

# 野洲市ネーミングライツ導入ガイドライン

平成30年（2018年）12月作成

## 1 趣旨

このガイドラインは、市有施設のネーミングライツの適正な導入を図るため、対象施設や募集・選定の方法等について、基本的な指針をまとめたものです。

## 2 導入の目的

ネーミングライツとは、一般には、公共施設などに企業名や商品のブランド名などを冠した愛称を付ける権利で、この権利を売却することで、施設運営等に係る資金を得ようとするものです。

野洲市では、市が所有する施設に企業名や商品名などを冠した愛称を付与する権利（ネーミングライツ）を取得した民間事業者等（以下「ネーミングライツパートナー」という。）からネーミングライツ料としてその対価を得て、施設の持続可能な運営を行うとともに、ネーミングライツパートナーとの協働により施設の魅力向上や地域の活性化を図ります。

また、ネーミングライツに係る看板等の設置及び表示変更は、市が公共的な目的で掲出するものと見なし、屋外広告物条例第8条第2項に基づく公共広告物等とします。

## 3 導入の効果

ネーミングライツパートナー、市民、市に以下の効果があります。

- (1) ネーミングライツパートナー
  - ①自社の広告・宣伝
  - ②地域・社会貢献的評価の向上
- (2) 市・市民
  - ①財源確保による持続可能な施設運営
  - ②サービスの質の向上

## 4 導入までの流れ

民間事業者等から対象施設等の提案を受け付けて、ネーミングライツパートナーの募集を行います。

- ①事前相談
  - ②民間事業者等からの提案書の提出
  - ③審査委員会による提案採用の可否の審査
- ※審査の結果、提案された施設等をネーミングライツの導入対象でないと判断する場

合があります。

#### ④ネーミングライツパートナーの募集

※審査の結果、提案された施設等をネーミングライツの導入対象と判断した場合には、公平性・公正性を期すため、原則、公募による募集を行います。ただし、複数の募集が見込まれないと判断した場合は、非公募により応募者を優先交渉者として協議を実施します。

#### ⑤審査委員会による審査

#### ⑥契約相手方の決定と契約締結

#### ⑦愛称の使用開始

## 5 対象施設等

市が所有する施設であって、公共施設としての社会的な信頼性及び公平性を損なうおそれのない範囲で、企業名や商品名などを冠した愛称を付すことに支障のない施設、イベント、その他公有財産を導入の対象とします。ただし、市役所庁舎、学校等は対象施設から除外します。

なお、ネーミングライツの対象施設として適当かどうかは、市が設置している公の施設等で、施設の設置目的や規模、利用者数等を勘案し、対象を決定します。

## 6 契約期間

契約期間については、利用者や市民の利便性を踏まえるとともに、施設の公共的な性格からも名称が短期間で変わり、混乱が生じることは避ける必要があります。

一方、ネーミングライツパートナーにとっては、経済情勢や経営環境に柔軟に対応できなければなりません。

これらを考慮し、概ね3～5年とします。ただし、指定管理者制度導入施設については、指定期間を考慮した期間の設定とします。

また、更新する場合は、契約したネーミングライツパートナーが優先交渉することができることとします。

## 7 ネーミングライツ料

ネーミングライツ料は、ネーミングライツ契約を締結した施設等の維持管理に活用することを原則とします。

契約時期が年度途中からになる場合、初年度のネーミングライツ料は、月割りにより按分計算します。

契約期間中において、対象施設に改修の必要が生じ、施設を閉鎖する場合（ネーミングライツパートナーの責めに帰すべき事由によるものを除く。）には、閉鎖している期間中の命名権料を減額するか、場合によっては、愛称を表示する期間を変更することが

あります。

また、ネーミングライツ料に係る市の希望金額の算定基準は以下のとおりとします。

- ①対象施設や類似施設の利用状況、施設の運営・維持管理費用、市場の動向等を総合的に勘案し、施設ごとに募集の都度決定します。
  - ②非公募とする場合であっても①に準じて提案された応募金額が妥当か判断します。
- なお、最低提案金額は、原則として年間10万円とします。

