

(別紙2)

奈良県ホームページリニューアルに係る 調査報告書

目次

第1章 現状と課題	2
第2章 庁外・庁内アンケート調査	6
第3章 アクセスログ解析	11
第4章 ヒートマップ解析	15
第5章 UI/UX 診断	18
第6章 MICHECKER 診断	21
第7章 サブサイト調査	25
第8章 調査・分析結果のまとめ	31
第9章 基本構想	35

第1章 現状と課題

第1節 自治体ウェブサイトの現状・課題

1. 自治体広報の主要メディアに成長

自治体ウェブサイトの開設は、1990年代の半ばから急増した。現在では、ほぼ100%の自治体がウェブサイトを開設し、情報の受発信やさまざまなコミュニケーション・サービスを提供している。黎明期には、印刷物を転載したようなお知らせ情報や観光情報中心のサイトが多かったが、その後、情報環境の進化とともに成長を続け、コンテンツや機能も格段に充実してきた。

FAQ やアンケート、問い合わせフォームなどの広聴型コンテンツや機能の追加、各種施設の申し込みや書類のダウンロード、電子申請・入札などができる窓口機能サービスの設置が進んだ。また、近年では、X や Facebook などのソーシャルメディア(SNS)を採り入れた、インタラクティブで手軽なコミュニケーションツールを併用したものが増えている。

さらに、2024年現在、自治体ウェブサイトはデジタルトランスフォーメーション(DX)の一環として、AIチャットボットやRPA(ロボティック・プロセス・オートメーション)を活用した業務効率化が進んでいる。ガバナメントクラウドの導入も進み、自治体の基幹業務システムの標準化が進行中である。

今では、広報紙を超えるともいわれるほど自治体の主要な広報メディアとなったウェブサイト。近年の自治体ウェブサイトを巡る動向を概観する。

2. 地域の魅力や特徴を発信

自治体ウェブサイトのメインコンテンツが、「行政情報」や「暮らしの情報」であることは草創期も現在も変わりはない。人々は、行政や暮らしに関連した必要な情報を求めて自治体ウェブサイトを利用する。

加えて「魅力的な地域情報の発信」もまた、自治体ウェブサイトの大きな役割となっている。内容は、一般的な観光情報の提供にとどまらず、地域の文化や産業、移住・定住や子育て支援、シティプロモーションも含めた自治体の特徴や個性を、内外に向けて広くアピールすることを目的としている。

こうしたコンテンツは、本サイトとは別の「サブサイト」として制作されるケースも多くなっている。特に、都道府県クラスでは、多数のサブサイトを併設し、それぞれの魅力情報の発信に努めている。最近では、山梨県の県政情報発信サイト「やまなし in depth」や、滋賀県の広報紙サイト「web 滋賀プラスワン」が話題を集めている。

自治体広報紙の対象が地域住民であるのに対し、自治体ウェブサイトは地域の内外に向けた開かれた広報メディアである。こうした特性を考慮した地域情報の発信は、地域内の活性化やシビックプライドの醸成にも結びつく。

3. 新しい機能やサービスの提供

情報通信技術(Information and Communication Technology)は、日進月歩で進化している。自治体ウェブサイトでも、かつてはなかったさまざまな機能やサービスが付加されてきた。

CMS(コンテンツマネジメントシステム)の導入、ブログサイトの併設、メール配信サービス、RSS(RDF Site Summary など)による更新情報配信、広報紙やパンフレットなどの電子ブック化、動画配信、アンケートフォーム、イベントカレンダー、地図情報システムなど、新しい機能やサービスが普及している。実用性の面でも、電子申請、施設予約、蔵書等検索、各種書類ダウンロードや自動翻訳などが一般化し、オープンデータの配信も始まっている。また、文字の大きさや色合い変更だけでなく、音声読み上げやふりがな表示などのアクセシビリティ支援ツールを実装するサイトも増加している。

近年では、XやFacebook、YouTubeなどに代表されるソーシャルメディア(SNS)の活用が目立ってきた。特に、2020年の新型コロナウイルス感染症のパンデミック以降、SNSは自治体の重要なコミュニケーションツールとしての役割を果たしている。自治体でもXやFacebookなどを、「平常時+災害時」のコミュニケーションツールとしてどう機能させるかが、模索されている。

また、スマートフォンの急速な普及に伴い、自治体ウェブサイトもスマートフォン対応が求められている。2024年版「情報通信白書」(総務省)によると、スマートフォンの世帯普及率は90%を超えている。スマートフォンの「アプリ」を、新しい広報ツールとして活用する自治体も増えつつある。手軽な情報端末さえあれば、「いつでもどこでも」情報のやりとりができる時代になってきた。

これからは、ウェブサイトをはじめとするウェブメディアを、多様化・多層化する社会・利用者のニーズに合わせてどのように利活用していくかといった視座も大切になってきている。

4. 災害への対応

2011年3月の東日本大震災以降、「災害と広報」の問題がクローズアップされている。自治体ウェブサイトは、防災・減災にどのような役割を果たすことができるのか。従来も、その速報性や双方向性の観点から、災害時におけるインターネットの果たす役割が注目されてきたが、未曾有の大災害を経験した現在では、これまで以上に「住民の命と財産を守るためにできることは何か」が問われている。

地震活動や火山活動においては世界で有数の多発国であり、また世界的な気候変動の影響も受け、台風や低気圧による降雨や強風による被害も、毎年大きなものとなっている日本。2024年1月に発生した令和6年能登半島地震では、自治体の迅速な情報収集と共有が重要な課題として浮き彫りになった。この地震を受けて、自治体はデジタルツールを活用した情報収集・提供の強化を進めている。特に、SNSを活用したリアルタイムの情報発信が注目されている。

平常時の広報の在り方も含め、ウェブサイトを災害・防災・減災広報の手段としてどう活用できるか。住民との協働で、災害に強い「安全・安心」な地域をつくることもまた、各自治体の大きな課題になっている。

5. アクセシビリティへの配慮

2004年6月に、ウェブサイトに関する初めての日本工業規格「ウェブコンテンツ JIS X 8341-3」が制定された。アクセシビリティとは、高齢者や障害者、ウェブサイトの利用に不慣れな人々を含め、誰もがウェブサイト等で提供される情報や機能を支障なく利用できることをいう。2010年8月には改正版「JIS X 8341-3:2010」が公示され、現在では「アクセシビリティ」への対応が、自治体をはじめとする公的機関ウェブサイトにも必須のものとなっている。

2024年版「みんなの公共サイト運用ガイドライン」では、最新の技術動向や法令に基づき、自治体のウェブアクセシビリティ対応の具体的な手順や事例が示されている。特に、スマートフォン対応や音声読み上げ機能、色覚バリアフリー対応など、利用者の多様なニーズに応えるための取り組みが強調されている。

また、デジタル庁が公開した「ウェブアクセシビリティ導入ガイドブック」では、初心者向けにアクセシビリティの基本概念や具体的な実践方法が解説されており、自治体職員が適切に対応できるよう支援している。

2024年4月1日からは、障害者差別解消法の改正により、すべての情報提供者に対してウェブアクセシビリティの確保が義務化されている。これにより、多くの自治体がアクセシビリティ対応を強化し、達成状況の改善が期待されている。

さらに、JIS X 8341-3の改正が近い将来に予定されており、新たな基準が追加される見通しである。これにより、自治体は最新の基準に対応するための準備を進めている。

第2節 奈良県ウェブサイトの現状・課題

6. メインサイトの現状と課題

奈良県公式ホームページ(www.pref.nara.jp)は、広報広聴課が契約しているサーバー(i-SITE PORTAL)で管理する約200所属のサイトと、その他のサーバーで管理するサブサイトで構成されている。

平成25年度に現行CMSを導入後、運用を継続しているが、デザインや機能に古さや時代遅れが散見される。また、ブラウザ検索やホームページ内検索でヒットする情報が古く、スマホ表示に対応できていない。約22,000のページ内に過去のデータが残り続けており、古いデータの管理や外部ページへのリンク切れの管理ができていないため、情報を届けたい人に届けられておらず、大きなセキュリティリスクが存在する。

7. サブサイトの現状と課題

奈良県公式ホームページには、各課が運営する多数のサブサイト(145サイト)が存在し、そのうち97サイトが広報広聴課が管理しないサーバーを契約している。そのため、情報が分散し県民目線ではどこに行けば情報を取得できるのか分かりにくい。

また、サーバ利用やセキュリティソフトの更新、ドメイン管理などの運用コストが増加しており、サイト閉鎖後、ドメインを放棄することによるセキュリティリスクも存在している。

8. 今後の方針

これらの課題を解決するため、令和8年度に、メインサイトを利用者目線に立った機能やデザインに改善するとともに、職員の業務負担を軽減するため、サブサイトをリニューアル後のメインサイトへ可能な限り集約する。

目標(KPI)として、各種ポータルサイトを廃止し、県ホームページ又は奈良スーパーアプリに集約することを掲げている。県庁全体が統一されたルールの下でウェブサイトを構築・運用し、県行政と住民・企業との接点となるウェブサイトを目指す。民間企業の行動原理や戦略を取り入れたウェブ広報の実践と、データ分析による持続的な改善と最適化を図る。

第2章 庁外・庁内アンケート調査

第1節 調査概要

1. 庁外アンケート

目的:奈良県公式ホームページの次期リニューアルに向けて、県民の方にどのような情報や機能が必要か、アンケートを実施した。

調査実施期間:令和6年7月9日(火曜日)から令和6年7月16日(火曜日)

調査方法:株式会社マーケティングアプリケーションズのサーベロイドにてウェブアンケートを実施

地域:奈良県在住

対象:ホームページの情報に関する調査(計869名)

- 15歳～19歳 男女 50名
- 20歳～29歳 男女 87名
- 30歳～39歳 男女 180名
- 40歳～49歳 男女 207名
- 50歳～59歳 男女 225名
- 60歳以上 男女 120名

2. 庁内アンケート

目的:奈良県公式ホームページの次期リニューアルに向けて、県職員にどのような情報や機能が必要か、アンケートを実施した。

調査実施期間:令和6年6月24日(月曜日)から令和6年7月17日(水曜日)

調査方法:Microsoft Formsにてウェブアンケートを実施

対象:奈良県職員(計208所属)

