

日野市公式ホームページ UI / UX改善プラン

2026年4月27日

企画部市長公室



日野市

Hino City

Index

1. <u>サービスデザインに基づく改善</u>	2
2. <u>仮説検討：ユーザーリサーチ・結果整理</u>	5
3. <u>サービスキャンバス</u>	46
4. <u>サービス立案：課題・解決策の整理、仮説の検証</u>	48
5. <u>サービス立案：目指す成果の整理</u>	50
6. <u>KPI</u>	52
<u>Appendix</u>	55



1.

サービスデザインに基づく改善



日野市

Hino City

市ホームページを、 大きな「住民サービス」としてデザインする

平成30(2018)年3月に、現在の市ホームページにリニューアルした際の基本方針は「広報力の向上+日野市らしさの創出」でした。

1. デザイン、コンテンツともに「日野市らしさ」「日野市の特徴や魅力」が不足
 2. 情報の点在、用語の不統一、不明確な分類など、一部にユーザビリティへの配慮が不足
 3. 全体的にウェブアクセシビリティ(JIS X 8341-3:2016)への配慮が不足
- の3つを課題とし、新選組を前面に出したビジュアルによるブランディング、内部リンクやインデックスページによる情報の分散・点在の解消、目的別テンプレートとシステム制御による表記の統一、グローバルナビゲーションの再構成、JIS X 8341-3:2016レベルAAへの適合など様々な改善に取り組み、リニューアル後の新たなホームページは(公社)日本広報協会の開催する全国広報コンクールで入選を果たすなど、当時としては全国的にも質の高い自治体サイトが構築されました。

しかしながら、自治体サイトを取り巻く状況は、その後大きく変わりました。取り分け、行政手続のオンライン化や生成AI技術の普及は、2018年のリニューアルの際には着目していなかった観点であり、最もインパクトのある変化です。

行政手続のオンライン化に関しては、2019年のデジタル手続法の成立以降、2020~2022年におけるマイナンバーカードの取得率上昇、2023・2025年には同カードのスマートフォンへの搭載が可能となるなど、デジタル社会の実現に向けたインフラ整備が急速に進みました。現在、行政手続のオンライン化は、国及び各自治体が取

り組むべき重要なミッションの一つとなっています。

また、生成AI技術の普及に関しては、2017年におけるGoogleの研究者らによる自然言語処理モデルTransformerの発表、またこの技術に基づく対話型AIサービスChatGPTが2022年にリリースされて以降、AI技術は瞬く間に社会に浸透し、現在では多くの人が日常的に、AI技術を備えた何らかのサービスを利用するに至っています。

これらの変化に伴い、自治体サイトの利用者が求めるものもまた変化していると捉えるべきです。これからの自治体サイトは、単に情報が集積されているだけでは十分に役目を果たしているとは言えず、情報の提供は勿論のこと、その情報を必要としている住民が、迷わず、素早くたどり着き、内容を理解でき、次に何をすればよいか分かり、行動できることを実現するために、利用者に寄り添うサポートと、デジタルによる行政手続やサービスへの誘導、完結までを担うべきものとなります。

市ホームページをこのような自治体サイトにしていくためには、市ホームページ自体を大きな「住民サービス」として捉え、前述のような利用者の「体験」を「設計」していくというプロセス・取り組みが必要です。このプロセスは「サービスデザイン」と呼ばれています。

本プランは、「サービスデザイン」のプロセスに基づき市ホームページのUI/UXを改善し、利用者の体験をより良いものとするを旨とするものです。なお特に記載のない限り、東京都デジタルサービス局による「サービスデザインガイドライン VERSI ON 2.1.0」に準拠するものとし、矛盾する場合は同ガイドラインが優先されます。



開発プロセスとサービスデザインのタスク

市ホームページのUI/UX改善は、サービスの開発プロセスとサービスデザインのタスク(下表)に即して実施する。
このプランは、下表の要件定義・調達に必要となる企画(仮説検討およびサービス立案)のプロセスにおいて実施した内容を取りまとめたものとなっている。

企画		要件定義・調達	設計		開発	テスト・改善	リリース
仮説検討	サービス立案		基本設計	詳細設計			
<ul style="list-style-type: none"> ☑ ユーザーリサーチ 定性調査・定量調査など ☐ ユーザーリサーチ結果 ☑ リサーチ結果整理 リサーチ結果を分析 ☐ ペルソナ、カスタマージャーニーマップなど ☑ サービスキャンバス記入 提供者エリア/利用者エリア/価値エリア 記入 ☐ サービスキャンバス 	<ul style="list-style-type: none"> ☑ 課題・解決策の整理 ☑ 仮説の検証 仮説(解決策など)をチームメンバーでレビュー ☐ ワイヤフレームなど ☑ 目指す成果の整理 ☑ サービスキャンバス記入 解決策エリア 記入 ☐ サービスキャンバス 	<ul style="list-style-type: none"> ☑ 要件定義 サービスキャンバスをもとにサービス要件を整理 ☐ 要件定義書 ☑ 仕様書作成 調達(業務委託契約等)に向けた仕様書を作成 ☐ 仕様書 	<ul style="list-style-type: none"> ☑ プロトタイピング ユーザーにサービス案を試してもらい、ユーザーの課題を解決できそうか検証 ☐ プロトタイプ、テスト実施計画、テスト実施結果 ☑ 設計レビュー サービス仕様が企画に沿っているかレビュー ☐ 基本設計書、詳細設計書 	<ul style="list-style-type: none"> ☑ 開発 事業者の開発業務を理解し、マネジメント ☑ ユーザビリティテスト ユーザーによるサービスの使い勝手を検証 ☐ β版、テスト実施計画、テスト実施結果 	<ul style="list-style-type: none"> ☑ リリース リリース後も、利用状況のデータやユーザーの声(ユーザーレビュー)をもとに、継続的な改善を実施 ☐ サービス、プロダクト、ユーザーレビュー結果など 		

凡例…

プロセス

☑ タスク

☐ 成果物例



※ 引用：東京都デジタルサービス局「サービスデザインガイドライン VERSION 2.1.0」より。一部改変

2.

仮説検討： ユーザーリサーチ・結果整理



日野市
Hino City

① アクセス解析による現状分析

セッションなどの状況

使用ツール : Microsoft Clarity
対象ページ : 全ページ
対象期間 : 2025年1月1日～2025年12月31日

- 上記期間中のセッション数(アクセス数)は、約286.5万で、1セッション当たりの平均ページ数は1.94
- ページのスクロールは平均約6割
- 1セッション当たりの平均滞在時間は1.2分

セッション ⓘ

2,865,540 ↗

69,300 ボットセッション
が除外されました

セッション別のページ数

1.94 ↗

平均

スクロールの奥行き

59.48% ↗

平均

アクティブに費やした時間 ⓘ

1.2分 ↗

3.6分 合計時間のうち

① アクセス解析による現状分析

ユーザーの概要

使用ツール : Microsoft Clarity
対象ページ : 全ページ
対象期間 : 2025年1月1日～2025年12月31日

- ユニークユーザーは約130万
- 新規ユーザーとのセッションとリピーターとのセッションは概ね半々程度



① アクセス解析による現状分析

インサイトの状況

使用ツール : Microsoft Clarity
対象ページ : 全ページ
対象期間 : 2025年1月1日～2025年12月31日

- 利用者のインサイト(無意識の欲求)として、「デッドクリック」(何も動作しない画像や文字などをクリックすること)が約11%、「クイックバック」(ページを開いて、すぐに前のページに戻る)が約13%発生している。

インサイト

イライラしたクリック ⓘ



0.11%

3,151 個のセッション



デッドクリック ⓘ



10.70%

306,579 個のセッション



過剰なスクロール ⓘ



< 0.01%

228 個のセッション



クイックバック ⓘ



13.43%

384,975 個のセッション



① アクセス解析による現状分析

参照元の状況

使用ツール : Microsoft Clarity
対象ページ : 全ページ
対象期間 : 2025年1月1日～2025年12月31日

- 参照元としては、google.comからが最も多く、次いでcity.hino.lg.jp(市ホームページ内)からとなっている。

参照元	チャンネル	キャンペーン	ソース
www.google.com		1,345,313	
www.city.hino.lg.jp		754,540	
search.yahoo.co.jp		445,116	
www.bing.com		146,258	
www.google.co.jp		99,418	
weurl.jp		64,680	
hino.ficsc.jp		44,659	
service.smt.docomo.ne.jp			

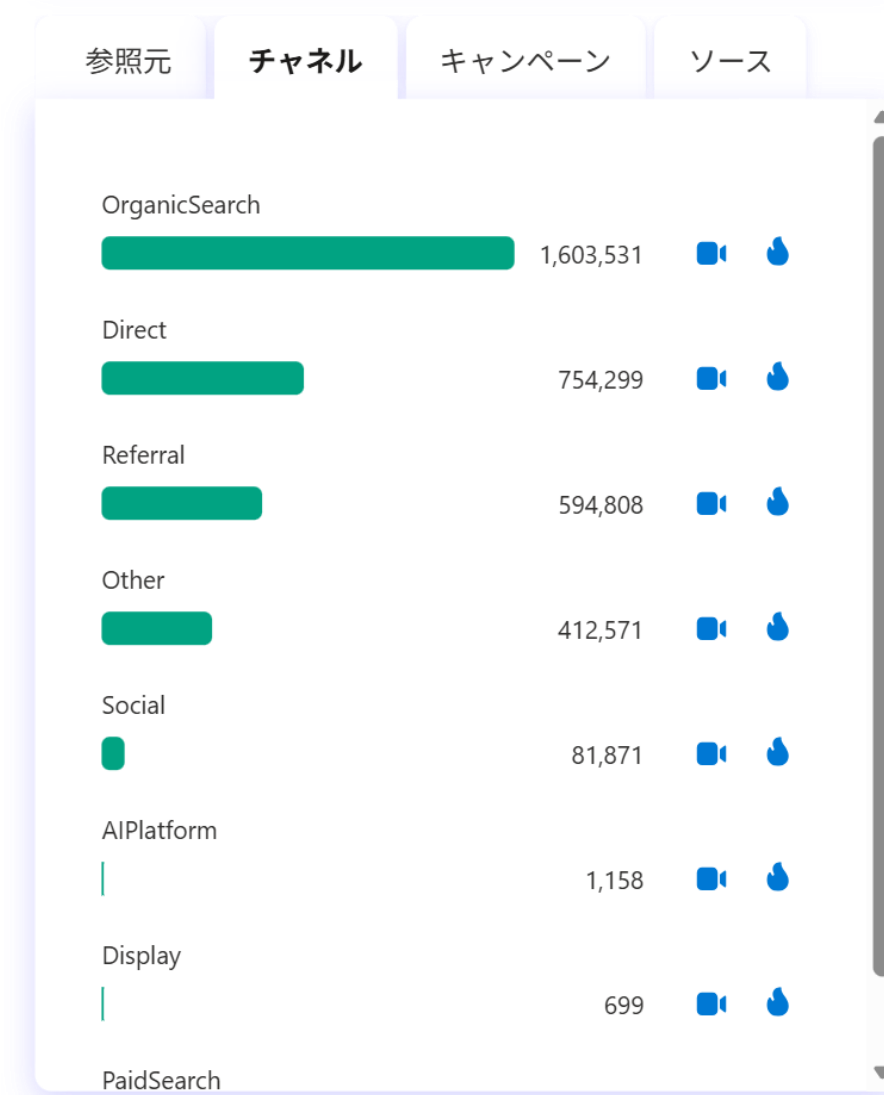


① アクセス解析による現状分析

チャンネル(流入経路)の状況

使用ツール : Microsoft Clarity
 対象ページ : 全ページ
 対象期間 : 2025年1月1日～2025年12月31日

- 「OrganicSearch」はgoogle.comおよびbing.comからの流入で、最も多い
- 次いで多いのが「Direct」で、ブックマークやQRコードからの参照が該当
- このほか、「Referral」はsearch.yahoo.co.jpおよび市ホームページのサイト内検索、「Social」は短縮URLからの流入が主となっている

