

伊達市ネーミングライツ導入に関するガイドライン

1 はじめに

このガイドラインは、伊達市ネーミングライツ事業実施要綱（以下「実施要綱」という。）に基づき、対象となる施設や募集の方法、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す。

2 ネーミングライツとは

（１）ネーミングライツの定義

「ネーミングライツ」とは、一般的に、施設の愛称を付ける権利のことを意味し、“命名権”とも言われますが、本市におけるネーミングライツの定義は本市が所有する施設の愛称を付ける権利を売却することとします。

なお、ネーミングライツは、あくまで愛称を付けるものであり、条例に定めている施設の正式名称を変更するものではありませんので、議案などにおいて必要な場合は、正式名称を使用するものとします。

また、愛称を付ける権利を得た民間事業者等のことを、本市では「ネーミングライツ・パートナー」と呼びます。

（２）ネーミングライツの募集の種類

①施設特定型

本市が選定した施設について、ネーミングライツ・パートナーの募集を行う場合

②提案募集型

ネーミングライツ・パートナーとなることを希望する民間事業者等から、愛称やネーミングライツ料を含めた提案の募集を行う場合

（３）ネーミングライツ導入の効果

本市がネーミングライツを導入することにより以下のような効果が期待できます。

① 本市の資産を有効活用し、ネーミングライツ収入による財源の確保又は施設の維持管理経費を節減することができます。

② 応募する民間事業者等から、金額だけでなく、施設の魅力向上につながる提案を受けることにより、市民サービスの維持、向上に寄与することができます。

③ 民間事業者等の新たな広告媒体として活用されることにより、地域経済の活性化に寄与することができます。

3 導入の対象

- (1) 本市が所有する体育施設や文化施設、公園等の施設（及び施設一部）のうち、ネーミングライツの導入により広告効果が見込める施設を対象とします。

ただし、市庁舎や学校等、愛称を付与することがふさわしくない施設や施設の名称の設定に特段の経緯がある施設は対象外とします。

なお、すでに公募等により愛称が決定し、広く市民に親しまれている施設についても同様に、対象外とすることができるものとします。

- (2) 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とならぬよう、あらかじめ本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することとします。

4 導入の方法

- (1) ネーミングライツを導入するまでの手続きの流れは「ネーミングライツ導入手続きの流れ（フローチャート）」（別紙1）のとおりです。
- (2) 提案募集型の場合で、提案があった施設について本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は、その手続きの途中で施設特定型の手続きに転換することがあります。

5 金額

- (1) 希望金額

本市が提示する各施設のネーミングライツ料の希望金額は、原則として類似都市、利用者数等を勘案して算定します。

- (2) ネーミングライツ料の用途

ネーミングライツにより本市が得た対価は、基本的にその施設の運営・管理に役立てることとします。

6 期間

契約期間は3年以上とします。

ただし、指定管理者制度導入（予定）施設については、指定期間を考慮し、終期となる期間を本市が設定します。

なお、愛称は長期にわたって使用されることにより、市民に親しまれていくものであることから、長期の期間を提案した民間事業者等をより高く評価することとします。

7 応募資格

応募できる民間事業者等は、ネーミングライツ・パートナーとしてふさわしい資力と信用を備えた法人その他の団体※¹とします。

ただし、実施要綱第5条に該当する民間事業者等は応募できないこととします。

なお、各施設の応募資格には、施設の性格等に応じて、規制する業種等を追加することもあります。

※1 法人その他の団体とは、法人格を有する団体または、法人格を有する団体のうち、会社以外の法人のこと

8 愛称の条件

ネーミングライツの愛称は、次の条件を付し、又は満たすものとします。

- (1) 愛称は公共の施設にふさわしいものとして、親しみやすさ、呼びやすさ等の点から市民の理解が得られるものとします。
- (2) 施設の特性により、特定の地名等を含めるなど、各施設の募集要項に条件を定めることがあります。
- (3) 愛称が定着するまでの期間、正式名称を併記することがあります。
- (4) 伊達市企業広告掲載規則第3条第1項に反する愛称、同規則第3条第2項に該当する愛称は使用できません。
- (5) 利用者の混乱を避けるため、契約期間内において、愛称の変更はしないものとします。ただし、やむを得ない理由により愛称を変更する必要がある場合は、本市とネーミングライツ・パートナーとで協議の上、その可否を決定するものとします。