第2節 調査結果概要

3. 奈良県民のウェブサイトの閲覧率

県民アンケートによると、奈良県公式ホームページの閲覧率は低く、「ほとんど見ない」と回答した県民が40.6%に上り、次いで「年に数回程度」が22.4%を占めている。このことは、奈良県公式ホームページが県民の日常生活において十分に活用されていないことを示している。特に若年層においては、SNSやスマートフォンアプリを通じた情報収集が主流となっており、公式ホームページの利用頻度が低いことが浮き彫りになったため、奈良県公式ホームページの認知度向上と、利用促進に向けた対策として、公式ホームページとSNSとの連携など、情報発信の強化が求められる。

4. 庁外、庁内アンケートによる課題

県民アンケートでは、公式ホームページの情報が探しにくい、知りたい情報が載っていないといった不満が多く寄せられた。一方、職員アンケートでは、CMS(コンテンツ管理システム)の操作が複雑であることや、更新作業に時間がかかるといった課題が浮き彫りになった。これらの結果から、県民が求める情報を迅速かつ的確に提供するための情報整理や検索機能の改善策を検討する必要がある。また、操作性が高く更新が容易なCMSの導入が必要である。

5. 県民が求める改善点

奈良県公式ホームページに求められている改善点として、県民からは、AI 検索機能やオンライン申請・予約機能、音声検索機能など、利便性を高める機能の導入が求められている。また、イベント情報や防災情報、交通情報、福祉相談、補助金・助成金情報など、日常生活に役立つ情報の充実も期待されている。

6. 職員が求める改善点

職員アンケートの結果、奈良県公式ホームページのCMSが使いにくいという意見が多く、操作が直感的でないため、更新作業に時間がかかると感じている職員が多いことが分かった。また、CMSの操作方法を理解するための研修やサポートが不足しているとの声もあった。これらの課題を解決するためには、より使いやすいCMSの導入や、職員向けの研修・サポート体制の強化が必要である。

第3節 調査データ概要

7. 庁内・庁外アンケート共通回答

(1) 奈良県公式ホームページの使い勝手を良くするために必要だと思うこと。

- AI 検索機能、操作性の向上、見やすいレイアウト、シンプルなデザイン、レスポンス対応、検索機能の向上、SNS活用など、「見やすさ」「わかりやすさ」を重視する回答が目立った。

(2) 奈良県公式ホームページで実現してほしい機能

- AI チャットボット、レスポンス対応、音声読み上げ・検索機能、検索機能の向上、SNS 発信、災害時プッシュ通知機能など「使いやすさ」を重視する回答が目立った。

(3) 提供してほしい情報

- 気象情報、災害情報、イベント情報など「最新」の情報を得たいという声が多かった。

8. 庁外アンケート回答

(4) 情報入手方法

- 情報入手方法で最も多いのは「広報紙」、次いで「奈良県公式ホームページ」、「LINE」。
- 20～39歳はスマートフォンでアクセス可能な媒体を利用。40歳以上は広報紙を利用する傾向が強い。
- 重視している情報入手媒体は「広報紙」が最も多く、次いで「奈良県公式ホームページ」、「LINE」。
- 15～30歳はSNSを重視し、40歳以上は広報紙を重視する傾向。

県の公式情報を、ホームページのみならず多媒体で県民に届けていく必要がある。

- 今後力を入れてほしい媒体は「奈良県公式ホームページ」が最も多く、次いで「広報誌」、「LINE」。
- 全世代が公式ホームページの強化を望んでいる。
- 閲覧機器はスマートフォンが最も多く、次いでパソコン、タブレット。

(5) ホームページにおいて得たい情報の分野

- 「くらし」が 62.3%と半数以上、次いで「助成・補助金」、「保険・福祉・医療」、「おでかけイベント・セミナー」、「防災」。中でも若年層は「文化・スポーツ」「資格、試験」を重視、上の年代は「防災情報」「保健・福祉・医療」を重視している。

(6) ホームページについて

- 閲覧について全年齢で「ほとんど見ない」が最も多く、次いで年に「数回程度」。現状は県ホームページや SNS が毎日情報を取得するメディアとしてはまだ認識されていない結果であった。
- 満足度について「どちらともいえない」が最も多く、次いで「どちらかといえば満足」となっており、満足できない理由は「情報が探しにくい」、「知りたい情報が載っていない」という回答が目立った。
- 年齢別に見ると 15～39 歳の若年層は「情報の内容や表現の理解が難しい」。40 歳以上は「情報が探しにくい」、「知りたい情報が掲載されていない」と回答しており、県民が直感的に操作でき、かつ内容が明瞭なホームページに改善していく必要がある。

(7) ホームページ改善点

- AI を活用した検索性の向上、情報の見やすさ、速報性、SNS の活用、シンプルなデザイン、図や動画の使用、スマートフォンの操作性向上など、利用者は情報へのアクセス性の向上とウェブサイトの機能性の強化を望んでいることがわかった。
- 必要な情報を迅速かつ容易に見つけることができるような直感的な検索機能や、使い勝手の良いレイアウトを求めている傾向。また、情報の即時性とウェブサイトの定期的な更新、特に災害時など緊急を要する状況での迅速な情報発信の重要性についても重視されている。

(8) ホームページで実現してほしい機能

- AI 検索機能、オンライン申請・予約機能、音声検索、ポイント付与、ライブカメラ、県民参加型など、機能面では、AI 検索機能をはじめとする直感的で迅速な情報アクセスを可能にする機能の導入が求められている傾向にある。これらの機能は、ホームページを単なる情報掲示板以上のものにし、利用者の生活を豊かにするための重要なツールとして機能させることを目指している。

(9) ホームページで提供してほしい情報

- イベント、防災・安全、高齢者・福祉、税金・補助金・助成金、お店・施設、お得情報、グルメ、子ども、福祉・健康、求人、各市町村情報、県政情報と、情報面では、利用者が日々の生活で必要とする情報を、すぐに簡単に見つけられるようなサイトを望んでいることが分かる。
- ホームページはただ情報を載せるだけでなく、生活を豊かにする道具として機能することを期待されていると考えられる。

(10) 奈良スーパーアプリ

- 認知度は「知らない」が最も多く、次いで「知っているが使ったことはない」。

- 便利だと感じる機能は「学校関連の手続」が最も多く、次いで「施設を予約」。
20～39歳は「施設予約機能」、40～59歳は「学校関連の手続き」を便利と感じている。
- 使ってみたい機能は「情報を見る(報道発表資料)」が最も多く、次いで「申請・手続」。
15～19歳はスポット施設検索、20～39歳は申請・手続き関連、40歳以上は報道発表資料に関心。

(11) 奈良スーパーアプリで実現してほしい機能

- ポイント制度、申請・各種手続き、プッシュ通知、電子決済などアプリを通じたポイント付与や各種行政手続きの簡略化、リアルタイムでの通知受信、地図アプリとの連動など、ユーザーの利便性を高める要素が求められている。
- 電子決済の導入や写真投稿、アンケートなどのコミュニティ参加を促す機能も支持されており、アプリが日々の生活やコミュニケーションの中心となることを望む声が多い印象。

(12) 奈良スーパーアプリで提供してほしい情報

- イベント情報、防災・安全情報、くらしの情報、お得情報、税金・補助金・助成金、スポット情報、グルメ情報などと情報面では、特に、地域のイベントや災害時の対応情報、生活に役立つ情報へのアクセスを重視している。
- お得な情報や地域特有のニュース、交通運行状況など県民の日常生活に密接に関連する内容に関心が高い傾向である。

9. 庁内アンケート回答

(1) CMSの更新

- CMSの使用頻度は「月1～2回程度」という意見が26.4%と最も多く、次いで「四半期1～2回程度」。
- 毎日CMSを使用している所属は少なく、全体の2.4%に留まっている。
- 更新において時間がかかる作業は「CMS操作の理解」という意見が37.2%と全体の1/3を占めている。
- より操作が簡単で、使いやすいCMSの導入が必要だと考えられる。

(2) ホームページについての問い合わせ

- 69.4%の所属が「ホームページについての問い合わせはない」と回答した。
- ユーザーが必要な情報をホームページ上で十分に得られているか、あるいはホームページ自体が十分に知られていない可能性がある。
- 問い合わせ内容は「掲載内容の詳細を知りたい」、「掲載情報の有無」、「情報の探しにくさ」の回答が多くなった。
- ホームページの情報がユーザーにとって明確でない、またはアクセスしにくい可能性がある。

(3) アクセシビリティ

- アクセシビリティを「理解している」と答えた所属と「理解していない」と答えた所属はほぼ半々となった。

(4) CMS操作における課題（自由記述）

- CMSの操作が複雑、直感的にページを作成したい、マニュアル・研修をしてほしい、スマートフォン対

応、表の作成方法、アクセシビリティへの配慮、画像・PDFの登録方法、デザイン・フォントのばらつき、課ごとのコンテンツ数のばらつきなど操作が直感的でないため、知識と経験が必要とされる点が問題視されている。

- 文章や画像、イラストなども難しいと考えている職員が多く、ページを作成する上での統一感のあるデザイン作成やコンテンツ作成のサポートが必要である。

(5) ホームページ・アプリの改善点/内容面（自由記述）

- AIチャットボット、スマートフォン対応、音声案内・読み上げ機能、県民だより、決済機能、検索機能の向上、テンプレート機能、SNS発信、災害時のプッシュ通知機能、カレンダーでのリマインダー機能 気象情報、アクセス解析、定期報告申請機能、身元確認機能、オンライン申請機能など、必要な情報に迅速に辿り着けるように、サイトの構造をシンプルかつ論理的に整理することや、デザインに対してのサイト全体の統一感が求められている。

(6) ホームページシステムの改善点/運用面（自由記述）

- リンク切れ通知機能、リンク一覧が確認できる機能、古い情報の更新通知機能、直感的な画像設定、ファイルのアップロード容量拡大、レイアウトの自動整理、プレビュー画面の改善、ページ更新日確認機能、印刷ボタン追加、動画編集、アクセシビリティの向上、SEOスコア表示などの操作性の改善を求める声が多く、より直感的で簡単に操作できるインターフェースが求められている。困ったときにすぐに参照できる詳細なマニュアルの提供や、研修の実施も重要とされている。

(7) 県民からのフィードバックで改善が必要だと感じた点（自由回答）

- 検索機能向上、アクセシビリティの向上、デザインの統一感、パンくずリスト（現在見ているページの階層を示す目印）の改善、スマートフォン対応、リンク切れ、古いコンテンツの整理、情報のまとめページの作成など、検索機能や情報の探しやすさの改善を通じて、県民が必要な情報に迅速にたどり着けることを望んでいる結果となった。

