

ネーミングライツ導入ガイドライン

令和7年9月

栗東市

目 次

1	ガイドライン策定の趣旨	1
2	ネーミングライツ導入の目的	1
3	ネーミングライツ制度について.....	2
4	ネーミングライツ導入の効果	3
5	ネーミングライツ導入対象.....	4
6	ネーミングライツ要件・考え方.....	5
7	ネーミングライツ・パートナーの要件（応募資格）	6
8	ネーミングライツ導入までの流れ.....	7
9	対象施設の選定・募集要項（条件）の作成	10
10	契約期間.....	12
11	ネーミングライツ料	12
12	ネーミングライツ・パートナーの選定方法	13
13	応募がなかった場合の取扱い	13
14	契約の締結及び公表	14
15	パートナーメリット	15
16	費用負担.....	16
17	リスク負担	16
18	契約の解除.....	17
19	契約期間の満了.....	17
20	指定管理者制度導入施設にかかる留意点.....	18
21	その他	19
22	ガイドラインの適用時期等.....	19
	参考様式	20
	ネーミングライツ・パートナー審査基準（例）	26

1 ガイドライン策定の趣旨

本ガイドラインは、本市におけるネーミングライツの適正な導入を図るために、募集や選定方法等についての基本的な考え方や方向性をまとめたものです。

ネーミングライツの導入に当たっては、各部局において本ガイドラインを参考に募集要項などを作成し、進めるものとします。

2 ネーミングライツ導入の目的

- ・ 厳しい財政状況が続いている中、ネーミングライツを導入してその対価を得ることで、市の施設または実施する事業等（以下、「施設等」という。）の良好な管理運営を図るための安定的な財源を確保し、市民が安心して利用できる施設等を持続的に提供していけるようにするための基盤を確立すること。
- ・ ネーミングライツの導入により事業者などへの広告機会を拡大することで地域経済の活性化を図るとともに、事業者のノウハウ等を活用することで施設等の魅力や市民サービスの向上を図ること。
- ・ 施設等への愛称付与を通じて、市に対する愛着を深めていただくとともに、新たな事業者とのパートナーシップを構築すること。

3 ネーミングライツ制度について

(1) ネーミングライツとは

ネーミングライツとは「命名権」とも呼ばれ、一般的に事業者名や商品ブランド名などを用いた「愛称」を施設等に付与することができる権利のことをいい、本ガイドラインでもそのように定義します。

