
茨木市ネーミングライツ導入ガイドライン

令和3年（2021年）9月1日

1 趣旨

このガイドラインは、市の施設及びイベント等（以下「施設等」という。）に愛称を付与する権利（以下「ネーミングライツ」という。）の適切な導入を図るため、「茨木市ネーミングライツ事業実施要綱」に基づき、対象施設や募集・選定の方法等について、基本的な考えをまとめたものです。

2 ネーミングライツ事業の概要

ネーミングライツ事業は、市と法人その他の団体（以下「事業者」という。）との契約により、ネーミングライツを取得した事業者（以下「ネーミングライツパートナー」という。）からその対価を得ることにより、市の新たな財源の確保や事業の経費節減を図り、もって市民サービスの向上及び地域経済の活性化の寄与を図るものです。

市は、ネーミングライツの導入後、ホームページや印刷物等において愛称を積極的に使用しますが、正式名称については変更せず、施設等の所有権、運営等には影響を与えないものとします。また、ネーミングライツパートナーはネーミングライツを他者に譲渡・貸与することはできません。

3 ネーミングライツ導入のメリット

(1) 事業者のメリット

ア PR効果

事業者名・商品名等を冠した愛称を施設の看板やイベントのポスター等に利用できるほか、市がホームページや印刷物等において愛称を積極的に使用することによるPR効果が期待できます。また、ネーミングライツの対価として商品等の提供を行う場合には、施設等の利用者に商品等をアピールすることができます。

イ 社会貢献・イメージアップ

事業者が有する資源やノウハウ等を活用し、施設等の魅力を高め、市民サービスの向上に貢献することができます。また、地域の活性化に貢献していることが市民等に認知されることにより、事業者のイメージアップにつながります。

ウ パートナーメリット

施設等の本来の用途又は目的を妨げない範囲において、施設の優先利用、商品販売・広告スペースの設置等の希望する特典（以下「パートナーメリット」という。）を提案することができます。なお、内容については協議のうえ決定します。

(2) 市及び市民のメリット

ア 新たな財源の確保・経費の節減

施設等を有効活用することで、新たな財源の確保または施設等の管理運営経費を節減することができます。

イ 市民サービスの向上

対価を当該施設等の管理運営等に活用することで、安全で快適な施設運営を維持、

向上することができるほか、ネーミングライツパートナーからの施設等の魅力向上につながるサービス提供により、市民サービスの向上を図ることができます。

ウ 地域経済の活性化

施設等がネーミングライツパートナーの広告活動に活用されることにより、地域経済の活性化に寄与することができます。

4 対象となる施設等

ネーミングライツの導入対象となる施設等として、文化施設、スポーツ施設等の公共施設、公園、道路等のインフラ施設、イベントや講座等のソフト事業を想定しています。また、ホールやロビー等、施設等の一部への導入も可能です。

ただし、庁舎、消防署、学校施設など、その性質上ネーミングライツの導入になじまないと本市が判断する施設は対象外とするほか、すでに市民公募等による愛称をもつ施設への導入検討にあたっては、その経緯等を十分勘案するものとします。

5 導入の方法

ネーミングライツパートナーの募集は、原則として公募によるものとします。

(1) 市が施設等を特定して募集する場合

ネーミングライツ事業に必要な事項について、対象施設ごとに募集要項を定め、市ホームページ等により広く募集します。

(2) 事業者の自由な提案による場合

本市の「市有財産等の有効活用に係る民間提案制度」を活用し、事業者が愛称を付けたい施設等を選び、ネーミングライツ事業の実施を提案することができます。

同制度の内容は別に定める実施要領に定めます。なお、提案審査の結果、当該施設等にネーミングライツを導入することとした場合には、「(1) 市が施設等を特定して募集する場合」に沿った募集を行います。

6 ネーミングライツの対価

事業者が市に提供するネーミングライツの対価としては、金銭による対価（以下「ネーミングライツ料」という。）のほか、金銭によらない対価も可能とします。

(1) ネーミングライツ料

ア 目安となる金額（希望金額または最低価格）

特定型におけるネーミングライツ料の希望金額または最低価格は、他の地方公共団体における類似事例や利用者数、広報媒体等への露出状況、サウンディング型市場調査等における事業者の意見等を勘案して設定します。

