

ネーミングライツ導入 ガイドライン

令和4年3月改訂

目 次

1	趣旨	1
2	ネーミングライツ導入の目的	1
3	ネーミングライツの概要.....	1
4	ネーミングライツの募集.....	1
5	ネーミングライツの導入手続きの流れ	2
6	導入対象施設等	2
7	ネーミングライツ付与の対価について	2
8	パートナーメリット(特典)の付与について	2
9	契約期間	2
10	愛称	3
11	ネーミングライツパートナーの募集方法等.....	3
12	選考方法等.....	5
13	契約の締結及び公表	5
14	費用負担.....	6
15	契約の解除.....	6
16	契約期間の満了	6
17	指定管理者制度等導入施設にかかる留意点.....	6
18	その他（施行時期等）	7
	（別紙）ネーミングライツ導入手続きの流れ	

1 趣旨

このガイドラインは、市が保有する施設及び実施する事業（以下「施設等」という。）の命名権（以下、「ネーミングライツ」という。）の適切な導入を図るため、「茅ヶ崎市における広告に関する基本方針」（以下「基本方針」という。）第 15 項「ネーミングライツの募集について」に基づき、基本方針を補完するものです。

各施設等の所管課は、基本方針及び本ガイドラインにそって、募集要項などを作成し、ネーミングライツの導入を進めるものとします。

2 ネーミングライツ導入の目的

企業などへの広告の機会を拡大するとともに、市の新たな財源を確保し、健全で安定した財政基盤を確立することにより、地域経済の活性化及び市民サービスの継続的な実施を目的とします。

3 ネーミングライツの概要

- (1) ネーミングライツとは、本市との契約により施設等の名称に企業名や商品名などを冠した愛称を付与させることで、ネーミングライツを取得した企業など（以下「ネーミングライツパートナー」という。）から対価を得て、前項に規定するネーミングライツ導入の目的に資するものです。
- (2) ネーミングライツの導入により市が得た対価については、原則として当該施設等の維持管理や運営にあてることとします。
- (3) ネーミングライツ導入後は、市は積極的に愛称を使用することとしますが、条例で定める施設等の名称は、変更しないものとします。

4 ネーミングライツの募集

ネーミングライツの募集は、市が選んだ施設等についてネーミングライツパートナーの募集を行うこととします。

「12 選考方法等」(P5)のネーミングライツパートナー選考委員会に係る事務以外は、原則として施設等の所管課において事務を行うものとします。

5 ネーミングライツの導入手続きの流れ

手続きの流れは、「ネーミングライツ導入手続きの流れ」（別紙）のとおりです。

6 導入対象施設等

- (1) ネーミングライツを導入する対象施設等（以下「導入対象施設等」という。）として、文化施設、スポーツ施設、公園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を想定しています。
- (2) 導入対象施設等は、サウンディング調査等を行い、市場性の確認ができた施設とします。施設等の名称の設定に特段の経緯があるものや施設等の性格上、愛称を付するのが適当でないと判断するものは、その対象外とします。（例：市役所庁舎や学校など）

7 ネーミングライツ付与の対価について

ネーミングライツパートナーから得る対価の目安となる額は、当該施設等の維持管理及び事業運営に係る経費、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などを参考に、当該施設等の広告媒体としての価値を総合的に検討することで設定します。

8 パートナーメリット(特典)の付与について

当該施設を利用した各種大会の企画や協賛、地域貢献活動の実施やイベントの企画等について市へ提案できることとし、各施設の利用上の制約等、総合的に検討することでパートナーメリットを付与できることとします。

9 契約期間

- (1) 文化施設、スポーツ施設、公園などの市有施設及びそれらの一部の場合
原則 3 年以上とし、施設の性格などに応じて決定します。ただし、指定管理者制度導入（予定）施設や PFI 事業導入（予定）施設（以下「指定管理者制度等導入施設」という。）については、指定期間や契約期間を考慮し、適切な期間を設定します。
- (2) イベントや講座など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。

10 愛称

(1) 愛称付与の条件

- ① 市民や施設等利用者にとって、親しみやすさや呼びやすさなど、理解が得られる愛称とします。
- ② 施設等の特性に応じて、特定の地名やキーワードを含めるなど、市が希望する条件を募集要項にて設定できることとします。
- ③ 市民や施設等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などの措置を講ずる場合があります。

(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、ネーミングライツの対象としません。

- ① 法律、法律に基づく命令、条例及び規則に違反するもの
- ② 公序良俗に反するもの又はそのおそれのあるもの
- ③ 人権侵害となるもの又はそのおそれのあるもの
- ④ 政治性・宗教性のあるもの
- ⑤ 社会問題その他についての主義又は主張に当たるもの
- ⑥ その他、愛称として使用することが適当でないと認められるもの

(3) 愛称の変更

市民や施設等利用者の混乱を避けるため、契約期間内において、愛称の変更はできないこととします。

11 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、市ホームページなどに掲載することにより行うこととします。

指定管理者制度導入施設においては、指定管理者の募集と合わせてネーミングライツを募集することとします。

(2) 応募資格

応募資格を有する者は法人格を有する団体とします。指定管理者制度導入施設においては指定管理者に応募する者(法人格の有無は問わない)または応募する者が指定する事業者(法人格を有する団体)とします。いずれの場合も、次の事項を全て満たしていることとします。

