

令和8年度亀岡市ふるさと納税プロモーション業務 企画提案仕様書

1 業務名称

令和8年度亀岡市ふるさと納税プロモーション業務

2 業務目的

亀岡市（以下「本市」という。）は、地場産品の魅力の発信を通じ、ふるさと納税を推進することで必要な財源の一部を確保することを目指して、平成28年度からふるさと納税の募集の取組を強化している。

本業務を委託することにより、民間事業者が有する専門的な知見、企画力及び人的資源等を活かし、本市の魅力発信及びふるさと納税の寄附の増加等を図る。

3 契約期間

令和8年4月1日（水）から令和9年3月31日（水）まで

ただし、亀岡市議会において、当該契約に係る令和8年度歳出予算の減額又は削除があった場合は契約を締結しない。

4 前提条件

（1）ふるさと納税ポータルサイト

本業務は、「楽天ふるさと納税」、「ふるなび」、「ふるさとチョイス」、「さとふる」、「Amazon ふるさと納税」、「ふるさと生活」など、本市が運用するふるさと納税ポータルサイト（以下「ポータルサイト」という。）での寄附受付を前提とし、それらと連携した業務遂行が可能であること。ただし、「三越伊勢丹ふるさと納税」、「一休.com ふるさと納税」を経由した寄附受付は本業務の対象から除く。

なお、契約期間中に新規にポータルサイトを追加・変更した場合、当該ポータルサイトも同様に業務の対象とする。

（2）ふるさと納税管理システム

本業務遂行にあたり、寄附者の分析等のため寄附情報が必要である場合は、本市において導入している株式会社 Workthy が提供する「ふるさと納税 do」（以下「寄附管理システム」という。）を使用することとし、寄附管理システムの機能や操作方法を熟知していることを必須条件とするため、本市より別途マニュアル等の提供やレクチャーは行わない。

（3）業務規模

参考値として、令和7年4月時点の本市返礼品目数及び返礼品提供事業者数は以下のとおり。

返礼品数：約 1,864 品目 返礼品提供事業者数：約 240 事業者

5 業務内容

業務範囲については、下記のとおりとする。

なお、以下は受託者が実施する内容等について最低限の基準を定めたものである。本業務にかかるプロポーザルを実施することにより決定した受託者の提案内容により調整する場合がある。

(1) ふるさと納税プロモーション業務

- ① ふるさと納税を活用し、既存の特産品を返礼品とする企画・開発に留まることなく、今後、本市の新たな特産品・地場産品となりえる返礼品の企画・開発・育成を行うこと。
- ② ふるさと納税の寄附受入額が特に多い「楽天ふるさと納税」、「ふるなび」、「ふるさとチョイス」、「さとふる」のいわゆる４大ポータルサイトほか、「Amazon ふるさと納税」などの各ポータルサイトにおける自治体ページ及び返礼品ページについて、継続して本市の返礼品のラインナップを踏まえ、訴求力の高いクリエイティブ・ランディングページの制作・改善を行うのは当然のこと、ポータルサイトの特徴を理解した検索エンジン最適化対策・AI 検索最適化対策を実施すること。併せて、寄附単価・アクセス数・転換率が向上するよう、常に改善に向けた提案を行い、それを実施すること。また、市においてもクリエイティブの編集を行うため、画像編集ソフトの操作権限の付与を行うこと。
- ③ 検索連動型広告をはじめとする各ポータルサイト内広告の運用や各ポータルサイトへ誘引するため外部広告の運用を行うこと。
- ④ ふるさと納税市場全体、及び全国の寄附者の動向について常にマーケティングを行い、寄附受入が最大化できるよう、常に改善に向けた助言・提案・情報提供を行うこと。

(2) 寄附目標の設定と進捗状況の管理

- ① 本市と協議のうえ、契約締結後ただちに令和８年度及び月別の寄附受入目標を設定するとともに、そのために必要な具体的な取組内容を提示すること。また、取組を実施する前には、実施内容及び期待できる効果を本市に対して説明をすることし、それに対して本市からも必要に応じて提案を行う。
- ② 毎月、実績報告書にて目標達成状況及び取組実績を報告するとともに、未達の場合は、未達分を達成する施策及び業務改善策を提示すること。
- ③ プロモーションの企画や返礼品提供事業者の対応など、完了までに時間を要する案件について、日々の業務の進捗管理を行うツールについて提案を行うこと。
- ④ 寄附受入状況、ふるさと納税市場のトレンド、総務省の制度改正、上位自治体の取組や動向等を常時、研究・分析し、寄附受入額増加に向けた対策を積極的に提案すること。

