

さいたま市ネーミングライツ導入ガイドライン

令和 7 年 1 月
行財政改革推進部

目次

1 総論

- (1) ガイドライン策定の目的・・・・・・・・・・・・・・・・・・1
- (2) ネーミングライツの概要・・・・・・・・・・・・・・・・・・1
- (3) ネーミングライツ導入の効果・・・・・・・・・・・・・・・・1

2 導入施設の検討について

- (1) 導入対象施設の考え方・・・・・・・・・・・・・・・・・・2
- (2) 導入にあたっての留意事項・・・・・・・・・・・・・・・・2

3 ネーミングライツパートナーの募集について

- (1) 募集方法・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・4
- (2) 募集までの流れ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・4
- (3) 募集条件・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・6

4 優先交渉権者の選定について

- (1) ネーミングライツ審査委員会・・・・・・・・・・・・・・9
- (2) 選定基準・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・9

5 契約の締結について

- (1) ネーミングライツパートナー契約の締結・・・・・・・・10
- (2) 市民や関係者への周知・・・・・・・・・・・・・・・・・・10
- (3) 契約解除について・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・10
- (4) 契約料等の返還・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・10
- (5) 費用負担・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・10

6 契約期間満了後の取扱について

- (1) 契約の更新・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・12
- (2) 次期募集方法・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・12

1 総論

(1) ガイドライン策定の目的

市では、施設の更なる魅力の向上や自主財源の確保を目的に、ネーミングライツを推進しています。

本ガイドラインは、ネーミングライツの推進及び適切な導入を図るため、導入の検討から契約締結までの基本的な考え方や手続などを示すものです。

また、本ガイドラインを対外的に公表することにより、民間事業者等の参入機運の醸成を図ります。

(2) ネーミングライツの概要

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、施設に法人名や商品名などを「愛称」として付与する代わりに、民間事業者等からその対価等を得ることができるものです。

ネーミングライツは、あくまで施設に愛称を付与するものであり、条例で定められている正式名称を変更するものではありませんので、議案提出時など必要な場合は、正式名称を使用することとします。

なお、愛称を付与する権利を得た民間事業者等のことを、本ガイドラインでは「ネーミングライツパートナー」と呼びます。

また、ネーミングライツに係る看板等の設置及び表示変更は、市が公共的な目的で掲出するものとみなし、さいたま市屋外広告条例(平成15年4月1日施行)第7条第1項第3号にもとづく公共広告物等とします。

(3) ネーミングライツ導入の効果

ネーミングライツを導入することにより、以下の効果が期待できます。

ア 市有資産を有効活用し、ネーミングライツ収入による自主財源を確保することができます。

イ 民間事業者等からの施設の魅力向上につながる提案により、市民サービスの向上に寄与することができます。

ウ 民間事業者等の新たな広告媒体として施設等が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。

2 導入施設の検討について

(1) 導入対象施設の考え方

ネーミングライツの導入を検討する施設として、レクリエーション施設、コミュニティ施設、スポーツ施設、市民文化施設、保健衛生施設、環境施設、産業振興施設、交通施設、社会教育施設、道路、公園、緑地などの公共的な施設を想定しています。

なお、検討を進める上で以下の項目に該当し、愛称を付与することが適当でないと判断するものは、対象外とします。

・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与することが適当でないもの

名称に歴史的な経緯があるもの、市民公募により愛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

・施設の設置目的等を阻害するおそれがあるもの

市役所・区役所など

・今後、施設のあり方の見直し等が見込まれるもの

廃止、維持管理方法等の検討が見込まれるもの

・広告効果が見込めないもの

利用者が特定されるもの

・施設の個別事情により導入対象外とすることが望ましいもの

施設及び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なものの、国の指定文化財等に指定されているもの など

