑問 FAQ

▶ 助けて! GET HELP!

▶ 我々の活動 OUR ACTIVITIES

▶ お問い合わせ CONTACT US

## STOP AIDS SAVE OUR FUTURE

1 2 3 4 5

絶対に読んでおくべき衝撃ニュース!!

hot!! 口へも性病がうつるって本当!?

hot!! 妊娠より性病の方が4倍多い?

hot!! 若い子ほど性病にかかりやすい!

hot!! 若者の10人に1人が性病って本当?

hot!! 性病はほとんど症状なし!

hot!! 性病を治療しないと不妊に?

hot!! 性病だと何倍もエイズにかかりやすい?

hot!! アナルセックスは性病とエイズの危険大!

hot!! 性病は相手が1人でも感染するらしい!

若者の10人に1人!

多様性の説明 Diversity

ゲイ・ストレート・アライアンス Gay-straight alliance

クラミジア感染症 Chlamydia

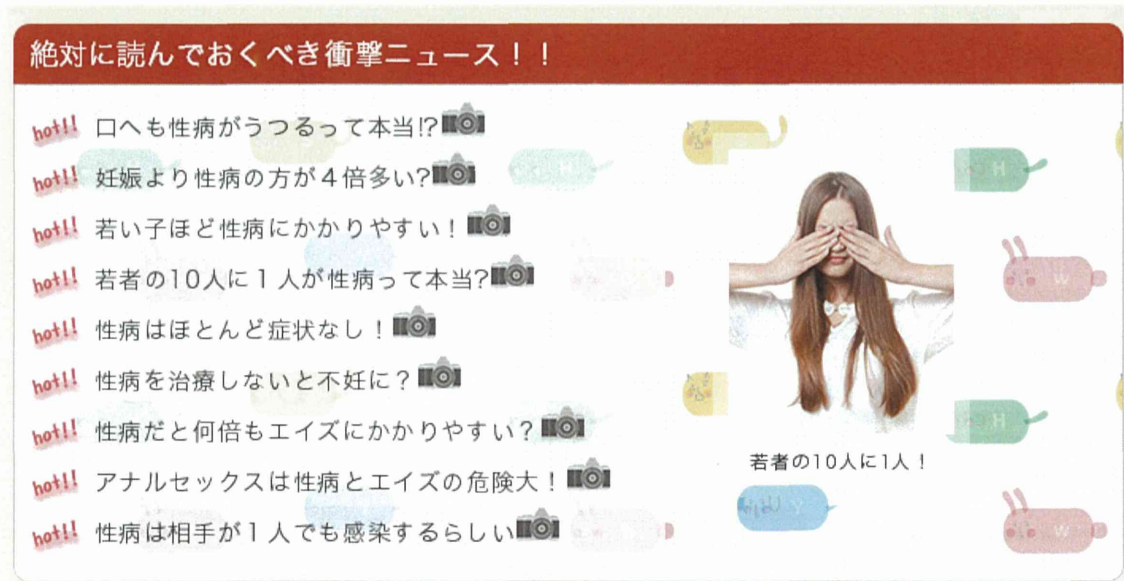
クエスチョニング Questioning

HIV

どこで検査できる? Where can I get tested?

Renault Twingo - The Big Day - TV ...

「絶対に読んでおくべき衝撃ニュース!!」というニューストピックエリアを実装し、意図的にユーザーに情報を伝える手法を採用。



左側の情報は順列を固定した。順列は以下のとおり。

- ①口へも性病がうつるって本当!?
- ②妊娠より性病の方が4倍多い?
- ③若い子ほど性病にかかりやすい!
- ④若者の10人に1人が性病って本当?
- ⑤性病はほとんど症状なし!
- ⑥性病を治療しないと不妊に?
- ⑦性病だと何倍もエイズにかかりやすい?
- ⑧アナルセックスは性病とエイズの危険大!
- ⑨性病は相手が1人でも感染するらしい

