

下松市ネーミングライツ導入に関するガイドライン

平成30年5月

(令和元年9月一部修正)

下松市

目次

1	ガイドライン策定の目的	1
2	ネーミングライツ制度	2
	(1) ネーミングライツ制度について	2
	(2) 募集方法について	3
	(3) ネーミングライツを導入する施設について	3
	(4) ネーミングライツの性格について	3
3	ネーミングライツの導入手順	4
	(1) 対象施設の選定	4
	(2) 募集条件の設定	5
	(3) 募集	9
	(4) 選定委員会の設置及び審査	9
	(5) 優先交渉権者との協議	10
	(6) 契約の締結	11
	(7) 庁内及び利用者等への周知	11
	(8) 看板等の変更及び愛称の使用開始	12
4	リスク分担	12
	(1) 第三者に損害が生じた場合のリスク分担	12
	(2) その他のリスク分担	12
5	その他	13
	(1) 契約の解除	13
	(2) 契約の更新	13
	(3) その他	13

1 ガイドライン策定の目的

下松市ネーミングライツ導入に関するガイドライン（以下「ガイドライン」という。）は、本市の所有する公共施設等（以下「施設」という。）の名称に、法人名又はブランド名等を冠した愛称を付与する権利（以下「ネーミングライツ」という。）を導入し、その対価を得ることで、施設の長期的、継続的な運営基盤を確立するとともに、施設の魅力向上による市民サービスの向上を図ることを目的とします。

ネーミングライツの導入は、

- 「下松市総合計画（後期基本計画）（平成28年3月策定）」
 - 「6-1-3 市民参加と協働の推進」
 - 施策の展開（1）公共施設運営等における市民・民間との連携
 - 「6-3-1 地域経営としての行政運営」
 - 施策の展開（1）効率的な行政運営の推進
 - （3）公共施設の適切なマネジメント
 - （5）総合戦略の推進
 - 「6-3-3 健全な財政運営」
 - 施策の展開（1）財源の確保
 - （2）安定的な財政運営
- 「下松市公共施設等総合管理計画（平成29年3月策定）」
 - 「公共施設マネジメント基本方針」
 - 3. 効果的なコストの縮減 - 維持管理コストの適正化
 - 4. まちづくりと一体となった公共施設マネジメントの推進
 - －民間活力の導入と市民との協働
- 「下松市まち・ひと・しごと創生総合戦略（平成27年10月策定）」
 - 「アクションプランNo.3-1 公民連携による魅力ある地域づくりの推進」
 - ①民間企業との協働の促進
 - ③公共施設の整備・運営に関する民間事業者との連携促進

に基づき、公民連携により、住民サービスの向上や、地域経済の活性化を図る取組の一つであり、本ガイドラインは、ネーミングライツを導入する際の基本的な考え方及び手順を示したものです。

2 ネーミングライツ制度

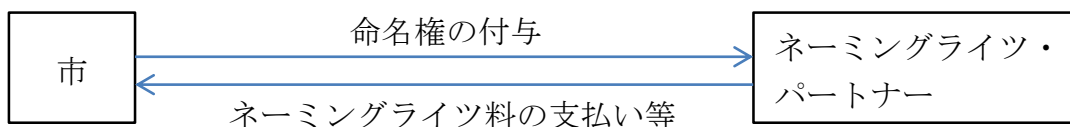
(1) ネーミングライツ制度について

ネーミングライツ制度とは、ネーミングライツを取得した法人（以下「ネーミングライツ・パートナー」という。）から、市がその対価（以下「ネーミングライツ料」という。）を得ることにより、施設の維持管理費用等を捻出し、持続可能な施設運営を行おうとするものです。

また、ネーミングライツ・パートナーにおいては、法人の広告宣伝が可能となり、法人のイメージアップにつながる事が期待できる仕組みであり、本市とネーミングライツ・パートナーの双方が、いわゆる WinWin の関係となるものです。

なお、ネーミングライツを行ううえでは、施設の利用者からみても、愛称として親しみやすく、公共施設としてふさわしい名称にする必要があります。

【ネーミングライツ（愛称）の例】	
体育館	→ ○○体育館、○○アリーナ
公園	→ ○○広場
街路	→ ○○通り、○○ストリート
歩道橋	→ ○○歩道橋



(2) 募集方法について

ネーミングライツの導入に当たっては、あらかじめ、施設を本市で選定し、ネーミングライツ・パートナーとなる法人を募集する方法(特定施設募集型)と、施設を選定せず、法人からのネーミングライツ導入候補施設の提案を募集する方法(提案募集型)があります。

