

(お客様名)株式会社

Web アクセシビリティ・ガイドライン

WCAG 2.0 / 2.1 対応 Ver1.4

株式会社インフォ・クリエイツ

2024年10月14日

改訂履歴

項号	バージョン	改定年月	改定ページ	改定内容	改定者	確認者
1	1.0 版	2023/9/15	全ページ	初版	株式会社インフォ・クリエイツ	IFC
2	1.1 版	2023/11/7	p.21	i 要素に aria-label を追加する例の修正	株式会社インフォ・クリエイツ	IFC
3	1.2 版	2024/1/10	p.17 p.43	3.1.1 「一部分の」→「ページの」に修正 フォーカスの可視化のレベルを修正(A→AA)	株式会社インフォ・クリエイツ	IFC
4	1.3 版	2024/1/29	(全般)	WCAG 2.1/2.2 対応	株式会社インフォ・クリエイツ	IFC
5	1.4 版	2024/10/13	(全般)	一部修正	株式会社インフォ・クリエイツ	IFC

目次

第 1 章	はじめに	4
1.1	本書に関連する文書.....	4
1.2	本ガイドラインの遵守.....	4
1.3	本ガイドラインの特徴.....	5
1.4	WCAG 2.0/2.1 と本書の対応表.....	1
第 2 章	構造化に関するアクセシビリティ	2
2.1	ページタイトル.....	3
2.2	見出し.....	4
2.3	リスト.....	5
2.4	ブロックスキップ.....	6
2.5	一貫したナビゲーション.....	7
2.6	読み上げの順序.....	8
2.7	追加される表示.....	9
第 3 章	文章作成におけるアクセシビリティ	10
3.1	単語.....	11
3.2	感覚的な特徴.....	12
3.3	色の使用.....	13
3.4	強調.....	14
3.5	テキストのコントラスト.....	15
3.6	テキストの拡大とレイアウトの適応性.....	17
3.7	言語.....	18
第 4 章	画像のアクセシビリティ	20
4.1	画像と代替テキスト.....	21
4.2	リンク画像.....	23
4.3	長い説明が必要な画像.....	24
4.4	文字画像.....	25
4.5	非テキストのコントラスト.....	26
第 5 章	動画のアクセシビリティ	27
5.1	音声あるいは動画のみ.....	28
5.2	動画の字幕.....	29
5.3	動画の音声解説.....	30
5.4	閃光を放つコンテンツ.....	31
5.5	自動的な再生の禁止.....	32
第 6 章	表のアクセシビリティ	33
6.1	表.....	34
第 7 章	リンクに関するアクセシビリティ	36
7.1	リンクテキスト.....	37
7.2	PDF、Word、Excel ファイル、別ドメインのページへのリンク.....	38
第 8 章	フォームに関するアクセシビリティ	39
8.1	フォーム入力.....	40

8.2	ラベル又は説明文.....	41
8.3	制限時間.....	42
8.4	入力エラー.....	43
8.5	エラー回避.....	44
8.6	入力の目的.....	45
第 9 章	キーボード操作に関するアクセシビリティ	46
9.1	キーボード操作.....	47
9.2	フォーカスの可視化.....	48
9.3	フォーカス順序.....	49
9.4	フォーカス時.....	50
9.5	キーボードトラップ.....	51
9.6	ショートカットキー.....	52
第 10 章	モバイル機器に関するアクセシビリティ	53
10.1	表示の向き.....	54
10.2	ポインタのジェスチャ.....	55
10.3	ポインタのキャンセル.....	56
10.4	ラベルと名前.....	57
10.5	動きによる起動.....	58
第 11 章	標準の厳守	59
11.1	正しい構文.....	60
11.2	ステータスメッセージ.....	61
第 12 章	その他役に立つ情報	62
第 13 章	達成基準チェックリスト (参考 : WCAG 2.1 用).....	63

第1章 はじめに

JIS X 8341-3:2016 を理解するためには複数の規格に関わる文書を読み理解する必要があるため、特に(お客様名)のウェブページ制作において必要と考えられるものを整理し、本書「(お客様名) Web アクセシビリティガイドライン」としてまとめています。

(お客様名)から委託を受け、ウェブコンテンツを制作する業者においては、必ず本 Web アクセシビリティガイドラインに従ってウェブ制作をする必要があります。本書を良く読みこれに従ってください。

