

【スポーツツーリズム需要拡大プロモーション事業】

## 事業内容3.「コンテンツウェブサイトの制作」報告書

2021年3月31日

株式会社 JTBCコミュニケーションデザイン

## 実施趣旨

武道ツーリズムの体験価値をより具体的に発信し2のデジタルプロモーションの効果を最大化するために、デジタルプロモーションのランディングページとなるWEBサイトを制作した。

## 実施内容

武道ツーリズムに関して概要とコンテンツ紹介ページを制作。また、令和2年度「地域スポーツ資源を活用したインバウンド拡大のためのモデル事業」に採択された団体である、SAMURAI TOURISM事務局、一般社団法人沖縄観光コンベンションビューローと連携して、詳細の武道ツーリズムの体験紹介ページを作成した。



### サイトURL

- <https://budotourism-japan.com/> (日本語)
- <https://budotourism-japan.com/en/> (英語)
- <https://budotourism-japan.com/cn/> (簡体字)

## 実施成果

WEBサイトページビュー数72,280を記録し、デジタルプロモーションの効果の最大化に寄与することができた。AIftを活用することで収集したデータを解析することができた。詳細データに関してはP.27参照。  
収集したデータをもとに次年度に向けた、デジタルプロモーションの方針づくりに生かし、武道ツーリズムの認知とコンテンツ体験者の拡大につながるサイトとして運用していく。

# サイト詳細

## サイト名称

JAPAN BUDO TOURISM

## サイトURL

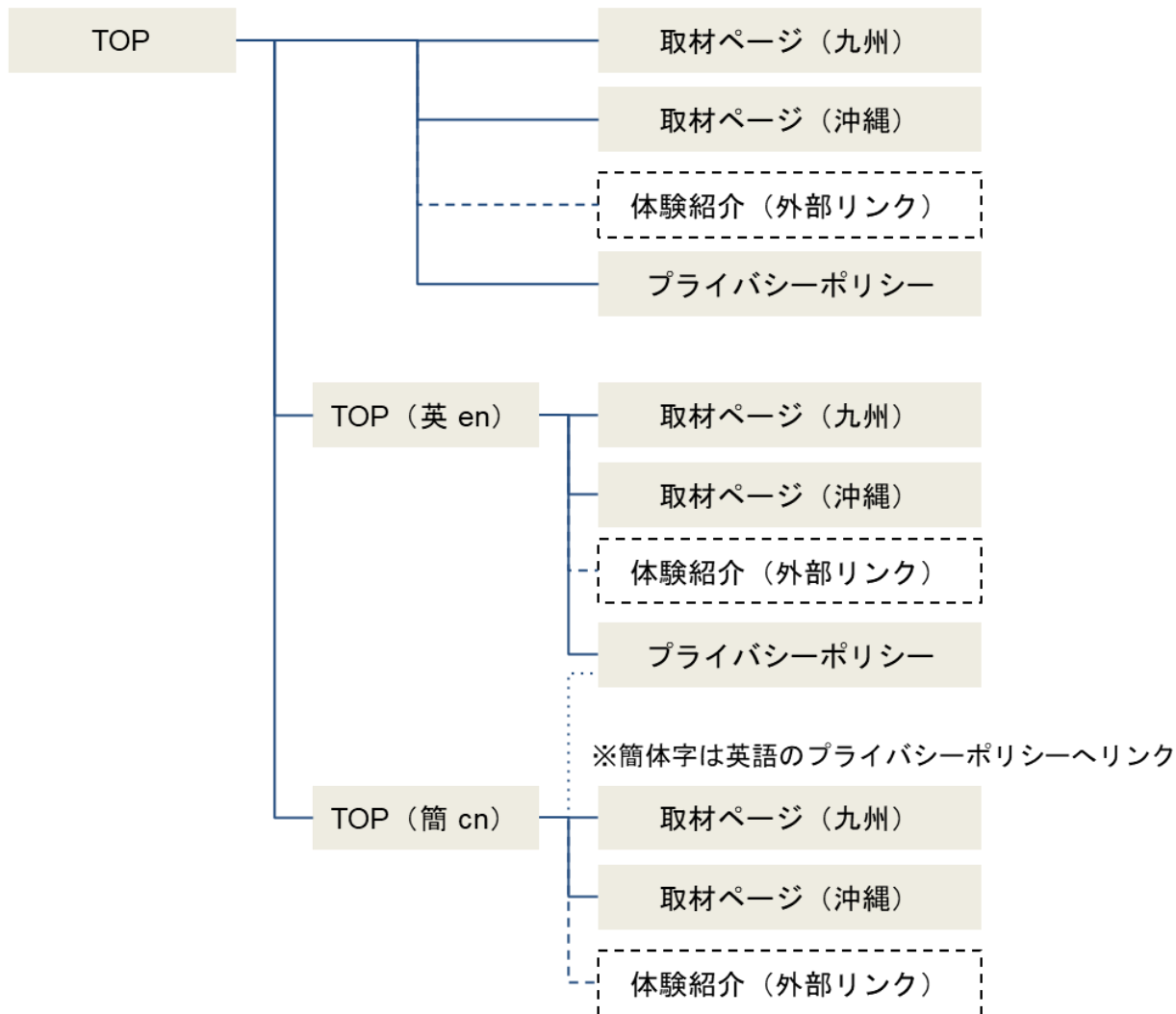
<https://budotourism-japan.com/> (日本語)

<https://budotourism-japan.com/en/> (英語)

<https://budotourism-japan.com/cn/> (簡体字)



## サイトマップ







## <取材ページ> サイトデザイン



SAMURAI TOURISM in Kyushu

### 武士道の真髄に触れる“SAMURAI TOURISM”へ



九州で展開している“SAMURAI TOURISM”は、剣道をはじめとした武道を地域文化と共に体験することで、日本人の中に根々と受け継がれてきた武士道の精神を体験できるツーリズムです。数百年続いた武士の時代に生まれ、武士たるための道徳の礎として発達してきた武士道。その精神文化は、現代の武道におけるあらゆる事柄の中心として受け継がれています。

また、日本発祥の武道としても九州各地の武家文化を体験し、歴史や文化だけでなく、その特別な魅力に触れることができるのも、“SAMURAI TOURISM”ならではの特別な体験といえます。

### 九州の地で根付く武道の世界を体験

“SAMURAI TOURISM”では、剣道以外にも、合気道や弓道などさまざまな武道を、誰もが気軽に体験できる充実した内容になっています。

剣道は、剣（日本刀）の用法の修練によって人間性を自覚することを理念とする武道です。特に九州は、全国大会で優勝者を多数輩出している「剣道大県」、体験では実勢の場や練習場で行われ、剣道着や防具の着付けから礼作法、竹刀の扱い方から打ち方までを学び、剣道に実際に試合をすることが出来ます。講師の丁寧な指導のもと、心・体・性を磨く剣道の美しさを知ることが出来ます。



