

I . ジョブ・カード制度総合サイトにおける、
Googleアナリティクスのデータ蓄積状況等について

平成29年12月7日
(株)NTTデータ

目次

1. はじめに
 2. 総合サイトへのアクセス状況（概観）について
 3. ユーザごとの特性について
 4. 流入元の特性
 5. まとめ
 6. 今後の対応について
- （参考）主な用語説明

1. はじめに

「ジョブ・カード制度の活用を促進するための周知広報用ポータルサイト等の運用に係る業務」（以下、「総合サイト事業」）では、総合サイトへのアクセス状況等进行分析するために、2017年9月1日からWebページのアクセス解析（Google アナリティクスを利用）を開始した。

本資料は、現在までのアクセス状況について、解析した結果について示す。

■報告対象期間

2017年9月1日～2017年10月31日

■調査内容

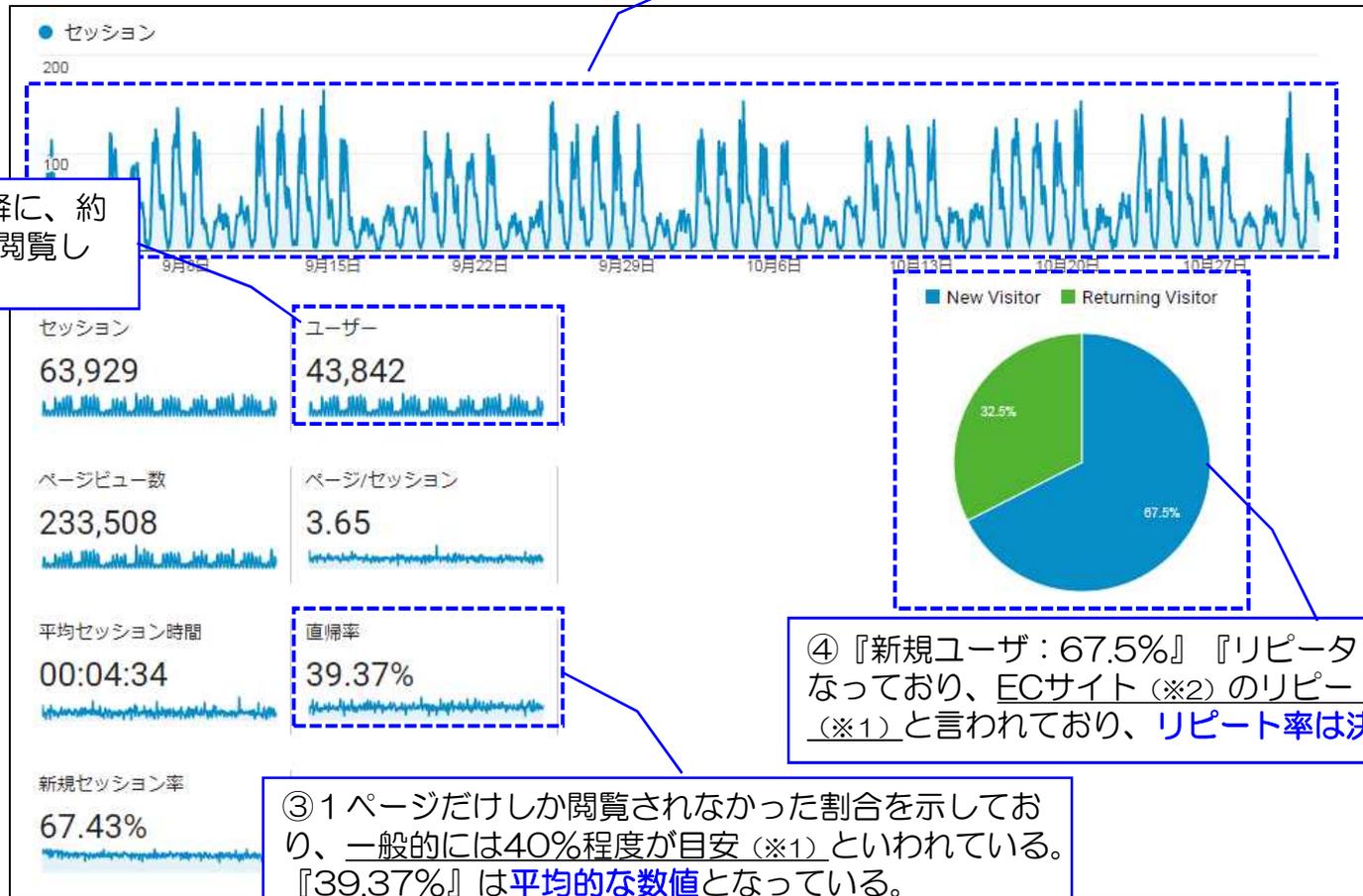
1. 総合サイトにアクセスするユーザの行動特性
2. 総合サイトにアクセスする流入元（インフラ）の特性

2. 総合サイトへのアクセス状況（概観）について

総合サイトへのアクセス状況の概要を、以下吹き出しに示す。

①アクセスは、「平日の日中帯」に集中しており、それ以外の時間帯には、アクセスが少ない

②9月1日以降に、約43,000人が閲覧している。



(※1) 公的機関等の正式な数値はインターネット等で公開されていなかったため、インターネット上で一般的に記載されている数値を参考値としている。

(※2) ポータルサイトの一般的なリピータ率に関する情報がインターネット等で公開されていなかったため、ECサイトを例としている。

3. ユーザごとの特性について ～全体（1 / 2）～

本資料では、「直帰率」「平均セッション時間」という用語を用いる。それぞれの用語の定義、意味を示す。

項番	用語	説明
1	直帰率	<u>1ページだけ閲覧して、総合サイトを閉じてしまっている割合</u> ①直帰率が高い ⇒1ページだけ閲覧して、総合サイトを閉じてしまっているユーザが多い。 ②直帰率が低い ⇒複数のページを参照しているユーザが多い。
2	平均セッション時間	<u>1回のアクセスで総合サイトに滞在した平均時間。</u> ①平均セッション時間が長い ⇒長時間、ユーザが総合サイトに滞在している。 ②平均セッション時間が短い ⇒短時間しか、ユーザが総合サイトに滞在していない。

