

玉野市ネーミングライツ導入の手引き

令和5年12月

玉野市

目次

1	はじめに	- 1 -
2	ネーミングライツとは	- 2 -
3	導入の対象	- 3 -
4	導入の方法	- 3 -
5	ネーミングライツ料	- 4 -
6	期間	- 5 -
7	応募資格	- 5 -
8	愛称付与に関する注意事項	- 6 -
9	選定の手続き	- 6 -
10	審査項目及び審査ポイント	- 6 -
11	ネーミングライツ契約の締結	- 7 -
12	ネーミングライツパートナー特典	- 7 -
13	費用の分担	- 8 -
14	契約の解除	- 8 -
15	契約の更新	- 8 -
16	リスク負担	- 8 -
17	秘密の保持	- 9 -

1 はじめに

本市では、高度経済成長期の人口の急増にあわせて学校や市営住宅、地域の集会施設などの公共施設を集中的に整備してきましたが、多くの施設で老朽化が進んでいます。このような状況を受け、「施設規模の量的確保」から、「市民が安全・安心に利用できる質の確保」へ転換し、真に必要な公共施設を将来にわたって維持し続けるため、「玉野市公共施設等総合管理計画」を策定しました。

この計画の基本的な方針の一つに「自主財源の確保」を掲げ、公共施設等を活用し、遊休スペースの民間貸与、壁面広告やネーミングライツの活用などにより、歳入に努めることとしています。

本市においても、施設の管理・運営に充てる財源の確保や、市民サービスの向上及び地域経済の活性化を図るため、ネーミングライツに取り組むこととします。

このガイドラインは、本市のネーミングライツ導入に向けた基本的な考え方や方向性を示したものです。

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」とも呼ばれますが、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。

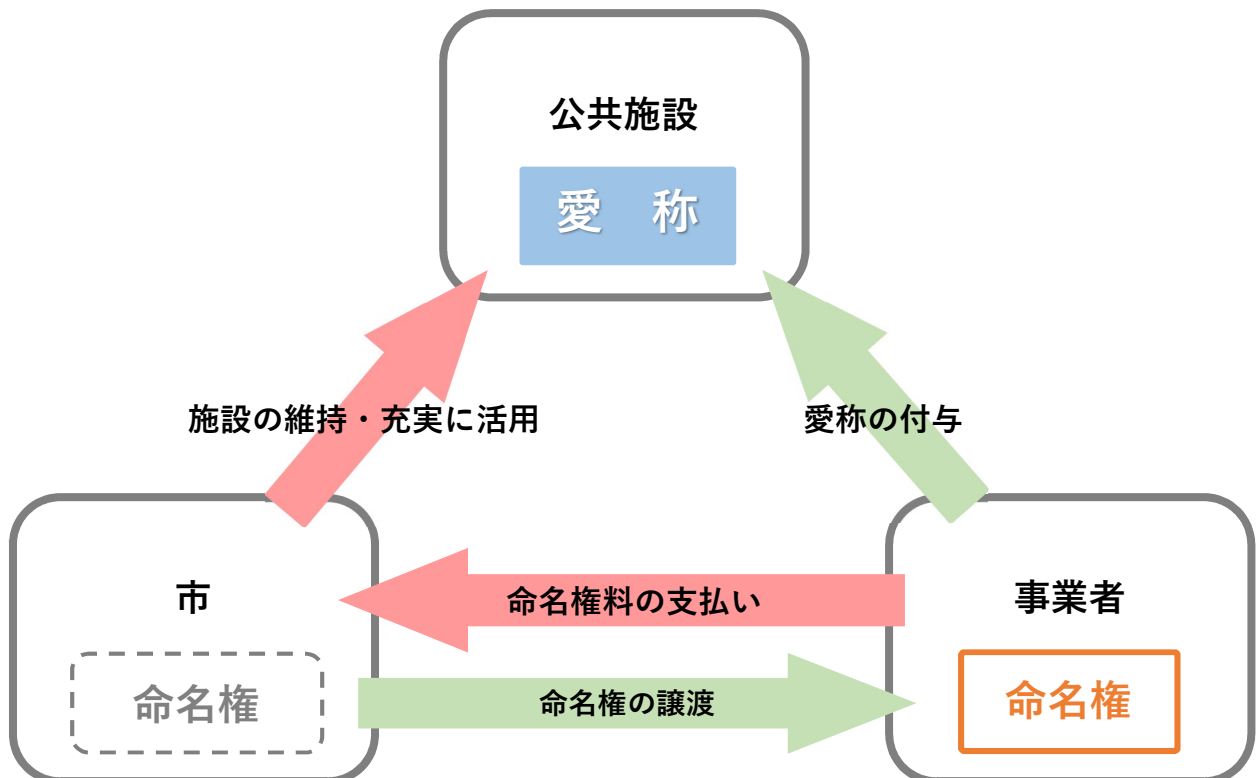
なお、ネーミングライツは、あくまで「愛称」を付けるものであり、条例に定めている施設の正式名称を変更するものではありませんので、市議会議案など必要な場合は、正式名称を使用することとします。また、愛称を付ける権利を得た事業者のことを、本市では「ネーミングライツパートナー」とします。

