様式８

質疑応答表

NO.	資料名称	質問内容	回答
1	仕様書	マーケティング専門人材を「契約期間中６回程度、30 日以上本市へ派遣」と指定されていますが、この「30 日以上」とは契約期間を通じた【合計の滞在日数】という認識でよろしいでしょうか。 また、1 回の派遣につき何日以上連続して滞在しなければならない等の条件はありますでしょうか。	契約期間中６回程度、30 日以上本市へ派遣」としている「30 日以上」については、契約期間を通じた合計の滞在日数を想定しております。 そのため、1 回あたりの派遣日数や滞在形態について、「1 回につき〇日以上連続して滞在しなければならない」といった条件は設けておりません。 実際の派遣日数やスケジュールについては、業務内容や進行状況に応じて、本市と協議のうえ設定いただきたいと考えております。
2	仕様書	プロモーション対象として「地場産品パワーアップ事業にて実施するクラウドファンディング型ふるさと納税の対象返礼品」を優先的に選定すると記載されていますが、現時点で該当する返礼品のジャンルやおおよその品目数は決定していますでしょうか。	「地場産品パワーアップ事業にて実施するクラウドファンディング型ふるさと納税の対象返礼品」については、現時点では、具体的なジャンルや品目数までは確定しておりません。 今後、事業の進捗に応じて決定される予定であり、品目数やジャンルについても流動的となる見込みですが、一定程度寄附を集められる事が条件となることから、本市の返礼品の中でも人気のジャンルが対象となると想定しているところです。
3	仕様書	リアルイベントやオンライン企画などを活用した、フォロワー・友だち獲得施策を提案とありますが、今年度において既に参加を予定しているリアルイベントはございますでしょうか。	現在参加を予定しているリアルイベントは以下の通りです。 ・鹿児島焼酎＆ミュージックフェス（令和８年５月 16・17 日） ・楽天 超ふるさと納税祭 （令和８年 11 月 22・23 日）

NO.	資料名称	質問内容	回答
4	仕様書	仕様書「４ 業務内容（詳細)」において､マグマシティブランドの募集･選定と連携したプロモーションでは｢特に若年層の参加を促進するため｣と記載されております。 一方で、本業務の目的である「ふるさと納税寄附額の増」を考慮した場合､ふるさと納税の主要なターゲット層(一定の所得がある層）と、上記の「若年層」とでは属性が異なると推測しております。 つきましては､企画を立案するにあたり､ターゲットを切り分けてよいでしょうか？ 連動させた形でご提案した方が良いでしょうか？	ご指摘のとおり、 マグマシティブランドの募集・選定と連携したプロモーションにおける「若年層」とふるさと納税寄附額の増を主眼とした主要ターゲット層については、必ずしも完全に一致するものではないと認識しております。 そのため、企画を立案するにあたり、目的に応じてターゲットを切り分けた上で施策を設計すること、あるいは、若年層への認知・共感形成を将来的なファン化・寄附行動につなげるといった「段階的・連動型」の設計いずれの考え方であっても差し支えありません。 本業務の目的全体（認知度向上、ブランド価値向上、寄附額増）を踏まえ、論理的な整理とストーリー性をもってご提案いただくことを期待しています。
5	仕様書	仕様書「４ 業務内容（詳細)」において､着地先コンテンツの設計では､「コンテンツの募集及び投票を行う｢市ブランディングサイト」と記載されておりますが、当該企画の投票については､ブランディングサイトだけでなく、SNS との連動など幅広いコンテンツの活用も可能でしょうか？	仕様書に記載している「市ブランディングサイト」におけるコンテンツ募集及び投票については、本業務とは別の委託事業において、企画・設計・運営を行うこととしているため、投票機能そのものの設計や運営は、本業務の範囲には含まれません。また、別の委託事業における投票は、市ブランディングサイト内のみで、ＳＮＳを活用した投票は想定しておりません。 本業務で実施していただくプロモーションは、当該市ブランディングサイトで行われる「コンテンツ募集」や「投票の実施」についての認知を広げ、参加者数を増加させることを主な目的としています。

NO.	資料名称	質問内容	回答
			この目的を達成する手段として、SNS を活用した情報発信や広告等による拡散、市ブランディングサイトへの誘導導線の工夫など、市ブランディングサイトを着地先としつつ、SNS 等と連動させた幅広いプロモーションのご提案は可能です。 なお、具体的な手法や媒体選定については、当該取組を担当する別事業の受託事業者と連携を図りながら、本市と協議のうえ進めていただくことを想定しています。
6	仕様書４ 業務内容	【データの集約状況】 各ポータルサイト（さとふる、ふるなび等）の寄附データや、市独自の管理データは一元管理されていますか？ （ ）一元化されている （ ）サイトごとに個別に管理している	ふるさと納税の寄附データについては、寄附管理システム「レジホーム」により一元管理しています。 市公式 EC サイトの売上データについては、各サイトの管理システムを用いて個別に管理しています。
7	仕様書４ 業務内容	【集計業務の負担】 月次の実績報告や返礼品ごとの分析を行う際、職員様が Excel 等で手作業の集計を行っていますか？ （ ）手作業で行っている （ ）自動でグラフ化される仕組みがある	ふるさと納税の寄附データについては、「レジホーム」の集計機能や分析ツールである「レジホームアナリティクス」を活用して集計しています。 市公式 EC サイトについては、各管理システム上の集計機能を使用しています。
8	仕様書４ 業務内容	【リアルタイム性】 「昨日の寄附額」や「現在の広告効果」を即座に確認できる環境にありますか？ （ ）即座に確認できる （ ）確認までに数日?週単位の時間がかかる	寄附額や一部の実績データについては、システム上で比較的速やかに確認することが可能です。 広告効果等を含めた詳細な分析については、データ整理や確認に一定の時間を要する場合があります。