本ガイドラインは、特定施設募集型による実施を想定したものです。

(3) ネーミングライツを導入する施設について

ネーミングライツを導入した施設は、既に全国的に数多く存在し、実例としては、野球場、テニスコート等のスポーツ施設、児童館等の児童福祉施設のほか、歩道橋、道路等の土木インフラ施設などがあります。

本市では、一定のネーミングライツを見込むことができる次のような施設を対象として、個々の施設の設置目的や利用状況等を考慮したうえで、施設所管課において導入する施設を選定します。

①不特定多数の者が利用し、広告媒体等への露出を含め、広告効果を見込むことができる施設

②施設の設置目的から、ネーミングライツの取得が、ネーミングライツ・パートナーのイメージアップにつながるとともに、施設の有効活用が期待できる施設

(4) ネーミングライツの性格について

ネーミングライツは、あくまでも愛称の命名権であり、設置条例等の正式名称を変更するものではありません。

国においては、「ネーミングライツは、地方自治法(昭和22年法律第67号)上の私権の設定に当たらず、単なる契約行為でしかない」とする見解が示されています。

【参考】地方自治法(抜粋)

第238条の4 行政財産は、(略)これを貸し付け、交換し、売り払い、譲与し、出資の目的とし、若しくは信託し、又はこれに私権を設定することができない。

3 ネーミングライツの導入手順

ネーミングライツ・パートナーの募集は、原則として「公募型プロポーザル方式」により行うこととし、導入手順は次のとおりとします。

【参考】公募型プロポーザル方式

プロポーザルとは、「提案」、「計画」、「申込み」を意味し、公募型プロポーザル方式とは、募集条件に基づき公募を行い、応募があった提案を、原則としてプレゼンテーション等を通じて、総合的に審査したうえで受託者を特定する方式です。

【ネーミングライツ導入の流れ】

- ①対象施設の選定
 - ②募集条件の設定
 - ③募集
 - ④選定委員会の設置及び審査
 - ⑤優先交渉権者との協議
 - ⑥契約締結
 - ⑦庁内及び利用者への周知
 - ⑧看板等の変更及び愛称の使用開始
- ※ネーミングライツ導入フロー図は別紙のとおり

(1) 対象施設の選定

- 対象施設の選定に当たっては、「2（3）ネーミングライツを導入する施設について」を参照のうえ、施設所管課において適切に判断します。また、同一敷地内にある施設をまとめることも可能とします。
- 必要に応じて、あらかじめ関係団体等のヒアリングや利用者アンケート等を実施します。
- 選定にあたっては、関係機関等と事前に協議を行い、手続きや付すべき条件等を確認する必要があります。
- 指定管理者制度を導入している施設については、指定管理者の施設運営の不利益とならないよう、あらかじめ指定管理者と協議を行う必要があります。

【参考】関係機関等の事例

- ・屋外広告物の規制・・・都市整備課
- ・道路標識の変更・・・道路管理者（市道の場合は土木課等）

(2) 募集条件の設定

①ネーミングライツ料の設定について

ネーミングライツ料については、施設運営に係る経費を基礎としつつ、他の自治体の類似施設の事例、利用者数、知名度及び広報媒体への露出の状況その他施設の特性等を勘案して、希望金額を設定します。

②役務等の提供について

ネーミングライツ料に加えて、施設の魅力向上のための役務等（施設の維持管理、設備の更新その他施設を活用したサービス等）の提供を設定することが可能です。

③愛称の使用期間について

施設の愛称を短期間で変更することは望ましくないため、愛称の使用期間は原則として3年以上とし、施設の状況や指定管理者の指定期間等を勘案し、適切な期間を設定します。

④ネーミングライツ・パートナーの特典等（スポンサーメリット）の設定について

施設の設置目的及び関係する法令等（法律、政令、省令、条例、規則、要綱等をいう。以下同じ。）を踏まえて、次の事項を適切に設定します。

(ア) 施設の看板、銘板及び敷地内サイン（以下「看板等」という。）の表示の変更及び新規の設置等に関する事項

(イ) ネーミングライツ・パートナーからの希望による施設内における広告の掲出等に関する事項

(ウ) ネーミングライツ・パートナーからの提案等に関する事項

※ネーミングライツ・パートナーからの提案等がある場合は、本市と協議のうえ、法令等への適合を踏まえながら、その可否を判断します。

⑤ネーミングライツ導入に伴う費用負担について

ネーミングライツ導入に伴う費用負担については、原則として次の表のとおりとしますが、本市の費用負担部分について、その全部又は一部をネーミングライツ・パートナーが負担することを妨げるものではありません。