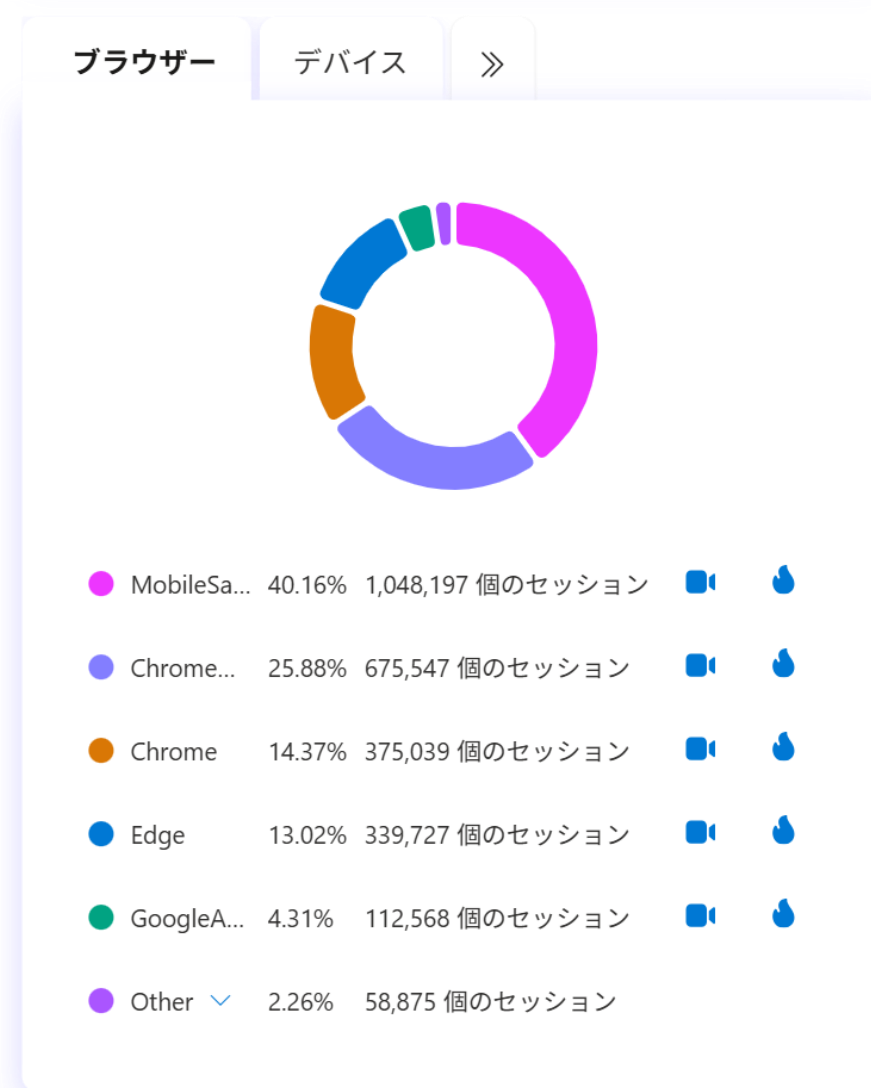


① アクセス解析による現状分析

ブラウザの状況

使用ツール : Microsoft Clarity
対象ページ : 全ページ
対象期間 : 2025年1月1日～2025年12月31日

- ブラウザの状況としては、Safari、Chrome、Edgeの利用が約93%を占めている

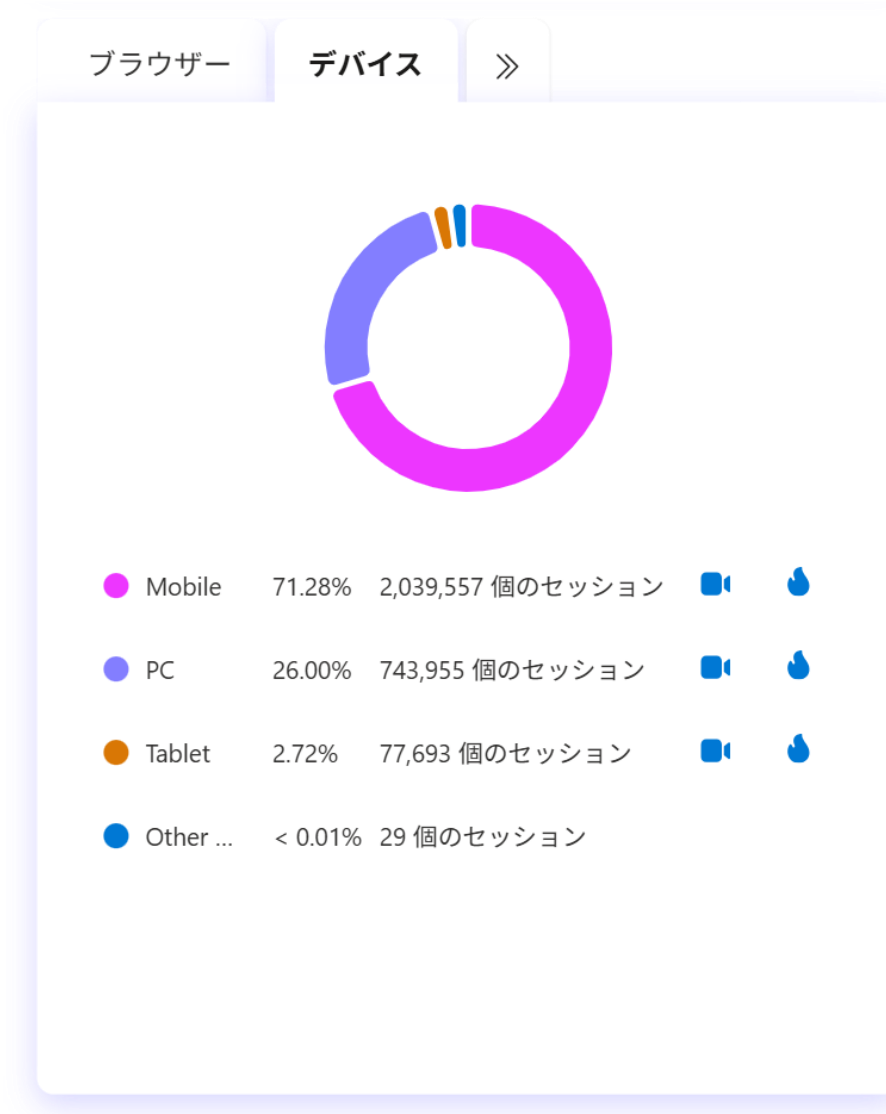


① アクセス解析による現状分析

デバイスの状況

使用ツール : Microsoft Clarity
対象ページ : 全ページ
対象期間 : 2025年1月1日～2025年12月31日

- デバイスの状況としては約71%がモバイル端末、26%がパソコンとなっている



① アクセス解析による現状分析

パフォーマンスの概要

使用ツール : Microsoft Clarity
対象ページ : 全ページ
対象期間 : 2025年1月1日～2025年12月31日

- LCP(Largest Contentful Paint：主要なコンテンツが表示されるまでの時間)は1.9秒
- INP(Interaction to Next Paint：ユーザーの操作に対する反応にかかる時間)は260ミリ秒
- CLS(Cumulative Layout Shift：広告などが入り込むことにより予期せずレイアウトがずれる際の時間)は0.001秒

※いずれの指標も75パーセンタイル

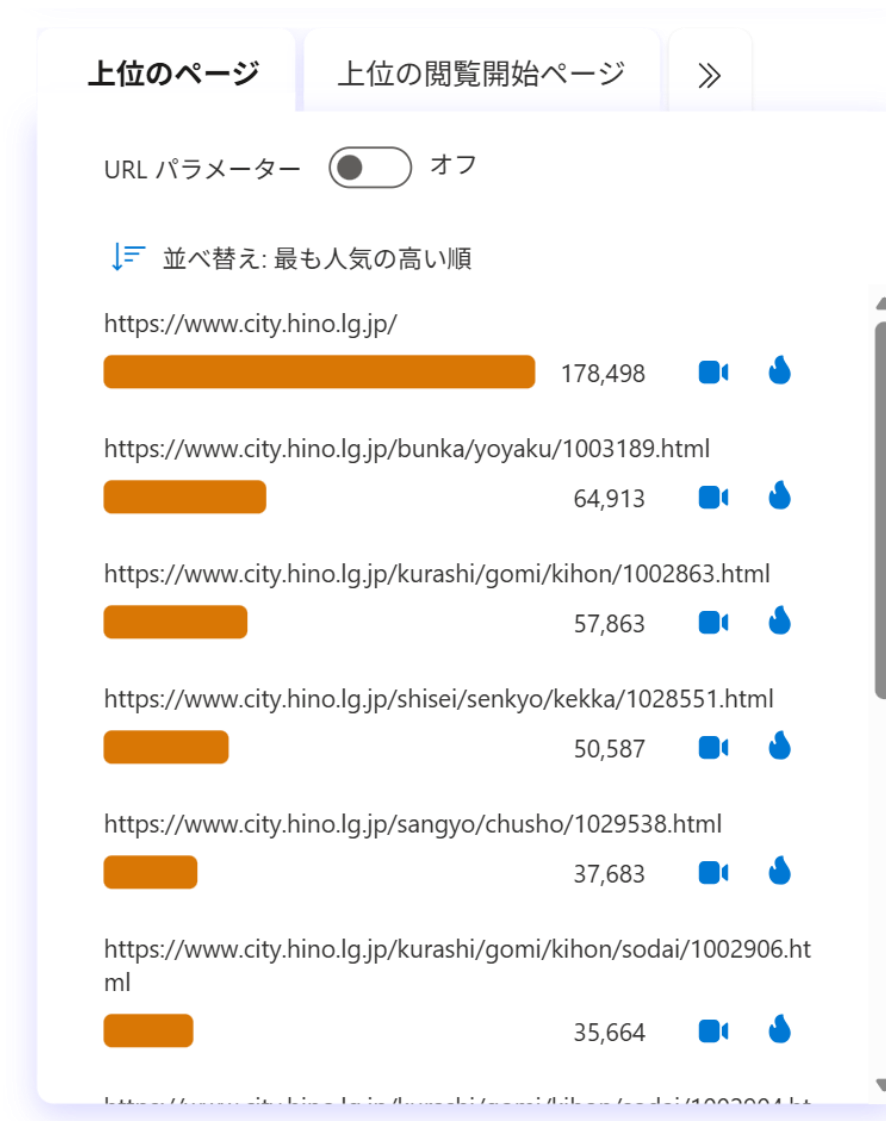


① アクセス解析による現状分析

上位のページ

使用ツール : Microsoft Clarity
対象ページ : 全ページ
対象期間 : 2025年1月1日～2025年12月31日

- トップページへのアクセスが最も多く、次いで公共施設予約システム、ごみ収集予定表(ごみカレンダー)、市長選・市議補選投開票状況、キャッシュレス決済ポイント付与キャンペーン、粗大ごみ料金表などのページが、多くアクセスされている



