

令和8年度京都市ふるさと納税寄付管理等業務 仕様書

1 前提条件

- ① 業務の遂行に当たり、寄付情報管理、寄付者情報管理、返礼品管理、返礼品の発注・集荷・配送管理、書類発送管理、各種統計処理等を一元的に行う寄付管理システム（令和7年度の場合、本市は（株）JTBが提供するシステムを使用している。）を活用することとし、システムの利用環境の構築費用（従前のシステムからのデータ引継を含む。）については、委託料に含むこと。
- 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、楽天、さとふる、ふるなび、ANA、JAL、G-Call、一休.com、ふるさとらべる、関西おでかけ納税、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、業務にあたっての京都市ふるさと納税の概況を、後述の参考にまとめている。また、令和8年度寄付受入想定件数・額（最低目標）は以下のとおり。
 - 寄付受入想定件数 400,000 件
 - 寄付受入想定額 150 億円
 - ワンストップ特例申請受付想定件数 120,000 件

2 ふるさと納税寄付管理等業務の具体的な業務内容

（1）ポータルサイトの運用・管理に関する業務

- ① 各ポータルサイトを経由した寄付の申込（CFを含む）に対応すること。
- ② 各ポータルサイト上の自治体ページの修正・更新・保守管理を行うこと。
- ③ 各ポータルサイトに必要な返礼品情報を掲載すること。返礼品ページの作成にあたっては、検索エンジン最適化やクリック率・転換率の向上等の観点から、サムネイルやタイトル、紹介文を含め、訴求力の高い内容となるよう磨き上げること。特にサムネイルについては、返礼品の魅力が100%伝わるよう必要な加工、文字入れを行うこと。また、関連返礼品を含む回遊性向上対策を講じること。
総務省告示において掲載が必要な内容についても留意すること。
- ④ 各ポータルサイトで申し込まれた寄付情報等を、寄付管理システムに取り込み、入金状況、寄付者情報、各種統計データ等を適切に管理すること。
- ⑤ ふるさとチョイス等、各ポータルサイトが運用する「あとから選べる返礼品」への寄付に対し、ポイントの管理等を適切に行うこと。

（2）返礼品提供事業者への返礼品の発注、配送管理及び返礼品の代金・送料の精算に関する業務

- ① 寄付管理システムを活用し、返礼品提供事業者への返礼品の発注及び配送の管理を行うこと。システムは本市が隨時確認できる仕様とすること。
特に寄付者からのクレームにつながる長期未発送返礼品は定期的に洗い出しを行うこと。また、配送リードタイムの短縮に向けて、適時、返礼品提供事業者と調整を図ること。
- ② 返礼品提供事業者と連携し、機会損失が生じないよう、返礼品の在庫管理を適切に行うこと。
- ③ 返礼品提供事業者へ返礼品代及び配送業者への送料等、返礼品の調達に係る費用の支払い・精算を行うこと。

なお、送料については、可能な限り節減できるよう配送サイズの適正化を含めて返礼品提供事業者に的確な助言・提案を行うこと。

(3) **返礼品の企画及び在庫確保等に関する業務（事業者公募を含む）**

- ① 更なる寄付獲得に向けて、積極的に新規返礼品の開拓、既存返礼品の改善を図ること。その際、寄付獲得に効果的・効率的につながる（ポータルサイトのランキング入りを狙えるような）競争力のある返礼品を中心に企画すること。
- ② 返礼品内容の検討、寄付額の設定等にあたっては、経費率抑制の観点も踏まえて適切に行うこと。
- ③ 高額寄付者がオーダーメイドの返礼品を希望した場合は、寄付者・返礼品提供事業者等の関係に細心の注意を払い、適切な返礼品を企画・提案すること。

(4) **返礼品提供事業者との連携・関係構築**

- ① 返礼品提供事業者が非常に多数にのぼる中、返礼品提供事業者との連携を強化するため、積極的に事業者訪問、事業者説明会、勉強会等を実施すること。
返礼品提供事業者には、マーケットの動向を随時、情報提供とともに、更なる寄付獲得に向けた助言・提案を積極的に行うこと。
特に返礼品の改善、配送リードタイムの改善に関しては、返礼品提供事業者まかせにすることなく、積極的に助言・提案を行うこと。
- ② 返礼品提供事業者が返礼品のページ掲載、発送、寄付者対応などを円滑に行えるようサポートすること。また、事業者の負担軽減（特に在庫管理、返礼品発送の負担軽減）に向けた工夫を行うこと。
- ③ 返礼品の提供を希望する事業者からの相談や申し出があった場合、国の基準や事務手続きなどの情報提供をはじめ、必要かつ適切な対応を行うこと。