3. ユーザごとの特性について ~全体 (2/2) ~

「新規ユーザ」と「リピータ」の直帰率及び平均セッション時間（サイトの滞在時間）については、以下の傾向が見られる。

傾向

- ①新規ユーザ： 直帰率＝低 平均セッション時間＝短い
- ②リピータ： 直帰率＝高 平均セッション時間＝長い

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
すべてのユーザー	63,929 全体に対する割合: 100.00% (63,929)	67.55% ビューの平均: 67.43% (0.17%)	43,182 全体に対する割合: 100.17% (43,109)	39.37% ビューの平均: 39.37% (0.00%)	3.65 ビューの平均: 3.65 (0.00%)	00:04:34 ビューの平均: 00:04:34 (0.00%)
1. New Visitor	43,182 (67.55%)	100.00%	43,182 (100.00%)	37.14%	3.69	00:04:16
2. Returning Visitor	20,747 (32.45%)	0.00%	0 (0.00%)	44.00%	3.57	00:05:12

傾向①②

(直帰率)

新規：37% / リピータ：44%

(平均セッション時間)

新規：4分16秒 / リピータ：5分12秒

考察

- ①新規ユーザは、全体を俯瞰しようと、サイトを一通り確認し、離脱していくものと想定される。
- ②リピータは、自身が必要とする情報にのみアクセスし、情報収集を行っているものと想定される。

3. ユーザごとの特性について ~ランディングページ~

ユーザが最初にアクセスするページ（ランディングページ）の内、アクセスが多い3ページへユーザ毎のアクセス状況について、以下の傾向が見られる。

傾向

- ① 「トップページ」からアクセスしたユーザは、複数ページを参照し、長時間滞在
- ② 「ジョブ・カードとは」からアクセスしたユーザは、当該ページのみ参照
- ③ 「ダウンロードページ」からアクセスした新規ユーザは、複数ページ参照するものの、リピーターは、当該ページのみ参照

	ランディングページ ?	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 ?
	新規ユーザー	43,182 全体に対する割合: 67.55% (63,929)	100.00% ビューの平均: 67.55% (48.05%)	43,182 全体に対する割合: 100.00% (43,182)	37.14% ビューの平均: 39.37% (-5.66%)	3.69 ビューの平均: 3.65 (1.12%)	00:04:16 ビューの平均: 00:04:34 (-6.54%)
	リピーター	20,747 全体に対する割合: 32.45% (63,929)	0.00% ビューの平均: 67.55% (-100.00%)	0 全体に対する割合: 0.00% (43,182)	44.00% ビューの平均: 39.37% (11.77%)	3.57 ビューの平均: 3.65 (-2.33%)	00:05:12 ビューの平均: 00:04:34 (13.62%)
1.	トップページ						
	新規ユーザー	19,836 (45.94%)	100.00%	19,836 (45.94%)	20.70%	4.50	00:04:42
	リピーター	6,145 (29.62%)	0.00%	0 (0.00%)	25.11%	4.62	00:05:25
2.	ジョブ・カードとは						
	新規ユーザー	14,951 (34.62%)	100.00%	14,951 (34.62%)	51.71%	3.02	00:04:14
	リピーター	9,389 (45.25%)	0.00%	0 (0.00%)	51.51%	3.09	00:05:37
3.	ダウンロードページ						
	新規ユーザー	2,341 (5.42%)	100.00%	2,341 (5.42%)	37.93%	3.69	00:04:54
	リピーター	1,604 (7.73%)	0.00%	0 (0.00%)	54.80%	3.20	00:04:11

傾向①

「トップページ」にアクセスした新規/リピーターユーザの直帰率は低く、また、ページセッション（1回のアクセスで閲覧したページ数）は平均を上回っている。

傾向②

「ジョブ・カードとは」にアクセスした新規/リピーターユーザの直帰率が高く、また、ページセッション（1回のアクセスで閲覧したページ数）は平均を下回っている。

傾向③

「ダウンロードページ」にアクセスした新規ユーザの直帰率は平均を下回っている。

3. ユーザごとの特性について ~ページビュー~

ユーザの閲覧数（ページビュー）が多い3つのページについての、ユーザ毎のアクセス状況について、以下の傾向が見られる。

傾向

- ①「ジョブ・カードとは」ページは、ユーザが1回のアクセスで複数回閲覧（繰り返し閲覧）する傾向にある。
- ②情報量の多い、「ジョブ・カードとは」「ダウンロードページ」には、長時間滞在する傾向にある。

ページ	ページビュー数 （※1）	ページ別訪問数 （※2）	平均ページ滞在 時間（※3）	閲覧開始数		
新規ユーザー	159,493 全体に対する割合: 68.30% (233,508)	90,963 全体に対する割合: 69.82% (130,276)	00:01:35 ビューの平均: 00:01:43 (-7.96%)	43,182 全体に対する割合: 67.55% (63,929)		
リピーター	74,015 全体に対する割合: 31.70% (233,508)	39,313 全体に対する割合: 30.18% (130,276)	00:02:01 ビューの平均: 00:01:43 (17.38%)	20,747 全体に対する割合: 32.45% (63,929)	44.00% ビューの平均: 39.37% (11.77%)	28.03% ビューの平均: 27.38% (2.39%)
1 ジョブ・カードとは						
新規ユーザー	59,707 (37.44%)	25,478 (28.01%)	00:02:24	14,951 (34.62%)		
リピーター	33,763 (45.62%)	13,298 (33.83%)	00:02:55	9,389 (45.25%)		
2 トップページ						
新規ユーザー	32,862 (20.60%)	21,073 (23.17%)	00:00:41	19,836 (45.94%)	20.70%	23.74%
リピーター	10,964 (14.81%)	6,946 (17.67%)	00:00:49	6,445 (29.62%)	25.11%	23.59%
3. ダウンロードページ						
新規ユーザー	23,476 (14.72%)	13,821 (15.19%)	00:02:06	2,341 (5.42%)	37.93%	25.60%
リピーター	8,570 (11.58%)	5,112 (13.00%)	00:02:17	1,604 (7.73%)	54.80%	27.92%

