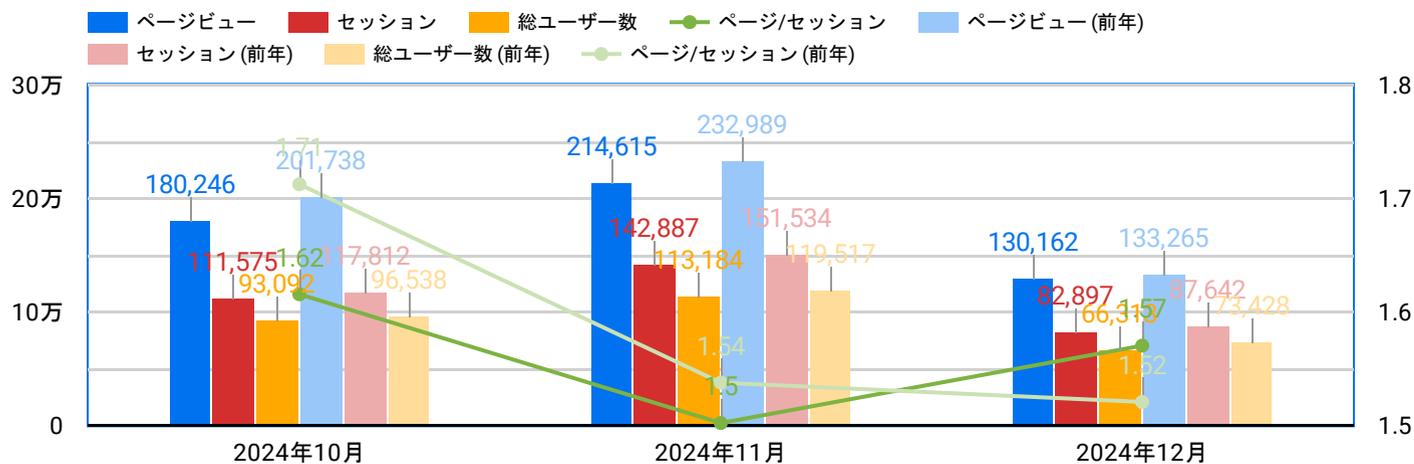


セッション 335,811	総ユーザー数 264,445	新規ユーザー数 258,415	ページビュー 525,023	ページ/セッション 1.56	エンゲージメント率 54.34%
-------------------------	--------------------------	---------------------------	--------------------------	--------------------------	----------------------------

