

1 業務名

愛顔えひめの文化祭 2028 開会式・閉会式実施計画書策定及び広報業務委託

2 目的

令和 10 年度に愛媛県で開催する「愛顔えひめの文化祭 2028（第 43 回国民文化祭、第 28 回全国障害者芸術・文化祭）」の成功に向け、「愛顔えひめの文化祭 2028 基本構想」（以下「基本構想」という。）に基づき、開会式・閉会式に係る実施計画書を策定するとともに、開催に向けた認知度向上及び機運醸成を図るための戦略的な広報計画の作成及び令和 8 年度の効果的な広報事業を実施することを目的とする。

なお、本業務は、令和 9 年度以降に本格化する準備業務及び各種事業の円滑な実施に向けた基礎資料の整備を目的とするものである。

○愛顔えひめの文化祭 2028 の概要

1 正式名称

「第 43 回国民文化祭」、「第 28 回全国障害者芸術・文化祭」

2 統一名称

愛顔えひめの文化祭 2028（にーまるにーはち）

3 基本方針

- ① 愛媛文化の結集と発信
- ② 文化芸術の世代を超えた継承と創造
- ③ 文化芸術でつながるまちづくり
- ④ 文化芸術を通じた共生社会の実現
- ⑤ 交流人口の拡大と地域活力の増進

4 キャッチフレーズ、ロゴマーク

未定（公募により決定）

5 主催者

文化庁、厚生労働省、愛媛県、愛媛県実行委員会、県内市町、市町実行委員会、文化関係団体、障がい者関係団体 等

6 会期

令和 10 年 10 月 22 日（日）から 12 月 3 日（日）まで

7 開会式・閉会式概要

（1）開会式

日時：令和 10 年 10 月 22 日（日）

場所：愛媛県県民文化会館（愛媛県松山市道後町 2 丁目 5 番 1 号）

（2）閉会式

日時：令和 10 年 12 月 3 日（日）

場所：愛媛県県民文化会館（愛媛県松山市道後町 2 丁目 5 番 1 号）

3 業務委託期間

契約締結の日から令和9年3月31日まで

4 業務内容

業務の内容は、次に掲げる(1)～(4)とし、以下の点に留意の上、業務を実施すること。
なお、本仕様書において「発注者」とは、愛顔えひめの文化祭 2028 愛媛県実行委員会（以下「実行委員会」という。）をいう。

- ・本業務の実施にあたっては、以下の事項の検討を十分行うこととし、発注者と協議の上、決定するものとする。なお、提案内容については、実行委員会及び実行委員会内に設置された企画委員会（以下「企画委員会」という。）等で助言をいただく予定であり、変更が生じる可能性があることに留意すること。
- ・先催県の開会式・閉会式の開催内容や、基本構想を踏まえた上で、より魅力的で工夫を凝らした企画内容とすること。
- ・国民文化祭と全国障害者芸術・文化祭の一体開催の意義が反映されたものとする。
- ・障がい者に配慮した計画や実施内容とすること。

(1) 開会式に係る実施計画の提案

下記項目について、提案すること。なお、以下の項目以外に、別途発注者が提案を指示する場合がある。

ア 開会式概要

- ・日時、会場、全体構成、プログラムの概要等を記載すること。
- ・開会式の基本構成は「プロローグ」、「式典」、「フェスティバル」、「エピローグ」を想定しているが、より良い提案がある場合は、他の提案も可とする。

イ 演出計画、出演者計画

- ・全体構成、プログラム及び演出展開等について提案すること。なお、愛媛県の文化や歴史を音楽やダンスで表現するプログラムを基本とし、地域の風土と人々の営みが織り上げた豊かな地域資源の魅力を結集の上、愛媛県らしさを十分に表現し、本県の魅力を全国に発信するほか、先駆的で新しい内容を含んだ提案とすること。
- ・開会式全体の演出及び進行管理を行う体制について提案すること。なお、より魅力的かつ効果的な式典の実現に資すると認められる場合は、総合演出を担う演出家等の配置について提案することができる。
- ・出演者、司会者その他必要な人材については、候補者の実名提案に限らず、求められる人物像、選定の考え方及び起用方針について提案すること。

※本提案に当たり、候補者への事前の出演交渉、出演承諾の取得その他これらに類する行為は要しない。(各候補者については、契約後に発注者と協議の上、決定することとし、計画策定業務を実施する中で、その他の専門家や著名人等を起用した方が望ましいと思われる場合は、追加して提案することも妨げない。)

※各候補者は愛媛県出身・在住など愛媛県にゆかりがあることが望ましい。

※提案者が提案した人物に対する費用（謝礼等）についても、本業務において候補者へのヒアリング、調整等が必要となる場合の費用を見込むこと。なお、実際の出演契約等に係る費用は別途協議する。

ウ 来場者募集、受付計画

- ・来場者区分を踏まえた募集及び受付の基本方針について提案すること。

エ 会場ゾーニング計画、動線計画、配席計画等

- ・会場内及び会場周辺のゾーニング計画及び動線計画について提案すること。また、会場内の配席（皇室ほかSVIPを含む）、舞台、会場装飾、受付、誘導等、運営上必要な項目について提案すること。

※会場特性を理解し、利点を最大限活かすこと。

※障がい者に配慮した計画とすること。

オ 輸送計画

- ・来場者区分に応じた来場方法、輸送方法について提案すること。

カ 動員配置計画

- ・動員方針や実施体制を含めた動員配置計画について提案すること。

キ 情報保障を含む合理的配慮計画

- ・障がいのある人の特性に応じた情報保障その他合理的配慮について、観覧者、出演者及び関係者それぞれの視点から具体的に提案すること。

ク おもてなし計画

- ・会場内外でのおもてなしコーナー・イベント等について提案すること。

ケ 放送計画

- ・テレビ、インターネット配信その他多様な媒体を活用し、開会式の内容を広く共有できる効果的な情報発信方法について提案すること。

コ 警備計画

- ・規制方法及び警備配置について提案すること。

サ イメージパース

- ・式典の内容（演出、舞台、会場装飾等）をイメージできるパースを作成すること。

シ 準備スケジュール

- ・開催まで（令和8年度～令和10年度）の準備スケジュールを作成すること。

ス 実施経費

- ・令和9年度及び令和10年度の準備経費及び実施経費を算出すること。

（２）閉会式に係る実施計画の提案

下記項目について、提案すること。なお、以下の項目以外に、別途発注者が提案を指示する場合がある。

ア 閉会式概要

- ・日時、会場、全体構成、プログラムの概要等を記載すること。
- ・なお、閉会式の基本構成は、「オープニング」、「式典」、「次期開催県アトラクション」、

「グランドフィナーレ」を想定しているが、より良い提案がある場合は、その他の提案も可とする。

イ 演出計画、出演者計画

- ・全体構成、プログラム及び演出展開等について提案すること。なお、愛媛県の文化や歴史を音楽やダンスで表現するプログラムを基本とし、地域の風土と人々の営みが織り上げた豊かな地域資源の魅力を結集の上、愛媛県らしさを十分に表現し、本県の魅力を全国に発信するほか、先駆的で新しい内容を含んだ提案とすること。
- ・閉会式全体の演出及び進行管理を行う体制について提案すること。なお、より魅力的かつ効果的な式典の実現に資すると認められる場合は、総合演出を担う演出家等の配置について提案することができる。
- ・出演者、司会者その他必要な人材については、候補者の実名提案に限らず、求められる人物像、選定の考え方及び起用方針について提案すること。

