

中野市ネーミングライツ導入ガイドライン

1. 趣旨

このガイドラインは、市が所有する施設又は市が主催するソフト事業(イベント、講座等)への命名権(以下「ネーミングライツ」という。)を導入することについて、対象の施設及びソフト事業や募集の方法等に関し、基本的な考え方をまとめたものです。

2. ネーミングライツ導入の目的

企業等による広告の機会を拡大するとともに、市が所有する施設の運営及び維持管理費用や、ソフト事業の開催費用等に充てる新たな財源を確保することにより、安定的なサービスの提供及び地域の活性化を図ることを目的とします。

3. ネーミングライツ事業の概要

- (1)ネーミングライツ事業とは、本市との契約により施設又は市が主催するソフト事業に企業名や商品名等を冠した愛称を付与させる代わりに、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。)から対価(以下「ネーミングライツ料」という。)を得て、前項に規定するネーミングライツ導入の目的のために役立てるものです。
- (2)ネーミングライツは、市の施設又は市が主催するソフト事業に愛称を冠するに留まり、条例で定めた正式名称を変更するものではありません。また、市は、広報印刷物やホームページ等において積極的に愛称を使用しますが、施設利用者の混乱の回避や議会等への対応のため、条例で定める正式名称と愛称の併用による対応ができるものとします。

4. 対象要件

(1)対象とするもの

①施設

市が所有する文化施設、スポーツ施設、公園などの施設のほか、市が所有する財産のうち、ネーミングライツを導入することにより効果が見込まれるものについて、導入を検討するものとします。

②ソフト事業

市が主催するソフト事業のうち、ネーミングライツを導入することで効果が見込まれるものについて、導入を検討するものとします。

(2)対象外とするもの

名称の設定に特段の経緯があるものや、施設又はソフト事業の性格から愛称を付すのが適当でないと判断されるものは対象外とします。(例:市役所庁舎、学校等)

(3)その他

選定しようとする施設が指定管理者制度を既に導入している場合は、指定管理者の不利益にならないよう、あらかじめ市が当該指定管理者と協議を行い、必要に応じ指定管理者との協定書等を変更し、疑義が生じないようにします。

5. 導入手続き

ネーミングライツの導入は、市がネーミングライツ・パートナーを募集する「公募型」、又は企業等からの提案による「提案型」の方法により、手続きを進めるものとします。

なお、いずれの場合においても、導入候補とした施設又はソフト事業を所管する課等が手続きを進めるものとします。

※提案型により提案があった施設について、市があらためてネーミングライツ・パートナーの募集を行うことにより、複数の応募が見込まれる場合(例:大規模で知名度の高い施設)は、その手続きの途中で公募型に転換することがあります。

6. ネーミングライツ料

ネーミングライツ料の目安となる基準額は、下記事項を基準として、当該施設の運営及び維持管理費用や、ソフト事業の開催費用、利用者数、メディアに取り上げられる頻度、知名度、他自治体における類似事例等を参考に、広告媒体としての価値を総合的に検討することとし、施設又はソフト事業ごとに設定します。

(1)原則として、年額 20万円を最小限度額とします。

(2)ネーミングライツの基準額は、当該施設の運営及び維持管理費用や、ソフト事業の開催費用に係るランニングコスト(水道光熱費、維持整備費、イベント開催費用など。対象ごとに設定する)に、6%を乗じた額とします。なお、対象の施設又はソフト事業が使用料又は入場料等の金銭を徴取している場合は、その額を控除して計算することを検討します。

(3)ネーミングライツによる広告や企業の活動等によって、直接的あるいは間接的に、行政支出の抑制や社会貢献につながるような効果が見込まれる場合は、これを付帯的要素として、審査に際し考慮することとします。(あくまで付帯的な要素であり、契約者の商業的利用を排他するものではありません。)

7. 契約期間

(1)施設

原則3年以上とし、応募者による提案を踏まえ決定します。ただし、指定管理者制度を導入(又は予定)している施設については、その指定期間を考慮し、別途協議の上、契約期間を設定します。

(2)ソフト事業

ネーミングライツに関する契約締結日から当該ソフト事業が終了するまでとします。

8. 愛称の要件

(1)市民等の理解

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愛称とします。

(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、ネーミングライツの対象外とします。(ネーミングライツ事業実施要綱第4条)

- ①法令等に違反するもの又はそのおそれがあるもの
- ②公序良俗に反するもの又はそのおそれがあるもの

- ③市の公共性、中立性又は品位を損なうもの
- ④政治活動、宗教活動、意見広告又は個人の宣伝に係るもの
- ⑤青少年の健全な育成を阻害するもの
- ⑥その他市長が不相当と認めるもの

