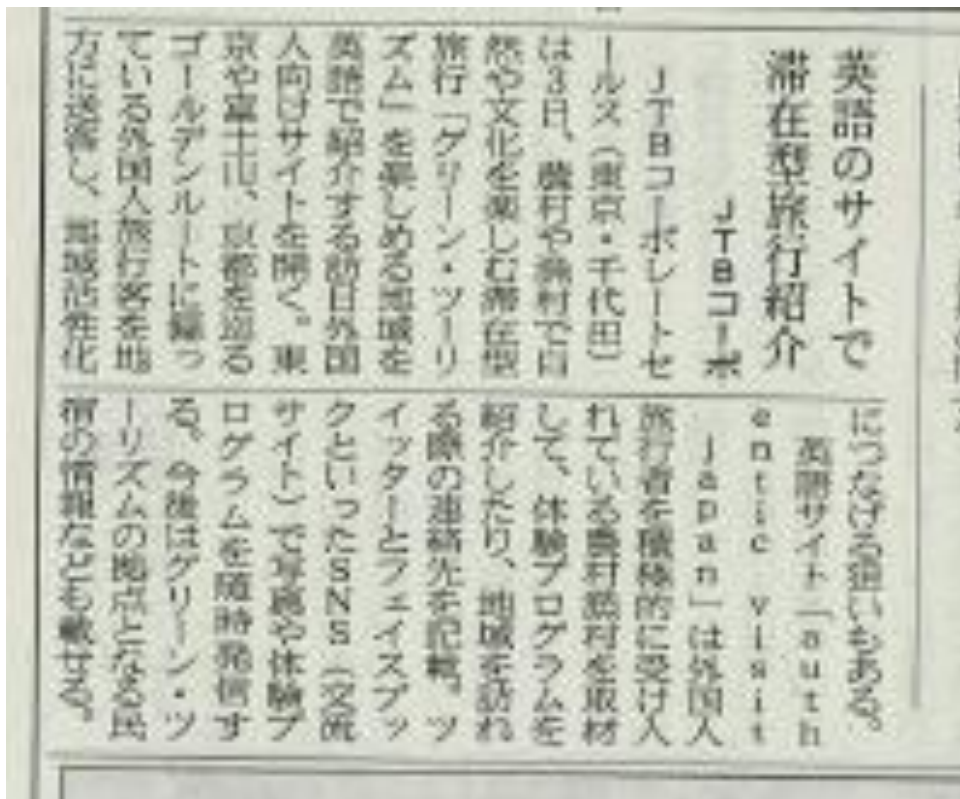


【ニュースリリースによる記事化の例】

◆8月3日 日経MJ新聞記事(添付)

2015年(平成27年)8月3日(月曜日) 日経MJ



## ②TTG ASIA WEB(アジア最大の旅行業界誌のWEB)での記事化(2016年1月29日発信)

### JTB launches rural farmstay package

Julian Ryall, Tokyo, January 29, 2016

TRAVEL giant JTB Corporation has drawn up a new programme designed to take visitors to Japan further off the beaten track.



Launched this month, it offers travellers the opportunity to stay with a farming family in one of Japan's more rural districts. Travellers will get the opportunity to stay in a traditional farmhouse, try the local onsen, sleep in a futon on a tatami mat floor, and pick vegetables for dinner.

Marketed through JTB's Authentic Visit Japan website, this programme was drawn up in collaboration with the Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries, and the tourism authority in the town of Ohtawara, in Tochigi Prefecture, north of Tokyo.

"Many people who come to Japan want to do something different from the Golden Route of Tokyo, Kyoto and Osaka. They told us that they want to see the authentic, traditional Japan, which is why we have come up with this package," said Yoko Kageyama, who devised the programme for JTB.

Around 100 families in Ohtawara are taking part, with two homes allocated specifically for

overseas tourists. In the first two weeks of the project, a family of five from Spain and an educational group from South-east Asia have sampled the delights of rural Japan.

"We have had a lot of enquiries from Asia, North America and Europe, and we are confident these sort of holidays will appeal to a wide range of tourists looking to experience a very different side of Japan," said Kageyama.

