

坂井市ネーミングライツ導入に関するガイドライン

令和2年 1月16日 制定

令和2年 5月21日 一部改正

令和6年11月 1日 一部改正

趣旨

このガイドラインは、坂井市有料広告掲載に関する要綱(以下「要綱」という。)にかかるネーミングライツ事業を実施するにあたり、その基本的な考え方・事務手順をまとめたものです。

なお、ネーミングライツの募集は、坂井市有料広告掲載基準(以下「掲載基準」という。)及び本ガイドラインに従って、各施設の所管課が募集要項を作成し、実施するものとします。

ネーミングライツの概要と導入の目的

(1) ネーミングライツの概要

ネーミングライツとは、一般的には、本市が所有する公共施設等に企業名や商品のブランド名などを冠した愛称を付与する権利を民間事業者等(ネーミングライツパートナー)に与えることで、本市はその対価(ネーミングライツ料)を得ようとするものです。

なお、ネーミングライツは、条例で定める施設の名称を変更するものではありません。また、施設の所有権、経営権には影響を与えないものとします。

(2) 導入の目的

新たな自主財源(ネーミングライツ料)を獲得し、施設経営に充当するとともに、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。

導入の効果

(1) ネーミングライツパートナーへの効果(パートナーメリット)

① 自社の広告・宣伝効果

企業広告の施設内掲示や、イベントの開催等を通じて命名した愛称がメディア(テレビ・ラジオ・新聞等)へ露出されるなど、広告効果が期待できます。

② 地域・社会貢献によるイメージアップ効果

上記①のほか、企業名を冠したイベントや市とのタイアップイベントの実施などにより、地域の経済、観光、産業の活性化が図られ、企業のイメージアップの効果が期待できます。

③パートナー特典の設定

ネーミングライツパートナーに対する施設利用料の減免や商品販売ブースの設置許可など、パートナー特典を設置できることとします。なお、パートナー特典の詳細は、施設の特性を踏まえ、ネーミングライツパートナーとの契約時の協議事項とします。

(2)市・市民への効果

①新たな財源(ネーミングライツ料)確保

施設の運営・維持管理や事業実施のための安定的な財源確保につながります。

②施設の魅力・サービスの向上

企業主催イベントや、メディアへの露出など、施設の魅力、サービスの向上が期待できます。

導入までの流れ

(1)既存施設等を募集する場合

① 民間事業者等からの提案書の受付



② 利用者・市民への意見聴取



③ 坂井市行政改革推進本部会議による導入の可否の審査(期間、設計額等、公募・非公募の別)→ 不採用



④ 採用【議会報告(募集施設、期間、設計額、公募・非公募等)】



⑤ 公募(非公募)による募集



⑥ 審査委員会による審査(候補者選定)



⑦ 候補者決定【議会報告】



⑧契約締結

※①に係る提案書受付は財務部財政課で対応し、②以降は所管課で対応します。

※坂井市行政改革推進本部会議(以下「行政改革推進本部会議」という。)は、坂井市行政改革推進本部設置要綱(平成18年坂井市訓令第33号)に基づき設置している内部組織です。

※公募・非公募による募集の別について

提案された施設をネーミングライツ導入の対象と判断した場合は、公平・公正を期すた

め、原則、公募による募集を行うこととしますが、複数の応募が見込まれないと判断した場合や指定管理者による提案の場合は、非公募により応募者を優先交渉者としても差し支えないこととします。ただし、その際も募集要項による募集は行うこととします。

(2) 新規施設を設置前に募集する場合

- ① 対象施設の決定(市長・副市長・(教育長)協議)
↓
- ② 議会報告(募集施設、期間、設計額、公募・非公募等)
↓
- ③ 公募(非公募)による募集
↓
- ④ 審査委員会による審査(候補者選定)
↓
- ⑤ 候補者決定【議会報告】
↓
- ⑥ 契 約 締 結

