

奄美市ネーミングライツ導入ガイドライン

令和5年4月

奄美市

1. ネーミングライツとは

(1) ネーミングライツの定義

本市におけるネーミングライツの定義は、本市が所有する施設の愛称を付ける権利とします。

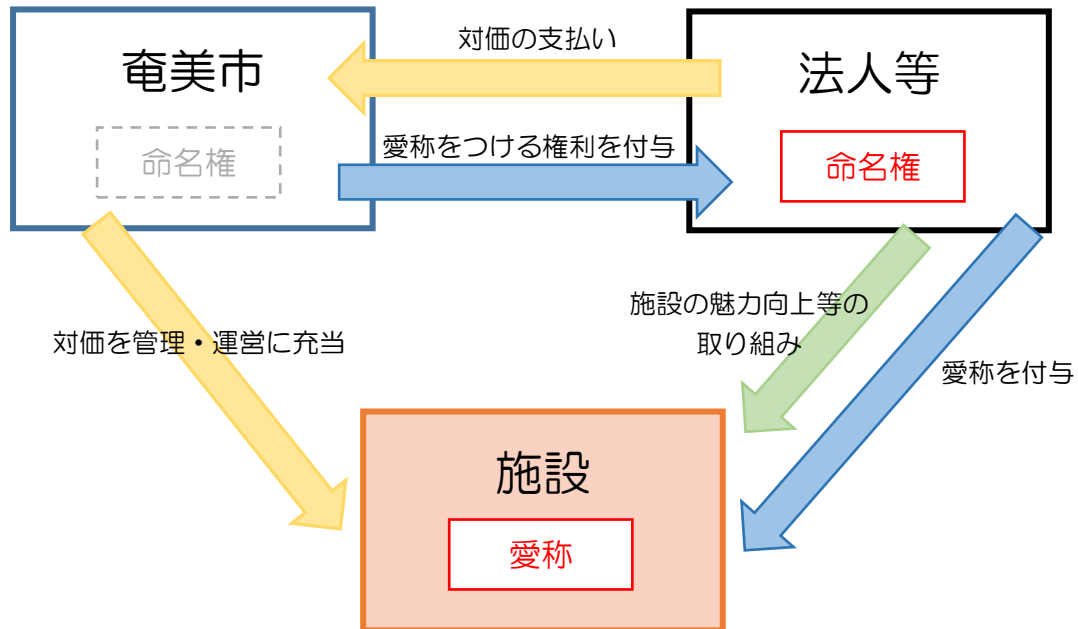
市はネーミングライツの付与により命名された愛称を積極的に使用します。ただし、市の条例等で定める施設名称を変更するものではありません。

また、愛称を付ける権利を得た事業者のことを、本市では「ネーミングライツパートナー」と呼びます。

(2) ネーミングライツ導入の効果

本市がネーミングライツを導入することにより以下のような効果が期待できます。

- ①本市の資産を有効活用し、ネーミングライツ収入による財源の確保又は施設の維持管理経費を節減することができます。
- ②応募する事業者から、金額だけでなく、施設の魅力向上につながる提案を行ってもらうことにより市民サービスの維持、向上に寄与することができます。
- ③事業者の新たな広告媒体として活用されることにより、地域経済の活性化に寄与することができます。



図：ネーミングライツのイメージ

2. 導入の対象

本市が所有するスポーツ施設や文化施設、公園等の施設（及び施設の一部）のうち、ネーミングライツ

の導入により広告効果が見込める施設を対象とします。

ただし、市庁舎や学校、病院、市営住宅のほか、施設の名称に歴史的な経緯がある施設など、愛称を付与することがふさわしくない施設は対象外とします。

なお、すでに公募等により愛称が決定し、広く市民に親しまれている施設についても同様に、対象外とすることができるものとします。

3. 導入の方法

ネーミングライツの募集は、原則、公表している対象施設ごとに事前相談を受け付け、応募が見込まれる場合に、公募型プロポーザル方式を実施することとし、必要な事項について、対象施設ごとに募集要項を定め、本市ホームページ等により広く募集します。

- ① 対象施設の選定
- ② 募集条件の設定
- ③ 募集
- ④ 奄美市ネーミングライツ審査委員会での審査、優先交渉権者の選定
- ⑤ 優先交渉権者との協議
- ⑥ 契約締結
- ⑦ 庁内及び利用者等への周知
- ⑧ 看板、印刷物等の変更、愛称の使用開始

4. ネーミングライツ料（金額）

(1) 希望金額

各施設のネーミングライツ料の希望金額は、原則として類似都市、施設利用者数、広報媒体への露出状況等を勘案して算定します。

ただし、これはあくまで目安となる金額であり、希望金額を下回る提案を行うこともできます。

(2) ネーミングライツ料の用途

ネーミングライツにより本市が得た対価は、基本的に特定財源として、その施設の運営・管理に役立てることとします。

(3) ネーミングライツ料の支払い

ネーミングライツ料は、毎年度当初に、本市が発行する納付書により4月末日までに一括してお支払いいただくことを基本とします。

ただし、年度途中の契約の際には、その契約締結日の翌月末までに当該ネーミングライツ料を一括してお支払いいただきます。

5. ネーミングライツ付与の期間

市が指定するときから原則として3年以上5年以内とし、施設の特性等に応じて決定するものとします。ただし、指定管理者制度の導入施設は、指定期間を考慮し適切な期間を設定できるものとします。