JTB plans to expand the project to communities nationwide if demand increases.

### ③「ジャパン・トラベル」への広告出稿

大田原における農家民宿滞在レポートを広告記事化し発信した。取材内容は下記の通り。

#### 12月19日(土)

予定		場所	内容
0:12	やまびこ207号	東京駅発	
11:22	那須塩原駅待合せ	改札口	OHTAWARA TOURISMのステッカーを持ったスタッフ対応 大田原ファーストタクシーにて送迎
12:00	昼食・打ち合わせ	大田原市内	
13:00	農家民宿チェックイン	SAKURA 民宿 (石井宅)	
	滞在		目の前の畑で冬野菜の収穫と夕食作り体験、周辺散策、お正月準備
18:00頃	夕食		農家民宿の方と一緒に夕食
	就寝		

#### 12月20日(日)

予定		場所	内容
午前			路線バスにて大雄寺に向かい座禅体験
昼	昼食	そば	
午後	農家民宿チェックイン	OHTAWARA TRADITIONAL J APANESE ST YLE HOUSE	周辺散策(農山村を自転車で散策)
夜	夕食		周囲の地元料理を提供する食堂、レストランにて食事
	就寝		

#### 12月21日(月)

予定		場所	内容
朝			朝食
8:00	農家民宿	農家民宿	カメラマン椎木さんは送迎タクシー又はバスにて那須塩原駅
午前		農家民宿	周辺散策(駄菓子屋、うどん屋、蔵・・・)
昼	昼食		
午後			送迎タクシーにて那須塩原駅へ
15:02	那須塩原発		
16:16	東京駅着		

ライター記者:メンデス・マルセラ 40代(スペイン)

## JapanTravel記事広告の結果

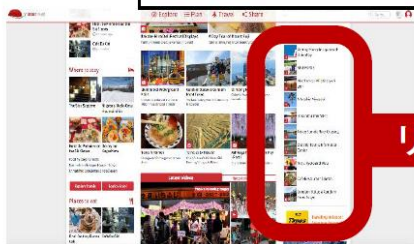
### ■大田原農家民宿滞在の記事(申込みリンク)

を広告記事として掲載、メルマガ発信、facebook広告も行う。



掲載期間： 2016年2月1日~2016年2月29日

掲載言語	英語
PV数	21,261



JapanTravel.comトップ10紹介欄



リンク先の記事ページ

## ジャパントラベルの媒体データ

### JapanTravel.com

#### ■掲載情報

- ・国内在住外国人会員約 10,000人
- ・コンテンツ数：23,000件以上（毎日新記事30件）
- ・掲載画像数：120,000件以上
- ・対応言語：英語 タイ語 インドネシア語  
中国語（繁体字・簡体字） 韓国語  
フランス語 ロシア語 日本語  
ポルトガル語 アラビア語 スペイン語

#### ■アクセスデータ

- ・全体PV 700万PV/月
- ・全体訪問者 100万人/月
- ・海外からのアクセス 約 87%

(2016年1月時点データ)

外国人による、外国人のための、日本の観光情報メディア

世界最大級・国内No.1記事総数・12言語対応・日本から世界へ



日本をこよなく愛する外国人社員・  
インターン一同日々奮闘中です。

日本語による企業・メディア情報サイト  
JapanTravel.co.jpもご利用ください。

## 記事広告掲載 ご報告書



ニュースレター(メルマガにて発信)

掲載期間： 2016年2月1日~2016年2月29日

広告表示数	6,796
クリック数	77
CTR%	1.13%

### バナー内容



## 記事広告掲載 ご報告書



### Facebookデータ



上図は、facebookにて広告プロモーションを行った際のデータです。  
下記のデータが含まれています。

広告表示数(Imprissions)	551,886
リーチ数(People reached)	443,755
ウェブサイトへのクリック数(Website Clicks)	12,207
シェアやいいね等を含むアクションの総数数 (Actions)	12,976
広告表示から24時間以内のアクション数 (People Taking Actions)	12,463
1日の平均広告表示数(Average Daily Impressions)	27,594 / 日