(3) 期間満了による更新の場合

- ① 現パートナーの意向等確認 ————— NO —————→ (2)①へ
↓ YES
- ② 市長決裁にて条件を決定
↓
- ③ 現パートナーと更新交渉 ————— NO —————→ (2)①へ
↓ YES
- ④ 候補者決定【議会報告】
↓
- ⑤ 契 約 締 結

＜スケジュール：(1)で1月～2月に提案があった場合の例＞

1月～2月	ネーミングライツ施設の提案
2月	利用者・市民への意見聴取
3月初旬	行政改革推進本部会議：導入の可否
3月中旬～下旬	議会報告(委員会・全協)：募集開始の報告
4月1日～4月下旬	募集期間
5月初旬	審査委員会：選定
選定後～5月30日頃	優先交渉者との協議
6月1日～6月25日頃	次点交渉者との協議※優先交渉者と合意に至らない場合のみ
6月中旬～下旬	議会報告(委員会・全協)：開始の報告
議会報告後速やかに	ネーミングライツパートナー契約
契約後～最大3か月	愛称表示の準備(看板・印刷物等)
準備終了後	愛称の使用開始(ネーミングライツ料の発生)

対象施設・工作物

市が所有する公共施設及び道路・橋梁・公園等工作物(以下「対象施設等」という。)を対象とします。また、公共施設を構成する 1 施設「(例)三国運動公園内の野球場等」に限定した募集も可能とします。ただし、庁舎・学校・保育所・歴史的構造物等、社会的な信頼性においてネーミングライツがふさわしくないと判断できる対象施設等は除きます。また、指定管理施設の場合、指定管理者の了承を得られない場合も対象から除くものとします。

※社会的な信頼性の判断として、利用者や市民から意見を聴取します。

※ネーミングライツの対象として適当かどうかは、行政改革推進本部会議において判断します。

※指定管理者の了承は、必ず書面(任意様式)にて行うこととします。

愛称

(1)愛称の条件

- ・市民や利用者にとって親しまれ、かつ施設の設置目的にふさわしいものとします。
- ・対象施設等の特性によって、市が一定の条件(地名・特定のキーワード等)を付して愛称を募集することができるものとします。

(例)「愛称の一部に「〇〇」(ひらがな・アルファベット等表記も可)を含まなければならない」

・原則として、一度付けた愛称は、契約期間内に変更はできません。

・愛称が市民に定着するまでの間(最長で 1 年間)は、施設の正式名称を併記する措置を講じることができるものとします。

(2)使用を禁止する愛称

・要綱第3条及び掲載基準第5条に該当するもの。ただし、法人の名刺広告は除く。

(例) ・差別的な表現その他不当な差別につながる表現等を含み、基本的人権を侵害するもの又はそのおそれのあるもの

・法令等に違反しているもの又はそのおそれがあるもの

・政治性や宗教性があるもの

・犯罪を誘発する恐れのあるもの など

ネーミングライツ料

(1)設計にあたっては、民間事業者からの提案額、市民等の意見、対象施設等の知名度、利用状況、維持管理運営費用、他の自治体の類似施設等を参考に所管部局にて施設ごとに募集の都度、決定します。

なお、設計額には、次のいずれかの方式を設定し、募集の際は、応募者にわかるように表記すること。ただし、設計額を公表せずに、設定した方式のみ公表し、募集することも可とします。

・「希望価格」方式……その額未満の応募も認める

・「最低価格」方式……その額未満の応募は認めない

(2)ネーミングライツ料の発生・終了が年度途中になる場合、当該年度のネーミングライツ料は月割により按分計算とします。ただし、契約時の協議事項として、契約期間総額のネーミングライツ料の範囲内で、各年度のネーミングライツ料の変更を行うことを可能とします。

(3)納付は、原則、当該年度分を全納とし、市が指定する期日までに納入することとします。

契約期間

契約期間は、対象施設等名称が短期間で変わり、混乱が生じることを避ける一方、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する必要があることから、概ね5年以上で設定(提案させることも可)することとします。なお、当該施設の大規模改修・更新時期等も鑑み、設定すること。

ネーミングライツパートナーの要件(応募資格)

