国東市ネーミングライツ導入に関するガイドライン

令和８年６月　制定
国東市政策企画課

1. 総論

(1)　策定の目的

市は、市有財産の有効活用および新たな自主財源の確保を図るため、ネーミングライツ（施設命名権）を推進する。本ガイドラインは、当該制度の導入および運用に関し、必要な事項を定めるものである。

(2)　定義および概要

本制度におけるネーミングライツとは、市が所有する公共施設等に法人名や商品名などの『通称』を付与する権利を民間事業者等に与え、その対価としてネーミングライツ料を徴収する仕組みを指す。

なお、本ガイドラインにおいて、通称を付与する権利を得た民間事業者等を「ネーミングライツパートナー」という。

(3)　導入の効果

市は、ネーミングライツパートナーより得たネーミングライツ料（金銭、役務の提供または物品等の提供を含む。以下同じ。）を、原則として当該施設の整備費または維持管理費に活用するものとする。これにより、以下の効果を期待する。

ア　ネーミングライツパートナーの利益

・通称への企業名等の付与による広告宣伝効果

・ネーミングライツ料の活用、施設への協働活動を通じた社会的責任（CSR）の遂行および市民サービスの向上への寄与

イ　市および市民の利益

・市有財産の有効活用による自主財源の確保

・施設の認知度向上および地域イメージの活性化

・施設の利用促進による持続可能な運営体制の構築

(4) 通称使用の基本的条件

ア　通称の付与と正式名称の区分

公共施設等の名称に、民間事業者等の法人名や商品名等を冠した通称を付与することができる。なお、通称は条例等で定める正式名称とは異なる呼称として取り扱い、法的手続きや議案等、施設を特定し正式名称を使用すべき場面においては原則として正式名称を用いるものとする。

イ　公的品位の保持

通称は、施設の公共性及び品位を損なわないものとし、法令に反するものや、公序良俗に反するものは認めないものとする。

ウ　第三者の権利保護

通称（ロゴマーク等を含む）は、第三者の商標権、著作権等の知的財産権を侵害しないものとし、これらに起因するトラブルについては、原則としてネーミングライツパートナーが負うものとする。

エ　通称使用の権利及び帰属

決定した通称の無償使用権は市に帰属するものとし、契約期間中の通称変更や第三者への譲渡・貸与は、市が特に認めた場合を除き行えないものとする。

オ　施設の円滑な運営

通称が、施設の管理運営や指定管理者の業務と競合・抵触せず、利用者や市民に混乱を招くおそれのないものとする。

カ　詳細条件の個別設定

通称の表記、使用上の制限（掲示物の仕様・管理、利用の範囲等）、広告規制（表示内容、表現、法令適合等）等の具体的な条件については、個別のネーミングライツ契約において定めるものとする。

2. 対象施設

(1) 対象施設の選定基準

対象施設は、文化施設、社会教育施設、スポーツレクリエーション施設、公園など不特定多数の市民が利用する公共施設又はその一部並びに施設等の付属設備等とする。ただし、次に該当する場合は、対象外とする。

ア　名称に歴史的経緯があるもの、または市民公募等により通称が定着しており、変更が困難なもの

例）名称に歴史的な経緯のあるもの、市民公簿により通称を設定しているもの、寄贈資料等が多く、寄贈者等への配慮を必要とするもの

イ　施設の設置目的および公共性を阻害する恐れがあるもの

例）行政の事務や事業を行うための施設

ウ　施設の廃止や大規模な見直しが検討されているもの

例）近い将来に維持管理方法や廃止等の検討が見込まれるもの

エ　広告効果が見込まれないもの

例）利用者が特定されている施設等

オ　その他、権利者との合意が得られない等、導入が不適当と認められるもの

例）施設や土地の権利者から同意が得られないもの、周辺住民の特段の理解が必要と思われるもの

(2)　導入における留意事項

ア　本制度導入後は、市及びネーミングライツパートナーは、導入目的の達成に向け相互に連携・協力するものとする。また、市民および関係者の理解を得るため、適切なコミュニケーションを図り、合意形成に努めるものとする。