## 5. アクセスレポートの提出(サイトの管理)

8月～2月までの期間、成果と課題を確認しながら次のアクションの検討を行う「アクセスレポート」を毎月作成し提出した。

### ◆AUTHENTIC-VISIT.JP マンスリー 運営 レポート(オープン(8月3日)まで)

平成27年 4月から7月 (4年間)

WEB 訪問者:オープン前

WEB 訪問数:オープン前

閲覧ページ:オープン前

#### 当期のアクティビティ

8月3日の authentic-visit.jp のサイトオープンに向けて、昨年度のサイト、f-ouen.jp の英語版として運営されていたサイトに下記のような、更新を行いました。

また、地図を挿入するなど新規の項目を追加しました。

1. サイトアドレスを、authentic-visit.jp に更新。
  - ・サブタイトル1 Guide to Rural Japan
  - ・サブタイトル2 Discover Japan's Best Kept Secrets
2. f-ouen.jp の English をクリックすると、authentic-visit.jp に自動移動に更新。
3. f-ouen.jp の English のコンテンツは、全て継続する。
4. 前記3に加え、4 地域(遠野、大田原、飯山、美山)とその他地域の新コンテンツを拡充する。
5. Homepage のデザインを一新
  - ・上部にスライドショーで、更新記事を展開
  - ・日本地図で、各地域と都市との位置関係を把握できるように更新  
(新幹線を利用したアクセスを案内するためにも、重要)
  - ・日本地図上の各地域を色分け(グレーベースのため、少し見にくい)
  - ・日本地図から、各地域の記事に移動できるように更新
  - ・グーグルマップで、世界地図から紹介地で見られるように設定
  - ・グーグルマップ内に、見ている記事の場所がピンされるように設定
  - ・TAG の項目 更新
  - ・地域ごとに記事を見られるよう更新
  - ・検索キーワードをHP下方に設定
  - ・各キーワード検索で出て来た記事全てをサムネールの見られるようにし、MOREをクリックして、各記事全体に入るよう設定
  - ・読んでいる記事に関連する記事を表示するよう設定
  - ・読んでいる記事に関連する写真を表示するよう設定
  - ・最下段 copyright の記載を 2015 に更新
  - ・上部 TAG OTHERS をクリックすることにより下記の情報が見られるように新設
    - ・Intro Videos にサイト内のビデオをビジュアルリスト化

- ・PHOTO GALLERY サイト内の写真をビジュアルリスト化
- ・Travel Links にて、リンク先を、エリアごとに見られるように整理
- ・ABOUT US にて
  - <What is Authentic-visit.jp?>の目的記載
  - <Who are we?>の運営者の記載
  - <A word on green tourism in Japan>グリーン・ツーリズムとの関係を記載

6. スマートフォンでも見られるように、更新
7. パンフレットとのコンテンツ共有
8. サーバー契約の更新
9. FACEBOOK アカウント開設
10. TWITTER アカウント開設
11. オープン プレスリリース制作
12. オープン プレスリリース配信先リストイング
13. シンボルマーク制作

取材					
6月14日から17日	大分県	安心院	宿泊 2軒	風景、銭湯、滝、宇佐神宮など	
6月17日から18日	鹿児島	出水	宿泊 1軒	風景、武家屋敷、お茶農園、道の駅など	
7月1日から3日	長野県	飯山	宿泊 2軒	風景、インバウンド(米国学生)道の駅等	
7月14日から16日	北海道	音更	宿泊 2軒	景色、菜の花農家、お菓子工場、道の駅等	
7月17日	北海道	札幌 宝島社(旅行会社)	インタビュー	北海道インバウンド旅行の魅力	

7月 SNS 投稿数:Facebook:26, Twitter: 193



## 8月 AUTHENTIC-VISIT.JP マンスリー 運営 レポート

平成 27 年 8 月 3 日から 31 日 (29 日間)

訪問者: 1,179

訪問数: 2,391

ページ: 11,821

当月のアクティビティ・8月3日のオープンに向けて、問い合わせや取材等への準備

- ・キーワードを Japan, Travel, Rural を想定して、記事を書く。
- ・スタート基軸なので、アクセス状況等の詳細を把握する。

### 取材

8月24日から25日	栃木県	大田原	宿泊 1軒	風景、農園、神社、道の駅など
8月30日から9月1日	京都府	美山	宿泊 1軒(2泊)	風景、藁葺の里、民宿、道の駅など

