

徳島市ふるさと納税 PR 業務 要求水準書

1 業務名

徳島市ふるさと納税 PR 業務

2 業務の目的

WEB 広告等の活用により、徳島市ふるさと納税の魅力・認知度を高めるプロモーションを行い、その効果について分析・検証するなど、効果的な PR 戦略を展開することにより、徳島市の寄附実績向上を図ることを目的とする。

3 委託期間

契約締結日から令和 8 年 3 月 31 日までとする。

4 業務の内容

本市は、令和 7 年度のふるさと納税の寄附見込額を 8.6 億円としており、これを達成するため、徳島市及び徳島市ふるさと納税の魅力を伝えることができる PR 戦略を立て、戦略に基づいて効果的なプロモーションを行うものである。

本業務の受託者は、各種広告掲載に係る手続や各種制作物の制作等を含めた全体の業務スケジュールを提示し、提示した広告プラットフォーム等への出稿から広告料の支払い等、広告運用に係るすべての作業を行うこと。

なお、具体的な広告の出稿に当たっては、総務省から示されている募集適正基準（告示第 2 条第 1 号ハ）の趣旨を十分踏まえるものとする。

また、プロポーザルの実施により決定した受託者の企画提案内容については、契約締結に向けた協議により、その内容を一部変更する場合がある。

(1) PR 戦略の提案

徳島市ふるさと納税の寄附実績向上に資する実現性の高い PR 戦略について、次に掲げる項目を含めて提案すること。

ア 主力返礼品の選定

全国的なふるさと納税のトレンドと徳島市ふるさと納税返礼品のポテンシャル、また、戦略を展開するタイミングなどを踏まえ、主力商品として PR を行うべきと考えられる返礼品（以下「主力返礼品」という。）を選定すること。

イ 主な市場の提案

本市が訴求すべきターゲットとして、主力返礼品の PR 先と考えられる主な市場（エリア、年代、所得階層、コミュニティなど）を提案すること。

ウ 具体的広告プランの提案

主力返礼品と主な PR 市場を踏まえ、最も効果的な広告プランを提案すること。

なお、その内容は「(2) 具体的広告プランの提案」のとおりとする。

(2) 具体的広告プランの提案

ア 広告媒体

設定した PR 市場に訴求する上で最も効果的と考えられる広告媒体について、デジタル媒体と紙媒体、それぞれ一つ以上を提案すること。

なお、利用する広告媒体のうち、次に掲げる媒体に関しては本市及び中間支援事業者の負担により直接実施するため、本業務で提案する広告媒体からは除外すること。

【除外する広告媒体】

- ・ 楽天「検索連動型（RPP）広告」
- ・ 楽天「アフィリエイト広告」
- ・ 楽天「ターゲティングディスプレイ（TDA）広告」
- ・ 楽天「R-mail」
- ・ ふるさとチョイス「検索連動型 PR 枠サービス」
- ・ 徳島空港ビルへのチラシ設置

イ 展開期間

PR 戦略の展開期間は、契約締結日から令和 8 年 3 月 31 日までとするが、10 月の制度改正を見据えた戦略を展開すること。

ウ 予算配分

ア及びイを踏まえ、PR 戦略の展開期間における各広告媒体への予算配分額、実施内容及び設定理由を提示すること。

エ 役割分担

広告の出稿に当たり、市に求める役割（画像提供、公式アカウントの開設など）があれば、その役割分担について提示すること。

オ 追加提案及び自社の優位性について

その他、無償掲載可能な広告の活用や自社独自の情報発信手法等も含め提案限度価格の範囲内において、徳島市ふるさと納税に有益な提案があれば積極的に提示すること。

(3) 広告の掲載

(1)及び(2)を踏まえ、本市との協議により実施が決定した広告について、広告先への掲載申込を行うとともに、広告原稿を作成すること。

なお、広告先との原稿のやり取りや広告掲載料の支払いなど、広告掲載に係るすべての作業を受託者が実施するとともに、原稿作成料や広告掲載料など、必要経費についてもすべて受託者において支払うこと。