なお、ネーミングライツはあくまでも「愛称」を付与するものであることから、市条例等に定めている正式名称は変更しないものとします。

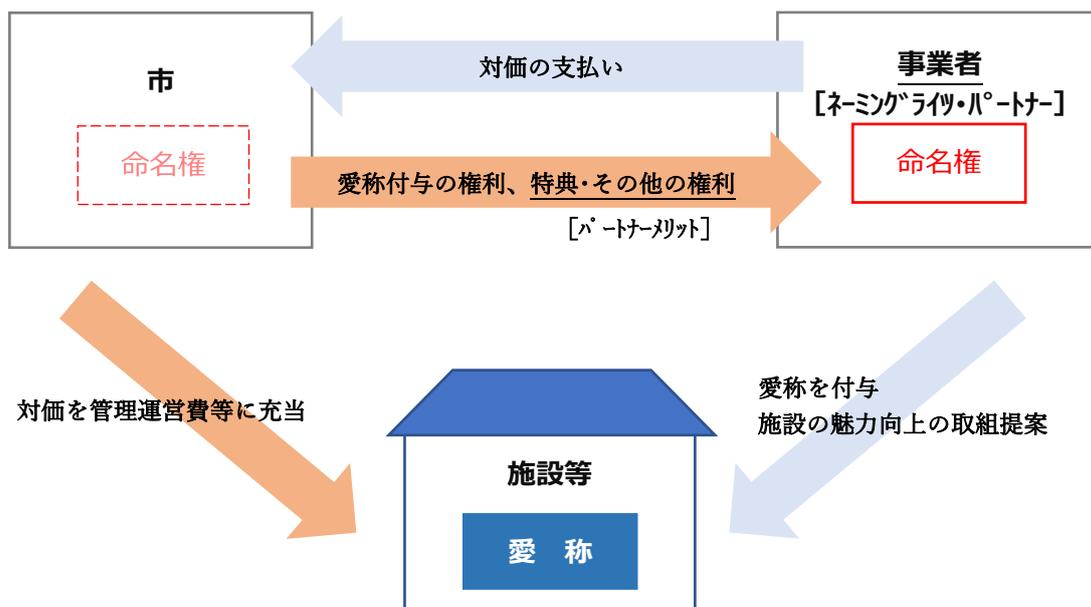
(2) ネーミングライツ・パートナーとは

本市では、ネーミングライツを取得した者のことを「ネーミングライツ・パートナー」と呼ぶこととします。

(3) パートナーメリットとは

本市では、「愛称」を付与する権利以外に、特典やその他の権利を付与することを「パートナーメリット」と呼ぶこととします。

■ ネーミングライツのイメージ



4 ネーミングライツ導入の効果

ネーミングライツを導入することにより、以下の効果が期待されます。

(1) ネーミングライツ・パートナーの効果

ア. 認知度向上・PR 効果

愛称が、事業や広報等を通じてメディアや市民へ発信されることによって、事業者名や商品名の認知度向上や PR 効果につながります。

イ. 社会貢献活動

ネーミングライツ料は市の財源となり、施設の管理運営費等に活用されるので、市への経済的支援を通じた社会貢献・地域貢献につながります。

ウ. 地域社会における信頼感等の醸成

公的な施設等へ「愛称」を付与することで、市民や利用者がネーミングライツ・パートナーや商品等を身近に感じるようになり、信頼感等の醸成につながります。

エ. パートナーメリット

市は、ネーミングライツ・パートナーに対し、施設等に「愛称」を付与する権利以外に、特典やその他の権利を付与する場合があります。(詳細は、15 ページ)

(2) 市民・市の効果

ア. 施設・事業の安定運営

ネーミングライツ料を活用することで、施設や事業の安定運営につながります。

イ. サービス・利便性の向上

施設や事業の安定運営により、利用者等へのサービスや利便性向上が図られます。

5 ネーミングライツ導入対象

ネーミングライツの導入は、文化施設、スポーツ・レクリエーション施設などの市有施設（及びそれらの一部）、またイベントや講座などのソフト事業（以下、「対象施設等」という。）を想定しています。

対象施設等は、広告媒体としての価値（広告効果）や導入効果等を見定めたいうで決定するものとします。

[ネーミングライツの例]

体育館	➔	〇〇体育館、〇〇アリーナ 第一〇〇アリーナ [施設の一部にネーミングライツを導入]
公園	➔	〇〇広場
街路	➔	〇〇通り、〇〇ストリート
歩道橋	➔	〇〇歩道橋
文化施設	➔	〇〇文化ホール 〇〇大ホール [施設の一部にネーミングライツを導入]
トイレ	➔	〇〇トイレ
イベント	➔	〇〇大会

[想定される対象施設等]

- 不特定多数の者が利用し、広告媒体等への露出を含め、広告効果を見込むことができる施設等
- 上記のほか、ネーミングライツの導入効果が見込まれると考えられる施設等

[対象外とすべきと考えられるもの]

- ネーミングライツによって得られる対価・メリットに比べ、導入に係る経費が多くなる場合など、広告媒体としての価値に見合わないもの
- 市役所や学校等、公の施設の性格上、愛称を付するのが適当でないと判断されるもの
- 上記の他、施設等の名称の設定に特段の経緯があるもの※
※ 既にネーミングライツ以外の手法により愛称がつけられている場合は、原則、対象外としますが、財源確保の観点等から総合的に判断してネーミングライツを導入すべきと判断できる場合には、既に愛称がつけられている場合であってもネーミングライツを導入できるものとします。

6 ネーミングライツ要件・考え方

- 2 ページに記載のとおり、「愛称」の付与により市条例に定めている正式名称を変更するものではなく、また、施設の所有権や経営等には影響を与えないものとします。
- ネーミングライツの権利は、他社に譲渡・貸与することはできないものとします。
- 「愛称」は対象施設等との親和性や呼びやすさ、分かりやすさ等に配慮されたものであって、栗東市有料広告掲載要綱第3条第1項各号※に該当しないものを選定の要件とします。
- 施設等の特性により、特定の地名等を含めるなど、各施設の募集要項に条件を定めることができ、制限を設ける場合があります。
- 施設等の利用者の混乱を避けるため、当分の間、正式名称を併記する等の措置を講じることができることとします。
- 原則として、契約期間中に愛称を変更することは不可とします。
- 以下の愛称は使用することができないものとします。
 - ①人権侵害、名誉毀損又は各種差別的な表現をしているもの
 - ②他をひぼう、中傷又は排斥するもの及び他と比較して優良であると表現しているもの
 - ③氏名、商標、著作物等を無断で使用したもの
 - ④非科学的なもの、迷信に類するもの及び人を惑わせたり、不安を与えたりするおそれがあるもの
 - ⑤本市の業務に不利益を及ぼすおそれのあるもの

[※ 栗東市有料広告掲載要綱第3条第1項各号 (抜粋)]

第3条 次の各号のいずれかに該当する広告は、広告媒体に掲載しない。

- (1) 国及び地方公共団体の法令、条例及び規則に違反するもの又は違反するおそれのあるもの
- (2) 公序良俗に反するもの又は反するおそれのあるもの
- (3) 政治活動、宗教活動、意見広告又は個人の宣伝(個人の名刺広告を含む。)に関するもの
- (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)に規定する営業に関するもの
- (5) 大げさな表現、根拠のない表現又は射幸心を著しくあおる表現を含むもの
- (6) あたかも市が推奨しているかのような誤解を与える表現のもの
- (7) 男女の性差別又は性別による固定的な役割分担若しくは固定観念を助長するおそれがあるもの
- (8) その他広告媒体に掲載する広告として妥当でないと市長が認めるもの