※本提案に当たり、候補者への事前の出演交渉、出演承諾の取得その他これらに類する行為は要しない。(各候補者については、契約後に発注者と協議の上、決定することとし、計画策定業務を実施する中で、その他の専門家や著名人等を起用した方が望ましいと思われる場合は、追加して提案することも妨げない。)

※各候補者は愛媛県出身・在住など愛媛県にゆかりがあることが望ましい。

※提案者が提案した人物に対する費用（謝礼等）についても、本業務において候補者へのヒアリング、調整等が必要となる場合の費用を見込むこと。なお、実際の出演契約等に係る費用は別途協議する。

ウ 来場者募集、受付計画

- ・来場者区分を踏まえた募集及び受付の基本方針について提案すること。

エ 会場ゾーニング計画、動線計画、配席計画等

- ・会場内及び会場周辺のゾーニング計画及び動線計画について提案すること。また、会場内の配席（SVIPを含む）、舞台、会場装飾、受付、誘導等、運営上必要な項目について提案すること。

※会場特性を理解し、利点を最大限に活かすこと。

※障がい者に配慮した提案とすること。

オ 輸送計画

- ・来場者区分に応じた来場方法、輸送方法について提案すること。

カ 動員配置計画

- ・動員方針や実施体制を含めた動員配置計画について提案すること。

キ 情報保障を含む合理的配慮計画

- ・障がいのある人の特性に応じた情報保障その他合理的配慮について、観覧者、出演者及び関係者それぞれの視点から具体的に提案すること。

ク おもてなし計画

- ・会場内外でのおもてなしコーナー・イベント等について提案すること。

ケ 放送計画

- ・テレビ、インターネット配信その他多様な媒体を活用し、閉会式の内容を広く共有できる効果的な情報発信方法について提案すること。

コ 警備計画

- ・規制方法及び警備配置について提案すること。

サ イメージパース

- ・式典の内容（演出、舞台、会場装飾等）をイメージできるパースを作成すること。

シ 準備スケジュール

- ・開催まで（令和8年度～令和10年度）の準備スケジュールを作成すること。

ス 実施経費

- ・令和9年度及び令和10年度の準備経費及び実施経費を算出すること。

（3）広報計画の提案

愛顔えひめの文化祭 2028 の開催を県内外に広報するとともに、本文化祭の認知度の向上や参加機運の醸成を図るため、開催まで（令和8年度（下期）～令和10年度）の戦略的な広報計画を作成すること。

なお、次世代を担う子どもや若者が全国規模の文化芸術や多彩な地域文化に主体的に関わる機会の充実や文化芸術の継承・発展、新たな文化芸術の創造を目指し、若年層をターゲットとした取組も提案すること。

また、広報啓発に係る取組においては、地域に根ざす文化芸術の担い手や映像作家、写真家、デザイナー、学生等、地元のクリエイターとの協働や起用にも配慮しつつ、地域の文化資源の再発見やシビックプライドの醸成に寄与するものとし、現実的かつ持続的な事業展開を見据えた提案とすること。

ア 県民参加の企画

- ・愛顔えひめの文化祭 2028 基本構想に基づき、会期前から会期中にかけて、県内全域を巻き込む取組や県民が日常的に文化芸術に親しむことができる機運醸成のための企画を提案すること。

イ 広報、宣伝の企画

- ・テレビCM・新聞広告、ホームページやSNS等の広報媒体、ロゴマーク・キャッチフレーズの活用、広報グッズの提案、電車・バスのラッピング、周年イベントの企画等について、基本構想の「開催準備計画」に記載する「認知獲得（令和8年度）、開催機運増進（令和9年度）、参加機運醸成（令和10年度）」を踏まえ、各ステージにおける効果的かつ効率的な広報、宣伝を企画すること。

ウ 準備スケジュール

- ・開催まで（令和8年度～令和10年度）の準備スケジュールを作成すること。

エ 実施経費

- ・上記ア、イに係る実施経費を算出すること。
- ・算出経費は、提案内容の実施に必要な一切の経費とし、出演者に係る謝金（出演・旅費・宿泊経費等の一切の経費）を含む。

(4) 令和8年度広報事業の実施

下記①～③について、令和8年度の実施内容を提案すること。

①PR動画の制作

認知度の向上や開催機運の醸成を図るため、県内外に向けたPR動画を制作すること。

PR動画制作にあたっての詳細な事項については、別紙1「愛顔えひめの文化祭2028PR動画制作業務仕様書」のとおりとすること。

②専用ホームページの開設及び管理運営

愛顔えひめの文化祭2028の情報を分かりやすく伝える特設サイト（以下「公式ホームページ」という。）を開設し、ユーザー視点で利用しやすいホームページを作成・運用することにより、開催に向けた取組や各種募集を広く効果的に情報発信することに加え、イベント終了後における各種取組のアーカイブ化を目的に、ウェブサイトの企画・設計・デザイン・作成及びホームページの運用・管理を行うこと。

ホームページ作成等にあたっての詳細な事項については、別紙2「愛顔えひめの文化祭2028公式ホームページ作成・運用業務仕様書」のとおりとすること。

③PRイベントの開催

県内における愛顔えひめの文化祭2028の認知度の向上及び県民の開催機運の醸成を図るため、PRイベントを開催すること。

- ・日 程：令和9年1～3月の間で1日
- ・場 所：県内商業施設等（認知度向上のため、集客が見込まれる施設）
- ・内容案：内容は、ロゴマーク・キャッチフレーズの活用、文化芸術又は障がい者芸術に関連するプログラム等を含め、認知度向上に資する内容を提案すること。
- ・その他：会場使用及び出演者（メインゲストを含む。）に係る調整は、発注者と受注者が協議の上、決定すること。
- ・業 務：内容については、次の事項を盛り込むこと。
 - ・イベントの企画、運営
 - ・実施運営マニュアル、進行台本の作成
 - ・美術、音響、照明等のプランニング及び実施
 - ・出演者に対する出演交渉、連絡調整、出演に要する経費の支払
 - ・会場担当者との調整、会場（備品等含む）の使用に要する経費の支払
 - ・会場配置計画、図面の作成
 - ・イベント当日の運営、進行管理
 - ・会場の設営・撤去
 - ・発注者と協議の上、各種広報媒体による広報の実施
 - ・音楽著作権使用料等、音響使用に要する経費の支払
 - ・必要に応じたインターネットによる動画配信