傾向①

「ジョブ・カードとは」は、ページ別訪問数に対して、倍以上のページビュー数となっているため、ユーザが1回のアクセスで、繰り返し閲覧を行っている。

傾向②

「ジョブ・カードとは」「ダウンロード」は、情報量が多いため、平均ページ滞在時間が平均よりも長い

（※1） ページビュー数：閲覧されたページ数。ページが1回表示されるごとにカウント

（※2） ページ別訪問数：1回のアクセスで同一ページを複数回閲覧した場合、当該ページを1カウントとした値

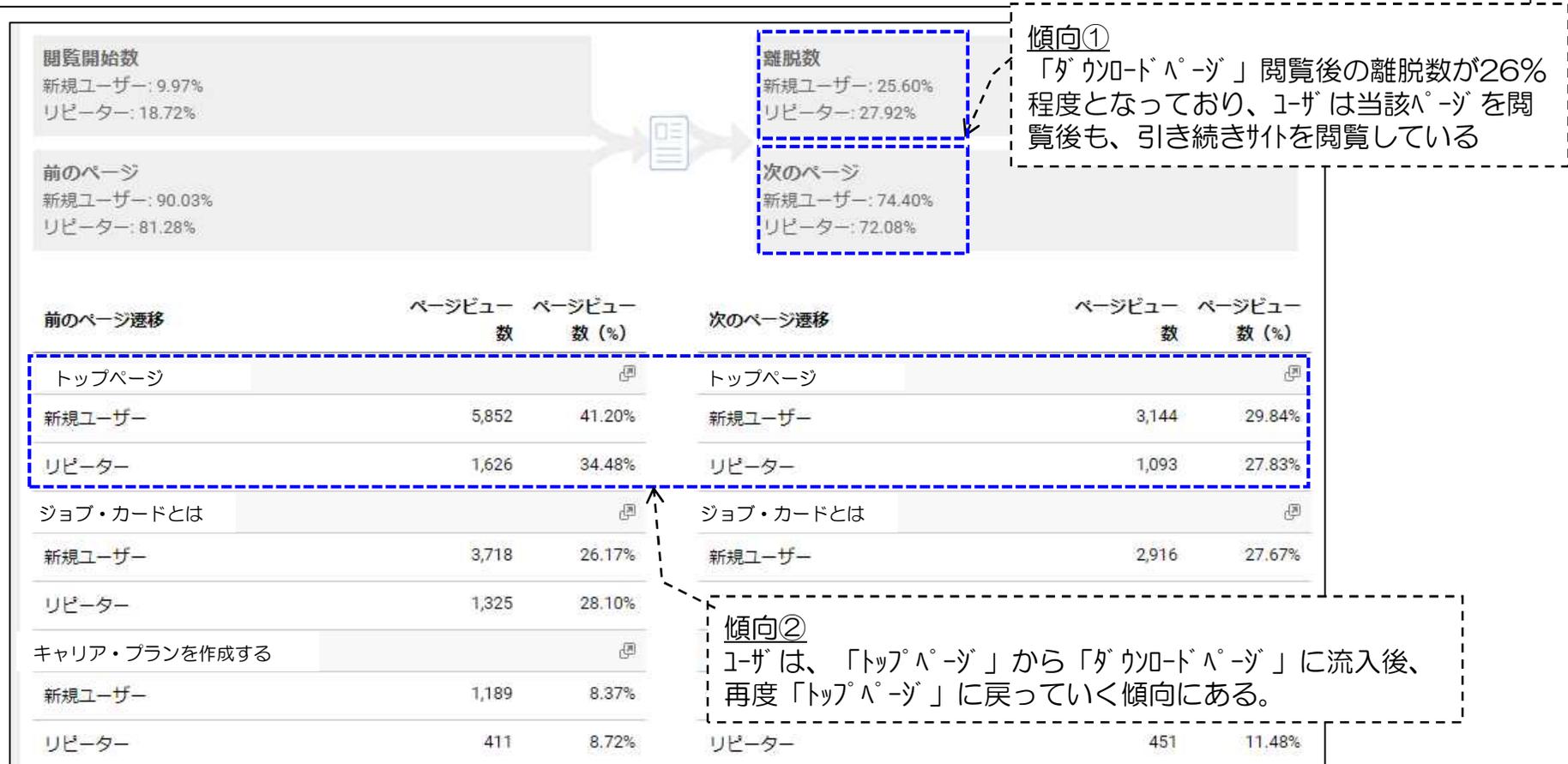
（※3） 平均ページ滞在時間：ページに滞在した平均時間

3. ユーザごとの特性について ~ダウンロードページのページ遷移~

作成支援ソフトウェアのダウンロードページへのユーザ毎のページ遷移について、以下の傾向が見られる。

傾向

- ①ダウンロードページで離脱するユーザは26%程度であり、それ以外の大半のユーザは、引き続き別のページを参照する傾向にある。
- ②ダウンロードページにアクセスするユーザは、トップページとダウンロードページ間を回遊している傾向にある。



3. ユーザごとの特性について

考察

- ①「ジョブ・カードとは」「ダウンロードページ」は情報量が多いため、ユーザが時間をかけて閲覧を行っているものとする。
- ②「ダウンロードページ」で、作成支援ソフトウェアをダウンロードした後は、プログラムをインストールするために、総合サイトを閉じるものと想定される。しかし、現状は、継続して閲覧されているため、ダウンロードがされていないものとする。