概ね次の条件を満たす者としてします。

- (1)本市のネーミングライツパートナーとしてふさわしい資力及び信用を備えた法人であること。
- (2)次に掲げる者でないこと。
 - ・掲載基準第4条に該当する者
 - ・暴力団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条に掲げる暴力団及びそれら利益となる活動を行う者
 - ・拘禁刑以上の刑を受け、その執行を終わるまで又はその執行を受けることがなくなるまでの者
 - ・坂井市政治倫理条例(平成 19 年条例第 1 号)第4条に該当する者

募集手続

(1)募集要項の作成

対象施設等の所管課において、募集要項(様式)に従い、募集要項を作成します。なお、募集要項作成の際は、次の点について留意してください。

- ・屋外広告物所管課及び、財政課へ協議すること
- ・対象施設等の魅力や価値(事業・イベント・年間利用状況等)をわかりやすく表現するよう配慮すること

(2)募集期間

応募者にとって、十分検討できるよう募集期間は、概ね1カ月程度の期間を設けるよう心掛けてください。

※募集前に募集する旨の議会報告を行ってください。

審査委員会

(1)審査委員会の設置

審査委員会を次のとおり設置します。

- ・審査委員会の委員は10人以内とし、市長が指名する部長をもって充てるほか、市長が必要と認める者を充てることができる。
- ・審査委員会の会長はネーミングライツ実施所管部長が務め、その庶務はネーミングライツ実施所管課が行う。
- ・会長に事故があるとき、又は会長が欠けたときは、あらかじめ会長が指名する委員がその職務を代理する。

- ・審査委員会の会議は、会長がその議長となる。

(2) 審査委員会の審査事項

審査委員会は、優先交渉者の決定、次点交渉者の決定について審査します。

審査・選定方法

審査・選定方法は、次のとおりとします。なお、詳細は別に定めることとします。

【行政改革推進本部会議】

(1) ネーミングライツ導入の可否

ネーミングライツ導入の可否にあたっては、次の点について確認審査を行います。

- ・ネーミングライツ対象施設等としてふさわしいか
- ・ネーミングライツ料はガイドラインに沿って設定されているか
- ・契約期間の設定は妥当か
- ・募集方法を公募とするのか、非公募とするのか

【審査委員会】

(2) 優先交渉者・次点交渉者の決定

優先交渉者の選定にあ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総合的に審査し、優先交渉者・次点交渉者を決定します。応募者が1者の場合でも、その応募者が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の審査をし、優先交渉者を決定します。

優先交渉者は、市が契約に係る交渉をする権利を得ますが、その交渉が不調に終わった場合、次点交渉者に市と交渉をする権利が譲渡されます。

(3) 審査基準

次の5項目について、配点し審査するものとします。また、合計点は、配点の幅により調整し、100点としてください。

① 契約条件(配点の幅:40～60点)

- ・契約期間の妥当性
- ・応募金額の妥当性

② 法人経営(配点の幅:10～30点)

- ・経営規模の妥当性
- ・財務状況の安定性

③ 愛称(配点の幅:10～30点)

- ・市民にとって親しまれるか

- ・施設の設置目的にふさわしいか
- ④地域社会への貢献(配点の幅:10点)
 - ・活動実績及び今後の計画の妥当性
- ⑤提案者加算(配点の幅:10点)
 - ・募集に至った提案者に対する加点

ネーミングライツパートナーの決定

審査委員会で決定した優先交渉者と細部について協議・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、あらかじめ設けた契約前協議期間中に合意に至ることができなかった場合は、次点交渉者と協議を行うこととします。

なお、審査委員会の結果は、速やかにネーミングライツパートナーに報告することとします。

契約の締結と公表

- (1) 最長、1 カ月間の契約前協議期間を設け、主に次のことについて協議を行います。

- ・パートナーメリットの設定
- ・ネーミングライツ導入に伴う看板等広告物の変更
- ・企業主催イベント、共催イベント
- ・ネーミングライツ料の年度別支払額の設定
- ・契約締結時の公表方法

