

岩倉市ネーミングライツ導入ガイドライン

1 趣旨

このガイドラインは、市が所有する施設等に企業名、商品ブランド名等を冠した愛称を命名する権利及びこれに付帯する諸権利等（以下「ネーミングライツ」という。）の適切な導入を図るために、対象施設等や募集の方法、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。

なお、ネーミングライツの対価は、金銭（以下「ネーミングライツ料」という。）だけでなく、施設の維持管理等に資する役務（サービス）の提供を受ける場合も含まれます。

2 ネーミングライツ導入の目的

厳しい財政状況の中、安定的な財源を確保するとともに、民間事業者が持つ専門的な知識や技術を有効活用することにより、様々な市民サービスの向上及び地域の活性化を図ることを目的とします。

3 ネーミングライツの概要

(1) 定義

ネーミングライツとは、本市におけるネーミングライツ導入の目的に賛同する民間事業者等をスポンサー（以下「ネーミングライツパートナー」という。）とし、市とネーミングライツパートナーとの契約により、同パートナーへネーミングライツを付与する代わりに、同パートナーから対価（ネーミングライツ料又は役務の提供）を得るものです。

(2) 運用

ネーミングライツは、市の施設等に愛称を冠するに留まり、条例で定められた名称を変更するものではありません。

また、市は積極的に愛称を使用するものとしませんが、施設等の利用者の混乱の回避や議会等への対応のため、条例で定められた名称の使用又は愛称との併用を妨げるものではありません。

(3) 効果

ネーミングライツパートナーにとっては、次の効果が見込まれます。

- (ア) 市の施設等の愛称が、市が行う周知・広報活動、マスメディアによる報道等を通じて多くの方々の目に触れることにより、企業名や商品ブラン

ド名の宣伝効果が期待できます。

- (イ) ネーミングライツ料及び提供される役務は、市の施策の財源となり、又は市の財政負担を軽減し、様々な市民サービス向上策に使用されることから、ネーミングライツパートナーとなることで、CSR（企業の社会的責任）が高まります。

4 対象施設等

ネーミングライツを導入する対象施設等として、スポーツ施設、文化施設、集会施設、公園、公衆トイレ、橋梁等の公共施設又はその一部、及び市の広報媒体等を想定しています。

なお、市民公募によって決定するなど名称の設定に特段の経緯があるものや、施設等の性格から愛称を付することが適当でないと判断されるものは対象外とします。（例：市役所の庁舎、多世代交流センターさくらの家）

また、対価として役務の提供を受ける場合は、各施設等において特に次のような役務を想定しています。

- (1) 公園、公衆トイレ、橋梁等

清掃、遊具の修繕、植栽管理、防犯カメラの設置・維持管理など、継続的な維持管理

- (2) スポーツ施設、文化施設、集会施設等

備品の寄付、施設等の改修、広報協力、イベント支援など、施設等の魅力や機能の向上

- (3) その他

市の広報媒体（広報紙、ウェブサイト、SNS等）における広報支援、イベント支援等

5 愛称

- (1) 市民等の理解

親しみやすさや呼びやすさなど、市民等の理解が得られる愛称とします。

- (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。

- (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

- (ロ) 人権侵害となるもの又はそのおそれのあるもの

- (エ) 政治性又は宗教性のあるもの

- (オ) 社会問題その他について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認められるもの

6 導入手続き

ネーミングライツの導入は、市が選定した施設等についてネーミングライツパートナーを公募する「施設提示型」、もしくは法人の提案を随時募集する「自由提案型」のいずれかの方法により、手続きを進めるものとします。

なお、手続きは、原則として施設等を所管する部署が手続きを進めるものとなりますが、自由提案型については、所管課以外の部署がこれを行うことができるものとします。

(1) 手続きの手順

- (ア) 募集方法の決定（施設提示型の場合は、対象施設等の決定）
- (イ) 審査委員会の設置
- (ウ) 審査委員会の開催
- (エ) 募集要項の作成
- (オ) ネーミングライツパートナーの募集
- (カ) ネーミングライツパートナーの決定
- (キ) 契約の締結及び公表
- (ク) 施設表示等の変更
- (ケ) 愛称の使用開始

