



令和3年度
スポーツによる地域の価値向上プロジェクト

別添報告書④ 効果的なデジタル情報発信（WEBサイト制作）

令和4年3月31日
Jtb Communication Design
株式会社JTBCコミュニケーションデザイン



1.WEBサイト制作概要

実施内容

スポーツツーリズムポータルサイトとしてのウェブサイトの拡充を実施した。日本各地より、スポーツツーリズムコンテンツ49か所、特集記事5記事を紹介。

URL：https://sporttourism-japan.com/

特集記事では、沖縄観光コンベンションビューロー、大阪体育大学、長野県スキー連盟、愛媛県自転車新文化推進協会などのモデル事業とも連動した記事を掲載した。

以下のポイントにてWEBの制作実施



黒を基調としたシックなデザインでブランドイメージを訴求

①スポーツツーリズムポータルサイトとしてのウェブサイト拡充

現在の武道ツーリズムのコンテンツに加えて新たに4カテゴリごとにページを制作・拡充した。カテゴリコンテンツや興味関心を高める動画やコンテンツ記事を掲載。

②共通クリエイティブ

WEBでもロゴマークを使用し、スポーツツーリズムの認知向上、浸透させ、地域の価値向上に貢献。統一感のあるデザインで制作で、閲覧者のページ滞在時間を長め、プロジェクト効果の最大化。

③サイト閲覧による興味の深化の仕掛けづくり

カテゴリごとで紹介することで、単一カテゴリの興味から、他のカテゴリへの興味関心につなげ、動画を活用し、ページ閲覧者に興味関心を深められるWEBサイトへ。

拡充されたサイトマップ





1.WEBサイト制作概要

モデル事業者と連動した記事制作

モデル事業との連動した記事を以下記載する。

モデル事業者	掲載箇所
一般財団法人 沖縄観光コンベンションビューロー	武道／体験紹介
学校法人浪商学園 大阪体育大学	武道／体験紹介
公益財団法人長野県スキー連盟	スノー／体験紹介
さっぽろグローバルスポーツコミッション	スノー／その他の体験
株式会社マインドシェア	アウトドア／体験紹介
一般財団法人 関西観光本部	アウトドア／その他の体験
愛媛県自転車文化推進協会	アウトドア／その他の体験
一般社団法人ルーツ・スポーツ・ジャパン	アウトドア／その他の体験
一般社団法人さいたまスポーツコミッション	アーバン／その他の体験

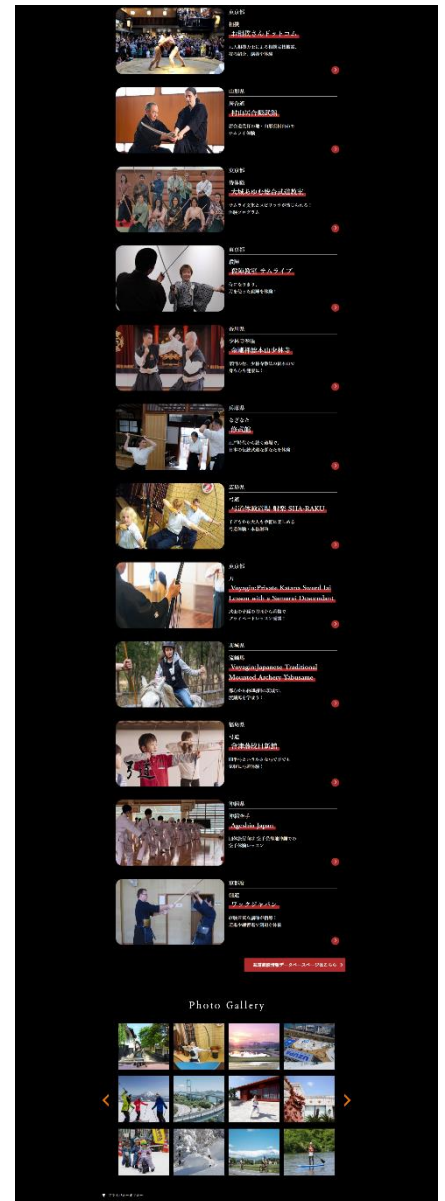


2. サイトキャプチャ

日本語トップページ



日本語BUDOページ

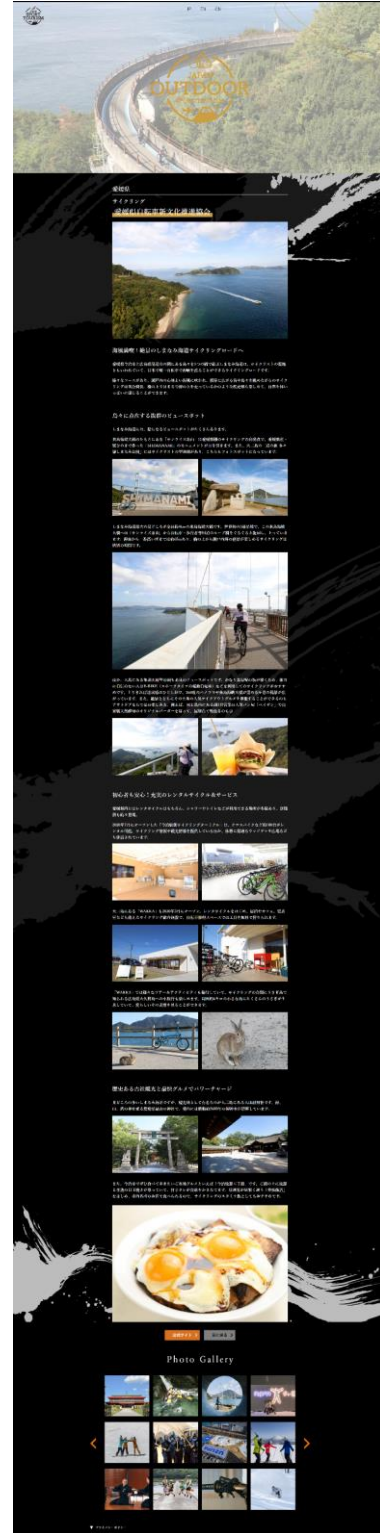




2. サイトキャプチャ

日本語OUTDOORページ

日本語OUTDOOR (愛媛県紹介ページ)

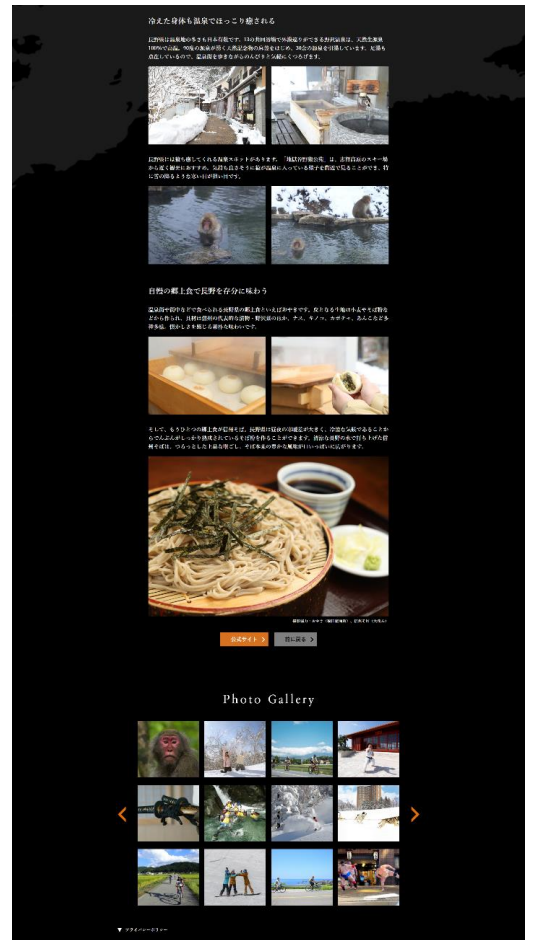
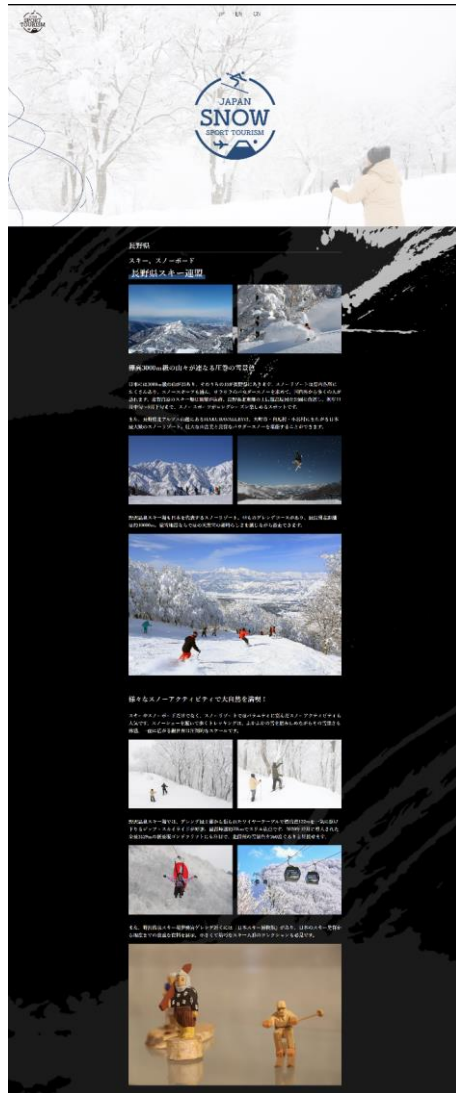




2. サイトキャプチャ

日本語SNOWページ

日本語SNOW (長野県紹介ページ)