5 成果物の納品

成果物について、次のとおり提出すること。ただし、発注者から別途指示があった場合は、その指示に従うこと。

(1) 成果物

ア 開会式・閉会式に係る実施計画書

4の(1)、(2)を踏まえ、実施計画書を作成し、提出すること。

(ア)実施計画書(A4、簡易製本、カラー印刷) 30部

(イ)実施計画書のデータを記録した電子データ(DVD-R) 2枚

(ウ)所要経費見積(令和9年度分、令和10年度分)(A4・様式は別途発注者と協議の上、決定) 1式

(エ)事業実施報告書(協議実績等をまとめたもの) 1式

【所要経費見積の考え方】

次の事項について、積算すること。

○開会式・閉会式の準備経費及び実施経費

・準備経費及び実施経費には、開会式・閉会式の脚本(改稿)、演出、音楽の作曲・編曲、映像制作、練習会、リハーサル及び本番の実施(会場使用料、会場設営・撤去費、仮設備費、照明・音響・映像等舞台備品、大道具、小道具、美術及び衣装、出演者輸送、救護所、会場美化等)、観覧者募集案内・招待業務、観覧者輸送・駐車場運營業務、当日要員(司会、ディレクター、オペレーター、スタッフ、警備員等)、出演者に係る出演・旅費・宿泊経費等の一切の経費を含む。なお、上記の準備経費及び実施経費以外に、開会式・閉会式開催に係る追加経費が見込まれる項目があればもれなく追加提案すること。

・ただし、令和9年度と令和10年度を合算した準備経費及び実施経費の設定金額は、開会式・閉会式に係る業務すべてを含めて**220,000千円(税込)程度**とする。なお、本金額は先催事事例等を参考に設定した想定事業規模である。

※積算された金額は、あくまで企画提案上の事業規模に基づく参考見積であり、令和9年度、令和10年度の発注額を示すものではない。

※本業務の受託者が令和9年度以降の同類業務の受託者となることを確約するものではない。

イ 広報計画書

4の(3)を踏まえ、広報計画書を作成し、提出すること

(ア)広報計画書のデータを記録した電子データ 1式

(イ)所要経費見積(令和9年度分、令和10年度分)(A4・様式は別途発注者と協議の上、決定) 1式

(ウ)事業実施報告書(協議実績等をまとめたもの) 1式

【所要経費見積の考え方】

次の事項について、積算すること。

○令和9年度及び令和10年度における広報費

- ・広報企画に係る実施経費
- ・公式ホームページの更新・運用・保守経費

※この金額は、あくまで企画提案上の事業規模に基づく参考見積であり、令和9年度、令和10年度の発注額を示すものではない。

※本業務の受託者が令和9年度以降の同類業務の受託者となることを確約するものではない。

ウ 令和8年度広報事業に係る成果物

①PR動画

別紙1「愛顔^{えがお}えひめの文化祭2028PR動画制作業務仕様書」のとおり

②公式ホームページ

別紙2「愛顔^{えがお}えひめの文化祭2028公式ホームページ作成・運用業務仕様書」のとおり

③PRイベント

- ・事業実施報告書（イベント実施状況、事業成果（参加者数、アンケート等）、協議実績等をまとめたもの） 1式

(2) 納品場所

実行委員会事務局（愛媛県観光スポーツ文化局文化振興課国民文化祭推進室内）
愛媛県松山市一番町四丁目4番地2

(3) 納期

ア 開会式・閉会式実施計画書に係る成果物：令和9年3月31日

※但し、令和9年度所要経費見積は令和8年10月15日

※提出にあたっては、掲載内容について発注者と調整の上、別途指示する日までに原稿案を提出すること。また、最終版の提出までに、都度原稿案の提出を求めることがあることに留意すること。

イ 広報計画に係る成果物：（第1回）令和8年10月15日、（最終）令和9年3月31日

ウ 令和8年度広報事業に係る成果物

①PR動画

別紙1「愛顔^{えがお}えひめの文化祭2028PR動画制作業務仕様書」のとおり

②公式ホームページ

別紙2「愛顔^{えがお}えひめの文化祭2028公式ホームページ作成・運用業務仕様書」のとおり

③PRイベント

イベント実施後1か月以内もしくは令和9年3月31日のいずれか早い日

6 業務の進め方

- (1) 契約締結後遅滞なく、受託者が提案した企画提案書を基に具体的な業務内容について発注者と協議の上、委託契約書に定める「業務計画書」を作成して発注者に提出すること。
- (2) 受託者は、発注者の意図及び目的を十分理解した上で、本業務を総括する責任者、主任担当者及び業務担当者を適正に配置し、発注者と連絡調整を密にしつつ、効率的に業務を進めること。
- (3) 受託者は、先催県の開会式・閉会式開催内容を十分把握するとともに、「基本構想」を尊重し、業務内容に反映すること。
- (4) 受託者は、適正な実施体制とスケジュールにより業務を実施することとし、業務の実施にあたっては、定例的に進捗状況及び今後の進め方等を発注者に報告するほか、必要に応じて発注者と打ち合わせを行うこと。
- (5) 受託者は、発注者から業務の進捗状況を把握するために資料等を要求された場合は、速やかに提出すること。また、発注者からの要請に応じて、別途開催される会議等がある場合には、必要な資料を提供するとともに、必要に応じて出席し説明すること。
- (6) 実施計画作成の進捗状況及び内容について、企画委員会（年3回程度）に対して説明、報告すること。ただし、企画委員会から別途説明の機会を設けるよう求められた場合、この限りではない。
- (7) 開会式、閉会式に係る実施計画及び広報計画については、令和8年9月15日頃までに、計画（素案）として中間報告を行うこと。
- (8) 発注者は、本業務（再委託した場合を含む）の履行について、著しく不相当と認められるときは、受託者に対してその理由を明示した書面を求め、必要な措置をとるよう要求する場合がある。受託者は、当該要求があったときは、要求のあった日から10日以内に発注者に書面を提出するとともに、真摯に対応すること。

7 業務の再委託

- (1) 受託者は、本業務の全部又は一部を第三者に再委託し、又は請け負わせることはできない。ただし、業務を効率的に行うために必要と認められる限りにおいて、本業務の一部を委託することができる。
- (2) 再委託の範囲は受託者が責任を果たせる範囲とし、再委託先に問題が生じた場合は、受託者の責任において解決すること。
- (3) 受託者は、再委託を行う場合には、再委託先の概要と責任者を明記し、再委託する業務の内容等を事前に書面にて提出し、発注者の承認を得ること。
- (4) 再委託先は、可能な限り、愛媛県内に主たる営業所を有する者の中から選定するよう努めること。

8 守秘義務及び個人情報の取扱い

- (1) 受託者は、本業務の実施に際して知り得た秘密を他に漏らしてはならない。また、委託期間終了後も同様とする。
- (2) 本業務の実施のための個人情報の取扱いについては、別記「個人情報取扱特記事項」を遵守しなければならない。
- (3) 再委託の範囲に個人情報の取扱いが含まれるときは、再委託先との間で個人情報に関する適切な体制を確保しなければならない。

9 著作権等の取扱い

- (1) 本業務により制作された成果物等の一切の著作権（著作権法第 27 条及び第 28 条の権利を含む。）は、完了検査をもって全て発注者に譲渡すること。また、受託者は、発注者及び発注者が指定する第三者に対して、著作者人格権を行使しないものとする。ただし、成果物等の中に既に受託者が著作権を保有している著作物が含まれている場合、当該著作物の著作権は、受託者に帰属するものとする。
- (2) 成果物等に第三者が権利を有する著作物等が含まれる場合は、受託者は当該既存著作物等の使用に必要な費用の負担や使用許諾契約等に係る一切の手続きを行うこと。
- (3) 第三者から著作権侵害等の異議申し立て、紛争の提起がなされた場合は、全て受託者の責任と費用負担で対応すること。

