

愛知県ネーミングライツ導入ガイドライン

平成23年8月31日

(平成27年3月25日改定)

(平成31年3月29日改定)

総務部総務課

1 ネーミングライツの概要

ネーミングライツとは、公共施設等に名称を付与する権利（命名権）及びこれに付帯する諸権利等（パートナーメリット）をいいます。

愛知県では、県が所有する施設に、企業名、商品ブランド名等を冠した愛称を命名するネーミングライツを付与することにより対価を得、新たな財源確保策の一環とします。

この場合の愛称とは、一般的な呼称として用いられる名称をいい、本県の条例等で定められている正式な施設名を変更するものではありません。

付帯する権利とは、看板、ウェブページ、広報チラシ等の媒体を用いて当該愛称を周知・広報する権利、当該施設に広告を掲出する権利等のメリットをいい、その内容は、施設の性格等に応じて、それぞれの契約で定めることとします。

ネーミングライツの付与は、施設の所有権、経営権等には影響を与えないものとし、ネーミングライツを他者に譲渡・貸与することはできないものとし、

2 ネーミングライツの効果

ネーミングライツを取得した法人等（ネーミングライツパートナー）にとっては、次の効果が見込まれます。

- ① 県の施設等の愛称が、県の行う周知・広報活動、マス・メディアによる報道等を通じて多くの方々の目に触れることにより、企業名や商品ブランド名等の宣伝効果が期待できます。
- ② ネーミングライツ料は、県の施策の財源となり、様々な県民サービス向上策に

使われますので、ネーミングライツパートナーとなることで、CSR（企業の社会的責任）が高まります。また、ネーミングライツに併せて、当該施設でのボランティア活動、NPO団体との協働等を行うことにより、さらに大きな社会貢献も可能となります。

- ③ 県には多くの種類、規模、性格の施設があり、当該施設では様々なイベントが行われていますので、構築したいイメージに合った施設を選ぶことができます。

3 導入対象施設

ネーミングライツの導入対象施設としては、原則として、文化施設、スポーツ・レクリエーション施設、集会所・ホール施設、歩道橋等の公共施設又はその一部を想定しています。

それぞれの施設の設置目的、性格、利用形態等を踏まえて、企業名等を冠する愛称を付すことに支障のない施設を選定します。

なお、県の行政機関の庁舎、教育機関、保健・福祉・医療機関や県民公募により愛称を決定した施設については、ネーミングライツにふさわしくない施設と考えています。

4 ネーミングライツパートナー

ネーミングライツパートナーは法人とします。ただし、施設によって、個人事業主をネーミングライツパートナーとする場合があります。

なお、以下に掲げる者はネーミングライツパートナーとなることはできません。

- ① 地方自治法施行令（昭和22年政令第16号）第167条の4の規定により一般競争入札の参加を制限されているもの
- ② 愛知県から指名停止措置を受けているもの
- ③ 法人税、消費税、地方消費税、法人県民税、法人事業税、地方法人特別税及び自動車税を滞納しているもの（個人事業主の場合は、所得税、消費税、地方消費

税、個人事業税及び自動車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）
第 2 条に該当するもの又はこれに類似するもの
 - ⑤ 消費者金融及び高利貸しに係るもの
 - ⑥ たばこに係るもの
 - ⑦ ギャンブル（宝くじを除く。）に係るもの
 - ⑧ 法令等に定めのない医療に類似する行為に係るもの
 - ⑨ 民事再生法（平成 11 年法律第 225 号）による再生手続き又は会社更生法（平成 14 年法律第 154 号）による更生手続き中のもの
 - ⑩ 社会上の問題となっているものに係るもの
 - ⑪ 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）に
規定する暴力団及び暴力団員が役員となっているもの
 - ⑫ 暴力団又は暴力団員と密接な関係を有するもの
 - ⑬ その他、ネーミングライツを取得することが適当でないと県が認めるもの
- なお、上記以外にも、施設の性格、指定管理者及び利用者からの意見等により、応募資格を制限する場合があります。

5 愛称

ネーミングライツにより命名される愛称は、施設の利用者である県民等の理解が得られるものとし、愛知県広告掲載要綱第 3 条第 1 項各号に掲げるものを含まない内容とします。