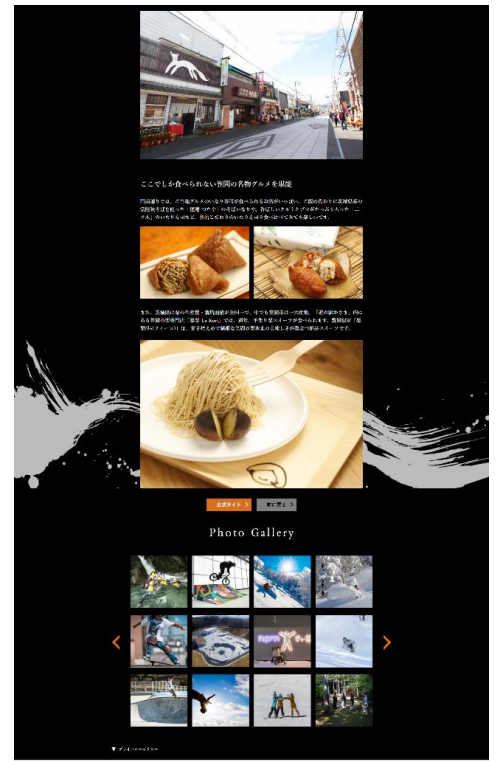
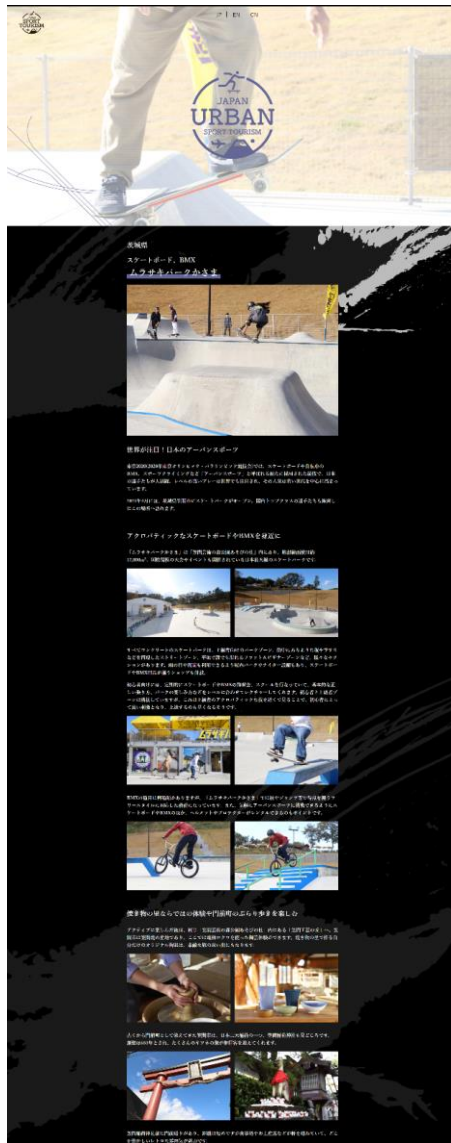


2. サイトキャプチャ

日本語URBANページ



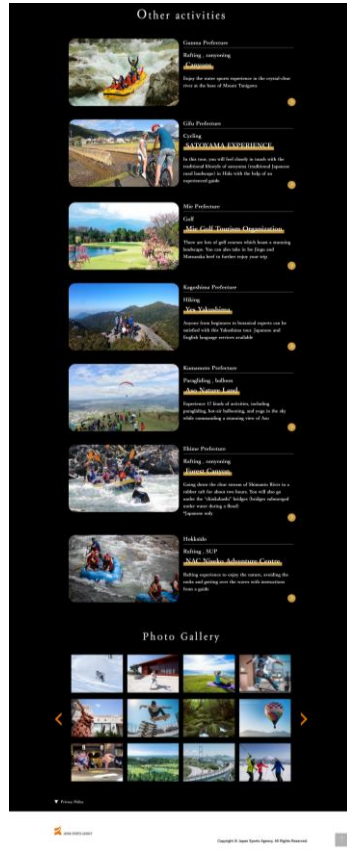
日本語URBAN (笠間市紹介ページ)



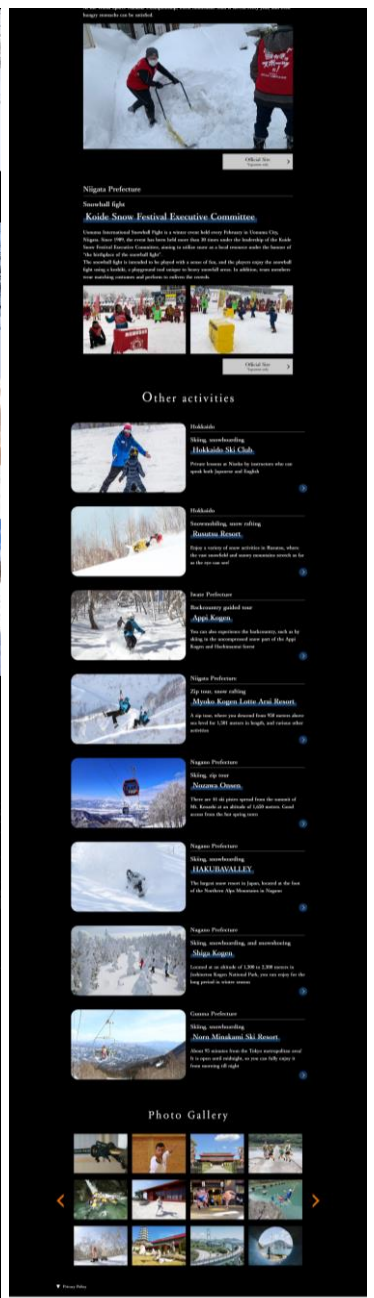
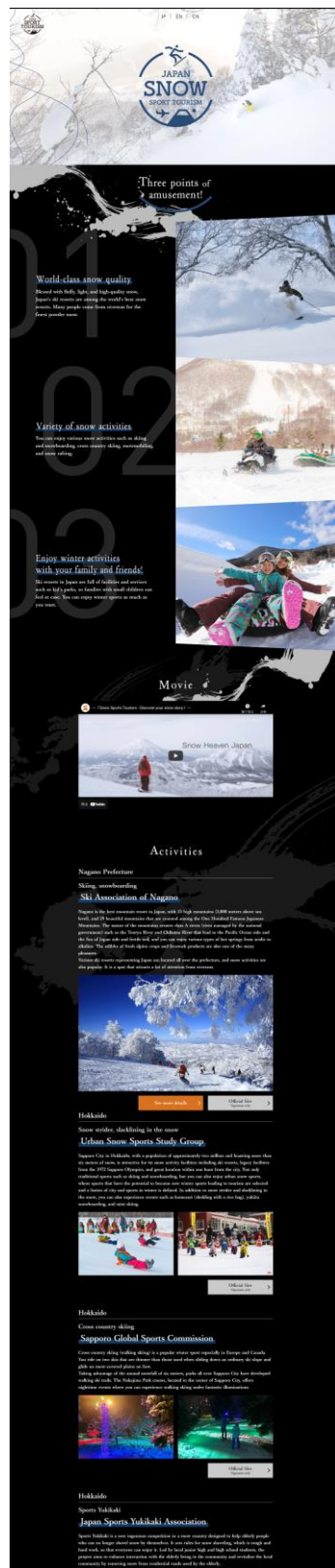


2. サイトキャプチャ

英語OUTDOORページ



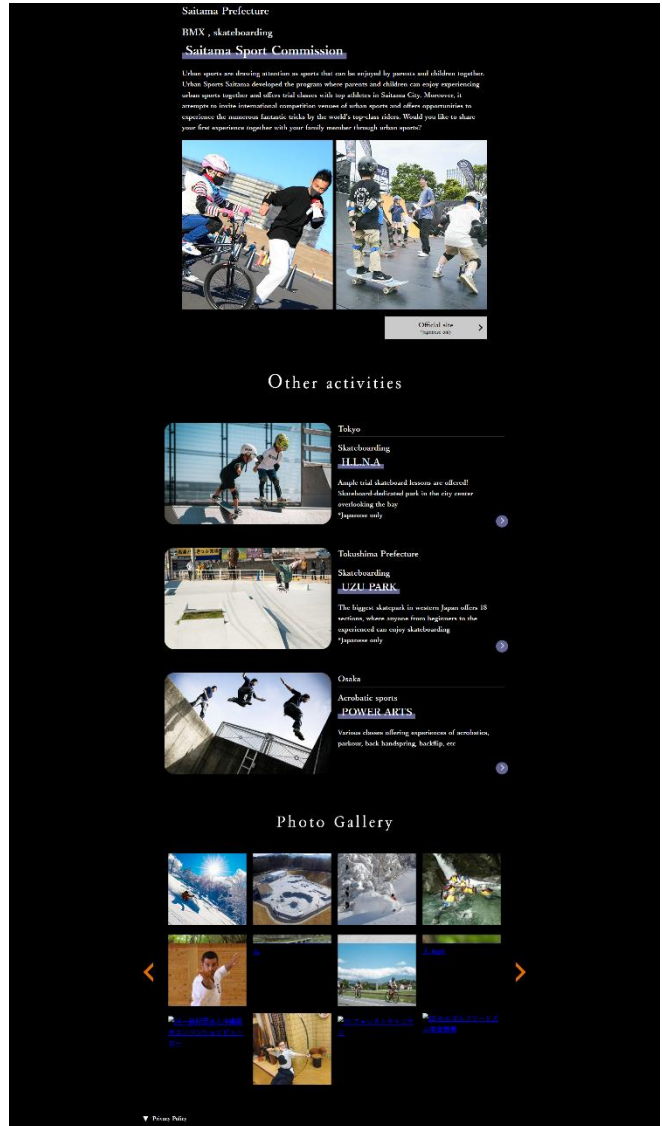
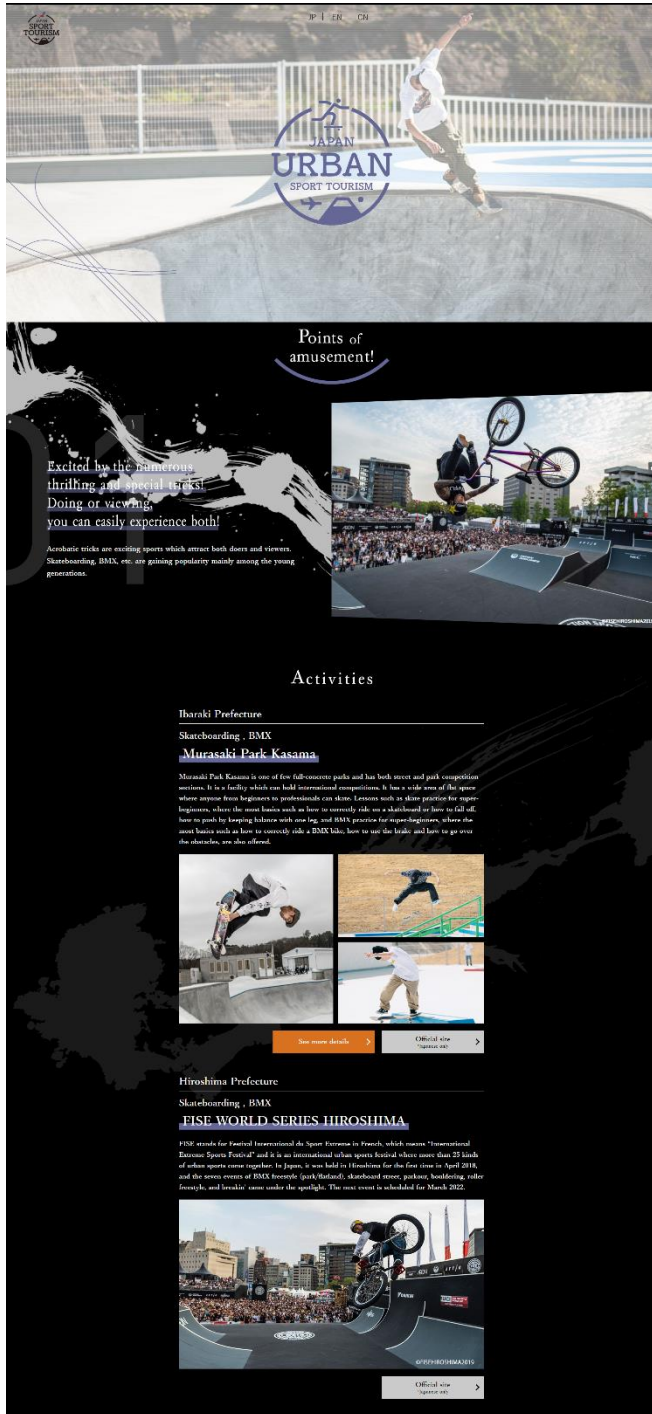
英語SNOWページ





