

令和8年度 茅野市ふるさと納税返礼品画像制作業務委託 仕様書

1 目的

本業務は、本市のふるさと納税返礼品の魅力効果を効果的に伝えるための高品質な画像を制作し、ポータルサイトにおける視認性及びクリック率（CTR）を向上させることで、寄附額の増大を図ることを目的とする。特に、スマートフォン閲覧時における訴求力を重視し、専門的な知見（ECマーケティング視点）に基づいた画像構成を行うものとする。

また、本市が提示する最低限の対象品目をベースとしつつ、民間のECマーケティングノウハウを最大限に活用した自由かつ効果的な追加提案を求めることで、限られた予算内における費用対効果（寄附獲得効果）の最大化を図る。

2 履行期間

契約締結日から令和9年3月31日までとする。

3 委託料の上限額

金 4,200,000 円（消費税及び地方消費税を含む）

※受託者は、本仕様書に定めるすべての業務（出張・撮影・ディレクション・スタイリング・デザイン・文字入れ・入稿及び納品等）並びに「受託者が独自に企画・提案し、本市と合意した追加業務」を、この金額の範囲内で実施しなければならない。

4 対象事業者及び対象品目

本業務における対象事業者及び対象品目は、次の二段階構成とする。

(1) 【必須履行要件（ベースライン）】

当市が指定する全 15 事業者、50 商品を最低限の対象品目（必須履行範囲）とする。内訳は、家具・おもちゃ 16 商品、体験・チケット 32 商品、食料品 2 商品とする（※具体的な商品リストは別紙のとおり）。受託者は、当該 50 商品に対する画像制作を確実に遂行しなければならない。

(2) 【自由提案要件（プラス α ）】

提案事業者は、上記（1）の必須履行要件を確実に実施した上で、委託料の上限額（4,200,000円）の範囲内において、茅野市の寄附拡大をさらに加速させるための「追加の対象事業者・商品の選定」「サブ画像の増量」などの追加施策を自由に企画・提案するものとする。契約締結後、採択された最適提案をベースに市と受託者で協議を行い、最終的な対象品目及び業務量を確定する。

5 業務内容

受託者は、以下（1）から（5）に記載の必須業務、及び自ら提案し採択された追加業務を遂行すること。

（1）撮影・ディレクション業務

①商品撮影：撮影・制作は、1返礼品あたり4種類以上の写真を撮影すること（商品本体、パッケージ、調理風景、生産現場、生産者の顔など）とし、最低4枚以上の画像を制作すること。ただし、対象商品を提供する事業者から、すでに当該事業者が保有する画像を使用してもらいたい旨の希望があった場合は、当該画像を優先的に使用して構わない。なお、自由提案により追加された商品についても、本基準に準拠するものとする。

②スタイリング：商品の魅力を引き出すための食器、カトラリー、背景布、装飾品（シズル感演出のための備品）の準備及びセッティング。

③現地撮影：必要に応じて事業者の作業場や農園等に出向き、取材を行った上で臨場感のある撮影を行うこと。

（2）画像加工・デザイン制作業務

ポータルサイトの特性（ランキング形式、スマホ閲覧等）を考慮し、「6画像制作の基本要件」を踏まえた上で、以下の画像を制作する。

①メイン画像（1枚目）：クリック率を重視したデザイン。適切かつ効果的なコピーライティング（キャッチコピー、内容量、寄附金額等）を行うこと。視認性を確保すること。

②サブ画像（2～10枚目）：寄附者への訴求力や納得感を高める構成とすること。

（参考例）

- ・盛り付け例・活用シーンの提案
- ・商品の詳細（サイズ、重量、個数）

- ・お届け状態（梱包箱、包装）の可視化
- ・生産者のこだわり・ストーリーの紹介
- ・賞味期限・保存方法等の基本情報

(3) ポータルサイト別最適化業務

「楽天ふるさと納税」「さとふる」「ふるなび」「ふるさとチョイス」「Amazon」の5つのポータルサイトで規定するサイズ・枚数・容量に合わせたリサイズ及び書き出しを行うこと。ただし、枚数に関しては、各ポータルサイトに掲載できる上限枚数まで制作する必要はなく、本業務の受託者と市が協議の上決定する。