① アクセス解析による現状分析

上位の閲覧開始ページ

使用ツール : Microsoft Clarity
対象ページ : 全ページ
対象期間 : 2025年1月1日～2025年12月31日

- 上位5位までは上位のページと同じで、トップページへのアクセスが最も多く、次いで公共施設予約システム、ごみ収集予定表(ごみカレンダー)、市長選・市議補選投開票状況、キャッシュレス決済ポイント付与キャンペーンのページがランディングページとなっている
- 6位は粗大ごみの出し方のページとなっている



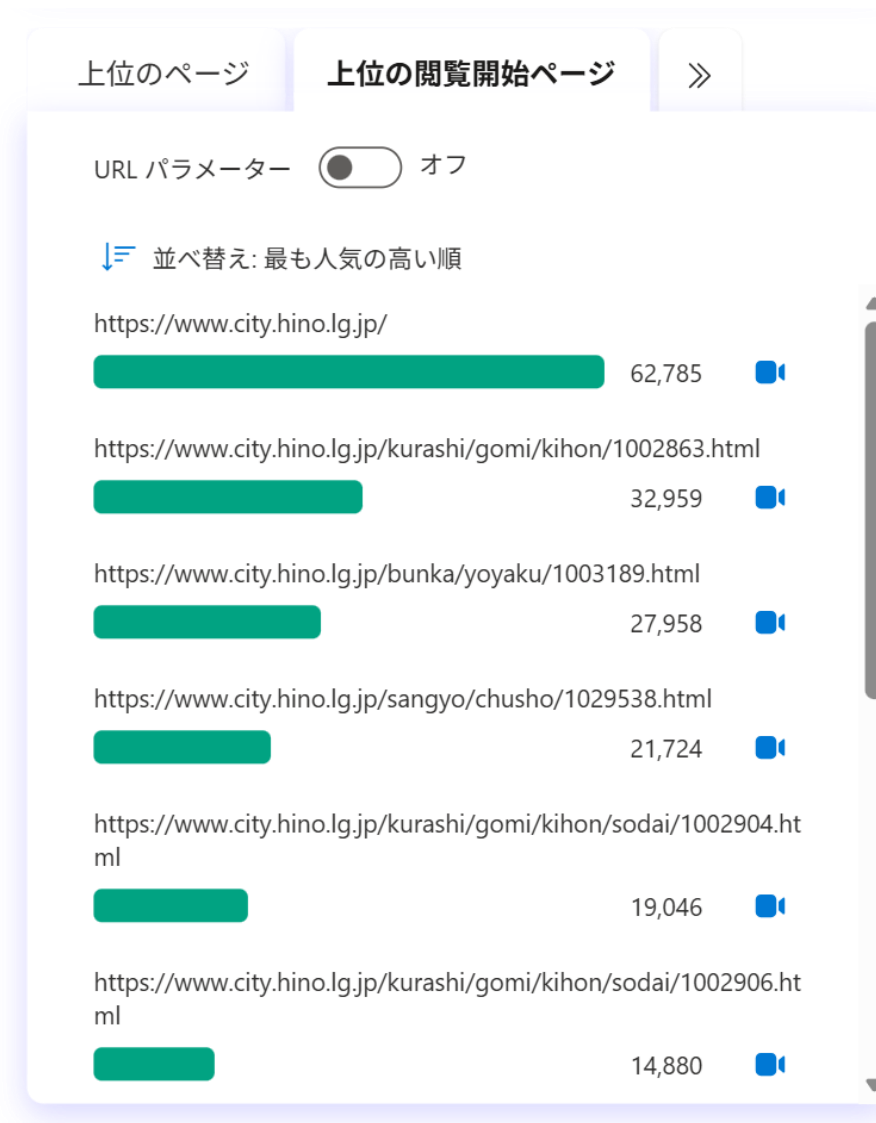
① アクセス解析による現状分析【補足①】

上位の閲覧開始ページ

(※)

使用ツール : Microsoft Clarity
対象ページ : 「OrganicSearch」から流入のみ(※)
対象期間 : 2025年1月1日～2025年12月31日

- チャンネルを「OrganicSearch」から流入のみとして絞り込むと、トップページへのアクセスが最も多い点は変わらないが、ごみ収集予定表(ごみカレンダー)が公共施設予約システムをやや上回り、市長選・市議補選投開票状況が大幅に減少する



① アクセス解析による現状分析 【補足②】

参照元の状況

(※)

使用ツール : Microsoft Clarity
 対象ページ : 「OrganicSearch」から流入のみ・
 「市長選・市議補選投票状況」から閲覧開始のみ(※)
 対象期間 : 2025年1月1日～2025年12月31日

- さらに、閲覧開始ページを「市長選・市議補選投票状況」のみとして絞り込むと、市長選・市議補選投票状況の参照元として最も多いのは、日野市LINE公式アカウントのリッチメニューで使用しているweburl.jpとなっており、選挙結果速報用に設計した導線が機能していることが分かる



① アクセス解析による現状分析に基づく課題抽出・解決策案

情報が見つからない → 個々の要因分析と導線の最適化

- デッドクリックやクイックバックを生じている利用者については、目的の情報へたどり着くまでに、何らかの要因が妨げとなっている可能性がある

- 開いたページに必要な情報があるかどうかを判別し参照できるように、ページ内目次(リンク)を設ける
- デッドクリックやクイックバックの個々の要因を、運用段階においても継続的に確認し、対応することができるよう、導線を最適化するツールを導入する

- INP(Interaction to Next Paint)が長く、スムーズに閲覧できていない可能性がある

- INPのスコアが低いユーザーセッションの動画からボトルネックを確認し、JavaScriptの実行を最適化するなどの対策を行う
- 市ホームページ埋め込みのJavaScriptによる機能を、上記の導線の最適化ツールで置き換えることも検討する



② ヒートマップによる現状分析

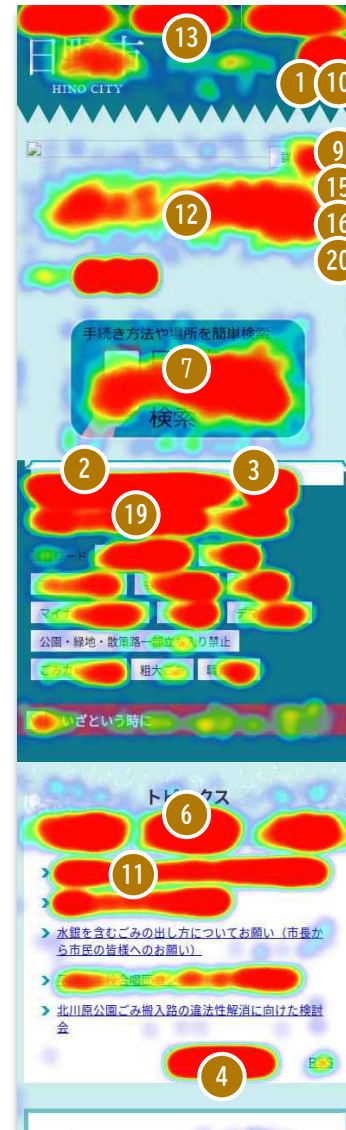
スマートフォンの状況

使用ツール : Microsoft Clarity
 対象ページ : トップページ
 対象期間 : 2025年1月1日～2025年12月31日
 ページビュー : 100,000 (サンプリング)
 合計タップ数 : 129,766

- 「メニュー」や「サイト内検索」以外では、「新着更新情報一覧」、「日野市の取り組み」のスクロールボタン、「募集」、「手続き・申請検索」などが多い
- 「パブリックコメント」はページ後半にあるもののタップ数が多い

タップ数の順位 (上位20位まで)

- ① メニューを開く
- ② サイト内検索入力欄
- ③ サイト内検索ボタン
- ④ 新着更新情報一覧
- ⑤ (日野市の取り組み) 右スクロールボタン
- ⑥ 募集
- ⑦ 手続き・申請検索
- ⑧ (日野市の市政) パブリックコメント
- ⑨ (メニュー) 暮らし・手続き
- ⑩ メニューを閉じる
- ⑪ (トピックス記事)
- ⑫ 画像バナー
- ⑬ 暮らしの情報へ移動
- ⑭ (暮らしの情報) 子育て
- ⑮ (メニュー) 市政情報
- ⑯ (メニュー) 子ども・子育て・教育
- ⑰ 施設予約
- ⑱ (暮らしの情報) 学校・教育
- ⑲ 検索カテゴリ
- ⑳ (メニュー) 健康・福祉・医療



② ヒートマップによる現状分析

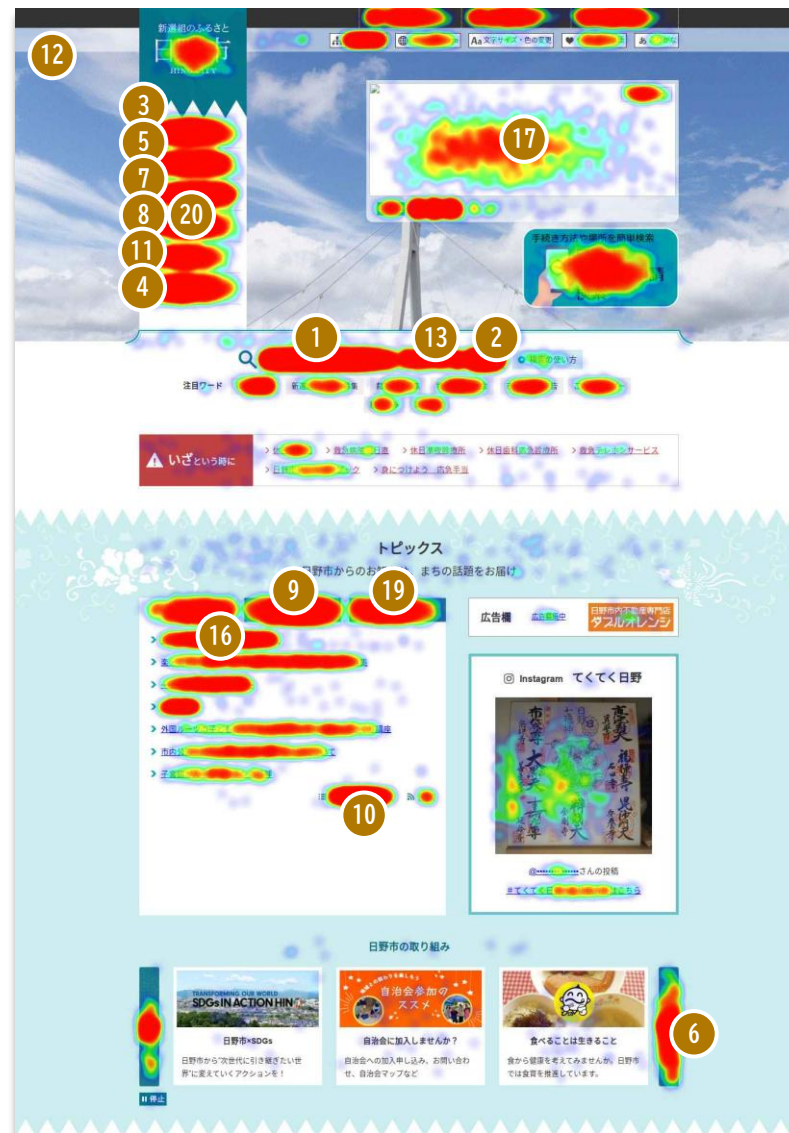
パソコンの状況（ページ前半）

使用ツール : Microsoft Clarity
 対象ページ : トップページ
 対象期間 : 2025年1月1日～2025年12月31日
 ページビュー : 100,000 (サンプリング)
 合計クリック数 : 173,635

