

令和7年度京都市ふるさと納税プロモーション・マーケティング等業務委託募集要項

1 目的

京都市（以下、本市という。）が行うふるさと納税等業務のうち、プロモーション・マーケティング等業務を民間事業者に委託することにより、事務の効率化を図るとともに、本市の魅力発信及び寄付金の増加等を図る。

2 業務の概要

(1) 業務の内容（詳細は別添の仕様書を参照）

- ① ふるさと納税のプロモーション業務、マーケティング業務（効果的・効率的な寄付獲得の仕組みづくり・戦略策定）
- ② 企業版ふるさと納税を視野に入れた首都圏企業等へのシティプロモーション業務

(2) 委託期間

令和7年4月1日から令和8年3月31日まで

※ ただし、令和7年4月1日から、運用を開始できるよう、それまでの間も前事業者からの引継ぎなど、必要な準備を進めていただきます。

3 参加資格要件

次の(1)又は(2)のいずれかに該当する者とする。

なお、本プロポーザルは、共同事業体の参加も認めることとします。

(1) 京都市競争入札参加有資格者名簿に登録されている者

(2) 下記①～⑥の条件をすべて満たし、自己を証明する書類を提出する者

- ① 契約を締結する能力を有しない者又は破産者で復権を得ない者でないこと。
- ② 地方自治法施行令第167条の4第2項各号のいずれかに該当し、3年を経過しない者及びその者を代理人、支配人その他の使用人又は入札代理人として使用する者でないこと。
- ③ 法人税又は所得税及び消費税の未納がないこと。
- ④ 京都市の市民税及び固定資産税の未納がないこと。
- ⑤ 京都市の水道料金及び下水道使用料の未納がないこと。
- ⑥ 暴力団（暴力団員による不当な行為の防止等に関する法律第2条第2号に規定する暴力団をいう。）及び暴力団に関係すると認められる者でないこと。

4 参加資格の停止

参加資格があると認めた者が、次の項目に該当すると認められた場合は、参加資格を取り消す場合があります。

- ① 審査日までに、京都市契約事務規則第2条に規定する入札参加者の資格を喪失したとき
- ② 審査日までに、本件プロポーザルの参加に必要な資格を欠くこととなったとき
- ③ 提出した書類に虚偽の内容が記載されているとき
- ④ 選定結果に影響を及ぼすおそれのある不正行為を行ったとき
- ⑤ その他市長が特にプロポーザルに参加させることが不適當であると認めたとき

5 企画提案方法

(1) 提出書類及び提出期限

	提出書類の名称	提出 部数	提出 期限
1	プロポーザル参加申込書（様式1）	1 部	12/23
2	企画提案書（様式2を鑑に付けること。鑑以降は様式任意） ※代表社印の押印が必要	6 部	1/20
3	参考見積書（様式3）	1 部	
4	会社概要及び会社沿革		
5	直近1年分の財務諸表の写し（貸借対照表、損益計算書、株主資本等変動計算書）		
6	納税証明書の写し（発行後3カ月以内） （法人事業税及び地方法人特別税の納税証明書、「法人税」又は「申告所得税」の納税証明書その1、消費税及び地方消費税の納税証明書その1）		
7	自己を証明する書類 ※「履歴事項全部証明」及び「印鑑証明書」 ※京都市競争入札参加有資格者名簿の登録者は不要		
8	共同事業体協定書の写し ※該当する場合のみ		

