

II.政府 Web サイトへの要望調査と便利メモ案

目次

II. 政府 Web サイトへの要望調査と便利メモ案

i. Web アンケート調査 集計結果と考察	II-i-1
ii. Web アンケート調査 テキストマイニング結果と考察	II-ii-1
iii. Web サイト改善のための便利メモ案	II-iii-1

補足

【II-i-補足 1】Web アンケート調査 設問票

【II-ii-補足 1】タスク毎の府省 Web サイトトップページ一覧

II-i.Web アンケート調査

集計結果と考察

目次

1.調査概要	II-i-3
2. 分析結果	II-i-4
2-1. アンケート回答者の属性	II-i-4
2-2. 府省 Web サイト全般の日頃の利用状況	II-i-10
2-3. メニューを用いた調べ方に関する府省 Web サイト間の比較	II-i-23
2-4. 府省 Web サイトの抱える課題と要望	II-i-28

補足

【II-i-補足 1】Web アンケート調査 設問票

1.調査概要

表.Web アンケート調査の概要

項目	内容
調査目的	府省 Web サイトの利便性を高めるため、現在の府省 Web サイトへの要望や改善点等を調査し、その調査結果を元にして、Web サイトガイド等の改訂事項を検討する。
調査期間	2015 年 12 月 24 日（木） - 12 月 25 日（金）
調査実施機関	株式会社三菱総合研究所
調査委託先	エム・アール・アイ・リサーチアソシエーツ株式会社
調査対象者	調査委託先の登録モニターのうち、下記条件を満たす方 ・12 府省の Web サイトを、PC から過去 3 ヶ月以内に一度でも見たことがある ・PC からの閲覧限定 ・20 歳以上
調査内容	調査内容の概要は以下の通り。設問票は「II-i-補足 1」を参照。 1. 府省 Web サイト全般の日頃の利用状況について回答 2. 府省 Web サイトを利用するタスクを、合計 3 つ課す。各タスクで府省 Web サイトを 3 つ指定し、それらの Web サイトごとにタスクに取り組む。タスクに取り組んだ後、最も情報を調べやすかったサイト、その Web サイトを選んだ理由などを回答。タスク内容は下記の通り。 （タスク 1）2015 年 1 月 26 日に召集された第 189 回通常国会で、外務省・農林水産省・環境省が、どんな法案を提出したのか調べる。 （タスク 2）平成 28 年度の予算概算要求に際して、総務省・法務省・経済産業省がどのような要求を提出したか調べる。 （タスク 3）文部科学省・厚生労働省・国土交通省の採用情報のうち、興味のある職種について、説明会などイベントの日程を調べてください。 3. 府省 Web サイト全般に関して、改善すべき点、あると良い機能について回答
回答方法	Web サイトからの回答（PC に限定）
有効回答者数	1,030 名

2. 分析結果

【グラフにおける表記など注意事項】

・グラフ及び表における記号は、下記の定義で用います。

n: アンケート回答者母数

N: 選択肢回答者数

%: アンケート回答者母数に対する選択肢回答者数の割合

・クロス集計表では、

同行内での順位を 1 位 ● 2 位 ● 3 位 ● として示します。

同列内において、表頭設問の単純集計結果の比率を基準として、その比率よりも 20 ポイント以上多い場合には  濃い黄色セル、10 ポイント以上多い場合には  薄い黄色セルにしています。逆に、20 ポイント以上少ない場合には  青色セル、10 ポイント以上少ない場合には  水色セルにしています。

また、サンプル数（表側設問の単純集計結果の回答数）10 以下の場合には、順位及びポイントによる上記表記を行っておりません。

・クロス集計表で、表側設問が複数回答の場合、比率を合計しても 100%にはなりませんのでご注意ください。比率 = 選択肢回答数 ÷ 回答対象者数として計算しており、回答者 1 人に対して回答数が 2 つ以上のケースがあるためです。

・以降、「2. 分析結果」内のデータにおいて、Web アンケート調査以外のデータを用いる場合には、出所を記しております。出所未記載のデータは、全て Web アンケート調査結果です。

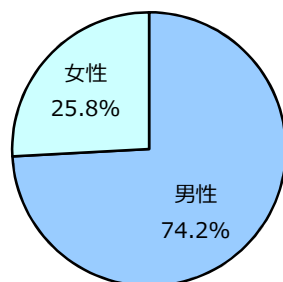
2-1. アンケート回答者の属性

本アンケート回答者の属性は下記の通り。

- ・全国平均の年齢比率と比較すると、20 代と 60 代以上が少なく、30 代・40 代・50 代は多い。
- ・全国平均の性別比率と比較すると、男性の回答者数が多い。
- ・全国平均の都道府県比率と比較すると、東京都の居住者が 5%以上多く、神奈川県は約 1%多い。
- ・回答者の職種は、会社員が最も多く 41.6%である。国家公務員は 2.3%、地方公務員は 5.0%、左記以外の公務員は 0.4%を占める。

● アンケート回答者の性別

性別
(n=1030)

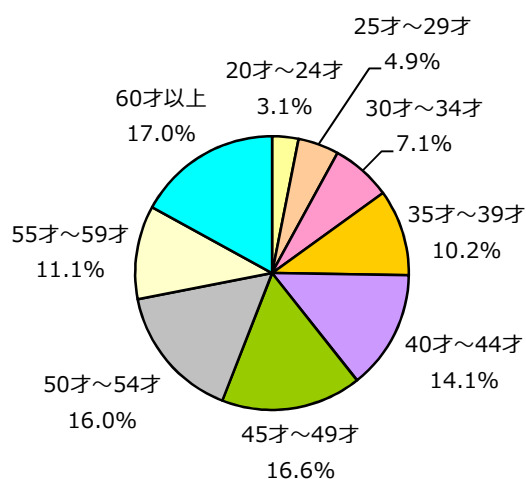


性別	N	%	(参考) 全国平均 %
単一回答			
男性	764	74.2	48.6
女性	266	25.8	51.4
全体	1030	100.0	100.0

出所) 日本全国：人口推計（総務省統計局）（平成 27 年 7 月確定値）より MRI 作成。

● アンケート回答者の年齢構成

年齢
(n=1030)



年齢			(参考)
単一回答	N	%	全国平均 %
20 才～24 才	32	3.1	5.8
25 才～29 才	50	4.9	6.1
30 才～34 才	73	7.1	6.9
35 才～39 才	105	10.2	8.0
40 才～44 才	145	14.1	9.3
45 才～49 才	171	16.6	8.3
50 才～54 才	165	16.0	7.5
55 才～59 才	114	11.1	7.3
60 才以上	175	17.0	40.7
全体	1030	100.0	100.0

出所) 日本全国：人口推計（総務省統計局）（平成 27 年 7 月確定値）より MRI 作成。20 才以上の国民人口における各年齢層の人口比率を表記。

● アンケート回答者の居住地（都道府県）

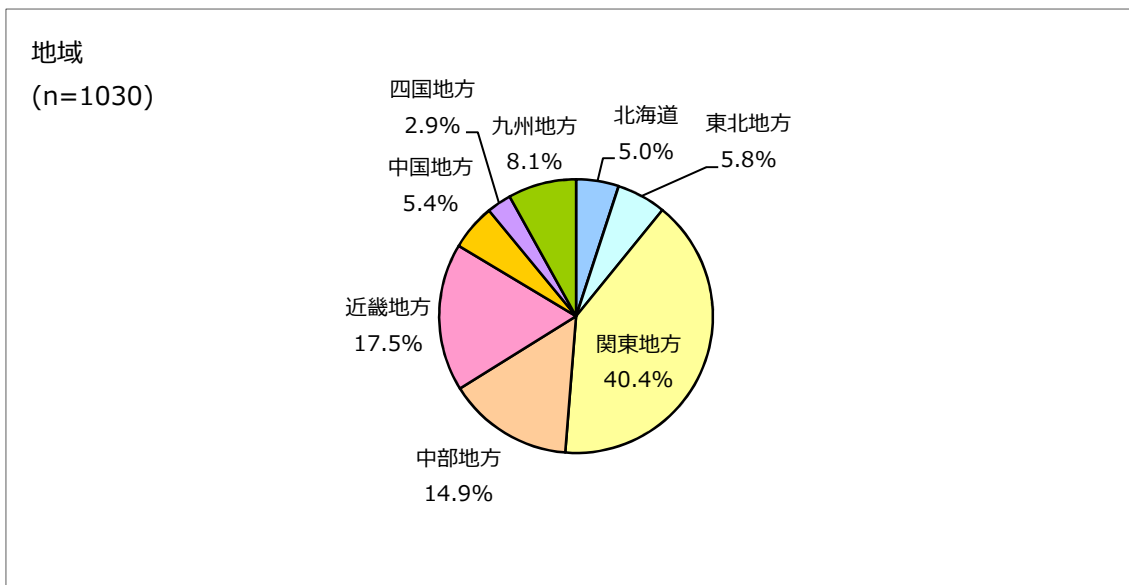
都道府県			(参考)
単一回答	N	%	全国平均 %
北海道	52	5.0	4.3
青森県	13	1.3	1.1
岩手県	8	0.8	1.0
宮城県	21	2.0	1.8
秋田県	6	0.6	0.8
山形県	8	0.8	0.9
福島県	4	0.4	1.6
茨城県	23	2.2	2.3
栃木県	11	1.1	1.6
群馬県	9	0.9	1.6
埼玉県	60	5.8	5.6
千葉県	45	4.4	4.9
東京都	177	17.2	10.3
神奈川県	91	8.8	7.1
新潟県	14	1.4	1.9
富山県	6	0.6	0.9
石川県	7	0.7	0.9

都道府県 単一回答	N	%	(参考) 全国平均 %
福井県	4	0.4	0.6
山梨県	3	0.3	0.7
長野県	17	1.7	1.7
岐阜県	17	1.7	1.6
静岡県	20	1.9	2.9
愛知県	51	5.0	5.8
三重県	14	1.4	1.4
滋賀県	15	1.5	1.1
京都府	28	2.7	2.1
大阪府	67	6.5	6.9
兵庫県	51	5.0	4.4
奈良県	12	1.2	1.1
和歌山県	7	0.7	0.8
鳥取県	4	0.4	0.5
島根県	2	0.2	0.6
岡山県	17	1.7	1.5
広島県	28	2.7	2.2
山口県	5	0.5	1.1
徳島県	10	1.0	0.6
香川県	10	1.0	0.8
愛媛県	6	0.6	1.1
高知県	4	0.4	0.6
福岡県	36	3.5	4.0
佐賀県	5	0.5	0.7
長崎県	9	0.9	1.1
熊本県	8	0.8	1.4
大分県	9	0.9	0.9
宮崎県	3	0.3	0.9
鹿児島県	8	0.8	1.3
沖縄県	5	0.5	1.1
全体	1030	100.0	100.0

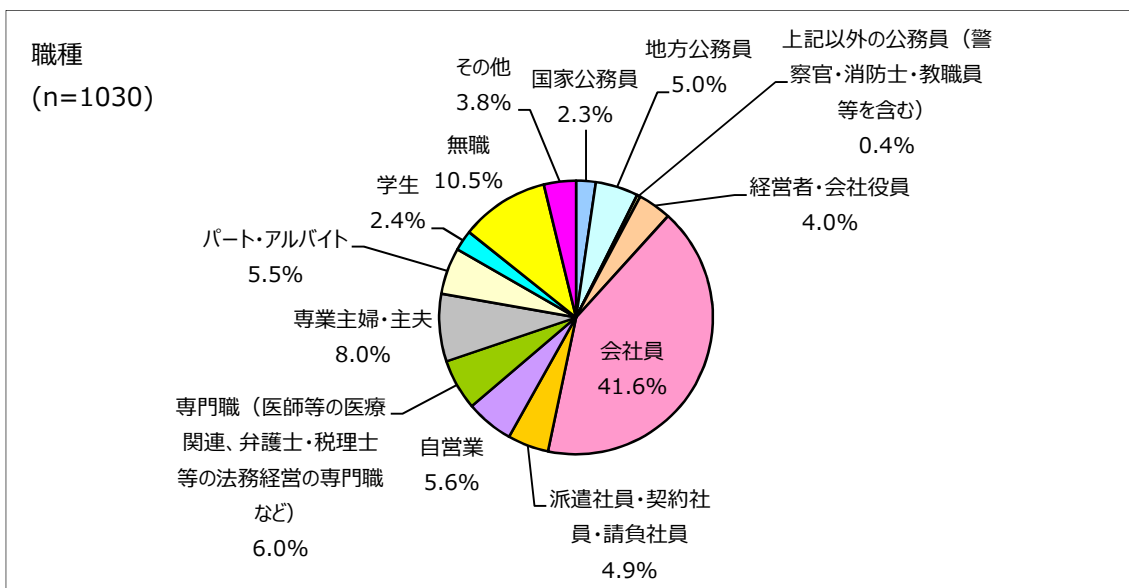
出所) 日本全国：人口推計（総務省統計局）（平成 22 年確定値）より MRI 作成。

※全国平均と比較して、1%以上比率が高いセルを赤色にした。

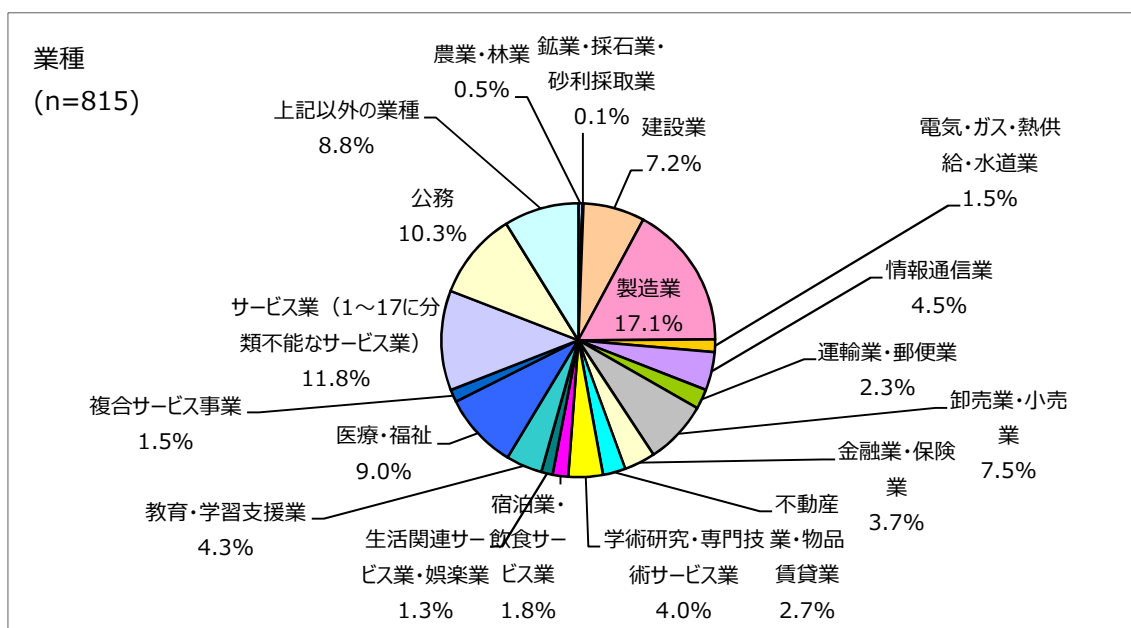
●アンケート回答者の居住地（地域）



●アンケート回答者の職種



●アンケート回答者の業種



※職種において、専業主婦・主婦、学生、無職と回答した方は回答対象者から除く。

2-2. 府省 Web サイト全般の日頃の利用状況

●PC から最もよく見る府省のサイト

・PC から最もよく閲覧する府省 Web サイトは、厚生労働省（35.0%）、国土交通省（19.2%）、内閣府/総務省（18.1%）が多い。

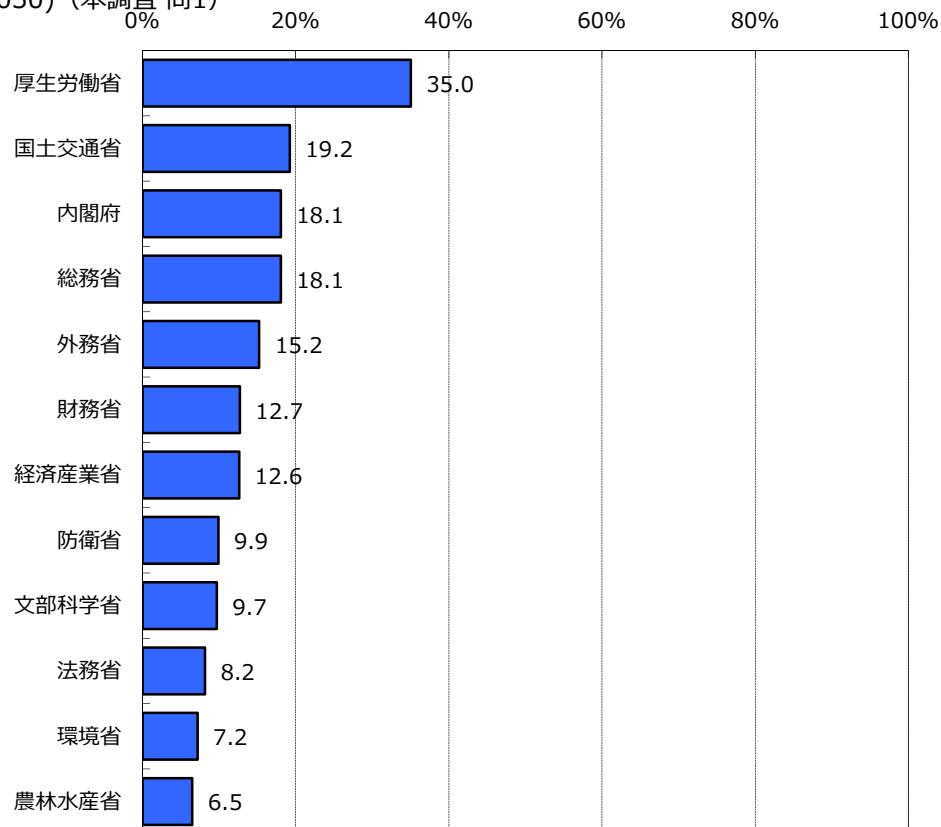
・業種により、よく見る府省サイトは異なる。建設業の方は国土交通省、情報通信業の方は総務省、運輸業・郵便業の方は国土交通省、宿泊業・飲食サービス業の方は厚生労働省、教育・学習支援業の方は文部科学省、医療・福祉の方は厚生労働省を最もよく見る傾向がある。特に、医療・福祉の方のうち、72.6%が厚生労働省を最もよく見ており顕著。

府省のWebサイトのうち、PCから最もよく見るWebサイトは何ですか。

以下の中から、該当するものを一つお選びください。

なお、最もよく見るWebサイトを絞れない場合には、複数お選びください。

(n=1030) (本調査 問1)



		府省のWebサイトのうち、PCから最もよく見るWebサイトは何ですか。(本調査 問1)												
		全体	厚生労働省	国土交通省	内閣府	総務省	外務省	経済産業省	財務省	文部科学省	防衛省	法務省	農林水産省	環境省
全体		815 100.0	283 34.7	172 21.1	148 18.2	148 18.2	120 14.7	120 14.7	101 12.4	79 9.7	76 9.3	69 8.5	56 6.9	55 6.7
業種	農業・林業	4 100.0	1 25.0	1 25.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 25.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	4 100.0	0 0.0
	漁業	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	鉱業・採石業・砂利採取業	1 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	建設業	59 100.0	12 20.3	32 54.2	9 15.3	9 15.3	7 11.9	2 3.4	5 8.5	2 3.4	3 5.1	4 6.8	5 8.5	5 8.5
	製造業	139 100.0	49 35.3	26 18.7	23 16.5	27 19.4	25 18.0	31 22.3	15 10.8	10 7.2	16 11.5	5 3.6	7 5.0	10 7.2
	電気・ガス・熱供給・水道業	12 100.0	3 25.0	1 8.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0	5 41.7	0 0.0	1 8.3	0 0.0	1 8.3	1 8.3	3 25.0
	情報通信業	37 100.0	10 27.0	5 13.5	11 29.7	16 43.2	8 21.6	8 21.6	3 8.1	2 5.4	3 8.1	7 18.9	2 5.4	1 2.7
	運輸業・郵便業	19 100.0	4 21.1	11 57.9	3 15.8	4 21.1	1 5.3	1 5.3	4 21.1	0 0.0	1 5.3	1 5.3	0 0.0	1 5.3
	卸売業・小売業	61 100.0	24 39.3	11 18.0	10 16.4	15 24.6	10 16.4	10 16.4	11 18.0	7 11.5	9 14.8	5 8.2	6 9.8	5 8.2
	金融業・保険業	30 100.0	7 23.3	2 6.7	4 13.3	4 13.3	4 13.3	5 16.7	8 26.7	2 6.7	2 6.7	4 13.3	0 0.0	5 16.7
	不動産業・物品賃貸業	22 100.0	4 18.2	8 36.4	7 31.8	5 22.7	3 13.6	2 9.1	4 18.2	2 9.1	1 4.5	5 22.7	2 9.1	1 4.5
	学術研究・専門技術サービス業	33 100.0	8 24.2	7 21.2	1 3.0	2 6.1	3 9.1	10 30.3	2 6.1	4 12.1	3 9.1	7 21.2	0 0.0	0 0.0
	宿泊業・飲食サービス業	15 100.0	10 66.7	3 20.0	3 20.0	2 13.3	1 6.7	1 6.7	1 6.7	2 13.3	2 13.3	0 0.0	2 13.3	1 6.7
	生活関連サービス業・娯楽業	11 100.0	3 27.3	2 18.2	2 18.2	2 18.2	1 9.1	1 9.1	2 18.2	1 9.1	1 18.2	0 0.0	1 9.1	1 9.1
	教育・学習支援業	35 100.0	12 34.3	3 8.6	8 22.9	5 14.3	10 28.6	3 8.6	3 8.6	17 48.6	2 5.7	4 11.4	2 5.7	3 8.6
	医療・福祉	73 100.0	53 72.6	4 5.5	9 12.3	5 6.8	11 15.1	3 4.1	4 5.5	3 4.1	6 8.2	5 6.8	2 2.7	3 4.1
	複合サービス事業	12 100.0	2 16.7	2 16.7	2 16.7	4 33.3	1 8.3	4 33.3	2 16.7	0 0.0	3 25.0	0 0.0	0 0.0	2 16.7
	サービス業（1～17に分類不能なサービス業）	96 100.0	33 34.4	25 26.0	22 22.9	18 18.8	17 17.7	15 15.6	14 14.6	9 9.4	10 10.4	10 10.4	7 7.3	6 6.3
	公務	84 100.0	17 20.2	17 20.2	17 20.2	16 19.0	5 6.0	6 7.1	11 13.1	9 10.7	6 7.1	2 2.4	9 10.7	4 4.8
	上記以外の業種	72 100.0	31 43.1	12 16.7	17 23.6	14 19.4	13 18.1	11 15.3	12 16.7	8 11.1	7 9.7	9 12.5	6 8.3	4 5.6

●府省 Web サイトの閲覧頻度

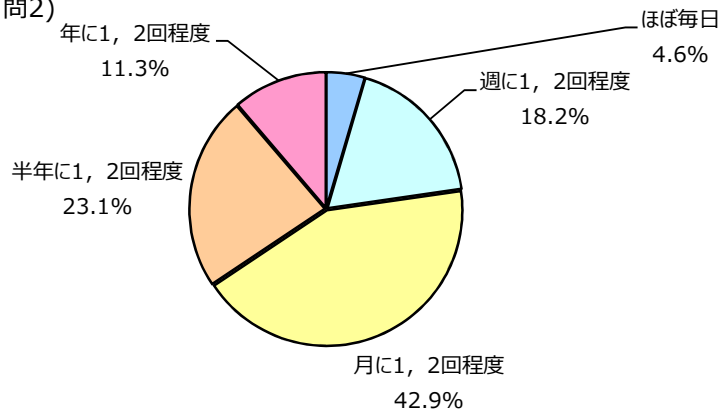
- ・最もよく見る府省 Web サイトの閲覧頻度は、「月に 1,2 回程度」（42.9%）が最も多い。
- ・府省ごとに結果を見ても、「月に 1,2 回程度」が最も多く、府省間で閲覧頻度にあまり差はなかった。

最もよく見る府省のWebサイトはPCからどれくらいの頻度で見ますか。

以下の中から、最も近いものをお選びください。

なお、月や季節によって変動がある場合は、ここ1年間での平均頻度をお答えください。

(n=1030)(本調査 問2)

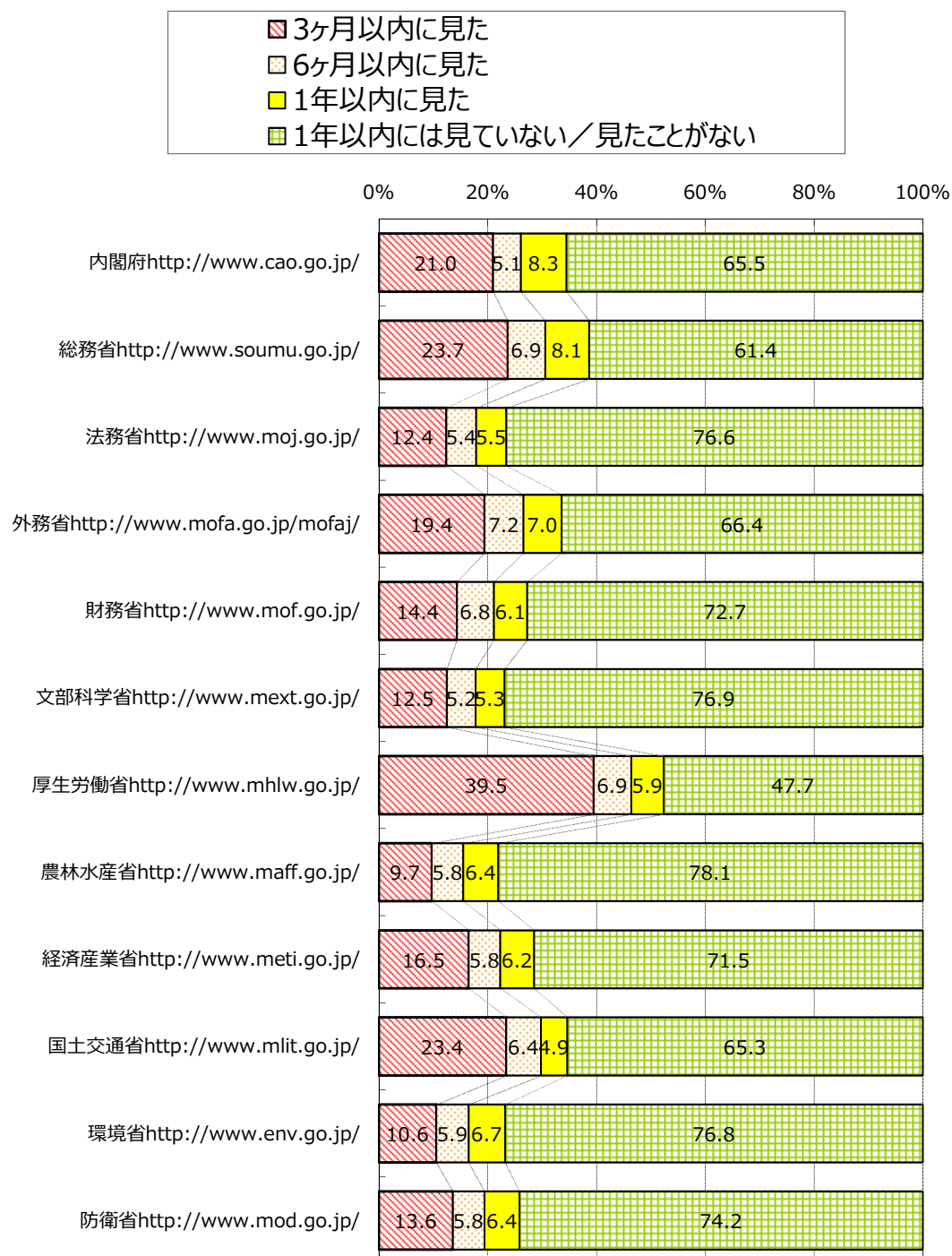


		最もよく選んだ府省のWebサイトはPCからどれくらいの頻度で見ますか。(本調査 問2)					
		全体	ほぼ毎日	週に1, 2回程度	月に1, 2回程度	半年に1, 2回程度	年に1, 2回程度
全体		1030 100.0	47 4.6	187 18.2	442 42.9	238 23.1	116 11.3
府省のWebサイトのうち、PCから最もよく見るWebサイトは何ですか。(本調査 問1)	内閣府	186 100.0	12 6.5	52 28.0	85 45.7	32 17.2	5 2.7
	総務省	186 100.0	12 6.5	40 21.5	79 42.5	30 16.1	25 13.4
	法務省	84 100.0	5 6.0	22 26.2	38 45.2	13 15.5	6 7.1
	外務省	157 100.0	8 5.1	30 19.1	62 39.5	36 22.9	21 13.4
	財務省	131 100.0	9 6.9	32 24.4	54 41.2	26 19.8	10 7.6
	文部科学省	100 100.0	11 11.0	23 23.0	49 49.0	11 11.0	6 6.0
	厚生労働省	361 100.0	16 4.4	71 19.7	158 43.8	86 23.8	30 8.3
	農林水産省	67 100.0	7 10.4	18 26.9	30 44.8	12 17.9	0 0.0
	経済産業省	130 100.0	11 8.5	34 26.2	58 44.6	18 13.8	9 6.9
	国土交通省	198 100.0	20 10.1	42 21.2	85 42.9	41 20.7	10 5.1
	環境省	74 100.0	6 8.1	17 23.0	31 41.9	14 18.9	6 8.1
	防衛省	102 100.0	4 3.9	17 16.7	48 47.1	24 23.5	9 8.8

府省のWebサイトを、PCから見たことがありますか。

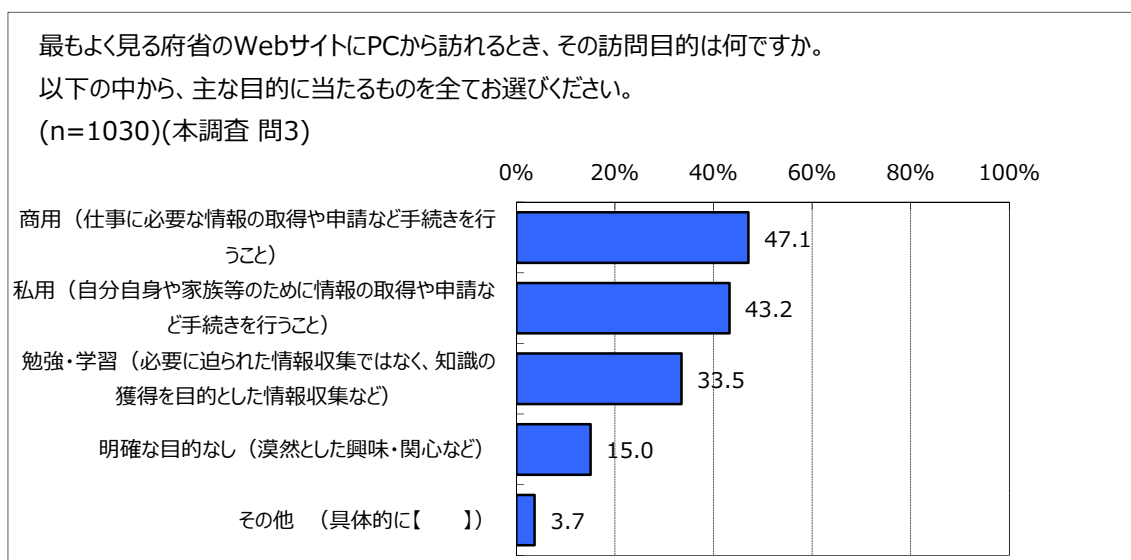
府省とは、内閣府・総務省・法務省・外務省・財務省・文部科学省・厚生労働省・農林水産省・経済産業省・国土交通省・環境省・防衛省を指します。

また、Google、Yahoo!などの検索サイトで検索し、（府省のWebサイトのトップページを経由せず、）直接プレスリリースや予算情報、政策紹介などのページを閲覧した場合も含みます。（n=1030）（属性調査 問3）



●よく見る府省 Web サイトの訪問目的

- ・訪問目的は「商用」（47.1%）、「私用」（43.2%）、「勉強・学習」（33.5%）の順であった。
- ・府省全体における訪問目的と比較して、総務省・外務省では「私用」が多く、経済産業省では「商用」の閲覧が多い傾向がある。また、環境省では「勉強・学習」が多く、防衛省では「明確な目的なし」が多い傾向が見られる。



