

## 久喜市ネーミングライツ導入に関するガイドライン

平成28年1月 策定

令和6年4月 改定

### 1 趣旨

このガイドラインは、本市の公の施設に対するネーミングライツに関し、適正な導入を図るため、基本的な方針を定めるものとする。

### 2 権利の内容

ネーミングライツパートナー（市と契約を締結し、命名権を取得したものをいう。以下同じ。）は、ネーミングライツ料の対価として、施設に企業名、商品名等を冠した呼称を付与することができる。

ネーミングライツによって付与された名称は、一般的な愛称として使用し、条例で定める施設の名称は、変更しない。

市は、契約期間中は愛称を使用することを基本とするが、必要に応じて愛称と条例上の名称を併記することや、市議会等で条例上の名称を使用する等の対応をすることがある。

### 3 導入までの手続き

ネーミングライツ導入までの標準的な手続きは、概ね以下のとおりとする。ここに定める以外の手続きについては、必要に応じ行うものとする。

- ① 提案の募集（随時受付を基本とする。市が条件を提示して募集する場合がある。）
- ② 提案内容確認、関係課調整
- ③ 審査委員会による審査
- ④ 契約の締結
- ⑤ 施設の表示変更など導入準備
- ⑥ 市民への周知
- ⑦ 愛称の使用開始

### 4 対象施設

対象施設は、次に掲げる条件をいずれも満たす施設とする。

- ① ネーミングライツの導入により、当該施設の設置目的を妨げないこと。

② 多数の市民が使用し、広告効果が見込まれること。

市は、基本的に施設を特定することはしないが、様々な条件を総合的に勘案し、施設を選定して募集する場合がある。この場合であっても、市が選定した施設以外の施設を対象とした申出を妨げない。

対象施設の例：文化会館、体育館、野球場、テニスコート、都市公園、市道、歩道橋等

## 5 ネーミングライツ料

対象施設の利用状況、市内外への訴求効果等、広告価値を見定めた上で、命名権の購入を希望する企業が、希望するネーミングライツ料を提案する。

市は、提案の対象となった施設の広告価値や同種施設に関する他市事例等を参考に、希望するネーミングライツ料を算定し、提案されたネーミングライツ料と合致するか検討する。

市は、基本的にネーミングライツ料を提示することはないが、対象施設を選定して募集する場合は、希望金額又は基準となる金額を提示することがある。

## 6 契約期間

概ね3年から5年の範囲で、複数年の契約を基本とする。

市は、基本的に契約期間を提示することはないが、対象施設を選定して募集する場合は、契約期間を提示することがある。

また、命名権の購入を希望する企業が、久喜市を中心とした地域における企業イメージの向上や地域貢献等の理由により、5年を超える契約の意思を表した場合は、更新時のインセンティブや長期間の契約について、購入企業と市は協議することができる。

## 7 ネーミングライツパートナーの募集

市は、基本的に、命名権の購入を希望する企業からの申し入れを随時受け付けるものとする。

市は、上記4から6に示したように、対象施設やネーミングライツ料など、条件を提示して募集することがある。

応募に当たっては、様式第1号を使用し、以下の事項を含むものとする。

- ① 応募する事業者の名称、代表者名、所在地
- ② 応募の趣旨
- ③ 命名しようとする施設等の名称
- ④ 愛称案

- ⑤ ネーミングライツ料
- ⑥ 契約期間
- ⑦ その他必要な事項

## 8 ネーミングライツパートナーの条件

ネーミングライツパートナーは、次に掲げる条件のいずれにも該当しない事業者とする。なお、以下の条件に該当しないことについて、様式第2号を提出させること。

- ① 法令等に違反し、又は違反するおそれのある事業を行うもの
- ② 公の秩序若しくは善良の風俗に反し、又は反するおそれのある事業を行うもの
- ③ 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条に掲げる暴力団又は暴力団員及びそれらの利益となる活動を行うもの
- ④ 政治活動又は宗教活動を行うもの
- 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条に掲げる営業に該当する事業を行うもの
- ⑥ 市に納付すべき市税、料金等を滞納しているもの
- ⑦ 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

