

# 滋賀県ネーミングライツ導入ガイドライン

## 1. ネーミングライツ（命名権）導入の概要

滋賀県では、県有施設（施設全体）、県有施設内の一部分、県が実施するイベント（講座やセミナー、フォーラムなどを含む）や事業、県の備品等（以下「施設等」という。）へ、企業名や商品名、サービス名等の「愛称」を付与する権利（以下「ネーミングライツ」という。）を売却し、その対価を活用して、施設や事業の安定的な運営、県民サービスの充実・向上を図るとともに、権利取得者（以下「ネーミングライツパートナー」という。）の社会貢献や認知度向上、事業活動の促進等につなげ、協働型の行政運営と地域の活性化をめざす、ネーミングライツ導入を進めています。

## 2. 導入についての考え方

県民、ネーミングライツパートナー、県（行政）が、「三方よし」となることを理念として、ネーミングライツを導入しています。

### (1) ネーミングライツパートナー

#### ① 認知度向上・PR効果

命名した「愛称」が、県民サービスや事業、広報等を通じてメディアや県民へ発信されることで、企業名や商品名の認知度向上やPR効果につながります。

#### ② 地域社会における信頼感等の醸成

公的な施設等へ「愛称」を付与することで、県民や利用者がネーミングライツパートナーや商品等を身近に感じるようになり、信頼感等の醸成につながります。

### (2) 県民（県）

#### ① 施設・事業の安定運営

ネーミングライツの対価を活用することができ、施設や事業の安定運営につながります。

#### ② サービス・利便性の向上

施設や事業の安定運営により、利用者等へのサービスや利便性向上に繋げることができます。

## 3. ネーミング（「愛称」）に対する考え方・要件

「愛称」の付与により、本県の条例等に定める正式な施設等の名称を変更するものではありませんが、条例等で名称を定めておらず、かつ、対象となる施設等の管理者や実施者が管理・運営上支障がないと判断した施設等については、正式名称を変更することも可能とします。

「愛称」は、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たものであって、滋賀県広告等事業実施要綱第5条第1項各号<sup>\*</sup>に該当しないものを選定の要件とし、県は施設等の性質等を鑑み、公募の段階で、内容の制限や一定の条件を付すことができるとします。

イベントや事業等については、実施する目的や意図が不明確になり、参加者等が困惑するような「愛称」の付与は不可とし、必要に応じて提案者と協議するものとします。

また、既存名称を重視し、企業名や商品名等の「愛称」を積極的に付与しないような申込み

や提案のとおり選定された場合には、社会的な信頼性や公平性を大きく損なうおそれのない範囲で、発信媒体や印刷物へのネーミングライツパートナーの紹介、商品の説明等を反映するなど、選定候補者とも十分に協議のうえ、柔軟に対応するものとします。

※滋賀県広告事業等実施要綱第5条第1項各号（抜粋）

- (1) 法令等に違反するものまたはそのおそれがあるもの
- (2) 公序良俗に反するものまたはそのおそれがあるもの
- (3) 人権侵害となるものまたはそのおそれがあるもの
- (4) 政治性または宗教性のあるもの
- (5) 社会問題についての主義主張にあたるもの
- (6) 誇大または虚偽であるもの
- (7) 不当な比較またはひぼう中傷となるもの
- (8) 県が推奨しているかのような誤解を与えるもの
- (9) 美観風致を害するおそれがあるもの
- (10) 公衆に不快の念または危害を与えるおそれがないもの
- (11) 青少年の健全育成にとって有害であるものまたはそのおそれがあるもの
- (12) 内容およびその責任の所在が不明瞭なもの
- (13) その他、広告等として不適當であると実施部局長が認めるもの

#### 4. ネーミングライツパートナー選定までの流れ

募集の種類と選定までの流れについて示します。

なお、選定にかかる必要書類や審査基準等については別途定め、公表するものとします。

##### <募集の種類と選定までの流れ>

###### (1) 「施設特定」型

県が選定した施設について県が募集要項を定め、ネーミングライツパートナーを募集し、選定するもので、契約期間を3年を超えかつ、年額100万円を超える希望条件を設定するもの。

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

###### (2) 「施設等提示×提案」型

県が施設等（(1)の施設以外の施設を含む）の概要、希望する対価および希望する契約期間を提示し、特典や条件等の提案を受け、ネーミングライツパートナーを選定するもので、希望する契約期間を3年以下または、対価を年額100万円以下に設定するもの

