

青森県道路除排雪情報一元化マップ広報業務仕様書

1 本業務の目的

令和8年12月に青森県が運用開始予定の道路除排雪情報一元化マップ（以下「マップ」という。）について、広く県民に周知し、サービスの利用促進を図ることを目的とする。

2 マップ概要

(1) マップとは

- ・ 県内の、国道（一部を除く）及び県道・対象市町村道の除排雪実績等の軌跡を地図上に表示し、県民向けにインターネット上で公開するもの。
- ・ マップの更新状況は、県公式LINEで定期的にプッシュ配信する。
- ・ 詳細は、地域未来交付金ウェブサイト公表資料で確認すること。【P1～2 参照】

(https://www.chisou.go.jp/sousei/about/chiikimiraikoufukin/digital/r7hoseigaiyou/pdf/01_typev_1.pdf)

(公開イメージ)



(2) 運用開始時期（予定）

- ・ 令和8年12月

(3) マップ公開の目的

- ・ これまで、道路の除排雪情報は大部分が非公開とされており、一部公開されている場合でも道路管理者（国、県、市町村等）ごとに情報が分断されていた。
- ・ こうした課題を解消するため、本マップは異なる道路管理者の情報を一元化して公開するものである。
- ・ マップをインターネット上で公開し、県民が道路除排雪実績等をいつでもスマートフォン等で確認できるようにすることで、冬でも安心して外出できるようになることをめざしている。

(4) 公開の範囲

- ・ GPS データを活用して GIS に落とし込み、マップとして公開するものである。
- ・ マップでは、国道（一部を除く）及び県道・対象11市町村（※）道における道路除排雪情報（除雪実績、排雪予定、排雪実績）を公開する。
（※）青森市、弘前市、黒石市、五所川原市、むつ市、つがる市、平川市、外ヶ浜町、田舎館村、中泊町、六ヶ所村

(5) マップへのアクセス方法 (想定)

【方法①】 マップのサイトにアクセス

【方法②】 県公式 LINE からアクセス

(流れ：県公式 LINE 登録→メインメニュータブ「除排雪マップ」 タップ
→吹き出し内「除排雪マップ」 タップ)

【方法③】 県公式 LINE からプッシュ配信を受け取る

(流れ：県公式 LINE 登録→メインメニュータブ「除排雪マップ」 タップ
→吹き出し内「除排雪マップ受信設定」 タップ→受信する市町村設定)

3 業務の目標 (KPI)

県では、次のとおり KPI を設定している。提案にあたっては、これを確実に達成するための効果的・具体的な手法を提案すること。

- ・マップサイトの閲覧数：令和9年3月31日までに1,352,000 PV 以上
(対象11市町村の総人口の1割×シーズン中の除雪回数20回と仮定)

4 業務の内容

- ・各種メディアを活用した広報を行うこと。
- ・実施要件等は下記(1)～(8)のとおりとするが、効果を高めるため、(8)自由提案広報の一部として上乘せ実施することを妨げない。
- ・すべての制作物は、マップを利用するメリットを県民に広く周知し、マップサイトへのアクセスをスムーズに誘導する内容とするもので、県民が親しみやすい世界感で統一すること。
- ・掲出先との調整は、県から特段の指示がない限り、受注者が行うこと。
- ・仕様書に定めのない事項は発注者と協議のうえ実施すること。

(1) テレビスポット CM (15 秒)

①制作

- ・15秒のテレビスポットCMを制作すること。

②放送

- ・別表1「各種メディアを活用した広報の実施要件等」に示す3局・時期において、最低限求める回数以上放送すること。

(2) ラジオスポット CM (20 秒)

①制作

- ・20秒のラジオスポットCMを制作すること。

②放送

- ・別表1に示す5局・時期において、最低限求める回数以上放送すること。

(3) ポスター・チラシ

①制作

- ・別表1に示す規格等により、ポスター及びチラシを制作し、最低限求める枚数以上印刷すること。

②納入方法

- ・①で制作したポスター・チラシは、県が指定する納入先及び効果的な掲出先に納入すること。
- ・県が指定する納入先・納入枚数・納入期日は、別表2「ポスター・チラシ指定納入先一覧」のとおりとする。

- ・県指定以外の納入先への納入期日は、県が指定する日（令和8年12月中旬）とする。
- ・納入先への送付文(A4 片面白黒1枚、県が作成する)を印刷・同梱すること。

（４）バス広告

①制作

- ・バス広告用の資材を制作すること。

②広告

- ・別表1に示す県内路線バス3社の車両において、広告を実施すること。

（５）鉄道広告

①制作

- ・鉄道広告用の資材を制作すること。

②広告

- ・別表1に示す鉄道車両（県内3社）及びJR駅構内（東日本旅客鉄道株式会社）において、広告を実施すること。

（６）Web・SNS 広告

①制作

- ・別表1に示す規格等により、ディスプレイ広告及びSNS 広告用の画像及びショート動画(15秒)を制作すること。

②広告

- ・ディスプレイ広告、SNS 広告、リスティング広告を実施すること。
- ・より高い効果が得られるよう、地域・年代・時間帯等を勘案した戦略的なターゲティング、時期設定等を行うこと。
- ・広告実施の都度、速やかにWeb 解析を実施し、報告すること。
- ・解析結果に応じてターゲティング、時期設定等を見直すこと。

（７）県ホームページ用アイキャッチ画像

- ・別表1に示す規格等により、県ホームページのトップページで使用するアイキャッチ用のバナー画像を制作し、県が指定する日（令和8年12月上旬）までに県DX推進課あてデータをメールで納入すること。

