

# いわき市ネーミングライツ導入に関する ガイドライン

令和3年3月26日策定

総務部総務課

## いわき市ネーミングライツ導入に関するガイドライン

### 1 趣旨

このガイドラインは、本市の所有する施設に愛称を命名する権利(以下「ネーミングライツ」という。)の適正な導入を図るため、対象施設や募集の方法、応募者の選定方法等について、基本的な考え方をまとめたものである。

ネーミングライツの募集は、本ガイドラインによるほか、市広告事業実施要綱及び市広告掲載基準を準用して、各施設の所管部局が、募集要項等を定め実施する。

### 2 ネーミングライツ導入の目的

市が所有する施設を有効に活用することにより、新たな財源の確保と施設の知名度、集客力、サービスの向上等を図ることを目的とする。

### 3 ネーミングライツの概要

- (1) ネーミングライツとは、市と企業等との契約により、施設の名称に企業名や商品名等を冠する愛称の命名権をいい、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・スポンサー」という。)から対価(以下「ネーミングライツ料」という。)を得て、施設の管理等に役立てるものである。
- (2) ネーミングライツによって付与された愛称は、一般的な愛称として使用し、条例で定める施設の名称を変更するものではない。
- (3) ネーミングライツ料については、原則として、当該対象施設の維持管理や運営に充てるものとする。

### 4 導入までの手続

ネーミングライツ導入までの標準的な手続は、概ね次のとおりとし、その他の手続については、必要に応じて行うものとする。

- (1) 事前調査
- (2) 導入施設の選定
- (3) 募集要項の作成
- (4) ネーミングライツ・スポンサーの募集
- (5) ネーミングライツ・スポンサーの優先交渉権者の選定
- (6) ネーミングライツ・スポンサーの決定及び契約締結
- (7) ネーミングライツ・スポンサーの公表
- (8) 施設の表示変更等の準備
- (9) 愛称の使用開始

### 5 対象施設

- (1) ネーミングライツを導入する対象は、市が設置している文化施設、スポーツ施設、集会施設、公園等の施設とし、市が公募した施設以外の施設を対象とした申出についても妨げない。

ただし、施設の名称の設定に特段の経緯があるものや、庁舎、学校、寄贈品の多い施設等の、施設の性格上、愛称を付するのが適当でないと判断するものは対象から除外する。

- (2) ネーミングライツの導入にあたり、必要に応じて関係者及び市民の意見の募集を行うものとする。その方法については、関係者ヒアリング、ホームページを用いた意見募集、地元説明会、利用者アンケート、有識者への意見聴取等、施設の性質や利用者の範囲などに合わせて実施する。
- (3) 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、あらかじめ当該指定管理者にネーミングライツの導入について伝達するとともに、募集に際し、施設管理上の支障等が生じないよう意見を聴取するものとする。
- (4) 対象施設が決定した場合、公募に先立ち、市議会に情報提供を行う。

## 6 ネーミングライツ料の算定

ネーミングライツ料は、対象施設の利用状況やマスメディア等への露出状況などを勘案し、類似する施設や他自治体の例なども参考として算定する。

なお、募集にあたっての取扱いは、次のいずれかとする。

- (1) 「希望価格」を公表して募集
- (2) 「最低価格」を公表して募集
- (3) 「希望価格」、「最低価格」を公表せず募集

## 7 契約期間

ネーミングライツの契約期間は、原則として3年以上とする。ただし、指定管理者制度導入施設については、指定期間を考慮し、適切な期間を設定する。

## 8 愛称（命名条件等）

- (1) 愛称は、公共の施設にふさわしく、また、市民や施設利用者にとって親しみやすい、分かりやすい、呼びやすいものとする。
- (2) 次のいずれかに該当するものは、愛称として使用することができない。
  - ア 法律、法律に基づく命令、条例及び規則に違反するもの
  - 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 政治活動、宗教活動又は選挙運動に関するもの
  - オ 社会問題等についての主義又は主張に当たるもの
  - カ 当該愛称の内容について市が推奨している等、市民の誤解を招くもの又はそのおそれのあるもの
  - キ その他、愛称として使用することが適当でないと市長が認めるもの
- (3) 施設の特性に応じて、愛称に施設の所在地やキーワードを含める等、必要な条件を設定する。
- (4) 市は、愛称が定着するまでの間、正式名称を併記するなどの措置を講じる。
- (5) 利用者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行わない。た

だし、ネーミングライツ・スポンサーの法人名変更など、特段の事情がある場合は、協議の上、変更できるものとする。

(6) 施設使用者の意向（スポンサーの競合等）により、愛称の使用が制限されることがある。

## 9 ネーミングライツ・スポンサーの募集方法

(1) ネーミングライツ・スポンサーは公募によることとし、応募に要する経費は、全て応募者の負担とする。

※ 募集方法としては、施設をあらかじめ選定してネーミングライツ・スポンサーとなる法人を募集する「特定施設募集型」と、施設を選定せず法人からのネーミングライツの提案を募集する「提案募集型」がある。

