

横浜市ネーミングライツ導入に関するガイドライン

平成20年10月1日 制定
令和8年3月31日 最近改定

1 ネーミングライツ導入の目的

横浜市では、ネーミングライツを、横浜市、スポンサー、市民それぞれにとってメリットになり、地域活性化につながるような取組として進めます。

具体的には、以下の目的により導入します。

- (1) 厳しい財政状況の中、安定的な財源確保により持続可能な施設の運営を行います。
- (2) 民間の資源やノウハウ等を活用することで、施設の魅力を高めることや、地域の活性化を図ります。
- (3) 市民に親しまれる施設という視点を大事にしながら、ネーミングライツの市場価値も重視し、取り組みます。

2 ネーミングライツの内容

ネーミングライツは、市と民間団体等との契約により、市の施設等に愛称等を付与させる代わりに、当該団体からその対価等を得て、施設の持続可能な運営に資する方法です。

ネーミングライツにより市が得た対価等については、基本的に施設の運営・管理に役立てることにします。

なお、ネーミングライツ導入後は、市は愛称を積極的に使用しますが、条例上の施設名称については変更せず、市会議案などにおいて必要な場合は、愛称ではなく条例上の施設名称を使用するものとします。

3 導入の手続

ネーミングライツ導入の手続として、(1) 市が選定した施設についてスポンサーの募集を行う場合と、(2) 団体等の提案を募集する場合があります。いずれの場合においても、その都度募集要項を作成し、市ホームページや記者発表等により広く公表します。なお、導入に当たっては、当該ネーミングライツの市場性に留意して手続を進めます。

- (1) 市が選定した施設についてスポンサーの募集を行う場合（「施設特定募集型」という。）の手続の流れ

- ① 対象施設の選定
- ② スポンサーの募集
- ③ 導入等検討会による検討
- ④ 優先交渉権者の選定
- ⑤ 関係者及び市民への意見聴取
- ⑥ 導入等検討会による検討
- ⑦ 契約相手方の決定及び契約締結
- ⑧ 愛称の使用開始

- (2) 団体等の提案を募集する場合（「提案募集型」という。）の手続の流れ

- ① 団体等から提案の募集

- ② 導入等検討会による検討
- ③ 提案に対する採用の可否の決定
- ④ 関係者及び市民への意見聴取
- ⑤ 導入等検討会による検討
- ⑥ 契約相手方の決定及び契約締結
- ⑦ 愛称の使用開始

※ 提案募集型の場合で、市が施設を選定し、あらためてスポンサー募集を行うことにより、複数の応募が見込まれる場合（例：大規模で知名度の高い施設など）は、検討の結果、手続の途中で施設特定募集型の手続に転換することもあります。

※ 応募者・提案者との協議は、手続の必要に応じ適切に行います。

※ 導入手続のフロー図は「別紙 1」のとおり。

4 導入の手続における市会への報告

導入の手続を進めるに当たっては、募集時や契約締結時など手続の進捗に応じて、導入施設の所管区局が適切な方法で市会への報告を行うこととします。

5 対象施設

- (1) ネーミングライツを導入する対象施設として、スポーツ施設、文化施設、集会施設、公園など、市の公共的な施設（及びそれらの一部）を想定しています。

なお、市役所・区役所などの庁舎、学校、寄贈品の多い資料館等はネーミングライツの対象施設にふさわしくないものと考えています。ただし、寄贈品の多い資料館等については寄贈者への影響等を十分配慮したうえで、施設所管区局の判断で施設の一部又は全体を対象施設とすることを可能とします。

- (2) 市は、施設の性格、利用者の多さ、当該施設に係るネーミングライツの市場性などを考慮し、対象施設を選定します。

6 応募できる者

政治団体・宗教団体、及び公職にあるものが役員を務める団体、並びに横浜市広告掲載基準第5条に定める規制業種・事業者を除き、スポンサーになることを希望する団体等であれば応募できます。

7 応募

- (1) 応募に際しては、原則「別紙 2-1、2-2」を用いるものとし、内容として次の事項が含まれているものとします。

なお、応募内容は横浜市広告掲載要綱及び広告掲載基準を遵守するものとします。

- ① 応募する団体の名称、代表者名、所在地
- ② 応募の趣旨
- ③ 命名しようとする施設等の名称
- ④ 愛称案（必要に応じて、英文表記含む。）
- ⑤ ネーミングライツの対価としての金額（年額）
- ⑥ ネーミングライツの期間
- ⑦ 施設の魅力向上、地域活性化につながる提案
- ⑧ 希望するスポンサーメリット
- ⑨ その他

