知立市ネーミングライツ導入ガイドライン

令和２年３月 31 日 制定

令和３年３月 31 日 改定

令和７年８月 31 日 改定

令和８年 10 月 30 日 改定

１ ネーミングライツの概要

ネーミングライツとは、公共施設に企業名や商品名等を冠した愛称を付ける権利（市民公募により決定した愛称（以下「市民公募愛称」という。）が付いている施設等にあっては、当該市民公募愛称を含む愛称を付ける権利）のことで、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、新たな財源確保策の一環とするものです。

なお、この場合の愛称は、一般的な呼称として用いられる名称であって、本市の条例で定める正式な施設名を変更するものではありません。また、施設の所有権、経営権等には影響を与えないものとし、ネーミングライツを第三者に譲渡・貸与することはできないものとします。

２ ネーミングライツ導入の目的

厳しい財政状況の中、市が所有する公共施設を有効活用することで、新たな自主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します。

３ 導入の効果

（１）ネーミングライツパートナー

①ＰＲ効果

命名した愛称が、イベント等の開催を通じて広く露出することにより、企業名、団体名、商品名等の広告効果が期待できます。

②ネーミングライツパートナーのイメージアップ

愛称を付した施設において、ネーミングライツ料を財源としたサービスが提供されることから、市民はネーミングライツパートナーの地域社会への貢献を実感することとなり、イメージアップにつながります。

（２）市民・市

①新たな財源確保とこれを活用した施設の長期的・継続的な運営基盤の確立につながります。

②この財源を活用した、施設利用者・市民へのサービスの向上が期待できます。

４ 導入の手続き

①対象施設の決定

②募集条件の決定（募集要項の作成）

③広告審査会の開催（募集要項の審査）

④ネーミングライツパートナーの募集

⑤広告審査会の開催（優先交渉権者の決定）

⑥優先交渉権者との協議

⑦ネーミングライツパートナーの決定

⑧契約の締結

⑨施設表示等の変更

⑩愛称の使用開始

※優先交渉権者：応募者のうち、ネーミングライツパートナーとしての適格性があり、かつ有利な条件で契約を締結できる者として、他の応募者に優先して市が契約交渉を行う者をいいます。

５ 対象施設

市有施設等（施設全体だけでなく、施設の一部を対象とするものも含む。）のうち、利用者数やメディアへの露出状況等を踏まえ、ネーミングライツパートナーが一定の広告効果を期待できる施設等を対象とします。

また、これらの条件を満たさない市有施設等についても、ネーミングライツパートナー・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、対象とすることを検討します。

なお、市民公募愛称が付いている施設等も対象とし、その愛称は６（４）に定めるところによります。

【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。

・設置目的に照らし、愛称を付与することが適当でないと判断される施設等（市役所庁舎、学校、保育園等）

６ 愛称

（１）愛称付与の条件

①分かりやすさや呼びやすさなど、市民の理解が得られる愛称とします。

②当該施設をイメージできる愛称とします。

③特定の地名やキーワードを含めるなど、市が希望する条件を設定できることとします。

④愛称が定着するまで、条例上の名称を併記する場合があります。

（２）使用を禁止する愛称

次のいずれかに該当するものは、愛称として使用することができません。

①法令等に違反するもの又はそのおそれがあるもの

②公の秩序若しくは善良の風俗に反するもの又はそのおそれがあるもの

③基本的人権を侵害するもの又はそのおそれがあるもの

④政治性又は宗教性があるもの

⑤社会問題についての主義主張を含むもの

⑥個人の名刺広告

⑦美観風致を害するおそれがあるもの

⑧内容又は責任の所在が不明確なもの

⑨虚偽の内容若しくは事実と異なる内容を含むもの又は事実を誤認するおそれがあるもの

⑩青少年の保護及び健全育成の観点から適切でないもの

⑪「株式会社」や「有限会社」等の併記

⑫その他市長が適当でないと認めるもの

（３）愛称の変更

利用者や市民の混乱を避けるため、契約期間内での愛称の変更はできません。

（４）市民公募愛称が付いている施設等の愛称

①市民公募愛称が付いている施設等については、市民公募愛称を含む愛称とします。

例 ○○パティオ池鯉鮒、パティオ池鯉鮒○○、○○（パティオ池鯉鮒）、（パティオ池鯉鮒）○○

※「パティオ池鯉鮒」は市民公募愛称、「○○」は付け加える部分

②市民公募愛称部分の変更、省略又は略称化はできません。

７ 愛称の使用期間

短期間で頻繁に愛称が変わることは、利用者や市民にとって混乱を生じることになるため、愛称の使用期間は５年以上 10 年以内とします。ただし、歩道橋については３年以上 10 年以内とします。

なお、契約締結後においては、愛称の使用開始日前であっても、正式な愛称使用開始日を示したうえでネーミングライツパートナーが作成するパンフレット等において広報することは可能とします。

例 知立市福祉体育館（令和２年 12 月１日から愛称 ○○福祉体育館）

８ ネーミングライツ料

（１）使途

ネーミングライツ料は、ネーミングライツの契約を締結した施設の維持管理及びサービス向上のために活用することを原則とします。

（2）算定方法

ネーミングライツ料の下限額は、本市又は他団体における類似の事例や施設利用者数、メディアに取り上げられる頻度等を総合的に勘案して設定します。

9 ネーミングライツ導入に伴う費用負担

ネーミングライツ料のほか、愛称の変更に伴い生じる各経費の費用負担は、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
敷地内外の看板等の表示変更及び新規設置 ※1（施設看板、道路標識、バス停の案内等）		○
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うえ、可能な範囲で行うことができます。なお、看板等の表示変更及び新規設置に当たっては、愛知県屋外広告物条例等の関係法令等を遵守のうえ、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。