「その他（具体的に【 】）」の代表的な回答

- ・学術研究における情報収集

『学術研究』（23 歳男性）

- ・パブリックコメントや意見などの投稿

『動物愛護法改正に伴うパブコメ等』（46 歳女性）

- ・アンケートモニターの業務の一環

『国政モニターの活動として訪問』（63 歳男性）

など

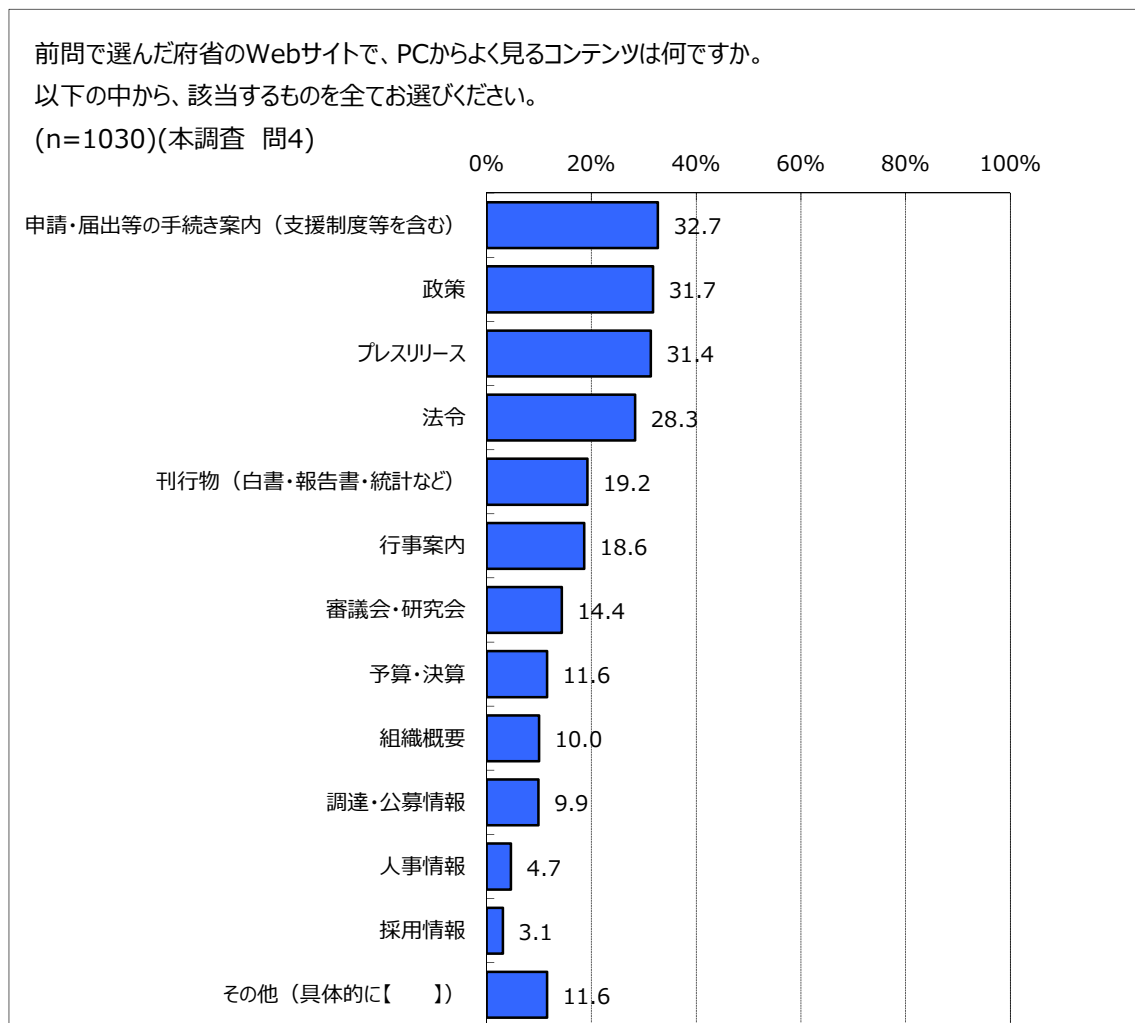
		最もよく見る府省のWebサイトにPCから訪れるとき、その訪問目的は何ですか。（本調査 問3）						
		全体	商用（仕事に必要な情報の取得や申請など手続きを行うこと）	私用（自分自身や家族等のために情報の取得や申請など手続きを行うこと）	勉強・学習（必要に迫られた情報収集ではなく、知識の獲得を目的とした情報収集など）	明確な目的なし（漠然とした興味・関心など）	その他（具体的に【 】）	
全体		1030 100.0	● 485 47.1	● 445 43.2	● 345 33.5	155 15.0	38 3.7	
府省のWebサイトのうち、PCから最もよく見るWebサイトは何ですか。 （本調査 問1）	内閣府	186 100.0	● 77 41.4	● 107 57.5	● 92 49.5	47 25.3	5 2.7	
	総務省	186 100.0	● 83 44.6	● 118 63.4	● 73 39.2	26 14.0	7 3.8	
	法務省	84 100.0	● 46 54.8	● 48 57.1	● 41 48.8	11 13.1	1 1.2	
	外務省	157 100.0	● 53 33.8	● 99 63.1	● 62 39.5	43 27.4	7 4.5	
	財務省	131 100.0	● 60 45.8	● 75 57.3	● 58 44.3	17 13.0	3 2.3	
	文部科学省	100 100.0	● 52 52.0	● 46 46.0	● 51 51.0	13 13.0	5 5.0	
	厚生労働省	361 100.0	● 195 54.0	● 177 49.0	● 141 39.1	44 12.2	6 1.7	
	農林水産省	67 100.0	● 35 52.2	● 33 49.3	● 32 47.8	13 19.4	2 3.0	
	経済産業省	130 100.0	● 86 66.2	● 53 40.8	● 62 47.7	21 16.2	1 0.8	
	国土交通省	198 100.0	● 112 56.6	● 97 49.0	● 80 40.4	29 14.6	4 2.0	
	環境省	74 100.0	● 28 37.8	● 38 51.4	● 41 55.4	13 17.6	5 6.8	
	防衛省	102 100.0	● 27 26.5	● 56 54.9	● 40 39.2	● 45 44.1	5 4.9	

●よく見る府省 Web サイトのコンテンツ

・「申請・届出等の手続き案内」（32.7%）、「政策」（31.7%）、「プレスリリース」（31.4%）の順に多い。

・府省全体において閲覧されるコンテンツと比較して、内閣府では「政策」、法務省では「法令」、環境省では「行事案内」、防衛相では「行事案内」「組織概要」が多い傾向が見られる。

・職種により、よく見るコンテンツは異なる傾向がある。国家公務員は「プレスリリース」、地方公務員では「政策」、専門職では「法令」、パート・アルバイトでは「行事案内」、学生では「刊行物」をよく見る。



「その他（具体的に【 】）」の代表的な回答

・マイナンバー

・海外渡航に必要な情報（各国基礎情報、大使館・領事館など連絡先、治安、感染症情報など）
『海外の危険情報』（41 歳女性）

・気象情報、災害情報

『災害関連情報』（58 歳男性）

・国債

『国債』（45 歳女性）

・ふるさと納税

『ふるさと納税について』（66 歳女性）

・年金

『年金情報』（60 歳男性）

など

		最もよく見る府省のWebサイトで、PCからよく見るコンテンツは何ですか。（本調査 問4）														
		全体	申請・届出 等の手続き 案内（支 援制度等 を含む）	政策	プレスリ ース	法令	刊行物 （白書・報 告書・統計 など）	行事事 案内	審議会・研 究会	予算・決算	組織概要	調達・公募 情報	人事情報	採用情報	その他（具 体的に【 】）	
全体		1030 100.0	337 32.7	327 31.7	323 31.4	292 28.3	198 19.2	192 18.6	148 14.4	119 11.6	103 10.0	102 9.9	48 4.7	32 3.1	119 11.6	
府省のWebサイトの うち、PCから最もよく 見るWebサイトは何 ですか。 （本調査 問1）	内閣府	186 100.0	57 30.6	100 53.8	82 44.1	59 31.7	47 25.3	49 26.3	40 21.5	44 23.7	49 26.3	28 15.1	22 11.8	17 9.1	12 6.5	
	総務省	186 100.0	85 45.7	78 41.9	64 34.4	60 32.3	43 23.1	42 22.6	26 14.0	32 17.2	31 16.7	25 13.4	18 9.7	15 8.1	14 7.5	
	法務省	84 100.0	37 44.0	29 34.5	31 36.9	41 48.8	12 14.3	18 21.4	13 15.5	12 14.3	24 28.6	12 14.3	16 19.0	11 13.1	2 2.4	
	外務省	157 100.0	42 26.8	56 35.7	70 44.6	28 17.8	31 19.7	42 26.8	18 11.5	20 12.7	28 17.8	18 11.5	12 7.6	10 6.4	37 23.6	
	財務省	131 100.0	58 44.3	52 39.7	43 32.8	49 37.4	25 19.1	22 16.8	24 18.3	34 26.0	24 18.3	21 16.0	18 13.7	12 9.2	10 7.6	
	文部科学省	100 100.0	31 31.0	39 39.0	38 38.0	27 27.0	30 30.0	32 32.0	32 32.0	26 26.0	23 23.0	22 22.0	10 10.0	9 9.0	7 7.0	
	厚生労働省	361 100.0	171 47.4	139 38.5	103 28.5	138 38.2	78 21.6	61 16.9	67 18.6	42 11.6	26 7.2	33 9.1	17 4.7	14 3.9	20 5.5	
	農林水産省	67 100.0	20 29.9	32 47.8	28 41.8	24 35.8	24 35.8	20 29.9	14 20.9	16 23.9	13 19.4	14 20.9	5 7.5	6 9.0	1 1.5	
	経済産業省	130 100.0	44 33.8	60 46.2	64 49.2	41 31.5	42 32.3	32 24.6	37 28.5	33 25.4	27 20.8	31 23.8	11 8.5	12 9.2	6 4.6	
	国土交通省	198 100.0	64 32.3	75 37.9	81 40.9	69 34.8	44 22.2	53 26.8	27 13.6	32 16.2	27 13.6	31 15.7	12 6.1	7 3.5	20 10.1	
	環境省	74 100.0	22 29.7	35 47.3	26 35.1	27 36.5	26 35.1	30 40.5	16 21.6	14 18.9	20 27.0	13 17.6	8 10.8	5 6.8	5 6.8	
	防衛省	102 100.0	17 16.7	39 38.2	46 45.1	23 22.5	35 34.3	53 52.0	11 10.8	21 20.6	34 33.3	16 15.7	12 11.8	2 2.0	11 10.8	

		府省のWebサイトで、PCからよく見るコンテンツは何ですか。（本調査 問4）														
		全体	申請・届出等の手続き案内（支援制度等を含む）	政策	プレスリリース	法令	刊行物（白書・報告書・統計など）	行事事案内	審議会・研究会	予算・決算	組織概要	調達・公募情報	人事情報	採用情報	その他（具体的に【 】）	
全体		1030 100.0	337 32.7	327 31.7	323 31.4	292 28.3	198 19.2	192 18.6	148 14.4	119 11.6	103 10.0	102 9.9	48 4.7	32 3.1	119 11.6	
職種	国家公務員	24 100.0	3 12.5	7 41.7	12 50.0	5 20.8	3 12.5	8 33.3	8 33.3	4 16.7	5 20.8	2 8.3	3 12.5	0 0.0	0 0.0	
	地方公務員	52 100.0	12 23.1	23 44.2	21 40.4	21 40.4	8 15.4	6 11.5	9 17.3	13 25.0	1 1.9	1 1.9	2 3.8	1 1.9	1 1.9	
	上記以外の公務員（警察官・消防士・教職員等を含む）	4 100.0	0 0.0	0 0.0	3 75.0	1 25.0	1 25.0	1 25.0	2 50.0	0 0.0	1 25.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	
	経営者・会社役員	41 100.0	17 41.5	15 36.6	10 24.4	16 39.0	4 9.8	2 4.9	9 22.0	5 12.2	2 4.9	5 12.2	2 4.9	0 0.0	2 4.9	
	会社員	428 100.0	146 34.1	128 29.9	146 34.1	140 32.7	76 17.8	76 17.8	54 12.6	43 10.0	52 12.1	65 15.2	23 5.4	15 3.5	44 10.3	
	派遣社員・契約社員・請負社員	50 100.0	20 40.0	17 34.0	14 28.0	17 34.0	10 20.0	8 16.0	8 16.0	6 12.0	4 8.0	4 8.0	3 6.0	3 6.0	5 10.0	
	自営業	58 100.0	16 27.6	15 25.9	18 31.0	14 24.1	15 25.9	9 15.5	8 13.8	6 10.3	6 10.3	4 6.9	0 0.0	1 1.7	13 22.4	
	専門職（医師等の医療関連、弁護士・税理士等の法務経営の専門職など）	62 100.0	28 45.2	22 35.5	20 32.3	29 46.8	16 25.8	7 11.3	13 21.0	6 9.7	2 3.2	3 4.8	1 1.6	0 0.0	6 9.7	
	専業主婦・主夫	82 100.0	26 31.7	19 23.2	20 24.4	8 9.8	16 19.5	24 29.3	9 11.0	6 7.3	8 9.8	4 4.9	5 6.1	2 2.4	16 19.5	
	パート・アルバイト	57 100.0	17 29.8	22 38.6	15 26.3	14 24.6	9 15.8	22 38.6	9 15.8	11 19.3	8 14.0	4 7.0	3 5.3	1 1.8	9 15.8	
	学生	25 100.0	3 12.0	9 36.0	4 16.0	4 16.0	12 48.0	4 16.0	4 16.0	5 20.0	2 8.0	1 4.0	1 4.0	4 16.0	3 12.0	
	無職	108 100.0	36 33.3	37 34.3	29 26.9	15 13.9	18 16.7	20 18.5	10 9.3	8 7.4	8 7.4	8 7.4	4 3.7	3 2.8	15 13.9	
	その他	39 100.0	13 33.3	10 25.6	11 28.2	8 20.5	10 25.6	5 12.8	5 12.8	6 15.4	4 10.3	1 2.6	1 2.6	2 5.1	5 12.8	

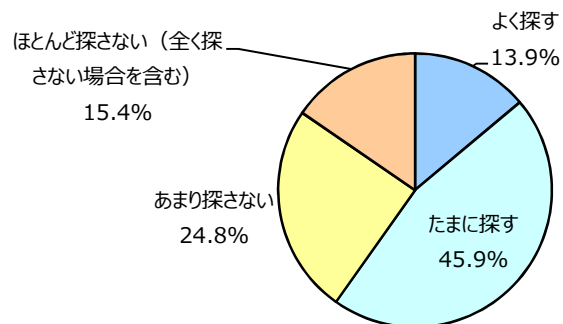
●府省 Web サイトを閲覧する際、メニューからコンテンツを探す頻度

・「たまに探す」（45.9%）、「あまり探さない」（24.8%）、「ほとんど探さない」（15.4%）の順に多い。

・年齢により、メニューから探す頻度の差は見られない（回答者は IT リテラシーの高い傾向にある）。

府省Webサイトのメニューからコンテンツを探しますか。その頻度についてお答えください。

(n=1030)(本調査 問5)



		府省Webサイトのメニューからコンテンツを探しますか。その頻度についてお答えください。(本調査 問5)					
		全体	よく探す	たまに探す	あまり探さない	ほとんど探さない(全く探さない場合を含む)	
全体		1030 100.0	143 13.9	473 45.9	255 24.8	159 15.4	
年齢 (10歳 単位)	20代	82 100.0	10 12.2	43 52.4	16 19.5	13 15.9	
	30代	178 100.0	26 14.6	76 42.7	46 25.8	30 16.9	
	40代	316 100.0	38 12.0	138 43.7	81 25.6	59 18.7	
	50代	279 100.0	42 15.1	136 48.7	63 22.6	38 13.6	
	60代以上	175 100.0	27 15.4	80 45.7	49 28.0	19 10.9	

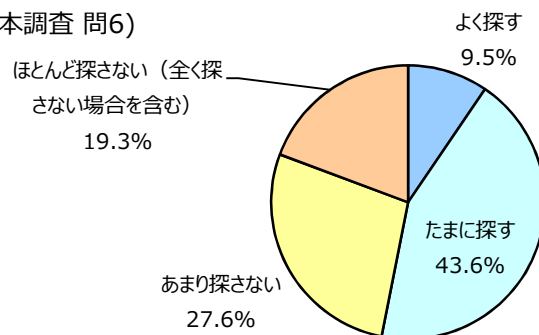
●府省 Web サイトを閲覧する際、サイト内検索からコンテンツを探す頻度

・「たまに探す」（43.6％）、「あまり探さない」（27.6％）、「ほとんど探さない」（19.3％）の順に多い。

・年齢により、サイト内検索から探す頻度の差は見られない（回答者は IT リテラシーの高い傾向にあり）。

府省Webサイトのサイト内検索でコンテンツを探しますか。その頻度についてお答えください。

(n=1030)(本調査 問6)



		府省Webサイトのサイト内検索でコンテンツを探しますか。その頻度についてお答えください。(本調査問6)					
		全体	よく探す	たまに探す	あまり探さない	ほとんど探さない(全く探さない場合を含む)	
全体		1030	98	449	284	199	
		100.0	9.5	43.6	27.6	19.3	
年齢 (10歳単位)	20代	82	8	36	19	19	
		100.0	9.8	43.9	23.2	23.2	
	30代	178	14	76	48	40	
		100.0	7.9	42.7	27.0	22.5	
	40代	316	27	128	97	64	
		100.0	8.5	40.5	30.7	20.3	
	50代	279	32	121	73	53	
		100.0	11.5	43.4	26.2	19.0	
	60代以上	175	17	88	47	23	
		100.0	9.7	50.3	26.9	13.1	

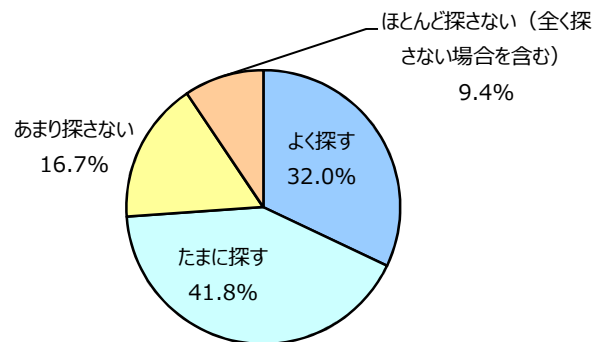
●府省 Web サイトを閲覧する際、検索サイトからコンテンツを探す頻度（検索結果から直接みたいページに行く方法）

- ・「たまに探す」（41.8%）、「よく探す」（32.0%）、「あまり探さない」（16.7%）の順に多い。
- ・年齢により、検索サイトから探す頻度の差は見られない（回答者は IT リテラシーの高い傾向にあり）。

Google、Yahoo!など検索サイトからコンテンツを探しますか。その頻度についてお答えください。

但し、ここでは、検索して府省Webサイトのトップページに行く方法は含めず、検索した結果から、直接見たいページや関連ページに行く方法を対象とします。

(n=1030)(本調査 問7)



		Google、Yahoo!など検索サイトからコンテンツを探しますか。その頻度についてお答えください。（本調査問7）					
		全体	よく探す	たまに探す	あまり探さない	ほとんど探さない（全く探さない場合を含む）	
全体		1030 100.0	● 330 32.0	● 431 41.8	● 172 16.7	● 97 9.4	
年齢 (10歳 単位)	20代	82 100.0	● 23 28.0	● 39 47.6	● 12 14.6	● 8 9.8	
	30代	178 100.0	● 63 35.4	● 76 42.7	● 24 13.5	● 15 8.4	
	40代	316 100.0	● 97 30.7	● 138 43.7	● 52 16.5	● 29 9.2	
	50代	279 100.0	● 95 34.1	● 109 39.1	● 45 16.1	● 30 10.8	
	60代以上	175 100.0	● 52 29.7	● 69 39.4	● 39 22.3	● 15 8.6	

●欲しいコンテンツが見つけれない場合の対応

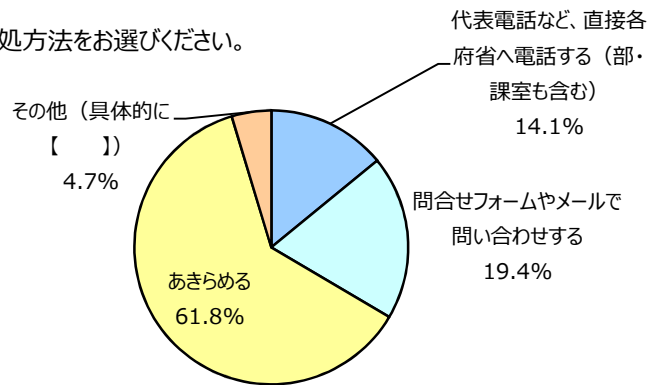
・「あきらめる」(61.8%)、「問い合わせフォームやメールで問い合わせする」(19.4%)、「代表電話など、直接各府省へ電話する」(14.1%)の順に多い。

・商用の場合、「代表電話など、直接各府省へ電話する」対応が多い傾向がある。

上記3つの探し方でいくら探しても、欲しいコンテンツが見つけれない場合、どのように対処していますか。

以下の中から、最も多い対処方法をお選びください。

(n=1030)(本調査 問8)



「その他(具体的に【 】)」の代表的な回答

・他 Web サイトを探す(新聞 Web サイト、質問投稿コミュニティなど)

『知恵袋や教えて Goo などを活用し、方法を探す』(59 歳女性)

・詳しい社内の人、知人・友人、家族等に聞く

『同僚や知人に探し方を聞いてみる』(36 歳女性)

・書籍や雑誌等で調べる

『Web 以外の図書等で調べる』(41 歳男性)

・日を置いてから調べ直す

『少し日にちを置いてから、再度検索する』(57 歳男性)

など

		上記3つの探し方でいくら探しても、欲しいコンテンツを見つけれない場合、どのように対処していますか。(本調査 問8)					
		全体	代表電話など、直接各府省へ電話する(部・課室も含む)	問合せフォームやメールで問い合わせする	あきらめる	その他(具体的に【 】)	
全体		1030 100.0	● 145 14.1	● 200 19.4	● 637 61.8	48 4.7	
最もよく見る府省のWebサイトにPCから訪れるとき、その訪問目的は何ですか。 (本調査 問3)	私用(自分自身や家族等のために情報の取得や申請など手続きを行うこと)	445 100.0	● 56 12.6	● 111 24.9	● 259 58.2	19 4.3	
	商用(仕事に必要な情報の取得や申請など手続きを行うこと)	485 100.0	● 98 20.2	● 96 19.8	● 264 54.4	27 5.6	
	勉強・学習(必要に迫られた情報収集ではなく、知識の獲得を目的とした情報収集など)	345 100.0	● 50 14.5	● 81 23.5	● 196 56.8	18 5.2	
	明確な目的なし(漠然とした興味・関心など)	155 100.0	● 8 5.2	● 24 15.5	● 117 75.5	6 3.9	
	その他 (具体的に【 】)	38 100.0	● 1 2.6	● 10 26.3	● 23 60.5	4 10.5	

2-3. メニューを用いた調べ方に関する府省 Web サイト間の比較

●タスク A における外務省・農林水産省・環境省 Web サイトの調べやすさ

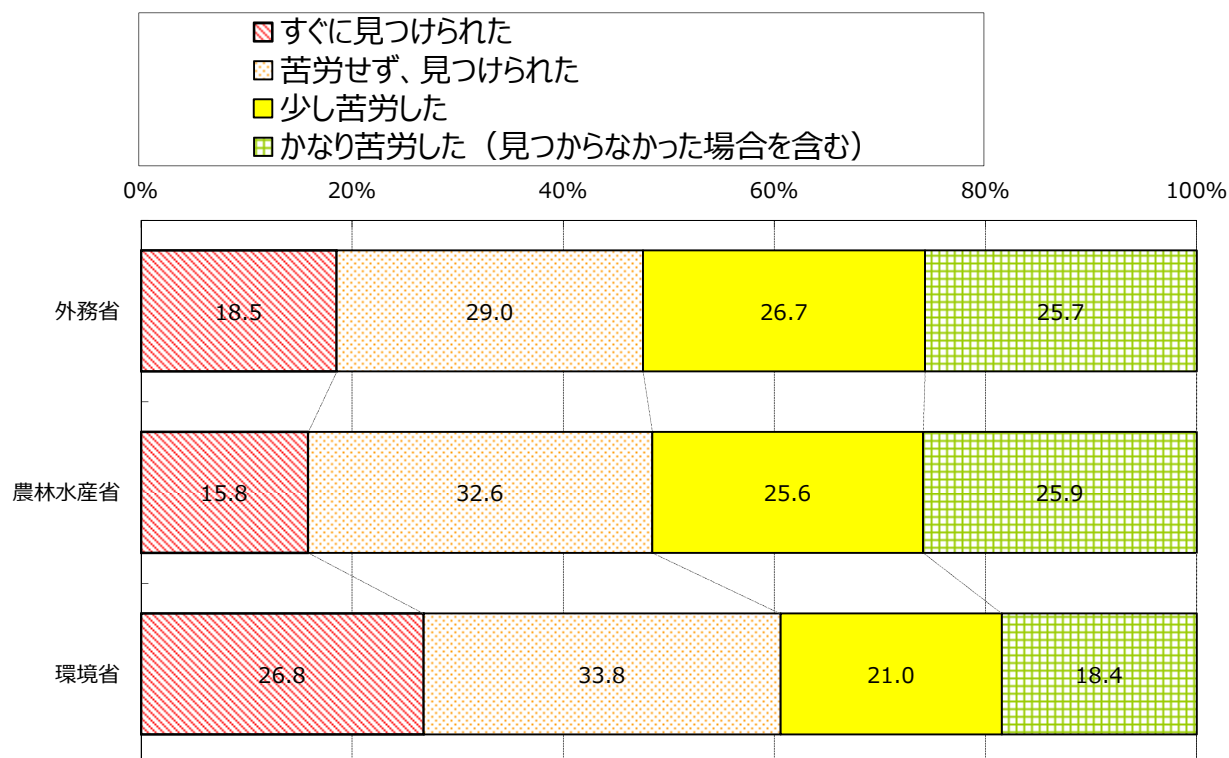
<タスク A>

2015 年 1 月 26 日に召集された第 189 回通常国会で、外務省・農林水産省・環境省がどんな法案を提出したのか調べてください。※必ず府省 Web サイトのトップページから始め、検索機能を使わず、各府省およそ 5 分以内を目安に対応するようにして下さい。

・「すぐに見つかった」又は「苦労せず、見つかった」の回答数割合は、環境省 60.6%、農林水産省 48.4%、外務省 47.6%の順に多い。

タスクAに取り組んでいただき、府省Webサイトの調べやすさについて、それぞれ該当するものをお選びください。

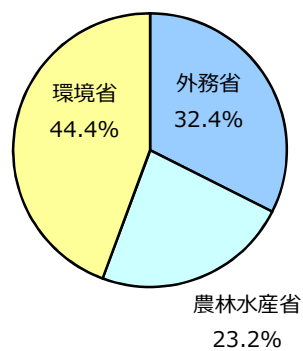
(n=1030) (本調査 問9)



3つのWebサイトのうち、最も調べやすかったものをお選びください。

なお、見つからなかった方も、最も調べやすかったものとしてお気持ちに近いものをお選びください。

(n=1030)(本調査 問10)



●タスク B における総務省・法務省・経済産業省 Web サイトの調べやすさ

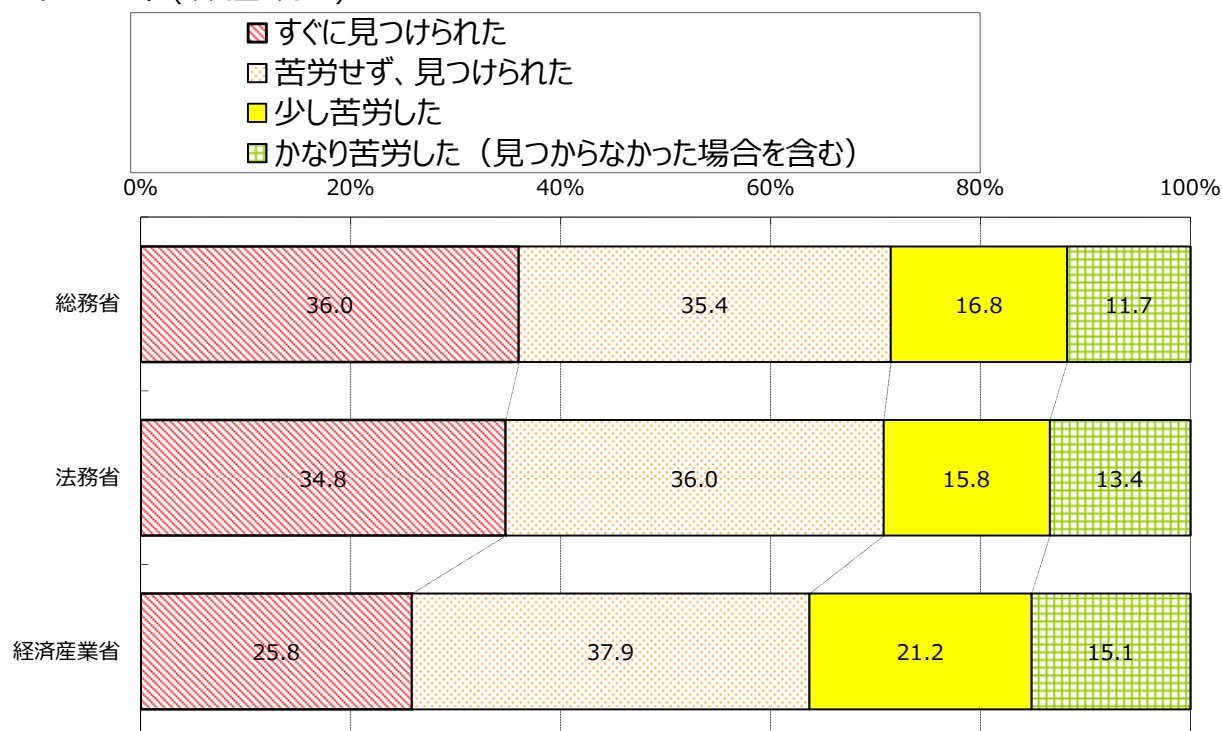
<タスク B>

平成 28 年度の予算概算要求に際して、総務省・法務省・経済産業省がどのような要求を提出したか調べてください。（予算概算要求の資料とは、来年度の予算確保に向け、各省から財務省に対して提出する資料で、どのような施策にどの程度の金額が必要かを説明したものです。）※必ず府省 Web サイトのトップページから始め、検索機能を使わず、各府省およそ 5 分以内を目安に対応するようにして下さい。

・「すぐに見つかった」又は「苦労せず、見つかった」の回答数割合は、総務省 71.5%、法務省 70.8%、経済産業省 63.7%の順に多い。

タスクBに取り組んでいただき、府省Webサイトの調べやすさについて、それぞれ該当するものをお選びください。

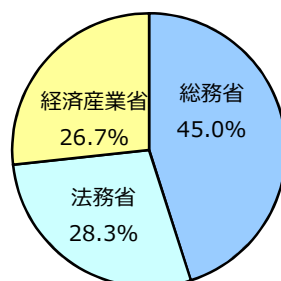
(n=1030) (本調査 問12)



3つのWebサイトのうち、最も調べやすかったものをお選びください。

なお、見つからなかった方も、最も調べやすかったものとしてお気持ちに近いものをお選びください。

(n=1030)(本調査 問13)