なお、上記以外にも、施設の性格、指定管理者及び利用者等からの意見、呼びやすさ等により、愛称の内容を制限する場合があります。

6 パートナーメリット

ネーミングライツパートナーには、施設等の愛称を命名する権利以外に、施設の

状況に応じて設定した各種メリットを付与します。メリットの一例は以下のとおりですが、企業等からの提案・要望も参考にしながら、県がそれぞれの施設ごとにメリットを設定します。

- ① 施設の名称看板及び案内図等の書換え（経費はネーミングライツパートナーの負担）、施設パンフレット等の記載変更（経費は県の負担）
- ② 県によるイベント開催時の周知活動、報道機関への情報提供、ウェブページでの広報等における愛称の使用
- ③ 県による関係機関（バス・鉄道会社、地図業者、警察等）への愛称使用の周知、働きかけ
- ④ その他に、広告看板の掲出、イベント時の広報活動、冠イベントの開催、施設を利用した社会貢献活動等

7 ネーミングライツ料

ネーミングライツ料は、施設管理に要する経費、施設の規模、利用者数、イベント開催数、類似施設との比較、メディアへの露出度、市場動向等を総合的に判断して、施設ごとに希望価格を設定します。

8 契約期間

ネーミングライツの契約期間は、施設の利用者である県民等の利便性を考慮し、原則、3年以上とします。

9 募集手続

- ① ネーミングライツパートナーの募集は、原則、公募とします。

応募は、ネーミングライツパートナーとなることを希望する法人等以外に、当該法人等の依頼を受けて代理業務を行う広告代理店も可とします。

ただし、ネーミングライツ契約更新施設においては現ネーミングライツパート

ナーを優先交渉権者とし、交渉がまとまらなかった場合には、公募に切り替えることとします。

- ② 募集期間は、原則30日以上とし、募集要項を作成して配布するとともに、県ウェブページ、県公報、報道機関への情報提供等を通じて、広く周知します。
- ③ 募集に当たっては、必要に応じて現地説明会、質問の受付、関係資料の縦覧を行い、施設の利用状況や設備の現況をわかりやすく公表します。
- ④ ネーミングライツパートナーの選定は、まず、施設の所管局に、関係職員を審査員とする審査会を設置して行うこととします。局審査会では、提示価格、愛称の内容、社会貢献等について総合的な評価を行い、順位を付します。
- ⑤ さらに、透明性、公平性確保の観点から、総務局総務部総務課に外部委員会を設置します。外部委員会では、局審査会の評価結果を基に、評価基準、評価結果、契約条件、愛称の内容等を審査、検証し、優先交渉権者を決定します。
- ⑥ 県は、優先交渉権者と契約条件の細目について協議し、双方が合意に至った時点でネーミングライツパートナー契約を締結します。
ただし、県が、合意の可能性がないと判断した場合には、優先交渉権者との協議を打ち切り、第2順位者との協議に入るものとします。
- ⑦ 契約に至らなかった場合の応募・提案内容については、審査以外の目的で使用することはありません。
- ⑧ ネーミングライツパートナーが決定した場合には、県ウェブページ、報道機関への情報提供等を通じて、当該パートナーの社名、施設の愛称、ネーミングライツ料、契約期間、付随する社会貢献策等について、広く公表します。
- ⑨ 県は、当該施設及び施設で開催されるイベント等の広報を行う場合には、原則、当該愛称を用いることとし、積極的にネーミングライツパートナーの周知・広報に努めます。

10 契約の解除等

契約締結後、ネーミングライツパートナーが第4各号に掲げる者に該当する、又は該当する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又は施設のイメージが損なわれた、又は損なわれる恐れがある場合等、ネーミングライツパートナーとすることが適当でないと認められる場合には、県は契約を取り消し又は解除することがあります。

この場合、契約解除に伴う原状回復に必要な費用は、ネーミングライツパートナーの負担とします。

11 施行時期

このガイドラインは、平成23年9月1日から施行します。

このガイドラインは、平成27年4月1日から施行します。

このガイドラインは、平成31年4月1日から施行します。