(8) よいと思う他都道府県ホームページ

- 大阪府、京都府、滋賀県、奈良市、徳島県、生駒市、川上村などの関西エリアの自治体を参考の事例として挙げる意見が比較的多く見られた。

(9) 過去のサブサイト参考事例

- 奈良県災害リスク情報システム、奈良ボランティアネットとなった。

(10) アクセス解析データ活用方法

- HP誘導効果の分析、流入元・地域・年代の把握、リンク切れの確認などがあげられた。
- ただ、多くの職員はアクセス解析ができることを知らないという回答となった。中には解析方法をアナウンスしてほしいという意見もあり、アクセス解析の方法を広く職員に共有することで、より効果的な活用が期待できる。

第3章 アクセスログ解析

第1節 解析結果分析

1. スマートフォンの利用状況から見る課題

- 表示回数は約 7 割がパソコン、3 割弱がスマートフォンによる閲覧だが、セッションはスマートフォンが 5 割を超えており、ユーザー数でも 6 割弱となっている。
- パソコン利用者は 1 回のアクセスで閲覧するページ数が多く、平均 1 分以上閲覧しているのに対し、スマートフォンユーザーは、1~2 ページの閲覧(平均 30 秒強)でサイトを離脱する利用者が多い。
- 上記の理由として、組織配下にページが置かれていることで、スマートフォンで下層の末端ページに直接流入したユーザーが閲覧を開始したページから他の情報を探す際に、関連ページの想像がつきにくいことも、回遊および滞在時間の低下に繋がっていると考えられる。

2. サイト流入の傾向から見る課題

- サイト流入全体の約 78%が Google や Yahoo! などの検索サイトから直接下層の記事ページへ流入している。内訳はスマートフォンの自然検索が全体の約 43%、次いでパソコンの自然検索が約 34% を占めている。
- トップページ(県民情報)から閲覧を開始する利用者は全体の約 6.4%と少なく、大多数は下層ページから閲覧を開始している。また、トップページの閲覧数自体も現在低下傾向となっている。
- スマートフォンでトップページから閲覧を開始するアクセスは、サイト全体の 2%にも満たない。トップページ以外から閲覧を開始する利用者への配慮、求めている情報ではなかった場合の探索機能の強化、関連情報や県からのお知らせ・PR などのサイト内の回遊促進を如何に強化するか検討が必要。

3. トップページの利用状況から見る課題

- トップページに最新情報やおすすめ情報を掲載していても県民に充分届いていないことが推測される。SNS 等の活用による県民へのプッシュでの情報配信強化も必要。
- 「県民情報」ページと比較して、「防災・危機管理」ページ、「観光情報」ページの閲覧は少なく、トップページからの遷移もそれぞれ 2%以下となっている。大分類としての並列の扱いではなく、県民情報を主軸とした適切な情報分類への改善が必要。
- トップページへの検索流入では、奈良県公式ホームページを探索単語の組み合わせが多くを占めている。県民の多くは、自分の欲しい情報を Google や Yahoo! などの検索サイトで探す行動が行えているが、検索を使いこなせない県民へのフォローとして、トップページから欲しい情報を探しやすくするための改善は必要となる。

4. サブサイト・スーパーアプリの閲覧状況

- サブサイトでは「報道発表資料」「なら記紀・万葉」「なら四季彩の庭」「NAFIC なら食と農の魅力創造国際大学校」など、アクセス数が非常に多いサイトもあるが、1年間でアクセス数が1万以下というサイトも複数存在している。GA4などの解析が導入されていないサブサイトのアクセス数も今後集計や調査を行う必要がある。
- 奈良スーパーアプリから公式サイトへ流入するアクセスは少なく、スーパーアプリから公式サイトへの誘導力は弱い状況。

第2節 解析結果概要

5. 基本アクセス指標

- 月別表示回数: 約7割がパソコン、3割弱がスマートフォンによる閲覧。
- 月別セッション数: 表示回数と異なり、スマートフォンの割合が5割以上に大きく増加している。
- 月別1訪問あたりの平均閲覧ページ数: パソコン利用者の方が公式サイト内でのページ回遊行動がより活発で、逆にスマートフォン・タブレット利用者は、1ページのみ閲覧してサイトを離脱してしまう割合が高いことがわかった。
- 月別ユーザー数: 1ユーザーあたりの平均セッション数は、パソコンが1.74であるのに対し、スマートフォンは約1.39となっておりパソコン利用者の方が公式サイトを複数回訪れることが多いことがわかった。
- 月別新規ユーザー数: スマートフォンの新規ユーザーがパソコンの約1.7倍になっていることから、パソコン利用者の方がリピートユーザーの割合が高いことがわかった。
- 月別平均エンゲージメント時間: 秒: パソコン利用者が平均1分以上閲覧をしているのに対し、スマートフォンユーザーは、その半分程度となっている。スマートフォンユーザーは、1ページのみを閲覧し、短時間で公式サイトを離脱する傾向がより強いことがわかった。

6. サイトへの流入

- 流入チャネル内訳: スマートフォンの自然検索からが最も割合が高く全体の約43%、次いでパソコンの自然検索が約34%を占めており、全体の約78%がGoogleやYahoo!などの検索サイトからの流入。
- SNS(ソーシャルネットワーキングサービス)からの流入: Xからの流入が41,387セッションと圧倒的に多く、次いでInstagramが14,121セッション、Facebookが13,801セッションとなっていた。
- ランディング内訳: ユーザーの約93.6%がトップページ以外から閲覧を開始、トップページからのアクセスは約6.4%。特にスマートフォンからのトップページアクセスは全体の2%未満となっている。

7. ページ閲覧状況

- パソコンユーザー: 県民情報ページが 1 位となっており、食品営業許可施設一覧や組織情報、入札、発注関連のページが上位にランクインしており、法人や事業者による閲覧が多いことが推測された。
- 県民情報以外の大分類となる「防災・危機管理」ページは 33 位、「観光情報」ページは 36 位であり、県民情報と比較すると 5%弱しか見られていないことがわかった。
- スマホユーザー: パソコンと同様に県民情報ページが 1 位だが、施設・イベントに関するページや高校入試、コロナ感染症など、一般県民向けの情報ページが上位にランクしている。その他、教育関連のページも上位にランクイン。
- 県民情報以外の大分類となる「防災・危機管理」ページは 52 位、「観光情報」ページは 28 位となっており、県民情報と比較すると閲覧数が圧倒的に少ないことがわかった。
- 見たい情報が掲載されているページに直接ランディングしているユーザーが多いことがわかる。
- タブレットユーザー: 上位傾向はスマートフォンと近いものとなり、県民情報ページが 1 位だが、施設・イベントに関するページや一般県民向けの情報ページが上位にランクしている。その他として、教育関連のページも上位にランクインしている。
- 県民情報以外の大分類となる「防災・危機管理」ページは 39 位、「観光情報」ページは 12 位で他のデバイスより順位は高い結果となっているが、表示回数は 2,676 と少ない状況。
- 閲覧開始数割合が 80%を超えているページがパソコンと比較すると多く、見たい情報が掲載されているページに直接ランディングしているユーザーが多いことがこちらでもわかった。

8. 自然検索流入(トップページへの Google 検索流入キーワード上位 50)

- パソコン

キーワードでは、「奈良」「奈良県」「ホームページ」「公式」「県庁」「hp」など、奈良県公式ホームページを探す単語の組み合わせが多く占めており、その他「コロナ」の組み合わせが散見される結果となっている。
- スマートフォン

キーワードでは、パソコンと同様に奈良県公式ホームページを探す単語の組み合わせが多くを占めており、その他「コロナ」の組み合わせが散見される結果となっている。

パソコンと比較して 1 位の「奈良県」、2 位の「奈良県庁」のクリック率が低く、掲載順位も若干低いことから、検索表示回数自体はパソコンを上回っているが、トップページへの誘導力は若干低い状態となっていることがわかった。
- タブレット

キーワードでは、スマートフォン・パソコンと同様に奈良県公式ホームページを探す単語の組み合わせが多くを占めており、その他「コロナ」の組み合わせが散見される結果となっている。

スマートフォンと同様に 1 位の「奈良県」、3 位の「奈良県庁」のクリック率がパソコンと比較して低く、

掲載順位も若干低いことから、トップページへの誘導力は若干低い状態となっていることがわかった。

また、全体でも平均クリック率・掲載順位がパソコンと比較して少ないため、誘導力も若干弱い状態であると言える。

9.大分類ページの閲覧状況

パソコンとスマートフォンによる「県民情報ページ」の表示回数は、他の「観光情報」「防災・危機管理」の2分類のページと比較して圧倒的に多い状況。

ただ、パソコンとスマートフォンの閲覧も時間経過とともに減少する傾向がグラフでも確認でき、これまでの調査結果も踏まえると、トップページを閲覧せず下層の情報ページへ流入する利用者は今後も増加することが推測される。

10.トップページ(県民情報ページ)からの回遊

職員や関係者のアクセスもある程度含まれていることが想定されるが、遷移先として最も多いのが「県の組織」ページとなり、約11%が遷移をしている。

また、リンクの配置がページの下へいくほど遷移割合も低くなる傾向がわかった。

11.サブサイト閲覧状況

報道発表サイトについては、4月1日からのスーパーアプリへの発信切り替えにより、アクセス数が大きく減少していた。

12.奈良スーパーアプリから公式サイトへの流入状況(2024年4月～7月)

スマートフォンでは、奈良スーパーアプリのトップページ最上部に配置されている「熱中症警戒アラート」からの流入が2位にランクインしている。

上位50以下も含めた合計閲覧開始数から見て、奈良スーパーアプリから公式サイトへの流入数は、検索サイトなどからの流入と比較して微小であるといえる。

第4章 ヒートマップ解析

第1節 調査概要

調査期間:

2024年8月19日～9月16日

対象ページ:

県民情報ページ、観光情報ページ、防災・危機管理ページ

解析の種類:

- ・アテンションヒートマップ…4秒以上画面に表示した(滞在した)割合がわかる。
- ・スクロールヒートマップ…ページをどこまでスクロールしたか、どこで離脱もしくはページ遷移をしたのかがわかる。
- ・クリックヒートマップ…利用者に多くクリックされている箇所がわかる。

