

1 基本的評価事項					2 評価の視点					配点比率					欠格
大分類	審査項目	評価の着眼点	配点	評価	評価点	指標	5	4	3	2	0				
							A	B	C	D	E				
業務体制	業務実績	・本業務と同様又は類似の事業の実績を十分有しているか。 ・ふるさと納税の管理に関する業務とWEBマーケティングに関する業務の両方の実績を有している。	10			2	単年度で60億円以上の寄附額の自治体において、ふるさと納税の管理に関する業務と大手ポータルサイト（楽天、チョイス、ふるなび）におけるSEO対策を含むWEBマーケティングに関する業務を一つの委託の中で実施した実績が3件以上ある。	単年度で60億円以上の寄附額の自治体において、ふるさと納税の管理に関する業務と大手ポータルサイト（楽天、チョイス、ふるなび）におけるSEO対策を含むWEBマーケティングに関する業務を一つの委託の中で実施した実績が1件以上ある。	単年度で30億円以上の寄附額の自治体において、ふるさと納税の管理に関する業務と大手ポータルサイト（楽天、チョイス、ふるなび）いずれかにおけるSEO対策を含むWEBマーケティングに関する業務を一つの委託の中で実施した実績が1件以上ある。		自治体において、ふるさと納税の管理に関する業務とWEBマーケティングに関する業務を実施した実績が1件以上ある。	実績なし			
	業務理解・全体実施方針	・ふるさと納税制度の趣旨、総務省告示及び関連制度を理解しているか。 ・本市のふるさと納税事業の現状、課題、業務目的、前提条件を正確に理解しているか。 ・本業務を遂行するにあたり、管理業務、返礼品開発、マーケティング施策等を一体的に推進する基本的な考え方が整理されているか。 ・提案内容が業務説明資料と整合し、業務全体を俯瞰した実施方針となっているか。	15			3	制度を十分に理解するとともに、現況、課題、業務目的及び前提条件を的確に把握している。また、管理業務全般とマーケティング施策を一体的に推進する考え方が明確に整理されており、業務説明資料との整合性が高く、業務全体を俯瞰した実施方針となっている。	制度及び本市の現状、課題等を十分に理解している。また、業務説明資料との整合性があり、業務全体を見据えた実施方針となっている。	制度及び本市の現状、課題等について一定の理解が認められる。実施方針は示されているが、一部に具体性又は全体性が不足している。	制度又は本市の現状及び課題に対する理解が十分ではない。実施方針が抽象的であり、業務説明資料との整合性にも一部課題が認められる。	制度、本市の現状及び業務目的に対する理解が乏しく、実施方針に具体性及び整合性が認められない。				
	業務体制・情報・関係者との連携	・緊急時にも迅速に業務遂行できる、適切かつ十分な組織体制か。 ・本市やポータルサイト運営事業者と密に連携し、本市の寄附獲得に向けた円滑な取組が展開できるか。 ・配置予定者について、ふるさと納税業務における能力、経験が十分であるか。 ・本件に対する主体的積極的な姿勢を感じられるか。 ・市内に、当該委託業務を担当する営業所がある、又は設置する予定があるか。 ・対面やオンラインなどの複数の手法により、常時、本市と柔軟かつ円滑なコミュニケーションが図られる体制が構築できているか。	20			4	配置予定者は、ふるさと納税業務における経験、能力が十分にあり、本件に対する主体性積極性を感じることができる。市内に当該委託業務を担当する営業所等が設置（予定）され、緊急時にも迅速に対応できる組織体制、人員となっており、関係者との緊密な連携が期待できる。	配置予定者は、ふるさと納税業務における経験、能力がある程度あり、本件に対する主体性積極性を感じることができる。また、緊急時にも対応できる組織体制、人員となっている。関係者との連携も問題はない。	配置予定者は、ふるさと納税業務における経験、能力がある程度あり、他の者も含めて考慮すれば、十分に経験、能力がある。また、業務遂行可能な組織体制、人員となっており、緊急時の対応も可能であるが、関係者との連携は本市を介しての関係構築にとどまる。	配置予定者は、ふるさと納税業務における経験、能力が不十分である。業務遂行は可能な体制と考えられるが、緊急時の対応はやや脆弱である。関係者との連携は本市を介しての関係構築にとどまる。					