右側の写真付き情報は左とは異なり、9の記事がランダム表示する設計を採用した。これらの条件で、どの記事が注目されたかを測定した。

### 【ニューストピックページランキング】



- 1.answer/index.html#answer1 | ①口へも性病がうつるって本当!?
- 2.answer/index.html#answer8 | ⑧アナルセックスは性病とエイズの危険大!
- 3.answer/index.html#answer2 | ②妊娠より性病の方が4倍多い?
- 4.answer/index.html#answer9 | ④若者の10人に1人が性病って本当?
- 5.answer/index.html#answer3 | ③若い子ほど性病にかかりやすい!
- 6.answer/index.html#answer7 | ⑦性病だと何倍もエイズにかかりやすい?
- 7.answer/index.html#answer4 | ⑨性病は相手が1人でも感染するらしい
- 8.answer/index.html#answer5 | ⑤性病はほとんど症状なし!
- 9.answer/index.html#answer6 | ⑥性病を治療しないと不妊に?

ランキングに①～⑨の流れと、⑧⑦⑨が混ざる流れとなっている。特に⑧アナルセックスは性病とエイズの危険大!というタイトルに対する反応が大きく、注目しやすいタイトル作りでも誘導は大きく異なることがわかった。

#### 【ページランキング】

トピックニュース記事ランキングを踏まえ、ページ全体のランキングをまとめた。