注1) 書式は、様式を指定したもの以外は任意の書式とする。

様式2及び3の詳細は別添の仕様書を参照のこと

注2) 共同事業体の場合、4～7は構成企業分をすべて提出すること。

注3) 提出は持参又は郵送とします。郵送の場合は、必着とします。

注4) 提出書類に不備がある場合は受理しません（プロポーザルへの参加も不可）

(2) 提出先

京都市行財政局総務課ふるさと納税担当

〒604-8571 住所不要

mail : furusato-kyoto@city.kyoto.lg.jp

(3) 企画提案に当たっての留意事項

ア プロポーザルの参加に要する一切の費用（企画提案書作成費、交通費等）は事業者の負担とします。

イ 提出書類の事業者への返却は行いません。

ウ 提出書類は、事業者の選定を行う作業に必要な範囲内において、本市で複製を作成することがあります。

エ 提出書類は、京都市情報公開条例に基づき、情報公開の対象となります。

オ 本市から提供した参考資料を、無断で第三者に提供すること及びその他の目的に転用することを禁止します。

カ 企画提案書の受理後はいかなる場合も追加・削除及び修正を認めません。

キ 提出された企画提案書等が次に該当する場合は無効とします。

① 企画提案の内容が本要項の条件に適合しないもの

② 虚偽の記載があるもの

ク 別途、「京都市ふるさと納税寄付管理等業務委託」にかかるプロポーザルを実施しています。この業務にかかる募集要項及び仕様書等の内容についても十分把握したうえで、企画提案を行ってください。また、両方の業務に応募する場合、企画提案書（様式2）はまとめていただいても構いません。

6 プロポーザルに関する質疑及び回答

本件募集内容について質問がある場合は、質問書（任意様式）により、メールにより受け付けます。ただし、他の応募事業者に関する質問には応じません。

(1) 提出期限

令和6年12月3日（火）

(2) 受付メールアドレス

furusato-kyoto@city.kyoto.lg.jp

(3) 回答方法

提出期日後、「京都市情報館」のふるさと納税のページに質問者に関する情報は伏せたうえで、速やかに回答を掲載します。

7 受託候補者の選定

受託希望者から提出された企画提案書等の提出資料に基づいて、プレゼンを実施していただきます。プレゼン内容については、本市が設置する審査委員会において、それぞれの業務について審査・採点を行い、受託候補者の順位を決定します。

別途、実施している「京都市ふるさと納税寄付管理等業務」のプロポーザルにも応募している場合、プレゼンは両業務まとめて実施していただいても構いません。

(1) 審査・採点

4名の審査委員により、後述する審査項目に基づき審査・採点を行います。

各委員の点数を合計した合計得点を審査結果とし、合計得点が基準点6割を超えた者のうち第1順位の者を受託候補者として選定します。

京都市ふるさと納税プロモーション・マーケティング関係業務の審査項目

No	評価ポイント	配点
1	業務遂行の体制	20
	①制度の理解・類事業の実績 ・平成31年総務省告示第179号をはじめ、ふるさと納税の制度や、市場の動向を熟知しているか。 ・本業務と同様（又は類似の）業務受託の実績が十分か。	10
	②体制 ・専任スタッフの配置など、業務遂行体制は十分か。 ・業務責任者をはじめとするスタッフのふるさと納税業務における経歴・能力・意欲等は十分か。 ・緊急時の連絡や迅速な対応体制が整っているか。	5
	③著作権等の保護 ・業務遂行にあたって必要な著作権等の保護に関する知見は十分か。	5
2	具体的な業務内容	55
	①プロモーションのノウハウ ・ふるさと納税の市場及び本市の商材・寄付者層等の特性を踏まえた効果的なプロモーションを提案するためのノウハウ・スキルを十分有しているか。	10
	②ポータルサイト等との連携 ・各ポータルサイトとの関係構築は十分か。	5
	③多様な媒体による広告の提案 ・オンライン広告、PR冊子、メルマガ、SNS(LINE・Instagramほか)、雑誌、TVなど、多様かつ効果的な広告媒体の活用提案ができるか。 ・特に検索連動型広告やポータルサイト内広告をはじめとするオンライン広告の特性を理解し、効果的・効率的な寄付獲得につなげられるか。	10
	④クリエイティブスキル ・各広告媒体に使用する画像・動画、チラシ・冊子等を高品質かつ迅速に作製するクリエイティブスキルを十分有しているか。	5
	⑤返礼品ページ等の改善に向けた助言・提案 ・ポータルサイトのトップページや返礼品ページについて、検索エンジン最適化等の観点から、本市及び寄付管理等事業者に対して、的確な改善の助言・提案ができるか。	7.5
	⑥大口寄付の取込みに向けたプロモーション ・特に首都圏の大口寄付者に対して訴求できるプロモーションを提案できるか。 ・コンシェルジュ対応を行っているポータルサイトと連携した大口寄付の取込みが図れるか。	7.5
	⑦返礼品提供事業者との連携 ・事業者からの広告等の相談に対し、効果的な助言・提案が可能か。	5
	⑧企業版ふるさと納税・首都圏企業のネットワーク構築 ・個人版との一体的なプロモーションにより、効果的・効率的に企業等からの財源を引き込めるか。	5
3	その他	25
	①寄付獲得目標額の妥当性 ・寄付獲得目標額の考え方は妥当か。また、プロモーション等業務への経費投入についての考え方・姿勢は妥当か。	5
	②寄付実績等を踏まえたマーケティング（全体戦略の策定） ・寄付実績、市場のトレンド(制度改正含む)、本市の特性、上位自治体の動向等を踏まえ、寄付管理等業務を含め、寄付額増加に向けた最適な取組をスピード感をもって進めるための「分析力及び提案力」を十分有しているか。	15
	③事業者同士の連携 ・寄付管理事業者と連携が図れるか。	5
合計		100