2. サイトキャプチャ

英語URBANページ



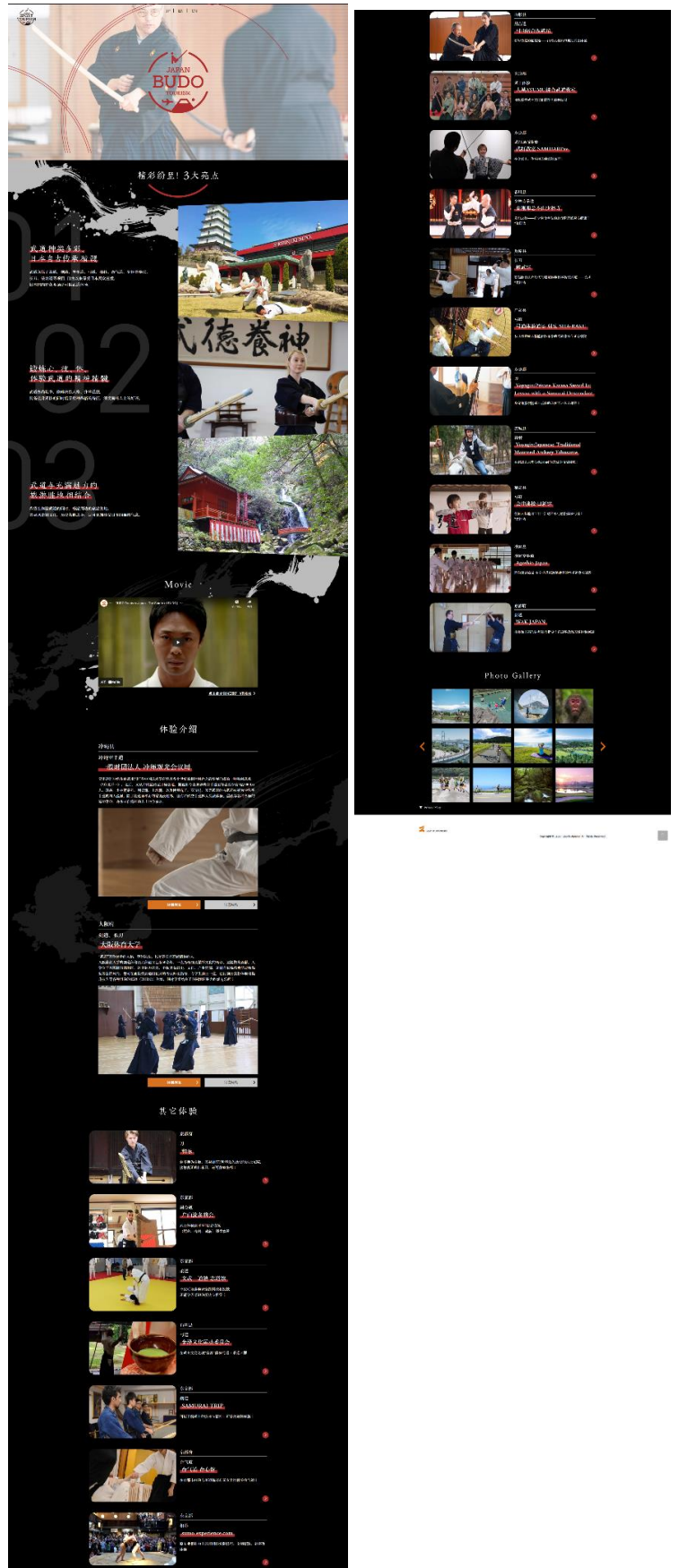


2. サイトキャプチャ

中国語トップページ



中国語BUDOページ

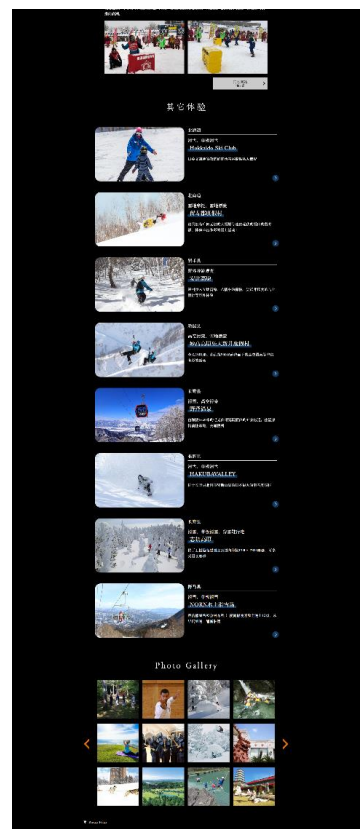




2. サイトキャプチャ

中国語OUTDOORページ

中国語SNOWページ





3.WEBサイト分析結果

■分析対象WEBサイト

スポーツ庁 JAPAN SPORT TOURISM WEBサイト（日本語、英語、中国語）
<https://sporttourism-japan.com/>

■分析対象期間

2021年11月1日 ～ 2022年1月31日

■分析ツール

AIアナリストforツーリズム

■概要

- ・本報告書では、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」（以下、AIT）から抽出したデータを参考に、WEBサイト分析コンサルタントが着目すべき点を記載しております。
- ・AITでは、サイトの「成果」を測る指標として「コンバージョン」（以下、CV）を設定しています。本報告書におけるCVは、各言語サイト上に設置された外部サイトへの遷移（クリックカウント）と、埋め込まれたYouTube動画の再生（再生回数）としています。

日本語サイトの分析

AIanalyst **for**Tourism

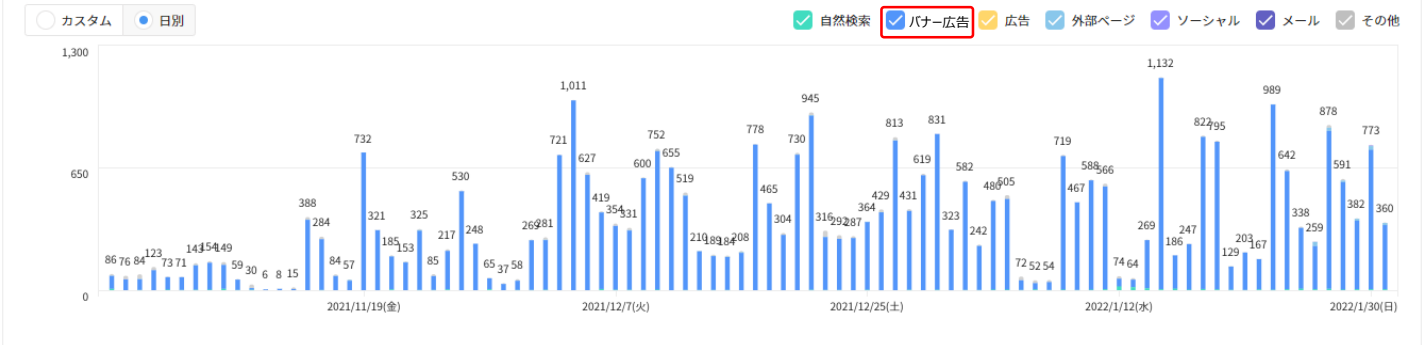


日本語サイト

主要数値・訪問数の推移

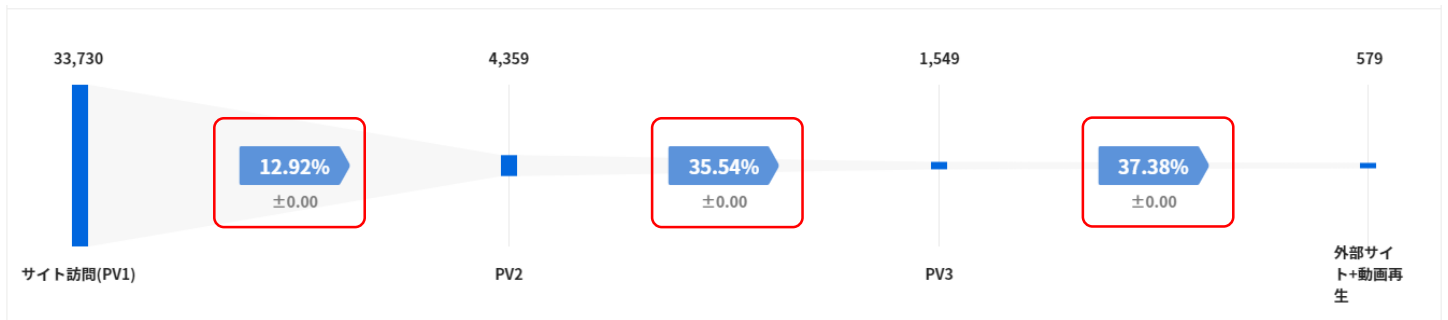
* 3言語サイト中最高値

CV 579 *	訪問 33,730	CVR 1.72%	UU 28,484	PV 44,827
-------------	--------------	--------------	--------------	--------------



