

ネーミングライツ導入ガイドライン

鹿児島市

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	4
5	金額	5
6	期間	5
7	応募資格	6
8	愛称の条件	7
9	選定の手続き	8
10	審査項目及び審査ポイント	9
11	契約の締結	9
12	費用の分担	9
13	契約の解除	10
14	契約の更新	10
15	リスク負担	10
16	秘密の保持	10
17	ネーミングライツ導入手続の流れ	11

1 はじめに

本市では、厳しい財政状況が続く中、今後、人口減少等により、公共施設等を利用する人たちも減少していくことが予想されることを踏まえ、長期的な視点をもって建替えや、長寿命化などを計画的に行うことにより、財政負担を減らし、平準化することを目的として、平成28年3月に「公共施設等総合管理計画」を策定いたしました。

この計画の基本方針の一つに「民間活力の活用」を掲げ、公共施設等を活用し、広告やネーミングライツなどにより、歳入確保策の推進を行うこととしております。

また、近年、多くの自治体において広告などによる歳入確保策が実施されておりますが、なかでも公共施設へのネーミングライツが広がっているところです。

そのため、本市においても、施設の管理・運営に充てる新たな財源の確保や、市民サービスの向上及び地域経済の活性化を図るため、本市が所有する施設にネーミングライツを導入することとしました。

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”とも言われますが、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を売却することとします。

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。

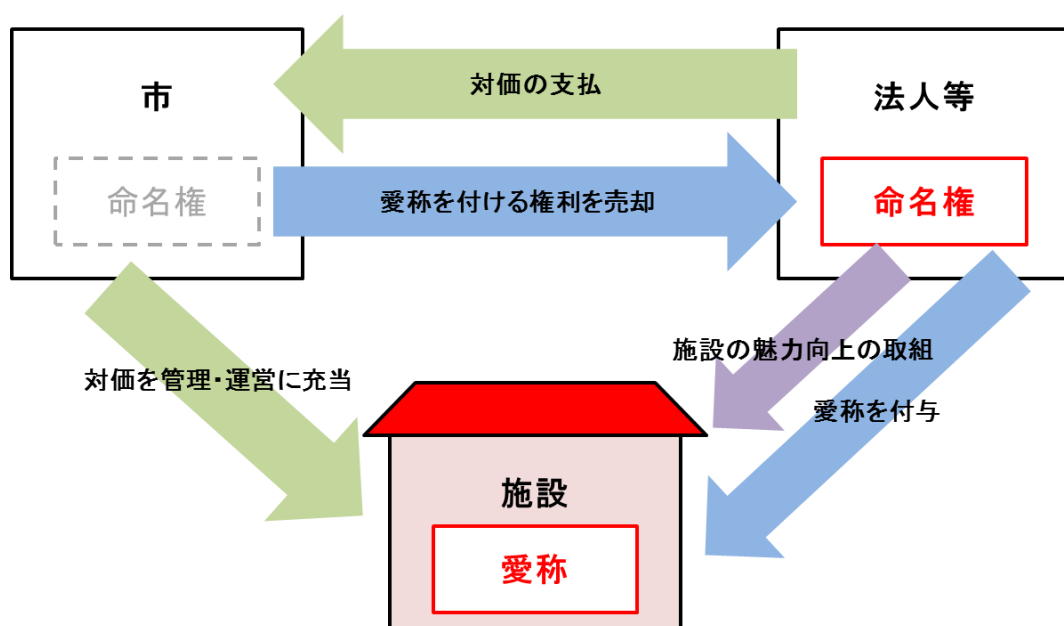
また、愛称を付ける権利を得た法人等のことを、本市では「ネーミングライツパートナー」と呼びます。

(2) ネーミングライツ導入の効果

本市がネーミングライツを導入することにより以下のような効果が期待できます。

- ①本市の資産を有効活用し、ネーミングライツ収入による財源の確保又は施設の維持管理経費を節減することができます。
- ②応募する法人等から、金額だけでなく、施設の魅力向上につながる提案を行ってもらうことにより、市民サービスの維持、向上に寄与することができます。
- ③法人等の新たな広告媒体として活用されることにより、地域経済の活性化に寄与することができます。