（８）自由提案広報

県が提示する提案上限額の範囲内で、本業務の目的を達成する効果が高いものとして独自の広報活動を実施すること。

5 成果品

全ての業務を完了した後、別に定める「委託業務完了報告書」を提出するものとし、次の書面を添付すること。

- （１）テレビスポットCM及びラジオスポットCMの放送確認書
- （２）バス及び鉄道広告については、掲出先の掲出証明書1部、掲出の状況を記録した写真
- （３）その他の広報活動については、適宜実施状況が分かる写真等
- （４）制作データ一式
- （５）ポスター・チラシなどアナログ媒体については、現物5部ずつ

6 著作権

- (1) 受注者は、成果品が第三者の著作権その他の権利を侵害していないことを保証し、万が一第三者からの権利侵害に関する訴えが生じた場合には、受注者の責において解決するものとする。
- (2) 本業務の成果品（以下「成果品」という。）については、成果品に関する著作権（著作権法第27条及び第28条に規定する権利を含む。）、商標権及び所有権を含めて、全て発注者に帰属するものとする。
また、受注者が再委託した第三者が制作した著作物の著作権についても発注者に帰属するものとする。
- (3) (2) において帰属した権利を保有した成果品（著作物）については、発注者及び発注者から正当に権利を取得した第三者が使用する場合において、受注者の承諾無く自由に使用できるものとする。
- (4) 受注者は、発注者並びに発注者から正当に権利を取得した第三者に対し、著作権者人格権（公表権、氏名表示権、同一性保持権）を行使しない。

7 留意事項

- (1) 受注者からの提案内容について、仕様書の内容を満たしているかどうかを判断する場の設定や提案書等の提供を求めた際には、速やかに応じること。
- (2) 受注者は、本委託業務の遂行上知り得た情報、資料について承認なく、この契約以外の目的で使用し又は第三者に漏洩してはならない。
- (3) 受注者は、委託業務の実施に際しての詳細な事項及び本仕様書に記載のない事項については、その都度、協議の上処理すること。

媒体		規格	種別等		実施時期	最低限 求める数量
(1)	テレビ スポット CM	15秒	青森放送		12月下旬 ～2月中旬 (時間帯は提案を 踏まえて決定)	50回
			青森テレビ			50回
			青森朝日放送			50回
(2)	ラジオ スポット CM	20秒	青森放送			40回
			エフエム青森			40回
			エフエムアップルウェーブ			20回
			エフエムごしょがわら			20回
			エフエムアジュール			20回
(3)	ポスター・ チラシ	ポスター（B3縦・フルカラー） 【マップの認知・利用を促進する内容】		一部：11月中旬 残り：12月中旬 の県が指定する日 までに納入	3,300枚	
		チラシ（A4縦・両面・フルカラー） 【マップの認知・利用促進のほか、マップサイトへのア クセス方法を分かりやすく示す内容】			55,000枚	
(4)	バス広告	提案を 踏まえて 決定	青森市営バス 弘南バス 下北交通		12～2月の間で 提案を踏まえて 決定	提案を 踏まえて 決定
(5)	鉄道広告	提案を 踏まえて 決定	鉄道車両	青い森鉄道株式会社	12～2月の間で 提案を踏まえて 決定	提案を 踏まえて 決定
				弘南鉄道株式会社		
				津軽鉄道株式会社		
			J R 駅構内	東日本旅客鉄道株式会社		
(6)	Web・ SNS広告 (制作)	画像(規格は提案を踏まえて決定)		広告実施時期 に合わせて納入	提案を 踏まえて 決定	
		ショート動画(15秒) 【テレビスポットCM用の動画を、実施する広告に合わ せてリサイズして制作】			1種	
	Web・ SNS広告 (広告)	ディスプレイ広告	媒体は提案を踏まえて決定 (想定)Google、Yahoo!、Yahoo!天気、ウェ ザーニュース、県内テレビ3局HP、県内新聞3 紙ニュースサイト 等		12～2月の間で 提案を踏まえて 決定	提案を 踏まえて 決定
		SNS広告	媒体は提案を踏まえて決定 (想定)YouTube、Instagram、Threads、X 等			
		リスティング広告	媒体は提案を踏まえて決定 (想定)Google、Yahoo! 等			
	(7)	県HP用 アイキャッチ画像	PNG画像データ（横960px×縦420px）		12月上旬の 県が指定する日 までに納入	1種

■ポスター・チラシ指定納入先一覧

【別表2】

納入先	箇所数(予定)	納入枚数				納入期日
		ポスター/1箇所	計	チラシ/1箇所	計	
県有施設、県出先事務所 等	55	1	55	30	1,650	県が指定する日 (令和8年12月中旬)
県DX推進課	1	181	181	1,770	1,770	
県が指定するコンビニ等店舗	64	-	1,583	-	12,000	県が指定する日 (一部：令和8年11月中旬 残り：令和8年12月中旬)
小計	120		1,819		15,420	
市(情報)	10	20	200	500	5,000	県が指定する日 (令和8年12月中旬)
町(情報)	22	10	220	200	4,400	
村(情報)	8	5	40	100	800	
市(教育委)	10	5	50	50	500	
町(教育委)	22	3	66	50	1,100	
村(教育委)	8	2	16	50	400	
公民館・図書館	86	1	86	30	2,580	
小計	166		678		14,780	
合計	286		2,497		30,200	

※指定納入先の情報（名称、住所等）は別途県が提供する。

※別表1に示す最低限求める印刷枚数から上表の指定納入枚数合計を除いた分は、
効果的な掲出先を提案のうえ納入すること。