

# 沖縄県ネーミングライツ導入に関する基本方針

## 1 趣旨

この基本方針は、県有施設の命名権（以下「ネーミングライツ」という。）の適正な導入を図るために、対象施設や募集・選定方法等について基本的な考え方をまとめたものです。

## 2 ネーミングライツの概要

### (1) 定義

ネーミングライツは、県有施設に企業名、商品名等を冠した愛称を付与する権利です。ただし、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、条例上の施設名称は変更しません。ネーミングライツを取得した企業等（以下「ネーミングライツ・パートナー」という。）は、県にネーミングライツ料を納めていただきます。

### (2) 導入の目的

ネーミングライツ・パートナーとの協働のもとに、県有施設を有効に活用することにより、新たな歳入の確保と施設のサービスの維持・向上を図ることを目的とします。

### (3) 導入の効果

#### ア ネーミングライツ・パートナーにとって

##### (ア) ピーアール効果

県有施設の愛称が、県の行う周知・広報活動やイベントの開催等によるマス・メディアによる報道等を通じて多くの方々に親しまれることにより、企業名や商品名等の宣伝効果が期待できます。

##### (イ) 地域活性化への貢献

愛称を付けた施設を利用した魅力あるイベント等の実施により、地域の経済、観光、産業の活性化に貢献できます。

##### (ウ) イメージアップ

施設の愛称や地域への貢献を通じて、企業や商品のイメージアップにつなげることができます。

#### イ 県民・県にとって

施設の維持管理等のための安定的な財源確保が図られ、施設の利用者・県民サービスの維持・向上が期待できます。

## 3 ネーミングライツ導入までの手続

### (1) 施設特定型

#### ア 導入施設及び募集条件の検討・決定

#### イ ネーミングライツ・パートナーの公募

#### ウ 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。）の開催

- エ ネーミングライツ・パートナー及び新名称（愛称）の決定
- オ 契約の締結
- カ 施設の表示等の変更
- キ 新名称（愛称）の使用開始

## (2) 施設提案型

- ア 提案の募集
- イ 提案書の受付
- ウ 提案内容の検討（施設所管課調整）
- エ 募集条件の検討・決定
- オ ネーミングライツ・パートナーの公募
- カ 選定委員会の開催
- キ ネーミングライツ・パートナー及び新名称（愛称）の決定
- ク 契約の締結
- ケ 施設の表示等の変更
- コ 新名称（愛称）の使用開始

## 4 対象施設

県有施設のうち、設置目的、規模、利用者数等を勘案し、広告効果が見込まれるものを対象とします。ただし、施設名称の設定に経緯があるものや施設の性格・運営上、企業名や商品名等の愛称を付するのが適当でないとは判断するものは対象外とします。

なお、原則として施設全体を対象としますが、施設内の個別の建物等、施設の一部を対象とする場合もあります。

## 5 ネーミングライツ料

### (1) 算定方法

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、他自治体の状況、類似施設との比較、メディアへの露出状況等（施設提案型の場合は、提案額も含む）を総合的に勘案して、施設ごとに募集の都度、目安となる金額（年額）を設定します。

### (2) 用途

施設のサービスの維持・向上のために必要な経費の財源（維持・管理費等）とします。

## 6 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、3年以上を原則として、各施設の性格や業務内容等に応じて決定します。（ネーミングライツ・パートナーは、次期契約の際には、優先的に交渉することができます。）ただし、指定管理者制度導入施設については、その指定期間を考慮し、適切な期間を設定します。

## 7 募集方法等

### (1) 募集方法

#### ア 施設特定型

ネーミングライツ・パートナーの募集は、施設所管課において、施設ごとに行い、原則として公募するものとします。ただし、施設内の個別の建物等、施設の一部ごとにも募集する場合があります。