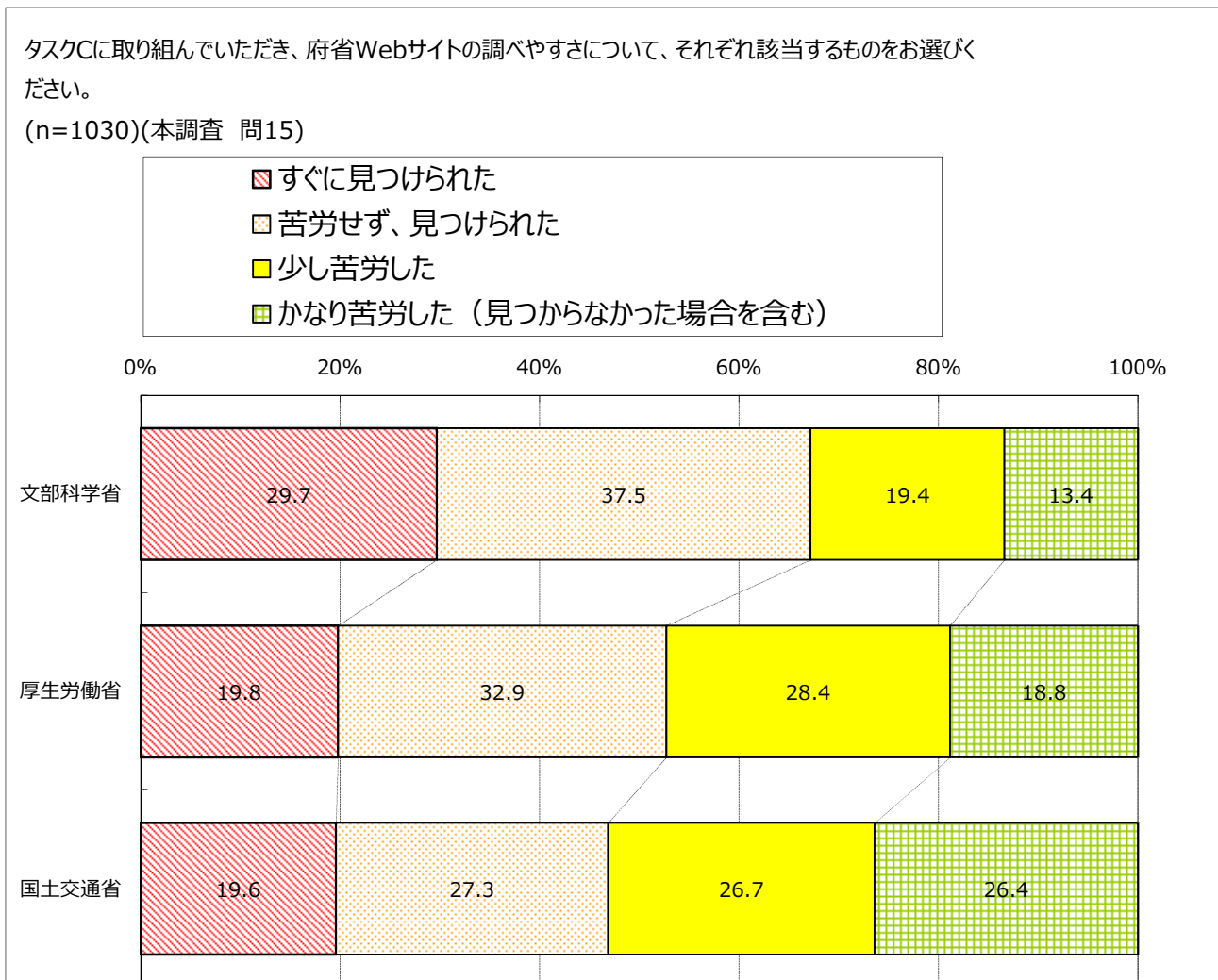


●タスク C における文部科学省・厚生労働省・国土交通省 Web サイトの調べやすさ

<タスク C>

文部科学省・厚生労働省・国土交通省の採用情報のうち、総合職（事務系）について、説明会などイベントの日程を調べてください。※必ず府省 Web サイトのトップページから始め、検索機能を使わず、各府省およそ 5 分以内を目安に対応するようにして下さい。

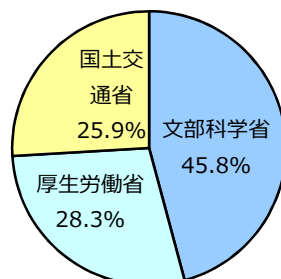
・「すぐに見つかった」又は「苦労せず、見つかった」の回答数割合は、文部科学省 67.2%、厚生労働省 52.7%、国土交通省 46.9%の順に多い。



3つのWebサイトのうち、最も調べやすかったものをお選びください。

なお、見つからなかった方も、最も調べやすかったものとしてお気持ちに近いものをお選びください。

(n=1030)(本調査 問16)



2-4. 府省 Web サイトの抱える課題と要望

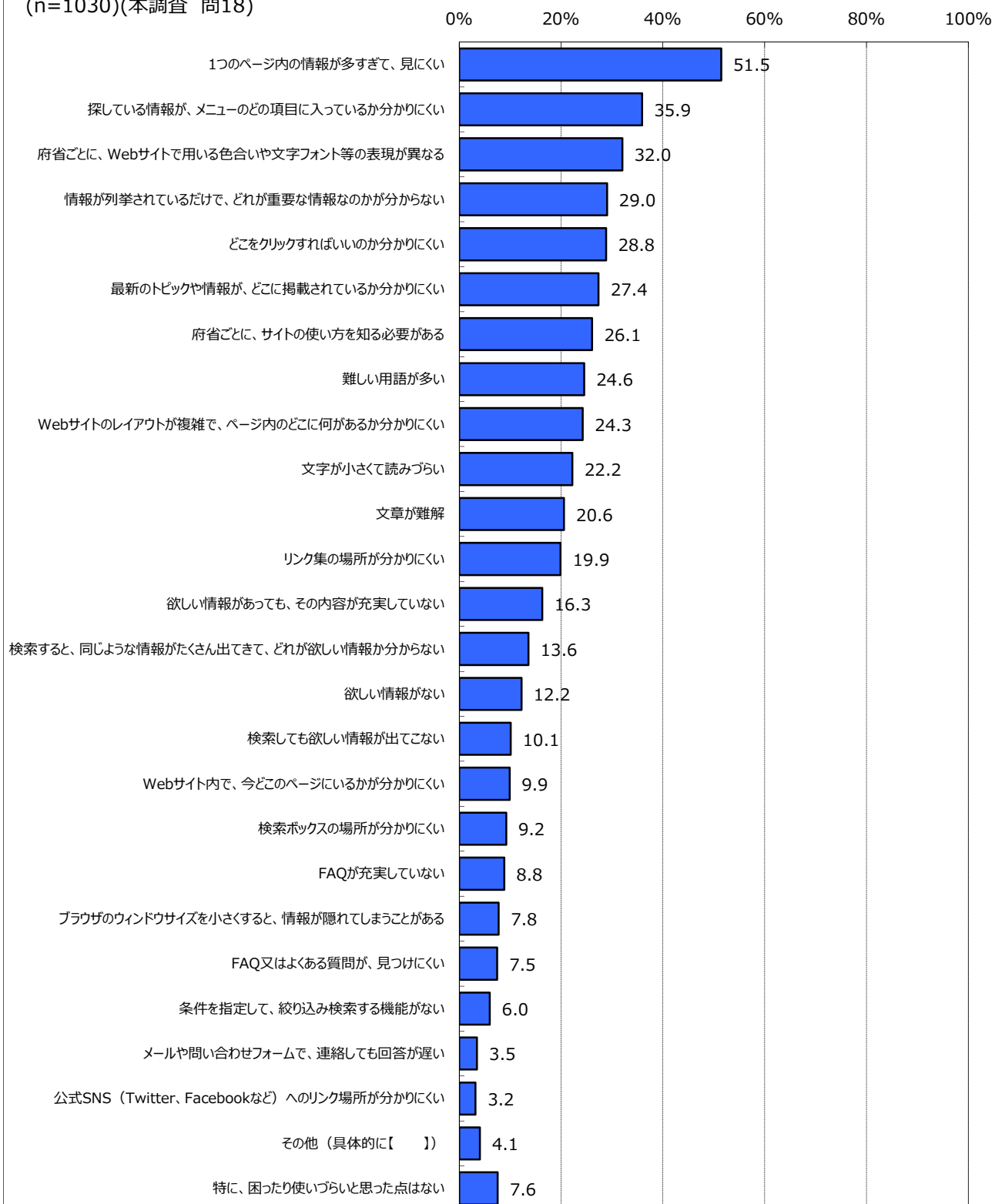
●府省 Web サイトの課題

- ・「1つのページ内の情報が多すぎて、見にくい」51.5%と、最も多い。
- ・「府省ごとに、Webサイトで用いる色合いや文字フォント等の表現が異なる」32.0%、「府省ごとに、サイトの使い方を知る必要がある」26.1%、「その他」の自由記述においても、府省を越えたレイアウト・デザイン・構成などの統一を求める意見があり、府省全体における共通化を挙げる意見が多い。
- ・年齢による差はあまり見られない。

府省のWebサイトをPCから閲覧した際に、困ったり、使いづらいと思った点を以下の中からお選びください。

(いくつでも)

(n=1030)(本調査 問18)



「その他（具体的に【 】）」の代表的な回答

・国民目線で作成されておらず、分かりづらい。（用語など）

『そもそも国民目線で作っていない』（57 歳男性）

・府省を越えて、レイアウト・デザイン・構成などを統一してほしい。

『府省ごとにフォーマットが異なる』（65 歳男性）

※「府省ごとに、Web サイトで用いる色合いや文字フォント等の表現が異なる」「府省ごとにサイトの使い方を知る必要がある」に意味の近い回答。

・更新日時を明記して、どれが最新資料が分かるようにしてほしい。

『毎年度アップされている報告書などが、どれがいちばん最新版なのかがわからないときがある。』（22 歳男性）

・更新頻度が遅い。

『リアルタイムに情報が更新されない』（54 歳男性）

・府省によっては、メールや問い合わせフォームの回答が充実していない。

『問い合わせフォームに対する回答について、省庁ごとの温度差が酷い。何度送っても全く回答してこないところもあり、なんのためにフォームをつけているのかわからない。』（53 歳男性）

・どの OS でも使用可能なデータでの提供、複数のファイル形式での提供などをしてほしい。

『統計情報のファイルがエクセルだけのものがあるが、PDF 等も用意していただけると便利です。』（37 歳男性）

『特定のマクロを使っていたりして、OS など異なると使用出来ないデータ等有る。』（63 歳男性）

		府省のWebサイトをPCから閲覧した際に、困ったり、使いづらと思った点をお選びください。（本調査 問18）													
		全体	1つのページ内の情報が多すぎて、見にくい	探している情報が、メニューのどの項目に入っているか分かりにくい	府省ごとに、Webサイトで用いる色合いや文字フォント等の表現が異なる	情報が列挙されているだけで、どれが重要な情報なのか分からない	どこをクリックすればいいのかわかりにくい	最新のトピックや情報が、どこに掲載されているかわかりにくい	府省ごとに、サイトの使い方を知る必要がある	難しい用語が多い	Webサイトのレイアウトが複雑で、ページ内のどこに何があるかわかりにくい	文字が小さくて読みづらい	文章が難解	リンク集の場所が分かりにくい	欲しい情報があっても、その内容が充実していない
全体		1030 100.0	● 530 51.5	● 370 35.9	● 330 32.0	● 299 29.0	● 297 28.8	● 282 27.4	● 269 26.1	● 253 24.6	● 250 24.3	● 229 22.2	● 212 20.6	● 205 19.9	● 168 16.3
年齢(10歳単位)	20代	82 100.0	● 41 50.0	● 26 31.7	● 15 18.3	● 19 23.2	● 32 39.0	● 23 28.0	● 12 14.6	● 15 18.3	● 17 20.7	● 19 23.2	● 13 15.9	● 19 23.2	● 5 6.1
	30代	178 100.0	● 105 59.0	● 61 34.3	● 50 28.1	● 49 27.5	● 53 29.8	● 54 30.3	● 41 23.0	● 47 26.4	● 51 28.7	● 45 25.3	● 36 20.2	● 38 21.3	● 20 11.2
	40代	316 100.0	● 155 49.1	● 116 36.7	● 108 34.2	● 93 29.4	● 93 29.4	● 88 27.8	● 96 30.4	● 82 25.9	● 69 21.8	● 64 20.3	● 62 19.6	● 65 20.6	● 50 15.8
	50代	279 100.0	● 150 53.8	● 98 35.1	● 90 32.3	● 78 28.0	● 71 25.4	● 76 27.2	● 73 26.2	● 69 24.7	● 65 23.3	● 70 25.1	● 65 23.3	● 56 20.1	● 54 19.4
	60代以上	175 100.0	● 79 45.1	● 69 39.4	● 67 38.3	● 60 34.3	● 48 27.4	● 41 23.4	● 47 26.9	● 40 22.9	● 48 27.4	● 31 17.7	● 36 20.6	● 27 15.4	● 39 22.3

府省のWebサイトをPCから閲覧した際に、困ったり、使いづらいと思った点をお選びください。(本調査 問18)															
		全体	検索すると、同じような情報がたくさん出てきて、どれが欲しい情報が分からない	欲しい情報がない	検索しても欲しい情報が出てこない	Webサイト内で、今このページにいか(どのメニューの中に入っているか)が分かりにくい	検索ボックスの場所が分かりにくい	FAQが充実していない	ブラウザのウィンドウサイズを小さくすると、情報が隠れてしまうことがある	FAQ又はよくある質問が、見つけにくい	条件を指定して、絞り込み検索する機能がない	メールや問い合わせフォームで、連絡しても回答が遅い	公式SNS (Twitter、Facebook など) へのリンク場所が分かりにくい	その他(具体的に【 】)	特に、困ったり使いづらいと思った点はない
全体		1030 100.0	140 13.6	126 12.2	104 10.1	102 9.9	95 9.2	91 8.8	80 7.8	77 7.5	62 6.0	36 3.5	33 3.2	42 4.1	78 7.6
年齢(10歳単位)	20代	82 100.0	6 7.3	14 17.1	5 6.1	7 8.5	4 4.9	5 6.1	6 7.3	8 9.8	3 3.7	3 3.7	3 3.7	3 3.7	7 8.5
	30代	178 100.0	20 11.2	20 11.2	23 12.9	24 13.5	20 11.2	10 5.6	19 10.7	18 10.1	7 3.9	5 2.8	8 4.5	3 1.7	8 4.5
	40代	316 100.0	57 18.0	41 13.0	37 11.7	29 9.2	27 8.5	33 10.4	20 6.3	27 8.5	19 6.0	12 3.8	10 3.2	10 3.2	21 6.6
	50代	279 100.0	32 11.5	34 12.2	23 8.2	31 11.1	26 9.3	27 9.7	22 7.9	23 8.2	18 6.5	11 3.9	8 2.9	14 5.0	23 8.2
	60代以上	175 100.0	25 14.3	17 9.7	16 9.1	11 6.3	18 10.3	16 9.1	13 7.4	1 0.6	15 8.6	5 2.9	4 2.3	12 6.9	19 10.9

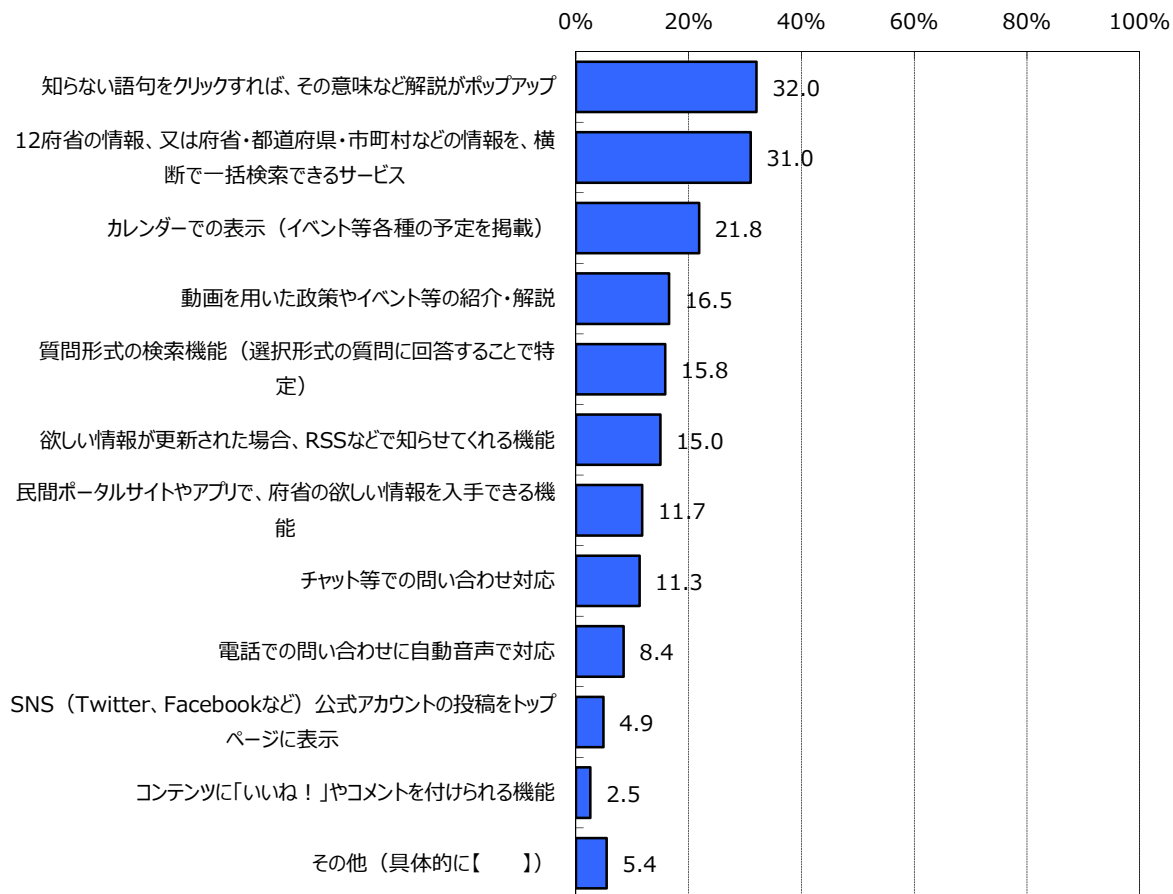
※本調査 問 18 の選択肢数が多いため、2 段に分けて示す。

●府省 Web サイトに対する要望

- ・「知らない語句をクリックすれば、その意味など解説がポップアップ」32.0%、「12 府省の情報、又は府省・都道府県・市町村などの情報を、横断で一括検索できるサービス」31.0%が多い。
- ・以下の傾向がある。
 - 組織概要をよく見るユーザーは、「動画を用いた政策やイベント等の紹介・解説」があると良いと考える
 - 行事案内をよく見るユーザーは、「動画を用いた政策やイベント等の紹介・解説」があると良いと考える
 - 調達・公募情報をよく見るユーザーは、「自分の欲しい情報について更新があった場合、RSS などでお知らせしてくれるサービス」があると良いと考える
 - 審議会・研究会をよく見るユーザーは、「12 府省の情報、又は府省・都道府県・市町村などの情報を、横断で一括検索できるサービス」があると良いと考える
- ・年齢別に比較すると、20 代では、「SNS 公式アカウントの投稿をトップページに表示」の要望が多い。

府省のWebサイトを閲覧する際に、こんなサービスがあったら良いと考えるものを、以下の中からお選びください。(いくつでも)

(n=1030) (本調査 問19)



「その他 (具体的に【 】)」の代表的な回答

- ・絵を用いた表現を活用

『例えば採用情報なども、絵で表現する。』(48 歳男性)

- ・高齢者が必要なテーマを抽出して集約・掲載

『高齢者が必要と知るテーマを分けて掲載』(57 歳男性)

- ・過去の質問と回答をまとめた FAQ まとめサイト

『これまでに届いた質問とそれに対する回答をまとめた FAQ まとめサイト』(29 歳男性)

- ・検索結果をヒット数順でなく、日付順に表示する機能

『ヒット数別ではなく日付順に』(61 歳男性)

- ・絞り込み検索機能の追加又は強化

『検索の絞り込み機能の強化』(36 歳女性)

- ・わかりやすいサイトマップ

『わかりやすいサイトマップは最低限必要』(64 歳男性)

(サービスや機能ではないが、府省を越えた統一[デザイン、メニュー項目、用語、どの府省でも出すコン

テンツの記載情報など]、分かりやすい表現を求める意見多数あり)

など

		府省のWebサイトを閲覧する際に、こんなサービスがあったら良いと考えるものをお選びください。(本調査 問19)													
		全体	知らない語句をクリックすれば、その意味など解説がポップアップ	12府省の情報、又は府省・都道府県・市町村などの情報を、横断で一括検索できるサービス	カレンダーでの表示(イベント等各種の予定を掲載)	動画を用いた政策やイベント等の紹介・解説	質問形式の検索機能(一つ一つ選択形式の質問に回答し続けられ、欲しい情報に辿り着く)	自分の欲しい情報について更新があった場合、RSSなどでお知らせしてくれるサービス	普段使用している民間のポータルサイトやアプリで、府省の欲しい情報を入手できる機能	チャット等での問い合わせ対応	電話での問い合わせに自動音声で対応	SNS(Twitter、Facebookなど)公式アカウントの投稿をトップページに表示	Webサイト内のコンテンツに「いいね!」を付けたり、コメントを投稿できるサービス	その他(具体的に【 】)	
最もよく見る府省のWebサイトで、PCからよく見るコンテンツは何ですか。(本調査問4)	全体	1030	330	319	225	170	163	154	121	116	87	50	26	56	
	組織概要	100.0	32.0	31.0	21.8	16.5	15.8	15.0	11.7	11.3	8.4	4.9	2.5	5.4	
		103	30	28	26	30	13	14	12	18	12	13	10	2	
	人事情報	100.0	29.1	27.2	25.2	29.1	12.6	13.6	11.7	17.5	11.7	12.6	9.7	1.9	
		48	12	15	14	12	4	16	8	11	7	11	7	1	
	採用情報	100.0	25.0	31.3	29.2	25.0	8.3	33.3	16.7	22.9	14.6	22.9	14.6	2.1	
		32	8	11	7	16	5	12	8	9	6	9	8	0	
	プレスリリース	100.0	25.0	34.4	21.9	50.0	15.6	37.5	25.0	28.1	18.8	28.1	25.0	0.0	
		323	97	112	71	62	51	53	48	31	25	24	12	15	
	行事案内	100.0	30.0	34.7	22.0	19.2	15.8	16.4	14.9	9.6	7.7	7.4	3.7	4.6	
		192	62	63	58	52	34	29	23	20	24	16	12	6	
	調達・公募情報	100.0	32.3	32.8	30.2	27.1	17.7	15.1	12.0	10.4	12.5	8.3	6.3	3.1	
		102	31	32	21	27	9	27	18	13	15	7	9	1	
	政策	100.0	30.4	31.4	20.6	26.5	8.8	26.5	17.6	12.7	14.7	6.9	8.8	1.0	
		327	93	114	83	80	51	69	48	47	24	21	14	17	
審議会・研究会	100.0	28.4	34.9	25.4	24.5	15.6	21.1	14.7	14.4	7.3	6.4	4.3	5.2		
	148	51	62	34	28	17	28	19	17	13	15	11	12		
予算・決算	100.0	34.5	41.9	23.0	18.9	11.5	18.9	12.8	11.5	8.8	10.1	7.4	8.1		
	119	33	42	29	28	21	22	22	17	14	9	8	5		
申請・届出等の手続き案内(支援制度等を含む)	100.0	27.7	35.3	24.4	23.5	17.6	18.5	18.5	14.3	11.8	7.6	6.7	4.2		
	337	118	114	80	59	65	62	46	47	47	19	13	17		
法令	100.0	35.0	33.8	23.7	17.5	19.3	18.4	13.6	13.9	13.9	5.6	3.9	5.0		
	292	93	105	66	50	62	54	45	40	31	21	8	17		
刊行物(白書・報告書・統計など)	100.0	31.8	36.0	22.6	17.1	21.2	18.5	15.4	13.7	10.6	7.2	2.7	5.8		
	198	79	78	61	34	41	42	35	30	16	12	8	9		
その他(具体的に【 】)	100.0	39.9	39.4	30.8	17.2	20.7	21.2	17.7	15.2	8.1	6.1	4.0	4.5		
	119	36	43	28	12	25	12	14	14	5	2	1	16		
	100.0	30.3	36.1	23.5	10.1	21.0	10.1	11.8	11.8	4.2	1.7	0.8	13.4		

		府省のWebサイトを閲覧する際に、こんなサービスがあったら良いと考えるものをお選びください。（本調査 問19）													
		全体	知らない語句をクリックすれば、その意味など解説がポップアップ	12府省の情報、又は府省・都道府県・市町村などの情報を、横断で一括検索できるサービス	カレンダーでの表示（イベント等各種の予定を掲載）	動画を用いた政策やイベント等の紹介・解説	質問形式の検索機能（一つ一つ選択形式の質問に回答し続けられ、欲しい情報に辿り着く）	自分の欲しい情報について更新があった場合、RSSなどでお知らせしてくれるサービス	普段使用している民間のポータルサイトやアプリで、府省の欲しい情報を入手できる機能	チャット等での問い合わせ対応	電話での問い合わせに自動音声で対応	SNS（Twitter、Facebookなど）公式アカウントの投稿をトップページに表示	Webサイト内のコンテンツに「いいね！」を付けたり、コメントを投稿できるサービス	その他（具体的に）	
全体		1030 100.0	330 32.0	319 31.0	225 21.8	170 16.5	163 15.8	154 15.0	121 11.7	116 11.3	87 8.4	50 4.9	26 2.5	56 5.4	
年齢 （10歳単位）	20代	82 100.0	33 40.2	20 24.4	20 24.4	18 22.0	10 12.2	16 19.5	3 3.7	12 14.6	12 14.6	17 20.7	5 6.1	3 3.7	
	30代	178 100.0	57 32.0	52 29.2	29 16.3	27 15.2	28 15.7	27 15.2	31 17.4	26 14.6	18 10.1	10 5.6	7 3.9	7 3.9	
	40代	316 100.0	99 31.3	103 32.6	82 25.9	42 13.3	49 15.5	48 15.2	41 13.0	38 12.0	26 8.2	10 3.2	2 0.6	15 4.7	
	50代	279 100.0	88 31.5	87 31.2	62 22.2	49 17.6	43 15.4	42 15.1	29 10.4	29 10.4	23 8.2	8 2.9	9 3.2	16 5.7	
	60代以上	175 100.0	53 30.3	57 32.6	32 18.3	34 19.4	33 18.9	21 12.0	17 9.7	11 6.3	8 4.6	5 2.9	3 1.7	15 8.6	

II-ii.Web アンケート調査

テキストマイニング結果と考察

目次

1.調査概要	II- ii -3
2. 分析結果	II- ii -4
2-1.タスク A における外務省・農林水産省・環境省 Web サイトの調べやすさ ..	II- ii -6
2-2.タスク B における総務省・法務省・経済産業省 Web サイトの調べやすさ ..	II- ii -10
2-3.タスク C における文部科学省・厚生労働省・国土交通省 Web サイトの調べやすさ	II- ii -14
2-4. 府省 Web サイトにあると良いサービス	II- ii -17
2-5. 府省 Web サイト全般に対する意見（問 21）	II- ii -32

補足

【II-ii-補足 1】タスク毎の府省 Web サイトトップページ一覧

1.調査概要

表.Web アンケート調査の概要

項目	内容
調査目的	府省 Web サイトの利便性を高めるため、現在の府省 Web サイトへの要望や改善点等を調査し、その調査結果を元にして、Web サイトガイド等の改訂事項を検討する。
調査期間	アンケート実施：2015 年 12 月 24 日（木） - 12 月 25 日（金） テキストマイニング：2015 年 1 月 12 日（火） - 1 月 19 日（火）
調査実施機関	株式会社三菱総合研究所
調査委託先	エム・アール・アイ・リサーチアソシエツ株式会社
調査対象者	調査委託先の登録モニターのうち、下記条件を満たす方 ・12 府省の Web サイトを、PC から過去 3 ヶ月以内に一度でも見たことがある ・PC からの閲覧限定 ・20 歳以上
調査内容	調査内容の概要は以下の通り。設問票は「II-i-補足 1」を参照。 なお、テキストマイニングの対象となる自由記述設問は、問 11,問 14,問 17,問 20,問 21。 1. 府省 Web サイト全般の日頃の利用状況について回答 2. 府省 Web サイトを利用するタスクを、合計 3 つ課す。各タスクで府省 Web サイトを 3 つ指定し、それらの Web サイトごとにタスクに取り組む。タスクに取り組んだ後、最も情報を調べやすかったサイト、その Web サイトを選んだ理由などを回答。タスク内容は下記の通り。 （タスク 1）2015 年 1 月 26 日に召集された第 189 回通常国会で、外務省・農林水産省・環境省が、どんな法案を提出したのか調べる。 （タスク 2）平成 28 年度の予算概算要求に際して、総務省・法務省・経済産業省がどのような要求を提出したか調べる。 （タスク 3）文部科学省・厚生労働省・国土交通省の採用情報のうち、興味のある職種について、説明会などイベントの日程を調べてください。 3. 府省 Web サイト全般に関して、改善すべき点、あると良い機能について回答
回答方法	Web サイトからの回答（PC に限定）
有効回答者数	1,030 名

2. 分析結果

【ランキングにおける注意事項】

- ・名詞・動詞・形容詞を出現回数順にランキングしています。
- ・セルがピンク色の場合は、他の属性と比較して特徴的に発言されている単語です。特徴的かどうかという判断には、カイ 2 乗検定を用いています。
- ・文字が赤色であれば肯定、青色であれば否定を表現しています。黒色の場合には、肯定及び否定どちらの自由回答も含まれます。例えば、「見つけやすい」と黒字で記載されている場合には、「見つけやすい」だけでなく、「見つけにくい」という回答も含んでおります。
- ・係り受けランキング（2-3 参照）の「係り受け」とは、テキストデータに出現している「何がどうした」といった「主語」と「述語」のような関係にある単語のつながりを表します。例えば、「リンゴは美味しい」という文章の場合、「リンゴ」が主語で、「美味しい」は述語として、係り受けの関係にあるということになります。

【マップにおける注意事項】

- ・属性ごとのマップ（2-1, 2-2 参照）では、紺色の円は比較するための設問（自由回答でない設問）の選択肢を表現しています。それぞれの選択肢において、特徴的に出現している単語を黄色の円で表し、複数の選択肢で共通して、特徴的に出現している単語は緑色の円で表現しています。
- ・各単語の隣に表示される数字は、出現回数です。
- ・出現回数の多い 10 個（参考 問 11, 14, 17, 20）又は 15 個（2-3 問 21）の名詞を青色の円で表示、それら単語に係り受けしている単語を緑色の円で表示しています。
- ・黄色の線は係り受けを表し、灰色の線は同時出現の関連性（共起の関係）が強い単語を表現。灰色の線では、最も関わりが強いと判断された単語に向かって矢印が繋がっています。
- ・名詞の位置（X 軸 Y 軸）に意味はありません。

なお、P.4 以降を閲覧頂く際には、適宜、「II-i-補足 1」設問票、及び「II-ii-補足 1」タスク毎の府省 Web サイトトップページ一覧をご参照ください。

【集計表及びグラフにおける注意事項】（参考記載）

・グラフ及び表における記号は、下記の定義で用います。

n:アンケート回答者母数

N:選択肢回答者数

%:アンケート回答者母数に対する選択肢回答者数の割合

・クロス集計表では、

同行内での順位を 1 位 ● 2 位 ● 3 位 ● として示します。

同列内において、表頭設問の単純集計結果の比率を基準として、その比率よりも 20 ポイント以上多い場合には  濃い黄色セル、10 ポイント以上多い場合には  薄い黄色セルにしています。逆に、20 ポイント以上少ない場合には  青色セル、10 ポイント以上少ない場合には  水色セルにしています。

また、サンプル数（表側設問の単純集計結果の回答数）10 以下の場合には、順位及びポイントによる上記表記を行っておりません。

・クロス集計表で、表側設問が複数回答の場合、比率を合計しても 100%にはなりませんのでご注意ください。比率 = 選択肢回答数 ÷ 回答対象者数として計算しており、回答者 1 人に対して回答数が 2 つ以上のケースがあるためです。

・以降、「2.分析結果」内のデータにおいて、Web アンケート調査以外のデータを用いる場合には、出所を記しております。出所未記載のデータは、全て Web アンケート調査結果です。