第2節 ヒートマップ解析

1. 県民情報ページ

- ・アテンションヒートマップ

滞在割合: ファーストビュー(最初に表示される画面範囲)で特に高い。

集計対象: 63,764 ページビュー

主な結果: トップページ上部のメニュー、メインビジュアル、各種情報へのリンクが多く閲覧されている。

「奈良県政策集」「市町村のすがた」「電子行政サービス」「せんとくんの仕事部屋」まで到達している閲覧者は全体の約50%。

- ・スクロールヒートマップ

スクロール割合: ページの上部から中段にかけて高い。

主な結果: ページからの離脱や別ページへの遷移が多く、スクロール割合が減少。

- ・クリックヒートマップ

クリック数: 「ようこそ知事室へ」のクリックが多い(約3000回)。

主な結果: 「報道発表一覧」へのクリックが最も多く、25%以上。

メインメニューの「入札・調達」のクリック数が0.65%。

2. 観光情報ページ

- ・アテンションヒートマップ

滞在割合: ファーストビューで特に高い。

集計対象: 2,490 ページビュー

主な結果:ページのフッターまで表示している利用者は半数以上。

- ・ スクロールヒートマップ

スクロール割合: ページの上部から中段にかけて高い。

主な結果:ページからの離脱や別ページへの遷移が多く、スクロール割合が減少。

- ・ クリックヒートマップ

クリック数:「なら旅ネット」「歩く・なら」「ならグリーンツーリズム」のボタンクリックが多い。

主な結果:各特設サイトや Facebook ページのリンクがクリックされているが、ページ自体の魅力が低い。

3. 防災・危機管理ページ

- ・ アテンションヒートマップ

滞在割合: ファーストビューで特に高い。

集計対象: 4,951 ページビュー

主な結果:「カテゴリ」から「奈良県のお知らせ」のエリアで滞在割合が高い。

- ・ スクロールヒートマップ

スクロール割合: ページの上部から中段にかけて高い。

主な結果:ページからの離脱や別ページへの遷移が多く、スクロール割合が減少。

- ・ クリックヒートマップ

クリック数:「台風第 10 号の接近について」のクリックが多い。

主な結果:防災ポータルへの誘導バナーがクリックされにくい。

第3節 解析から見る課題・改善点

4. 県民情報ページ

課題:「どんな情報をお探しですか」の導線がページ中段より下にあるにも関わらず、各リンクがある程度クリックされていることから、グローバルナビゲーション的な役割として閲覧者に利用されていることが推測される。

改善策:「どんな情報をお探しですか」の表示位置をファーストビュー(ページ上部)に移動させ、さらに情報分類やラベル表記などの見直しを行う。

課題:「報道発表一覧」(奈良スーパーアプリへの外部リンク)のクリック数が非常に多い状態となっており、Google 検索やブックマークなどから奈良県トップページへまずアクセスをし、そこから「報道発表一覧」をクリックして遷移を行う利用者が多いことが推測される。

Google 検索で「奈良県 報道発表」で検索を行うと奈良スーパーアプリのリンクが分かり辛い状態となっている。

改善策:県公式ホームページは、様々な新しい情報を網羅的に分かりやすく県民に届けるためのものであり、県公式ホームページの「顔」であるトップページにおいて、報道発表情報や新着情報をわ

かりやすく掲載すべきである。一方で、奈良スーパーアプリは、利用者の属性に合わせた情報発信を行うためのものであるため、両方の特性を活かしながら情報を自動連携し、両メディアにおいて報道発表等の情報を閲覧できる形にすべきである。

5. 観光情報ページ

課題:各特設サイトや Facebook ページのリンクはクリックされているがこのページ自体で奈良県の観光における魅力を感じることが出来ず、単なるリンク集ページとしての役割しかない。

またこのページは、Google 検索結果で上位に表示されていないため、集客力も低い状態である。

改善策:大分類としての役割を無くし、観光情報・魅力を伝える特設ページ化・各外部サイトの観光情報などへのハブとしての機能を持たせる等。

6. 防災・危機管理ページ

課題:災害発生もしくは発生の恐れがある場合の情報ソースとして閲覧されているが、防災ポータルサイトへの誘導バナーが色味も淡く、配置なども相まって、単なるページのタイトル画像と認識されている可能性がある。

改善策:誘導強化において、より目立つデザイン、クリックするとポータルに遷移することが一目でわかる形への改善が必要である。

第5章 UI/UX 診断

第1節 診断結果概要

1. ブランディング

- 奈良県公式ウェブサイト全体でビジュアルデザインに一貫性がなく、ユーザーが公式情報と認識しづらい。サブサイトごとに配色やレイアウトが異なっており、かつメインサイトと関連のないドメインが使用されているため、公式サイトと認識されない恐れがある。
提案として、トーン&マナーの一貫性を保ち、ビジュアルデザインのガイドラインを作成し、公式ドメインを使用することが挙げられる。
- リンク切れや表示崩れなどの不具合が多く、提供情報への信頼性を損なっている。特に古いページや末端ページで問題が多い。
提案として、コンテンツのレビューやテストを徹底し、定期的なメンテナンスを行うことが必要である。
- 県章が適切に扱われておらず、ブランドイメージや提供情報の信頼性を損なう恐れがある。特に個人情報扱うシステムでは、堅牢なイメージを保つことが重要である。
提案として、県章のガイドラインを作成し、運用状況をチェックする体制を整えることが必要である。
- グラフィックのスタイルやトーンが古い印象を与え、ブランドイメージを損なう恐れがある。画像の解像度が低く、表示が荒い箇所も多い。
提案として、グラフィックやスタイリングのガイドラインを定め、定期的に見直し、適切な解像度の画像を使用することが必要である。

2. サイトの構成

- 奈良県公式ウェブサイトのグローバルナビゲーションは、コンテンツのないメニューや他のコンテンツを内包する構造で、ユーザーの混乱を招く恐れがある。
提案として、現在のグローバルナビゲーション(県民情報、観光情報、防災・危機管理)を廃し、メインメニューをグローバルナビゲーションとし、観光情報を集約する。また、メインメニューには下層の項目を表示せず、遷移先のページで一覧できるようにする。
- メインメニューの階層化が過度であり、ユーザーが目的の情報に辿り着きにくい。
提案として、ランチャータ的なメニューやサブサイトを無闇に作らず、適切に抽象化できないものは上位階層に出し、シンプルな分類にコンテンツを当てはめる。
- コンテンツの分類が担当部署や窓口など業務視点に偏っており、ユーザーにとって使いにくい。提案として、サービスやコンテンツは取り扱う部署ではなく、その性質によって分類し、「よくある質問・答え」はユーザーに馴染みのあるカテゴリやキーワードで横断的に検索できるようにする。
- サブサイトが多く、ユーザーがどれを利用すればいいのか分からない。
提案として、サブサイトやアプリケーションを整理・統廃合し、同じ機能やサービスを提供するサブサイトを作ることを避け、互いに連携させる。
- サイトの構成の改善は包括的なアーキテクチャの見直しが必要であり、情報体系を一元化し、組織の構造や運営上の分類ではなく、使う人が分かるものを採用し、その構造をナビゲーションスキームに

表すことが重要である。

3. 操作効率

- PC版のメインメニューは、マウスオーバーでサブメニューが表示される仕組みだが、操作がしづらい。
提案として、マウスオーバーで大きく表示情報が変化する要素を避け、メインメニューはクリック遷移し、遷移先でサブメニューを表示するようにする。
- お気に入り登録機能が機能していない。
提案として、お気に入りページの機能をなくし、ブラウザの「お気に入り」機能を利用する。
- サイト内検索がキーワードによって機能しない場合がある。
提案として、サイト内検索の設定を見直し、検索が適切に機能するように修正する。また、「ホームページ」しか選択肢のないドロップダウンメニューやラジオボタンを削除し、「サイト内検索」などのラベルをつける。
- 関連する要素が適切にグルーピングされていない。
提案として、業務上のまとまりではなく、ユーザーにとって関連のあるものをグルーピングし、「よくある質問・答え」から各種相談窓口やフォームにすぐにアクセスできるようにする。
- ページによってサブナビゲーションのルールが異なっている。
提案として、現状の構成をふまえてナビゲーション体系を整理・定義し、そのルールを一貫する。
- サブサイトごとに情報構造や操作体系が異なっている。
提案として、奈良県公式ウェブサイトおよび関連サブサイトにおいて、ラベルやナビゲーション体系を全体で一貫させ、同じ機能は同じ操作で使えるようにし、同じものは同じ名称にする。
- 問い合わせフォームに改善の余地がある。
提案として、フォーム入力時の注意事項とお願いを分けて記載し、振り仮名のフォーマットや半角カタカナなどはシステム側で吸収し、テキストエリアの大きさの初期値を入力されるものに合わせる。ボタンのラベルは一般的なものを採用し、エラーは入力画面に表示する。
- 情報の登録や編集、手続きの申請などを行うシステムのユーザーインターフェースにユーザビリティ上の課題が多い。
提案として、GUIはオブジェクト指向UIにし、ユーザー関心の対象の一覧を早く見せ、それに対するアクションという形でタスクを実行できるようにする。情報システムのGUIは、一般的な原則をふまえてデザインする。

4. アクセシビリティ

- 自動的に動くスライドが情報の閲覧を阻害している。点滅や移動の演出は情報の判別を難しくし、ユーザーの集中力を低下させる恐れがある。
提案として、点滅や移動の演出を控え、重要な情報を掲載しないようにする。
- 画像の代替テキストが適切に記述されていない。代替テキストがない、または不適切なものが多く、正しい情報を得ることが困難である。
提案として、画像の代替テキストについてのルールを記事担当者に周知し、適切な代替テキストが記述されるような運用体制を整える。
- 文字サイズ拡大や背景色変更などの支援ツールに改善の余地がある。文字サイズの変更や背景色

の設定が分かりづらく、機能が不十分である。

提案として、支援ツールの挙動を明示し、OS やブラウザの機能を活用する。また、「やさしい日本語」のコンテンツはリンク先も「やさしい日本語」で提供する。

- HTML が適切にマークアップされていない。見た目と HTML のマークアップが乖離しており、音声ブラウザなどで誤った情報を伝える恐れがある。

提案として、見出しのスタイルは見出しにだけ適用し、セマンティックに HTML を記述する。

5. コンテンツ表現

- テキストリンクのスタイルに一貫性がない。下線の有無や表示方法が異なり、ユーザーがリンクと認識しづらい。

提案として、リンクカラーを統一するか、テキストリンクは常に下線をつけた状態にし、リンク以外のテキストに下線を使用しない。

- ラベルや見出しに表記の揺れがある。ボタンラベルと遷移先のタイトルが異なるものが多く、ユーザーが混乱する可能性がある。

提案として、表記の揺れをなくし、ウェブサイト全体で見出しやラベルを統一する。

- 「こちら」など具体性に欠けるラベルを頻繁に使用している。

提案として、具体的に遷移先のページのタイトルを記述しリンクすることで、ユーザーが内容を推察しやすくする。

- ボタンであることが分かりづらいスタイリングが採用されている。見出しやイメージイラストと区別が付きにくいボタンが多く、ユーザーの学習効率を低下させる恐れがある。