- スマートフォンで上位の「手続き・申請検索」(7位→25位)や「パブリックコメント」(8位→123位)、くらしの情報「子育て」(14位→90位)、くらしの情報「学校・教育」(18位→75位)などは、大きく順位が下がっている

クリック数の順位（上位20位まで）

- ① サイト内検索入力欄
- ② サイト内検索ボタン
- ③ (メニュー) くらし・手続き
- ④ (メニュー) 市政情報
- ⑤ (メニュー) 健康・福祉・医療
- ⑥ (日野市の取り組み) 右スクロールボタン
- ⑦ (メニュー) 子ども・子育て・教育
- ⑧ (メニュー) 文化・スポーツ
- ⑨ 募集
- ⑩ 新着更新情報一覧
- ⑪ 産業・仕事
- ⑫ (Tabキー) 本文へ移動
- ⑬ 検索カテゴリー
- ⑭ 施設予約
- ⑮ 日野市議会
- ⑯ (トピックス記事)
- ⑰ 画像バナー
- ⑱ 市長の部屋
- ⑲ メンテナンス情報
- ⑳ (文化・スポーツ) 施設予約



② ヒートマップによる現状分析

パソコンの状況（ページ後半）

使用ツール : Microsoft Clarity
 対象ページ : トップページ
 対象期間 : 2025年1月1日～2025年12月31日
 ページビュー : 100,000 (サンプリング)
 合計クリック数 : 173,635

- スマートフォンで下位の「日野市議会」(75位 → 15位)や「市長の部屋」(102位 → 18位)、「メンテナンス情報」(38位 → 19位)などは、大きく順位が上がっている

クリック数の順位（上位20位まで）

- ① サイト内検索入力欄
- ② サイト内検索ボタン
- ③ (メニュー) 暮らし・手続き
- ④ (メニュー) 市政情報
- ⑤ (メニュー) 健康・福祉・医療
- ⑥ (日野市の取り組み) 右スクロールボタン
- ⑦ (メニュー) 子ども・子育て・教育
- ⑧ (メニュー) 文化・スポーツ
- ⑨ 募集
- ⑩ 新着更新情報一覧
- ⑪ 産業・仕事
- ⑫ (Tabキー) 本文へ移動
- ⑬ 検索カテゴリー
- ⑭ 施設予約
- ⑮ 日野市議会
- ⑯ (トピックス記事)
- ⑰ 画像バナー
- ⑱ 市長の部屋
- ⑲ メンテナンス情報
- ⑳ (文化・スポーツ) 施設予約



② ヒートマップによる現状分析に基づく課題抽出・解決策案

スマホとPCで傾向が違 → 双方を想定したひとつのデザインに

- 新着更新情報一覧、日野市の取り組み、パブリックコメントなどは、現状では比較的目立たない場所や、複数回のタップまたはクリックが必要な場所にあるものの利用者の関心が高いため、表示の仕方を改善することで、利便性が向上する可能性がある

- 新着更新情報はトップページに表示、日野市の取り組みは総量に対する現在位置などの表示、パブリックコメントはページ上部へリンクを移動するなど検討し、ユーザビリティテストで使用感を確認し、配置を変更する

- スマートフォンとパソコンでアクセス順位の大きく異なる要素があるため、それぞれの利用者を想定したレスポンシブルデザインを採用しないと、既存ユーザーの利便性を損ねる可能性がある

- タップ数・クリック数の多い要素については、「既存のレイアウトよりスクロール位置を下げない」、「コンテンツに到達するまでのタップ回数・クリック回数を現状よりも増やさない」などの条件を設定した上で、レスポンシブルデザインを検討・採用する



③ アンケートによる現状分析

基本情報などの状況

実施場所：市ホームページ内アンケートフォーム

実施期間：2021年9月2日～2025年12月22日

回答数：361件

(※「未回答」は選択肢の一つであり回答者が選択)

- 回答者の約81%は市内在住者
- 利用目的としては「生活・暮らしに関する情報の入手」が回答者の約38%と最も多く、次いで「公共施設の情報(予約も含む)の入手」が回答者の約14%を占める
- 回答者の約41%が60歳以上

【基本情報】あなたの性別は？

回答	回答数	割合
男性	177	49.03%
女性	149	41.27%
未回答	35	9.70%

【基本情報】あなたの年齢は？

回答	回答数	割合
10歳未満	3	0.83%
10歳代	21	5.82%
20歳代	19	5.26%
30歳代	32	8.86%
40歳代	47	13.02%
50歳代	67	18.56%
60歳代	67	18.56%
70歳以上	82	22.71%
未回答	23	6.37%

【基本情報】あなたの住所は？

回答	回答数	割合
日野市内	291	80.61%
日野市外の多摩地域	22	6.09%
東京都23区	12	3.32%
東京都外	16	4.43%
未回答	20	5.54%

【ホームページ】日野市ホームページはどのような時に利用しますか？(複数選択可)

回答	回答数	割合
生活・暮らしに関する情報の入手	269	38.16%
文化・観光やイベント・募集情報の入手	86	12.20%
公共施設の情報(予約も含む)の入手	97	13.76%
市の施策や計画・統計などの市政情報の入手	59	8.37%
まちづくりに関する情報の入手	59	8.37%
仕事に必要な情報の入手	31	4.40%
「お知らせ」「広報」など市の最新情報の入手	71	10.07%
市議会の情報の入手	33	4.68%



③ アンケートによる現状分析

評価(4観点)の状況

実施場所：市ホームページ内アンケートフォーム

実施期間：2021年9月2日～2025年12月22日

回答数：361件

(※「未回答」は選択肢の一つであり回答者が選択)

- デザインやレイアウトのよさは「まあよい」とする評価が最も多く約32%
- 文章表現の分かりやすさは「どちらかといえば分かりやすい」とする評価が最も多く約27%
- 情報の探しやすさは「探しにくい」とする評価が最も多く約25%
- 情報の量は「ちょうどよい」とする評価が最も多く約34%

【評価1】デザインやレイアウトはよいですか？

回答	回答数	割合
よい	74	20.50%
まあよい	116	32.13%
ややよくない	37	10.25%
よくない	49	13.57%
未回答	85	23.55%

【評価2】文章表現は分かりやすいですか？

回答	回答数	割合
分かりやすい	96	26.59%
どちらかといえば分かりやすい	97	26.87%
どちらかといえば分かりにくい	47	13.02%
分かりにくい	47	13.02%
未回答	74	20.50%

【評価3】情報は探しやすいですか？

回答	回答数	割合
探しやすい	57	15.79%
どちらかといえば探しやすい	88	24.38%
どちらかといえば探しにくい	62	17.17%
探しにくい	90	24.93%
未回答	64	17.73%

【評価4】情報の量は多いですか？

回答	回答数	割合
多いけどよい	34	9.42%
多すぎてよくない	40	11.08%
ちょうどいい	124	34.35%
少ないけどいい	29	8.03%
少なすぎてよくない	49	13.57%
未回答	85	23.55%



③ アンケートによる現状分析

利用者の状況

実施場所：市ホームページ内アンケートフォーム

実施期間：2021年9月2日～2025年12月22日

回答数：361件

(※「未回答」は選択肢の一つであり回答者が選択)

- 情報の探し方は「検索サイトから」が最も多く約44%だが、「サイト内検索」も約37%と多い
- インターネットを閲覧する機器は、「スマートフォン」が最も多く約43%で、「パソコン」は約35%となっている

【その他】情報はどのように探しますか？（複数選択可）

回答	回答数	割合
google・yahooなど検索サイトから該当ページを検索	206	43.74%
日野市ホームページのサイト内検索	172	36.52%
トップページのカテゴリーから探す	39	8.28%
登録しているRSSなどの更新情報から	10	2.12%
その他	44	9.34%

【その他】日野市ホームページを含め、インターネットを閲覧する機器で最も使うものはなんですか？

回答	回答数	割合
パソコン	125	34.63%
スマートフォン	193	53.46%
タブレット端末	21	5.82%
その他	3	0.83%
未回答	19	5.26%

③ アンケートによる現状分析

評価1（目的・年齢別）

デザインやレイアウトはよいですか？

- 年齢別では、40歳代の回答者のみ「よくない」とする評価の割合が高い

目的	年齢	【評価1】デザインやレイアウトはよいですか？				
		よい	まあよい	ややよくない	よくない	未回答
生活・暮らしに関する情報の入手	全体	52	91	32	42	52
文化・観光やイベント・募集情報の入手		23	27	8	16	12
公共施設の情報（予約も含む）の入手		22	34	9	17	15
市の施策や計画・統計などの市政情報の入手		17	19	7	8	8
まちづくりに関する情報の入手		15	19	5	9	11
仕事に必要な情報の入手		8	12	2	2	7
「お知らせ」「広報」など市の最新情報の入手		18	30	4	10	9
市議会の情報の入手		9	13	1	4	6
全体	10歳未満	0	1	0	0	2
	10歳代	8	8	1	1	3
	20歳代	7	3	3	2	4
	30歳代	6	9	5	4	8
	40歳代	6	11	11	15	4
	50歳代	14	26	5	6	16
	60歳代	12	26	7	6	16
	70歳以上	19	30	3	12	18
	未回答	2	2	2	3	14



③ アンケートによる現状分析

評価1（目的・機器・年齢別）

「よくない」・ 「ややよくない」の割合

- 機器別では、スマートフォンで「市の施策や計画・統計などの市政情報の入手」や「まちづくりに関する情報の入手」、「文化・観光やイベント・募集情報の入手」を目的とした利用において、やや高い傾向が見られる
- 年齢別では、40歳代の「文化・観光やイベント・募集情報の入手」、同じく40歳代の「生活・暮らしに関する情報の入手」を目的とした利用において、やや高い傾向が見られる

		「【評価1】デザインやレイアウトはよいですか？」に対する 「よくない」・「ややよくない」の回答割合（目的別）							
機器	年齢	生活・暮らしに関する情報の入手	文化・観光やイベント・募集情報の入手	公共施設の情報（予約も含む）の入手	市の施策や計画・統計などの市政情報の入手	まちづくりに関する情報の入手	仕事に必要な情報の入手	「お知らせ」「広報」など市の最新情報の入手	市議会の情報の入手
目的別回答数		269	86	97	59	59	31	71	33
パソコン	全体	10.0%	10.5%	11.3%	8.5%	8.5%	0.0%	9.9%	9.1%
スマートフォン		14.5%	15.1%	14.4%	16.9%	15.3%	12.9%	8.5%	6.1%
タブレット端末		2.6%	2.3%	1.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.4%	0.0%
その他		0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
全体	10歳未満	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	10歳代	0.4%	1.2%	0.0%	0.0%	1.7%	0.0%	1.4%	0.0%
	20歳代	1.5%	1.2%	2.1%	1.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	30歳代	3.0%	2.3%	4.1%	5.1%	5.1%	0.0%	2.8%	0.0%
	40歳代	8.2%	10.5%	7.2%	3.4%	5.1%	6.5%	1.4%	3.0%
	50歳代	4.1%	1.2%	3.1%	1.7%	0.0%	0.0%	1.4%	3.0%
	60歳代	4.1%	2.3%	2.1%	3.4%	5.1%	0.0%	2.8%	0.0%
	70歳以上	4.8%	5.8%	6.2%	5.1%	3.4%	3.2%	7.0%	3.0%
	未回答	1.5%	3.5%	2.1%	5.1%	3.4%	3.2%	2.8%	6.1%