(5) **寄付者への対応**

- ① 本業務に係る問い合わせ先としてコールセンターを設置すること。回線が混み合って自治体側に問い合わせが回ってくるという事態が生じないよう、適年間を通じて適切な（繁忙期においても応答率100%を実現する）体制を確保すること。平均応答時間についても30秒以内を目指すこと。メールでの問い合わせについても、1営業日以内に返信をすること。
- ② コールセンターは、寄付者等からのポータルサイト、寄付の申し込み手続き、返礼品、発送書類、ワンストップ特例申請、その他本市ふるさと納税に関わる全般の問い合わせに対して、電話、メール等による対応が可能であること。
- ③ 寄付者離れが起こらないよう、丁寧かつ適切な対応を行うこと。
- ④ 問い合わせに関する内容は、システム等に記録するとともに、本市においても隨時確認ができるようにすること。
- ⑤ 緊急及び重要な問合せがあった場合、本市に速やかに（事前に）報告すること。

(6) **寄付金受領証明書等の作成及び発送**

- ① 寄付金の入金確認が完了した場合、寄付金受領証明書など、必要な書類等を作成・用意し、原則2週間以内に寄付者に発送すること。
送付内容や手法（媒体）は本市と協議のうえ決定することとし、特に本市返礼品の認知度向上、寄付者との関係構築に向けて、送付内容の改善を図ること。
- ② 証明書の公印の印影は本市指定のものを使用すること。（年末の寄付は、1/10のワンストップ特例申請期限を考慮して遅延がないよう対応すること）

③ ワンストップ特例のオンライン申請の利用率向上に向けた対策を講じること。

(7) ワンストップ特例申請の受付業務に関する事項

- ① 寄付金税額控除に係る申告特例申請書の審査を行うこと。なお受付完了時は、申請者へメール等にて受付完了通知を行うこと。
- ② 申請内容等に不備がある場合は、寄付者へ連絡・返送・再受付を行うこと。
- ③ 申請書等の書類は、委託業務の完了まで保管すること
- ④ 寄付金税額控除に係る申告特例通知書ファイル作成支援ツールデータを作成し、本市が指定する期日までにデータを提出すること。なお、他自治体への送付は本市が行うものとする。

(8) 寄付目標額の設定と進ちょく管理

- 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・月別の寄付獲得目標を設定するとともに、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、問題点の分析と改善策を提示し、PDCAサイクルを回して継続的な改善を図ること。

(9) その他

- ① 寄付管理等業務の幅広い業務を、スピード感をもって実行できる盤石の体制を確保すること。また、自治体からの指示がなくとも寄付額増に向けた主体的な動きができるスタッフを揃えること。
- ② 制度改正等があった場合は、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、必要な対応を迅速に行うこと。
- ③ 業務の遂行にあたっては、本市、ポータルサイト、プロモーション等業務の受託事業者と密に連携すること
- ④ 経費率基準に適合できるよう、業務全般にわたって経費抑制の視点を持つこと
- ⑤ 令和9年度に受託者が変更となる場合、次期事業者決定後、次期事業者への業務の引継ぎを確実に行うこと。特に主要なポータルサイトから必要な情報を入手すること。
- ⑥ 契約期間内に受けた寄付申出に対する返礼品の調達、発送、その他寄付者への対応は、契約期間満了後も責任をもって行うこと。
- ⑦ 受託者は、委託業務に関する資料を書面または電磁的記録により本契約期間終了後1年間保存すること。
- ⑧ 受託者が本業務により製作した制作物（各ポータルサイトにおける返礼品ページのサムネイルやPR画像等）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者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

本仕様書及び審査項目を参照し、寄付管理等業務をどのように効果的・効率的に実行できるか、具体的に提案すること（表紙以外は様式不問）。

その際、以下の2点については必ず資料に落とし込んでください。

- ① 仮に受託した場合、本市の寄付額（150億円）を3年でどの程度増額できるかの想定と、その実現戦略。
- ② 現状の京都市の取組で、特に改善すべきと考える点は何か。

※ ①については、根拠に基づく実現可能な数値を定量的に記載してください。
実現可能性が判断できない、意気込み主体の内容は評価しません。

◆参考見積書（様式3）の内容

参考見積書に記載する金額は、前述の「1 前提条件」の③に記載の寄付（40万件・150億円・OS12万件）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「(1)見積項目及び見積限度額」のとおり記載し、その算出根拠を示すこと。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、算定根拠が分かることにより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) 見積項目及び見積限度額