2-1. タスク A における外務省・農林水産省・環境省 Web サイトの調べやすさ

<タスク A>

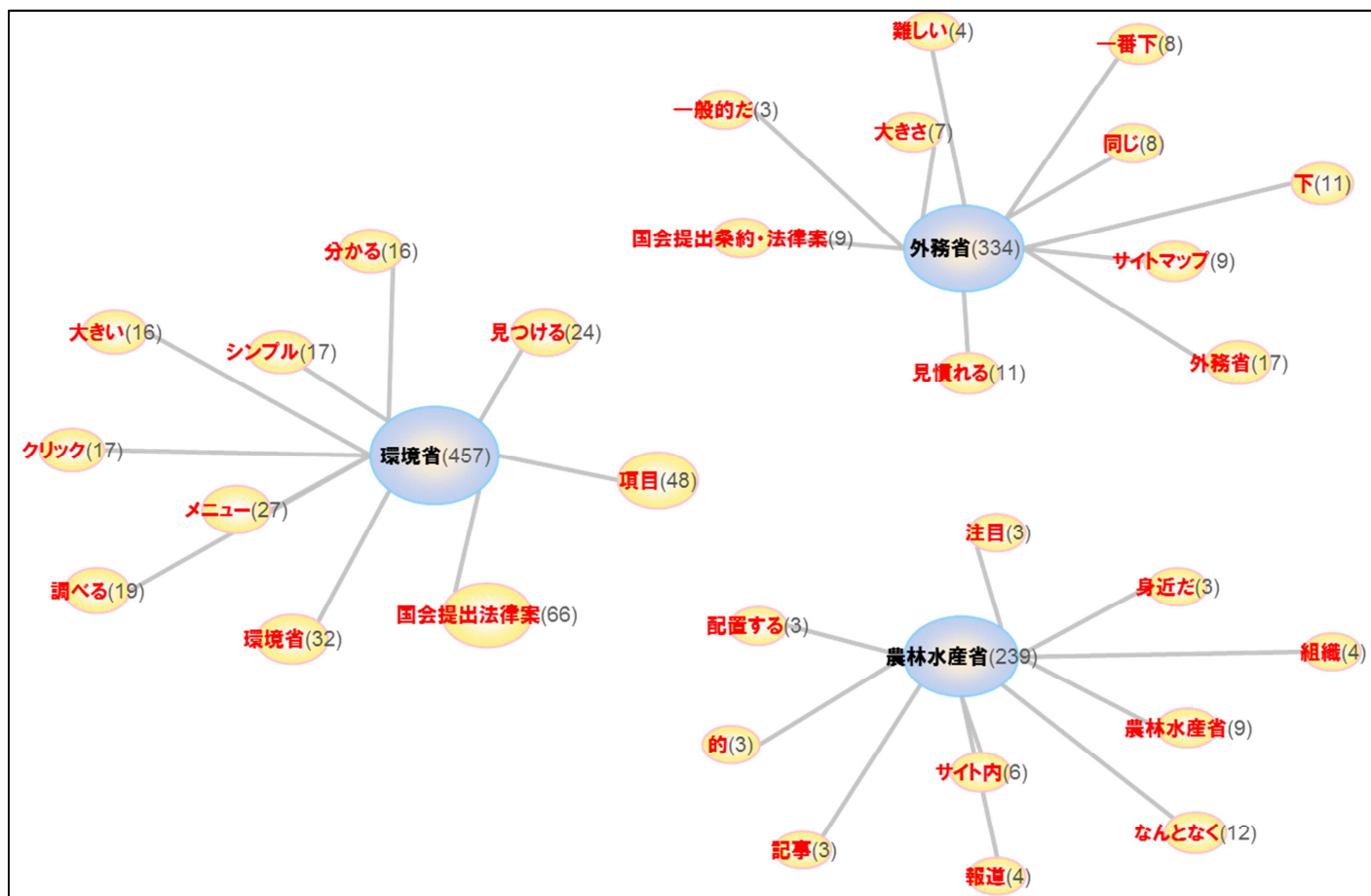
2015 年 1 月 26 日に召集された第 189 回通常国会で、外務省・農林水産省・環境省がどんな法案を提出したのか調べてください。※必ず府省 Web サイトのトップページから始め、検索機能を使わず、各府省およそ 5 分以内を目安に対応するようにして下さい。

●最も調べやすかった府省 Web サイト別の、調べやすかった理由（問 10-問 11）

調べやすかった理由を、（最も調べやすかったと回答した）府省 Web サイト別に分類し、語彙の出現数をランキングに、語彙の関係性をマップに示す。

【ランキング・マップ】

No.	全体(1030)	件数	外務省(334)	件数	農林水産省(239)	件数	環境省(457)	件数
1	分かりやすい	139	分かりやすい	47	見やすい	34	分かりやすい	69
2	見やすい	137	見やすい	42	分かりやすい	23	国会提出法律案	66
3	トップページ	95	トップページ	28	トップページ	19	見やすい	61
4	国会提出法律案	93	項目	20	項目	15	トップページ	48
5	項目	83	サイト	19	サイト	13	項目	48
6	サイト	55	国会提出法律案	18	なんとなく	12	環境省	32
7	文字	47	外務省	17	国会提出法律案	9	メニュー	27
8	法律案	42	1 番	16	農林水産省	9	見つける	24
9	メニュー	41	文字	15	メニュー	8	文字	24
10	見つける	41	リンク	14	検索	8	サイト	23



ランキングとマップ及びそれらの語彙を含む自由回答より、以下の結果が得られた。最も調べやすかったと回答した件数の多い順にまとめる。（結果の記載の後に、3府省 Web サイトの比較をメニューなど事項ごとに示す。）

「環境省」の選択理由について

- ・「メニュー」「項目」に言及する回答が比較的多かった。
- ・メニュー項目に探している内容があり、見つけやすかったという意見が多かった。
『メニューバーに政策分野と表示があり見つけやすかった。』（47 歳男性）
- ・クリック数が少なく（ページ遷移が少なく）すぐに見つけられたため、調べやすかったという意見があった。
『関連しそうな分野をクリックしたらすぐに出てきたから。』（40 歳男性）
- ・レイアウトやデザインなどがシンプルで見つけやすかったという意見が多かった。
『レイアウトがシンプルであるから内容が分かりやすかった。』（48 歳女性）
- ・見出しやタイトルの文字が大きく分かりやすかったという意見があった。
『調べたいことの題名が大きく出ていて、わかりやすかった。』（41 歳女性）

「外務省」の選択理由について

- ・文字が大きく分かりやすかったという意見があった。
『サイトが一番見やすく文字の大きさも適切』（23 歳男性）
- ・トップページのサイトマップに該当項目があり、分かりやすかったという意見が多かった。
『ホームページの一番下にサイトマップがあり、そこからすぐに見つけられた。』（37 歳男性）

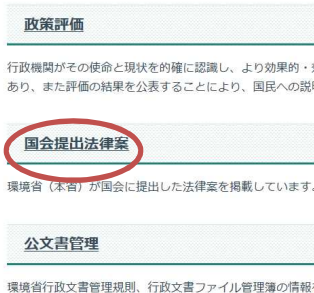
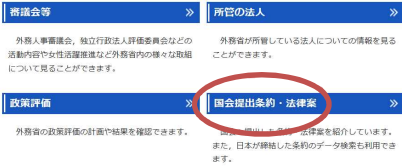
「農林水産省」の選択理由について

- ・「なんとなく」という、理由を明示しない回答が比較的多かった。
- ・トップページの報道発表（新着情報一覧内）が細分化されており、関連するコンテンツを見つけやすかったという意見があった。
『報道発表やプレスリリースなどの項目があるのは各省共通だが、農水省はトピックスがより細分化して表示してあるので、具体的に情報が探しやすい』（44 歳男性）

【3 府省 Web サイトの比較】

自由回答で多く言及されている内容について、3 府省 Web サイトの比較を示す。なお、府省 Web サイトのトップページを「II-ii-補足 1」に列挙する。

事項	環境省	外務省	農林水産省
メニュー (項目) ※太字メニューにタスクの情報あり	・ホーム ・環境省のご案内 ・政策分野・行政活動 ・環境基準・法令等 ・白書・統計・資料 ・申請・届出・公募 ・報道・広報	・外務省について ・会見・発表・広報 ・外交政策 ・国・地域 ・海外渡航・滞在 ・申請・手続き	・農林水産省について ・組織・政策 ・報道・広報 ・統計情報 ・ご意見・お問い合わせ
タスクの情報までのクリック数	2 クリック	3 クリック	3 クリック
レイアウト・デザイン	(II-ii-補足 1 参照)		

事項	環境省	外務省	農林水産省
見出し・タイトル の文字 大きさ ※周囲の 文字大 きさとの比較			
トップページの サイト マップ	なし	あり	なし
報道発表 表・プレス リリース欄	・日付で分類 ・個別テーマ（タグ）ごとに投稿を集めたページヘリンクあり	・日付で分類	・日付で分類 ・タグ（生産、食料産業、基本政策など）の表示

【まとめ】

以上より、調べやすいと選択する理由をまとめる。

- ・メニュー項目に、探している情報に関連する語句が含まれている
- ・トップページからのクリック数（画面遷移数）が少ない
- ・レイアウトやデザインがシンプル
- ・探している情報に関連する見出し・タイトルが大きい
- ・トップページにサイトマップがある
- ・コンテンツに表示される情報が、タグなどで分かりやすく分類されている など

2-2.タスク B における総務省・法務省・経済産業省 Web サイトの調べやすさ

<タスク B>

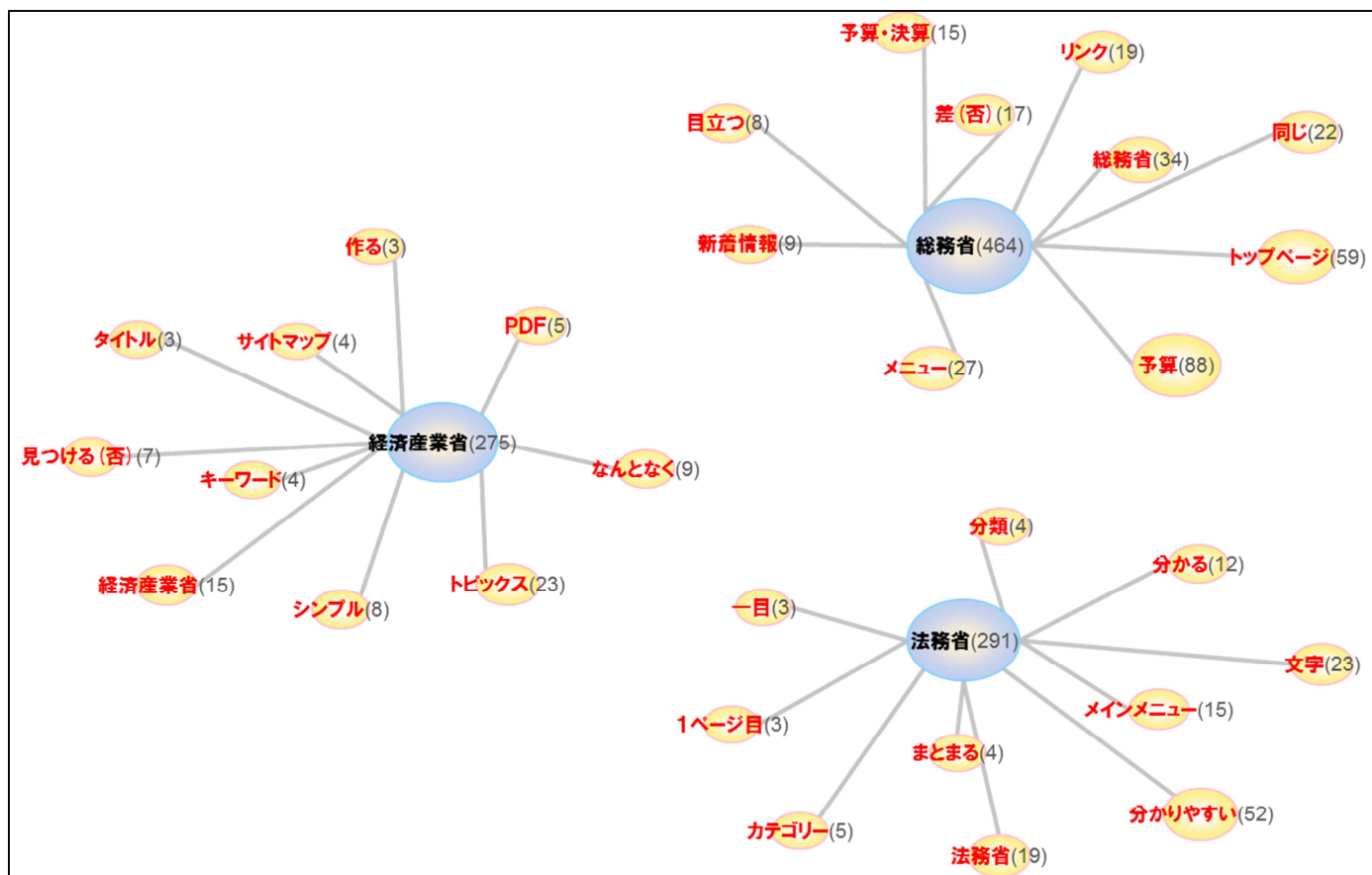
平成 28 年度の予算概算要求に際して、総務省・法務省・経済産業省がどのような要求を提出したか調べてください。（予算概算要求の資料とは、来年度の予算確保に向け、各省から財務省に対して提出する資料で、どのような施策にどの程度の金額が必要かを説明したものです。）※必ず府省 Web サイトのトップページから始め、検索機能を使わず、各府省およそ 5 分以内を目安に対応するようにして下さい。

●最も調べやすかった府省 Web サイト別の、調べやすかった理由（問 13-問 14）

調べやすかった理由を、（最も調べやすかったと回答した）府省 Web サイト別に分類し、語彙の出現数をランキングに、語彙の関係性をマップに示す。

【ランキング・マップ】

No.	全体(1030)	件数	総務省(464)	件数	法務省(291)	件数	経済産業省(275)	件数
1	予算	163	予算	88	予算	54	見やすい	36
2	分かりやすい	143	分かりやすい	64	分かりやすい	52	分かりやすい	27
3	見やすい	136	見やすい	63	見やすい	37	トピックス	23
4	トップページ	101	トップページ	59	項目	34	予算	21
5	項目	96	項目	44	トップページ	24	トップページ	18
6	見つける	64	総務省	34	文字	23	項目	18
7	文字	61	見つける	30	見つける	19	文字	16
8	総務省	49	メニュー	27	法務省	19	経済産業省	15
9	サイト	47	サイト	23	メインメニュー	15	見つける	15
10	メニュー	46	法務省	23	メニュー	14	見る	14



ランキングとマップ及びそれらの語彙を含む自由回答より、以下の結果が得られた。最も調べやすかったと回答した件数が多い順にまとめる。（結果の記載の後に、3 府省 Web サイトの比較をメニューなど事項ごとに示す。）

「総務省」の選択理由について

- ・「メニュー」に関して言及する回答が比較的多かった。
- ・トップページのメニューに予算・決算情報の項目があり、見つけやすかったという意見が多かった。
『トップページの「予算・決算」のボタンが、他よりも見やすかったから』（41 歳男性）
- ・さらに、メニュー（リンクボタン）の並び方とその項目名が分かりやすかったという意見があった。
『リンクボタンの並び方と項目名のつけかた』（36 歳男性）
- ・新着情報に掲載されていたため、簡単に見つけられたという意見があった。
『新着情報に掲載されていたので』（28 歳女性）

「法務省」の選択理由について

- ・「文字」「メインメニュー」に関して言及する回答が比較的多かった。
- ・文字が大きく文字間隔が広いため、見つけやすいという意見が多かった。

『文字が大きくてわかりやすい』（38 歳男性）

『ほかには行間が詰まっていたリンクの文字が見づらい気がした』（48 歳女性）

・サイトマップに該当項目があり、分かりやすかったという意見が多かった。

『ホームページの一番下にサイトマップがあり、そこからすぐに見つけられた。』（37 歳男性）

・メインメニューに予算という項目があり、分かりやすかったという意見があった。

『メインメニューの予算などの分かりやすい言葉が使われていたので、到達しやすかった。』（31 歳男性）

・分類が分かりやすかったという意見があった。

『メニューの中に細かい分類がありわかりやすかった』（23 歳女性）

「経済産業省」の選択理由について

・「トピックス」に関して言及する回答が比較的多かった。

・トップページのトピックスに載っていたから、見つけやすかったという意見が多かった。

『トップページのトピックスにあがっていたから最も見やすかった』（45 歳女性）

・レイアウトや配色等がシンプルで分かりやすかったという意見があった。

『レイアウトがシンプルかつ、申請書類関係など探しやすかった。』（48 歳女性）

『サイトがシンプルな配色で見やすい』（31 歳男性）

・サイトマップが分かりやすく、見つけやすかったという意見があった。

『どのサイトもサイトマップを開くとすぐに見つけられたが、経済産業省のサイトが一番サイトマップを発見しやすかったから。』（47 歳男性）

【3 府省 Web サイトの比較】

自由回答で多く言及されている内容について、3 府省 Web サイトの比較を示す。なお、府省 Web サイトのトップページを II-ii-補足 1 に列挙する。

事項	総務省	法務省	経済産業省
メニュー (項目) ※太字メニューにタ スクの情報あり	・総務省の紹介 ・広報・報道 ・政策 ・組織案内 ・所管法令 ・ 予算・決算 ・申請・手続 ・政策評価	・大臣・副大臣・政務官 ・広報・報道・大臣会見 ・法務省の概要 ・所管法令等 ・資格・採用情報 ・政策・施策 ・政策評価等 ・パブリックコメント ・省議・審議会等 ・白書・統計・研究 ・ 予算・決算	・ホーム ・経済産業省について ・お知らせ ・ 政策について ・統計 ・申請・お問合せ ・English

事項	総務省	法務省	経済産業省
		・政府調達情報 ・情報公開・公文書管理・個人情報保護 ・行政手続の案内 ・法令適用事前確認手続 ・オンライン申請 ・ご意見・ご提案 ・相談窓口 ・その他	
文字大きさ・文字間隔 ※周囲の文字大きさと比較	予算 平成28年度 ・ 総務省所管予算(案)の概要 ・ 概算要求書及び政策計画調査 ・ 経済・財政一体改革に係る総務省の取組 ・ 総務省所管予算概算要求の概要 ・ 新しい日本のための優先課題推進枠のうち 平成27年度 ・ 一般会計歳出予算補正(第1号)各目明細書	予算 予算のページ ・ 法務省所管等予算額 ・ 平成28年度予算(速報) ・ 平成28年度概算要求 ・ 平成27年度予算	平成24年度予算 平成23年度予算 概算要求 ・ 平成28年度概算要求等 (2015年8月31日提出) ・ 平成27年度概算要求等 (2014年8月29日提出) ・ 平成26年度概算要求等 (2013年8月30日提出)
サイトマップ(トップページでなく専用ページ)	サイトマップ 総務省の紹介 ・ 本部・副大臣・政務官 ・ 所在地・連絡先 ・ 採用情報 ・ 各種募集 広報・報道 ・ 本部金庫・発言等 ・ 報道資料 ・ 広報誌・パンフレット ・ 行事案内 ・ フォトギャラリー 政策 ・ 国の行政制度・運営 ・ 地方行政 ・ 選挙・政治資金制度 ・ 情報通信(IT政策) ・ 国民生活と安心・安全 ・ 政府方針への取組 ・ 白書 ・ 統計情報 ・ 意見募集(ブログコメント) ・ 業務管理・その他 ・ 一般職昇格決定者の連絡 政策経緯	サイトマップ サイトマップ 大臣・副大臣・政務官 広報・報道・大臣会見 ・ 大臣会見等 ・ プレスリリース ・ YouTube法務省ch ・ 法務省パンフレット・リーフレット・ポスター ・ 法務省だよりあかかんが 法務省の概要 ・ 法務省幹部一覧 ・ 法務省の沿革 ・ 組織図 ・ 各組織の誌 ・ フォトギャラリー 所管法令等 ・ 所管法令 ・ 国会提出法案など	サイトマップ 経済産業省について ・ 大臣・副大臣・大臣政務官 ・ アクセス ・ 金庫・スピーチ・提言 ・ 政府広報 ・ イベント・行事 ・ 調達・業務執行 ・ 経済産業省の仕組み ・ トップページ ・ ニュースリリース ・ 広報誌・パンフレット・パンフレット ・ 意見募集 ・ 歳入・試験 お知らせ
レイアウト・デザイン	(II-ii-補足 1 参照)		

【まとめ】

以上より、調べやすいと選択する理由をまとめる。

- ・メニュー項目に、探している情報に関連する語句が含まれている
- ・文字の大きさや文字間の幅が適切である
- ・サイトマップ(トップページでなく専用ページ)のレイアウト等が見やすい
- ・レイアウトやデザインがシンプル など

2-3.タスク C における文部科学省・厚生労働省・国土交通省 Web サイトの調べやすさ

<タスク C>

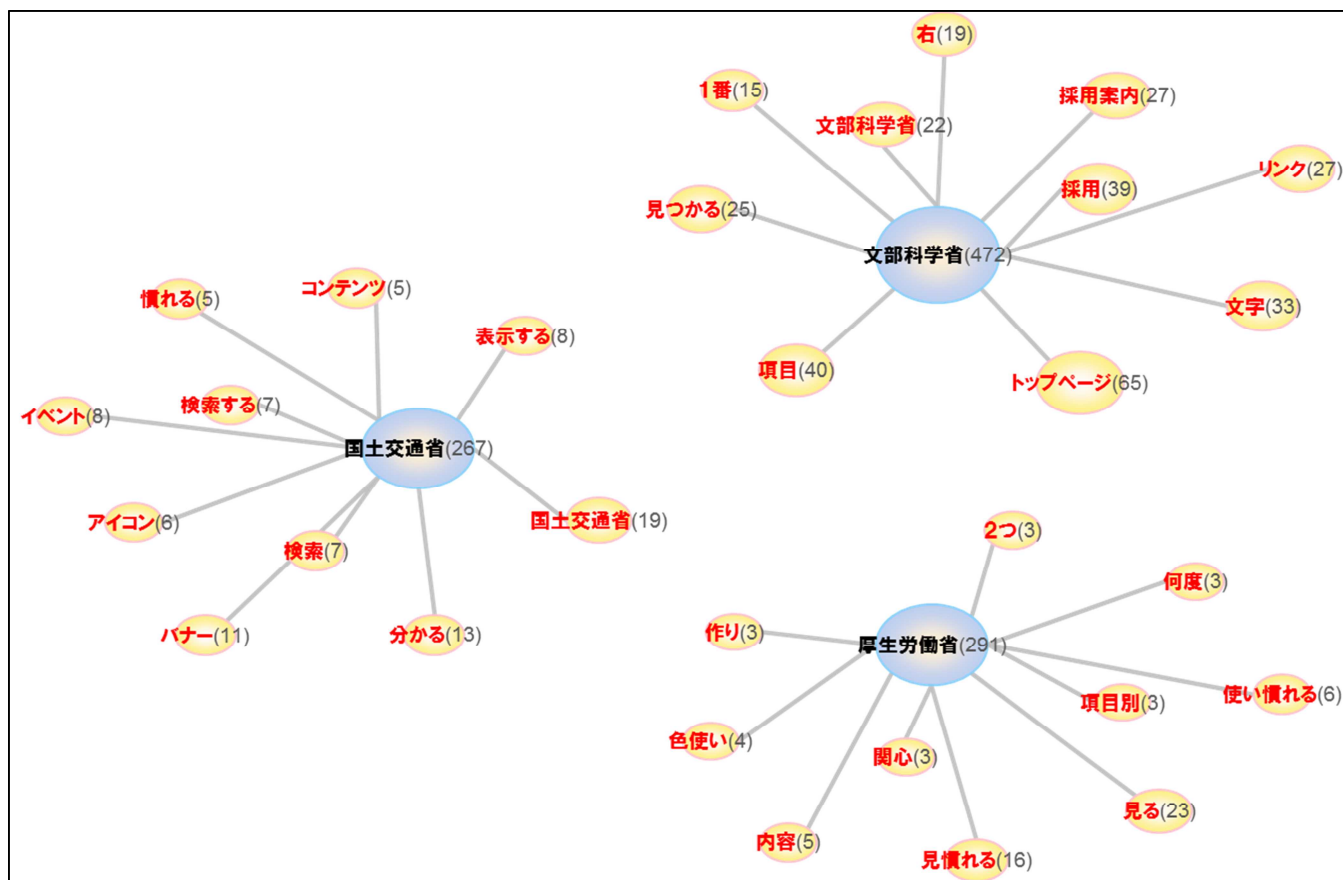
文部科学省・厚生労働省・国土交通省の採用情報のうち、総合職（事務系）について、説明会などイベントの日程を調べてください。※必ず府省 Web サイトのトップページから始め、検索機能を使わず、各府省およそ 5 分以内を目安に対応するようにして下さい。

●最も調べやすかった府省 Web サイト別の、調べやすかった理由（問 16-問 17）

調べやすかった理由を、（最も調べやすかったと回答した）府省 Web サイト別に分類し、語彙の出現数をランキングに、語彙の関係性をマップに示す。

【ランキング・マップ】

No.	全体(1030)	件数	文部科学省(472)	件数	厚生労働省(291)	件数	国土交通省(267)	件数
1	分かりやすい	135	トップページ	65	分かりやすい	34	分かりやすい	39
2	採用情報	121	分かりやすい	62	見やすい	27	採用情報	36
3	トップページ	109	採用情報	61	トップページ	24	見やすい	27
4	見やすい	107	見やすい	53	採用情報	24	トップページ	20
5	項目	67	項目	40	見る	23	国土交通省	19
6	採用	67	採用	39	サイト	16	見る	17
7	見つける	58	文字	33	見慣れる	16	採用	17
8	サイト	54	見つける	31	厚生労働省	15	サイト	16
9	文字	54	リンク	27	見つける	12	見つける	15
10	見る	52	採用案内	27	項目	12	項目	15



ランキングとマップ及びそれらの語彙を含む自由回答より、以下の結果が得られた。最も調べやすかったと回答した件数が多い順にまとめる。(結果の記載の後に、3府省 Web サイトの比較をメニューなど事項ごとに示す。)

「文部科学省」の選択理由について

- ・「項目」、「文字」、「リンク」に関して言及する回答が比較的多かった。
- ・トップページのローカルメニューに採用案内の項目があり、見つけやすかったという意見が多かった。
『トップページから採用案内へのリンクが見つけやすい』(42 歳男性)

「厚生労働省」の選択理由について

- ・「見慣れる」に関して言及する回答が比較的多かった。
- ・サイトによく訪れているため、使い慣れているという意見が多かった。
『普段から見ているので』(34 歳男性)
- ・色使いが多く、はっきりしていて分かりやすかったという意見があった。
『色づかいが一番はっきりとしていて見やすかった。』(32 歳女性)

「国土交通省」の選択理由について

・トップページにバナーで採用情報へのリンクがあり、すぐに分かったという意見が多かった。※2016年1月28日現在は、バナーはありません。

『トップページに大きめのバナーがあった』（53歳女性）

・採用情報ページでは、どのリンクも新たなタブとして開かれるため、調べやすかったという意見があった。

『リンクが別のタブで示されるという点で国土交通省のHPが一番見やすかった。』（21歳女性）

・採用情報ページの中で探す段階で、「イベント情報はこちら」というリンクがあり、見つけやすかったという意見があった。

『「イベント情報はこちら」とのリンクが目立つ所にある。』（25歳男性）

【3府省 Web サイトの比較】

自由回答で多く言及されている内容について、3府省 Web サイトの比較を示す。なお、府省 Web サイトのトップページを II-ii-補足 1 に列挙する。

事項	文部科学省	厚生労働省	国土交通省
ローカルメニュー	右側のカラムにあり（「会見・報道・お知らせ」の下層に「採用案内」という項目あり）	コンテンツの下方にあり（「厚生労働省について」の下層に「採用情報」という項目あり）	なし
色使い	（II-ii-補足 1 参照）		

【まとめ】

以上より、調べやすいと選択する理由をまとめる。

- ・ローカルメニューの項目に、探している情報に関連する語句が含まれている（グローバルメニューと同様の理由）
- ・サイトの色使いがはっきりしている

2-4. 府省 Web サイトにあると良いサービス

●府省 Web サイトにあると良いサービスの具体的な利用イメージ（問 19-問 20）

“具体的な利用イメージ”という設問内容を幅広く捉えられる質問であったため、利用しているシーンの説明だけでなく、利用するメリットや動機など様々な回答が得られた。

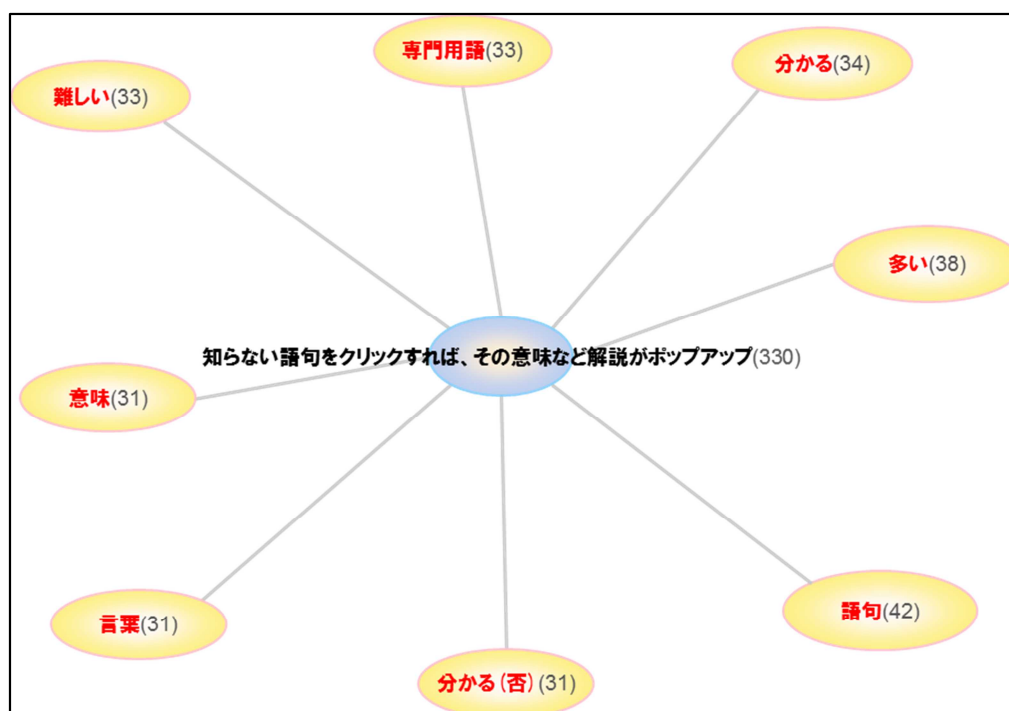
具体的な利用サービスの回答における、語彙の出現数をランキングに、語彙の関係性をマップに示す。また、マップは個々のサービスごとに（問 19 の回答数が多い順に）表し、合わせてランキングとマップに結び付けられた自由回答の結果も示す。なお、「その他（具体的に）」に関しては、問 19 において回答したサービスがそれぞれ異なるため、利用イメージもそれぞれ異なる。参考として、ランキングやマップを掲載する。

【ランキング・マップ】

No.	全体(1030) 件数	チャット等での問い合わせ 件数(116)	電話での問い合わせに自動音声 件数(87)	動画を用いた政策やイベント等の 紹介・解説(170)	SNS(Twitter、Facebookなど)公 式アカウントの投稿をトップページ に表示(50)	自分の欲しい情報について更新 があった場合、RSSなどでお知らせ してくれるサービス(154)	Webサイト内のコンテンツに「いい ね!」を付けたり、コメントを投稿 できるサービス(26)
1	情報 170	チャット 33	電話 20	分かりやすい 38	情報 9	情報 40	身近だ 3
2	分かりやすい 105	情報 15	情報 11	動画 37	SNS 8	メール 18	分かりやすい 3
3	府省 86	電話 13	自動だ 10	情報 19	身近だ 7	府省 17	良い 3
4	検索する 85	便利だ 13	声 10	見る 15	見る 6	更新 14	SNS 2
5	分かる 64	質問 12	分かりやすい 9	内容 15	分かりやすい 6	お知らせ 13	コンテンツ 2
6	分かる(否) 64	分かる(否) 12	検索する 8	良い 14	感じる 5	検索する 12	サイト 2
7	多い 63	検索する 11	チャット 7	多い 12	国民 5	サービス 11	感じる 2
8	サイト 62	府省 11	知る 7	府省 12	多い 5	分かる(否) 11	見やすい 2
9	便利だ 59	問い合わせ 11	分かる(否) 7	検索する 11	分かる 5	多い 10	見る 2
10	良い 53	分かりやすい 8	質問 6	説明 11	サイト 4	分かりやすい 10	時間 2

No.	カレンダーでの表示(イベント等各種の予定を掲載) (225)	件数	12府省の情報、又は府省・都道府県・市町村などの情報を、横断で一括検索できるサービス(319)	件数	普段使用している民間のポータルサイトやアプリで、府省の欲しい情報を入手できる機能(121)	件数	質問形式の検索機能(一つ一つ選択形式の質問に回答し続けられ、欲しい情報に辿り着く)(163)	件数	知らない語句をクリックすれば、その意味など解説がポップアップ(330)	件数	その他(具体的に【 】)(56)	件数
1	カレンダー	50	情報	83	情報	37	情報	47	情報	45	情報	46
2	情報	46	府省	56	検索する	20	検索する	22	語句	42	府省	30
3	分かりやすい	40	検索する	49	府省	18	質問	21	多い	38	分かりやすい	26
4	イベント	27	検索	35	サイト	16	サイト	19	分かりやすい	37	サイト	24
5	府省	23	各府省	33	多い	12	府省	16	分かる	34	分かる	24
6	分かる	23	サイト	32	分かりやすい	11	形式	14	専門用語	33	検索する	17
7	検索する	22	分かりやすい	29	検索	10	知る	14	難しい	33	サービス	16
8	サイト	21	分かる(否)	28	分かる	10	分かりやすい	14	意味	31	ホームページ	16
9	見る	18	便利だ	27	良い	10	たどり着く	13	言葉	31	検索	16
10	表示する	16	調べる	24	アプリ	9	検索	12	分かる(否)	31	見る	14

