

苫小牧市ネーミングライツ基本方針

平成 26 年 12 月 15 日実施

令和 3 年 5 月 17 日一部改定

1 趣旨

この方針は、苫小牧市広告掲載要綱（以下「掲載要綱」という。）及び苫小牧市広告掲載基準（以下「掲載基準」という。）の考え方を基礎として、ネーミングライツに係る、応募資格、募集方法、応募者の選定方法等の基本的事項について定めるものです。

なお、募集の際には、この方針に従い、対象となる市有施設等の所管部課が募集要項を定め、実施するものとします。

2 ネーミングライツとは

(1) 概要

ネーミングライツは、法人その他の団体（以下「スポンサー企業」という。）と本市との契約により、市有施設等に愛称を付与する権利及びこれに付帯する諸権利を付与する代わりに、当該スポンサー企業からその対価等（以下「ネーミングライツ料」という。）を得る方法です。

※ 愛称は、市有施設等の通称として表示・使用されますが、条例等で定める当該市有施設等の本来の名称を変更するものではありません。

※ ネーミングライツ料は、原則、当該市有施設等の管理運営に役立てることとします。

(2) 導入の効果

ア スポンサー企業にとってのメリット

市有施設等に企業名、商品名等の愛称を付けることにより、本市で開催されるイベント等を通じて、メディアへ露出することによる宣伝効果が期待されます。

また、市有施設等の管理運営に寄与することにより、地域の経済、観光、産業等の活性化に貢献でき、当該施設に付与された愛称を通じて、スポンサー企業のイメージアップにつながることを期待されます。

イ 本市及び市民にとってのメリット

スポンサー企業が有するネットワークを通じて、本市の全国的な宣伝効果が期待できます。

また、市有施設等の管理運営のための財源となるネーミングライツ料の活用により、用具整備等の市民に対するサービスの向上が期待できます。

3 愛称

(1) 愛称の原則

市民にとって、①親しみやすく、②わかりやすく、③呼びやすい名称とします。

(2) 使用を禁止する愛称

次のいずれかに該当する名称は、愛称として使用してはいけないものとします。

ア 掲載要綱第3条に該当する名称

イ 掲載基準の内容に反していると認められる名称

ウ その他愛称として使用するには不相当と認められる名称

(3) 愛称の変更の禁止

市民の方々の混乱を避けるため、ネーミングライツの契約の期間内における愛称の変更は、原則としてできないものとします。

《募集要項作成時の留意事項》

市有施設等の特性に応じて必要な場合は、ネーミングライツ導入の趣旨に反しない程度で、特定の地名やキーワードを含める等、本市が希望する条件を募集要項にて設定できることとします。また、市民の方々の混乱を避けるため、当分の間、当該市有施設等の本来の名称を併記する等の措置を要請することもできます。

4 対象となる市有施設等

市有施設等のうち、①広く市民等の利用に供される庁舎以外の施設設備であって、②利用者数やメディアへの露出状況を踏まえ、スポンサー企業が一定の宣伝効果を期待できるスポーツ施設、教育・文化施設、都市公園等が対象となります。また、これらの条件を満たさない市有施設等についても、スポンサー企業・本市・市民のいずれにとっても一定のメリットが期待できると判断される場合にあっては、積極的に導入を検討するものとします。

《ネーミングライツ対象外施設》

次に掲げる市有施設等についてはネーミングライツの対象外とします。

- ・ 法令等により愛称を付与することが禁止されている施設等
- ・ 設置目的及び利用実態等に照らし、愛称を付与することがなじまないと判断される施設等

5 ネーミングライツの募集条件

(1) 募集期間

募集の周知等に十分な期間を確保する必要があることから、募集の開始から受付終了まで、原則、1か月以上の期間を設定するものとします。

(2) 応募資格

本市のスポンサー企業としてふさわしい資力及び信用を備えた法人、若しくはそれに類する団体。

(3) 募集方法

原則として、本市において、対象とする市有施設等を選定した上で、公募を行い、応募者から優先交渉できる者（以下「優先交渉権者」という。）を決定します。なお、当該公募については、本市ホームページへの掲載等の方法により公表するものとします。

ただし、民間事業者等から、本市において公募の対象としていない市有施設等について、ネーミングライツの導入を図りたい旨の申出があった場合は、当該市有施設等の所管部課において受け付けし、ネーミングライツの導入可否の検討を行うものとします。