## **8 ネーミングライツパートナーの要件（応募資格）**

市有施設等のネーミングライツパートナーとしてふさわしい法人その他の団体若しくはそれらにより構成されたグループとする。

ただし、以下の業種及び事業者は除きます。

なお、以下に定めるもの以外でも、施設等の性格等から応募資格を制限することができることとします。

- (1) 地方自治法施行令（昭和22年政令第16号）第167条の4の規定により、市における一般競争入札の参加を制限されている法人等
- (2) 野洲市の定める基準による指名停止又は入札参加停止措置を受けている法人等
- (3) 直近の1年間に国税又は地方税を滞納している法人等
- (4) 会社更生法（平成14年法律第154号）、民事再生法（平成11年法律第225号）等に基づく更生又は再生手続きを行っている法人等
- (5) 野洲市暴力団排除条例第6条より、次の①から⑥の要件に該当する法人等
  - ①役員等（当該事業に参加しようとする者から市との取引上の一切の権限を委任された代理人を含む。以下、「役員等」という。）が暴力団員による不当な行為の防止等に関する法律（平成3年法律第77号）第2条第6号に規定する暴力団員（以下、「暴力団員」という。）であると認められる者
  - ②暴力団（暴力団員による不当な行為の防止等に関する法律第2条第2号に規定する暴力団をいう。以下、「暴力団」という。）又は暴力団員が経営に実質的に関与していると認められる者
  - ③役員等が、自己、自社若しくは第三者の不正の利益を図る目的又は第三者に損害を加える目的をもって、暴力団又は暴力団員を利用するなどしたと認められる者
  - ④役員等が、暴力団又は暴力団員に対して資金等を供給し、又は便宜を供与するなど直接的又は積極的に暴力団の維持又は運営に協力し、又は関与していると認められる者
  - ⑤役員等が、暴力団又は暴力団員と社会的に非難されるべき関係を有していると認められる者
  - ⑥上記①から⑤までのいずれかに該当する者であることを知りながら、これを不当に利用するなどしている者

(6) 以下に該当する法人等

- ①風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律（昭和 23 年法律第 122 号）に規定する風俗営業及びそれに類似する業種
- ②貸金業の規則等に関する法律（昭和 58 年法律第 32 号）に規定する貸金業のうち、専ら消費者金融業及び事業者金融業を営む事業者
- ③ギャンブルに関する業種。ただし、当せん金付証券法（昭和 23 年法律第 144 号）に規定する宝くじに係るものを除く。
- ④エステティックサロン、美容整形など、法律の定めのない医療類似行為を行う業種
- ⑤特定商取引に関する法律（昭和 51 年法律第 57 号）に規定する訪問販売、電話勧誘販売、連鎖販売取引、業務提供誘引販売取引及び訪問購入を行う事業者。ただし、訪問販売にあっては、野洲市くらし支えあい条例（平成 28 年野洲市条例第 20 号）第 9 条の登録を受けている事業者を除く。
- ⑥投資顧問業、抵当証券業、商品先物取引業、金融先物取引業など、利殖を目的とした投資・投機のあっせん、勧誘、募集等を専ら行う事業者
- ⑦探偵社、身元調査会社等の業種
- ⑧行政機関からの行政指導を受け、改善がなされていない事業者
- ⑨その他市の公共機関としての社会的な信頼性及び公平性を損なうおそれのある業種及び事業者

## 9 命名の条件

市民に親しまれ、かつ施設の設置目的にふさわしい愛称を付与することとします。

施設等の性格等から内容を制限する場合や、その愛称に「野洲（漢字以外の表記を含む。）」の語句を含める等の一定の条件を付すことができることとします。

商標権のある名称を命名しようとする場合は、権利者からの許諾が得られることを条件とします。

利用者の混乱を避けるため、契約期間内の名称の変更はできないこととします。

愛称は、一般的な呼称として用いられる名称で、本市の条例で定められている正式な施設名を変更するものではありません。

愛称が定着するまで（概ね 1 年を予定）、条例上の名称を併記する場合があります。

## 10 ネーミングライツパートナーの選定方法

(1) 審査委員会の設置

市職員で構成します。

(2) 優先交渉者の選定

優先交渉者の選定に当たっての審査基準は（3）のとおりとし、この審査基準に基づき、審査委員会において総合的に審査し、優先交渉者及びその順位を決定します。

応募者が 1 者のみの場合でも、審査委員会において市のネーミングライツパートナーとしてふさわしいかどうか審査し、優先交渉者を決定します。

※優先交渉者…応募者のうち、ネーミングライツパートナーとしての適格があり、かつ市も有利な条件で契約を締結することができるものとして、他の応募者に優先して市が契約に係る交渉をする者をいいます。