### 国別 アクセス TOP5

国名	ページ	件数	バイト
United States	3,128	26,652	1.53 Gb
不明	1,074	13,749	1.13 Gb
不明	758	758	0
Canada	231	3,653	347.59 Mb
China	154	416	36.94 Mb

### キーワード TOP5

キーワード	検索数	パーセント
HTTP	13	19.1 %
Japan	9	13.2 %
Visit	7	10.2 %
authentic	7	10.2 %
//www.authenticvisit.jp/photo/detail/38	6	8.8 %

### 外部ページからのリンク TOP3

URL	アクセス数	概略(推測)
HTTP://PRTIMES.JP/MAIN/HTML/RD/P/000000588.000005912.HTML	108	プレスリリース (ニュース会社)
http://m.facebook.com	98	SNS
http://www.travelvoice.jp/20150731-47916	50	プレスリリース (ニュース会社)

### 結論/対策

残念ながら、アクセス数が、予想に反し、2000 未満。FACEBOOK, twitter による告知、新記事の追加を行い、アクセスUPをプロモートする。

7月 SNS 投稿数:Facebook:26, Twitter: 193/ 8月 SNS 投稿数:Facebook:87, Twitter: 117

## 9月 AUTHENTIC-VISIT.JP マンスリー 運営 レポート

平成 27 年 9月1日から 30日 (30 日間)

訪問者:912

訪問数:1,569

ページ:9,252

当月のアクティビティ SNS 投稿内容の拡充とキーワードとの整合性を合わせる。

・8月3日のオープンから、落ち着いた状況。サマーバケーションが終わったあたりから、年末や翌年の旅行計画を始められると思われるので、日本の田舎には、東京や大阪などの大都市とは違う落ち着いた伝統的な日本が見れ、農家や漁村に泊まる事ができることを告知する。

・キーワードを Japan, Travel, Rural, culture difference, culture gap, experience を想定して、記事を書く。

・取材 有隣庵 倉敷(岡山県)、宿泊1日。車座、くらしき保存地区、神社

### 国別 アクセス TOP5

国名	ページ	件数	バイト
Japan	2,665	31,403	3.38 Gb
United States	2,588	19,852	3,128 Gb
不明	1,381	1,381	0
不明	603	7,200	932.56 Mb
Canada	364	3,762	561.80 Mb
European country eu	192	720	70.25 Mb

### キーワード TOP5

キーワード	検索数	パーセント
JAPAN	13	12.1%
visit	7	6.5%
rural	7	6.5%
authentic	5	4.6 %
tourism	3	2.8 %

### 外部ページからのリンク TOP3 (推測)

外部ページからのリンク TOP3 (推測)	UR	アクセス数	概略
<a href="http://M.FACEBOOK.COM">HTTP://M.FACEBOOK.COM</a> (総計)		214	SNS
<a href="http://en.japantravel.com/special/rural-japan">http://en.japantravel.com/special/rural-japan</a>		50	提携英語サイト
<a href="https://iqoption.com/promo/simple-demo/">https://iqoption.com/promo/simple-demo/</a>		39	不明 ロシア語サイト

### 結論/対策

8月 SNS 投稿数:Facebook:87, Twitter: 117 / 9月 SNS 投稿数:Facebook:27, Twitter: 36

・SNS からの WEB アクセス増加している。現状の AVJ(authentic-visit.jp)のユニークユーザー数は少ないが、コンテンツの拡充と SNS からの誘導で、アクセスを増加することを目指す。

## 10月 AUTHENTIC-VISIT.JP マンスリー 運営 レポート

平成 27 年 10 月 1 日から 31 日 (31 日間)

訪問者: 960

訪問数: 2,334(2.43 訪問/訪問者)

ページ: 21,890(9.37 ページ/訪問者)

当月のアクティビティ オリジナルの記事を書く(WIKIPEDIA や他のサイトからのコピー&ペーストではなく)