- ①対象施設等の提示
- ②ネーミングライツパートナーおよび、提案の募集
- ③審査

※提案のあった施設等について、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。

- ④契約相手方の決定と契約締結
- ⑤愛称の使用開始

### (3) 「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
- 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

### (4) 組合せによる提案

(2) および(3)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。

## 5. 契約期間

ネーミングライツの契約期間の設定については、「愛称」を付与する施設等の性質もふまえて、愛称変更に伴う認知度の定着や、県民や利用者の利便性、案内環境整備にかかる費用等の観点などを踏まえて判断するものとします。

例えば、イベント（講座やセミナー、フォーラム等を含む）や施設の一部（施設内のホールや会議室など）等については、愛称の継続性にも配慮する必要がある一方で、様々なパートナーとの協働により実施することの話題性や、PR効果等も契約期間の設定の判断材料の一つとすることもあります。

以下、施設等の類型と契約期間の目安を示しますが、申込者や提案者等から、県の希望する期間と異なる期間の提案等があった場合は、前述の観点もふまえ、県の審査過程における議論を経て、必要に応じて提案者とも協議し、双方が合意した期間とします。

また、契約期間満了後に改めて募集を行う予定であっても、施設は契約期間満了前1年前から6か月前まで、施設以外は契約期間満了前1年前から3か月前まで（契約期間が3年を超えるものは除く）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、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。

なお、契約更新の合意があった場合は、案内環境整備や印刷物等への反映等の影響も考慮し、県は速やかに周知するものとします。

#### <施設等の類型と契約期間の目安>

- ① 県が保有する施設・・・・・・・・・・3年超
- ② 県が保有する施設の一部・・・・・・・・3年以下  
※愛称変更により利便性等を大きく損なう恐れがあるものは3年以上
- ③ 県が実施する事業・イベント等・・・・・・・・協議により決定
- ④ 県の備品・・・・・・・・・・・・・1年以上
- ⑤ その他提案があったもの・・・・・・・・県の審査を経て双方が合意（必要に応じて協議）した期間

※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。

※年度途中で選定された場合は、申込者（提案者）と協議のうえ、1年未満とすることが可能です。

#### 6. ネーミングライツの対価（ネーミングライツ料）と活用用途

県がネーミングライツの対価として希望する金額は、本県または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、施設の管理運営、市場価値（企業等の意見を含む）等を勘案して設定しますが、希望額を下回る額により申込みや提案をいただくことも可能とし、審査過程で総合的に勘案し、判断します。

なお、県は施設等の各類型別に、以下の用途により活用していくことを原則とします。

#### <施設等の類型とネーミングライツ料の活用用途の原則>

- ① 県が保有する施設・・・・・・・・・・施設の管理運営（利便性向上を含む）費
- ② 県が保有する施設の一部・・・・・・・・施設の管理運営（利便性向上を含む）費、事業費  
※愛称変更により利便性等を大きく損なう恐れがあるものを除く
- ③ 県が実施する事業・イベント等・・・・・・・・事業費
- ④ 県の備品・・・・・・・・・・・・・維持管理費、備品を活用した事業費
- ⑤ その他提案があったもの・・・・・・・・提案者と協議のうえ、活用用途を決定

#### 7. ネーミングライツパートナーの要件（応募資格）

応募資格は、以下に該当する法人および、滋賀県広告事業等実施要綱第5条第2項各号に規定する業種および事業者を除くとともに、当該規定以外でも、施設等の性格等から所管部局等が定める基準等により、応募資格を制限することがあります。

また、ネーミングライツパートナーとなることを希望する者が依頼する代理業務を行う広告代理店が応募することも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、県における一般競争入札の参加を制限されている法人
- ② 滋賀県から指名停止措置を受けている法人
- ③ 直近の1年間に国税または地方税を滞納している法人
- 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）等に基づく更生または再生手続きを行っている法人
- ⑤ 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。）、暴力団または暴力団員（同法第2条第6号に規定す

る暴力団員をいう。)と密接な関係を有する法人、役員等に暴力団員または暴力団もしくは暴力団員と密接な関係を有する者がいる法人および暴力団員または暴力団もしくは暴力団員と密接な関係を有する者がその経営に実質的に関与している法人

滋賀県広告事業等実施要綱第5条第2項各号

- (1) 風俗営業等の規制および業務の適正化等に関する法律（昭和23年法律第122号）により、風俗営業と規定される業種
- (2) 消費者金融
- (3) たばこに係るもの
- (4) ギャンブル（宝くじを除く）に係るもの
- (5) 法律に定めのない医療類似行為を行う事業者
- (6) 各種法令に違反しているもの
- (7) 行政機関からの行政指導を受け、改善がなされていないもの
- (8) 社会問題を起こしている業種や事業者
- (9) その他、実施部局長が適当でないとするもの