提案として、ボタンはボタン、見出しは見出しと分かるスタイリングを採用し、そのルールを一貫する。

- PDF が開いたり動画が再生されたりするリンクについて、それが示唆されていない。

提案として外部サービスに遷移する場合はロゴを付加し、リンクテキストやバナーで明示する。PDF や CSV などのファイルへのリンクは、アイコンやテキストで明示する。

第6章 miChecker 診断

1. 対象

奈良県様サイト本体ドメイン (<https://www.pref.nara.jp>) の 21,735 ページ(そのうち、チェック可能:21,271 ページ)をチェック対象とし、2024年7月24日～26日に、miChecker 検証作業を行った。

2. 結果概要

- 「問題あり」 指摘数:26,699 件
- 「問題の可能性大」 指摘数:49,419 件

全ページで検出されたエラーは、ウェブサイトのシステムで修正が必要となるが、その他の多くのエラー項目はページ固有の問題点であり、職員がページ作成、編集時に修正を行うことで解消可能なものである。次期システムでは職員が日々の運用でアクセシビリティに対応したページを作成することが可能となるよう、CMS のアクセシビリティチェック機能などを活用するとともに、マニュアルやガイドラインによる教育、支援が必要である。

また、定期的にサイト全体のアクセシビリティチェックを行い、問題点のあるページの確認・修正を行うことで一定の品質を保つ運用が可能となる。

3. 「問題あり」結果詳細

No.	説明	件数
1	リンク先がないものには正しいリンクの設定をしてください。不要なリンクであった場合は、削除してください。	46
2	id 属性(アンカーリンク名)の値は、ページ内で重複しないようにしなければなりません。id 属性はユニークなものを設定してください。	753
3	空白文字にリンクを設定することは避け、リンク先がわかるような適切なリンクテキストを設定してください。画像にリンクを貼る場合には代替テキストを設定してください。ただし、画像とリンクテキストをひとくくりにしてリンクの設定をする場合は、読み上げの重複を避けるため画像の代替テキストは空とします。	104
4	iframe 要素にはそれぞれ空白ではない title 属性を付けてください。iframe 要素が 1 ページに複数あるとき、title は重複していても構いません。	21270
5	データテーブルの見出しセルには scope 属性を設定してください。見出しが「縦」の列にかかる場合は col、「横」の行にかかる場合は row を設定します。	147

6	コントロール(チェックボックス・ラジオボタンなど)とラベル(コントロールが表す意味)が正しく関連付けられていない場合、障害を持つユーザーが操作しにくくなります。	25
7	画像の alt は、画像の様子を表すわかりやすいもの(どうしてその画像を入れたのか、なにを伝えたいのか)を設定してください。装飾として使っている画像には、代替テキストを設定しません。	186
8	音声読み上げブラウザ利用者が、グローバルナビゲーションなどの共通メニューを読み飛ばして本文の内容を確認するための、スキップリンクを提供してください。	1
9	閲覧者が自分で止めることのできない動きを設定しないでください。	8
10	このページで使われている言語を、xml:lang 属性を使って正しく明示してください。	1
11	HTML 文法上のエラーです。	40
12	リンクの title 属性を付ける場合は、空の文字列や空白文字のみからなる文字列を設定することは避け、リンク先がわかるような適切なテキストを設定してください。音声読み上げブラウザの利用者がリンク先を把握することが困難となります。	1
13	fieldset 要素でフォームのコントロール部分を囲むことによって、グループ化することができます。グループ化されたコントロール部分は、フォームへのテキスト入力やチェックボックスにチェックをする際に、利用者の理解の手助けとなります。	1
14	fieldset 要素を使用する場合、legend 要素によってそのグループのラベルや説明を提供してください。	4

4. 「問題の可能性あり」結果詳細

No.	説明	件数
1	隣り合っている画像の代替テキストや、隣り合っている画像の代替テキストとテキストが全く同じ文言である場合にエラーとなります。リンクの場合、<a>要素が分かれていても、隣り合っていればエラーとなります。	1651
2	文字間に空白が入っている場合、その空白が必要なものかどうかは人の目で判断しなければなりません。不要な空白文字は音声読み上げの妨げとなるため、削除してください。 【例】総 務 課 長 嶋 ⇒①総務課 長嶋 ②総務課長 嶋 どちらが正しいかは人しか判断できない。	2580

3	<p>ファイル名などがそのまま alt に入っているものや、「画像」「写真」だけのものは好ましくありません。</p> <p>画像の alt は、画像の様子を表すわかりやすいもの(どうしてその画像を入れたのか、なにを伝えたいのか)を設定してください。装飾として使っている画像には、代替テキストを設定しません。</p>	607
4	<p>空白文字にリンクを設定することは避け、リンク先がわかるような適切なリンクテキストを設定してください。画像にリンクを貼る場合には代替テキストを設定してください。ただし、画像とリンクテキストをひとくりにしてリンクの設定をする場合は、読み上げの重複を避けるため画像の代替テキストは空とします。</p>	1967
5	<p>リンク先がないものには正しいリンクの設定をしてください。不要なリンクであった場合は、削除してください。</p>	25
6	<p>文字装飾を行う場合は、CSS(スタイルシート)を使用してください。</p>	1098
7	<p>レイアウトテーブルを使うときは、そのテーブルの意味を表す要素は付けません。(ただし、レイアウトテーブルの使用は推奨しないことを前提とします。)</p> <p>データテーブルの場合は caption(表題)と summary(テーブル目的/構造)の両方が入っていることが最良です。ただし、データテーブルの直前に見出しがあり、その見出しがデータテーブルの意味を表している場合はその限りではありません。また、summary を設定するとき、caption とまったく同じ内容の設定はできません。</p>	1220
8	<p>キーボードで操作したときも、マウスで操作するのと同じ動作ができるようにしなければなりません。</p> <p>onMouseOver など、マウスだけに依存するようなイベントハンドラを設定することは推奨されませんが、onMouseOver と onFocus など両方が記述されている場合は問題ありません。</p>	21270
9	<p>ブラウザの機能で文字サイズの変更がうまく機能しない可能性があるため、ポイント・ピクセルで指定しないでください。</p>	3093
10	<p>ページタイトルには、ページ内容を表す適切なタイトルを設定してください。</p>	5
11	<p>ASCIIアートや顔文字などは、音声読み上げブラウザ利用者に意味が伝わりにくい ため、削除することを推奨します。</p> <p>どうしても残したい場合は、画像化し意味の伝わるような代替テキストを設定する、 対象の顔文字などの後ろに説明文を付与するなど、音声読み上げブラウザ利用者 に意味が伝わる対応をしてください。</p> <p>【例①画像化する場合】 (<code>^▽^*</code>)[alt="笑っている顔"]←[]内の alt は表示されません。</p> <p>【例②説明文を付ける場合】 (<code>^▽^*</code>)(笑っている顔)←()を含めた文字が表示されます。</p> <p>記号を連続させて区切り線として使用しているなどの場合にも、エラーとなります。 区切り線は、CSS を使用して設定してください。</p>	32

	(例:-----)	
12	代替テキストは 150 文字以内に納まるよう設定するか、本文テキストとして記載してください。	1

第7章 サブサイト調査

第1節 ウェブアンケート調査

目的:奈良県公式ホームページの次期リニューアルに向けて、サブサイトの内容や更新方法、移行についてのアンケートを実施。

調査実施期間:令和6年7月3日(水曜日)から令和6年8月26日(月曜日)

調査方法:Microsoft Formsにてウェブアンケートを実施

対象:奈良県サブサイト担当課(回答109件)

1. ウェブアンケート調査結果概要

(1) 独自性とカスタマイズ性を重視

奈良県のサブサイト担当職員は、独自性とカスタマイズ性を重視していることが明らかになった。具体的には、サブサイトを立ち上げた理由として「デザインを独自で作成したい」や、「検索機能や特定の機能を独自に実装したい」という回答が多く、独自性やカスタマイズ性を重視している印象となった。

その他の意見についても特定の業務や利用者に対応するためのニーズ、知名度向上を図る意図、技術的な理由などが挙げられており、これらの意見から、サブサイトにはそれぞれの目的に応じた独自の機能やデザインが求められていることが明らかになった。

(2) 運用における課題

サブサイトの運用において、操作性の向上が強く求められていることがわかった。特に「CMS の理解」に時間がかかるという回答が多く挙げられており、システムの使い方に慣れることが大きな課題であることを示している。また、「画像の設定」や「文字の入力」も時間がかかる作業として多く挙げられており、これらの基本的な操作にも手間がかかっていることがわかる。全体として、CMS の操作に関する基本的な設定作業が更新作業の時間を長引かせていることが明らかになった。さらに、直感的に編集できる操作デザインや HTML の知識が不要なシステムが望まれており、デザインとレイアウトの柔軟性の不足や職員が自由に編集できる環境の整備が必要である。これらの点を改善することで、より効果的なホームページ運用が可能になると考えられる。

(3) 多くの所属がサイト移行に前向き

多くの所属がサブサイトの移行に前向きであることが示されている。「移設を希望」または「可能」の回答は約73%と、所属の半数以上が移行に対して前向きな姿勢を持っている。

2. ウェブアンケート調査データ概要

(1) サブサイトの具体的な目的

植栽計画や農業関連の発信、文化・歴史の発信、観光・地域活性化、災害・防災情報の発信、健康・福祉情報発信、職員の教育・研修用など、多様なニーズに応えるために、さまざまなサブサイトを運営し、情報発信やサービス提供を行っている。

(2) サブサイトの立ち上げ理由

- 。「デザインを独自で作成したいため」が 40.7%と半数近く、次いで「検索機能や特定の機能を独自に実装したいため」。全体として職員は独自性とカスタマイズ性を重視していることが明らかになった。
- 。その他、特定の業務対応や知名度向上、技術的理由も挙げられた。

(3) サブサイトの規模

- 。ページ数やアクセス数に関する認識にはばらつきがあり、多くのサブサイトは 30~100 ページ、年間 10 万ページビュー以上と、大規模なサブサイトは非常に少ないことがわかった。

