

平成 29 年 2 月 17 日  
総務部 財政課

## ネーミングライツ対象施設の拡大について

三重県財政の健全化に向けた集中取組（素案）（以下「集中取組（素案）」という。）において、ネーミングライツ（以下「NR」という。）については、平成 29 年度から対象施設や募集方式などの基本方針の見直し、導入促進のためのインセンティブの仕組みづくり等に取り組むこととしている。このため、以下のとおり取組を進めることとしたい。

### 1. 対象拡大にあたっての検討課題

#### (1) 対象施設について

現行の「県有施設に対するネーミングライツの導入に関する基本方針」（以下「基本方針」という。）では、対象を「多くの県民が利用し、イベントの開催などにより広告効果が見込まれる施設」としており、集客施設を想定しているが、集中取組（素案）では、集客施設に加え歩道橋、橋りょう、ダム、イベント等を対象として、導入可能性調査を実施することとしている。

#### (2) 導入促進のためのインセンティブの仕組みについて

既導入施設においては、ネーミングライツ料を該当部局の収入とし、施設整備費に充当しているが充当ルールについて明文化したものはない。

#### (3) 「ネーミングライツ・パートナー選定委員会設置要領」（以下「設置要領」という。）について

対象施設が多様化する見込みであるため、ネーミングライツ・パートナーの選定についても、導入施設や種類ごとに適正に対応する必要がある。

### 2. 導入可能性調査の結果

1 月中に基本方針の改定案に基づき、導入可能性調査を実施した結果の主な内容は以下のとおり。

#### (1) 導入可能（平成 29 年度から募集等開始予定）

- ・都市公園 6 か所（北勢中央公園、亀山サンシャインパーク、鈴鹿青少年の森、県庁前公園、大仏山公園、熊野灘臨海公園）
- ・歩道橋

#### (2) 検討すべき課題等があり、導入には時間を要するが所管部局で検討を行うもの

- ・三重県民の森
- ・上野森林公園
- ・ゆめドームうえの 他 11 件

### 3. 取組方針

#### (1) 基本方針の見直し

集中取組（素案）、導入可能性調査の結果をふまえ、基本方針について以下のとおり改定したい。（改定案は別紙1）

##### ① 「3 対象施設」

県有施設のうち「多くの県民が利用し、イベントの開催など」を行う集客施設に限定せず、都市公園、歩道橋等広告効果が期待できる施設全般について対象とできるようにする。

##### ② 「4 ネーミングライツ料の算定」

NRを導入した部局に対するインセンティブとして、NRにより得られた収入は、施設所管部局の収入として、施設の「管理運営等に活用することを原則とする」旨を基本方針に明記する。

##### ③ 「10 ネーミングライツ・パートナーの選定」

選定委員会等の設置要領については、標準要領を示したうえで導入施設又は種類ごとに該当部局が作成することとする。

#### (2) 対象施設のさらなる拡大、募集方式の見直し

県有施設への導入可能性調査を実施した結果をふまえ、他県事例を参考に募集方式についても研究を行い、平成29年度中に再度見直しを検討する。

### 4. 今後のスケジュール

《対象施設拡大に向けての基本方針見直し》

2月14日 行財政改革推進本部 幹事会

2月17日 行財政改革推進本部 本部員会議

3月13日 総務地域連携常任委員会・分科会

《新たな対象施設へのNR導入、さらなる対象施設の拡大、募集方式の検討》

平成29年4月以降

## 県有施設に対するネーミングライツの導入に関する基本方針

### 1 趣旨

この基本方針は、県有施設のネーミングライツ（命名権）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) ネーミングライツとは

県有施設等の名称に、企業名、商品名などを冠した愛称を付ける権利です（ただし、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。）には、県にネーミングライツ料（命名権料）を納めていただきます。

#### (2) 導入の目的

ネーミングライツ・パートナーとの協創の下に、県有施設を有効に活用し、新たな財源の確保を図ります。また、これにより、県民サービスの維持・向上に繋げていきます。

#### ■ネーミングライツのメリット

##### ネーミングライツ・パートナー

##### ○PR効果が期待できます

命名した愛称が、県の広報活動やイベントの開催等を通じてメディアへ露出することにより、企業名や商品名の宣伝効果が期待できます。

##### ○地域活性化に貢献できます

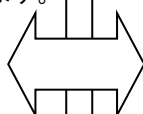
県有施設を利用した魅力あるイベント等の実施により、地域の経済、観光、産業の活性化に貢献できます。