1.1 本書に関連する文書

本ガイドラインに記述されていない項目については、本ガイドラインの元になっている次の文書一式を参照してください。

- JIS X 8341-3:2016 規格票
<https://webdesk.jsa.or.jp/> (利用登録することで閲覧することが可能です)
- ウェブ・コンテンツ・アクセシビリティ・ガイドライン (WCAG 2.0) (日本語)
<https://waic.jp/translations/WCAG20/>
- WCAG 2.0 解説書 (日本語)
<https://waic.jp/translations/UNDERSTANDING-WCAG20/>
- ウェブ・コンテンツ・アクセシビリティ・ガイドライン (WCAG 2.1) (日本語)
<https://waic.jp/translations/WCAG21/>
- WCAG 2.1 解説書 (日本語)
<https://waic.jp/translations/UNDERSTANDING-WCAG20/>

1.2 本ガイドラインの遵守

ウェブページを制作者においては、コンテンツの納品に当たって、JIS X 8341-3:2016、WCAG2.0、WCAG2.1 に基づく試験を自ら行い、適合レベル A あるいは AA に適合していることを確認した上で納品を行ってください。求めがあった場合には、アクセシビリティの確認を行ったエビデンスとして本文書に添付してある達成基準チェックリストの提供を求められる場合があります。

なお、コンテンツの内容によっては本 Web アクセシビリティガイドラインに遵守することが難しい場合があります。そのような場合は、事前に Web コンテンツのオーナーと協議を行い、オーナーの許可を得て対応の除外等を検討してください。ただし、その場合であっても、利用者は多様であることを忘れず、代替の方法を提供するなど、最大限のアクセシビリティを実現するよう配慮してください。

1.3 本ガイドラインの特徴

本ガイドラインでは、元となる規格 JIS X 8341-3:2016 や WCAG 2.0/2.1 とは異なり、達成基準番号順での説明をしていません。本ガイドラインでは、コンテンツ制作者の役割に配慮し、次のように達成基準を整理し、その順番で説明しています。JIS X 8341-3:2016 や WCAG2.0/2.1 の達成基準との関係は次ページで示しています。

