

愛媛県企業合宿型ワーケーション誘致プロモーション企画・実施業務委託仕様書

1 業務名

愛媛県企業合宿型ワーケーション誘致プロモーション企画・実施業務

2 業務の目的

新型コロナウイルス感染症拡大等に伴い、テレワークを含めた企業の働き方改革が進む中、ワーケーションを活用した新たな地域活性化に向け、愛媛県では、本県の強みを生かし、地域共創や地域課題解決、人材育成等を目的とした企業合宿型人材育成ワーケーション（以下「愛媛流ワーケーション」という。）の誘致を推進し、企業版関係人口の創出を図ることとしている。

このため、県内で取り組む愛媛流ワーケーションの特徴に応じて、大都市圏企業の人材育成等を所管する人事担当者や大都市圏在住のビジネスパーソンをターゲットに、戦略的なプロモーションを実施することにより、愛媛流ワーケーションの更なる認知度向上と誘致を促進する。

3 委託期間

契約締結の日から令和6年3月31日（日）まで

4 委託料上限額

19,500,000 円（消費税及び地方消費税額を含む）

5 業務内容

2の目的を達成するために、次に掲げる事項を円滑に実施すること。

なお、具体的な実施内容は、企画提案のあった内容をもとに愛媛県と協議の上、決定する。

(1) コンテンツ力を強化するための動画及び記事の制作

本県で実施するワーケーションが地域共創や地域課題解決、企業の人材育成等に資するプログラムであることを広く発信するため、愛媛流ワーケーションを大都市圏企業の人材育成等を所管する人事担当者や大都市圏在住のビジネスパーソンに対して強く訴求する動画や記事を制作する。

ア 大都市圏企業に訴求できる愛媛流ワーケーション動画制作

愛媛流ワーケーションは次の3プログラムとする。詳細は別記「対象プログラム」のとおりであり、①～③のすべてを動画に盛り込むこととし、特に①にフォーカスした上でターゲットに強く訴求できる方法により制作すること。

①四国の西海岸ワーケーション（愛媛県南予地域）

②アートヴィレッジワーケーション（愛媛県東温市）

③神の御島ワーケーション（愛媛県今治市）

また、①～③の地域内におけるホテル等の宿泊施設やコワーキングスペース等を適宜紹介し、大都市圏企業に訴求できる本県流ワーケーション動画を制作する。

また、本県が取り組む大都市圏企業への営業活動に使用することを想定した、短編の動画を制作する。

なお、制作した動画は、動画配信プラットフォームに掲載するとともに、(2)で制作する

ワーケーション PR サイトにも掲載すること。

イ 本県流ワーケーションの魅力発信記事

本県流ワーケーションのプログラムやその魅力について詳述した記事を制作する。

なお、制作した記事は(2)で制作するワーケーション PR サイトに掲載すること。

(2) 情報発信強化のためのワーケーション PR サイトの制作

ワーケーションの実施を検討しているビジネスパーソンへの情報発信力を強化するため、県が管理・運営する「えひめスマイルビジネス Navi」内に、別紙「ホームページの基本構成案」を基に、ワーケーションの PR に関する項目を追加し、コワーキングスペースや宿泊施設、モデルコース、体験談等の情報が入手できるサイトを構築する。

ア ホームページの作成及び運用

(ア) ページ構成等

- a ホームページ作成に当たっては、「えひめスマイルビジネス Navi」の管理運営業務の受託者と調整の上、ユーザービリティ、アクセシビリティに配慮し、グローバルナビゲーション機能等を高め、利用者の必要な情報を的確に訴求できる導線構造設計を行うこと。

なお、利用者の利便性を向上させるため、基本構成案に定める以外のコンテンツの追加又は充実についても適宜検討すること。

- b 各ページは、利用者が必要な情報を見やすく、分かりやすく、探しやすいデザインとすること。
- c 各ページのデザインは、視覚に訴えるデザインとすること。
- d 写真その他のコンテンツ及びその利用に必要な権利は受託者において収集、処理することとし、これに係る費用は受託者の負担とする。なお、基本的なデータ等は発注者から提供する。

(イ) 利用者への配慮

- a ブラウザは、一般的に普及しているブラウザ (Edge、Safari、GoogleChrome、Firefox 等) の最新版に対応していること。
- b PC だけでなく、スマートフォン、タブレット等からの閲覧にも最適化されていること。
- c ホームページを構成する製品や技術は、W3C (World Wide Web Consortium) が策定・公開している標準的な規格等に準拠するとともに、アクセシビリティに関しては、JIS X8341-3:2016 及び別記「アクセシブルなコンテンツの作成に関する指針」に配慮するなど、国際標準もしくは業界標準に対応すること。
- d 利用者が、どのページにアクセスしているのかが分かりやすいように、各ページに統一したデザインのグローバルナビゲーションやパンくずリストなどを表示させること。
- e 利用者がホームページ画面を印刷した際、書式が崩れないように配慮すること。また、印刷に適したレイアウト表示すること。

(ウ) 目標

- a 作成するホームページの成果を分析する上で、進捗を管理するべき各項目 (ページビュー数、特定ページへの到達数等) 及び数値目標 (KPI) について提案すること。

- b 業務の効果測定のため、Google タグマネージャー及びGoogleAnalytics等を導入し、業務に係るタグを設定すること。

(エ) その他

- a Google Search Consoleでのクローリング設定など、検索エンジンのSEO対策を実施すること。
- b 必要に応じ、公開後のページについて、県の指示に基づきテキスト・画像の修正、ファイルの入れ替え等を行うこと。

イ ホームページ掲載システム構築及び運用保守

- (ア) 最新情報など随時更新が必要な項目については、HTML等のホームページ作成に関する詳しい知識を持たない職員であっても編集できるように、簡易なマニュアルで操作できるコンテンツの編集管理機能(CMS)を設けること。
- (イ) 作業手順等を記載したマニュアルを作成すること。また、必要に応じ、職員が行う更新作業のサポートを行うこと。
- (ウ) ページの追加、機能の改善に容易に対応できるシステム設計であること。

ウ サーバの確保及び運用保守

- (ア) ウェブサイトの保守を円滑に実施するため、電話、電子メール等による受付窓口を有した保守体制(サポート体制)及び連絡体制を整備すること。
- (イ) 定期的(最低月1回)な自動及び手動バックアップを行える体制を整備すること。
- (ウ) 障害が発生した場合に速やかにシステムを復旧でき、復旧するまでは一連の技術サポート(代替サーバの手配やバックアップを用いたデータ環境の復旧など)を提供できる体制を整備すること。
- (エ) ドメインは、愛媛県の所有とし、本県と協議の上、決定すること。
- (オ) サーバは、外部のデータセンター(日本国内に所在し、当該データセンターの運用事業者は、当該データセンターを対象に、ISO27001又は同等の認証を取得していること。)に設置されたセキュリティの高いサーバを受託者が用意する。当該サーバは、インターネットと常時接続していること。
- (カ) サーバ又はサーバとしての利用領域を第三者の利用領域と物理的又は論理的に分離すること。
- (キ) サーバ・システムの動作監視・運用監視、サーバ容量の監視を常時実施できる体制を整備すること。
- (ク) 以下のセキュリティ要件を満たしていること。
 - a 受託中に知り得た個人情報や機密情報は適正に管理し、決して漏えい、不正使用を行わないこと。当該契約が終了した後においても同様とする。
 - b 外部からの不正アクセスやデータ改ざん等の悪意ある攻撃を受けないよう、対策を講じること。また、OSの脆弱性を解消するために、常に最新のセキュリティーパッチを適用すること。
 - c セキュリティ対策の作業手順(報告ルール等)を定め、不正アクセス等の異常が検知された場合は、速やかに愛媛県に報告し、対策を講じること。
- (ケ) ログインID及びパスワードによるアクセス制限は、以下の全ての項目について対策を徹底し、パスワードを強固な文字列(大小文字、数字及び記号のランダム組み合わせ

せ、最低8文字以上)にするとともに、継続的に短周期(最低でも年1回以上)でパスワード変更をすること。

- a サーバ自体の管理機能(ウェブ画面等)
- b ウェブコンテンツ更新機能(ウェブ画面)
- c サーバ管理上、有効化している全ての接続機器

(コ) 開設する専用ホームページのサーバには、適正なウイルス対策を施し、対策案内を明確にすること。

(サ) サーバ提供事業者、愛媛県等が提供する最新のセキュリティ情報を定期的に確認すること。

(シ) ウェブサーバに対するコンテンツ更新元の端末機、及び遠隔でサーバの管理操作をする端末機には、ウイルス対策ソフトウェアを導入し、リアルタイム検索を実施すること。

上記の業務については、県が管理・運営する「えひめスマイルビジネス Navi」内にワーケーションのPRに関する項目を追加することとするが、同サイト上への項目の追加対応ができない場合は、ワーケーションPRに関するホームページを新たに開発するものとする。その場合においても、本仕様に準じて開発を行うこととする。

(3) 制作した動画や記事を活用した広告の配信

ア 広告の作成、配信

愛媛流ワーケーションをPRするうえでふさわしい広告媒体等を分析のうえ、日本国内において、(1)の動画や記事を活用したインターネット広告等を配信し、(2)で制作するワーケーションPRサイトに誘導する。

※広告配信の利用媒体について

本業務の事業効果の最大化を図るため最適と考えられる媒体(複数の媒体の組み合わせも可)を選定の上、提案すること。実際に利用する媒体については、提案内容を踏まえて、愛媛県と受託者で協議の上、決定する。

イ P D C A の実施

広告配信期間を通じて、広告の表示回数、クリック数、広告接触者の属性(年齢、地域、特性等)や、広告等からのサイト誘導状況等を分析した上で、P D C A サイクルを回しながら、広告内容、利用媒体、配信対象、配信方法等について、愛媛県と協議し、継続的に改善を図ること。