(2) 審査後の通知

本市は、前述の審査後、速やかに受託希望者に対し、順位を通知するとともに、受託希望者第一順位の事業者（以下、「第一受託候補者」という。）と受託内容の確認等を行います。

なお、選定結果についての異議申し立ては一切受け付けません。

(3) 選定結果の公表

受託候補者の選定後、選定の結果、参加した事業者及び評価点その他の契約の相手方を選定した理由が分かる情報を「京都市情報館」に公表します。

(4) 審査後の手続き

第一受託候補者と契約協議を行い、詳細な業務内容の確認その他の受託条件について合意に達した後に委託契約を締結します。

ただし、第一受託候補者と契約条件について合意に達しなかったときは、次点の受託候補者と契約協議を行います。

契約日は、令和7年4月1日となります。ただし、本件調達に係る予算が成立しない場合は、契約を締結いたしません。

また、前事業者からの引継ぎを含め、本件調達のために行った準備行為等に係る費用を京都市に請求することはできません。

8 全体のスケジュール

- | | |
|------------|-------------------|
| 1 1月22日（金） | プロポーザル募集開始 |
| 1 2月 3日（火） | プロポーザルに関する質疑の受付期限 |
| 1 2月23日（月） | プロポーザル参加申込書提出期限 |
| 1 月20日（月） | 企画提案書等の書類提出期限 |
| 1 月23日（木） | プロポーザル審査 |
| 1 月下旬 | 受託候補者の決定・通知（予定） |
| 4 月 1日（月） | 契約、業務開始 |

9 問い合わせ・提出先

京都市行財政局ふるさと納税担当

〒604-8571 住所不要

mail : furusato-kyoto@city.kyoto.lg.jp

京都市ふるさと納税プロモーション・マーケティング等業務 仕様書

1 本仕様書の位置付け

本仕様書は、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。なお、実際の委託業務契約の締結時には、受託事業者の提案等を踏まえ変更する場合がある。

2 前提条件

- (1) ふるさと納税ポータルサイトやふるさと納税自動販売機（以下まとめて、「ポータルサイト」という。）での寄付受付を前提とした業務遂行が可能であること。
- (2) 本市が利用しているポータルサイトは、「ふるさとチョイス」、「ふるなび」、「楽天」、「さとふる」、「ANA」、「G-Call」、「JRE MALL」、「一休.com」、「ふるさとらべる」、「ふるさと納税自動販売機」等であり、これらのポータルサイトと連携した業務遂行が可能であること（今後、ポータルサイトを追加する場合がある。）
- (3) なお、業務規模の参考値として、令和 6 年 10 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。
ア 返礼品数 約 3,600 品
イ 返礼品提供事業者数 約 800 事業者