居合道は、刀を所持しながらも刀を抜かないことが武士道の精神として重んじられている武道です。そのため、抜刀の一瞬をかける修練が特徴です。体験では、「居合の要諦」「居合、居合の三要素」「心居合、心居合の要諦」など居合道ならではの、実際に居合道に活用している実技が体験でき、居合道の修練の本質に触れることができます。



また、弓道は、的に当てる一連の動作を通じて心身を鍛錬し、完成された美しい形を目指す武道とされています。剣道の武蔵とは多少異なり、「人」ではなく「的」を相手とすることから、より深く自己を見つめ、心の修練を重ねることが出来ます。体験では、弓友有志の指導員が丁寧に指導していただけるので、短い時間の中でも自身の理想的な弓の形が見つけれはるはずです。



### 魅力溢れる観光スポットと貴重な城体験

“SAMURAI TOURISM”の魅力は武道体験だけでなくあります。長崎県平戸市にあり、日本100名城にも選定された平戸城の歴史館（かいしゅうやぐら）に宿泊する「城泊（しろばく）」は、ツーリズムの大きな魅力のひとつになっています。

平戸城は、日本最古の南蛮貿易の拠点となった平戸島のシンボルです。江戸時代に藩主・松浦氏が築城した当時の城は現在解体されていますが、1960年代に天守閣と4つの櫓が再建されました。そして2021年4月、その内のおひとつである奥櫓が改修され、常設の「城泊」施設として誕生しました。内城は、オーストラリアの画家・クリストにも影響を与えた「城泊」をイメージし、華やかでありながら日本人らしさを表現したデザインが特徴です。改修にあたり第一層を開放されたバスタームは海に面した絶好のロケーションで、九州本土と平戸島を結ぶ「平戸大橋」の眺望も楽しめます。一層貸切で利用できるため、まるで平戸島の特別城主になったかのような貴重な体験ができます。



また、他にも魅力溢れる観光スポットが点在。例えば、平戸城内にある亀岡神社は、平戸藩主の松浦家を祀った由緒ある社です。第三十四代藩主・松浦清の娘である中屋子女子が明治天皇の外孫母に当たったことから、堀松天皇などお参りに訪れられる、皇宮ゆかりのスポットです。



福岡県鎌倉市の秋刀もまた、足を運ぶだけなら観光の地ひとつ。福岡県有形文化財に指定されている秋刀屋敷の案内や歴史館は、歴史深い建造物が多く残っています。歴史や伝統の歴史館的建造物保存地区に指定されているのも特徴で、「筑前小浜郡」とも呼ばれる風情ある町並みは、散歩するだけで歴史館が感じられます。



“SAMURAI TOURISM”は九州の地に今なお残る、奥深い武士の世界を堪能できるコンテンツとなっています。

公式サイトを見る

沖縄空手を見る

Copyright © JTB Sports Agency. All Rights Reserved.



OKINAWA KARATE

### 発祥の地・沖縄で出会う、真の空手の世界



空手は世界中にも広まっていて、現在約100国以上の愛好者がいるとされている日本の武道です。スポーツとしてももちろん、護身術や精神修養の手段としても広く受け入れられています。

沖縄が空手の空手の起源については諸説あるものの、かつて琉球王国の土地が学んだ「チイ（拳）」と呼ばれる琉球空手の護身術や中国武術などが融合し、発達していったとされ、古くから多様な文化を吸収し取り入れてきた琉球の知恵や風土から生まれた独自の武道と考えます。市内には約400もの空手道場が存在していて、沖縄の人々に空手とは本来身近な存在として受け継がれています。平戸の沖縄空手道場内外に剣道、柔道、格闘、柔術などさまざまな武道を習得したいのが「沖縄空手会」です。特に空手道場のほか、沖縄空手の歴史を学べる資料室や飲食店などもあり、国内外の空手道場関係者ももちろん、空手経験のない観光客も楽しめる施設になっています。

### 沖縄空手を今に伝える主な流派



沖縄空手には主要4流派を合め、数多くの流派が存在していますが、中でも「しゅうりゅう流」「剛柔流」「上流流」が主流とされています。

「しゅうりゅう流」は、沖縄空手の伝統的な流派である首里手（シュイゴ）の源流を流伝する家・知指剛健（ちびなようしん）氏によって名付けられた流派。構えや呼吸法に無拘束で、自然体であることが特徴で、当身の鍛錬力を養成することに重んじられた流派です。

「剛柔流」は、那覇手（ナゲエ）系の那覇空手・琉球剛健（みやげやうしん）氏が開創の流派で、特に剣道に重きを置いています。流別の区別はすべて呼吸法で整えるという考えから、基本の型から呼吸法まで、呼吸と共に心身を鍛えることを重視しています。

「上流流」は、創始の上流流（うえりゅうかんぶん）氏が、中国の武人・黄子初（しやうしつ）に由来を受けた「ワンライオン」（白龍拳）を創始した流派。中国武術の技を流伝し流伝です。「ワンライオン流派手」と呼ばれていましたが、後に開創の上流流文式にもなり、現在の名称に変更されました。肉体を鍛錬に鍛え上げることが重視し、美しい動作が特徴です。

### 豊富な空手体験プログラム

沖縄空手は、初心者・未経験者向けのプログラムが数多く用意されています。沖縄空手会で行われている「はじめての空手体験」もそのひとつ。このプログラムでは、どの流派にも属する共通である前足置を軸に、基本の受けや蹴、蹴り等を、沖縄伝統空手道場公開の指導員がわかりやすく指導してくれます。1名から参加でき、道場もトレーニング（有料）なので、誰でも気軽に体験することができます。



公式サイトを見る

沖縄空手を見る

Copyright © JTB Sports Agency. All Rights Reserved.