(4) 効果の検証

事業の効果・実績を定量的、定性的に把握できるようにするとともに、把握方法を明確にするとともに、愛媛県からの要請に応じ、プロモーション効果のフィードバックを行うこと。

(5) 留意事項

本業務は、別記「デジタルプロモーション実施時における留意事項」に基づき実施すること。

6 企画提案書の内容

5の業務内容に係る提案として以下の事項を明記すること。

- (1) 愛媛流ワーケーションの動画及び記事の内容に関する具体的な提案と理由

- (2) PR サイトのイメージ、SEO 対策等の具体的な提案と理由
- (3) 広告の利用媒体、配信方法、スケジュールの具体的な提案と理由
- (4) 業務の実施体制、スタッフの配置等の提案と理由
- (5) 上記(1)～(3)に関する数値目標及び事業の効果の把握手法の提案と理由

7 事業計画書及び報告書の提出

- (1) 受託者は、契約締結後遅滞なく受託者が提案した企画提案書をもとに、具体的な業務内容について愛媛県と協議の上、委託契約書に定める「計画書」を作成して愛媛県に提出すること。
- (2) 委託業務完了後、委託契約書に定める「実績報告書」を作成し、愛媛県の検査を受けること。
- (3) 愛媛県は、必要がある場合は、受託者に対して委託業務の処理状況について調査し、又は報告を求めることができる。
- (4) 愛媛県は、業務実施過程で本仕様書記載の内容に変更の必要が生じた場合は、受託者に協議を申し出る場合がある。この場合、受託者は、委託料の範囲内において仕様の変更に応じること。

8 再委託の可否

受託者は、業務の一部を第三者に再委託することができる。その場合は、再委託先ごとの業務内容、再委託先の概要及びその体制と責任者を明記の上、事前に書面にて報告し、愛媛県の承諾を得なければならない。

9 成果の帰属及び秘密保持

- (1) 成果の帰属
受託者が本業務で制作した制作物の著作権及び使用権は、原則として、愛媛県に帰属する。
- (2) 秘密保持
 - ア 本業務に関し、受託者から愛媛県に提出された計画書等は、本業務以外の目的で使用しない。
 - イ 本業務に関し、受託者が愛媛県から受領又は閲覧した資料等は、愛媛県の了解なく公表又は使用してはならない。
 - ウ 受託者は、本業務で知り得た業務上の秘密を保持しなければならない。

10 個人情報の保護

個人情報の保護については、愛媛県個人情報保護条例（平成13年10月16日愛媛県条例41号）に準じて取り扱うこととし、受託者は本業務（再委託した場合を含む。）を履行する上で、個人情報を扱う場合は愛媛県個人情報保護条例及び別記「個人情報取扱特記事項」を遵守しなければならない。

なお、受託業務の従事者が個人情報の漏えい等を行った場合には、愛媛県個人情報保護条例の規定に基づき処罰される場合がある。

おって、疑義がある場合は愛媛県に協議することとする。

11 その他

業務の実施にあたっては愛媛県と受託者双方が協議を重ねながら実施するものである。

(別記)

対象プログラム

①四国の西海岸ワーケーション

項目	概要
地域	愛媛県南予地域（宇和島市、八幡浜市、大洲市、西予市、内子町、伊方町、松野町、鬼北町、愛南町）
特徴①	地方の現状を目の当たりにし、肌感覚で地域の抱える課題を理解するとともに、地域関係者と交流しながら、その解決策を発想することで、社会問題解決力などを養う実践的な人材育成プログラムに取り組む地域共創・地域課題解決型ワーケーション。 ＜地域共創・地域課題の例示＞ 中心市街地の活性化、ローカル路線の活性化、集落機能の維持、農林水産業の担い手不足、獣害対策、持続可能なまちづくり、道の駅を核とした地域コミュニティの維持・活性化、海洋資源の保護と地域振興
特徴②	全国屈指の釣り環境を生かし、釣り具メーカー「グローブライド株式会社（DAIWA）」の協力のもと、地域の様々な釣り方を体験できる「釣り道場」コンテンツを開発し、経験豊富なインストラクターにより釣り初心者でも気軽に海釣り体験ができる。
期待する主な効果	社会問題起点の事業発想・思考力の養成、チームビルディングの強化、地域マーケティングによるビジネスマッチング
参照サイト	愛媛県ホームページ「南予地域ワーケーション誘致推進事業について」 https://www.pref.ehime.jp/nan54144/nanyoworkation/yuutisuisin.html

②アートヴィレッジワーケーション

項目	概要
地域	愛媛県東温市（坊っちゃん劇場、レスパスシティ、クールス・オフィスとうおん、ジュラシック・スパ&リゾート「利楽」「樹楽」）
特徴①	日本で唯一、自主制作の作品を1年間上演する「坊っちゃん劇場」のプロの俳優演劇スキルを活用し、社会人に不可欠な自己表現・説明・聴く力などの向上を目的としたワークショップ通じ、コミュニケーション力向上を図るワーケーション。舞台芸術の創造と発信をテーマにした課題解決型研修も実施可能。
特徴②	異なる2つの源泉を持つ西日本最大級の野天風呂を有する温泉施設では、温泉入浴指導員による入浴方法や症状別注意点をカウンセリングし、効果的な入浴で健康と美のリラクゼーション体験を提供する。
期待する主な効果	コミュニケーション力の向上、自己表現力の向上、チームビルディングの強化
参照サイト	坊っちゃん劇場 (https://www.botchan.co.jp) レスパスシティ (https://www.lesp.co.jp) 見奈良天然温泉 (https://www.spa-riraku.com)

③神の御島ワーケーション

項目	概要
地域	愛媛県今治市上浦町（オオミシマスペース）
特徴①	ワークスペース付きの宿「オオミシマスペース」は、企業合宿に最適なワーケーション施設環境（設備・個室・通信環境）を整え、普段の業務から離れて集中して議論し、新事業や新サービス、新機能のアイデアなどを創出する「開発合宿」「アイデアソン合宿」ワーケーション。
特徴②	瀬戸内海を中心、サイクリストの聖地である「しまなみ海道」に施設が立地し、瀬戸内の大自然に恵まれたサイクリングなどのアクティビティでリフレッシュ効果を得られる。
期待する 主な効果	新規事業アイデアの創出力向上、チームビルディングの強化
参照サイト	オオミシマスペース (https://omishima-space.com) 神の御島ワーケーション (https://e-iju.net/news/ 【お知らせ】神の御島・大三島のワーケーション/)

愛媛県ホームページにおけるアクセシブルな コンテンツの作成に関する指針

平成 14 年 4 月 1 日 決定
平成 16 年 9 月 1 日 改正
平成 21 年 4 月 1 日 改正
平成 23 年 10 月 1 日 改正
平成 30 年 7 月 10 日 改正

高度情報化推進本部

1 目的

この指針は、次に掲げる規程の趣旨を踏まえ、年齢や障害、利用環境によって生じる制約を可能な限り排除し、誰もが利用しやすいホームページを作成することを目的とする。

2 根拠となる規格

(1) 愛媛県ホームページによる情報提供に関する基本方針

(平成 14 年 4 月 1 日 愛媛県高度情報化推進本部決定)

(2) 高齢者・障害者等配慮設計指針 (JIS X 8341-3:2016)

高齢者や障害者の特性に配慮した製品づくりやサービス提供の標準化を目的として、財団法人日本工業規格協会が定めた日本工業規格 (JIS) コンテンツの基準。平成 28 年 3 月に改正され、地方公共団体の web ページは JIS X 8341-3:2016 に対応することが求められている。

3 適用範囲

この指針は、愛媛県ホームページの作成・更新時に適用する。ただし、施行以前に公開されているコンテンツで、本指針の規定に不適合のページについては、可能な限り早期に指針に適合するように努めるものとする。

(1) 対象 web サイト

愛媛県ホームページ (<http://www.pref.ehime.jp>) 及び県の各所属が直接運営管理するホームページ

(2) 外部委託の場合

ホームページの作成・運営管理等について外部に委託する場合も適用することとし、仕様書等に本指針に基づきアクセシビリティを確保するよう記述する。

4 指針

配慮すべき項目一覧<分類別一覧>

番号	内容	関連JIS基準	ページ番号
(1)	適切なページタイトル名		
a	全てのページに、その内容を示すページタイトルを設定すること。	2.4.2	5
b	複数のページに同じタイトルを設定しないこと。	2.4.2	5
c	ページタイトルの前若しくは後にサイト名をつけること。	2.4.2	5
(2)	構造や表示スタイルについて		
a	HTML の文法は、W3C の仕様に基づき記述し、見出し、段落、リスト及び箇条書きなどの要素を用いて適切な文書構造を記述すること。	1.3.1 2.4.6 4.1.1 4.1.2	6
b	文字コード、言語コードを設定すること。	3.1.1 3.1.2 4.1.1	7
c	共通のナビゲーション、同じ機能を表す言葉を統一すること。	3.2.3 3.2.4	7
d	一つのコンテンツに対して、複数の到達手段を提供すること。	2.4.5	7
e	各ページの先頭に「共通のメニューを読み飛ばすリンク」を設置すること。	2.4.1	8
f	各ページの階層を分かりやすく整理し、現在表示されている位置が分かるように「パンくずリスト」など、利用者が迷わない仕組みを設置すること。	2.4.8	8
g	各ページには、提供する情報(コンテンツ)のトップページ及び県トップページへのリンクを設置すること。	2.4.8 3.2.4	9
h	フレームを使ったレイアウトをしないこと。	4.1.2	9
i	ページの長さは適切な長さとし、やむを得ず長くなる場合には、ページ先頭に戻るリンクを設置すること。		9
j	横スクロールの操作が発生しないようにページ幅を配慮すること。		10
k	印刷を想定したページには、適切な幅としたり、印刷用のスタイルシートを設定したりするなどの対応をすること。		10
(3)	文字・単語について		
a	機種依存文字及び半角カタカナを使用しないこと。		11
b	文字サイズは、スタイルシートを利用して相対値で設定するなど、利用者が変更できるようにすること。	1.4.4	11
c	行間は、スタイルシートを利用し相対値で設定すること。	1.4.4	11
d	文字の書体(フォント)は必要以上に指定しないこと。		11
e	行政用語、専門用語、省略語による表記を避け、分かりやすい言葉で表現すること。	3.1.3 3.1.4 3.1.6	12
f	レイアウトのために単語の文字間に空白(スペース)や改行をいれないこと。	1.3.2	12
g	年月日及び時間などの表記については、記号を使用しないこと。		13
h	文章による説明だけでなく、必要に応じて、わかりやすい図やイラストなどを用いて表現すること。	1.1.1	14

