飯能市ふるさと納税支援業務委託評価基準

【第一次審査(書類審査)】

評価項目	評価に際しての着眼点	審査書類	配点	判定				
				特に優れている	優れている	普通	劣る	不可
1 組織体制			40					
(1) 連絡体制	市及び返礼品事業者とのスムーズな連絡体制が整っているか。返礼品事業者を訪れやすい環境が整っているか。	様式3 様式6	20	20	16	12		
(2) 専門性スタッフの配置	専門的知識・資格を有するスタッフが配置されているか。	様式6	20	20	16	12	0	
2 受託実績			60					
(1) 寄附金額の拡大	他自治体における寄附金額を伸ばした実績はあるか。	様式3	30	30	24	18	9	0
(2) 返礼品の開拓実績	返礼品の開拓実績は十分か。		30	30	24	18		
3 委託料			20					
(1) 委託料	見積りが上限額から、どれだけ抑えられているか。	様式7	20	20	16	12		
第一次審査 評価点(120点×1人)			120					

飯能市ふるさと納税支援業務評価基準

【第二次審査(プレゼンテーション)】

評価項目	評価に際しての着眼点	配点	判定				
			特に出ている	優れている	普通	劣る	不可
1 現状分析		40					
(1) 制度理解	ふるさと納税の制度や市場の動向を熟知しているか。直近のトレンドや取組の効果等を的確に分析できているか。	20	20	16	12	6	0
(2) 本市返礼品の分析	本市のふるさと納税制度における返礼品の強みや弱みを把握しているか。	20	20	16	12	6	0
2 業務遂行		180					
(1) 返礼品の充実・強化	返礼品取扱事業者や本市との連携を密にし、地域の魅力を最大限生かした新たな返礼品開拓が可能か。	40	40	32	24	12	0
(2) ポータルサイト	ポータルサイトの掲載画像や掲載ページの改善など、返礼品の魅力やTOPページ等、質を高める取組が実施できるか。	40	40	32	24	12	0
(3) SEO対策	SEO対策について豊富な知識を有し、熟知しているか。寄附金額を拡大させる効果が期待できるか。	40	40	32	24	12	0
(4) 効果的な広報	寄附者に対して本市及び返礼品の効果的な広報（PR・プロモーション）が期待できるか。	30	30	24	18	9	0
	広告運用の実績に関して豊富な経験があるか。	30	30	24	18		0
3 その他		40					
(1) 独自の取組	独自提案や自社ならではの強み等はあるか。	20	20	16	12	6	0
	業務効率化に関するアイデア、地域や市内事業者への貢献につながる取組等はあるか。	20	20	16	12	6	0
第二次審査 評価点 (260点×1人)		260					

【一次審査採点の目安】

■組織体制

1-1) 連絡体制

市及び返礼品事業者とスムーズな連絡が取れる体制となっているか。返礼品開拓のために返礼品事業者を訪れやすい環境が整っているか。

例えば、市内、県内など近隣に営業所などがある。また、専任の担当者が設置されている等、スムーズな連絡体制や事業者を訪れやすい環境が整っているかにより採点する。1つでも該当していれば「普通」とし、どれだけ体制が整っているかにより加点する。

1-2) 専門性スタッフの配置

専門的知識の豊富（業務経験年数が3年以上ある）なスタッフ若しくは専門性のある資格（WEBデザイナー、WEBマーケティングに関する資格など）を有するスタッフが配置されているか。1人でも配置されていれば「普通」とし、配置人数により加点する。1人も配置されていない場合は「不可」とする。

■受託実績

2-1) 寄附金額の拡大

他地方公共団体における寄附金額を伸ばした実績について、1つでも実績があれば「普通」とし、寄附金額の増加率に応じて加点する。寄附金額を伸ばした実績がなく、寄附金額が同額で推移している場合は「劣る」とし、寄附金額が減少している場合は「不可」とする。

2-2) 返礼品の開拓実績

他地方公共団体における新規返礼品の開拓実績が100品の場合は「普通」とし、開拓実績数により加点する。

■委託料

3-1) 委託料

委託料の見積りについて、上限額（寄附金額の5.0%（消費税及び地方消費税を除く。））からどれだけ抑えられているか。5.0%（消費税及び地方消費税を除く。）を「普通」とし、率に応じて加点する。

【二次審査採点の目安】

■現状分析

1-1) 制度理解

ふるさと納税制度や市場の動向を分析できているか。また直近のトレンドや取組の効果等を的確に分析できているか。分析できていれば「普通」とし、どれだけでできているかにより加点又は減点する。

1-2) 本市返礼品の分析

本市のふるさと納税制度における返礼品の強みや弱みを分析できているか。分析できていれば「普通」とし、どれだけの確かな分析ができているかにより加点又は減点する。

■業務遂行

2-1) 返礼品の充実・強化

地域の魅力を最大限に生かした新たな返礼品の開拓について、魅力的な返礼品の提案や多様な返礼品を充実させられる体制や手法が具体的に提案されているか。効果が期待できる提案がされていれば「普通」とし、どれだけの効果が期待できるかにより加点する。なお、提案されているが効果が期待できない場合は「劣る」とし、提案されていない場合は「不可」とする。

2-2) ポータルサイト

ポータルサイトの掲載画像や掲載ページについて、寄附獲得につなげるための改善点を分析できているか。また、魅力的なページに改善する取組が提案されているか。効果が期待できる提案がされていれば「普通」とし、どれだけの効果が期待できるかにより加点する。なお、提案されているが効果が期待できない場合は「劣る」とし、提案されていない場合は「不可」とする。

2-3) SEO 対策

SEO 対策について、豊富な知識を有しているか、現状のサイトの改善点などを具体的に挙げ、効果的な取組が提案されているか。ポータルサイトで検索した際に上位に返礼品ページが表示される効果が期待でき、寄附金額の拡大が期待できる提案がされていれば「普通」とし、どれだけの効果が期待できるかにより加点する。なお、提案されているが効果が期待できない場合は「劣る」とし、提案されていない場合は「不可」とする。

2-4) 効果的な広報

ア 返礼品を含んだ本市の魅力発信や寄附意欲を喚起させるプロモーションの手法が提案されているか。費用対効果の高い内容の提案がされているか。効果が期待できる提案がされていれば「普通」とし、どれだけ効果が期待できるかにより加点する。なお、提案されているが効果が期待できない場合は「劣る」とし、提案されていない場合は「不可」とする。

- イ ポータルサイト広告の運用により寄附を増加させた実績があるか。寄附を増加させた実績がある場合は「普通」とし、増加させた率により加点する。実績のない場合は「不可」とする。

■その他

3-1) 独自の取組

- ア 寄附拡大に向けた独自の取組が提案されているか。また、自社ならではの強み等があるか。効果が期待できる提案がされていれば「普通」とし、どれだけの効果が期待できるかにより加点する。なお、提案されているが効果が期待できない場合は「劣る」とし、提案されていない場合は「不可」とする。
- イ 業務効率化に関するアイデア、地域や市内事業者への貢献につながる取組等があるか。効果が期待できるアイデアや取組があれば「普通」とし、どれだけの効果が期待できるかにより加点する。なお、提案されているが効果が期待できない場合は「劣る」とし、提案されていない場合は「不可」とする。