## 8. 募集手続き

### (1) 「施設特定」型

#### ① 募集要項の作成

県は、施設等の概要や施設等利用者数等を明示し、募集に際し必要な事項について、対象施設等毎に募集要項等を作成します。

#### ② 募集期間

原則30日以上とします。県のホームページや報道機関への資料提供等を通じて周知します。募集期間中に応募がなかった場合は、随時受付に移行することを検討します。

#### ③ その他

原則、公募により行うこととします。

施設等の現況や現地確認など、検討される者の希望に柔軟に対応することとします。

### (2) 「施設等提示×提案」型

#### ① 募集施設等の一覧および募集要項の作成

県は、施設等の一覧および概要を明示し、募集に関する事項について、要項等を作成します。

#### ② 募集期間

情報を公開し、随時提案を受け付けることとします。

#### ③ その他

施設等の現況、現地確認など、検討される者の希望に柔軟に対応することとします。

### (3) 「提案」型

#### ① 募集要項の作成

募集に関する事項について、要項等を作成します。

## ②募集期間

随時提案を受け付けることとします。

※事業・イベント等については、当該事業年度予算にかかる県議会の議決を前提とする場合があります。

## 9. ネーミングライツパートナーの選定

### (1) 「施設特定」型

県は、募集期間内に応募があった場合、選定委員会を設置し、公表している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。

応募者が1者の場合は、選定委員会事務局においてあらかじめ選定基準への適否を確認のうえ、選定委員全員の了承のもとで、選定候補者と契約交渉を実施します。

#### 《「施設特定」型にかかる選定基準の例》

- ・愛称の妥当性（呼びやすさや親しみやすさ）
- ・ネーミングライツの対価
- ・応募者の経営の安定性
- ・契約期間
- ・応募者の地域社会への貢献等に対する理念や考え方

### (2) 「施設等提示×提案」型

県は、提案があった場合、選定委員会を設置し、以下の選定基準および、必要に応じて設ける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。

応募者が1者の場合は、選定委員会事務局においてあらかじめ選定基準への適否を確認のうえ、選定委員全員の了承のもとで、選定候補者と契約交渉を実施します。

#### 《「施設等提示×提案」型にかかる選定基準》

- ・愛称の妥当性（呼びやすさや親しみやすさ）
- ・ネーミングライツの対価
- ・提案内容
- ・契約期間
- ・応募者の地域社会への貢献等に対する理念や考え方

### (3) 「提案」型

県は、提案があった場合、選定委員会を設置し、以下の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。

提案が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。なお、ネーミングライツの導入の妥当性の判断にあたっては、県民意見等の聴取を行うことがあります。

### 《「提案」型にかかる選定基準》

- ・愛称の妥当性（呼びやすさや親しみやすさ）
- ・ネーミングライツの対価
- ・提案内容（ネーミングライツの導入対象としての妥当性を含む）
- ・契約期間
- ・応募者の地域社会への貢献等に対する理念や考え方

## 10. ネーミングライツパートナーの決定および契約締結

### (1) ネーミングライツパートナーの決定・公表

第1順位の選定候補者と契約条件の細部について合意したのち、ネーミングライツパートナーとして決定し、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内容等について、県ホームページや報道機関へ情報提供等により公表します。

なお、選定の日から30日以内に合意しなかった場合は、当該期限の最終日から7日間の期日を設け、選定候補者に対し、交渉継続の意向を確認することとし、交渉継続の意思表示がなかったとき、あるいは、契約の合意までさらに30日以上を要することが確認されたときは、双方合意のうえで交渉を打ち切り、第2順位の候補者と協議を開始します。

### (2) 契約の締結

別途示す「滋賀県〇〇ネーミングライツ契約書（案）」に、合意内容を反映し、契約を締結するものとします。

また、契約を締結したネーミングライツパートナーは、次回契約の優先交渉者となることができます（「5. 契約期間」参照）。その際は、応募時の提出書類に準じた資料のうち、変更があった部分および、県が確認を必要とする資料等の提出を求めます。

## 11. ネーミングライツパートナーに対する特典

県は、ネーミングライツパートナーに対し、提案や希望などを参考に、それぞれの施設等毎にネーミングライツ以外の特典や優先して対応する内容等を付与することができます。

特典を検討する際には、愛称の普及だけではなく、企業名やロゴ等を紹介する機会等についても検討するとともに、県民サービス向上の視点から付随的な効果を高める工夫を行うなどにより、ネーミングライツ導入による効果を高めるよう努めるものとします。