(4)		PDF、Flash 等のデータファイルについて		
	a	PDF や Flash 等を活用している場合に、HTML 版(少なくともようやく情報)を作成し、併せて提供すること。	1.1.1	14
	b	利用者の通信環境に配慮し、ファイルサイズをできる限り小さくすること。		14
	c	プラグインソフトウェアのダウンロード機能を提供すること。		14
	d	ファイル形式、ファイルサイズを明示すること。	2.4.4 2.4.9	15
(5)		画像について		
	a	すべての画像には適切な代替テキスト(alt 属性)を設定すること。	1.1.1	15
	b	画像に伝える情報がない場合は、空白の代替テキストを設定すること。	1.1.1	17
	c	画像のファイルサイズをできる限り小さくすること。		17
(6)		リンクについて		
	a	リンクを設定する文字だけで、リンク先がわかるように表記すること。	2.4.4 2.4.9	17
	b	リンクを設定する画像には、リンク先の大まかな内容が予測できる代替テキストを設定すること。	1.1.1 2.4.4 2.4.9	18
	c	リンク先のページは、別のウィンドウで開かないこと。	3.2.5	19
	d	外部の web サイトにリンク設定している場合には、その旨を明記すること。	2.4.4 2.4.9	19
	e	ページ内リンクは、必要以上にしようしないこと。		19
	f	リンク設定文字とリンク設定文字の間は、ある程度広い間隔を設けること。		19
(7)		表について		
	a	表は、必要以上に使用しないこと。	1.3.1	20
	b	表を使用する場合には、表題、見出しセル及びデータセルを設定すること。	1.3.1	20
	c	表を使用する場合には、単純な構造とし、読み上げ順序を考慮すること。	1.3.1 1.3.2	20
(8)		色について		
	a	背景と文字の間は少なくとも 4.5:1 のコントラスト比が確保されていること。	1.4.3	21
	b	色の違いのみで情報を表現しないこと。	1.4.1	22
(9)		操作・入力について		
	a	すべての機能がキーボードのみで操作できること。	2.1.1 2.1.2 2.4.7	22
	b	キーボードの Tab キーで移動する順序と情報を理解するための順序を同じにすること。	2.4.3	23
	c	キーボードの Tab キー又は矢印キーなど標準的な方法以外が必要な場合は操作方法を併せて掲載すること。	7.2.1.2	23
	d	入力フォームには、入力条件や入力項目などの説明を適切に明示すること。	2.4.6 3.3.2	23
	e	フォームの構成部品とラベルの関連付けを行うこと。	1.3.1 2.4.6 3.3.2 4.1.2	24

	f	フォームの入力内容を確認し、取り消しや修正が可能な仕組みを設けること。	3.3.1 3.3.3 3.3.4	25
	g	自動的に他のページに移動したり、更新するようなページを作成しないこと。	2.2.2 3.2.1 3.2.2 3.2.5	25
	h	閲覧や操作、入力に制限時間を設定しないこと。	2.2.1 2.2.3	25
(10)		画像や文字の表現について		
	a	形や位置、大きさなど感覚的な特徴のみで情報を提供しないこと。	1.1.1 1.3.3	26
	b	文字を必要以上に画像化しないこと。	1.1.1 1.4.4 1.4.5	26
	c	自動で開始されるアニメーション画像などは、5 秒以内に停止させるか、利用者が停止若しくは非表示にすることができる機能を設けること。	2.2.2 2.3.1 2.3.2	26
(11)		音声、動画について		
	a	音声で情報を提供する場合は、情報の内容をテキストで掲載すること。	1.1.1 1.2.1 1.2.2 1.2.4	27
	b	音を自動的に再生させないこと。	1.4.2	27
	c	動画で情報を提供する場合は、音声ガイド若しくは伝える情報の内容をテキストで掲載すること。	1.1.1 1.2.1 1.2.3 1.2.5	27
	d	動画やFlashなどで作成された音声付の映像コンテンツにはキャプションを付けること。	1.2.2	27
(12)		問い合わせ先の明示		
		提供する情報に対する問い合わせの担当窓口と複数の連絡手段を明記すること。		28

(1) 適切なページタイトル名

(a) 全てのページに、その内容を示すページタイトルを設定すること。

【解説】

音声読み上げソフトは画面の情報を読み上げるものであり、ページタイトルから読み上げるため、適切なページタイトルが設定されていない場合、利用者がページの概要や意図を理解できない。

【実例・実装】

- ・ <head>タグ内の<title>タグで、ページタイトルを設定する。



(b) 複数のページに同じタイトルを設定しないこと。

【解説】

複数のページに同じタイトルが設定されているとページが区別できないため、目的の情報がそのページにあるかどうかページタイトルから判断することができない。

(c) ページタイトルの前若しくは後にサイト名をつけること。

【解説】

ページタイトルは検索エンジンの検索結果やお気に入りなどの項目として表示されるが、サイト名が表示されないと利用者がどのサイトのページか判断しづらくなる。

【実例・実装】

- ・ 「ページ名/サイト名」など一定のルールで設定する。

<例>

各種相談窓口のご案内/愛媛県

(2) 構造や表示スタイルについて

(a) HTML (※1) の文法は、W3C (※2) の仕様に基づき記述し、見出し、段落、リスト及び箇条書きなどの要素を用いて適切な文書構造を記述すること。

【解説】

視覚に障害のある利用者は、文字の大きさなどを視覚的に判断できないため、音声読み上げソフトには、見出しやリストなどの要素ごとに音声を区別して表現するなどの機能があるが、見出しやリストなどの要素ごとに記述していないページは、その機能が働かず、ページの概要を理解することが困難である。また、音声読み上げソフトによっては、ある特定の要素を飛ばし読みする機能により、ページ全体の概要を把握することができるが、その機能も使用することができない。

※1 HTML…ホームページを記述するための言語。

※2 W3C …WWW (World Wide Web) の健全な発展と普及の促進を目的とする国際的な団体 (World Wide Web Consortium)

【実例・実装】

- ・ 正確な文法で記載されているか確認する。(構文チェックツールなどを利用)
- ・ 見出し、段落、リスト及び箇条書きなどの要素を適切に使用する。

ウェブアクセシビリティとは

高齢者や障害者といった、ホームページ等の利用になんらかの制約があったり、利用に不慣れな人々を含めて、誰もがホームページ等で提供される情報や機能を支障なく利用できること。

背景

1. 利用者の増加
 - 年齢別利用者数
 - 男女別利用者数
2. 利用環境の増加
3. ウェブの役割

<h1>大見出し

<p>段落

<h2>中見出し

番号付きリスト

順不同リスト

<h1>ウェブアクセシビリティとは</h1>

<p>高齢者や障害者といった、ホームページ等の利用になんらかの制約があったり、利用に不慣れな人々を含めて、誰もがホームページ等で提供される情報や機能を支障なく利用できること。</p>

<h2>背景</h2>

利用者の増加

年齢別利用者数

男女別利用者数

利用環境の増加

ウェブの役割

<h1>大見出し

<p>段落

<h2>中見出し

番号付きリスト

順不同リスト

(b) 文字コード、言語コードを設定すること。

【解説】

コンテンツで使用している文字コードを明確に指定していないと、ブラウザ（※）が違う文字コードと判断し、文字化けを起こす恐れがある。また、言語コードを明確にしていないと、音声読み上げソフトが正しい発音で読み上げられなかったり、点字ディスプレイが正しく表示できなかったりする恐れがある。

【実例・実装】

- ・ 文字コードは head 要素内の<meta>タグの charset 属性で指定する。（文字コードを宣言する前にタイトルを設定しないこと。）
- ・ 言語コードは HTML の場合、<html>タグの lang 属性を指定する（日本語の場合は”ja”）。使用する言語が切り替わった場所であらためて lang 属性を用いて指定する。

※ ブラウザ…ホームページを閲覧するためのソフト。

(c) 共通のナビゲーション、同じ機能を表す言葉を統一すること。

【解説】

同じ内容や機能を表すリンク、アイコンなどの表記方法や見栄えが各ページで異なっていると利用者が混乱する恐れがある。

【実例・実装】

- ・ 共通のナビゲーション（※）の仕組みを用いる。
- ・ 「ページの先頭へ戻る」など同じ機能を表す言葉を統一する。

※ ナビゲーション



(d) 一つのコンテンツに対して、複数の到達手段を提供すること。

【解説】

一つのコンテンツへの到達手段が一つだけしか提供されていないと、その到達手段をみつけることができない場合、目的のコンテンツにたどり着けなくなる。

【実例・実装】

- ・ web サイトにおける主要な分類から到達できるようにする。
- ・ サイトマップ、サイト内検索の機能を提供する。

(e) 各ページの先頭に「共通のメニューを読み飛ばすリンク」を設置すること。

【解説】

音声読み上げソフトは、ページの上から下へ順番に内容を読むため、すべてのページで毎回、同じ内容の共通メニューが読み上げられ、目的の内容になかなかたどり着けなくなる。