7 ネーミングライツ・パートナーの要件（応募資格）

ネーミングライツ・パートナーとして応募できる者は、法人、個人事業主、その他の団体もしくはそれらにより構成されたグループ（以下、「事業者」という。）であって、栗東市有料広告掲載要綱第3条第2項各号※に該当しない者であり、かつ、以下に掲げる要件を全て満たしている必要があります。

なお、対象施設等の性格等に応じて、これ以外の事項についても募集要項で規定するものとします。

- 会社更生法（平成14年法律第154号）に基づく更生手続開始の申立てをしている者（更生手続開始の決定を受けている者を除く。）または民事再生法（平成11年法律第225号）に基づく再生手続開始の申立てをしている者（再生手続開始の決定を受けている者を除く。）でないこと。
- 風俗営業等の規制および業務の適正化等に関する法律（昭和23年法律第122号）に規定する風俗営業およびそれに類似する業種でないこと。
- 貸金業の規則等に関する法律（昭和58年法律第32号）に規定する貸金業のうち、専ら消費者金融業および事業者金融業を営む事業者でないこと。
- その他市の公共機関としての社会的な信頼性および公平性を損なうおそれのある業種および事業者でないこと。

[※栗東市有料広告掲載要綱第3条第2項各号（抜粋）]

2 次の各号のいずれかに該当する事業者の広告は、広告媒体に掲載しない。なお、広告の掲載期間中に次の各号のいずれかに該当した場合も同様とする。

- (1) 行政機関から不利益処分(行政手続法(平成5年法律第88号)第2条第4号に規定する不利益処分をいう。違法又は不適當な行為によるものである場合に限る。)を受けている者
- (2) 建設工事等指名停止基準(平成元年栗東町告示第4号)の規定により指名停止を受けている者又は建設工事等指名停止基準第2条第1項に定める措置要件に該当する行為を行った者
- (3) 暴力団員(暴力団員による不當な行為の防止等に関する法律(平成3年法律第77号)第2条第6号に規定する暴力団員をいう。以下同じ。)が経営に実質的に関与している者、暴力団(同法第2条第2号に規定する暴力団をいう。以下同じ。)の威圧若しくは暴力団員を利用している者又は暴力団の維持若しくは運営に協力し、若しくは関与している者
- (4) 市税を滞納している者
- (5) 前各号に掲げるもののほか、市の社会的な信頼性及び公平性を損なうおそれがあると市長が認める者

8 ネーミングライツ導入までの流れ

市が募集する施設等を選定し、以下の流れにより手続きを進めるものとします。

なお、ネーミングライツの募集にあたっては、原則、公募型プロポーザル方式により実施するものとし、本ガイドラインに沿い、対象施設等に応じて募集要項を定め、本市ホームページ等により広く募集することとします。

(1) 施設及び公募期間を特定して募集する場合（募集型）

ネーミングライツ事業に必要な事項について、対象施設等に応じて募集要項を定め、本市ホームページ等に掲示し、応募者を広く募集します。

- ①募集要項作成
- ②総合調整会議へ付議（審議事項）
- ③議会への報告
- ④ネーミングライツ・パートナーの募集【1か月以上】
- ⑤外部有識者等からの意見聴取、審査委員会による審査（優先交渉権者の決定）
- ⑥優先交渉権者との協議
- ⑦ネーミングライツ・パートナーの決定
- ⑧総合調整会議へ付議（報告事項）
- ⑨議会への報告
- ⑩契約の締結
- ⑪表示等の変更・周知【5か月以上】
- ⑫愛称の使用開始

