

令和7年5月



神奈川県大和市

# ネーミングライツ導入ガイドライン

大和市役所

政策総務課

初版：令和6年7月1日  
令和7年5月1日 最終改正

## 目次

1.	趣旨	2
2.	ネーミングライツ導入の目的	2
3.	ネーミングライツの概要	2
4.	導入施設等の選定	3
5.	募集条件の決定	3
6.	募集手続	3
7.	導入手続における市議会・報道機関への情報提供	4
8.	応募ができる方	4
9.	愛称の条件	5
10.	応募手続	6
11.	ネーミングライツ審査会による優先交渉権者の選定	6
12.	協議（交渉）及び契約	6
13.	スポンサーメリット	6
14.	費用負担	7
15.	市民への周知	7
16.	契約の解除	7
17.	契約期間の満了	8
18.	指定管理者制度導入施設に係る留意点	8
	別紙 審査項目及び審査のポイント	9

## 1. 趣旨

このガイドラインは、大和市広告掲載に関する規則（平成20年大和市規則第23号。以下「規則」という。）に基づき、市の施設等（※）の愛称を決定する命名権（以下「ネーミングライツ」という。）を適切に導入するための基本的な考え方、手順等をまとめたものです。

※「施設等」は、市の施設及びソフト事業を想定しており、詳細は**第4項**に記載しています。

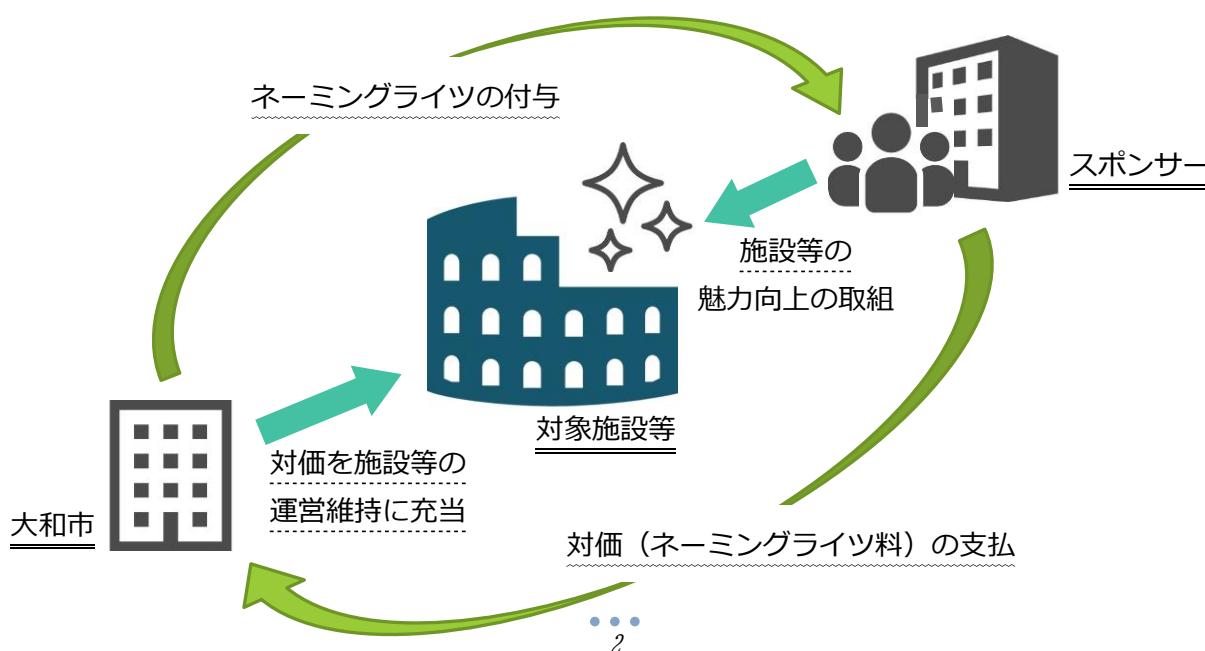
## 2. ネーミングライツ導入の目的

大和市におけるネーミングライツ導入は、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に資することを目的とします。

併せて、民間の資源やノウハウ等を活用した、施設等の魅力を高める提案をしてもらい、市民サービスの向上及び地域の活性化を図ります。

## 3. ネーミングライツの概要

- (1) ネーミングライツは、市と民間団体等との契約により、当該民間団体等（以下「スポンサー」という。）に施設等の愛称を命名してもらう代わりに、スポンサーから対価（ネーミングライツ料）を得るとともに、施設等の魅力向上を図ってもらい、施設等の運営維持とサービス向上、地域活性化を図るものです。
- (2) ネーミングライツにより市が得た対価については、原則として当該施設等の維持管理や運営に充てることとします。ただし、施設等の性質に鑑み、市長が必要と認めるときは、別の事業等に充てることもできるものとします。
- (3) ネーミングライツ導入後、市は愛称を積極的に使用することとしますが、条例で定める施設等の名称は変更しません。