また、「沖縄空手 主要4流派体験」は、沖縄空手の代表的な3つの流派（「剛柔流」「上流流」「しゅうりゅう流」）と、流別を問わず「首里流」を体験できるプログラムです。このプログラムは4回に分けて行われ、実際に稽古が行われる道場で各流派の流派の指導員が受けられます。事前に伝えれば、希望に沿った武器の稽古も可能。普段の道場の費用は感じながら、型を通して己を磨く沖縄空手の真髄に触れられる貴重な時間を過ごせます。



### 空手体験とともに楽しみたい観光地・沖縄の魅力

沖縄は空手に興味のある人にとって特別な場所であることはもちろんですが、観光地としても魅力的なスポットがたくさんあります。

例えば、那覇市内のホテル「ノボルス沖縄那覇」の1階にあるカフェラウンジ「グルメバー」は、ホテルメイドの焼き菓子・ちんぷんこが好評ですが、オリジナルのアートラテが人気のカフェです。専用のスマートフォンアプリ「Coffee Ripples app」を使って画像を転送。空手の「文字」や「型」のほか、体験時に撮影したお気に入りの写真などを、アートラテに添えます。



そして、沖縄を代表する観光地として欠かせないのが、世界遺産として知られる首里城です。かつて琉球王国400年近く繁栄した琉球王国の政治・外交・文化の中心であり、敷地内13遺つ跡をめぐるとともに、中国や日本の建築様式の影響が垣間に見られ、その文化の歴史を感じることが出来ます。

\*2019年10月31日に首里城正殿を含む櫓が崩壊しましたが、現在復旧・復興が進められています。



綺麗なビーチも沖縄観光の魅力のひとつで、海の透明度が非常に高く、コバルトブルーやエメラルドグリーンに彩られるその美しさは日本屈指。海水浴が楽しめるのはもちろん、白い砂浜は歩くだけでも楽しめます。



多彩な空手プログラムを通じて沖縄の武蔵の心に触れ、魅力溢れる観光地を巡る旅。沖縄ならではの特別な武蔵ツーリズム体験となるはずです。

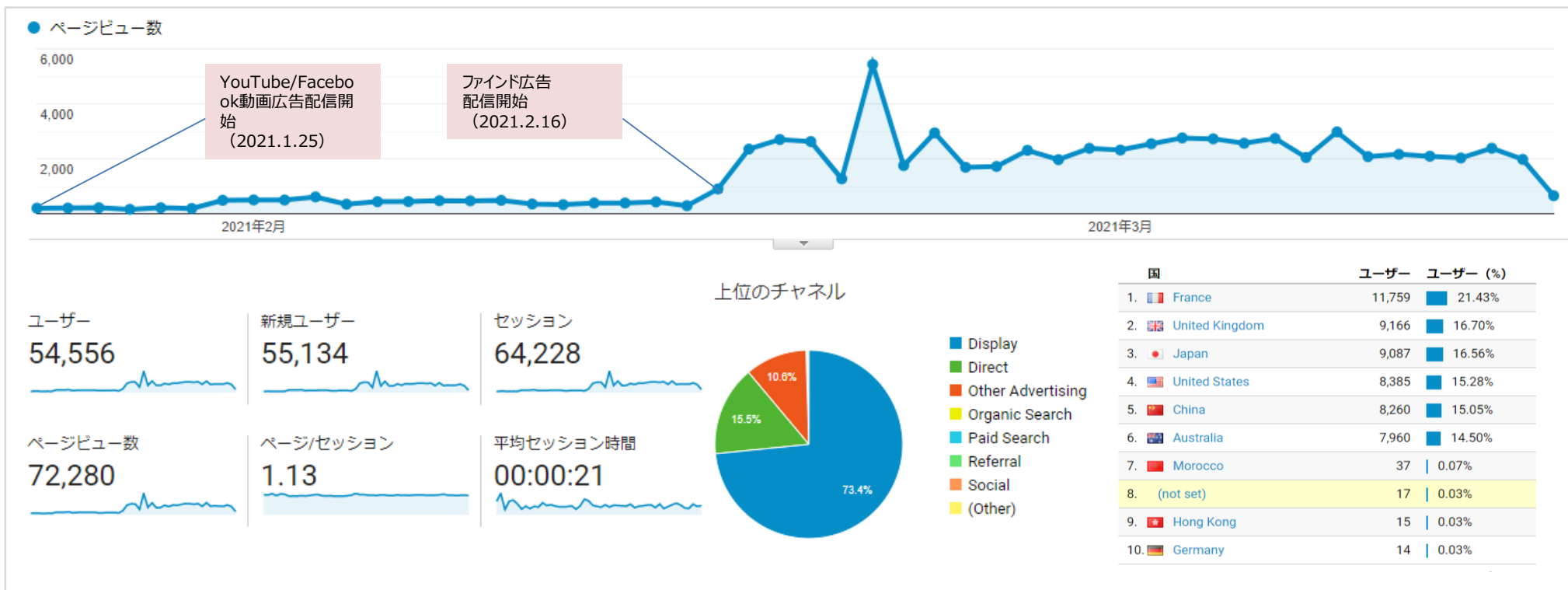
公式サイトを見る

城泊・剣道体験を見る

Copyright © JTB Sports Agency. All Rights Reserved.

# JAPAN BUDO TOURISMサイト 閲覧概況 (サイト全体)

対象WEBサイト：スポーツ庁武道ツーリズムWEBサイト（日本語、英語、中国語） <https://budotourism-japan.com/>  
 集計期間：2021年1月25日～同年3月15日  
 データソース：Googleアナリティクス



ページビュー数：YouTube動画広告を視聴したユーザーに向けたファインド広告により増大。**最終的に72,280PVを記録**しました。

上位のチャネル：**広告経由のサイト訪問が全体の84%**と大半を占めました（バナー広告73.4%、動画広告10.6%）（\*）。

国別ユーザー数：**フランスからのユーザー数が最多で全体の21.43%**。次いで英国、日本、米国、中国、オーストラリアがほぼ横並びとなりました。

# 各言語サイトごとの分析

---

AIアナリストforツーリズムによる分析

対象WEBサイト：スポーツ庁武道ツーリズムWEBサイト（日本語、英語、中国語） <https://budotourism-japan.com/>

分析対象期間：2021年1月25日～同年3月15日

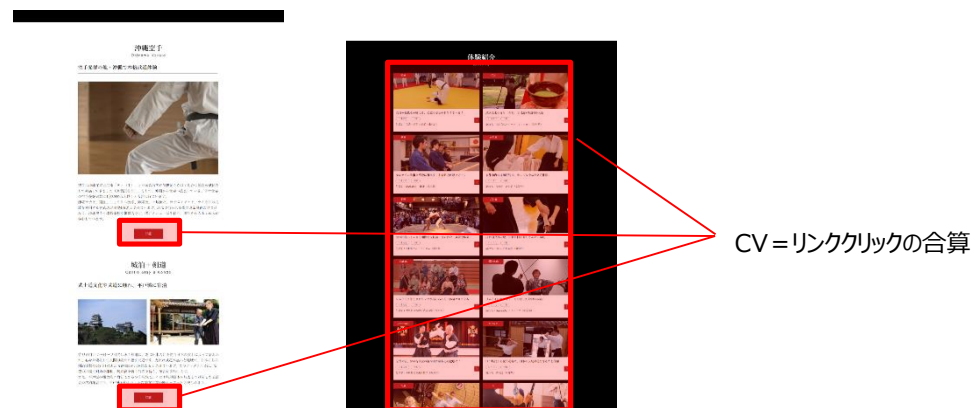
分析ツール：AIアナリストforツーリズム

## ■概要：

- 本資料は、対象WEBサイトの各言語サイトごとに導入したAIアナリストforツーリズムの「レポート」機能からの抽出データを参考にしています。
- 各分析レポートでは、WEBサイト分析コンサルタントが着目すべき点とその理由を記載しております。

