

# 指宿市ネーミングライツ導入ガイドライン

指宿市

令和5年8月

(令和6年10月改訂)

## 目次

1	はじめに	P 2
2	ネーミングライツとは	P 3
3	導入対象施設等	P 3
4	導入方法	P 4
5	ネーミングライツ料	P 4
6	契約期間	P 5
7	愛称	P 5
8	ネーミングライツ・パートナーの募集方法等	P 6
9	選定方法	P 7
10	施設提案型募集における回答	P 8
11	ネーミングライツ・パートナーの決定及び公表等	P 9
12	費用負担	P 9
13	リスク分担	P 10
14	契約の解除	P 10
15	契約の更新	P 10

## 1 はじめに

近年，多くの自治体において広告などによる歳入確保策が実施されておりますが，なかでも公共施設やインフラ系施設へのネーミングライツが広がっているところではあります。

本市では，厳しい財政状況が続く中，今後，人口減少等により，公共施設等を利用する人たちも減少していくことが予想されることを踏まえ，施設の管理・運営に充てる新たな財源の確保や，市民サービスの向上及び地域経済の活性化を図るため，本市が所有する施設にネーミングライツを導入することとしました。

このガイドラインは，ネーミングライツの適切な導入を図るため，基本的な考え方を定めたものです。

## 2 ネーミングライツとは

### (1) ネーミングライツの定義

「ネーミングライツ」とは、一般的に、施設等に愛称を付ける権利（命名権）のことを意味しておりますが、本市におけるネーミングライツの定義は、本市が所有する施設等の、契約期間内における愛称を付ける権利を売却することとします。

なお、ネーミングライツは、あくまで愛称を付けるものであり、条例に定められている施設の正式名称を変更するものではありません。

また、愛称を付ける権利を得た法人等のことを、本市では「ネーミングライツ・パートナー」と呼びます。

### (2) ネーミングライツの効果

本市が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できます。

- ① 本市の資産を有効活用し、ネーミングライツ収入による財源の確保又は施設の維持管理経費を節減することができます。
- ② 法人等から、金額だけでなく、施設の魅力向上につながる提案を行ってもらうことにより、市民サービスの向上に寄与することができます。
- ③ 法人等の新たな広告媒体として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。

## 3 導入対象施設等

本市が所有するスポーツ施設や文化施設、公園等の施設（及びそれらの一部）のうち、ネーミングライツの導入により広告効果が見込める施設を対象とします。

ただし、市庁舎や学校、市営住宅等、施設の性格上、愛称を付けることが適当でない判断するものは対象外とします。

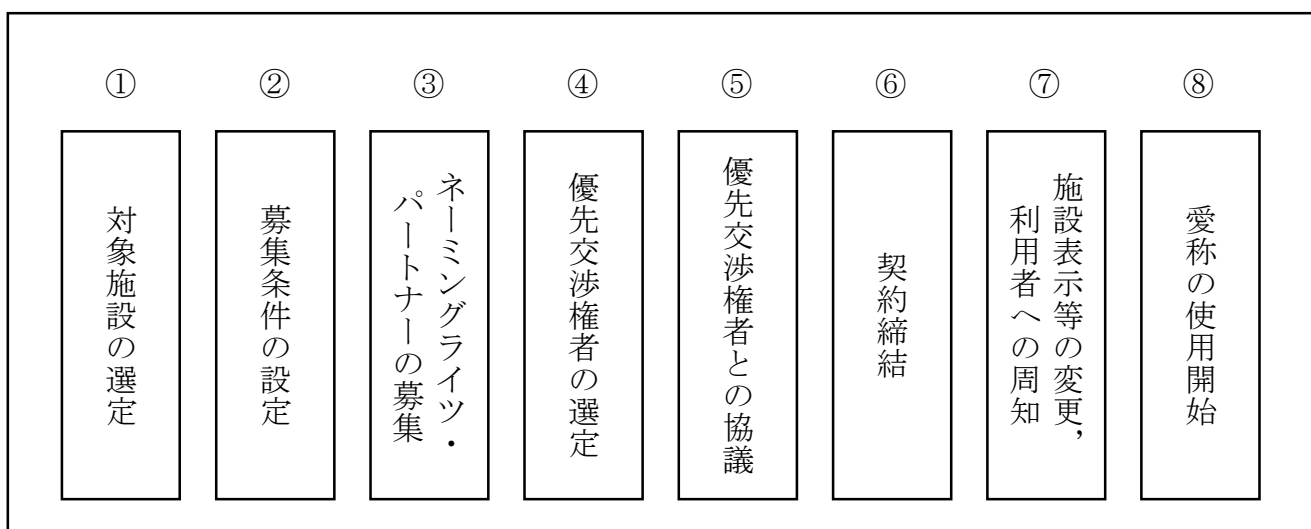
また、すでに公募等により愛称が決定し、広く市民に親しまれている施設についても同様に、対象外とします。