## 4. 導入施設等の選定

ネーミングライツを導入する施設等としては、主として公共の用に供する市の公の施設（スポーツ施設、文化芸術施設、集会施設、道路、歩道橋、公園等）及びそれらの部分を想定しています。なお、市役所の庁舎、学校、市営住宅等は、原則としてその性質上、ネーミングライツの対象施設としてふさわしくないものと考えています。

有形施設以外にも、広く市民を対象とするイベントや講座等のソフト事業を想定しています。ただし、施設と同様、導入に馴染まないと考えられるものも多々あります。

そこで、導入する施設等を選定するに当たり、市の所有する施設や主催するソフト事業等について可能な限り類型化し、ネーミングライツ主管課の案を基に市においてあらかじめ適格性を審査します。

適格性ありとされた施設等については、当該施設等所管課が、ネーミングライツ主管課との協議の上で、導入施設等としての選定（庁内の意思決定）を進めます。

## 5. 募集条件の決定

募集に際し、契約期間やネーミングライツ料（希望額）を設定し、雛形を参考として募集要項や応募申込書等を作成します。

契約期間は、施設については愛称の継続性の観点から原則5会計年度以上とします。ソフト事業は、単発的なものであればその事業ごと、継続的なものであれば5会計年度を目安として適切な期間を設定します。

ネーミングライツ料は、他自治体を含む先例を参考に、適切な希望額を設定します。

## 6. 募集手続

募集手続は、概ね次の流れにより行います。スポンサーは、原則として公募することとしますが、指定管理者制度導入施設の場合【第18項】や、事業者等から積極的な提案があった場合は、公募せず選定手続を行うことができるものとします。

### «手続きの流れ»

- ① 対象の施設又はソフト事業の決定 **【第4項】**
- ② 募集条件の決定（募集要項等の作成） **【第5項】**
- ③ スポンサーの募集
- ④ ネーミングライツ審査会の開催（優先交渉権者の決定）
- ⑤ 優先交渉権者との協議
- ⑥ スポンサーの決定
- ⑦ 契約の締結
- ⑧ 施設等表示等の変更
- ⑨ 愛称の使用開始

※ 応募者・優先交渉権者との協議は、手続の必要に応じ、適宜行います。



## 7. 導入手続における市議会・報道機関への情報提供

前項の「手続の流れ」のうち、目安として次の事項については市議会・報道機関への情報提供を行うものとします。なお、これ以外の事項について情報提供することを妨げるものではありません。

情報提供の主体は、原則として施設等の所管課とし、その都度適切な方法で行います。

※数字は前項の「手続の流れ」に準じる。

- ③ スポンサーの募集 の前（その後のスケジュールの報告を含む。）
- ⑦ 契約の締結 の後（愛称及びその使用開始時期の報告を含む。）

## 8. 応募ができる方

個人及び次に掲げる方を除き、スポンサーになることを希望する方ならどなたでも応募ができます。※施設等の特性に応じ、募集要項で条件を加えることもあります。

- (1) 規則第20条において準用する規則第4条各号に該当するもの
- (2) 政治団体若しくは宗教団体又は公職にあるものが役員を務める団体

**【参考】**

**●規則第20条において準用する規則第4条（読み替後）**

（ネーミングライツを付与しない事業者）

第4条 次の各号のいずれかに該当するものに対しては、ネーミングライツを付与しない。

- (1) 市税等に滞納がある者
- (2) 本市において一般競争参加停止又は指名停止を受けている事業者
- (3) 民事再生法（平成11年法律第225号）による再生手続中の事業者又は会社更生法（平成14年法律第154号）による更生手続中の事業者
- (4) 大和市暴力団排除条例（平成23年大和市条例第4号）第2条第2号に掲げる暴力団、同条第4号に掲げる暴力団員等若しくは同条第5号に掲げる暴力団経営支配法人等又は同条例第7条に規定する暴力団員等と密接な関係を有すると認められる者
- (5) その他ネーミングライツを付与することが適当でないと市長が認めるもの

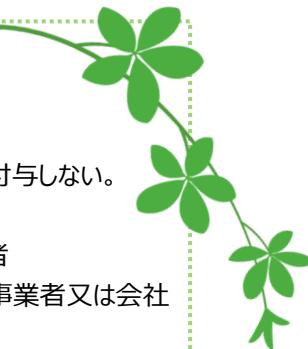
**●大和市広告掲載に関する基準（以下「基準」という。）第5条において準用する基準**