9 選定の手続き

選定に当たっては、実施要綱第12条第1項に規定する伊達市ネーミングライツ・パートナー選定委員会（以下「委員会」という。）において、ネーミングライツ料、愛称案、応募者の経営状況、社会貢献度等を総合的に評価し、その結果を基に市長が優先交渉権者を決定します。

また、応募者が1者のみの場合も、委員会においてネーミングライツ・パートナーとしてふさわしいかどうか審査します。

なお、必要に応じて応募者へのヒアリングを実施することとします。

10 審査項目及び審査ポイント

以下の視点で審査項目を定め、委員会で審査します。

(1) ネーミングライツ料

他団体の提案額との比較、希望金額との比較 等

(2) 愛称案

当該施設にふさわしいか、市民に親しまれるものか、呼びやすくわかりやすいか 等

(3) 応募者の経営状況

経営状況の健全性 等

(4) 契約期間

期間の長さ 等

(5) 施設の魅力向上に関する提案（役務等の提供に関する提案）※²

提案があるか、実現可能性が高いものか、施設の魅力向上に資するものか 等
本項目は提案がなくても構いませんが、積極的な提案を期待します。

(6) 地域や社会への貢献度

地域や社会への貢献の実績があるか、本市に本店や支店を有しているか 等

※2 施設の魅力向上に関する提案の他都市の例

施設の分類	法人等の取組
競技場	イベント開催、チケットの障がい者団体等への寄贈、ごみ清掃
球場	イベント開催
パークゴルフ場	花の植え込み
公園	清掃活動、市民活動団体への支援

11 ネーミングライツ契約の締結

優先交渉権者として選定した者と、契約の内容について協議し、協議が整った場合には本市は契約を締結します。

なお、優先交渉権者との協議が整わず、合意に至らなかった場合には、次点者と契約の締結に向けた協議を行います。

12 費用の分担

本市と、ネーミングライツ・パートナーの費用負担は、次表のとおりとします。なお、詳細は募集要項に定めるほか、双方協議の上、契約書等において定めることとします。

なお、ネーミングライツ・パートナーが負担する費用は、ネーミングライツ料の他に別途負担する必要があります。

区分	費用負担	
	市	ネーミングライツ・パートナー
敷地内外の看板等※ ³ の表示変更		○
契約期間終了後の原状回復		○
パンフレット、封筒等の印刷物や本市ホームページの表示変更※ ⁴	○	

※³ 看板等の施工の範囲、実施時期及び内容については、本市及び関係機関と協議の上決定します。あくまでも、看板の設置及び表示変更は、福島県屋外広告物条例第6条第2項に基づく公共広告物等とします。

ただし、表示面積（広告物等の種類及び表示事項が同一のものを2以上連続して表示し、または設置する場合は、それぞれの表示面積を合計した面積）が5㎡を超えるものは、あらかじめ知事に届け出なければなりません。また、看板（工作物）で高さ4mを超えるものは、建築確認申請の手続きを必要とします。

※⁴ 印刷物については、残部数や改訂時期等を踏まえ、ネーミングライツ・パートナーと協議の上、変更時期を決定するものとします。

13 契約の解除

（1）ネーミングライツ・パートナーの信用失墜行為等があった場合

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、本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ものとし、ネーミングライツ料の返還ありません。

（2）災害その他、双方の責めに帰さない事由の場合

災害その他の不可抗力等、双方の責めに帰さない事由により契約に定める義務を履行できない場合、本市は既に支払われたネーミングライツ料のうち未履行分について、月割り（1月に満たない場合は1月とする。）による計算のうえ、ネーミングライツ・パートナーに速やかに返還することとします。

ただし、この場合においても、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ものとします。

14 契約の更新

協定期間を満了し、引き続きネーミングライツ・パートナーを希望する場合は、契約期間が満了する6か月前までにネーミングライツ事業更新申込書（様式第8号）等を提出し、委員会にて適否を決定します。

なお、契約の更新を決定した場合は、当該施設の募集は行いません。

15 リスク負担

ネーミングライツ・パートナーが設置・変更した看板等により第三者に損害が生じた場合や、愛称が第三者の商標権を侵害した場合の負担は、ネーミングライツ・パートナーが負うものとします。

その他、定めのないリスクが生じた場合の負担は、本市とネーミングライツ・パートナーが協議し決定するものとします。

16 秘密の保持

法人等からの応募及び内容については、ネーミングライツ導入に関する目的以外には使用しません。

17 施行時期

このガイドラインは、令和5年12月18日から施行します。

別紙1 ネーミングライツ導入手続きの流れ（フローチャート）