(2) ネーミングライツ導入の効果

ネーミングライツの導入により以下のような効果が期待できます。

- ①ネーミングライツ収入による財源の確保及び施設の維持管理経費の節減
- ②施設の魅力向上につながる提案による市民サービスの維持及び向上
- ③新たな広告媒体としての活用による地域経済の活性化

【ネーミングライツのイメージ】



3 導入の対象

本市が所有する体育施設、文化施設、公園等の施設又は施設の一部のうち、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、市営住宅など愛称を付与することがふさわしくない施設や、すでに市民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（例：すこやかセンター）についても同様に、対象外とするものとします。

4 導入の方法

ネーミングライツの募集は、導入施設も含めて募集する場合（事業者提案型）または、施設を特定して募集する場合（施設特定型）によって募集を行い、原則、公募型プロポーザル方式により実施することとします。

ただし、市長が認める場合はこの方法によらず募集することができることとします。（例：指定管理者制度を導入している施設など）

（1）導入施設も含めて募集する方法（事業者提案型）

事業者が、希望する施設に対して、愛称や金額とともに市に提案する方法です。ただし、事前相談のあった施設が、個別施設募集型により複数の応募が見込まれる場合は、改めて募集要項を定め、個別施設募集型により募集する場合があります。

〈ネーミングライツパートナー選定までの流れ〉

- ①提案の募集
- ②公共施設交通政策課への事前相談
- ③公共施設交通政策課と施設所管課によるヒアリング
- ④提案書の提出
- ⑤広告審査委員会での審査、優先交渉権者の選定
- ⑥優先交渉権者との協議
- ⑦契約締結
- ⑧庁内及び利用者等への周知
- ⑨看板、印刷物等の変更、愛称の使用開始

(2) 施設を特定して募集する方法（施設特定型）

ネーミングライツ事業に必要な事項について、対象施設ごとに募集要項を定め、本市ホームページ等により広く募集します。

〈ネーミングライツパートナー選定までの流れ〉

- ①対象施設の選定
- ②募集条件の設定
- ③募集
- ④広告審査委員会での審査、優先交渉権者の選定
- ⑤優先交渉権者との協議
- ⑥契約締結
- ⑦庁内及び利用者等への周知
- ⑧看板、印刷物等の変更、愛称の使用開始

5 ネーミングライツ料

(1) 希望金額

施設特定型よりネーミングライツを募集する場合のネーミングライツ料の希望金額は、類似都市、利用者数、広報媒体への露出状況等を複合的に勘案して算定します。ただし、これはあくまで目安となる金額であり、希望金額を下回る提案を失格とするものではありません。

(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、公共施設の運営・管理に役立てることとします。

(3) ネーミングライツ料の支払い

ネーミングライツ料は、毎年度当初に、本市が発行する納付書により4月末日までに一括してお支払いただくことを基本とします。

6 期間

契約期間は原則として3～5年程度とします。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事業者をより高く評価することとします。ただし、指定管理者制度導入施設については、当該指定期間を考慮し、適切な期間を設定するものとします。