3 ふるさと納税プロモーション・マーケティング等業務の具体的な業務内容

(1) ふるさと納税のプロモーション・マーケティングに関する業務

- ① ポータルサイト、WEB、SNS、PR 冊子、チラシ、メールマガジン、SNS、雑誌、TV など、あらゆる広告媒体を活用し、寄付獲得に向けた効果的なプロモーションを行うこと。
（個別の取組）
 - ・ 特に検索連動型広告やポータルサイト内広告をはじめとするオンライン広告を積極的に活用し、効果的・効率的な寄付獲得につなげる
 - ・ メールマガジンについては、時期に応じた適切な配信回数を確認すること
 - ・ ふるさと納税を含む本市の PR 冊子を作成し、効果的な活用方法を検討・実行すること（カラー/24P/25,000 部程度を想定）
 - ・ 高額寄付者向けの効果的なプロモーションを検討・実行すること
 - ・ レビュー投稿数を増加させる効果的な対策を提案すること
 - ・ 更なる寄付獲得（返礼品の認知度向上、寄付者との関係構築等を含む）に向けたキャンペーン企画を積極的に立案・実行すること
 - ・ 本市が主催または参加するふるさと納税のプロモーション関係イベント・企画に協力すること。
 - ・ 本市が開設しているふるさと納税特設サイトのリニューアルを含めた効果的な活用（寄付受付機能の追加など）を検討すること。
- ② プロモーションに活用する訴求力の高いクリエイティブ素材（著作権、特許権その他権利を侵害しないもの）を必要に応じて時宜を逸さず用意すること
- ③ ポータルサイトの自治体ページ及び返礼品ページ（サムネイルを含む）について、検索エンジン最適化及びクリック率向上等の観点から、内容改善に向けた助言及び提案を積極的に行うこと。

- ④ 返礼品提供事業者からプロモーション・マーケティング関連の相談があった場合は、適切な助言・提案を行うこと
- ⑤ 年度開始以後、すみやかに年間のプロモーション・マーケティング戦略（アウトライン）をとりまとめ、本市に提案すること。
- ⑥ 個別のプロモーション・マーケティングの取組については、原則として実施前に、実施内容及び期待できる効果を本市に対して説明すること。個別の取組については、本市からも必要に応じて提案を行う。

(2) 京都市のシティプロモーションに関する業務

- ① 企業版ふるさと納税等の獲得に向けた首都圏等をはじめとする企業・団体へのシティプロモーションを行うこと。
- ② 京都に何らかの形で定期的に関わりを持ってくれる関係企業・団体のネットワークの構築・強化に取り組むこと。

(3) 寄付目標額の設定と進捗管理

- ① 本市及びプロモーション等業務受託事業者と協議のうえ、年度当初に当該年度及び月別の寄付獲得目標を設定するとともに、そのために必要な具体的取組を整理すること。
- ② 毎月、目標の達成状況及び取組実績を報告するとともに、未達の場合は改善策を提示すること。
- ③ 特に寄付獲得状況、市場のトレンド、国の制度改正、上位自治体の取組等を常時、研究・分析し、寄付管理等業務を含め、寄付額増加に向けた対策（既存の取組の改善を含む）を積極的に提案すること。

(4) その他制度改正への対応や等

- ① ふるさと納税制度に改正等が生じた場合は、ポータルサイトへの掲載内容の変更、返礼品提供事業者への対応、駆け込み需要の取込みなど、プロモーション等業務受託事業者として必要な対応を迅速に行うこと。特に大きな制度改正（ポイント還元の禁止等）への対応は万全を期すこと。
- ② プロモーション・マーケティングに関する本市職員向け勉強会を定期的の実施すること。
- ③ プロモーション・マーケティングの実施にかかる経費は、本市から提案を行ったものを含め、すべて受託者が負担すること
- ④ 業務の遂行にあたっては、本市、ポータルサイト、寄付管理等業務の受託事業者と密に連携すること。
- ⑤ 令和8年度に受託者が変更となる場合、次期事業者決定後、次期事業者への必要な業務の引継ぎを行うこと。
- ⑥ 受託者が本業務により製作した制作物の著作権は本市に帰属するものとする。また、本市は当該制作物を自由に二次利用できるものとし、製作者は本市に対して著作権人格権を行使しないものとする。

