

袋井市ネーミングライツ運用ガイドライン

1. 趣旨

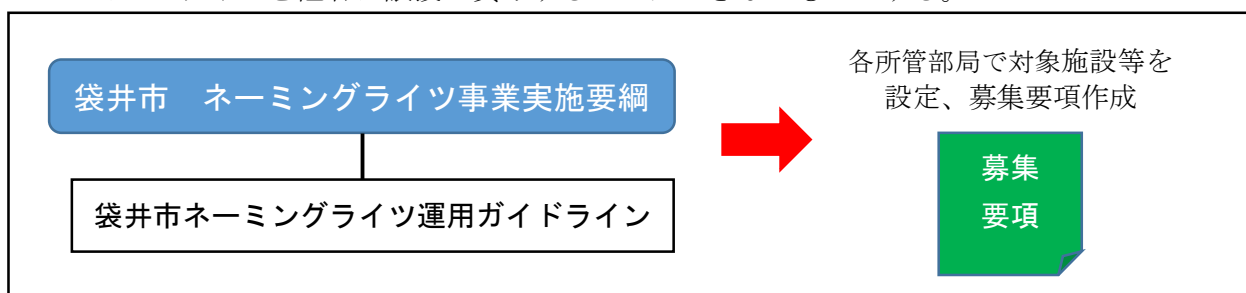
このガイドラインは、袋井市ネーミングライツ事業実施要綱（以下、「実施要綱」という。）第6条「募集方法」に関する対象施設等や募集の方法、応募者の選定方法等について補完するものである。

ネーミングライツの募集は、実施要綱、本ガイドライン、並びに袋井市屋外広告物条例（以下、「掲載基準等」という。）等に従って、各施設等の所管部局が募集要項を作成し、実施するものとする。

2. ネーミングライツの概要

(1) ネーミングライツとは、本市と民間事業者等との契約により、市の所有施設等（以下「施設等」という。）の名称を広告媒体として、企業名や商品名等を冠した愛称を付与する代わりに、本市と契約した民間事業者等（以下、「ネーミングライツ・パートナー」という。）から対価（ネーミングライツ料）を得るものであり、後述のネーミングライツ導入の目的の達成を図るものである。

(2) ネーミングライツは施設等に愛称を付与するものであり、条例等で定める施設等の本来の名称を変更するものではない。また、施設等の所有権、経営等には影響を与えないものとし、ネーミングライツを他者に譲渡・貸与することはできないものとする。



3. ネーミングライツ導入の目的

- (1) 新たな自主財源を確保。
- (2) 民間の知恵やノウハウ等を活用し、施設等の付加価値を高めるとともに、当該施設等の魅力の向上を図る。

4. ネーミングライツ導入によるメリット

(1) 民間事業者等（ネーミングライツ・パートナー）にとってのメリット

①PR効果

市有施設等に企業名、商品名等の愛称を付けることによる、メディアへの露出などの広告効果

②地域の活性化に貢献（CSR）

企業名を冠したイベントの実施や、市とのタイアップイベント等の実施による、地域の経済、観光、産業の活性化への貢献

③企業イメージアップ

施設等の愛称や地域活性化策を通じての企業や商品のイメージアップ

④パートナー特典の設定等

施設等の特性に応じて、商品販売・広告スペースの設置等のパートナー特典等の設定。
(特典の詳細は、契約時の協議事項とする。)

※【CSR】とは：Corporate Social Responsibility の略。企業が社会的責任として、地域や社会に貢献することを指す。

(2) 袋井市及び市民にとってのメリット

- ①施設等の魅力向上や、メディア露出等による袋井市のPR効果
- ②施設等の運営・維持管理や事業の実施等のための安定的な財源確保
- ③当該施設等を活用したイベントや事業の実施に当たり、民間事業者との協働を推進することによる市民サービスの向上

5. 愛称

(1) 愛称付与の条件

- ・市民や施設等利用者にとって、親しみやすい、わかりやすい、呼びやすいものとする。
- ・施設等の特性に応じて、必要により、特定の地名やキーワードを含める等、市が希望する条件を募集要項にて設定できることとする。ただし、ネーミングライツ導入の趣旨に反しない範囲を考慮するものとする。
- ・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等の措置を講ずる場合がある。

