

ネーミングライツ導入ガイドライン



令和7年7月

さつま町

1 はじめに

本町では、超高齢社会の到来に伴う社会保障費の急激な増加や、少子化の影響による将来的な生産年齢人口の減少に伴う地方税の減収等多くの課題に直面しています。

また、公共施設等の大半が完成後30年を経過し、老朽化に伴う維持管理経費が増加するなど、厳しい財政状況が続くことが予想されることから、中長期的な視点と目標を持って、財政の健全化をはじめとする、効果的・効率的な行財政運営に努めることなどを目的として、令和2年3月に「第4次行政改革大綱及び第4次行政改革推進計画」を策定いたしました。

この計画の基本方針の一つに「持続可能な行財政運営に向けた改革」を掲げ、公共施設等への命名権付与制度（ネーミングライツ）を導入し、施設運営等に係る新たな財源の確保を図ることとしています。

また、近年、多くの自治体において広告などによる歳入確保策が実施されていますが、なかでも公共施設へのネーミングライツが広がっているところです。

そのため、本町においても、施設の管理・運営に充てる新たな財源の確保や、住民サービスの向上及び地域経済の活性化を図るため、本町が所有する施設にネーミングライツを導入することとしました。

このガイドラインは、本町のネーミングライツ導入に向けた基本的な考え方や方向性を示したものです。

2 ネーミングライツとは

(1) ネーミングライツの定義

ネーミングライツは、町と法人格を有する団体（以下「法人等」という。）との契約により、町の施設に法人名や商品名などの愛称を付ける権利を取得する制度です。

なお、ネーミングライツは、あくまで愛称を付けるものであり、条例に定めている施設の正式名称を変更するものではありませんので、議会議案など必要な場合は、正式名称を使用することとします。

また、愛称を付ける権利を得た法人等のことを、本町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

本町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 本町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 応募する法人等から、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、住民サービスの維持、向上に寄与することができます。
- ③ 法人等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。

3 ネーミングライツの類型

ネーミングライツの類型として、町が選定した施設等についてネーミングライツパートナーの募集を行う「募集型」と、ネーミングライツパートナーとなることを希望する企業等から、愛称やネーミングライツ料などを含めた提案の募集を行う「提案型」があります。

いずれの類型についても、募集要項の決定に係る事務は財政課及び施設所管課、募集に係る事務及び審査に係る事務は財政課、それ以外の事務は関係各課において事務を行うものとしま

す。

4 対象施設

本町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、町役場本庁・支所庁舎や学校、町営住宅のほか、施設の名称に歴史的な経緯があるものなど、施設の性格上、ネーミングライツの導入施設として適当でないと判断する施設は対象外とします。

5 導入手続きの流れ

募集型及び提案型の手続きの流れは、「20 ネーミングライツ導入手続きの流れ」のとおりです。

6 命名権料（ネーミングライツ料）について

(1) 希望金額

各施設のネーミングライツ料の希望金額は、対象となる施設の規模、利用者数、地理的条件、他自治体における類似事例等を参考に、広報効果を総合的に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町が得た対価は、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、本町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ただくことを基本とします。ただし、1年に満たない年度（初年度等）においては、月割りの額（1月に満たない場合は1月とし、この場合に千円未満の端数が生じたときは切り捨てた額とする。）を算出し、納付書に定める期限までに一括で納入するものとします。

また、感染症、自然災害及び改修工事など町が施設の利用を制限し、施設を閉鎖する場合があっても、ネーミングライツ料は原則、返還しないものとします。

7 契約期間

ネーミングライツの契約期間は、原則として3年以上とします。ただし、指定管理者制度導入施設やPFI事業導入（予定）施設については、指定管理期間や契約期間を考慮し、適切な期間を設定します。

8 応募資格

本町のネーミングライツパートナーとしてふさわしい資力と責任をもって安定的に実施することができる法人等とします。

ただし、以下のいずれかに該当する場合は、応募することが出来ません。

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) 政治活動及び宗教活動を行うものその他これに類するもの
- (2) 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）により規制を受ける業種その他これに類するもの
- (3) ギャンブルに係るもの
- (4) 貸金業の規制等に関する法律（昭和58年法律第32号）第2条に規定する貸金業に係るもの
- (5) 投資業又は商品先物取引業に係るもの
- (6) 法律に定めがない医療類似行為を行うもの
- (7) 会社更生法（平成14年法律第154号）第17条及び民事再生法（平成11年法律第225号）第21条の規定による更生・再生手続開始の申し立てがあるもの
- (8) 地方自治法施行令（昭和22年政令第16号）第167条の4の規定に該当しているもの
- (9) 本町から指名停止を受けているもの
- (10) 法人町民税等の租税公課を滞納しているもの（国税・県税を含む）
- (11) さつま町が行う契約からの暴力団排除対策要綱（平成27年さつま町告示第138号）に基づく入札参加除外措置を受けているもの
- (12) 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又は同条第6号に規定する暴力団員の統制下にある団体に該当するもの
- (13) その他町長が適当でないと認めるもの