(2) 導入にあたっての留意事項

ア 指定管理者制度導入施設への対応

対象施設が指定管理者制度を導入している場合は、指定管理者の不利益とならないよう、指定管理者から意見や要望などを十分に聴取した上で、導入の可否を決定します。

なお、導入に当たっては、指定管理期間を考慮し、適切な期間を設定するとともに、指定管理者とあわせて公募を行うことを検討します。

また、利用料金制を導入している施設においては、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た場合、利用料金収入に影響する場合があります。ことに留意する必要があります。

イ 市民・関係者等の理解

ネーミングライツの導入を検討する段階から、市民・関係者等とのコミュニケーションを図り、合意形成に努めることが重要です。

実際にネーミングライツ導入を試みた自治体の中には、十分な事前説明が行われず、結果的に住民からの強い反対により、ネーミングライツ導入を見送ったケースがあります。

特に、地域に根付いた施設の名称変更は、地元住民のアイデンティティや歴史的背景に深く関わる問題となってくることから、施設ごとに慎重な検討が必要となります。

ウ 民間事業者等との対話

ネーミングライツの公募条件(期間、価格等)の設定に当たっては、民間事業者等との対話を通じて、民間事業者等の需要を確認した上で検討を進める必要があります。

エ 議会への報告

導入の手続を進めるにあたっては、手続の進捗に応じ、適切な方法で議会へ報告する必要があります。

3 ネーミングライツパートナーの募集について

(1) 募集方法

ネーミングライツパートナーの募集は、次の2つの方式があります。

いずれの方式も、原則、公募型プロポーザル方式により募集します。

ア 特定募集型

市が特定した施設について、ネーミングライツパートナーの募集を行います。

イ 提案募集型

施設を特定せず、ネーミングライツパートナーとなることを希望する民間事業者等から提案を求めるもので、「さいたま市民間提案制度」によります。

(2) 募集までの流れ

導入までの事務は、施設所管局において行います。ここでは基本的な流れを示します。

提案募集型で、導入可否の検討を行った結果、導入の決定がなされた場合は、その後の手続は特定募集型と同様になります。

ア 特定募集型

(ア) 対象施設の選定

(イ) 公募条件の設定(事業概要、応募方法、選定方法、契約の締結方法など)

