

## ネーミングライツの改善について

### 1 ネーミングライツについて

ネーミングライツとは、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、施設の持続可能な維持管理に資する手法です。

1970年代に米国から始まったネーミングライツは、日本においても、最初の公共施設での導入事例である味の素スタジアム（H15）以降、各地方自治体における公共施設の維持管理手法の一つとして全国的に定着し、一般化してきており（現在、全国で約100施設に導入。共創推進事業本部調べ H22.4月）、国においても、平成21年5月に国立施設初の導入がなされています（味の素ナショナルトレーニングセンター）。

### 2 横浜市におけるネーミングライツの現況

横浜市では、厳しい財政状況の中、安定的な財源確保による施設の維持管理と、民間の資源やノウハウ等の活用による施設の魅力向上などを目指して、平成17年3月の横浜国際総合競技場（日産スタジアム）への導入以降、全国的にも先駆的に取り組んできました。

平成20年10月には、「横浜市ネーミングライツ導入に関するガイドライン」を制定し、対象施設、募集方法、提案の内容、審査、意見聴取（市民、関係者）などについて、手続の統一化を図りました。

#### 【横浜市での導入施設（平成22年9月現在）】

施設愛称	正式名称	スポンサー	金額（年）	期間	所管職・条例等	募集方法等
ニッパツ 三ツ沢球技場	三ツ沢 球技場	日本発条 株式会社	8,000 万円	5年間 (H20.3.1～)	・環境創造局 ・横浜市公園条例	個別手続
はまぎんこども 宇宙科学館	横浜こども 科学館	株式会社 横浜銀行	3,000 万円	5年間 (H20.4.1～)	・こども青少年局 ・横浜こども科学館条例	個別手続
俣野公園・横浜 薬大スタジアム	俣野公園 野球場	学校法人都 築第一学園	1,000 万円	10年間 (H21.8.1～)	・環境創造局 ・横浜市公園条例	提案募集型 〔ガイドライン適用〕
バイクォーター ウォーク	横浜駅ポート サイド人道橋	三菱倉庫 株式会社	800 万円	5年間 (H21.12.1～)	・都市整備局、道路局 ・道路法	提案募集型 〔ガイドライン適用〕
日産スタジアム (第2期)	横浜国際 総合競技場	日産自動車 株式会社	15,000 万円	3年間 (H22.3.1～)	・環境創造局 ・横浜市公園条例	スポンサー募集型 〔ガイドライン適用〕

### 3 最近の常任委員会等での経緯

昨年来、ネーミングライツについては、市会において次のとおり審議がなされてきました。

- ・平成21年9月4日、ネーミングライツ契約等の厳正・公正な対処を求める請願が提出され、本常任委員会（9月18日）で審議されました。
- ・平成21年12月11日、議員提案による「横浜市ネーミングライツ契約に関する条例」が議案提出され、本常任委員会（平成22年2月17日）で審議されました。
- ・平成22年4月22日、本常任委員会において、ネーミングライツの現状と課題について審議され、3つの課題（①ネーミングライツの位置づけ、②ガイドラインの実務的な課題、③市民へのPR）が整理されましたので、その改善を行うこととしました。

## 4 今回の改善内容

### (1) ネーミングライツの位置づけ

横浜市中期4か年計画（素案）において、ネーミングライツを公民連携手法の一つとして位置づけ、今後も取り組みを進めていくこととします。

【横浜市中期4か年計画（素案）該当部分「第6章行財政運営、行政運営1(1)様々な担い手とつくる公共】

6	広告事業・ネーミングライツの着実な推進	所管局	共創推進事業本部
民間と行政が相互に効果を持つ手法を工夫・改善し、広告事業・ネーミングライツや様々なタイアップ事業などについても取組を進めていきます。			