今後の分析について

上記考察の検証を行うためには、より詳細な情報が必要となるが、現在の総合サイトのGoogleアナリティクスでは、ファイルダウンロード測定、ページスクロール測定等が出来ない。

そのため、今後、新たなサービス（Googleタグマネージャ）の導入及び既存利用サービス（Googleアナリティクス）の設定を見直し、分析を行っていく必要があると考える。

【分析の効果例】

- 作成支援ソフトウェアをダウンロードしなかった人のアクセス分析（例：ダウンロードアンケートを途中まで回答したが、ダウンロードせず離脱してしまっている等）をすることで、改善案を検討することができる。
- ユーザが、1ページの中のどこまで読んで、ページを離脱しているかを測定（ページスクロール測定）し、ユーザの興味関心が薄れる箇所を分析することで、当該箇所の改善案を検討することができる。

4. 流入元の特徴 ～全体～

総合サイトへの流入元（チャンネル）割合の調査結果を以下に示す。

調査結果

①総合サイトへの流入元は「検索エンジン（Organic Search）（57.5%）」「直接アクセス（39.1%）」「リファラ（3.1%）」「SNS（0.2%）」となっている。
SNSの利用状況（※）を考えると、SNSからの流入率が低いと考える。

（※）SNSの一般的な利用状況については、次ページに詳細を示す。

Default Channel Grouping	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 ?
	63,929 全体に対する割合: 100.00% (63,929)	67.55% ビューの平均: 67.43% (0.17%)	23,161 全体	40.33%	3.50	00:03:27
1. Organic Search	36,743 (57.47%)	63.04%	23,161 (55.04%)	41.05%	3.65	00:04:27
2. Direct	25,025 (39.14%)	75.30%	18,845 (55.04%)	40.33%	3.50	00:03:27
3. Referral	1,995 (3.12%)	52.78%	1,053 (2.44%)	41.05%	3.65	00:04:27
4. Social	166 (0.26%)	74.10%	123 (0.28%)	64.46%	2.14	00:01:44

調査結果①

流入元の割合は以下のとおりとなっており、SNSからの流入が著しく低い。

検索エンジン(Organic Search) : 57.5%
直接アクセス : 39.1%
リファラ : 3.1%
SNS(Social) : 0.2%

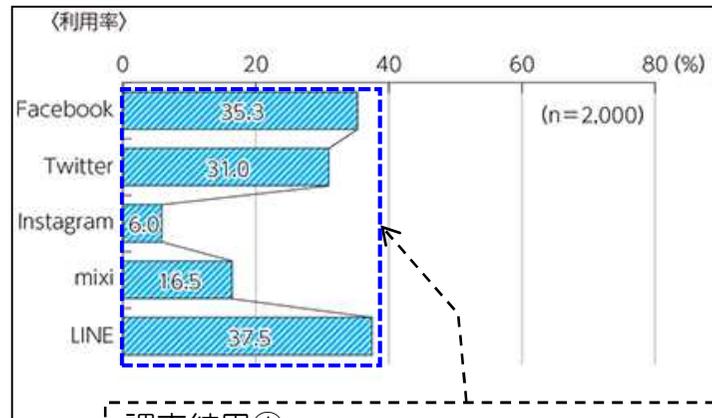
(参考) SNSの利用状況

SNSの利用状況を、情報通信白書(総務省(平成27年度))で調査した結果、以下のとおりであった。

調査結果

- ①最近約1年以内に利用した経験のあるSNSは「1位：LINE (37.5%) 2位：Facebook (35.3%) 3位：Twitter (31.0%)」である。
- ②年代別に利用率をみると、
 - LINEは20代以下では6割以上の利用に対し、60代以上で1割未満しか利用していない
 - Facebookは20代以下で約5割/30代と40代で4割弱/60代以上でも2割以上の人を利用

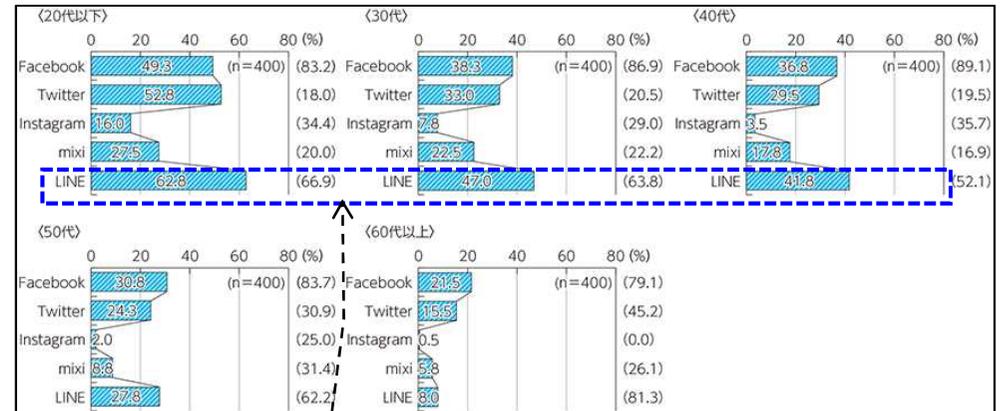
SNSの利用率



調査結果①

SNSの利用状況は、以下のとおり
1位：LINE (37.5%)
2位：Facebook (35.3%)
3位：Twitter (31.0%)
となっており、LINEの普及率が高い状況となっている。

SNSの年代別利用率 (カッコ内は実名利用率)



調査結果②

LINEの年代別普及率をみると、
20代以下：62.8%
30代：47.0%
40代：41.8%
となっており、若い世代へのLINEの普及率が高い

出典：総務省（平成27年版 情報通信白書のポイント）

<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h27/html/nc242220.html>

4. 流入元の特徴 ～SNS（1 / 2）～

総合サイトへのSNSからの流入元割合と、SNSの一般的な利用状況を踏まえると、以下の傾向が見られる。

傾向

- ①利用率が一番高いLINEからの流入がない。
- ②Twitter/Facebookから流入した新規ユーザは「直帰率が高く」「平均セッション時間が短い」
(Twitter/Facebookから流入した、ユーザが最初にアクセスしたページを次ページに示す。)