## 4 導入方法

ネーミングライツ導入の方法として、市が選定した施設について広く募集する場合（以下「施設特定型募集」という。）と、導入施設も含めて法人等が提案する場合（以下「施設提案型募集」という。）があります。

いずれの場合においても、市ホームページや広報紙等により広く公表します。

### (1) 募集手続きの流れ



## 5 ネーミングライツ料

### (1) 希望金額

各施設のネーミングライツ料の希望金額は、原則として他自治体の類似施設、利用者数、広報媒体への露出状況等を勘案して設定します。

ただし、これはあくまで目安となる金額であり、希望金額を下回る提案を行うこともできます。

### (2) ネーミングライツ料の用途

ネーミングライツにより本市が得た対価は、基本的に特定財源として、その施設の管理・運営に役立てることとします。

### (3) ネーミングライツ料の支払い

ネーミングライツ料は、本市が発行する納付書により指定する期間までに一括してお支払いいただくことを基本とします。

## 6 契約期間

契約期間は原則として3年以上10年以内とします。

## 7 愛称

### (1) 市民等の理解

愛称は公共の施設等にふさわしいものとして、親しみやすさや呼びやすさなど、市民等の理解が得られるものとします。また、施設の実態により、特定の地名等を含めるなど、各施設の愛称の設定について、条件を定めることがあります。

なお、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。

### (2) 使用を禁止する愛称

愛称が次のいずれかに該当するものは、使用することができません。

- ① 人権侵害、差別、名誉棄損のおそれのあるもの
- ② 法律等で禁止されている商品、無許可商品及び粗悪品などの不適切な商品又はサービスを提供するもの
- ③ 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
- ④ 氏名、商標、著作物等を無断で使用したもの
- ⑤ 政治性又は宗教性のあるもの
- ⑥ 非科学的又は迷信に類するもので、人を惑わせたり、不安を与えたりするおそれのあるもの
- ⑦ 国内世論が大きく分かれているもの
- ⑧ 本市があたかも推奨していると思われる表現をしているもの
- ⑨ 本市の業務に不利益を及ぼすおそれのあるもの
- ⑩ その他不適切であると認められるもの

### (3) 愛称の変更

利用者の混乱を避けるため、契約期間内に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は、本市とネーミングライツ・パートナーとで協議の上、その可否を決定するものとします。

## 8 ネーミングライツ・パートナーの募集方法等

### (1) 募集方法

募集は、原則公募とし、市ホームページや広報紙等に掲載することにより行います。

なお、「施設特定型募集」は施設ごとに行うこととします。

### (2) 応募資格

応募できる法人等は、ネーミングライツ・パートナーとしてふさわしい資力と信用を備えた法人その他団体とします。

ただし、以下の事項に該当する法人等は応募できないこととします。

なお、各施設の応募資格には、施設の性格等に応じて、規制する業種等を追加することもあります。

- ① 政治活動及び宗教活動を行う団体その他これに類するもの
- ② 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 条に掲げる風俗営業を営む事業者
- ③ 消費者金融及び高利貸しに該当する事業者
- ④ ギャンブルに該当する事業者（ただし、公営競技は除く。）
- ⑤ 社会問題を起こしている業種を営む事業者又は社会問題を起こしている事業者
- ⑥ 法律に定めのない医療類似行為を行う事業者
- ⑦ 民事再生法（平成 11 年法律第 225 号）による再生手続中の事業者又は会社更生法（平成 14 年法律第 154 号）による更生手続中の事業者
- ⑧ 本市から指名停止措置を受けている事業者
- ⑨ 市税及び使用料などの債務を滞納している事業者
- ⑩ 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）第 2 条第 2 号に規定する暴力団又は同条第 6 号に規定する暴力団員の統制下にある団体に該当するもの
- ⑪ 国，地方公共団体からの行政指導を受け，改善がなされていない事業者
- ⑫ 上記に掲げるもののほか，本市のネーミングライツ・パートナーとして不適当と認められる法人等

