

第17号 近江八幡市戦略的総合プロモーション業務委託

質疑			回答
1	ファン数とは、寄附件数と同義と捉えて良いでしょうか？他に想定する算出指標があれば開示いただくことはできますでしょうか？		年間のふるさと納税寄附件数です。
2	ファン数にSNSフォロワーなどを算入してよい場合、指定するSNSアカウントがあれば教えていただけますでしょうか？		上記1のとおり
3	X/LINE・Tiktokなどの運用について、週に1回程度とありますが、それぞれ週1回の発信が必要でしょうか？		仕様書のとおり
4	新聞広告について、指定・想定する媒体はありますか？		指定する媒体はありませんが、最も効果的な媒体をご提案ください。
5	WebサイトでのPRについて、各種本市PRサイトとありますが、具体的にどの範囲を想定されているのでしょうか？（観光協会のサイトなども含むのでしょうか？）		本市ふるさと納税特設サイト及び各ランディングページを想定しています。
6	提出する資料の上限枚数について、指定様式以外の資料も含めた枚数でしょうか？		実施要領7(3)に記載の通り、すべて含めて概ね15ページ以内とします。
7	CMについては、地上波放送を想定されますでしょうか？Tver等の動画配信サイトでの動画広告も含まれますでしょうか？		地上波放送・動画配信サイト広告も含めて想定しており、最も効果的なものをご提案ください。
8	年度ごとに目標20万人をどのように達成するイメージになりますでしょうか？		仕様書に基づきご提案ください
9	令和7年度の寄附額・寄附件数の見込み値（または実績値）を開示可能でしょうか？		開示しておりません。
10	ふるさと納税返礼品のカテゴリ別・ポータル別の寄附割合を開示可能でしょうか？		開示しておりません。
11	ふるさと納税における各種ポータルサイト内の広告費（楽天市場で相当するRPP広告）も今回の事業費の中からの支出になりますでしょうか？		ポータルサイト内の広告は本委託の対象外となります。
12	ファン・関係人口の定義と現状	ファン人数20万人の目標を掲げるにあたり、現在想定している「ファン」または「関係人口」の具体的な定義や計測方法はありますか。（例：年間のふるさと納税件数、リピート来訪者数、SNSフォロワーなど）	上記1のとおり
13		令和8年からの3年間、その目標人数は固定なのか？	下方修正は認めておりませんが、上方修正は可能です。
14		上記の定義に基づいた、現在のファン人数の現状値は何人でしょうか。	上記9のとおり

15		また、過去のファン数の推移はどれほどでしょうか。そして現状の推移だと3年後は何人になっていると考えられていますでしょうか。	過去3か年の本市ふるさと納税寄附件数は次の通りです。 令和6年度 184,537件 令和5年度 170,501件 令和4年度 155,970件
16	地域資産の訴求テーマ	豊富な観光資源や幅広い返礼品（近江牛、ヴォーリズ建築、ラコリーナなど）を持つ近江八幡市だからこそ、「これだけは押さえてほしい！」という地域資産やテーマはありますか。（現在売れているものに加え、今後売り出したいものも含む）	上記8のとおり
17	競争環境とベンチマーク	シティプロモーション視点、およびふるさと納税戦略視点のそれぞれで、現在ベンチマークとしている市町村があれば教えてください。	特にありません。
18		ベンチマーク先から、特に参考になっている点や見習いたいポイントは何ですか。	上記17のとおり
19	事業者開拓・地域連携体制	新規事業者の開拓や、地域の中核産業（製造業など）との連携を進めるにあたり、現状の課題や、進めていくうえでの注意点などありますか。	特にありません。
20		体験型返礼品の開発や地域創生プロジェクトを推進していくにあたり、過去に観光協会、地域団体、文化財保護団体などとの調整や連携などは実施されたことがありますでしょうか。	特にありません。
21		CM放映とは具体的に何GRP程度を想定しておりますでしょうか。	特にありません。
22		またCMの放映にあたり、期間・エリア・ターゲットなどについても想定されているものはありますか。	特にありません。
23	業務内容の認識について	書類発送、寄附者対応、事業者開拓、支払い代行は業務外の認識でよろしいでしょうか。	お見込みのとおりです。