- ✓ CV（外部サイトへのクリック+動画の再生）は、3言語サイト中もっとも多い579件を獲得。CV率（CVR）も1.72%と、中国語サイトの1.74%に次ぐ2番目の高さとなりました。
- ✓ 訪問数は33,730、UU（ユニークユーザー）数は28,484と、英語サイトに次ぐ2番目の多さ。英語サイトのCVRが0.43%にとどまることから、日本語サイトの訪問者は、掲載コンテンツに対し興味関心が高かったと言えます。
- ✓ サイト流入の大多数、96.79%はバナー広告経由と、他の言語サイトと同様の傾向となりました。

サイト内動向／デバイス比率／ユーザー比率



デバイス比率

PC 10.82% ±0 SP 88.38% ±0 タブレット 0.80% ±0 スマートフォンが約88%

ユーザー比率

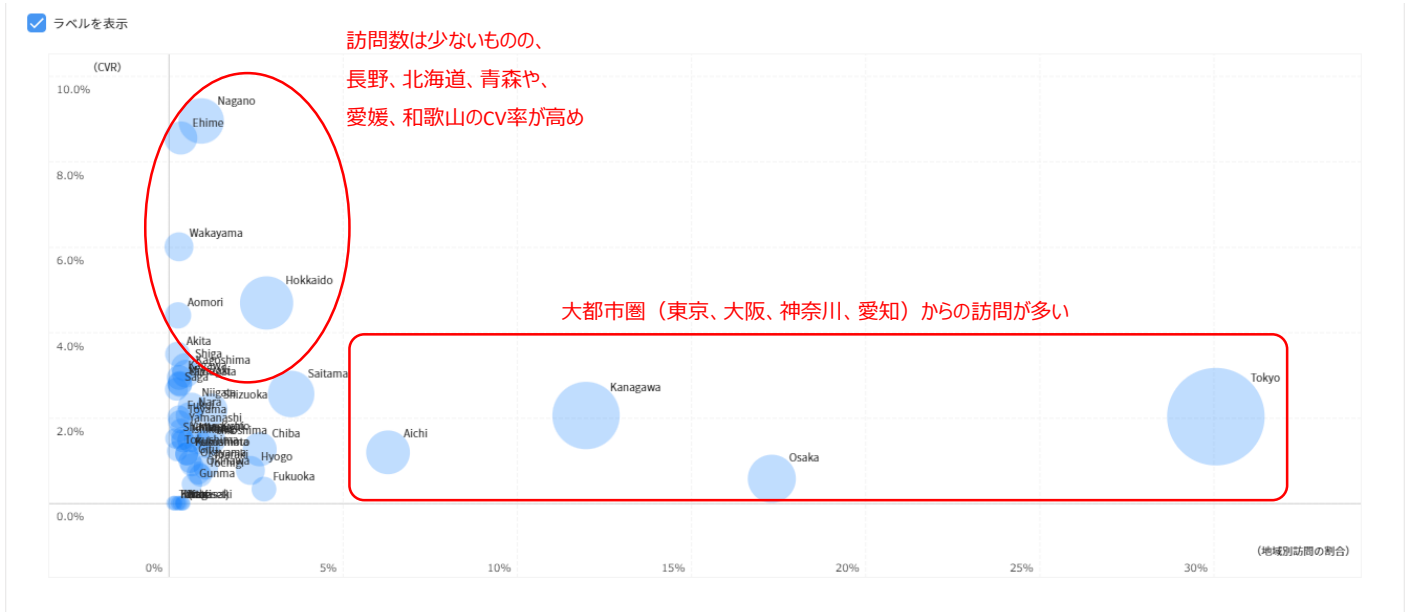
新規 84.15% ±0 リピーター 15.85% ±0 再訪問は約16%

- ✓ サイト訪問者のうち12.92%が2ページ目（PV2）に遷移。中国語サイトの19.84%に次ぐ2番目の高さ。2ページから3ページへの遷移は35.54%、さらにCVに至った割合は37.38%でした。
- ✓ デバイスの比率は、88.38%がスマートフォン（SP）。他の言語サイトは90%超なことから、PCユーザーが若干多めでした。
- ✓ 上記から、サイト内の回遊を上げ、エンゲージメントを高めるためには、スマートフォンに適したレイアウトやユーザビリティへの配慮、ページ数の増加など対策が考えられます。
- ✓ 新規ユーザーが84.15%と大多数を占めるものの、リピーターも約16%存在。再訪問を促すためには、コンテンツの更新頻度を上げる、SNSなどを使った再訪施策なども検討されたいところです。



日本語サイト

地域ごとの訪問とCV率（都道府県別）



地域ごとの訪問トップ10詳細（都道府県別）

	訪問 ↓	CV □	CVR □	直帰率 □
Tokyo	10,029 ±0	203 ±0	2.02% ±0	87.21% ±0
Osaka	5,777 ±0	33 ±0	0.57% ±0	88.32% ±0
Kanagawa	3,998 ±0	82 ±0	2.05% ±0	84.99% ±0
Aichi	2,102 ±0	25 ±0	1.19% ±0	88.82% ±0
Saitama	1,174 ±0	30 ±0	2.56% ±0	83.48% ±0
Hokkaido	939 ±0	44 ±0	4.69% ±0	85.62% ±0
Fukuoka	914 ±0	3 ±0	0.33% ±0	87.96% ±0
Chiba	873 ±0	11 ±0	1.26% ±0	85.34% ±0
Hyogo	784 ±0	6 ±0	0.77% ±0	88.14% ±0
Shizuoka	411 ±0	9 ±0	2.19% ±0	87.35% ±0

- ✓ 訪問数は大都市圏からが多いものの、CV率はその限りではなく、訪問もCVも比較的多い北海道や、訪問数こそ少ないもののCV率が高い長野、愛媛、和歌山など、掲載コンテンツに関連のある地域からの反応が良好でした。



日本語サイト

流入元別訪問数トップ10

		訪問 ↓	CV □	CVR □	直帰率 □
対象範囲合計		33,730 ±0	579 ±0	1.72% ±0	86.86% ±0
google / cpc	Google / バナー : 訪問が最多、ただしCV率は低く、直帰率も高め	25,975 ±0	41 ±0	0.16% ±0	89.52% ±0
verizonmedia / cpc	Verizon / バナー : 訪問が2番目に多く、かつCV率も高め	6,662 ±0	248 ±0	3.72% ±0	82.38% ±0
(direct) / (none)	ダイレクト	698 ±0	183 ±0	26.22% ±0	51.58% ±0
google / organic	Google / 自然検索	142 ±0	46 ±0	32.39% ±0	45.77% ±0
mext.go.jp / referral	文部科学省 : 訪問は5番目に多く、CV率は高く、直帰率は低め	87 ±0	22 ±0	25.29% ±0	37.93% ±0
yahoo / organic	Yahoo / 自然検索	34 ±0	16 ±0	47.06% ±0	41.18% ±0
baidu / organic	百度 / 自然検索	32 ±0	0 ±0	0.00% ±0	100.00% ±0
bing / organic	Bing / 自然検索	16 ±0	4 ±0	25.00% ±0	56.25% ±0
ski-nagano.org / referral	長野県スキー連盟	15 ±0	0 ±0	0.00% ±0	40.00% ±0
komatu-dojo.com / referral	琉球空手・琉球古武道	14 ±0	7 ±0	50.00% ±0	50.00% ±0

- ✓ 最大の流入元はGoogle、Verizonのバナー広告経由で、2媒体合わせて全体の96.76%のシェア。
- ✓ Googleバナー広告は、訪問数が25,975（シェア77.01%）で最多、サイト訪問にもっとも貢献した媒体。一方でCV数、CV率、直帰率ともVerizonの方がまさりました。
- ✓ Verizonは、訪問数こそ6,662（シェア19.75%）で2番目でしたが、CV数248、CV率3.72%、直帰率82.38%とGoogle広告に比べパフォーマンス良好。Verizonのスポーツ関心層に向けた配信の方がCVに貢献しました。
- ✓ 文部科学省や長野県スキー連盟など外部サイトからの流入もありました。一般に、外部サイトとのリンク連携はSEO上も有利に働くとされていることから、流入が見込めるサイトとのリンク連携は促進されたいところです。