第2章 構造化に関するアクセシビリティ

1. ページタイトル
2. 見出し
3. リスト
4. ブロックスキップ
5. 一貫したナビゲーション
6. 読み上げの順序
7. 追加される表示

第3章 文章作成におけるアクセシビリティ

1. 単語
2. 感覚的な特徴
3. 色の使用
4. 強調
5. テキストのコントラスト
6. テキストの拡大とレイアウトの適応性
7. 言語

第4章 画像のアクセシビリティ

1. 画像と代替テキスト
2. リンク画像
3. 長い説明が必要な画像
4. 文字画像
5. 非テキストのコントラスト

第5章 動画のアクセシビリティ

1. 音声あるいは動画のみ
2. 動画の字幕
3. 動画の音声解説
4. 閃光を放つコンテンツ
5. 自動的な再生の禁止

第6章 表のアクセシビリティ

1. 表

第7章 リンクに関するアクセシビリティ

1. リンクテキスト
2. PDF、Word、Excel ファイル、別ドメインのページへのリンク

第8章 フォームに関するアクセシビリティ

1. フォーム入力
2. ラベル又は説明文
3. 制限時間
4. 入力エラー
5. エラー回避
6. 入力の目的

第9章 キーボード操作に関するアクセシビリティ

1. キーボード操作
2. フォーカスの可視化
3. フォーカス順序
4. フォーカス時
5. キーボードトラップ
6. ショートカットキー

第10章 モバイル機器に関するアクセシビリティ

1. 表示の向き
2. ポインタのジェスチャ
3. ポインタのキャンセル
4. ラベルと名前
5. 動きによる起動

第11章 標準の遵守

1. 正しい構文
2. ステータスメッセージ

1.4 WCAG 2.0/2.1 と本書の対応表

達成基準		WCAG	適合レベル	対応する項目
1.1.1	非テキストコンテンツ	2.0	A	4.1, 4.2, 4.3
1.2.1	音声のみ及び映像だけ(収録済み)	2.0	A	5.1
1.2.2	キャプション(収録済み)	2.0	A	5.2
1.2.3	音声解説又はメディアに対する代替コンテンツ(収録済み)	2.0	A	5.3
1.2.4	キャプション(ライブ)	2.0	AA	5.2
1.2.5	音声解説(収録済)	2.0	AA	5.3
1.3.1	情報及び関係性	2.0	A	2.3, 3.4, 6.1
1.3.2	意味のある順序	2.0	A	2.6, 3.1
1.3.3	感覚的な特徴	2.0	A	3.2
1.3.4	表示の向き	2.1	AA	10.1
1.3.5	入力目的の特定	2.1	AA	8.6
1.4.1	色の使用	2.0	A	3.3
1.4.2	音声の制御	2.0	A	5.5
1.4.3	コントラスト(最低限レベル)	2.0	AA	3.5
1.4.4	テキストのサイズ変更	2.0	AA	3.6
1.4.5	文字画像	2.0	AA	4.4
1.4.10	リフロー	2.1	AA	3.6
1.4.11	非テキストのコントラスト	2.1	AA	4.5
1.4.12	テキストの間隔	2.1	AA	3.6
1.4.13	ホバー又はフォーカスで表示されるコンテンツ	2.1	AA	2.7
2.1.1	キーボード	2.0	A	9.1
2.1.2	キーボードトラップなし	2.0	A	9.5
2.1.4	文字キーのショートカット	2.1	A	9.6
2.2.1	タイミング調整可能	2.0	A	8.3
2.2.2	一時停止、停止及び非表示	2.0	A	5.5
2.3.1	3回のせん(閃)光、又はしきい(閾)値以下	2.0	A	5.4
2.4.1	ブロックスキップ	2.0	A	2.4
2.4.2	ページタイトル	2.0	A	2.1
2.4.3	フォーカス順序	2.0	A	9.3
2.4.4	リンクの目的(コンテキスト内)	2.0	A	7.1, 7.2
2.4.5	複数の手段	2.0	AA	2.5
2.4.6	見出し及びラベル	2.0	AA	2.2
2.4.7	フォーカスの可視化	2.0	AA	9.2
2.5.1	ポインタのジェスチャ	2.1	A	10.2
2.5.2	ポインタのキャンセル	2.1	A	10.3
2.5.3	ラベルを含む名前(name)	2.1	A	10.4
2.5.4	動きによる起動	2.1	A	10.5
3.1.1	ページの言語	2.0	A	3.7
3.1.2	一部分の言語	2.0	AA	3.7
3.2.1	フォーカス時	2.0	A	9.4
3.2.2	入力時	2.0	A	8.1
3.2.3	一貫したナビゲーション	2.0	AA	2.5
3.2.4	一貫した識別性	2.0	AA	2.5
3.3.1	エラーの特定	2.0	A	8.4
3.3.2	ラベル又は説明	2.0	A	8.2
3.3.3	エラー修正の提案	2.0	AA	8.4
3.3.4	エラー回避(法的、金融及びデータ)	2.0	AA	8.5
4.1.1	構文解析	2.0	A	11.1
4.1.2	名前(name)、役割(role)及び値(value)	2.0	A	11.1
4.1.3	ステータスメッセージ	2.1	AA	11.1

第2章 構造化に関するアクセシビリティ

本章では、ウェブページの構造化という観点からアクセシビリティに関する配慮事項を説明しています。

【説明】

視覚に頼らずにウェブページの情報を理解するには、ページの構造が明確でアクセシブルであることが不可欠です。視覚障害者を含む利用者が音声ブラウザやその他のアシストテクノロジーを使用してページをナビゲートする際、ページの構造が整っていることは、情報へのアクセスを効率的かつ効果的にするために重要です。この章では、ページタイトル、見出し、リストといった基本的な構造要素から、追加される表示やフォーカスの管理に至るまで、ページを構造化する際に考慮すべき要素について詳しく説明します。

