

千早赤阪村ふるさと納税返礼品等選定基準ガイドライン

(目的)

ふるさと応援寄附金制度の活用により、千早赤阪村（以下、「本村」という。）の魅力ある資源を発掘・再確認し、地域経済の活性化、村内外への魅力のPR、イメージの向上、観光誘客等を図るとともに、一層の収入確保を目指すため、寄附者への返礼品等の選定基準をここに定める。

(募集条件)

1 取扱事業者について

寄附者への返礼品等として、商品やサービスを提供する法人、団体または個人事業者（以下、「取扱事業者」という。）は次の要件に全て適合すること。

- ア 各種法令規則等に沿った生産・製造・販売等を行っていること。
- イ 村税を滞納していないこと。
- ウ 本社（本店）、支社（支店）、事業所、工場、畑等の生産拠点のいずれかが本村内にあること。
- エ 返礼品の受発注および納品の管理等のため、インターネットに接続できる環境を有すること。
- オ 千早赤阪村個人情報保護条例（平成13年千早赤阪村条例第3号）および関係法令を遵守し、個人情報を適切に取り扱うことができること。
- カ 代表者等が、千早赤阪村暴力団排除条例（平成25年千早赤阪村条例第20号）第2条に規定する暴力団員、暴力団密接関係者または暴力団員と綿密な関係を有すると認められるものでないこと。
- キ 大阪府暴力団排除条例（平成22年大阪府条例第58号）第14条第1項もしくは第2項または第3項の規定に違反していないこと。
- ク 返礼品を用意するため、下請契約その他の契約を締結するにあたり、上記カまたはキのいずれかに該当することを知らず相手方と契約を締結していないこと。

2 返礼品等について

1の要件を満たす取扱事業者が生産、製造、加工またはサービスの提供を行っている加工食品、生鮮食品、工芸品などであり、次の要件に全て適合すること。ただし、要件に適合した場合であっても、本村が返礼品として適当でないと認めた場合は、この限りでない。

- ア 本村内で生産、製造、加工またはサービスの提供を行っていること。
- イ 本村の魅力を発信し、地域産業の振興につながる要素をもつ商品などであること。
- ウ 品質および数量の面において、安定供給が見込めること。ただし、季節限定、期間限定などの場合は、提供期間内において安定供給が見込めること。
- エ 飲食物については、寄附者に返礼品が到着後、一定期間の消費または賞味期限が保証

されていること。

オ 平成 28 年 4 月 1 日付け総税企第 37 号総務大臣通知「地方税法、同法施行法、同法施行規則の改正等について」XⅢ特記事項 2（1）により通知された「ふるさと納税の趣旨」に反せず、公序良俗に反しないこと。

カ 平成 29 年 4 月 1 日付け総税市第 28 号総務大臣通知「ふるさと納税に係る返礼品の送付等について」第 2 の 2 により通知された「ふるさと納税の趣旨に反するような返礼品」に該当しないものであること。

キ 平成 31 年 4 月 1 日付け総務省告示第 179 号第 5 条に規定される総務大臣が定める基準（以下、「地場産品基準」という。）やこの告示に関する総務省通知に適合するものであること。

ク 食品衛生法、食品表示法、農林物資の規格化等に関する法律、商標法、特許法、著作権法、不当景品類および不当表示防止法、不正競争防止法など、関係法令規則を遵守しているものであること。

ケ 体験型サービス（代行サービスなども含む）においては、次に掲げる要件を全て満たすこと。

- ・本村内および本村内施設内にてサービスが提供されること。
- ・本村内の地域資源を利用していること。
- ・天候等の理由でサービスの提供ができない場合は、代替日などを設定すること。
- ・安全性の配慮に努めること。

コ 返礼品に関する情報（返礼品の説明文や写真データなど）が提供可能であること。写真データなどについて、取扱事業者以外の第三者が著作権を持つ画像を使用する場合には、必ず利用の許諾を受けていること。

（費用負担）

- 1 寄附者からの商品の品質等のクレームにより商品の回収および再配送を行った場合にかかる費用および対応は、取扱事業者の負担とする。
- 2 代替品等による補償、交換その他苦情対応に要する経費について、本村は一切負担しない。