## ■設定しているファネル定義、コンバージョン（CV）ポイント

- 各言語サイト上に設置された外部サイトへのリンククリックをCVポイントとします（右図参照）。
- 「ユーザーファネル」では、サイト訪問数と、CVを記録したユーザー数と割合（コンバージョン率/CVR）が記載されます。CVやCVRの数値が大きいほど、多くのユーザーがリンクをクリックしたことになり、コンテンツがユーザーの期待にできていたことが分かります。



## ■注意事項

- 他事業者への本資料の共有は禁止させていただきます。社（団体）外秘にてお取り扱いください。
- AIアナリストforツーリズムの分析結果を参考にしているため、WEBサイトで他に導入している分析ツールや、広告配信結果と数値が異なる、実際のWEBサイト以外のマーケティング活動と数値が異なる可能性があります。ご了承ください。



# 日本語サイトの分析

---

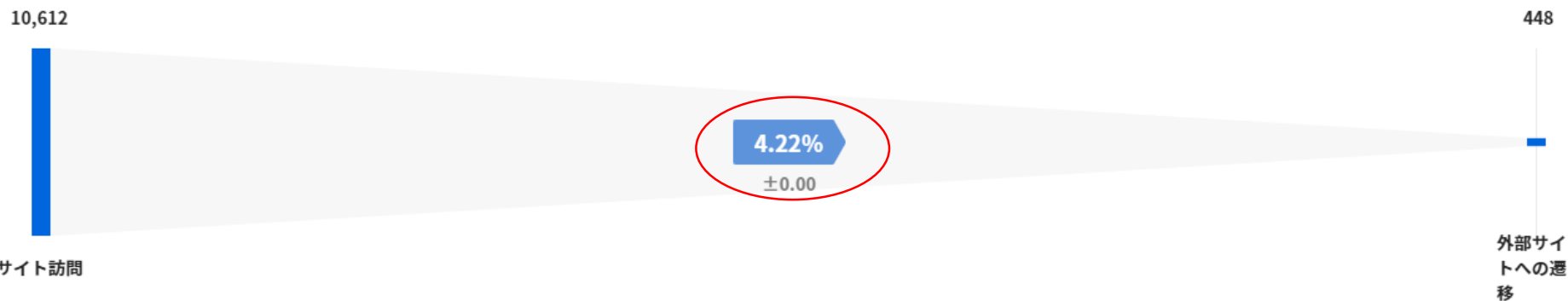
AIアナリストforツーリズムによる分析

## 日本語サイト

### ユーザーファネル

ユーザーの各ステージごとの訪問を示しています。先月/先週と比べて数値が大きく変化していないかを確認しましょう

国 すべて 地域 すべて



### デバイス比率

PC 6.53% ±0 SP 91.07% ±0 タブレット 2.40% ±0

### ユーザー比率

新規 86.75% ±0 リピーター 13.25% ±0

- 「サイト訪問」数は10,612件、外部サイトへのクリック率は4.22%と、いずれも3言語中2番目に多い結果となりました。
- デバイス別では、スマートフォン（SP）が全体の91%を占めました。今後のサイト改善においては、SPサイトのユーザビリティを念頭にブラッシュアップすることで、CVなどパフォーマンスの向上を図ることができます。

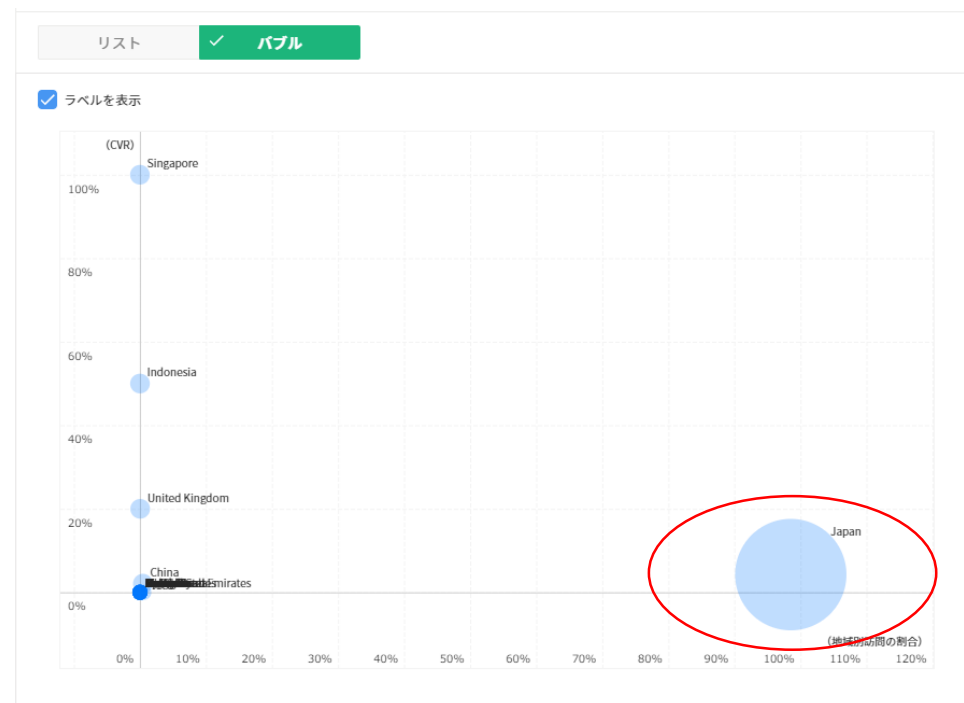
## 日本語サイト

地域パネル  
「アクセス地域ごと」の指標を示しています。反応が良い地域、悪い地域を確認して、集客施策に活用しましょう

国 すべての国

リスト  バブル

	訪問 ↓	CV <input type="checkbox"/>	CVR <input type="checkbox"/>	直帰率 <input type="checkbox"/>
Japan	10,457 ±0	444 ±0	4.25% ±0	89.10% ±0
United States	63 ±0	0 ±0	0.00% ±0	100.00% ±0
China	48 ±0	1 ±0	2.08% ±0	93.75% ±0
United Kingdom	5 ±0	1 ±0	20.00% ±0	80.00% ±0
France	4 ±0	0 ±0	0.00% ±0	75.00% ±0
Germany	3 ±0	0 ±0	0.00% ±0	100.00% ±0
India	3 ±0	0 ±0	0.00% ±0	100.00% ±0
Malaysia	3 ±0	0 ±0	0.00% ±0	100.00% ±0
Canada	2 ±0	0 ±0	0.00% ±0	100.00% ±0
Australia	2 ±0	0 ±0	0.00% ±0	100.00% ±0



