

日進市ネーミングライツ導入ガイドライン

1 趣旨

このガイドラインは、市の施設等に愛称を命名する権利（以下「ネーミングライツ」という。）を適切に導入するため、対象施設や募集・応募者の選定方法等に関する基本的な考え方をまとめたものです。

2 導入目的

市の施設等の有効活用を図り、新たな財源確保とサービスの向上等を図ることを目的とします。

3 概要

- （１）ネーミングライツとは、市と企業等との契約により、施設等の名称に企業名や商品名等を冠する愛称の命名権をいい、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（以下「ネーミングライツ料」という。）を得て、施設等の管理等に役立てるものです。
- （２）ネーミングライツで付与された愛称は一般的な愛称として使い、条例で定める施設等の名称を変更するものではありません。

4 導入対象施設

- （１）文化施設、スポーツ・レクリエーション施設、ホール施設、歩道橋、公園等の公共施設又はその一部が対象です。なお、市役所庁舎、教育機関、保育園、保健・福祉施設、公募で愛称を決定した施設は対象外です。
- （２）指定管理者制度を導入している施設は、あらかじめ当該指定管理者にネーミングライツの導入について伝え、施設管理上の支障等が生じないよう、現指定管理者との協議が整ったものが対象です。

5 ネーミングライツ料の算定

ネーミングライツ料は、対象施設の利用状況や広告媒体等への露出状況などを勘案し、他自治体の類似施設の例も参考として、対象施設ごとに希望価格を設定します。

なお、金銭と役務の提供（施設の維持管理や設備の改修等）を組み合わせたものをネーミングライツ料として設定することもできます。

6 契約期間

施設等利用者の利便性を考え、原則として３年以上とします。

ただし、指定管理者制度導入施設は指定期間を考慮し、適切な期間を設定します。

7 愛称(命名条件等)

- (1) 公共の施設等にふさわしいものとして、親しみやすさや呼びやすさ等、利用者の理解が得られるものとします。
- (2) 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。
 - ア 法令等に違反するもの又はその恐れがあるもの
 - イ 公序良俗に反するもの又はその恐れがあるもの
 - ウ 政治性のあるもの
 - エ 宗教性のあるもの
 - オ 社会問題についての主義主張
 - カ 個人の名刺広告
 - キ 青少年保護又は健全育成の観点から適切でないもの
 - ク 消費者被害の未然予防又は拡大防止の観点から適切でないもの
 - ケ その他、愛称として使用することが不適当であると市長が認めるもの
- (3) 施設の特性に応じて、愛称に施設の所在地やキーワードを含める等、必要な条件を設定します。
- (4) 愛称が定着するまでの間、正式名称を併記することがあります。
- (5) 利用者の混乱を避けるため、契約期間内において愛称は変更しません。

ただし、ネーミングライツパートナーの法人名の変更など、特段の事情がある場合は、協議の上、変更できるものとします。

8 ネーミングライツパートナーの募集方法

- (1) 対象施設は、市が選定した施設等とします。
- (2) 募集は原則、公募とし、30日以上募集期間を設けるものとします。
- (3) 指定管理者制度を導入している施設においては、事業の目的が指定管理者と競合する者等は優先交渉権者になれない可能性がある旨を募集要項等に記載します。
- (4) 公募の結果、応募がなかった場合は、募集要項等の条件を見直し、再度の公募を実施することができるものとします。

9 応募資格

次に掲げる者はネーミングライツパートナーとなることはできません。

- (1) 民事再生法(平成11年法律第225号)又は会社更生法(平成14年法律第154号)による再生又は更生の手続中であるもの
- (2) 市の入札参加資格において指名停止措置を受けているもの
- (3) 日進市暴力団排除条例(平成24年日進市条例第22号)第2条第2号に規定する暴力団員(以下「暴力団員」という。)又は同条第1号に規定する暴力団若しくは暴力団員と密接な関係を有するもの
- (4) 市税等を滞納しているもの
- (5) その他、ネーミングライツパートナーとして適当でないと市長が認めるもの