なお、原状回復に要する費用については、ネーミングライツ料とは別に、ネーミングライツ・パートナーが負担するものとします。

区分	費用負担	
	市	ネーミングライツ・パートナー
看板等の表示変更 ※1		○
愛称の使用期間終了後の原状回復		○
パンフレット、封筒等、本市の印刷物や本市ホームページの表示変更 ※2	○	

※1 新規の看板等の場合は、設置の可否について協議のうえ決定します。

※2 本市で発行している印刷物については、残部数や改定時期等を勘案し、関係機関等と協議のうえ、変更時期を決定します。

⑥愛称の命名条件について

(ア) 施設にふさわしい愛称とし、わかりやすく市民に親しまれるものとします。

(イ) 施設の特性に応じて、施設の所在地又は施設に関連するキーワードを含める等の条件を設定します。

【参考】施設の所在地やキーワードを含めている事例

- ・キリンビバレッジ周南総合スポーツセンター（周南市）
- ・オーヴィジョンスタジアム下関（下関市）

(ウ) 既に公募等により愛称を付している施設においてネーミングライツを実施する場合は、その愛称を生かした名称となるように条件を設定することが必要です。

(エ) 次のいずれかに該当するものは、愛称として使用できません。

- a 法令等に違反するもの
- b 公序良俗に反するもの又はその恐れのあるもの
- c 青少年の健全な育成を阻害するもの又はその恐れのあるもの

- d 人権侵害となるもの又はその恐れのあるもの
- e 政治性又は宗教性のあるもの
- f 社会問題その他についての主義、主張にあたるもの
- g 虚偽であるもの又は誤認される恐れのあるもの
- h 個人の氏名
- i 愛称として適当でないと認められるもの

【参考】法令等に違反する事例

医療法における病院等の広告規制に抵触するもの

※厚生労働省ホームページ：「医療法における病院等の広告規制について」参照)

(オ) 市民及び施設利用者の混乱を避けるため、愛称は、その使用期間中の変更はできません。ただし、ネーミングライツ・パートナーが社名を変更する場合等、愛称の変更に当たっての相当の理由があると認められる場合はこの限りではありません。

(カ) 必要に応じて、愛称の使用開始から一定期間、正式名称の併記を条件として設定します。

(キ) 愛称は、商標権及び著作権等の権利関係について問題が無いものであることを条件とします。

(ク) 国又は山口県への補助金申請及び下松市議会での議案に関わるもの等については、正式名称を使用します。

⑦応募資格について

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が応募できるものとします。

具体的な応募資格は募集要項で定めることとしますが、応募する法人は、次に掲げる要件を全て満たしている必要があります。

(ア) 地方自治法施行令（昭和22年政令第16号）第167条の4の規定に該当しないこと。

(イ) 下松市の入札参加資格者に係る指名停止措置要領に基づく指名停

止を受けていないこと。

(ウ) 手形交換所による取引停止処分、主要取引先からの取引停止等の事実があり、経営状況が著しく不健全であると認められないこと。

(エ) 会社法（平成17年法律第86号）に基づく精算の開始、破産法（平成16年法律第75号）に基づく破産手続開始の申立て、会社更生法（平成14年法律第154号）に基づく更生手続開始の申立て又は民事再生法（平成11年法律第225号）に基づく再生手続開始の申立てがなされていないこと。（会社更生法又は民事再生法の規定に基づく更生手続開始又は再生手続開始の決定日以降を審査基準とする経営事項審査を受け、更生計画又は再生計画の認可の決定が確定したものを除く。）

(オ) 市町村民税（都民税、特別区民税を含む。）、都道府県税その他租税及び市の手数料等に滞納がないこと。

(カ) 暴力団（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1項第2項に規定する暴力団をいう。以下同じ。）若しくはその構成員（暴力団の構成団体の構成員を含む。以下同じ。）、暴力団若しくはその構成員でなくなった日から5年を経過しない者又はこれらの統制下にある者でないこと。