(2) 公募にあたり、施設ごとに主に次の事項を含む募集要項等を作成する。

- ア 応募資格
- イ 愛称の条件
- ウ ネーミングライツ料
- エ 契約期間
- オ 特典（設置可能な施設看板の位置・規格 等）
- カ 費用負担
- キ 応募時の提出書類
- ク 現場説明会（実施する場合）
- ケ 応募方法
- コ 募集期間
- サ 選定方法
- シ 指定管理者制度を導入している場合は当該指定管理者名
- ス その他、必要な事項

(3) 公募の結果、応募がなかった場合は、募集要項に定める条件を見直した上で再度の公募を実施することができるものとする。

## 10 応募資格

応募資格を有する者は、法人とする。ただし、法人及び法人役員等が次の事項に該当するものを除く。

- (1) いわき市広告掲載基準第4条に掲げる規制業種又は事業者に該当する者
- (2) 地方自治法施行令第167条の4の規定により一般競争入札の参加を制限されている者
- (3) いわき市入札指名停止等取扱基準による指名停止等を受けている者入札指名停止等取扱基準による指名停止等を受けている者
- (4) いわき市暴力団排除条例第2条第1項第1号に規定する暴力団、同項第2号に規定する暴力団員及び同項第3号に規定する暴力団員等
- (5) その他ネーミングライツ・スポンサーとして不相当であると市長が認める者

## 11 選定方法等

(1) 選定委員会の設置

ネーミングライツの導入に際し、施設を所管する部等及び関係課の職員等からなる選定委員会を設置し、優先交渉権者について審査及び選定を行う。また、必要に応じて有識者等の出席を求めることができるものとする。

(2) 審査

選定委員会は、応募資格を審査した上で、次の内容を書類審査によって総合的に評価し、必要に応じて応募者にヒアリングを行い審査する。

また、審査にあたっては、募集ごとに審査基準を定めるものとするが、主な審査項目は次のとおりとする。

ア ネーミングライツ料

- ・市の希望に応じた金額か 等

イ 応募法人の状況

- ・応募資格を満たしているか
- ・財務状況及び経営状況（ネーミングライツ料の支払いは可能か）
- ・地域貢献や地域振興等に対する理念
- ・活動実績及び今後の計画 等

ウ 応募理由

- ・対象施設に対する価値観

エ 愛称

- ・対象施設にふさわしく、市民等にとって親しみやすい、わかりやすい、呼びやすいものか
- ・施設の管理運営上に支障が生じないか 等

オ その他審査において必要な事項

(3) 指定管理者制度を導入している施設については、指定管理者との調整を要する事項について、必要に応じて協議することとする。なお、募集要項において、指定管理者と事業目的が競合する者等は、優先交渉権者になれない可能性がある旨を記載しておくこととする。

(4) 優先交渉権者の選定

優先交渉権者は、他の応募者に優先して市との契約締結に向けて交渉することができる者として、審査結果を基に応募者の中から選定する。優先交渉権者と契約締結に至らない場合は、次点の応募者と締結に向け交渉する。

## 12 ネーミングライツ・スポンサーの決定及び公表等

(1) 優先交渉権者との協議が整った場合は、優先交渉権者をネーミングライツ・スポンサーとして決定し、ネーミングライツに関する契約を締結する。

なお、契約締結したネーミングライツ・スポンサーは、次回期間の契約に際して優先的に交渉することができるものとする。

(2) ネーミングライツ・スポンサーとの契約締結後、当該法人の名称、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に公表する。

### 13 費用負担

ネーミングライツ料以外の費用負担は、次のとおりとする。

区 分	市	ネーミングライツ ・スポンサー
敷地内外の看板等の表示変更（※1）		○
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（※2）	○	

※1 敷地外、道路標識等の表示変更は、市や関係機関と協議の上、変更可能な表示について行う。また、新規看板等の設置については、設置の可否も含めて協議する。なお、屋外に設置する看板等については、市屋外広告物条例<sup>(注)</sup>等の規定に基づき設置すること。

注：市屋外広告物条例では、公用又は公共用建造物及びその敷地等について、原則として屋外広告物の表示や設置を禁止しているが、国や地方公共団体が公共目的のために表示し、又は設置する（ネーミングライツ・スポンサーが設置したのものも含む）広告物等については、適用除外となる。ただし、表示面積が5㎡を超えるものについては、あらかじめ市長に届け出なければならない。

※2 印刷物については、残部数や改訂時期等を考慮し、協議のうえ変更時期を決定する。

### 14 ネーミングライツ・スポンサー特典

ネーミングライツ・スポンサーへの特典の付与については、ネーミングライツを導入する施設ごとに、施設の設置目的や関係法令等の規定を踏まえて募集要項に定め、併せてスポンサーと協議の上、適切に付与する。

※ 特典の例

- ・ 標識類や施設看板等への愛称の標示
- ・ 施設パンフレット等への愛称記載
- ・ 広報媒体やホームページ等による広報
- ・ 関係機関への愛称使用の周知、働きかけ
- ・ 当該施設の屋内に企業PR、商品展示スペースの設置

### 15 契約の解除

ネーミングライツ・スポンサ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する。

その場合における原状回復に必要な費用は、ネーミングライツ・スポンサーが負担するものとする。

## 16 ネーミングライツ導入に係るフロー