日本語サイト

入口ページ

	訪問 ↓	CV □	CVR □	直帰率 □	PV □
JAPAN SPORT TOURISM /	26,535 ±0	126 ±0	0.47% ±0	88.78% ±0	34,793 ±0
スノースポーツツーリズム JAPAN SPORT TOURISM /snow.html	170 ±0	69 ±0	40.59% ±0	50.00% ±0	319 ±0
武道ツーリズム JAPAN SPORT TOURISM /budo.html	119 ±0	19 ±0	15.97% ±0	73.95% ±0	205 ±0
アウトドアスポーツツーリズム JAPAN SPORT TOURISM /outdoor.html	89 ±0	44 ±0	49.44% ±0	41.57% ±0	368 ±0
JAPAN SPORT TOURISM /index.html	63 ±0	26 ±0	41.27% ±0	31.75% ±0	297 ±0
アーバンスポーツツーリズム JAPAN SPORT TOURISM /urban.html	40 ±0	7 ±0	17.50% ±0	62.50% ±0	77 ±0
SNOW SPORTSTOURISM /snows.html	21 ±0	8 ±0	38.10% ±0	47.62% ±0	35 ±0
OUTDOOR (サイクリング) SPORTSTOURISM /outdoor01.html	20 ±0	13 ±0	65.00% ±0	20.00% ±0	94 ±0
BUDO (沖縄空手) SPORTSTOURISM /budo01.html	19 ±0	4 ±0	21.05% ±0	52.63% ±0	38 ±0
JAPAN SPORT TOURISM /?vmcid=p5g_o5eae8b77a-68ee-11ec-98ed-3863bb474300-7f627143f700,t51640813589376	15 ±0	3 ±0	20.00% ±0	53.33% ±0	31 ±0

- ✓ 流入元からの入口とされるページで最大の訪問を記録したのは「トップページ」で、訪問数は26,535。流入元のおお半が広告であり、広告のLPがそのまま訪問の入口になったと思われます。

各スポーツページごとの訪問

	訪問 ↓	CV □	CVR □	離脱率 □	UU □	PV □
トップページ グループ	33,280 ±0	439 ±0	1.32% ±0	76.85% ±0	28,240 ±0	41,673 ±0
武道ツーリズム グループ	817 ±0	287 ±0	35.13% ±0	58.92% ±0	642 ±0	959 ±0
アウトドアスポーツツーリズム グループ	633 ±0	224 ±0	35.39% ±0	55.01% ±0	520 ±0	749 ±0
スノースポーツツーリズム グループ	500 ±0	171 ±0	34.20% ±0	57.61% ±0	392 ±0	578 ±0
アーバンスポーツツーリズム グループ	274 ±0	99 ±0	36.13% ±0	49.68% ±0	222 ±0	316 ±0

* 訪問、CVなどは延べ数値

- ✓ 訪問が多かったスポーツは、上から「武道」「アウトドアスポーツ」「スノースポーツ」「アーバンスポーツ」。
- ✓ 各スポーツのCV率はおしなべて35%前後と高い数値を出しました。
- ✓ 訪問のおお半がトップを入口としていることから、トップから各ページへスムーズに遷移する導線の見直しや、広告からのLPを各スポーツページに割り振るなど検討されたいところです。



日本語サイト

【参考】リンククリック数・動画再生数（GAより抽出）

リンク先・動画	クリック数・動画再生数
OCVB／詳細記事	104
愛媛県自転車文化推進協会／詳細記事	101
愛媛県自転車新文化推進協会（サイト内ページ）	95
沖縄空手 一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー（サイト内ページ）	92
アーバンスノースポーツ研究会	75
大阪体育大学	54
大阪府 剣道、なぎなた 大阪体育大学（サイト内ページ）	52
茨城県 スケートボード、BMX ムラサキパークかさま（サイト内ページ）	52
ツール・ド・ニッポン	51
ムラサキパークかさま／詳細記事	50
長野県スキー連盟／公式サイト	36
村山居合振武館	33
OCVB／公式サイト	26
Voyagin:Private Katana Sword Iai Lesson with a Samurai Descendant	26
長野県スキー連盟／詳細記事	26
SAMURAI TRIP	25
愛媛県自転車文化推進協会／公式サイト	25
和楽	23
ムラサキパークかさま／公式サイト	21
合気道 合心館	21
360VR	18
SATOYAMA EXPERIENCE	18
お相撲さんドットコム	18
大阪体育大学公式	17
金剛禅総本山少林寺	16
野沢温泉	16
H.L.N.A	15
さっぽろグローバルスポーツコミッション	15
金沢文化スポーツコミッション	15
戸山流備前会	15
ワックジャパン	14
フォレストキャニオン	13
修武館	13
妙高高原 ロッテアライリゾート	13
HAKUBAVALLEY	12
ノルン水上スキー場	11
志賀高原	11
文武一道塾 志道館	11
Ageshio Japan	9
阿蘇ネイチャーランド	9
山陰海岸ジオパーク推進協議会	9
Hokkaido Ski Club	8
Yes Yakushima	8
ルスツリゾート	8
一般社団法人 日本スポーツ雪かき連盟	8
弓道体験道場 射楽 SHA-RAKU	8
大城あゆむ総合武道教室	8
NAC ニセコアドベンチャーセンター	7
さいたまスポーツコミッション	7
パワーアーツ	7
みえゴルフツーリズム推進機構	7
殺陣教室 サムライブ	7
Voyagin:Japanese Traditional Mounted Archery Yabusame	6
ウズパーク	5
キャニオンズ	5
安比高原	5
FISE WORLD SERIES HIROSHIMA	4
會津藩校日新館	3
outdoor_movie	2
snow_movie	1
小出雪まつり実行委員会	1

英語サイトの分析

AIanalyst **for**Tourism

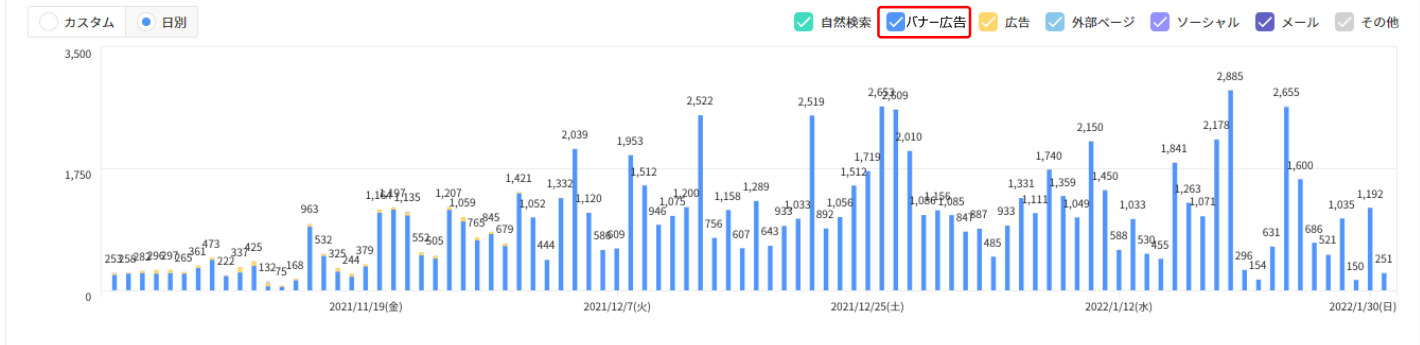


英語サイト

主要数値・訪問数の推移

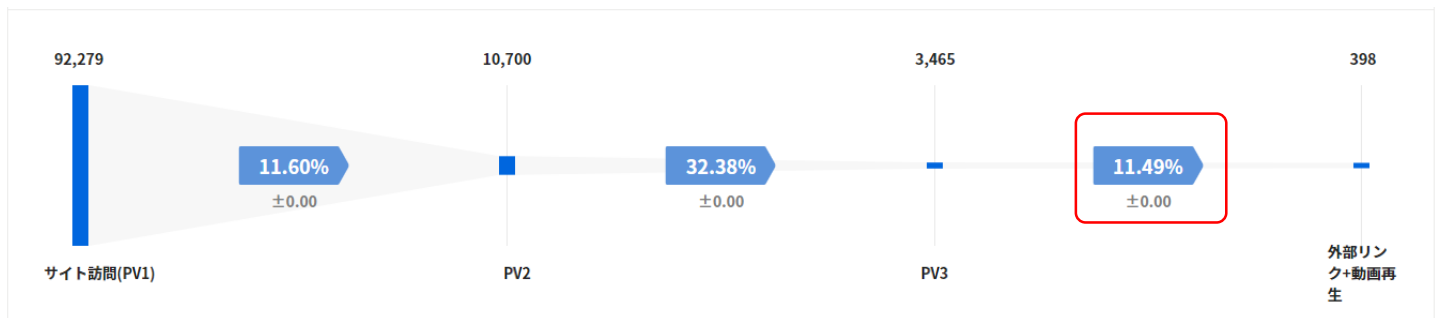
* 3言語サイト中最高値

CV 398	訪問 92,279 *	CVR 0.43%	UU 77,581 *	PV 116,634 *
-----------	----------------	--------------	----------------	-----------------



- ✓ 訪問数92,279、UU数77,581、PV数116,634と、**主要数値で3言語サイト中最多を記録しました。**
- ✓ 一方で、CV数、CV率は0.43%と伸び悩みました。**訪問数やUU数などは多かったものの、リンククリックや動画再生が進まなかったことになります。**
- ✓ 他の言語サイトと同じく、**サイト流入の99.48%と大多数が広告経由。**このうちバナー広告は全訪問の98.25%にあたる90,660、サイトへの流入には向かないとされる動画広告でも全体の1.23%、1,136の訪問を記録しました。