- (2) 市は検討等の必要に応じ、応募者に登記事項証明書や決算書類等の提出を求めることができるものとします。

8 庁内検討の流れ

(1) 導入等検討会による検討

市は、関係職員からなる導入等検討会を施設ごとに設置し、ネーミングライツ導入等について検討します。なお、導入等検討会の設置については別途定めます。

検討項目及び検討のポイントについては「別紙3」のとおりとし、導入等検討会はこれらを総合的に検討します。

(2) 決定

(1)の検討の後、市は検討の内容・結果及び本ガイドラインの趣旨を踏まえ、提案に対する採用の可否、優先交渉権者及び契約相手方の選定等について決定します。

9 団体等の提案に対する回答

提案募集型における団体等の提案に対し、不採用又は施設特定募集型への切替えという取扱いを行う場合、原則4か月以内に理由を付して、文書で回答します。

10 関係者及び市民の意見聴取

ネーミングライツの導入等に当たっては、市は関係者及び市民の意見を伺います。

その方法は、施設の性質や利用者の範囲などに合わせ、様々に工夫して行います。例えば、関係者ヒアリング、ホームページを用いた意見募集、地元説明会、利用者アンケート、有識者への意見聴取などを組み合わせて実施します。

11 契約

市と団体等の間で契約条件等の協議が整った場合には、契約を締結します。

12 スポンサーメリット

- (1) スポンサーにスポンサーメリットを付与する場合は、ネーミングライツを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、スポンサーとの協議のうえ、適切に選定・運用します。

スポンサーメリットの例としては、以下に掲げるものがあります。

- ① 標識類や施設看板等への愛称の標示
- ② 施設パンフレット等の愛称記載
- ③ 広報媒体やホームページ等による広報
- ④ 関係機関への愛称使用の周知、働きかけ
- ⑤ 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）

- (2) 市は、ネーミングライツの価値向上に向け、導入後も、契約の範囲において、スポンサーのメリットが高まるような運用に努めるとともに、運用状況や効果等について、随時、スポンサーに報告します。

13 愛称表示に係る費用負担

ネーミングライツ導入時及び契約期間満了時において、標識類や施設看板等の架け替えや施設パンフレット等への記載変更等に係る経費の負担については、募集要項に定める又は協議により決定しま

す。

14 次期契約

市は、現契約の満了までの間に、契約手続に係る十分な期間を確保した上で、地域への浸透度や当該施設に係るネーミングライツの市場性等を考慮しながら、次期契約に関する検討、手続を行います。なお、市は、更新に当たっても、ネーミングライツの価値の最大化に向けて取り組みます。

- (1) 市と現スポンサーは、次期契約に関して優先的に交渉することができ、協議が合意に至った場合は契約を締結します。ただし、所管区局が、現スポンサーと優先的に交渉することにより、施設の運営等に支障が生じると判断する場合はこの限りではありません。
- (2) (1)にかかわらず、一部の、市場性が認められる、一定金額以上の対価を得ている施設（年額 1,000 万円相当以上の対価を得ている施設。ただし、「提案募集型」による導入施設は除く。）については、市は、予め実施する市場調査の結果等の状況を踏まえ、総合的な観点で、選定方法（現スポンサーとの交渉、もしくは、公募）を決定・公表し、手続を進めます。