【参考－企画提案書（様式２）及び参考見積書（様式３）の記載内容】

◆企画提案書（様式２）の記載内容

本仕様書を参照し、主として次の事項に関する提案を明確に記載すること。

(1)ふるさと納税の市場の動向

- ①現状の市場分析
- ②今後の市場の動向予測
- ③本市寄付額の拡大余地

※いずれも制度の理解度、分析力・考察力を確認するもの

(2)業務遂行の体制・実績

- ①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他団体から受託した同種・類似事業の内容及びその実績（成果）

(3)具体的な業務内容の提案

- ①多様な広報媒体による効果的なプロモーションの提案
 - ・ 各広告媒体の特性や、本市の商材・寄付者層等を踏まえ、どういった広告媒体をどういう目的で活用することが望ましいと考えるか。
 - ・ 本市においては、具体的にどのようなプロモーションを行えば、更なる魅力発信・寄付獲得につなげられるか。
 - ・ 高額寄付者向けの効果的なプロモーションの手法
 - ・ レビュー投稿数の増加に向けた効果的な対策
 - ・ 更なる寄付獲得（返礼品の認知度向上、寄付者との関係構築等を含む）に向けたキャンペーン企画に関する提案
- ②更なる寄付獲得に向けて改善すべき取組
 - ・ 本市の寄付獲得状況、市場のトレンド、国の制度改正、上位自治体の取組等を踏まえ、寄付管理等業務（特にポータルサイトの自治体ページ及び返礼品ページの作成・改善）を含め、短期的・中長期的に改善すべき（新たに進めるべき）取組は何か。
- ③京都市のシティプロモーションの提案
 - ふるさと納税のプロモーションと一体的に実施するシティプロモーション（企業版ふるさと納税の獲得や主に首都圏における関係企業・団体のネットワーク構築など）の提案
- ④寄付管理等業務受託者（別の事業者）とどのように円滑な連携を図るか
- ⑤その他（更なる寄付の獲得、業務効率化等に向けた独自のアイデア）
 - ・ 令和６年６月の国基準見直しを踏まえ、京都市において必要となる令和７年度の対策 など

◆参考見積書（様式３）の内容

参考見積書に記載する金額は、後述の「(1)令和７年度寄付受入見込件数・額」を参考に、受託事業者が設定した額の寄付があった場合に要する委託料とする。

なお、寄付受入見込件数・額は、寄付管理システムを経由する寄付の件数と金額である。

また、その内訳を下記「(2)見積項目及び見積額」のとおり記載すること。記載する委託料は、消費税及び地方消費税相当額を含めること。

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、算定根拠が分かるように参考事項として付記すること。

※仕様書以外に提案ができる業務に係るオプション契約を想定

(1)令和７年度寄付受入見込件数・額

寄付件数 250,000 件、寄付金額 100 億円

(2)見積項目及び見積額

■見積項目

①ふるさと納税のプロモーションにかかる業務委託料

(寄付額－80 億円) × 0.9%

※寄付額が 80 億円に満たない場合は 0

※国の制度改正や災害など、不測の事態により寄付額が大きく減少した場合は委託料の算出方法を別途、本市において検討する。

※寄付額には、企業版ふるさと納税の寄付額は含まない。

②京都市のシティプロモーションにかかる業務委託料

40,000 千円（固定費）

※本市と協議のうえ、予算の流用も可能とする。

■見積額

上記、見積項目の積み上げにより算出

(3) 留意事項

① 見積限度額は、予定価格を示すものではありません。今後成立する予算の内容に応じて、事業内容の変更等を行う場合があります。

② 契約は、上記「見積項目」での作成を想定しています。

4 実績報告及び委託料の支払について

(1) 受託者は、毎月の業務について、翌月の 10 日までに本市に業務完了を報告すること。

(2) 委託料の支払方法については、本市会計規則の範囲で、本市と受託者において別途、協議する。

※ 基本的には年度当初の概算払い＋成功報酬を想定

(3) 本市は必要があると認めるときは、受託者に対して委託業務の履行状況その他必要な事項について、報告を求め、検査することができる。

5 再委託の禁止

受託者は、業務履行を第三者に委託し、又は請け負わせてはならない。ただし、あらかじめ書面により本市の承諾を得た場合は、この限りではない。

6 個人情報の保護

- (1) 受託者及び業務に従事している者は、個人情報の保護に関する法律（平成15年法律第57号）及び京都市個人情報保護条例（平成5年4月1日京都市条例第1号）を遵守するとともに、本業務の履行において知り得た寄付者の個人情報については、契約期間中のみならず契約期間終了後においても、業務の用に供する目的以外には利用しないこと。
- (2) 本業務の履行において知り得た寄付者の個人情報を、第三者に漏えいしてはならない。