(4) 効果測定等

ア 効果及び測定方法

各広告の掲載により期待される効果とその測定方法を、具体的に提示すること。

測定する効果は、広告掲載により獲得が見込まれる寄附額（コンバージョン単価（CPA）、広告費用の回収率（ROAS）等を含む）を原則とする。

なお、直接的な寄附額が把握不能な場合は、広告の表示回数やクリック数、発行部数

などでも可とするが、その場合は、本市が当該広告を展開することの意義や評価の視点などについて提示し、その有効性をできる限り詳しく説明すること。

イ モニタリング

随時、広告の運用状況についてモニタリングし、各広告掲載の費用対効果及び寄附者等の属性（性別、年齢、地域、特性等）等を分析しながら、本市の求めに応じて報告するとともに、必要に応じてターゲット及び広告プラットフォームの変更等、改善案を策定し、寄附実績の向上に向け、本市と協議の上、実施すること。

ウ 業務完了報告書

すべての広告掲載が終了した後、本業務の総合的な効果検証を実施し、今年度の実施内容及び次年度以降の改善点を盛り込んだ業務完了報告書を提出すること。

(4) 協議

受託者が実際に業務を行うに当たっては、本市と十分に事前協議し、承認を得た上で実施すること。

5 疑義解決

本要求水準書に疑義が生じた場合は、本市と受託者が協議の上、解決するものとする。

6 必要事項の補充

本業務を実施するに当たり、本要求水準書に明記されていない事項であっても、技術上、当然と認められる事項については、受託者の責任において補充するものとする。

7 秘密の厳守

受託者は、本業務の履行中に知り得た秘密情報（本市が秘密と指定して開示するすべての情報）に関し、次に掲げる事項を遵守し適正に取り扱わなくてはならない。

(1) 目的外利用及び外部提供の禁止

受託者は、秘密情報を自社内限りで、本業務の実行においてのみ使用できるものとする。秘密情報を厳重に管理し、事前の書面による本市の承諾なしには、これらの秘密情報の全部又は一部を第三者に開示できない。

また、受託者は、秘密資料（秘密情報に関する資料）を本市の文書による承諾なしに複製及び複製してはならない。

(2) 秘密情報の適正管理

受託者は、秘密情報を適正に管理するため、万一の災害を想定して必要な予防措置を講ずるとともに、運搬中における秘密情報の紛失事故等がないよう留意しなければならない。

(3) 事故報告義務等

受託者は、本業務の履行において取り扱う秘密情報に関し、漏洩、紛失、改ざん等の事

故が発生したときは、必要な措置を講じるとともに、その状況を本市に報告し、その指示に従うものとする。

8 セキュリティ

受託者は、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。

9 その他

- ・ 本業務における制作物（写真、広告原稿など）の著作権（著作権法（昭和 45 年法律第 48 号）第 27 条及び第 28 条に規定する権利を含む。）は、本市に帰属する。
- ・ 本業務の全部を第三者に委託してはならない。なお、本業務の一部を第三者に委託しようとするときは、書面にて本市の承諾を得なければならない。
- ・ この要求水準書に定めのない事項については、双方協議の上、定めるものとする。

(参考)

令和6年度（注：一部数値は年度途中の値）における徳島市ふるさと納税について、寄附者の居住地分布状況及びポータルサイト別のシェアは、次のとおりである。

(1) 寄附者の都道府県分布状況（上位10都道府県）

順位	都道府県	寄附件数	割合
1位	東京都	9,812件	23.4%
2位	大阪府	4,861件	11.6%
3位	神奈川県	3,951件	9.4%
4位	兵庫県	2,754件	6.6%
5位	愛知県	2,590件	6.2%
6位	千葉県	1,864件	4.5%
7位	埼玉県	1,825件	4.4%
8位	福岡県	1,277件	3.1%
9位	京都府	1,183件	2.8%
10位	北海道	1,018件	2.4%

※ 寄附者は延べ人数。

(2) ポータルサイト別のシェア（ポータルサイト外の受付分を除く）

ポータルサイト名	寄附件数	割合	備考
楽天ふるさと納税	14,400件	34.5%	
さとふる	13,762件	33.0%	
ふるさとチョイス	7,431件	17.8%	
ふるなび	3,744件	9.0%	
Yahoo!ふるさと納税	826件	2.0%	R6.12.5 開設
au PAY ふるさと納税	368件	0.9%	
KABU&ふるさと納税	346件	0.8%	R6.11.20 開設
セゾンのふるさと納税	235件	0.6%	
三越伊勢丹	184件	0.4%	
まいふる	164件	0.4%	
JRE MALL	136件	0.3%	R6.10.26 開設
JAL ふるさと納税	77件	0.2%	R7.2.3 開設
ふるラボ	16件	0.04%	

※ 備考のとおり、一部サイトは年度途中の開設であることに留意すること。

以 上