

安城市ネーミングライツ導入ガイドライン

平成30年9月1日 制定

令和元年9月1日 改定

令和3年4月1日 改定

令和6年4月1日 改定

企画部企画政策課

1 ネーミングライツの概要

ネーミングライツとは、公共施設に企業名や商品名等を冠した愛称を付ける権利のことで、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、新たな財源確保策の一環とするものです。

なお、この場合の愛称は、一般的な呼称として用いられる名称であって、本市の条例で定める正式な施設名を変更するものではありません。また、施設の所有権、経営権等には影響を与えないものとし、ネーミングライツを他社に譲渡・貸与することはできないものとします。

2 ネーミングライツ導入の目的

厳しい財政状況の中、市が所有する公共施設を有効活用することで、新たな自主財源の確保によるサービスの安定的供給と知名度の向上を目的とします。

3 導入の効果

（１）ネーミングライツパートナー

①PR効果

命名した愛称が、イベント等の開催により広く露出することにより、企業名や商品名等の広告効果が期待できます。

②企業のイメージアップ

愛称を付した施設において、ネーミングライツ料を財源としたサービスが提供される、また地域貢献活動が行われることから、市民はネーミングライツパートナーの地域社会への貢献を実感することとなり、企業のイメージアップに繋がります。

（２）市民・市

①新たな財源確保とこれを活用した施設の長期的・継続的な運営基盤の確立に繋がります。

②この財源を活用した、施設の安定した運営が期待できます。

4 導入の手続き

- ①対象施設の決定
- ②募集条件の決定（募集要項の作成）
- ③広告掲載等審査委員会の開催（募集要項の審査）
- ④ネーミングライツパートナーの募集
- ⑤広告掲載等審査委員会の開催（優先交渉権者の決定）
- ⑥優先交渉権者との協議
- ⑦ネーミングライツパートナーの決定
- ⑧契約の締結
- ⑨施設表示等の変更
- ⑩愛称の使用開始

※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性があり、かつ有利な条件で契約を締結できる者として、他の応募者に優先して市が契約交渉を行う者をいいます。

5 対象施設

市有施設等（施設全体だけでなく、施設の一部を対象とするものも含む。）のうち、利用者数やメディアへの露出状況を踏まえ、ネーミングライツパートナーが一定の広告効果を期待できる施設等を対象とします。

また、これらの条件を満たさない市有施設等についても、ネーミングライツパートナー・本市・市民のいずれにとっても一定のメリットが期待できると判断される場合にあっては、対象とすることを検討します。

【ネーミングライツ対象外施設】

次に掲げる市有施設等については、ネーミングライツの対象外とします。

- ・既に愛称が付いている施設等
- ・設置目的に照らし、愛称を付与することが適当でないと判断される施設等（市役所庁舎、学校、保育園、福祉施設、公民館（中央公民館を除く）、保健施設等）

6 愛称

（１）愛称付与の条件

- ①分かりやすさや呼びやすさなど、市民の理解が得られる愛称とします。
- ②当該施設をイメージできる愛称とします。
- ③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設定できることとします。
- ④愛称が定着するまで、条例上の名称を併記する場合があります。

（２）使用を禁止する愛称

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ません。

- 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人権侵害となるもの又はそのおそれがあるもの
- ④政治性又は宗教性のあるもの
- ⑤社会問題その他これに類する事項についての主義又は主張に関するもの
- ⑥個人の名刺広告
- ⑦美観風致を害するおそれがあるもの
- ⑧公衆に不快の念又は危害を与えるおそれがあるもの
- ⑨射幸心をあおるもの
- ⑩その他、市長が愛称として使用することが不適当であると認めるもの

(3) 愛称の変更

利用者や市民の混乱を避けるため、契約期間内での愛称の変更はできません。

7 愛称の使用期間

短期間で頻繁に愛称が変わることは、利用者や市民にとって混乱を生じることになるため、愛称の使用期間は5年以上10年以内とします。ただし、歩道橋については3年以上10年以内とします。

なお、契約締結後においては、愛称の使用開始日前であっても、正式な愛称使用開始日を示したうえでネーミングライツパートナーが作成するパンフレット等において広報することは可能とします。

例 安城市体育館（令和2年4月1日から愛称 ○○アリーナ）

8 ネーミングライツ料

(1) 使途

ネーミングライツ料は、ネーミングライツの契約を締結した施設の維持管理及びサービス向上のために活用することを原則とします。

(2) 算定方法

ネーミングライツ料の下限額は、本市又は他団体における類似の事例や施設利用者数、メディアに取り上げられる頻度等を総合的に勘案して設定します。

9 ネーミングライツ導入に伴う費用負担

ネーミングライツ料のほか、愛称の変更に伴い生じる各経費の費用負担は、次のとおりとします。

区 分	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及び新規設置 ※1		○

(施設看板、道路標識、バス停の案内等)		
契約期間終了後の原状回復		○
パンフレット、封筒等の市の印刷物や市のホームページの表示変更 ※2	○	

※1 市や関係機関と協議のうえ、可能な範囲で行うことができます。

なお、看板等の表示変更及び新規設置に当たっては、愛知県屋外広告物条例等の関係法令等を遵守のうえ、ネーミングライツパートナーにおいて必要な事務手続きを行うこととします。看板の掲載は、愛称（施設名称）」とします。

例. (株) ○○会館 (○×センター)