(3)愛称の変更

対象施設の利用者又はソフト事業の参加者等の混乱を避けるため、原則として契約期間内において愛称の変更はできません。ただし、ネーミングライツ・パートナーの社名変更など特段の事情がある場合は、協議の上、変更できるものとします。

(4)正式名称の併記

愛称が定着するまでの一定期間は、正式名称を併記する場合があります。また、施設利用者の混乱の回避や議会等への対応のため、必要に応じて正式名称を併記する場合があります。

9. ネーミングライツ導入に伴う費用負担及び表示設置・変更基準

(1)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、下記によるものとし、実施によりネーミングライツ・パートナーが負担する費用については、ネーミングライツ料とは別に負担していただくこととします。

区分	費用負担	備考
施設敷地内外の看板、標識等の表示変更・維持管理費・原状回復	パートナー	ソフト事業の場合は別途協議
市が発行する印刷物やホームページの表示変更	市	契約締結後作成分
施設敷地内外及びイベントの看板、標識等の新設	別途協議	

(2)表示設置・変更基準

ネーミングライツの導入に伴って付与された愛称を用いた看板等の設置及び変更を、ネーミングライツ・パートナーが実施する場合は、次の各号によるものとします。なお、屋外に設置するものに関しては、県屋外広告物条例並びに市屋外広告物に関する規則に則り、設置を行うこととします。

- ①施設等の建物の外壁及び内部並びに施設等の敷地内外の看板等は、原則として市が設置した既存の看板等のみ変更することができるものとします。なお、変更に際してはその可否について市や関係者と個別に協議の上、決定することとします。
- ②新規の看板等の設置については、その設置場所等を含め、可否について市や関係者と個別に協議の上、決定することとします。
- ③前各号に定める看板等の設置及び変更を行う場合は、施設等外観及び近隣の景観と調和がとれた配色かつ、公序良俗に反しないデザインとするものとします。
- ④看板等の設置及び変更、市が発行する印刷物及びホームページ上の標記変更は、契約締結後に実施するものとし、撤去については、契約期間満了までに実施するものとします。

10. 実施方法等

(1) 募集方法

ネーミングライツ・パートナーの募集にあたっては、市の広報、ホームページ等により幅広く周知します。募集の周知等は当該施設及びソフト事業を所管する課等が行います。

(2) 募集期間

- ①公募型 原則として、30 日間以上の募集期間を設定します。
- ②提案型 通年募集とします。

(3) 応募がなかった場合

公募型において、募集期間内に応募がなかった場合は、募集条件を見直した上で再度の募集を行うことも含め、検討します。

(4) 応募資格

法人その他の団体(以下「法人等」という。)であって、以下の条件に該当しない者を対象とします。

- ①法令等に違反しているもの
- ②市税及び国税を滞納しているもの
- ③市から入札参加資格の指名停止を受けているもの
- ④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)による更正手続中のもの
- ⑤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、風俗営業と規定されるもの
- ⑥代表者等(役員及び経営に事実上参加している者)が、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であるもの及びこれらと密接な関係を有することが明らかなもの。
- ⑦上記のほか、ネーミングライツを取得することが適当でないと認められるもの(例:政治又は宗教団体、消費者金融、たばこ、パチンコなど)

(5) 募集要項

公募型の場合、応募に必要な事項を記載した募集要項を作成します。募集要項に記載する主な事項は次のとおりです。募集要項では、応募方法や選定方法等をあらかじめ公表することで、ネーミングライツ・パートナーの決定過程の透明性を確保します。

- ①目的
- ②募集する対象施設(名称、所在地、設置目的、概要)又はソフト事業名
- ③募集概要(愛称、命名権の範囲、ネーミングライツ・パートナーの特典、契約期間、ネーミングライツ料の下限額、名称変更に伴う費用負担、応募資格、留意事項等)
- ④応募方法(募集期間、応募先、質問事項の受付、応募手段)
- ⑤審査方法
- ⑥契約
- ⑦その他(愛称の周知、指定管理者との協議など)
- ⑧問い合わせ先

11. 選定方法

(1) 事前審査

企業等からネーミングライツ・パートナーの応募又は提案があった場合、提案のあった施設又はソフト事業を所管する課等は、提案又は応募等を受け付けた日の翌日から30日以内に概ね次の基準をもとに、提案内容を審査します。

なお、対象施設が指定管理者制度を導入している場合は、指定管理者の不利益にならないよう、審査の過程で市が当該指定管理者と協議を行うこととします。

- ①提案した企業等の理念・事業内容等は、対象施設又はソフト事業のネーミングライツ・パートナーとして妥当か。
- ②提案された愛称が市民に受け入れられるか、親しみやすいか、浸透しやすいか、施設の場所や性格等に混乱や誤解を与えないか。
- ③提案されたネーミングライツ料は対象施設又はソフト事業の規模や利用頻度、その他広告媒体としての総合的な価値に対して妥当か。
- ④愛称の契約期間は妥当か。
- ⑤ネーミングライツ導入によって、ネーミングライツの目的達成に寄与するか。