(4) サブサイトの更新と運用

- 。サブサイトの更新は、主に県庁職員と外部委託者によって行われている。その他の意見からも、サブサイトのコンテンツ更新には多様な役割が関わっていることがわかる。自動更新や特定の業務に特化した更新体制、日常的な更新業務が存在しないサブサイトなど、さまざまな方法があることが示されている。
- 。全体として、CMS を利用した更新が主流。主に i-SITE PORTAL と Word Press が使用されており、これらの CMS は、それぞれのサイトの目的やニーズに応じて選ばれており、安定した運用と多機能性が評価されている。
- 。更新頻度は、「月 1~2 回程度」の更新が最も多い。毎日や週 1 回程度の更新も一定数存在するが、四半期や年に 1~2 回程度の更新頻度も見られ、全体的に見て更新頻度が少ない傾向があることがわかった。
- 。公開フローは、情報の種類や重要度に応じて、異なるフローが適用されていることがわかった。

(5) 更新における課題・改善点

- 。「CMS の理解」が最も多く挙げられている。これは、システムの使い方に慣れることが大きな課題であることを示している。次いで「画像の設定」や「文字の入力」と、基本的な操作にも手間がかかっていることがわかる。全体として、CMS の操作に関する基本的な設定作業が、更新作業の時間を長引かせていることが明らかになった。

(6) ホームページの運用（ページの作成、更新、CMS 操作）における課題・改善点

- 。「操作性の向上」が強く求められている。特に、直感的に編集できる操作デザインや、HTML の知識が不要なシステムが望まれている。また、デザインとレイアウトの柔軟性の不足や職員が自由に編集できる環境の整備が必要。これらの点を改善することで、より効果的なホームページ運用が可能になると考えられる。

(7) サブサイトに関する問い合わせについて

- 。問い合わせは「ない」と「ある」が半分ずつであり、詳細な情報や関連手続きを求める問い合わせが多い。利用者はサブサイトの情報に対して高い関心を持ち、詳細な情報や関連手続きを求めていることが明らかになった。

(8) アクセシビリティ

- 。アクセシビリティに関しては、「わからない」や「準拠していない」という意見が多く、対応が十分でないことが示されている。今後、アクセシビリティ基準への準拠を進めるための取り組みが必要である。

(9) 外国語対応

- 。「人の翻訳（ネイティブ翻訳）で対応している」と回答した多くは観光・文化の分野のサイトであった。これらのサイトを統合した際に人の翻訳を継続するか、自動翻訳への検討が必要である。

(10) データベース検索や問い合わせフォームなどの特殊な機能

- 。「特殊な機能を持っている」と回答した多くはサイト内検索、データベース検索、マップ機能などであった。これらの特殊機能を県のシステムに統合するか検討が必要である。

(11) 外部システムとの連携

- 。「行っている」と回答した多くは SNS との連携や外部システムとのデータ連携であった。これらの外部システムとの連携を県のシステムに統合するか検討が必要である。

(12) 電子申請機能

- 。電子申請機能を持っているという回答は約 10%であった。回答としては講座受申し込み機能やイベントの申し込み、給付金の申請や求職者の登録機能など。これらのサイトの機能が奈良スーパーアプリに移行できるか確認が必要と思われる。

(13) セキュリティ対策

- 。セキュリティ対策については「わからない」回答が最も多く、今後、セキュリティ対策の状況を明確にし、対策を行うことが求められる。
- 。「行っている」回答について、基本的なセキュリティ対策としてウイルス対策やファイアウォールの設定が広く実施されている。

(14) サブサイト移設の意向

- 。リニューアル後の県公式サイトにサブサイトを移設することについて、移設を希望または可能の回答は約 73%と多くの所属が前向きに検討していることがわかった。
- 。技術的・運用上の制約などの理由で不可能とする意見もある。

第2節 ヒアリング調査結果

目的:ウェブアンケートの回答で移設を「不可能」と回答した所属に対し、移設の可能性に関して個別のヒアリングを実施。

調査実施期間:令和6年8月28日(水曜日)から令和6年9月4日(水曜日)

調査方法:現地またはオンラインにてヒアリングを実施

対象:移設を「不可能」と回答した課(13所属)

3. ヒアリング検討結果

13 所属 24 サイトのヒアリングを行い、移設の可能性を検討した結果を以下に示す。

(1) 汎用テンプレートとして移行 1 件

ウェブアンケートでは特殊なコンテンツがあるため統合は不可能との回答であったが、特殊なコンテンツは外部サービスを利用しているため、リンク設定によりコンテンツの配信は問題ないことから、県システムに移行可能である。

(2) 独自デザインとして移行 11 件

ウェブアンケートでは独自デザインであるため統合は不可能との回答であったが、独自デザインとして職員による更新を可能とするテンプレートを用意し、県システムに移行することが可能である。

なお、このうち 8 件の奥大和地域活力推進課のサブサイトは、運用管理や更新は煩雑となっていることから、サイトの整理や統廃合を検討すべきである。

(3) 不可能 12 件

外部システムとの連携やパッケージの ASP サービスを利用しているなど、稼働中のシステムの独自性、専門性が高いものは、県のサーバーで同様の機能や仕組みを開発して移設することは困難かつメリットは低いことから、県システムへの統合は行なわず、現状の運用を継続することが妥当である。

また、奥大和地域活力推進課のサブサイト 1 件は、現時点で管理・運営を外部に譲渡済みであり、現在は他団体の所有するサイトであるため統合不可能と判断する。

第3節 移設回答の確認・精査結果

4. 精査結果

ヒアリング結果を加味し、サブサイト 102 件の移設希望の回答を確認・精査した結果を以下に示す。

(1) 独自デザインとして移行 26 件

(サイトを管理する所属数：18、総インデックス数：10,234)

独自デザインとして移行とは、現状のデザインのまま移行したうえで、県ホームページシステム(CMS)での更新が可能につくりとするものである。

これは独自性が高く、テンプレート内に落とし込むことが適切ではないと判断したサブサイトを対象とする。

(2) 汎用テンプレートとして移行 14 件

(サイトを管理する所属数：14、総インデックス数：4,356)

汎用テンプレートとして移行とは、ページレイアウトのカスタマイズ性を持たせた汎用的な用途として利用できるテンプレートを作成し、サブサイトを移行させることで、県公式サイトとしての統一感と、サイトの一定の独自性の両立を図るものである。

これはデザインが古くスマートフォン対応されていないサブサイトや、独自デザインで移行する必要性が低いと判断したサブサイトを対象とする。

(3) 奥大和地域活力推進課のサブサイト統合 12 件

(サイトを管理する所属数：1、総インデックス数：1,797)

奥大和地域活力推進課の管理する 12 のサブサイトについては、1所属が保有するサイト数としては極めて数が多く、現状のまま CMS 内に移行することは更新等にかかる職務負担や移行コストを考慮すると、現実的ではない。担当課とのヒアリング結果等を踏まえ、12サイトのコンテンツをベースに、CMS 管理内の1サイトへ統合するべきである。

(4) 県公式デザインとして移行（メインサイトに含む） 13 件

(サイトを管理する所属数：5、総インデックス数：1,129)

県公式デザインとして移行とは、メインサイトに使用するテンプレート内に移行させるものである。

これは、単純移行が容易と判断したサブサイトを対象とする。

現状のサブサイトが県公式のデザインで作成されているページは、メインサイトのテンプレートとして移行を行う。

(5) 不可能 28 件

稼働中のシステムの独自性、専門性が高いものは、県システムへの統合は行わず、現状の運用を継続することが妥当である。

(6) 閉鎖 9 件

閉鎖または今後閉鎖を予定しているサブサイトは移行対象外とする。

第4節 奈良スーパーアプリの目的と機能

5. 奈良スーパーアプリヒアリング結果

奈良スーパーアプリに関するデジタル戦略課とのヒアリング結果を以下に示す。

(1) 奈良スーパーアプリの目的と役割

奈良スーパーアプリは、県や市町村の行政サービスを集約したウェブアプリとして提供し、ログイン機能を持つことで、ユーザーに合わせて手続きのサポートや必要な情報提供を行っている。必要とする情報やサービスにスムーズに対応することにより、住民満足度向上を目的として運用している。

また、職員が手続きの受付や施設の追加を簡単に行えることで、行政サービスの効率化や、サービス品質の向上を目指している。

(2) 現状奈良スーパーアプリが提供している機能

● ログイン機能

申請情報や個人情報、家族情報、申請履歴、相談履歴などを管理し、ユーザーの情報入力や確認作業の省略化が可能である。

● 施設予約

県内施設の予約ができる機能で、人気施設への抽選エントリーや予約、利用料のオンライン決済も可能である。

● 電子申請

様々な行政手続きをオンラインで実施するための申請機能を提供する。職員側の確認・審査や補正通知なども行うことができる。

● 学校関連手続

県内公立高校入試のウェブ出願や、在学時に利用する給付金・奨学金の申請、利用可能な給付金・奨学金の判定ガイド機能を提供する。

● 子育て関連手続

子育て世帯の認定や手続きの案内、ひとり親向けの相談サービス、手続きガイド機能を有している。

● 情報発信

県の報道発表や市町村からの情報コンテンツを、ユーザーが設定した興味・関心のカテゴリに基づいて表示する。

● データ連携基盤

自治体が保有するオープンデータを格納し、研究機関や民間企業等に API 連携利用を促進する。

第8章 調査・分析結果の考察

第1節 庁外・庁内アンケート調査結果の考察

閲覧率の低さと若年層の利用傾向

奈良県公式ホームページの閲覧率が低いことから、現状のホームページが県民の日常生活において十分に活用されていないことが分かった。特に若年層は SNS やスマートフォンアプリを主な情報収集手段としており、公式ホームページの利用頻度が低い。県民に必要なとされるホームページとなるよう、県民の知りたい情報を分かりやすく掲載するとともに、公式ホームページだけではなく SNS と連携しながら情報発信の強化を行う必要がある。

情報の探しにくさと CMS の操作性

県民からは情報が探しにくい、知りたい情報が載っていないという不満が多く寄せられた。一方、職員からは CMS の操作が複雑で更新作業に時間がかかるという課題が浮き彫りになった。より直感的な操作感で更新を行うことができる CMS を導入し、職員の負担軽減を図るべきである。

求められる機能と情報の充実

県民からは AI 検索機能やオンライン申請・予約機能、音声検索機能など、利便性を高める機能の導入が求められていることがわかった。また、日常生活に役立つ情報の充実も期待されている。利用者が必要とする情報を迅速に見つけられるよう、サイト内検索機能の強化が必要であり、アンケート結果にもある AI 検索機能等の導入は有効であると考えられる。