6. 応募資格

応募できる事業者は、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その他の団体とします。

ただし、以下のいずれかに該当する事業者は応募できないこととします。なお、各施設の応募資格には、施設の性格等に応じて、規制する業種等を追加することもあります。

- (1) 法人（法人でない事業者等にあつては、構成員に法人がいる場合の当該法人も含む。）の事業者等にあつては、罰金の刑に処せられ、その刑の執行を終わり、又は執行を受けることがなくなった日から5年を経過しないもの
- (2) 国及び地方公共団体から指名停止措置を受けているもの
- (3) 市税等（国税、県税を含む。）を滞納しているもの
- (4) 暴力団（暴力団員による不当な行為の防止等に関する法律（平成3年法律第77号）第2条第2号に規定する暴力団をいう。以下この号に同じ。）又はその構成員（暴力団の構成団体の構成員を含む。）若しくは暴力団の構成員でなくなった日から5年を経過しない者の統制下にあるもの
- (5) 風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律（昭和23年法律第122号）第2条に規定する営業を営むもの及び当該営業に類する事業を行うもの
- (6) 貸金業法（昭和58年法律第32号）第2条第1項の規定による貸金業を行うもの
- (7) 市の公共機関としての社会的な信頼性及び公平性を損なうおそれのあるもの
- (8) 政治性又は宗教性のあるもの
- (9) 前各号に掲げるもののほか、命名権者として適当でないと市長が認めるもの

7. 愛称の条件

ネーミングライツの愛称は、次の条件を付し、又は満たすものとします。

- (1) 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ます。
- (2) 施設の特性により、特定の地名等を含めるなど、施設毎に条件を定めることがあります。
- (3) 原則として、契約期間内の愛称変更はできないものとします。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は、本市とネーミングライツパートナーとで協議の上、その可否を決定するものとします。
- (4) 使用することができない愛称
 - ①市の公共性、中立性又は品位を損なうおそれのあるもの
 - ②政治活動、宗教活動、意見広告又は個人の宣伝に係るもの
 - ③公の秩序又は善良の風俗に反するおそれのあるもの
 - ④法令等に違反するもの又はそのおそれのあるもの
 - ⑤その他市長が特に適当でないと認めたもの

8. 選定の手続き

ネーミングライツパートナーの選定のため、ネーミングライツ導入委員会の審査を経て、優先交渉権者を選定します。

なお、著しく点数の低い審査項目がある場合など、本市が適当でないと認められる場合には、優先交渉権者として選定しないことがあります。

9. 審査項目及び審査のポイント

(1) 愛称

当該施設にふさわしいか、市民に親しまれるものか、呼びやすくわかりやすいかなど

(2) 提案額

他団体の提案額との比較、希望金額との比較など

(3) 契約期間

期間の長さなど

(4) 施設の魅力向上に関する提案（役務等の提供に関する提案）

提案があるか、実現可能性が高いものか、施設の魅力向上に資するものかなど

なお、本項目は提案がなくても構いませんが、積極的な提案を期待します。

(5) 事業者の経営状況

経営状況の健全性など

(6) 本市や社会への貢献度

本市や社会への貢献の実績

(7) その他審査に必要な事項

施設ごとに独自の項目を設けることができます。

※ 施設の魅力度向上に関する提案の他都市の例

〔 清掃活動、イベント開催、ベンチの設置、案内板の設置、備品贈呈、植樹 等 〕

10. ネーミングライツ契約の締結

優先交渉権者として選定した者と、契約の内容について協議し、協議が整った場合、契約を締結します。なお、優先交渉権者との協議が整わず、合意に至らなかった場合には、次点者と契約の締結に向けた協議を行います。

11. 愛称命名に係る費用の分担

費用負担は、次表のとおりとします。（ネーミングライツ料とは別）

費用・負担	市	ネーミングライツ パートナー
ネーミングライツ料(対象施設ごとに目安となる額を決定する)		○
看板の新設、変更及び契約終了時の原状回復		○
愛称又は愛称表示による第三者への損害に伴う負担		○
市が作成する印刷物及びホームページの表示変更	○	

※1 敷地外や新規の看板設置等は、本市や関係機関と協議の上、可能な表示について行います。

※2 印刷物については、残部数や改訂時期等を踏まえ、ネーミングライツパートナーと協議の上、変更時期を決定するものとします。

1 2. 契約の解除

ネーミングライツパートナーの信用失墜行為等により、対象施設のイメージが損なわれるおそれが生じた場合、市は契約を解除できるものとし、その場合における原状回復に必要な費用はパートナーの負担とします。なお、契約の解除に伴い、パートナーに損害が発生した場合であっても、市はその責任を負わないものとします。

また、契約期間満了に伴う原状回復に必要な費用も上記と同様に、ネーミングライツパートナーの負担とします。

1 3. 契約の更新

ネーミングライツパートナーに対して契約更新の意思確認を、契約期間終了日1年前までに行うこととし、ネーミングライツパートナーは、契約更新に際して、優先的に交渉することができるものとします。

1 4. 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ます。

その他、定めのないリスクが生じた場合の負担は、本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ます。

1 5. 秘密の保持

事業者からの応募及び内容については、ネーミングライツ導入に関する目的以外には使用しません。