

令和7年度つくばみらい市ふるさと納税セールスプロモーション戦略業務（公募型プロポーザル）に係る質問回答書

担当課：市長公室秘書広報課ふるさと納税推進チーム

回答日：令和7年4月18日

NO.	資料名	項目	内容	回答
1	仕様書	2. 目的	令和7年度のふるさと納税における目標額は。	令和7年度の当初歳入予算では、20億円を見込んでいるが、それを上回る広告戦略を検討していきたい。
2			寄附額に対するシェア率が高い主力返礼品は何か。	令和6年度における主力返礼品は、米、美容機器、子育てグッズ、干し芋、牛・豚肉の順にシェア率が高い。
3			寄附者の属性（地域、年代、男女比など）に傾向はあるか。	令和6年度における寄附者属性は、人口集積地の順に寄附者が多く、40～50歳がボリュームゾーンである。男女比については、寄附者と返礼品選択者が同一であると判断しにくいいため、50：50と考える。

4			過去に実施したプロモーション施策とその成果（成功/課題点）があるか。	主要なポータルサイトやサーチエンジンを活用した広告及び meta 広告による幅広いインプレッションを獲得する施策を展開した経緯があるが、新規の寄附者獲得策とリピーター獲得策は別の施策展開が必要であると感じている。
5			新たに注力したい、または強化したい返礼品ジャンルがあるか。	N0.2 で回答した既存返礼品等の強化に注力したい。
6			リピーター率が高い返礼品はあるか。	令和 5 年度の寄附者で令和 6 年度にも同様の返礼品を選択した寄附者をリピーターとした場合、カテゴリーとしては、米・海苔・肉の順でリピーター率が高い。
7			競合自治体と比べた際の、つくばみらい市の強み・弱みをどのように捉えているか。	圃場面積が広いことから、米や野菜が豊富に取り扱えることなど、一般的に日常消費される返礼品があること。子育て関連の返礼品があることでターゲティングや訴求のしやすさが強みである。 牛肉や豚肉など、質・量ともにコストパフォーマンスは高いが、全国的な認知度に伸びしろがある返礼品の訴求力が弱い。

8			各ポータルサイト（楽天ふるさと納税、ふるさとチョイス、ふるなびなど）の寄附額構成比は。	令和6年度において、取り扱うポータルサイトは全17サイトあるが、寄附金額ベースで楽天ふるさと納税が4割、ふるさとチョイス及びふるなびで4割である。
9			今回の事業で事務局として期待する役割分担や連携方法があるか。	当市のふるさと納税事業の一部（中間管理業務として返礼品登録や配送・在庫管理など）を業務委託していることから、中間管理業務委託受託事業者と連携し、市の魅力と返礼品の訴求について戦略的な提案と運用を期待している。
10			生産者や事業者との連携における現在の課題や要望があるか。	連携のあり方への課題感はないが、EC展開している生産者や事業者のWEBサイトとふるさと納税がリンクしていないことが多く課題感がある。
11			現在ご使用されているランディングページに対してなにか解析ツールは導入されているか。	GA4（Google Analytics 4）にて取得・閲覧できるユーザー属性や使用環境を確認している。

1 3	実施要領	1－（３）提案 上限額	本業務委託広告で示された提案上限額以外に、つくばみらい市別途 広告予算を用意されているか。	本業務委託に関しては、提案上限額で予算措置をしたものである。
1 4			寄附者属性や返礼品注文実績の分析のため、寄附管理システムへの アクセス権限を共有できるか。	No.3 で回答した項目以外に公開する情報はなく、寄附管理システムへの アクセス権限を共有することは不可能である。
1 5	実施要領	6－（１）提出 書類	参加申込書の提出は必要なく、企画 提案書等の提出のみで良いか。	お見込みの通り。
1 6			令和6年度の本業務で広告実施に 要した費用はいくらか。	令和6年度において、本業務と同様の委託契約実績はなく、市の魅力 発信とふるさと納税PRを一体的に展開していたことで、ふるさと納 税業務にのみ活用した広告費を抽出することは難しいが、本業務提案 上限額程度であると考えている。

17			令和6年度の個人版ふるさと納税でつくばみらい市が受けた寄附金額・寄附件数は合計でいくらか。	暫定値であるが、令和6年度の受入寄附金額は約23億円であり、受入寄附件数は約10万5,000件である。
18			令和7年度の目標とする個人版ふるさと納税の寄附金額はいくらか。	No.1に同じ。
19			ランディングページについて、過去の改修頻度はどのくらいを求められているか。	ランディングページの改修頻度は高く、月1回以上の改修や修正があると予想している。適宜相互協議の上、季節や旬によってレイアウト・バナーデザイン・訴求テキストを修正していくもの。
20			ランディングページについて、指定されたドメインの使用に伴うドメイン使用料やサーバーの使用料は見積りに含まれるか。	見積りには含まず、当市において予算措置するもの。