	情報セキュリティの確保	・寄附者の個人情報、返礼品取扱事業者の情報などの委託業務に含まれる情報の取り扱いについて、情報セキュリティの重要性を認識し、情報の漏えい、紛失、盗難、改ざんその他の事故等から保護するため、適切な管理体制が徹底されているか。 ・個人情報を行う作業場所について、専用区画の確保、入退室管理、施設管理等の物理的安全管理措置が講じられており、本市の求めるセキュリティ水準を満たす運用体制となっているか。	10			2	漏洩等対策が徹底されているほか、個人情報を取り扱う作業場所について専用区画化、入退室管理、施設保管等の物理的安全管理措置が十分に講じられており、情報管理体制は極めて優れている。		情報管理体制は整備されているが、作業場所の安全管理措置又は運用ルールの一部に改善の余地がある。		情報管理体制や作業場所の管理方法が不明確又は不十分であり、個人情報を適切に管理できる体制とは認められない。				
	持続的な寄附受入拡大とブランド価値向上に向けた提案	・本市の寄附実績、市場動向等を分析した上で、現状の課題及び成長機会を的確に把握しているか。 ・契約期間中に目指す寄附受入額やその他の目標指標が具体的に示されており、その達成根拠が客観的なデータ等に基づいて示されているか。 ・持続的な寄附受入拡大及び本市のファン獲得を目的として、WEBマーケティング及びCRM（顧客関係管理）の観点から、具体的なかつ実現可能な戦略が提案されているか。 ・単なる寄附獲得にとどまらず、横浜市の魅力度及びブランド価値向上の観点から、本市ならではの強みを活かした戦略が提案されているか。 ・提案された戦略について、活用するデータソース、KPI、実施手順及び短期・中長期のロードマップが具体的に示されており、実現可能性が高い内容となっているか。	35			7	本市の寄附実績、市場動向等を多面的かつ客観的に分析した上で、課題及び成長機会を的確に把握し、寄附受入額等の目標及びその根拠が具体的な数値指標で示されている。WEBマーケティング及びCRMの観点から、持続的な寄附受入拡大及びファン獲得につながる戦略が明確に示されており、また、本市ならではの魅力や強みを活かしたブランド戦略も提案されている。さらに、KPI、実施手順及び短期・中長期のロードマップも具体的に示されており、実現性が極めて高い提案となっている。	本市の寄附実績、市場動向等を多面的かつ客観的に分析した上で、課題及び成長機会を把握し、寄附受入額等の目標及びその根拠が示されている。WEBマーケティング及びCRMの観点から、寄附受入拡大に向けた戦略が提案されており、また、本市ならではの魅力や強みを活かしたブランド戦略も示されている。さらに、KPI、実施手順及びロードマップが示されており、全体として実現性の高い提案となっている。	本市の寄附実績、市場動向等を踏まえた分析が行われ、寄附受入額等の目標が示されている。WEBマーケティング及びCRMの観点から、寄附受入拡大に向けた戦略が提案されており、また、本市の魅力を活かした提案も一定程度示されている。また、KPIや実施手順等は示されているものの、一部に具体性または根拠の不足が認められる。	現状分析や目標額の設定はされているが、根拠が乏しく実現性が低い。また、寄附拡大につながる戦略の実現可能性が低く、寄附の増が見込めない。	現状分析や目標額設定の記載がない。寄附拡大につながる戦略の記載がない。				
業務内容	寄附者情報の一元管理	・本市が契約する複数のポータルサイトと連携が可能であり、寄附者情報等を一元的に管理可能なシステムとなっているか。 ・各種条件での検索、集計等可能な機能を有し、統計資料作成等を行うためのデータ出力が可能な機能を有しているか。 ・システムダウンなどの不測の事態が生じた場合の対応策は適切か。 ・寄附受付から証明書発送、ワンストップ特例申請受付等の事務フロー及びスケジュールは適切か。	15			3	寄附情報を一元管理できるシステムとなっており、各種条件での検索、集計、データ出力も可能な仕様となっている。緊急時の対応も十分であり、本市との情報共有も適時にできる仕様となっている。証明書発送等の事務フローやスケジュールも適切である。	寄附情報を一元管理できるシステムとなっており、各種条件での検索、集計、データ出力も可能な仕様となっているが、一部、市の作業・対応の負担がある。緊急時の対応に問題はなく、証明書発送等の事務フローやスケジュールにも問題はない。	寄附情報を一元管理できるシステムとなっており、一定程度、市の作業・対応の負担がある。緊急時の対応がやや脆弱である。証明書発送等の事務フローやスケジュールに問題はない。	寄附情報を一元管理できるシステムとなっているが、各種条件での検索、集計、データ出力が可能な項目が少ない仕様になっており、一定程度、市の作業・対応の負担がある。緊急時の対応が脆弱である。証明書発送等の事務フローやスケジュールに問題はない。	寄附情報を一元管理できるシステムとなっていない。証明書発送等の事務フローに矛盾があり、証明書の発送、データ作成に時間がかかる。				
