

ネーミングライツ導入ガイドライン

令和4年10月31日

財政部 財政課

目次

I 基本的事項

- 1 ガイドライン制定の趣旨 1
- 2 ネーミングライツの概要 1
- 3 導入の方法 1

II 導入に係る手続

- 1 対象となる施設等の選定 2
- 2 選定委員会の設置 2
- 3 募集要項の作成 4
- 4 募集 5
- 5 優先交渉権者の選定と選定後の流れ 5
- 6 契約 5
- 7 愛称の公表 6

- 別紙 ネーミングライツ導入の流れ 7

I 基本的事項

1 ガイドライン制定の趣旨

このガイドラインは、市の施設及びイベント等（以下「施設等」という。）に愛称を付与する権利（以下「ネーミングライツ」という。）の適切な導入を図るため、富士市広告掲載に関する指針及び富士市広告掲載に関する基準に基づき、対象施設等や募集・選定の方法等について、基本的な考えをまとめたものです。

2 ネーミングライツの概要

(1) 目的

ネーミングライツ導入の目的は、契約により市の施設等の名称に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民間事業者（以下「ネーミングライツパートナー」という。）から対価を得ることにより、新たな財源確保と資産の有効活用を図るとともに、施設の魅力向上や地域の活性化に寄与することです。このため、市の施設等については、積極的にネーミングライツの導入を図ります。

また、実行委員会方式のイベントについても個別の事情を考慮しながら、このガイドラインに準じて導入を図ります。

(2) 運用

ネーミングライツ導入後、市のウェブサイト等において愛称を積極的に使用しますが、条例等で定める施設等の名称は変更しません。また、市が得た対価等については、原則として当該施設等の維持管理や運営に充てるものとします。

3 導入の方法

ネーミングライツパートナーの募集は、原則として公募によるものとします。

(1) 特定型

市が施設等を特定して募集する方式です。施設等所管課が対象施設・イベントごとに募集要項を定め、市ウェブサイト等により広く募集します。

(2) 提案型

ネーミングライツパートナーとなることを希望する民間団体等から随時に提案を受け付ける方式です。ただし、提案する時点で公募していない施設に限ります。

なお民間団体等からの提案は財政課で受け付けた後、施設等所管課で事務手続きを進めます。

事前審査の結果、導入が可能と判断されれば、「特定型」と同様の手順で公募します。

Ⅱ 導入に係る手続

ネーミングライツ導入は以下の手順によるものとします。（別紙参照）

1 対象となる施設等の選定

新規施設は、必ず導入の可否を検討します。既存施設及びソフト事業についても施設の特性等を考慮して、積極的に導入を検討します。

また、民間団体等からの提案は随時受け付けします。

(1) 対象施設

ネーミングライツの導入対象となる施設等は、文化施設、スポーツ施設、公園及び道路等の公共施設並びにイベントや講座等のソフト事業を想定しています。また、施設の一部であるホールやロビー等への導入も可能とします。

(2) 対象外施設

庁舎、消防署、学校施設、**病院**など、その性質上ネーミングライツの導入が適さないと判断する施設は対象外とします。

※市民公募等による愛称を既に有する施設への導入検討に当たっては、その経緯等を十分勘案して判断することとします。

2 選定委員会の設置

富士市広告掲載に関する指針に基づき、選定委員会を設置し、対象施設の選定等について審議します。

なお、施設等所管課が事務局となります。

(1) 選定委員会の任務

- ①対象施設等の審査
- ②募集要項の審査
- ③優先交渉権者の選定

(2) 選定委員

選定委員会の委員は、富士市広告審査委員会の委員と各施設等の所属長により構成します。

3 募集要項の作成

施設等所管課は、概ね次の事項を規定した募集要項を作成します。

(1) 施設等の概要

施設等の正式名称、所在地、利用者人数など対象施設の概要を提示します。

(2) 愛称の条件

①愛称付与の条件

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します。

②使用できない愛称

富士市広告掲載に関する基準の「4 掲載基準(1)～(3)」に該当する愛称。

③愛称の変更

利用者の混乱を避けるため、契約期間内は、愛称の変更はしないものとしします。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には、市とネーミングライツパートナーとで協議し、その可否を決定します。