【実例・実装】

- 各ページで使用している共通のナビゲーションやメニューなどは、音声ブラウザ等の使用時にスキップできるように、本文へのページ内リンクを設ける。



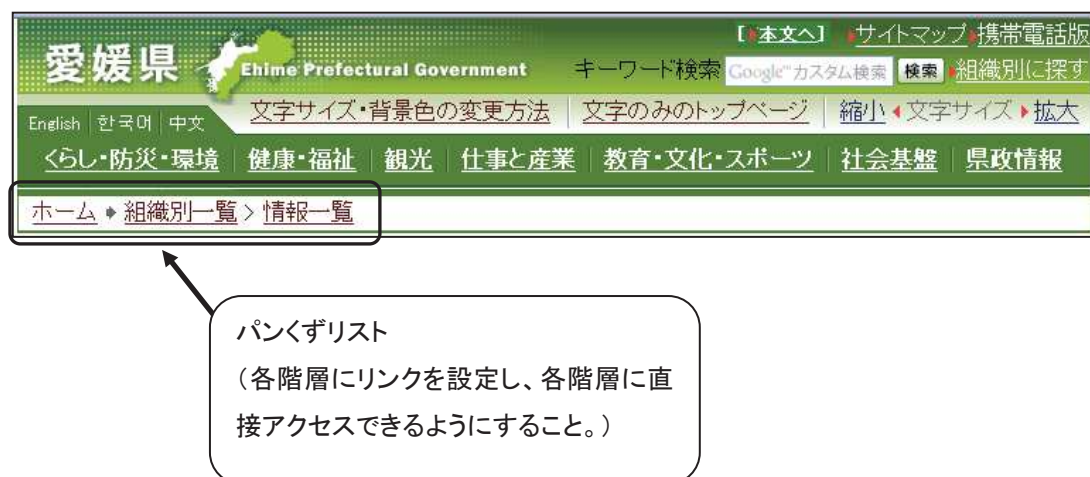
(f) 各ページの階層を分かりやすく整理し、現在表示されている位置が分かるように「パンくずリスト (※)」など、利用者が迷わない仕組みを設置すること。

【解説】

ページ数の多い複雑なサイトの場合、ページを閲覧するうちに、利用者がそのサイト内のどのページにいるのか、どうすれば前のページに戻れるのかわからなくなることがある。また、検索サイトを用いてトップページ以外のページに直接訪れた利用者は、他のページに移動できないことがある。

※ パンくずリスト・・・web サイトの中のページ位置を簡潔に記述したもの

【実例・実装】



(g) 各ページには、提供する情報（コンテンツ）のトップページ及び県トップページへのリンクを設置すること。

【解説】

検索サイトを用いてトップページ以外のページに直接訪れた利用者は、他のページに移動できないことがある。

【実例・実装】

- ・ 「ホーム」や「トップページ」、「ひとつ前に戻る」などの表記では、どこに移動するのかわからないため、「愛媛県庁ホームページへ」、「〇〇課のトップページへ」「〇〇ページへ戻る」というように、具体的に表記する。

(h) フレーム（※）を使ったレイアウトをしないこと。

【解説】

音声読み上げソフトでは、各フレームを別々のページのように扱うため、フレームを使ったページ内容を一度に認識することができない。

※ フレーム・・・ホームページを閲覧するためのソフトであるブラウザのウィンドウを複数に分割して、それぞれ別の内容を表示できるようにする技術



音声読み上げソフトによっては、①のフレームしか読み上げない場合がある。

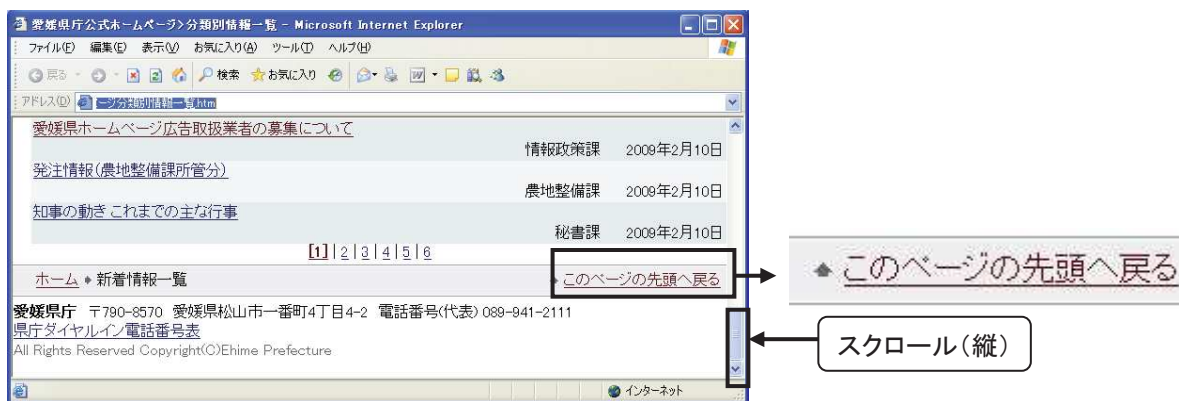
(i) ページの長さは適切な長さとし、やむを得ず長くなる場合には、ページ先頭に戻るリンクを設置すること。

【解説】

1 ページが長すぎるとページの内容を判読しづらく、また、閲覧するためのスクロール操作が煩雑になる。

【実例・実装】

- ・ 場合によってはページを分割するなどし、適切な長さにする。
- ・ 1 ページが長くなる場合には、掲載内容に応じて、ページ先頭に戻るためのリンクを設置する。



(j) 横スクロールの操作が発生しないようにページ幅を配慮すること。

【解説】

ページの内容がブラウザ表示より右側にはみ出す（横スクロールバーが表示される）状態では、段落が変わるごとに、スクロールの移動を繰り返すという、非常に煩わしい操作が必要となる。パソコンだけでなく、スマートフォンなど画面の小さな機器での閲覧を考慮する必要がある。



【実例・実装】

- ・ 画面や危機の表示サイズに合わせて横幅が伸縮するようにし、かつ、横幅 800 ピクセルで横スクロールが発生しないように設定する。
- ・ 閲覧する機器に合わせた複数のページを作成する。
- ・ 横幅を 800 ピクセル以内で設定する。

(k) 印刷を想定したページには、適切な横幅としたり、印刷用のスタイルシートを設定したりするなどの対応をすること。

【解説】

利用者がページを印刷する場合、画像や表の幅を適切に設定していないと右側が印刷されないことがある。

【実例・実装】

- ・ A 4 縦で印刷する場合は表や画像の幅が概ね 600 ピクセルを超えないようにする。
- ・ スタイルシートによりページの横幅を出力先に応じて伸縮するように設定する。

(3) 文字・単語について

(a) 機種依存文字及び半角カタカナを使用しないこと。

【解説】

半角カタカナ、丸付き数字やローマ数字などの機種依存文字は、OSなどの利用環境によっては見え方が違ったり、見えない場合があり、正確に情報が表示されない。

【参考（機種依存文字の主な例）】

①②③、ⅠⅡⅢ、TEL、(株)有、キ^ホミ^リ、mm²、≡Σ など

(b) 文字サイズは、スタイルシートを利用し相対値で設定するなど、利用者が変更できるようにすること。

【解説】

文字サイズをポイント「pt」などの固定値で設定すると、高齢者や弱視の方などで、文字が読みづらいつと感じる場合に、ブラウザ等で文字サイズ等が変更できない。

【実例・実装】

- ・ 文字の大きさはスタイルシート（※）で設定する。（スタイルシートが無い場合でも問題なく読めるか確認すること。）
- ・ ポイント「pt」など絶対値で指定するのではなく、パーセント「%」エム「em」などの相対値で設定する。
※ スタイルシート…HTML等と組み合わせて、ホームページの見映え等を実現する技術。

(c) 行間は、スタイルシートを利用し相対値で設定すること。

【解説】

行間をポイント「pt」などの固定値で設定すると、文字サイズを大きくした場合に文字が重なるなどにより、読みづらくなる。

【実例・実装】

- ・ 行間はスタイルシートで設定する。（スタイルシートが無い場合でも問題なく読めるか確認すること。）
- ・ ポイント「pt」など絶対値で指定するのではなく、パーセント「%」エム「em」などの相対値で設定する。

(d) 文字の書体（フォント）は必要以上に指定しないこと。

【解説】

書体を設定している場合、その書体が利用者の環境にインストールされていなければ正しく表示されない。また、書体によっては、明瞭に表示されない場合がある。

【実例・実装】

- ・ 文字フォントは原則として指定しない。
- ・ パソコン等のモニタ画面では、明朝体は文字によっては線が細くなるため、ゴシック体の方が読みやすいとされており、どうしても書体を指定しなければならない場合には、明朝体ではなく、ゴシック体の書体を指定すること。

◆ゴシック体と明朝体の比較

ゴシック体	明朝体
ゴシック体は線幅が一定のため、読みやすい。	明朝体は、線幅が一定でないため、読みにくい場合がある。
ゴシック体は線幅が一定のため、読みやすい。	明朝体は、線幅が一定でないため、読みにくい場合がある。
ゴシック体は線幅が一定のため、読みやすい。	明朝体は、線幅が一定でないため、読みにくい場合がある。

(e) 行政用語、専門用語、省略語による表記を避け、分かりやすい言葉で表現すること（利用者が限定的であり、使用する用語について一定以上の知識を持っていると想定される場合はこの限りではない）。