①月別全体アクセス状況（前年比）



2024年7月～9月は増加していますが、前年同期と比較すると全体的に減少しているという傾向が見受けられます。

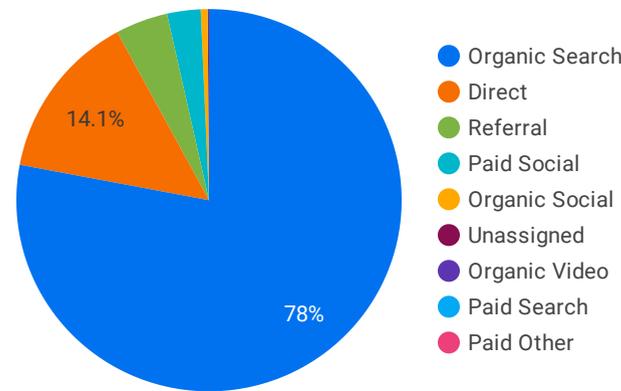
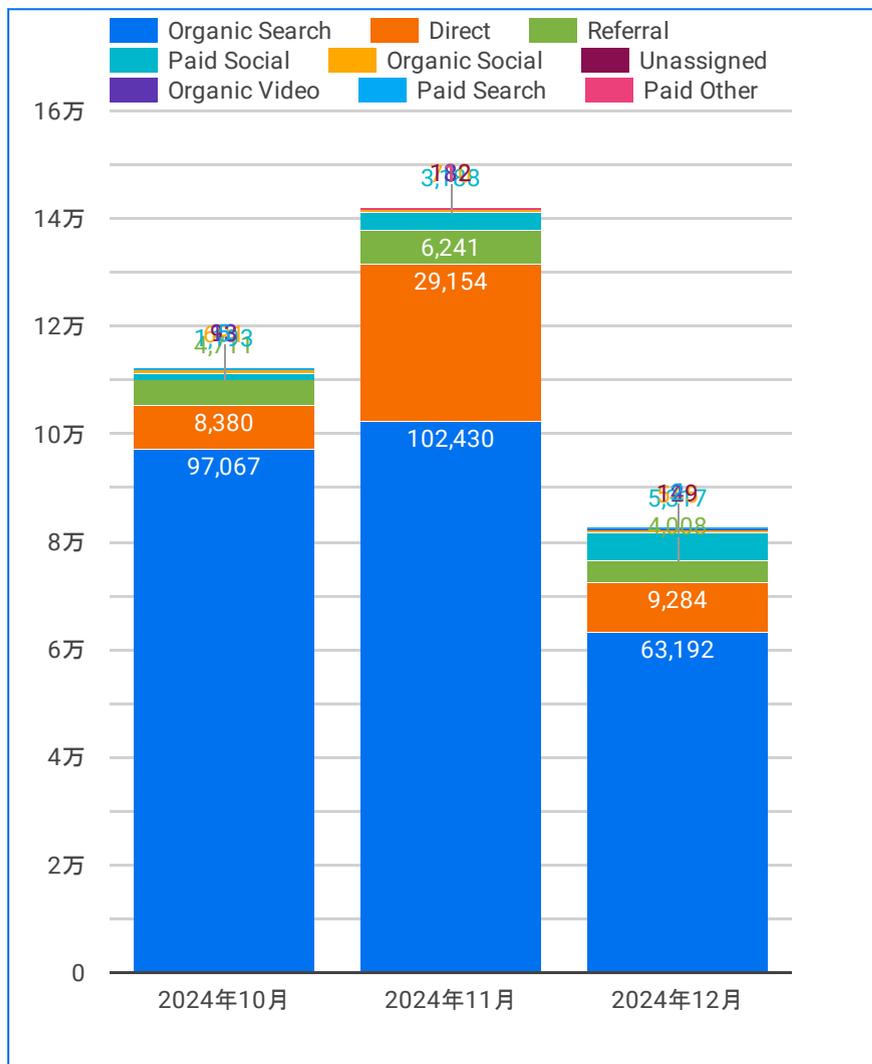
10月～12月は秋の観光シーズンとして注目される時期で、観光関連のコンテンツへのアクセスが増加しやすくなります。

一方で昨年比での減少が見られるため、トレンドに対応したコンテンツの提供や、競合分析、回遊率向上の施策を検討する必要があります。

年、月	セッション	総ユーザー数	新規ユーザー数	ページビュー	ページ/セッション	エンゲージメント率
1. 2024年10月	111,575	93,092	89,161	180,246	1.62	58.12%
2. 2024年11月	142,887	113,184	107,191	214,615	1.5	52.76%
3. 2024年12月	82,897	66,313	62,063	130,162	1.57	56.09%
総計	335,811	264,445	258,415	525,023	1.56	54.34%

セッション 335,811	総ユーザー数 264,445	新規ユーザー数 258,415	ページビュー 525,023	ページ/セッション 1.56	エンゲージメント率 54.34%
-------------------------	--------------------------	---------------------------	--------------------------	--------------------------	----------------------------

②流入元分析 - チャネルグループ



オーガニック流入は262,807セッションで、7月～9月の244,553セッションから増加していますが、昨年度の304,063セッションと比較すると減少しています。

一方、ダイレクト流入は大幅に増加しており、③国別及び日本国内アクセス状況の数字を確認すると、オランダからの流入が多数を占めています。

また、SNS広告の効果により、SNSからの流入が増加している傾向が見られますが、全体の中ではまだ比較的少ない状況です。ただし、SNS広告の拡大がSNS流入に良い影響を与える可能性があるため、さらなる流入を促進するための戦略強化が必要と考えられます。

セッションのデフォルトチャネルグループ	セッション	総ユーザー数
1. Organic Search	262,807	207,579
2. Direct	47,596	39,305
3. Referral	14,818	11,864
4. Paid Social	9,498	8,971
5. Organic Social	1,946	1,819
6. Unassigned	352	343
7. Organic Video	25	21
総計	335,811	264,445

セッション
335,811総ユーザー数
264,445新規ユーザー数
258,415ページビュー
525,023ページ/セッション
1.56エンゲージメント率
54.34%

⑤国別及び日本国内アクセス状況

国	セッション
1. Japan	314,763
2. Netherlands	13,638
3. Taiwan	1,158
4. United States	938
5. China	577
6. Hong Kong	567
7. South Korea	273
8. Germany	209
9. Singapore	181
10. France	174
総計	335,811