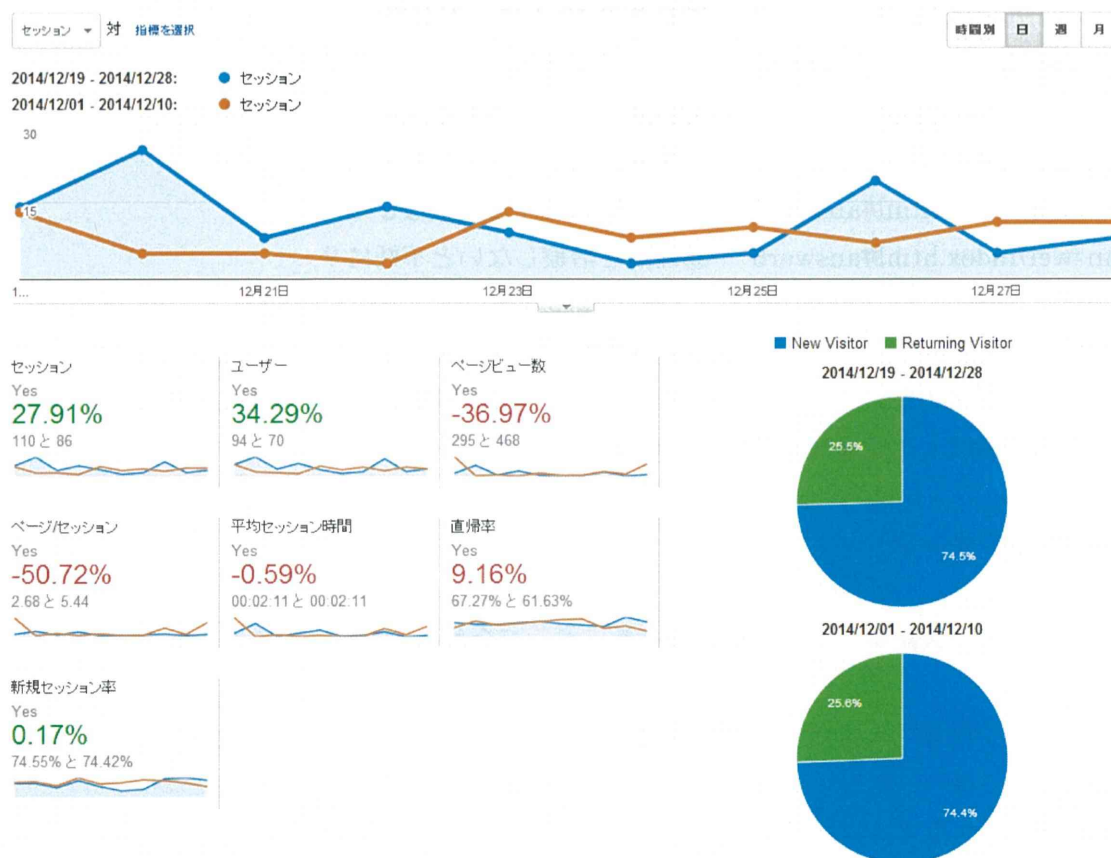
トップページ以外で人気だったページは、

- 1.セクシャルヘルスについて
- 2.トピックニュース (アンサーページ)
- 3.このウェブは何?
- 4.セクシャルヘルスについて | セーファーセックス
- 5.ちょっと退屈だけど科学的なデータ
- 6.セクシャリティーについて
- 7.セクシャリティーについて | 多様性の説明
- 8.セクシャルヘルスについて | 性感染症
- 9.面白い情報
- 10.メンタルヘルスについて

というランキングになった。特徴的だったことは、これまで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、ニューストピック記事の構造上、それらに付随する項目が左カラムメニュー順を複雑に混ぜたイメージとなった。今後も、時期によってユーザーに見せたいコンテンツを誘導していくには、ニューストピック方式が有用であることが証明された。

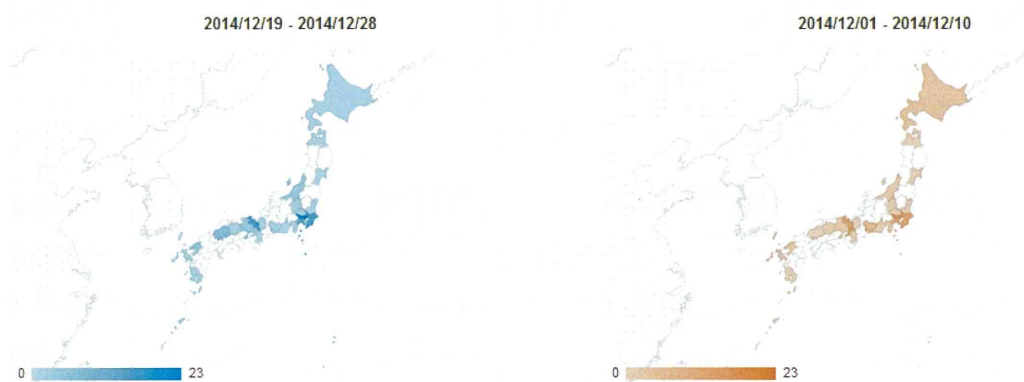
②学校前半（2014年12月1日～2014年12月11日/2014年12月19日～12月28日）

本件は、12月中の前半調査と後半調査の比較として掲示する。



前半調査と後半調査のセッション数は86と110になり、前半に比べ後半は27.91%のプラスになった。ただし、ページ/セッションは、5.44に対して2.68と50%マイナスとなる。しかし、平均セッション時間、直帰率、新規セッション数は大きな違いはない。