【含まれる項目】

1. **ページタイトル:** ページの目的や内容を明確に伝える。
2. **見出し:** 情報の階層構造を明確にし、内容の概要を提供する。
3. **リスト:** 項目のグループ化と順序付けを明確にする。
4. **ブロックスキップ:** ナビゲーションなどの反復コンテンツをスキップし、主要な情報へ迅速にアクセスする。
5. **一貫したナビゲーション:** ページ間で一貫したナビゲーションメカニズムを提供する。
6. **読み上げの順序:** スクリーンリーダーでコンテンツが論理的な順序で読まれるようにする。
7. **追加される表示:** ホバーやフォーカスで表示される追加情報がアクセシブルであることを確認する。
8. **隠されないフォーカス:** キーボード利用者がページ上で現在どこにフォーカスしているかを明確にする。

2.1 ページタイトル

[関連する達成基準：2.4.2 ページタイトル レベル A](#)

【ポイント】

1. ページタイトルは、そのページを明確に特定できるようにする。
2. 他のページと重複させない。

【解説】

タイトルは<title>～</title>タグ内に設定されます。音声ブラウザの利用者がウェブページにアクセスした際には、ページタイトルが最初に読み上げられる情報です。これにより、利用者はページの内容を閲覧するかどうかを決定します。また、多くの検索エンジンでは「ページタイトル」のテキスト情報が高い優先度を持ち、検索結果の一覧に表示されます。

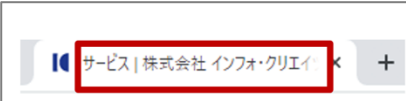
したがって、ページタイトルはウェブページの内容を的確に伝える重要な要素となります。そのため、理解しやすく、明確な内容のタイトルを設定することが必須です。また、利用者に混乱をもたらす可能性があるため、複数のページに同じタイトルを設定することは避けてください。ただし、異なる言語のウェブサイトで、その言語の利用者がアクセスしないことを前提としている場合は、この要件の対象外とします。

お客様丁度良いサンプルがあれば
お客様向けにカスタマイズ

【対応方法】

- 「タイトル」は、利用者がページ内容を予測できるようにその内容を適切に要約する。
- 定期的に更新されるコンテンツ（例：月間記事）は、その発行年月をタイトルに含める。

例.



<title>表示させたいテキスト</title> を、
ソースコードの<head>～</head>の間に挿入します。
例 <title>サービス | 株式会社 インフォ・クリエイティブ</title>

【不適切な例】

- 月ごとに発行される報告書が掲載されるページで、全てのページのタイトルが「報告書」となっている。

【適切な例】

- 月ごとの発行に合わせて、「報告書 - 2020年8月」のように各ページに異なるタイトルが設定されている。

【追加ポイント】

- SEOの観点からも、ユニークで関連性の高いページタイトルは、ウェブページが検索エンジンのランキングで上位に表示される可能性を高めます。
- タイトルが長すぎると、ユーザビリティとSEOの両方に悪影響を与える可能性があるため、適切な長さを保つことが重要です。

2.2 見出し

1.3.1 情報及び関係性 レベル A, 2.4.6 見出し及びラベル レベル AA

【ポイント】

1. 各段落には、関連性の強い見出しを付与する。
2. h1(大見出し)は1ページに1箇所のみ指定し、ページの主要なテーマを示すこと。
3. 見出しレベル(h1-h6)は、サイト全体で一貫性を保つよう心掛ける。

【解説】

ウェブページの文書においても、紙の文章と同様に「見出し」タグを活用して、各セクションの要点を明示してください。音声ブラウザ利用者は「見出し」のみを選択的に読み上げさせることで、効率よくページ内を巡回できるようになります。これは紙の新聞を読む際に見出しを見て必要な情報を探すのと似たような経験です。見出しタグ（h1 から h6 まで）を適切に活用することで、ページの階層構造を明確化し、読者にとって理解しやすくします。

【対応方法】

- 「h1」はページの主要なテーマを表現するために一箇所だけ使用する。
- 段落の開始時には「見出し」タグを活用し、視覚的に表示しない場合でも、音声ブラウザ利用者のために非表示の見出しを設定する。
- 見出しレベルは各セクションの内容に適合した形（h1～h6）で適用する。
- 見栄え（太字、サイズ、書体等）のために見出し要素は使わない。CSS を利用してカスタマイズする。

【不適切な例】

- 見た目では文字が大きく強調され見出しのように見えているが、見出しタグは使用されていない。

【適切な例】

- 見出し要素が適切に使用されているため、音声ブラウザで見出し要素を追いかけていだけで、ページの構造が簡単に把握できた。

例.