15 ネーミングライツ導入後の市民への周知

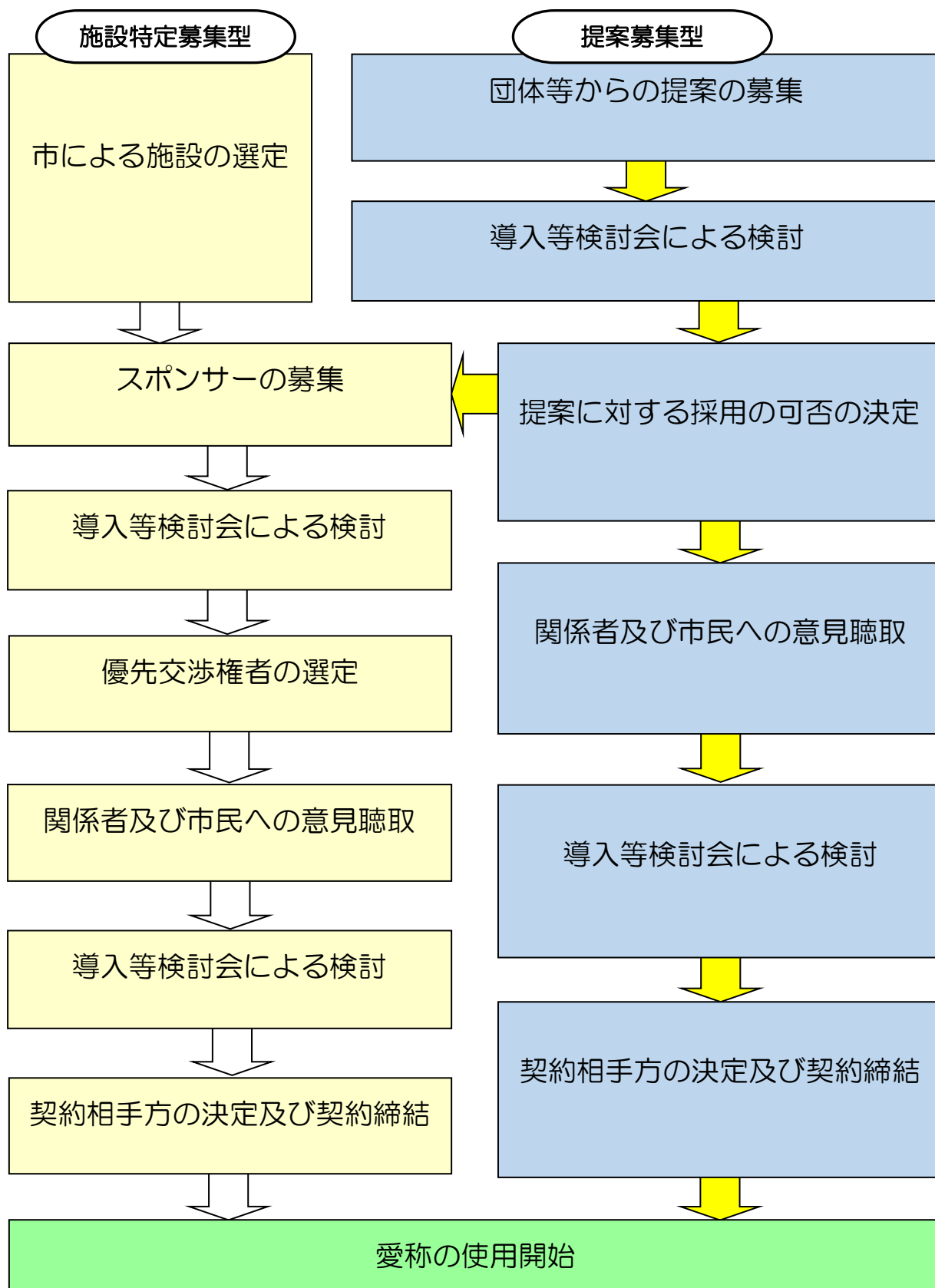
市民の理解を得てネーミングライツを実施していくために、市は以下の内容などについて、ホームページ等を通じPRを行うよう努めます。

