

津市ネーミングライツ導入 ガイドライン

令和 6 年 1 月
総務部行政経営課

目 次

1	趣旨	1
2	ネーミングライツとは	1
	(1) ネーミングライツの内容	1
	(2) ネーミングライツ導入の効果	1
3	対象施設等	1
4	導入の手続き	2
	(1) ネーミングライツ・パートナーの募集方法等	2
	(2) 募集期間	3
	(3) 現地説明会等の開催	3
5	ネーミングライツ料	3
6	契約期間	4
7	応募資格	4
8	愛称の条件	5
9	関係法令の遵守	7
10	選定方法	7
11	審査項目及び審査のポイント	7
12	ネーミングライツ・パートナーの決定及び公表等	8
	(1) ネーミングライツ・パートナーの決定及び契約の締結	8
	(2) ネーミングライツ・パートナーの公表	8
13	費用負担	8
14	契約の解除	9
15	契約の更新	9
16	リスク負担	9
17	秘密の保持	9
18	施行時期	9
	別紙1「ネーミングライツ導入手続きフロー図」	10

1 趣旨

このガイドラインは、本市が所有する公共施設等の愛称を命名する権利（以下「ネーミングライツ」という。）を民間企業等に付与する制度を円滑に導入し、その適正な運用を図るため、対象とする施設等、募集の方法その他ネーミングライツに関する事項について、基本的な考え方を示すものです。

2 ネーミングライツとは

(1) ネーミングライツの内容

ア ネーミングライツとは、契約により施設等の名称に企業名や商品名等を冠した愛称を付与させる代わりに、ネーミングライツを取得した民間企業等（以下「ネーミングライツ・パートナー」という。）から対価を得て、施設等の運営維持と利用者のサービス向上を図るものです。

イ ネーミングライツ・パートナーは、ネーミングライツの対価として本市にネーミングライツ料（金銭以外の役務、現物の提供を含む。）を支払うものとします。

ウ 本市は、ネーミングライツによる愛称を本市ホームページや広報などの情報媒体において積極的に使用し、その周知に可能な限り努めるものとします。

エ ネーミングライツによって付与された愛称は、一般的な愛称として使用し、条例で定める施設等の名称を変更するものではありません。

(2) ネーミングライツ導入の効果

ア 厳しい財政状況の中、安定的な財源を確保することによる施設等の持続的・発展的な運営に資することができます。

イ 民間企業等の広告宣伝効果並びに社会貢献によるイメージアップにつながります。

ウ 民間企業等の資源やノウハウ等を活用することにより、施設等の魅力向上や市民サービスの向上につながります。

3 対象施設等

(1) 本市が所有するスポーツ施設、文化施設、公園などの施設（及びそれらの一部）のほか、本市が所有する財産のうちネーミングライツを導入することにより効果が見込まれる施設等を対象とします。

(2) 導入する施設等は、施設等の設置目的、利用者数やメディアに取り上げられる頻度などを考慮し決定するものとします。

ただし、市庁舎、学校、幼稚園、保育所、消防署・所等、施設等の設置目的上、愛称を付与することが適当でないとは判断するものや施設等の名称の設

定に特段の経緯があるものは対象から除外します。

- (3) 対象施設等にしようとする施設が指定管理者による管理運営を行っている場合は、指定管理者の不利益とならぬよう、あらかじめ本市が当該指定管理者と協議を行うこととします。

なお、指定管理者の募集及び更新時に合わせてネーミングライツを導入する場合は、あらかじめ指定管理者の募集要項等において、当該施設においてネーミングライツ・パートナーを募集する旨を周知します。

4 導入の手続き

(1) ネーミングライツ・パートナーの募集方法等

ネーミングライツ・パートナーの募集は、原則公募とし、本市ホームページへの掲載等により行います。

ネーミングライツ導入の手続きについては、本市があらかじめ指定する施設等について募集要項を定め、当該要項に基づき、ネーミングライツ・パートナーを募集する場合（以下「施設等特定募集型」という。）又は民間企業等からの提案に基づきネーミングライツ・パートナーを決定する場合（以下「民間提案型」という。）のいずれかにより実施することとします。