(キ) 役員等が、暴力団及びその構成員と社会的に非難されるべき関係を有していないこと。

(ク) 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条に該当しないこと。

(ケ) 貸金業法（昭和58年法律第32号）第2条に規定する貸金業に該当しないこと。

(コ) ネーミングライツ・パートナーとして適当であると認められること。

※以上のほか、指定管理者制度を導入している施設においては、現在

の指定管理者の事業目的と競合する法人を除くこと等が想定されます。

(3) 募集

ネーミングライツ・パートナーの募集は本市ホームページに掲載します。また、必要に応じて、市広報や報道発表（資料配布）等を活用し、広報に努めます。なお、募集期間は原則として30日以上とします。

(4) 選定委員会の設置及び審査

①選定委員会の設置

ネーミングライツ・パートナーの選定を行うため、庁内組織として選定委員会を設置し、応募者に係る審査及び優先交渉権者の特定を行います。

②選定委員会の委員

選定委員会の委員は、次に掲げる者により組織し、当該委員会に係る庶務は、各施設の所管課で行います。

- (ア) 施設を所管する部長
- (イ) 施設を所管する部次長
- (ウ) 施設を所管する課長等
- (エ) 施設に関係する部局の職員
- (オ) その他必要と認められる者

③審査項目等

次の各号に掲げる視点を参考に、審査委員会において審査項目を定め、審査表を作成します。なお、審査項目の配点については、施設の特性等を考慮し設定します。

- (ア) 法人の経営状況
経営状況の健全性等
- (イ) 地域貢献等の実績
地域貢献等の実績の有無等
- (ウ) 地域貢献等の提案
提案の有無及び提案がある場合はその内容（実現可能性を含む。）等
- (エ) 愛称案
愛称の親しみやすさ、呼びやすさ、分かりやすさ、施設のイメージ

との整合性等

(オ) ネーミングライツ料

応募金額の妥当性等

(カ) 施設の魅力向上に関する提案（役務の提供等に関する提案）

提案の有無及び提案がある場合はその内容（適合性、実現可能性等）
等

(キ) その他審査のために必要な事項

愛称の使用期間の長短に応じた審査項目の設定等

④応募者に係る審査及び優先交渉権者の選定

選定委員会は、原則として応募者によるプレゼンテーションを開催のうえ審査を行い、当該審査に基づく採点結果を踏まえ、応募者が複数ある場合は、優先交渉権者及び次点者を選定し、応募者が1者である場合は、優先交渉権者を選定します。

※応募者が1者の場合でも、当該応募者の提案が適当であるか等について審査します。

※原則として、上記の採点結果により優先交渉権者等を選定します。

⑤審査結果の通知及び公表

審査の結果は、全て応募者に文書で通知するとともに、本市ホームページ等で優先交渉権者及び次点者等を公表します。

(5) 優先交渉権者との協議

優先交渉権者との間で、契約の内容について、応募書類及びプレゼンテーションの内容を基本とした協議を行い、本市と優先交渉権者の双方の合意を図ります。特に、次に掲げる施設表示の変更等については、双方の条件等を確認したうえで合意する必要があります。なお、優先交渉権者と合意の可能性がないと判断した場合は、当該協議を打ち切り、次点者と協議を行います。

（以下、次点者が相手方となる場合は、「優先交渉権者」を「次点者」と読み替える。）

①看板等に愛称を使用する場合は、看板等の変更及び新規設置は、ネーミングライツ・パートナーが施工することとします。なお、新規の看板等の設置の可否、施工の範囲、実施時期、施工方法及び内容については、本市

とネーミングライツ・パートナーが協議のうえ決定します。

②道路標識等については、本市と優先交渉権者の双方が、国、県及び市の道路管理者等と協議のうえ、変更が可能なものについて、ネーミングライツ・パートナーが表示の変更手続を行うものとします。

③その他ネーミングライツ・パートナーの希望による広告の掲出を認めた場合の広告の掲出期間は、愛称の使用期間中とし、広告看板の掲出は、ネーミングライツ・パートナーが施工するものとします。