③ アンケートによる現状分析

評価2（目的・年齢別）

文章表現は
分かりやすいですか？

- 年齢別では、40歳代の回答者は「分かりにくい」、60歳代の回答者は「どちらかといえば分かりにくい」とする評価の割合が、他の年齢と比較して高い

目的	年齢	【評価2】文章表現は分かりやすいですか？				
		分かりやすい	どちらかといえば分かりやすい	どちらかといえば分かりにくい	分かりにくい	未回答
生活・暮らしに関する情報の入手	全体	75	75	37	39	43
文化・観光やイベント・募集情報の入手		26	27	8	13	12
公共施設の情報（予約も含む）の入手		21	31	14	13	18
市の施策や計画・統計などの市政情報の入手		16	25	4	6	8
まちづくりに関する情報の入手		17	19	9	4	10
仕事に必要な情報の入手		10	10	3	3	5
「お知らせ」「広報」など市の最新情報の入手		20	32	6	6	7
市議会の情報の入手		9	14	0	4	6
全体	10歳未満	1	0	1	0	1
	10歳代	8	9	2	1	1
	20歳代	8	4	0	3	4
	30歳代	5	10	3	4	10
	40歳代	10	10	10	15	2
	50歳代	23	19	7	5	13
	60歳代	18	18	15	3	13
	70歳以上	20	24	8	11	19
	未回答	3	3	1	5	11



③ アンケートによる現状分析

評価2（目的・機器・年齢別）

「分かりにくい」・「どちらかといえば分かりにくい」の割合

- 機器別では、スマートフォンで「仕事に必要な情報の入手」や「生活・暮らしに関する情報の入手」、「文化・観光やイベント・募集情報の入手」を目的とした利用において、やや高い傾向が見られる
- 年齢別では、40歳代の「文化・観光やイベント・募集情報の入手」、70歳以上の「公共施設の情報（予約も含む）の入手」を目的とした利用において、やや高い傾向が見られる

		「【評価2】文章表現は分かりやすいですか？」に対する「分かりにくい」・「どちらかといえば分かりにくい」の回答割合（目的別）							
機器	年齢	生活・暮らしに関する情報の入手	文化・観光やイベント・募集情報の入手	公共施設の情報（予約も含む）の入手	市の施策や計画・統計などの市政情報の入手	まちづくりに関する情報の入手	仕事に必要な情報の入手	「お知らせ」「広報」など市の最新情報の入手	市議会の情報の入手
目的別回答数		269	86	97	59	59	31	71	33
パソコン	全体	10.4%	10.5%	13.4%	5.1%	8.5%	3.2%	5.6%	3.0%
スマートフォン		15.6%	14.0%	13.4%	11.9%	11.9%	16.1%	9.9%	9.1%
タブレット端末		1.9%	0.0%	1.0%	0.0%	1.7%	0.0%	1.4%	0.0%
その他		0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
全体	10歳未満	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.2%	0.0%	0.0%
	10歳代	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	3.4%	0.0%	2.8%	0.0%
	20歳代	1.1%	1.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	30歳代	2.2%	1.2%	3.1%	1.7%	0.0%	6.5%	0.0%	0.0%
	40歳代	7.8%	9.3%	7.2%	3.4%	5.1%	3.2%	1.4%	3.0%
	50歳代	4.5%	2.3%	3.1%	0.0%	1.7%	0.0%	1.4%	0.0%
	60歳代	4.8%	1.2%	4.1%	3.4%	5.1%	0.0%	4.2%	0.0%
	70歳以上	5.2%	7.0%	9.3%	5.1%	5.1%	3.2%	5.6%	6.1%
未回答	1.9%	2.3%	1.0%	3.4%	1.7%	3.2%	1.4%	3.0%	



③ アンケートによる現状分析

評価3（目的・年齢別）

情報は探しやすいですか？

- 年齢別では、40～50歳代と70歳以上の回答者は「探しにくい」、60歳代の回答者は「どちらかといえば探しにくい」とする評価の割合が高い
- 30歳代の回答者は、「探しにくい」、「どちらかといえば探しにくい」とする評価の割合がどちらも高い

目的	年齢	【評価3】情報は探しやすいですか？				
		探しやすい	どちらかといえば探しやすい	どちらかといえば探しにくい	探しにくい	未回答
生活・暮らしに関する情報の入手	全体	43	67	53	67	39
文化・観光やイベント・募集情報の入手		17	23	12	25	9
公共施設の情報（予約も含む）の入手		14	27	17	26	13
市の施策や計画・統計などの市政情報の入手		10	18	9	17	5
まちづくりに関する情報の入手		12	17	9	12	9
仕事に必要な情報の入手		6	6	6	9	4
「お知らせ」「広報」など市の最新情報の入手		10	24	15	15	7
市議会の情報の入手		6	10	5	7	5
全体	10歳未満	0	0	1	1	1
	10歳代	7	7	3	3	1
	20歳代	8	2	2	3	4
	30歳代	5	5	8	8	6
	40歳代	3	9	8	23	4
	50歳代	11	19	9	15	13
	60歳代	10	19	19	8	11
	70歳以上	12	26	10	20	14
	未回答	1	1	2	9	10



③ アンケートによる現状分析

評価3（目的・機器・年齢別）

「探しにくい」・「どちらかといえ
ば探しにくい」の割合

- 機器別では、スマートフォンで「仕事に必要な情報の入手」を目的とした利用において、高い傾向が見られるほか、パソコンおよびスマートフォンにおいて目的に関わらず全般的にやや高い傾向が見られる
- 年齢別では、60歳代の「仕事に必要な情報の入手」、70歳以上の「公共施設の情報（予約も含む）の入手」を目的とした利用において、やや高い傾向が見られる

機器	年齢	「【評価3】情報は探しやすいですか？」に対する「探しにくい」・「どちらかといえば探しにくい」の回答割合（目的別）							
		生活・暮らしに関する情報の入手	文化・観光やイベント・募集情報の入手	公共施設の情報（予約も含む）の入手	市の施策や計画・統計などの市政情報の入手	まちづくりに関する情報の入手	仕事に必要な情報の入手	「お知らせ」「広報」など市の最新情報の入手	市議会の情報
目的別回答数		269	86	97	59	59	31	71	33
パソコン	全体	15.6%	16.3%	20.6%	18.6%	11.9%	12.9%	14.1%	15.2%
スマートフォン		25.3%	25.6%	22.7%	25.4%	22.0%	35.5%	25.4%	21.2%
タブレット端末		3.0%	0.0%	1.0%	0.0%	1.7%	0.0%	2.8%	0.0%
その他		0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
全体	10歳未満	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.2%	1.4%	0.0%
	10歳代	1.5%	2.3%	2.1%	5.1%	6.8%	6.5%	5.6%	6.1%
	20歳代	1.9%	1.2%	1.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	30歳代	4.1%	2.3%	6.2%	5.1%	5.1%	9.7%	5.6%	0.0%
	40歳代	10.4%	12.8%	9.3%	5.1%	3.4%	3.2%	2.8%	3.0%
	50歳代	8.2%	2.3%	5.2%	3.4%	5.1%	0.0%	5.6%	3.0%
	60歳代	7.8%	5.8%	5.2%	6.8%	5.1%	16.1%	5.6%	6.1%
	70歳以上	7.8%	11.6%	13.4%	11.9%	6.8%	3.2%	12.7%	9.1%
	未回答	3.0%	4.7%	2.1%	6.8%	3.4%	6.5%	2.8%	9.1%



③ アンケートによる現状分析

評価4（目的・年齢別）

情報の量は多いですか？

- 10歳代と40歳代の回答者で「多すぎてよくない」、40歳代と70歳以上で「少なすぎてよくない」とする評価の割合が高い

目的	年齢	【評価4】情報の量は多いですか？					
		多いけどよい	多すぎてよくない	ちょうどいい	少ないけどいい	少なすぎてよくない	未回答
生活・暮らしに関する情報の入手	全体	23	35	96	24	39	52
文化・観光やイベント・募集情報の入手		8	10	34	10	10	14
公共施設の情報（予約も含む）の入手		8	11	35	9	17	17
市の施策や計画・統計などの市政情報の入手		4	5	29	6	7	8
まちづくりに関する情報の入手		6	8	23	7	6	9
仕事に必要な情報の入手		5	4	8	6	3	5
「お知らせ」「広報」など市の最新情報の入手		8	8	34	6	7	8
市議会の情報の入手		5	3	12	4	2	7
全体	10歳未満	0	0	1	1	0	1
	10歳代	3	6	9	1	1	1
	20歳代	5	1	4	1	2	6
	30歳代	4	2	15	2	2	7
	40歳代	3	8	10	4	13	9
	50歳代	3	9	28	4	8	15
	60歳代	6	4	24	10	7	16
	70歳以上	8	7	29	6	13	19
	未回答	2	3	4	0	3	11



③ アンケートによる現状分析

評価4（目的・機器・年齢別）

「少なすぎてよくない」の割合

- 機器別では、スマートフォンで「仕事に必要な情報の入手」を目的とした利用において、やや高い傾向が見られる
- 年齢別では、70歳以上の「公共施設の情報（予約も含む）の入手」を目的とした利用において、やや高い傾向が見られる

		【評価4】情報の量が多いですか？に対する「少なすぎてよくない」の回答割合（目的別）							
機器	年齢	生活・暮らしに関する情報の入手	文化・観光やイベント・募集情報の入手	公共施設の情報（予約も含む）の入手	市の施策や計画・統計などの市政情報の入手	まちづくりに関する情報の入手	仕事に必要な情報の入手	「お知らせ」「広報」など市の最新情報の入手	市議会の情報の入手
目的別回答数		269	86	97	59	59	31	71	33
パソコン	全体	6.3%	5.8%	7.2%	3.4%	1.7%	0.0%	5.6%	0.0%
スマートフォン		6.7%	5.8%	8.2%	8.5%	8.5%	9.7%	4.2%	6.1%
タブレット端末		0.7%	0.0%	2.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
その他		0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
全体	10歳未満	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	10歳代	0.0%	0.0%	0.0%	1.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	20歳代	0.7%	0.0%	1.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	30歳代	0.4%	0.0%	1.0%	1.7%	1.7%	0.0%	0.0%	0.0%
	40歳代	4.1%	4.7%	4.1%	3.4%	3.4%	3.2%	1.4%	3.0%
	50歳代	3.0%	1.2%	2.1%	0.0%	1.7%	0.0%	0.0%	0.0%
	60歳代	2.2%	1.2%	1.0%	1.7%	0.0%	0.0%	1.4%	0.0%
	70歳以上	3.0%	2.3%	6.2%	1.7%	0.0%	3.2%	4.2%	0.0%
	未回答	1.1%	2.3%	2.1%	1.7%	3.4%	3.2%	2.8%	3.0%



③ アンケートによる現状分析

評価4（目的・機器・年齢別）

「多すぎてよくない」の割合

- 機器別では、パソコンで「仕事に必要な情報の入手」、スマートフォンで「生活・暮らしに関する情報の入手」、「文化・観光やイベント・募集情報の入手」を目的とした利用において、やや高い傾向が見られる
- 年齢別では、70歳以上の「公共施設の情報（予約も含む）の入手」を目的とした利用において、やや高い傾向が見られる