1 - 10 / 75 < >

地域	セッション
1. Tokyo	117,005
2. Hyogo	85,371
3. Osaka	48,921
4. Aichi	9,437
5. South Holland	8,830
6. Fukuoka	6,371
7. Kanagawa	5,524
8. North Holland	4,813
9. Kyoto	4,793
10. Hiroshima	4,733
総計	335,811

1 - 10 / 405 < >



1 314,763

国別のセッション数データによると、日本からのセッション数が圧倒的に多く、オランダが台湾を抜いて2位となっています。次いで台湾、アメリカ、中国が続いています。

地域でのセッション数を地域別に見ると、東京、兵庫、大阪、愛知、そしてオランダの南ホラント州が上位に位置しています。このことから、各地域のユーザーが求める情報に合わせたコンテンツの強化が重要であることが示唆されます。特に、地元のイベントや観光地の詳細を盛り込んだ情報を提供することで、地域の特性を活かしながらユーザーの関心を引き付け、エンゲージメントの向上が期待できます。

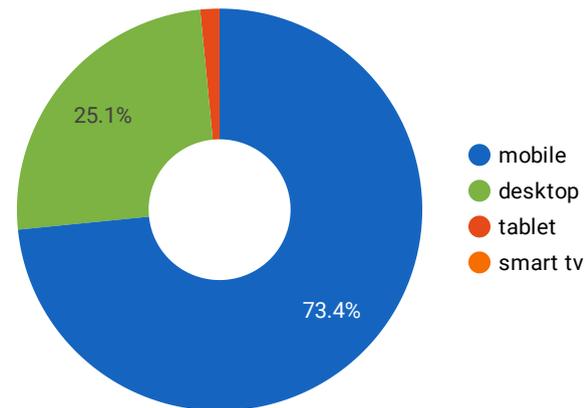
オランダからの流入については、特定のイベントやキャンペーン、などが一時的に影響を与えた可能性があります。これが一過性のものであれば、今後の動向を注視し、継続的なアクセスを得るための戦略が必要です。

セッション 335,811	総ユーザー数 264,445	新規ユーザー数 258,415	ページビュー 525,023	ページ/セッション 1.56	エンゲージメント率 54.34%
-------------------------	--------------------------	---------------------------	--------------------------	--------------------------	----------------------------

③流入元アクセス状況－参照元/メディア

	デフォルトチャンネル	ユーザーの最初の参照元	セッション	総ユーザー数	ページビュー
1.	Organic Search	google	178,881	141,070	265,873
2.	Organic Search	yahoo	71,098	55,948	111,345
3.	Direct	(direct)	47,070	39,075	65,816
4.	Paid Social	ig	7,047	6,650	7,404
5.	Organic Search	bing	9,231	6,331	20,611
6.	Referral	service.smt.do como.ne.jp	3,048	2,295	5,180
7.	Referral	city.himeji.lg.jp	2,037	1,680	8,177
8.	Paid Social	instagram	1,548	1,456	1,635
9.	Organic Search	(direct)	3,438	1,306	7,270
10.	Referral	himeji-kyoukasuigetsu.com	889	738	1,458
総計			335,811	264,445	525,023

④デバイス別アクセス状況



デバイスカ...	セッション	ユーザーの...
1. mobile	249,676	9
2. desktop	82,970	7
3. tablet	5,086	7

③流入元アクセス状況

1、2、5、9はGoogleなどの検索エンジンからのオーガニック流入です。多くのユーザーが検索エンジンを利用してサイトを訪れていることから、SEO対策が効果的に機能していると考えられます。

3は直接流入で、ブックマークやURL入力による訪問です。このデータからは、サイトのリピーターが多く、ブランド認知度が高いことがわかります。

4、8はInstagram広告からの流入であり、SNS広告の効果も見受けられます。これにより、若い層やSNSを活用するユーザー層へのアプローチが成功していることが示唆されます。

6、7、10は姫路市のサイトなど外部サイトからのリンクによる流入です。これにより、地域との連携や外部からの評価がサイト訪問につながっていることが示されています。

④ デバイス別アクセス状況

サイト全体73.4%のユーザーがスマホを主要なデバイスとして利用しています。PCは全体の約25.1%を占め、スマートフォンに次いで利用されています。

セッション
335,811総ユーザー数
264,445新規ユーザー数
258,415ページビュー
525,023ページ/セッション
1.56エンゲージメント率
54.34%

