

塩尻市ネーミングライツ導入に関する基本方針

1 趣旨

この基本方針は、市が設置する施設の命名権（以下「ネーミングライツ」という。）の適正な導入を図るために、募集の方法、応募者の選定等について基本的な考え方をまとめたものです。

2 ネーミングライツの概要

(1) ネーミングライツの内容

ネーミングライツは、市と命名権者（ネーミングライツ・パートナー、以下「パートナー」という。）との協定により、市が設置する施設の名称に、企業名、商品名等を冠した愛称を付与する代わりに、パートナーからその対価（以下「ネーミングライツ料」という。）を得るものです。

(2) ネーミングライツ導入のメリット

①パートナーのメリット

- ・企業名、商品名等の PR 効果
- ・地域貢献の機会の拡大

②市及び市民のメリット

- ・施設の管理運営のための安定的な自主財源の確保
- ・財源の活用、施設の魅力向上による市民サービスの向上

3 導入の手続き

市が指定した施設についてパートナー及び愛称を募集することとし、導入の手続きは次のとおりとします。

- (1) 募集条件等の決定
- (2) パートナーの公募
- (3) ネーミングライツ選定委員会（以下「選定委員会」という。）の開催
- (4) パートナー及び愛称の決定
- (5) 協定の締結
- (6) 施設の表示等の変更
- (7) 愛称の使用開始

4 対象施設等

(1) 対象とする施設

市が設置する施設のうち、多くの市民が利用し、ネーミングライツの導入によって一定の広告効果や利用者の増加など、施設の更なる有効活用が期待されるものを対象とします。

(2) 対象外とする施設

名称の設定に特段の経緯があるものや、施設の性格から愛称を付するのが適当ではないと判断されるものは対象外とします。(例：市役所庁舎、学校等)

(3) その他

指定管理者が管理する施設に愛称を付与しようとする場合は、あらかじめ市が当該指定管理者と協議を行い、必要に応じ指定管理者との協定書等を変更し、疑義が生じないようにします。

5 募集条件

市は、次の条件でパートナー及び愛称を募集します。

(1) 協定期間

原則3年以上とします。

(2) ネーミングライツ料

ネーミングライツ料の目安となる額は、当該施設の維持管理及び事業運営に係る経費、利用者数、メディアに取り上げられる頻度、他自治体における類似事例等を参考に、当該施設の広告媒体としての価値を総合的に勘案し、施設ごとに決定します。

(3) 応募資格

法人その他の団体（以下「法人等」という。）であって、次の条件に該当しない者を対象とします。

- ① 法令等に違反している者
- ② 市税等を滞納している者
- ③ 塩尻市入札参加資格者に係る入札参加停止措置規程（平成24年塩尻市訓令第5号）第2条に規定する入札参加停止措置を受けている者
- ④ 民事再生法（平成11年法律第225号）による再生手続又は会社更生法（平成14年法律第154号）による更生手続中の者
- 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）に規定する風俗営業を営む者
- ⑥ 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）に規定する暴力団及び暴力団の構成員等である者
- ⑦ その他ネーミングライツを取得することが適当でないと認められる者

(4) 愛称

ネーミングライツにより付与する愛称は、施設の設置目的や性格にふさわしく、市民の理解が得られるものとし、塩尻市広告掲載取扱要綱第3条第1項各号に掲げる内容を含まないものとします。

また、利用者の混乱を避けるため、協定期間内における愛称の変更はできません。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、変更できるものとします。

なお、この愛称は、一般的な呼称として用いられる名称であり、市の条例で定められ

ている施設の名称を変更するものではありません。

(5) 費用負担

市とパートナーの費用負担は、次によるものとし、協定期間終了後の原状回復についても同様の取扱いとします。

なお、パートナーが負担する費用については、ネーミングライツ料とは別に負担していただくものとします。

区分	費用負担
敷地内外の看板、標識等の表示変更（※1）	パートナー
市が発行する印刷物やホームページの表示変更（※2）	市

※1 表示の変更は、市や関係機関等との協議の上、変更可能なものについて行います。

※2 印刷物の表示変更は、協定締結後に作成する分からとします。

6 募集方法

(1) 募集方法

パートナーの募集は原則公募とし、対象とする施設ごとに、募集の都度、募集要項を作成します。

作成した募集要項は、広報や市のホームページに掲載する等、幅広く周知します。

(2) 募集期間

原則として、30日以上の募集期間を設定します。

(3) 応募がなかった場合

募集期間内に応募がなかった場合は、募集条件を見直した上で再度の募集を行うことも含め、募集の可否を検討します。

7 選定方法

(1) 選定委員会の設置

ネーミングライツの導入に際し、関係部局の職員等で構成する選定委員会を施設ごとに設置し、パートナーの優先候補者※を選定します。

なお、優先候補者の選定に当たっては、対象とする施設ごとに選定基準を定め、総合的な審査を行います。

※優先候補者・・・応募者のうち、パートナーとしての適格があり、かつ市も有利な条件で協定を締結することができるものとして、他の応募者に優先して市が協定に係る交渉をする者をいう。

(2) 協定の締結

市は、優先候補者の協議が整った後、当該者をパートナーとして決定し、市とパートナーとの間でネーミングライツに関する協定を締結します。

なお、協定を締結したパートナーは、次回の協定の際に優先的に交渉することができます。その際、応募時の提出書類に準じた資料の提出を求めることがあります。

8 協定の解除

(1) 協定の解除

協定締結後、市は次に該当する場合、協定を解除できることとします。

- ① パートナーが応募資格を喪失又は喪失することが明らかになった場合
- ② パートナーの信用失墜行為等に伴い、市又は施設のイメージが損なわれる恐れが生じた場合

(2) 費用負担

敷地内外の看板、標識等の表示の原状回復等、協定の解除に伴い発生する費用は、パートナーが負担することとします。

9 パートナーの公表及び愛称の普及

市は、パートナーの決定後、法人名、施設の愛称、ネーミングライツ料等について、マスコミ等に公表するとともに、ホームページや広告印刷物等において愛称を積極的に使用します。

10 法人等からの提案

法人等から、施設を特定して愛称、協定期間及びネーミングライツ料の提案があった場合は、この基本方針の主旨を勘案し、選定委員会において取扱いを協議することとします。

11 基本方針の施行時期等

この基本方針は、令和2年4月7日から施行します。

なお、本方針は、ネーミングライツの運用状況及びその他状況を考慮し、必要に応じて見直しをすることとします。