(ウ) 公募

(エ) 各局ネーミングライツ審査委員会での審査、優先交渉権者の選定

(オ) 優先交渉権者との協議

(カ) 基本合意書締結

(キ) 契約締結

(ク) 庁内及び利用者等への周知

(ケ) 看板、印刷物等の変更、愛称の使用開始

イ 提案募集型

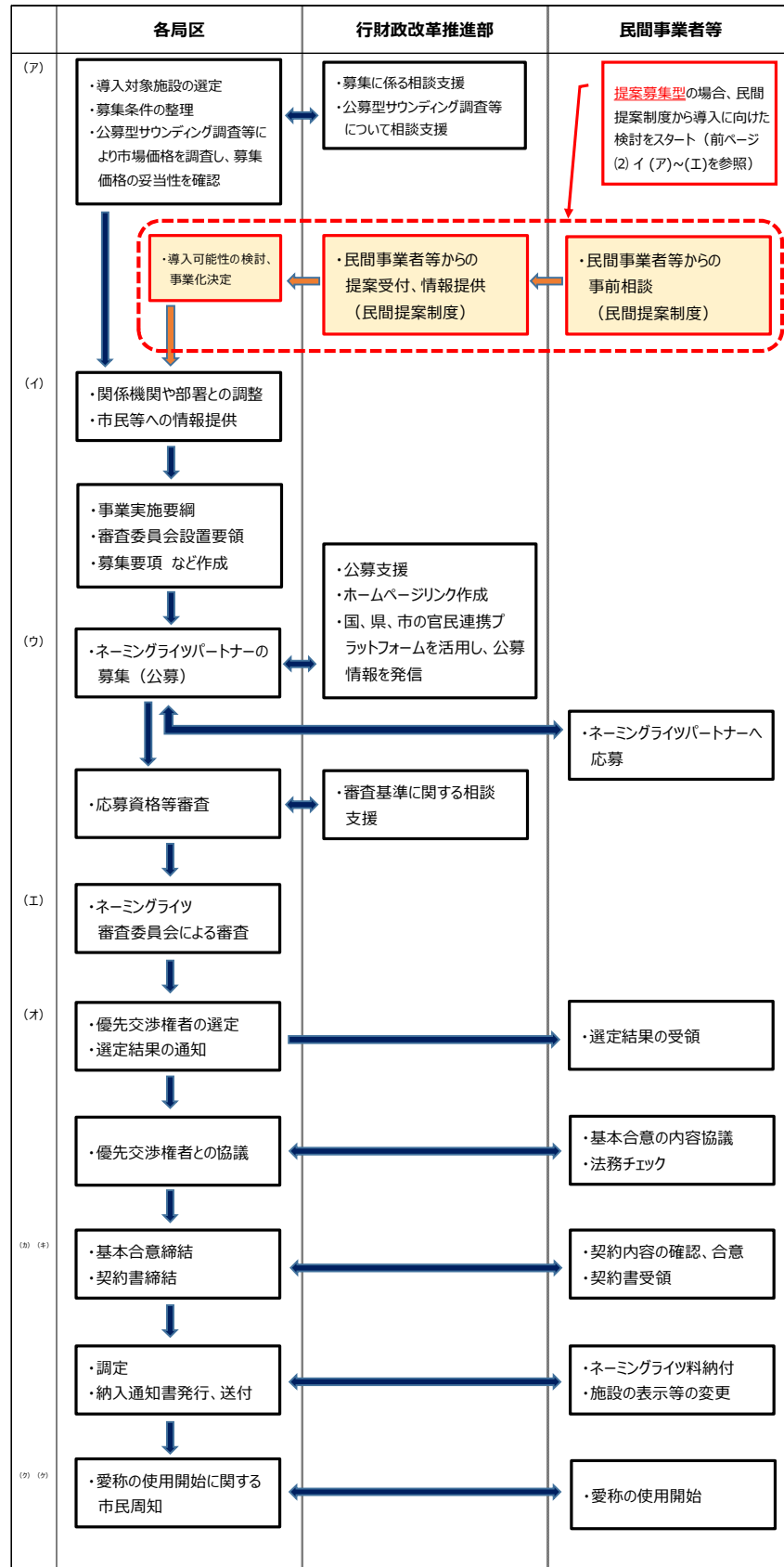
(ア) 提案書の受付(さいたま市民間提案制度)

(イ) 施設所管局による導入可能性の検討

(ウ) 導入の決定

(エ) ア特定募集型(イ)～(ケ)と同様

ネーミングライツ導入手続の事務フロー（特定募集型をベースに例示）



* 提案募集型については、赤破線囲み部分を参照

(3) 募集条件

ア 参加資格

応募できる民間事業者等は、ネーミングライツ事業の趣旨に賛同し、ネーミングライツパートナーとしてふさわしい資力と信用を備えた法人、その他の団体とします。

ただし、地方自治法施行令(昭和 22 年政令第 16 号)第 167 条の4の規定に該当するもの、及びさいたま市広告掲載基準(平成18年7月13日施行)第3条に定める以下のいずれかに該当する民間事業者等は応募できないこととします。

また、指定管理者制度導入施設で、指定管理者と競合する民間事業者等、施設の管理運営に支障をきたす可能性がある場合、または施設の性格等により応募対象を制限することが必要と判断される場合は、募集要項にてその旨を明示します。