職員の操作性向上とサポート体制

職員からは使いやすい CMS の導入や、操作方法を理解するための研修やサポート体制の強化が求められている。職員負担軽減やホームページの質向上の観点からも、職員のレベル向上のための研修等サポート体制の強化が必要である。

第2節 アクセスログ解析調査結果の考察

スマートフォンユーザーの行動パターン

スマートフォンからのアクセスが増加している一方で、滞在時間が短く、1～2 ページの閲覧で離脱する傾向があることがわかった。これは、スマートフォンでのナビゲーションが難しいことや、関連情報へのアクセスがしにくいことが原因と考えられる。新たなホームページ構築の際には、スマートフォンファーストの設計を行う必要がある。

検索サイトからの流入

大多数のユーザーが検索サイトから直接下層ページに流入しており、トップページからのアクセスは少ないことがわかった。これは、ユーザーが特定の情報を求めていることを示している。検索エンジン最適化 (SEO) を強化し、奈良県公式ウェブサイトの検索結果での表示順位を向上させる必要がある。

トップページの情報配信

トップページに最新情報やおすすめ情報を掲載しても、県民に十分に届いていないことから、トップページの役割が十分に果たされていない可能性がある。奈良県の特色や魅力を最大限に活かした「奈良県らしさ」を表現したデザインに刷新する必要がある。また、SNS などの他のチャネルを活用して、情報配信を強化する必要がある。

サブサイトとスーパーアプリの役割

サブサイトのアクセス数には大きなばらつきがあり、奈良スーパーアプリから公式サイトへの流入も少ないことがわかった。これらのツールの役割を明確にし、連携を強化する必要がある。

第3節 ヒートマップ解析調査結果の考察

県民情報ページ

- **アテンションヒートマップ:** ファーストビューでの滞在割合が高いことから、ユーザーは最初に表示される情報に強い関心を持っていることがわかった。
- **スクロールヒートマップ:** ページ中段での離脱が多いことから、ユーザーは必要な情報を早期に見つけられない可能性がある。
- **クリックヒートマップ:** 「報道発表一覧」へのクリックが多いことから、ユーザーは最新の情報に強い関心を持っていることが示されている。

観光情報ページ

- **アテンションヒートマップ:** ファーストビューでの滞在割合が高いが、ページ全体の魅力が低いことが課題となっている。
- **スクロールヒートマップ:** ページ中段での離脱が多いことから、ユーザーはページの内容に満足していない可能性がある。
- **クリックヒートマップ:** 各特設サイトや Facebook ページのリンクがクリックされているが、ページ自体の魅力が低いことが示されている。

防災・危機管理ページ

- **アテンションヒートマップ:** ファーストビューでの滞在割合が高いことから、ユーザーは緊急情報に強い関心を持っていることがわかった。
- **スクロールヒートマップ:** ページ中段での離脱が多いことから、ユーザーは必要な情報を早期に見つけられない可能性がある。
- **クリックヒートマップ:** 防災ポータルへの誘導バナーがクリックされにくいことが課題。

第4節 UI/UX 診断結果の考察

ビジュアルデザインの一貫性

奈良県公式ウェブサイト全体でビジュアルデザインに一貫性がなく、ユーザーが公式情報と認識しづらい状況であることがわかった。サブサイトごとに配色やレイアウトが異なるため、公式サイトとしての統一感が欠けている。公式ウェブサイトとしての統一感を高めるため、ビジュアルデザインのトーン&マナーを明

確に定義し、それに基づいた適切な運用のためのワークフローやガイドライン、マニュアルなどの整備が必要である。

リンク切れや表示崩れ

リンク切れや表示崩れなどの不具合が多く、提供情報への信頼性を損なっている。特に古いページや末端ページで問題が多く見られた。各所属で問題点を容易に確認・修正できるようにする、また定期的なメンテナンスを行う等により、信頼性を向上させる必要がある。

県章の適切な扱い

県章が適切に扱われておらず、ブランドイメージや提供情報の信頼性を損なう恐れがある。特に個人情報扱うシステムでは、堅牢なイメージを保つことが重要である。

グラフィックのスタイルやトーン

グラフィックのスタイルやトーンが古い印象を与え、ブランドイメージを損なう恐れがある。画像の解像度が低く、表示が荒い箇所も多いことがわかった。

サイトの構成

グローバルナビゲーションが複雑で、ユーザーが目的の情報に辿り着きにくい。メインメニューの階層化が過度であり、ユーザーにとって使いにくい構造になっている。職員目線ではなく、県民目線での分かりやすい情報体系を構築する必要がある。

操作効率

PC版のメインメニューはマウスオーバーでサブメニューが表示される仕組みだが、操作がしづらい。また、お気に入り登録機能が機能していないなど、操作効率に課題があることがわかった。

アクセシビリティ

自動的に動くスライドが情報の閲覧を阻害しており、画像の代替テキストが適切に記述されていないなど、アクセシビリティに問題がある。

コンテンツ表現

テキストリンクのスタイルに一貫性がなく、ラベルや見出しに表記の揺れが見られた。また、具体性に欠けるラベルやボタンであることが分かりづらいスタイリングが採用されている。

第5節 MICHECKER 診断結果の考察

アクセシビリティの向上

多くのページでアクセシビリティに関する問題が指摘されていた。特に、iframe 要素の title 属性やデータテーブルの scope 属性の欠如、画像の alt テキストの不適切さが目立つ。これらの問題は、視覚障害者や高齢者など、特別なニーズを持つユーザーにとって大きな障害となる。JIS X 8341-3:2016 のレベル AA に準拠し、高齢者や障害者を含むすべての利用者が情報にアクセスしやすいサイトを目指す必要がある。

システムと運用の改善

システムで修正が必要なエラーが多く見られ、職員がページ作成・編集時に修正可能なエラーも多くあることがわかった。CMS のアクセシビリティチェック機能を活用し、職員の教育・支援を強化することが重要。これにより、日々の運用でアクセシビリティに対応したページを作成することが可能となる。

定期的なチェックとメンテナンス

定期的にサイト全体のアクセシビリティチェックを行い、問題点のあるページの確認・修正を行うことで、一定の品質を保つ運用が可能。これにより、ウェブサイトの品質を維持し、ユーザーにとって使いやすいサイトを提供することができるようになる。

第6節 サブサイト調査結果の考察

独自性とカスタマイズ性の重視

サブサイト担当職員が独自性とカスタマイズ性を重視していることから、各サブサイトが特定の業務や利用者に対応するための独自の機能やデザインを持つことが求められていることがわかった。リニューアル後の県公式サイトでは、サブサイトの独自性とカスタマイズ性を維持しつつ、統一感のあるデザインと機能を提供する形での統合が望ましい。

運用における課題

CMS の操作性に関する課題が多く、特に「CMS の理解」や「画像の設定」、「文字の入力」に時間がかかることが指摘されていた。これらの課題を解決するためには、直感的に操作できるシステムや、HTML の知識が不要な環境を整備することが必要。

サイト移行に前向きな姿勢

多くの職員がサブサイトの移行に前向きであることから、リニューアル後の県公式サイトにサブサイトを統合することが現実的であり、効果的な情報提供が期待できる。職員が更新しやすいようにサブサイトの用途ごとのテンプレートを用意することで、コンテンツ作成の効率化と、コンテンツの一貫性が期待できる。

奈良スーパーアプリとホームページの連携

スーパーアプリ側でユーザーのプロフィールに合わせた情報提供が可能であることから、ホームページのコンテンツとして入力した報道発表、イベント、施設などの情報を、スーパーアプリと情報連携し表示する機能を実装することで、より効果的な情報提供が可能になる。

第9章 基本構想

第1節 自治体ウェブサイトのあるべき姿

民間ウェブサイトとの違いを踏まえたうえで自治体ウェブサイトのあるべき姿を以下に示す。

企業など民間のウェブサイトはサービスの認知度向上、顧客獲得、商品販売などを目的とし、ターゲット顧客や潜在顧客への情報提供を自社のウェブサイトを通じて行っている。

それに対して自治体ウェブサイトは、地域住民および地域外住民に向けた広報ツールとして、情報提供、公共サービスの案内、住民とのコミュニケーション、緊急情報を発信する役割を担っている。

自治体広報の最大のオウンドメディアとして、信頼性の高い情報を正しく伝える必要があることから、正確性、速報性と共に、内容のわかりやすさや、情報へのアクセスのしやすさも重要である。

また、民間ホームページとの違いとして、自治体ウェブサイトは、人命や生活に関わる情報を扱うことや、営利ではない、公平性の観点から、誰一人取り残さない広報が求められる。

また、情報更新という面では、専門の少人数で運用する民間ホームページとは違い、不特定多数の職員が発信を行う自治体ウェブサイトは、様々な更新者が作成してもコンテンツ表現やデザインの統一感などが一定の品質で運用するための取り組みが必要である。

これらの特性を踏まえて自治体ホームページ構築・運用のポイントを以下に示す。

誰もが情報を入手しやすい

- 各自治体の「らしさ」を伝えられるデザイン
- 各種デバイスに適した表示
- ウェブアクセシビリティとユーザビリティの確保
- 目的の情報に迷わず辿り着ける
- 内容のわかりやすさ

時勢やニーズに適した情報配信

- SNS を活用したプッシュ型の情報発信
- ニーズやトレンドの変化に対応できる柔軟性

コンテンツ作成の簡便性・統一性

- 職員が簡単に編集でき、かつアクセシビリティに対応
- 不特定多数の更新でも運用でき、ルールが整備されている

緊急時の迅速な情報配信

- 各種情報と連携し緊急災害情報を即座に配信

情報セキュリティの確保

- 高いセキュリティと、安全・安心なシステム

第2節 リニューアルコンセプト素案

奈良県の広報情報の集約と、自治体広報(または広報 DX)の最先端を目指し、奈良県ウェブサイトの価値やコンテンツの品質を常に高められる仕組みを構築する。

ウェブサイトを求める姿

- 県行政と住民・企業との接点となるウェブサイト
- 民間企業の行動原理や戦略を取り入れたウェブ広報の実践
- データ分析による持続的な改善と最適化

クオリティコントロール

- 県庁全体が統一されたルールの下でウェブサイトを構築・運用

奈良スーパーアプリとの連動

- 奈良スーパーアプリの情報発信ポータルと目的や機能を分担し、情報発信の更新性向上

第3節 リニューアルに盛り込むべき事項

第1節、第2節を踏まえて次期リニューアルに盛り込むべき事項を以下に示す。

第1項 デザイン指針**スマートフォンファースト スマートフォンユーザーの行動パターン**

庁外アンケート・アクセスログ解析結果から、スマートフォンユーザーの割合が高いことが判明したため、スマートフォンファーストの設計を採用する。

「奈良県らしさ」を表現したトップページ 検索サイトからの流入 ビジュアルデザインの一貫性

アクセスログ解析や UI/UX 診断の結果から、トップページに多くの課題が挙げられたため、アクセシビリティとユーザビリティを担保しながらも、奈良県の特徴や魅力を最大限に活かしたホームページデザインに刷新する。

