

## 近江八幡市ネーミングライツ導入ガイドライン

### 1. ガイドライン制定の趣旨

人口減少・少子高齢化の進行、激甚化する災害等様々な行政課題への対応が求められる状況下において、長期にわたり持続可能な行財政経営基盤を確立した上で、市民サービスの質的向上と活力あるまちづくりを実現するため、積極的な歳入確保策を展開することが必要です。

このことから、本市における新たな歳入確保策としてネーミングライツの適正な導入を図るため、本ガイドラインは、基本的な考え方や方向性、募集・選定方法などの指針を示したものです。

### 2. ネーミングライツ制度について

#### (1) ネーミングライツの定義について

「ネーミングライツ」とは「命名権」とも呼ばれ、一般的に企業名や商品名、ブランド名などを用いた愛称を施設に付与する権利とされています。本市においては、市の文化施設、スポーツ施設、公園その他の公共施設又はその一部分、市が実施するイベント（講座、セミナー等を含む。）及び事業、市の備品等（以下、「施設等」という。）に、企業名や商品名、サービス名等の愛称を命名する権利を「ネーミングライツ」として定義します。

なお、「ネーミングライツ」は、あくまでも愛称を付与するもので、施設等においては市条例に定めている正式名称を変更するものではありません。

また、市とネーミングライツ事業に係る契約を締結した民間事業者等を、本市では「ネーミングライツパートナー」と呼ぶこととします。

#### (2) ネーミングライツ導入の効果

ネーミングライツを導入することにより以下の効果が期待されます。

##### ① ネーミングライツパートナー

- ・ 企業名や商品名の認知度向上・PR 効果
- ・ 地域社会における信頼感の醸成

##### ② 市・市民

- ・ 財源の確保による継続的な市の運営
- ・ 施設等の持続的な運営
- ・ ネーミングライツパートナーからの提案による施設等の魅力度向上
- ・ 市民サービス向上

### 3. 対象施設等

本市が所有する施設等で、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等のうち、ネーミングライツの導入により広告効果が見込める施設等を対象とします。

なお、市庁舎や小中学校等は対象外とします。また、愛称が決定し、愛称がすでに市民に定着し、親しまれている施設等については対象外とします。

### 4. 愛称の条件

ネーミングライツの愛称は下記の条件を満たすものとします。

- (1) 市民に親しまれ、かつ、施設の設置目的にふさわしい愛称としてください。
- (2) 近江八幡市広告事業実施要綱第3条に該当する愛称は使用することはできないこととします。

(参考) 近江八幡市広告掲載要綱 第3条

次の各号のいずれかに該当する場合、広告掲載等を行わないものとする。

- (1) 法令等に違反するもの又はそのおそれがあるもの
- (2) 公序良俗に反するもの又はそのおそれがあるもの
- (3) 政治性のあるもの
- (4) 宗教性のあるもの
- (5) 社会問題についての主義主張を行うもの
- (6) 個人又は法人の名刺広告
- (7) 美観風致を害するおそれがあるもの
- (8) 公衆に不快の念又は危害を与えるおそれがあるもの
- (9) 行政機関から行政指導等を受け、改善がなされていないもの
- (10) その他広告掲載等に不適当であると市長が認めるもの

(3)特定の地名を含めるなど施設等の特性により、募集要項において別途条件を定める場合があります。

(4)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。

(5)愛称が定着するまでの期間、正式名称を併記することがあります。

(6)利用者の混乱を避けるため契約期間内において愛称の変更はしないものとします。ただし、やむをえない理由により愛称を変更する場合は、本市とネーミングライツパートナーが協議の上、その可否を決定するものとします。

### 5. ネーミングライツパートナー選定までの流れ

ネーミングライツの募集は原則公募、プロポーザル方式により実施するものとし、近江八幡市ネーミングライツ事業実施要綱に沿い、対象施設等毎に必要な募集要項を定め、本市ホ

ームページ等により広く募集します。

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。

#### <募集の種類と選定までの流れ>

##### (1)「施設特定」型

市が選定した施設等について市が募集要項を定め、ネーミングライツパートナーを募集し選定する。

- ① 対象施設の選定
- ② 募集条件の設定
- ③ ネーミングライツパートナーの募集
- ④ 審査
- ⑤ 契約相手方の決定と契約締結
- ⑥ 愛称の使用開始

##### (2)「提案」型

対象施設等や条件の提案を受け、ネーミングライツパートナーを選定するもの

- ① 提案の募集（随時）
- ② 民間事業者等からの事前相談の受付
- ③ 民間事業者等からの申込書の提出
- ④ 審査

※審査の結果、提案のあっ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。また、ネーミングライツパートナー選定の審査をするまでの間に、同一の施設等に対して提案があった場合は、提案のあった順に審査し、選定します。

- ⑤ 契約相手方の決定と契約締結
- ⑥ 愛称の使用開始

##### (3)組合せによる提案

(2)「提案」型については、一者で複数施設等を組み合わせた提案も可能とし、審査過程において、社会的な信頼性や公平性を大きく損なうおそれがないと判断した場合には、同時に契約します。