イ　市民等への影響が大きい施設等については、事前に市民等への説明会を行うこととする。

ウ　導入検討の手続きにおいては、進捗状況に応じて適切な方法により議会への報告を行うものとする。

エ　指定管理者制度導入施設において本制度を導入する場合は、あらかじめ指定管理者と十分に協議し、その利益を不当に侵害しないよう努めるものとする。導入の可否については、当該協議の内容を踏まえて決定し、必要に応じて管理協定の変更等を行い、権利義務関係を明確にするものとする。

オ　利用料金制を導入している施設については、ネーミングライツパートナーの不祥事等により施設のブランドイメージが低下し、利用料金収入に悪影響を及ぼす可能性があることに十分留意し、リスク対策を講じることとする。

3. 導入手続き

(1) 導入方法

ネーミングライツの導入は、次の２つの方法により行うものとする。

ア　施設特定型：市が対象施設を特定し、ネーミングライツパートナーを公募する方法。

イ　提案型：民間事業者等が対象施設を選定し、市へ導入を提案する方法。

(2)　導入条件

通称は民間事業者等からの提案により決定するものとする。市は、民間事業者等が自由かつ創造的な提案を行えるよう導入条件を必要最低限に設定する。ただし、施設等の運営に支障をきたすことがないよう、募集要項において掲示物の仕様等あらかじめ配慮すべき事項を明示するとともに、施設の公共性や品位を損なうことのないよう適切な基準を設けるものとする。

(3)　ネーミングライツ料の決定

ネーミングライツ料は、対象となる施設等の規模、利用者数、地理的要件等の諸条件を勘案し、その広告価値に基づき、施設ごとに最低金額を設定する。施設所管課等は、算出根拠及び最低金額の妥当性について財政課と協議の上、導入条件を決定する。なお、ネーミングライツ料は、金銭による納付のほか、契約に基づき、金額換算可能な役務の提供又は物品等の提供とすることも可能とする。

(4) 導入の流れ

ア　施設特定型

① 施設所管課等による対象施設の選定
② 市民等への説明会等（必要に応じて）
③ 導入条件の決定・募集要項の作成
④ ネーミングライツパートナーの募集
⑤ 庁内検討会議による応募内容選考審査

⑥ 優先交渉権者の決定
⑦ 関係者及び市民等への報告・周知
⑧ 審査委員会による導入に関する審査
⑨ ネーミングライツパートナーの決定及び契約締結
⑩ 市民等への周知
⑪ 通称の使用開始

イ　提案型
① 民間事業者等からの申出
② 提案書の受付
③ 施設所管課等による導入可能性の検討
④ 審査
⑤ 導入決定
⑥ 施設特定型②～⑪

4. ネーミングライツパートナーの募集・審査

(1)　応募資格

本制度への応募又は提案が可能な者は､原則として法人格を有する団体とする。ただし、法人格を有しない団体であっても、本市のネーミングライツパートナーとしてふさわしい資力および責任を有し、当該契約を安定的に履行できると認められる法人格を有する団体で構成される「共同体」については、この限りではない。

また、指定管理者制度導入施設において、指定管理者との事業競合等により施設の管理運営に支障をきたすおそれがある場合、または施設の性格等に鑑み市が特に必要と認める場合には、募集要項において応募資格を制限するものとする。

次のいずれかに該当する者は、応募することはできない。

ア　地方自治法施行令（昭和２２年政令第１６号）第１６７条の４第１項に規定する者

イ　暴力団員による不当な行為の防止等に関する法律第２条第２号に規定する暴力団、同条第６号に規定する暴力団員及び同号に規定する暴力団員でなくなった日から５年を経過しない者（以下「暴力団員等」という。)、暴力団員等と密接な関係を有する者、これらの者のいずれかが役員等となっている法人その他の団体に該当する者