NO.	資料名称	質問内容	回答
9	仕様書４ 業務内容	2. マーケティング・分析の現状(獲得精度の向上) 【リピーター（LTV）分析】 「過去の寄附者が今年も継続しているか（リピート率)」を、属性や獲得時期ごとに分析できていますか？ （ ）分析できている （ ）把握できていない	基本的な寄附履歴の把握は可能ですが、属性や獲得時期ごとの詳細なLTV分析については、十分に活用できているとは言えない状況です。
10	仕様書４ 業務内容	【広告効果の追跡】 「どの広告から流入し、どの返礼品を選んで寄附に至ったか」という導線を把握できていますか？ （ ）把握できている （ ）把握できていない	ポータルサイト内での広告等については把握可能ですが、広告から返礼品選択、寄附に至るまでの一連の導線を、包括的に可視化・分析できている状況ではありません。
11	仕様書４ 業務内容	【AI・最新技術の活用】 寄附者の動向を予測し、最適なターゲットへ自動でアプローチするなどのAI活用に興味はありますか？ （ ）非常にある （ ）内容によっては検討したい	業務の効率化や成果向上につながるものであれば、内容によっては検討したいと考えています。
12	仕様書４ 業務内容	【3. 目標と期待される成果】 【重視する指標】 今回のプロジェクトで最も重視する「数字」は何ですか？ （ ）新規寄附額の増大 （ ）リピート寄附率の向上 （ ）事務作業のコスト削減	新規寄附額の増加およびリピート寄附率の向上の双方を重視しています。 あわせて、業務効率化につながる取組も重要な視点と考えています。

NO.	資料名称	質問内容	回答
13	仕様書４ 業務内容	【内製化への意向】 将来的に、市職員様が自らデータを分析し、迅速な施策決定（内製化）を行える体制を構築したいですか？ （ ）構築したい （ ）外部に運用を任せたい	将来的には、職員がデータを活用しながら施策検討を行える体制の構築を目指しています。 ただし、専門性が求められる分野については、外部事業者との連携も重要と考えています。
14	仕様書 P1 目的	本事業を通じて、市が最も強く打ち出したい、あるいは「推したい」と考えている独自の産品や観光資源、ブランディングの方向性を確認させていただきたい。	本市として特定の産品や観光資源に限定した指定は行っておりません。 鹿児島市が有する多様な魅力の中から、マーケティング分析に基づき、効果が見込まれるものを選定・提案いただくことを想定しています。
15	仕様書 P1 目的	ブランド価値向上とは具体的にどのような状態を目指しているのか教えていただきたい。	単なる認知度向上にとどまらず、鹿児島市に対する好意度や共感の醸成、ファンの拡大、観光・購買・寄附といった行動につながる状態を総合的に高めていくことを想定しています。
16	仕様書 P1 目的	市公式 EC サイト及びふるさと納税寄付額の売上目標を教えていただきたい。	市公式 EC サイトについては、売上げ目標を設定しておりますが公表しておりません。 ふるさと納税寄附額については、令和 8 年度は 28 億 5 千万円を見込んでおります。
17	仕様書 P1 ４業務内容 （詳細）	本業務における、マーケティング強化やプロモーション実施において、鹿児島市として想定しているターゲット像があれば教えていただきたい。	特定のターゲット像を固定的に設定しているものではありません。 年齢層、地域、興味関心、利用状況等を踏まえ、合理的なターゲット設定を行った提案を期待しています。