- ① 団体又はその代表者が契約を締結する能力を有すること、破産者で復権を得ていること
- ② 地方自治法施行令(昭和22年政令第16号)第167条の4第2項の規定により茅

ケ崎市における一般競争入札の参加を制限されていないこと

- ③ 茅ヶ崎市から指名競争入札の参加資格の停止の措置を受けていないこと
- ④ 国税及び地方税を滞納していないこと
- ⑤ 会社更生法（平成 14 年法律第 154 号）に基づく更生手続き開始の申立てをしていないこと、又は民事再生法（平成 11 年法律第 225 号）に基づく再生手続き開始の申立てをしていないこと
- ⑥ 茅ヶ崎市暴力団排除条例（平成 23 年茅ヶ崎市条例第 5 号）第 2 条第 2 号から第 5 号までに該当しないこと
- ⑦ 法律、法律に基づく命令、条例及び規則に違反していないこと
- ⑧ 公序良俗に反する事業を行っていないこと
- ⑨ 政治性又は宗教性のある事業を行っていないこと
- ⑩ その他、本市のネーミングライツパートナーとして不適当ではないこと

(3) 費用負担

応募に要する経費は、すべて応募者の負担とします。

(4) 募集要項

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、応募方法や選考方法など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の確保に努めることとします。

- ① 目的
- ② ネーミングライツを募集する対象施設等（名称、所在地、目的、概要）
- ③ 募集概要（愛称、命名権の範囲、契約期間、ネーミングライツ料、名称変更に伴う費用負担、応募資格、留意事項）
- ④ 応募方法（募集期間、応募先、質問事項の受付、応募方法）
- ⑤ 選考方法等
- ⑥ 契約
- ⑦ その他（愛称の周知など）
- ⑧ 問い合わせ先

(5) 募集期間

応募者にとって、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、多くの団体が応募できるよう、周知期間を含め、募集期間は原則として 30 日以上とします。

(6) 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は、募集要項に定める条件を見直したうえで再度募集を実施するか、または、募集を取りやめることとします。

12 選考方法等

(1) 対象施設等の決定

ネーミングライツの導入に当たり、庁議を開催し、対象施設等の決定を行います。

(2) 募集要項の決定

ネーミングライツパートナーの募集に当たり、関係部局の職員からなるネーミングライツパートナー選考委員会（以下「選考会」という。）を設置します。選考会にて「11 ネーミングライツパートナーの募集方法等」第4項（P4）の募集要項を決定します。

(3) 優先交渉権者の選定

ネーミングライツパートナー選考基準（以下「選考基準」という。）に基づき、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（以下「優先交渉権者」という。）を選考会にて選定します。

なお、応募者が1者の場合であっても、選考会を設置し、選考基準に基づき優先交渉権者を選定することとし、次点以下の交渉順位についても決定することとします。指定管理者制度導入施設においては、当該施設の指定管理者又は指定管理者が指定する事業者を優先交渉権者とします。

(4) ネーミングライツパートナーの決定・議会への情報提供・市民への周知

優先交渉権者を選定したのち、ネーミングライツパートナーを決定し、議会への情報提供、併せて市民周知を行います。

(5) 選考結果の通知及び公表

全ての応募者に対して第3項の結果について、理由を付して文書で回答することとします。

また、第3項及び第4項の結果を市ホームページにて公表するものとします。なお、優先交渉権者に選定されなかった者については、公表しないこととします。

13 契約の締結及び公表

(1) 契約の締結

ネーミングライツパートナーの決定後、市とネーミングライツパートナーとの間でネーミングライツに関する契約を締結します。

(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などにより公表することとします。

14 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		○
<u>敷地内外の看板等の表示変更</u> ^{*1}		○
契約期間終了後の原状回復		○
<u>パンフレット、封筒等の印刷物や HP の表示変更</u> ^{*2}	○	

15 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、当該施設等のイメージが損なわれるおそれが生じたときは、市は契約満了待たず契約を解除できることとします。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パートナーが負担することとします。

16 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、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。なお、指定管理者制度導入施設については指定期間とします。

17 指定管理者制度導入施設にかかる留意点

導入対象施設等が指定管理者制度導入施設の場合は、次の点に留意することとします。

(1) 費用負担

管理運営受託団体がネーミングライツパートナーを兼ねる場合については、ネーミン

^{*1} 敷地外の看板等の表示変更は、市や関係機関と協議のうえ、変更可能な表示について行うこととします。

^{*2} 残部数や切り替えの時期などを考慮し、協議のうえ、決定することとします。

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、管理運営受託団体とネーミングライツパートナーが異なる場合で、第 14（P6）の表以外に、ネーミングライツの導入に起因して副次的に発生する費用負担については、管理運営受託団体と管理運営受託団体が指定するネーミングライツパートナーの協議により決定することとします。

(2) その他

ネーミングライツが導入された場合においては、ネーミングライツパートナー、管理運営受託団体及び市の 3 者は、ネーミングライツ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。

18 その他

このガイドラインは、運用状況及びその他の状況などに応じ、適宜見直しを行うこととし、また、ネーミングライツに関することで、本ガイドライン以外に必要な事項は、別に定めることとします。

ネーミングライツ導入手続きの流れ