■見積項目

①業務委託料（具体的な業務内容①～⑤、⑧～⑨関係）

 寄付額に対して●%

②返礼品代・送料

 別途支払

③寄付者対応及び寄付受領証明書等発行業務（具体的な業務内容⑥関係）

 ●円／件 ※①に含む形でまとめて頂いても結構です。

④ワンストップ特例申請の受付等（具体的な業務内容⑦関係）

 ●円／件 ※①に含む形でまとめて頂いても結構です。

■見積限度額（税込）

750,000千円

(2) 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 契約書は、上記「見積項目」での作成を想定しています。

※ 契約内容については、経費率 50%基準の順守を目的に、総額に影響が生じない範囲で、必要な調整を行う場合があります。

3 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し、委託料を本市に請求するものとする。キャンセルや再配達等が発生した場合は、翌月分の業務完了報告書にその旨を記載し、金額を調整すること。
- (2) 本市は、受託者からの請求に基づき、請求日から 30 日以内に委託料を支払うものとする。
- (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。

4 返礼品の調達・発送等に係る瑕疵担保責任

- (1) 本市は、寄付者に対し、返礼品の調達・発送等に係る瑕疵担保責任を負わない。
- (2) 受託者は、寄付者に対し、返礼品の調達・発送等に係る瑕疵担保責任を負う。
- (3) 受託者は、前項の責任問題が発生したときは、寄付者に誠実な対応を行うこと。

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。
- (3) その他、個人情報に関する取扱いについては「個人情報取扱事務の委託契約に係る共通仕様書」に基づくものとする。

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

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。また、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
R1	200	0.3 万件	3 億円	
R2	600	3.0 万件	18 億円	ふるさと納税の専門部署を設置
R3	2,300	11.1 万件	56 億円	個人大口寄付 6 億円を除く
R4	3,000	16.7 万件	80 億円	個人人口寄付 15 億円を除く
R5	3,500	21.7 万件	96 億円	個人大口寄付 4 億円を除く
R6	4,200	24.5 万件	115 億円	
R7	5,500	-	120 億円	寄付受入額は当初予算計上額であり、2 月に補正予算を計上予定

2 経費率

R5 : 47.7%、R6 : 48.9%と 50%には若干の余裕があるが、近年、大口寄付が減少しているほか、低単価返礼品の積極的な出品により、寄付単価が低減傾向にあるため、「絶対安全圏内」にいるとは言えない状況。引き続き、経費の節減に努めていく必要がある。

3 返礼品の概況

旅行クーポン、おせちのシェアが依然として高いが、昨今はホテル・料亭等の食事券、スイーツ、お酒（日本酒・酎ハイ・クラフトビール）、スポーツ・アウトドアなどの分野がシェアを高めており、返礼品の裾野は着実に広がりつつある。

4 その他の特徴・課題

① 近年、積極的な事業者開拓により、返礼品数を増やすことで、毎年、寄付額を増加させている。

返礼品数は既に 5,000 点を突破し、返礼品提供事業者数も 1,000 事業者にのぼるが、返礼品化が可能な事業者は、まだまだ多く存在しており、今後も既存返礼品の強化と合わせて、積極的な新規開拓が必要である。

② 寄付単価は 47,000 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いる。

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、寄付件数が少ないため、引き続き、日常使いの返礼品や低単価返礼品の強化などの対策が必要。

なお、寄付件数は令和 6 年度で 24.5 万件と寄付額に比して非常に少ないが、この間の取組により、令和 7 年度は（制度改正前の駆込みの影響が少ない 4 月～7 月ベースで）対前年度 1.5 倍と大きく増加している。

③ 毎年、国の基準見直しが入る可能性があることを踏まえると、2 つの主力返礼品のシェアが大きい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安定した構造への転換が求められている。

このため、旅行クーポン・おせち以外の返礼品の強化が特に必要な状況。

④ 返礼品数が多い割には、ポータルサイトのランキング入りを狙える高火力の返礼品が少なく、特に総合ランキング入りを狙えるような突出した力をもつ返礼品は極めて少ない状況。

返礼品の再構築や返礼品ページの改善を含め、個々の返礼品がもつ本来のポテンシャルを更に引き出していく必要があると強く感じている。

〔 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。 〕