10 導入までの手続

ネーミングライツ導入までの標準的な手続きは、概ね次のとおりとします。

- (1) 対象施設等の選定、条件等調査（必要に応じ施設管理者等と事前協議）
- (2) 募集要項等の作成
- (3) ネーミングライツパートナーの募集
- (4) ネーミングライツパートナーの優先交渉権者の選定
- (5) ネーミングライツパートナーの決定及び契約締結
- (6) ネーミングライツパートナーの公表
- (7) 施設等の表示変更の準備
- (8) 愛称の使用開始

11 選定方法等

- (1) 選定委員会の設置

施設を所管する部局の職員等からなる選定委員会を設置し、審査及び選定をします。

- (2) 審査

書類審査で次の内容を総合的に審査、評価します。

ア ネーミングライツ料

市の希望に応じた金額か 等

イ 応募法人の状況

(ア) 応募資格を満たしているか

(イ) 財務状況及び経営状況（ネーミングライツ料の支払いは可能か）

(ウ) 地域貢献や地域振興等に対する理念 等

ウ 応募理由

対象施設に対する価値観の受け止め

エ 愛称

(ア) 対象施設にふさわしく、市民等にとって親しみやすい、わかりやすい、呼びやすいものか

(イ) 施設の管理運営上に支障がないか 等

オ その他審査において必要な事項

- (3) 指定管理者との調整

施設管理上の支障の有無などを現指定管理者と必要に応じて協議します。

- (4) 優先交渉権者の選定

優先交渉権者は、他の応募者に優先して使途の契約締結に向けて交渉できることができる者として、審査結果を基に応募者の中から選定します。優先交渉権者と契約締結に至らない場合は、次点の応募者と締結に向け交渉するものとします。

12 ネーミングライツパートナーの決定及び公表等

- (1) 優先交渉権者と契約条件の細目を協議し、合意に至った時点でネーミングライツパートナー契約を締結します。

なお、契約締結したネーミングライツパートナーは、次回期間の契約に際して優先的に交渉することができるものとします。

- (2) ネーミングライツパートナーとの契約締結後、施設等の愛称、ネーミングライツ料、契約期間等を市ホームページに公表します。

13 費用負担

ネーミングライツ料以外の費用負担は、次のとおりとします。

区分	市	ネーミングライツパートナー
敷地内外の看板の表示変更（※1）		○
契約期間終了後の原状回復		○
パンフレット、封筒等の市の印刷物や市のホームページの表示変更※2	○	

- ※1 市や関係機関と協議の上、変更可能な表示について行うことができるものとします。

また、新規看板の設置については、設置の可否も含めて協議します。なお、屋外に設置する看板等は、愛知県屋外広告物条例等の規定に基づき、ネーミングライツパートナーにおいて必要な事務手続きを行うこととします。

- ※2 パンフレット、封筒等の市の印刷物については、原則として、新規及び刷り増しする物から変更します。

14 契約の解除

- (1) 契約締結後、ネーミングライツパートナーが応募資格要件を欠くこととなった場合や、社会的信用を損なう行為等により市や当該施設等のイメージが損なわれた、又は損なわれる恐れがあるなど、ネーミングライツパートナーとすることが適当でないと認められる場合は、市は契約を取り消し又は解除できます。
- (2) ネーミングライツパートナーの責による契約解除の場合、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します。また、その場合、すでに市に納入したネーミングライツ料は返還しません。

15 その他

- (1) ネーミングライツパートナーが設置・変更等した看板等に起因し、第三者に損害が生じた場合や愛称が第三者の著作権、商標権等の知的財産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。
- (2) その他、契約書等に定めがないリスクが生じた場合は、市とネーミングライツパートナーが協議し、分担割合を決定します。