【地域】

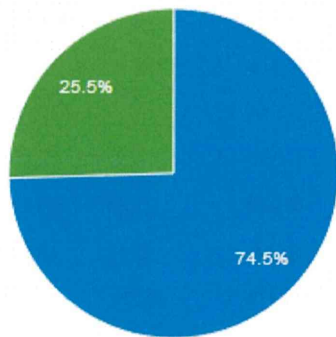


地域 ?	集客			行動		
	セッション ? ↓	新規セッション率 ?	新規ユーザー ?	直帰率 ?	ページ/セッション ?	平均セッション時間 ?
<b>Yes</b>	<b>32.93% ▲</b> 109 と 82	<b>1.56% ▲</b> 74.31% と 73.17%	<b>35.00% ▲</b> 81 と 60	<b>12.08% ▼</b> 66.97% と 59.76%	<b>52.33% ▼</b> 2.70 と 5.66	<b>4.35% ▼</b> 00:02:12 と 00:02:18
1. Tokyo						
2014/12/19 - 2014/12/28	<b>23 (21.10%)</b>	91.30%	21 (25.93%)	65.22%	2.09	00:01:37
2014/12/01 - 2014/12/10	<b>14 (17.07%)</b>	92.86%	13 (21.67%)	42.86%	12.43	00:07:12
<b>変化率</b>	<b>64.29%</b>	<b>-1.67%</b>	<b>61.54%</b>	<b>52.17%</b>	<b>-83.21%</b>	<b>-77.61%</b>
2. Kyoto Prefecture						
2014/12/19 - 2014/12/28	<b>16 (14.68%)</b>	37.50%	6 (7.41%)	62.50%	2.06	00:03:23
2014/12/01 - 2014/12/10	<b>11 (13.41%)</b>	72.73%	8 (13.33%)	54.55%	2.36	00:01:00
<b>変化率</b>	<b>45.45%</b>	<b>-48.44%</b>	<b>-25.00%</b>	<b>14.58%</b>	<b>-12.74%</b>	<b>237.60%</b>
3. Chiba Prefecture						
2014/12/19 - 2014/12/28	<b>15 (13.76%)</b>	93.33%	14 (17.28%)	53.33%	2.00	00:00:50
2014/12/01 - 2014/12/10	<b>11 (13.41%)</b>	90.91%	10 (16.67%)	90.91%	1.55	00:00:03
<b>変化率</b>	<b>36.36%</b>	<b>2.67%</b>	<b>40.00%</b>	<b>-41.33%</b>	<b>29.41%</b>	<b>1,555.56%</b>
4. Kanagawa Prefecture						
2014/12/19 - 2014/12/28	<b>14 (12.84%)</b>	78.57%	11 (13.58%)	71.43%	2.07	00:01:16
2014/12/01 - 2014/12/10	<b>9 (10.98%)</b>	88.89%	8 (13.33%)	66.67%	3.89	00:01:53
<b>変化率</b>	<b>55.56%</b>	<b>-11.61%</b>	<b>37.50%</b>	<b>7.14%</b>	<b>-46.73%</b>	<b>-32.49%</b>
5. Hiroshima Prefecture						
2014/12/19 - 2014/12/28	<b>7 (6.42%)</b>	42.86%	3 (3.70%)	71.43%	3.14	00:00:51
2014/12/01 - 2014/12/10	<b>0 (0.00%)</b>	0.00%	0 (0.00%)	0.00%	0.00	00:00:00

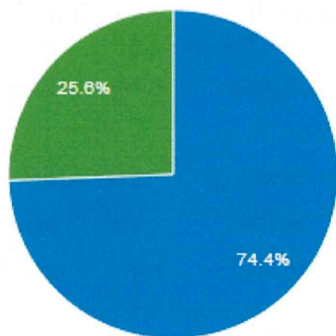
東京、京都、千葉、神奈川と、概ね前半後半で同様の結果となった。例えば、東京をピックアップして調査してみると、セッション数は後半に増えているが、満足度と言われる、直帰率、ページ/セッション、平均セッション時間など、前半に良い成績であったことがわかった。全体評価が記しているとおおり、概ね、後半にセッション数は伸びたが、前半の方が満足度が高かったことがわかった。