7 損害賠償

受託者の故意または過失により、本市に損害を与えた場合、受託者は本市にその損害を賠償しなければならない。

8 契約の解除

- (1) 本市は、受託者が次の各号のいずれかに該当したときは、催告その他の手続きを要しないで、直ちに契約の全部または一部を解除することができる。
 - ① 官庁から営業取り消し、停止等の処分を受けたとき
 - ② 支払停止もしくは支払不能の状態に陥ったとき又は手形交換所から不渡処分を受けたとき
 - ③ 破産、会社更生、特別清算、民事再生法手続開始決定の申立があったとき
 - ④ 第三者より差押、仮差押、仮処分、強制執行の申立、又は公租公課の滞納処分を受けたとき
 - ⑤ 解散、合併、会社分割、営業の全部または重要な一部の譲渡を決議したとき
 - ⑥ 信用資力の著しい低下があったとき、又はこれに影響の及ぼす営業上の重要な変更があったとき
 - ⑦ その他重大な法令違反、社会的信用を棄損するような事案・事件等により契約の継続が困難と認められるとき
- (2) 本市又は受託者は、相手方が契約に違反し、相当の期間を定めて是正を催告しても是正しないときは、契約の全部又は一部を解除することができる。

9 その他

仕様書に定めのない事項は、本市と協議のうえ定める。

参 考

京都市のふるさと納税の概況

1 寄付額等の推移

年度	返礼品数	寄付件数	寄付受入額	参考
元年度	200	0.3 万件	3 億円	
2 年度	600	3.0 万件	18 億円	ふるさと納税の専門部署を設置
3 年度	2,300	11.1 万件	56 億円	個人大口寄付 6 億円を除く
4 年度	3,000	16.7 万件	80 億円	個人大口寄付 15 億円を除く
5 年度	3,500	21.7 万件	96 億円	個人大口寄付 4 億円を除く
6 年度	3,600	25.0 万件	100 億円	10 月末時点の粗い概算見込

※ 令和 6 年度の寄付件数・受入額は、11 月～12 月の寄付受入状況により、大きく変動する可能性がある。

2 主な返礼品

旅行クーポン、おせち、ホテル・料亭等の食事券、和菓子・洋菓子、日本酒・酎ハイ・クラフトビール、京都肉、ラーメン

3 京都市の特徴・課題

- ① 令和 5 年度の寄付件数は 21 万 7 千件であり、件数自体は全国の上位自治体の中ではかなり少ない。
- ② 寄付単価は 4 万 6 千円と全国平均の 2.4 倍で、比較的、高額所得者層からの寄付が取れており、これは本市の大きな強み。一方で、中間所得者層からの寄付が十分に獲得できておらず、日用・日常使いの返礼品の強化が必要。
- ③ 日本でも代表的な観光地の一つであり、特に旅行クーポン等の旅行型返礼品のシェアが高く、令和 6 年 6 月の基準見直しを考慮に入れてもなお、この分野を深耕することが重要。
- ④ 一方で、毎年、国の基準見直しが随時入る可能性があることを踏まえると、現在の構造はやや不安定であり、幅広い分野で寄付が取れる裾野の広い安定した構造への転換（新たな柱の構築）が求められている。
- ⑤ 返礼品及び返礼品提供事業者が多く、返礼品ページの質を含め、個々の返礼品のポテンシャルを十分に生かし切れていないと感じている。また、事業者との関係構築についても十分とは言えない状況にある。

総務省から毎年、現況調査結果（寄付受入額、税の流出額、所要経費など）が公表されていますので、必要に応じてご覧ください。