(2) 導入を検討している対象施設に事業者が提案する場合（提案型）

事業者が、愛称を付けたい対象施設等を選び、愛称や金額とともに提案することができる方法です。

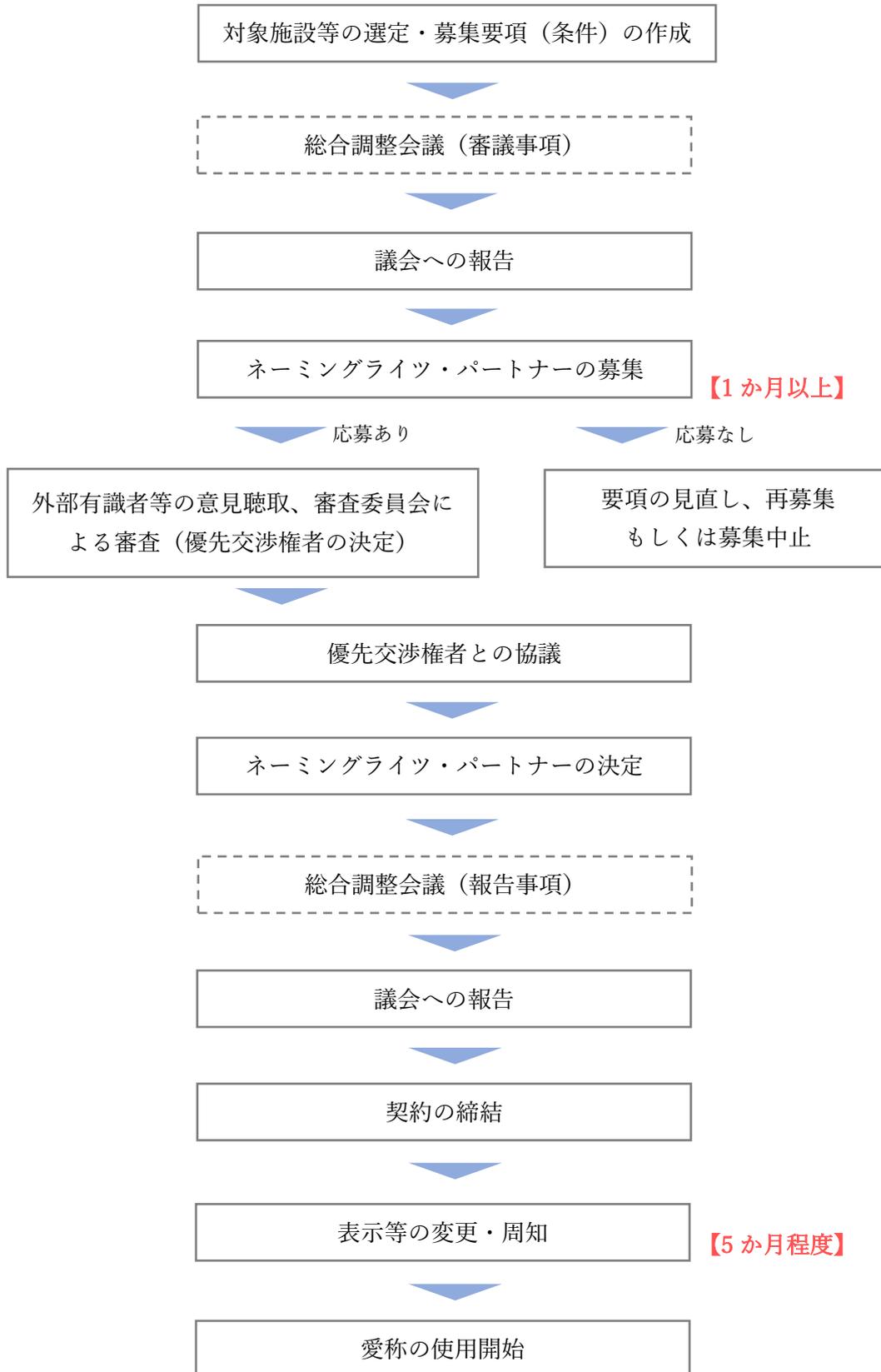
対象施設等や募集要項を本市ホームページ等に掲示し、応募者を広く募集します。

ただし、事前相談のあった施設等に対して、設定した受付期間内に複数の提案がある場合は、上記（1）の募集方法へ切り替わります。

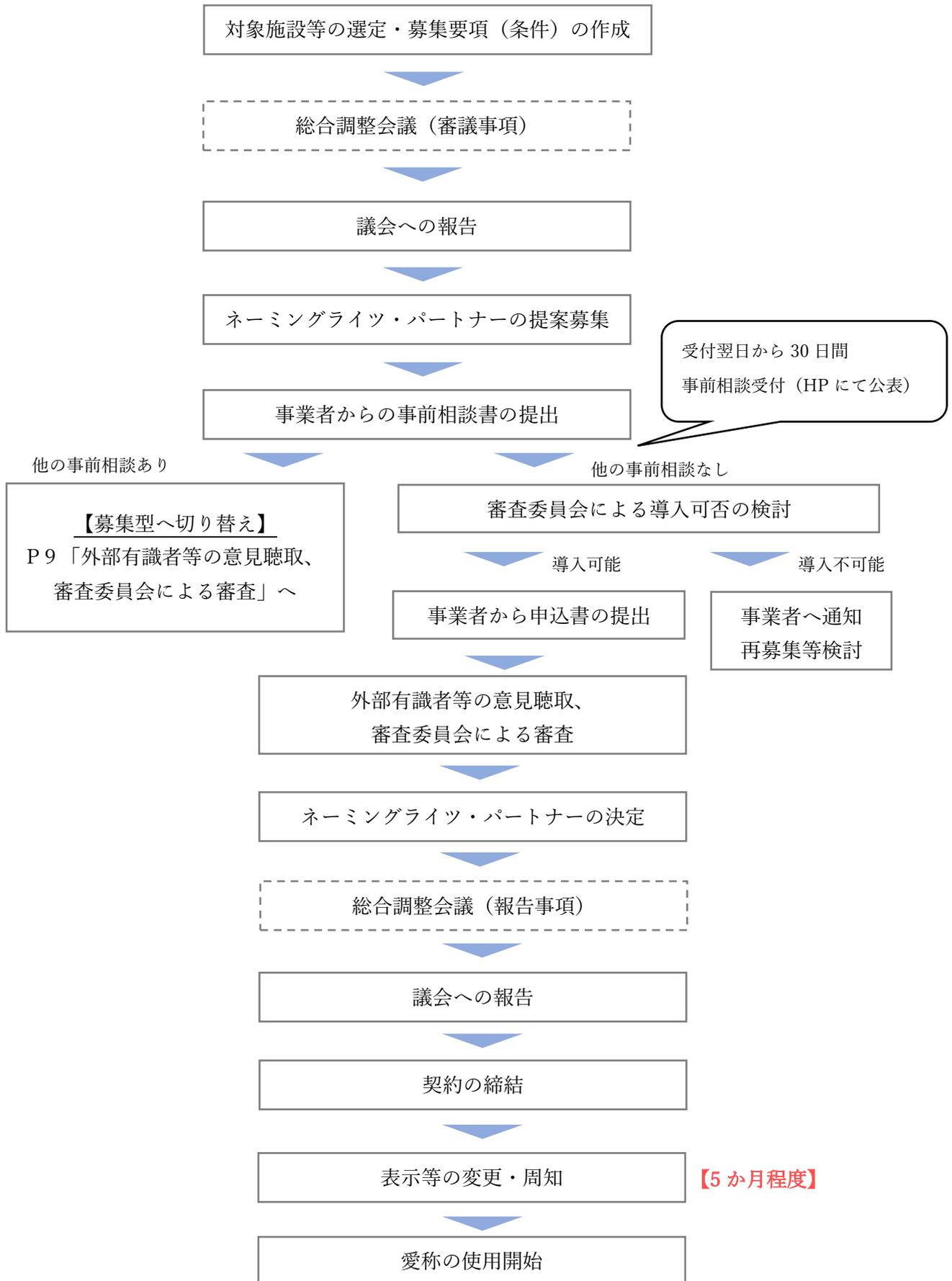
- ①募集対象施設等の選定
- ②募集要項作成
- ③総合調整会議へ付議（審議事項）
- ④議会への報告
- ⑤ネーミングライツ・パートナーの提案募集
- ⑥事業者からの事前相談書の提出（必須）
- ⑦審査委員会による導入可否の検討（他の事前相談がない場合）