h1 **メンテナンスピックス**

h2 **重要なお知らせ**

- ・新型コロナウイルス感染症について
- ・市内での発生状況
- ・新型コロナウイルス・ワクチン接種会場について

h2 **早引きインデックス**

引越し ごみ 助成金

高齢の方 相談窓口 事業者

h2 **あなたもチャレンジ**

h3 **エコ**

- ・ゴミの減量にチャレンジします。
- ・出来るだけ公共交通機関を利用します

h3 **ヘルスケア**

- ・毎日10,000歩あるきます
- ・-2kgのダイエットにチャレンジします

左の様なページでは、音声ブラウザは、例えば hキーを押すだけで、次の様に読み出してくれます。

- ・メンテナンス 見出しレベル1
- ・重要なお知らせ 見出しレベル2
- ・早引きインデックス 見出しレベル2
- ・あなたもチャレンジ 見出しレベル2
- ・エコ 見出しレベル3
- ・ヘルスケア 見出しレベル3

「引越し」が読みたいときは、「早引きインデックス」と聞こえた後、hキーではなく、一つ進める操作をします。これで簡単に到達できます。

お客様丁度良いサンプルがあれば
お客様向けにカスタマイズ

2.3 リスト

1.3.1 情報及び関係性 レベル A

【ポイント】

1. 段落番号や箇条書きは、適切な HTML タグを活用して作成する。

【解説】

手入力で段落番号や箇条書きの「・」を使用すると、音声ブラウザでは箇条の個数など理解を支援する重要な情報を提供することができなくなります。また、他の数字や記号に埋もれてしまい、項目（段落番号や箇条書きの「・」）の確認がしづらくなります。

情報や関係性を理解しやすくするためには、HTML のリスト機能を活用することが推奨されます。これにより、音声ブラウザ利用者にも内容が伝わりやすくなります。また、視覚的にも情報が整理されていて、読む人が項目の関係性を把握しやすくなります。

【対応方法】

- 項目の順番に意味がない箇条書きリストについては～タグを使用する。
- 項目の順番に意味があるリストについては～タグを使用する。
- 箇条書きの形式ではあるが、行頭の記号や数字を出したくない場合は、該当のリストに対して行頭文字を非表示にするスタイルシートを用意する。

【不適切な例】

- 中黒（・）で書き始めているところが数行ある。見た目では箇条書きに見えるが、リスト要素は用いられていない。
- 文章の最後は句点で終わるような数行からなる文章がある。p 要素は使われておらず、div 要素で文章は構成されている。

【適切な例】

- リスト要素を用いて箇条書きを示している。
- リスト要素を用いず、section 要素と div 要素で箇条書きが表現されている。section 要素には role="list"と役割が設定されており、それぞれの箇条部分の div 要素には role="listitem"と役割が設定されている。また、音声ブラウザでもリスト要素として認識されていることを確認した。
- リスト要素は用いていないが、nav 要素によりグループを定義し、それぞれ aria-label 属性により区別を可能にしている。
- 句読点で終わるような文章は、必ず p 要素が使われている。

2.6 読み上げの順序

1.3.2 意味のある順序 レベル A

【ポイント】

1. コンテンツは論理的かつ予測可能な順序で提示されている。

【解説】

ウェブページの内容が音声ブラウザを用いた利用者や支援技術を利用する人々にとって論理的な流れで読み上げられることは、情報が適切に伝わりやすくするため非常に重要です。また、コンテンツの論理的な流れは AI にとっても理解しやすく、これによりコンテンツが AI-understandable になります。

【対応方法】

- コンテンツの論理的な流れを保持するため、視覚的な並び替いを極力避け、HTML の構造を利用して予測可能な順序を保つ。
- CSS を用いた視覚的な変更は、コンテンツの本質的な論理的順序を変更しないようにする。