- (2) 合意に至った場合、議会への報告を行った後、契約の締結を行います。また、速やかにネーミングライツパートナーの名称・愛称・ネーミングライツ料・契約期間等をメディアに発表するとともに、ホームページ・広報紙等を通じて公表します。

なお、必要に応じて、調印式や共同記者会見などを設定することとします。

ネーミングライツ導入に係る費用負担の考え方

要綱第12条の規定に従い、原則として、次の表によるものとし、募集要項で定めることとします。なお、施設の特性により、これ以外の事項が生じた場合は、双方協議のうえ、契約書等で定めることとします。

費用負担の区分	市	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費用 ※1		○
契約期間終了後の原状復帰費用		○
パンフレット・封筒等の市の印刷物や市ホームページの表示変更 ※2	○	
市に起因する契約解除にかかる費用	○	
ネーミングライツパートナーに起因する契約解除に係る費用		○

※1 敷地内外の表示の変更は、市や関係機関と協議のうえ、変更可能な表示について行います。また、新規看板等の設置については、設置の可否も含めて協議します。

※2 残部数等を考慮のうえ、切り替え時期などを協議します。

契約の解除

契約締結後、次の事項に該当する場合、契約を解除することができることとします。

- (1) ネーミングライツパートナーの起因によるもの
 - ・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
 - ・要綱第10条の規定に該当するとき など
- (2) 市の起因によるもの
 - ・対象施設等が長期間の休業を余儀なくされたとき など

契約の更新

- (1) 更新する際は、現ネーミングライツパートナーと優先交渉することができることとします。その際の条件は、現契約内容及び市長決裁において定めた条件を基準として交渉にあたることとします。
- (2) 更新が不調に終わった場合、原則として、公募による募集を行うこととします。ただし、公募しても応募が見込まれないと判断できる施設の場合は、この限りではないこととします。

その他

- (1)このガイドラインは、財務部財政課が所管します。
- (2)このガイドラインは、ネーミングライツの運用状況及びその他の状況に応じ、適宜、見直すこととします。
- (3)ネーミングライツに関することで、本ガイドラインによりがた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。

附 則(令和 2 年 1 月 16 日)

このガイドラインは、令和 2 年 1 月20日から施行する。

附 則(令和 2 年 5 月 21 日)

このガイドラインは、令和 2 年 5 月21日から施行する。

附 則(令和 6 年11月1日)

このガイドラインは、令和 6 年11月1日から施行する。

坂井市有料広告掲載に関する要綱（抜粋）

平成21年11月18日
坂井市告示第197号

（目的）

第1条 この告示は、坂井市（以下「市」という。）が保有する資産（市の発行する印刷物及び市のホームページ等を含む。以下「市資産」という。）を広告媒体として有効活用し、民間事業者等の広告を掲載する事業を実施することにより、民間事業者等の事業活動を促進し、地域経済の活性化を図るとともに、市の新たな財源を確保することを目的とする。

（用語の定義）

第2条 この告示において、次の各号に掲げる用語の意義は、当該各号に定めるところによる。

（1）広告媒体 次に規定する市資産のうち広告掲載が可能なものをいう。

ア 広報さかい

イ 市ホームページ

ウ 各種封筒

エ 市有施設

オ その他広告媒体として活用できる資産で市長が定めるもの

（2）広告掲載 広告媒体に民間事業者等の広告を掲載することをいう。

（3）広告事業 市資産を広告媒体の用に供し、これに伴う広告料を徴収することをいう。

（4）ネーミングライツ事業 第1号エの広告媒体に民間事業者等が特定の名称を付与し、広告料を徴収することをいう。

（広告事業の範囲）

第3条 広告事業の実施に当たっては、広告媒体が有する市資産としての本来の目的に支障を生じさせないようにするとともに、当該広告事業の公共性に鑑み、社会的な信頼性及び公平性を損なうことのないよう十分配慮するものとする。

