

【選定基準表】

	評価項目	配点	考え方・着眼点
1	当市のふるさと納税業務における課題の把握	20	当市のふるさと納税業務における課題を客観的に洗い出し、戦略的なマーケティング等に基づく課題解決のための手法が提案されているか。
2	寄附申込の受付等に関すること	20	・寄附を広く募るためのポータルサイトの提案等、ノウハウやスキルを有すると認められるか。 ・寄附金の受付をスムーズに行うとともに、寄附者情報や関係手続等の管理を着実に行うことができるかと見込まれるか。
3	新たな返礼品の選定商品開発等に関すること	40	・当市の PR につながる返礼品の企画・選定について戦略的なマーケティング等に基づくノウハウを有すると認められるか。 ・返礼品提供業者の確保および調整について、ネットワークやノウハウを有すると認められるか。 ・地場産品の販路拡大、誘客促進及び交流人口並びに雇用の創出などの地域経済の活性化につながる提案がされているか。
4	ふるさと納税のプロモーションに関すること	40	・戦略的なマーケティング等に基づいたふるさと納税のプロモーション活動が提案されているか。 ・ふるさと納税や返礼品の PR を SNS など各種媒体を活用して効果的かつ積極的に実施できると認められるか。 ・寄附意欲を高める工夫がなされているか。 ・有効な SEO 対策が示されているか。
5	ポータルサイトの管理運営に関すること	20	・各ポータルサイトの自治体ページ、返礼品詳細ページ等の更新、修正に対応する事が可能か。 ・返礼品の写真等、効果的な提案がなされているか。
6	業務実施体制等	30	・業務遂行に必要な要員、ノウハウ、ネットワーク等を有しているか。またそれが的確に示されているか。 ・当市との連絡調整、報告体制について、遅滞なく的確に対応できると認められるか。
7	経費見積	30	・企画提案の内容に見合った価格となっているか。 ・募集に係る費用の額が明確にされているか。