	寄附者対応	・寄附者からの問い合わせや苦情等対応に適切、責任をもった対応ができる体制となっているか。 ・適切に対応できるよう寄附者対応に従事する担当者への研修体制等が整備されており、トラブルが生じた際には、迅速に市に相談する体制が整っているか。	15			3	寄附者からの問い合わせ、苦情に適切・適切に対応でき、本市への報告体制も十分である。従事担当者への教育も整っている。トラブルが生じた際、返礼品取扱事業者との調整もスムーズに行える体制である。	寄附者からの問い合わせ、苦情に適切・適切に対応できる体制となっており、本市への報告体制も問題はない。	寄附者からの問い合わせ、苦情に適切に対応できる体制となっており、担当者への研修体制等がやや脆弱である。	寄附者からの問い合わせ、苦情に適切・適切に対応できる十分な体制とはいえない。	寄附者からの問い合わせに対応できる体制が整っていない。				
	返礼品取扱事業者対応	・返礼品取扱事業者と密なコミュニケーションを取ることで良好な関係を構築し、継続的に返礼品を供給・刷新していくことが期待できるか。 ・返礼品取扱事業者に対して適切・適切な指示・助言等ができるか。 ・返礼品取扱事業者が安易にかつ安定的に返礼品の手配ができる仕組みが整備されているか。 ・返礼品取扱事業者との調整、返礼品管理、経費の精算等が適切・適切に対応できる体制となっているか。	20			4	事業者への適切な指示、助言等ができる良好な関係が構築でき、継続的に返礼品を供給・刷新していくことが期待できる。また、返礼品手配から経費の精算まで、スムーズなスキームが確立されており、事業者の負担も少ない仕組みとなっている。	事業者への適切な指示、助言等ができる良好な関係の構築ができ、継続的な返礼品の供給・刷新が期待できる。また、返礼品手配から精算までのスキームが確立されている。	事業者への指示、助言等ができる関係の構築が期待でき、返礼品の供給・刷新が期待できる。また、寄附拡大につながる戦略の対応に問題はない。	事業者とコミュニケーションは取れるが、適切、適切な指示・助言ができる体制とまではいえない。	事業者との関係性の構築が期待できず、継続的な返礼品の供給、刷新が望めない。				
	返礼品開発	・本市の特性、市場の動向やマーケティングの視点を踏まえた、寄附拡大に効果的な返礼品開発計画が示されているか。 ・現在の返礼品の訴求力を高める取組が提案されているか。 ・本市の魅力や効果的に発信し、市内産業の振興に資する返礼品の企画提案であるか。 ・返礼品取扱事業者の負担を最小限に、返礼品の紹介や画像を充実させることができるか。	20			4	本市の特性や市場の動向を踏まえた、具体的で実現可能な返礼品開発の提案となっており、大幅な寄附拡大が見込める。また、返礼品開発に、地元産業の振興、経費率の削減、事業者負担低減の視点が入っている。	本市の特性や市場の動向を踏まえた、具体的な返礼品開発の提案となっており、寄附拡大が見込める。また、返礼品開発に、地元産業の振興、経費率の削減、事業者負担低減の視点のいずれかが含まれている。	本市の特性や市場の動向を踏まえた、一般的な返礼品開発の提案となっており、寄附拡大がある程度は見込める。また、返礼品開発に、地元産業の振興、経費率の削減、事業者負担低減の視点のいずれかが含まれている。	一般的な返礼品開発の提案となっており、大幅な寄附拡大は見込めない。また、返礼品開発に、地元産業の振興、経費率の削減、事業者負担低減の視点が入っていない。	返礼品開発の提案に具体性がなく実現可能性が低く、寄附拡大が見込めない。				
	SEO対策業務	・全体戦略に基づき、持続的な寄附受入増加に資する具体的な施策の提案がされているか。 ・SEO対策の実施スケジュール及び方針は適切か。 ・KPIを定期的に報告し、改善サイクルを回す体制が整っているか。	15			3	ふるさと納税の寄附額の増加に資する施策として、中長期的な視点を踏まえた具体的な提案となっている。また、SEO対策の実施スケジュール、KPIの報告及び改善サイクルを回す体制について具体的に実現性の高い提案となっている。	ふるさと納税の寄附額の増加に資する施策として、中長期的な視点を踏まえた提案となっている。また、SEO対策の実施スケジュール、KPIの報告及び改善サイクルを回す体制について提案が示されている。	ふるさと納税の寄附額の増加に資する提案となっている。また、SEO対策の実施スケジュールが示されている。	・最低限必要なSEO対策しか提示されていない。 ・全体戦略と矛盾した提案である。					
