

留萌市ネーミングライツ導入に係る基本方針

平成29年2月20日 市長決裁

1 趣旨

この方針は、留萌市広告掲載要綱「以下「要綱」という。」の考え方を基にして、ネーミングライツに係る申込資格、募集方法、申込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

(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附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。）を市が得る方法です。

※ 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。また、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、商品名等の愛称をつけることにより、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、地域経済、観光、産業等の活性化に貢献でき、当該市有施設等に付与された愛称を通じて、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、本市の広域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、施設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、愛称として使用できないものとします。

ア 要綱第3条及び別表に該当する名称

例)・法令等に違反するもの又はそのおそれがあるもの

・公序良俗に反するもの又はそのおそれがあるもの など

イ 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 導入の事務手続き

ネーミングライツ導入の事務手続きは、次の流れで各所管部が行います。

- (1) 対象施設の選定（民間企業等からの企画提案）
- (2) 募集要項の作成（募集条件の決定）
- (3) スポンサー企業の募集（公募）
- (4) 審査委員会の開催（優先交渉権者の決定）
- (5) 優先交渉権者との協議
- (6) スポンサー企業の決定
- (7) 契約の締結、公表
- (8) 施設表示等の変更
- (9) 愛称の使用開始

5 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て、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。

- ・ 法令により愛称を付与することが禁止されている施設
- ・ 市庁舎、小中学校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

6 遵守事項

ネーミングライツ事業の実施に当たっては、市民の信頼を損なうことのないよう、対象となる市所有財産等に関係する一切の法令等との適合状況を常に確認し、適法性を確保して実施するとともに、手続きの透明性・公平性を確保するため、スポンサー企業の募集は、期間を定めて公募することを原則として、施設ごとに募集要項を定めて公表し、募集条件及び選定基準等を明らかにして行います。

また、市所有財産等の愛称に寄せる市民の高い信頼等に鑑み、スポンサー企業による法令違反等の社会的信用失墜行為を未然に防止する観点等から、優先交渉権者の審査・選定、契約の締結及び更新時におけるコンプライアンス審査を行う等により、信頼性の確保を図ります。

7 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) 申込資格

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、申込者から優先交渉できる者（以下「優先交渉権者」をいう。）を決定します。なお、当選公募については、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をし、ネーミングライツの導入可否の検討を行うものとしします。

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しします。

(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します。

(5) ネーミングライツ料の目安となる額（希望価格又は最低価格）

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又は最低価格を設定し、募集要項にて公表するものとしします。

《募集要項作成時の留意事項》

- ・ 広告事業所管課の合議を経るようにして下さい。
- ・ 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、市有施設等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がけてください。

8 優先交渉権者の選定

申込者について、所管部長他市職員で組織する審査委員会にて、次に掲げる項目の審査等により評価を実施し、複数の申込者がある場合は、順位付けを行い、優先交渉権者を選定するものとしします。

(1) 申込者の経営の安定性

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

行政指導等の履歴を確認をし、必要に応じ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7(5)のネーミングライツ料の参考額を基準に、申込者により提示されたネーミングライツ料の妥当性を検討します。

《審査項目における評価視点の変更》

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なされた場合、必要に応じて審査項目など評価する視点を変更するなどの対応が必要です。

9 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かった場合、一定期間を設け随時申し込みを受け付けるが、それでもなお申し込みがない場合は、募集条件を見直し再度募集するか、募集の中止を検討します。

10 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整い次第、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、申込者のうち次点順位の者を優先交渉権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、当該市有施設等の愛称、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、規定するようにして下さい。

- ・ 契約の目的
- ・ 愛称の付与及びこれに附帯する諸権利に関する事
- ・ 愛称の使用期間に関する事
- ・ ネーミングライツ料の額、納入方法に関する事
- ・ 契約保証金に関する事
- ・ 契約の解除に関する事
- ・ 権利譲渡等の禁止に関する事
- ・ 契約終了に伴う市有施設等の原状回復の義務に関する事

※ その他「留萌市契約規則」を遵守することとします。

11 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。

(詳細は募集要項に定めるほか、双方協議のうえ、契約書等において定めます。)

費用負担の区分	留萌市	スポンサー企業
ネーミングライツ料		○
敷地内外の表示の変更（施設看板や道路標識等）※1		○
契約期間終了後の原状回復費用		○
パンフレット、封筒等の市の印刷物や市ホームページの表示変更 ※2	○	

※1 敷地内外の表示の変更は、市や関係機関と協議の上、変更可能な表示について行います。また、新規看板等の設置については、設置の可否も含めて協議します。

※2 残部数や切り替え時期などを考慮し、協議のうえ決定します。

1 2 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ものについても、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7(2)の申込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

1 3 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者とします。

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。

1 4 指定管理者制度導入施設にかかる留意点

対象施設が指定管理者制度導入施設の場合は、指定管理者制度の趣旨を鑑みながら、指定管理者の施設管理・施設運営の不利益とならないよう、次のような観点に留意するものとします。

- (1) 指定管理施設を対象施設とする場合、現指定管理者との協議を行い、必要に応じ、現指定管理者との協定書等に関係事項を盛り込むなど、疑義が生じないようにしておくこと。
- (2) 契約期間について、現指定管理の期間を考慮し、適切な期間設定に配慮すること。
- (3) 優先交渉権者が現指定管理者以外の場合、企画提案内容が現指定管理者の事業、施設管理、施設運営と競合しないか配慮すること。
- (4) 現指定管理者がスポンサー企業を兼ねる場合、ネーミングライツ料は指定管理にかかる管理経費とみなしません。

1 5 その他

- (1) この基本方針は、総務部総務課が所管します。
- (2) この基本方針は、ネーミングライツの運用状況及びその他の状況等に応じ、適宜、見直すこととします。
- (3) ネーミングライツに関することで、本基本方針により難しいと判断されるものについての取扱いは、別に定めることとします。

1 6 この方針の実施日

この方針は、平成29年3月1日から実施します。

ネーミングライツ募集手続き フロー図