(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外とする。

- ・実施要綱第9条に該当するもの。
- ・法令等に違反するもの又はそのおそれのあるもの
- ・公の秩序又は善良な風俗を乱すおそれのあるもの
- ・人権侵害となるもの又はそのおそれのあるもの
- ・政治性又は宗教性のあるもの
- ・社会問題についての主義又は主張に当たるもの
- ・著作権、商標権その他の知的財産権を侵害するもの又はそのおそれのあるもの
- ・その他市長が適当でないと認めるもの

(3) 愛称の変更

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ものとする。

6. 導入の事務手続き

ネーミングライツ導入の事務手続きは、下記の流れで各所管部局が行う。

- (1) 対象施設等の選定
- (2) 対象施設等の決定
- (3) 募集要項(条件)の作成
- (4) 募集要項(条件)の決定
- (5) ネーミングライツ・パートナーの募集

- (6) 審査委員会による審査（優先交渉権者の決定）
- (7) 優先交渉権者との協議
- (8) 市民意見の聴取（パブリックコメント）
- (9) ネーミングライツ・パートナーの決定
- (10) 議会報告
- (11) 契約の締結
- (12) 施設表示等の変更・周知
- (13) 愛称の使用開始

※事務手続きのフロー図は、「別紙1」のとおり

7. 対象施設等の選定方法

ネーミングライツが導入可能な対象施設として、文化施設、スポーツ施設、観光施設、道路、公園やその他の市有施設（及びそれらの一部）等や市が実施する事業を想定する。これらのうち、実際に対象とする施設等は、広告媒体としての価値（広告効果）を見定めながら、ネーミングライツ導入の効果が発揮されるよう、各施設等の所管部局が、おおむね次のような観点で選定するものとする。

- ・不特定多数の市民等が利用し、相当の利用者数がある、もしくは見込まれる施設等。
- ・年間を通じてイベント等が開催されている、メディアへの露出が相当程度ある、もしくは見込まれる施設等。
- ・市が実施する事業のうち、ネーミングライツの効果があると見込まれる事業。
- ・上記の他、ネーミングライツの導入効果が見込まれると考えられる施設等。

（留意事項）

- ・ネーミングライツ導入によって得られる対価、メリットに比べ、導入にかかる経費が多くなる場合などは、広告媒体としての価値が見合わないため、対象外とする。
- ・施設名称の設定に特段の経緯があるものや施設の性格上、愛称を付するのが適当でないと判断されるものは対象外とする。（例：市役所庁舎や学校等）

8. 募集要項の作成（募集条件の決定）

対象施設等の所管部局は、募集方法、ネーミングライツ料の目安となる額、選定方法、選定基準、その他必要な事項について検討し、募集要項を作成する。

【募集要項に記載する主な項目例】

- ・実施要綱第6条に規定する項目
- ・応募資格
- ・（必要に応じて）愛称付与の条件
- ・（必要に応じて）企画提案に特に求めるもの（タイアップイベントの開催等）
- ・（必要に応じて）広告スペースの設置等、パートナー特典を設定する場合
- ・当該施設の情報（施設概要、利用状況、当該施設の位置づけ、メディア等の露出状況、今後の運営についての市の考え方等）
- ・その他、応募にあたっての詳細条件、費用負担の考え方など

（募集要項の作成における留意点）

- ・屋外広告物所管課（都市計画課）及び実施要綱所管課（財政課）へ協議すること。
- ・応募者が当該施設等の広告価値を判断し、ネーミングライツ・パートナーとしてのイメージやメリット等を描き、応募について検討できるために、募集要項において当該施設等の価値や魅力等を適切に表現するよう配慮すること。

9. 募集期間

応募者にとっては、募集の周知と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、募集開始から募集受付終了まで、原則として1か月以上の期間を確保する。