(例)

- ・看板等の変更（企業名や企業ロゴ、事業所・店舗の位置情報等の追記を含む）
- ・新規に作成する施設パンフレットの記載変更
- ・イベント開催周知や報道機関への情報提供、県ホームページでの広報等における愛称の使用
- ・正式名称を併せて変更

## 12. 愛称付与に伴いネーミングライツパートナーが負担する費用

### (1) 看板等

施設案内の看板や道路標識等は、県、関係機関、ネーミングライツパートナーが協議のうえ、変更可能なものについて表示の変更を行うものとし、変更にかかる費用は、ネーミングライツの対価とは別に、ネーミングライツパートナーが負担するものとします。

なお、「施設特定」型については、可能な限り、変更の必要性等が必要となる可能性のあるものを、募集要項等で示すものとします。

また、新規に看板等を設置する場合は、その設置の可否について、県、関係機関、ネーミングライツパートナーが協議するものとし、設置にかかる費用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。

なお、契約期間終了後の原状回復に係る費用については、ネーミングライツの対価とは別に、ネーミングライツパートナーが負担するものとします。

## (2) 印刷物やホームページの表示変更

愛称付与に伴い、新規に作成する印刷物やホームページについては、原則、愛称を用いるものとし、その費用は印刷物の作成者、ホームページの管理者が負担するものとします。

## 13. 契約の解除

ネーミングライツパートナーの決定後、申込み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および、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県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して適当でないと認められるときは、県は決定の取り消しまた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が負担することとします。

## 14. 適用時期

このガイドラインは、2019年4月1日から施行します。



## ネーミングライツパートナーの選定について

ネーミングライツパートナーの選定に関し、滋賀県ネーミングライツ導入ガイドライン、ネーミングライツパートナー募集要項および審査基準に定めのない事項について、以下のとおり定める。

### (1) 選定委員会の設置について

ネーミングライツは、平成 20 年 4 月 9 日付け総務部長通知「県有資産等の有効活用の一環としての広告等事業の導入について」において、広告事業の対象とされていることから、同通知に基づき財政課から示されている「滋賀県〇〇部広告等選定委員会設置要綱（案）」により、所管部局において要綱を作成し、選定委員会を設置することを基本とする。

ただし、所管部局において必要と判断する場合は、別途、ネーミングライツに係る選定委員会を設置することができるものとする。

### (2) 選定委員会の委員について

ネーミングライツに係る選定委員会を別途設置する場合は、以下の例を参考に委員を選任するものとする。

(委員構成の例)

|     |          |
|-----|----------|
| 委員長 | 〇〇部（局）次長 |
| 委員  | 〇〇部幹事課長  |
| 委員  | 施設所管課長   |
| 委員  | 広報課長     |
| 委員  | 行政経営推進課長 |

### (3) 外部有識者等の意見の聴取について

審査に係る専門性および客観性等を補完するため、選定委員会の開催に先立ち、必要に応じて外部有識者等から意見を聴取するものとし、この取扱いは、応募が 1 者の場合も同様とする。

(意見聴取先の例)

| 相手方        | 聴取のポイント                  |
|------------|--------------------------|
| 税理士、公認会計士  | 応募者の財務状況                 |
| 指定管理者      | 施設管理者としての意見              |
| 利用者団体、関係団体 | 利用者、関係者意見                |
| 関係市町       | 地元意見                     |
| 学識経験者      | 県立施設の命名者としての妥当性、地域貢献の評価等 |

### (4) 審査基準について

審査は、募集時に公表する「〇〇ネーミングライツパートナー審査基準」により行うものとする。

## 〇〇ネーミングライツパートナー審査基準（例）

### 1. 審査方法

#### (1) 応募資格等審査

申請書類を受理された者が募集要項3の「応募資格」を満たしていること、および、提案された愛称案が募集要項2の(4)の「命名条件」を満たしていることを確認するため、所管課において事前審査を行い、その結果を選定委員会に報告することとし、選定委員会は、その結果を踏まえて審査し、応募条件を満たしていないと判断された者は、選定対象外とします。