- ・サーチエンジン GOOGLE の方針変更、WEB に記載された記事や写真のオリジナルティ(author priority) を重要視する。
- ・キーワードを grand-ma, organic, fresh, Japan, lifestyle, Travel, Rural, を想定して、記事を書く。
- ・国別では、米国が TOP で次の日本の倍の 10,000 を超えています。キーワードが効いてきているのと、SNS の効果が出始めています。

### 国別 アクセス TOP5

国名	ページ	件数	バイト
<u>UNITED STATES</u>	<u>10,507</u>	<u>26,342</u>	<u>2.92 GB</u>
Japan	4,365	40,384	4.48 Gb
不明	2,381	2,381	0
China	1,132	1,139	26.42 Mb
Russian Federation	957	1,196	56.32 M

### キーワード TOP5

キーワード	検索数	パーセント
JAPAN	13	12.1%
visit	7	6.5%
rural	7	6.5%
authentic	5	4.6 %
tourism	3	2.8 %

### 外部ページからのリンク TOP3

URL	アクセス数	概略(推測)
<u>HTTP://M.FACEBOOK.COM(総計)</u>	165	SNS
<a href="http://en.japantravel.com/special/rural-japan">http://en.japantravel.com/special/rural-japan</a>	50	提携英語サイト
<a href="http://www.mlit.go.jp/kankocho/en/">http://www.mlit.go.jp/kankocho/en/</a>	14(6位ですが、特徴的)	観光庁 英語サイト

### 結論/対策

**9月 SNS 投稿数: Facebook:27, Twitter: 36 / 10月 SNS 投稿数: Facebook:59, Twitter: 102**

- ・SNS からの WEB アクセス増加している。現状の AVJ(authentic-visit.jp)のユニークユーザー数は少ないが、コンテンツの拡充と SNS からの誘導で、アクセスを増加することを目指す。

## 11月 AUTHENTIC-VISIT.JP マンスリー 運営 レポート

平成 27 年 11 月 1 日から 30 日 (30 日間)

訪問者: 2,805

訪問数: 4,161 (1.48 訪問/訪問者)

ページ: 29,978 (7.2 ページ/訪問)

当月のアクティビティ 3000 まで、もう少し！ オリジナルの記事を書く(WIKIPEDIA や他のサイトからのコピー&ペーストではなく)

- ・サーチエンジン GOOGLE の方針変更、WEB に記載された記事や写真のオリジナルティ(author priority) を重要視する。
- ・キーワードを organic, fresh, Japan, lifestyle, Travel, Rural, culture difference, culture gap, experience を想定して、記事を書く。
- ・キーワードが効いてきているのと、SNS の効果が出始めています。

### 国別 アクセス TOP5

国名	ページ	件数	バイト
UNITED STATES	14,085	62,499	6.20 GB
Japan	4,913	58,695	6.10 Gb
不明	4,174	4,174	0
不明	1,486	18,321	1.76 Gb
Canada	628	11,297	949.71 Mb

### キーワード TOP5

キーワード	検索数	パーセント
JAPAN	96	21.5%
rural	21	4.7 %
Japanese	18	4%
visit	14	3.1%
authentic	13	2.9%

### 外部ページからのリンク TOP3

外部ページからのリンク	UR	アクセス数	概略(推測)
<a href="http://M.FACEBOOK.COM">HTTP://M.FACEBOOK.COM</a> (総計)		315	SNS
<a href="http://www.maff.go.jp/e/japan_food/topics/150521.html">http://www.maff.go.jp/e/japan_food/topics/150521.html</a>		77	農水省 英語サイト
<a href="http://en.japantravel.com/special/rural-japan">http://en.japantravel.com/special/rural-japan</a>		27	提携英語サイト

### 結論/対策

10 月 SNS 投稿数: Facebook: 59, Twitter: 102 / 11 月 SNS 投稿数: Facebook: 56, Twitter: 50

- ・SNS からの WEB アクセス増加している。現状の AVJ(authentic-visit.jp)のユニークユーザー数が、3000 までもう少しの段階まで来ている。引き続き、コンテンツの拡充と SNS からの誘導で、アクセスを増加させ 3000 ユニークユーザー/月を目指す。

