

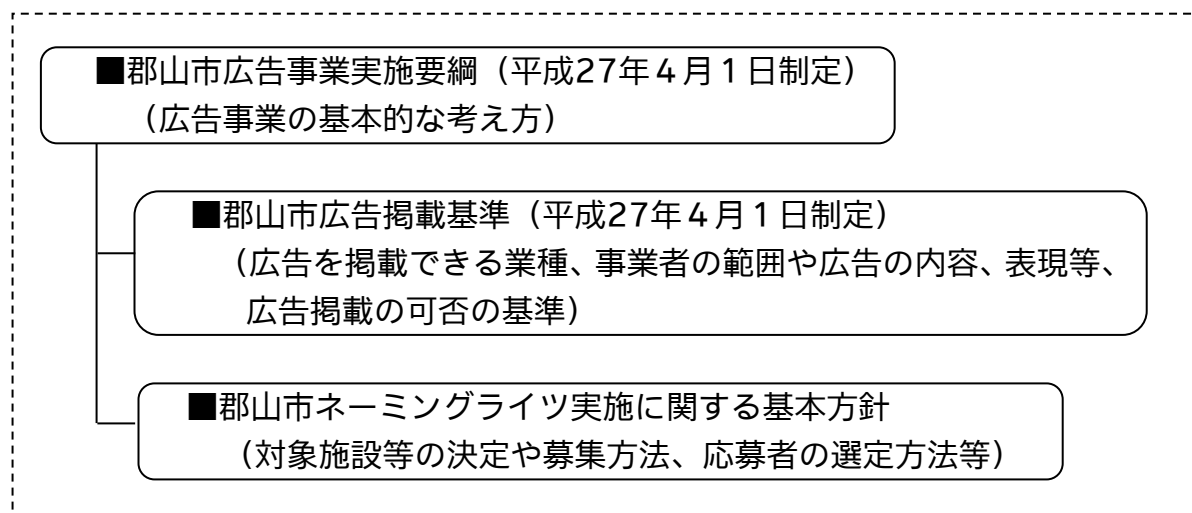
# 郡山市ネーミングライツ実施に関する基本方針

平成29年2月16日改正

郡山市

## 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、郡山市広告事業実施要綱（平成27年4月1日制定）（以下「実施要綱」という。）第19条「ネーミングライツ・スポンサーの募集」に基づき、ネーミングライツ事業を実施する施設・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、市と民間事業者等との契約により、対象施設等に使用する愛称の命名権をいい、ネーミングライツを取得した民間事業者等（以下「ネーミングライツ・スポンサー」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せず、議案などにおいて必要な場合は、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。

なお、ネーミングライツ事業に係る看板の設置及び表示変更は、郡山市屋外広告物条例第6条第2項に基づく公共広告物等とする（※）。

（※）表示面積が5㎡を超えるものは、あらかじめ市長に届け出なければならない。

また、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. 実施の目的

市が所有する施設を有効に活用することにより、新たな財源の確保と施設の知名度、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・スポンサーにとって

###### ○ 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を支援しているなどのイメージアップにつながる。

##### (2) 市民・市にとって

###### ○ 施設の設備充実、イベント等の実施のための財源確保につながる。

###### ○ 新たな財源を活用することにより、施設利用者・市民サービスの向上が期待できる。

#### 5. 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。

###### ○ 知名度が高く、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

###### ○ その他市長が認めるもの

※ 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の実施の可否は、公有資産活用調整会議及び庁議で協議して決定する。

##### (3) 市議会への報告

対象施設等が決定した場合等、市議会へ適宜報告を行う。

#### 6. 契約期間

---

契約期間は、原則5年以上とする。ただし、導入時においては3年以上とすることもできる。

#### 7. 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。

- 郡山市広告掲載基準（平成27年4月1日制定）第4条に該当する愛称は、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。

## （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。
- 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。

## 8. 応募資格

---

応募資格を有するものは、郡山市と関わりが深い法人とする。ただし、次の条件に該当するものを除くものとする。

- ① 郡山市広告掲載基準（平成27年4月1日制定）第3条に掲げる業種又は事業者
- ② 直近の決算が債務超過の法人
- ③ その他、ネーミングライツ・スポンサーとしてふさわしくないと市が判断したもの

## 9. 募集方法

---

### （1）ネーミングライツ・スポンサーの募集方法

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

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。

## 10. 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、実施要綱第5条で規定する郡山市広告事業審査委員会の委員で構成する審査委員会（以下「審査委員会」という。）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6条及び第7条によるものとする。

### （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。

- ・ネーミングライツ料（応募金額）

- ・ネーミングライツ料の支払いの確実性
- ・契約希望期間
- ・応募理由
- ・愛称の妥当性
- ・社会貢献等の実績及び今後の計画

(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 ネーミングライツ・スポンサー特典(※)に係る事項
- ④ その他必要事項

(※) なお、ネーミングライツ・スポンサー特典については、対象施設等の設置目的や関連法令等の規定を精査して慎重に付与する。

また、ネーミングライツ・スポンサーが施設の一部を展示コーナーとして使用する場合、行政財産使用許可申請の手続きを必要とする。

その場合、行政財産の目的外使用に係る使用料は免除する。(郡山市行政財産使用料条例第3条第4号)

(4) ネーミングライツ・スポンサーの決定

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・スポンサーとして決定する。

## 11. 契約

---

(1) 契約の締結

ネーミングライツ・スポンサーの決定後、市とネーミングライツ・スポンサーの間で契約を締結する。

(2) 契約の解除

ネーミングライツ・スポンサ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、ネーミングライツ・スポンサーが負担する。

(3) 契約期間の満了時の取扱い

市は、契約期間が満了する7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、ネーミングライツ・スポンサーに通知する。

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・スポンサーを優先交渉権者とする事ができる。

## 12. 費用負担

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	ネーミングライツ ・スポンサー
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	○	

## 13. 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、指定管理者がネーミングライツ・スポンサーを兼ねる場合を含めてすべて市の収入とする。

## 14. 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、市ウェブサイト及び広報こおりやま等を通じて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 ネーミングライツ・スポンサーの募集
- ③ 優先交渉権者の決定
- ④ 契約の締結
- ⑤ その他

## 15. その他

本方針は財務部公有資産マネジメント課が所管し、ネーミングライツ事業の運用状況及びその他の状況等により、必要に応じて見直すものとする。

### 【実施までの流れ】