10. 応募資格

おおむね次の（1）から（3）の条件を満たす者とし、施設等の特性や実情等を考慮し、これ以外の事項についても必要に応じ、募集要項で規定する。

- （1）本市のネーミングライツ・パートナーとしてふさわしい資力及び信用を備えた法人、もしくはそれに類する団体等であること。
- （2）次に掲げる者でないこと。
 - 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ているもの
 - ②袋井市工事請負契約等に係る指名停止等措置要綱（平成17年袋井市告示第206号）の規定により指名停止措置を受けているもの
 - ③市税等を滞納しているもの
 - ④民事再生法（平成11年法律第225号）第21条の規定による再生手続をしているもの（更生計画又は再生計画が裁判所に承認された場合を除く。）又は会社更生法（平成14年法律第154号）第17条の規定による更生手続をしているもの
 - 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）第2条第2項に規定する風俗営業者
 - ⑥貸金業法（昭和58年法律第32号）第2条第2項に規定する貸金業者（銀行法（昭和56年法律第59号）第2条第1項に規定するものを除く。）
 - ⑦政治性又は宗教性のある事業を行うもの
 - ⑧袋井市暴力団排除条例（平成23年袋井市条例第30号）第2条第1号に規定する暴力団又は同条第3号に規定する暴力団員等
 - ⑨指定管理者制度導入施設である場合は、ネーミングライツ事業を導入した時点の指定管理者の事業目的と競合するもの
 - ⑩その他市長が適当でないとするもの
- （3）上記事項の他、施設等の特性に応じて、各種条件を規定します。

11. 契約期間

原則、3年以上とし、施設等の特性や管理・運営形態等に応じて決定する。

12. ネーミングライツ料

当該施設等の維持管理費、事業等の必要経費や年間利用者数、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等を参考に、当該施設等の広告媒体としての価値を総合的に検討し、ネーミングライツ料を設定する。

募集にあたっての取り扱いは下記のとおりとする。

- ・「希望価格」を公表して募集
- ・「最低価格」を公表して募集
- ・「希望価格」、「最低価格」を公表せず募集

13. 公募方法

(1) 特定募集型（原則）

対象となる施設等を選定した上で、企画提案の公募を行い、優先交渉権者を決定する。公募にあたっては市のホームページ等に掲載するほか、報道機関への情報提供を行う。

(2) 提案募集型（民間事業者等からの企画提案受付）

対象施設等を特定せず、民間事業者等からの随時の企画提案も受付可能とします。ただし、民間事業者等から企画提案があった場合においても、当該施設等について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（例：知名度の高い施設など）は、審査の結果、手続きの途中で特定募集型に転換することがあります。特定募集型に転換する場合または不採用の場合は、応募を受けた日から、原則3か月以内に理由を付して文書で回答するものとする。

14. 秘密の保持

応募者の秘密を保持する。

15. 説明会の開催

所管部局は、応募予定者の検討に役立てるため、必要に応じて、募集要項の説明会や現地見学会を開催する。

16. 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、所管部局は募集条件を見直し再度募集するか、募集の中止を検討する。

17. 審査

ネーミングライツ事業に係る審査を行うため、実施要綱第18条第1項に規定する「袋井市ネーミングライツ審査委員会」（以下「委員会」という。）を設置する。委員会は、次に掲げる事項を審査する。

- (1) 対象施設等の選定・決定
- (2) 募集要項（条件）の決定
- (3) 優先交渉権者の決定
- (4) ネーミングライツ・パートナーの決定
- (5) その他ネーミングライツに係る審査

18. 優先交渉権者の決定

応募者の提案について、委員会において審査を行います。各委員が審査基準に沿って審査し、応募者について優先交渉権者候補者として順位付けした後、最終的に市において優先交渉権者(※)として決定する。

- ・審査の際、必要に応じて、応募者によるプレゼンテーションを開催する。
- ・応募が一者のみであった場合も、市のネーミングライツ・パートナーとしてふさわしいかどうか、委員会にて審査する。