### (2) ガイドラインの改正（実務的な課題の改善）

	主な改正点	改正内容	該当箇所
1	財源確保以外の目的の明確化 【追加修正】	・ネーミングライツ導入の目的に地域活性化の視点を追加します	1(2)
2	正式名称と愛称の使い分けの明確化 【追加修正】	・市会議案などにおいて必要な場合には、ネーミングライツ導入施設の条例上の名称（正式名称）を使用すべきこととして、愛称との使い分けについて明記します	2
3	市会の関与の在り方 【項目新設】	・各施設所管局が、募集時や契約時など、手続きの進捗に応じ、適切な方法で市会に報告を行うこととして、市会の関与を明確化します	4
4	審査委員会の位置づけや構成員、審査項目の明確化 【追加修正】	・審査委員会の役割を明確化するとともに、委員会の構成員（関係職員・外部有識者）を明記します ・透明で公正な審査ができるよう、審査項目及び審査のポイントを詳細にします	8(1) 及び 別紙3
5	導入する施設の妥当性の確認 【追加修正】	・審査委員会において、施設の設置目的や経緯からみて導入が妥当な施設か否かを審査することを明記します	
6	愛称付与以外のスポンサーメリットの内容や適正な取扱いの明確化 【項目新設】	・スポンサーメリットについての項目を設け、施設の設置目的や関連法令等の規定を踏まえて適切にメリットを選定・運用することを明記します ・メリットの代表例（標識類の架け替えや施設の利用、広告の掲出など）を示します	1 2
7	市民への周知 【項目新設】	・ネーミングライツ導入のメリットやスポンサーの地域貢献等について、ホームページ等でのPRに努めることを明記します	1 3

### (3) 市民へのPR方法の改善

ネーミングライツを市民の理解を得て実施していくために、ネーミングライツ導入の市民等へのメリットやスポンサーの地域貢献（サッカー教室開催、科学体験教室開催、地域のスポーツ大会の開催等）などについて、ホームページ等により、市民へのPRを行っていくこととします。