- ⑧申込書の提出（導入可能の場合）
- ⑨外部有識者等からの意見聴取、審査委員会での審査、優先交渉権者の選定
- ⑩優先交渉権者との協議
- ⑪ネーミングライツ・パートナーの決定
- ⑫総合調整会議へ付議（報告事項）
- ⑬議会への報告
- ⑭契約の締結
- ⑮表示等の変更・周知【5か月以上】
- ⑯愛称の使用開始

ネーミングライツ 導入フロー図（募集型）



ネーミングライツ 導入フロー図（提案型）



9 対象施設の選定・募集要項（条件）の作成

(1) 対象施設の選定

対象施設は、「5 ネーミングライツの導入対象」の記載内容を基に、施設所管課やネーミングライツ専門部会で検討のうえ、行財政改革推進本部会議で選定します。なお、検討にあたっては、次の点に注意が必要です。

- 必要に応じて、あらかじめ関係団体等のヒアリングや利用者アンケート等を実施します。
- 選定にあたっては、関係部局や関係機関等と事前に協議を行い、手続きや付すべき条件等を確認する必要があります。
- 指定管理者制度を導入している施設については、指定管理者の施設運営の不利益とならないよう、あらかじめ指定管理者と協議を行う必要があります。

(2) 募集要項の作成

対象施設等の所管部局は、募集方法、目安となるネーミングライツ料、愛称の条件、応募資格、応募手続き、選定方法、選定基準、その他必要な事項について検討し、募集要項を作成します。

[募集要項作成における留意点]

- 応募者にとっては、応募の検討に十分な期間を確保する必要があることから、募集開始から募集受付終了まで、原則として1か月以上の期間を確保してください。
- 応募者が施設等の広告価値を判断し、ネーミングライツ・パートナーとしてのイメージやメリット等を描き、応募について検討できるようにするため、募集要項作成時に、施設の価値や魅力等を適切に表現するとともに、質問受付期間を設けるようにしてください。
- 周知期間（看板の設置期間等）を十分確保できるよう、5か月程度の期間を確保してください。
- 応募に係る申込書等の様式例については、20ページ以降を参考にしてください。

10 契約期間

(1) 施設の場合

契約期間については、利用者や市民の利便性を踏まえるとともに、施設の公共的な性格からも、名称が短期間で変更になり混乱が生じることは避けなければならないことから、契約期間が短くなりすぎないように設定する必要があります。

一方で、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できることが望ましいことから、契約期間が長くなりすぎること好ましくありません。

これらを考慮し、契約期間は概ね5～10年とし、施設の特性等に応じて契約期間を決定することとします。

ただし、指定管理施設については、指定期間を考慮したうえで、適切な期間を設定します。

(2) イベントや講座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とします。

ただし、定期的に開催する事業については、事業の特性等に応じて契約期間を決定することとします。

11 ネーミングライツ料

(1) ネーミングライツ料の金額設定について

ネーミングライツ料は、施設等の管理に要する経費を基本としつつ、他の自治体の類似施設等の事例、利用者数、知名度及び広告媒体への露出の状況その他施設の特性等を勘案して、希望金額を設定します。