##### ○イメージアップにつながります

施設の愛称や地域活性化策を通じて、企業や商品のイメージアップにつながります。

##### 県民・県

○その財源の活用により、県民サービスの維持・向上が期待できます。



### 3 対象施設

県有施設のうち、**多くの県民が利用し、イベントの開催などにより**広告効果が見込まれる施設について、施設の設置目的を考慮した上で、対象とします。  
(県有施設全体だけでなく、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。)

ただし、施設の性格上、企業名や商品名などの愛称を付するのが適当でないと判断するものは対象外とします。

### 4 ネーミングライツ料の算定

施設の規模、入場者数、メディアへの露出状況、他県の状況等を勘案し、施設ごとに目安となる契約希望額(例：〇〇〇万円以上)を設定します。

**なお、ネーミングライツ料は、導入施設等の管理運営等に活用することを原則とします。**

### 5 名称変更に伴う費用の負担

区 分	県	ネーミングライツ・パートナー
敷地内外の名称表示の変更(施設名称表示や道路標識)※1		○ } ※2
契約期間終了後の原状回復		○ }
契約締結後に作成するパンフレット等の印刷物やHPの表示変更	○	

※1 敷地外、道路標識等の表示変更は、県や関係機関と協議の上、変更可能な表示について行います。また、施工の範囲、実施時期及び内容については、別途定める募集要綱に従い県と協議の上、決定するものとします。

なお、新規名称表示等の設置については、設置の可否も含めて協議します。

※2 命名権料の他に別途ご負担いただきます。

### 6 契約期間

3年以上を原則とし、各施設の性格や管理・運営形態等に応じて決定します。  
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 導入までの手続き

- (1) 導入施設、募集条件の決定(企業等へのアンケート調査の実施等)
- (2) ネーミングライツ・パートナーの募集
- (3) ネーミングライツ・パートナーの選定
  - ① 事前審査会における審査
  - ② 選定委員会における審査
- (4) ネーミングライツ・パートナー、愛称の決定
- (5) 契約の締結
- (6) 施設名称表示等の変更
- (7) 愛称の使用開始

## 8 ネーミングライツ・パートナーの募集

### (1) 募集方法

- ① ネーミングライツ・パートナーの募集は、原則、公募します。  
ただし、指定管理者制度導入施設においては指定管理者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（指定管理者の同意が得られた場合に限る。）こととします。  
なお、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ます。
- ② 募集に際し必要な事項については、別途募集要綱等を作成します。
- ③ 募集に当たっては、県ホームページへの掲載や、報道機関への資料提供などにより、幅広く周知します。

### (2) 応募資格

ネーミングライツ・パートナーは法人とし、以下に掲げる者は除きます。

- 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)に基づく風俗営業及び風俗営業に類似した業種に関するもの
- ② 消費者金融に係るもの
- ③ たばこに係るもの
- ④ ギャンブルに係るもの（宝くじに係るものを除く）
- ⑤ 法律に定めのない医療類似行為を行うもの
- ⑥ 県から落札資格停止等の措置を受けているもの又は不利益処分を受けているもの
- ⑦ 消費税及び地方消費税又は県税を滞納しているもの
- ⑧ 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
- ⑨ 暴力団又は暴力団員と密接な関係を有するもの
- ⑩ その他、県のネーミングライツ・パートナーとしてふさわしく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。

### (3) 募集期間

募集要綱の発表から募集締め切りまで、原則として30日以上とし、応募の検討に十分な期間を確保します。

### (4) 応募がなかった場合

募集期間を経過しても応募がなかった場合、募集条件を見直し再度募集するか、募集を中止することを検討します。

## 9 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、三重県広告掲載要綱第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、施設名称の設定に経緯があるものや、施設の性格、指定管理者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。

また、利用者の混乱を避けるため、契約期間内の名称変更はできません。

## 10 ネーミングライツ・パートナーの選定

事前審査会及び選定委員会等を設置して、ネーミングライツ・パートナー候補者（以下「候補者」という。）を決定します。

- ・外部有識者等による事前審査を実施し、専門的な視点から、応募資格、経営状況、愛称案等の適否を判定します。
- ・選定委員会において、事前審査の判定を参考に適否の最終判断を行うとともに、ネーミングライツ料や契約期間により、応募者間の順位付けを行い、候補者を決定します。

**なお、選定委員会等の設置については、導入施設又は種類ごとに別途設置要領を定めます。**

## 11 ネーミングライツ・パートナーの決定及び公表

県は、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、ネーミングライツ・パートナー、施設の愛称、ネーミングライツ料等を公表します。

## 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。

## 13 契約の解除

ネーミングライツ・パートナーの信用失墜行為等に伴い、施設のイメージが損なわれる恐れが生じた場合、県は契約を解除できることとします。