

# 佐倉市ネーミングライツ導入ガイドライン（案）

## 1. 導入の目的及び趣旨

市は、民間事業者等との協働により新たな財源を確保し、持続可能な施設運営につなげるとともに、施設の魅力や市民サービスの向上を図るため、ネーミングライツを導入することとします。

このガイドラインは、その適正な導入に当たり、対象施設や手続き、募集方法など、市の基本的な考え方をまとめたものです。

## 2. ネーミングライツの概要

ネーミングライツとは、市と民間事業者等との協定により、市の施設の名称に、企業名や商品名等を冠した愛称を付ける権利を付与する代わりに、対価（以下「ネーミングライツ料」という。）を得ることであり、協定を交わした民間事業者等をネーミングライツパートナーとします。

付与された愛称は、施設の看板、ホームページ、印刷物等において積極的に使用し、施設の通称名とします。ただし、条例で定める施設の名称を変更するものではありません。

## 3. 導入のメリット

### （1）ネーミングライツパートナーのメリット

#### ア PR効果

企業名や商品名等を冠した愛称を施設の看板やイベントのポスター等に使用するほか、市がホームページや公式SNS、印刷物等において愛称を積極的に使用することにより、PR効果が期待できます。

#### イ 社会貢献・イメージアップ

ネーミングライツ料が施設の管理運営に活かされることにより、施設の魅力を高め、市民サービスの向上に貢献することができます。また、地域の活性化に貢献していることが市民等に認知されることにより、イメージアップにつながります。

#### ウ パートナーメリット

市が募集要項で示す範囲において、施設の優先利用やイベント等の実施、施設内におけるポスター掲示等の特典（以下「パートナーメリット」という。）を提案することができます。

### （2）市及び市民のメリット

#### ア 新たな財源の確保

施設表示を有効活用することで、新たな財源を確保することができ、市が支払う管理運営経費を節減することができます。

#### イ 施設の魅力及び市民サービスの向上

ネーミングライツ料を、安全で快適な施設を保つための修繕や、施設の効用を高めるための備品購入などに充てることのできるほか、パートナーメリットの提案を受け、施設の魅力及び市民サービスの向上を図ることができます。

## 4. 対象施設

### (1) 対象とする施設

スポーツ施設、文化施設、コミュニティセンター、公園その他市が所有する公共施設とし、施設の性質や利用状況、市広報紙・マスメディア等における掲出状況などの広告価値を見定め、市が決定します。

なお、指定管理者制度を導入している施設も、対象とします。

### (2) 対象外とする施設

市役所庁舎や学校など、施設の性質から愛称を付すのが適当でないと判断される施設や、近年に愛称を公募した施設など特段の経緯があるものは、原則として対象外とします。

## 5. 導入までの手続き

ネーミングライツ導入の手続きは、概ね以下のとおりとします。

- ①対象施設の決定
- ②ネーミングライツパートナーの公募
- ③ネーミングライツパートナーの審査及び優先交渉権者の選定
- ④優先交渉権者との協議及び協定締結
- ⑤施設の表示変更等の準備
- ⑥愛称の周知
- ⑦愛称の使用開始

## 6. 導入方式

ネーミングライツの導入方式は、原則として「施設特定型」とし、必要に応じ「自由提案型」によることもできるものとします。

いずれの場合においても、市ホームページ等の掲載により募集するものとします。

### (1) 施設特定型

対象施設を特定し、募集を行う方式です。

### (2) 自由提案型

対象施設を特定せず、民間事業者等からの提案により市の施設のいずれかにネーミングライツを導入する方式です。

## 7. ネーミングライツパートナーの募集方法

### (1) 募集要項の公表

ア 募集は、申請方法や選定手続きなど必要な事項を記載した募集要項を、市ホームページ等に掲載することにより行うこととします。

イ 募集期間は、原則として30日以上とします。

### (2) 応募資格

応募資格を有する者は、ネーミングライツパートナーとしてふさわしい社会的信用がある法人その他の団体とします。

なお、次のいずれかに該当する者は、応募できないこととします。

- ア 政治団体及び宗教団体
- イ 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その他暴力団との関係が認められる者
- ウ 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を営む者
- エ 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事業者
- オ 市における一般競争入札への参加を制限されている者
- カ 直近の1年間に国税又は地方税を滞納している者
- キ その他市長が適当でないと認める者