#### 【リピーター調査】

2014/12/19 - 2014/12/28



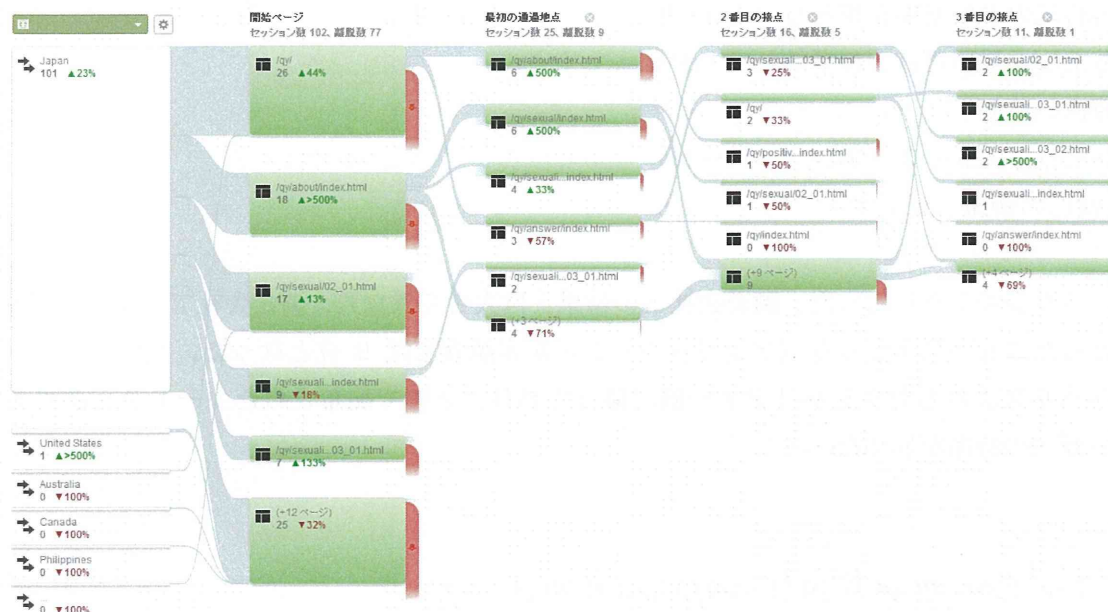
2014/12/01 - 2014/12/10



ユーザータイプ	集客			行動		
	セッション	新規セッション率	新規ユーザー	直帰率	ページ/セッション	平均セッション時間
Yes	27.91% <span style="color: green;">▲</span> 110 と 86	0.17% <span style="color: green;">▲</span> 74.55% と 74.42%	28.12% <span style="color: green;">▲</span> 82 と 64	9.16% <span style="color: red;">▼</span> 67.27% と 61.63%	50.72% <span style="color: red;">▼</span> 2.68 と 5.44	0.59% <span style="color: red;">▼</span> 00:02:11 と 00:02:11
1. New Visitor						
2014/12/19 - 2014/12/28	82 (74.55%)	100.00%	82 (100.00%)	64.63%	2.66	00:02:13
2014/12/01 - 2014/12/10	64 (74.42%)	100.00%	64 (100.00%)	75.00%	2.66	00:01:08
変化率	28.12%	0.00%	28.12%	-13.82%	0.09%	96.03%
2. Returning Visitor						
2014/12/19 - 2014/12/28	28 (25.45%)	0.00%	0 (0.00%)	75.00%	2.75	00:02:04
2014/12/01 - 2014/12/10	22 (25.58%)	0.00%	0 (0.00%)	22.73%	13.55	00:05:16
変化率	27.27%	0.00%	0.00%	230.00%	-79.70%	-60.86%

前半、後半の新規とリピーターの割合は、75%の新規と 25%のリピーターという割合に変化は見られなかった詳細については、前半のリピーターにのみ、ページ/セッション 13.55、平均セッション時間 5:16 という飛び抜けてよい結果が出た。その他の項目は、ほぼ同様の結果となった。