2 広告媒体に掲載できる広告に関する基準は、別に定める。

第4条～第9条 略

（広告掲載の中止等）

第10条 市長は、第7条第1項の規定に基づく広告掲載許可決定の通知後において、次の各号のいずれかに該当するときは、当該決定を取り消すことができる。

（1）指定する期日までに広告掲載料を納入しなかったとき。

（2）指定する期日までに掲載する広告原稿の提出がないとき。

（3）広告主が市の信用を失墜し、業務を妨害し、又は事務を停滞させるような行為を行ったとき。

（4）広告主が社会的信用を著しく損なうような不祥事をおこしたとき。

（5）広告主の倒産、破産等により広告掲載する必要がなくなったとき。

（6）広告主が書面により、広告掲載の取下げを申し出たとき。

（7）その他市長が特に広告掲載に支障があると認めたとき。

（広告内容等の変更）

第11条 広告主は、広告掲載の申込み後及び広告掲載期間中に掲載内容等の変更を必要とする場合は市と事前に協議するものとする。

（広告掲載に係る経費等の負担）

第12条 前2条の規定による、広告掲載の内容変更、撤去等に係る経費は、広告主の負担とする。ただし、市の業務上、やむを得ない事由が生じたときの広告撤去に係る経費等はこの限りでない。

第13条～第14条 略

（ネーミングライツ事業に関する特例）

第15条 この告示の規定にかかわらず、ネーミングライツ事業に関して必要な事項は、坂井市ネーミングライツ導入に関するガイドラインに定める。

第16条 略

坂井市行政改革推進本部設置要綱

平成18年6月23日
坂井市訓令第33号

(設置)

第1条 行政改革の推進を図るため、坂井市行政改革推進本部（以下「本部」という。）を設置する。

(所掌事項)

第2条 本部の所掌事項は、次のとおりとする。

- (1) 行政改革大綱の策定及び実施に関すること。
- (2) 前号に掲げるもののほか、行政改革に係る重要事項に関すること。

(組織)

第3条 本部は、本部長、副本部長及び本部員をもって組織する。

2 本部長は副市長をもって充て、副本部長は教育長をもって充てる。ただし、副市長が2人であるときは、財務部財政課を担当する副市長を本部長とし、本部長以外の副市長及び教育長を副本部長とする。

3 本部員は、部長級の職員をもって充てる。

4 本部長が必要と認めるときは、本部に部長級以外の職員で構成する幹事会を置くことができる。

(本部長及び副本部長)

第4条 本部長は、本部を総括する。

2 副本部長は、本部長を補佐し、本部長に事故があるときはその職務を代理する。

(会議)

第5条 本部の会議は、本部長が必要に応じて招集し、本部長が議長となる。

(庶務)

第6条 本部の庶務は、財務部財政課において処理する。

(その他)

第7条 この訓令に定めるもののほか、本部の運営に関し必要な事項は、本部長が定める。

坂井市有料広告掲載基準（抜粋）

第1条～第3条 略

(規制業種又は事業者)

第4条 次の各号に定める業種又は事業者の広告は掲載しない。

- (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）により風俗営業と規定される業種
- (2) 前号に規定する風俗営業と類似する業種
- (3) 貸金業法（昭和58年法律第32号）に規定する貸金業
- (4) たばこに関する業種
- (5) ギャンブルに関する業種
- (6) 規制対象となっていない業種においても、社会問題を起こしている業種又は事業者
- (7) 法令等の定めのない医療類似行為を行うもの
- (8) 民事再生法（平成11年法律第225号）又は会社更生法（平成14年法律第154号）による再生又は更生手続中のもの
- (9) 各種法令に違反しているもの
- (10) 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
- (11) 違法又は不適当な行為により営業停止その他不利益処分を受けているもの
- (12) インターネット異性紹介事業を利用して児童を誘引する行為の規制等に関する法律（平成15年法律第83号）に定めるインターネット異性紹介事業に該当するもの
- (13) 不当景品類及び不当表示防止法（昭和37年法律第134号）に違反しているもの
- (14) 市の指名停止措置を受けているもの
- (15) 市税を完納していないもの
- (16) その他市資産に広告掲載することが適当でない業種又は事業者と認められるもの