【解説】

専門用語等を多用すると利用者が、内容を理解できないことがある。

また、英単語での表記は、利用者に意味が伝わらない場合があるほか、音声読み上げソフトも正しく読み上げないことがある。

【実例・実装】

- ・ 分かりやすい言葉で表現するように心がける。
- ・ 各ページにおいて、専門用語、省略語など理解が難しいと考えられる言葉を初めて使用する場合は、意味を括弧書きで併記するか、用語集等のページを参照できるようにする。
- ・ 各ページにおいて、地名や人名など読み方の難しい単語を初めて使用する場合は、読みを括弧書きで併記する。

(f) レイアウトのために単語の文字間に空白（スペース）や改行をいれないこと。

【解説】

レイアウトを整えるため、単語の途中に空白や改行を入れると、音声読み上げソフトでは、一連の単語として認識せず、内容を理解できない。

<読み上げ例>

「1 日 時」 → 「いち にち とき」

「2 所 在 地」 → 「に ところ ざい ち」

<良い例>

1 日時
2 所在地
3 内容

↑
単語の途中に、スペースや改行
は入れない。

<悪い例>

◆単語内にスペースを挿入

1 日 時
2 所 在 地
3 内 容

◆単語内に改行を挿入

所(改行)
在(改行)
地(改行)

また、スペースや改行で段組みや表形式とすると、読み上げソフトの読み上げが意図しないものとなり、内容を理解できない。

<悪い例>

イベント担当者

式 司会 挨拶 時計

開会式 A氏 B氏 C氏

閉会式 C氏 A氏 B氏

【実例・実装】

- レイアウトを整える場合はスタイルシートの letter-spacing プロパティを利用する。

(g) 年月日及び時間などの表記については、記号を使用しないこと。

【解説】

日付表示に「/」「.」を、時間表記に「:」などを用いると、音声読み上げソフトが正しく読み上げない場合がある。

<読み上げ例>

- 「2008/12/1 8:00」 → 「ニセンハチ スラッシュ ジュウニ スラッシュ イチ ハチ コロン ゼロゼロ」
- 「12時～14時」 → 「ジュウニジ ナミセン ジュウヨジ」
- 「(水)」 → 「みず」

【実例・実装】

- ・ 年月日については、「年」「月」「日」と記載する。
- ・ 期間については、「から」「まで」と記載する。
- ・ 時間については、「時」「分」「秒」と記載する。
- ・ 曜日については、「水曜」「水曜日」のように記載する。

(h) 文章による説明だけでなく、必要に応じて、わかりやすい図やイラストなどを用いて表現すること。

【解説】

ページに掲載する手続きの手順や施設の場所などの情報は、文章による説明に加え、図やイラストなどを用いて、利用者に説明しやすくする。

なお、図やイラストを用いた場合には代替テキストを設定する（後出「(5) 画像について」を参照）。

(4) PDF、Flash 等のデータファイルについて

(a) PDF や Flash 等を活用している場合に、HTML 版（少なくともようやく情報）を作成し、併せて提供すること。

【解説】

利用者の環境によっては、PDF ファイル等を閲覧するためのプラグインソフトウェア（※）や文書作成、表計算等のソフトウェアがインストールされていない場合がある。特に、障害のある利用者にとっては、プラグインソフトウェア等のインストールや設定作業は非常に困難で、インストールされていない可能性が高い。

また、PDF ファイルは、音声読み上げソフトが十分に対応できていない場合があり、視覚に障害のある利用者が情報を得られない恐れがある。

※プラグインソフトウェア…追加機能を提供するための小さなプログラム

【実例・実装】

- ・ PDF ファイル、Flash 等を活用する必要がある場合には、HTML 版（少なくとも要約情報）を作成し、併せて提供すること。
- ・ 原則として紙の文書をスキャナーなどで画像として読み込み、PDF 化しないこと。
- ・ HTML での対応が困難な場合は、内容に関する問い合わせ先を明記すること。

(b) 利用者の通信環境に配慮し、ファイルサイズをできる限り小さくすること。

【解説】

ファイルサイズが大きいデータは、利用者の通信環境によっては、ファイルのダウンロードに時間を要し、閲覧が困難な場合がある。

【実例・実装】

- ・ 画像については、表示に影響のない範囲で解像度を下げたり、サイズを小さくする。
- ・ ファイルサイズが大きい場合は、分割して提供するなどの工夫を行うとともに、必要に応じて、分割しないファイルも提供する。

(c) プラグインソフトウェアのダウンロード機能を提供すること。

【解説】

ファイル閲覧に必要なプラグインソフトウェアがインストールされていない場合には、閲覧することができない。

【実例・実装】

- ・ リンク先のファイルを表示する際にプラグインソフトウェアが必要な場合は、その旨を記載し、プラグインソフトウェアのダウンロード先のリンクも同時に記載する。

【注意】

プラグインソフトウェアには、セキュリティ上の脆弱性が含まれているものがあるため、提供にあたっては、安全性を確認する必要がある。

(d) ファイル形式、ファイルサイズを明示すること。

【解説】

ファイル形式やファイルサイズの明記がない場合、利用者が環境に応じたデータのダウンロードができない可能性がある。

【実例・実装】

- ・ データファイルにリンクを設定する場合には、リンクを設定する文字は、リンク先がわかるような表記とするとともに、ファイル形式、ファイル容量にもリンクを設定する。

(例：[パンフレットのページはこちら \(PDF/50KB\)](#))

(5) 画像について

(a) すべての画像には適切な代替テキスト (alt 属性) を設定すること。

【解説】

音声読み上げソフトは、代替テキストがある場合には、その代替テキストを読み上げ、代替テキストがない場合には、その画像のファイル名を読み上げるため、ファイル名だけでは何の画像が表示されているかわからない。

<参考>

ブラウザによっては、画像の上にマウスマウスカーソルを置くと、代替テキストが確認できる。



【実例・実装】

- 単に「イラスト」や「写真」ではなく、何の情報か伝わるように適切に設定する必要がある。
- 特に案内地図やグラフなどの画像は、タイトルを表示するだけでは、内容が伝わらないため、代替テキストに内容を記載するか、代替テキストに簡易な説明を記載し、直後の本文で詳しい説明を記載する。

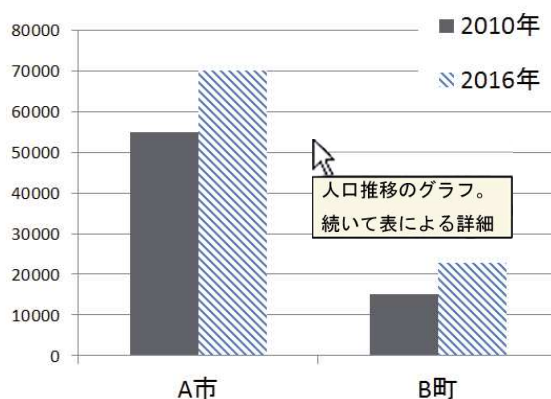
<良い例>



<悪い例>



<直後の本文で説明する良い例>



JR 松山駅下車、徒歩 20 分、または市内電車道後温泉行き県庁前下車。伊予鉄道松山市駅下車、徒歩 15 分、または市内電車道後温泉行き県庁前下車。バスを利用して、県庁前バス停で下車することもできます。松山空港より車で約 20 分。

住所: 松山市一番町四丁目 4-2

電話番号: 089-941-2111

人口の推移

市町名	2010年	2016年
A市	55000	70000
B町	15000	23000

(b) 画像に伝える情報がない場合は、空白の代替テキストを設定すること。

【解説】

代替テキストを設定していない場合、音声読み上げソフトではファイル名やリンク先を読み上げたりするため、伝える情報がない場合も不必要な情報が読み上げられる恐れがある。

【実例・実装】

- ・ 装飾のための画像など伝える情報がない画像には空の代替テキスト (alt="") を設定する。

(c) 画像のファイルサイズをできる限り小さくすること。

【解説】

画像のファイルサイズが大きいページは、利用者の通信環境によっては、ページの表示に時間を要し、閲覧に支障をきたす場合がある。

【実例・実装】

- ・ 伝える情報に合わせて必要最小限の大きさ、ファイルサイズに設定する。

(6) リンクについて

(a) リンクを設定する文字だけで、リンク先がわかるように表記すること。

【解説】

リンク先の内容が想像できない言葉にリンクを設定すると、音声読み上げソフトでリンク部分だけを拾い読みした場合などに、リンク先の内容が分からず、リンクを設定した文字の前後の内容を確認しなければならなくなる。

【実例・実装】

- ・ リンクテキストはその部分を読んだだけで、リンク先が予測できる内容にすること。

<良い例>

〇〇のページはこちら
愛媛県ホームページはこちら

<悪い例>

〇〇のページはこちら
ホームへ

↑
「こちら」や「ホーム」だけでは、リンク先が想像できない。

(b) リンクを設定する画像には、リンク先の大まかな内容が予測できる代替テキストを設定すること。

【解説】

リンク設定画像に代替テキストが設定されていないと、音声読み上げソフトはリンク先の URL（ホームページのアドレス）を読み上げるため、リンク先にどのような情報があるのかわからない。