サイト内動向／デバイス比率／ユーザー比率



デバイス比率

PC 6.01% ±0 **SP 93.30%** ±0 タブレット 0.69% ±0 スマートフォンが90%以上

ユーザー比率

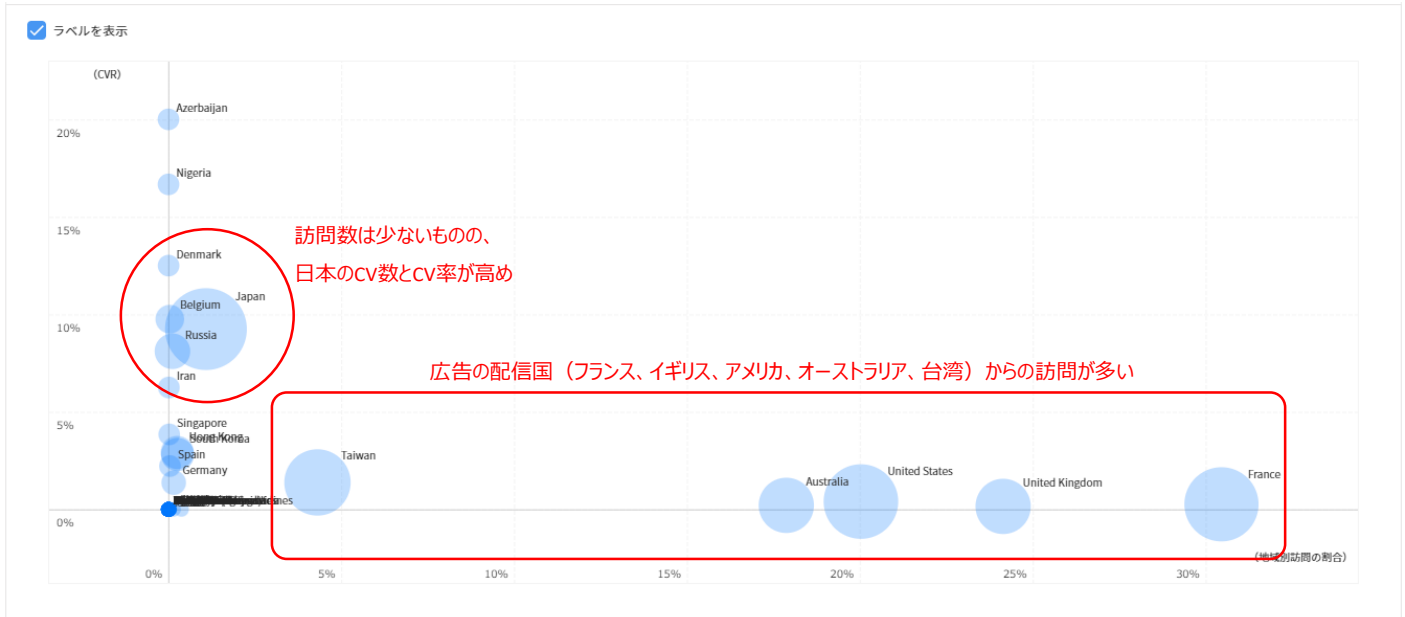
新規 83.74% ±0 **リピーター 16.26%** ±0 再訪問は約16%

- ✓ サイト訪問者の動向では、CVであるリンククリック&動画再生までの遷移率が11.49%と、日本語サイトの37.38%、中国語サイト17.72%に及びませんでした。**クリックや動画再生といった仕掛けが、訪問者に響かなかった可能性があります。**
- ✓ デバイスの比率は90%以上がスマートフォン。リピーターの割合は他の言語サイトに比べ1~2ポイントと若干多めの16.26%という結果となりました。
- ✓ **日本語サイト同様、スマートフォンに適したレイアウトやユーザビリティに加え、コンテンツの再検討などで、訪問者のサイト内回覧、エンゲージメント向上を図ることが可能です。**



英語サイト

地域ごとの訪問とCV率（国別）



地域ごとの訪問トップ10詳細（国別）

	訪問 ↓	CV □	CVR □	直帰率 □
France	28,108 ±0	73 ±0	0.26% ±0	88.97% ±0
United Kingdom	22,281 ±0	34 ±0	0.15% ±0	88.50% ±0
United States	18,486 ±0	74 ±0	0.40% ±0	88.20% ±0
Australia	16,495 ±0	34 ±0	0.21% ±0	88.89% ±0
Taiwan	3,982 ±0	55 ±0	1.38% ±0	87.12% ±0
Japan	1,006 ±0	93 ±0	9.24% ±0	64.81% ±0
India	353 ±0	0 ±0	0.00% ±0	97.45% ±0
South Korea	249 ±0	7 ±0	2.81% ±0	81.53% ±0
Hong Kong	240 ±0	7 ±0	2.92% ±0	83.33% ±0
Germany	146 ±0	2 ±0	1.37% ±0	94.52% ±0

- ✓ 広告配信国が訪問の大多数を占め、フランスの28,108を最高に、イギリス、アメリカ、オーストラリアの上位4か国で全訪問数の92.51%。ただしCV率は伸び悩み0.15~0.40%、直帰率も88%台とやや高めとなりました。
- ✓ 一方、台湾は訪問数こそ全体の4.32%となる3,982だったものの、CV率は高く1.38%となりました。
- ✓ 日本のCV率は訪問上位国で最高の9.24%。その他、訪問が少なかったものの韓国や香港のCV率は2%台後半と高め。欧米豪に比べ、アジア地域ではコンテンツの親和性が高かったことが見て取れます。



英語サイト

流入元別訪問数トップ10

		訪問 ↓	CV □	CVR □	直帰率 □
対象範囲合計		92,279 ±0	398 ±0	0.43% ±0	88.29% ±0
google / cpc	Google / バナー : 訪問が最多、ただしCV率は低く、直帰率も高め	74,381 ±0	112 ±0	0.15% ±0	88.67% ±0
verizonmedia / cpc	Verizon / バナー : 訪問が2番目に多く、CV率はGoogleより良い	13,989 ±0	120 ±0	0.86% ±0	89.06% ±0
linkedin / cpc	LinkedIn / バナー (cpc) & 動画 (cpv) : CV率が高く、直帰率も低め	2,290 ±0	69 ±0	3.01% ±0	79.43% ±0
linkedin / cpv		1,126 ±0	23 ±0	2.04% ±0	83.93% ±0
(direct) / (none)	ダイレクト	350 ±0	58 ±0	16.57% ±0	54.57% ±0
verizonmedia / (not set)	Verizon / 未特定	46 ±0	0 ±0	0.00% ±0	100.00% ±0
youtube.com / referral	YouTube / リファラー	18 ±0	4 ±0	22.22% ±0	55.56% ±0
google / organic	Google / 自然検索	17 ±0	5 ±0	29.41% ±0	29.41% ±0
linkedin.com / referral	LinkedIn / リファラー	11 ±0	2 ±0	18.18% ±0	72.73% ±0
baidu / organic	百度 / 自然検索	10 ±0	0 ±0	0.00% ±0	100.00% ±0

- ✓ 最大の流入元はGoogle、Verizon、LinkedInの広告経由で、3媒体合わせて全体の99.48%のシェア。
- ✓ Googleバナーは、訪問数が74,381（シェア80.60%）で最多となるも、CV率は0.15%にとどまり、他の広告媒体であるVerizonやLinkedInの方がまさりました。日本語サイトと同様に、サイト訪問にもっとも貢献した媒体であった一方、リンククリックや動画再生数は伸び悩みました。
- ✓ Verizonバナーは、訪問数が2番目に多い13,989（シェア15.16%）。CV数は120を記録し、CV率は0.86%とGoogleを上回るパフォーマンスとなりました。
- ✓ 広告流入でもっともCVに寄与したのがLinkedIn。訪問数はバナーと動画合わせ3,416（シェア3.70%）ながら、CV数で92件、CV率2.69%と健闘。直帰率もGoogle、Verizonを下回りました。広告3媒体のなかで、ターゲティングがコンテンツといちばんマッチした媒体といえます。



英語サイト

入口ページ

	訪問 ↓	CV □	CVR □	直帰率 □	PV □
JAPAN SPORT TOURISM /en/	79,496 ±0	160 ±0	0.20% ±0	88.83% ±0	99,667 ±0
BUDO TOURISM JAPAN SPORT TOURISM /en/budo.html	234 ±0	20 ±0	8.55% ±0	76.50% ±0	320 ±0
OUTDOOR SPORT TOURISM JAPAN SPORT TOURISM /en/outdoor.html	98 ±0	8 ±0	8.16% ±0	80.61% ±0	128 ±0
URBAN SPORT TOURISM JAPAN SPORT TOURISM /en/urban.html	60 ±0	6 ±0	10.00% ±0	75.00% ±0	88 ±0
JAPAN SPORT TOURISM /	56 ±0	20 ±0	35.71% ±0	0.00% ±0	470 ±0
SNOW SPORT TOURISM JAPAN SPORT TOURISM /en/snow.html	40 ±0	3 ±0	7.50% ±0	80.00% ±0	86 ±0
SPORTSTOURISM /en/index.html	31 ±0	2 ±0	6.45% ±0	58.06% ±0	57 ±0
SPORTSTOURISM /en/?vmcid=p\$D,o\$4088514326838068171,t\$1638284742964,a\$8785619	25 ±0	0 ±0	0.00% ±0	92.00% ±0	27 ±0
JAPAN SPORT TOURISM /en/?vmcid=p\$g,o\$bc60c950-6723-11ec-b6f7-008cfac0a874-7f4f1f3ae700,t\$1640616372307	20 ±0	0 ±0	0.00% ±0	80.00% ±0	35 ±0
SPORTSTOURISM /cn/	19 ±0	0 ±0	0.00% ±0	0.00% ±0	83 ±0

- ✓ 流入元からの入口とされるページで最大の訪問を記録したのは「トップページ」で、訪問数は79,496。日本語サイト同様に、**流入元**の大半が**広告**のため、**LP**がそのまま訪問の入口になりました。

各スポーツページごとの訪問

	訪問 ↓	CV □	CVR □	離脱率 □	UU □	PV □
トップページ グループ	91,803 ±0	340 ±0	0.37% ±0	80.43% ±0	77,479 ±0	111,780 ±0
武道ツーリズム グループ	1,275 ±0	226 ±0	17.73% ±0	65.12% ±0	1,128 ±0	1,505 ±0
アウトドアスポーツツーリズム グループ	736 ±0	146 ±0	19.84% ±0	62.39% ±0	664 ±0	880 ±0
アーバンスポーツツーリズム グループ	393 ±0	72 ±0	18.32% ±0	59.25% ±0	350 ±0	427 ±0
スノースポーツツーリズム グループ	282 ±0	47 ±0	16.67% ±0	66.03% ±0	254 ±0	315 ±0