ソーシャルネットワーク	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
新規ユーザー	123 全体に対する割合: 0.19% (63,929)	100.00% ビューの平均: 67.55% (48.05%)	123 全体に対する割合: 0.28% (43,182)	68.29% ビューの平均: 39.37% (73.48%)	1.80 ビューの平均: 3.65 (-50.59%)	00:00:44 ビューの平均: 00:04:34 (-83.97%)
リピーター	43 全体に対する割合: 0.07% (63,929)	0.00% ビューの平均: 67.55% (-100.00%)	0 全体に対する割合: 0.00% (43,182)	53.49% ビューの平均: 39.37% (35.87%)	3.09 ビューの平均: 3.65 (-15.32%)	00:04:35 ビューの平均: 00:04:24 (0.47%)
1. Twitter						
新規ユーザー	63 (51.22%)	100.00%	63 (51.22%)	74.60%	1.48	00:00:40
リピーター	18 (41.86%)	0.00%	0 (0.00%)	72.22%	2.61	00:04:26
2. Facebook						
新規ユーザー	48 (39.02%)	100.00%	48 (39.02%)	62.50%	1.88	00:00:45
リピーター	10 (23.26%)	0.00%	0 (0.00%)	60.00%	3.00	00:02:47
3. Ameba						
新規ユーザー	8 (6.50%)	100.00%	8 (6.50%)	50.00%	4.25	00:01:12
リピーター	3 (6.98%)	0.00%	0 (0.00%)	0.00%	4.67	00:10:18

傾向①

Twitter/Facebookからの流入はあるものの、利用率が一番高いLINEからの流入がない。

傾向②

Twitter/Facebookからの新規ユーザの直帰率及び平均セッション時間が、リピーターに比べて悪い値となっている。

4. 流入元の特徴 ～SNS（2/2）～

SNSからの最初にアクセスするページの割合について、以下の傾向が見られる。

傾向

- ① Twitterからアクセスされるページは、各種情報が掲載された文字が多いページである。
- ② 直帰率が低いサイトは、比較的文字が少ないページである。

傾向①

Twitterからのリンク先ページは、「ジョブ・カードとは」「ダウンロードページ」「キャリアコンサルティングを受ける」となっており、比較的文字が多く、画面を多くスクロールさせる必要がある画面である。

傾向②

直帰率が低いサイトは、比較的文字が少ないサイトである。

	ランディングページ ?	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
		166 全体に対する割合: 0.26% (63,929)	74.10% ビューの平均: 67.43% (9.88%)	123 全体に対する割合: 0.29% (43,109)	64.74% (63.74%)	3.65 (-41.45%)	
1. Twitter	ジョブ・カードとは	27 (16.27%)	74.07%	20 (16.26%)	96.30%	1.04	00:00:01
2. Facebook	トップページ	25 (15.06%)	84.00%	21 (17.07%)	52.00%	2.36	00:00:25
3. Twitter	ダウンロードページ	24 (14.46%)	79.17%	19 (15.45%)	66.67%	2.29	00:02:07
4. Facebook	ダウンロードページ	22 (13.25%)	86.36%	19 (15.45%)	72.73%	1.86	00:00:30
5. Twitter	キャリアコンサルティングを受ける	16 (9.64%)	87.50%	14 (11.38%)	75.00%	1.31	00:00:10
6. Twitter	大学、高等専門学校、専修学校等の皆様へ	13 (7.83%)	76.92%	10 (8.13%)	46.15%	2.31	00:02:32

提言

- ① LINEによる周知広報を行うことで、新規ユーザーの獲得が見込まれるものとする。
- ② ジョブ・カード制度を簡易に分かるコンテンツ（例：アニメ等）を提供することで、ジョブ・カード制度に興味関心を持たせるべきとする。

4. 流入元の特徴 ～検索エンジン～

検索エンジンから総合サイトへ流入した検索キーワードを調査した結果を以下に示す。

調査結果

- ① キーワードの98%が(not provided) (※)となっており、現時点で確実なキーワードを把握することが困難である。
- ② 「ジョブ・カード」に関するキーワードがメインであり、関連キーワード（例：職探し、スキルアップ等）からの流入が少ない。

(※) (not provided) は、検索エンジンがSSL通信（暗号化された通信）対応されている場合に、検索キーワードも暗号化されてしまい、Googleアナリティクスでは取得することが出来ない。

調査結果①

検索エンジンが暗号化された通信対応されているため、検索キーワードをGoogleアナリティクスでは取得できていない。

ただし、「(not provided)で流入したユーザー」と「キーワードで流入したユーザー」のランディングページ（ユーザーが最初にアクセスしたページ）毎のアクセス割合は、類似の傾向を示しているため、(not provided)の内容は、現在取得されているキーワードと同様の傾向であると推測される。

なお、現在取得できていないキーワードについては、別サービス(Googleサーチツール)を利用することで一部取得可能となるため、P21「6.今後の対応」に今後の方針を示す。

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
	36,743 全体に対する割合: 57.47% (63,929)	63.04% ビューの平均: 67.43% (-6.52%)	23,161 全体に対する割合: 53.73% (43,109)	38.49% ビューの平均: 39.37% (-2.22%)	3.86 ビューの平均: 3.65 (5.59%)	00:05:14 ビューの平均: 00:04:34 (14.63%)
1. (not provided)	36,052 (98.12%)	63.05%	22,731 (98.14%)	38.35%	3.87	00:05:17
2. ジョブカード	231 (0.63%)	63.56%	147 (0.63%)	37.76%	3.87	00:05:25
3. ジョブカードダウンロード	33 (0.09%)	63.03%	21 (0.09%)	38.18%	3.87	00:05:17
4. キャリアプランシート	31 (0.08%)	63.23%	20 (0.08%)	37.74%	3.87	00:05:25
5. ジョブカード制度総合サイト	31 (0.08%)	63.23%	20 (0.08%)	37.74%	3.87	00:05:25
6. ジョブカードハローワーク	23 (0.06%)	63.04%	15 (0.06%)	38.17%	3.87	00:05:17
7. ジョブカード書き方	19 (0.05%)	63.16%	12 (0.05%)	37.89%	3.87	00:05:25
8. 自己理解	18 (0.05%)	63.33%	11 (0.05%)	37.78%	3.87	00:05:25
9. ジョブカードとは	16 (0.04%)	63.00%	10 (0.04%)	38.00%	3.87	00:05:17
10. ジョブカード記入例	15 (0.04%)	40.00%	6 (0.03%)	60.00%	2.67	00:04:35