(2) 広告審査

事前審査終了後、広告審査委員会において別紙「広告審査会候補者選定基準表」をもとに審査を行い、ネーミングライツ・パートナーを決定するものとします。

なお、提案を不採用とした場合は、公募型への切り替えについて検討するものとします。

12. 愛称の使用

市は広報ほか印刷物やホームページ等において積極的に愛称を使用します。

ただし、市民、当該施設等の利用者、当該施設等において開催される興行の主催者等に対し、愛称の使用を義務付けるものではありません。

13. 契約の解除

契約締結後、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おそれが生じた場合、市は契約満了を待たず契約を解除できることとします。

この場合、ネーミングライツ・パートナーは、市が指定する日までに、自己の負担により、看板等を撤去するなどの原状回復を行うものとします。

14. 契約満了時の取り扱い

施設等へのネーミングライツの契約期間が満了となる場合、市は当該施設等のネーミングライツの継続実施の可否を判断し、継続する場合は下記のとおり取り扱いとします。

(1) 公募型

市は、契約期間が満了する3ヶ月前までに、当該施設等のネーミングライツの継続実施の可否を判断し、継続実施する場合は、契約金額や期間を改めて精査したうえで募集要項を作成し、新たに公募を行います。これと同時に、現ネーミングライツ・パートナーに対し、継続して契約を希望するかを別個確認

し、これを希望する場合は、公募審査において優先交渉権者として決定されるものとします。

(2)提案型

市は、契約期間が満了する3ヶ月前までに、当該施設等のネーミングライツの継続実施の可否を判断し、継続実施する場合は、契約金額や期間を改めて精査したうえで、現ネーミングライツ・パートナーに対し、継続して契約を希望するかを確認し、これを希望する場合は継続契約を取り交わすものとします。

15. 辞退

企業等がネーミングライツ・パートナーを辞退する場合は、市にその旨を届け出るものとします。

16. その他

対象施設等の特性やソフト事業の実施内容に応じ、本ガイドラインに定めがない事項の規定が必要な場合又は本ガイドラインの規定と異なる取扱いが必要な場合は、別途募集要項等に記載することとします。

17. 施行時期

このガイドラインは、令和元年10月18日から施行します。

このガイドラインは、令和7年9月1日から施行します。

このガイドラインは、令和8年6月1日から施行します。

広告審査会候補者選定基準表

審査内容の詳細

No.	審査項目	内容詳細
1	命名権料 (ネーミングライツ料)	当該施設又は市が主催するソフト事業(イベント、講座等)の運営及び維持管理費用、利用者数、メディアに取り上げられる頻度、知名度、他自治体における類似事例等を参考に、広告媒体としての価値を総合的に検討されているか。
2	契約期間	施設に対するネーミングライツについては、原則3年以上とするが、適当な期間が設定されているか。なお、指定管理者制度導入(又は予定)施設については、その指定期間を考慮し、終期となる契約期間を市が設定する。ソフト事業に対するネーミングライツについては、契約締結日から当該ソフト事業が終了するまでとする。
3	愛称	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愛称であり、施設の場所や性格、ソフト事業の内容等に混乱や誤解を与えないか。また愛称が次のいずれかに該当していないか。(ネーミングライツ事業実施要綱第4条) ① 法令等に違反するもの又はそのおそれがあるもの ② 公序良俗に反するもの又はそのおそれがあるもの ③ 市の公共性、中立性又は品位を損なうもの ④ 政治活動、宗教活動、意見広告又は個人の宣伝に係るもの ⑤ 青少年の健全な育成を阻害するもの ⑥ その他市長が不相当と認めるもの
4	対象施設 又はソフト事業	対象施設又はソフト事業は、多くの利用者や参加者が見込めるものであるか。また、名称の設定に特段の経緯があるものや、施設又はソフト事業の性格(地名、歴史的意義、地域の愛着等)から愛称を付すのが適当でないものではないか。
5	対象者	提案した企業等は以下の要件にいずれも該当せず、理念・事業内容等も対象施設又はソフト事業のネーミングライツ・パートナーとして問題がないか。 ①法令等に違反しているもの ②市税及び国税を滞納しているもの ③市から入札参加資格の指名停止を受けているもの ④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)による更正手続中のもの ⑤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、風俗営業と規定されるもの ⑥代表者等(役員及び経営に事実上参加している者)が、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であるもの及びこれらと密接な関係を有することが明らかなもの。 ⑦上記のほか、ネーミングライツを取得することが適当でないと思われるもの(例:政治又は宗教団体、消費者金融、たばこ、パチンコなど) また、ネーミングライツの導入によって、提案事業者の業界他者に対して多大な影響を及ぼすものでないか。