### (3) 費用負担

応募に要した経費は、全て応募者の負担とします。

#### (4) 募集要項

施設特定型募集，施設提案型募集ともに，応募に必要な事項を記載した募集要項等を作成します。

また，申請方法や選定手続き等をあらかじめ公表し，選定の透明性の確保に努めます。

#### (5) 募集期間

募集期間は，以下のとおりとします。

- ① 施設特定型募集：原則，30日以上とします。
- ② 施設提案型募集：原則，通年募集とします。

## 9 選定方法

### (1) 審査委員会の設置

ネーミングライツ導入の際，関係部局の職員等からなる審査委員会を設置し，提案に対する採用の可否（施設提案型募集の場合）や優先交渉権者の決定等について審査・選定を行います。また，審査・選定に当たっては，必要に応じて助言者の出席を求めることができますこととします。

#### 優先交渉権者

応募者のうち，ネーミングライツ・パートナーとしての適格があり，かつ有利な条件で契約を締結することができる者として，他の応募者に優先して市が契約交渉を行う団体等をいいます。

### (2) 審査項目及び審査ポイント

次の視点で審査項目を定め，総合的に判断します。

なお，応募者が1者の場合でも，審査委員会においてネーミングライツ・パートナーとしてふさわしいか否かについて審査・選定を行います。

#### ① 応募団体等

##### 【審査ポイント】

- ア 応募資格は適正か
- イ 応募団体等の経営は健全か
- ウ 施設と応募団体等の理念・事業内容等がマッチしているか など



② 愛称

【審査ポイント】

- ア 親しみやすいか, 呼びやすいか, 分かりやすいか
- イ 施設の管理運営に支障が生じないか

③ ネーミングライツ料

【審査ポイント】

- ア 応募金額は妥当か
- イ 市の負担経費と比較して妥当か など

④ 契約期間

【審査ポイント】

- ア 安定したネーミングライツ運用が図られる期間か など
- ※ 愛称は長期にわたって使用されることにより, 市民に親しまれていくものであることから, 長期の期間を提案した法人等をより高く評価することとします。

⑤ 施設の魅力向上に関する提案

【審査ポイント】

- ア 実現可能性が高いものか, 施設の魅力向上に資するものか など
- ※ 本項目は提案がなくても構いませんが, 積極的な提案を期待します。

⑥ その他, 審査に必要な事項

施設ごとに審査に必要な独自の項目を設けることができます。

## 10 施設提案型募集における回答

施設提案型募集への応募に対し, 不採用とする場合は, 応募を受けた日から, 原則3か月以内に理由を付して文書で回答します。

## 11 ネーミングライツ・パートナーの決定及び公表等

### (1) 契約締結

優先交渉権者として選定したものと、契約内容について協議し、協議が整った場合には、本市は契約を締結します。

なお、優先交渉権者との協議が整わず、合意に至らなかった場合には、次点者と契約の締結に向けた協議を行います。

### (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・パートナー決定後、すみやかに当該団体等の名称、施設の愛称、ネーミングライツ料、契約期間等を、市ホームページ及び広報紙等により公表します。

なお、審査項目に基づく評価結果は非公表とします。

## 12 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、次によるものとします。

区分	費用負担	
	市	ネーミングライツ・パートナー
敷地内外の看板等の表示変更※ <sup>1</sup>		○
契約期間終了後の原状回復		○
パンフレット、封筒等の印刷物や市ホームページの表示変更※ <sup>2</sup>	○	

※1 敷地外や新規の看板設置等は、本市や関係機関と協議の上、可能な表示について行うことができます。

※2 印刷物については、残部数や改定時期等を踏まえ、ネーミングライツ・パートナーと協議の上、変更時期を決定させていただきます。

## 13 リスク分担

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、本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。

## 14 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、当該施設のイメージが損なわれる恐れが生じた場合は、市は契約満了を待たず契約を解除することとします。

## 15 契約の更新

本市は契約期間満了までに、当該施設に係るネーミングライツの継続実施を判断します。

なお、愛称の変更による市民の混乱を避けるため、当該ネーミングライツ・パートナーは、次回期間の契約について、優先的に交渉できることとします。