

# ネーミングライツガイドライン

## 第1 ネーミングライツ導入の目的・趣旨

本ガイドラインは、本市が設置する公の施設等（以下、「市有施設等」という。）に対し、ネーミングライツ（命名権）を導入することによって、新たな税外収入の確保を図るため、泉佐野市有料広告提案事業者募集要領（以下、「募集要領」という。）に基づき、ネーミングライツの提案・選定方法等についての基本的な考え方を取りまとめたものです。

なお、市の名称変更や一部地区の名称変更については、本ガイドラインとは別に協議しますので、提案書の提出前にご相談ください。

## 第2 ネーミングライツの概要

### （1）ネーミングライツとは

市と民間企業（パートナー企業）との契約により、市有施設等への愛称の命名権を企業に付与することにより、企業からその対価を支払っていただくしくみで、契約締結後は、市はその愛称を積極的に使用しますが、条例上の施設名称は変更しません。また、愛称ではなく条例上の施設名称を使用する場合があります。

### （2）メリット

#### ①PR効果

愛称が、市の広報紙やメディアへ露出することにより、宣伝効果が期待できます。

#### ②イメージアップ効果

地域貢献企業として、企業ブランドや商品価値のイメージアップに繋がります。

## 第3 対象施設

ネーミングライツ対象施設としては、スポーツ施設、文化施設、公園、道路（市道）など、市の公共的な施設等を想定しています。

また、市有施設全体だけでなく、施設内の個別の建物等、施設の一部を対象とする場合もあります。

## 第4 応募から決定までの流れ

- ①提案事業者（パートナー企業）の募集
- ②選定委員会による審査
- ③優先交渉権者の選定
- ④詳細事項打合せ
- ⑤契約締結
- ⑥愛称の使用開始

## 第5 契約期間

3年以上を原則とし、各施設の位置づけや業務内容等に応じて、協議の上、市が決定します。（更新については、優先交渉権を付与する場合があります。）

また、指定管理者制度導入施設については、指定管理者公募時にネーミングライツの提案も併せて募集することもあります。

## 第6 事前相談

提案書の提出前にご相談ください。

なお、提案応募資格や提出書類等については、募集要領をご参照ください。

## 第7 命名条件

- (1) 親しみやすさや呼びやすさ等、市民から理解を得られるような愛称とします。
- (2) 条例上の名称は、愛称が定着するまでの間、若しくは契約期間中併記する場合があります。
- (3) 契約期間中、愛称の変更はできません。
- (4) 次のように、社会通念上愛称として表示することが適当でないと思われるものは、命名できません。
  - ①法令、条例及び規則に違反するもの。
  - ②公序良俗に反するもの又はそのおそれのあるもの
  - ③人権侵害となるもの又はそのおそれのあるもの
  - ④政治性又は宗教性のあるもの
  - ⑤その他、市長が認めるもの

## 第8 選定方法

### (1) 選定

市は、選定委員会を設置し、提案のあった施設等へのネーミングライツについて審査します。なお、選定委員会の設置等については、別途定めます。

### (2) 選定基準

募集要領の13審査項目に基づき、審査項目である企業の信頼性・事業継続性については経営の安定性、地域社会への貢献度、企業の社会的責任（CSR）を、提案金額についてはネーミングライツ料を、企画提案内容については愛称の親しみやすさや呼びやすさ、愛称使用期間（契約期間）を審査します。

## 第9 優先交渉権者の選定

選定委員会にて優先交渉権者の選定後、応募者全員に結果を通知し、報道提供や市ホームページ等で企業の名称、希望愛称名、住所、ネーミングライツ料及び契約期間等を公表します。

## 第 10 契約

市との協議が詳細に整った後に契約を締結します。

### 第 11 パートナー企業の特典（各施設に応じて検討してください）

- (1) 愛称看板等の設置が可能。  
但し、設置場所や大きさ、デザイン等は市と協議するとともに、大阪府屋外広告物条例等関係法令を遵守しての設置となります。
- (2) 施設パンフレット等に愛称を表示することが可能。  
但し、新規作成分からの表示となりますが、パートナー企業の負担による愛称名入りシールやゴム印による表示の場合は既存作成分からの表示も可能となります。
- (3) 市の広報紙やホームページを通じた愛称の普及と定着。
- (4) 施設内へパートナー企業のPR・商品展示スペースの確保等。  
但し、行政財産目的外使用許可申請等の手続きが必要ですが、目的外使用料は不要です。

※特典内容は、施設により異なります。

### 第 12 愛称表示に伴う費用負担

原則、愛称表示に伴う費用等の負担についてはパートナー企業の負担とします。

内 容	費用負担者	施工者
施設への愛称看板設置、表示、案内表示	パートナー企業	パートナー企業
契約期間終了後（契約解除後）の原状回復	パートナー企業	パートナー企業
広報紙やホームページ、市が発行する印刷物の表示	市	市※

※シールやゴム印の費用・作成はパートナー企業の負担となります。

屋外への愛称看板設置については、大阪府屋外広告物条例や泉佐野市都市景観条例等の関係法令を遵守します。

### 第 13 愛称使用範囲

- (1) 市の広報紙や市ホームページ
- (2) 愛称看板
- (3) 市が作成するチラシなどの印刷物
- (4) 公共施設の場合は、市役所1階の広告入り地図案内板（契約後、一番早いパネルの更新時に変更）但し、案内板を設置している期間までとします。

### 第 14 ネーミングライツ決定後の市民への周知

市民の理解を得てネーミングライツを実施するため、市の広報紙やホームページを通じて周知に努めます。

## 第 15 契約の解除

市の事情により、当該施設の愛称の維持が困難な場合には、契約を解除することがあります。

また、パートナー企業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あるときは、市は契約期間満了を待たず、契約を解除できることとします。