イ 用途

ネーミングライツ料は、特定財源として当該施設等の維持管理、運営経費に充当することを基本とします。

(2) 金銭によらない対価

金銭による対価のほか、施設等で活用可能な物品等の提供や施設の清掃、剪定、保守点検等の維持管理等の実施等を対価とする提案も受け付けるものとします。ただし、原則として、金銭によらない対価のみを対価とすることはできないものとします。

7 契約期間

(1) 公共施設、インフラ施設の場合

施設の運営の安定性を考慮し、契約期間は原則として3年以上とします。

なお、愛称の変更による市民の混乱を避けるため、次回の契約期間の募集に際しては、原則として、現ネーミングライツパートナーと優先的に交渉するものとします。

(2) イベント等のソフト事業の場合

契約締結日から一連の事業が終了する日までを基本とし、複数年度にわたる契約の可否については、案件ごとに個別に判断するものとします。

8 愛称の条件

(1) 愛称は公共の施設等にふさわしいものとして、親しみやすさ、呼びやすさ等の点から市民の理解が得られるものとします。

(2) 施設等の特性により、特定の地名等を含めるなど、愛称に条件を定めることがあります。

(3) 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。

(4) 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、やむを得ない理由により愛称を変更する必要がある場合には、市とネーミングライツパートナーとで協議のうえ、その可否を決定するものとします。

(5) 印刷物の作成等の関係で、契約期間当初から愛称が完全に反映されない場合があります。なお、周知に当たっては、愛称についての知的財産権をネーミングライツパートナーが取得した場合においても、市はこれを無償で使用することとします。

(6) その他、次のいずれかに該当する愛称は認められません。

ア 法令等に違反するもの又はそのおそれのあるもの

イ 公序良俗に反するもの又はそのおそれのあるもの

ウ 人権侵害となるもの又はそのおそれのあるもの

エ 政治性のあるもの

オ 宗教性のあるもの

カ 個人又は団体の意見に関するもの

キ 美観風致を害するおそれのあるもの

ク 公衆に不快の念を与え、又はそのおそれのあるもの

ケ 当該愛称の内容を市が推奨しているかのような誤解を与えるおそれのあるもの

コ その他、茨木市広告掲載基準に抵触するなど、愛称として使用することが不適當であると市長が認めるもの

9 指定管理者制度導入施設の取扱い

指定管理者制度の趣旨を踏まえ、ネーミングライツの導入が指定管理者の管理運営の不利益とならないよう、次のような観点に留意するものとします。

(1) 契約期間

指定管理期間とネーミングライツ事業の契約期間の終期を合わせるなど、適切な期間設定を行うものとします。

(2) 競合への配慮

指定管理者以外の事業者からの提案については、当該事業者の事業内容及び提案内容が、現指定管理者の事業、施設管理、施設運営と競合しないこととします。

(3) 選定における考慮

公募における審査基準において、必要に応じて、現指定管理者であるか否かを考慮した配点を行うこととします。また、指定管理者の公募の際にネーミングライツの提案募集も行われる場合には、指定管理者候補者として選定された事業者をネーミングライツ事業に係る優先交渉権者として選定することができるものとします。

(4) 費用負担の考え方

現指定管理者がネーミングライツパートナーを兼ねる場合、ネーミングライツ料は指定管理業務に係る経費とみなさないものとします。

(5) 協定書等の変更

ネーミングライツの導入に伴い、市は現指定管理者と協議を行い、必要に応じて、指定管理業務に係る協定書等に必要事項を追記するなどして、疑義が生じないようにすることとします。