## 9 命名条件等

ネーミングライツにより新たに命名される愛称は、市民や施設利用者の理解が受け入れられやすいものとし、次に掲げるものは、使用を認めない。

また、契約期間内の愛称の変更は認めない。

- ① 公共性、公益性又は品位を損なうおそれのあるもの
- ② 法令等に違反し、又は違反するおそれのあるもの
- ③ 公の秩序若しくは善良の風俗に反し、又は反するおそれのあるもの
- ④ 政治活動、宗教活動に関するもの
- ⑤ 意見広告又は個人の宣伝に関するもの
- ⑥ 風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律第2条に掲げる営業に関するもの
- ⑦ その他愛称として表示することが適当でないと市長が認めるもの

## 10 選定方法

ネーミングライツパートナーを決定するに当たり、まず、優先交渉権者を選定する。優先交渉権者は、久喜市ネーミングライツ審査委員会において、施設ごとに選定される。

応募者が1者のみであった場合であっても、選定委員会において、ネーミングライツパートナーとして適正か否かについて審査し、優先交渉権者を選定する。

選定に当たっては、概ね以下の項目についての審査と考慮すべき他の事項を勘案して、総合的に評価する。

市は、優先交渉権者との最終調整を経て、ネーミングライツパートナーを決定する。

- ① 応募企業の状況：経営の安定性、ネーミングライツへの理解・熱意等
- ② 愛称：親しみやすさ、愛称と施設のイメージの合致等
- ③ 契約条件：応募金額、希望期間等

## 1.1 契約の締結

ネーミングライツパートナーの決定後、ネーミングライツパートナーと市は、導入施設、愛称、ネーミングライツ料、契約期間、契約の解除、不測の事態への対応等、ネーミングライツに関する契約を締結する。

## 1.2 費用負担

名称変更に伴う費用負担は、次の表のとおりとする。同表においてネーミングライツパートナーの負担となっているものは、ネーミングライツ料とは別にネーミングライツパートナーが負担する。

なお、施設敷地外の看板、道路標識等の表示変更は、市や関係機関と協議の上、可能なものについて変更する。新規看板等の設置については、設置の可否も含めて市や関係機関との協議により決定する。

愛称使用の開始日において、表示変更が完了していない場合であっても、契約期間及びネーミングライツ料は、変更しない。

区分	市	ネーミングライツパートナー
敷地内外の看板表示の変更、新規看板等の設置、契約期間終了後の原状回復		○
契約締結後に作成するパンフレット等の印刷物、ホームページの表示変更	○	

## 1.3 ネーミングライツ料の用途

ネーミングライツ料は、命名施設の維持管理のために活用し、命名施設のサービス向上の財源とする。

#### 14 指定管理者との関係

指定管理者導入施設においては、市は、ネーミングライツ導入に関して、様式第3号並びに様式第4号を使用して指定管理者から意見・要望等を聴取し、導入の可否を決定する。

ネーミングライツが導入された場合においては、ネーミングライツパートナー、指定管理者、市の3者は、ネーミングライツ導入の趣旨・目的を前提として相互に協力し、良好な関係を保持するよう努力するものとする。

費用負担については、上記12のとおりとするが、ネーミングライツの導入に起因して副次的に発生する費用の負担等については、3者の協議によって決定する。

#### 15 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その他ネーミングライツパートナーの責めに帰すべき理由により、同社が命名した愛称を使用することが、命名施設及び市のイメージを損ねるおそれがあると判断したときは、市は、当該ネーミングライツに関する契約を解除することができる。

この場合において、原状回復等に係る費用は、当該ネーミングライツパートナーの負担とする。また、契約の解除に伴い、当該ネーミングライツ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。

#### 16 秘密の保持

応募や問い合わせのあった内容については、ネーミングライツの導入に関してのみ使用し、それ以外に使用しない。また、応募書類は返却しない。