

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

令和8年5月8日改正

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、本市が所有する施設又は本市が実施する事業（以下「施設等」という。）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、対象施設等や募集の方法、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、各施設等の所管部局が、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

市の施設等を有効に活用することにより、新たな財源の確保と、施設等の知名度、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、市と法人との契約により、施設等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法人（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、施設等の運営等に役立てるものである。
- (2) ネーミングライツ・スポンサーから得る対価については、金銭又は物品若しくは役務の提供も可能とする。この場合、市は金銭に換算したときの相当金額も含めて提案を受けるものとする。
- (3) 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。
- (4) ネーミングライツ料については、原則として、当該対象施設等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については、(1)施設等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「募集型」と、(2)施設等を選定せず法人がネーミングライツの施設等を提案する「提案型」がある。

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) 募集型

① 事前調査

- ② 導入施設等の選定
- ③ 関係者等への意見聴取
- ④ 募集要項の作成及び公表
- ⑤ ネーミングライツ・スポンサーの募集
- ⑥ ネーミングライツ・スポンサーの優先交渉権者の選定
- ⑦ ネーミングライツ・スポンサーの決定及び契約締結
- ⑧ ネーミングライツ・スポンサー及び愛称の公表
- ⑨ 施設等の表示変更等の準備
- ⑩ 愛称の使用開始

(2) 提案型

- ① 法人からの提案を受付
- ② 施設等所管部局による検討
- ③ 提案に対する採用の可否の決定
- ④ 関係者等への意見聴取
- ⑤ 選定委員会による検討
- 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・スポンサー及び愛称の公表
- ⑧ 施設等の表示変更等の準備
- ⑨ 愛称の使用開始

※ 提案型の場合で、市が改めてスポンサー募集を広く行うことにより、複数の応募が見込まれる場合は、手続きの途中で募集型の手続に変更することができる。

例：集客性の高い施設等で競争性が高まる場合 など

5 対象施設等

- (1) ネーミングライツを導入する対象は、市が所有する文化施設、スポーツ施設、集会施設、公園等の施設又は市が実施する事業とし、市が募集する場合のほか、法人が提案する場合も妨げない。

ただし、施設等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、施設等の性質や利用者の範囲などを踏まえて決定する。
- (3) ネーミングライツを導入しようとする施設が指定管理者制度を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、ネーミングライツ・スポンサーの募集に際し、施設管理上、支障等が生じないよう意見を聴取するものとする。

(4) 対象施設等が決定した場合は、遅滞なく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、対象施設等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するほか、ネーミングライツ導入に際し市が負担する費用等も踏まえ、希望金額（役務の提供等については相当額）を算定する。

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

(1) 市が所有する施設

契約締結日から原則として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。

(2) 市が実施する事業

契約締結日から原則として対象事業が終了する日までとする。

8 愛称（命名条件等）

(1) 愛称は、公共の施設等にふさわしく、また、市民等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) 施設等の特性に応じて、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等

次の募集方法は、募集型又は提案型から募集型に変更した施設等も対象とする。

- (1) 施設等ごとに主に次の事項を含む募集要項等を作成し、公表する。
 - ア 応募資格
 - イ 愛称の条件
 - ウ ネーミングライツ料（金銭又は物品若しくは役務の提供、あるいはその両方）
 - 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の名称
 - ス その他、必要な事項
- (2) 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。
- (3) 応募に要する経費は、全て応募者の負担とする。

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及び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号に規定する暴力団、同条第2号に規定する暴力団員及び同条第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、施設等を所管する部等及び関係課等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（金銭又は物品若しくは役務の提供、あるいはその両方）

- ・ 市の希望に応じた金額か等

イ 応募法人の状況

- ・ 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

- ・ 対象施設等に対する価値観

エ 愛称

- ・ 対象施設等にふさわしく、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
- ・ 施設等の管理運営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係る留意点

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、次点の応募者と契約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

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、次期契約に際し、施設等所管部等が今期契約と同じ施設等であると判断した場合は、契約締結したネーミングライツ・スポンサーと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、施設等の愛称、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	費用を負担する者	
	市	ネーミングライツ・スポンサー
敷地内外の看板、のぼり旗等の表示（※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^(注)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については、ネーミングライツを導入する施設等ごとに、施設等の目的や関係法令等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】

- ・ 標識類や看板、のぼり旗等への愛称の標示
- ・ 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、当該施設等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図