【不適切な例】

- CSS を用いた視覚的な並び替えが多用され、コンテンツの論理的な流れが破壊されている。

【適切な例】

- コンテンツの視覚的な並び替えは最小限であり、音声ブラウザでも論理的な流れで読み上げが行える。

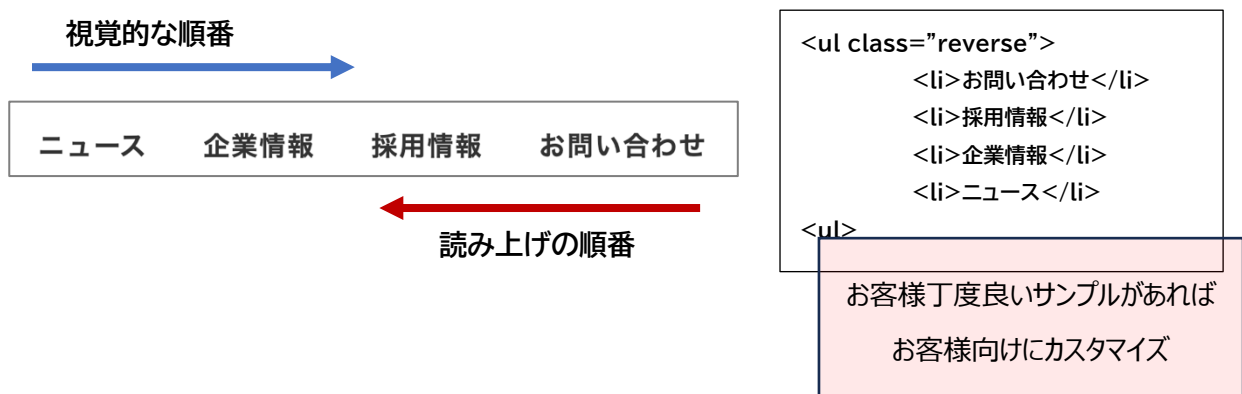
【注意】

この項目は 9 章のキーボード操作「フォーカスの順序」で求めている項目と似ていますが、次の様な違いがあります。

2.6 読み上げの順序 (1.3.2) 音声ブラウザの利用者においては、情報が論理的な順序で提示され(聞こえてきて)内容を適切に知ることができる (**知覚できる**)。

9.3 フォーカスの順序 (2.4.3) キーボードでページを操作する利用者においては、フォーカスの移動が予測のとおりであり混乱無く**操作ができる**。

例えば、Web ページ上で視覚的には「ニュース、企業情報、採用情報、お問い合わせ」と並んでいるとしても、ソース上では逆順であり、読み上げさせると、「お問い合わせ、採用情報、企業情報、ニュース」と聞こえることがある。これは典型的な不適合のケースである。



第3章 文章作成におけるアクセシビリティ

本章では、文書作成時に特に留意すべきアクセシビリティの配慮点を解説します。

【説明】

文書作成は、利用者との対話の一形態であり、情報が効果的かつ明確に伝わることが求められます。この過程では、特定の利用者群、例えば視覚障害を持つ人々や認知障害を持つ人々が情報を適切に理解しやすいよう、視覚的要素、テキストの調和、そして読みやすさの面からの配慮が必要です。この章では、文書の視覚的なアスペクト、テキストの配置、サイズ、間隔、およびその他のテキスト関連の特性によって、利用者のアクセス可能性がどのように向上するかに焦点を当てます。

【含まれる項目】

1. **単語:** 単語の選択が文書の明瞭さに影響を与える。
2. **感覚的な特徴:** 情報伝達に色や形などの感覚的な特徴を効果的に使用する。
3. **色の使用:** 色を使ったテキストや背景が色覚障害者に与える影響。
4. **強調:** テキストの強調が情報理解に寄与する方法。
5. **テキストのコントラスト:** テキストと背景のコントラストが読みやすさに与える影響。
6. **テキストの拡大とレイアウトの適応性:** 文字サイズ、ページレイアウトの流動性（リフロー）、テキスト間のスペーシングが視覚障害者や年配の利用者に与える影響。
7. **言語:** 文書の言語が多言語の利用者や言語障害を持つ利用者に与える影響。

3.1 単語

1.3.2 意味のある順序 レベル A

【ポイント】

1. 単語の間に空白や改行を用いない。
2. 人名など誤った読み上げ方をされる単語については読み仮名を提供する。

【解説】

見栄えなどを優先して単語の間に空白や改行を挿入すると、音声ブラウザでは正しく読み上げられないだけでなく、検索時にも正しく結果が表示されない可能性があります。

例えば、「日 時」のように、文字幅を空白で調整している単語は、読み上げでは「ひ とき」のように誤って読んでしまう可能性があります。音声ブラウザの操作者は「ひ とき」からは、どのような単語があるのか中々想像することができません。