(3) 契約期間

①公共施設の場合

施設の運営の安定性を考慮し、契約期間は原則として3年以上としします。

なお、愛称の変更による市民の混乱を避けるため、次回の契約期間の募集に際しては、原則として、現ネーミングライツパートナーと優先的に交渉しします。

②ソフト事業の場合

契約締結日から一連の事業が終了する日までを基本とし、複数年度にわたる契約の可否については、案件ごとに個別に判断しします。

(4) ネーミングライツ料の設定

対象施設等の設置に要する初期費用や維持管理費用、他市の類似施設等の募集金額を参考にネーミングライツ料の最低金額を設定しします。

(5) 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資力と信用を備えた法人格を有する団体としします。ただし、次の事項に該当する場合は、応募や提案はできません。

①富士市広告掲載に関する基準の「3 規制業種又は事業者」に該当する団体

②その他市長が適当ではないと認める団体

(6) 費用の負担

名称変更に伴う費用の負担については、原則として、次のとおりとしします。なお、契約前の協議で最終的な費用負担を決定し、契約書で明記しします。

区分	市	ネーミングライツ パートナー
施設内外の看板等の表示変更や新設		○ ※1
ネーミングライツパートナーが 変更・新設した看板等の維持管理		○
施設パンフレット等印刷物や ウェブサイト変更	○ ※2	
契約終了時の原状回復		○

※1 敷地外の看板等の変更は可能なもののみとなります。

※2 市が表示変更するものは市が作成するものに限りします。

(7) 選定方法

以下の審査項目により総合的に審査し、優先交渉権者及び契約交渉の順位を決定します。著しく点数の低い項目があるなど、適当でないと認められる場合は、候補者として選定しない場合もあります。

<審査項目>

①愛称

- ・市民にとっての親しみやすさ、分かりやすさ
- ・施設の設置目的やイメージとの整合

②応募期間

愛称が定着する十分な期間か（原則３年以上）

③ネーミングライツ料

維持管理費用や他市の類似施設と比較して妥当か

④経営の安定性

- ・財務状況から見た経営の健全性
- ・ネーミングライツ料の支払い能力

⑤地域社会への貢献

地域貢献や地域振興等に対する理念

(8) その他

①施設の優先利用など

施設等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、商品紹介・広告スペースの設置等の提案を受け付けます。なお、具体的な内容については別途協議して決定します。

②その他

各施設に必要な項目は、別途協議して決定します。

4 募集

応募方法や選定方法などをあらかじめ公表し、ネーミングライツパートナーの決定過程の透明性の確保に努めます。

(1) 募集方法

広報紙・ウェブサイト（施設等所管課作成）へ募集内容を掲載するとともに、施設等所管課及び施設で資料を配布します。

(2) 募集期間

応募者にとって応募の検討に十分な期間を確保することから、多くの団体が応募できるよう、周知期間を含め、原則として1か月以上とします。

なお、特定型において、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たうえで再度募集するか、または募集を取りやめることとします。

(3) 費用負担

応募に要する経費は、全て応募者の負担とします。

5 優先交渉権者の選定と選定後の流れ

(1) 優先交渉権者の選定

別途定める審査基準に基づいて審査し、優先交渉権者及びその順位を決定します。応募者が1者の場合でも、ネーミングライツパートナーの適否を審査し、優先交渉権者を決定します。

(2) 契約に向けた最終協議・調整

① 施設等所管課との協議・調整

施設等への愛称表示のデザイン、設置の時期、場所、費用負担、ネーミングライツ料の支払方法等、詳細について施設等所管課と協議を行います。

② その他関係機関との協議・調整

その他、必要な協議・調整事項があれば、契約締結前に関係機関と協議・調整を行います。

6 契約

(1) 契約締結

協議・調整が整い次第、契約を締結します。ただし、同協議・調整が整わないと市が判断した場合には、当該優先交渉権者との協議を打ち切り、次点者を新たな候補者として契約締結に向けた協議を行うこととします。

(2) 契約解除

ネーミングライツパートナーが契約期間中に応募資格を満たさなくなった場合や信用失墜行為等があった場合、またネーミングライツパートナーから契約解除の申出があった場合は、市は契約期間満了を待たずに契約を取り消すことができるものとしします。

その場合においては納入済みのネーミングライツ料は返還せず、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します。ただし、市の責めに帰すべき事由による場合は、この限りではありません。

(3) 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します。

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

7 愛称の公表

契約締結後、市は施設等の愛称、ネーミングライツパートナー名、ネーミングライツ料等について、ウェブサイト等により公表し、広く周知を図ります。

ネーミングライツ導入の流れ