ウ　法人市民税等の租税公課を滞納している者

エ　会社更生法(平成 14 年法律第 154 号)第 17 条又は民事再生法(平成 11 年法律第 225 号)第 21 条の規定による更生又は再生手続きをしている法人(ただし、更生計画又は再生計画が裁判所に承認された場合は除く。)

オ　公序良俗に反する事業を行う者

カ　政治性又は宗教性のある事業を行う者

キ　その他、本市のネーミングライツパートナーとして不適当と認められる者

(2) 募集等

施設特定型の場合は、公募型プロポーザル方式により優先交渉権を与えるものとし、募集要項の公表日から応募書類の提出期限までの期間は、原則として 30 日以上とする。

提案型の場合は、対象となりうる施設かどうかや通称の条件などの確認が必要なため、提案書の提出前に必ず事前相談を行うこと。

(3) 選定方法

選定にあたっては、審査委員会を設置し、契約料の額のみならず、通称の親和性、地域貢献の内容、経営の安定性等を総合的に評価するものとする。

(4) 応募書類

応募書類は、以下のとおりとし、詳細について、各募集要項等による。

① 国東市ネーミングライツ提案書、申込書（各募集要項による）
② 会社概要及び直近２か年の決算報告書
③ 印鑑証明書（法人代表者印）
④ 登記事項証明書（商業登記簿謄本等）
⑤ 市税完納証明書（国東市に事務所を有する場合のみ）
⑥ 国東市暴力団排除条例に基づく暴力団等でない旨の宣誓書
⑦ 施設の魅力向上に関する提案のうち金額換算できるものについて見積書等
⑧ 地域活動や社会貢献等の実績及び今後の計画
⑨ 通称に商品名を使用する場合、当該商品等の概要がわかるもの

添付書類について、審査等の段階で市が必要と判断した場合は、必要書類の追加提出を求めることができる。なお、応募内容の公表は、市民等への報告等の目的に限定し、優先交渉権者及びその提案内容のみとする。

5. 契約および運用

(1)　契約期間

契約期間は、通称の浸透による広告効果の最大化及び施設利用者の利便性確保の観点から原則として 3 年以上とする。契約期間中における通称の変更は、社名変更等やむを得ない事由を除き認めない。ただし、指定管理者制度導入施設については、指定期間を考慮し、適切な契約期間を設定すること。

なお、契約期間満了後は、施設特定型、提案型とも、再度、公募型プロポーザル方式によりネーミングライツパートナーの決定を行うものとする。

(2)　契約の解除および原状回復

ネーミングライツパートナーが応募資格を欠くに至った場合、または施設イメージを著しく損なう行為があった場合は、契約を解除できるものとする。その際、

原状回復費用はネーミングライツパートナーの負担とする。ただし、市の責めに帰すべき事由により契約を解除する場合は、市が費用を負担するものとする。

(3) ネーミングライツ料の返還

すでに納付された契約料等については、原則、還付しない。ただし、市の責めに帰す事由により契約の解除に至る場合には、契約期間の残期間に相当するネーミングライツ料を返還する。

役務又は物品等の提供を受けている場合の取り扱いは、契約において別に定めることとする。

(4) 表示変更に係る費用

施設等の内外に通称を表示する看板や案内、道路標識等（以下、「サイン等」という。）の表示変更、およびこれに伴う原状回復費用は、原則としてネーミングライツパートナーの負担とする。ただし、市が発行する公式文書や広報媒体等の修正費用については、協議の上で市が負担できるものとする。（募集要項に条件を設定し、協議により決定する。）この場合、発行済みの文書やパンフレットの変更は行わない。

なお、対象施設に付与された通称を表示する際は、市民の利用における混乱を防止するため、市の指示に従い、当面の間、正式名称を併記しなければならない。

(5) 結果の公表

市は、契約締結後、ネーミングライツパートナー名、通称、契約期間および事業の目的や地域貢献の内容等を速やかに公表し、市民への周知を図るものとする。