#### (2) 加点項目審査

- 選定委員は、(1)の応募資格等審査の結果、応募条件を満たしていると判断された応募者を対象として、「2. 審査項目、審査ポイントおよび配点」の審査項目に基づいて得点化し、最高得点をつけた委員数が最も多い応募者を第1順位候補者として選定します。
- 最高得点をつけた委員数が同数の場合は、得点化した点数を応募者ごとに合算し、最も高い得点となった応募者を第1順位候補者とします。
- 合算した得点が同点で、最も高い得点となった応募者を選定できない場合は、審査項目「ネーミングライツの対価」の得点が最も高い応募者を第1順位候補者として選定します。
- 応募が1者の場合は、選定委員の点数を合算し、配点合計の6割以上の得点となった応募者を選定します。
- 審査項目のうち、「経営の安定性」は契約期間を3年を超えるものに適用し、契約期間が3年以下となるものは「経営の安定性」の審査に変えて「提案内容」の審査を行うものとします。

### 2. 審査項目、審査ポイントおよび配点

| 審査項目                | 審査ポイント   | 配点  |
|---------------------|--|-----|
| 愛称案                 | 県民にとっての親しみやすさ、わかりやすさ<br>地域への定着度、施設の設置目的やイメージとの<br>整合 | 20  |
| ネーミングライツの対価         | 応募金額の妥当性、相対評価  | 40  |
| 経営の安定性<br>(契約期間3年超) | 財務状況から見た経営の安定性<br>ネーミングライツ料の支払い能力                    | 20  |
| 提案内容<br>(契約期間3年以下)  | 提案の独創性、創造性<br>対象施設等と提案内容との親和性                        |     |
| 契約期間                | 契約期間の妥当性、相対評価  | 10  |
| 地域貢献への考え方や実績<br>等   | 地域貢献や〇〇の振興等に対する理念、活動実績<br>および、今後の計画                  | 10  |
| 合計                  |  | 100 |

### 3. 応募者が1者かつ、応募金額が県の希望額と比較して低額となった場合について

応募が1者のみで、応募金額が、県の希望金額の50%未満となる場合（審査項目「ネーミングライツの対価」における配点40点に対し、20点未満となる場合に相当）は、候補者として選定しません。

#### 4. 評価方法

| 審査項目   | 評価方法   |
|--|--|
| 愛称の妥当性<br>経営の安定性<br>(契約期間3年超)<br>提案内容<br>(契約期間3年以下)<br>地域貢献等 | 「2. 審査項目、審査ポイントおよび配点」について、<br>「5. 判断基準」により評価ランクを判断し、得点化する。   |
| 審査項目   | 評価方法   |
| ネーミングライツの対価  | <p>①応募金額（年額）が最高である者を1位として、満点の40点を付与する。</p> <p>②①以外の応募金額の場合は、1位の金額（最高応募金額）を用いて、下記により算出する。（小数点以下第1位を四捨五入して算出。）</p> <p>③応募が1者のみの場合で応募金額が県希望金額未満の場合は、最高応募金額を県希望金額に置き換えて算出する。</p> <p>(算定式) 得点 = 40点 × 当該応募金額 / 最高応募金額</p> <p>(算出例① 応募者が複数の場合)</p> <p>A者：応募金額500万円（応募者中、最高金額） 得点40点</p> <p>B者：応募金額300万円</p> <p>得点 40点 × 300万円 / 500万円 = 24点 得点24点</p> <p>(算出例② 応募者が1者で応募金額が県希望金額未満の場合)</p> <p>県希望金額 500万円 応募金額 400万円</p> <p>得点 40点 × 400万円 / 500万円 = 32点</p> |
| 契約期間   | <p>①応募時の契約期間が県の希望する契約期間どおりに申込み（提案）であった場合は満点の10点を付与する。</p> <p>②①以外の契約期間による応募があった場合は、下記により加点を算出することとし、10点を超える場合は、10点とする。</p> <p>※端数がある場合は、小数点第一位を四捨五入する。</p> <p>(算定式) 10点 × (応募時の提案契約期間 / 県の希望する契約期間)</p> <p>(算出例①)</p> <p>応募時の提案契約期間 5年 県の希望する契約期間 4年</p> <p>10点 × 5/4 = 得点 12.5点</p> <p>(算出例②)</p> <p>応募時の提案契約期間 2年 県の希望する契約期間 4年</p> <p>10点 × 2/4 = 得点 5点</p>   |

#### 5 得点の判断基準

| 加点項目に係る評価の判断基準            | 評価 | 得点 |
|---------------------------|----|----|
| 審査ポイントが優れている              | A  | 20 |
| 審査ポイントがやや優れている            | B  | 15 |
| 審査ポイントが標準的である             | C  | 10 |
| 審査ポイントがやや劣っている            | D  | 5  |
| 審査ポイントが劣っている（加点水準に達していない） | E  | 0  |