(ア)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業種

(イ)風俗営業類似の業種

(ウ)消費者金融

(エ)債権の取立て、示談の引受け等に関する業種

(オ)ギャンブル(宝くじを除く)に関する業種

(カ)投機的商品に関する業種

(キ)たばこに関する業種

(ク)占い、運勢判断に関する業種

(ケ)私的な秘密事項の調査に関する業種

(コ)法律の定めのない医療類似行為を行う業種

(サ)暴力団員等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特殊結社団体等又はそれらの関連事業者

(シ)民事再生法(平成 11 年法律第 225 号)及び会社更生法(平成 14 年法律第 154 号)による再生・更生手続中の事業者

(ス)各種法令に違反している事業者

(セ)行政機関からの行政指導を受け、改善がなされていない事業者

(ソ)本市の市税を滞納している事業者

(タ)規制対象となっていない業種においても、社会問題を起こしている業種や事業者

(チ)特定商取引に関する法律(昭和 51 年法律第 57 号)で、連鎖販売取引と規定される業種

(ツ)法令等に基づく必要な許可等を受けることなく業を行うもの

(テ)不当景品類及び不当表示防止法(昭和 37 年法律第 134 号)に違反しているもの

(ト)インターネット異性紹介事業を利用して児童を誘引する行為の規制等に関する

法律(平成15年法律第83号)第2条第2号に規定するインターネット異性紹介事業に該当するもの

イ 名称の条件

ネーミングライツの愛称は、次の条件を付し、さいたま市広告掲載要綱(平成18年7月13日施行)第4条並びにさいたま市広告掲載基準第3条及び第4条を満たすものとし、す。

(ア) 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市民の理解が得られるものとし、す。

(イ) 施設の特性により、特定の地名等を含めるなど、各施設の募集要項に条件を定めることができます。

(ウ) 愛称が定着するまでの期間、正式名称を併記できるものとし、す。

(エ) 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。

- a 法令等に違反するもの又はそのおそれがあるもの
- b 公序良俗に反するもの又はそのおそれがあるもの
- c 人権侵害となるもの又はそのおそれがあるもの
- d 政治性又は宗教性のあるもの
- e 社会問題についての主義主張
- f 良好な景観又は風致を害するおそれがあるもの
- g 公衆に不快の念又は危害を与えるおそれがあるもの
- h 前各号に掲げるもののほか、広告掲載を行う広告として不適当であると認められるもの

(オ) 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、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、市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、す。

ウ ネーミングライツ料の設定

(ア) 最低募集価格

ネーミングライツ料の最低募集価格は、対象となる施設等の規模・利用者数・参加者数・地理的要件、他自治体における類似事例等により、広告効果を総合的に勘案し、施設ごとに設定し、す。

価格の設定に当たっては、公募型サウンディング調査等を行うことにより、市場性や価格の妥当性を検討し、す。

(イ) ネーミングライツ料の用途

ネーミングライツ料は、その施設の維持管理・運営に充てることを原則とします。

(ウ) ネーミングライツ料の支払い時期

ネーミングライツ料の支払い時期については、市とネーミングライツパートナーとで協議の上、決定します。

(エ) 金銭によらない対価

金銭による対価のほか、施設で活用可能な物品等の提供や施設の清掃、剪定、保守点検の実施等を対価とする提案も受け付けるものとします。

ただし、原則として、金銭によらない対価のみとすることはできないものとします。

また、施設の魅力向上や地域活性化に関する提案も受け付けるものとします。

エ ネーミングライツパートナー特典

ネーミングライツパートナーになることによるメリットを市が付与する場合は、導入する施設ごとに、施設の設置目的や施設の関連法令等の規定等を踏まえ、予め公募の際に明示するとともに、実際の運用に当たっては、市とネーミングライツパートナーが協議し適切に運用します。

ネーミングライツパートナーへの特典の例としては、以下に掲げるものがあります。

(ア) 標識類や施設看板等への愛称の標示

(イ) 施設パンフレット等の愛称記載

(ウ) 広報媒体やホームページ等による広報

(エ) 関係機関への愛称使用の周知、働きかけ

(オ) 施設の設置目的や関連法令等の範囲内で定めるもの(施設の利用、広告の掲出など)

オ リスク分担

市とネーミングライツパートナーとのリスク分担については、公募時に予め明示します。

なお、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、市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。

カ 秘密の保持

民間事業者等からの応募によって得られた情報については、ネーミングライツ導入に関する目的以外には使用しないこととします。

4 優先交渉権者の選定について

(1) ネーミングライツ審査委員会

ネーミングライツパートナーの選定のため、局ごとに設置するネーミングライツ審査委員会の審査を経て、優先交渉権者を選定します。

なお、著しく点数の低い審査項目がある場合など、市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。

(2) 選定基準

主に以下の視点で審査項目を定め、ネーミングライツ審査委員会で審査します。

ア 契約料(提案価格)