文字間の調整についてはスタイルシートの letter-spacing プロパティなど使用してください。

【対応方法】

- 単語の間に不必要な「空白」（半角・全角を問わず）や強制的な改行を用いない。
（人名の場合、姓と名のために「空白」を入力することは問題無い。）

【不適切な例】

- 「日時」「連絡先」「備考」いずれも文字間隔のバランスを取るために空白文字が間に含まれている。

日 時	〇〇月〇〇日 9:00～
連 絡 先	電 話 : 03 - 1234 - 567x F A X : 03 - 1234 - 567y メ-ル : user@example.com
備 考	スリッパ持参のこと

【適切な例】

- 文字間の空白には letter-spacing プロパティが使用されている。

お客様丁度良いサンプルがあれば
お客様向けにカスタマイズ

3.4 強調

[1.3.1 情報及び関係性 レベル A](#)

【ポイント】

1. 強調する場合はセマンティックな要素を用いる。

【解説】

重要性、緊急性、深刻性がある場合は `strong` 要素を用いて強調してください。これにより音声ブラウザによっては、その箇所を強調して読み上げることが可能になります。もし、`b` 要素を用い見かけ上は太くすることが強調していても、音声ブラウザの利用者には何も伝わらない可能性があります。

【対応方法】

- 強調箇所は``要素で囲む。
- 視覚的な調整は CSS を用いて行う。

【不適切な例】

- ``要素を使用してテキストを強調している。

```
<b>強調しているつもり</b>
```

【適切な例】

- ``要素を使用して重要な情報を強調している。

```
<strong style="font-weight: bold;">意味的にも視覚的にも強調されている</strong>
```

【補足】

HTML5 では、``の他、``や`<mark>`要素もあります。``要素は重要度を伴わない強調（その文章の一部にアクセントを付けたい場合）に使用します。`<mark>`要素は、特定の語句をハイライトし、利用者が参照しやすくなる等の操作上の利点があります。

3.5 テキストのコントラスト

1.4.3 コントラスト (最低限) レベル AA

【ポイント】

1. テキスト色と背景色は、通常のテキストは 4.5:1 以上、大文字は 3:1 以上のコントラスト比を確保する。
2. マウスホバー時やフォーカス時あるいは placeholder はコントラスト比要件の対象となることに注意する。

【解説】

視覚障害のある利用者もテキストを読めるようにするため、テキストとその背景の間のコントラストを十分に確保することが重要です。マウスホバー時やフォーカス時あるいは画像内の文字情報やプレースホルダーのテキストも含まれます。ロゴは対象外です。

【対応方法】

- 色を使用している箇所のコントラスト比をチェックしコントラスト比が 4.5:1 以上あることを確認する。
欧米語では 18pt(24px)以上、日本語では 22pt(29px)以上あれば 3:1 以上で良い。太字の欧米語では 14pt(18.5px)以上、太字の日本語では 18pt(24px)以上あれば 3:1 以上で良い。

	通常のテキスト コントラスト比 4.5:1	大きなテキスト コントラスト比 3:1
欧米語	18pt (24px) 未満	18pt (24px) 以上
欧米語(太字)	14pt (18.5px) 未満	14pt (18.5px) 以上
日本語	22pt (29px) 未満	22pt (29px) 以上
日本語(太字)	18pt (24px) 未満	18pt (24px) 以上

【不適切な例】

- 太字ではない 26px の日本語リンクでは 4.7:1 のコントラスト比がある。しかし、マウスをテキストの上を持っていくと、コントラスト比は 3.8:1 にまで下がり、4.5:1 を満たせない。
- テキストボックスのプレースホルダーはコントラスト比が 2.5:1 しかない。


【適切な例】

- **太字**の 26px の日本語リンクでは 4.7:1 のコントラスト比がある。マウスをテキストの上を持っていくと、コントラスト比は 3.8:1 にまで下がるが、3:1 以上はある。
- Tab キーでフォーカスを移動し”New”というリンクを選択した。リンクテキストと背景の配色が反転した。反転前も反転後も、コントラスト比は 4.5:1 以上になっている。