それぞれの手法による導入までの手続きは、概ね次のとおりです。

なお、ネーミングライツ導入の妥当性の判断に当たっては、必要に応じて関係者及び市民等への意見聴取等を行うこととします。

ア 施設等特定募集型

(ア) 対象施設等の選定

※ 対象施設等の選定に当たっては、あらかじめ指定管理者等、関係者等の意向を把握します。

(イ) 募集条件（ネーミングライツ料、愛称の使用期間、愛称の命名に係る条件、愛称使用に係る費用負担等）の決定及び募集要項の作成

(ロ) ネーミングライツ・パートナーの募集

(ハ) 選定委員会による審査

(ニ) 優先交渉権者の選定

(ホ) （必要に応じて、指定管理者等、関係者等の意見聴取）

(ヘ) （必要に応じて、選定委員会による審査）

(ヒ) 優先交渉権者との協議

(フ) ネーミングライツ・パートナーの決定及び契約締結

(ク) 施設等の表示変更及び市民等への周知

(ケ) 愛称の使用開始

イ 民間提案型

- (ア) 民間企業等がネーミングライツを導入したい施設等の名称、ネーミングライツ料、愛称、愛称の使用期間等に係る考え方を提案
- (イ) 民間企業等からの提案内容について、指定管理者等、関係者等の意向を把握
- (ウ) 選定委員会による審査
- (エ) 提案に対する採用の可否の決定
- (オ) (必要に応じて、指定管理者等、関係者等の意見聴取)
- (カ) (必要に応じて、選定委員会による審査)
- (キ) 提案者との協議
- (ク) ネーミングライツ・パートナーの決定及び契約締結
- (ケ) 施設等の表示変更及び市民等への周知
- (コ) 愛称の使用開始

※ 民間提案型の場合で、本市が施設等を選定し、改めて募集を行うことにより、複数の応募が見込まれる場合等(例：大規模で知名度の高い施設など)は、選定委員会における審査の結果、手続きの途中で施設等特定募集型の手続きに転換することがあります。

※ 導入手続きのフロー図は「別紙1」のとおり

(2) 募集期間

施設等特定募集型については、応募者にとって、応募に際し十分な検討期間を確保する必要があることから、募集期間は原則として周知期間を含め、1ヶ月程度の期間を設けることとします。

(3) 現地説明会等の開催

応募予定者の検討に役立てるため、必要に応じて、現地説明会等を開催することとします。

5 ネーミングライツ料

- (1) ネーミングライツ料については、対象となる施設等の規模、利用者数、見込まれる広告効果、他の自治体の類似事例などを勘案し、施設等ごとに設定します。

また、ネーミングライツ料は金銭によることを原則としますが、維持管理等に係る資材の提供や清掃などの役務(サービス)の提供(以下「役務等の提供」という。)などを対象とする場合があります。

なお、募集に当たっての取扱いは、原則として次のとおりとします。

ア 金銭による場合

- (ア) 本市が想定する「希望価格」又は「最低価格」を公表して募集

- (イ) 本市が想定する「希望価格」又は「最低価格」を公表せず（価格提案を求める）募集

イ 役務等の提供による場合

- (ア) 本市が想定する「役務等の提供」内容を公表して募集
- (イ) 本市が想定する「役務等の提供」内容を公表せず（役務等の提供内容の提案を求める）募集

※ 上記のほか、「金銭による場合」及び「役務等の提供による場合」を組み合わせて募集する（例：原則として「金銭による場合」により募集するものの、金銭に代えて「役務等の提供」による応募も可能とする）ことも可能とします。

- (2) ネーミングライツにより本市が得た対価は、原則として当該施設等の運営・管理に活用します。
- (3) ネーミングライツ料（金銭による場合に限る。）は、原則として毎年度当初に、本市が発行する納付書により4月末日までに一括して支払うこととします。

6 契約期間

原則3年以上とします。

ただし、指定管理者制度導入（予定）施設については、指定期間を考慮し、適切な期間を設定します。

7 応募資格

応募資格を有する者は、ネーミングライツ・パートナーとしてふさわしい資力と信用を備えた法人その他の団体とします。ただし、次のいずれかに該当するものは、応募することができません。

なお、これ以外の事項についても規定する場合があります。応募資格の詳細についてはそれぞれの募集要項において定めます。

- (1) 地方自治法施行令（昭和22年政令第16号）第167条の4の規定に該当するもの
- (2) 津市建設工事等指名停止基準（平成21年4月8日施行）による指名停止を受けているもの
- (3) 国税、本社所在地における都道府県民税及び市町村税（津市内に支店等を有する場合は、本社所在地及び支店等所在地の都道府県民税及び市町村税）を滞納しているもの
- (4) 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）に基づく風俗営業その他風俗営業に類似したもの