2 1			つくばみらい市の令和6年度の返礼品注文実績において、注文数及び受入寄附額のTOP20を開示できるか。	受入金額TOP20の返礼品の大部分はNo.2で回答したカテゴリーが占めている。
2 2	仕様書	4－（3）広告等の作成及び掲載に関する業務	Google や meta 広告を中心とし、とあるが、両方の運営が必須か。	必須ではなく、仕様書には例として記載したもの。
2 3	仕様書	4－（3）広告等の作成及び掲載に関する業務 （4）広告実施の結果検証	報告書の作成は何カ月の目安か。その際に、（4）の中間報告を行うことは可能か。	広告掲出した際、広告掲出期間内において、途中経過や実施後の分析結果を共有していただきたい趣旨で記載したもの。ご提案いただく広告により変動するものである。また、中間報告についてはお見込みの通り。
2 4	仕様書	4－（5）過去3年間の既存寄附者に対するリピーター施策の提案と展開	現状のリピート率の開示は可能か。返礼品ごとのリピート率特徴を事前に伺えるか。	日常消耗品である返礼品のリピート率が高い特徴であり、返礼品ごとにリピート率は変動しているが、アベレージは20%前後である。

25			現在までに、ふるさと納税で公式 SNS アカウントを運用しているか。本業務において、ゼロベースで SNS の立ち上げや既存 SNS の活用について伺う。	Facebook・Instagram の活用及び運用を行っている。さらに、新たなプラットフォームの活用や既存の市公式 SNS との連携が適当である場合にはご提案いただきたい。ふるさと納税業務ではない、既存の市公式 SNS は市民を対象にしていることが多く、対象者が異なるため、これまでは連携していない。
26			R7 年度の目標寄附額は。	N0.1 に同じ。
27			R5 年度・R6 年度の受入寄附額・寄附件数は。	令和 5 年度 約 20 億 6 百万円（約 9 万 469 件） 令和 6 年度 約 23 億円（暫定値）（約 10 万 5,000 件）
28			LP を作成し運用している目的は何か。	当市独自の決済機能を有するポータルサイト等を保有していないため、広告掲出する際のルートの一部である。ご提案の中で必要性がなければ LP の運用は必須でない。

29			現在のLPで、特に改善したいと感じている点はあるか。	課題感も含め改善案をご提案いただきたい。
30			ポータルサイト内広告（サイトの検索連動型広告など）も予算配分に含まれるか。	含まれない。
31			ターゲットとしているペルソナ像は。	返礼品によってペルソナ設定は変えている。 日常消耗品に分類される返礼品は全方位的にPRしたく、そのほか寄附金額や返礼品の種類によって、対象者属性を検討したい。
32			これまでの広告媒体や施策で、効果が高かったもの、低かったものがあるか。 ※過去実績はどのようなものか。	これまでの市の魅力発信や広告掲出において、WEB等へのアクセスから寄附（購買行動）までの分析・検証等で公開できる基礎データがない。

3 3			寄附のピーク時期や、特に注力したいタイミング（月・季節）はあるか。	当該市場動向の予測も含め、ご提案いただきたい。
3 4			広告・LP制作などの予算配分の比率はどのくらいを想定するか。	特に想定している比率はなく、ご提案いただきたい。
3 5			SNSの公式アカウント運用状況はいかがか。	No. 25 のとおり。
3 6			現在の人気返礼品/注力したい返礼品はあるか。	No. 2 及びNo. 5 のとおり。

37			新たに注目させたい特産品や季節のイベント連動型の返礼品はあるか。	茨城県産牛（常陸牛）・茨城県産豚（常陸の輝き）に注目している。イベント等との連動する返礼品はない。
38			地元事業者との連携状況（情報更新頻度・画像提供など）はどうか。	情報更新頻度は高く、画像提供等は必要に応じて市側で対応している。
39			ポータルサイト別の寄附額は。アクセス解析ツールの導入状況は。	No. 8 及び No. 11 のとおり。
40			リピーターとして再寄附している人の割合や傾向について伺う。	No. 24 のとおり。

4 1			既存寄附者への連絡手段（メール・DM・LINE）はどのような運用か。	情報配信を希望する既存寄附者へのメールや圧着はがき等のダイレクトメールを活用している。
4 2			月2回の打合せについて、希望する進行方法はあるか。	希望はなく、オンラインミーティングを基本とし、必要に応じて対面協議を行いたい。