(2) ネーミングライツ料の用途について

ネーミングライツ料は、原則、対象施設等の管理運営経費等に充てることとします。

なお、ネーミングライツ料の活用実績は、ネーミングライツ・パートナーに報告を行うこととします。

12 ネーミングライツ・パートナーの選定方法

企画提案の公募を行い、優先交渉権者を決定します。

公募に当たっては、市のホームページ等に掲載するほか、報道機関への情報提供を行うこととします。

応募者の提案に対して、原則、所管部局が設置する内部の審査委員会において審査を行い、各委員が審査基準に沿って審査し、優先交渉権者を決定します。

また、審査は、ネーミングライツ料の多寡のみによるものではなく、別紙「ネーミングライツ・パートナー審査基準（例）」を参考に総合的に判断します。

13 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、所管部局は募集要件を見直し、再度募集するか、募集の中止を検討することとします。

14 契約の締結及び公表

(1)契約の締結

審査委員会の結果をもとに、優先交渉者と細部について協議し、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。

なお、優先交渉者との協議の結果、合意に至らなかった場合には、第2順位の交渉者と協議を行うものとします。

(2)公表

ネーミングライツ・パートナーとの契約締結後、すみやかに当該団体の名称、施設等の愛称、ネーミングライツ料、契約期間などを市ホームページ等で公表することとします。

(3)次回優先交渉権者の設定

契約を締結したネーミングライツ・パートナーは、愛称が頻繁に変更となることを避けるため、次回契約の優先交渉権者となることができます。その際は、応募時の提出書類に準じた資料のうち、変更があった部分及び市が確認を必要とする資料等の提出を求めます。

15 パートナーメリット

市はネーミングライツ・パートナーに対し、提案や希望などを参考に、施設等に応じて「愛称」の命名権以外に、特典やその他の権利を付与することができます。

パートナーメリットを検討する際には、愛称の普及だけでなく、事業者名やロゴ等を紹介する機会等についても検討することとします。

[考えられるパートナーメリットの例]

- ▶ 看板等の変更（事業者名や事業者ロゴ、事業所・店舗の位置情報等の追記を含む。）
- ▶ イベント開催周知や報道機関への情報提供、市ホームページでの広報等における愛称の使用
- ▶ 施設内へネーミングライツ・パートナーのPR・商品展示スペースを確保する など

16 費用負担

市とネーミングライツ・パートナーの費用負担は、次の表によるものとします。なお、詳細については、募集要項に定めるほか、双方協議のうえ、契約書等において定めることとします。

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	—	○
契約期間終了後の原状回復	—	○
パンフレット、封筒等の印刷物や HP の表示変更	○	—

《留意事項》

- 看板等の表示変更の必要性等が生じる可能性のあるものについては、ネーミングライツ・パートナー募集時に、可能な限り募集要項等で示すものとします。
- 新規に看板等を設置する場合は、その設置の可否について、市、関係機関、ネーミングライツ・パートナーが協議するものとします。
- 契約終了に伴い、原状回復にかかる費用については、ネーミングライツの対価とは別に、ネーミングライツ・パートナーが負担するものとします。
- パンフレット、封筒等の印刷物については、残部数や切り替えの時期などを考慮し、協議のうえ、切り替えタイミングを決定することとします。

※ このほか詳細については、募集要項で定めます。

17 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、当該ネーミングライツ・パートナーが負うものとします。その他、定めのないリスクが生じた場合の負担は、双方が協議し決定するものとします。

18 契約の解除

ネーミングライツ・パートナーの決定後、次のいずれかに該当する場合は、市は決定の取り消し又は契約の解除をすることができることとします。

この場合、原状回復等に必要な経費は、ネーミングライツ・パートナーが負担することとします。

- 申込内容や提案内容に虚偽や事実と異なる内容等が判明した場合
- ネーミングライツ・パートナーの要件を欠くことになった(欠くことが明らかになった)場合
- ネーミングライツ・パートナーの信用失墜行為等に伴い、市や当該施設等のイメージが損なわれるおそれが生じた場合
- ネーミングライツ・パートナーとして適当でないと認められる場合

19 契約期間の満了

市は、契約期間満了までに、当該施設等について、ネーミングライツの継続実施を判断します。

なお、14 ページに記載のとおり、愛称が頻繁に変更となることを避けるため、ネーミングライツの契約更新施設等においては、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。

20 指定管理者制度導入施設にかかる留意点

ネーミングライツ導入対象施設が指定管理者制度導入施設の場合は、指定管理者制度の趣旨を鑑みながら、指定管理者の不利益とならないよう、次の点に留意することとします。

(1) 導入対象施設等の決定

市は、ネーミングライツ事業導入に関して指定管理者から意見や要望などを聴取したうえで、導入の可否を決定することとします。

(2) 優先交渉権者への選定

現パートナーが契約更新を希望する場合を除き、市は、ネーミングライツ事業導入に関して指定管理者と事前に協議を行い、応募の意思がある場合については、指定管理者を優先交渉権者として決定できることとします。また、応募の意思がない場合、あるいは協議が整わなかった場合については、公募によりパートナーを募集することができることとします。

(3) 費用負担

現指定管理者がパートナーを兼ねる場合については、ネーミングライツ料は、指定管理にかかる管理経費とみなさないこととします。また、現指定管理者とパートナーが異なる場合で、16 ページの費用負担の表以外に、ネーミングライツ事業導入に起因して副次的に発生する費用負担については、パートナー、現指定管理者及び市の3者の協議により決定することとします。