## 12月 AUTHENTIC-VISIT.JP マンスリー 運営 レポート

平成 27 年 12月1日から 31日 (31日間)

訪問者:3,406

訪問数:5,011 (1.47 訪問/訪問者)

ページ:24,511(4.89 ページ/訪問)

当月のアクティビティ 3000 達成！ 美山宿泊、日帰りツアーの販売開始サポート

・美山宿泊、日帰りツアーの販売開始サポート TOPIC と記事を AVJ にアップする。・ユニークユーザー数 3000 を達成。

このポリシーに則して、日本の田舎には、伝統的な日本ライフスタイルが今も息づき、農家や漁村に泊まる事ができることを記事にする。

・キーワードを Japan, lifestyle, Travel, Rural,を想定して、記事を書く。

・国別では、米国からアクセスが TOP。キーワードが効いてきているのと、SNS の効果が出始めています。

### 国別 アクセス TOP5

国名	ページ	件数	バイト
UNITED STATES	12,674	67,383	3.60 GB
不明	2,842	2,842	0
Japan	2,623	45,913	4.69 Gb
Canada	824	17,043	902.42 Mb
不明	697	11,335	776.47 Mb

### キーワード TOP5

キーワード	検索数	パーセント
JAPAN	226	27.2%
japani	24	2.8%
six	22	2.6%
com	18	2.1%
xxx	14	1.6 %

### 外部ページからのリンク TOP3

URL	アクセス数	概略(推測)
HTTP://M.FACEBOOK.COM(総計)	128	SNS
http://tpc.google syndication.com/	85	検索エンジン
http://en.japantravel.com/special/rural-japan	43	提携英語サイト

### 結論/対策

11 月 SNS 投稿数:Facebook:50, Twitter: 56/ 12 月 SNS 投稿数:Facebook:47, Twitter: 48

・SNS からの WEB アクセス増加している。現状の AVJ(authentic-visit.jp)のユニークユーザー数が、3000 を達成。引き続き、コンテンツの拡充と SNS からの誘導で、アクセスを増加させ 4000 ユニークユーザー/月を目指す。

## 1月 AUTHENTIC-VISIT.JP マンスリー 運営 レポート

平成 28 年 1 月 1 日から 31 日 (31 日間)

訪問者: 5,255

訪問数: 7,443(1.41 訪問/訪問者)

ページ: 39,320(5.28 ページ/訪問)

当月のアクティビティ 5,000 を達成！ 大田原農泊開始のプロモート

- ・大田原農泊パッケージ販売開始をサポート、TOPIC と記事を AVJ にアップする。・ユニークユーザー数 5000 を超える。
- ・キーワードを farm, family, Japan, lifestyle, Travel, Rural, Snow を想定して、記事を書く。
- ・キーワードが効いてきているのと、SNS の効果が出始めています。
- ・日経新聞の効果があり国内からのアクセスが多い

### 国別 アクセス TOP5

国名	ページ	件数	バイト
UNITED STATES	13,529	103,257	6.22 GB
Russian Federation	6,550	7,902	532.95 Mb
不明	4,843	4,843	0
Japan	3,216	61,339	5.72 Gb
Canada	1,534	32,387	1.81 Gb

### キーワード TOP5

キーワード	検索数	パーセント
JAPAN	224	25.8%
authentic	20	2.3%
xxx	19	2.1%
com	17	1.9%
site	15	1.7%

### 外部ページからのリンク TOP3 (推測)

外部ページからのリンク TOP3 (推測)	UR	アクセス数	概略
<a href="http://M.FACEBOOK.COM">HTTP://M.FACEBOOK.COM</a> (総計)		148	SNS
<a href="http://tpc.google syndication.com/">http://tpc.google syndication.com/</a>		244	検索エンジン
<a href="http://en.japantravel.com/special/rural-japan">http://en.japantravel.com/special/rural-japan</a>		138	提携英語サイト