- 地域（国）ごとの実績は、「日本」が訪問数、CV、CVRいずれも大多数を占めました。言語特性からも順当な結果といえます。またバブルチャート上でも、日本の訪問者が多かったことが分かります。

## 日本語サイト

### 流入元レポート

「参照元／メディアごと」の指標を示しています。各流入からのデータ確認して、集客施策に活用しましょう（※デモグラフィ属性データは識別できないものがあります）

	訪問 ↓	CV □	CVR □	直帰率 □
対象範囲合計	10,612 ±0	448 ±0	4.22% ±0	89.19% ±0
google / banner	7,961 ±0	115 ±0	1.44% ±0	91.96% ±0
facebook / banner	1,204 ±0	173 ±0	14.37% ±0	78.49% ±0
youtube / cpv	1,048 ±0	44 ±0	4.20% ±0	90.46% ±0
(direct) / (none)	236 ±0	59 ±0	25.00% ±0	65.25% ±0
google / organic	48 ±0	11 ±0	22.92% ±0	68.75% ±0
bunbuichido.net / referral	46 ±0	32 ±0	69.57% ±0	23.91% ±0
baidu / organic	36 ±0	0 ±0	0.00% ±0	100.00% ±0
osumo-3.com / referral	11 ±0	7 ±0	63.64% ±0	36.36% ±0
bing / organic	5 ±0	1 ±0	20.00% ±0	40.00% ±0
yahoo / organic	4 ±0	2 ±0	50.00% ±0	50.00% ±0

- 自然検索を含めた流入元では、ユーザーのほとんどが広告経由でサイト訪問となりました。
- 自然検索を増やすためには、サイト上に、検索されやすいキーワードなどを含めたコンテンツを豊富に用意するなどし、検索で上位結果に表示されるようするなど工夫が必要です。

## 日本語サイト

### 広告レポート

「重要な広告キャンペーン」として指定した広告キャンペーンごとの指標を示しています。各キャンペーンがCVと認知獲得に貢献しているか確認しましょう（※デモグラ属性データは識別できないものがあります）

国 合算 ▼ 地域 合算 ▼

性別 合算 ▼ 年齢 合算 ▼

	訪問 ↓	CV □	CVR □	直帰率 □
対象範囲合計	10,213 ±0	332 ±0	3.25% ±0	90.22% ±0
Display > google > 2020	7,961 ±0	115 ±0	1.44% ±0	91.96% ±0
Display > facebook > 2020	1,204 ±0	173 ±0	14.37% ±0	78.49% ±0
Other Advertising > youtube > 2020	1,048 ±0	44 ±0	4.20% ±0	90.46% ±0

- 広告別では、最も多い訪問数だったのが「Googleディスプレイ（ファインド広告）」で7,961件。ただしCV数は伸び悩み115件、CVRも1.44%と広告媒体で一番低い数値となりました。
- 「Facebookディスプレイ（バナー）」は、訪問数こそ1,204件とGoogleディスプレイより少なかったものの、CV、CVRともGoogleを上回る173件／14.37%と高水準で着地。Facebook経由で配信したターゲット層と、その層が望むコンテンツがマッチしていたと思われます。
- サイトへの流入を得意としないYouTube動画広告でも、CVRでは4.2%と善戦しました。

## 日本語サイト

### 検索キーワードサマリ (Google検索のみ)

指定したキーワードと、クリック上位10キーワードの主要指標 (自然検索キーワードレポートへ)

重要なキーワード 	順位 	表示回数 <input type="checkbox"/>	クリック <input type="checkbox"/>	予測CV <input type="checkbox"/>	予測CVR <input type="checkbox"/>
★ how to tie a martial arts belt	2 ±0	1 ±0	0 ±0	0 ±0	0.00% ±0
★ budo tourism japan 	3.5 ±0	151 ±0	26 ±0	1.3 ±0	4.95% ±0
★ japan budo 	22.4 ±0	8 ±0	0 ±0	0 ±0	0.00% ±0
★ karate judo sumo samurai	39 ±0	1 ±0	0 ±0	0 ±0	0.00% ±0
★ budo japanese	45 ±0	2 ±0	0 ±0	0 ±0	0.00% ±0
★ japanese sport of fencing with bamboo sticks	50 ±0	1 ±0	0 ±0	0 ±0	0.00% ±0
★ japan sports agency	75 ±0	2 ±0	0 ±0	0 ±0	0.00% ±0
★ japanese budo 	82.9 ±0	15 ±0	0 ±0	0 ±0	0.00% ±0
★ tourism japan 	89.6 ±0	8 ±0	0 ±0	0 ±0	0.00% ±0
★ ayumu shorinji	94 ±0	1 ±0	0 ±0	0 ±0	0.00% ±0

- 検索キーワードの傾向では、武道に関するキーワードの自然検索では多くの流入がありませんでした。サイト上に武道に関するコンテンツを増やすなどし、また検索してほしいキーワードを配することで、自然検索での流入増が見込めます。