(4) その他

ネーミングライツ事業導入された場合においては、パートナー、指定管理者及び市の3者は、ネーミングライツ事業導入の目的を達成するために、相互に協力し良好な関係を保持するよう努めることとします。

21 その他

本ガイドラインは、栗東市政策推進部企画政策課が所管し、ネーミングライツの運用状況及びその他の状況等に応じて、適宜、見直しを行うものとします。

また、本ガイドラインにより難しいと判断されるものについての取扱いは、別途、定めるものとします。

22 ガイドラインの適用時期等

本ガイドラインは、令和7年9月30日から適用することとします。

参考様式

(参考様式)

令和 年 月 日

栗東市長 様

事業者名

所在地

代表者名

印

(上記代理人)

事業者名

所在地

代表者名

印

「〇〇〇」ネーミングライツ申込書

「〇〇〇」ネーミングライツ募集要項に基づき、下記のとおり応募します。

応募施設	
愛称(案)	(ふりがな)
愛称(案)の提案理由	
ネーミングライツ料	年額 円(消費税及び地方消費税含む)
応募理由	

応募形態	単独・グループ	グループ応募で代表事業者の場合、右欄に○を記載
業 種		
業 務 内 容		
担 当	担当者役職・氏名	
	部 署	
	連 絡 先	

- 委任状(様式) ※代理人が応募する場合
- 定款、寄附行為その他これらに類するもの
- 事業者の概要及び直近の会計年度の事業計画書
- 直近3か年の決算報告書類
- 登記事項証明書(商業登記簿謄本)(発行から3か月以内のものに限る。)
- 契約主体の所在地及び本社所在地の納税に関する証明書(発行から3か月以内のものに限る。)(「市区町村税の完納証明書(入札参加資格審査用)」及び「都道府県の完納証明書」及び「法人税と消費税及び地方消費税の未納の税額がないことの証明書」を各1部)
- 印鑑証明書(発行から3か月以内のものに限る。)
- 誓約書(様式)
- 施設の魅力向上や市民サービスを高めるための提案等について(様式)
- 地域社会への貢献等について(様式)

(参考様式)

委任状

令和 年 月 日

栗東市長 様

(委任者)

事業者名

所在地

代表者名

私は、下記の者を代理人と認め、令和 年 月 日から令和 年 月 日までの間、「〇〇〇」
ネーミングライツに関する次の事項について権限を委任します。

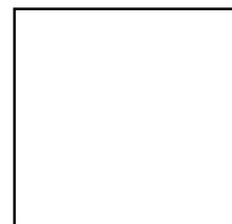
1 受任者（代理人）

(受任者使用印鑑)

事業者名

所在地

代表者名



2 委任事項

(参考様式)

誓約書

令和 年 月 日

栗東市長 様

事業者名

所在地

代表者名

印

「〇〇〇」ネーミングライツの応募に当たり、下記事項について誓約します。

これらが事実と相違することが判明した場合には、当該事実に関して貴市が行う一切の措置について異議の申立てを行いません。

なお、下記4につき貴市が必要と判断する場合は、貴市が滋賀県警察本部に照会することについて承諾します。

記

- 1 「〇〇〇」ネーミングライツの応募資格要件をすべて満たしています。
- 2 提出した書類に虚偽または不正はありません。
- 3 市区町村税、都道府県税、法人税と消費税及び地方消費税を滞納していないこと。
- 4 自己または自社もしくは自社の役員等が、次の各号のいずれにも該当する者ではありません。
 - (1)暴力団（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。以下「法」という。）第2条第2号に規定する暴力団をいう。以下同じ。）
 - (2)暴力団員（法第2条第6号に規定する暴力団員をいう。以下同じ。）
 - (3)自己、自社もしくは第三者の不正の利益を図る目的または第三者に損害を与える目的をもって、暴力団または暴力団員を利用している者
 - (4)暴力団または暴力団員に対して資金等を供給し、または便宜を供与するなど、直接的もしくは積極的に暴力団の維持、運営に協力し、または関与している者
 - (5)暴力団または暴力団員と社会的に非難されるべき関係を有している者
 - (6)上記(1)から(5)までのいずれかに該当する者であることを知りながら、これを不当に利用するなどしている者
- 5 4の(2)から(6)に掲げる者が、その経営に実質的に関与している事業者ではありません。

(参考様式)

施設（事業）の魅力向上や市民サービスを高めるための提案等について

事業者名

ネーミングライツ・パートナー選定の資料とさせていただきますので、導入に伴い、施設（事業）の魅力向上や、市民サービスを高めるための提案をご記入ください。

※資料等があれば添付してください。

※ネーミングライツ・パートナーとして契約した際は、当該提案について検討を行いますが、実施しない場合があることに留意してください。

(参考様式)

地域社会への貢献等について

事業者名

ネーミングライツ・パートナー選定の資料とさせていただきますので、貴社の PR や地域貢献等に対する支援の実績、今後の計画、ネーミングライツ取得への熱意等についてご記入ください。