## 5 今後のスケジュール

平成22年9月中にガイドラインを改正し、10月以降に新規導入施設の提案募集型公募を実施していく予定です。

# 横浜市ネーミングライツ導入に関するガイドライン (改正案)

平成20年10月1日 制定  
平成22年\*月\*日 最近改定

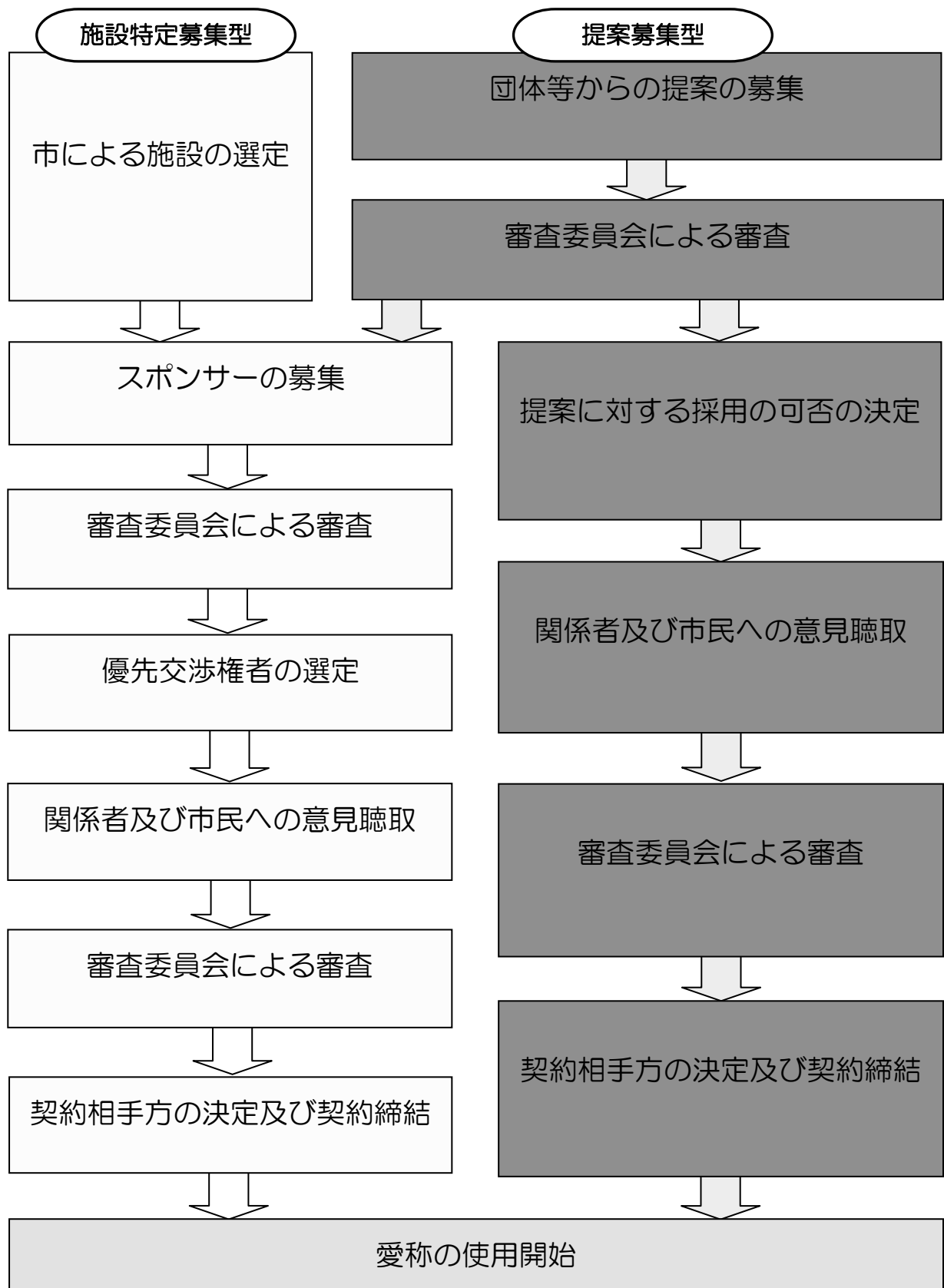
条 文	主な改正内容
<p>1 ネーミングライツ導入の目的</p> <p>横浜市では、ネーミングライツを、横浜市、スポンサー、市民それぞれにとってメリットになり、地域活性化につながるような取組みとして進めます。</p> <p>具体的には、以下の目的により導入します。</p> <p>(1) 厳しい財政状況の中、安定的な財源確保により持続可能な施設の運営を行います。</p> <p>(2) 民間の資源やノウハウ等を活用することで、施設の魅力を高めることや、地域の活性化を図ります。</p> <p>2 ネーミングライツの内容</p> <p>ネーミングライツは、市と民間団体等との契約により、市の施設等に愛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。</p> <p>ネーミングライツにより市が得た対価については、基本的に施設の運営・管理に役立てることにします。</p> <p>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をせず、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。</p> <p>3 導入の手続き</p> <p>ネーミングライツ導入の手続きとして、(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、そのつど募集要項を作成し、市ホームページや記者発表等により広く公表します。</p> <p>(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。）の手続きの流れ。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 対象施設の選定</li> <li>② スポンサーの募集</li> <li>③ 審査委員会による審査</li> <li>④ 優先交渉権者の選定</li> <li>⑤ 関係者及び市民への意見聴取</li> <li>⑥ 審査委員会による審査</li> <li>⑦ 契約相手方の決定及び契約締結</li> <li>⑧ 愛称の使用開始</li> </ol> <p>(2) 団体等の提案を募集する場合（「提案募集型」という。）の手続きの流れ。</p>	<p>1 &lt;追加修正&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・財源確保以外の目的の明確化</li> </ul> <p>2 &lt;追加修正&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・得られる対価等の用途の明確化</li> <li>・条例上の施設名称と愛称の使い分けの明確化</li> </ul> <p>3 &lt;追加修正&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・フローの詳細化</li> </ul>

