

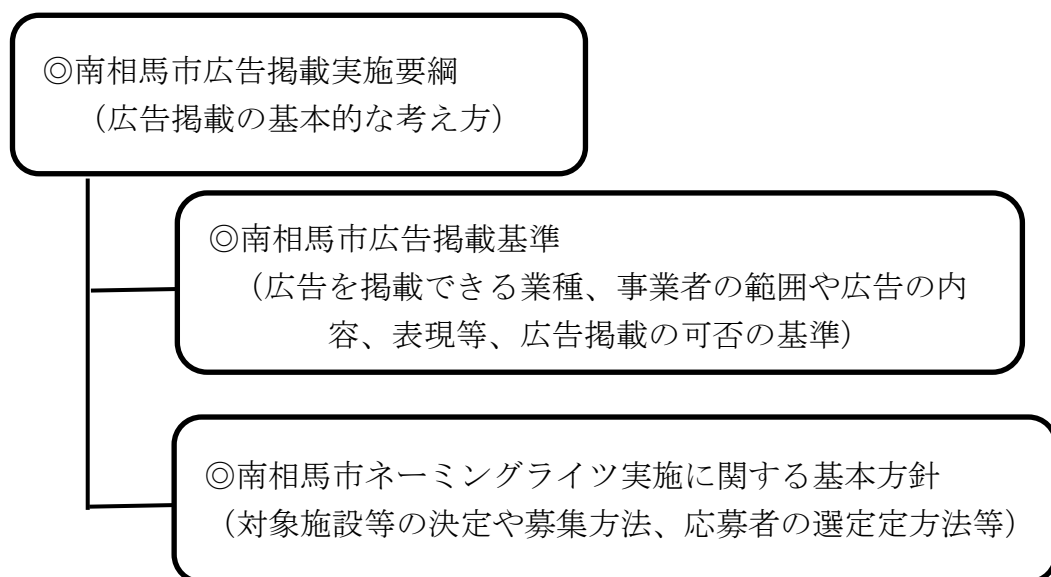
南相馬市ネーミングライツ実施に関する基本方針

令和3年2月策定

南 相 馬 市

1. 趣旨

この基本方針は、市がネーミングライツの付与に関する事業（以下「ネーミングライツ事業」という。）を実施するにあたり、南相馬市広告掲載実施要綱（以下「実施要綱」という。）第21条「ネーミングライツ・パートナーの募集」に基づき、ネーミングライツ事業を実施する施設及びイベント（以下「対象施設等」という。）の決定や募集方法、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ある。



2. 概要

ネーミングライツとは、市と民間企業等との契約により、対象施設等に使用する愛称の命名権を指す。ネーミングライツを取得した民間企業等（以下「パートナー」という。）からネーミングライツの対価（以下「ネーミングライツ料」という。）を得て、対象施設等の持続可能な運営、利用者のサービス向上を図るものである。

ネーミングライツ事業で愛称が決定した場合、市は愛称を積極的に使用するが、条例上の施設名称については変更をしない。また、議案などにおいて施設名称を使用する場合は、愛称ではなく条例上の施設名称を使用するものとする。

また、ネーミングライツ料については、原則、当該対象施設等の維持管理や運営に充てるものとする。

3. 実施の目的

市が所有する施設等を有効に活用することにより、施設の維持・運営費を賄うための新たな財源の確保と知名度、集客力、サービスの向上を図ることを目的とする。

4. 実施のメリット

(1) ネーミングライツ・パートナーにとって

○PR効果が期待できる

命名した愛称が市の広報活動やイベントの開催等を通じてメディアへ露出することにより、企業名や商品名の宣伝効果が期待できる。

○企業のイメージアップにつながる

愛称を付した当該対象施設で市の大会やイベント等が開催されることから企業が地域の活性化や社会貢献しているなどのイメージアップにつながる。

(2) 市民及び市にとって

○施設の設備更新や維持管理の実施の貴重な財源確保につながる。

○新たな財源を確保することにより、施設利用者・市民サービスの維持向上が期待できる。

5. 募集の種類

(1) 施設提案型…既存の施設については、ネーミングライツ制度について広く周知しネーミングライツ導入の提案があった場合に公募する。(以下「施設提案型」という。)