「知らない語句をクリックすれば、その意味など解説がポップアップ」



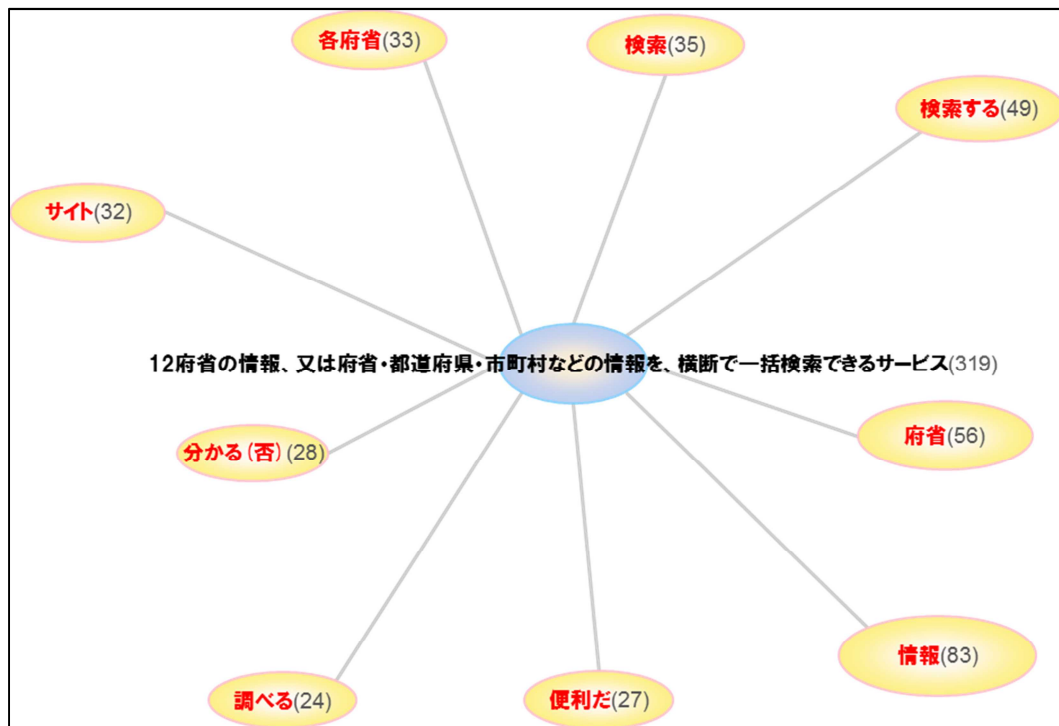
<利用するシーン>

- ・クリックではなく、カーソルを一定時間以上合わせると解説が表示される機能を求める回答があった。
『クリックではなく、カーソルを合わせるだけで語句の解説が表示されればなおよいと思う。』（27 歳女性）
- ・辞書機能と連携するサービスを求める回答があった。
『分からない語句を解説するほか、辞書サイトとの連携も行えるサービス。』（43 歳男性）
- ・語句の説明を表示する際に、別の Web ページ等に遷移しないことを求める回答があった。
『語句の説明をリンクに飛ばずに解説してほしい』（49 歳男性）

<利用するメリット>

- ・知らない語句があると、その都度別のサイト（府省以外）で調べているため、手間が省けて良い、また正確な知識が得られるという回答があった。
『今まで、知らない語句があると別のページで検索をしながら読んでいたりしていたので、府省の web サイト内で知りたいことが全部わかると、便利だし正確でいいと思います。』（23 歳女性）

「12 府省の情報、又は府省・都道府県・市町村などの情報を、横断で一括検索できるサービス」



＜利用するシーン＞

・全省の Web サイトを取りまとめるサイトを作成し、各省へのリンクを示すと共に、省を横断した検索ができるサービスを望む回答があった。

『各省庁の一つ上のレベルのホームページを作り、そこに各省庁のリンクを置いたうえで、各省庁のホームページを横断的に検索することができる検索のウインドウを設ける。』（33 歳男性）

・複数の省が関係する政策などについて検索すると、当省だけでなく他省の該当ページも表示されるサービスを示す回答があった。

『複数の省がかかわる政策で、ひとつの省で情報を検索すると、関連ページとしてほかの省の該当ページも検索結果に反映される仕組み。』（43 歳男性）

・興味・関心のある政策課題に対する各省の姿勢や取り組みを比較したいという回答があった。

『興味のある政策課題（マイナンバーの活用など）について、各省庁等の取り組み姿勢を一覧したい。』（65 歳男性）

＜利用するメリット＞

・どの省の所管が分からないケースでも調べることができる点を挙げている回答があった。

『欲しい情報がどの省にあるか分からない場合が多いから横断的なサイトがある方が良い』（62 歳男性）

・複数の組織が関係する内容であると、それぞれの組織の説明ページを確認する必要があるが、その際に説明ページを探す負担が減るという回答があった。

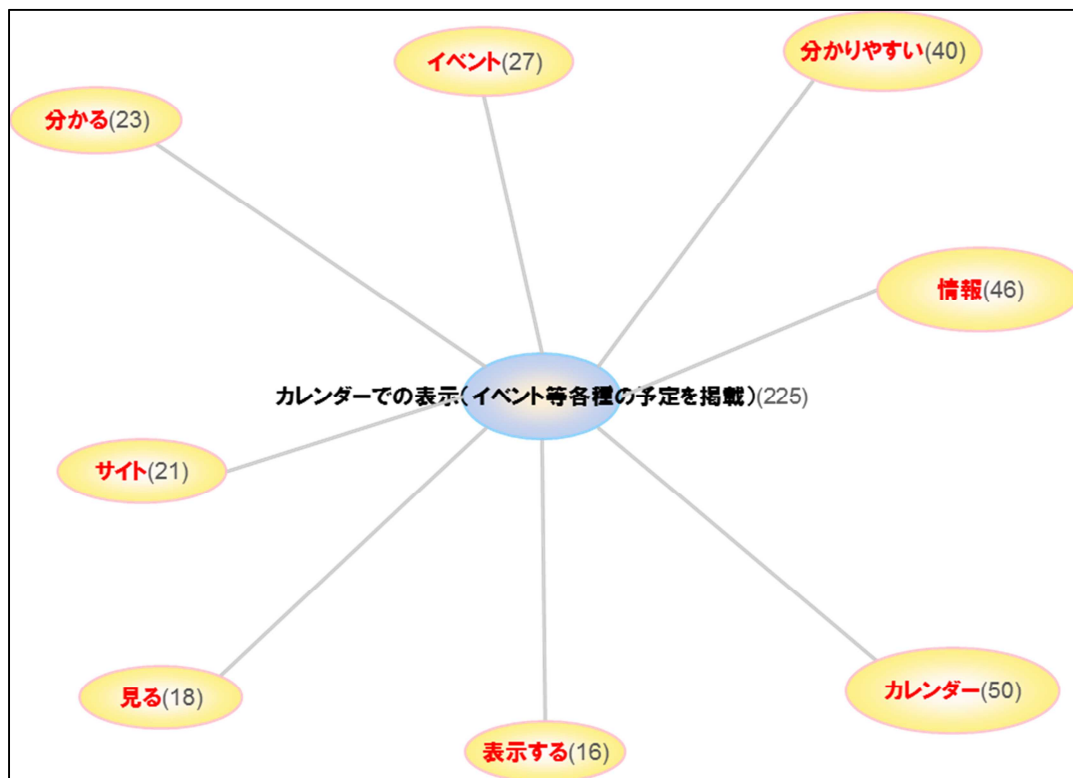
『法令の改正などで、複数の省庁・国・県・中核市・市にまたがったりすると、法律・省令・通達の関連が

分かりにくい場合がある。』（45 歳男性）

・国民が情報を収集する際には、国と地方の関係性や省庁ごとの区分けなどは重要でないため、それらの垣根を越えたサービスがあると良いという回答があった。

『必要事項の検索について、縦割りや国政と地方自治の区別などはあまり重要ではないと思われるので、検索機能は充実させるべきだと思う』（41 歳男性）

「カレンダーでの表示（イベント等各種の予定を掲載）」



＜利用するシーン＞

・様々なイベントを一律に掲載するのではなく、項目分けや色分けをしてほしいという回答や、カレンダーはイベント名のみが記載されており、イベント名からリンクで飛んだ先の別ページで、詳細を把握したいという回答があった。

『政策や地方のイベントなど色々あると思うので、項目別に分けてカレンダーで示すが、あるいは一つのカレンダーに項目ごとに色で分けて、カレンダーに示すと一目で見てわかりやすいと思う。項目をリンクすると詳細な情報にいけるようにすれば便利だと思う。』（36 歳女性）

・イベント等だけでなく、トピックなど国民が直接参加しない行事の情報もカレンダーに記載してほしいという回答があった。

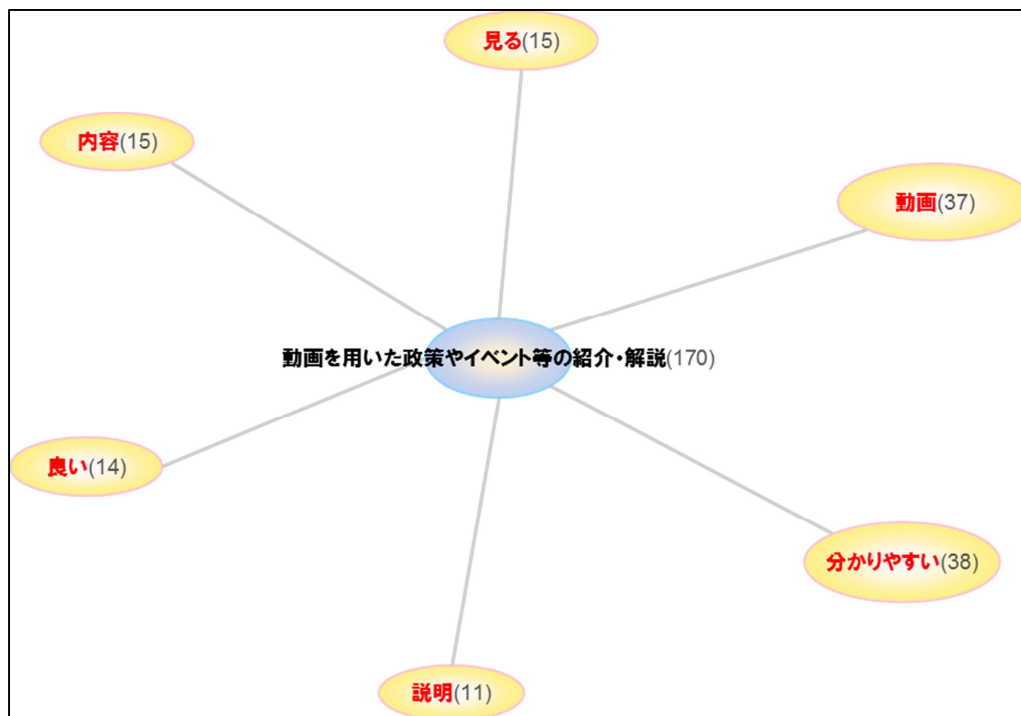
『カレンダーに各省庁のトピックを列挙してもらって全体の流れがつかめるので是非実施してほしい。』（男性 52 歳）

＜利用するメリット＞

・イベント情報がカレンダーに記載されており、過去・現在・将来のイベントが時系列で一覧できると分かりやすいという回答があった。

『時系列的にカレンダーでイベント情報が見えるかすると分かり易い。』（42 歳男性）

「動画を用いた政策やイベント等の紹介・解説」



<利用するシーン>

- ・コンパクトな動画で紹介や解説を行う機能を指す回答が多かった。

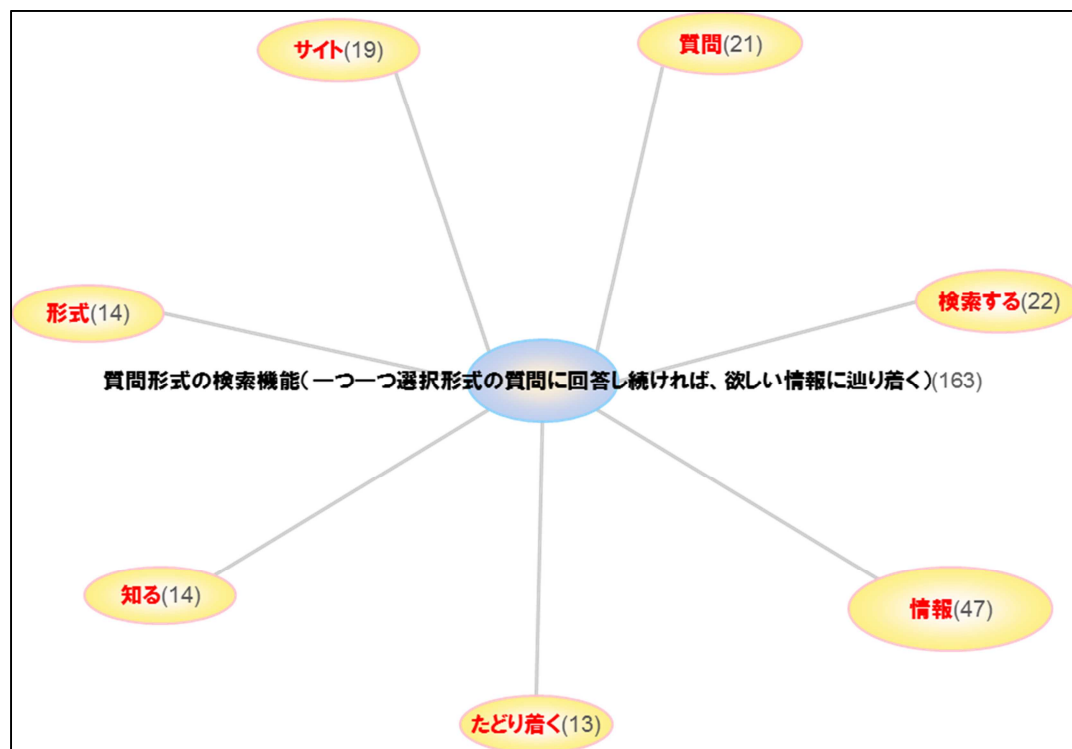
『最高数分間の動画にして紹介。』（53 歳男性）

<利用するメリット>

- ・文章だと分かりにくい内容を、動画で図や写真を用いて分かりやすく示せるという回答が多かった。政治・施策の複雑さ、文章で使われている用語の難しさを課題として指摘する回答もあった。

『文章ではわかりにくい内容も動画を使って具体的に表現すれば理解度が広がると思う。』（63 歳男性）

「質問形式の検索機能（一つ一つ選択形式の質問に回答し続ければ、欲しい情報に辿り着く）」



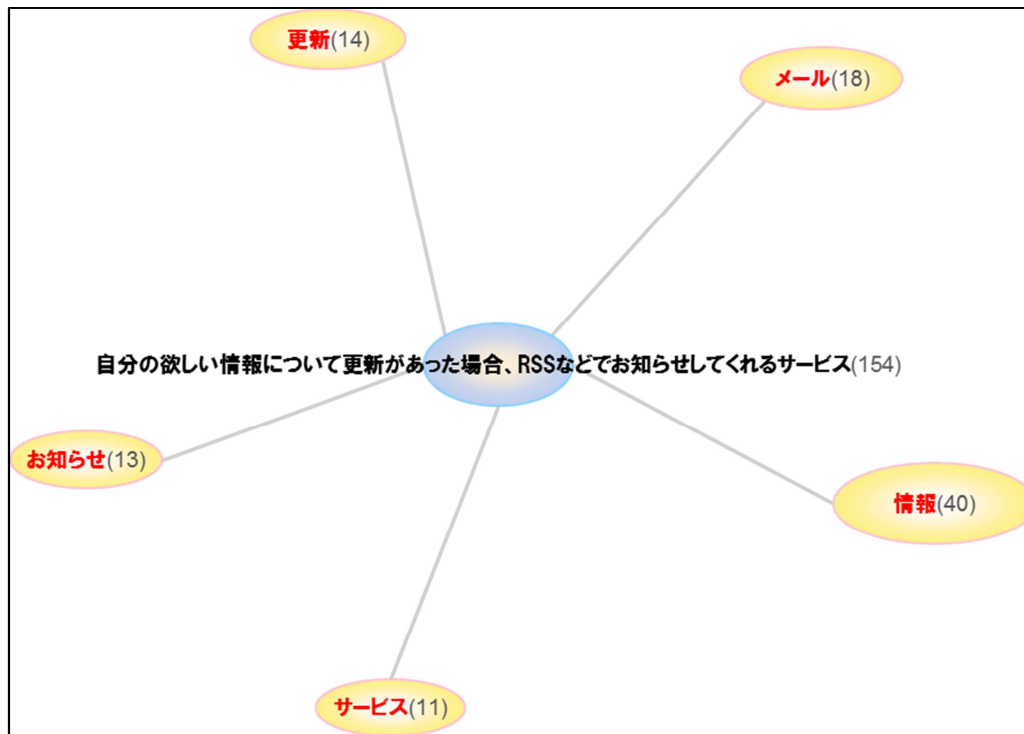
<利用するシーン>

- ・フローチャート形式の検索機能を求める回答があった。
『複数の選択肢の中から回答を選んでいくフローチャートのような形式で、サイト内を行ったり来たりする手間を省きながら自分のほしい情報にたどり着く。』（23 歳男性）
- ・キーワードを選択や検索することで、情報を絞り込んでいく機能を求める回答があった。
『キーワードで順次絞り込んで目的の情報にたどりつけるような、総合案内のような機能』（57 歳男性）

<利用するメリット>

- ・用語を特定できていない、もしくは理解していなくとも、検索ができるという回答があった。
『そもそもが用語がよくわからず調べている』（33 歳女性）
- ・質問文により誘導されるとスムーズに調べられるという回答があった。
『質問形式だと誘導されるので便利』（43 歳男性）

「自分の欲しい情報について更新があった場合、RSS などでお知らせしてくれるサービス」



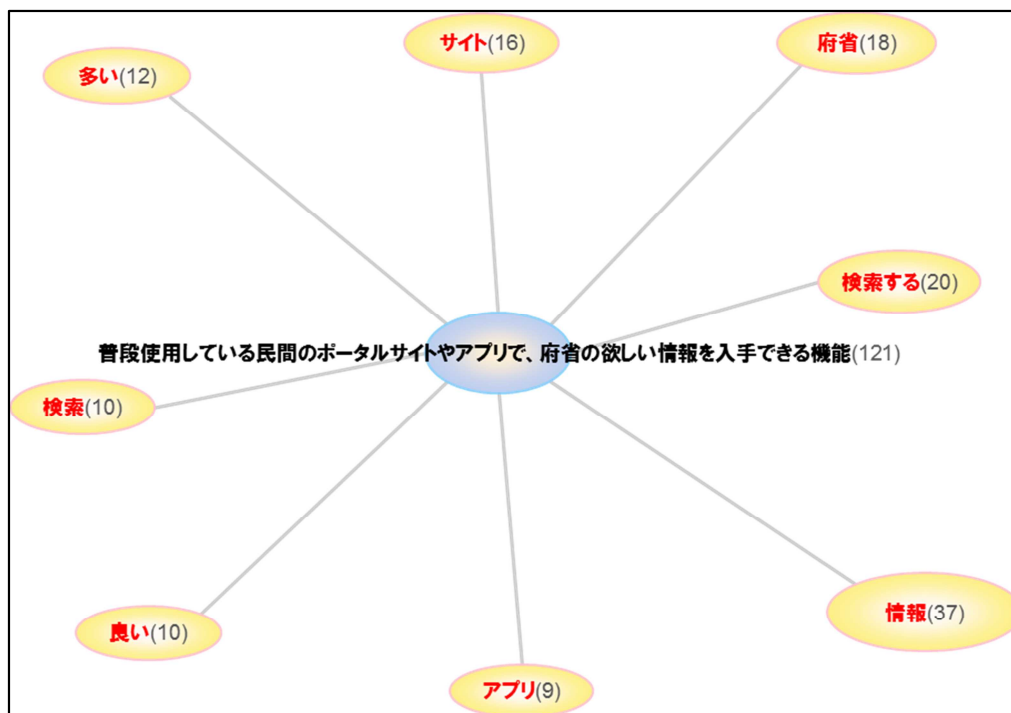
＜利用するシーン＞

- ・メールで更新情報を通知するサービスを示す回答が多かった。
『登録したメールアドレスに、必要な情報が送られてくる。その時だけWebサイトにアクセスすれば済む。』（39 歳女性）
- ・一律に更新情報が送られて来るのではなく、事前に登録をして興味・関心のある情報に絞った通知を求める回答があった。
『事前に興味・関心のあるテーマ（項目）を登録することにより、関連情報の更新があったとき、省庁発表談話や記事、各種媒体記事等を自動的にお知らせしてくれる機能。』（43 歳男性）

＜利用するメリット＞

- ・サイト上、階層の深いページで更新があった場合、それに気づくことが難しく、また該当情報へたどり着くことも難しいため、通知があると便利という回答があった。
『階層の奥深くに情報が埋もれているので、いちいち探さなくても情報が手に入るといい』（48 歳男性）

「普段使用している民間のポータルサイトやアプリで、府省の欲しい情報を入手できる機能」



＜利用するシーン＞

・キュレーションメディアのチャンネルやポータルサイトのコーナーなどを通じて、省庁の発表情報を閲覧したいという回答があった。

『キュレーションメディアやポータルサイトでの発表情報の閲覧。』（40 歳男性）

・省庁を越えて情報提供を行うアプリの開発・提供を求める回答があった。

『国民生活に大きな影響を与える省庁を超えた情報提供アプリ。』（40 歳男性）

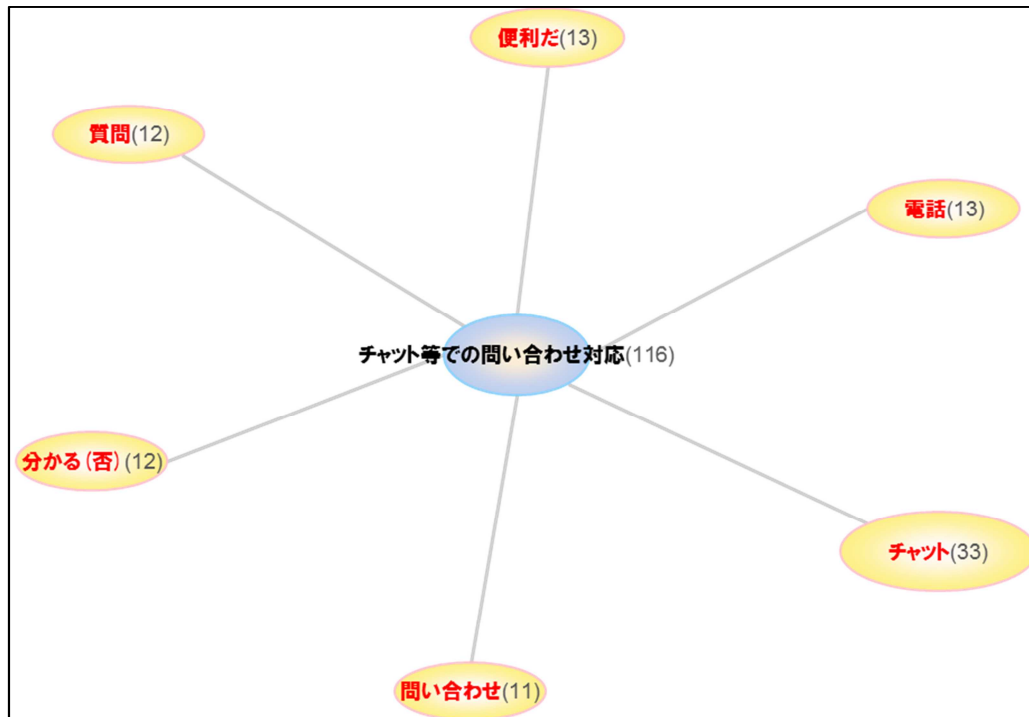
＜利用するメリット＞

・普段使用しているアプリの通知機能などに載せれば、気軽に入手できるという回答があった。

『アプリで通知機能』（44 歳男性）

『アプリなら手軽』（30 歳男性）

「チャット等での問い合わせ対応」



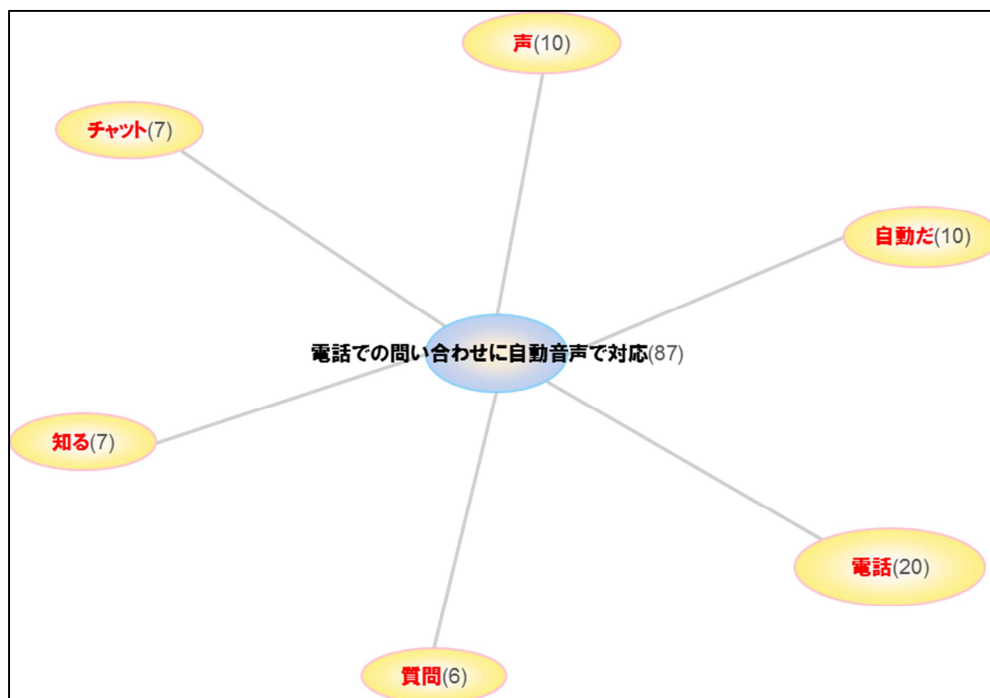
＜利用するシーン＞

- ・省庁 Web サイトに掲載されている該当内容へのナビゲーションを求める回答があった。
『利用者アシストし、チャットウインドウには、質問例などを載せておくと使いやすいと考えられる』（48 歳男性）
- ・リアルタイムで答えてもらえる機能を求める回答があった。
『質問に対し、できるだけリアルタイムで答えてもらえるような機能。』（52 歳男性）
- ・チャットの履歴を残すことで、省内での対応を統一させることを示す回答があった。
『やりとりがチャットだと履歴が残って良い。〇〇局で、電話で毎回違う説明を受け、苦労しているので』（52 歳男性）※部局名を伏せております。

＜利用するメリット＞

- ・電話よりも繋がりがやすく、気軽に質問できるという回答が多かった。
『問い合わせの電話をかけた際、なかなか繋がらずかなり待たされた。この場合の通話料金はすべてこちら持ち。できればチャット要員をおいて欲しい。』（55 歳女性）
『友達に尋ねるように専門家にチャットや SNS で質問すると、その答えをもらえる。』（62 歳男性）
『電話よりも気軽に問い合わせができる。』（39 歳男性）
- ・リアルタイムのチャットで問い合わせをし、すぐに回答を得たいという意見が多かった。
『chat でリアルタイムで聞きたいことが聞けると嬉しい』（32 歳女性）

「電話での問い合わせに自動音声で対応」



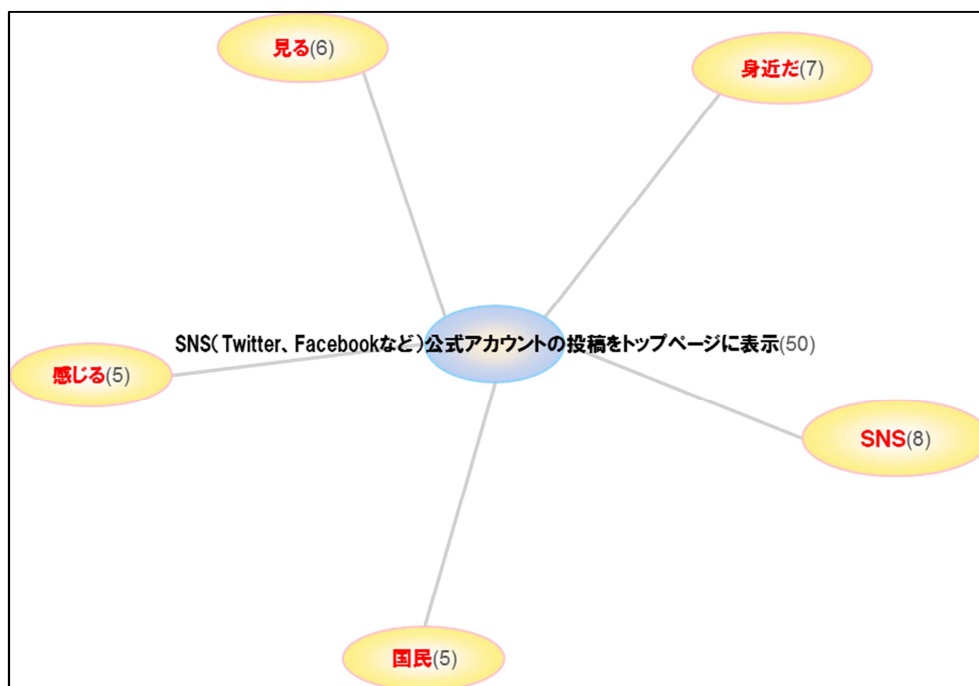
<利用するシーン>

- ・従来通り、番号による選択形式で質問内容を絞り込むシーンを想定している回答が多かった。
『電話音声で、何点か項目別で選択でき、そこから回答するような形式のもの。』（45 歳男性）
- ・簡単な質問は自動応答、複雑な質問は担当者が対応するという回答があった。
『比較的簡単な質問は自動応答する。複雑な質問の場合は担当者が対応する。』（60 歳男性）