調査結果②

現在取得できているキーワードは全体2%程度である。

その中での傾向としては、「ジョブ・カード」という直接的なキーワードが大半であり、関連キーワードからの流入は低い結果となっている。

提言

関連キーワードでも検索できるように、総合サイトを見直す必要があると考える。

4. 流入元の特徴 ～リファラ～

リファラからの流入については、以下の傾向が見られる。

傾向

- ①流入が多いサイトは、サイトのトップページやいたるところに、リンクが設置されている。
- ②ドメイン等が公的、準公的機関のサイト（cciやgo）からの流入が少ない。

流入元（リファラ全体）

順位	参照元	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
		2,161 全体に対する割合: 3.38% (63,929)	54.42% ビューの平均: 67.43% (-19.30%)	1,176 全体に対する割合: 2.73% (43,109)			
1.	info	388 (17.95%)	62.89%	244 (20.75%)			
2.	jp	182 (8.42%)	37.36%	68 (5.78%)			
3.	.or.jp	163 (7.54%)	43.56%	71 (6.04%)			
4.	.ac.jp	112 (5.18%)	42.86%	48 (4.08%)			
5.	.com	94 (4.35%)	52.13%	49 (4.17%)			
6.	.jp	92 (4.26%)	63.04%	58 (4.93%)			
7.	.co	81 (3.75%)	77.78%	63 (5.36%)			
8.	.com	79 (3.66%)	2.53%	2 (0.17%)			
9.	.go.jp	68 (3.15%)	77.94%	53 (4.51%)			
10.	.ne.jp	58 (2.68%)	56.90%	33 (2.81%)			

傾向①

トップページや、ページの各所に総合サイトにリンクが設置されている、求職やキャリアに関わるサイトからの流入が多い傾向がある。

流入元（cci）

順位	参照元	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
		277 全体に対する割合: 0.43% (63,929)	47.29% ビューの平均: 67.43% (-29.87%)	131 全体に対する割合: 0.30% (43,109)	41.88% ビューの平均: 39.37% (6.38%)	3.78 ビューの平均: 3.65 (3.38%)	00:05:20 ビューの平均: 00:04:31 (16.62%)
1.	.-cci.or.jp	163 (58.84%)	43.56%	71 (54.96%)			
2.	.-cci.or.jp	19 (6.86%)	15.79%	3 (2.30%)			
3.	.-cci.or.jp	15 (5.42%)	46.67%	7 (5.34%)			
4.	.-cci.or.jp	11 (3.97%)	63.64%	7 (5.34%)			
5.	.cci. .gifu.jp	10 (3.61%)	60.00%	6 (4.61%)			
6.	.cci.or.jp	10 (3.61%)	90.00%	9 (6.87%)			
7.	.-cci.or.jp	9 (3.25%)	44.44%	4 (3.05%)			
8.	.-cci.or.jp	9 (3.25%)	88.89%	8 (6.11%)			
9.	.cci. .or.jp	8 (2.89%)	37.50%	3 (2.29%)			
10.	.cci.or.jp	6 (2.17%)	83.33%	5 (3.81%)			

傾向②

公的機関、準公的機関からの流入が全体から見ると1%未満となっている。

流入元（go）

順位	参照元	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
		79 全体に対する割合: 0.12% (63,929)	67.09% ビューの平均: 67.43% (-0.51%)	53 全体に対する割合: 0.12% (43,109)	31.65% ビューの平均: 39.37% (-19.61%)	3.91 ビューの平均: 3.65 (7.08%)	00:04:07 ビューの平均: 00:04:34 (-9.93%)
1.	.go.jp	68 (86.08%)	77.94%	53 (100.00%)	30.88%	3.79	00:03:43
2.	.go.jp	6 (7.59%)	0.00%	0 (0.00%)	66.67%	4.17	00:02:28
3.	.go.jp	5 (6.33%)	0.00%	0 (0.00%)	0.00%	5.20	00:11:38

提言

求職やキャリアに関わるサイトのトップページ等に総合サイトへのリンクを設置することで、総合サイトのアクセス増加に効果的に寄与するものとする。

4. 流入元の特徴 ～ドメイン毎の流入～

総合サイトへの流入元のドメイン（所属機関等）については、以下の傾向が見られる。

傾向

- ①プロバイダ（ne.jp）からのアクセス（セッション）が55%程度と大半を占めており、総合サイトには、一般家庭等のパソコンやスマホからのアクセスが多いものとする。
- ②企業（co.jp）及び教育機関（ac.jp）からのアクセス（セッション）が3%程度及び1%程度がとなっており、アクセスが低い状況となっている。ただし、直帰率は平均と比較して低いため、目的意識をもって総合サイト閲覧しているものと推測される。

傾向①

プロバイダのアクセスが55%程度と半数以上を占めている。

ne.jp（プロバイダ等）：55%

傾向②

アクセス（セッション）件数は低いものの、直帰率は平均（39.37%）よりも低い

co.jp（企業）：3%

ac.jp（教育機関）：1%

ネットワークドメイン	セッション	直帰率	ページ/セッション	平均セッション時間
全体	35,150 全体に対する割合: 54.98% (63,929)	41.05% ビューの平均: 39.37% (4.28%)	3.5 ビューの平均: 3.6 (-3.87%)	
1. ocn.ne.jp	9,832 (27.97%)	38.11%	3.8	
2. spmode.ne.jp	3,329 (9.47%)	57.92%	2.3	
3. au-net.ne.jp	2,950 (8.39%)	50.61%	2.7	
4. home.ne.jp	1,580 (4.50%)	33.73%	3.9	
5. nttpc.ne.jp	1,509 (4.29%)	37.51%	3.7	