## 【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. 「セクシャリティーについて」

↓

4. 「セクシャリティーについて | カミングアウト」

以上の様な流れとなり、調査会社での結果と異なり、セクシャリティーに関する情報にアクセスが集まった結果となった。

## 【ページランキング】

トップページ以外で人気だったページは、

1. このウェブは何？

2. セクシャルヘルスについて | セファーセックスについて

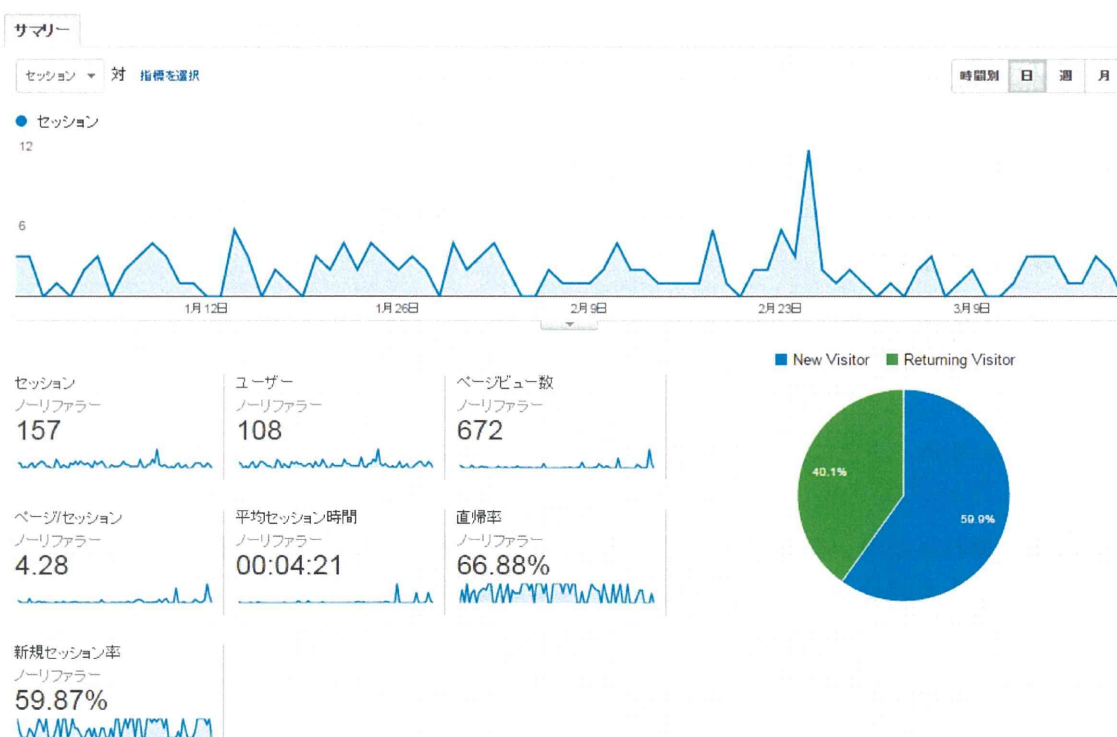
3. セクシャリティーについて

4. セクシャリティーについて | 多様性について

- 5.セクシャルヘルスについて
- 6.居心地のよい空間を作ろう
- 7.ちょっと退屈だけど科学的なデータ
- 8.面白い情報
- 9.トピックニュース（アンサーページ）
- 10.面白い情報 | ビデオ

というランキングになった。調査会社との結果とは大きく異なり、調査会社でランキング2位だったニューストピック（アンサーページ）が本調査では9位となった。また、セクシャルヘルスよりもセクシャリティー側に偏っており、学校で配布されたカードから訪れるユーザーの特徴が掴めた。