※2 パンフレット、封筒等の市の印刷物については、原則として、新規及び刷り増しする物から変更します。

10 応募資格

応募資格を有する者は、法人その他の団体、それらにより構成されたグループ又は個人（以下、「法人等」という。）であって、次の各号のいずれにも該当しない法人等に限り、ます。

- ①地方自治法施行令（昭和22年政令第16号）第167条の4に規定に該当する法人等
- ②応募時点で、安城市工事請負契約等に係る入札参加資格（一般・指名）停止要綱（平成5年4月1日施行）の規定による入札参加資格停止措置を受けている法人等
- ③会社更生法（平成14年法律第154号）又は民事再生法（平成11年法律第225号）の手続について申立てがなされ、当該手続が終了していない法人等
- ④法令等に違反する事業若しくは行為を行う法人等又はそのおそれがある法人等
- 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）による規制を受ける事業を行う者
- ⑥貸金業法（昭和58年法律第32号）第2条第1項に規定する貸金業に関する事業を行う者
- ⑦たばこの製造又は販売に関する事業を行う者
- ⑧「安城市が行う事務及び事業からの暴力団排除に関する合意書」（平成24年3月30日付け安城市長・安城市教育委員会教育長・愛知県安城警察署長締結）に基づく排除措置の対象となる法人等
- ⑨国税、愛知県税、安城市税及び安城市の徴収金を滞納している法人等

11 募集方法等

(1) 募集方法

募集は原則公募とし、市のホームページや広報等に掲載することにより行います。

(2) 募集要項

- ①募集に関しては、応募に必要な事項を記載した募集要項を作成します。
- ②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。

(3) 募集期間

原則として30日以上（募集開始日と終了日を含む）とします。

(4) 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。

(5) 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、再度の公募を実施するか又は募集を取り止めます。

12 選定方法

募集期間終了後、次のとおり選定を進めます。

(1) 関係者等からの意見聴取

主に次の項目について、必要に応じて関係者等から意見聴取を行います。ここで得られた意見は、広告掲載等審査委員会で報告されます。

①愛称案

②地域貢献活動の内容

(2) 広告掲載等審査委員会の開催

広告掲載等審査委員会を開催し、(3)の審査項目に沿って審査し、優先交渉権者を選定します。(別紙選定方法参照)

市は、審査に当たり、必要に応じて関係者等の出席を求めることができますこととします。

(3) 審査項目、審査のポイント及び配点

No	審査事項	審査ポイント	配点
1	愛称案	・市民に分かりやすく、呼びやすいか	20点
2	契約期間	・契約期間の長短	20点
3	提案金額（年額）	・金額の多寡	50点
4	地域貢献	・地域貢献の活動実績（過去5年以内）又は計画	5点
5	地域要件	・市内に本社、支店又は営業所等を有するか	5点

(4) 選定結果の通知

施設所管課は、候補者選定後速やかに、応募者全員に選定結果を通知します。

13 ネーミングライツパートナーの決定及び公表等

(1) ネーミングライツパートナーの決定と契約締結

広告掲載等審査委員会の結果を基に、優先交渉権者と細部について協議し、合意に至った後、当該優先交渉権者をネーミングライツパートナーとして決定し、決定通知書により

通知するとともに、契約を締結します。ただし、市が合意の可能性がないと判断した場合には、協議を打ち切り、次点以下の交渉順位に沿って契約締結に向けた協議を行います。

なお、契約を締結したネーミングライツパートナーとは、次期の契約において優先的に交渉することができます。その際には、応募時の提出書類に準じた資料の提出を求めます。

(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が決定したときは、ネーミングライツパートナー名、施設の愛称、ネーミングライツ料、愛称使用期間等を市のホームページや報道機関へ情報提供することにより広く公表します。また、すべての応募者の名称等を公表する場合があります。

14 ネーミングライツパートナーに対する特典

(1) 愛称の普及のため、市は積極的に愛称を使用するとともに、関係団体等へ周知します。

ただし、催事において、主催者の都合により愛称の使用が不可の場合は、正式名称を使用するか、又は正式名称を併記します。

(2) ネーミングライツパートナーのホームページ等でネーミングライツパートナーであることを広報することができます。

(3) その他、施設毎に必要な応じて付与する場合があります。

15 契約の解除

ネーミングライツパートナーを決定した後、ネーミングライツパートナーが応募資格要件を欠くこととなった場合や社会的信用を損なう行為等により市や当該施設のイメージが損なわれるおそれがある場合など、ネーミングライツパートナーとして適当でないと認められるときは、市は決定の取消し又は契約の解除をすることができることとします。

この場合、原状回復に必要な経費は、ネーミングライツパートナーの負担とします。また、契約を解除した場合、ネーミングライツパートナーが市に対し既に納入したネーミングライツ料は返還しないものとします。

16 リスク負担

(1) ネーミングライツパートナーが新規に設置した看板等により、第三者に損害が生じた場合の負担や、愛称が第三者の著作権、商標権等の知的財産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こととします。

(2) その他、定めがないリスクが生じた場合は、市とネーミングライツパートナーが協議し、リスク負担を決定するものとします。

17 指定管理者制度導入施設に係る留意点

指定管理者制度を導入している施設については、施設の管理運営を指定管理者が行ってい

るため、愛称決定後、ネーミングライツ導入に関し必要な事項についてネーミングライツパートナー、指定管理者及び施設所管課との間で協議することとします。