【参考】



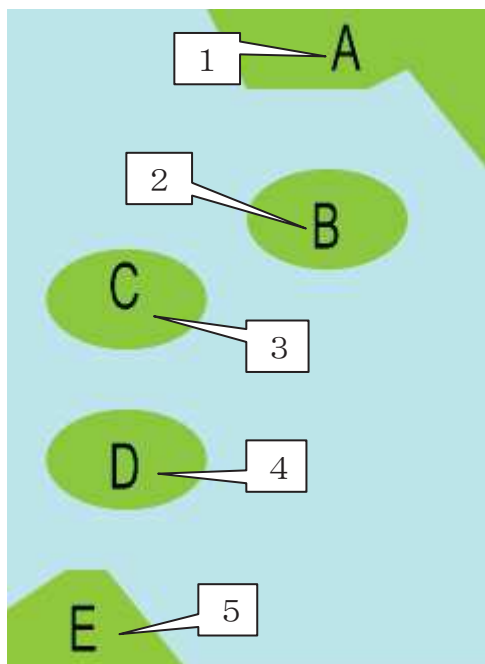
【実例・実装】

- ・ 画像にリンク先を予測できる、ページ名等の代替テキストを設定する。

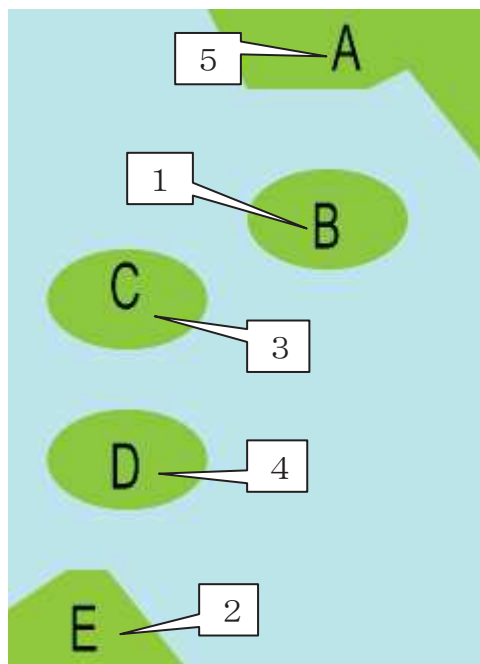
<イメージマップについて>

一つの画像に複数のリンクを設定できるイメージマップを利用する場合には、適切な代替テキストを設定するとともに、音声読み上げソフトの読み上げ順について、利用者が理解しやすいように配慮すること。

<良い例>



<悪い例>



※数字は読み上げ順

(c) リンク先のページは、別のウィンドウで開かないこと。

【解説】

視覚に障害のある利用者は、予告なくリンク先のページが新しい画面で表示されると、そのことに気付くことができないため、前の画面に戻ることができない。

【実例・実装】

- ・ 原則としてリンク先ページは同一画面で表示する。
- ・ 新しい画面で表示する必要がある場合には、その旨を明記する。
(例：[パンフレットのページはこちら（新しい画面で開きます。）](#))

(d) 外部の web サイトにリンク設定している場合には、その旨を明記すること。

【解説】

視覚に障害のある利用者は、ホームページの違いを、デザイン等の違いによって見分けることができないため、知らないうちに、利用者が意図しない別のサイトに移動してしまうことがある。

【実例・実装】

- ・ 外部 web サイトへ移動するリンクでは、利用者がリンクを選択する前に、外部の web サイトへ移動することが分かるようにリンクテキストの末尾に括弧書きで表記する。

<例>

[ウェブアクセシビリティについてのページはこちら（〇〇省のホームページへ）](#)

(e) ページ内リンクは、必要以上に使用しないこと。

【解説】

音声読み上げソフトは、ページの上から下へ順番に内容を読み上げるため、同一のページ内でのリンクは、画面上移動したとしても、再度ページの上から読み上げが開始され、利用者は移動していないように判断することがある。

(f) リンク設定文字とリンク設定文字の間は、ある程度広い間隔を設けること。

【解説】

リンク設定文字とリンク設定文字の間隔が狭い場合、利用者は意図しないリンクをクリックしてしまう場合がある。

【実例・実装】

- ・ リンクのある画像要素の周辺に適度な空間を設ける。
- ・ テキストリンクが縦に並ぶ場合は行間をあける。

<良い例>

パンフレットのページはコチラ
実施要領のページはこちら

メニュー1 メニュー2

<悪い例>

パンフレットのページはコチラ
実施要領のページはこちら

メニュー1 メニュー2

(7) 表について

(a) 表は、必要以上に使用しないこと。

【解説】

音声読み上げソフトの利用者は表全体を一覧することができないため、表の内容をすべて理解することが困難な場合がある。

【実例・実装】

- ・ 情報を伝えるために箇条書きや文章などで伝えることで分かりやすくないか十分に検討すること。

(b) 表を使用する場合には、表題、見出しセル及びデータセルを設定すること。

【解説】

表には、見出しを表した見出しセルと、実際の数値などが入ったデータセルなどがあり、これらの属性を適切に用いることで、音声読み上げソフトの利用者が表の内容を理解する助けとなる。

【実例・実装】

- 表題<caption>、見出しセル<th>、データセル<td>を適切に使い分ける。

お問い合わせ先 (表題)

課名	住所	電話番号	(見出しセル)
〇〇課	松山市	089-〇〇〇-〇〇〇〇	(データセル)
××課	宇和島市	0895-××-××××	

(c) 表を使用する場合には、単純な構造とし、読み上げ順序を考慮すること。

【解説】

音声読み上げソフトは、表を左上から右下に向かい、左から右に1セルずつ読み上げるので、複雑な表を作成すると、意図しない順序で読み上げ、視覚に障害のある利用者は内容を理解することが困難になる。

<読み上げ順序例> (単純な表の場合)

①「課名」	②「住所」	③「電話番号」
④「〇〇課」	⑤「松山市」	⑥「089-〇〇〇-〇〇〇〇」
⑦「××課」	⑧「宇和島市」	⑨「0895-××-××××

(複雑な表の場合：全体の把握が困難)

①「項目」	②「出荷数」		
	③「今年度」	④「昨年度」	
⑤「果物」	⑥「みかん」	⑦「〇〇個」	⑧「△△個」
	⑨「りんご」	⑩「××個」	⑪「□□個」

【実例・実装】

- セルの結合等は必要最小限に留めるとともに、他の方法で表現できないか検討すること。
- 複雑な表は、複数の表に分割することでわかりやすくできないか検討すること。
- やむを得ず複雑な表を使用する場合は、見出しとデータの関係性を明確にするため、scope 属性、id 属性、headers 属性を使用するか、summary 属性等によるテキストの解説を併せて記述すること。

※ scope 属性、id 属性、headers 属性・・・ヘッダセルとデータセルの対応関係を示すための属性

(8) 色について

(a) 背景と文字の間は少なくとも 4.5:1 のコントラスト比が確保されていること。

【解説】

明度差が十分に確保されていないと、弱視の方や高齢者、色覚に障害のある利用者には、読みにくく、また、全く読めない場合がある。

なお、画像の背景に透過色を指定している場合、利用者がブラウザ等の設定によって白黒反転など、配色を変更している場合に、情報が識別できないなど、思わぬ表示状態になることがある。

<悪い例>

- 白色+黄色
- 桃色+灰色



<良い例>



<悪い例>



【実例・実装】

- テキスト及び画像化された文字と背景の間は少なくとも 4.5 : 1 のコントラスト比 (※) を確保する。
- 写真等に文字を被せる場合は、縁取り等を使用してコントラスト比を確保する。

※ コントラスト比を確認するにはチェックツールなどを利用する。

コントラスト比の計算式 $(L 1 + 0.05) / (L 2 + 0.05)$

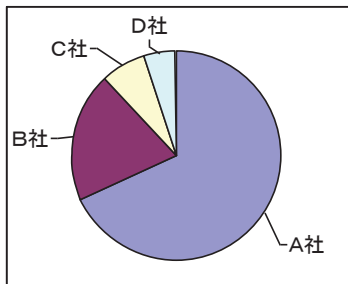
L 1 は明るい色の相対輝度、L 2 は暗い色の相対輝度

(b) 色の違いのみで情報を表現しないこと。

【解説】

色の違いのみによって情報を表現している場合、色覚に障害のある利用者には、その情報は伝わらない。

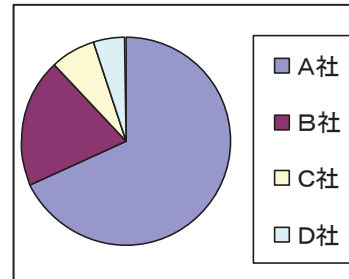
<良い例>



赤字が更新部分です。

- 新着情報 (更新)
- メニュー 1
- メニュー 2 (更新)

<悪い例>



赤字が更新部分です。

- 新着情報
- メニュー 1
- メニュー 2

【実例・実装】

- ・ 色だけでなく、表記方法も変化させ、情報を識別できるようにする。
- ・ テキスト情報も併せて明示する。

(9) 操作・入力について

(a) すべての機能がキーボードのみで操作できること。

【解説】

視覚や肢体に障害のある利用者は、マウスの操作が困難な場合があり、マウス使用を前提としたページでは必要な情報が得られない恐れや操作に混乱する恐れがある。

【実例・実装】

- ・ キーボードで次の操作ができるようにすること。
 - － 「上矢印キー」「下矢印キー」による画面スクロール
 - － 「Tab」キーで正しい順番に全てのリンク及び入力項目へ移動
 - － 「Enter」キーでリンク先への移動またはメニューの選択
- ・ キーボードのフォーカスが当たっている箇所を識別できるようにする。
- ・ 特に javascript を利用したプルダウンメニューや onclick、onmouseover などマウスを前提としたものはキーボードでの操作の可否に注意する。

(b) キーボードの Tab キーで移動する順序と情報を理解するための順序を同じにすること。

【解説】

Tab キーで移動するフォーカスは HTML で記述された順序、または HTML で指定された順序で移動する。キーボードで操作する利用者が想定する情報の順序とフォーカスの順序が異なると、文書の内容を理解することが難しくなる。