NO.	資料名称	質問内容	回答
18	仕様書 P1 ４業務内容 （詳細） ⑴マーケティング 強化①	提案に際し、より現状に即した提案をするため、可能であれば分析結果、もしくはローデータを提供をお願いしたい。 現在の寄附者およびEC利用者の属性（年齢層、居住地域等）やリピート利用状況の統計データを開示いただくことは可能でしょうか。	本企画提案競技に向けては、寄附者の年代別や居住地域別で集計した資料を企画提案競技参加者決定通知と併せて提供予定としておりますが、事前に提供することも可能ですので、電子メールにてお申し出ください。 （実施要領 P3(6)その他 参照） また、本業務受託後は、個人情報を含まない範囲で、売上・寄附実績等の詳細なデータを提供予定です。
19	仕様書 P1 ４業務内容 （詳細） ⑴マーケティング 強化②	主要ポータルサイトごとの売上、アクセス数、転換率、客単価についてご教示いただくことは可能か。 また注力したいサイトがあれば併せて教えていただきたい。 そのほか課題があれば教えていただきたい。	本企画提案競技に向けては、前述の提供予定資料の中で、ポータルサイト毎の寄附受入額等をお示ししています。 なお、アクセス数や転換率については、楽天ふるさと納税のみ掲載しております。 注力したいサイトについては、仕様書にある「主要ポータルサイト等」になります。 （仕様書 P1 ４業務内容（詳細）参照） また、本業務受託後は、ポータルサイトごとに詳細なデータを提供予定です。
20	仕様書 P1 ４業務内容 （詳細） ⑴マーケティング 強化②	現在の返礼品・特産品における強みと弱みをどう分析されていますか。 さらに返礼品ページの課題があれば教えていただきたい。 また、ベンチマーク（参考）としている他自治体があれば併せて教えていただきたい。	返礼品の特徴については、前述の提供予定資料をご確認ください。 また、現時点で市として体系的に整理したものや明確なベンチマーク自治体は設定していません。 本業務において、分析・整理・提案いただくことを想定しています。

NO.	資料名称	質問内容	回答
21	仕様書 P1 ４業務内容 （詳細） ⑴マーケティング 強化③	主要ポータルサイト等の運用を行う中間事業者との役割分担があれば教えていただきたい。	ポータルサイト内の広告については、中間事業者が実務運用を担っており、本業務の受託者には戦略設計、改善提案、効果検証等を担っていただき、連携して進めることを想定しています。 なお、ポータルサイト外の広告については、本業務の受託者にて広告クリエイティブの制作から運用までの全てを担っていただく想定です。
22	仕様書 P2 ４業務内容 （詳細） ⑴マーケティング 強化④	プロモーション施策はECサイト外での実施に限るのか教えていただきたい。	ECサイト外での施策を想定していますが、目的達成に資するものであれば、ECサイト内外を問わず提案可能です。
23	仕様書 P2 ４業務内容 （詳細） ⑴マーケティング 強化④	楽天トラベルなどとの連携はECサイト（楽天市場）外の連携として実施可能か教えていただきたい。	制度上・契約上の制約がない範囲で、効果が見込まれるものであれば提案可能です。
24	仕様書 P2 ４業務内容 （詳細） ⑴マーケティング 強化④	「各広告の出稿に際し、必要に応じてクリエイティブ制作等を行うこと。」と記載がありますが、制作に使用する素材は提供されるのでしょうか。	これまでに中間事業者が撮影等を行ってきた素材については、本市に所有権が帰属するものであるため提供は可能です。

NO.	資料名称	質問内容	回答
25	仕様書 P3 ４業務内容 （詳細） ⑵特産品等認知向上プロモーション①	「令和８年９月及び12月に効果が最大化できるよう計画すること」と記載がありますが、理由をお伺いできますでしょうか。	2026年度税制改正大綱において、2026年10月以降の寄附募集に係る費用の割合が段階的に引き下げられることから、返礼品の寄附金額を引き上げる可能性があります。 また、例年寄附需要が高まる12月に加え、制度改正前の駆け込み需要等により、2026年度は９月の寄附需要も高まることが想定されることから、寄附募集におけるプロモーション効果を最大化したいと考えております。
26	仕様書 P3 ４業務内容 （詳細） ⑵特産品等認知向上プロモーション③	「市内外の鹿児島ファン」との記載があるが、国内外を問わず想定されているのか（インバウンドも本事業の対象に含まれるのか）教えていただきたい。	インバウンドを意識した視点を取り入れることを妨げるものではありませんが、主な対象は国内在住者です。
27	仕様書 P4 ４業務内容 （詳細） ⑶リレーションシップの構築・強化②	「鹿児島ファン」の規模はどのくらいか、また、ファンがどのような点（食、自然、歴史等）に魅力を感じているか、市が把握している特徴をおしえていただきたい。 また、特に若年層を狙う理由を教えていただきたい。	正確な規模は把握していませんが、食・自然・文化などに魅力を感じる層が一定数存在すると認識しています。 若年層については、将来的なファン・寄附者層として重要であり、若い段階で鹿児島ファンになっていただくことで、リピーター観光やＥＣを通じた特産品購入、ふるさと納税など、本市に対する長期的な消費活動が期待できることから、中長期的な関係構築を意図しています。

NO.	資料名称	質問内容	回答
28	仕様書 P4 ４業務内容 （詳細） ⑶リレーションシップの構築・強化③	「マグマシティブランド認定事業でのリアルイベント」の詳細があれば教えていただきたい。	マグマシティブランドの募集・選定・発信は、主にＷＥＢやＳＮＳを通じて実施予定ですが、現時点では詳細は未定で、今後当該事業において具体化される予定です。 本業務では柔軟に連携可能な提案を想定しています。