その他	SEO対策業務	・ポータルサイトの特徴を把握し、ポータルサイトごとの特徴を活かした寄附受入拡大戦略となっているか。 ・注力商品の抽出フローや抽出数について、内容や理由が適切か。 ・ポータルサイト毎のSEO対策の方針が示されているか。	15			3	ポータルサイトの特徴を的確に捉え、本市の寄附動向を活かした具体的な対策がポータルサイト毎に提案されている。また、注力商品の抽出フローや数について、内容や理由が適切である。	ポータルサイトの特徴を的確に捉え、主要なポータルサイトにおいて本市の寄附動向を踏まえた対策が提案されている。また、注力商品の抽出フローや数について、内容や理由が適切である。	本市の寄附動向を踏まえ、ポータルサイトの機能を活かした対策が提案されている。	・ポータルサイトの機能を把握していない提案である。 ・本市の寄附動向にそぐわない提案である。 ・全体戦略と矛盾した提案である。					
	検索連動型広告等の運用	・寄附拡大につながるポータルサイト内ページの充実策となっているか。 ・ポータルサイトに掲載されている本市の返礼品ページの現状や返礼品の特徴を的確に把握し、本市の寄附動向を踏まえて必要とされるSEO対策の優先度を具体的に示しているか。 ・返礼品ページへのアクセス数の増加やレビュー数増加の手法の提案③本市のファン、リピーターを増やすような手法や、マーケティングの視点に基づく寄附額を伸ばすための提案 ・本市のファン、リピーターが増加するよう効果的な手法の提案がされているか。 ・その他、寄附額を伸ばすための提案（集客力、転換率等）が、ふるさと納税市場におけるマーケティングの視点に基づく具体的なかつ実現性のある内容となっているか。	20			4	①寄附拡大に繋がるページの充実策②本市の返礼品ページの現状や返礼品の特徴を的確に把握し、本市の寄附動向を踏まえて必要とされるSEO対策の優先度を具体的に示した提案③返礼品ページへのアクセス数の増加やレビュー数増加の手法の提案④本市のファン、リピーターを増やすような手法や、マーケティングの視点に基づく寄附額を伸ばすための提案 のいずれもが、具体的に実現性の高い提案となっている。	①寄附拡大に繋がるページの充実策②本市の返礼品ページの現状や返礼品の特徴を的確に把握し、本市の寄附動向を踏まえて必要とされるSEO対策の優先度を具体的に示した提案③返礼品ページへのアクセス数の増加やレビュー数増加の手法の提案④本市のファン、リピーターを増やすような手法や、マーケティングの視点に基づく寄附額を伸ばすための提案 のうち、3つ以上の提案において、具体的に実現性の高い提案となっている。	①寄附拡大に繋がるページの充実策②本市の返礼品ページの現状や返礼品の特徴を的確に把握し、本市の寄附動向を踏まえて必要とされるSEO対策の優先度を具体的に示した提案③返礼品ページへのアクセス数の増加やレビュー数増加の手法の提案④本市のファン、リピーターを増やすような手法や、マーケティングの視点に基づく寄附額を伸ばすための提案がなされているが、具体性がなく、実現性が低い提案となっている。	・最低限必要なSEO対策しか提示されていない。 ・全体戦略と矛盾した提案である。					
	特集ページの企画提案・作成	・年間の特集記事のスケジュールは実現可能か。また、ふるさと納税市場や一般的な市況をとらえたものとなっているか。 ・テーマ及び掲載返礼品は選定は本市寄附動向や時機を適切に捉えているか。 ・提案された特集ページの企画は、具体的なかつ寄附受入拡大に資する内容となっているか。	10			2	具体的な配信計画となっており、管理業務受託者の業務期間も考慮した現実的な計画が提案されている。	具体的な配信計画となっており、管理業務受託者の業務期間も考慮した計画が提案されている。	具体的な配信計画となっており、管理業務受託者の業務期間も考慮した計画が提案されている。	・テーマも抽象的であり、ページ作成の期間を考慮していない。 ・全体戦略と矛盾した提案である。					