10 支払条件等

本業務に係る経費は、業務を完了し、検査した後に支払うものとする。

11 その他

- (1) 本仕様書に明示なき事項、又は業務上疑義が発生した場合は、両者の協議により業務を進めるものとする。
- (2) 発注者は、この契約の成果物を自由に使用し、又はこれを使用するに当たり、その内容等を変更することができるものとする。
- (3) 受託者は、業務上知り得た情報を厳重に管理し、関係者の他に漏らし、又は本業務履行のため以外の目的に不正に使用してはならない。万一、受託者の責めに帰す情報漏洩が発生した場合、それにより発生する損害（第三者に及ぼした損害を含む。）については、受託者が自己の責任において処理しなければならない。契約期間が終了した後であっても同様とする。
- (4) 本業務の実施にあたっては、第三者のあらゆる権利を侵害しないこと。
- (5) 計画に係る素材及び成果品についての物権及び著作権は、正当な手続により使用又は借用した第三者のものを除き発注者に帰属すること。
- (6) 計画における肖像権等権利関係については、受託者の責任において処理すること。
- (7) 可能な限り経費節減に努めるとともに、限られた予算の中で最大限の効果が期待される計画とすること。

愛^{えがお}顔えひめの文化祭 2028 P R 動画制作業務仕様書

本業務は、P R 動画の企画、スケジュール作成、ロケーションハンティング、ロケ交渉・撮影許可手続き、出演者選定・出演交渉、著作権の手続き、シナリオ作成、撮影、音声収録、編集等、音楽 (BGM)、映像作品の制作及び制作した作品の納品までの一切とする。

1 企画・構成

- ・愛媛県において、文化芸術や伝統芸能に携わる人々の魅力や活動の様子を軸に、その舞台となる歴史的建造物、祭り、歴史、地域の暮らし等を効果的に取り入れた内容とすること。
- ・基本構想「基本方針」の趣旨を踏まえ、県民の参加機運の醸成につながることはもとより、若い世代に強く訴求する要素を盛り込むこと。
- ・文化活動の真剣さと「愛^{えがお}顔 (笑顔)」、静寂と躍動を織り交ぜ、感動的な場面を随所に配しながら、最後は共感と期待を呼び起こす構成にすること。
- ・シナリオは、愛媛県の文化的イメージとして分かりやすい要素を入れつつ、文化への関心が高まり、文化芸術や伝統芸能に関わりたいと思う行動変容を促すものとする。

2 イメージ

- ・単純な文化芸術や伝統芸能の紹介ではなく、それらに携わる「人」に焦点を当てる内容にすること。
- ・出演する人物やキャラクターがいる場合は、事前に発注者と協議することとし、愛媛県イメージアップキャラクターや愛媛県にゆかりのある人物等の活用について、効果的な方法を提案すること。(出演の場合、映像の使用期間が限定されないようにすること)

3 規格

下表のとおり、(i)～(v)の動画素材を制作すること(編集版を含む。)

(表)

	映像作品	制作本数	サイズ、要件等	活用シーン
(i)	愛媛県の文化芸術や伝統芸能に携わる人々のP R 動画(4～5分程度)	1本	<ul style="list-style-type: none"> ・アスペクト比 16:9 ・文化芸術や伝統芸能の取り上げ、もしくは要素として優先的に使用(内容・出演方法は自由) ・テロップ、ナレーションがある場合は、日本語を使用すること ・YouTubeを想定したサムネイル付きとすること 	ホームページやYouTubeでの公開、次期開催県アトラクション等やイベントでの放映を想定

(ii)	(i)のダイジェスト版の作成(1~3分程度)	1本	<ul style="list-style-type: none"> ・アスペクト比 16:9 ・テロップ、ナレーションがある場合は、日本語を使用すること ・YouTubeを想定したサムネイル付きとすること 	ホームページやYouTubeでの公開、Web広告での広報展開を想定
(iii)	(i)のテレビCM放送用ダイジェスト動画(30秒)	1本	<ul style="list-style-type: none"> ・アスペクト比 16:9 ・解像度 1920×1080 (フルHD) ・開始1~3秒は、特に興味を惹きつける工夫をすること 	ホームページやYouTubeでの公開、テレビCMでの広報展開を想定
(iv)	(i)のテレビCM放送用ダイジェスト動画(15秒)	1本	<ul style="list-style-type: none"> ・アスペクト比 16:9 ・解像度 1920×1080 (フルHD) ・開始1~3秒は、特に興味を惹きつける工夫をすること 	ホームページやYouTubeでの公開、テレビCMでの広報展開を想定
(v)	(i)のSNS広告用ダイジェスト動画(30秒)	SNS広告等で活用可能な縦型及び横型動画	<ul style="list-style-type: none"> ・横型動画：アスペクト比 16:9 ・縦型動画：アスペクト比 9:16 ・開始1~3秒は、特に興味を惹きつける工夫をすること 	縦型動画はInstagram(リール)やYouTubeショートでの公開を想定

4 著作権

- ・本業務で完成・納品した映像及び画像の著作権(著作権法第27条、第28条に定める権利を含む。)を発注者に帰属するものとする。この場合において、当該著作権の譲渡以降、著作権人格権を行使しないものとする。
- ・制作したコンテンツについて当発注者及び発注者が認める関係団体・第三者が媒体を問わず自由に使用できるものとする。また、事業の運営や広報のために必要な範囲での複製や改変、編集等の修正は発注者において自由に行うことができるものとする。
- ・出演者、音楽等の使用については、権利保有者との交渉、契約締結、契約料の支払い等の権利処理を済ませた上で納品すること。また、それに伴い発生する経費については、すべて委託料内で実施すること。
- ・著作権等に関する紛争が生じた場合は、受託者の責任において対応するものとし、発注者はその責任を負わない。
- ・著作権等に関して、実行委員会の解散後は、県に帰属するものとする。

5 履行状況の報告

- ・委託業務を円滑に進めるため、発注者と連絡調整を充分に行い、進捗状況の確認、動画の内容確認及び修正指示の機会(打合せ)を少なくとも複数回設けること。
- ・受注者は、発注者の求めに応じ、速やかに履行状況の報告を行わなければならない。

6 成果物の仕様・納品

受注者は、次のものを成果物として発注者に納めるものとする。(最終納期：令和9年3月31日)

- ・制作した動画データ（MP4形式その他発注者が指定する汎用的な形式）一式
- ・Youtube用サムネイル（JPEGまたはPNGデータ）一式
- ・動画の記録媒体（①を1枚に収録したもの ※コピーガードなし）1枚
- ・業務委託完了報告書
- ・本業務で作成、使用されたロゴやイラストの画像データ（JPEGまたはPNGデータ一式）
※今後の広報啓発において活用する可能性がある。