* 訪問、CVなどは延べ数値

- ✓ 訪問が多かったスポーツは、上から「武道」「アウトドアスポーツ」「アーバンスポーツ」「スノースポーツ」。日本語サイトに比べ、武道の人气がやや高めな傾向でした。またアーバンスポーツがスノースポーツを上回る訪問を記録しました。
- ✓ 各スポーツのCV率は17~19%前後。35%程度あった日本語サイトに比べると低めでした。
- ✓ **多くの訪問者により多くの情報を届けるべく、コンテンツ拡充やサイト内回遊を上げる工夫など検討されたいところです。**



英語サイト

【参考】リンククリック数・動画再生数（GAより抽出）

リンク先・動画	クリック数・動画再生数
合気道 合心館	25
愛媛県自転車文化推進協会／公式サイト	22
戸山流備前会	22
村山居合振武館	22
沖縄空手 一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー（サイト内ページ）	22
Voyagin Private Katana Sword Iai Lesson with a Samurai Descendant	21
OCVB／詳細記事	20
Yes Yakushima	20
大城あゆむ総合武道教室	20
弓道体験道場 射楽 SHA-RAKU	19
大阪府 剣道、なぎなた 大阪体育大学（サイト内ページ）	19
SATOYAMA EXPERIENCE	18
阿蘇ネイチャーランド	18
お相撲さんドットコム	17
360° VR動画	16
パワーアーツ	16
ツール・ド・ニッポン	14
野沢温泉	14
愛媛県自転車新文化推進協会（サイト内ページ）	14
金沢文化スポーツコミッション	13
和楽	13
茨城県 スケートボード、BMX ムラサキパークかさま（サイト内ページ）	13
H.L.N.A	12
NAC ニセコアドベンチャーセンター	12
Voyagin Japanese Traditional Mounted Archery Yabusame	12
キャニオンズ	12
フォレストキャニオン	12
殺陣サムライブ	12
大阪体育大学／公式サイト	12
OCVB／公式サイト	11
SAMURAI TRIP	11
アーバンスノースポーツ研究会	11
みえゴルフツーリズム推進機構	11
山陰海岸ジオパーク推進協議会	11
ムラサキパークかさま／公式サイト	10
修武館	10
文部一同塾 志道館	10
ワックジャパン	9
長野県スキー連盟／公式サイト	9
Ageshio Japan	8
さいたまスポーツコミッション	7
ムラサキパークかさま／詳細記事	7
愛媛県自転車文化推進協会／詳細記事	7
金剛禅総本山少林寺	7
大阪体育大学／詳細記事	7
安比高原	6
志賀高原	6
Hokkaido Ski Club	5
HAKUBAVALLEY	4
ウズパーク	4
ノルン水上スキー場	4
長野県スキー連盟／詳細記事	4
妙高高原 ロッテアライリゾート	4
FISE WORLD SERIES HIROSHIMA	3
ルスツリゾート	3
さっぽろグローバルスポーツコミッション	2
一般社団法人 日本スポーツ雪かき連盟	2
小出雪まつり実行委員会	2
會津藩校日新館	1

中国語サイトの分析

AIanalyst **for**Tourism

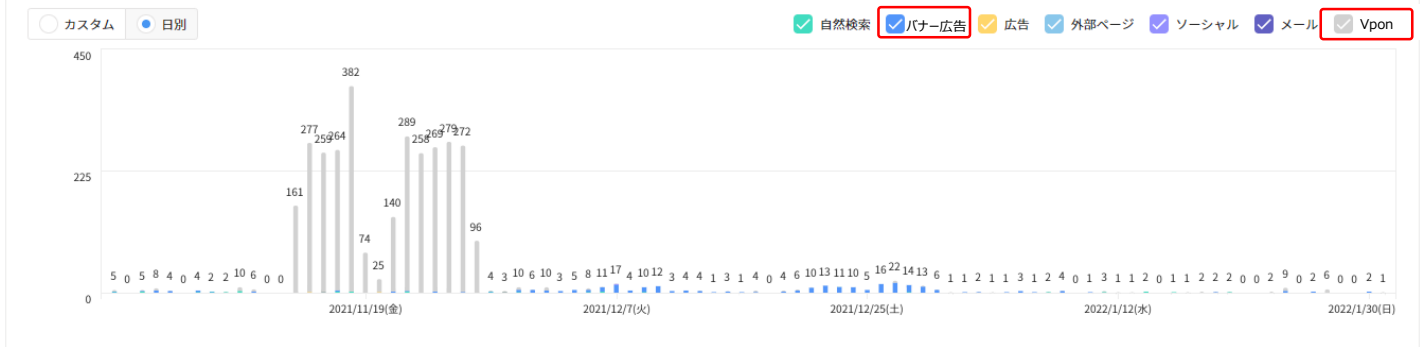


中国語サイト

主要数値・訪問数の推移

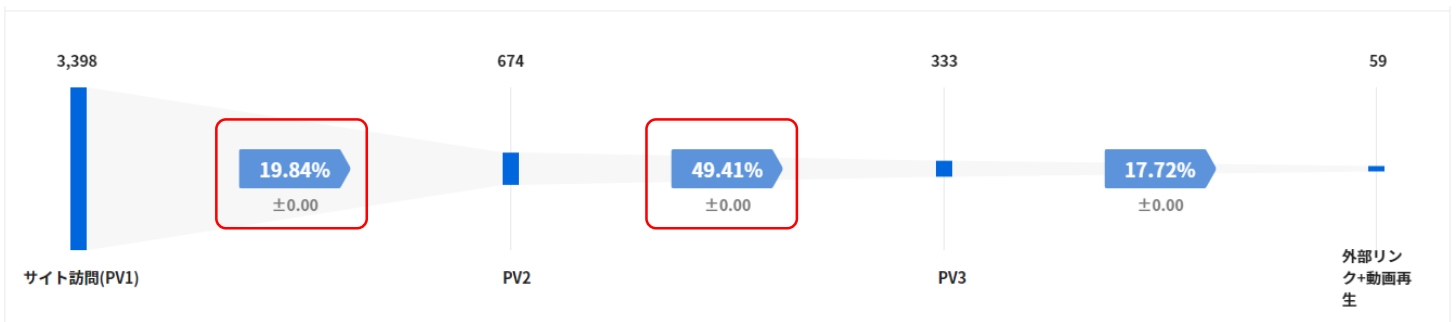
* 3言語サイト中最高値

CV 59	訪問 3,398	CVR 1.74% *	UU 2,932	PV 5,449
----------	-------------	----------------	-------------	-------------



- ✓ 訪問数3,398、UU数2,932、PV数5,449と3言語サイト中もっとも控えめな数値となるも、**CV率は最高の1.74%を記録**。
- ✓ サイト流入の98.97%が広告経由。このうちVpon経由は全訪問の91.67%にあたる3,363となりました。
- ✓ **1訪問あたりのPV数は1.60と、日本語サイトの1.32、英語サイトの1.26を上回りました**。3言語中、CV率をもっとも良かったことから、**コンテンツとの親和性は高いといえます**。広告費を増やすなどし、**積極的な流入を促進することで、スポーツツーリズムの認知はさらに広められる可能性があります**。

サイト内動向／デバイス比率／ユーザー比率



デバイス比率

PC 7.12% ±0 **SP 91.67% ±0** タブレット 1.21% ±0 スマートフォンが90%以上

ユーザー比率

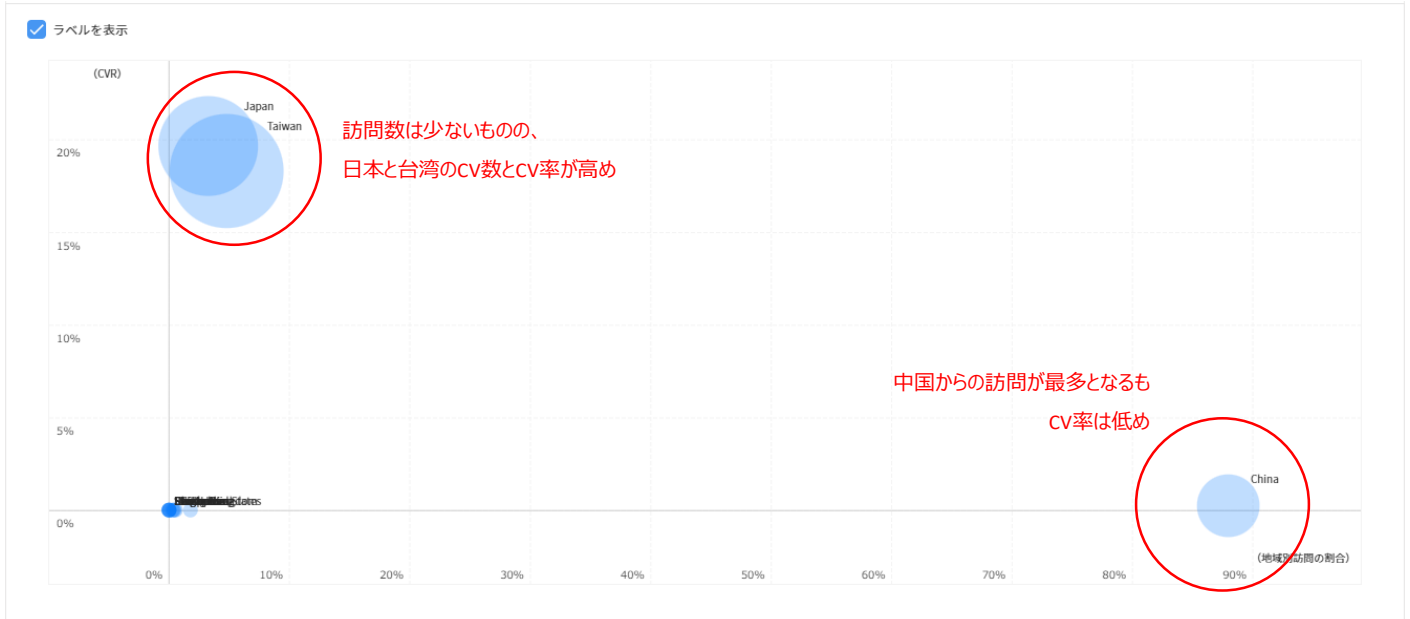
新規 85.11% ±0 **リピーター 14.89% ±0** 再訪問は約15%

