

松本市ネーミングライツ導入ガイドライン（抜粋版）

令和4年6月

改正 令和5年12月

松本市財政部契約管財課

1 趣旨

このガイドラインは、市が所有する施設又は市が行う事業（以下「施設等」という。）の命名権（以下「ネーミングライツ」という。）の適切な導入を図るため、対象施設や募集方式、選定方法等についてまとめたものです。

2 ネーミングライツ導入の目的

- (1) 協定の相手方となった命名権者（ネーミングライツ・パートナー。以下「パートナー」という。）に対する企業PRの機会並びに地域活動及び社会貢献の場の提供
- (2) 施設の維持管理やイベント等における一定の財源確保
- (3) 企業のノウハウを取り入れることによる市民サービスの向上

3 ネーミングライツの概要

- (1) ネーミングライツは、市とパートナーの協定により、施設等の名称に企業名、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。）を得て、施設等の管理運営に役立てるものです。
- (2) ネーミングライツ料については、原則として当該施設等の維持管理や運営に充てます。
- (3) ネーミングライツ導入後、市は、愛称を積極的に使用しますが、条例等で定める施設の正式名称は変更しません。
- (4) パートナーの募集は公募とし、「特定型」と「提案型」の2つの方式により実施することとします。

4 導入対象施設等

- (1) 文化施設、スポーツ施設、公園などの市が所有する施設及び市が実施するイベントなどの事業を想定しています。
- (2) 次に該当する施設は対象外とします。
 - ア 市庁舎・地域づくりセンター・公民館・福祉ひろば・小中学校・幼稚園・保育園・病院・診療所
 - イ 史跡・文化財等
 - ウ 施設等の管理状況や名称の設定に特段の経緯があるもの
 - エ 企業名や商品名等を冠した愛称を付すことで支障を来すおそれがあるもの
- (3) 対象施設が指定管理者制度を既に導入している場合は、あらかじめ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することとします。

5 ネーミングライツ料の取扱いについて

(1) ネーミングライツ料の充当先

ネーミングライツ料は、原則として特定財源とし、その施設の経常的な費用に充てるものとします。

(2) 技術提供や原材料提供について

提案型については維持管理に係る資材の提供や清掃などのサービスの提供の場合も、金額に換算してネーミングライツ料に含めるものとします。提供内容については、応募時に提案いただきます。

6 募集方法

(1) 特定型

市が対象となる施設等を選定し、公募を実施するものです。公募にあたっては、広報まつもとや市のホームページ等に掲載するほか、報道機関への情報提供を行います。

募集要項には、次の事項を記載するものとします。

ア 目的

イ 対象施設の概要

ウ 付与する権利の内容及び愛称の条件（愛称の一部には「〇〇〇〇」の字句を用いること、等）

エ 希望金額

オ 希望期間

カ 募集期間

キ 全体スケジュール

ク 応募資格

ケ 提出書類

コ 応募方法

サ 選定方法

シ 費用負担

ス 協定の解除

セ 留意事項

ソ 問い合わせ先

7 募集の条件

市は次の条件でパートナーを公募します。

(1) 協定期間

ア 文化施設、スポーツ施設、公園などの市有施設

原則3年以上とし、施設の規模や特性に応じて決定します。

イ 市が実施するイベントなどの事業

協定締結日から一連の事業が終了する日までとします。イベントなどについては1回ごとの協定も可能とします。

ウ 指定管理者制度導入施設については、指定管理期間を考慮し、適切な期間を設定します。

(2) ネーミングライツ料

ネーミングライツ料は、対象施設の維持管理費、事業等の必要経費や利用者数、広告価値等を参考に、他自治体における類似事例なども考慮し、施設ごとにネーミングライツ料（対価）を算定します。

(3) 応募資格

応募資格を有する者は、以下の条件のいずれにも該当しない個人、法人及びその他団体とします。

ア 法令等に違反しているもの

イ 市税を滞納しているもの

ウ 市から入札参加資格の指名停止を受けているもの

エ 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もの

オ 政治性又は宗教性のある事業を行うもの

カ 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）で、風俗営業と規定されるもの

キ 代表者等（役員及び経営に事実上参加している者）が、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）に規定する暴力団の構成員等であるもの