⑥アクセスの多いページ

ページタイトル	ページの完全な URL	ページビュー	エンゲージメント率
1. ひめのみち	www.himeji-kanko.jp/	32,282	68.92%
2. ご当地グルメ / ご当地食...	www.himeji-kanko.jp/gour...	30,378	65.19%
3. 【半日～1日】姫路まんき...	www.himeji-kanko.jp/mode...	26,275	81.08%
4. 姫路城ライトアップイベン...	www.himeji-kanko.jp/event...	24,285	59.72%
5. 【姫路城三の丸広場】Nove...	www.himeji-kanko.jp/event...	20,816	53.79%
6. 【大手前公園】姫路食博20...	www.himeji-kanko.jp/event...	15,503	62.48%
7. 歩行者天国開催のお知らせ ...	www.himeji-kanko.jp/event...	15,107	56.33%
8. 姫路菓子 お土産 (特産品...	www.himeji-kanko.jp/souve...	14,826	63.92%
9. ひめのみち	himeji-kanko.jp/	14,037	1.4%
10. イベント ひめのみち	www.himeji-kanko.jp/event/	12,599	81.04%
11. 観光スポット ひめのみち	www.himeji-kanko.jp/spot/	7,726	90.37%
12. グルメ ひめのみち	www.himeji-kanko.jp/gour...	7,713	93.5%
13. 季節の祭り・イベント一覧 ...	www.himeji-kanko.jp/featur...	6,407	35.6%
14. モデルコース ひめのみち	www.himeji-kanko.jp/mode...	6,369	95.57%
15. Himeji大手前通りイルミネ...	www.himeji-kanko.jp/event...	6,257	73.3%

引き続き、トップページを除くと、姫路のグルメ情報や観光コースが引き続き上位にランクインしています。
特に、ご当地グルメへの関心が高いことが分かりましたが、7月～9月の数字と比較すると、15,758ページビュー、約34.2%の減少が見られます。この変化は、季節や観光需要の変化、あるいは他のページへの興味が分散したことが要因として考えられます。

一方で、注目を集めているのは、4位のライトアップ情報や7位の歩行者天国など、イベント関連の情報です。これらが大幅にページビュー数を占めていることから、特定季節のコンテンツがユーザーの関心を引き付けていることが分かります。

この傾向を受け、イベント情報の発信や、季節ごとに変化するニーズに対応したコンテンツを強化することで、より多くのページビューを獲得できる可能性があり、また、グルメ情報については、新たな店舗や話題のスポットを紹介することで関心を再び高めることが期待されます。

セッション
335,811総ユーザー数
264,445新規ユーザー数
258,415ページビュー
525,023ページ/セッション
1.56エンゲージメント率
54.34%

⑦ランディングページ

デフォルトチャネル	ページタイトル	セッション	% Δ	エンゲージメント率	% Δ
1. Organic Search	ご当地グルメ / ご当地食材 グルメ ひめのみち	26,201	-34.1% ↓	62.96%	-2.5% ↓
2. Organic Search	【半日~1日】姫路まんきつ観光コース モデルコース ひめのみち	19,058	-11.6% ↓	78.52%	-1.3% ↓
3. Organic Search	【姫路城三の丸広場】Novelbright LIVE TOUR 2024~CIRCUS~ FINAL IN 姫路城三の丸広場 イベント ひめのみち	18,327	799.7% ↑	53.95%	-17.3% ↓
4. Organic Search	姫路城ライトアップイベント「Himeji Castle History 鏡花水月」の開催 イベント ひめのみち	17,891	3,867.0...	55.88%	-7.4% ↓
5. Direct	ひめのみち	17,345	516.8% ↑	10.61%	-80.9% ↓
6. Organic Search	ひめのみち	14,373	72.8% ↑	69.75%	-1.9% ↓
7. Organic Search	姫路菓子 お土産 (特産品・地場産品) ひめのみち	12,149	-1.2% ↓	61.73%	0.1% ↑
8. Organic Search	【大手前公園】姫路食	11,386	-	62.29%	-

1 - 10 / 1882 < >

5位のダイレクト流入を除くと、検索流入が9つのランディングページを占めています。特に、グルメ情報のページが引き続き1位となっており、ユーザーの関心が根強いことが伺えます。

ただし、グルメの流入が34.1%も減少しており、新たな特集や新店舗情報などを発信することで、引き続き検索流入を拡大させることが重要です。

また、注目すべきは3位のLiveTour、4位の姫路城ライトアップ、8位の手前公園、9位の歩行者天国、これらのイベントが大きく流入を集めていることから、季節情報がユーザーの関心を引きつける重要な要因となっていることが分かります。

今後もイベント情報を積極的に発信し、関連するキーワードを強化することで検索流入をさらに増やすことが期待されます。