【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等をいう。

- ・審査は、ネーミングライツ料の多寡のみによるものではなく、総合的に行います。

【審査基準の例】

- (1) 応募者の経営の安定性、地域社会への貢献度、当該施設等と応募者の理念・企画提案内容がマッチしているか
 - (2) 愛称の親しみやすさ、呼びやすさ
 - (3) 期間
 - (4) ネーミングライツ料
 - (5) 施設等の魅力を高める企画提案内容
- ※例示順と配点は直接関係ありません。

19. 優先交渉権者との協議

優先交渉権者となった応募者と、契約にかかる必要事項について協議を行う。

- ・タイアップイベント、パートナー特典等についても合わせて検討し、ネーミングライツ導入により魅力ある施設となるよう、市と優先交渉権者双方が、契約に向け協議するものとする。
- ・協議が整わなかった場合は、次点順位の応募者と順次協議を行うものとする。

20. ネーミングライツ・パートナーの決定

特定募集型において協議が整った場合又は、提案募集型において提案が採用され、かつ特定募集型への移行が行われなかった場合には、当該応募者をネーミングライツ・パートナーとして決定する。

市は、ネーミングライツ・パートナー決定後、市議会への報告を経て、ネーミングライツ・パートナーの名称、愛称、ネーミングライツ料、契約期間等を報道機関へ情報提供する。

21. 契約の締結、公表

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契約を締結する。ネーミングライツ導入施設や契約の規模などを考慮し、必要に応じて、調印式や共同記者会見などを設定する。

22. 費用負担の考え方（基本）

費用負担の考え方の基本は表のとおりとする。

(詳細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。)

費用負担の区分	袋井市	ネーミングライツ・パートナー
ネーミングライツ料		○
敷地内外の表示の変更(施設看板や道路標識等) ※1		○
契約期間終了後の原状回復費用		○
パンフレット、封筒等の市の印刷物や市ホームページの表示変更 ※2	○	

※1 敷地内外の表示の変更は、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。

※2 残部数や切り替え時期などを考慮し、協議のうえ決定する。

23. 契約の解除

ネーミングライツ・パートナーが経済状況等の理由により、ネーミングライツ事業の継続が困難となった場合、契約解除の申し出をするものとする。

24. 契約の取消し

ネーミングライツ・パートナーが、実施要綱第17条第1項の規定に該当するときは、市は契約満了を待たず契約を取消しすることとし、その場合、原状回復にかかる費用もネーミングライツ・パートナーが負担するものとする。

25. 契約期間の満了

市は契約期間満了までに、当該施設について、ネーミングライツの継続実施を判断する。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する。

26. 指定管理者制度導入施設にかかる留意点

対象施設が指定管理者制度導入施設の場合は、指定管理者制度の趣旨を考慮し、指定管理者の施設管理・施設運営の不利益とならないよう、次のような観点に留意するものとする。

(1) 【7. 対象施設等の選定】【18. 優先交渉権者の決定】

- ・現指定管理者と事前協議を行い、応募の意思がある場合には、優先交渉権者として決定できるものとする。応募の意思がない場合、あるいは交渉がまとまらなかった場合には、特定募集型に切り替えることとする。
- ・現指定管理者との協議を行い、必要に応じ、現指定管理者との協定書等に必要事項を盛り込むなど、疑義が生じないようにする。

(2) 【11. 契約期間】

- ・現指定管理の期間を考慮し、適切な期間設定に配慮します。

(3) 【18. 優先交渉権者の決定】

- ・優先交渉権者が現指定管理者以外の場合、企画提案内容が現指定管理者の事業、施設管理、施設運営と競合しないか配慮する。

(4) 【22. 費用負担の考え方】

- ・現指定管理者がネーミングライツ・パートナーを兼ねる場合、ネーミン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する。

27. その他

- ・このガイドラインは、財政部財政課（資産経営係）が所管する。
- ・このガイドラインは、ネーミングライツの運用状況及びその他の状況等に応じ、適宜、見直すこととする。
- ・ネーミングライツに関することで、本ガイドラインにより難しいと判断されるものについての取扱いは、別に定めることとする。

別紙 1