ク 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もの

(4) 愛称の条件

ア 施設の設置目的や性格にふさわしく、親しみ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。

イ 次のいずれかに該当するものは、愛称の対象としないこととします。

(ア) 公序良俗に反するもの又はそのおそれのあるもの

(イ) 人権侵害となるもの又はそのおそれのあるもの

(ウ) 第三者の商標権・著作権等の侵害となるもの又はそのおそれのあるもの

(エ) 政治性又は宗教性のあるもの

(オ) 社会問題その他についての主義又は主張に当たるもの

(カ) 市政運営に支障を及ぼし又は市の信用又は品位を害するおそれのあるもの

(キ) 個人名を冠したもの

(ク) その他愛称として使用することが適当でないと市長が認めるもの

ウ 混乱を避けるため、協定期間内における愛称の変更はしません。

エ ネーミングライツは愛称であるため、条例等で定める施設名は変更しません。

オ 愛称が定着するまでの期間（おおむね1年程度）は、正式名称を併記する場合があります。

(5) 費用負担

市とパートナーの費用負担は、次によるものとします。なお、当該費用については、ネーミングライツ料とは別に負担いただきます。

区 分	市	パートナー
敷地内外の施設看板や道路標識等の表示変更(※1)		○
協定期間終了後の原状回復		○

市が発行する印刷物やホームページの表示変更(※2)	○	
---------------------------	---	--

※1 敷地外、道路標識等の表示変更は、市や各道路管理者（国、県）と協議の上、変更可能なものについて行います。また、表示変更にあたっては、松本市屋外広告物条例（令和3年条例第12号）等の関係法令を遵守し、内容等について担当課と調整していただきます。

※2 印刷物やホームページの表示変更は、協定締結後に作成する分からとします。

8 募集期間

- (1) 特定型 原則として30日間以上の募集期間を設定します。

9 応募者の提出書類

応募者の提出書類は、その都度募集要項に記載します。基本的には以下のとおりとします。

- (1) ネーミングライツ・パートナー申込書（様式第3号）
- (2) 地域貢献等に対する支援実績等（様式第4号）
- (3) 提出時チェック表（様式第5号）
- (4) 会社概要 ※法人のみ
- (5) 直近3事業年度分の決算報告書（貸借対照表、損益計算書等）及び事業報告書（申請者が個人の場合は、所得証明書）
- (6) 法人の登記事項証明書又は住民票の写し
- (7) 松本市税関係情報の閲覧等に関する同意書（※松本市に納税義務がある場合のみ）及び法人の場合直近1事業年度分の納税証明書（法人税・消費税及び地方消費税）
- (8) 愛称に商品名等を使用する場合、当該商品等の概要の分かるもの
- (9) その他施設の所管部局で必要と認めるもの

10 選定方法

(1) 選定委員会の設置

特定型における応募内容の審査及び提案型における提案内容の審査を行うため、松本市ネーミングライツ選定委員会（以下「選定委員会」という。）を設置します。

選定委員会は、特定型の公募前に、当該施設等へのネーミングライツの導入の可否及び募集要項の決定についても協議します。

(2) 審査項目及び審査のポイント

選定委員会は、次の視点及び配点で審査することとします。審査項目及び配点は、対象施設を所管する部局の判断で案件ごとに調整可能とします。

（審査項目及び配点の例）

審査項目	審査のポイント	配点
応募の趣旨	・ ネーミングライツ応募の趣旨・目的	10
愛称案	・ 市民にとっての親しみやすさ、わかりやすさ等 ・ 施設の設置目的やイメージとの整合	20
ネーミングライツ料	・ 応募金額の妥当性	40

協定期間	・協定期間の妥当性	10
経営の安定性	・財務状況から見た経営の安定性 ・ネーミングライツ料の支払い能力	10
地域貢献等	・地域貢献や文化・スポーツ振興等に対する理念 ・活動実績及び今後の計画	10
計		100