- ✓ **サイト訪問者のうち、2ページ目に遷移する率が19.84%、3ページ目に遷移する率は49.41%と、いずれも3言語サイト中もっとも大きな割合となりました**。比較的サイト内の回遊が進んでいたといえます。CVにあたるリンククリック&動画再生の率は17.72%と2番目に高くなりました。
- ✓ 他の言語サイトと同様、デバイスの比率は90%以上がスマートフォン。リピーターの割合も14.89%と同じような傾向でした。
- ✓ 他の言語サイトと比べ訪問数が少なかったことから、**より積極的な流入施策と、サイト内回遊の向上などを図れば、訪問者のエンゲージメントが向上する可能性があります**。



中国語サイト

地域ごとの訪問とCV率（国別）



地域ごとの訪問トップ10詳細（国別）

		訪問 ↓	CV □	CVR □	直帰率 □
China	中国は訪問数が最多となるも、CV率は低め	2,990 ±0	7 ±0	0.23% ±0	87.96% ±0
Taiwan	台湾は、訪問数が2番目に多く、CV数は最多	164 ±0	30 ±0	18.29% ±0	8.54% ±0
Japan	日本は、CV数が台湾に次ぐ2番目に多く、CV率は最高値	112 ±0	22 ±0	19.64% ±0	16.07% ±0
United States		62 ±0	0 ±0	0.00% ±0	61.29% ±0
France		20 ±0	0 ±0	0.00% ±0	20.00% ±0
Hong Kong		16 ±0	0 ±0	0.00% ±0	62.50% ±0
Australia		14 ±0	0 ±0	0.00% ±0	14.29% ±0
United Kingdom		11 ±0	0 ±0	0.00% ±0	27.27% ±0
Cambodia		3 ±0	0 ±0	0.00% ±0	66.67% ±0
Philippines		2 ±0	0 ±0	0.00% ±0	100.00% ±0

- ✓ 訪問数最多は中国で2,990、シェアは87.99%。しかしCV数は7にとどまり、CV率は0.23%と伸び悩みました。また直帰率も87.96%と高い数値となりました。コンテンツとして同市場にマッチしていなかった可能性があります。
- ✓ 一方、台湾は訪問数こそ164と少なかったものの、CV数30、CV率18.29%と良好でした。訪問数が増えれば率は減る可能性もありますが、コンテンツへの興味は高めと推察できます。
- ✓ 日本からの訪問数は112、CV数22、CV率19.64%と、CV率は最高値を記録しました。



中国語サイト

流入元別訪問数トップ10

		訪問 ↓	CV □	CVR □	直帰率 □
対象範囲合計		3,398 ±0	59 ±0	1.74% ±0	80.16% ±0
vpon / cpc	Vpon / バナー : 訪問が最多、ただしCV率は低く、直帰率も高め	3,115 ±0	26 ±0	0.83% ±0	86.39% ±0
verizonmedia / cpc	Verizon / バナー : 訪問が2番目に多く、CV率、直帰率はvponより良い	178 ±0	25 ±0	14.04% ±0	8.99% ±0
google / cpc	Google / バナー	50 ±0	0 ±0	0.00% ±0	10.00% ±0
linkedin / cpc	LinkedIn / バナー	20 ±0	4 ±0	20.00% ±0	0.00% ±0
google / organic	Google / 自然検索	20 ±0	1 ±0	5.00% ±0	35.00% ±0
baidu / organic	百度 / 自然検索	5 ±0	0 ±0	0.00% ±0	100.00% ±0
linkedin / cpv	LinkedIn / 動画	4 ±0	1 ±0	25.00% ±0	0.00% ±0
yahoo / organic	Yahoo / 自然検索	2 ±0	2 ±0	100.00% ±0	0.00% ±0
bing / organic	Bing / 自然検索	1 ±0	0 ±0	0.00% ±0	0.00% ±0
l.facebook.com / referral	Facebook / リファラー	1 ±0	0 ±0	0.00% ±0	0.00% ±0

- ✓ 最大の流入元はVponのバナー広告経由で、訪問数は3,115、シェアは全体の91.67%。CVも26と最多ながら、CV率は0.83%にとどまりました。
- ✓ Verizonバナーは、訪問数が2番目に多い178件、シェア5.24%。CV数は2番目に多く25、CV率は14.04%と、直帰率を含めVponより良い結果となりました。
- ✓ 全体的に流入数が少ないため、広告などでより多くにリーチしてサイトに呼び込むことなど検討されたいところです。



中国語サイト

入口ページ

	訪問 ↓	CV □	CVR □	直帰率 □	PV □
SPORTSTOURISM /cn/ □	3,077 ±0	9 ±0	0.29% ±0	87.62% ±0	3,697 ±0
JAPAN SPORT TOURISM /en/ □	101 ±0	14 ±0	13.86% ±0	0.00% ±0	403 ±0
JAPAN SPORT TOURISM / □	29 ±0	9 ±0	31.03% ±0	0.00% ±0	307 ±0
户外运动主题游 JAPAN SPORT TOURISM /cn/outdoor.html □	16 ±0	0 ±0	0.00% ±0	93.75% ±0	17 ±0
武道主题游 JAPAN SPORT TOURISM /cn/budo.html □	12 ±0	0 ±0	0.00% ±0	91.67% ±0	14 ±0
スノースポーツツーリズム JAPAN SPORT TOURISM /snow.html □	7 ±0	3 ±0	42.86% ±0	0.00% ±0	143 ±0
JAPAN SPORT TOURISM /index.html □	5 ±0	1 ±0	20.00% ±0	0.00% ±0	37 ±0
BUDO (Kendo, naginata halberds) SPORTSTOURISM /en/budo03.html □	4 ±0	2 ±0	50.00% ±0	0.00% ±0	97 ±0
アウトドアスポーツツーリズム JAPAN SPORT TOURISM /outdoor.html □	4 ±0	1 ±0	25.00% ±0	0.00% ±0	40 ±0
スノースポーツツーリズム JAPAN SPORT TOURISM /snows.html □	3 ±0	0 ±0	0.00% ±0	0.00% ±0	27 ±0

- ✓ 流入元からの入口とされるページで最大の訪問を記録したのは「トップページ」で、訪問数は3,077となりました。
- ✓ 英語サイトからの流入があるなど、他の言語サイトからの訪問も散見されました。

各スポーツページごとの訪問

	訪問 ↓	CV □	CVR □	離脱率 □	UU □	PV □
トップページ グループ	3,295 ±0	36 ±0	1.09% ±0	80.54% ±0	2,869 ±0	3,716 ±0
アウトドアスポーツツーリズム グループ	144 ±0	22 ±0	15.28% ±0	66.46% ±0	124 ±0	161 ±0
武道ツーリズム グループ	133 ±0	28 ±0	21.05% ±0	57.89% ±0	120 ±0	152 ±0
アーバンスポーツツーリズム グループ	58 ±0	10 ±0	17.24% ±0	63.49% ±0	58 ±0	63 ±0
スノースポーツツーリズム グループ	51 ±0	24 ±0	47.06% ±0	42.19% ±0	45 ±0	64 ±0

* 訪問、CVなどは延べ数値

- ✓ 訪問が多かったスポーツは、上から「アウトドアスポーツ」「武道」「アーバンスポーツ」「スノースポーツ」。僅差ながら武道よりアウトドアスポーツが訪問数で上回りました。
- ✓ スノースポーツは、訪問数こそ51と最小だったものの、CVは24件も稼いでおり、CV率は最高の47.06%を記録しました。
- ✓ 武道は訪問数で2番目に多い133、CVも28あり、CV率も21.05%と高めでした。



中国語サイト

【参考】リンククリック数・動画再生数（GAより抽出）

リンク先・動画	クリック数・動画再生数
愛媛県自転車新文化推進協会（サイト内ページ）	11
大阪府 剣道、なぎなた 大阪体育大学（サイト内ページ）	10
沖縄空手 一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー（サイト内ページ）	10
アーバンスノースポーツ研究会	8
茨城県 スケートボード、BMX ムラサキパークかさま（サイト内ページ）	8
愛媛県自転車文化推進協会／詳細記事	7
戸山流備前会	6
ルスツリゾート	5
長野県スキー連盟／詳細記事	5
長野県スキー連盟／公式サイト	4

分析のまとめ

AIanalyst **for**Tourism



分析のまとめ

- ✓ 各言語サイトとも、広告からの流入が大多数を占めていました。集客の効率化を図るためには、自然検索への対応（SEO）や、SNSなど他の媒体を活用した多角的な流入経路の設計などを検討されたいところです。また一般に、外部サイトとのリンクによる関連付けもSEOには好影響を与えるといわれます。
- ✓ トップページを入口とする流入が大多数を占めました。トップから各コンテンツページへの導線を工夫し、サイト内の回遊を高めることで、訪問者のエンゲージメントを高めることができます。
- ✓ 広告媒体としては、訪問者の誘致力についてはGoogle、CVにつながるターゲティングの精度ではVerizonやLinkedInが優れたパフォーマンスを見せました。今後、施策の目的に応じた媒体選定の際に参考となるデータです。
- ✓ 訪問者の15%前後はリピーターでした。1度のみならず、複数回訪問しても楽しめ、また再訪したくなるようなコンテンツや仕掛けなどを考えたいところです。
- ✓ 訪問者の90%以上はスマートフォンからのアクセスでした。スマートフォンに適したデザインやユーザビリティの向上を図りたいところです。
- ✓ 日本国内では、大都市圏を中心とした訪問となりましたが、該当スポーツに関連する都道府県からの流入やCVも散見されました。また海外ではアジア、特に台湾のCVや反応が良好でした。今後の目的に合わせたエリア選びの参考となるデータです。