# 英語サイトの分析

---

AIアナリストforツーリズムによる分析

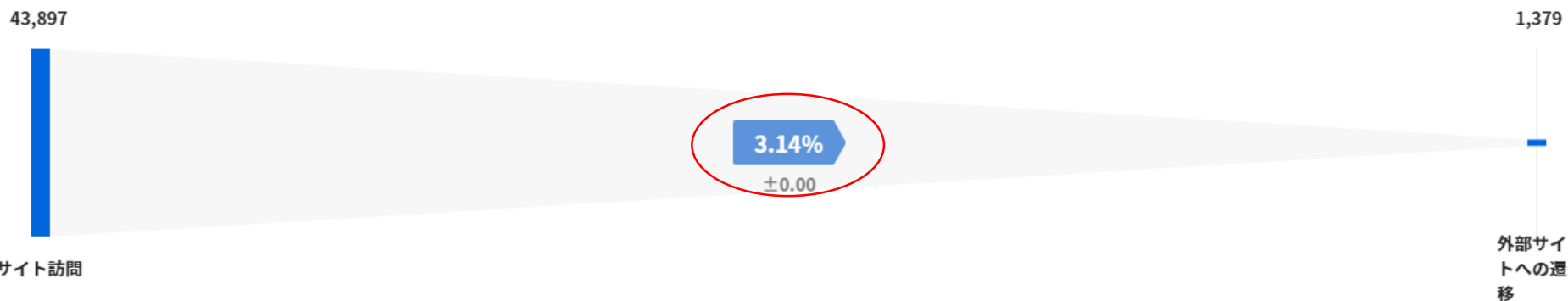


## 英語サイト

### ユーザーファネル

ユーザーの各ステージごとの訪問を示しています。先月/先週と比べて数値が大きく変化していないかを確認しましょう

国 すべて ▼ 地域 すべて ▼



### デバイス比率

PC 3.66% ±0 **SP 94.19% ±0** タブレット 2.16% ±0

### ユーザー比率

新規 85.91% ±0 リピーター 14.09% ±0

- 「**サイト訪問**」は**43,897件**と**3言語中最多**。多くのユーザーが訪問した分、外部サイトへのクリック率は3.14%と一番低くなりましたが、実数では1,379クリックと2番目の多さとなりました。
- デバイス別では、やはりスマートフォン（SP）が全体の94.19%と大多数を占めたため、今後はSPサイトを中心とした改善が有効と思われます。

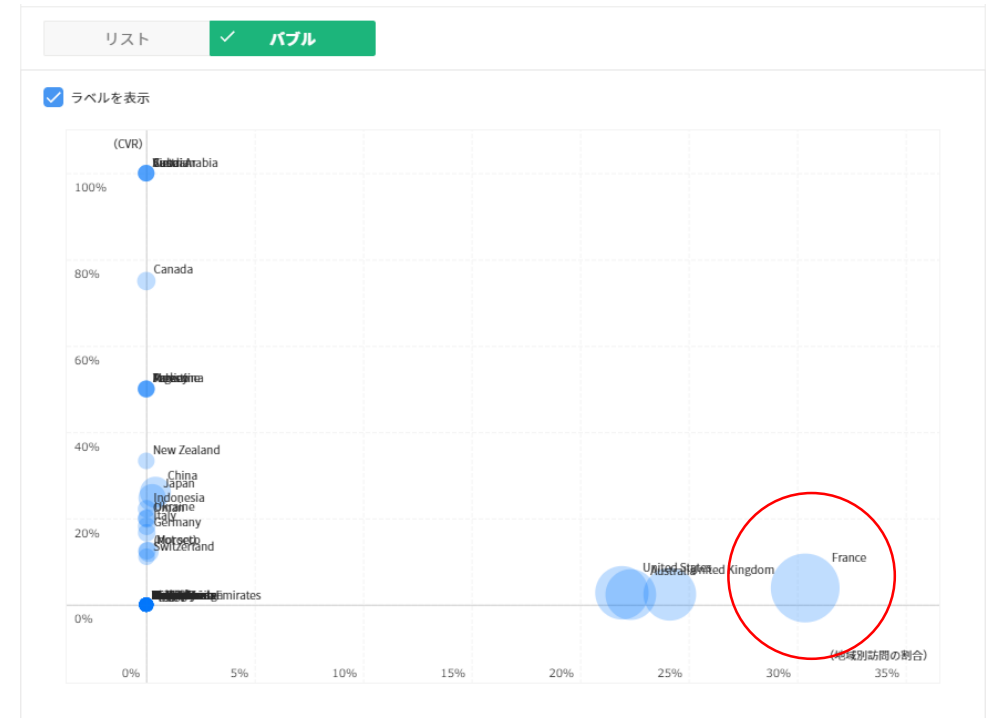
## 英語サイト

地域パネル  
「アクセス地域ごと」の指標を示しています。反応が良い地域、悪い地域を確認して、集客施策に活用しましょう

国

リスト  バブル

	訪問 ↓	CV <input type="checkbox"/>	CVR <input type="checkbox"/>	直帰率 <input type="checkbox"/>
France	13,332 ±0	516 ±0	3.87% ±0	85.41% ±0
United Kingdom	10,593 ±0	256 ±0	2.42% ±0	90.24% ±0
Australia	9,804 ±0	230 ±0	2.35% ±0	89.05% ±0
United States	9,624 ±0	266 ±0	2.76% ±0	89.31% ±0
China	188 ±0	49 ±0	26.06% ±0	22.34% ±0
Japan	121 ±0	30 ±0	24.79% ±0	28.93% ±0
Morocco	49 ±0	6 ±0	12.24% ±0	81.63% ±0
(not set)	16 ±0	2 ±0	12.50% ±0	81.25% ±0
Ukraine	15 ±0	3 ±0	20.00% ±0	66.67% ±0
Germany	12 ±0	2 ±0	16.67% ±0	75.00% ±0



- 国ごとでは、広告配信国が上位を独占。なかでも「フランス」が訪問数13,332件、CV516件、CVR3.87%といずれも最多を記録しました。同国では武道への関心が高いと言えますので、フランス語サイトなどを検討しより積極的なプロモーション施策も考えたいところです。
- バブルチャート上でも、フランスを中心に広告配信国の訪問者が多かったことが分かります。

## 英語サイト

### 流入元レポート

「参照元/メディアごと」の指標を示しています。各流入からのデータ確認して、集客施策に活用しましょう（※デモグラ属性データは識別できないものがあります）

	訪問 ↓	CV □	CVR □	直帰率 □
対象範囲合計	43,897 ±0	1,379 ±0	3.14% ±0	87.75% ±0
google / banner	35,507 ±0	867 ±0	2.44% ±0	88.32% ±0
youtube / cpv	5,187 ±0	206 ±0	3.97% ±0	87.53% ±0
facebook / banner	2,745 ±0	201 ±0	7.32% ±0	88.05% ±0
(direct) / (none)	269 ±0	71 ±0	26.39% ±0	25.28% ±0
google / cpc	63 ±0	1 ±0	1.59% ±0	98.41% ±0
google / organic	55 ±0	20 ±0	36.36% ±0	43.64% ±0
baidu / organic	17 ±0	0 ±0	0.00% ±0	100.00% ±0
m.facebook.com / referral	15 ±0	3 ±0	20.00% ±0	66.67% ±0
bunbuichido.net / referral	11 ±0	3 ±0	27.27% ±0	45.45% ±0
youtube.com / referral	11 ±0	6 ±0	54.55% ±0	45.45% ±0

- 自然検索を含めた流入元では、ユーザーのほとんどが広告経由でサイト訪問となりました。
- 自然検索を増やすためには、サイト上に検索キーワードなどを含めたコンテンツを豊富に用意するなどをおすすめします。

