秋田市ネーミングライツ導入に関するガイドライン

（平成27年５月11日
市　長　決　裁）

１　趣旨

このガイドラインは、市が設置した施設等に対する命名権（以下「ネーミングライツ」という。）の適切な導入を図るため、対象施設、募集の方法および応募者の選定方法等について基本的な考え方を定めるものである。

２　ネーミングライツの概要

(1) 定義

ネーミングライツとは、契約により施設等の名称に企業名又は商品名等を冠した愛称を付与させる代わりに、ネーミングライツを取得した企業等（以下「ネーミングライツ・パートナー」という。）から対価を得て、施設等の運営維持および利用者のサービス向上を図るものである。

なお、ネーミングライツ導入後、市は愛称を積極的に使用することとするが、条例等で定める施設等の名称は変更しないものとする。

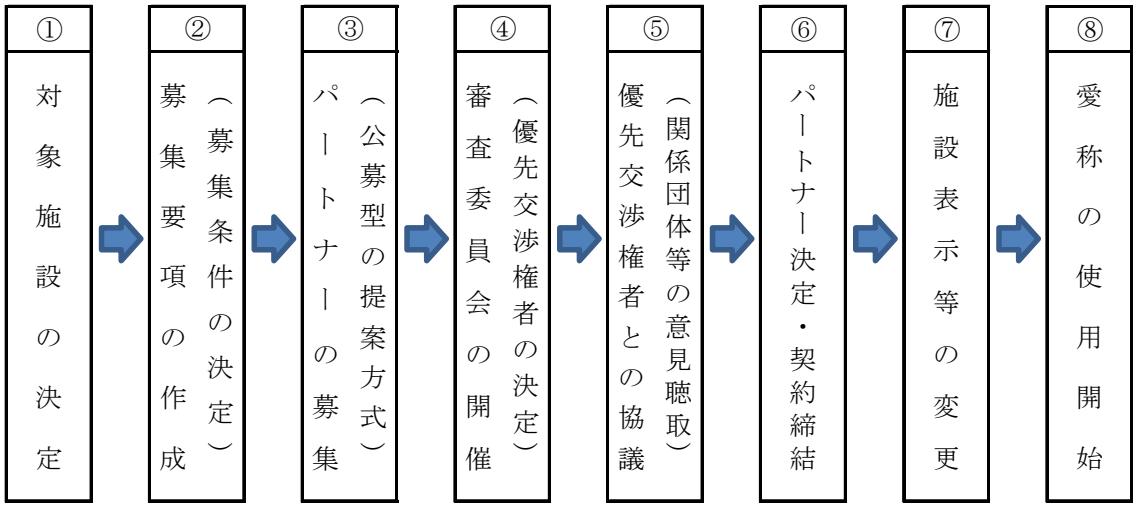
(2) 導入の目的

ア　安定的な自主財源を確保することにより、施設等の良好な管理および運営を行う。

イ　市とネーミングライツ・パートナーとが連携および協力することにより、民間の資源やノウハウ等を活用し、施設等の魅力および市民サービスの向上を図るとともに、地域の活性化につなげる。

３　導入までの手続き

ネーミングライツ導入に当たっての事務手続きは、次の流れで各施設所管部局が行うものとする。なお、導入する具体的な施設等を決定し募集を行う場合は、本ガイドラインに基づき個別に募集要項を作成し、市ホームページ等により広く公表することとする。



4　導入対象施設等

対象とする施設は、市が設置した施設等とし、施設の性格、利用者数およびメディアに取り上げられる頻度等を勘案し、市に一定の命名権料（以下「ネーミングライツ・パートナー料」という。）が見込める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決定する。