【実例・実装】

- ・ 文書の内容や構造を無視した表示位置の指定をしない。
- ・ 入力フォーム等で `tabindex` 属性を使用する場合は、適切な移動順序に設定する。

(c) キーボードの Tab キー又は矢印キーなどの標準的な方法以外が必要な場合は操作方法を併せて掲載すること。

【解説】

キーボードで操作する利用者がコンテンツ内の一部分にフォーカスを移動させた場合に、Tab キーや矢印キーのような標準的な操作でフォーカスを外せなければコンテンツ内に閉じ込められる恐れがある。

【実例・実装】

- ・ Tab キーや矢印キーなど標準的な方法以外の操作が必要な場合は、操作方法をテキストで掲載する。

(d) 入力フォームのには、入力条件や入力項目などの説明を適切に明示すること。

【解説】

フォームに入力条件や入力項目などの説明がある場合は、適切に明示しないとそれらの情報に気づかなかったり、入力を誤る可能性が高くなる。

【実例・実装】

- ・ 入力に関する指示、説明などは音声読み上げソフトの利用を考慮し、フォームの先頭や入力欄の前に明記する。
- ・ 色や形など視覚情報のみで表現しない。
- ・ 選択肢などは選択する範囲や間隔などを十分に取る。

<良い例>

◆どのように何を入力するか、わかりやすい

氏名
フリガナ(カタカナで入力)

<悪い例>

◆音声読み上げ順を考慮していない

氏名
フリガナ (カタカナで入力)

◆視覚情報のみで伝えている

氏名
フリガナ

◆選択できる面積が広い

行政機関
 民間事業者
 その他

◆選択できる面積が狭い

行政機関
 民間事業者
 その他

(e) フォームの構成部品とラベルの関連付けを行うこと。

【解説】

チェックボックスやラジオボタンなどは操作の対象となる「コントロール」とコントロールが表す意味などを示す「ラベル」(※)から構成される。正しく関連付けされていない場合に誤操作の原因となったり、何を入力すればいいのか分からなくなる恐れがある。

※ コントロールとは操作の対象となるチェックボックスやラジオボタンなどでラベルはその説明を表すもの。



【実例・実装】

- ・ ラベルとコントロールを関連付ける。(label 要素等)
- ・ コントロールが多数ある場合はグループ化する。(fieldset 要素等)

(f) フォームの入力内容を確認し、取り消しや修正が可能な仕組みを設けること。

【解説】

障害を持つ利用者や高齢者は、誤操作をした際に間違いに気付いたり修正したりすることが困難な場合がある。

【実例・実装】

- ・ 入力後、送信前に入力内容を確認できるようなページを設ける。
- ・ 入力内容のエラーチェックを行う場合、エラーの理由と修正方法をテキストで示す。

(g) 自動的に他のページに移動したり、更新するようなページを作成しないこと。

【解説】

ページが自動的に更新されると、更新されたことに気づかない場合がある。また、音声読み上げの途中でページが自動的に更新されると、再度、読み上げが行われる場合がある。

また、フォームが自動で送信されたりページが移動したりすると、利用者が混乱する恐れがある。

【実例・実装】

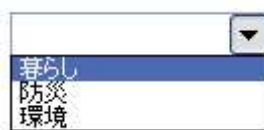
- ・ やむを得ず自動更新するページを作るときは、利用者が停止、一時停止若しくは非表示にできる機能を設けること。
- ・ フォーカスが当たった時や項目の選択をしたときに配置の変化やページの移動のような状況を変化させないこと。

<良い例>



検索ボタンを押すまではページに遷移しない。

<悪い例>



下矢印（↓）キーを一回押すと暮らしが選択され、「暮らし」のページに自動的に移動する。

(h) 閲覧や操作、入力に制限時間を設定しないこと。

【解説】

障害を持つ利用者や高齢者は、制限時間を設けた場合、時間内に閲覧できなかったり、想定する作業ができなくなる恐れがある。

【実例・実装】

- ・ コンテンツの閲覧や操作、入力に制限時間を設けない。ただし、オークションなどリアルタイムのイベントで制限時間が必須の要素である場合は除く。

(10) 画像や文字の表現について

(a) 形や位置、大きさなど感覚的な特徴のみで情報を提供しないこと。

【解説】

形や位置、大きさ、視覚的な位置や方向など、感覚的な特徴のみで情報を提供した場合、それらを認識できない利用者がページの内容を理解できなくなる。

<悪い例> 視覚の特徴のみ



【実例・実装】

- ・ テキスト情報を併記する。
- ・ 画像には代替テキストを設定する。

(b) 文字を必要以上に画像化しないこと。

【解説】

画像化された文字はブラウザでサイズや色を変更することができないため、高齢者や弱視の方が読みづらくなる可能性がある。

【実例・実装】

- ・ スタイルシートでは意図した視覚効果が得られないなどで、文字を画像化する必要がある場合は、十分な大きさ（概ね 14 ポイント以上）を確保し、無駄な装飾は使用しない。
- ・ 画像には代替テキストを設定する。

<悪い例> 装飾された画像文字



(c) 自動で開始されるアニメーション画像などは、5秒以内に停止させるか、利用者が停止若しくは非表示にすることができる機能を設けること。

【解説】

光過敏性てんかんのある利用者は、激しい画面点滅により発作を誘発するおそれがある。また、高齢者や障害のある利用者の中には、変化や移動している画像や文字を正しく認識できない場合がある。

【実例・実装】

- ・ 原則として画像や文字を点滅させない。(やむを得ない場合は1秒間に3回以下とし、利用者が停止できる仕組みを設ける。)
- ・ 自動で開始されるアニメーション画像などは、5秒以内に停止させるか、利用者が停止、一時停止若しくは非表示にすることができる機能を設ける。

(11) 音声、動画について

(a) 音声で情報を提供する場合は、音声で伝える情報の内容をテキストで掲載すること。

【解説】

音声で情報提供する場合、聴覚に障害を持った利用者は情報を得ることができない。

【実例・実装】

- ・ 音声で提供する情報と併せてテキストを提供する。

(b) 音は自動的に再生させないこと。

【解説】

音が自動的に再生されると、音声読み上げソフトの利用者は音が重なって聞こえにくくなったり、聴覚に障害を持つ利用者は再生されていることに気付かないなどの恐れがある。

【実例・実装】

- ・ 音を用いる場合は、原則として自動的に再生させない。
- ・ やむを得ず再生する場合は、「3秒以内に停止する」「一時停止、停止する仕組みを設ける」「その音のみの音量を調整する仕組みを設ける」のいずれかを満たすこと。

(c) 動画で情報を提供する場合は、音声ガイド（※）若しくは伝える情報の内容をテキストで掲載すること。

【解説】

動画で情報提供する場合、視覚に障害を持った利用者は情報を得ることができない。

【実例・実装】

- ・ 音声ガイド若しくは音声読み上げを想定したテキスト情報を掲載すること。
- ※ 音声ガイド・・・視覚情報を言葉に置き換えて解説するナレーション

(d) 動画やFlashなどで作成された音声付の映像コンテンツにはキャプション（※）をつけること。

【解説】

聴覚に障害を持った利用者は動画の音声聞き取れないため、情報を得ることができない。

【実例・実装】

- ・ 動画や音声など時間による変化に合わせてキャプション（※）を提供する。
- ※ キャプション・・・動画に合わせて付けられる字幕（会話の内容、情報として意味のある効果音、音楽、笑い声などを含む）

(12) 問い合わせ先の明示

提供する情報に対する問い合わせの担当窓口と複数の連絡手段を明記すること。

【解説】

掲載されている情報について、利用者が問い合わせを行うときに、そのページを管理している部局等がわからない。また、障害がある利用者は、特定の連絡手段が利用できない場合がある。

【実例・実装】

- ・ それぞれのページに、メールだけでなく電話番号やFAXなど複数の連絡手段による問い合わせ先を記載する。

5 その他

本指針に規定されていない事項でも、ブラウザソフトの機能、プラグインソフト、Javascript（※）、スタイルシート等を使用するページについては、利用者の環境によっては、ページを完全な形で閲覧できないことを考慮し、適切な代替策を講じること。

※ Javascript・・・ホームページに様々な機能を付加できる簡易プログラミング言語。

(別記)

デジタルプロモーション実施時における留意事項

愛媛県デジタルマーケティングガイドラインに基づき、下記の点に留意して実施すること。

1 Google アナリティクス及びGoogle タグマネージャ管理に関する業務

- ・ 本事業のPDCA サイクルの確立やオーディエンスリストの蓄積のため、各種計測タグ、リターゲティングなど、事業に関わるタグを設定すること。
2種類のGoogle アナリティクス横断アカウント(愛媛県庁の複数ウェブサイトに対する横断的な計測)及び縦断アカウント(本事業に用いるウェブサイトのみ)のトラッキングコード、Google アナリティクスイベントトラッキング・目標設定用のタグ、受託者のGoogle 広告アカウントで発行するGoogle 広告リマーケティングタグ、コンバージョントラッキング、コンバージョンリンカー、愛媛県公式のFacebook ビジネスマネージャで発行するFacebook ピクセル、その他サードパーティタグ等
- ・ 上記の各種タグについては、愛媛県及び「えひめスマイルビジネス Navi」の管理運営業務の受託者と協議の上、愛媛県公式のGoogle タグマネージャ上に別途発行するコンテナを活用して、設定を行うこと。
- ・ 事業の目的を定義するため、愛媛県及び「えひめスマイルビジネス Navi」の管理運営業務の受託者と協議の上、ウェブサイトの目標を縦断Google アナリティクス上で設定すること。
- ・ 「えひめスマイルビジネス Navi」の管理運営業務の受託者と協議の上、事業におけるタグ活用が確実に行われるよう、愛媛県公式のGoogle タグマネージャ上でのタグ・トリガーアクションの設定、タグの発火テストを実施すること。