#### イ 施設提案型

行政管理課において、随時、提案を受け付けるものとします。提案施設については、施設所管課との調整後、公募に向けて進める場合は、上記アにより公募するものとします。

### (2) 募集要項

施設概要、利用者数、業務内容等を明示するとともに、応募条件及び選定手続等をあらかじめ広く公表し、選定の透明性を確保することを目的に、募集に際し必要な事項について、施設ごとに募集要項等を作成します。

### (3) 周知方法

県のホームページ等への募集要項の掲載、報道機関への資料提供等、多様な媒体を活用して、県民や企業等に幅広く周知します。

### (4) 募集期間

募集の期間は、原則として30日以上とします。

### (5) 質問の受付等

募集に当たっては、その期間中、随時質問の受付を実施するとともに、必要に応じて現地説明会の開催や関係資料の縦覧を行うなど、施設の利用状況や設備の現況等をわかりやすく公表します。

### (6) 応募がなかった場合の取扱い

募集期間を経過しても応募がなかった場合は、募集期間の延長や、一定期間経過後に募集要項に定める条件を見直して再度の公募を実施するか、又は募集そのものを取りやめるか検討することとします。

## 8 応募資格

次の(1)から(3)の条件を満たす者とし、募集要項において施設ごとに規定します。

なお、施設の性格や実情等を考慮の上、これ以外の事項についても規定する場合があります。

### (1) 法人であること

### (2) 次に掲げる者でないこと

ア 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者

イ 民事再生法（平成11年法律第225号）による再生手続又は会社更生法（平成14年法律第154号）による更生手続中の者

ウ 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）で規制される者

エ 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を営む者

- オ たばこ製造業者並びにたばこ製品の卸売業者及び輸入業者
  - カ 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）に規定する暴力団の構成員等が代表者等（役員及び経営に事実上参加している者）となっている者又は同法に規定する暴力団若しくは暴力団員と関係を有している者
  - キ 法律、法律に基づく命令、条例及び規則等に違反した者
  - ク 県から入札参加資格停止措置又は不利益処分を受けている者
  - ケ 県税その他の租税を滞納している又は正当な理由なく県に対する債務を履行していない者
  - コ 指定管理者制度を導入している施設については、現在の指定管理者の事業内容等と競合する者（ただし、現在の指定管理者及びその関連事業者等を除く。）
  - サ 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者
- (3) 県内に事業所を有するなど本県との関わりが深い者であること

## 9 愛称

### (1) 県民等の理解

親しみやすさや呼びやすさなど、県民等の理解が得られる愛称とします。

なお、愛称の使用にあたっては、施設の利用者が混乱しないように配慮することとします。

### (2) 使用を禁止する愛称

県有施設の愛称として不適切なものは、使用を認めないこととします。例示すると、次のとおりです。

#### 【愛称として不適切なもの（例）】

- 1 法律、法律に基づく命令、条例及び規則等に違反するもの又はそのおそれがあるもの
- 2 公の秩序若しくは善良の風俗に反するもの又はそのおそれのあるもの
- 3 人権侵害となるもの又はそのおそれのあるもの
- 4 政治性又は宗教性のあるもの
- 5 社会問題その他についての特定の主義又は主張に当たるもの
- 6 虚偽であるもの又は誤認されるおそれのあるもの
- 7 個人の氏名
- 8 当該愛称の内容について県が推奨している等、県民の誤解を招くもの又はそのおそれのあるもの
- 9 その他、県有施設の愛称として使用することが適当でないと認められるもの

なお、上記以外にも、施設の性格、指定管理者等からの意見等により、愛称の内容を制限する場合があります。

### (3) 愛称の変更

利用者等の混乱を避けるため、契約期間内の愛称の変更はできません。

## 10 選定方法

### (1) 選定委員会の設置

施設ごとに外部有識者等を含む選定委員会を設置して、ネーミングライツ・パートナー候補者（以下「候補者」という。）を選定します。

### (2) 候補者の選定基準

おおむね次の選定基準（例）等をもとに施設ごとに定め、愛称や契約条件等を総合的に審査の上、候補者及びその順位を選定します。

なお、応募が一者のみであった場合も、選定委員会において県のネーミングライツ・パートナーとしてふさわしいかどうか審査し、候補者を選定します。

#### 【選定基準（例）】

##### 1 応募者について

- (1) ネーミングライツ・パートナーとしてふさわしいか（経営の安定性、事業内容、地域活動への理解・貢献、将来性）
- (2) 県民に受け入れられるか（県民への知名度、県民の親しみ）