10 応募資格

応募資格を有する者は、法人その他の団体、それらにより構成されたグループ又は個人（以下「法人等」という。）であって、次の各号のいずれにも該当しない法人等に限ります。

①地方自治法施行令（昭和 22 年政令第 16 号）第 167 条の 4 の規定に該当する法人等

②応募時点で、知立市工事等請負契約に係る指名停止等の措置内規に基づく指名停止を受けている法人等

③民事再生法（平成 11 年法律第 225 号）及び会社更生法（平成 14 年法律第 154 号）による再生又は更生の手続き中の法人等

④法令等に違反する事業若しくは行為を行う法人等又はそのおそれがある法人等

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）による規制を受ける事業を行う法人等

⑥貸金業法（昭和 58 年法律第 32 号）第２条第１項に規定する貸金業に関する事業を行う法人等

⑦暴力団又は暴力団の構成員であると認めるに足りる相当の理由のある法人等

⑧国税、愛知県税、知立市税及び知立市の徴収金を滞納している法人等

⑨その他市長が適当でないと認める法人等

11 募集方法等

（１）募集方法

募集は原則公募とし、市のホームページや広報等に掲載することにより行います。

（２）募集要項

①募集に関しては、応募に必要な事項を記載した募集要項を作成します。

②申請方法や選定手続き等をあらかじめ公表し、選定の透明性の確保に努めます。

（３）募集期間

原則として 30 日以上（募集開始日と終了日を含む。）とします。

（４）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）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は、継続して募集を行うか、募集要項に定める条件を見直し、再度の公募を実施するか又は募集を取りやめることとし、募集要項に取扱いを明記します。

12 選定方法

募集期間終了後、次のとおり選定を進めます。

（１）関係者等からの意見聴取

主に次の項目について、必要に応じて関係者等から意見聴取を行います。ここで得られた意見は、広告審査会で報告されます。

①愛称案

②地域貢献活動の内容

（２）広告審査会の開催

広告審査会を開催し、（３）の審査項目に沿って審査し、優先交渉権者を選定します（別紙選定方法参照）。

市は、審査に当たり、必要に応じて関係者等の出席を求めることができることとします。

（3）審査項目、審査のポイント及び配点

No	審査事項	審査ポイント	配点
1	愛称案	・市民に分かりやすく、呼びやすいか	20 点
2	契約期間	・契約期間の長短	20 点
3	提案金額（年額）	・金額の多寡	50 点
4	地域貢献	・地域貢献の活動実績（過去５年以内）又は計画	5 点
5	地域要件	・市内に本社、支店、事務所若しくは営業所等を有するか、又は市内に住所を有するか	5 点

（4）選定結果の通知

施設所管課は、優先交渉権者の選定後速やかに、応募者全員に選定結果を通知します。

13 ネーミングライツパートナーの決定及び公表等

（1）ネーミングライツパートナーの決定と契約締結

広告審査会の結果を基に、優先交渉権者と細部について協議し、合意に至った後、当該優先交渉権者をネーミングライツパートナーとして決定し、決定通知書により通知するとともに、契約を締結します。ただし、市が合意の可能性がないと判断した場合には、協議を打ち切り、次点以下の交渉順位に沿って契約締結に向けた協議を行います。

なお、契約を締結したネーミングライツパートナーは、次期の契約において優先的に交渉することができます。その際には、応募時の提出書類に準じた資料の提出を求めます。

（2）ネーミングライツパートナーの公表

ネーミングライツパートナーが決定したときは、ネーミングライツパートナー名、施設の愛称、ネーミングライツ料、愛称使用期間等を市のホームページや報道機関へ情報提供することにより広く公表します。また、全ての応募者の名称等を公表する場合があります。

14 ネーミングライツパートナーに対する特典

（1）愛称の普及のため、市は積極的に愛称を使用するとともに、関係団体等へ周知します。ただし、催事において、主催者の都合により愛称の使用が不可の場合は、正式名称を使用するか、又は愛称に正式名称を併記します。

（2）ネーミングライツパートナーは、自らのホームページ等でネーミングライツパートナーである旨を広報することができます。

（3）その他の特典を、施設ごとに必要に応じて付与する場合があります。

15 契約の解除

ネーミングライツパートナーを決定した後、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のイメージが損なわれるおそれがある場合など、ネーミングライツパートナーとして適当でないと認められるときは、市は決定の取消し又は契約の解除をすることができることとします。

この場合、原状回復に必要な経費は、ネーミングライツパートナーの負担とします。また、契約を解除した場合、ネーミングライツパートナーが市に対し既に納入したネーミングライツ料は返還しないものとします。

16 リスク負担

（1）ネーミングライツパートナーが新規に設置した看板等により、第三者に損害が生じた場合の負担や、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こととします。

（2）その他、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、リスク負担を決定するものとします。

17 指定管理者制度導入施設に係る留意点

指定管理者制度を導入している施設については、施設の管理運営を指定管理者が行っているため、愛称決定後、ネーミングライツ導入に関し必要な事項についてネーミングライツパートナー、指定管理者及び施設管理者との間で協議することとします。

18 契約期間終了後の取扱い

ネーミングライツ契約の契約期間が満了する際には、当該契約を締結しているネーミングライツパートナーに対して、継続の意向を確認するものとします。継続の意向が示された場合で、契約条件に著しい変更がない限りは、原則として当該ネーミングライツパートナーと協議のうえ、継続契約を締結できるものとします。ただし、協議の過程において合意に至らない場合又は当該施設の特性や公益性の観点から再度公募が適当と判断される場合は、新たな公募を行うことができるものとします。

なお、この手続きに当たっては、公平性及び透明性を確保するため、必要に応じて広告審査会を開催し、意見を聴取することがあります。