(掲載基準)

第5条 次の各号のいずれかに該当するものは、広告媒体に掲載しない。

- (1) 人種、性別、心身の障害等に関する差別的な表現その他不当な差別につながる表現等を含み、基本的な人権を侵害するもの又はそのおそれのあるもの
- (2) 法令等により製造、販売、提供等を行うことが禁止されている商品又はサービスを提供するもの
- (3) 他の者をひぼう、中傷、名誉毀損、信用毀損、業務妨害若しくは排斥するもの又はそのおそれのあるもの
- (4) 市の広告事業の円滑な運営に支障をきたすもの
- (5) 公の選挙及び投票の事前運動に該当するもの又はそのおそれのあるもの(選挙広告を含む)
- (6) 政治団体による政治活動を目的とするもの又はそのおそれのあるもの(政党広告を含む)
- (7) 宗教団体による布教推進等を目的とするもの又はそのおそれのあるもの(宗教団体の広告を含む)
- (8) 非科学的又は迷信に類するもので、利用者を惑わせたり、不安を与えるおそれのあるもの
- (9) 社会的に不適切なもの
- (10) 国内世論が大きく分かれている社会問題等に関する主義若しくは主張又はこれらを含むもの
- (11) 第三者の氏名、写真を無断で使用するもの及びプライバシーを侵害するもの又はそのおそれのあるもの
- (12) 法令等に基づく許可等を受けていない商品又はサービスを提供するもの
- (13) 粗悪品等の広告掲載が適当でないと認められる商品又はサービスの提供に係るもの
- (14) 商標、著作権その他の財産権を無断で使用するもの
- (15) 市資産の性質等により広告掲載することが適当でないと認められるもの
- (16) 良好な景観の形成又は風致の維持等を害するおそれのあるもの
- (17) 個人又は団体の意見広告
- (18) 個人又は法人の名刺広告
- (19) 誇大な表現(誇大広告)及び根拠のない表示や誤認を招くような表現のもの
- (20) 射幸心を著しくあおる表示又は表現のもの
- (21) 虚偽の内容若しくは事実と異なる内容を含むもの又は事実を誤認するおそれがあるもの
- (22) 法令等で認められていない業種、商法又は商品
- (23) 国家資格等に基づかないものが行う療法等
- (24) 責任の所在が明確でないもの
- (25) 広告の内容が明確でないもの
- (26) 国、地方公共団体、その他公共機関が、広告主又はその商品やサービス等を推奨、保証、指定等を行っているかのような表現のもの
- (27) 人材募集広告において労働基準法(昭和22年法律第49号)等関係法令を遵守していないもの
- (28) 統計、文献、専門用語等を引用し、又は取引等に関して表示すべき事項を明記せずに、実際よりも、又は他の事業者のものよりも著しく優良若しくは有利であるかのように消費者を誤認させる表示又は表現のもの
- (29) 社会的に認められていない許認可、保証、賞又は資格等を使用して権威づけようとするもの
- (30) 投資信託等の広告で、元本等が保証されているかのように誤認させる表現のもの
- (31) 自己の供給する商品等について、これと競争関係にある特定の商品等を比較対象商品等として明示又は暗示するもの
- (32) 商品等の内容又は取引条件を比較するもので、二重価格表示があるもの又は第三者が推奨若しくは保証する記述があるもの
- (33) 水着姿及び裸体姿等で広告内容に無関係で必然性のないもの。ただし、出品作品の一例又は広告内容に関連する等の表示する必然性がある場合は、その都度適否を検討するものとする。
- (34) 暴力、とばく、覚せい剤等規制薬物の乱用、売春等の行為を肯定し助長するような表現のもの
- (35) 犯罪を誘発するおそれがあるもの
- (36) 醜悪、残虐、猟奇的である等公衆に不快感を与えるおそれのあるもの
- (37) 暴力又はわいせつ性を連想又は想起させるもの
- (38) 青少年の人体、精神、教育に有害なもの

第6条～第9条 略