<利用するメリット>

- ・自動音声であれば、対人の電話よりも気が楽という回答があった。
『自動音声なら気軽にできそうなので』（30 歳男性）

「SNS（Twitter、Facebook など）公式アカウントの投稿をトップページに表示」



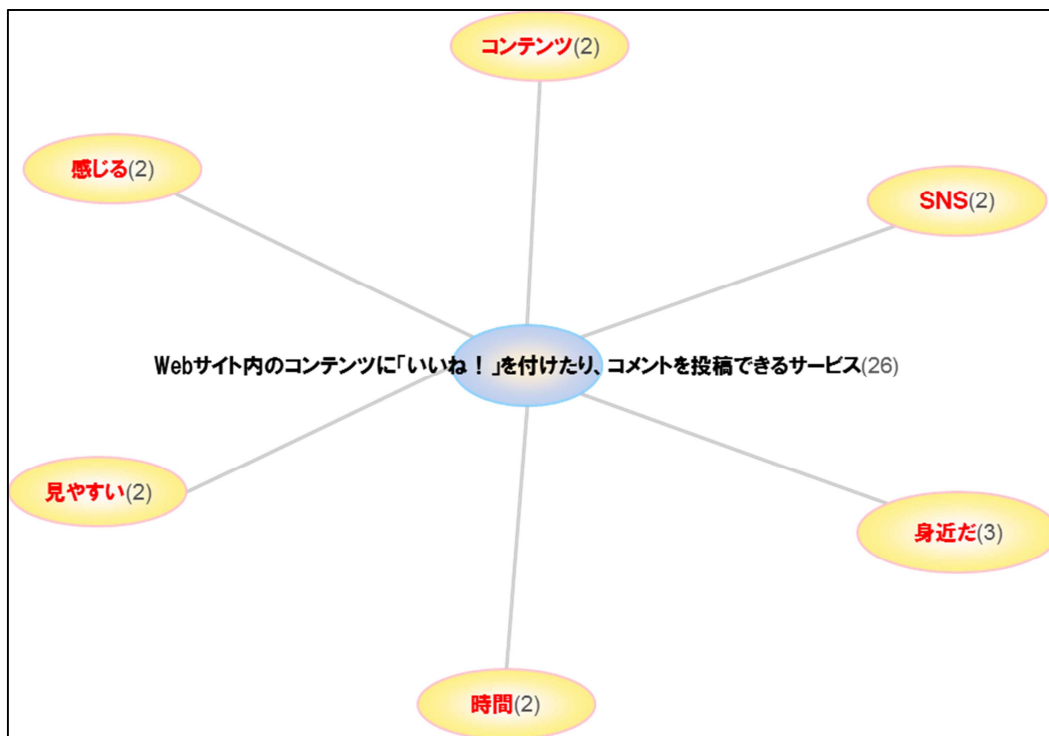
<利用するメリット>

・トップページに表示するかどうかではなく、SNS を用いることで身近な印象を与えることができるという回答が多かった。

『もっと身近に感じられ、関心を深められるような場になると良いと思う』（40 歳女性）

『Twitter や Facebook の投稿を見て身近な問題に関心か持てる』（61 歳男性）

「Web サイト内のコンテンツに「いいね！」を付けたり、コメントを投稿できるサービス」



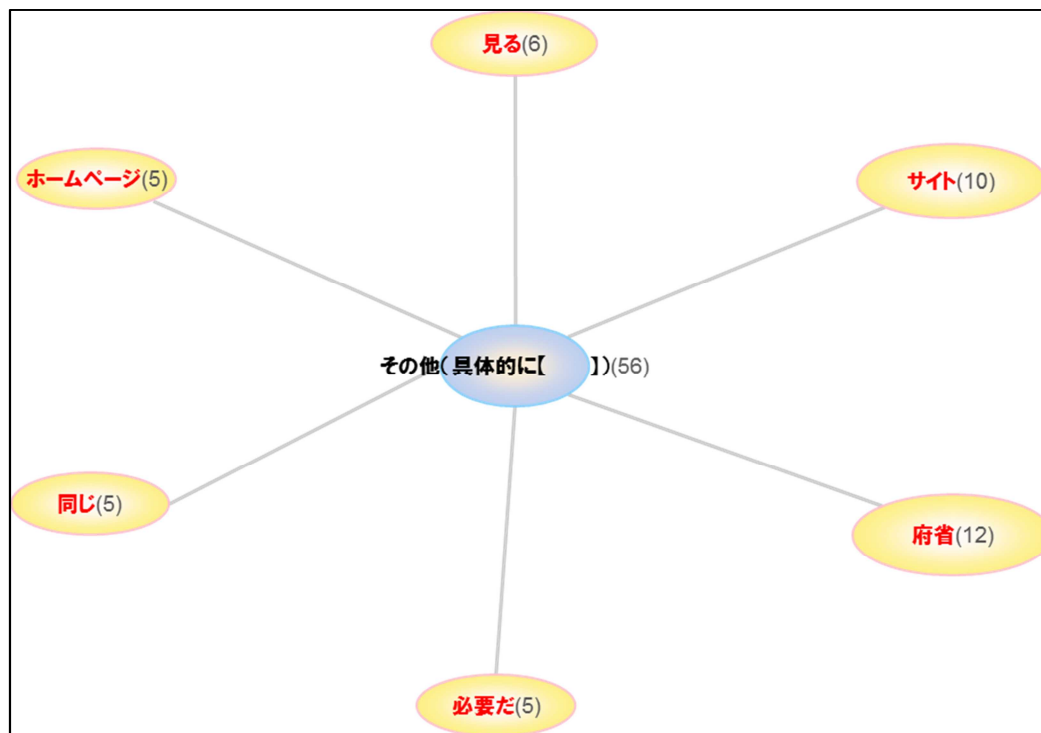
<利用するシーン>

- ・注目するコンテンツに「いいね！」を付けるサービスを想定する回答があった。
『気に入ったコンテンツにいいね！をつける』(32 歳男性)

<利用するメリット>

- ・どのコンテンツが国民の注目を浴びているかが確認できる点を挙げている回答があった。
『注目を浴びているものがすぐにわかる。』(57 歳男性)

「その他（具体的に ）※自由記述」（参考）



問 19 の「その他」で挙げられたサービスに対する、利用イメージの回答を示す。

サービス：絵を用いた表現を活用

『アイコンを絵で表現し、万人にわかり易いように』（48 歳男性）

サービス：高齢者が必要なテーマを抽出して集約・掲載

『「高齢者」のくくりで、各省庁の情報が横断的に得られるサイトを作って頂きたい』（57 歳男性）

サービス：これまでに届いた質問とそれに対する回答をまとめた FAQ まとめサイト

『これまでに届いた質問を項目ごとにまとめて、知りたい内容について訊いている質問をさがして求めている答えに辿りつけるようにする』（29 歳男性）

サービス：検索結果をヒット数順でなく、日付順に表示する機能

『検索した後、ヒット数別に掲載されるが、日付順に並べて欲しい。』（61 歳男性）

サービス：絞り込み検索機能の追加又は強化

『気になる語句を入れる→結果の表示→さらに語句を追加して検索する、というのを繰り返すことで欲しい情報にたどり着ける。』（36 歳女性）

サービス：わかりやすいサイトマップ

『どの省庁も top ページの右上などわかりやすい場所にサイトマップのボタンを配置』（64 歳男性）

サービス：府省を越えた統一[デザイン、メニュー項目、用語、どの府省でも出すコンテンツの記載情報など]、わかりやすい表現

『その府省でしか担当していない情報だけトップページでアピールされていると分かりやすいと思う。また、他の府省と比較したい情報（予算や採用情報など）を探す時はデザインが同じ方が探しやすい。』

（27 歳女性）

『どの府庁のホームページに行っても、同じ場所を選択すれば同様の情報を見つけることができる。現状はバラバラで探すのが大変。文字等もはっきり見えるような色にしてほしい。灰色とか薄い緑とか勘弁してほしい。黒文字で白背景で良い。』（49 歳男性）

『各省ごとの個性や工夫も必要だが、ベースになるレイアウトを統一する事によって、検索する側はより慣れて無意識にスムーズに検索出来ると思う。』（54 歳女性）

2-5. 府省 Web サイト全般に対する意見（問 21）

設問票の最後に用意した、その他の意見を拾い上げる設問であるため、様々なコメントが寄せられた。語彙の出現数を示すランキング、語彙間の係り受け（テキストデータに出現している「何がどうした」といった「主語」と「述語」のような関係にある単語のつながり）を表す係り受けランキング、語彙の関係性を表現するマップを示す。

【ランキング・マップ】

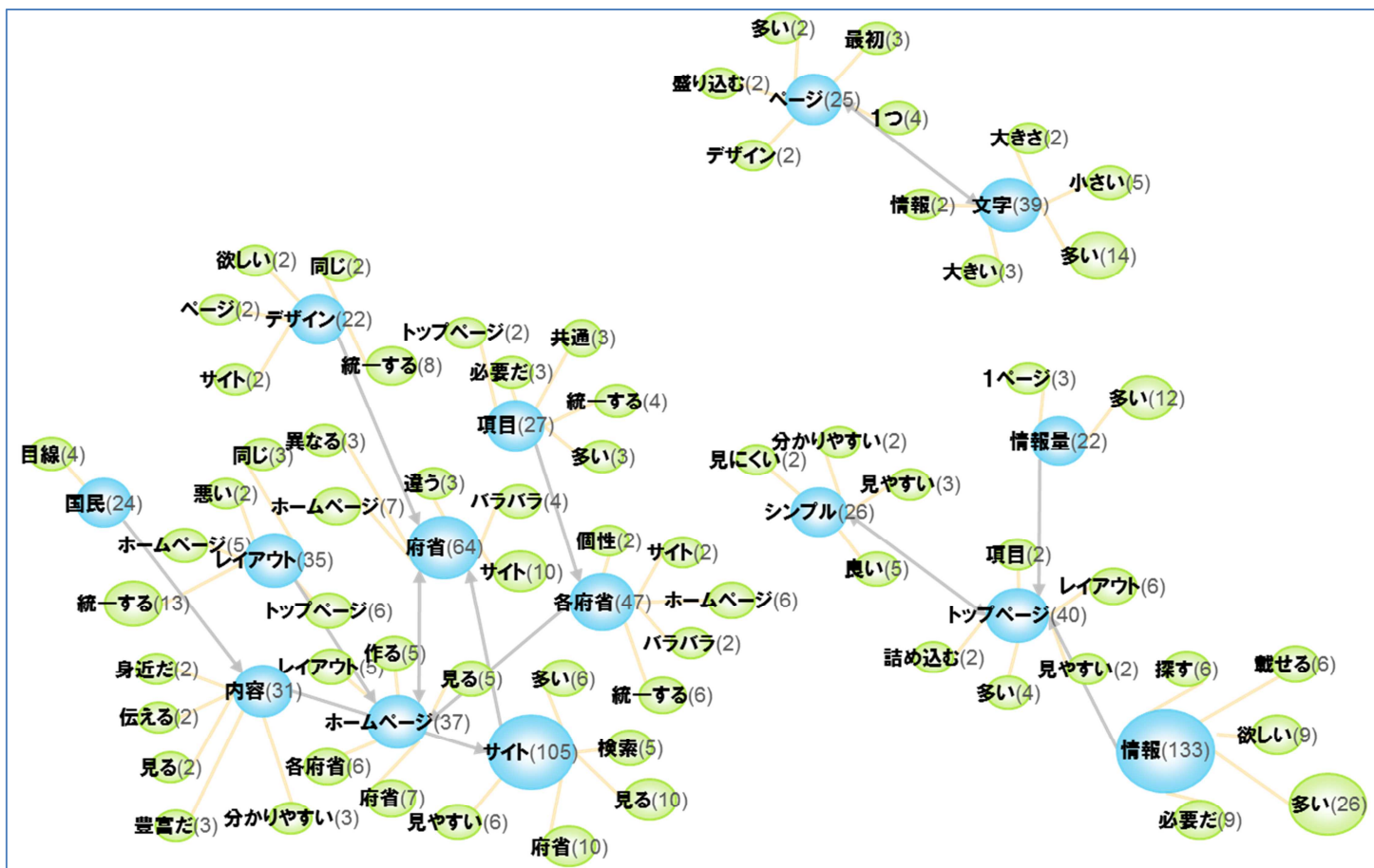
（ランキング）

No.	単語	品詞	件数	割合
1	情報	名詞	133	12.9%
2	分かりやすい	形容詞	114	11.1%
3	サイト	名詞	105	10.2%
4	多い	形容詞	96	9.3%
5	統一する	動詞	76	7.4%
6	府省	名詞	64	6.2%
7	見やすい	形容詞	58	5.6%
8	見る	動詞	55	5.3%
9	良い	形容詞	55	5.3%
10	分かりにくい	形容詞	49	4.8%

（係り受けランキング）

No.	単語	品詞	件数	割合
1	情報 - 多い	名 - 形	26	2.5%
2	文字 - 多い	名 - 形	14	1.4%
3	レイアウト - 統一	名 - 動	13	1.3%
4	情報量 - 多い	名 - 形	12	1.2%
5	サイト - 見る	名 - 動	10	1.0%
6	情報 - 必要だ	名 - 形	9	0.9%
7	情報 - 欲しい	名 - 形	9	0.9%
8	デザイン - 統一す	名 - 動	8	0.8%
9	サイト - 多い	名 - 形	6	0.6%
10	サイト - 見やすい	名 - 形	6	0.6%

(マッピング)



ランキングとマップ及びそれらの語彙を含む自由回答より、以下の結果が得られた。マップで示されている、出現回数の多い名詞ごとにまとめる。

<情報量・情報について>

- ・係り受けランキング及びマップより、情報量が多いという意見に関する回答が多いことが分かる。

『情報量が多いので、もっと簡潔な方がよいと思った。』（41歳男性）

＜文字について＞

- ・係り受けランキング及びマップより、文字が多いという意見に関する回答が多いことが分かる。

『ひとつのページに文字が多すぎてよくわからない』（26歳女性）

- ・マップより、文字が小さいという意見に関する回答があることが分かる。

『ただでさえ用語が難しいのに、文字が小さいと見難くて、途中であきらめてしまうことになります。』（51歳女性）

<トップページについて>

- ・マップより、トップページのレイアウトやシンプルさに関する回答があることが分かる。

『深層化しても良いのでトップページをシンプルに分類別バナーを張って欲しい』(37 歳男性)
『トップページの情報をもっと少なくし、これについて調べたい場合はこちら、という誘導を多くしてほしい』
(33 歳男性)

＜レイアウト・デザインについて＞

- ・係り受けランキング及びマップより、レイアウトを統一するという意見に関する回答が多いことが分かる。
『各府省それぞれサイトの構成がバラバラだから欲しい情報を探すのに苦労する。』(44 歳男性)
『単に情報検索をするためだけに、各省庁のクセなどを掴むのは面倒なので、政府全体で、サイトの利用法、メニュー構成など、主たる部分については統一感を維持してもらいたい。』(48 歳男性)
- ・マップより、デザインの統一に関する回答が多いことが分かる。
『基本デザインを統一し、情報の種類、質、重要度で色分けするなど、利用者の側に立った配慮をするべき。』(64 歳男性)

＜内容について＞

- ・利用者個人にとって、必要のない情報が多いという回答があった。
『必要のない情報、古い情報を削除したらいかがでしょうか。』(42 歳男性)
- ・内容を分かり易くしてほしいという回答があった。
『法令など分かりにくく書いてあって頭に入っていない。読んでも自分に関係ないように思ってしまう。ニュースで同じ内容のことを分かりやすく解説しているのを見てやっと意味がわかると言うか身近な問題だと思うことができました。』(32 歳女性)

＜項目について＞

- ・項目の数を少なくして分かり易くしてほしいという回答があった。
『一面において情報提供する項目が多すぎてわかりづらいのでシンプルにしてほしい。』(57 歳男性)

＜国民について＞

- ・誰しもが見やすい・分かり易い Web サイトを目指してほしいという回答があった。
『年齢問わず国民が触れやすい H P 作りがよい。』(40 歳男性)

＜その他＞

- ・回答全体において特徴的なコメントを以下に示す。
『トップページは軽くしてほしい』(49 歳男性)
『困ったとき、分からないとき、知りたいときにスムーズに閲覧するものだと思うので各府省ページに手引きなどがあればいいと思う。』(66 歳男性)
『国民との 2 ウエイコミュニケーションが W E B で測れるように企画してほしい。』(68 歳女性)
『各府省のホームページは慣れている人、仕事に関係する人などを前提に作ってあると思う。たまにしか

訪れない人や、学生、子供、老人などにわかりやすいホームページを別に作ればいいと思う。』（47 歳男性）

参考

1.タスク A における外務省・農林水産省・環境省 Web サイトの調べやすさ

<タスク A>

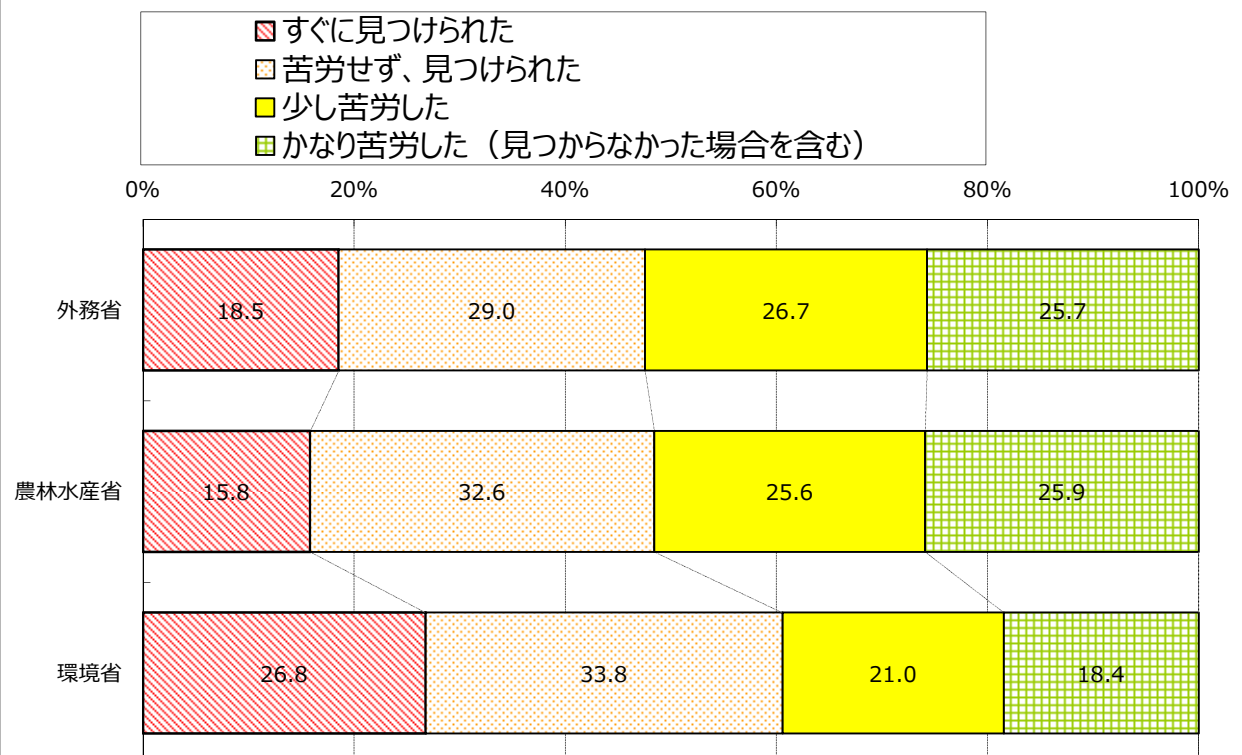
2015 年 1 月 26 日に召集された第 189 回通常国会で、外務省・農林水産省・環境省がどんな法案を提出したのか調べてください。※必ず府省 Web サイトのトップページから始め、検索機能を使わず、各府省およそ 5 分以内を目安に対応するようにして下さい。

タスク A に関して、以下にアンケートの単純集計及びクロス集計を示す。

・「すぐに見つけられた」又は「苦勞せず、見つけれられた」の回答数割合は、環境省 60.6%、農林水産省 48.4%、外務省 47.6%の順に多い。

タスクAに取り組んでいただき、府省Webサイトの調べやすさについて、それぞれ該当するものをお選びください。

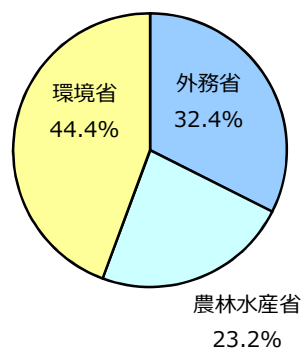
(n=1030) (本調査 問9)



3つのWebサイトのうち、最も調べやすかったものをお選びください。

なお、見つからなかった方も、最も調べやすかったものとしてお気持ちに近いものをお選びください。

(n=1030)(本調査 問10)



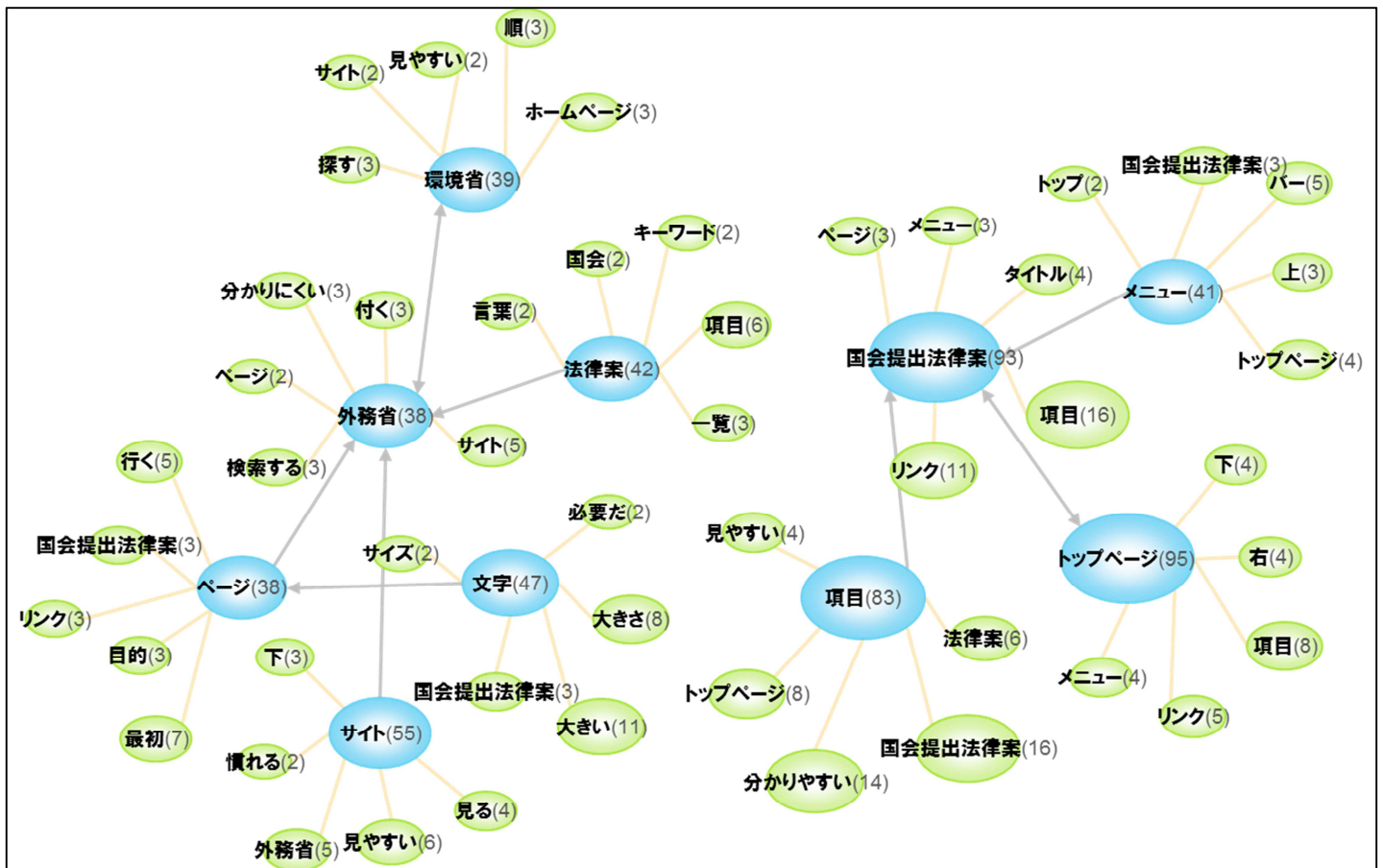
●他 2 つの府省 Web サイトと比較して最も調べやすかったと選択した理由（問 11）

・メニュー・項目や文字に関する理由が比較的多かった。（該当回答例は 2-1 記載の通り）

ランキング・マップの結果を以下に示す。

【ランキング・マップ】

No.	単語	品詞	件数	割合
1	分かりやすい	形容詞	139	13.5%
2	見やすい	形容詞	137	13.3%
3	トップページ	名詞	95	9.2%
4	国会提出法律案	名詞	93	9.0%
5	項目	名詞	83	8.1%
6	サイト	名詞	55	5.3%
7	文字	名詞	47	4.6%
8	法律案	名詞	42	4.1%
9	メニュー	名詞	41	4.0%
10	見つける	動詞	41	4.0%



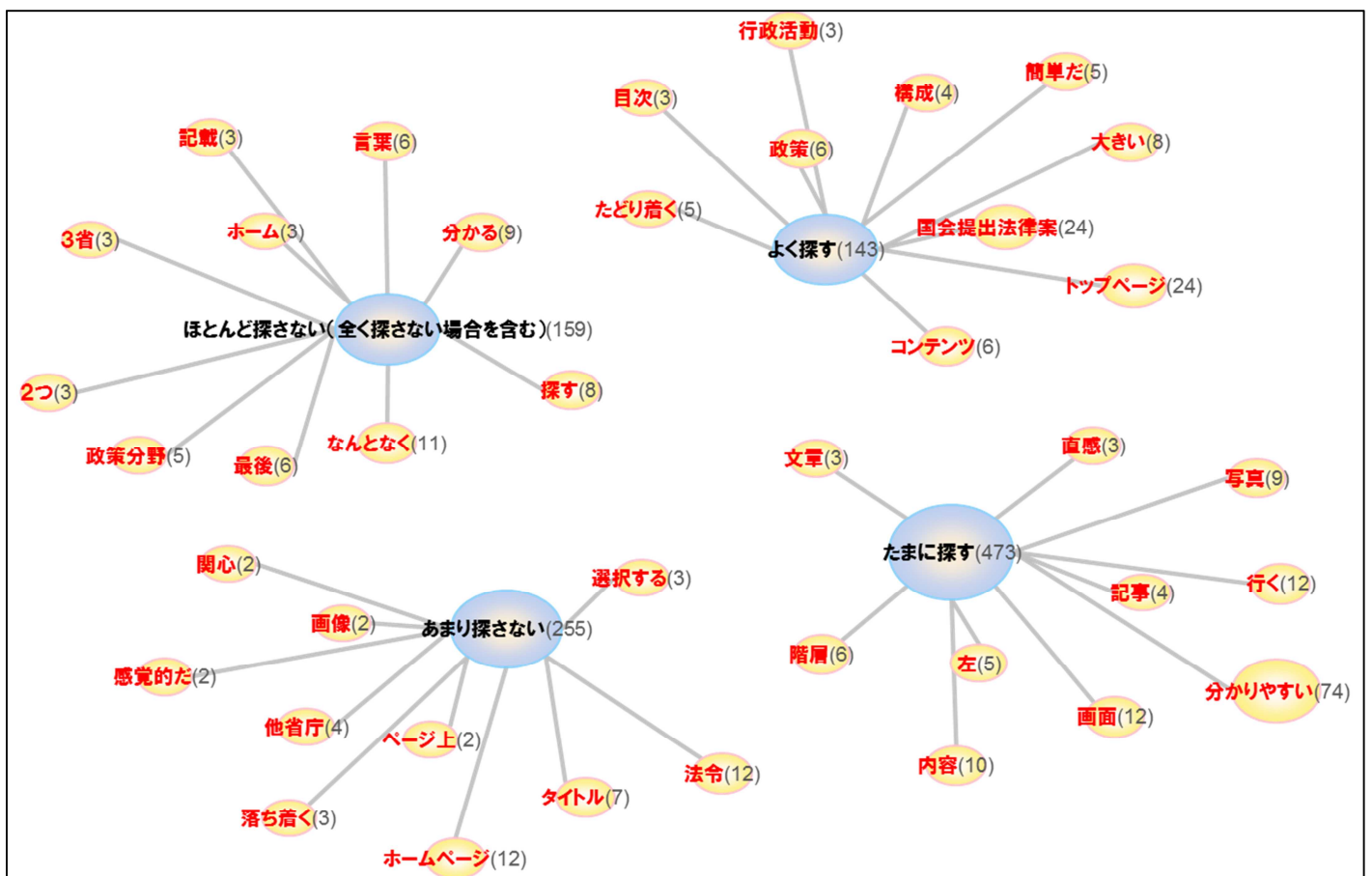
●メニューから探す頻度ごとの、調べやすかった理由（問 5-問 11）

・メニューから探す頻度では、理由に大きな差異は見られなかった。

ランキング・マップの結果を以下に示す。

【ランキング・マップ】

No.	全体(1030)	件数	よく探す(143)	件数	たまたま探す(473)	件数	あまり探さない(255)	件数	ほとんど探さない (全く探さない場合を含む)(159)	件数
1	分かりやすい	139	トップページ	24	分かりやすい	74	分かりやすい	36	見やすい	22
2	見やすい	137	国会提出法律案	24	見やすい	70	見やすい	29	トップページ	16
3	トップページ	95	見やすい	16	項目	39	トップページ	18	国会提出法律案	16
4	国会提出法律案	93	項目	15	トップページ	37	国会提出法律案	18	分かりやすい	16
5	項目	83	分かりやすい	13	国会提出法律案	35	項目	17	項目	12
6	サイト	55	サイト	11	文字	24	ページ	13	なんとなく	11
7	文字	47	メニュー	9	サイト	22	見つける	13	サイト	10
8	法律案	42	リンク	8	ページ	17	サイト	12	環境省	9
9	メニュー	41	大きい	8	出る	17	ホームページ	12	分かる	9
10	見つける	41	コンテンツ	6	法律案	17	法律案	12	1番	8



2.タスク B における総務省・法務省・経済産業省 Web サイトの調べやすさ

<タスク B>

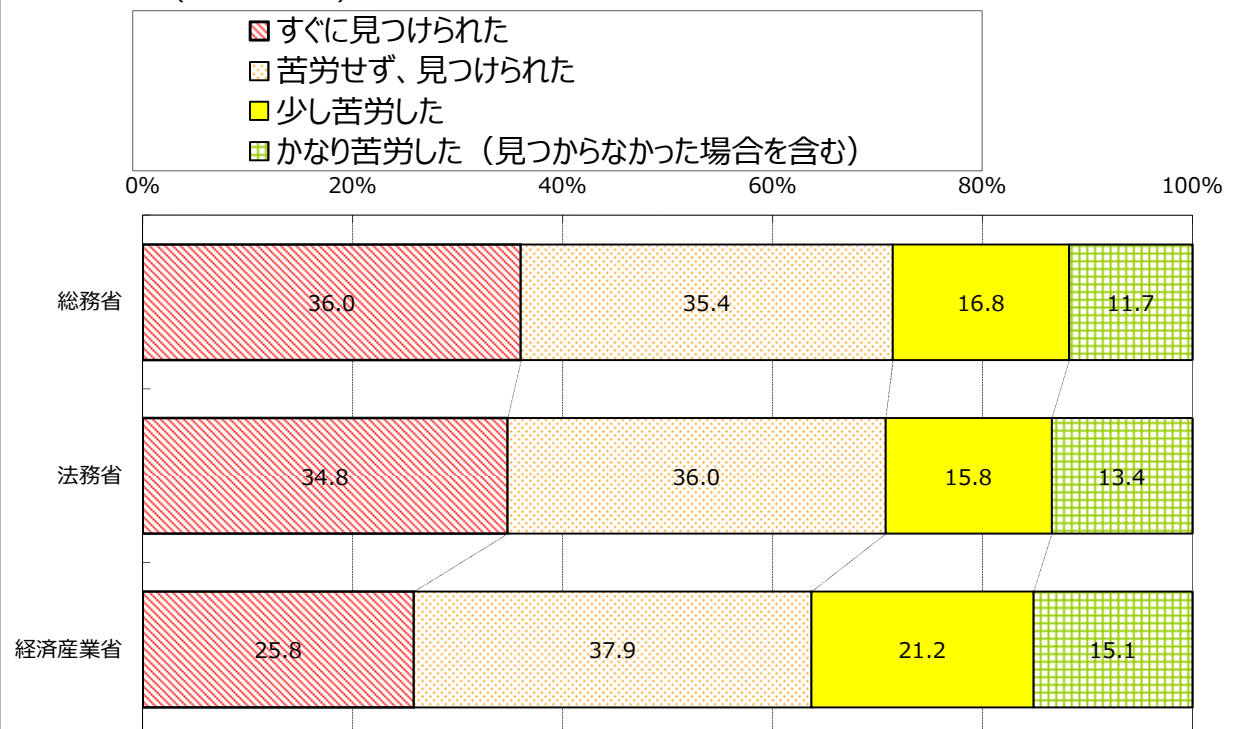
平成 28 年度の予算概算要求に際して、総務省・法務省・経済産業省がどのような要求を提出したか調べてください。（予算概算要求の資料とは、来年度の予算確保に向け、各省から財務省に対して提出する資料で、どのような施策にどの程度の金額が必要かを説明したものです。）※必ず府省 Web サイトのトップページから始め、検索機能を使わず、各府省およそ 5 分以内を目安に対応するようにして下さい。

タスク B に関して、以下にアンケートの単純集計及びクロス集計を示す。

・「すぐに見つけられた」又は「苦労せず、見つけれられた」の回答数割合は、総務省 71.5%、法務省 70.8%、経済産業省 63.7%の順に多い。

タスクBに取り組んでいただき、府省Webサイトの調べやすさについて、それぞれ該当するものをお選びください。

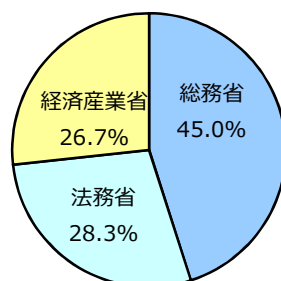
(n=1030) (本調査 問12)



3つのWebサイトのうち、最も調べやすかったものをお選びください。

なお、見つからなかった方も、最も調べやすかったものとしてお気持ちに近いものをお選びください。

(n=1030)(本調査 問13)