### (3) 審査基準

#### ①愛称の適否

市民にとっての親しみやすさ、わかりやすさ

施設の設置目的やイメージとの整合

#### ②地域社会への貢献

地域貢献や地域振興等に対する理念

活動実績及び今後の計画

#### ③発見貢献

施設等の価値発見 ※各施設における第一提案者が対象

#### ④経営の安定性

財務状況から見た経営の安定性

ネーミングライツ料の支払い能力

#### ⑤ネーミングライツ料

応募金額の妥当性

※提案施設等をネーミングライツの導入対象でないと判断した場合は、ネーミングライツパートナーの候補者を選定しません。ネーミングライツ導入の妥当性の判断にあたっては、必要に応じて、市民意見の聴取等を行うこととします。

また、審査の結果、提案された施設等をネーミングライツの導入対象と判断した場合には、公平性・公正性を期すため、原則、公募による募集を行います。ただし、複数の募集が見込まれないと判断した場合は、非公募として応募者を優先交渉者として協議を実施します。

## 1.1 ネーミングライツパートナーの決定及び公表等

### (1) ネーミングライツパートナーの決定

審査委員会の結果をもとに、優先交渉者と細部について協議し、合意に至った後、当該優先交渉者をネーミングライツパートナーとして決定します。

ただし、合意の可能性がないと判断した場合には、協議を打ち切り、第2順位の交渉者と協議を行います。

### (2) ネーミングライツパートナーの公表

ネーミングライツパートナーが決定したときは、ネーミングライツパートナー名、施設等の愛称、ネーミングライツ料、契約期間、その他の情報を広報紙、市ホームページ

ージ、報道機関への情報提供等により広く公表します。

### (3) 契約の締結

ネーミングライツパートナー決定後、市とネーミングライツパートナーとの間でネーミングライツに関する契約を締結します。

契約を締結したネーミングライツパートナーには、次回契約において、優先的な交渉権を付与することができます。その際は、応募時の提出書類に準じた資料の提出を求めるとします。

## 12 ネーミングライツパートナーのメリット

ネーミングライツパートナーには、施設等に愛称を付与する権利以外に、施設の状況に応じて設定した各種メリットを付与します。メリットの一例は以下のとおりですが、企業からの提案や要望も参考にして、それぞれの施設ごとに付与します。

(例)

- ・施設の名称看板等の変更
- ・新規に作成する施設パンフレットの記載変更
- ・イベント開催時の周知や報道機関への情報提供、市のホームページでの広報等における愛称の使用
- ・関係機関への愛称使用の周知、働きかけ

## 13 ネーミングライツ導入に伴う費用負担

市とネーミングライツパートナーの費用負担は、以下の表によるものとします。なお、詳細については、募集要項に定めるほか、双方協議のうえ、契約書等において定めることとします。

区分	市（指定管理者）	ネーミングライツ パートナー
ネーミングライツ料		○
敷地内外の看板等の表示変更		○
契約期間終了後の原状回復		○
施設ホームページ及び封筒、 パンフレット等の表示変更※	○	

※封筒、パンフレット等については、新規に作成するものからとする。

## 14 契約の解除

ネーミングライツパートナーを決定した後、ネーミングライツパートナーの要件を欠くこととなったとき、又は要件を欠くことが明らかになった場合、社会的信用を損なう行為等により市や当該施設等のイメージが損なわれるおそれがある場合など、ネーミン

グライツパートナーとすることが適当でない認められるときは、市は決定の取り消し又は契約の解除をすることができることとします。

この場合、原状回復に必要な経費は、ネーミングライツパートナーの負担とします。

### **15 ガイドラインの適用時期等**

このガイドラインは、平成31年（2019年）1月1日から施行します。

なお本ガイドラインは、ネーミングライツの運用状況及びその他の状況等を考慮し、適宜見直しすることとします。

また、本ガイドラインにより難しいと判断されるものについての取扱いは、別に定めることとします。

（一部改正）

令和4年（2022年）11月1日