- (1) ネーミングライツ導入による市民等へのメリット
- (2) スポンサーのネーミングライツ実施の意図や、ネーミングライツに伴う地域貢献等の内容

16 契約の解除

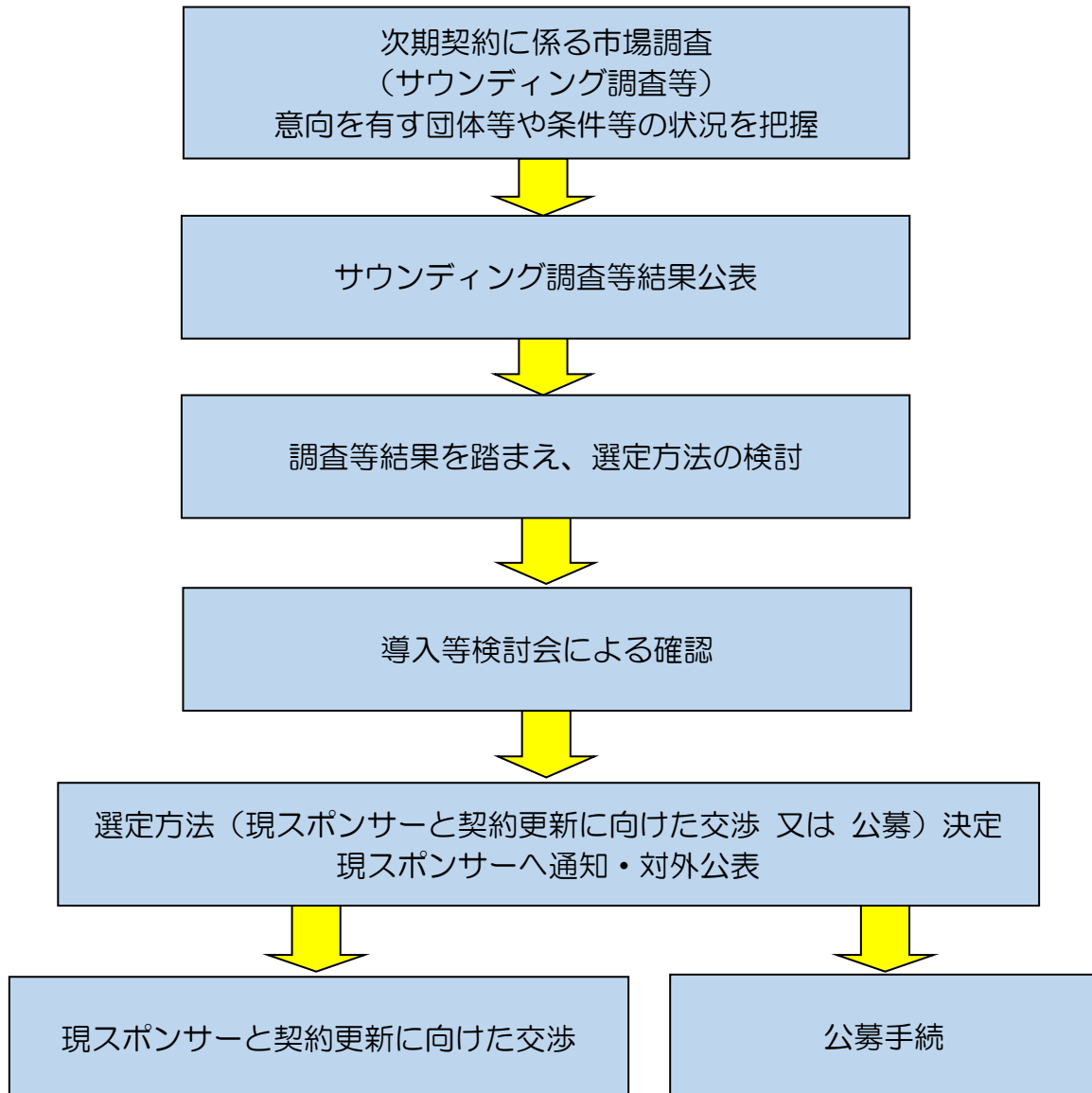
契約当事者の事情・瑕疵により、当該施設の愛称の維持が困難な場合には、契約を解除することがあります。スポンサーの事情・瑕疵による契約解除に伴う原状回復に必要な費用は、スポンサー負担とします。

ネーミングライツ導入手続フロー図



ネーミングライツ更新手順フロー図

(※14(2)に規定する施設の場合)



別紙 3-1

年 月 日

横浜市長

団 体 名：

所 在 地：

代表者職氏名：

別紙のとおり、【 施 設 名 】へのネーミングライツについて応募します。

(連絡先)

団体名：

所在地：

担当者氏名：

電話番号：

e-mail：

別紙 3-2

1 応募する団体等	名称： 代表者名： 所在地： (登記簿上の本店所在地)
2 応募趣旨	
3 ネーミングライツを導入する施設等の名称※提案募集型のみ	
4 愛称案	
(英文名) ※必要に応じて	
5 応募の対価 (年額)	
6 応募の契約期間	
7 施設の魅力向上や、地域貢献・地域活性化につながる提案	
8 希望するスポンサーメリット (7の実施に必要なものも含む)	
9 その他	

☐ 横浜市が市税納付状況調査等必要な調査を行うことに同意します。

検討項目及び検討のポイント

- ① 応募団体
【ポイント】
 - ・応募資格にあてはまるか
 - ・経営は健全か など
- ② 応募の趣旨
【ポイント】
 - ・本市のネーミングライツの目的に沿っているか など
- ③ ネーミングライツを導入する施設等（※提案募集型のみ）
【ポイント】
 - ・施設等の設置目的や経緯からみて、導入が妥当な施設かどうか など
- ④ 愛称案（※必要に応じて、英文表記を含む）
【ポイント】
 - ・市民にとって親しみやすいか、分かりやすいか
 - ・施設等の管理運営に支障が生じないか など
- ⑤ ネーミングライツの対価
【ポイント】
 - ・応募金額は妥当か
 - ・市の負担経費（標識架け替え費用等）と比較して妥当か など
- ⑥ 導入の期間
【ポイント】
 - ・安定したネーミングライツ運用が図られる期間か など
- ⑦ 施設の魅力向上、地域活性化につながる提案
【ポイント】
 - ・導入施設等にふさわしい内容か
 - ・実現可能な内容か
 - ・市等の関係機関が対応可能な内容か など
- ⑧ スポンサーメリットに関すること
【ポイント】
 - ・施設の設置目的や関連法令等に適合する内容か など
- ⑨ 市民及び関係者からの意見聴取の結果（※第 2 回導入等検討会において検討）
- ⑩ その他、検討において必要な事項