なお、当該広告看板の仕様（サイズ等）については、あらかじめ本市と優先交渉権者その他関係機関等で協議し、決定する必要があります。

あわせて、イベント主催者等の都合により、当該広告看板をマスキングする可能性があることについて合意を得る必要があります。

④上記①から③に要する費用及び契約終了後の原状回復に要する費用については、ネーミングライツ料とは別に、ネーミングライツ・パートナーが負担するものとします。

⑤施設パンフレット、チラシ及び封筒等の印刷物並びに本市ホームページの表示変更については、本市とネーミングライツ・パートナーが協議のうえ決定した内容で、原則として本市が実施します。

(6) 契約の締結

優先交渉権者との協議による合意内容を踏まえた仕様に基づき、地方自治法のほか、下松市契約規則（平成27年規則第7号）その他関係規定に基づき、随意契約により契約を締結し、ネーミングライツ・パートナーを決定します。

※随意契約は、地方自治法施行令（昭和22年政令第16号）第167条の2第1項第2号の「(前略) その性質又は目的が競争入札に適しないものをするとき」に基づき行います。

※契約締結時は、施設や契約の規模等を考慮のうえ、必要に応じて調印式や共同記者発表、会見等の開催を検討します。

(7) 庁内及び利用者等への周知

ネーミングライツ・パートナーとの契約締結後は、速やかにネーミングライツ・パートナーの名称、施設の愛称、ネーミングライツ料及び愛称の使用期間等を、庁内及び関係機関、利用者等へ、様々な広報媒体（本市ホームページ、市広報等）を活用して周知します。

(8) 看板等の変更及び愛称の使用開始

ネーミングライツ・パートナーは、契約した内容に基づき、愛称の使用期間の開始日に間に合うように、看板等の変更を行うものとします。

また、本市は、決定した愛称をイベント等の様々な機会で積極的に使用します。

※施設や契約の規模等を考慮のうえ、必要に応じて除幕式やテープカット等の開催を検討します。

4 リスク負担

(1) 第三者に損害が生じた場合のリスク負担

ネーミングライツ・パートナーの施工が原因で、看板等による第三者への損害が生じた場合の負担や、愛称が第三者の商標権等を侵害したことにより生じた損害に係る負担は、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) その他のリスク負担

その他定めのないリスクが生じた場合は、本市とネーミングライツ・パートナーが協議のうえ、リスク負担を決定します。

5 その他

(1) 契約の解除

愛称の使用期間中に、以下のいずれかに該当した場合は、契約を解除します。なお、当該契約解除に伴う原状回復等に係る経費はネーミングライツ・パートナーが負担するものとし、その他生じた損害についても、ネーミングライツ・パートナーがその責めを負うこととします。

- ①愛称の命名条件や、応募資格を満たさなくなった場合
- ②ネーミングライツ・パートナーの事情により契約を解除する場合
- ③ネーミングライツ・パートナーによる信用失墜行為等に伴い、施設のイメージが損なわれた場合

(2) 契約の更新

愛称の使用期間の満了に際し、原則としてその8月前までに本市又はネーミングライツ・パートナーのいずれからも特段の意思表示がないときは、契約を自動更新するものとします。

(3) その他

導入の手続きを進めるに当たっては、募集時や契約締結時など、手続きの進捗に応じて、施設を所管する部局において、適切な方法で下松市議会（委員会）に報告するものとします。

ネーミングライツ導入フロー図（概略版）

①対象施設の選定

- ・必要に応じて、関係団体を対象としたヒアリング、アンケート等を実施
- ・関係機関等と協議し、手続きや必要条件を確認
- ・指定管理者制度導入施設は、指定管理者と協議

②募集条件の設定

- ・ネーミングライツ料、役務の提供、愛称の使用期間、ネーミングライツ・パートナーの特典、愛称の命名条件等

③募集

- ・募集は、本市ホームページに掲載
- ・必要に応じて、市広報や報道発表（資料配布）等を活用して広報
- ・募集期間は原則として30日以上

④選定委員会の設置及び審査

- ・施設所管部局等による選定委員会（庁内組織）を設置
- ・審査項目の決定
- ・審査及び優先交渉権者の選定
- ・審査結果の通知、公表

⑤優先交渉権者との協議

- ・優先交渉権者と合意（契約）に向けて協議

⑥契約締結

- ・協議内容を踏まえた仕様に基づき随意契約（ネーミングライツ・パートナーの決定）

⑦庁内及び利用者等への周知

- ・ネーミングライツ・パートナーの名称、施設の愛称等を周知

⑧看板等の変更及び愛称の使用開始

- ・看板等を変更し、イベント等様々な機会積極的に使用