- (例)・地域貢献やカーボンニュートラル等に関するビジョンや取組
- ・他施設等でのネーミングライツ契約実績
 - ・ネーミングライツへの熱意等

※資料等があれば添付してください。

(参考様式)

「〇〇〇」ネーミングライツの募集に係る質問票

令和 年 月 日

質 問 内 容		
連 絡 先	事 業 者 名	
	所 在 地	
	担 当 部 署	
	担 当 者 氏 名	
	電 話 番 号	
	F A X	
	E - m a i l	

ネーミングライツ・パートナー審査基準（例）

1 審査委員会

ネーミングライツに係る審査委員会の設置については、以下の例を参考に、庁内の関係部長級等の職員で構成される委員を選任するものとします。

（委員構成の例）

委員長 ○○部長（所管部署）

委員 政策推進部長（ネーミングライツ制度所管部署）

委員 総務部長（財政部署）

委員 ○○部長

委員 ○○部長

※ 5名以上で構成してください。

2 外部有識者等の意見の聴取について

審査に係る専門性及び客観性等を補完するため、審査委員会の開催に先立ち、外部有識者等から意見を聴取するものとし、この取扱いは、応募が1者の場合も同様とします。

（意見聴取先の例）

相手方	聴取のポイント	備考
税理士、公認会計士	応募者の財務状況	※市顧問税理士への税理士相談も可能（ただし予算の範囲内）
利用者団体、関係団体	利用者、関係者意見	※パブリックコメントを想定
学識経験者	地域貢献の評価等	※栗東市行政改革懇談会への意見聴取も可能

3 審査基準について

（1）応募資格等審査

応募資格や提案された愛称案等が、募集要項の条件を満たしていることを確認するため、所管課において事前審査を行い、その結果を審査委員会に報告することとします。審査委員会は、その結果を踏まえて審査し、応募条件を満たしていないと判断された者は、対象外とします。

（2）審査の考え方

- 委員は、（1）の応募資格等審査の結果、応募条件を満たしていると判断された応募者を対象として、（3）「審査項目、審査ポイント及び配点」の審査項目に基づいて得点化し、最高得点をつけた委員数が最も多い応募者を優先交渉権者として選定します。ただし、優先交渉権者として選定されるための最低基準は、審査項目の合計点数の6割とし、最低基準に満たない場合は失格とします。

- ・最高得点をつけた委員数が同数の場合は、得点化した点数を応募者ごとに合算し、最も高い得点となった応募者を優先交渉権者とします。
- ・合算した得点が同点で、最も高い得点となった応募者を選定できない場合は、審査項目「ネーミングライツ料」の得点が最も高い応募者を優先交渉権者として選定します。

(3) 審査項目、審査ポイント及び配点

審査項目	審査ポイント	配点
愛称案	市民にとって愛称の親しみやすさ、呼びやすさ、わかりやすさ、地域への定着度、施設の設置目的やイメージとの整合等	20
経営の安定性	応募者のネーミングライツ料の支払能力、財務状況から判断した経営の安定性等経営の安定性等	10
提案内容	施設の魅力や利便性、市民サービスを高めるための提案があるか、提案内容の具体性、実現可能性等	10
地域貢献等	地域貢献や〇〇の振興等に対する理念、活動実績 今後の計画等	10
ネーミングライツ料	応募金額の妥当性、相対評価	40
契約期間	契約期間の妥当性、相対評価	10
合計		100

(4) 評価方法

審査項目	評価方法
愛称案	(3)「審査項目、審査ポイント及び配点」について、(5)「得点の判断基準」により評価ランクを判断し、得点化する。
経営の安定性	
提案内容	
地域貢献等	
ネーミングライツ料	<p>① 応募金額（年額）が最高である者を1位として、満点の40点を付与する。</p> <p>② ①以外の応募金額の場合は、1位の金額（最高応募金額）を用いて、下記により算出する。</p> <p>③ 応募が1者のみの場合で、応募金額が市希望金額未満の場合は、最高応募金額を市希望金額に置き換えて算出する。</p> <p>（算定式）得点 = 40点 × (当該応募金額 / 最高応募金額)</p> <p>※ 端数がある場合は、小数点以下第一位を四捨五入する。</p>
契約期間	<p>① 市の希望する契約期間どおりの提案であった場合は、満点の10点を付与する。</p> <p>② ①以外の契約期間による提案があった場合は、下記により算出することとし、10点を超える場合は、10点とする。</p> <p>（算定式）得点 = 10点 × (提案契約期間 / 市希望契約期間)</p> <p>※ 端数がある場合は、小数点以下第一位を四捨五入する。</p>

(5) 得点の判断基準

評価の判断基準	評価	得点 (20)	得点 (10)
審査ポイントが優れている	A	20	10
審査ポイントがやや優れている	B	15	8
審査ポイントが標準的である	C	10	5
審査ポイントがやや劣っている	D	5	3
審査ポイントが劣っている	E	0	0



栗東市 政策推進部 企画政策課

〒520-3088 滋賀県栗東市安養寺一丁目 13 番 33 号

電話 : 077-551-1808(直通) FAX : 077-554-1123

E-mail : seisaku@city.ritto.lg.jp