ただし、施設名称の設定に特段の経緯があるもの又は施設の性格上、愛称を付与することが適当でないと市が判断した施設（市庁舎、学校、保育所等）は対象外とする。

5　ネーミングライツ・パートナー料の設定

他自治体における類似施設の事例、施設の利用者数およびメディアに取り上げられる頻度等を考慮し、施設ごとにネーミングライツ・パートナー料の希望金額を設定する。

なお、希望金額は募集前に設定し、募集要項に掲載することとする。

6　契約期間

契約期間は原則３年以上とし、施設の特性、管理および運営形態等に応じて決定するものとする。

7　愛称

(1) 愛称付与の条件

ア　親しみやすさ、わかりやすさおよび呼びやすさを重視し、市民、施設利用者、関係団体等の理解が得られる愛称とする。

イ　施設の特性に応じて、必要により、特定の地名又はキーワードを含める等、市が希望する条件を募集要項において設定できることとする。

ウ　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ことができることとする。

(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。

ア　人権侵害、差別および名誉毀損のおそれがあるもの

イ　法律で禁止されている商品もしくはサービスもしくは無認可の商品もしくはサービス又は粗悪品等の不適切な商品もしくはサービスを提供するもの

ウ　他を誹謗、中傷又は排斥するもの

エ　市の広告事業の円滑な運営に支障をきたすもの

オ　公の選挙又は投票の事前運動に該当するもの

カ　宗教団体による布教推進を主な目的とするもの

キ　非科学的又は迷信に類するもので、利用者に不安を与えるおそれのあるもの

ク　青少年保護の観点から有害なものおよび適切ではないもの

ケ　消費者保護の観点から適切ではないもの

コ　公序良俗に害するおそれがある等社会一般の良識に反するもの

サ　国内世論が大きく分かれているもの

シ　当該愛称の内容について市が推奨している等、市民の誤解を招くもの又はそのおそれのあるもの

ス　アからシまでに掲げるもののほか、愛称として使用することが適当でないと認められるもの

(3) 愛称の変更

利用者の混乱を避けるため、契約期間内は、社名の変更等やむを得ない事情がある場合を除き、愛称の変更はできないものとする。

8　ネーミングライツ・パートナーの募集方法等

(1) 募集方法

ア　募集は原則公募により行う。

イ　募集に際し必要な事項については、別途募集要項等を作成し、応募方法、選定手続きおよび条件等をあらかじめ公表する。

ウ　市のホームページ、広報紙および報道機関への資料提供等、多様な媒体を活用し広く周知する。

エ　既にネーミングライツが導入されている施設については、契約期間が満了する120日前までに、ネーミングライツの継続実施の可否についてを決定を行うこととし、継続実施する場合は、愛称が頻繁に変更となることを避けるため、既契約と同条件以上であれば、現在のネーミングライツ・パートナーと優先的に契約交渉を行うこととする。

オ　新たにネーミングライツを導入する施設のうち、既に指定管理者を設定している施設においては、その指定管理者（指定管理候補者を含む。）を優先交渉権者とし、権利を行使しない場合は公募を行うものとする。

(2) 応募資格

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および信用を備えた法人その他の団体又はそれらにより構成されたグループ（以下「団体等」という。）が応募できるものとする。

ただし、次の事項に該当する団体等は応募できないものとする。なお、施設の性格および実情等を考慮し、これ以外の事項について規定する場合は、募集要項において規定するものとする。

ア　応募書類の提出時点で、公租公課を滞納している団体等

イ　民事再生法（平成11年法律第225号）の規定による再生手続中の

団体等

ウ　会社更生法（平成14年法律第154号）の規定による更生手続中の団体等

エ　法律、法律に基づく命令、条例又は規則に違反している団体等

オ　市から指名停止の措置を受けている団体又は市から許可の取消しその他の不利益処分を受けている団体等

カ　社会問題を起こしている団体等

キ　公序良俗に反する事業を行う団体等

ク　政治性又は宗教性のある事業を行う団体等

ケ　貸金業法（昭和25年法律第32号）に規定する貸金業者

コ　商品先物取引法（昭和25年法律第239号）に規定する商品先物取引業者

サ　ギャンブル（公営くじに関するものを除く。）に係る団体等

シ　法律に定めのない医療類似行為を行う団体等

ス　暴力団員による不当な行為の防止等に関する法律第２条第２号に規定する暴力団又は同条６号に規程する暴力団関係者

セ　アからスまでに掲げるもののほか、本市のネーミングライツ・パートナーとして不適当と認められる団体等

(3) 募集期間

原則として20日以上の期間を定めて募集するものとする。

(4) 費用負担

応募に要した経費は、すべて応募者の負担とする。

(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い場合は、募集要項に定める条件を見直した上で再度募集を実施するか、もしくは募集の中止等を検討する。

9　選定方法

(1) 審査委員会の設置

応募に対する採用の可否および優先交渉権者の決定等について審査

および選定を行うため、ネーミングライツ導入施設を所管する部局ごとに審査委員会を設置する。なお、審査および選定に当たっては、必要に応じて関係団体やその他関係者の出席を求めることができるものとする。