- (5) 消費者金融に係るもの
- (6) たばこに係るもの
- (7) 賭博及び富くじ（公営競技及び公営くじを除く。）に係るもの
- (8) 法律の定めのない医療類似行為を行うもの
- (9) 手形交換所により取引停止処分を受ける等経営状態が著しく不健全なものの
- (10) 民事再生法（平成11年法律第225号）に基づく再生手続開始の申立て、会社更生法（平成14年法律第154号）に基づく更生手続開始の申立て、破産法（平成16年法律第75号）に基づく破産手続開始の申立て、会社法（平成17年法律第86号）に基づく清算の開始又は会社法の施行に伴う関係法律の整備等に関する法律（平成17年法律第87号）第64条の規定による改正前の商法（明治32年法律第48号）に基づく整理開始の申立て若しくは通告がなされているもの
- (11) 自己又は自社の役員等が次の各号のいずれかに該当するもの、及び次の各号に掲げるものがその経営に実質的に関与しているもの
 - ア 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（平成3年法律第77号）第2条第2号に規定する暴力団をいう。以下同じ。）
 - イ 暴力団員（同法第2条第6号に規定する暴力団員をいう。以下同じ。）
 - ウ 暴力団員でなくなった日から5年を経過しないもの
 - エ 自己、自社若しくは第三者の不正な利益を図る目的又は第三者に損害を与える目的をもって暴力団又は暴力団員を利用しているもの
 - オ 暴力団又は暴力団員に対して資金等を提供し、又は便宜を供与するなど、直接的若しくは積極的に暴力団の維持運営に協力し、又は関与しているもの
 - カ 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もの
 - キ 暴力団又は暴力団員であることを知りながらこれらを利用しているもの
- (12) 指定管理者制度を導入している施設にあっては、現在の指定管理者の事業目的と競合し、施設の管理運営に支障をきたす可能性があるもの（現在の指定管理者及びその関連企業は除く。）
- (13) その他、ネーミングライツ・パートナーとして適当でないと市長が認めるもの

8 愛称の条件

愛称には企業名、商品名等を冠することができます。ただし、次のすべての条件を満たすものとします。

なお、これ以外の事項についても規定する場合があります。条件の詳細はそれぞれの募集要項で定めます。

- (1) 施設等のイメージを損なうことなく、施設等の種別が容易に理解でき、市民や利用者にとって、親しみやすい、呼びやすい愛称とします。
- (2) 施設等の特性に応じて、特定の地名やキーワード等を含めるなど、各施設等の募集要項に条件を定めることがあります。
- (3) 次のいずれかに該当するものは、愛称の対象としないこととします。
 - ア 法令等に違反するもの又は違反行為を助長するおそれがあるもの
 - イ 公序良俗に反するもの又はそのおそれがあるもの
 - ウ 人権侵害となるもの又はそのおそれがあるもの
 - エ 政治性又は宗教性のあるもの
 - オ 社会問題についての主義主張に当たるもの
 - カ 個人の名刺広告
 - キ 国、地方公共団体その他公共の機関が推奨しているかのような誤解を与えるおそれがあるもの
 - ク 消費者保護の観点から有害であるもの又はそのおそれがあるもの
 - ケ 社会的批判を招くおそれのあるもの
 - コ 内容が明確でないもの
 - サ 教育的又は健康的な配慮が必要なもの
 - シ 青少年の保護及び健全育成の観点から有害であるもの又はそのおそれがあるもの
 - ス 第三者の財産権（商標権、著作権等）、プライバシー等を侵害するもの又はそのおそれがあるもの
 - セ 第三者をひぼうし、中傷し、若しくは排斥するもの又はそのおそれがあるもの
 - ソ その他市長が愛称として使用することが適当でないと認めるもの
- (4) 愛称の決定後、本市は原則として、愛称を使用することとします。ただし、愛称が定着するまでの期間等、必要があると認める場合は、愛称に加え、正式名称を併記する場合があります。

なお、愛称の使用に当たって、愛称についての知的財産権をネーミングライツ・パートナーが取得した場合においても、本市はこれを無償で使用することとします。
- (5) 愛称の導入による混乱を避けるため、契約期間中、原則として愛称の変更はできません。

ただし、やむを得ない理由により愛称を変更する必要がある場合は、本市とネーミングライツ・パートナーとで協議の上、その可否を決定するものと

します。

9 関係法令の遵守

ネーミングライツの導入による看板等への愛称の表示（字体やロゴマークの使用等）については、三重県屋外広告物条例等の関係法令を遵守することとします。詳細については、それぞれの募集要項で定めます。