##### 2 新名称（愛称）について

- (1) 県民に受け入れられるか（親しみやすさ）
- (2) 浸透しやすいか（呼びやすさ）

##### 3 契約条件について

- (1) 県の希望するネーミングライツ料に比べてどうか（ネーミングライツ料の多寡）
- (2) 県の希望する契約期間に比べてどうか（期間の長さ）

## 11 ネーミングライツ・パートナーの決定及び公表

### (1) ネーミングライツ・パートナーの決定

県は、選定委員会において選定された候補者との協議を経て、ネーミングライツ・パートナーを決定します。

なお、協議は、先順位候補者から順次行いますが、合意の可能性がないと県が判断した場合は、当該候補者との協議を打ち切り、次順位候補者と協議を行うものとします。

### (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・パートナーの決定後、全ての応募者に結果を通知した後に、県のホームページへの掲載や報道機関への情報提供等により、ネーミングライツ・パートナー名、施設の新名称（愛称）、ネーミングライツ料、契約期間等を公表します。

## 12 契約の締結

県とネーミングライツ・パートナーとの間でネーミングライツに関する契約を締結します。

契約には、次に掲げる事項について規定することとします。

**【契約事項の概要】**

- 1 愛称の付与に関する事。
- 2 愛称使用期間（及び次期契約の際の優先交渉）に関する事。
- 3 ネーミングライツ料の金額及び納入方法等に関する事。
- 4 愛称の表示等に関する事。
- 5 契約保証金に関する事。
- 6 契約の解除に関する事。
- 7 損害賠償に関する事。
- 8 法令の遵守に関する事。
- 9 秘密保持に関する事。
- 10 権利譲渡等の禁止に関する事。
- 11 その他必要な事項

なお、契約を締結したネーミングライツ・パートナーは、次期契約の際に優先的に交渉することができます。

13 名称変更に伴う費用の負担

名称の変更に伴う広告物等の表示変更については、原則として次のとおりとします。

なお、契約終了後の原状回復についても同様とし、ネーミングライツ・パートナーの費用負担については、ネーミングライツ料とは別に負担していただくものとします。

区 分	費用負担	備 考
敷地内外の看板等の表示変更(施設看板や道路標識) ※1 ※2	ネーミングライツ・パートナー	県が設置管理するもの
県の印刷物や県のホームページの表示変更	県	新規作成分を対象とします

※1 県が設置管理する看板等の表示変更は、県（道路標識については道路管理者）と協議の上、変更可能な表示について、ネーミングライツ・パートナーが施工するものとします。（施工の範囲、実施時期及び内容等については、別途協議の上、決定するものとします。）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 屋外広告物条例等の法令の規定に基づき必要となる手続や、県以外の主体が設置管理する道路標識等の表示変更に係る手続については、ネーミングライツ・パートナーが関係機関と協議の上、対応していただくこととなります。

14 ネーミングライツ・パートナーの決定の取消又は契約の解除

ネーミングライツ・パートナーを決定した後において、応募資格要件を欠くことと

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、県はその決定の取消し又は契約の解除をできることとします。

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

#### 15 リスク負担

新規に設置した看板等により第三者に損害が生じた場合の負担や、施設に付けた愛称が第三者の商標権を侵害した場合の負担は、ネーミングライツ・パートナーが負うこととします。

その他、定めのないリスクが生じた場合は、県とネーミングライツ・パートナーが協議し、リスク負担を決定するものとします。

#### 16 適用時期

この基本方針は、平成25年8月16日から施行します。

この基本方針は、平成30年2月13日から施行します。

施設提案型フロー図