## 6. 契約期間

契約期間は施設については原則として3年以上、備品は1年以上、市が実施する事業やイベントは協議により決定します。なお、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、契約期間終了後に改めて募集を行う場合は、契約期間満了１年前から６か月前までは、現契約者であるネーミングライツパートナーが優先交渉できることとします。その間に契約更新の合意に至った場合には公募しないことがあります。

## **7. ネーミングライツ料**

### **(1) 希望金額**

各施設等のネーミングライツ料の希望金額は、原則として他団体における類似の事例や、利用者数、イベント開催数、メディアへの露出度などを勘案して算定します。ただし、これは目安となる金額であり、希望額を下回る額による応募をいただくことも可能とし、ネーミングライツ料の決定については審査過程で総合的に判断します。

### **(2) ネーミングライツ料の用途**

ネーミングライツ料は、基本的に特定財源として、その施設等の維持管理・運営経費に充てることとします。ただし、当該施設等への活用に限りネーミングライツパートナーの提案を受けることもできます。

## **8. 応募資格**

応募できる民間事業者等は、ネーミングライツパートナーとしてふさわしい信用と資力を備えた法人その他の団体又は<sup>1</sup>個人事業主とします。ただし、以下のいずれかに該当する者および近江八幡市広告掲載基準第４条に規定する業種は応募できないこととします。

なお、各施設等の性格等に応じて、応募できない者を追加する場合があります。

(1) 地方自治法施行令（昭和 22 年政令第 16 号）第 167 条の 4 第 1 項に定める欠格者でないことおよび同条第 2 項の規定により一般競争入札に参加することを停止されている者

(2) 役員等（応募等有資格者が法人である場合はその役員を、その他の団体については法人の役員と同様の責任を有する代表者及び理事等を、個人事業主である場合はその者をいう。以下この条において同じ。）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（以下この条において「暴力団員」という。）であると認められる者

(3) 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。以下この条において同じ。）また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

(4) 役員等が、自己、自社もしくは第三者の不正の利益を図る目的または第三者に損害を加える目的をもって、暴力団または暴力団員を利用するなどしたと認められる者

(5) 役員等が、暴力団または暴力団員に対して資金等を供給し、便宜を供与するなど直接的または積極的に暴力団の維持運営に協力し、または関与していると認められる者

(6) 役員等が、暴力団また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

- (7)無差別大量殺人行為を行った団体の規制に関する法律(平成 11 年法律第 147 号)に基づく処分の対象となっている団体およびその構成員である者
- (8)法令等により許認可が必要な事業であるにもかかわらず、その許認可を受けていない者
- (9)社会的な問題を起こしているまたはそのおそれがある者
- (10)行政機関から行政指導を受け、改善がなされていない者
- (11)市から入札参加停止等の行政処分を受けている者
- (12)国税または地方税を滞納している者
- (13)政党その他の政治団体
- (14)宗教団体
- (15)前各号に掲げるもののほか、市長が適当でないと認める者

(参考) 近江八幡市広告事業掲載基準 第4条

次に掲げる業種又は事業者については、広告の掲載はできないものとする。

- (1) 宗教団体による布教推進を主たる目的とするもの
- (2) 選挙、政党・政治団体等、政治活動に関連するもの又はそのおそれのあるもの
- (3) 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）第2条で風俗営業と規定される業種又はこれに類する業種
- (4) 貸金業法（昭和58年法律第32号）第2条に規定する貸金業又はこれに類する業種
- (5) たばこ販売業又は喫煙を助長させるおそれのあるもの
- (6) 公営を除くギャンブルに関するもの
- (7) 法令等による規制の対象となっていない業種にあって、社会問題を起こしている業種又は事業者
- (8) 法律に定めのない医療類似行為を行うもの
- (9) 占い及び運勢判断に関するもの
- (10) 興信所、探偵事務所等
- (11) 結婚相談所及び交際紹介業（結婚相手紹介サービス協会に加盟しているもの又は結婚相手紹介サービス業認証制度による認証を受けているものを除く。）
- (12) 債権の取立て、示談の引受け等を行うもの
- (13) 法令等に基づく必要な許可等を受けることなく業を行うもの

## 9. 選定手続き

募集期間内に応募があった場合、選定委員会を設置し、選定基準に沿って総合的に審査し、選定候補者および契約交渉の順位を決定します。著しく点数の低い審査項目がある場合など、適当でないと認められる場合は候補者を選定しない場合もあります。