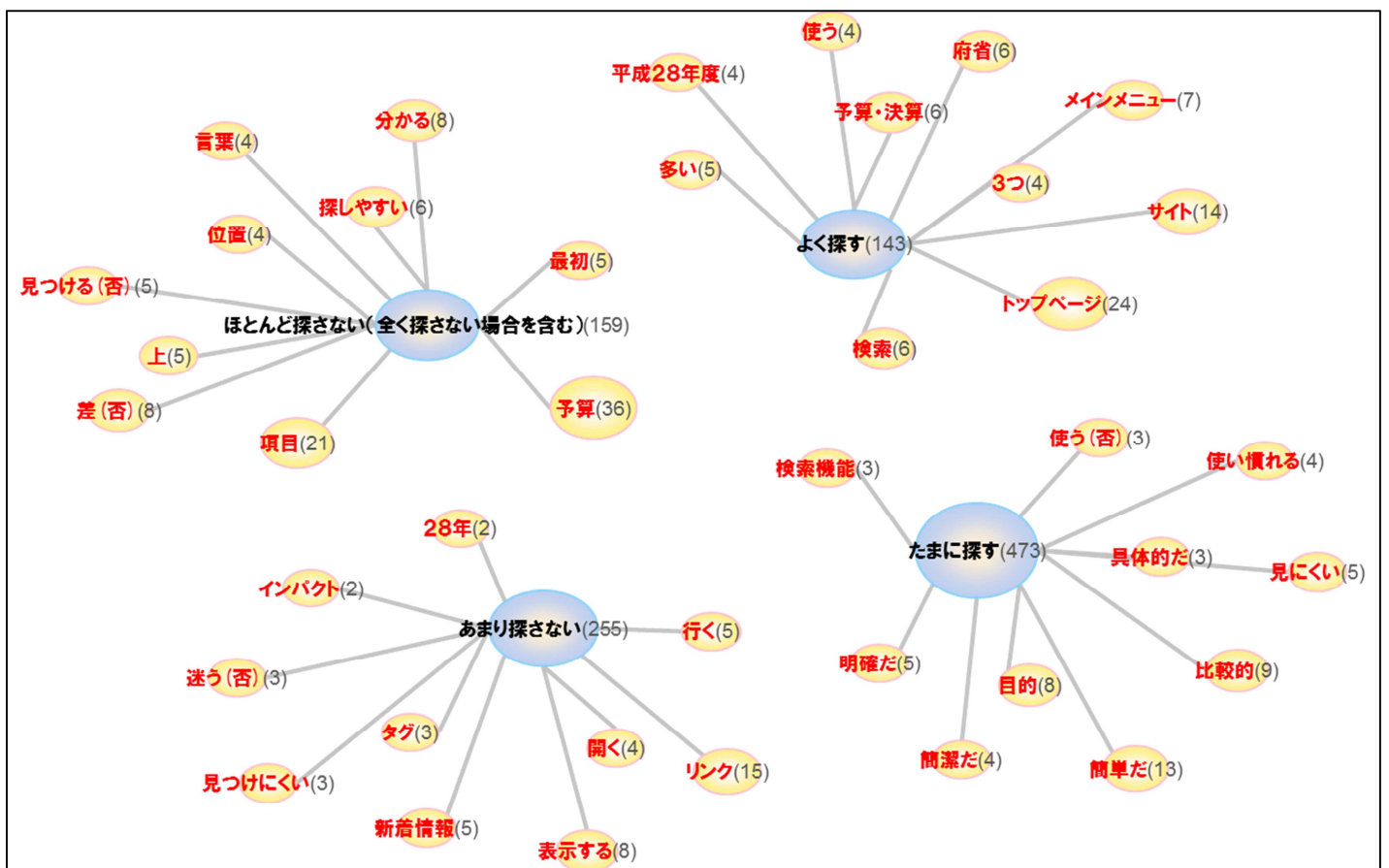
●メニューから探す頻度ごとの、調べやすかった理由（問 5-問 14）

・メニューから探す頻度では、理由に大きな差異は見られなかった。

ランキング・マップの結果を以下に示す。

【ランキング・マップ】

No.	全体(1030)	件数	よく探す(143)	件数	たまたま探す(473)	件数	あまり探さない(255)	件数	ほとんど探さない (全く探さない場合を含む)(159)	件数
1	予算	163	分かりやすい	25	分かりやすい	68	予算	41	予算	36
2	分かりやすい	143	予算	25	見やすい	64	分かりやすい	31	見やすい	26
3	見やすい	136	トップページ	24	予算	61	見やすい	24	項目	21
4	トップページ	101	見やすい	22	項目	39	トップページ	23	分かりやすい	19
5	項目	96	サイト	14	トップページ	36	項目	22	トップページ	18
6	見つける	64	項目	14	見つける	29	リンク	15	総務省	11
7	文字	61	見つける	12	文字	28	文字	15	メニュー	9
8	総務省	49	メニュー	10	見る	22	見つける	14	見つかる	9
9	サイト	47	文字	9	法務省	20	同じ	12	見つける	9
10	メニュー	46	法務省	9	見つけやすい	19	右	11	文字	9



3.タスク C における文部科学省・厚生労働省・国土交通省 Web サイトの調べやすさ

<タスク C>

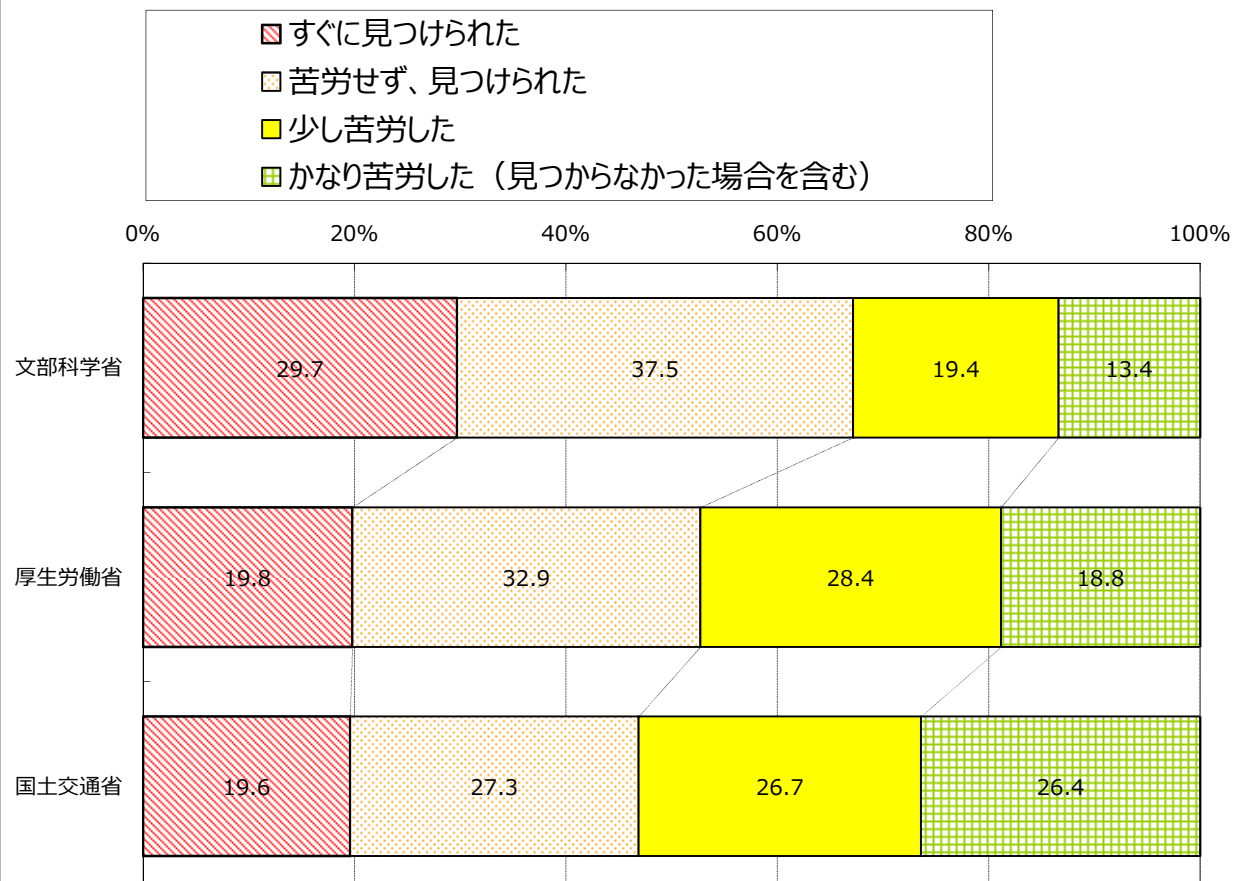
文部科学省・厚生労働省・国土交通省の採用情報のうち、総合職（事務系）について、説明会などイベントの日程を調べてください。※必ず府省 Web サイトのトップページから始め、検索機能を使わず、各府省およそ 5 分以内を目安に対応するようにして下さい。

タスク C に関して、以下にアンケートの単純集計及びクロス集計を示す。

・「すぐに見つけられた」又は「苦労せず、見つけられた」の回答数割合は、文部科学省 67.2%、厚生労働省 52.7%、国土交通省 46.9%の順に多い。

タスクCに取り組んでいただき、府省Webサイトの調べやすさについて、それぞれ該当するものをお選びください。

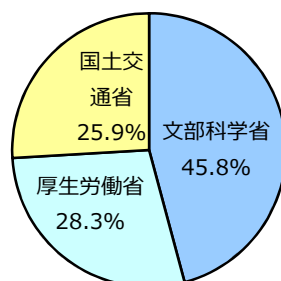
(n=1030)(本調査 問15)



3つのWebサイトのうち、最も調べやすかったものをお選びください。

なお、見つからなかった方も、最も調べやすかったものとしてお気持ちに近いものをお選びください。

(n=1030)(本調査 問16)



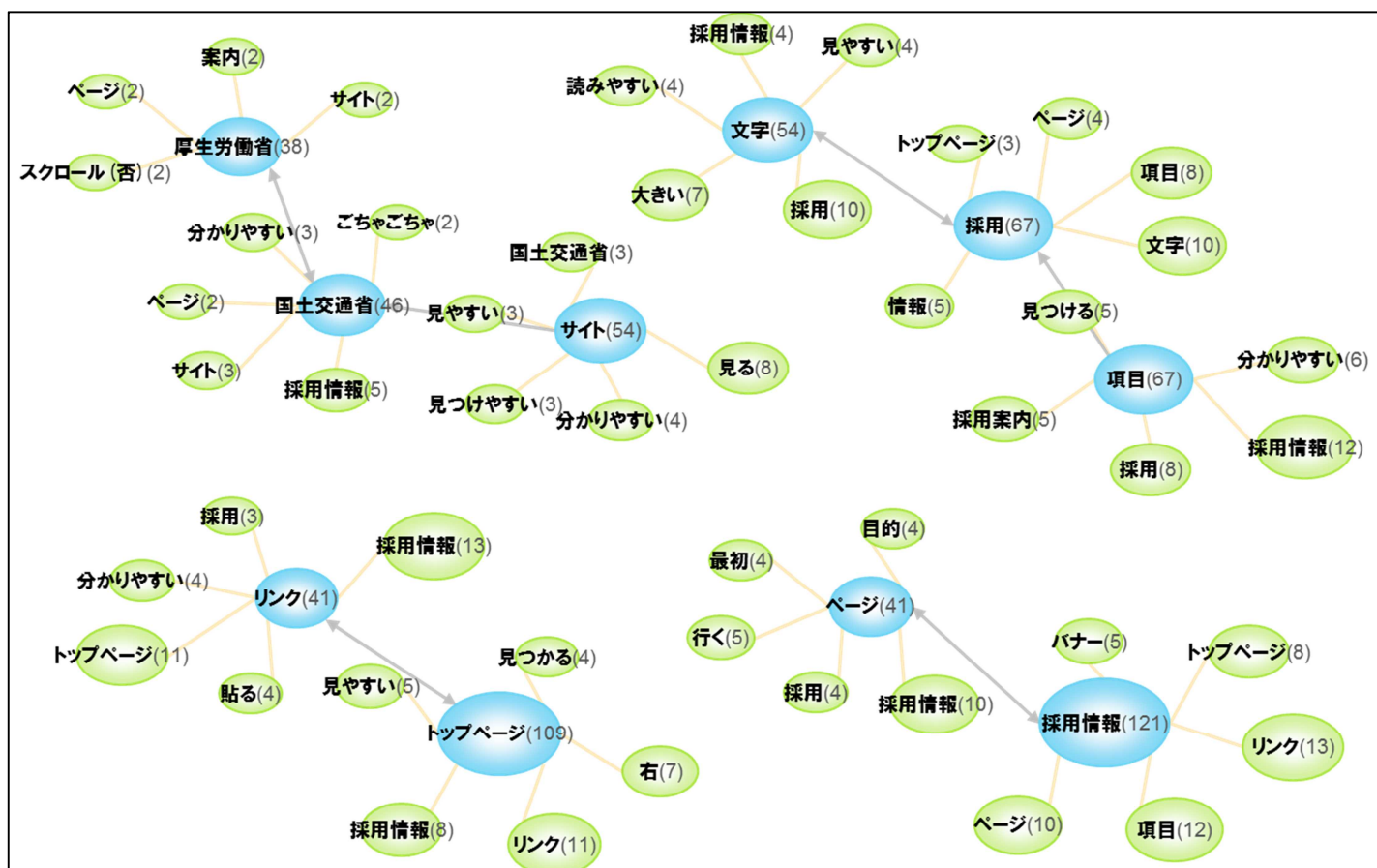
●他 2 つの府省 Web サイトと比較して最も調べやすかったと選択した理由（問 17）

・項目や文字に関する理由が比較的多かった。（該当回答例は 2-3 記載の通り）

ランキング・マップの結果を以下に示す。

【ランキング・マップ】

No.	単語	品詞	件数	割合
1	分かりやすい	形容詞	135	13.1%
2	採用情報	名詞	121	11.7%
3	トップページ	名詞	109	10.6%
4	見やすい	形容詞	107	10.4%
5	項目	名詞	67	6.5%
6	採用	名詞	67	6.5%
7	見つける	動詞	58	5.6%
8	サイト	名詞	54	5.2%
9	文字	名詞	54	5.2%
10	見る	動詞	52	5.0%



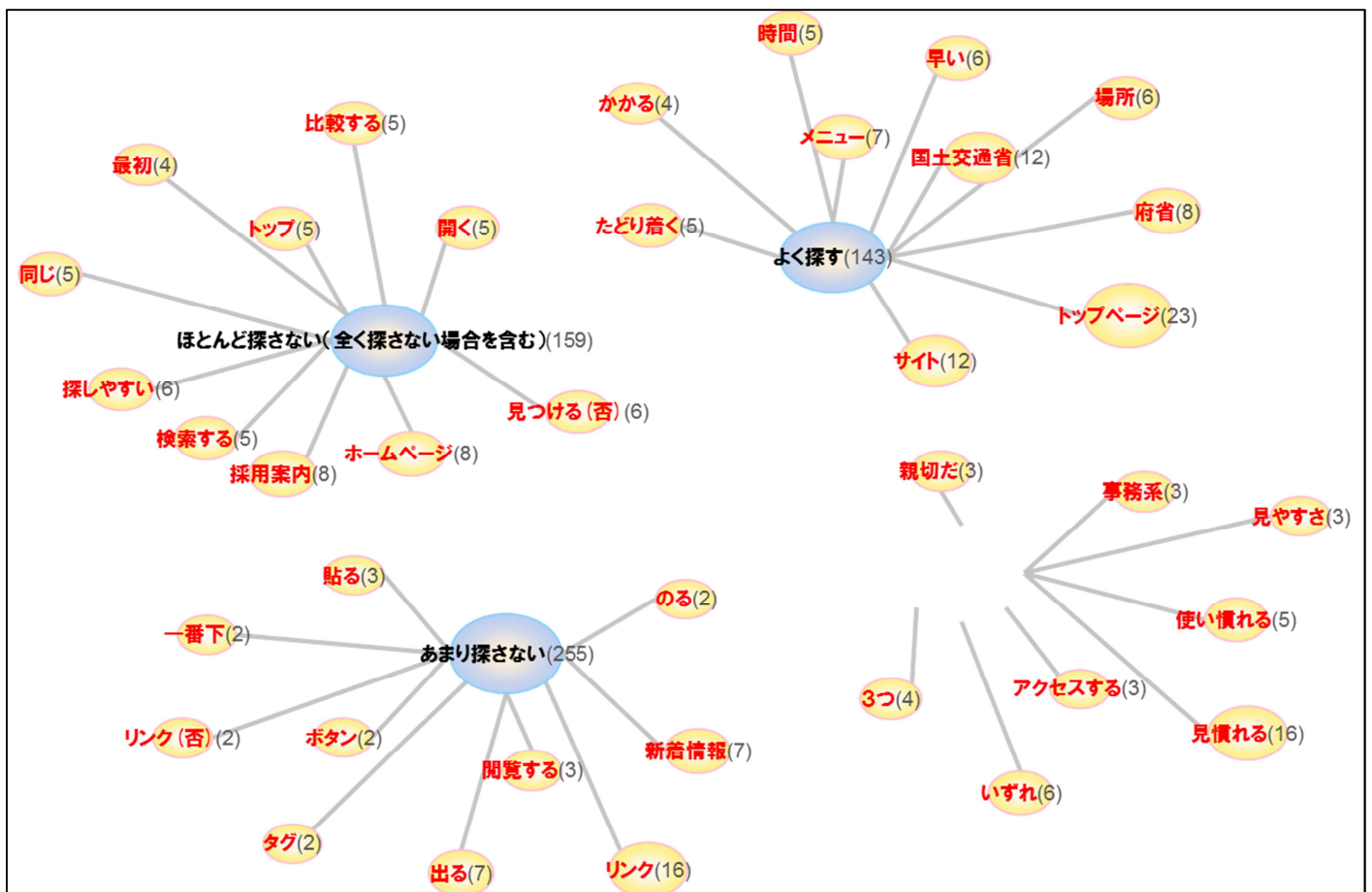
●メニューから探す頻度ごとの、調べやすかった理由（問 5-問 17）

・メニューから探す頻度では、理由に大きな差異は見られなかった。

ランキング・マップの結果を以下に示す。

【ランキング・マップ】

No.	全体(1030)	件数	よく探す(143)	件数	たまたま探す(473)	件数	あまり探さない(255)	件数	ほとんど探さない (全く探さない場合を含む)(159)	件数
1	分かりやすい	135	トップページ	23	分かりやすい	67	採用情報	35	分かりやすい	25
2	採用情報	121	採用情報	20	見やすい	49	見やすい	32	採用情報	18
3	トップページ	109	見やすい	14	採用情報	48	分かりやすい	32	トップページ	15
4	見やすい	107	サイト	12	トップページ	42	トップページ	29	採用	15
5	項目	67	国土交通省	12	項目	37	リンク	16	見やすい	12
6	採用	67	分かりやすい	11	採用	31	採用	16	サイト	11
7	見つける	58	見つける	10	文字	30	見つける	14	見つける	10
8	サイト	54	項目	9	見る	26	ページ	12	見る	9
9	文字	54	ページ	8	見つける	24	項目	12	項目	9
10	見る	52	府省	8	サイト	22	国土交通省	11	文部科学省	9



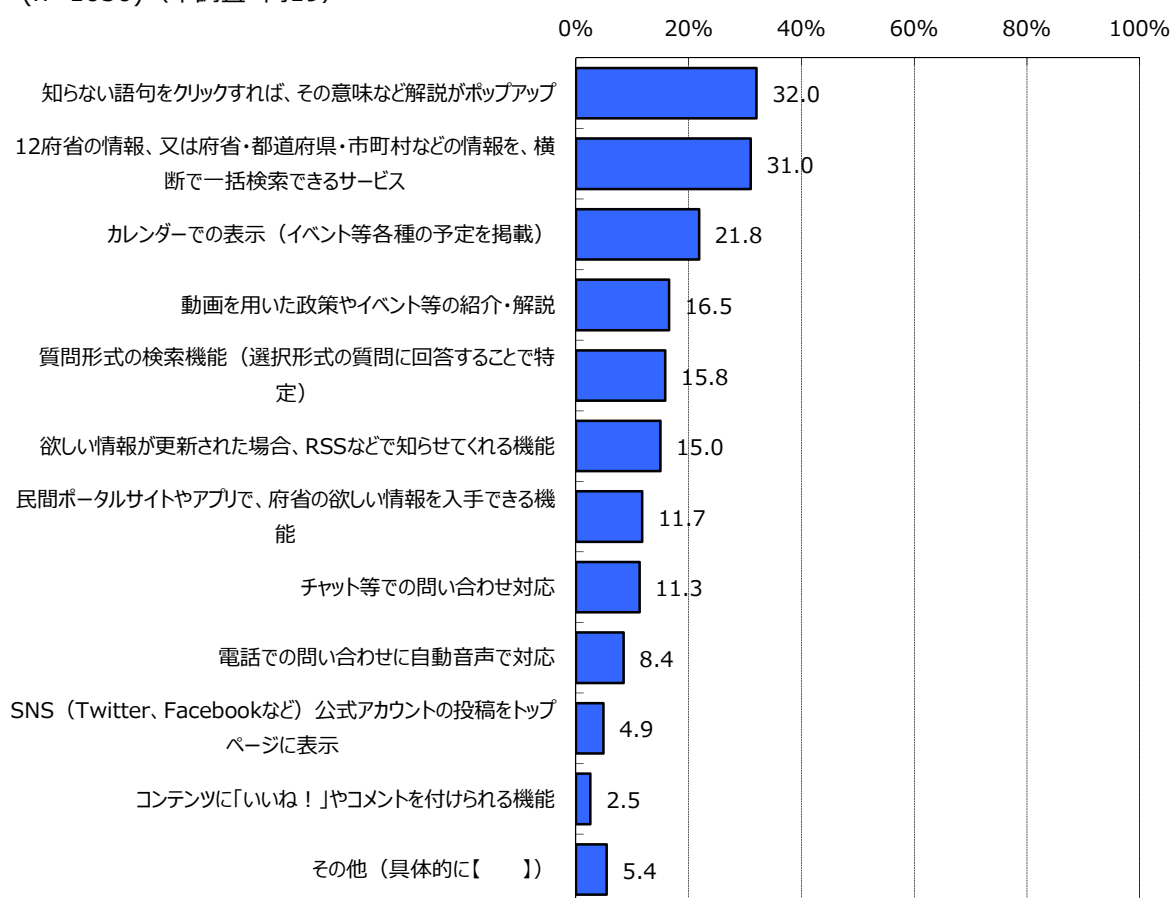
4. 府省 Web サイトにあると良いサービス

問 19（府省 Web サイトにあると良いサービス）に関して、以下にアンケートの単純集計及びクロス集計を示す。

- ・「知らない語句をクリックすれば、その意味など解説がポップアップ」32.0%、「12 府省の情報、又は府省・都道府県・市町村などの情報を、横断で一括検索できるサービス」31.0%が多い。
- ・以下の傾向がある。
 - 組織概要をよく見るユーザーは、「動画を用いた政策やイベント等の紹介・解説」があると良いと考える
 - 行事案内をよく見るユーザーは、「動画を用いた政策やイベント等の紹介・解説」があると良いと考える
 - 調達・公募情報をよく見るユーザーは、「自分の欲しい情報について更新があった場合、RSS などでお知らせしてくれるサービス」があると良いと考える
 - 審議会・研究会をよく見るユーザーは、「12 府省の情報、又は府省・都道府県・市町村などの情報を、横断で一括検索できるサービス」があると良いと考える
- ・年齢別に比較すると、20 代では、「SNS 公式アカウントの投稿をトップページに表示」の要望が多い。

府省のWebサイトを閲覧する際に、こんなサービスがあったら良いと考えるものを、以下の中からお選びください。(いくつでも)

(n=1030) (本調査 問19)



「その他（具体的に【 】）」の代表的な回答

- ・絵を用いた表現を活用
 - ・高齢者が必要なテーマを抽出して集約・掲載（57 歳男性のコメント）
 - ・これまでに届いた質問とそれに対する回答をまとめた FAQ まとめサイト
 - ・検索結果をヒット数順でなく、日付順に表示する機能
 - ・絞り込み検索機能の追加又は強化
 - ・わかりやすいサイトマップ など
- （サービスや機能ではないが、府省を越えた統一[デザイン、メニュー項目、用語、どの府省でも出すコンテンツの記載情報など]、分かりやすい表現を求める意見多数あり）

		府省のWebサイトを閲覧する際に、こんなサービスがあったら良いと考えるものをお選びください。(本調査 問19)														
		全体	知らない語句をクリックすれば、その意味など解説がポップアップ	12府省の情報、又は府省・都道府県・市町村などの情報を、横断で一括検索できるサービス	カレンダーでの表示(イベント等各種の予定を掲載)	動画を用いた政策やイベント等の紹介・解説	質問形式の検索機能(一つ一つ選択形式の質問に回答し続けられ、欲しい情報に辿り着く)	自分の欲しい情報について更新があった場合、RSSなどでお知らせしてくれるサービス	普段使用している民間のポータルサイトやアプリで、府省の欲しい情報を入手できる機能	チャット等での問い合わせ対応	電話での問い合わせに自動音声で対応	SNS (Twitter、Facebookなど)公式アカウントの投稿をトップページに表示	Webサイト内のコンテンツに「いいね!」を付けたり、コメントを投稿できるサービス	その他(具体的に【 】)		
最もよく見る府省のWebサイトで、PCからよく見るコンテンツは何ですか。(本調査問4)	全体	1030 100.0	330 32.0	319 31.0	225 21.8	170 16.5	163 15.8	154 15.0	121 11.7	116 11.3	87 8.4	50 4.9	26 2.5	56 5.4		
	組織概要	103 100.0	30 29.1	28 27.2	26 25.2	30 29.1	13 12.6	14 13.6	12 11.7	18 17.5	12 11.7	13 12.6	10 9.7	2 1.9		
	人事情報	48 100.0	12 25.0	15 31.3	14 29.2	12 25.0	4 8.3	16 33.3	8 16.7	11 22.9	7 14.6	11 22.9	7 14.6	1 2.1		
	採用情報	32 100.0	8 25.0	11 34.4	7 21.9	16 50.0	5 15.6	12 37.5	8 25.0	9 28.1	6 18.8	9 28.1	8 25.0	0 0.0		
	プレスリリース	323 100.0	97 30.0	112 34.7	71 22.0	62 19.2	51 15.8	53 16.4	48 14.9	31 9.6	25 7.7	24 7.4	12 3.7	15 4.6		
	行事案内	192 100.0	62 32.3	63 32.8	58 30.2	52 27.1	34 17.7	29 15.1	23 12.0	20 10.4	24 12.5	16 8.3	12 6.3	6 3.1		
	調達・公募情報	102 100.0	31 30.4	32 31.4	21 20.6	27 26.5	9 8.8	27 26.5	18 17.6	13 12.7	15 14.7	7 6.9	9 8.8	1 1.0		
	政策	327 100.0	93 28.4	114 34.9	83 25.4	80 24.5	51 15.6	69 21.1	48 14.7	47 14.4	24 7.3	21 6.4	14 4.3	17 5.2		
	審議会・研究会	148 100.0	51 34.5	62 41.9	34 23.0	28 18.9	17 11.5	28 18.9	19 12.8	17 11.5	13 8.8	15 10.1	11 7.4	12 8.1		
	予算・決算	119 100.0	33 27.7	42 35.3	29 24.4	28 23.5	21 17.6	22 18.5	22 18.5	17 14.3	14 11.8	9 7.6	8 6.7	5 4.2		
	申請・届出等の手続き案内(支援制度等を含む)	337 100.0	118 35.0	114 33.8	80 23.7	59 17.5	65 19.3	62 18.4	46 13.6	47 13.9	47 13.9	19 5.6	13 3.9	17 5.0		
	法令	292 100.0	93 31.8	105 36.0	66 22.6	50 17.1	62 21.2	54 18.5	45 15.4	40 13.7	31 10.6	21 7.2	8 2.7	17 5.8		
	刊行物(白書・報告書・統計など)	198 100.0	79 39.9	78 39.4	61 30.8	34 17.2	41 20.7	42 21.2	35 17.7	30 15.2	16 8.1	12 6.1	8 4.0	9 4.5		
その他(具体的に【 】)	119 100.0	36 30.3	43 36.1	28 23.5	12 10.1	25 21.0	12 10.1	14 11.8	14 11.8	5 4.2	2 1.7	1 0.8	16 13.4			

		府省のWebサイトを閲覧する際に、こんなサービスがあったら良いと考えるものをお選びください。（本調査 問19）													
		全体	知らない話をクリックすれば、その意味など解説がポップアップ	12府省の情報、又は府省・都道府県・市町村などの情報を、横断で一括検索できるサービス	カレンダーでの表示（イベント等各種の予定を掲載）	動画を用いた政策やイベント等の紹介・解説	質問形式の検索機能（一つ一つ選択形式の質問に回答し続けられ、欲しい情報に辿り着く）	自分の欲しい情報について更新があった場合、RSSなどでお知らせしてくれるサービス	普段使用している民間のポータルサイトやアプリで、府省の欲しい情報を入手できる機能	チャット等での問い合わせ対応	電話での問い合わせに自動音声で対応	SNS（Twitter、Facebookなど）公式アカウントの投稿をトップページに表示	Webサイト内のコンテンツに「いいね!」を付けたり、コメントを投稿できるサービス	その他（具体的に【 】）	
全体		1030 100.0	330 32.0	319 31.0	225 21.8	170 16.5	163 15.8	154 15.0	121 11.7	116 11.3	87 8.4	50 4.9	26 2.5	56 5.4	
年齢 （10歳 単位）	20代	82 100.0	33 40.2	20 24.4	20 24.4	18 22.0	10 12.2	16 19.5	3 3.7	12 14.6	12 14.6	17 20.7	5 6.1	3 3.7	
	30代	178 100.0	57 32.0	52 29.2	29 16.3	27 15.2	28 15.7	27 15.2	31 17.4	26 14.6	18 10.1	10 5.6	7 3.9	7 3.9	
	40代	316 100.0	99 31.3	103 32.6	82 25.9	42 13.3	49 15.5	48 15.2	41 13.0	38 12.0	26 8.2	10 3.2	2 0.6	15 4.7	
	50代	279 100.0	88 31.5	87 31.2	62 22.2	49 17.6	43 15.4	42 15.1	29 10.4	29 10.4	23 8.2	8 2.9	9 3.2	16 5.7	
	60代以上	175 100.0	53 30.3	57 32.6	32 18.3	34 19.4	33 18.9	21 12.0	17 9.7	11 6.3	8 4.6	5 2.9	3 1.7	15 8.6	

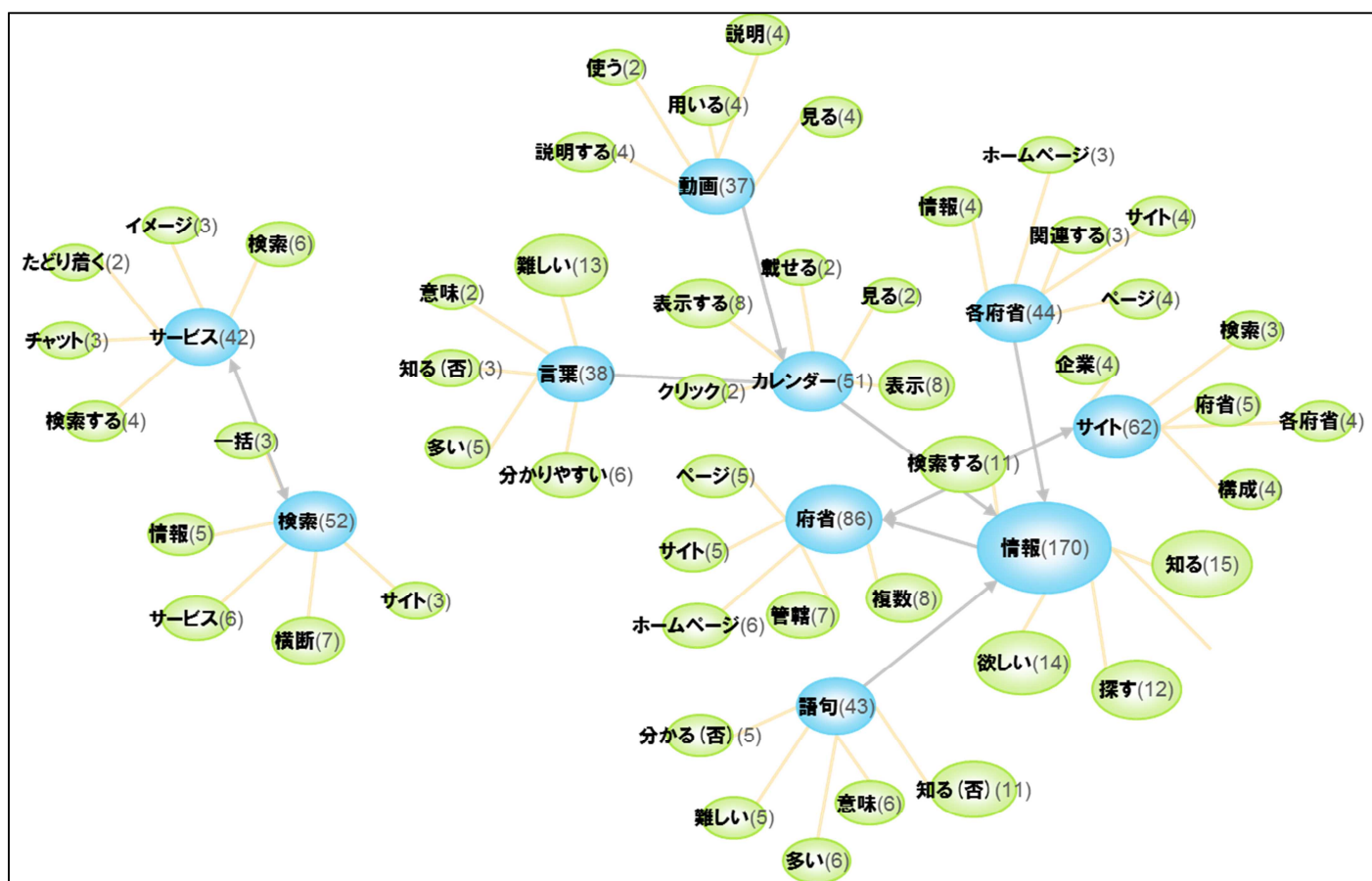
●問 19（府省 Web サイトにあると良いサービス）で回答したサービスの具体的な利用イメージ
（問 20）