7 その他の特記事項

- ・この仕様書に定めのない事項については、必要に応じて発注者と受注者が協議の上、決定するものとする。
- ・本業務の履行に際し、細部の業務内容については、その都度発注者と受注者が協議の上、決定する。

愛^え顔^がえひめの文化祭 2028 公式ホームページ作成・運用業務仕様書

本業務は、公式ホームページ開設に係る企画、デザイン、構成、システム構築、編集管理機能 (CMS) 構築、マニュアル作成、サーバー確保、運用保守及び素材等の納品までの一切とする。

1 業務内容

(1) ホームページの作成・運用に係る業務

ア 基本方針

- (ア) 利用者が使いやすく、目的とするページに容易にたどり着ける構成であること。
- (イ) 愛^え顔^がえひめの文化祭 2028 の趣旨及び愛媛県の魅力を訴求し、利用者の文化祭への興味・関心を高めるため、画像素材や用語等、デザインコンテンツの工夫をすること。
- (ウ) ホームページ開設時においては、愛^え顔^がえひめの文化祭 2028 概要、愛媛県の紹介等とあわせて、基本方針を基に、令和 10 年愛媛開催を告知する内容を盛り込むこと。
- (エ) ホームページは、イベント情報を一覧できる機能のほか、終了後にはイベントレポートとして蓄積し、後から活動の記録や県民等の参加状況がアーカイブ化できるよう、「情報発信のプラットフォーム」や「イベント情報やイベントレポートを発信できるポータル」としての機能を持たせること。
- (オ) ユニバーサルデザインについて十分配慮したものとすること。

イ ページ構成等

- (ア) ホームページの構築にあたっては、別記 1 「ホームページの基本構成案」を目安としつつ、ユーザビリティ、アクセシビリティに配慮した構成とすること。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。
- (イ) トップページは、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。また、新着情報の掲載や関連するホームページのバナーを配置できるようにし、次の機能を設けること。
 - ・ サイト内検索機能
 - ・ 文字サイズ、文字色変更機能
 - ・ 音声読み上げ機能
 - ・ 文化祭開催日までの残り日数のカウントダウン
 - ・ 翻訳機能 (英語、韓国語、中国語)
 - ・ ハッシュタグやキーワードによる検索機能
- (ウ) 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。
- (エ) 作成にあたっては、先催県 (高知県) の文化祭ホームページを参考とすること。

ウ 利用者への配慮

(ア)特定のブラウザの固有機能に依存しないよう留意し、下記のブラウザの最新版に対応していること。

- ・Microsoft Edge
- ・Google Chrome
- ・Firefox
- ・Safari

上記ブラウザの最新バージョンがリリースされた場合、対応を行うこと。また、それ以前のバージョンであっても表示を可能とすること。

(イ)標準的なパソコンのブラウザで表示が可能で、スマートフォンやタブレット等でも表示できるレスポンシブ Web デザインとし、特にスマートフォンで利用しやすいものとする。

(ウ)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、各ページには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。

(エ)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とすること。

(オ)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2「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」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。

エ 目標

(ア)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。

(イ)業務の効果測定のため、各種計測タグ等、業務に関わるタグを設定すること。なお、当該各種タグについては、発注者と協議の上、愛媛県公式の Google タグマネージャー上に別途発行するコンテナを活用して設定を行うこと。

オ その他

(ア)SEO 対策（検索エンジン最適化）を行うこと（ただし、スパム行為など検索エンジン会社のルールに反することは行わないこと）。

(イ)他サイトからのリンクに対応するため、当サイトのバナーを作成すること。形式は横書きとし、標準サイズはハーフバナー（234px×60px）を基本として、適宜変更できるものとする。

(ウ)必要に応じ、公開後のページについて、軽微な修正（テキスト・画像の修正、ファイルの入れ替え等）を行うこと。

カ 作成されたホームページを閉鎖する際、愛媛県文化協会ホームページ「エヒメカルチャー」に情報を引き継ぐよう設定すること。

(2) 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、必要に応じて更新し、実施計画に合わせて、会議の内容、スケジュール、

サイドイベント等の内容を盛り込むこと。

- イ 早急に情報提供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（実行委員会事務局員等）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。
- ウ データ入力の際に、ファイル（JPEG、GIF、PDF 形式等）を添付してアップロードできること。また、ページの所定の位置からそれらのファイルが表示、ダウンロードできること。
- エ 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。

(3) サーバーの確保及び運用保守

- ア サイト運営に必要なサーバー（容量その他サイト運営に必要なスペックを考慮したものとする）を受託者において確保し、必要な初期設定を行うこと。
- イ 第三者のサーバーを利用（レンタル利用）する場合、次の基準を満たすこと。また、自社所有のサーバーを利用する場合も、これに準ずること。

※レンタルサーバーを使用する場合は、受託者がその使用料を負担すること。

(ア) サーバーの利用契約を締結する際、次の項目を遵守すること。

- ・再委託は禁止とすること（再委託する場合は、事前承認が必要）。
- ・作業場所を特定すること（個人情報の無断持ち出し禁止）。
- ・委託業務終了時の情報資産の返還、廃棄等を義務づけること。
- ・別記3「個人情報取扱特記事項」を遵守すること。
- ・委託先における実施体制表、工程表、主任担当者選任届、業務従事者一覧表、秘密保持契約書及び情報セキュリティ対策に関する措置を記載した書面を提出させ、確認すること。
- ・委託業務に使用した個人情報、機密情報等の取扱方法、処理結果報告を記載した書面を提出させ、確認すること。

(イ) サーバーは国内に設置し、セキュリティ対策の実施状況が確認できること。

(ウ) 情報セキュリティマネジメントシステムの国際規格の認証を取得している又はそれに準じた第三者機関による認証基準を満たすこと。

(エ) 利用している OS、ミドルウェア、アプリケーションについて最新のセキュリティパッチを適用すること。

(オ) ホームページやネットワークの脆弱性診断を定期的に受信すること。

(カ) サイトのアクセスログを1年間以上保管すること。

(キ) 定期的（最低月1回）なデータバックアップサービスが提供されること。

(ク) 外部からの攻撃やウイルス対策等適切なセキュリティが提供されること。

(ケ) 文化祭期間中のアクセス集中に対応し、サーバー増強などの対策がとれること。

- ウ 原則として、利用するドメインは愛媛県が準備する「pref. ehime. jp」のサブドメインとすること。ただし、既に他の所属が「pref. ehime. jp」のサブドメインを使用している場

合など、レンタルサーバーの都合で新たにサブドメインを割り当てられないことがあるため、その際は独自ドメインを取得すること。なお、独自ドメインを取得した場合は、ドメインのドロップキャッチを防ぐため、ホームページ廃止後2年間は取得した独自ドメインの保守を行うこと。

- エ ホームページは、利用者が5秒以内にページを開けるようデータの送信が行えること。
- オ システムの運用時間は、24時間365日を前提とすること。

(4) 開設後の対応

- ア 障害等に関する受付窓口を設け、連絡体制を書面で発注者に提出すること。
- イ 障害等が発生した旨の連絡を受けてから電話等で障害状況を確認し、速やかに復旧措置を行うこと。
- ウ 障害等の原因、影響範囲、対応方針、復旧見込み等は、逐次速やかに発注者へ連絡すること。
- エ 障害等の発生状況、対応内容等の履歴を記録・管理すること。