		「【評価4】情報の量が多いですか？」に対する「多すぎてよくない」の回答割合（目的別）							
機器	年齢	生活・暮らしに関する情報の入手	文化・観光やイベント・募集情報の入手	公共施設の情報（予約も含む）の入手	市の施策や計画・統計などの市政情報の入手	まちづくりに関する情報の入手	仕事に必要な情報の入手	「お知らせ」「広報」など市の最新情報の入手	市議会情報の入手
目的別回答数		269	86	97	59	59	31	71	33
パソコン	全体	3.3%	2.3%	4.1%	3.4%	5.1%	9.7%	5.6%	6.1%
スマートフォン		9.3%	9.3%	7.2%	5.1%	6.8%	3.2%	4.2%	3.0%
タブレット端末		0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	1.7%	0.0%	1.4%	0.0%
その他		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
全体	10歳未満	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	10歳代	1.9%	2.3%	2.1%	3.4%	6.8%	6.5%	5.6%	6.1%
	20歳代	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	30歳代	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	40歳代	3.0%	4.7%	1.0%	1.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	50歳代	3.0%	0.0%	1.0%	1.7%	1.7%	3.2%	1.4%	0.0%
	60歳代	1.1%	0.0%	2.1%	0.0%	3.4%	0.0%	1.4%	0.0%
	70歳以上	2.2%	3.5%	5.2%	0.0%	1.7%	3.2%	2.8%	3.0%
	未回答	0.7%	1.2%	0.0%	1.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%



③ アンケートによる現状分析

その他（目的・年齢別）

情報はどのように探しますか？

- 50歳代～70歳以上の回答者で「サイト内検索」を利用する割合が、他の年齢と比較して高い

目的	年齢	【その他】情報はどのように探しますか？				
		google・yahooなど検索サイトから該当ページを検索	日野市ホームページのサイト内検索	トップページのカテゴリから探す	登録しているRSSなどの更新情報から	その他
生活・暮らしに関する情報の入手	全体	155	133	32	9	29
文化・観光やイベント・募集情報の入手		50	51	9	3	11
公共施設の情報（予約も含む）の入手		54	57	17	6	10
市の施策や計画・統計などの市政情報の入手		34	37	9	4	5
まちづくりに関する情報の入手		31	36	9	4	6
仕事に必要な情報の入手		21	14	5	2	4
「お知らせ」「広報」など市の最新情報の入手		34	45	15	6	9
市議会の情報の入手		17	20	6	3	2
全体	10歳未満	1	0	0	1	1
	10歳代	17	7	2	1	1
	20歳代	14	7	2	2	2
	30歳代	22	8	2	2	5
	40歳代	32	18	7	0	5
	50歳代	37	36	11	2	7
	60歳代	40	35	4	0	7
	70歳以上	32	54	11	1	9
	未回答	11	7	0	1	7



③ アンケートによる現状分析

その他（目的・年齢別）

日野市ホームページを含め、インターネットを閲覧する機器で最も使うものはなんですか？

- 20歳代～60歳代では、スマートフォンを利用する回答者が最も多い
- 10歳代と70歳以上では、パソコンを利用する回答者が最も多い

目的	年齢	【その他】日野市ホームページを含め、インターネットを閲覧する機器で最も使うものはなんですか？				
		パソコン	スマートフォン	タブレット端末	その他	未回答
生活・暮らしに関する情報の入手	全体	87	151	17	3	11
文化・観光やイベント・募集情報の入手		33	47	4	0	2
公共施設の情報（予約も含む）の入手		40	49	5	0	3
市の施策や計画・統計などの市政情報の入手		23	33	2	0	1
まちづくりに関する情報の入手		22	32	4	0	1
仕事に必要な情報の入手		11	20	0	0	0
「お知らせ」「広報」など市の最新情報の入手		25	38	7	0	1
市議会の情報の入手		15	15	1	0	2
全体	10歳未満	1	0	1	1	0
	10歳代	10	8	2	1	0
	20歳代	6	11	0	1	1
	30歳代	9	21	0	0	2
	40歳代	10	34	3	0	0
	50歳代	20	41	3	0	3
	60歳代	19	42	4	0	2
	70歳以上	45	28	7	0	2
	未回答	5	8	1	0	9



③ アンケートによる現状分析に基づく課題抽出・解決策案

探しにくい → 見つけやすさ・読みやすさの改善

■ 情報を探しにくいと評価する回答者が多く、多くの利用者に対し、適切な導線を提供できていない可能性がある

● 構造化マークアップの実装、階層構造の見直し、UXライティングによるテキストの改善を行い、検索サイトからの流入、ページ間、ページ内の導線を最適化する

■ 40歳代の回答者の評価が低く、この年齢層をターゲットとした施策や事業、制度などの周知に支障をきたしている可能性がある

● 40歳代の利用者を想定したペルソナ設定やカスタマイザーニーマップの手法により導線の改善策を検討し、ユーザビリティテストで使用感を確認した上で変更する

■ 情報の探しにくさは、Webアクセシビリティへの配慮が不十分であったり、画面に表示される文字の読みづらさが原因となっている可能性がある

● 障害のあるなしに関わらず全ての利用者を対象に、準拠するWebアクセシビリティの基準を改めるほか、読みやすさの向上を目指しWebフォントを実装する



④ 検索ワードによる現状分析

検索ワードの検索回数の状況

集計対象：市ホームページトップおよび各ページ上部
の検索窓に入力し検索された単語のうち
検索回数の多い順に毎月100語まで

集計期間：2025年1月1日～2025年12月31日

- 最も多く検索された検索ワードは「保育園」で919回、次いで「マイナンバーカード」が904回、「補助金」が882回、「給付金」が876回と続いている
- 最も多く検索された検索ワード上位20位の単語は、「一斉清掃」と「就労証明書」を除き、年間を通じて多く検索されている

最も多く検索された検索ワード上位20位

検索ワード	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
保育園	69	40	38	64	105	139	57	68	134	107	51	47	919
マイナンバーカード	48	85	55	76	62	66	82	70	80	91	88	101	904
補助金	64	53	43	61	69	54	50	220	68	62	71	67	882
給付金	179	121	52	63	65	91	90	43	26	45	22	79	876
マイナンバー	49	62	68	87	64	55	54	111	43	57	89	94	833
人口	77	50	72	94	72	65	64	77	52	54	57	59	793
広報	91	38	71	69	54	44	54	48	63	60	35	65	692
一斉清掃					588					26	63		677
会計年度	89	80	44	50	44	29	48	35	41	44	21	56	581
就労証明書		21				35			160	141	116	105	578
委任状	26	38	40	39	50	58	64	48	77	39	51	41	571
広報ひの	58	51	63	64	45	44	32	41	31	40	34	44	547
国民健康保険	35	64	68	44	36	40	62	22	48	32	36	41	528
会計年度任用職員	81	59	30	50	38	29	38	23	30	52	28	63	521
学童	28	49	27	49	33	37	42	35	75	89	20	23	507
道路	47	40	52	51	48	51	33	24	34	53	35	38	506
採用	49	38	44	26	42	47	49	21	28	57	60	31	492
住民票	38	57	43	52	45	46	31	40	23	41	34	21	471
ハザードマップ	48	39	39	26	30	38	57	26	58	42	33	30	466
自治会	36	30	40	63	58	60	49	23	41	25	20	21	466

いずれかの月の上位3位に入っている検索ワード

検索ワード	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	最高順位
保育園	69	40	38	64	105	139	57	68	134	107	51	47	1
マイナンバーカード	48	85	55	76	62	66	82	70	80	91	88	101	2
補助金	64	53	43	61	69	54	50	220	68	62	71	67	1
給付金	179	121	52	63	65	91	90	43	26	45	22	79	1
マイナンバー	49	62	68	87	64	55	54	111	43	57	89	94	2
人口	77	50	72	94	72	65	64	77	52	54	57	59	2
広報	91	38	71	69	54	44	54	48	63	60	35	65	3
一斉清掃					588					26	63		1
会計年度	89	80	44	50	44	29	48	35	41	44	21	56	3
就労証明書		21				35			160	141	116	105	1
paypay								43	190	191			3
選挙				137	33	81	32					26	1
年末年始	25										20	264	1
1026815 ※	30	16	21	22			68	32		26		47	3
国勢調査								52	129	48	21		3
市長				94	48	36	18		18			21	3
人事異動	22		145	31									1
給与支払報告書	115											46	2
市内一斉清掃					115						19		2
副市長					27	86	21						3
市長選挙				105									2

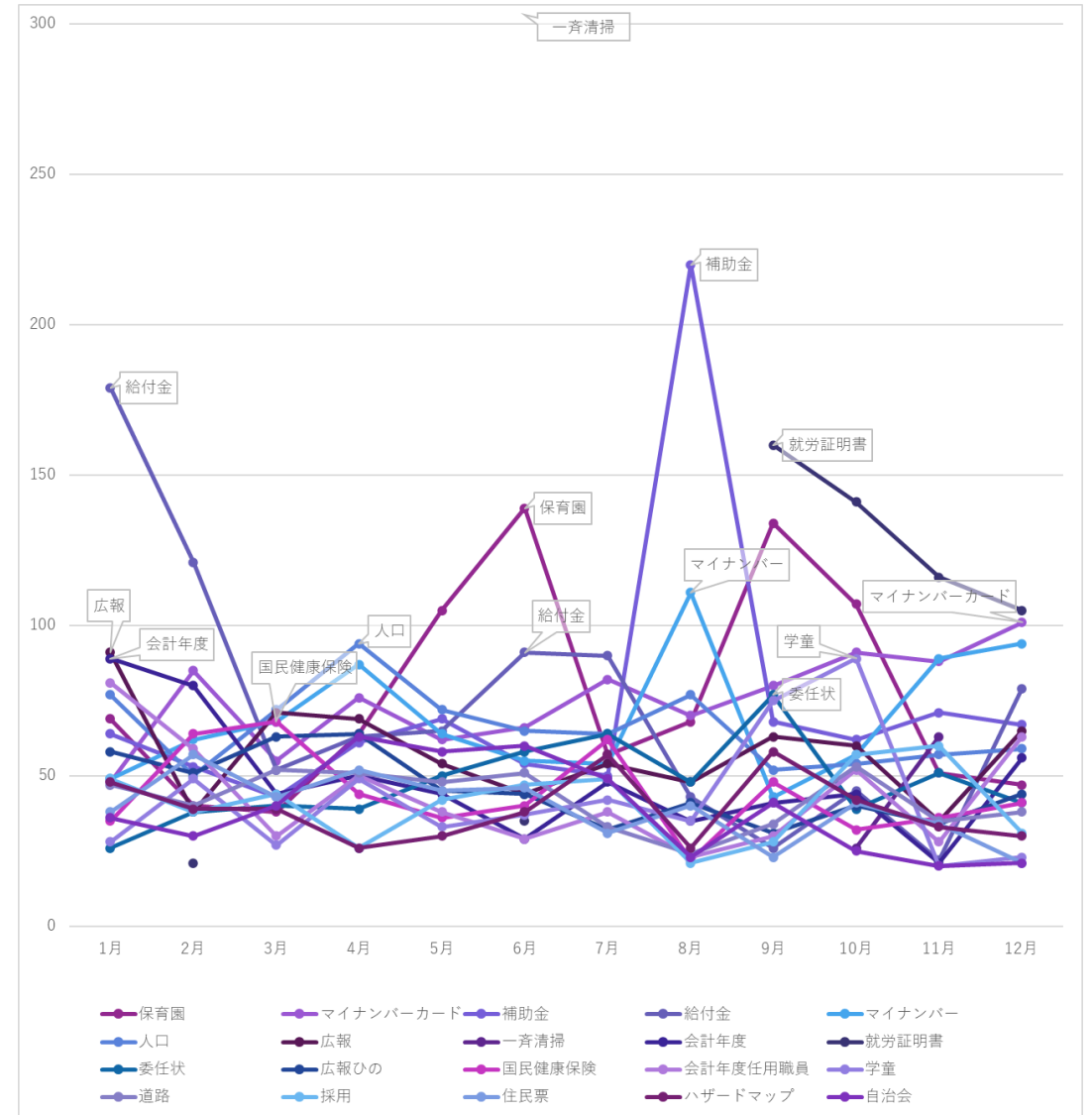
※ ページIDとして検索され「国民健康保険を脱退する届出（社会保険等加入）」のページが検索結果に表示される