(2) 施設特定型…今後新設する施設については、施設の開始に間に合うようにネーミングライツについて公募する。(以下「施設特定型」という。)

6. 対象施設等

(1) 対象施設等の選定

実施の目的を踏まえて、次の条件を満たす対象施設等を選定する。

- メディアに取り上げられる頻度が高く、多くの利用者が見込めること
- 対象施設等の設置目的の妨げにならないこと
(例：市役所、区役所など)
- ※ 既に愛称が付けられている施設は、当面の間、対象外とする。

(2) 対象施設等の決定

ネーミングライツ事業実施の可否は、実施要綱第22条に基づく広告審査委員会（以下「審査委員会」という。）及び庁議を経て決定する。

7. 契約期間

契約期間は、3年以内とする。更新も可能である。

8. ネーミングライツ料の設定

年間施設利用者数、メディアに取り上げられる頻度、施設知名度、当該施設の維持管理費及び愛称使用に伴い市に生じる費用等を総合的に勘案して、ネーミングライツ料を設定する。

9. 愛称

(1) 愛称の条件

愛称は、次の条件を満たすものとする。

- 市民や施設利用者にとって、親しみやすい、分かりやすい、呼びやすいものとする。
- 南相馬市広告掲載基準第4に該当する愛称は、使用できない。
- 契約期間内において愛称を変更することはできない。ただし、パートナーの社名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する。

(2) 留意事項

- 市は愛称が定着するまでの当分の間、正式名称を併記するなどの措置を講じる。
- 万一、オリンピックなど国際試合のような規模が大きい大会が開催される場合等、イベントに伴う報道等において愛称の使用が制限されることがある。
- 対象施設等の特性により、特定の地名やキーワードを含める等、必要に

応じて愛称に条件を設定する。

10. 応募資格等

(1) 応募資格

応募資格を有する者は、市有施設等のネーミングライツ・パートナーとして法人その他の団体もしくはそれらにより構成されたグループとする。

ただし、次の条件に該当する者を除くものとする。

- ①実施要綱第4条に該当する者
- ②直近の決算が債務超過の者
- ③その他、パートナーとしてふさわしくないと市が判断した者

(2) グループでの応募

グループで応募する場合は、次の事項に注意すること。

- ①グループを構成するすべての法人その他の団体が応募資格を有すること。
- ②グループを代表する法人または団体を定めること。
- ③単独で提案した法人または団体は、グループの構成員になることはできないこと。
- ④複数のグループにおいて同時に構成員になることはできないこと。

11. 募集方法

(1) パートナーの募集方法

公募により実施し、応募に要する経費は、全て応募者の負担とする。

(2) 応募がなかった場合の取扱い

施設特定型では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上で再度の公募を実施するか又は募集を取り止めるものとする。

(3) 募集期間

- ①施設特定型の募集期間は、30日以上とする。
- ②施設提案型の募集期間は、30日以上とする。なお、提案表明については、月ごとに受付するものとする（月末締め）。

1 2. 審査・決定

優先交渉権を付与する法人（以下「優先交渉権者」という。）及び愛称の審査は、審査委員会において行うものとする。また、審査委員会の会議及び庶務は、実施要綱第22条第6項によるものとする。

(1) 審査

審査委員会は、応募資格を審査した上で、次の内容を書類審査によって総合的に評価し、必要に応じて応募者にヒアリングを行い審査する。

- ①ネーミングライツ料（応募金額）
 - ②ネーミングライツ料の支払いの確実性
 - ③応募理由
 - ④愛称の妥当性
 - ⑤社会貢献等の実績及び今後の計画
- ※①～⑤の数字は、選考時の優先番号ではない。