(3) その他

- ① ふるさと納税制度の改正等が生じる場合は、ポータルサイト上の掲載内容の変更、返礼品提供事業者への対応など、本業務を受託する事業者として必要な対応を計画的かつ迅速に行うこと。
- ② 受託者が有するプロモーション及びマーケティングに関するノウハウを本市職員だけでなく、返礼品提供事業者に対しても定期的に勉強会等を実施し、相

談があった場合は、適切な助言・提案を行うこと。

- ③ プロモーション及びマーケティングの実施にかかる費用は、原則として全て受託者が負担すること。ただし、広告の利用規約上、本市に請求がなされるもの等についてはその限りではない。
- ④ 業務の遂行にあたっては、本市、返礼品提供事業者をはじめ、ポータルサイト、寄附管理等業務事業者と綿密な連携を行うこと。
- ⑤ 受託者の担当者および各分野の担当者を明確に示し、十分な体制を構築すること。
- ⑥ ふるさと納税における募集対象経費を常に意識し、業務全般にわたって経費抑制の観点・コスト意識を持つこと。
- ⑦ 契約期間終了後、受託事業者が変更となる場合、次期受託事業者が決定後、業務の引き継ぎを確実にすること。
- ⑧ 契約期間内に実施した企画や返礼品提供事業者に対する対応など、本業務にかかる対応は、契約期間終了後も責任をもって行うこと。
- ⑨ 総務省通知をはじめ、地方税法等の関係法令を遵守するとともに、本市と十分協議・調整すること。
- ⑩ 市では、本事業とは別にふるさと納税の寄附者の分析を目的とし、過去数年にわたって寄附者の属性を整理したダッシュボードを構築しており、セグメントごとの詳細な情報を把握できる体制を整えているため、追加提案などでダッシュボードに関する提案は不要とする。

6 業務完了報告及び業務委託料の支払いについて

- (1) 受託者は、各月ごとの業務について、翌月の10日までに本市に業務完了報告書を実績報告書とともに提出すること。実績報告書には各月ごとの業務の結果及び改善点を明確に示し、今後の改善に努めること。
- (2) 委託料の支払方法については、本市の会計規則の範囲で、本市と受託者において別途協議するが、原則として業務実績に応じた成功報酬とする。

7 著作権等

- (1) 業務の遂行に当たり、第三者（本市及び受託者以外の者）が所有する素材を用いる場合には、著作権処理等を行うものとする。
- (2) 受託者が制作し、業務を行う上で生じた著作権（著作権法（昭和45年法律第48号）第27条及び第28条に定める権利を含む。）は、契約が終了になった場合も含め本市に帰属するものとする。
- (3) 受託者は、本市、又は本市が指定する第三者に対し、著作者人格権を行使しないものとする。

8 情報セキュリティ

- (1) 本業務で取り扱う情報に対するセキュリティ管理を徹底しなければならない。

- (2) 個人情報の取扱いについては、個人情報の保護に関する法律（平成 15 年法律第 57 号）その他法令及び契約書の記載事項を遵守しなければならない。

9 再委託

- (1) 受託者は、業務の全部、又は一部を第三者に委託し、又は請け負わせてはならない。ただし、受託者は、業務をより効果的なものとする目的において、あらかじめ本市の承諾を得たときは、委託業務における総合的企画、業務遂行管理、業務の手法の決定及び技術的判断等業務の主たる部分を除き、必要に応じて業務の一部を再委託することができる。
- (2) 受託者は、業務を再委託に付する場合、再委託先ごとに再委託する業務の内容、再委託先の概要並びにその体制及び責任者について、書面により再委託先との契約関係を明確にした上で本市の承諾を得るとともに、再委託先に対して適切な指導、管理のもとに業務を実施しなければならない。

10 その他

- (1) 本業務の実施に当たっては、本市と連絡を密にし、円滑な業務の遂行を図るため、本市及び受託者の双方による少なくとも月 1 回の運営に関する協議等を開催すること。
- (2) 本市が会議等への出席等、業務の要請をした場合には、即応することができる体制を構築しておくこと。
- (3) 受託者は、契約期間中及び契約期間後において、本業務上知り得た情報を第三者に漏らしてはならないこと。
- (4) 業務に支障が生じた場合、又は支障の発生が予想される場合には、その要因を分析するとともに、本市と協議の上、積極的に改善に取り組むこと。
- (5) その他契約書及び仕様書に定めのない事項、細部の業務内容等については、本市と協議して決定すること。