④ 検索ワードによる現状分析

最も多く検索された検索ワード 上位20位の推移

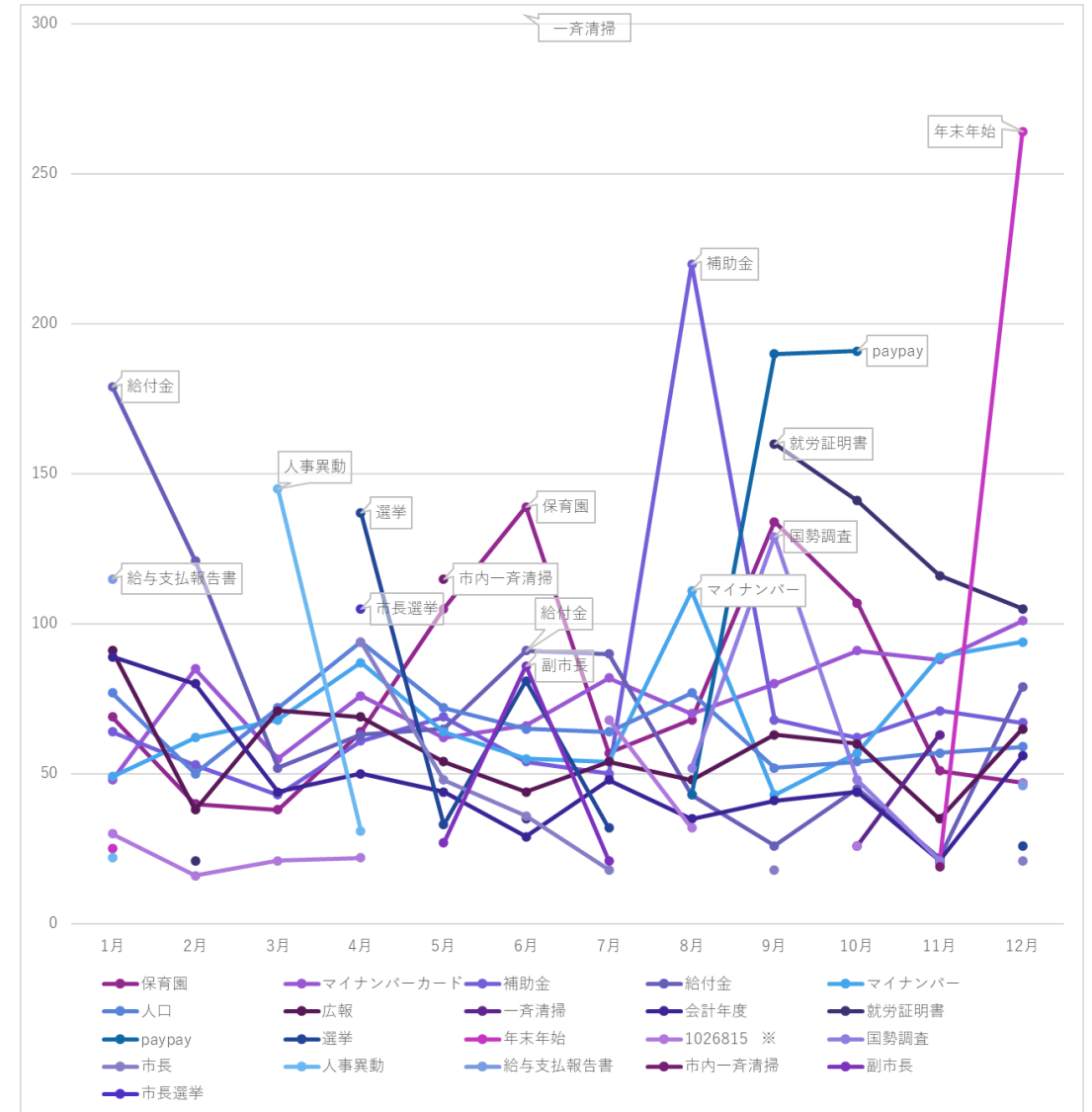
- 「保育園」は年間通じて最も多いが、特に5～6月と9～10月に多く検索されている
- 「給付金」は1月に、「一斉清掃」は5月に、「補助金」は8月に突出して多く検索されている



④ 検索ワードによる現状分析

いずれかの月の上位3位に入っている検索ワードの推移

- 時期的な検索ワードとして、1月に「給与支払報告書」、3月に「人事異動」、4月に「選挙」および「市長選挙」、6月に「副市長」、7月に「1026815」（※国民健康保険を脱退する届出(社会保険等加入)のページ)、9月に「国勢調査」、9・10月に「paypay」、12月に「年未年始」などの単語が多く検索されている



④ アクセス解析(サイト内検索利用者)による現状分析

サイト内検索利用者の概要

使用ツール：Microsoft Clarity

対象ページ：<https://hino.ficsc.jp/>から参照のみ

対象期間：2025年1月1日～2025年12月31日

- 上記期間中のセッション数(アクセス数)は、約4.5万(全ページのセッション数の約1.6%)
- 1セッション当たりの平均ページ数は5.11で、全ページのセッション別のページ数の約2.6倍となっており、より多くのページを閲覧している傾向がある

セッション ⓘ

44,659

1,339 ボットセッションが除外されました

セッション別のページ数

5.11

平均

スクロールの奥行き

62.52%

平均

アクティブに費やした時間 ⓘ

1.4分

3.7分 合計時間のうち

④ アクセス解析(サイト内検索利用者)による現状分析

ユーザーの概要

使用ツール：Microsoft Clarity

対象ページ：<https://hino.ficsc.jp/>から参照のみ

対象期間：2025年1月1日～2025年12月31日

- ユニークユーザーは約2.9万(全ページのユニークユーザーの約2.2%)
- リピーターとのセッションは約58%となっており、全ページのリピーターとのセッション(約49%)と比較してやや多い



④ アクセス解析(サイト内検索利用者)による現状分析

インサイトの状況

使用ツール：Microsoft Clarity

対象ページ：<https://hino.ficsc.jp/>から参照のみ

対象期間：2025年1月1日～2025年12月31日

- 「デッドクリック」が約12%となっており、全ページ(約11%)と比較してわずかに多い
- 「クイックバック」が約17%となっており、全ページ(約13%)と比較してやや多い

インサイト

イライラしたクリック ⓘ



0.09%

42 個のセッション



デッドクリック ⓘ



11.72%

5,233 個のセッション



過剰なスクロール ⓘ



0%

0 個のセッション

クイックバック ⓘ



16.63%

7,426 個のセッション



④ アクセス解析(サイト内検索利用者)による現状分析

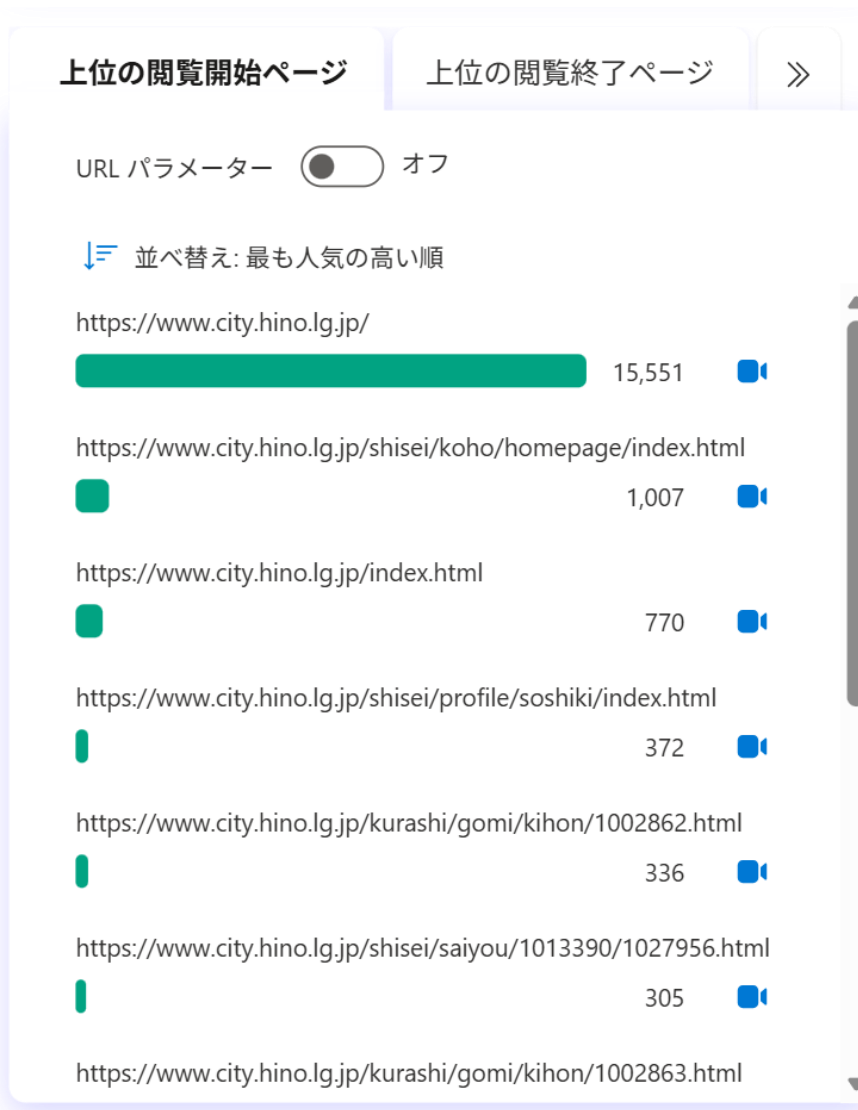
上位の閲覧開始ページ

使用ツール：Microsoft Clarity

対象ページ：https://hino.ficsc.jp/から参照のみ

対象期間：2025年1月1日～2025年12月31日

- 閲覧を開始するページとしては、市ホームページのトップページが最も多い



④検索ワードおよびアクセス解析(サイト内検索利用者)による現状分析に基づく課題抽出・解決策案

検索しても見つからない → AIで自然言語検索を可能に

- サイト内検索から流入したセッションのうち約35%の閲覧開始ページがトップページとなっており、何らかの理由によりサイト内検索で情報を探すことを諦めている可能性がある

- 生成AIの普及により検索サイトでの自然言語検索が一般化していることから、サイト内検索にAIを導入し、同様の使用感で情報を探すことができる環境を整備する

- デッドクリックやクイックバックがやや多く、現状の検索結果に表示されている情報だけでは、必要としている情報が掲載されているページを見つけられていない可能性がある

- ユーザビリティテストを通じて、検索結果に表示する情報、順序などを改善する



3.