10 選定方法

ネーミングライツ・パートナーの選定に当たっては、津市ネーミングライツ・パートナー選定委員会（以下「選定委員会」という。）を設置し、優先交渉権者の決定等について総合的に審査を行います。

著しく点数の低い審査項目がある場合など、本市が適当でないと認める場合には、優先交渉権者として選定しないことがあります。

なお、応募者が1者の場合であっても、選定委員会を開催し、応募者のネーミングライツ・パートナーとしての適否を決定します。

11 審査項目及び審査のポイント

主に以下の視点で審査項目等を定め、選定委員会で審査します。

なお、これ以外の事項についても規定する場合があります。審査項目等の詳細はそれぞれの募集要項に定めます。

審査項目	審査のポイント
応募者	応募資格を有しているか 応募者の経営の健全性 等
愛称	施設等のイメージや設置目的との整合性 親しみやすい、分かりやすい、呼びやすい 愛称か 等
ネーミングライツ料 (役務等の提供内容)	応募金額等の妥当性 (役務等の提供内容の妥当性)
契約期間	契約期間の妥当性
地域貢献等	地域社会への貢献の実績 本市に本店や支店を有しているか 等
その他の付帯的なサービスの 考え方 (※)	施設等の魅力向上につながる内容か 市民サービスの向上につながる内容か 提案内容の実現可能性 等

(※) 施設等の特性を踏まえ、必要に応じて設定

12 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・パートナーの決定及び契約の締結

優先交渉権者として選定した者と、契約の内容について協議が整った場合にはネーミングライツに関する契約を締結します。

なお、優先交渉権者との協議が整わず、合意に至らなかった場合には、次点者と契約の締結に向けた協議を行います。

(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・パートナーの名称、施設等の愛称、ネーミングライツ料、契約期間等を本市ホームページ等により公表します。

13 費用負担

ネーミングライツ・パートナーは、ネーミングライツ料の他、施設等に設置されている施設名の表示の変更が必要と認める場合は、別途費用を負担する必要があります。

なお、施設名の表示等の変更に係る本市とネーミングライツ・パートナーの費用負担は、原則として、次によるものとします。

区 分	市	ネーミングライツ・パートナー
敷地内外の看板等の表示変更 (※1)		○
契約期間終了後の原状回復		○
本市及び指定管理者等が作成する印刷物 (パンフレット、封筒等) (※2)	○	
本市及び指定管理者等が管理するホームページの表示変更 (※3)	○	

(※1) 敷地外や新規の看板設置等は、ネーミングライツ・パートナーが本市や関係機関等と協議を行い、必要な許可等を受けた上で行うこととします。

(※2) 愛称決定時に既に使用している印刷物は、原則としてそのまま使用します。

なお、残部数や改訂時期等を考慮し、本市が新たに作成する印刷物については、愛称を使用することとします。また、指定管理者等が作成する印刷物がある場合は、本市における取扱いと同様とすることを基本に本市が指定管理者等と調整します。

- (※3) 本市が管理するホームページについては、本市において愛称導入時に表示を変更します。また、指定管理者等が管理するホームページがある場合は、本市における取扱いと同様とすることを基本に本市が指定管理者等と調整します。

14 契約の解除

社会的信用を著しく損なうなどネーミングライツ・パートナーとしてふさわしくない認められるときは、本市はネーミングライツ・パートナーと協議の上、ネーミングライツ・パートナーの決定の取消し又は契約満了を待たず契約を解除できることとします。

なお、その場合における、原状回復に必要な費用等はネーミングライツ・パートナーが負担するものとします。また、既に納入されたネーミングライツ料は原則として返還しないものとします。

15 契約の更新

本市は契約期間満了までに、当該施設等について、ネーミングライツの継続実施の可否について判断します。

なお、愛称の変更による市民等の混乱を避けるため、当該ネーミングライツ・パートナーは、次回契約について、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や、愛称が第三者の商標権等を侵害した場合の負担は、ネーミングライツ・パートナーが負うものとします。

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・パートナーが協議し決定するものとします。

17 秘密の保持

応募内容については、ネーミングライツ導入に関する目的以外には使用しません。

18 施行時期

このガイドラインは、令和6年4月1日から施行します。

別紙1 「ネーミングライツ導入手続きフロー図」