	メールマガジン配信	・年間の配信計画はふるさと納税市場や一般的な市況を捉えたものとなっているか。 ・具体的なメールマガジン配信テーマ及び掲載返礼品の提案は、本市寄附動向及び時機を適切に捉えているか。	10			2	定期的な配信計画に加えて、配信計画は市況を捉えたものとなっており、適切な時機に効果的なテーマを根拠をもって配信する計画の提案となっている。ふるさと納税市場の傾向や本市返礼品の強みを踏まえた計画にもなっており、配信による本市ふるさと納税ポータルサイトへのアクセス増が期待できる内容である。		定期的な配信計画であり、市況を踏まえたテーマ選定となっている。また、ふるさと納税市場の傾向を踏まえた計画にもなっており、本市返礼品を活かしたテーマ選定である。	・発行計画が曖昧であり、実現性に乏しい。 ・全体戦略と矛盾した提案である。					
	提案の独自性・新規性	・業務仕様書に定める内容に加え、受託者の独自性や新規性のある提案が示されているか。 ・本市の業務効率化、経費削減、寄附者サービスの向上、受入寄附金の増加等、業務目的の達成に資する内容となっているか。 ・実施手法、実施体制、スケジュール等が具体的に示されており、実現可能性が高い内容となっているか。	15			3	独自性・新規性があり、かつ寄附額の向上に寄与する提案が複数なされており、どれも具体的に実現性の高い提案である	独自性・新規性があり、かつ寄附額の向上に寄与すると見込まれる提案が複数なされており、どれも実現性の高い提案である	独自性・新規性があり、かつ寄附額の向上に寄与する見込みがある。	独自提案の記載がない、または、独自提案がされているが、独自性・新規性、寄附額の向上に寄与する見込みがない。					
経費	委託料の設定及び経費の効率性	・基本委託料の積算根拠が妥当であり、合理的であるか。 ・寄附金額に対する料率の設定が業務内容に見合っているか。 ・ポータルサイトごとの業務負担に応じた料率差の提案が合理的か。 ・プロモーション費用の内訳が明確に示されているか。 ・長期的なコスト最適化の視点があるか	25			5	基本委託料は他自治体の相場や業務内容の比較において、合理的な料率設定であり、他提案者と比較して非常に優れている。	基本委託料は他自治体の相場や業務内容の比較において、合理的な料率設定であり、他提案者と比較して優れている。	基本委託料は他自治体の相場や業務内容の比較において、合理的な料率設定であり、他提案者と比較して一般的な提案である。	基本委託料は他自治体の相場や業務内容の比較において、合理性に乏しい料率設定であり、他提案者と比較して劣っている。					
	準備の確実性	運用開始(令和9年4月1日)に向け、返礼品提供や複数ポータルサイトへの対応が十分に検討された導入スケジュールになっているとともに、必要な準備体制がとられたうえで、寄附募集の停止期間が最小限となるよう工夫をしているか。また、それが実現可能なものか。	10			2	寄附募集の停止期間がほぼないスケジュール、体制となっており、実現性が高い。	寄附募集の停止期間は1週間以内のスケジュール、体制となっており、実現性が高い。	寄附募集の停止期間は2週間以内のスケジュール、体制となっている。	寄附募集が1か月以上停止するスケジュール、体制となっている。					
WLB		○次世代育成支援対策推進法に基づく一般事業主行動計画を策定している場合（従業員101人未満の場合のみ加算） ○女性の職業生活における活躍の推進に関する法律に基づく一般事業主行動計画を策定している場合（従業員101人未満の場合のみ加算） ○①次世代育成支援対策推進法による認定（くるみんマーク、プラチナくるみんマーク）の取得、又は、②女性の職業生活における活躍の推進に関する法律に基づく認定（えるばし）の取得、又は、又は、よこはまグッドプラクティス企業認定の取得をしている場合 ○青少年の雇用の促進等に関する法律に基づくユースメール認定の取得をしている場合 ○障害者雇用促進法に基づく法定雇用率について、従業員37.5人以上で2.7%を達成している又は従業員37.5人未満で障害者を1人以上雇用している場合 ○①健康経営銘柄、健康経営優良法人を取得している、又は、②健康経営認証のAAAクラス若しくはAAクラスの認証を受けた場合	5			1	いずれか一つ以上を満たす				いずれも満たさない。				
	合計		300												

(1)「業務体制」、「業務内容」、「経費」、「その他」の項目で分類した審査項目、評価の着眼点について、A～Eの評価を行う。
(2)評価点については、A～Eの評価(A:5、B:4、C:3、D:2、E:0)に比率をかけた点数を用いる。
(3)評価点5人の総合点数が最も高いものを選定する。(1500点満点(5人計)、合計点数が最も高いものが複数ある場合は、委員の多数決により決定する。それでも決しない場合は委員長が決定する。