<p>① 団体等から提案の募集</p> <p>② 審査委員会による審査</p> <p>③ 提案に対する採用の可否の決定</p> <p>④ 関係者及び市民への意見聴取</p> <p>⑤ 審査委員会による審査</p> <p>⑥ 契約相手方の決定及び契約締結</p> <p>⑦ 愛称の使用開始</p> <p>※ 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、審査の結果、手続きの途中で施設特定型募集の手続きに転換することもあります。</p> <p>※ 応募者・提案者との協議は、手続きの必要に応じ適切に行います。</p> <p>※ 導入手続きのフロー図は「別紙1」のとおり。</p> <p>4 導入の手続きにおける市会への報告 導入の手続きを進めるにあたっては、募集時や契約締結時など手続きの進捗に応じて、導入施設の所管局が適切な方法で市会への報告を行うこととします。</p> <p>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。 (2) 施設特定募集型では、市は、施設の性格、利用者の多さ、マスコミ等に取り上げられる頻度などを考慮し、対象施設を選定します。</p> <p>6 応募できる者 政治団体・宗教団体、公職にあるものが役員を務める団体ならび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ものなら誰でも応募できます。</p> <p>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、又は個人の氏名、住所 ② 応募の趣旨 ③ 命名しようとする施設の名 ④ 愛称案（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</p>	<p>4〔項目新設〕</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・市会の関与を明確化</li> </ul> <p>7&lt;追加修正&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・応募内容及び応募方法の明確化・様式化</li> </ul>
---	--

<p>⑧ 希望するスポンサーメリット ⑨ その他</p> <p>(2) 市は審査等の必要に応じ、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。</p> <p>8 審査・決定</p> <p>(1) 審査 市に、関係職員及び外部有識者等からなる審査委員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審査します。 なお、審査委員会の設置等については別途定めます。 審査項目および審査のポイントについては「別紙3」のとおりとし、審査委員会はこれらを総合的に評価します。</p> <p>(2) 決定 (1)の審査の後、市は審査の内容・結果を尊重するとともに、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。</p> <p>9 関係者及び市民の意見聴取 ネーミングライツの導入に当たっては、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、有識者委員会などを組み合わせて実施します。</p> <p>10 団体等の提案に対する回答 団体等の提案に対し、不採用・施設特定募集型への転換という取り扱いをする場合、原則4か月以内に理由を付して、文書で回答します。</p> <p>11 契約 協議が整った場合には、契約を締結します。 なお、契約したスポンサーは、次回契約期間に関して優先的に交渉することができます。</p> <p>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。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 標識類や施設看板等の架け替え</li> <li>② 施設パンフレット等の記載変更</li> <li>③ 広報媒体やホームページ等による広報</li> <li>④ 関係機関への愛称使用の周知、働きかけ</li> <li>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）</li> </ol>	<p>8&lt;追加修正&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・外部有識者を明記</li> <li>・審査委員会の役割を明確化</li> <li>・審査項目、ポイントを詳細にし別紙で明記</li> </ul> <p>12〔項目新設〕</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・スポンサーメリットは、施設の目的、法令等の規定を踏まえたものとするを明記</li> <li>・メリットの具体例について示した</li> </ul>
--	---

<p>※ ネーミングライツ導入時及び契約期間満了時において、原則として①及び②にかかる経費は市が費用を負担しますが、協議により全部又は一部をスポンサー負担とすることも妨げません。</p> <p>(2) その他 必要に応じて、ネーミングライツ導入後に、愛称の報道等での使用状況を調べ、スポンサーに報告します。</p> <p>13 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。</p> <p>(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</p> <p>14 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。</p> <p>15 秘密の保持 契約に至らなかった応募・提案については、関係者及び市民の意見を聞く目的以外に公表することはありません。</p>	<p>13〔項目新設〕</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・市民周知の内容と方法を明記</li> </ul>
--	--

### ネーミングライツ導入手続きフロー図



平成 年 月 日

横浜市長

団 体 名：

所 在 地：

代表者職氏名：

印

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2-2

1 応募する団体等	名称： 代表者名： 所在地： (登録簿上の本店所在地)
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	
4 愛称案  (英文名)	
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。

## 審査項目及び審査のポイント

- 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  
【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（英文表記含む）  
【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（原則5年以上が望ましい） 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 市民および関係者からの意見聴取の結果
- ⑩ その他、審査において必要な事項