(3) 必要書類等

応募に必要な書類は、概ね次に掲げるものとし、詳細は募集要項にて示します。

- ア 佐倉市ネーミングライツ申請書
- イ 誓約書
- ウ 暴力団に関する照会書
- エ 団体概要書
- オ 登記事項証明書、定款、決算報告書等の団体資料
- カ 国税及び地方税に滞納がないことを証する書類
- キ その他市長が必要と認めるもの

(4) 提案事項

愛称案及びネーミングライツ料のほか、パートナーメリットの提案、施設の魅力向上や地域貢献につながる提案を受け付けるものとします。

(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て再度公募を実施するか、公募を取りやめます。

## 8. ネーミングライツパートナーの選定方法

(1) 審査委員会の設置及び審査

市は、ネーミングライツの導入に際し、ネーミングライツ審査委員会（以下「審査委員会」という。）を設置し、愛称及び提案等の審査を行うこととします。

(2) 審査方法

審査委員会は募集要項に定める審査基準及び配点に基づき審査を行い、その結果を基に、市長が優先交渉権者を選定します。

なお、著しく評価が低い審査項目があるなど、ネーミングライツの導入が適当でないと認める場合には、優先交渉権者等を選定しないことがあります。

また、応募者が1者の場合でも、審査委員会において審査を行います。

(3) 審査項目及び着眼点

審査項目及び着眼点は概ね次のとおりとし、詳細は募集要項において定めます。

	審査項目	着眼点
1	愛称	・呼びやすく、親しみやすいものか。 ・施設のイメージにふさわしいか。
2	応募団体	・応募資格は適正か。 ・事業内容や経営状況は健全であるか。
3	ネーミングライツ料	・市の希望価格等や他の応募者との比較
4	施設の魅力向上、地域貢献等	・実現可能な提案であるか。 ・施設の魅力向上や地域貢献に資するものであるか。
5	期間	・安定した運用ができる期間か。

#### (4) 提案の採否決定

市は審査委員会の審査結果を踏まえ、応募した民間事業者等へ通知するものとし、併せて市のホームページ等で結果を公表します。

#### (5) 協定の締結及び公表

##### ア 協定の締結

市は、優先交渉権者とネーミングライツ料、協定の期間、パートナーメリットの内容等について協議し、協議が整った場合には協定を締結します。

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、次点者と協議の上、協定を締結します。

##### イ ネーミングライツパートナー等の公表

協定の締結後、市の広報紙、ホームページ、公式 SNS 等により、施設の愛称、ネーミングライツパートナーの名称、ネーミングライツ料、協定期間等を公表するものとしします。

## 9. 愛称について

### (1) 愛称の考え方

愛称は、公共の施設にふさわしいものとして、呼びやすさや親しみやすさなど、市民から理解を得られるものを選定するものとし、必ず含める文字等の条件がある場合は、募集要項において示すものとしします。

なお、次のいずれかに該当するものは、選定しないものとしします。

- ア 公序良俗に反するもの又はそのおそれがあるもの
- イ 政治性若しくは宗教性があるもの又はそのおそれがあるもの
- ウ 第三者の権利を侵害するもの又はそのおそれがあるもの
- エ その他市長が適当でないと認めるもの