ネットワークドメイン	セッション	直帰率	ページ/セッション	平均セッション時間
全体	1,803 全体に対する割合: 2.82% (63,929)	36.38% ビューの平均: 39.37% (-7.58%)	3.5 ビューの平均: 3.6 (-3.94%)	
1. co.jp	426 (23.63%)	31.46%	3.0	
2. co.jp	304 (16.86%)	29.93%	4.9	
3. co.jp	50 (2.77%)	36.00%	3.5	
4. co.jp	40 (2.22%)	30.00%	3.5	
5. co.jp	39 (2.16%)	28.21%	2.8	

ネットワークドメイン	セッション	直帰率	ページ/セッション	平均セッション時間
全体	757 全体に対する割合: 1.18% (63,929)	36.59% ビューの平均: 39.37% (-7.05%)	3.59 ビューの平均: 3.65 (-1.63%)	00:03:28 ビューの平均: 00:04:34 (-24.10%)
1. ac.jp	143 (18.89%)	31.47%	3.91	00:05:59
2. ac.jp	23 (3.04%)	26.09%	3.61	00:04:31
3. ac.jp	23 (3.04%)	8.70%	5.43	00:02:43
4. ac.jp	22 (2.91%)	4.55%	3.64	00:03:45
5. ac.jp	21 (2.77%)	33.33%	3.00	00:04:09

提言

企業や教育機関からは目的意識を持って閲覧されていると推測されるため、これら機関に対する利用促進を行うことで、より利用者の増加が見込まれるものとする。

4. 流入元の特徴 ～デバイス毎の流入（1 / 2）～

総合サイトにアクセスするデバイスに、以下の傾向が見られる。

傾向

- ①スマートフォンの普及率はパソコンと同等の値となっている。しかし、スマートフォンからの総合サイトへのアクセスは23%程度と、パソコンよりも大幅に低い値となっている。
- ②スマートフォンからの場合、直帰率及び平均セッション時間が平均よりも悪い値となっている。

傾向①

一般的にはPCとスマートフォンの普及割合は同じであるが、総合サイトへのアクセス割合は、PC:72% / スマートフォン:23%となっている。

傾向②

「直帰率平均：39.% / 平均セッション時間：4分34秒」に対して、スマートフォンは「直帰率平均：55% / 平均セッション時間：2分15秒」となっている。

情報通信端末の世帯保有率の推移（抜粋）（※）

	2014 (n=16,529)	2015(年) (n=14,765)
● 固定電話	75.7	75.6
■ FAX	41.8	42.0
★ 携帯電話・PHS	94.6	95.8
◆ スマートフォン	64.2	72.0
▽ パソコン	78.0	76.8
○ タブレット型端末	26.3	33.3

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
	63,929 全体に対する割合: 100.00% (63,929)	67.55% ビューの平均: 67.43% (0.17%)	43,182 全体に対する割合: 100.17% (43,109)	39.37% ビューの平均: 39.37% (0.00%)	3.65 ビューの平均: 3.65 (0.00%)	00:04:34 ビューの平均: 00:04:34 (0.00%)
1. desktop	46,068 (72.06%)	66.38%	30,581 (70.82%)	34.02%	4.05	00:05:22
2. mobile	14,886 (23.29%)	71.39%	10,627 (24.61%)	54.73%	2.49	00:02:15
3. tablet	2,975 (4.65%)	66.35%	1,974 (4.57%)	45.28%	3.28	00:03:59

（※）出典：総務省平成28年度版 情報通信白書 <http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h28/html/nc252110.html>

考察

- ①スマートフォンからのアクセスには、まだ伸び代があるものと推測される。
- ②スマートフォンで表示されるコンテンツに改善の余地があるものと推測される。

4. 流入元の特徴 ～デバイス毎の流入（2/2）～

スマートフォンでのインターネットアクセス状況及び利用目的の調査結果は以下のとおり。

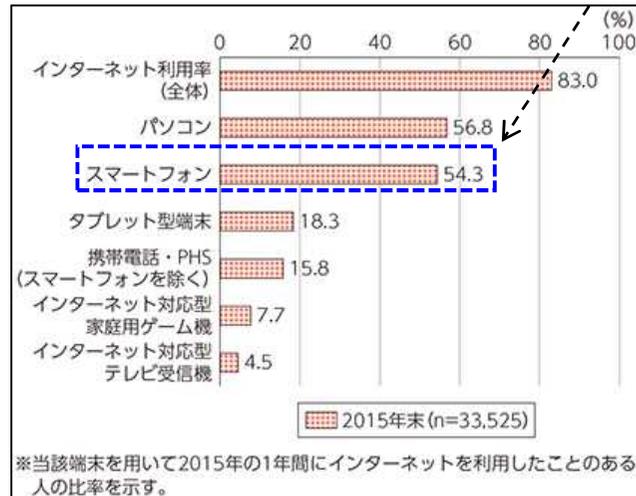
調査結果

- ①インターネット利用者の半数程度が、スマートフォンを利用している。
- ②若い世代のインターネットの利用目的としては、「SNS」「動画サイト」の利用が高い傾向にある。