7 応募資格

応募できる事業者は、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とします。ただし、以下のいずれかに該当する事業者は応募できないこととします。また、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) 政治活動及び宗教活動を行う団体その他これに類するもの
- (2) 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）により規制を受ける業種その他これに類するもの
- (3) 貸金業の規制等に関する法律（昭和58年法律第32号）第2条に規定する貸金業に係るもの
- (4) 投資業又は商品先物取引業に係るもの
- (5) 法律に定めがない医療類似行為を行うもの
- (6) 会社更生法（平成14年法律第154号）第17条及び民事再生法（平成11年法律第225号）第21条の規定による更生・再生手続開始の申し立てがあるもの
- (7) 本市から指名停止を受けているもの
- (8) 市税及び使用料などの本市に対する債務を滞納しているもの
- (9) 地方自治法施行令（昭和22年政令第16号）第167条の4の規定に該当しているもの
- (10) 玉野市建設工事等暴力団排除対策措置要綱（平成17年玉野市告示第205号）に基づく指名対象からの排除を受けているもの
- (11) 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）第2条第2号に規定する暴力団又は同条第6号に規定する暴力団員の統制下にある団体に該当するもの
- (12) 社会問題を起こしている業種又は業者
- (13) その他市長が適当でないと認めるもの

8 愛称付与に関する注意事項

- (1) 愛称は公共の施設等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であること。
- (2) 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。
- (3) 以下の愛称は使用することができないものとします。
 - ①人権侵害、名誉毀損又は各種差別的な表現をしているもの
 - ②法律で禁止されている商品、無認可商品、粗悪品等の不適切な商品又はサービスを提供するもの
 - ③他をひぼう、中傷又は排斥するもの及び他と比較して優良であると表現しているもの
 - ④氏名、商標、著作物等を無断で使用したもの
 - ⑤非科学的なもの、迷信に類するもの及び人を惑わせたり、不安を与えたりするおそれがあるもの
 - ⑥世論が大きく分かれているもの
 - ⑦本市があたかも推奨していると思われる表現をしているもの
 - ⑧本市の業務に不利益を及ぼすおそれのあるもの
 - ⑨その他不適切であると認められるもの
- (4) 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。
- (5) 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。

9 選定の手続き

ネーミングライツパートナーの選定のため、広告審査委員会の審査を経て、優先交渉権者を選定します。なお、著しく点数の低い審査項目がある場合など、本市が適当でないと認められる場合には、優先交渉権者として選定しないことがあります。

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、広告審査委員会で審査します。

- (1) 愛称が当該施設にふさわしいものか、市民に親しまれるものか、呼びやすいものか、わかりやすいものか
- (2) 提案額が他団体での実績や希望金額と比較して適切か
- (3) 契約期間が適切か

- (4) 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）があるか、また、その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など

※本項目は提案がなくても応募は可能ですが、市としては積極的な提案を期待していません。

- (5) 事業者の経営状況が健全か
 (6) 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など
 (7) その他審査に必要な事項

施設ごとに独自の項目を設けることがあります。

【施設の魅力向上に関する提案の他都市の例】

施設の分類	事業者の取組
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
アリーナ	植樹
球場	イベント開催
花畑	ベンチと案内看板の設置
パークゴルフ場	花の植え込み
トイレ	改装、維持管理
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、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 ネーミングライツパートナー特典

- (1) 愛称看板等の設置が可能です。ただし、設置場所や大きさ、デザイン等は市と協議するとともに、岡山県屋外広告物条例などの関係法令を遵守しての設置となります。別途市に対して行政財産目的外使用許可申請等の手続が必要ですが、使用料はネーミングライツ料に含まれるものとして免除します。
- (2) 新規作成分の施設パンフレット等に愛称を表示することが可能です。
- (3) 市の広報紙やホームページを通じた愛称の普及と定着。
- (4) 施設内へパートナー企業のPR・商品展示スペースの確保など

13 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、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
敷地内外の看板等の表示変更※1	—	○
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※2	○	—

※1 敷地外や新規の看板設置等は、本市や関係行政機関と協議の上、可能となったものに限ります。

※2 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。

14 契約の解除

提案の不履行又は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その他の事情等により、当該施設の愛称の維持が困難な場合には、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。その場合においては、原状回復を行うこととし、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なります。

15 契約の更新

本市は、契約期間満了までに、当該施設に係るネーミングライツの継続実施を判断します。なお、愛称の変更による市民の混乱を避けるため、当該ネーミングライツパートナーは、次回期間の契約について、優先的に交渉できることとします。

16 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、当該ネーミングライツパートナーが負

うものとしします。その他、定めのないリスクが生じた場合の負担は、双方が協議し決定するものとしします。

17 秘密の保持

事業者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。

担当

〒706-8510

岡山県玉野市宇野1-27-1

玉野市公共施設交通政策課

電話：0863-32-5547

Eメール：tatemono@city.tamano.lg.jp