2 成果物

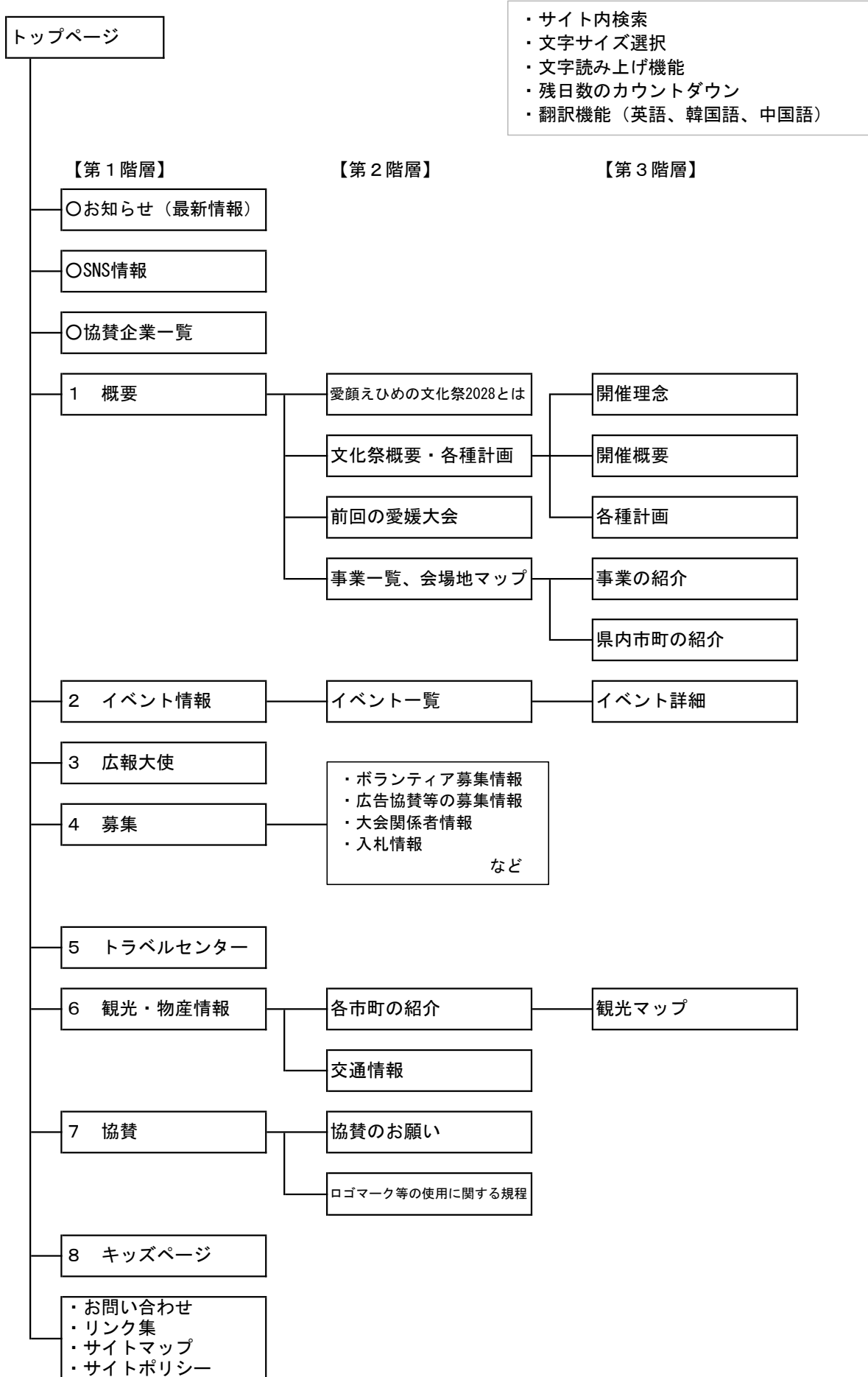
受注者は、次のものを成果物として発注者に納めるものとする。(最終納期：令和9年3月31日) 但し、ベースとなるページは、令和8年12月中を目途に先行開設すること。

- (1) ホームページ設計書：紙媒体2部、電子媒体1部
- (2) システム運用マニュアル：紙媒体2部、電子媒体2部
- (3) ホームページコンテンツデータ（バナーデータも含む）：電子媒体2部
- (4) 業務完了報告書：紙媒体1部、電子媒体1部

3 その他

- (1) 委託業務により新たに生じた著作権については、全て発注者に帰属するものとし、実行委員会解散後は、愛媛県文化協会に帰属するものとする。また、受託者は、本委託業務の実施のために必要な第三者の著作権・肖像権については、事前に書面にて許諾を取得するとともに発注者にその旨を書面により報告すること。
- (2) 上記(1)の著作権含む各種権利関係については、愛顔えひめの文化祭2028終了後に愛媛県文化協会が所有する愛媛県文化協会ホームページの組込又は移設を想定していることを踏まえ、本委託のホームページに掲載するコンテンツの全てについて、愛媛県文化協会の管理するホームページ等各種広報媒体において、将来的なデータ移行に支障が生じない仕様とすること。
- (3) 別記4「デジタルプロモーション実施時における留意事項」の内容を踏まえ、適切に業務を実施すること。
- (4) 受注者は、業務を実施するにあたり、発注者に緊密に状況を報告するとともに、指示に応じて修正を行うこと。
- (5) システム開発に伴う機器やサーバー、SSL認証等は、受注者で用意すること。

- (6) ソフトウェアのバージョンアップや修正プログラム適用の実施や外部不正アクセスへの対応などについては、別紙「愛媛県情報セキュリティポリシー」を参考にしながら、セキュリティに十分配慮すること。
- (6) 成果品については、原則として発注者に帰属するものとする。ただし、作成の都合上やむをえず、著作権を発注者に譲渡できない写真、文章等を使用する場合は、事前に発注者に申し入れを行い、了解を得ること。発注者に著作権を帰属させることができない写真、文章等の二次利用については、その都度発注者と受注者とで協議すること。
- (7) 特許権、実用新案権、意匠権、商標権その他日本国の法令に基づき保護される第三者の権利の対象となっている履行方法等を使用するときは、受注者がその使用に関する一切の責任を負うこと。
- (8) この仕様書に定める事項について疑義が生じた場合、又はこの仕様書に定めのない事項については、必要に応じて、発注者と受注者とが協議の上、定めること。