調査結果①

インターネット利用者の54%が、スマートフォンから利用

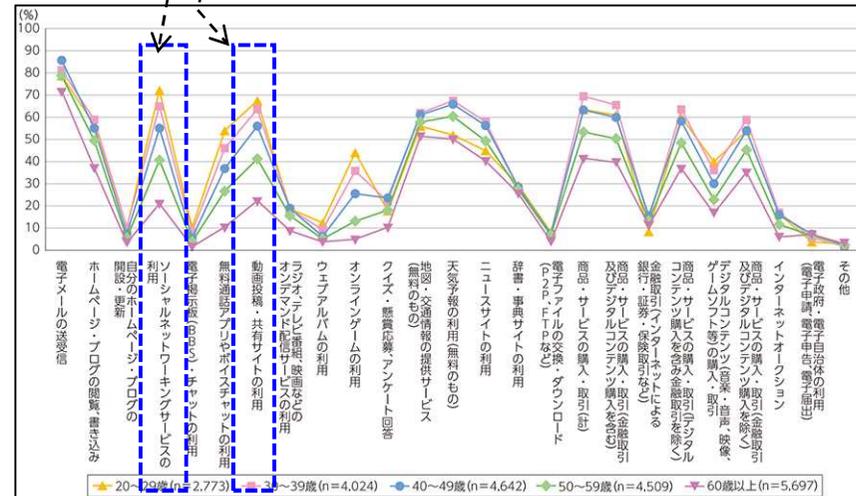
インターネット利用端末の種類（2015年末）（※）



調査結果②

年代間でギャップが大きいのが「SNS」「動画サイト」利用であり、若い世代での利用割合が高い

インターネットの利用目的（※）



提言

- ①SNSや動画サイトでのジョブ・カード制度の周知広報を行うことで、スマートフォン経由でのアクセスが増加することが望めると考える。
- ②スマートフォンでアクセスしたユーザが、ジョブ・カード制度に興味関心を持てる、モバイル向けのコンテンツ (例：アニメ等) を整備することで、サイトの滞在時間が延びるものと考えられる。

5. まとめ

前ページまでに示した、総合サイトのアクセス分析結果の提言のまとめを以下に示す。

項番	区分	提言内容
1	スマートフォン向けコンテンツの充実	スマートフォンユーザに、ジョブ・カード制度を簡易に分かるコンテンツ（例：アニメ等）を充実させることで、ジョブ・カード制度に興味関心を持たせるべきと考える。
2	新たな周知広報チャネルの構築	LINEによる周知広報を行うことで、新規ユーザの獲得が見込まれるものと考ええる。
3	総合サイトの改善	関連キーワードでも検索できるように、総合サイトを見直す必要があると考える。
4	各種機関への働きかけ	求職やキャリアに関わるサイトのトップページ等に総合サイトへのリンクを設置することで、総合サイトのアクセス増加に効果的に寄与するものと考ええる。
5		企業や教育機関からは目的意識を持って閲覧されていると推測されるため、これら機関に対する利用促進を行うことで、より利用者の増加が見込まれるものと考ええる。

6. 今後の分析について

今回実施した総合サイトのアクセス分析結果を踏まえ、さらに効果的な分析を行っていくにあたり、以下の対策を実施していくべきと考える。

項番	項目	内容
1	Googleサーチコンソールの導入	<p>【サービス概要】 Googleサーチコンソールとは、自分のWebサイトが、Google(検索エンジン)でどのようなキーワードで検索され、アクセスされたかを管理できる無料サービス。</p> <p>【アクセス分析への効果】 Google(検索エンジン)を経由して総合サイトへアクセスしたユーザが、どのようなキーワードでアクセスしたかを分析可能とすることで、よりヒット率の高いサイトに改善できる。</p>
2	Googleタグマネージャの導入	<p>【サービス概要】 Googleタグマネージャとは、Webページ内のタグ(ページを構成、制御するためのマーク)を管理するもので、ページがどれくらいスクロールされたかといった情報等を管理できる無料サービス。</p> <p>【アクセス分析への効果】 総合サイトのダウンロード計測/アンケート進捗計測/画面のスクロール量測定等により、ユーザの深い行動分析を可能とすることで、よりソフトウェアのダウンロードに寄与するサイトに改善できる。</p>
3	Googleアナリティクスの設定追加	<p>【サービス概要】 Googleアナリティクスとは、「サイト訪問者の数」「1ページ当たりの訪問数」「どこからやってきたのか」など、サイトへのアクセスに関するさまざまなデータについて詳しく分析することができる無料サービス。</p> <p>【アクセス分析への効果】 総合サイトでは既にGoogleアナリティクスを利用し、分析を行っているが、Googleアナリティクスの設定追加等を行い、よりソフトウェアのダウンロード状況等の詳しい分析を可能とする。</p>

(参考) 主な用語説明

項番	用語	説明
1	ユーザー数	ブラウザ単位で計測されるユーザー数。指定した集計期間において、サイトへの訪問した人数から重複を除いた人数が算出される。
2	セッション数	サイトへの訪問数。セッション開始後、操作がわれない状態で30分経過、午前0時をまたぐ、別の参照元から訪問する場合、新しいセッションが始まったとみなされる。
3	新規セッション率	新規で訪問したセッションの割合。指定した集計期間内の初訪問ではなく、Googleアナリティクスで計測を始めてからの初訪問が新規となる。 ※再訪問でも25ヶ月超の期間が開いていた場合は初訪問となる。
4	平均セッション時間	1セッションでサイトに滞在した平均時間。離脱したページはカウントされない。 直帰セッションは0秒として計算される。
5	ページビュー数	閲覧されたページ数。ページが1回表示されるごとにカウントされる。
6	ページ/セッション	1セッションで閲覧された平均ページ数
7	平均ページ滞在時間	ページに滞在した平均時間。ページの滞在時間は、次に閲覧したページの閲覧開始時刻との差で算出される。直帰、離脱した場合は計算から除外される。
8	直帰率	1ページだけしか閲覧されなかった割合 直帰率 = 1ページのみ閲覧したセッション数 ÷ すべてのセッション数
9	離脱率	ページの離脱率 = ページの離脱数 ÷ ページのページビュー数 サイト全体の離脱率 = サイト全体の離脱数 ÷ サイト全体のページビュー数 サイト全体としては離脱数 = セッション数となる