他団体の提案額との比較、希望価格との比較 など

イ ネーミングライツ事業の趣旨や目的との整合

ネーミングライツ事業の趣旨や市が求める目的との整合 など

ウ 民間事業者等の経営状況

経営状況の健全性、安定性 など

エ 名称案

施設にふさわしいか、市民に親しまれるものか、呼びやすく分かりやすいか など

オ 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。

カ 応募理由

応募理由が募集目的と合致し、かつ市民サービスの向上に寄与するものか など

キ 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、本市に本店や支店を有しているか など

ク 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ます。

※施設の魅力向上に関する提案例

施設の分類	民間事業者等の取組
競技場	イベント開催、チケットの障害者団体等への寄贈、ごみ清掃
体育館	植樹、花の植え込み
野球場	イベント開催
花畑	ベンチと案内看板の設置
公園	清掃活動、市民活動団体への支援

5 契約の締結について

(1) ネーミングライツパートナー契約の締結

市は優先交渉権者として選定した者と基本合意書を取り交わし、契約内容について協議を行った上で契約を締結します。

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。

(2) 市民や関係者への周知

ネーミングライツを推進していくため、以下の内容を公表し、記者発表や市ホームページ等を通じて、PRを行うよう努めます。

- ア ネーミングライツパートナー名
- イ 愛称
- ウ 契約料等
- エ 契約期間
- オ 応募理由や地域貢献等の内容

(3) 契約解除について

ネーミングライツパートナー決定後及び契約締結後に、応募資格要件を欠くことが判明した場合や、民間事業者等及びその団体員等の社会的信用を損なう行為により施設のイメージが損なわれる恐れがある場合など、ネーミングライツパートナーとして適当でないと認められる場合は、ネーミングライツパートナーの取消及び契約の解除ができるものとします。その場合、原状回復に必要な費用等は、民間事業者等が負担するものとします。

なお、市の事情や責による契約の内容に適合しない事由の発生により、ネーミングライツの維持が困難となり、契約を解除した場合についての原状回復に必要な費用は、市が負担するものとします。

(4) 契約料等の返還

既に納付された契約料等については、原則、返還しません。

ただし、ネーミングライツパートナーの責めに帰すことができない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契約料等を返還します。

(5) 費用負担

市とネーミングライツパートナーの費用負担は、次の表によるものとします。

なお、詳細については、募集要項に定めるほか、募集要項で定めていない内容等は、契約締結までに、市とネーミングライツパートナーで協議し、取り決めます。

また、指定管理者制度導入施設においては、指定管理者も含む三者による協議となります。

区分	市	ネーミングライツ パートナー
ネーミングライツ料		○
敷地内外の看板等の表示変更（施設看板、 道路標識、バス停、バス経由地案内） ^{*1}		○
契約期間終了後の原状回復		○
パンフレット、封筒等の印刷物や市の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、市や関係機関と協議の上、変更可能な表示について行います。また新規看板等の設置については、設置の可否も含めて協議します。

^{*2} 印刷物については、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。

6 契約期間満了後の取扱いについて

(1) 契約の更新

ネーミングライツパートナーは、契約期間満了前に契約書に定められた期間において、契約の延長を申入れ、次回契約期間に関して優先的に交渉することができるものとします。

(2) 次期募集方法

市は、契約延長の申し入れ期間の前に競合の可能性等により次期契約者について公募を行うことが適当と判断した場合や、契約延長の申し入れがなかった場合、申し入れがあっても交渉が整わない場合には、契約を更新せず公募を行うことができます。

なお、契約期間満了後に対象施設のネーミングライツ導入を終了することが決定している場合は、ネーミングライツパートナーからの申し入れの有無にかかわらず、契約の更新を行わないことができます。