## **10. 審査項目等**

以下の視点で審査項目を定め、選定委員会で審査します。

### **(1) 愛称**

- ・施設等にふさわしいか
- ・市民に親しまれやすいか
- ・呼びやすくわかりやすいか など

### **(2) 提案額**

- ・希望金額との比較 など

### **(3) 契約期間**

- ・期間の長さ など

### **(4) 提案**

- ・施設等の魅力や利便性
- ・市民サービスを高めるための提案があるか
- ・提案の具体性、実現可能性 など

※本来は提案がなくてもかまいませんが、積極的な提案を期待するものです。

### **(5) 信頼性**

- ・経営状況の健全性 など

### **(6) 地域社会への貢献度**

- ・地域社会への貢献実績 など

## **11. ネーミングライツパートナーの決定および公表**

第1順位の選定候補者と契約内容について協議し、合意した場合は、ネーミングライツパートナーとして決定し、契約を締結します。契約を締結した場合は、市は速やかにネーミングライツパートナー名、施設等の愛称、ネーミングライツの対価、契約期間、その他双方が協議して合意した契約内容について、市ホームページや報道機関への情報提供等により公表することとします。

なお、第1順位の選定候補者と協議が整わず合意に至らなかった場合は、順次、次点候補者と契約の締結に向け協議を行うものとします。

## **12. パートナー企業の特典（各施設に応じ検討）**

### **(1) 愛称看板等の設置が可能**

ただし、敷地外や新規の看板設置は本市や関係機関と協議の上、可能な表示について行います。

### **(2) 施設パンフレット等に愛称を表示することが可能**

ただし、新規作成分からの表示となりますが、パートナー企業の負担による愛称名入りシール等による表示の場合は既存作成分からの表示も可能です。

- (3) 市の広報紙やホームページ等を通じた愛称の普及と定着
- (4) 施設内へパートナー企業の PR・商品展示スペースの確保等

ただし、行政財産目的外使用許可申請等の手続きが必要ですが、目的外使用料は不要です。

### 13. ネーミングライツによる愛称の設定に伴う費用分担

本市とネーミングライツパートナーの費用負担は次表のとおりとします。ネーミングライツパートナーが負担する費用は、ネーミングライツ料とは別に負担する必要があります。

区分	市	ネーミングライツパートナー
敷地内の看板等の表示変更		○
敷地外の看板等の表示変更 (道路案内表示含む)		○
契約期間終了後の原状回復		○
市が発行するパンフレット、 封筒等の印刷物や市ホームページの表示変更	○ *指定管理者施設について 指定管理者	

印刷物については残部数や改定時期を踏まえ、ネーミングライツパートナーと協議の上、変更時期を決定するものとします。

### 14. 契約の解除

ネーミングライツパートナーの決定後、申込内容や提案内容において虚偽や事実と異なる内容等が判明したとき、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、また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場合、指定された納期までにネーミングライツ料が支払われない場合など、ネーミングライツパートナーとして適当でないと認められるときは、市は決定の取り消しまたは契約期間の満了を待たずに契約の解除をすることができることとします。

この場合、原状回復に必要な費用はネーミングライツパートナーが負担することとします。

### 15. 契約の更新

本市は契約期間満了までに当該施設等におけるネーミングライツの継続実施について判断します。なお、継続する場合、市民の混乱を避けるため愛称を継続することが望ましいと考えられることから、当該施設等のネーミングライツパートナーは次回期間において優先的に交渉できることとします。

### 16. リスク負担

ネーミングライツパートナーが設置・変更した看板等により第三者に損害が生じた場合

は、ネーミングライツパートナーがその負担を負うものとします。その他、定めのないリスクが生じた場合の負担は本市とネーミングライツパートナー双方が協議するものとします。

#### **17. 指定管理者制度等導入施設にかかる留意点**

導入対象施設等が指定管理者制度等導入施設の場合は、指定管理者制度等の趣旨を鑑みながら、管理運営受託団体の不利益とならないよう、次の点に留意することとします。

##### **(1) 導入対象施設等の決定**

導入対象施設等が指定管理者制度等導入施設の場合、市は、ネーミングライツの導入に関して管理運営受託団体から意見や要望などを聴取したうえ、導入の可否を決定することとします。

##### **(2) 優先交渉権者への選定**

導入対象施設等が指定管理者制度等導入施設の場合、市は、ネーミングライツの導入に関して管理運営受託団体と事前に協議を行い、応募の意思がある場合については、管理運営受託団体を優先交渉権者として決定できることとします。また、応募の意思がない場合、あるいは協議が整わなかった場合については、公募によりネーミングライツパートナーを募集することができることとします。

##### **(3) 費用負担**

現管理運営受託団体がネーミングライツパートナーを兼ねる場合については、ネーミングライツ料は、指定管理にかかる管理経費とみなさないこととします。

##### **(4) その他**

ネーミングライツが導入された場合においては、ネーミングライツパートナー、管理運営受託団体及び市の3者は、ネーミングライツ導入の目的を達成するために、相互に協力し良好な関係を保持するよう努めることとします。

#### **18. 適用時期**

このガイドラインは、令和5年10月1日から施行します。

#### **改正履歴**

(改正年月日) (主な内容)

令和5年10月 ガイドライン策定

令和6年8月 8.応募資格の変更、17.指定管理者制度等導入施設にかかる留意点の追加

令和6年10月 2.ネーミングライツ制度について一部修正

5.ネーミングライツパートナー選定までの流れ一部修正

8.応募資格一部修正

---

<sup>1</sup> 個人事業の開業届出書を提出した個人