参考 1

企画提案書及び参考見積書の記載内容

◆企画提案書の記載内容

本仕様書を参照し、主に次の事項に関する提案を明確に記載すること。

(1) 業務遂行の体制・実績

- ① 業務実施体制を示した組織図
- ② 業務責任者・業務担当者の役割分担・経歴・勤務場所
- ③ 他自治体から受託した同種・疑似事業の内容及びその実績

(2) ふるさと納税の市場の動向

- ① 現状の市場の分析、今後の市場の動向予測
- ② 本市の寄附受入額の拡大の見込み

(3) 具体的な業務内容の提案

- ① 企画提案仕様書「5 業務内容」に沿って具体的に記載すること。
- ② 返礼品の画像の改善など、魅力を上げ転換率を上げる手法や、検索エンジン最適化対策の手法を、ポータルサイト上の任意の本市の既存返礼品ページを選び、具体的に改善案を提案すること。
- ③ 本市の強み・弱み、本市の寄附受入状況、ふるさと納税市場全体のトレンド、総務省の制度改正、寄附受入額の上位自治体の取組等を踏まえ、短期的・中長期的に取り組むべきことを提案すること。
- ④ 更なる寄附の受入、業務効率化に向けた施策・アイデアがあれば提案すること。

◆参考見積書（様式 8）の記載内容

参考見積書に記載する金額は、後述の「(1) 令和 8 年度寄附受入見込件数・金額」を参考に、受託事業者が設定した額の寄附があった場合に要する業務委託料とする。

なお、「令和 8 年度寄附受入見込件数・金額」は、本仕様書「4 前提条件」のと通りの寄附を受け付けた件数及び金額とする。

また、その内訳を以下「(2) 見積項目及び見積額」のとおり記載すること。

なお、上記金額とは別に、本市に負担が発生する経費については、本仕様書以外に提案する業務にかかる追加契約を検討する場合があるため、算定根拠がわかるように参考事項として付記すること。

(1) 令和 8 年度寄附受入見込件数・金額

寄附受入見込件数：88,000 件 寄附受入見込金額：35 億円

(2) 見積項目及び見積額

■見積項目

寄附受入目標金額×1.0%

上記に加えて寄附受入目標金額×0.5%※45 億円を超える目標を設定する場合

※令和 8 年度における寄附受入目標金額を見積書に記載すること。

※災害など不測の事態により寄附金額が大きく減少した場合は、業務委託料の算出方法を別途、本市において検討する。

■見積額

上記の見積項目の積み上げにより算出

(3) 留意事項

- ① 今後、亀岡市議会において成立する予算の内容に応じて、業務内容の変更等を行う場合がある。
- ② 上記の見積項目及び見積額で、本仕様書の業務内容をどれほどの量と質で実施できるか、及び契約することとなった場合、実現可能なものを企画提案書に記載すること。

参考 2

亀岡市のふるさと納税の概況

1 寄附受入額等の推移

年度	返礼品数	寄附件数	寄附受入額(全体)
令和元年度	580	2.5 万件	11 億円
令和2年度	820	6.4 万件	23 億円
令和3年度	1,061	8.9 万件	31 億円
令和4年度	1,440	10.4 万件	34 億円
令和5年度	1,563	11.6 万件	42 億円
令和6年度	1,864	11.3 万件	44 億円

※総務省が公表している、ふるさと納税に関する現況調査結果も参照のこと。

2 主な返礼品

おせち料理、羽毛布団、牛肉、米、野菜、鶏肉、宿泊券・旅行クーポン

※令和6年度の寄附受入額ベースにおける人気のジャンルを列挙したものであり、具体的な寄附受入額や件数については非開示とする。

3 本市の特徴・課題

- (ア) 令和6年度の寄附件数は全国の本市と同規模の自治体よりかなり少ない。
- (イ) 令和6年度の平均寄附単価は約3万8千円と全国平均(約2万1千円)を大幅に上回っており、高単価な返礼品や定期便などの人気が高いことも手伝い、比較的高単価な寄附が多いことが強みであるが、近年人気の日用品など生活必需品の返礼品がなく、トレンドを活かした寄附が十分に獲得できていない。
- (ウ) 返礼品が多品目に及ぶことや、返礼品提供事業者が多数かつ業種も多岐の渡るため、返礼品を紹介するページのクオリティも含め、個々の返礼品や返礼品提供事業者の魅力を最大限に引き出せていないことが課題である。
- (エ) ポータルサイトの人気返礼品ランキングに年間通じてランクインするような本市を代表する返礼品がなく、総務省の地場産品基準の見直しが毎年あることを踏まえると、幅広い分野で寄附を集める、安定した「柱」となる返礼品の開発が求められる。
- (オ) 在庫が潤沢にある返礼品は限られており、特に寄附が集中する時期においては、寄附受入を最大化するために返礼品提供事業者との綿密な調整に基づいた、きめ細かな返礼品の在庫設定が必要である。
- (カ) 世界的に有名な観光都市である京都市に隣接しているが、ホテル・旅館の宿泊券・旅行クーポンなどの旅行型返礼品のシェアが低い。
- (キ) ポータルサイト別の寄附受入額・件数ともに、いわゆる4大ポータルサイトが9割以上を占めている。(ポータルサイト別のシェアは非開示とする。)