(3) 具体的な審査方法

ネーミングライツ審査方法（特定型）・・・別紙1のとおり

(4) 優先交渉者の決定

選定委員会の審査後、市長決裁にて、優先交渉者又は提案の採否を決定します。

11 審査結果の通知及び協定の締結

審査結果は、すべての応募者・提案者にネーミングライツ・パートナー採用（不採用）決定通知書（様式第6号）により通知します。

その後、優先交渉者又は提案者と協定に向けた細部の協議・調整を行い、合意に至った時点で協定を締結します。

12 公表

協定の締結後、広報まつもと及び市のホームページを通じてパートナーの名称、施設等の愛称、協定金額、協定期間等について公表します。合わせて、選定委員会での採点結果を、パートナー以外の応募者を匿名とした上で公表します。

13 愛称の使用

愛称については、市が積極的に使用するとともに、関係機関へ周知し、使用を促します。特に地図など新たに当該施設に係る印刷物を発行するときには、必ず愛称を使い、積極的に定着を図ります。

14 協定の解除

(1) 市の解除権

パートナーが市の指定する期日までにネーミングライツ料を納入しないとき又はパートナーの社会的又は経済的信用が著しく失墜する事由が発生したときは、市は、協定満了を待たず協定を解除できることとします。

(2) 協定を解除したときは、ネーミングライツ協定解除通知書（様式第7号）によりパートナーに通知します。

(3) 解除に伴う費用負担

上記の協定の解除に伴い必要となる看板撤去、標識等の原状回復等の費用についても、パートナー側の負担とします。

(4) 協定満了前であっても、すでに納付されたネーミングライツ料は返還しません。

15 協定期間の満了

(1) 継続の判断

市は、協定期間の満了までに、当該施設について、ネーミングライツの継続実施を判断します。

(2) 優先交渉権

愛称が頻繁に変更となることを避けるため、ネーミングライツの協定更新施設については、現行のパートナーが優先的に交渉することができるものとします。

(3) 継続の審査

優先交渉権がある場合も、選定委員会における審査は実施します。

別紙 1

ネーミングライツ審査方法（特定型）

1 審査方法について

- ア ガイドラインの「応募資格」・「愛称の条件」を満たしているか判断します。
- イ 選定委員会の各委員が「2採点方法について」に従い、応募者に点数付けを行い、その内容及び結果を参考に、市長決裁により優先交渉先を決定します。
- ウ 応募者が1者の場合でも、選定委員会においてパートナーとしてふさわしいか否かについて審査します。
- エ 選定委員会では、原則として、総合得点が高い応募者を優先交渉候補者としませんが、各審査項目において、著しく低い評価点がある場合や、総合点数が40点に満たない場合は、候補者として選定しない場合があります。

2 採点方法について

- (1) 各委員は、A～Eの5段階で評価し、各項目の配点に、評価に応じた係数を乗じて評価点を算出します。

評価	判定	配点に乗じる係数
A	非常に優れている	1.0
B	優れている	0.8
C	標準	0.6
D	やや劣る	0.4
E	劣る	0.2

- (2) 応募金額（ネーミングライツ料）の審査は、応募金額と希望金額又は最高応募金額との比率で評価点を算出します（小数点以下第2位四捨五入）。

・ 応募金額の評価点＝配点×（応募金額／希望金額又は最高応募金額）

区分	応募金額	計算式	評価点
A社	3,000万円	40点×（3,000万円／3,000万円）	40点
B社	2,000万円	40点×（2,000万円／3,000万円）	26.7点
C社	1,000万円	40点×（1,000万円／3,000万円）	13.3点

- (3) 各評価項目について、各委員の評価点の平均値を算出します（小数点以下第2位四捨五入）。その平均値の合計を総合点数とします。

【算出例】

審査項目	配点	委員A	委員B	委員C	平均値
応募の趣旨	10	A=10	B=8	B=8	8.7
愛称案	20	B=16	B=16	A=20	17.3
ネーミングライツ料	40	40	40	40	40.0
協定期間	10	C=6	C=6	C=6	6.0
経営の安定性	10	C=6	B=8	C=6	6.7
地域貢献等	10	B=8	A=10	B=8	8.7
合計	100				87.4

A社の総合得点