一貫したトーン&マナーによる統一感 ビジュアルデザインの一貫性

UI/UX 診断の結果、ウェブサイト全体のビジュアルデザインに一貫性が欠けており、公式情報として認識

しづらい点が指摘された。県公式ウェブサイトシステムで管理するメインサイトとサブサイトの配色やレイアウトを統一し、公式ウェブサイトとしての一体感を強化する必要がある。

さらに、トーン&マナーの一貫性を保ち、県章の適切な扱いを定めることで、ビジュアルデザインを統一し、ブランドイメージの向上を図る。

第2項 サイト構造設計方針（サブサイト含む）

大分類（グローバルナビゲーション）の再設計 サイトの構成

奈良県公式ウェブサイトの大分類（グローバルナビゲーション）を、構造の推察と操作の学習が容易なものに再設計し、利用者が情報を探しやすくすることを目指す。

組織目線ではなく県民目線での情報体系の見直し サイトの構成

県民目線での情報分類体系に見直しを行い、情報の分類をシンプルかつ明確にする。県民情報を主軸とした適切な情報分類を行い、ユーザーが必要な情報に迅速にアクセスできるようにする。

情報の即時性の確保 情報の即時性の確保

イベント情報や防災情報、交通情報、福祉相談、補助金・助成金情報など、日常生活に役立つ情報を充実させる。また、情報の即時性を確保し、特に災害時など緊急を要する状況での迅速な情報発信を行う。

リンク切れや表示崩れの改善 リンク切れや表示崩れ

コンテンツのレビューやテストを徹底し、定期的なメンテナンスを行い、提供情報への信頼性を向上させる。

サイトの回遊性を高める動線の工夫 スマートフォンユーザーの行動パターン

アクセスログ解析で現状サイトはスマートフォンユーザーの回遊率が低いことが判明したため、サイト内の回遊性を高める工夫として、ローカルナビゲーションや関連情報、おすすめ情報を適切に配置し、利用者が自然に次の情報にアクセスできる動線を設計する。

第3項 コンテンツ設計方針

用途ごとのテンプレートの用意 サイト移行に前向きな姿勢

サブサイトの移行において一貫性を持ったデザインで統一するため、用途ごとのテンプレートを用意し、コンテンツ作成を効率化する。テンプレート導入により、コンテンツの一貫性が保たれ、利用者にとって使いやすいサイトを実現する。

情報配信強化 奈良スーパーアプリとホームページの連携

県公式ホームページおよび奈良スーパーアプリのそれぞれの特性を活かしながら、報道発表情報等について、両メディアから自動連携しながら発信していくことで情報発信力を強化していく。

SEO対策 検索サイトからの流入

検索エンジン最適化（SEO）を強化し、奈良県公式ウェブサイトの検索結果での表示順位を向上させ、よ

り多くの利用者がサイトにアクセスしやすくする。

操作効率の向上

マウスオーバーで大きく表示情報が変化する要素を避け、メインメニューはクリック遷移し、遷移先でサブメニューを表示するようにする。また、サイト内検索の設定を見直し、検索が適切に機能するように修正する。

第4項 アクセシビリティ方針

JIS X 8341-3:2016 のレベル AA に準拠 アクセシビリティの向上

奈良県公式ウェブサイトは、JIS X 8341-3:2016 のレベル AA に準拠し、すべての利用者が情報にアクセスしやすいサイトを目指す。これにより、高齢者や障害者を含むすべての利用者が快適にサイトを利用できるようにする。HTML(XHTML)、CSS、JavaScript などで実装する部分を対象とし、映像と音声に関する達成基準及び PDF 等添付ファイルについては別途対応を検討する。

具体的な改善策としては、画像の代替テキストの設定、スキップリンクの導入、iframe 要素に title 属性を付ける、データテーブルの見出しセルに scope 属性を設定する、画像の alt テキストを適切に設定するなどを行う。これにより、視覚障害者や高齢者など、特別なニーズを持つユーザーにとって使いやすいサイトを提供する。

アクセシビリティを確保できるチェック機能 システムと運用の改善

庁内アンケートでアクセシビリティについて「理解していない」と答えた職員が半数以上いたことから、アクセシビリティを確保するためのチェック機能を搭載し、職員が容易にアクセシビリティ対応を行えるようにする。CMS のアクセシビリティチェック機能を活用し、職員が日々の運用でアクセシビリティに対応したページを作成できるようにする。

運用中もアクセシビリティ品質を確保するための支援 定期的なチェックとメンテナンス

運用中も、定期的なチェックと改善を実施し、アクセシビリティ品質を維持するため、定期的な miChecker 診断により、問題点の抽出と改善のための支援を行う。

第5項 システム機能設計方針

直感的な操作感で簡単に更新が可能な CMS 情報の探しにくさと CMS の操作性

庁内アンケートで「CMS の操作が複雑、直感的にページを作成したい」という意見が多かったことから、職員が簡単に更新作業を行えるよう、直感的な操作感を持つ CMS を導入し、更新作業の効率化を図る。操作が直感的で使いやすい CMS を導入し、職員向けの研修やサポート体制を強化することで、更新作業の効率化と職員の負担軽減を実現する。

サイト内検索機能 求められる機能と情報の充実

庁外・庁内アンケートで「検索機能の向上」が求められていたため、利用者が必要な情報を迅速に見つけ

られるよう、見やすくわかりやすいサイト内検索機能を提供する。AI 検索機能や音声検索機能を導入し、直感的に操作できるようにする。

生成 AI を活用したホームページ作成支援 情報の探しにくさと CMS の操作性

生成 AI を活用し、職員が効率的にホームページを作成できるよう支援することで、作業時間の短縮と品質の向上を図る。これにより、職員の負担を軽減し、より効果的な情報発信が可能となる。

緊急情報連携 情報の即時性の確保

庁外・庁内アンケートで緊急時の最新情報のニーズが高いことから、緊急時に迅速に情報を発信できるよう、緊急情報連携機能を強化する。これにより、利用者が必要な情報をタイムリーに取得できるようにする。

SNS や外部システムとの連携強化 閲覧率の低さと若年層の利用傾向

公式ホームページと SNS を連携させ、情報発信を強化し、SNS を通じてホームページへの誘導を図り、閲覧率の向上を目指す。外部システムとのデータ連携を強化し、情報の一貫性と信頼性を向上させる。これにより、利用者に対して包括的な情報提供が可能になる。

奈良スーパーアプリとの連携 奈良スーパーアプリとホームページの連携

奈良スーパーアプリと公式サイトの相互の誘導力を強化するために、各種情報のシステム連携を図ることで、ユーザーが相互のサービスにスムーズにアクセスできるようにする。

第6項 サブサイト統合方針

サブサイトをメインサイトの分類配下に配置 サイト移行に前向きな姿勢

サブサイトの分散が情報取得を難しくしているため、サブサイトを可能な限り、公式ウェブサイトの分類配下に移設し、情報を一元化する。これにより、利用者が必要な情報に迅速にアクセスでき、セキュリティリスクの低減も期待される。

サブサイトの独自性とカスタマイズ性の維持 独自性とカスタマイズ性の重視

サブサイトの独自性とカスタマイズ性を維持しつつ、統一感のあるデザインと機能を提供する。これにより、各サブサイトが特定のニーズに応えつつ、全体として一貫性のある情報提供が可能になる。

第7項 運用設計方針

デザイン統一のためのガイドライン、マニュアルの整備 ビジュアルデザインの一貫性

- 運用開始後もデザインの一貫性を担保したページ作成が行えるよう、スタイリングやラベルのルールを定めた各種ガイドラインやマニュアルなど、職員のための指針を整備する。特に記事作成者によってばらつきの出やすい画像や詳細記事のスタイリングについては、事例集や画像テンプレートを用意することで品質を担保し、ブランドイメージを向上させる。また、ガイドラインやマニュアルを定期的に見直す体制を合わせて確立することで形骸化を防ぎ、持続的な運用を実現する。

職員への研修 職員の操作性向上とサポート体制

職員アンケートで「CMS の操作方法を理解するための研修やサポートが不足している」との声があったことから、職員に対して定期的な研修を実施し、システムの運用方法の習熟を支援する。

ヘルプデスクの導入 ヘルプデスクの導入

庁内の業務改善のためにヘルプデスクを導入し、問い合わせ対応の効率化を図る。これにより、職員のサポート体制を強化し、業務の効率化を図る。

ドメイン管理の徹底 ドメイン管理の徹底

サブサイトの乱立を防ぐため、事前協議のルールを徹底し、全庁的な管理を強化する。これにより、情報の一貫性と信頼性を向上させる。

定期的なアクセス解析と改善提案

定期的なアクセス解析を行い、サイトの課題を抽出し改善を行うことで、常に最適なサイト運用を実現する。GA4 などの解析ツールを導入し、各課のページやサブサイトのアクセス数を詳細に把握できるようにする。これにより、各サイトの課題を特定し運用中の改善を図る。

毎年のアクセシビリティ診断 定期的なチェックとメンテナンス

サイトのアクセシビリティ品質を維持するため、毎年アクセシビリティ診断を実施し、全ての利用者にとって使いやすいサイトを目指す。定期的にサイト全体のアクセシビリティチェックを行い、問題点のあるページの確認・修正を行うことで、ウェブサイトの品質を維持し、ユーザーにとって使いやすいサイトを提供する。

セキュリティ対策の強化

セキュリティ対策の状況を明確にし、必要な対策を講じる。具体的には、ウイルス対策やファイアウォールの設定、定期的なセキュリティチェックを行う。

自治体広報専門家の視点による運用アドバイス

住民への情報提供をより効果的に行うため、自治体広報の専門家からのアドバイスを受け、運用の質を高めていくことで、広報活動の効果の最大化を図る。

運用中のシステム・コンテンツ改修

運用中に発生するシステムやコンテンツの問題を迅速に改修し、常に高品質なサイトを維持する。