サービスキャンパス

「東京都サービスキャンパス」を活用し、サービスの構成要素を整理する



日野市

Hino City

提供者エリア



提供者はどんな人？

広報誌や市ホームページ、各種SNS媒体を通じて、市政情報を発信する部署。主管課が作成する市ホームページ各ページの公開前のアクセシビリティチェックや、LINE配信、YouTube投稿、X投稿、Instagram投稿（X及びInstagramは5月以降開始予定）を担当。

困りごと

市ホームページは公開前に分かりやすさの観点でチェックを行うが、時々見直しが不十分な状態で公開してしまい、苦情や問い合わせにつながっていること。

嬉しいと感じること

目的別のテンプレートを使用する、見出しを適切に設ける、箇条書きなどを用いて簡潔にするなど、分かりやすさを考慮したページが作成されること。

提供者がもっとも実現したいこと

より多くの人に分かりやすい市政情報を届けることにより、情報を受け取った人が市役所に問い合わせることなく、その人が必要としている手続きができること。また、その人にとって魅力的なイベントや関心の高い事業などへの参加につながることを。

価値エリア



利用者の価値

- 自分にとって必要な手続きや受けられるサービスは自動的にお知らせが届き、探す必要がない。またいつでも確認できること。
- ちょっとしたスキマ時間や週末の過ごし方にちょうど良いサービスやプランが提案され、日常生活が充実すること。
- ライフイベントにおいて面倒さや負担感がないこと。

提供者の価値

- 必要とする人に手続きやサービスが漏れなく行き届き、費用対効果が最大化されること。
- 苦情や問い合わせがなくなり、本来業務に専念できること。
- 市政情報を分かりやすくする作業や、必要とする人に届ける作業がシステム化され、人的資源の投入が効率化されること。

利用者エリア



利用者はどんな人

日常生活に欠かせない、またはより充実させるための市民サービスや、ライフイベントにおける手続きなどをはじめ、さまざまな情報を必要としている

困りごと

- 必要な手続きが全部把握できているか分からず不安なこと
- 見つけた情報を正しく理解しているか判断できず、問い合わせざるを得ないこと

嬉しいと感じること

- オンライン上での手続き後に完了通知が届き、正しくできたことが分かること
- 市ホームページで見つけて受けたサービスが期待以上であること

利用者がもっとも実現したいこと

- 必要な手続きは手短かに終わらせること、市役所に行かなくてよく夜間や休日でも済ませられること、また、受けられるサービス・より良いサービスをきちんと受けること。
- 情報を探す時間が短くて済み、かつ全てを把握できているかどうかを自分で確認でき不安がないこと。見つけた情報が明確かつ簡潔で、理解や判断が不要であること。

解決策エリア



取り組むべき課題

- サービスや制度が整っていても、市ホームページが情報を見つけやすい、探しやすいトップページの構成・階層構造・検索機能・本文テキストとなっていない。
- 利用者個人の求めている情報と、市ホームページで公開している情報を結び付けられるデータの持ち方になっていない。
- 利用者個人の行動に応じて情報を提案する機能がない。

解決策（実施内容）

- 【市ホームページのUI/UX改善】
- CMS改修：トップページの構成及び階層構造の整理と見直し、レスポンシブルデザインの採用、AIサイト内検索及びレコメンド機能の導入、UXライティングとWebフォントによるテキストの改善、構造化マークアップとページ内目次の追加など。
- 情報提供パーソナライズ化プラットフォーム導入：サイト利用者の行動データを収集・分析した結果に基づき、情報への個別最適な導線を設計・実装できる環境を整備。

施策を普及させるための手段

- 庁内PTによる全庁的な取り組みを推進
- UXライティング研修の実施

解決策を実現するための活動とリソース

広報係4人及び委託事業者2社による実施
 予算額：25,976千円 ※CMS改修 20,916千円
 情報提供パーソナライズ化プラットフォーム導入 5,060千円
 期間：令和9年3月末まで
 PT職員：有志10人程度を想定
 研修対象：各課1人以上を想定

目指す成果 「電話で聞いた方が早い」と言われない

中長期的に 単に情報を得られるだけでなく、探すこと・読むことにストレスを感じることなく理解でき、オンライン上で完結できるものは完了するところ
 目指すこと まで案内してくれる、一連のサービス提供を担うホームページ

活動評価指標

※ 6. KPI (52~54ページ) に記載

4.

サービス立案： 課題・解決策の整理



日野市

Hino City

UI/UX改善に向けた2つの解決策

【CMS改修】 トップページ構成及び階層構造の整理と見直し、レスポンシブルデザインの採用、AIサイト内検索及びレコメンド機能の導入、UXライティングとWebフォントによるテキストの改善、構造化マークアップとページ内目次の追加など（下表●色）。

【情報提供パーソナライズ化プラットフォーム導入】 サイト利用者の行動データを収集・分析した結果に基づき、情報への個別最適な導線を設計・実装できる環境を整備（下表■色）。



スマートフォンもPCも同じデザイン(●・■)



提供する情報のパーソナライズ化(■)



構造化マークアップ/AIサイト内検索など(●)

	ユーザー体験	認知	検索	サイト訪問	探す	見る・理解	申請する	完了
自治体サイトのサービスデザイン※	提供	SNS・LINE 広報誌	検索画面	サイト デザイン	ナビメニュー/ サイト内検索	情報	手続きサイト	完了通知
	運用	SNS・LINE 運用/ 広報誌の編集	SEO/ 構造化 マークアップ	UIUX/ ブランディング 戦略	階層構造/ 検索機能	UX ライティング	オンライン化/ システム連携	メール配信

※ 参考：GovTech東京「R7年度プロジェクト型伴走サポート<ウェブサイト解析・改善>サイトリニューアル：#01 マインドセット」より。一部改変



5.

サービス立案：
目指す成果の整理



日野市
Hino City

UI／UX改善のコンセプト

「電話で聞いた方が早い」と言われない

■ 誰に（ペルソナ）

「日常生活に欠かせない、またはより充実させるための市民サービスや、ライフイベントにおける手続きなどをはじめ、さまざまな情報を必要としている」利用者に

■ 目的（ペルソナがしたいこと・達成したいこと）

「まずは生活・暮らしに関する情報を入手」するために

■ 役割（価値提供できること）

市ホームページは「単に情報を得られるだけでなく、探すこと・読むことにストレスを感じることなく理解でき、オンライン上で完結できるものは完了するところまで案内してくれる、一連のサービス提供」を担う



6.

KPI



日野市

Hino City

CMS改修のKPI

アウトプット指標		全ユニークユーザーに対するサイト内検索利用ユニークユーザーの割合		年度ごとの目標値の設定根拠
2026年度	2.23	単位	%	前述のユーザーリサーチ（アンケート）では、回答者のうち36.52%がサイト内検索を利用すると回答しているが、ユーザー行動の分析では2.23%に留まっている。 SNS(市公式LINEアカウント)および広報誌を通じて、サイト内検索にAIを導入したことを周知し、アンケート回答者と同水準まで利用者が増加することを目指す。 数値はMicrosoft Clarityにより計測する。
2027年度	19.38	計測時期	4月	
2028年度	36.52	目標値の設定根拠となる数値	2.23%	
アウトカム指標		AIサイト内検索から流入したセッションに対するトップページから閲覧開始した割合		年度ごとの目標値の設定根拠
2026年度	34.82	単位	%	サイト内検索から流入したセッションのうち34.82%の閲覧開始ページがトップページとなり、何らかの理由によりサイト内検索で情報を探すことを諦めている可能性がある。 全てのAIサイト内検索利用者が、検索結果から必要な情報に辿り着き、トップページに戻らないことを目指す。 数値はMicrosoft Clarityにより計測する。
2027年度	17.41	計測時期	4月	
2028年度	0	目標値の設定根拠となる数値	34.82%	
アウトカム指標		ページ内評価(CSATスコア)による評価		年度ごとの目標値の設定根拠
2026年度	40.17	単位	%	各ページ下部にアンケート（例：「このページで探していた情報は見つかりましたか？(はい/いいえ)」など※参考：デジタル庁ウェブサイト）を新たに設け、CSATスコアを算出する。 目標値の設定根拠となる数値は、現在のアンケート調査における情報の探しやすさの評価で「探しやすい」と「どちらかといえば探しやすい」と回答した割合を参考とした。 最終的な目標値はCSATスコアにおいて一般的に「良い」と判断される数値とした。 アンケート設置および数値の計測は、情報提供パーソナライズ化プラットフォームにより行う。
2027年度	55.09	計測時期	4月	
2028年度	70	目標値の設定根拠となる数値	40.17%	



情報提供パーソナライズ化プラットフォーム導入のKPI

アウトプット指標		情報提供パーソナライズ化プラットフォームを活用した施策の設計および実装		年度ごとの目標値の設定根拠
2026年度	12	単位	施策	同プラットフォームを用いて実装した施策の累計で成果を確認する。実装した施策の数は、計測時点で稼働中の施策を同プラットフォーム上で計測する。直近の実績値は、奈良市の実証実験結果(3カ月の実証期間で3施策)に基づく。同実証実験結果から、平均1施策/月の実装が可能と想定し上昇率を設定。
2027年度	24	計測時期	4月	
2028年度	36	目標値の設定根拠となる数値	3施策/3カ月	
アウトカム指標		AIサイト内検索から流入したセッションに対するトップページから閲覧開始した割合		年度ごとの目標値の設定根拠
2026年度	0	単位	%	デッドクリックまたはクイックバックの生じているページに施策を実装し、これらを含むセッションが減少することを目指す。実装前の当該ページのデッドクリックまたはクイックバックを含むセッションの割合を軽減率0%とし、全ページのデッドクリックを含むセッションの割合(10.70%)またはクイックバックを含むセッションの割合(13.43%)を軽減率100%とする。各年度の数値は、各施策における軽減率の平均とする。数値はMicrosoft Clarityにより計測する。
2027年度	50	計測時期	4月	
2028年度	100	目標値の設定根拠となる数値	デッドクリック：10.70% クイックバック：13.43%	
アウトカム指標		施策実装ページにおけるページ内評価(CSATスコア)による評価		年度ごとの目標値の設定根拠
2026年度	40.17	単位	%	各ページ下部にアンケート(例：「このページで探していた情報は見つかりましたか？(はい/いいえ)」など※参考：デジタル庁ウェブサイト)を新たに設け、CSATスコアを算出する。目標値の設定根拠となる数値は、現在のアンケート調査における情報の探しやすさの評価で「探しやすい」と「どちらかといえば探しやすい」と回答した割合を参考とした。最終的な目標値はCSATスコアにおいて一般的に「極めて良い」と判断される数値とした。アンケート設置および数値の計測は、同プラットフォームにより行う。
2027年度	62.59	計測時期	4月	
2028年度	85	目標値の設定根拠となる数値	40.17%	



Appendix

日野市公式ホームページについて



日野市

Hino City

基本プロフィール

■ URL

- <https://www.city.hino.lg.jp/>

■ 総ページ数

- 約14,000ページ

■ 利用しているCMS

- コンテンツ・マネジメント・システム TsuNaGo/つなごう（株式会社フューチャーイン）

■ 実装済みのタグ

- Google Analytics 4 (GA4)
- Google Tag Manager (GTM)