### ③ 学校（2014年12月29日～2015年3月20日）

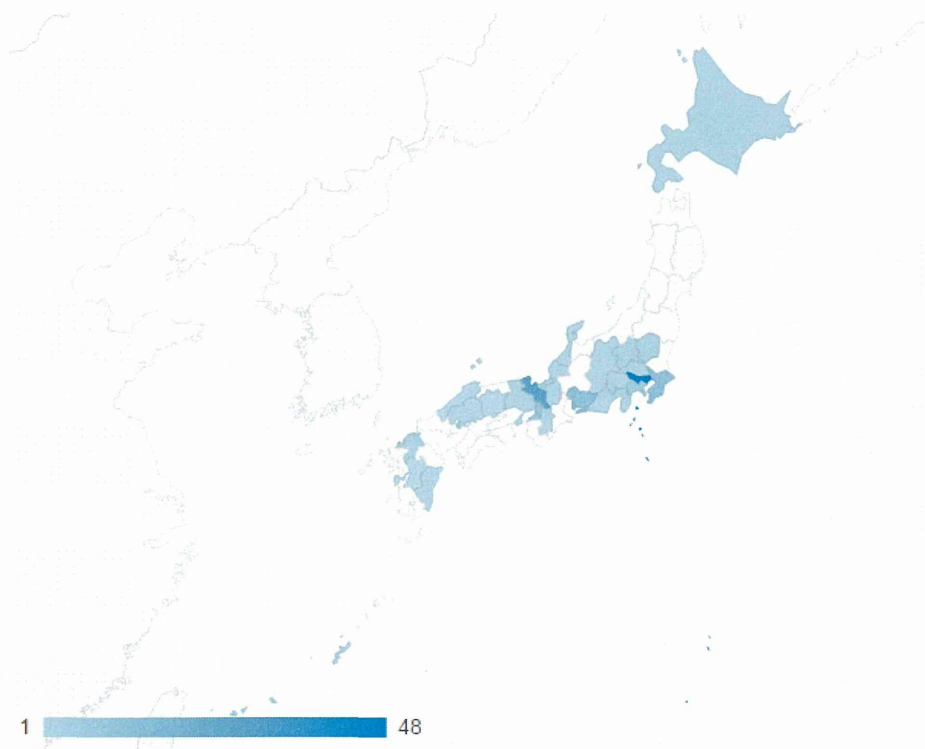


学校調査後半では配布されたカードの有効性を調査したところ、定期的にアクセスが流入し、新規ユーザーは60%を超えていることから、時間が経過したのちにアクセスしてきているユーザーがいる事がわかった。尚、学校全体で考えると、12月上旬にページ/セッションが5.44と高く、12月後半で2.68と減少したが、配布から2～3カ月後には、4.28と増加傾向にあり、時期的な変化があった。特に平均セッション時間は2～3カ月後の方が4:



21 と成績が良く、時期を置いてじっくりと読みこむユーザーがいた事がわかった。

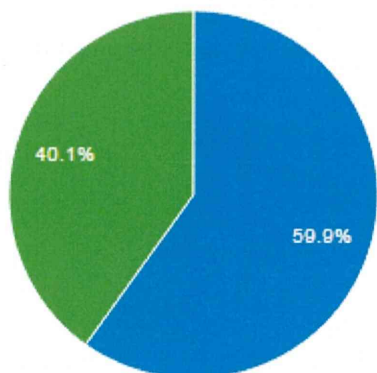
【地域】



地域 ?	集客			行動		
	セッション ? ↓	新規セッション率 ?	新規ユーザー ?	直帰率 ?	ページ/セッション ?	平均セッション時間 ?
ノーリファラー	154 全体に対する割合: 11.70% (1,316)	60.39% ビューの平均: 61.70% (-2.13%)	93 全体に対する割合: 11.45% (812)	66.88% ビューの平均: 73.33% (-8.79%)	4.34 ビューの平均: 2.16 (100.36%)	00:04:17 ビューの平均: 00:03:12 (34.19%)
1. Tokyo	48 (31.17%)	35.42%	17 (18.28%)	83.33%	1.42	00:00:10
2. Kyoto Prefecture	28 (18.18%)	64.29%	18 (19.35%)	35.71%	11.39	00:17:58
3. Chiba Prefecture	13 (8.44%)	76.92%	10 (10.75%)	84.62%	2.15	00:03:12
4. Aichi Prefecture	13 (8.44%)	69.23%	9 (9.68%)	76.92%	2.38	00:00:34
5. Osaka Prefecture	11 (7.14%)	90.91%	10 (10.75%)	54.55%	6.55	00:01:51
6. Kanagawa Prefecture	6 (3.90%)	83.33%	5 (5.38%)	83.33%	2.17	00:00:52
7. Fukuoka Prefecture	4 (2.60%)	75.00%	3 (3.23%)	50.00%	7.75	00:04:45
8. Hokkaido	3 (1.95%)	66.67%	2 (2.15%)	100.00%	1.00	00:00:00
9. Tochigi Prefecture	3 (1.95%)	66.67%	2 (2.15%)	33.33%	12.33	00:06:16
10. Hyogo Prefecture	3 (1.95%)	66.67%	2 (2.15%)	66.67%	1.33	00:00:19

東京、京都、千葉、愛知、大阪と12月の調査と近い結果となったが、京都、福岡、栃木のユーザーが平均セッション時間を押し上げている事がわかった。特に京都のユーザーの17:58という数値は、全体の平均点を引き上げる結果となった。