・あると良いと考えるサービスには、「分かりやすさ」に関連する機能を求めている回答が多い。

ランキング・マップの結果を以下に示す。

【ランキング・マップ】

No.	単語	品詞	件数	割合
1	情報	名詞	170	16.5%
2	分かりやすい	形容詞	105	10.2%
3	府省	名詞	86	8.3%
4	検索する	動詞	85	8.3%
5	分かる	動詞	64	6.2%
6	分かる(否)	動詞	64	6.2%
7	多い	形容詞	63	6.1%
8	サイト	名詞	62	6.0%
9	便利だ	形容詞	59	5.7%
10	良い	形容詞	53	5.1%



II-iii.Web サイト改善のための 便利メモ案

目次

1. ユーザー観察	II- iii -4
2. アイ・トラッキング	II- iii -5
3. ヒートマップ	II- iii -6
4. アクセスログ解析	II- iii -7
5. A/B テスト	II- iii -8
6. Web アンケート	II- iii -9
7. テキストマイニング	II-iii-10
8. グループインタビュー	II-iii-11
9. 利用者コミュニティ	II-iii-12
10. OGP 対応	II-iii-13
11. Web 構造化	II-iii-14
12. 災害等へ対応する軽量 Web サイト	II-iii-15

便利メモ案について

1.概要

中央省庁の Web サイトを改善する際に、参考となる Tips を紹介する小冊子を作成。主に、改善の手法を 10 個程度取り上げて説明。

2.取り上げる改善の手法

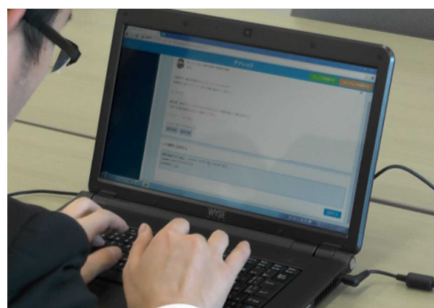
- ①ユーザー観察
- ②アイ・トラッキング（視線の動きのデータを取得）
- ③ヒートマップ（マウスの移動やクリック・タップのデータを取得）
- ④アクセスログ解析
- ⑤A/B テスト（複数案でどれが優れているかを、何度も試行して定量的に決定するテスト手法）
- ⑥Web アンケート
- ⑦テキストマイニング
- ⑧グループインタビュー
- ⑨利用者コミュニティ（Web サイト内に、コミュニティサイトを立ち上げ、意見を投稿・交換してもらう）
- ⑩OGP 対応 ※こちらのみ改善点を抽出する方法でなく、改善する方法
- ⑪Web 構造化
- ⑫災害等へ対応する軽量 Web サイト

3.各手法の説明ページ

次頁以降に記載。

1. ユーザー観察

ユーザー観察とは、Webサイトのユーザビリティを評価するために、テストモニターにWebサイトを使用してもらい、それを観察・分析することです。一般的には既定のタスクを用意し、テストモニターにはそのタスクを実行してもらいます。ログなどのデータとは異なり、「実際にどのようにシステムを扱うか」というユーザーの体験に関する知見が得られます。観察・分析結果は、Webサイトのデザインやコンテンツの改善に役立ちます。



【活用場面】

ユーザーが実際にどのようにWebサイトを扱うか知りたいとき

- ・設計者の意図と実際のユーザーの行動は一致しているか
- ・ユーザーの行動（迷いやためらい）の背景にはどんな心理があるか
- ・顕在化していないユーザーの欲求はないか

【導入効果】

- ・ユーザー心理を理解し、ユーザー中心設計を目指したデザインやコンテンツの改善
- ・設計者の意図とユーザー心理のすり合わせ
- ・ログ等からでは目に見えてこないユーザーの欲求を炙り出せる

【導入方法】

- ・テストモニターを選定し、取り組むタスクを決め実施。実施する中で得た利用結果や意見から分析します。

【詳細】

ユーザー観察では、Webサイト設計者の確認したい事項が明らかになるよう、入念に設計されたシナリオで、（現実的な状況下を保ちつつ）テストモニターにいくつかのタスクを課します。観察者はモニターの行動を記録し分析する、および実際に使用したモニターにインタビューあるいはアンケートを実施することで、ユーザーの行動の背景にある深層心理を理解し、Webサイトのデザインやコンテンツの改善に役立てます。ユーザー観察のメリットとしては、ユーザーの行動を深く分析することで、顕在化していないユーザーの欲求を捉えることができる点です。

無作為に選ばれたユーザーにWebサイトを使用してもらう方法が一般的です。被験者の選定では、個人的感情や専門性など意見の偏りを防ぐため、ユーザー観察実施者に近い者やエンジニア以外が対象者となります。（観察者が記録・分析する方法にはアイ・トラッキングやヒートマップ等もあり、各ページで詳細を説明。）

2. アイ・トラッキング

アイ・トラッキングとは、ユーザーの視線の動きを定量的に観察する手法を指します。Web サイトにおいて訪問者の視線の動きから、デザイン・レイアウトの良し悪しを客観的に評価することが可能になります。また、閲覧者の「見る」という行動のプロセスと理由を可視化することで、Web サイトの効率的な改善に繋がります。



図.ゲイズプロットによるアイ・トラッキングの可視化（出典：marsh https://www.marsh-research.co.jp/eye_tracking/index.html）

【活用場面】

デザイン・レイアウトの正当性や良し悪しを客観的に評価したいとき

- ・デザイン・レイアウトのリニューアルの効果を知りたいとき
- ・訪問者はどのコンテンツに興味を持っているのか知りたいとき

【導入効果】

- ・提供側が意図する通りに閲覧してもらえるデザイン・レイアウトに改良
- ・訪問者の興味を把握し、訪問者に満足してもらえるコンテンツ内容に改善
- ・無意識行動の分析により、インタビューでは抽出できない問題点の発見、改善

【導入方法】

- ・ツール提供会社を選定し、その会社に従ってモニターを招きテストを実施します。

【詳細】

代表的なアイ・トラッキングでは、「どこを」、「どの程度」閲覧していたかを明らかにします。上図はアイ・トラッキングの結果、得られた視線の順序と停留時間の概略を明らかにするゲイズプロットですが、視線の順序を数字で、停留時間の長さを円の大きさに表します。必要・不必要なコンテンツを把握できるため、訪問者が好む詳細な画面設計を行うことが可能になります。

アイ・トラッキングの仕組みとしては、赤外線ユーザーの顔や眼球に当て、その反射から視線の動きを把握することが多いです。特別な器具などは装着せず、ユーザーに負担を掛けずに記録できます。

停留時間が短ければ、「重要な情報が見られていない」または「関心を引くことができていない」と判断することが可能です。しかし、停留時間が長い場合には「興味があって長く見ている」または、「内容が分かりづらかったため長く見ている」かの判断を行うことができません。アイ・トラッキングとともにアンケート等を実施することで、多角的な視点から判断する必要があります。

3. ヒートマップ

ヒートマップとは、単一の指標を色の塗り分けで分かりやすく示す手段のことで、特に Web サイトにおいて、訪問者のサイト上での行動（ポインターやタップ操作）を色で表現する機能を指します。サーモグラフィー（物体表面の温度を画像化する装置）のように表現することから、ヒートマップと呼ばれています。訪問者の注目や興味を把握して、Web サイトのデザインやコンテンツの改善に応用します。



図.クリックヒートマップ（出典：Ptengine <https://www.ptengine.jp/>）

【活用場面】

デザインの正当性や影響・効果、コンテンツの注目度合などを知りたいとき

- ・Web サイトデザインが（設計者の）意図する閲覧を促しているか
- ・現在のコンテンツは、ユーザーの注目を得ているか
- ・リンクが張られている箇所は、リンクと認識されているのか、そのリンクはどれほどクリックされているのか

【導入効果】

- ・提供側の意図通りに閲覧してもらえるデザインに改良
- ・閲覧時間やスクロール終了状況から、コンテンツ内容の改善
- ・コンテンツの配置を、ユーザーの注目する箇所に応じて決められる

【導入方法】

- ・ツール提供会社を選定し、（提供会社の支援を受けながら）対象 Web サイトに組み込み、テストします。

【詳細】

代表的なヒートマップでは、クリック・タップ回数、滞在時間（ポインターやズームインの位置からその付近を閲覧した時間を把握）、閲覧エリア（スクロールから画面中のどこまで見たかを把握）などを明らかにします。上図は、クリック・タップ回数のヒートマップですが、クリック・タップ回数の多い箇所が赤くなり、クリック・タップ回数の低い箇所は青色、全くクリック・タップされていない箇所は色付けなしになっております。画面上に調査結果が重ねて表示されるため、詳細な画面設計に役立てることが可能です。

Web サイト改善の目的が明確でない中で実施しても、結果の活かし方に苦慮するケースが多いです。また、Web サイトの目的は、ユーザーがそのサイトを見て、内容を理解し、何かしらの行動に移すことです。しかし、ヒートマップで得られる調査結果は、飽くまでポインターの動作です。ポインターの動作とユーザーの見る行為がイコールとは限らないこと、さらに、見たことで理解したかどうか、それを元に何か行動を起こしたかどうかまでは当調査で把握できません。これらの点に注意する必要があります。

4. アクセスログ解析

アクセスログ解析とは、Web サイトに対していつどれだけの訪問があったのか、どの Web サイトから誘導されたのかなど、Web サイトへの訪問状況の記録（ログ）を、ツールを用いて解析することです。アクセスログを解析することで、検索エンジンでの検索キーワード、リンク元、訪問数の多いページ、直帰率（最初の 1 ページ目だけを見て、サイトから離脱する割合）、コンバージョン率（アクセス数に対して Web サイト上における最終成果を達成した割合）などが分かります。

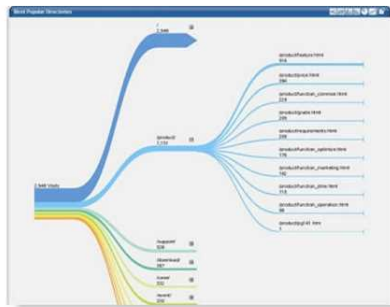


図.ページ経路の解析結果（出典：Site Tracker9

http://www.sitetracker.jp/product/deeper_analysis.html)

【活用場面】

ユーザーのページ遷移を把握・改善したいとき

- ・重要度の高いページが閲覧されているか
- ・ユーザーが本来意図した集客ルートを辿っているか
- ・想定通りのリンク元から訪問されているか、そのリンク元に合ったコンテンツとなっているか
- ・把握していない新たな特徴が Web サイトにあるか（リンク元、検索キーワード、キラーコンテンツなど）

【導入効果】

- ・Web サイトの新たなプロモーション方法の発見
- ・重要度の高いページの閲覧数を伸ばすような改良
- ・クリック数・アクセス数を増やしたいリンクの設置場所改善
- ・コンバージョン率を高めるようなデザインの修正

【導入方法】

- ・ツール提供会社を選定し、（提供会社の支援を受けながら）対象 Web サイトに組み込みます。

【詳細】

アクセスログとしては、訪問（アクセス）数、Web サイト内でのページ遷移、訪問元の URL、どの検索キーワードで Web サイトに訪問してきたか等の結果が得られます。これら全ては、Web サーバに記録されている IP アドレスからどのファイルにアクセスがあったかという履歴から、出力します。幅広い項目のデータから、Web サイトの動向を把握することが可能になります。注意点としては、データ項目が多いため、読むべき項目を絞り込むことが必要となります。また、絞り込む際には、基礎的な記録（アクセス数、リンク元など）により Web サイトの特徴を知った上で、個々の改善点（直帰率、コンバージョン率など）を検討することが望ましいです。

5. A/B テスト

A/B テストとは、運営中の Web ページの一部分又はページそのものを複数パターンで配信し、ユーザーのアクセス結果等から、どれが最も有効な設計かを把握する方法です。ユーザーには A/B テスト実施中であることを通知せず、運営中の Web ページとして利用して頂くため、実際の行動履歴を取得できます。Web サイトの運営を止めずに、詳細な設計を一つ一つ改善する有効な方法とされています。



図.A/B テストのイメージ（出典：Gyro-n <https://www.gyro-n.com/column/ab-test/>）

【活用場面】

Web ページの品質を向上させたいが、どの設計をすれば良いか分からないとき

- ・ページの滞在時間を上げるためには、どのような掲載内容や表示方法を取るべきか
- ・ページへの遷移数（閲覧数）を上げるためには、バナー等にどのような文言や画像を使うべきか

【導入効果】

- ・バナー等のクリック率向上
- ・ページの離脱率低下
- ・コンバージョン率を高め、Web プロモーションの費用対効果向上

【導入方法】

- ・ツール提供会社を選定し、（提供会社の支援を受けながら）対象 Web サイトに組み込みます。

【詳細】

A/B テストは A/B 2 択に限らず、複数のパターンからテストする手法のことを言います。スプリットテスト等とも呼称されます。

A/B テストを実際に取り組もうとすると、Web サイトのどの部分が課題なのかが不明瞭で、どこを対象にテストを行うべきか分からないことがあります。その場合には、最初から Web サイト全体を改善しようとせず、気になる些細な部分から実施することが推奨されます。具体的には、「見出しのテキスト文章を変更してみる」「文字の大きさを変えてみる」等といった変更から取り組みます。

A/B テストを実際に行う際には、以下の 3 点に注意する必要があります。第 1 に「複数パターンで比較する要素及びその違いを明確にすること」です。テストで分かることが明確に決められていないと、得られた結果から有効な分析はできません。第 2 に「テストユーザーの条件を同じにすること」です。ターゲットユーザーに限定した行動履歴を対象とすることで、改善の指標とすべき結果を収集できます。第 3 として、「単発で行うのではなく、改善を繰り返すこと」が挙げられます。A/B テストでは詳細な改善を繰り返せることが利点であり、僅かな改善を積み上げることで、一步步つ優れた Web サイトに近づけることができます。

6. Web アンケート

Web アンケートとは、多数のモニターを対象に、インターネットを介してアンケートを実施し、その結果を集計・分析する方法です。一般的に、調査目的の整理、モニターの選定、仮説立案、アンケート票作成、Web アンケート実施、結果集計、分析という段階を踏みます。Web アンケートのメリットは、多数のモニターから短期間で回答を取得できる点、質問数・量・順序・内容など調査側の意図を調査に反映させやすい点があります。調査の効果は、アンケート票の設計や分析に大きく依存します。

ここからは、前問でお答えになった、PCからよく見るコンテンツを探す方法についてお伺いします。コンテンツの探し方には、検索機能を使わず府省Webサイトのメニューから探す方法、府省Webサイトのサイト内検索から探す方法、Google・Yahoo!などの検索サイトから探す方法(府省Webサイトのトップページは経由せず、検索サイトの検索結果から、直接見たいページや関連ページに行く方法)があります。

Q5 府省Webサイトのメニューからコンテンツを探しますか。その頻度についてお答えください。

【必須入力】

- ☐ 1. よく探す
- ☐ 2. たまに探す
- ☐ 3. あまり探さない
- ☐ 4. ほとんど探さない(全く探さない場合を含む)

Q6 府省Webサイトのサイト内検索でコンテンツを探しますか。その頻度についてお答えください。

【必須入力】

- ☐ 1. よく探す
- ☐ 2. たまに探す
- ☐ 3. あまり探さない
- ☐ 4. ほとんど探さない(全く探さない場合を含む)

図.マクロミル社の Web アンケート調査画面

【活用場面】

多数のユーザーの Web サイトに対する意見を知りたいとき

- ・Web サイト利用の現状（5W1H 等）はどうなっているのか
- ・Web サイトへの改善要望や新たなコンテンツ・サービスのアイデアを得たい
- ・他の Web サイトと比較したときの印象や使いやすさ等を知りたい

【導入効果】

- ・ユーザー像が明らかとなり、そのユーザーに対応したコンテンツやデザインの作成
- ・多数のユーザーから集約した要望を、コンテンツやデザインに反映

【導入方法】

- ・Web サイト設計者はアンケート票の作成までを行い、以降のアンケート実施を Web アンケート会社に依頼。

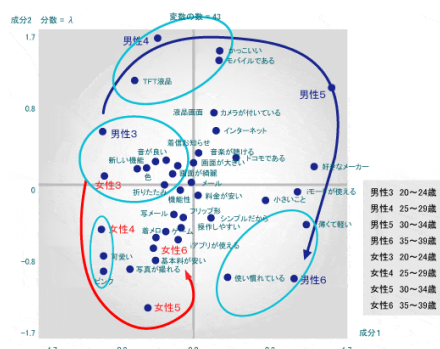
【詳細】

冒頭で示したメリット以外に、絶対数の少ない条件のモニターに対しても調査が可能な点、電子的に集計できるため解析が容易な点等が挙げられます。一方でデメリットは、モニターは必ず IT リテラシーが一定以上ある人に限られる点、報酬目当てで回答の質が悪いモニターが含まれる点等が挙げられます。

アンケート票の作成に際しては、第 1 に、分析までを加味した設計をすることが重要です。どのような分析結果を得るためにどの分析手法を取り、どんな質問形式及び内容にするのか。調査で明らかにしたい内容に応じて、吟味する必要があります。アンケート回答者にとって、誘導しない質問、抜け漏れ被りのない選択肢など、細かな注意点が数多くあるため、書籍や Web サイトなどからコツを調べることを推奨します。アンケート結果の分析・表現方法に関しても、同様に、事前に知識を得ておくことをお勧めします。

7. テキストマイニング

テキストマイニングとは、文字列を対象としたデータマイニング(統計学等の解析手法を用いて、大量のデータから知識を抽出すること)で、大量の文章データを統一的な視点・基準から少ない労力で分析し、「隠れた」情報・特長・傾向・相関関係を見出す技術の総称です。インターネット上の情報源やアンケートの自由記述を分析することで、世の中で流行っている話題や、人々のニーズ、不満などの定性データを把握できます。



図：「携帯電話で気に入っている点」の相関分析（キーワードの出現頻度の相関に基づいて配置）結果

(出典： <http://www.macromill.com/landing/words/b009.html>)

【活用場面】

Web サイトに対するユーザーの反応を特定したいとき

- ・設計者の意図した通りの評価がユーザーから得られているか
- ・問い合わせにはどのような種類のものが多いか
- ・把握していない反応が（検索結果やソーシャルメディアなどに）あるか

ユーザーのニーズを幅広く知りたいとき

- ・どのような新コンテンツやサービスを提供すればアクセスが増えるのか

【導入効果】

- ・既存ユーザーのニーズに合わせたデザインやコンテンツの作成・改善
- ・問い合わせの減少、参照効果の高い FAQ(Frequently Asked Questions)の作成
- ・ユーザー拡大に向けた新たなコンテンツやサービスの拡充

【導入方法】

- ・ツール提供会社を選定し、アンケート結果や Web サイトへの問い合わせ、SNS などに適用し解析する

【詳細】

テキストマイニングは、「1.テキストデータを、形態素解析(文章を意味のある単語に区切り、品詞や内容を判別すること)によりコンピュータが処理可能な形に変換」「2.データマイニング技術により統計処理を実施」「3.(複数の手法で)結果を可視化」「4.調査実施者が分析結果を解釈」という流れで行われる。このうち、3 では可視化の前に立てる仮説が肝となること、4 は人が分析結果の解釈を行うため解釈の偏りを含むこと、全編においてデータの入手先が結果を左右することに注意する必要があります。

8. グループインタビュー

グループインタビューとは、Web サイトに対するユーザーの評価を調べるために、モデレーター（Web サイト設計者やインタビュー会社担当者等）とモニター3～8 名程度で行われる座談会形式の調査方法です。個人インタビューではなく、グループであるので短い時間で幅広い意見・感想を得ることができます。モニターも、インタビューされるだけでなく自ら議論を起こすこともできるので、Web サイト設計者が思いつかなかった視点からの意見を得ることもできます。



図.グループインタビューの様子（出典：楽天リサーチ <http://research.rakuten.co.jp/service/real/group.html>）

【活用場面】

ユーザーのニーズと Web サイト設計者の意図のマッチングを実際の議論で確かめたいとき

- ・ユーザーの視点と設計者の視点（仮説）は一致しているか
- ・議論を通して意見だけではなく具体的な改善策を考えたい

【導入効果】

- ・Web サイト設計者がユーザーの視点を理解し、Web サイト全般を改善
- ・ユーザーの深層ニーズ（議論で深掘）に対応したデザインやコンテンツの作成・改善
- ・ユーザーのアイデアを元にした新たなデザインやコンテンツの作成

【導入方法】

・モニター（ユーザー）を募り、Web サイト設計者等がモデレーターを務めて会議を実施。議事や会議映像を記録する。インタビュー会社に、モニター募集から結果分析まで依頼することも可。

【詳細】

グループインタビューでは、モデレーターが準備した調査テーマについて質問を行い、自由に発言をしてもらうことで様々な意見・情報を収集します。場合によっては、モデレーターだけではなく Web サイト設計者などが議論に参加することもできます。お互いの意見やアイデアを交換し合い、より深い議論がなされると有効な改善点を得られることが多いです。

グループインタビューのメリットとしては、短期間で実施可能、モニター同士の議論積み重ね、属性の異なるグループごとに開催することで意見の違いを明確化できるという点があります。デメリットには、他人の前で言いづらい意見が出にくい、個々の意見を聞く時間が短い、多忙なユーザー層には実施不可という点があります。実施する際の注意点としては、ユーザーを代表するモニターを集める（関係者やエンジニアなどを除く）、用意した質問の回答を得ることに固執しすぎない、個人の嗜好が強く表れる質問や議論は行わない、発言の多い/語気の強いモニターに引きずられないという点が挙げられます。

9. 利用者コミュニティ

利用者コミュニティは、Web サイトを利用しているユーザーから Web サイト及び関連するサービスに対する意見を投稿してもらうプラットフォームのことです。Web サイト内にコミュニティサイトを立ち上げることで、実際に利用しているユーザーから生の声が得られると共に、ユーザー間でのコミュニケーションを活性化する場ともなります。ユーザーの質問に対して、Web サイト運営者が全て答えるとは限らず、ユーザー同士で解決するケースもあります。



図.利用者コミュニティの例（出典：Aldebaran <https://community.aldebaran.com/ja>）

【活用場面】

Web サイト及び関連サービスを利用する中で出てきた、生の意見を知りたいとき

- ・ユーザーはデザイン・コンテンツに対して、どのような疑問や意見を持つのか
- ・デザイン・コンテンツの改善に際して、新たな視点やアイデアを得たい

ユーザー間を繋げ、人的ネットワークを構築したいとき

- ・Web サイト関係者を介さず、ノウハウや知識などを教え合い、高め合う仕組みを作りたい

【導入効果】

- ・ユーザー目線での意見を活かしたデザインやコンテンツの改善
- ・コミュニティサイト内でのコミュニケーションを通して、ユーザーニーズを理解し、Web サイト全般の改善

【導入方法】

・Web サイト内にコミュニティサイトを追加構築し、ユーザーに利用を促進するよう通知する。構築に際しては、提供会社に依頼することも可。

【詳細】

Web サイトの利用者は、利用したサイトについての意見を持っています。ユーザーの意見は、Web サイト作成者の意図にあてはまる場合とあてはまらない場合がありますが、いずれの場合でもユーザーは Web サイト内のコミュニティサイトを通して、自由に意見を伝えることができます。コミュニティ投稿内容の活用の際には、一つ一つの意見は飽くまで個別ユーザーの意見である点に注意が必要です。議論が活発化していても、ユーザー全体からすれば少数の意見であることを忘れないようにしましょう。

10. OGP 対応

OGP (Open Graph Protocol) とは、現在 Facebook や Google+ 等といった SNS で利用されている規格であり、SNS 上に「この Web ページはこのような内容です」という情報を示すための仕組みになります。HTML のヘッダ部分に OGP に基づく記載を行うことで、あらかじめ選択した画像や概略等を SNS 上に表示させることができます。適切な掲載により SNS 利用者の興味を引くことができ、Web ページの PV(ページビュー)を増加させることができます。SNS の重要性が増す中で OGP 対応の必要性も年々高まっています。



図 SNS 等 (facebook) での引用例

(左は正しい表示の例。サイズの大きい画像を用意しているため、画像を大きく使ったリンクエリアを形成。右は画像の指定が不十分で、facebook が任意に画像を選択した例。枠に対してタイトルが長く、概要文や本文冒頭が出てこない。このケースでは、og:title では通常より短く指定する必要がある。)

【活用場面】

- ・SNS を活用して、Web サイトをより多くの人へ効率的に拡散したいとき

【導入効果】

- ・ソーシャルボタン (SNS 以外の一般の Web サイトに表示されるボタンで、SNS 内で情報を共有できるようにするボタン) をクリックするだけで、自動的に友人のニュースフィードに表示されるため、一度に多くの人に拡散可能
- ・SNS 上に連鎖的に拡散されることで多くの人の目に留まり、PV 増加

【導入方法】

- ・HTML のヘッダ部分に、引用時に表示する情報 (URL、ページタイトル、概要、画像など) を記載します。具体的には、対象 Web サイトのソースに、メタタグ <meta> を挿入し、OGP に関するプロパティ "og:title" 等を設定します。

【詳細】

SNS アカウントを取得し、拡散したい Web ページ上にソーシャルボタンを導入すれば、ユーザーが引用可能となります。SNS のウォールに表示され「いいね！」を押してもらえれば、沢山の人への情報拡散が連鎖的に起き、Web ページにアクセスしてもらう可能性が高まります。

OGP に未対応だと、SNS を介した PR の機会を活かせません。多くの SNS 利用者の目に触れても、正しくタイトル・概要・画像などが表示されないと、告知にならずページアクセスにも繋がりません。

11. Web 構造化

Web 構造化とは、Web 検索等で Web ページ内の情報を効果的に活用するための設計の仕組みです。HTML のタグに Schema.org が定義したデータ定義を使うことで、Web ページ上のタイトルや施設の説明などを、項目ごとに表示させることができます。公共施設の開館時間、閉館時間等を利用者に的確に伝えることができるだけでなく、一般的に使用されるデータ項目を元に Web ページの設計ができるため、わかりやすいサイトを作ることができます。Schema.org 対応のブラウザや Web サイトの普及も始まっています。

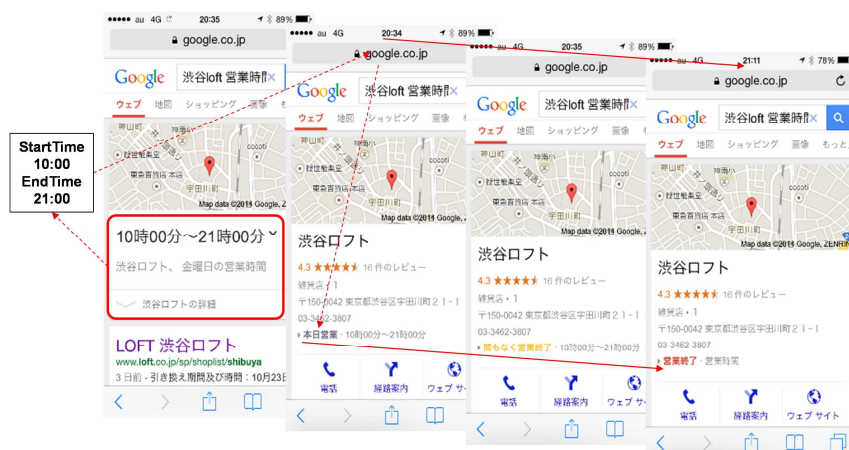


図 Schema.org のデータ構造の利用例

(スマートフォンの時刻と Web ページのデータを照らし合わせ、営業状況の案内をしている)

【活用場面】

- Web サイトの内容を、単に表示するだけでなく効果的に活用してもらいたいとき。

【導入効果】

- Web サイトの情報を利用して、応用したアプリケーションを作ることができるので、利用者に多様な形で情報伝達を実現可能。
- スマートフォンの位置情報、時刻情報と組み合わせると新たな情報提供の構築が可能。

【導入方法】

- HTML のタグに、Schema.org のデータ項目を使用します。

【詳細】

Schema.org は大手検索サイト事業者が協力して整備しているデータ標準なので、ブラウザを使ったサービスを構築していく上で、今後重要な設計要素になります。単に Web ページを作るだけでは、その Web ページを使ってしか情報の拡散ができませんが、Web をきちんと構造化して作成することで、情報流通の幅が広がります。

Web ページではないシステムにおいては政府で共通語彙基盤の整備が進められています。システムのデータ構造と、この Web ページのデータ構造の連携を図ることで、庁舎内の情報活用と公開用データのシームレスな運用が可能になります。

12. 災害等へ対応する軽量 Web サイト

災害等へ対応する軽量 Web サイトとは、画像の情報を含まない等、アクセス集中時にも情報提供を継続させるためのデータ容量の小さい緊急 Web サイトのことです。すべてのページに対応が必要なのではなく、アクセス集中が予想されるサイトにのみ用意しておきます。

災害時は、必要な情報を入手するために大量のアクセスが集中し、サーバの負荷が増すのはもちろんのこと、外部のネットワークの負荷も増大します。また、閲覧者によってはモバイル環境からのアクセスのため、電源の持続時間に制限がある場合もあります。

そこで、重要情報を迅速かつ安定的に提供するために、災害時には通常の Web サイトではなくテキスト情報を中心にしたデータ容量の少ない Web サイトに切り替えて運用します。

【活用場面】

- ・災害時等で Web サイトへのアクセスが集中しているとき。

【導入効果】

- ・アクセス集中やネットワークの輻輳時に、重要な情報を迅速に伝えることが可能。
- ・サーバのダウンなどにより、情報伝達できなくなることを防ぐことが可能。
- ・利用者端末では、短時間で情報取得ができるため、アクセス待ちによる電源消費を減らすことが可能。

【導入方法】

- ・トップページなどに、災害時用 Web ページを配備します。
- ・災害時の Web ページの運営手順を作ります。

【詳細】

災害時の Web ページは、不必要な画像を減らし、テキスト中心のデータ容量の小さなページにします。また、フラッシュのようなプラグインが必要なものは使用しません。ただし、アクセスが集中するページ以外のすべてのページに、災害時用 Web ページを作る必要はありません。日常の管理コストも考えて、必要なページに絞り込むことが重要です。

表や数値を提供する場合には、CSV や XML 等の形式を使うことで、再利用性の高いデータを提供し、支援者等が活用できるようにすることが望ましいです。

さらに、民間のキャッシュサービスを使うことで、利用者のアクセス先を分散させ、サーバの負荷を減らすことも可能です。事前にキャッシュサービスに登録したり、調査しておくことで、災害時に、迅速に対応をとることができます。東日本大震災の時には多くの府省や自治体がキャッシュサービスを活用しました。

参考資料：総務省 大規模災害時におけるインターネットの有効活用事例集

事例 11 自治体の公式 Web サイト等の負荷軽減

http://www.soumu.go.jp/main_content/000173744.pdf