(4) 納品業務

制作した画像の納品にあたっては、事前に、当該商品を提供する事業者の確認及び承諾を得ること。また、当市と、当市が契約しているふるさと納税中間事業者に対し、制作した画像を直接納品すること。納品にあたっては、当該中間事業者の指示に従うこと。

(5) 事業者への直接ディレクション及びコミュニケーション

- ①撮影日程の調整、商品の特徴ヒアリング、撮影サンプルの手配調整等は、受託者が各事業者へ直接連絡を行い、主体的に進行管理を行うこと。当市は、撮影協力の事前連絡以外に、原則として仲介を行わない。
- ②撮影に伴うサンプル品（家具、パン等）の往復送料及び調達コストの取扱いについては、受託者と事業者間で事前に協議し、受託者の責任において解決すること。
- ③事業者に対して常に敬意を払い、事業者のモチベーションを高める丁寧なコミュニケーションを行うこと。

6 画像制作の基本要件

(1) 制作する画像はすべてスマートフォンでの閲覧を前提とし、6インチ前後の画面で縮小表示された際にも、商品内容や特典、差別化ポイントが容易に判別できるデザイン（構図、フォントサイズ、配色）とすること。

(2) 主要なふるさと納税ポータルサイトの最新の画像レギュレーション（例：テキスト占有率20%以内、背景白規定、文字制限等）を遵守し、審査落ちによる掲載遅延を発生させないこと。

(3) 納品する画像データは以下の仕様を満たすこと。

①ファイル形式：Web 掲載用（JPEG 又は PNG 形式）に加え、編集可能なマスターデータ（PSD、AI 又は Canva 共有リンク形式。すべてのレイヤー及びフォント情報が保持されていること）を納品すること。ただし、受託者が使用したフォント等のライセンスに関し、本市及び事業者が二次利用する上で追加の費用が発生しないもの（商用利用可能かつフリーのフォント、またはアウトライン化されたデータ等）に限る。

②解像度・サイズ：本仕様書 5 の（3）ポータルサイト別最適化業務において記載した 5 つの各ポータルサイトで推奨する最高画質で納品すること。

7 類似・派生商品における共通画像と個別画像の制作イメージ

受託者は、対象商品の特性に応じた「共通画像」と「個別画像」を設計し、提案すること。なお、以下に市が想定する構成イメージを記載する。受託者の自由提案により追加された品目についても同様とする。

カテゴリー（対象品目）	共通画像のイメージ	個別画像のイメージ
① 家具・おもちゃ (メーベルヒナナ)	<ul style="list-style-type: none">・職人のこだわり、安全基準・製造風景、木材のストーリー・インテリアとしての配置例（共通）	<ul style="list-style-type: none">・サムネイル画像・サイズ違い、色違い（ナチュラル/ピンク）の識別カット・内訳（レンジ、冷蔵庫セット等）の可視化
② 高額リゾート・ホテル館内券 (タイニーガーデン、テラス蓼科、ホテルドゥラルパージュ)	<ul style="list-style-type: none">・施設の外観、内観、客室の高級感・周辺の自然環境、レストラン風景	<ul style="list-style-type: none">・サムネイル画像・「5,000 円分」「15,000 円分」等の金額の強調・利用可能範囲（宿泊/サウナ等）の明示