10 応募資格

次の各号に掲げる業種又は事業者による提案は受け付けません。

- (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）第2条第1項に規定する風俗営業、同条第5項に規定する性風俗関連特殊営業及び同条第11項に規定する接客業務受託営業
- (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（たばこの販売促進を目的としない愛称の場合を除く。）
- (4) ギャンブル（公営競技及び宝くじを除く。）に関する業種
- (5) 法律の定めのない医療類似行為を行うもの
- (6) 占い、運勢判断に関するもの
- (7) 興信所、探偵事務所等
- (8) 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）第2条第2号に規定するインターネット異性紹介事業に該当するもの
- (9) 法令等に基づく必要な許可等を受けることなく業を行うもの
- (10) 茨木市暴力団排除条例（平成24年茨木市条例第31号）第2条第1号に定める暴力団、同条第2号に定める暴力団員又は同条第3号に定める暴力団密接関係者であるもの
- (11) 民事再生法（平成11年法律第225号）第2条第2号に規定する再生債務者等又は会社更生法（平成14年法律第154号）第2条第6項に規定する開始前会社及び同条第7項に規定する更生会社
- (12) 社会問題を起こしている業種や事業者
- (13) 人権侵犯事件を起こした事業者
- (14) 各種法令に違反しているもの
- (15) 本市の指名停止を受けているもの
- (16) 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

- (17) 違法又は不適当な行為により営業停止その他の不利益処分を受けているもの
- (18) 茨木市税を滞納しているもの
- (19) 法人等においては、企業の基本情報が開示されていないもの（正式名称、本社所在地、代表者名、従業員数、資本金、組織、経歴、業務内容等）

11 優先交渉権者選定後の流れ

募集要項に基づく募集及び審査の結果、ネーミングライツパートナーとしての適格がある事業者を優先交渉権者として選定し、契約内容等に係る協議・調整を行います。

(1) 契約に向けた最終協議・調整

ア 施設等所管課との協議・調整

施設等への愛称表示のデザイン、設置の時期、場所、方法、ネーミングライツ料の支払方法等、詳細な協議を施設等所管課と行います。

イ 大阪府屋外広告物条例等所管課との協議・調整

愛称表示のデザインや設置の場所・方法については、大阪府屋外広告物条例等による基準との整合を図るため、同条例等所管課との協議が必要となります。

(2) 契約締結

協議・調整が整い次第、施設等所管課と契約を締結します。ただし、同協議・調整が整わないと市が判断した場合には、当該優先交渉権者との協議を打ち切り、次点者を新たな候補者として契約締結に向けた協議を行うことがあります。

(3) 愛称等の公表

契約締結後、市は施設等の愛称、ネーミングライツパートナー名、ネーミングライツの対価等について、ホームページ等により公表します。

12 費用の負担

提案に基づき発生する費用負担は、原則として次のとおりとします。なお、ネーミングライツパートナーの負担分はネーミングライツ料とは別負担となります。

区 分	ネーミングライツ パートナー	市
敷地内外の看板等の表示変更や新設	○ ※1	
ネーミングライツパートナーが 変更・新設した看板等の維持管理	○	
契約期間終了時の原状回復	○	
契約締結後に作成する印刷物や ホームページ等の表示変更		○ ※2

※1 敷地外の看板等の変更は可能なもののみとなります。

※2 市が表示変更するのは市が作成するもののみとなります。また、市負担で実施する表示変更の時期は、市の事業により印刷物を作成する時期となります。ネーミングライツパートナーが希望する時期に表示変更をする場合、ネーミングライツパートナーの費用負担となります。

13 契約の取消し

契約期間中に10の応募資格を満たさなくなった場合、ネーミングライツパートナーの信用失墜行為等があった場合、ネーミングライツパートナーから契約解除の申出があつ

た場合等において、市は契約満了を待たず契約を取消することができることとします。

その場合において、納付済みのネーミングライツ料は還付せず、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ものとします。ただし、市の責めに帰すべき事由による場合は、この限りではありません。

14 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や、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追うものとします。

その他、契約書等に定めのないリスクが生じた場合の負担は、市とネーミングライツパートナーが協議し決定するものとします。

15 秘密の保持

市は事業者からの相談、応募内容等について、ネーミングライツ事業に係る目的以外には使用しません。

16 ネーミングライツ事業全般に係る問合せ先

茨木市 企画財政部 財産活用課（市役所本館3階）
〒567-8505 大阪府茨木市駅前三丁目8番13号
電話番号 072-655-2754（直通）
FAX 072-623-3025
E-mail zaisankatsuyo@city.ibaraki.lg.jp