2 適正なデジタルプロモーションの実施

- ・ 広告価値毀損の課題「アドフラウド」「ブランドセーフティ」「ビューアビリティ」について、愛媛県の信用失墜やブランド毀損となる場所への広告掲載は必ず避ける、アドベリフィケーションツールを採用するなど、可能な限り愛媛県に対する透明性を確保の上、確実な対策を行うこと。
- ・ 愛媛県が示す事業目的に応じてCPM 課金、CPC 課金やその他の課金方式を選択して提案可能とする。広告媒体のうち、バナー広告等のCPM 課金型(インプレッション単価制)ディスプレイ広告を実施する場合には、vCPM 課金型(viewable インプレッション単価制)が可能であれば優先的に採用すること。その採用が困難な場合には、愛媛県にその事情を説明・協議の上、代替案を決定すること。
- ・ 透明性確保、費用対効果の明確化のため、広告媒体原価と管理運用費は分けて見積もること。
- ・ 縦断Google アナリティクスで広告効果を取得するため、愛媛県が別途指定するルールに基づき、各広告媒体タグのパラメータを設定し、訪問者データを蓄積すること。
- ・ 広告媒体から着地するウェブサイトを経た目標完了等までを一体のユーザー導線とし

て捉え、その総合的な動向や結果をもたらした要因や将来に向かった改善策を最終レポートとして必ず記載すること。

3 Facebook 広告を利用する場合

- ・ 愛媛県公式のFacebook ビジネスマネージャと愛媛県が別途指定するFacebook ページ、Instagram アカウントや受託者の広告アカウントを紐付けること。
- ・ Facebook 広告を展開する場合は、愛媛県に対してアナリストの権限を付与すること。
- ・ 「えひめスマイルビジネス Navi」訪問者に対する Facebook リターゲティングの設定を行うこと。
- ・ Facebook ピクセルの取扱いについては、「1」の記載のとおりとする。
- ・ Facebook が提供する無料調査（「リフトテスト」等）が利用できる場合には、愛媛県とその調査項目等を協議の上、必要に応じて調査を実施すること。

4 Google 広告を利用する場合

- ・ Google 広告を運用する場合には、愛媛県公式の MCC（マイクライアントセンター）アカウントと受託者の Google 広告アカウントをリンクすること。
- ・ 受託者の広告アカウントと縦断 Google アナリティクスを連携すること。
- ・ 受託者の Google 広告アカウント及び縦断 Google アナリティクスアカウントそれぞれで、効果的と考えられるリマーケティングタグ、リマーケティングリストを設定し、共有すること。
- ・ リマーケティングタグの取扱いについては、「1」の記載のとおりとする。
- ・ Google が提供する無料調査（「ブランドリフト効果測定」等）が利用できる場合には、愛媛県とその調査項目等を協議の上、必要に応じて調査を実施すること。

5 その他広告媒体を利用する場合

- ・ Facebook 広告又は Google 広告以外の広告媒体を活用する場合においても、原則として両媒体と同様の対応を行うこと。
- ・ 広告の閲覧権の付与について愛媛県がやむを得ないと認めるに足る事情があると考えられる場合には、愛媛県と協議の上、代替案を決定すること。
- ・ 各媒体などとタイアップ企画コンテンツを制作する場合は、同コンテンツ内に愛媛県が指定するリターゲティング用のタグを設定し、訪問者データを蓄積するよう務めること。

6 動画制作・動画広告を実施する場合

- ・ 愛媛県が今後中期的なデジタルプロモーションを行うことを念頭に、動画視聴者のアクセス情報を蓄積すること（動画視聴者リマーケティングリスト作成等）。

7 6においてYouTube を利用する場合

- ・ 作成した動画は愛媛県が運営する YouTube チャンネルへ掲載を行うこと。
- ・ YouTube チャンネルへの掲載にあたっては、動画タイトル、動画説明文、タグ、カテゴ

- ・ リ、公開範囲及びサムネイル等の必要な設定を行い、効果的な SEO 対策を行うこと。
- ・ 動画視聴に関するデータや効果的な広告手法を利用するために、YouTube チャンネルと受託者の Google 広告アカウントをリンクさせること。

8 その他

- ・ 欧州経済領域（EEA）域内から域外へ個人データの移転を行う場合は、EU 一般データ保護規則（GDPR：General Data Protection Regulation）コンプライアンスへの対応を受託者において検討の上、対策を行うこと。
- ・ 各種アカウント作成及び設定時には、内容について愛媛県の承認を得ること。また、当該アカウントについては、事業完了後に一切の権利を愛媛県に譲渡すること。

(別記)

<甲：愛媛県、乙：受託者>

個人情報取扱特記事項

(基本的事項)

第1 乙は、個人情報保護の重要性を認識し、この契約による業務の実施に当たっては、個人の権利利益を侵害することのないよう、個人情報の適切な管理を行わなければならない。

(秘密の保持)

第2 乙は、この契約による業務に関して知り得た個人情報をみだりに第三者に漏らしてはならない。この契約が終了し、又は解除された後においても、同様とする。

2 乙は、この契約による業務に関わる責任者及び従事者に対して、在職中及び退職後において、この契約による業務に関して知り得た個人情報の内容をみだりに他人に知らせ、又は不当な目的に利用してはならないこと、これに違反した場合は、個人情報の保護に関する法律（平成15年法律第57号）の規定に基づき処罰される場合があることその他個人情報の適切な管理に必要な事項に関する研修をしなければならない。

(保有の制限)

第3 乙は、この契約による業務を行うために保有する個人情報は、業務を達成するために必要な最小限のものにしなければならない。

(安全管理措置)

第4 乙は、この契約による業務に関して知り得た個人情報の漏えい、滅失又は毀損（以下「漏えい等」という。）の防止その他の個人情報の適切な管理のために必要な措置を講じなければならない。

2 乙は、この契約による業務の責任者及び従事者を定め、書面により甲に報告しなければならない。

3 乙は、責任者及び従事者を変更する場合は、事前に書面により甲に報告しなければならない。

4 乙は、従事者の管理体制及び実施体制並びにこの契約による業務で取り扱う個人情報の管理の状況についての検査に関する事項について書面により甲に報告しなければならない。

(利用及び提供の制限)

第5 乙は、甲の指示又は承認があるときを除き、この契約による業務に関して知り得た個人情報の内容を契約の目的以外の目的に利用し、又は提供してはならない。

(複写、複製の禁止)

第6 乙は、この契約による業務を処理するために甲から提供された個人情報が記録された資料等を、甲の承諾なしに複写し、又は複製してはならない。

(再委託の禁止等)

第7 乙は、この契約による個人情報を取り扱う業務を第三者に委託（以下「再委託」という。）してはならない。

2 乙は、この契約による業務の一部をやむを得ず再委託する必要がある場合は、再委託先の名称、再委託する理由、再委託して処理する内容、再委託先において取り扱う個人情報の内容、再委託先における安全性及び信頼性を確保する対策並びに再委託先に対する管理及び監督の方法を明確にした上で、業務の着手前に、書面により再委託する旨を甲に申請し、その承諾を得なければならない。

3 前項の場合、乙は、再委託先に本契約に基づく一切の義務を遵守させるとともに、甲に対して、再委託先の全ての行為及びその結果について責任を負うものとする。

4 乙は、再委託先に対して、再委託した業務の履行状況を管理及び監督するとともに、甲の求めに応じて、その管理及び監督の状況を適宜報告しなければならない。

5 前各項の規定は、再委託先が委託先の子会社（会社法（平成17年法律第86号）第2条第1項第3号に規定する子会社をいう。）である場合も、同様とする。

(派遣労働者利用時の措置)

第8 乙は、この契約による業務を派遣労働者に行わせる場合は、派遣労働者に対して、本契約に基づく一切の義務を遵守させなければならない。

2 乙は、甲に対して、派遣労働者の全ての行為及びその結果について責任を負うものとする。

(資料等の返還等)

第9 乙は、この契約による業務を処理するため甲から提供を受けた個人情報が記録された資料等は、業務完了後直ちに甲に返還するものとする。ただし、甲が別に指示したときは、その指示に従うものとする。

2 乙は、この契約による業務を処理するため乙自らが取得し、又は作成した個人情報が記録された資料等は、業務完了後速やかに、かつ確実に廃棄又は消去するものとする。ただし、甲が別に指示したときは、その指示に従うものとする。

(個人情報の運搬)

第10 乙は、この契約による業務を処理するため、又は業務完了後において個人情報が記録された資料等を運搬するときは、個人情報の漏えい等を防止するため、乙の責任において、確実な方法により運搬しなければならない。

(実地検査)

第11 甲は、乙がこの契約による業務に関して取り扱う個人情報の管理体制、実施体制及び管理の状況等について、随時実地に検査することができる。

(指示及び報告等)

第12 甲は、乙がこの契約による業務に関して取り扱う個人情報の適切な管理を確保するため、

乙に対して必要な指示を行い、又は必要な事項の報告若しくは資料の提出を求めることができる。

(事故時の対応)

第 13 乙は、この契約による業務に関し個人情報の漏えい等の事態が生じ、又は生じたおそれがあることを知ったときは、その事態の発生に係る帰責の有無に関わらず、直ちに甲に対して、当該事態に関わる個人情報の内容、件数、原因、発生場所及び発生状況を書面により報告し、甲の指示に従わなければならない。

(損害賠償)

第 14 乙は、その責めに帰すべき事由により、この契約による業務の処理に関し、個人情報の取扱いにより甲又は第三者に損害を与えたときは、その損害を賠償しなければならない。再委託先又は派遣労働者の責めに帰する事由により甲又は第三者に損害を与えたときも同様とする。

(契約の解除)

第 15 甲は、乙がこの個人情報取扱特記事項に違反していると認めたときは、この契約の全部又は一部を解除することができる。

(別紙)ホームページの基本構成案