また、市有施設等の特性及び地域密着の観点から、市長が特に定める場合は公募を行わず、民間事業者等との交渉を行えるものとする。

(4) 契約期間

原則、3年から5年までの間とし、当該市有施設等ごとの特性や管理運営形態等に応じて決定するものとします。当該契約期間については、募集要項に記載して公表するものとします。

(5) ネーミングライツ料の目安となる額（希望価格または最低価格）

①ネーミングライツの対象となる市有施設等の年間利用者数、②他自治体における類似事例におけるネーミングライツ料の額等を参酌した上で、希望価格または最低価格を設定し、募集要項にて公表するものとします。

《募集要項作成時の留意事項》

- ・ 財政部財政課（掲載要綱所管課）の合議を経るようにしてください。
- ・ スポンサー企業としてのイメージやメリット等を喚起するように、市有施設の魅力や広告媒体としての価値等を適切に表現することを心掛けてください。

6 優先交渉権者の選定

前記5(3)の応募者については、所管部長外複数の職員で構成する選定委員会にて、次に掲げる項目の審査、検討等により、総合的に評価を実施して順位付けを行い、優先交渉権者を選定するものとします。

(1) 応募者の経営の安定性

決算報告書類に基づく主要な財務指標等による資本や収支バランス、財務の健全性についての審査を行います。

(2) コンプライアンス体制

行政指導等の履歴の確認をし、当該指導に対する対応状況等の調査を行います。

(3) 愛称

前記3(1)のとおり、市民にとって、①親しみやすく、②わかりやすく、③呼びやすい愛称であるかどうか検討します。

(4) 提案内容

ネーミングライツの導入に伴ったタイアップイベント等の提案内容について、具体性、実現性、工夫等を審査します。

(5) ネーミングライツ料

前記5(5)のネーミングライツ料の参考額を参照に、応募者により掲示されたネーミングライツ料の妥当性を検討します。

《審査項目における配点変更》

民間事業者等からネーミングライツの導入申出があった施設については、例えば、地域社会への貢献を特に重視した提案や、金銭によらず役務やサービスを提供する等の提案がされた場合には、必要に応じて審査項目や配点を変更する場合があります。

7 ネーミングライツ契約の締結

優先交渉権者は、本市との契約に係る協議が調い次第、ネーミングライツ契約を締結します。また、協議が不調となった場合は、応募者のうち次点順位の者を優先交渉者とするものとします。契約締結後、市は速やかにスポンサー企業の名称、当該市有施設の愛称、ネーミングライツ料、契約期間等を、本市ホームページへの掲載等の方法により公表するものとします。

《ネーミングライツ契約に係る留意事項》

当該契約には次に掲げる事項について、必ず規定するようにしてください。

- ア 契約の目的
 - イ 愛称の付与及びこれに付帯する諸権利に関する事
 - ウ 愛称の使用期間に関する事
 - エ ネーミングライツ料の額、納入方法等に関する事
 - オ 契約保証金に関する事
 - カ 契約の解除に関する事
 - キ 権利譲渡等の禁止に関する事
 - ク 契約終了に伴う市有施設の原状回復の義務に関する事
- ※その他「苫小牧市契約に関する規則」を遵守することとします。

8 ネーミングライツに係る費用負担等

愛称の表示に伴う市有施設等への看板の設置等に伴う費用、さらには契約終了に伴う当該市有施設等の原状回復に係る費用については、スポンサー企業が負担することを原則とします。また、屋外広告物の法令等に基づき必要となる手続きや、本市以外の行政機関等が設置管理する道路標識、案内表示等の変更に係る手続きについても、スポンサー企業がその費用を負担して行います。

9 優先交渉権者の決定の取消し又はネーミングライツ契約の解除

優先交渉権者として決定した後、次の各号のいずれかに該当することが事実として明らかとなった場合には、原則、優先交渉権者の決定を取り消すものとします。スポンサー企業として決定した者についても、同様に明らかとなった場合には、ネーミングライツ契約を解除するものとします。

- (1) 前記5(2)の応募資格の要件を欠くこととなった場合
- (2) 違法行為等によって社会的信用を失墜した場合

10 ネーミングライツ契約の満了及び更新

本市は契約満了の3か月前までに、当該市有施設等におけるネーミングライツの継続実施の可否を判断し、現スポンサー企業に通知を行うものとします。この場合、愛称が頻繁に変更されることを避けるため、原則、現スポンサー企業を優先交渉権者とするものとします。

また、スポンサー企業が更新を望まない場合には、契約満了の2か月前までに、本市に対してその旨を書面により通知するものとします。