## 英語サイト

**広告レポート**  
 「重要な広告キャンペーン」として指定した広告キャンペーンごとの指標を示しています。各キャンペーンがCVと認知獲得に貢献しているか確認しましょう（※デモグラ属性データは識別できないものがあります）

国 合算 ▼ 地域 合算 ▼

性別 合算 ▼ 年齢 合算 ▼

	訪問 ↓	CV □	CVR □	直帰率 □
対象範囲合計	43,502 ±0	1,275 ±0	2.93% ±0	88.23% ±0
Display > google > 2020	35,507 ±0	867 ±0	2.44% ±0	88.32% ±0
Other Advertising > youtube > 2020	5,187 ±0	206 ±0	3.97% ±0	87.53% ±0
Display > facebook > 2020	2,745 ±0	201 ±0	7.32% ±0	88.05% ±0

- 日本語サイト同様、「Googleディスプレイ（ファインド広告）」が最多訪問数35,507件。こちらもCVRが2.44%と一番低い数値となりましたが、母数が大きかったため、CV数自体では一番多くなりました。
- 「Facebookディスプレイ」のCVRが最多7.32%と、日本語サイトと同じ傾向。媒体とコンテンツとの相性が良かったことがうかがえます。
- YouTube動画広告もCVR3.97%と善戦しました。

## 英語サイト

### 検索キーワードサマリ (Google検索のみ)

指定したキーワードと、クリック上位10キーワードの主要指標 (自然検索キーワードレポートへ)

重要なキーワード 	順位 	表示回数 <input type="checkbox"/>	クリック <input type="checkbox"/>	予測CV <input type="checkbox"/>	予測CVR <input type="checkbox"/>
★ how to tie a martial arts belt	2 ±0	1 ±0	0 ±0	0 ±0	0.00% ±0
★ budo tourism japan 	3.5 ±0	151 ±0	26 ±0	11.1 ±0	42.87% ±0
★ japan budo 	22.4 ±0	8 ±0	0 ±0	0 ±0	0.00% ±0
★ kendo robes	38 ±0	1 ±0	0 ±0	0 ±0	0.00% ±0
★ karate judo sumo samurai	39 ±0	1 ±0	0 ±0	0 ±0	0.00% ±0
★ budo japanese	45 ±0	2 ±0	0 ±0	0 ±0	0.00% ±0
★ japan sports agency	75 ±0	2 ±0	0 ±0	0 ±0	0.00% ±0
★ japanese budo 	82.9 ±0	15 ±0	0 ±0	0 ±0	0.00% ±0
★ ayumu shorinji	94 ±0	1 ±0	0 ±0	0 ±0	0.00% ±0
★ 平戸城 キャッスルスステイ	94 ±0	1 ±0	0 ±0	0 ±0	0.00% ±0

- 検索キーワードの傾向では、武道に関するキーワードの自然検索では多くの流入がありませんでした。サイト上に武道に関するコンテンツを増やすなどし、また検索してほしいキーワードを配することで、自然検索での流入増が見込めます。



# 中国語サイトの分析

---

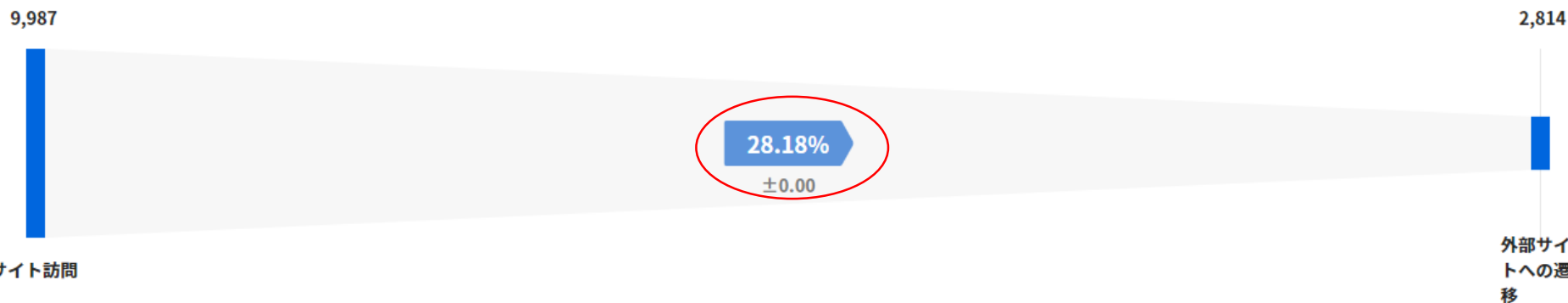
AIアナリストforツーリズムによる分析

## 中国語サイト

### ユーザーファネル

ユーザーの各ステージごとの訪問を示しています。先月/先週と比べて数値が大きく変化していないかを確認しましょう

国 **すべて** ▼ 地域 **すべて** ▼



### デバイス比率

PC 0.55% ±0 **SP 98.60% ±0** タブレット 0.85% ±0

### ユーザー比率

新規 84.44% ±0 リピーター 15.56% ±0

- 「サイト訪問」は9,987件と3言語中一番低い数値ながら、外部サイトへのクリック率は28.18%と、他言語とは桁が違う高水準に。サイトを訪れたユーザーの3割近くがクリックしたことを意味しており、親和性の高いコンテンツだったことがうかがえます。
- 全体の98.6%とほぼすべてのユーザーがスマートフォン（SP）からのアクセスとなりました。やはりSPサイトを中心としたサイト構造が望ましいと考えます。

