

彦根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

本市では、人口減少・少子高齢化の進行や厳しい財政状況などの様々な行政課題への対応が求められる現在の状況下において、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、令和元年11月に「彦根市行政改革大綱第5次」を策定いたしました。

この計画の方針として「健全な財政基盤の確立」を掲げ、ネーミングライツやふるさと納税などの取組により、歳入確保策の積極的な展開に努めることとしております。

本ガイドラインは本市におけるネーミングライツの適正な導入を図るため、基本的な考え方や方向性、募集・選定方法などの基本的な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おり、本市においては、市が所有する施設の愛称を付与する権利を売却することを「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、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、ネーミングライツの権利を取得した者を本市では「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
 - ・地域への貢献評価の向上
 - ・信頼感の醸成
- ②市・市民

- ・財源の確保による経費の節減
- ・施設の持続的な運営
- ・ネーミングライツパートナーからの提案による施設の魅力度向上
- ・市民サービス向上

3 対象施設

本市が所有する施設で、公共施設としての社会的な信頼性およ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のうち、利用者数や媒体への露出などから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を対象とします。

なお、市庁舎や小中学校は対象外とします。

また、公募等により愛称が決定し、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)対象となる施設等との親和性や地域への定着度、呼びやすさ等に配慮され、市民の理解が得られるもの
- (2)彦根市広告掲載要綱第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。

彦根市広告掲載要綱 第3条

- (1)法令等に違反するもの
- (2)公序良俗に反するもの
- (3)基本的人権を侵害するもの
- (4)政治的目的が含まれているもの
- (5)宗教的目的が含まれているもの
- (6)社会問題についての主義主張が含まれているもの
- (7)個人広告または個人宣伝となるもの
- (8)美観風致を害するもの
- (9)誇大表示、不当表示その他表現方法が不適切なもの
- (10)前各号に掲げるもののほか、市長が適当でないとするもの

- (3)特定の地名を含めるなど施設の特性により各施設の募集要項において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

市がネーミングライツを募集する施設を選定し、以下の流れにより募集するものとします。

なお、ネーミングライツの募集は原則公募とし、プロポーザル方式により実施するものとし、本ガイドラインに沿い、対象施設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。

【選定までの流れ】

- 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 (必要に応じ市民意見の聴取)
- ⑥ 契約相手方の決定と契約締結
- ⑦ 周知
- ⑧ 愛称の使用開始

6 契約期間

契約期間は原則として3年以上とします。

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、その施設の維持管理・運営経費に充てることとします。

(3) ネーミングライツ料の支払い

ネーミングライツ料は、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お支払いいただくことを基本とします。

8 応募資格

応募できる法人等は、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とします。

ただし、以下のいずれかに該当する者および彦根市広告掲載基準第 5 条に規定する業種は応募できないこととします。

なお、各施設の応募資格には施設の性格等に応じて、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(乙が個人である場合はその者を、乙が法人である場合はその役員またはその支店もしくは常時建設工事の請負契約を締結する事務所の代表者をいう。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)民事再生法(平成 11 年法律第 225 号)および会社更生法(平成 14 年法律第 77 号)による再生・更生手続中の者
- (9)各種法令等に違反している者
- (10)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
- (11)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
- (12)行政機関から行政指導を受け、改善がなされていない者
- (13)市から入札参加停止等の行政処分を受けている者
- (14)国税または地方税を滞納している者
- (15)政党その他の政治団体
- (16)宗教団体
- (17)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

彦根市広告掲載基準

第 5 条 次の各号のいずれかに該当する業種の広告は、掲載しない。

- (1)風俗営業等の規制及び業務の適性化等に関する法律(昭和 23 年法律第 122 号)第 2 条第 1 項に規定する風俗営業および同条第 5 項に規定する性風俗関連特殊営業ならびにこれらに類似する業種
- (2)貸金業法(昭和 58 年法律第 32 号)第 2 条第 1 項に規定する貸金業
- (3)たばこに関する業種

- (4)ギャンブル(当せん金付証票法(昭和 23 年法律第 144 号)に基づき発売される宝くじを除く。)に関する業種
- (5)法律に定めのない医療類似行為を行う業種
- (6)占い、運勢判断等に関する業種
- (7)興信所、探偵事務所等に関する業種
- (8)債権取立て、示談引受け等に関する業種
- (9)特定商取引に関する法律(昭和 51 年法律第 57 号)第 33 条第 1 項に規定する連鎖販売業
- (10)前各号に掲げるもののほか、市長が適当でないと認める業種

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

1.1 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。

1.2 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	○	

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。

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。

1.3 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。

1 4 契約の更新

本市は契約期間満了までに当該施設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。

1 5 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、定めのない限り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。

1 6 適用時期

このガイドラインは、令和2年7月14日から施行します。