【リピーター調査】



ユーザータイプ	集客			行動		
	セッション ?	新規セッション 率 ?	新規ユーザ ー ?	直帰率 ?	ページ/セ ッション ?	平均セッション 時間 ?
ノーリファラー	157 全体に対する割合: 11.93% (1,316)	59.87% ビューの平均: 61.70% (-2.97%)	94 全体に対する割合: 11.58% (812)	66.88% ビューの平均: 73.33% (-8.80%)	4.28 ビューの平均: 2.16 (97.71%)	00:04:21 ビューの平均: 00:03:12 (35.97%)
1. New Visitor	94 (59.87%)	100.00%	94(100.00%)	58.51%	4.06	00:02:06
2. Returning Visitor	63 (40.13%)	0.00%	0 (0.00%)	79.37%	4.60	00:07:42

新規ユーザーに比べると、リピーターの平均セッション時間が3倍近く長く、長時間内容が読み込まれている事がわかった。特にページ/セッションの数値に差がないにも関わらず閲覧時間が長いという事は、もう一度特定のページを閲覧して再確認している事が想定される。

【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. 「セクシャリティーについて」

↓

4. 「セクシャリティーについて | カミングアウト」

以上の様な流れとなり、調査会社での結果と異なり、セクシャリティーに関する情報にアクセスが集まった結果となった。この結果は 12 月の調査と同様の結果となる。

#### 【ページランキング】

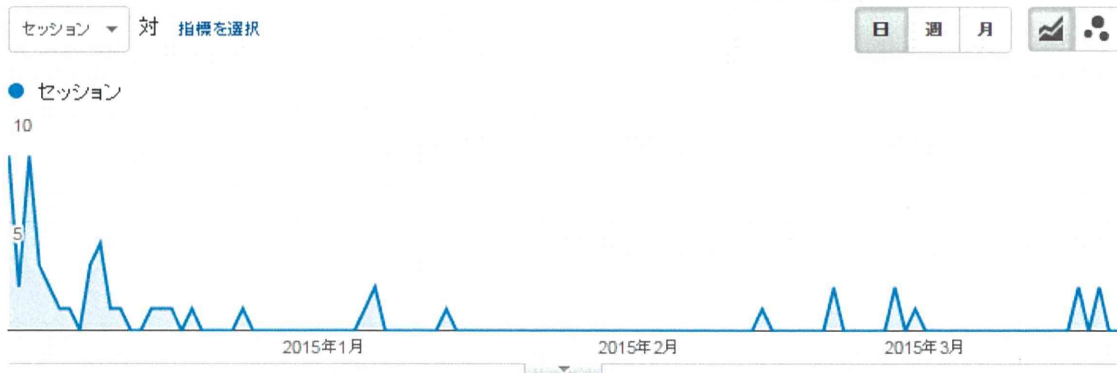
トップページ以外で人気だったページは、

1. 英語ページ TOP
2. このウェブは何？
3. セファーセックスについて
4. セクシャルヘルスについて
5. 多様性について
6. 絶対に読むべき衝撃ニュース

7. セクシャリティーについて
8. メンタルヘルスについて
9. カミングアウト
10. メンタルヘルスについて

12月調査問と大きく異なる点として、英語ページのアクセスが急増した事がわかった。セクシャリティ、メンタルヘルスに関する割合は半々となった。

④ 保健所 (2014年12月1日～2015年3月20日)



キーワード ?	集客			行動		
	セッション ? ↓	新規セッション率 ?	新規ユーザー ?	直帰率 ?	ページ/セッション ?	平均セッション時間 ?
	53 全体に対する割合: 1.18% (4,496)	50.94% ビューの平均: 57.41% (-11.26%)	27 全体に対する割合: 1.05% (2,581)	9.43% ビューの平均: 55.92% (-83.13%)	7.85 ビューの平均: 3.85 (103.66%)	00:03:26 ビューの平均: 00:03:22 (2.10%)
1. qy wysh	53(100.00%)	50.94%	27(100.00%)	9.43%	7.85	00:03:26

訪れたユーザーは、リピート率が高く、ページ/セッションも 7.85、平均セッション時間も 03:26、直帰率に至っては、9.43%と極端に良い成績となっている。保健所カードで訪れたユーザーに対しては、非常にマッチしたサイトを提供できていることがわかった。

⑤ 検索エンジン (2014年12月1日～2015年3月20日)