【確認方法】

使用色がコントラスト比を満たしているかは専用ツールを使用することで確認が可能です。
フリーソフトであるカラー・コントラスト・アナライザーの使い方を解説します。

<https://developer.paciellogroup.com/color-contrast-checker/>

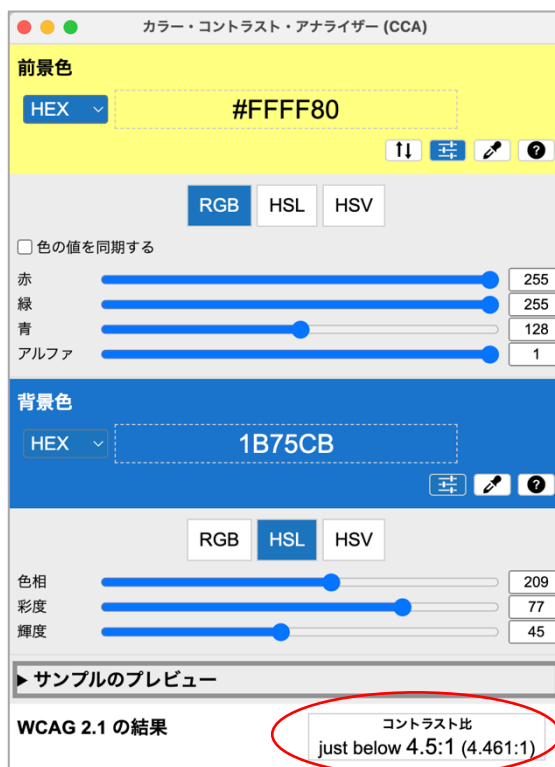
使用方法は簡単です。スポイトボタンを（）押して、表示中の画面で調べたい箇所にマウスを持っていきクリックすると色情報が取得されます。背景色と前景色（テキストの色）それぞれをスポイトで色情報を取得するとコントラスト比が表示されます。次の測定結果例では、4.5:1 をぎりぎり満たしていないことが示されています。

なお、規格では実測値ではなく CSS 等で設定している設定値で計算しても良いことになっています。しかし、できるだけ実測で満たすように配慮した方が良いでしょう。

このツールを使って、色相を変えずに輝度のみを変えてコントラスト比を満たす色を探ることができます。

コントラスト不足

(ロゴと見なす場合は非適用)



just below では要件を満たしていない

HSL モードにして輝度を調整



輝度を調整し、色相は変えずにコントラスト比を満たす色を見つけることができる。

第13章 達成基準チェックリスト (参考 : WCAG 2.1 用)

WCAG 2.1					
達成基準		適合レベル	適用	結果	注記
1.1.1	非テキストコンテンツ	A			
1.2.1	音声のみ及び映像のみ (収録済)	A			
1.2.2	キャプション (収録済)	A			
1.2.3	音声解説、又はメディアに対する代替 (収録済)	A			
1.2.4	キャプション (ライブ)	AA			
1.2.5	音声解説 (収録済)	AA			
1.3.1	情報及び関係性	A			
1.3.2	意味のある順序	A			
1.3.3	感覚的な特徴	A			
1.3.4	表示の向き	AA			
1.3.5	入力目的の特定	AA			
1.4.1	色の使用	A			
1.4.2	音声の制御	A			
1.4.3	コントラスト (最低限)	AA			
1.4.4	テキストのサイズ変更	AA			
1.4.5	文字画像	AA			
1.4.10	リフロー	AA			
1.4.11	非テキストコンテンツのコントラスト	AA			
1.4.12	テキストの間隔	AA			
1.4.13	ホバー又はフォーカスで表示されるコンテンツ	AA			
2.1.1	キーボード	A			
2.1.2	キーボードトラップなし	A			
2.1.4	文字キーのショートカット	A			
2.2.1	タイミング調整可能	A			
2.2.2	一時停止、停止、非表示	A			
2.3.1	3回の閃光、又は閾値以下	A			
2.4.1	ブロックスキップ	A			
2.4.2	ページタイトル	A			
2.4.3	フォーカス順序	A			
2.4.4	リンクの目的 (コンテキスト内)	A			
2.4.5	複数の手段	AA			
2.4.6	見出し及びラベル	AA			