9 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住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、町が希望する条件を各施設の募集要項に設定できることとします。
- (3) 住民や施設等利用者の混乱を避けるため、当分の間、正式名称を併記することがあります。
- (4) 使用することができない愛称

以下の愛称は使用することができません。

- ①人権侵害、各種差別又は名誉き損のおそれのあるもの
 - ②法律で禁止されている商品、無認可商品、粗悪品等の不適切な商品又はサービスを提供するもの
 - ③他をひぼう、中傷又は排斥するもの及び他と比較して優良であると表現しているもの
 - ④氏名、商標、著作物等を無断で使用したもの
 - ⑤非科学的なもの、迷信に類するもの及び人を惑わせたり、不安を与えたりするおそれのあるもの
 - ⑥世論が大きく分かれているもの
 - ⑦本町があたかも推奨していると思われる表現をしているもの
 - ⑧本町の業務に不利益を及ぼすおそれのあるもの
 - ⑨その他不適切であると認められるもの
- (5) 利用者の混乱を避けるため、契約期間内において、愛称の変更はしないものとします。
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、本町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。

10 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、さつま町ネーミングライツパートナー選定委員会設置要綱（令和 7 年 6 月 12 日訓令第 7 号）第 2 条に規定する審査を経て、他の応募者に優先して町が契約交渉を行う法人等（以下「優先交渉権者」という。）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、本町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。

11 審査項目及び審査ポイント

以下の視点で審査項目を定め、ネーミングライツパートナー選定委員会で審査します。

- (1) 愛称
当該施設にふさわしいか、住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
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) 法人等の経営状況
経営状況の健全性など
- (6) 地域や社会への貢献度
地域や社会への貢献の実績があるか、本町に本店や支店を有しているかなど
- (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るものとします。

12 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、協議が整った場合には本町は契約を締結します。

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。

13 費用負担

本町とネーミングライツパートナーの費用負担は、次表のとおりとします。

なお、ネーミングライツパートナーが負担する費用は、ネーミングライツ料の他に別途負担する必要があります。

区分	町	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（※ 1）		○
契約期間終了後の原状回復		○
町作成のパンフレット、封筒等の印刷物 や町ホームページの表示変更（※ 2）	○	

※1 敷地外や新規の看板設置等は、本町や関係機関と協議の上、可能な表示について行います。なお、屋外への看板設置については、鹿児島県屋外広告物条例(昭和39年鹿児島県条例第83号)などの関係法令を遵守していただきます。

※2 印刷物については、すべての表示の変更を確約するものではありません。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。

14 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伴い、当該施設のイメージが損なわれるおそれが生じた場合その他の事情等により、当該施設の愛称の維持が困難な場合には、本町は契約満了を待たず契約を解除できることとします。

その場合には、既納のネーミングライツ料は返還しないものとします。

既に看板等の設置を済ませている場合や施設表示等を変更していた場合には、速やかに原状回復を図るとともに、その原状回復に係る費用は、ネーミングライツパートナーの負担とします。

15 契約の更新

本町は契約期間満了までに、当該施設に係るネーミングライツの継続実施を判断します。

なお、愛称の変更による住民の混乱を避けるため、当該ネーミングライツパートナーは、次回期間の契約について、優先的に交渉できることとします。

16 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、本町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。

17 秘密の保持

法人等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。

18 指定管理者制度等導入施設に係る留意点

導入対象施設等が指定管理者制度等導入施設の場合は、指定管理者制度等の趣旨を鑑みながら、管理運営受託団体の不利益とならないよう、次の点に留意することとします。

(1) 導入対象施設等の決定

導入対象施設等が指定管理者制度等導入施設の場合、町は、ネーミングライツの導入に関して管理運営受託団体から意見や要望などを聴取したうえ、導入の可否を決定することとし

ます。

(2) 優先交渉権者への選定

導入対象施設等が指定管理者制度等導入施設の場合、町は、ネーミングライツの導入に関して管理運営受託団体と事前に協議を行い、応募の意思がある場合については、管理運営受託団体を優先交渉権者として決定できることとします。また、応募の意思がない場合、あるいは協議が整わなかった場合については、公募によりネーミングライツパートナーを募集することができることとします。

(3) 契約期間

現指定管理期間や現契約期間を考慮し、適切な契約期間の設定に配慮することとします。

(4) 費用負担

現管理運営受託団体がネーミングライツパートナーを兼ねる場合については、ネーミングライツ料は、指定管理にかかる管理経費とみなさないこととします。また、現管理運営受託団体とネーミングライツパートナーが異なる場合で、第 13 (P4) の表以外に、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負担については、ネーミングライツパートナー、現管理運営受託団体及び町の 3 者の協議により決定することとします。

(5) その他

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、管理運営受託団体及び町の 3 者は、ネーミングライツ導入の目的を達成するために、相互に協力し良好な関係を保持するよう努めることとします。

19 その他

このガイドラインは、運用状況及びその他の状況などに応じ、適宜見直しを行うこととし、また、ネーミングライツに関することで、本ガイドライン以外に必要な事項は、別に定めることとします。

20 ネーミングライツ導入手続の流れ