(2) 募集方法

(ア) 施設提示型募集

市が対象となる施設等や希望するネーミングライツ料又は役務の提供等の条件を設定し、期間を定めてネーミングライツパートナーを募集する方式です。

(イ) 自由提案型募集

上記「(ア) 施設提示型募集」の対象となっていない施設等について、民間事業者等から、対象施設やネーミングライツ料又は役務の提供等の提案を随時募集する方式です。

なお、施設提示型募集の期間中等においては、自由提案型募集は行わないこととします。

7 選定方法

(1) 審査委員会の設置

ネーミングライツの導入に際し、市職員からなる審査委員会を設置し、優

先交渉権者決定等について審査・選定を行います。

※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があり、かつ有利な条件での契約を締結することができるものとして、他の応募者に優先して市が契約交渉を行う団体等をいいます。

(2) 審査項目及び審査ポイント

次の視点で審査項目を定め、総合的に判断します。

なお、応募者が1者の場合でも、審査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否かについて審査・選定を行います。

(ア) 応募団体等

- ①応募資格は適正か
- ②応募団体等の経営は健全か（事業の継続性に不安はないか）
- ③施設等と応募団体等の理念・事業内容がマッチしているか など

(イ) 愛称

- ①親しみやすいか、分かりやすいか、呼びやすいか（市民への浸透性）
- ②施設等の管理運営に支障が生じないか（目的の親和性） など

(ウ) ネーミングライツ料等

- ①応募金額は妥当か（市場価値や他施設等との比較における適正性）
- ②市の負担経費と比較して妥当か
- ③安定したネーミングライツ運用が図られる期間か など

(エ) 役務提供の内容等

- ①役務の価値は妥当か（提案された役務が市の財政負担をどの程度軽減するか）
- ②企画の実現性はあるか（提案内容が継続的かつ確実に実施可能か）
- ③地域貢献度は高いか（市や市民の利益に資する内容か） など

8 ネーミングライツパートナー

ネーミングライツパートナーは法人とし、次のいずれかに該当する者を除きます。

- (1) 地方自治法施行令（昭和 22 年政令第 16 号）第 167 条の 4 の規定により一般競争入札の参加を制限されたもの
- (2) 市から指名停止措置を受けているもの
- (3) 国税及び地方税を滞納しているもの
- (4) 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）第 2 条に該当するもの又はこれに類似するもの
- (5) 消費者金融及び高利貸しに係るもの
- (6) たばこ及びギャンブル（宝くじを除く。）に係るもの

- (7) 民事再生法（平成 11 年法律第 225 号）による再生手続き又は会社更生法（平成 14 年法律第 154 号）による更生手続き中のもの
- (8) 暴力団員による不当な行為の防止等に関する法律（平成 3 年法律第 77 号）に規定する暴力団及び暴力団員が役員となっているもの
- (9) 暴力団又は暴力団員と密接な関係を有するもの
- (10) その他、ネーミングライツを取得することが適当でないと市が認めるもの

なお、上記以外にも、施設等の性格、指定管理者及び利用者からの意見等により、応募資格を制限する場合があります。

9 ネーミングライツ料及び役務の評価等

(1) ネーミングライツ料

「施設提示型」においては、ネーミングライツ料は、施設管理に要する経費、施設等の規模、利用者数、イベント開催数、類似施設との比較、メディアへの露出度、市場動向等を総合的に判断して、施設等ごとに希望価格を設定します。

「自由提案型」においては、応募者の提案によることとします。

(2) 役務の評価と継続性の担保

ア 役務の価値評価

提案された役務の価値は、原則として 1 施設等につき年間 10 万円相当以上を目安とし、市が設定します。評価に当たって、次の基準を参考に金額換算を行います。

(ア) 労務費

同等の業務を外部委託した場合の人件費

(イ) 物品費

提供される物品の市場価格

(ウ) 工事費

施設の改修や修繕に必要な費用の見積

イ 役務の継続性の担保

ネーミングライツパートナーとの契約書に、役務の内容、実施頻度、期間、報告義務などを詳細に明記します。

また、市は定期的に報告を受け、または現地視察を実施し、契約内容どおりに役務が履行されていることを確認します。履行状況に問題がある場合は、契約内容に基づき、改善を求めることができるものとします。

10 契約期間

ネーミングライツの契約期間は、施設等の利用者である市民等の利便性を考慮し、原則、3年以上とします。

11 契約の解除

契約の締結後、ネーミングライツパートナーが第8の各号に該当する、又は該当することが明らかになった場合、社会的信用を損なう行為等により市又は施設等のイメージが損なわれた、又は損なわれるおそれがある場合等、ネーミングライツパートナーとすることが適当でないと認められた場合には、市は契約を取り消し、又は解除することがあります。

この場合、契約解除に伴う原状回復に必要な費用はネーミングライツパートナーの負担とします。

12 施行時期

このガイドラインは、令和4年3月25日から施行します。

(令和8年6月2日一部改定)