【ネーミングライツのイメージ】



3 導入の対象

本市が所有するスポーツ施設や文化施設、公園等の施設（及び施設の一部）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、病院、市営住宅のほか、寄贈品の多い資料館や、施設の名称に歴史的な経緯がある旧鹿児島紡績所技師館（異人館）など、愛称を付与することがふさわしくない施設は対象外とします。

なお、すでに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についても同様に、対象外とすることができるものとします。

4 導入の方法

ネーミングライツの募集は、原則、公募とし、公募型プロポーザル方式により実施することとします。

(1) 施設を特定して募集する場合（募集型）

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。

- ①対象施設の選定
- ②募集条件の設定
- ③募集
- ④ネーミングライツ導入委員会での審査、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

(2) 導入施設も含めて法人等が提案する場合（提案型）

法人等が、愛称を付けたい施設を選び、愛称や金額とともに提案することができる方法です。

応募については、今後、導入に向けた準備が整いましたら、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。

ただし、事前相談のあった施設が、本市が対象施設を選定し募集を行うことにより、複数の応募が見込まれる場合には、改めて募集要項を定め、本市ホームページ等により広く募集する場合があります。

- ①法人等から管財課への事前相談（必須）
- ②施設所管課による導入可否及び公募要否の検討
- ③提案書の提出（導入可能かつ公募不要の場合）
- ④ネーミングライツ導入委員会での審査、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 金額

(1) 希望金額

各施設のネーミングライツ料の希望金額は、原則として類似都市、利用者数、広報媒体への露出状況等を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行うこともできます。

(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、基本的に特定財源として、その施設の運営・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年以上とします。

なお、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法人等をより高く評価することとします。

7 応募資格

応募できる法人等は、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法人等は応募できないこととします。

なお、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) ギャンブルに係るもの
- (4) 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
- (5) 投資業又は商品先物取引業に係るもの
- (6) 法律に定めがない医療類似行為を行うもの
- (7) 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
- (8) 本市から指名停止を受けているもの
- (9) 市税および使用料などの本市に対する債務を滞納しているもの
- (10) 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
- (11) 鹿児島市が行う契約からの暴力団排除対策要綱（平成26年3月27日制定）に基づく入札参加除外措置を受けているもの
- (12) 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
- (13) 社会問題を起こしている業種又は業者
- (14) その他市長が適当でないと認めるもの

8 愛称の条件

ネーミングライツの愛称は、次の条件を付し、又は満たすものとします。

- (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とします。
- (2) 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。
- (3) 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。
- (4) 使用することができない愛称
以下の愛称は使用することができません。
 - 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、著作物等が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
- (5) 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。

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、ネーミングライツ導入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、ネーミングライツ導入委員会で審査します。

(1) 愛称

当該施設にふさわしいか、市民に親しまれるものか、呼びやすくわかりやすいかなど

(2) 提案額

他団体の提案額との比較、希望金額との比較 など

(3) 契約期間

期間の長さ など

(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）※

提案があるか、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構いませんが、積極的な提案を期待します。

(5) 法人等の経営状況

経営状況の健全性 など

(6) 地域や社会への貢献度

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できるものとします。

※ 施設の魅力向上に関する提案の他都市の例

施設の分類	法人等の取組
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
公園	清掃活動、市民活動団体への支援

1 1 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本市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。

1 2 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、本市や関係機関と協議の上、可能な表示について行います。

※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。

1 3 契約の解除

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、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。

1 4 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。

1 5 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、ネーミングライツパートナーが負うものとします。

その他、定めのないリスクが生じた場合の負担は、本市とネーミングライツパートナーが協議し決定するものとします。

1 6 秘密の保持

法人等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。

17 ネーミングライツ導入手続の流れ