(2) 審査委員会の組織

審査委員会は、原則として関係部局の職員等からなる者を委員として組織する。

なお、特に必要と認める場合は、外部委員を招へいすることができるものとする。

(3) 審査項目および審査基準

以下の審査項目および審査基準をもとに総合的に審査を行い、優先交渉権者を決定する。

なお、応募者が１者のみの場合であっても、審査委員会においてネーミングライツ・パートナーとしてふさわしいか否かについて審査および選定を行うものとする。

審査項目	主な審査基準
応募団体	・応募資格は適正か ・応募団体等の経営は健全か ・地域社会への貢献度はどうか ・施設と応募団体等の理念、事業内容がマッチしているか
応募の趣旨	・本市のネーミングライツの目的に沿っているか
愛称	・市民に親しみやすく､呼びやすいものか ・施設の管理運営に支障は生じないか ・同施設を利用する競技団体等の活動に支障は生じないか
金額	・応募金額は妥当か
契約期間	・安定したネーミングライツ運用が図られる期間か

(4) 審査委員会による付帯意見

審査委員会は、優先交渉権者が提案した愛称に対し、意見を付することができる。

10　関係団体等の意見聴取

優先交渉権者決定後、必要に応じて関係団体等の意見を聴取することとする。なお、意見の聴取方法については任意とする。

11　優先交渉権者との協議

優先交渉権者決定後、契約に係る必要事項、愛称の表示に係る事項およびネーミングライツ・パートナーメリット（以下「パートナーメリット」という。）等について協議を行う。なお、協議が不調に終わった場合において、次点順位の応募者がいる場合は、その応募者と順次協議を行うこととする。

12　パートナーメリット

パートナーメリットについては、ネーミングライツ導入施設ごとに施設の設置目的および施設の関連法令等の規定を踏まえて適切に選定し、募集要項に記載することとする。最終的には詳細を優先交渉権者と協議のうえ決定し、運用するものとする。

なお、パートナーメリットの例としては、以下に掲げるものがある。

(1) 施設看板および案内看板等の表示変更および新設（法令に基づく規制および施設構造等により制限される場合あり。）

(2) 印刷物等の記載変更

(3) 広報紙、ホームページ、その他広報媒体による愛称の露出および普及

(4) 施設運営に支障のない範囲での施設使用権

13　ネーミングライツ・パートナーの決定、契約締結および公表等

(1) ネーミングライツ・パートナーの決定および契約の締結

優先交渉権者との協議が整った場合は、当該団体等をネーミングライツ・パートナーとして決定し、ネーミングライツに関する契約を締結する。なお、契約期間が満了する際に、当該施設のネーミングライツを引き続き導入することとしたときには、当該ネーミングライツ・パートナーに次期優先交渉権を付与する。

(2) ネーミングライツ・パートナーの公表

ネーミングライツ・パートナー決定後、速やかに当該団体等の名称、施設の新名称（愛称）、ネーミングライツ・パートナー料および契約期間等を市ホームページ等で公表する。

14　応募者に対する回答

応募を受けた日から、原則として１か月以内に文書で回答するものとする。（不採用の場合はその理由も付すものとすること。）

15　ネーミングライツ導入に伴う費用負担

市とネーミングライツ・パートナーの費用負担は、次表のとおりとする。

区　分	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		○　※２
契約期間終了後の原状回復		○　※２
パンフレットおよび封筒等の印刷物の表示変更　※３	○	

※１　敷地外の看板等の表示変更は、市や関係機関と協議のうえ変更可能な表示について行い、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こととする。

※２　ネーミングライツ・パートナーが負担する上記費用については、ネーミングライツ・パートナー料の他に別途負担とする。

※３　残部数や改訂時期等を考慮し、協議のうえ決定するものとする。

16　愛称の使用

愛称は積極的に使用し、市のホームページおよび広報紙等で愛称の周知に努めるほか、関係機関に対し周知および使用を促すものとする。また、当分の間は条例上の名称を併記するなど、利用者が混乱しないように配慮するものとする。

17　ネーミングライツ・パートナー料の使途

ネーミングライツ・パートナー料は、原則として当該施設等の維持管理、運営およびサービス向上のために必要な事業の財源に充てるものとする。

18　契約の解除

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は、市は契約満了を待たず契約を解除できるものとする。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する。

19　秘密の保持

応募等の内容については、ネーミングライツの導入に関してのみ使用し、それ以外の目的には使用しない。

20　施行時期

(1) このガイドラインは、平成27年５月11日から施行する。

(2) このガイドラインは、令和４年３月31日から施行する。