(2) 優先交渉権者の決定通知

優先交渉権者に対して決定の通知をする。

(3) 優先交渉権者との協議

優先交渉権者と契約に係る次の必要事項について協議を行う。

- ① ネーミングライツ料の支払方法
- ② 看板の新設及び既存看板の変更
- ③ その他必要事項

(4) パートナーの決定

優先交渉権者との協議が整った場合は、当該応募者をネーミングライツ・パートナーとして決定する。

1 3. 契約

(1) 契約の締結

パートナーの決定後、市とパートナーの間で契約を締結する。

(2) 契約の解除

パートナーの信用失墜行為等に伴い、対象施設等のイメージが損なわれるお

それが生じた場合、市は契約満了を待たず契約を解除できる。

その場合における原状回復に必要な費用は、パートナーが負担する。

(3) 契約期間の満了時の取扱い

市は、契約期間が満了する6か月前までに、対象施設等のネーミングライツ事業の継続実施の可否を判断し、パートナーに通知する。

なお、愛称が頻繁に変更になることを避けるため、ネーミングライツ事業を継続実施する対象施設等については、現ネーミングライツ・パートナーを優先交渉権者とすることができる。

1 4. 愛称の表示等

(1) 表示箇所等

①施設の愛称の表示が可能なものは、施設入口の看板、施設敷地内の案内板、印刷物(パンフレット、ポスター、チラシ等)、施設のホームページ等とし、別途協議の上、決定する。

②施工の範囲、実施時期及び内容については、市及び関係機関と協議の上決定する。あくまでも、看板の設置及び表示変更は、福島県屋外広告物条例第6条第2項に基づく公共広告物等とする。

※ただし、表示面積(広告物等の種類及び表示事項が同一のものを2以上連続して表示し、または設置する場合は、それぞれの表示面積を合計した面積)が5㎡を超えるものは、あらかじめ知事に届け出なければならない。また、看板(工作物)で高さ4mを超えるものは、建築確認申請の手続きを必要とする。

③印刷物は、契約締結後の新規作成物からの表示とする。

④ネーミングライツ・パートナーが周辺の道路標識等における表示変更を希望する場合は、市及び関係機関と協議の上、変更可能なものについて変更することとする。

(2) 愛称の普及・定着

①ネーミングライツ・パートナー決定後は、速やかに報道機関への資料配布やホームページ等を通じて発表する。

②市は、愛称の普及・定着を図るため、市の各種広報において愛称を使用するとともに、施設管理者やメディア等に対し、愛称の使用を働きかける。

(3) 愛称表示に伴う費用負担等

ネーミングライツ料以外の費用負担は、次のとおりとする。

区分	市	パートナー
看板の新設及び既存看板の変更		○
新設した看板及び変更した看板の契約期間終了時（契約の解除も含む）の原状回復		○
新設した看板の修繕等の維持管理		○
新設した看板を起因とした第三者への損害賠償		○
市が作成するパンフレット、封筒等の印刷物（契約前に作成済みの場合を除く）や市ウェブサイトの表示変更	○	

1 5. 指定管理者制度導入施設に係る留意事項

指定管理者制度を導入している施設においては、公募前にネーミングライツ事業を実施することについて指定管理者と協議し、合意した場合に実施する。

また、新たに指定管理者を募集する施設でネーミングライツ事業の実施が見込まれる場合、もしくは、ネーミングライツ事業を実施している施設で新たに指定管理者を募集する場合は、その旨を募集要項に盛り込み、当該応募者に説明する。

なお、ネーミングライツ料は、指定管理者がパートナーを兼ねる場合を含めてすべて市の収入とする。

1 6. 市民への周知

市民の理解を得てネーミングライツ事業を実施していくため、次の内容について、市ホームページや広報みなみそうま等を通じてPRするように努める。

- ① ネーミングライツ事業の実施目的
- ② パートナーの募集
- ③ 優先交渉権者の決定
- ④ 契約の締結
- ⑤ その他

ネーミングライツ事業の流れ