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。



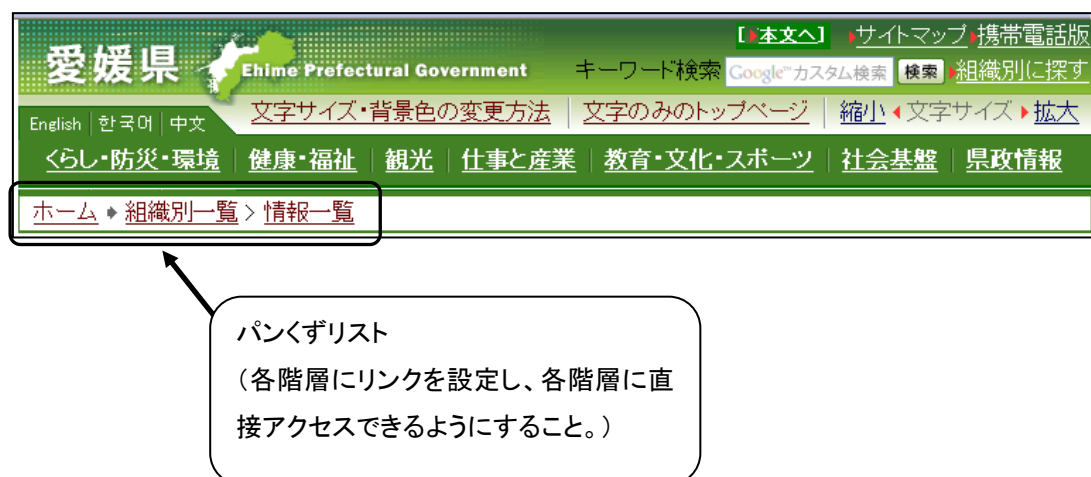
(f) 各ページの階層を分かりやすく整理し、現在表示されている位置が分かるように「パンくずリスト (※)」など、利用者が迷わない仕組みを設置すること。

【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】

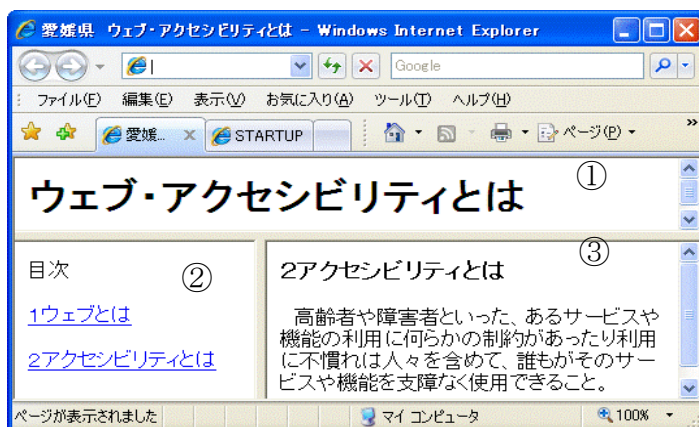
- ・ 「ホーム」や「トップページ」、「ひとつ前に戻る」などの表記では、どこに移動するのかわからないため、「愛媛県庁ホームページへ」、「〇〇課のトップページへ」「〇〇ページへ戻る」というように、具体的に表記する。

(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。

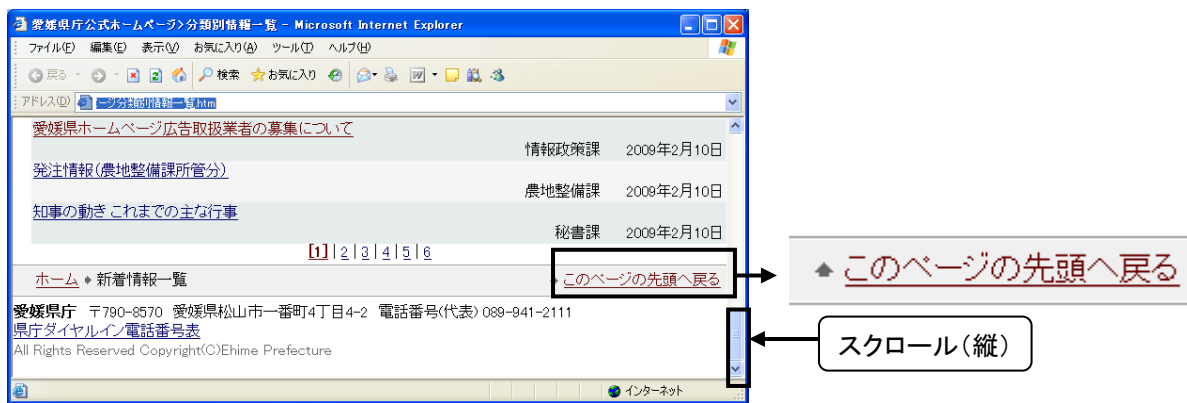
(i) ページの長さは適切な長さとし、やむを得ず長くなる場合には、ページ先頭に戻るリンクを設置すること。

【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、^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。

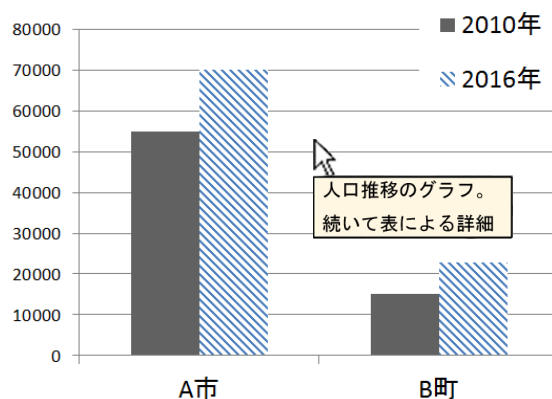
<良い例>



<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】



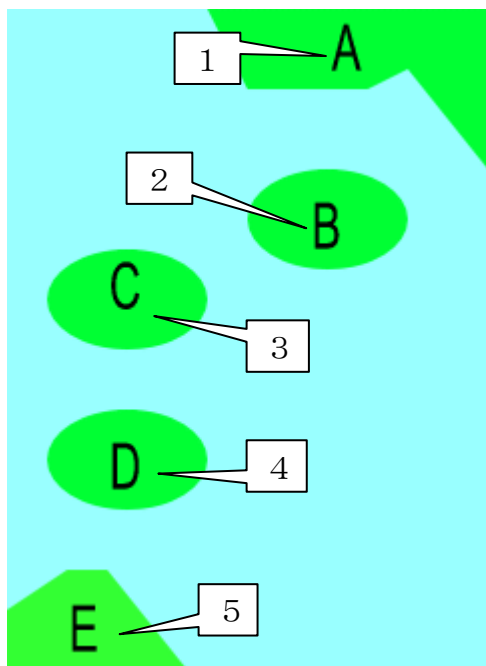
【実例・実装】

- ・ 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。

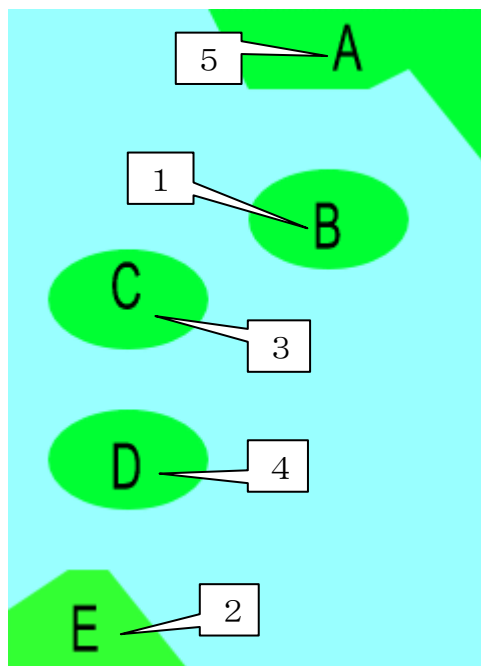
<イメージマップについて>

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 $(L1 + 0.05) / (L2 + 0.05)$