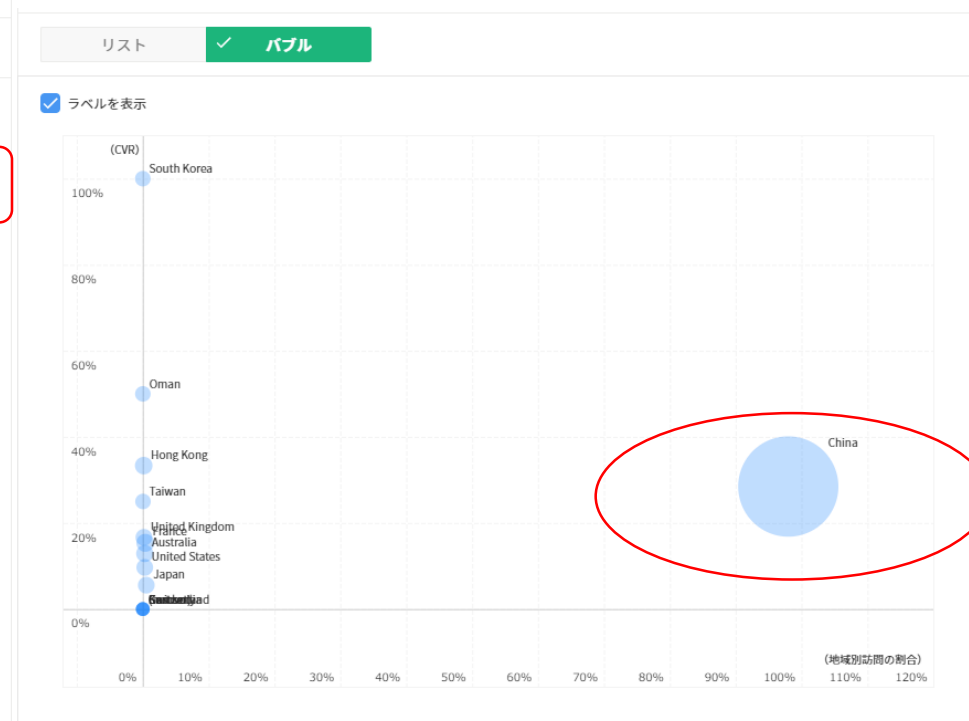
## 中国語サイト

地域パネル  
「アクセス地域ごと」の指標を示しています。反応が良い地域、悪い地域を確認して、集客施策に活用しましょう

国 すべての国

リスト  バブル

	訪問 ↓	CV <input type="checkbox"/>	CVR <input type="checkbox"/>	直帰率 <input type="checkbox"/>
China	9,786 ±0	2,787 ±0	28.48% ±0	67.29% ±0
Japan	54 ±0	3 ±0	5.56% ±0	33.33% ±0
France	39 ±0	6 ±0	15.38% ±0	0.00% ±0
United States	31 ±0	3 ±0	9.68% ±0	45.16% ±0
Australia	31 ±0	4 ±0	12.90% ±0	3.23% ±0
United Kingdom	18 ±0	3 ±0	16.67% ±0	5.56% ±0
Hong Kong	15 ±0	5 ±0	33.33% ±0	60.00% ±0
Taiwan	4 ±0	1 ±0	25.00% ±0	75.00% ±0
(not set)	2 ±0	0 ±0	0.00% ±0	100.00% ±0



- 国別では、「中国」が訪問数9,786件、CV2,787件、CVR (CV率) 28.48%と最多となり、順当な結果となりました。
- バブルチャートでは、多言語サイトや他国に比べCV数が多かったことから、縦軸上も高い位置にあることが分かります。

## 中国語サイト

### 流入元レポート

「参照元/メディアごと」の指標を示しています。各流入からのデータ確認して、集客施策に活用しましょう（※デモグラ属性データは識別できないものがあります）

	訪問 ↓	CV □	CVR □	直帰率 □
対象範囲合計	9,987 ±0	2,814 ±0	28.18% ±0	66.43% ±0
(direct) / (none)	9,851 ±0	2,798 ±0	28.40% ±0	67.25% ±0
google / banner	84 ±0	11 ±0	13.10% ±0	7.14% ±0
youtube / cpv	31 ±0	4 ±0	12.90% ±0	0.00% ±0
facebook / banner	13 ±0	1 ±0	7.69% ±0	0.00% ±0
google / organic	4 ±0	0 ±0	0.00% ±0	0.00% ±0
baidu / organic	2 ±0	0 ±0	0.00% ±0	100.00% ±0

- 流入元の判別がつかない「ダイレクト」が大多数を占めましたが、広告経由での流入である可能性は高いと思われます。

## 中国語サイト

### 検索キーワードサマリ (Google検索のみ)

指定したキーワードと、クリック上位10キーワードの主要指標 (自然検索キーワードレポートへ)

重要なキーワード 	順位 	表示回数 <input type="checkbox"/>	クリック <input type="checkbox"/>	予測CV <input type="checkbox"/>	予測CVR <input type="checkbox"/>
★ how to tie a martial arts belt	2 ±0	1 ±0	0 ±0	0 ±0	0.00% ±0
★ budo tourism japan	3.5 ±0	151 ±0	26 ±0	0 ±0	0.00% ±0
★ japan budo	22.4 ±0	8 ±0	0 ±0	0 ±0	0.00% ±0
★ kendo robes	38 ±0	1 ±0	0 ±0	0 ±0	0.00% ±0
★ karate robes	38.7 ±0	3 ±0	0 ±0	0 ±0	0.00% ±0
★ karate judo sumo samurai	39 ±0	1 ±0	0 ±0	0 ±0	0.00% ±0
★ japanese sport of fencing with bamboo sticks	50 ±0	1 ±0	0 ±0	0 ±0	0.00% ±0
★ japan sports agency	75 ±0	2 ±0	0 ±0	0 ±0	0.00% ±0
★ japanese budo	82.9 ±0	15 ±0	0 ±0	0 ±0	0.00% ±0
★ 平戸城 キャッスルスステイ	94 ±0	1 ±0	0 ±0	0 ±0	0.00% ±0

- 検索キーワードの傾向では、武道に関するキーワードの自然検索では多くの流入がありませんでした。サイト上に武道に関するコンテンツを増やすなどし、また検索してほしいキーワードを配することで、自然検索での流入増が見込めます。

# 各言語サイトの分析まとめ

---

AIアナリストforツーリズムによる分析



## 全体的な傾向と今後の対策

- サイト訪問数並びにCVであるクリック数は「英語サイト」が最多となりました。非英語圏を含め広い国でリーチできることが要因と考えられます。
- クリックした人の率であるCVRでは「中国語サイト」が一番パフォーマンスがよい結果となりました。コンテンツとのマッチングが良かったと考えられます。
- 国別では、英語サイトでの「フランス」が訪問数、CV、CVRとも良好な結果となりました。フランス語サイトやフランス語の広告などで、より積極的に武道ツーリズムをアピールすべき国と言えます。
- サイトへの流入経路では、「広告」が大多数を占め、自然検索での流入はわずかでした。自然検索を増やすためには、コンテンツを豊富にし、検索させたいキーワードをサイト上に含めるなど対策が必要です。
- 広告媒体別では、サイト訪問数については「Google」（YouTube視聴&視聴者向けのリターゲティング配信であるファインド広告）が良く、またCVRでは「Facebook」が好成績を出しました。今後のプロモーション施策でも、それぞれの媒体の特徴を生かした広告配信計画を組むべきと考えます。
- 全言語サイトにおいて「スマートフォン（SP）」でのアクセスが9割以上を占めました。SPサイトの拡充やユーザビリティ向上など対策を取るべきと考えます。