カテゴリー（対象品目）	共通画像のイメージ	個別画像のイメージ
	<ul style="list-style-type: none"> ・利用方法、アクセス、Q&A 	
<p>③ 役務・別荘管理特定作業券</p> <p>（チェルトの森、三井の森、アルピコリゾート、蓼科ビレッジ）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・各別荘地の環境美化のイメージ ・管理会社の信頼性、安心感 ・サービスの利用・発注の流れ 	<ul style="list-style-type: none"> ・サムネイル画像（会社ロゴ・サービス名） ・作業内容の具体例（草刈り、積雪対応等）のアイコン・文字入れ
<p>④ 体験・温泉チケット</p> <p>（ポニーキャンプ、乗馬、温泉、サイクリング）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・蓼科・八ヶ岳の自然、温泉の効能 ・子供・初心者の楽しむ姿、安全性 ・チケットの利用手順 	<ul style="list-style-type: none"> ・サムネイル画像 ・セット内容（「1名様1泊2食付」「6枚」「12」等）の明示 ・有効期間（6ヶ月～15ヶ月有効等）の誤認防止加工
<p>⑤ 食料品</p> <p>（そば、おまかせパンセット等）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・茅野市のイメージ、気候風土のストーリー ・生産者のこだわり、安心安全への取り組み 	<ul style="list-style-type: none"> ・メインサムネイル（食欲をそそるシズル感あるカット） ・セット内容の内訳、ボリューム感の可視化

カテゴリー（対象品目）	共通画像のイメージ	個別画像のイメージ
	・基本的な保存・調理方法の説明図	・アレルギー表示、賞味期限等の明示

8 段階的納品及びスケジュール

制度改正前の駆け込み需要（8月～9月）と年末の寄附最盛期（11月～12月）に最大の費用対効果を発揮させるため、受託者は以下のスケジュールにより業務を遂行し、段階的に成果物を納品すること。なお、提案により追加された業務についても、このスケジュールにシームレスに組み込むものとする。

- (1) 令和8年8月中旬：初回納品（テスト入稿・トーン&マナーの確定）
- (2) 令和8年9月初旬：必須対象品目の40%（約20商品）及び早期対応追加分の納品完了
- (3) 令和8年11月中旬：必須対象品目の70%（約35商品）及び追加分の70%以上の納品完了
- (4) 令和8年12月中旬：必須対象品目の90%（約45商品以上）及び追加分の90%以上の納品完了
- (5) 令和9年1月末：全商品（必須及び追加分）の納品を100%完了
- (6) 令和9年2月下旬：完了報告書、成果物マスターデータの提出

9 著作権の完全帰属及び無償二次利用の許諾

(1) 本業務を通じて制作されたすべての成果物（写真、デザイン画像、キャッチコピー、マスターデータ等、追加提案分を含む）の著作権（著作権法第27条及び第28条に規定する権利を含む）は、納品をもって当市に帰属するものとする。

(2) 当市、及び返礼品提供事業者は、成果物をふるさと納税ポータルサイト以外の用途（自治体公式HP、観光パンフレット、各種SNS、事業者の自社ECサイト、店頭販促物等）において、期間の制限なく、無償で自由に二次利用できるものとする。

(3) 受託者は、当市及び事業者に対し、著作権人格権を行使しないものとする。

10 品質保証及び無償修正対応

(1) 成果物がポータルサイト側の目視審査等により「レギュレーション違反」として掲載を拒絶された場合、受託者は自己の費用と責任において、直ちに修正又は再制作を行わなければならない。

(2) 市のブランディングや、事前に合意したコンセプトから著しく逸脱していると当市が判断した場合、受託者は当市の指示に従い、無償で修正対応を行うこと。なお、修正にかかる上限回数と対象期間は市と受託者で協議し、決定する。

11 秘密保持

受託者は、本業務の遂行上知り得た当市及び事業者の秘密情報、個人情報を第三者に漏洩してはならない。業務終了後又は契約解除後も同様とする。

12 疑義の解決

本仕様書に定めのない事項又は各条項の解釈に疑義が生じたときは、当市と受託者が誠意をもって協議し、これを解決するものとする。