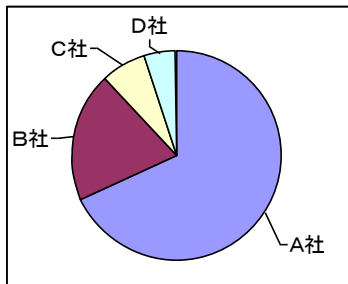
L1 は明るい色の相対輝度、L2 は暗い色の相対輝度

(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。

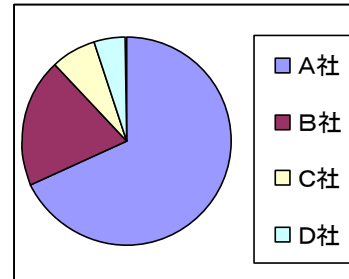
<良い例>



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

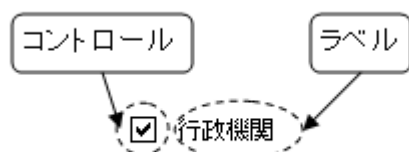
行政機関
 民間事業者
 その他

(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】

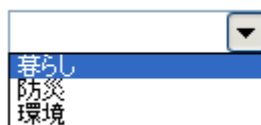
- ・ やむを得ず自動更新するページを作るときは、利用者が停止、一時停止若しくは非表示にできる機能を設けること。
- ・ フォーカスが当たった時や項目の選択をしたときに配置の変化やページの移動のような状況を変化させないこと。

<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。

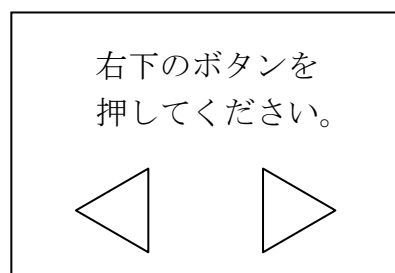
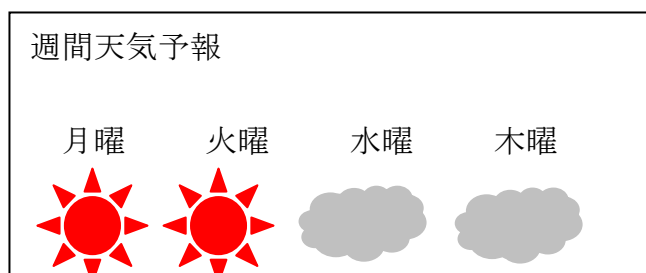
(10) 画像や文字の表現について

(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。

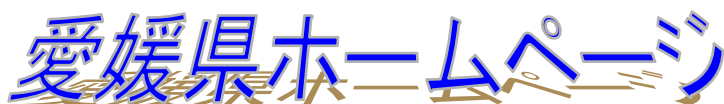
【解説】

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。

個人情報取扱特記事項

<甲：^{えがお}愛顔えひめの文化祭 2028 愛媛県実行委員会 乙：受託者>

(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、又は不当な目的に使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、滅失及び毀損（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。

（実地調査）

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、随時実地に調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。

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

- (1) 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)の計測)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 Meta ビジネスマネージャで発行する Meta ピクセル、その他サードパーティタグ等

- (2) 上記の各種タグについては、愛媛県及び「(HP 名称)」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。
- (3) 事業の目的を定義するため、愛媛県及び「(HP 名称)」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。
- (4) 「(HP 名称)」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。
- (5) アプリを利用する場合、アプリの利用状況や広告経由のインストール数について、Google タグマネージャ及び Firebase 向け Google アナリティクスを用いて、目的の達成度合いを効果検証すること。

2 適正なデジタルプロモーションの実施

- (1) 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

所への広告掲載は避けるための設定を行う、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。

- (2) 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や、広告配信の目的に応じて、クリック単価制、コンバージョン最大化の自動入札を用いるほうが効果的な場合には、愛媛県に説明・協議の上、方式を決定すること。
- (3) 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。
- (4) 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。
- (5) 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。
- (6) (1) に記載の対策を行っても、広告媒体から不正なクリックや広告表示が発生して返金が発生する可能性がある。その際に返金分の取り扱いについては、愛媛県と協議の上取り決めを行うこと。

3 Meta (Facebook、Instagram) 広告を利用する場合

- (1) 愛媛県公式の Meta 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。
- (2) Meta 広告を展開する場合は、愛媛県に対して「広告アカウントの管理」の権限を付与すること。なお、受託者の Meta 広告アカウントとのリンク後、愛媛県は支払及び配信設定に関する操作は実施せず、愛媛県公式の Meta ビジネスマネージャ以外への接続も行わない。
- (3) Meta ピクセルの取扱いについては、「1」の記載のとおりとする。なお、事業目的に応じて最適なイベントピクセルの提案や、カスタムオーディエンスを設定すること。
- (4) Meta 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、必ず調査を実施すること。

- (5) サイト訪問後の行動を目的とする事業の場合、目的を達成した地点をコンバージョンとしてイベント測定を行い、広告配信の最適化対象をコンバージョンと設定し、最適な広告運用に務めること。

4 Google 広告を利用する場合

- (1) 本事業専用に広告アカウント新規開設すること。
- (2) 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。なお、受託者の Google 広告アカウントへのリンク後、愛媛県は支払及び配信設定に関する操作は実施せず、愛媛県公式の MCC 以外への接続も行わない。
- (3) 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マーケティングタグ、マーケティングリストを設定し、共有すること。
- (4) 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。
- (5) 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、必ず調査を実施すること。
- (6) サイト訪問後の行動を目的とする事業の場合、目的を達成した地点をコンバージョンとして測定を行い、広告配信の最適化対象をコンバージョンと設定し、最適な広告運用に務めること。

5 Yahoo! 広告を利用する場合

- (1) 本事業専用に広告アカウント新規開設すること。
- (2) Yahoo! 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 Yahoo! 広告アカウントをリンクすること。なお、受託者の Yahoo! 広告アカウントへのリンク後、愛媛県は支払及び配信設定に関する操作は実施せず、愛媛県公式の MCC 以外への接続も行わない。
- (3) 受託者の Yahoo! 広告アカウントで、効果的と考えられるマーケティングタグ、ターゲティングリストを設定し、共有すること。
- (4) 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。
- (5) サイト訪問後の行動を目的とする事業の場合、目的を達成した地点を

コンバージョンとして測定を行い、広告配信の最適化対象をコンバージョンと設定し、最適な広告運用に務めること。

6 その他広告媒体を利用する場合

- (1) Meta 広告又は Google 広告、Yahoo! 広告以外の広告媒体を活用する場合においても、原則としてこれらの媒体と同様の対応を行うこと。
- (2) 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。
- (3) 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。

7 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）。

8 7においてYouTube を利用する場合

- (1) 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。
- (2) 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。
- (3) 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。

9 その他

- (1) 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）コンプライスへの対応を受託者において検討の上、対策を行うこと。
- (2) 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。