### 結論/対策

12 月 SNS 投稿数: Facebook:47, Twitter:48 / 1 月 SNS 投稿数: Facebook:81, Twitter: 37

・SNS からの WEB アクセス増加している。現状の AVJ(authentic-visit.jp)のユニークユーザー数が、5000 を達成。引き続き、コンテンツの拡充と SNS からの誘導で、アクセスを安定 & 増加 5000 ユニークユーザー/月のキープを目指す。

## 2月 AUTHENTIC-VISIT.JP マンスリー 運営 レポート

平成 28 年 2 月 1 日から 29 日 (29 日間)

訪問者: 4,072

訪問数: 5,843 (1.43 訪問/訪問者)

ページ: 26,444 (4.52 ページ/訪問)

当月のアクティビティ 4000 をクリアー(前月 5000)！ コンテンツ拡充

- ・アクセス数をキープして、コンテンツ拡充を図る。
- ・キーワードを farm, yuzu, citron, family, Japan, lifestyle, Travel, Rural.を想定して、記事を書く。

### 国別 アクセス TOP5

国名	ページ	件数	バイト
<u>UNITED STATES</u>	<u>12,090</u>	<u>82,078</u>	<u>5.02 GB</u>
<u>不明</u>	<u>3,585</u>	<u>3585</u>	<u>0</u>
Japan	2,807	47,357	5.04 Gb
Canada	1,088	25,428	1.48 Gb
China	785	1,083	42.17 Mb

### キーワード TOP5

キーワード	検索数	パーセント
JAPAN	267	29.3%
site	23	2.5%
www.japan	20	2.2%
xnxx.com	18	1.9%
com	18	1.9%

### 外部ページからのリンク TOP3

URL	アクセス数	概略(推測)
<u>HTTP://M.FACEBOOK.COM(総計)</u>	46	SNS
<u>http://tpc.google syndication.com/</u>	90	検索エンジン
<u>http://en.japantravel.com/special/rural-japan</u>	27	提携英語サイト

### 結論/対策

1 月 SNS 投稿数: Facebook:81, Twitter:37 / 2 月 SNS 投稿数: Facebook:94, Twitter: 37

・SNS からの WEB アクセス増加している。現状の AVJ(authentic-visit.jp)のユニークユーザー数が、4000 を継続している。

引き続き、コンテンツの拡充と SNS からの誘導で、アクセスを増加させ 3000 ユニークユーザー/月を継続クリアーして行く。

### 3月 AUTHENTIC-VISIT.JP マンスリー 運営 レポート

平成 28 年 3 月1日から 31 日 (31 日間) 3 月 11 日現在

訪問者:2,526 訪問数:3,227 (1.27 訪問/訪問者) ページ:12,015(3.72 ページ/訪問)

当月のアクティビティ コンテンツの拡充 人気のサムライの記事を書く(出水、鹿児島)

- ・インバウンド外国人の皆さんに人気のサムライ記事(武家屋敷、出水)の記事をUPする。
- ・キーワードを samurai, organic, sustainable, Japan, lifestyle, Travel, Rural, を想定して、記事を書く。

#### 国別 アクセス TOP5

国名	ページ	件数	バイト
UNITED STATES	4,901	38,847	1.97 GB
不明	1,686	1,686	0
Japan	1,047	17,574	1.48 Gb
China	580	1,592	140.42 Mb
Canada	531	12,233	487.52 Mb

#### キーワード TOP5

キーワード	検索数	パーセント
JAPAN	154	28.7%
Japanese	16	2.9%
in	12	2.2%
authentic	9	1.6%
farm	7	1.3 %

Farm がエントリー

#### 外部ページからのリンク TOP3

URL	アクセス数	概略(推測)
HTTP://M.FACEBOOK.COM(総計)	66	SNS
http://www.mlit.go.jp/kankocho/en/index.html	14	観光庁 英語サイト
http://en.japantravel.com/special/rural-japan	19	提携英語サイト

#### 結論/対策

1 月 SNS 投稿数:Facebook94:, Twitter:37 / 2 月 SNS 投稿数:Facebook:,未集計 Twitter: 未集計

- ・SNS からの WEB アクセス増加している。初めて FARM がキーワードで登場。サムライなどのPOPのものと Farm などのしっかり系をミックスしたコンテンツの拡充。