### (2) 愛称の使用期間

原則として3年以上とし、募集要項において定めるものとしします。また、指定管理者制度導入施設については、指定期間を考慮した期間としします。

### (3) 愛称の使用

ア 市は、愛称について積極的に使用するとともに、関係機関への周知と使用を促します。ただし、施設利用者の混乱を回避するため、又は、事務手続き上の理由

により、条例で定められた名称の使用が必要な場合は、愛称との併用をすることとします。

イ ネーミングライツは、市の施設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。

ウ 施設利用者の混乱を避けるため、合併等による商号の変更等やむを得ない場合を除き、原則として協定期間内の愛称の変更はできません。

## 10. ネーミングライツ料・パートナーメリット

(1) 市は、ネーミングライツの導入に当たり、対象施設の利用状況、類似する施設又は他自治体の事例などを参考に、「参考価格」又は「最低価格」を算定します。

なお、公募にあたっての取扱いは、次のいずれかによるものとし、応募者はその内容に応じネーミングライツ料を提案するものとします。

ア 「参考価格」を公表して募集

イ 「最低価格」を公表して募集

ウ 「参考価格」、「最低価格」を公表せず募集

(2) ネーミングライツ料は、市により優先交渉権者に選定された後の協定において、最終的に決定します。

(3) 市は、ネーミングライツパートナーに対し、施設の本来の用途又は目的を妨げない範囲において、施設の優先利用やイベント等の実施、施設内におけるポスター掲示等のパートナーメリットを与えることができます。パートナーメリットの詳細は募集要項に定めるほか、双方で協議の上、協定書等において定めます。

(4) 支払われたネーミングライツ料は、対象施設の修繕費や備品購入費など、施設の効用を高める費用に充てることで、施設の魅力や市民サービスの向上につなげます。

## 11. 費用負担

(1) 応募に要する経費は、全て応募者の負担とします。

(2) ネーミングライツの使用にかかる費用負担は、原則として下記のとおりとし、必要に応じて募集要項に定めるほか、双方で協議の上、協定書において定めます。

なお、協定書に定める以外の不測の費用負担が生じた場合は、その都度、協議の上、費用負担を決定するものとします。

ア 市が作成するパンフレットや封筒等の印刷物及び市の広報紙、ホームページ、公式 SNS 等への掲載に係る費用は、市が負担するものとします。なお、協定締結時において残存するパンフレット等はそのまま使用することができるものとし、新規印刷分から対応するものとします。

イ 敷地内外の施設表示（施設看板等）の変更・新設に伴う費用や、協定期間内における当該施設表示の修繕、更新に係る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。なお、敷地外、道路案内標識等の表示変更等は、市と協議の上、対応可能な表示についてのみ行うものとします。

ウ ネーミングライツパートナーが提案するパートナーメリットや施設の魅力向上等の取組みに係る費用は、ネーミングライツパートナーが負担するものとします。

エ 協定期間終了後の原状回復に要する費用は、ネーミングライツパートナーが負担するものとします。

## 12. 指定管理者制度導入施設における留意点

対象施設が指定管理者制度導入施設の場合は、制度の趣旨を踏まえ、次の点に留意することとします。

なお、導入が適正になされるよう、必要に応じ、市は指定管理者から意見・要望等を聴取することとします。

### (1) 導入方法

公募によることを原則としますが、市と現指定管理者との協議により導入することもできることとし、いずれの場合においても、審査委員会における審査を実施します。

### (2) 協定期間について

指定管理の期間を考慮し、適切な期間設定に配慮するものとします。

### (3) 競合への配慮

指定管理者以外の民間事業者等をネーミングライツパートナーとする場合は、団体の事業内容及び提案内容が、現指定管理者の事業、施設運営と競合しないよう、配慮するものとします。

### (4) 費用負担

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、ネーミングライツの導入に起因して発生するネーミングライツ料、11.に掲げる費用負担は、指定管理業務の会計と区分して経理するものとします。

## 13. 協定の解除

(1) 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、ネーミングライツを継続することができない場合は協定を解除し、市は、既に支払われたネーミングライツ料のうち解除後の期間分について日割りによる計算の上、ネーミングライツパートナーに返還するものとします（返還額に100円未満の端数があるときは、これを切り捨てます）。ただし、原状回復に必要な費用は、ネーミングライツパートナーが負担するものとします。

(2) 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は、市は協定期間終了を待たずに協定を解除できるとします。そ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、既に支払われたネーミングライツ料については返還しないものとします。

## 14. 協定期間の終了

市は、協定期間終了までに、当該施設についてネーミングライツの継続実施を判断します。なお、愛称が頻繁に変更となる事態を避けるため、ネーミングライツの協定期間終了施設においては、現ネーミングライツパートナーは次期の優先交渉権者となることができます。ただし、その場合においても、審査委員会における審査を実施します。

## ○適用時期

このガイドラインは、令和4年 月 日から施行します。