（個人情報の取り扱いに関する特記事項）

- 1 取扱事業者は、返礼品等の取り扱いにあたり、個人情報の取り扱いについては、千早赤阪村個人情報保護条例および関係法令規則を遵守すること。
- 2 寄附者の個人情報は、返礼品等の送付以外の目的に使用してはならない。ただし、返礼品等の発送時に同封した商品カタログ、チラシ等により改めて寄附者から取扱事業者への商品申込があった場合等で入手した個人情報はこの限りではない。

(取扱事業者として登録することの特典)

- 1 ふるさと納税(寄附金)制度を通じた新たな販売経路ができる。
- 2 ふるさと納税ポータルサイトや本村が事務委託をしている事業者が運営するふるさと納税ポータルサイトに返礼品の画像、商品名、取扱事業者名などを掲載し、商品および取扱事業者などのPRができる。
- 3 返礼品発送時に、自社商品などのパンフレットやチラシなどを同封することで、自社商品などの販売促進、PRを図ることができる。ただし、取扱事業者のパンフレットやチラシなどの送付は、返礼品発送時の同封に限り、商品の場合と送料が変動しない範囲であること。
- 4 本村のホームページや村が作成・配布(本村が委託して作成する媒体を含む。)するふるさと納税(寄附金)パンフレット等に返礼品および取扱事業者名を掲載(パンフレットについては、一部の返礼のみ掲載)することがある。なお、本村がふるさと納税制度の広報活動を行う中で、必要に応じてその他の媒体へ情報提供をすることがある。

(その他留意事項)

- 1 寄附者が千早赤阪村民の場合、返礼品等は送付できない。
- 2 返礼品等は、寄附者が申込時に当該返礼品を選択した場合に提供を依頼するものであり、買い取りを確約するものではない。
- 3 返礼品等に関して、寄附者から苦情等があった場合は、真摯に対応し解決に努め、その内容について取りまとめ、本村が事務委託をしている事業者へ必ず報告すること。なお、品質等による保証やクレーム対応については、本村は一切の責任を負わない。
- 4 取扱事業者は、各々のホームページにふるさと納税ポータルサイトのバナー広告またはリンクの掲載や本村外で取扱事業者が参加するイベント時などにおいて積極的に寄附の呼びかけを行うなど、本村のPRに努めること。
- 5 このガイドラインに適合しても、本村が返礼品等として適当でないと判断した場合は登録しないことがある。
- 6 このガイドラインに定めのない事項について疑義が生じた場合は、本村との協議により決定する。

参考

「地場産品基準」

- 1 当該地方団体の区域内において生産されたものであること。
- 2 当該地方団体の区域内において返礼品等の原材料の主要な部分が生産されたものであること。
- 3 当該地方団体の区域内において返礼品等の製造、加工、その他の工程のうち主要な部分を行うことにより相応の付加価値が生じているものであること。
- 4 返礼品等を提供する市区町村の区域内において生産されたものであって、近隣の他の市区町村の区域内において生産されたものと混在したもの（流通構造上、混在することが避けられない場合に限る。）であること。
- 5 地方団体の広報の目的で生産された当該地方団体のキャラクターグッズ、オリジナルグッズその他これらに類するものであって、形状、名称、その他の特徴から当該地方団体の独自の返礼品等であることが明白なものであること。
- 6 前各号に該当する返礼品等と当該返礼品等との間に関連性のあるものと合わせて提供するものであって、当該返礼品等が主要な部分を占めるものであること。
- 7 当該地方団体の区域内において提供される役務その他これに準ずるものであって、当該役務の主要な部分が当該地方団体に相当程度関連性のあるものであること。
- 8 次のいずれかに該当する返礼品等であること。
 - イ 市区町村が近隣の他の市区町村と共同でこれらの市区町村の区域内において前各号のいずれかに該当する者を共通の返礼品等とするもの
 - ロ 都道府県が当該都道府県の区域内の市区町村と連携し、当該連携する市区町村の区域内において前各号のいずれかに該当するものを当該都道府県及び当該市区町村の共通の返礼品等とするもの
 - ハ 都道府県が当該都道府県の区域内の複数の市区町村において地域資源として相当程度認識されているもの及び当該市区町村を認定し、当該地域資源を当該市区町村がそれぞれ返礼品等とするもの
- 9 震災、風水害、落雷、火災その他これらに類する災害により甚大な被害を受けたことにより、その被害を受ける前に提供していた前各号のいずれかに該当する返礼品等を提供することができなくなった場合において、当該返礼品等を代替するものとして提供するものであること。