**第3条（読み替後）**

（ネーミングライツを付与しない事業者）

第3条 規則第4条第5号の規定により、ネーミングライツを付与することが適当でないと市長が認める事業者は、次のとおりとする。

- (1) 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）第2条に規定する業種を営む事業者
- (2) 貸金業法（昭和58年法律第32号）第2条に規定する貸金業を営む事業者
- (3) 法律の定めのない医療類似行為を行う事業者
- (4) 興信所、探偵事務所等
- (5) 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
- (6) 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
- (7) 社会問題を起こしている事業者



## 9. 愛称の条件

- ◆ スポンサーは、施設の「愛称」として、自らの法人名、商品名、ブランド名等を冠することができます。
- ◆ ただし、下記「愛称の基準」を満たすものとし、日本語又は英語（アルファベット）を使用するものとします。法人やブランドのロゴマーク等も使用できます。  
※施設等の特性に応じ、募集要項で条件を加えることもあります。
- ◆ 正式名称は変更せず愛称とし、契約期間中は、スポンサーの社名変更等特別な場合を除き、原則として愛称の変更をすることができません。また、愛称が定着するまでの間、市は、正式名称を併記することがあります。
- ◆ スポンサーは、愛称の命名に当たり、他者の権利を侵害しないことについて責任を持つほか、市民にとって親しみやすく、分かりやすく、かつ、施設等の管理運営に支障が生じないよう配慮するものとします。

### «愛称の基準»

#### ●規則第20条において準用する規則第3条（読替後）

（ネーミングライツに係る愛称の基準）

第3条 次の各号のいずれかに該当する愛称は、採用しない。

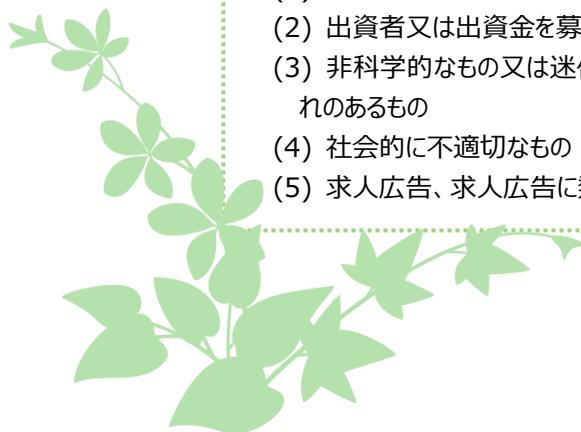
- (1) 法令等に違反するもの又はそのおそれのあるもの
- (2) 市の公共性、中立性若しくは品位を損なうもの又はそのおそれのあるもの
- (3) 人権を侵害するもの又はそのおそれのあるもの
- (4) 政治又は宗教に関するもの
- (5) 個人、法人等の名刺広告又は意見広告を内容とするもの（準用除外）
- (6) 公序良俗に反するもの又はそのおそれのあるもの
- (7) 青少年の保護や健全な育成に悪影響を及ぼすもの又はそのおそれのあるもの
- (8) 誇大表示、不当表示等消費者保護の観点から適切でないもの
- (9) 良好的な景観の形成を損なうもの
- (10) その他愛称として採用することが適当でないと市長が認めるもの

#### ●基準第5条において準用する基準第2条（読替後）

（ネーミングライツに係る愛称の基準）

第2条 規則第3条第10号の規定により、愛称として採用することが適当でないと市長が認めるものは、次のとおりとする。

- (1) 賭博性のあるもの又は投機性の高いもの
- (2) 出資者又は出資金を募るもの
- (3) 非科学的なもの又は迷信に類するもので、利用者を惑わせ、又は不安を与えるおそれのあるもの
- (4) 社会的に不適切なもの
- (5) 求人広告、求人広告に類するもの



## 10. 応募手続

応募しようとする方は、募集要項で指定する期間内に、応募申込書及び誓約書を市に提出します。

このほか、検討等の必要に応じ、市は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。必要書類は、募集要項に記載します。

なお、2者までであれば共同申込みも可とします。この場合、契約は市及び申込両者の3者で締結することを前提とします。

## 11. ネーミングライツ審査会による優先交渉権者の選定

市は、応募者からの提案を審査するため、庁内組織であるネーミングライツ審査会を設置します。ネーミングライツ審査会の庶務は、ネーミングライツ主管課が行うものとし、詳細は要領に定めます。

審査のポイントについては「別紙 審査項目及び審査のポイント」のとおりとし、ネーミングライツ審査会はこれらを総合的に検討した上で、優先交渉権者及び次点者を選定します。その際、提案内容に対する意見があれば、これを付すことができます。

なお、審査の結果、選定基準を満たす応募者がいなかった場合には、優先交渉権者の選定をしないことができるものとします。

## 12. 協議（交渉）及び契約

前項の結果を受け、施設等所管課と優先交渉権者において、詳細な内容を協議します。  
協議が整った場合は、契約を締結します。  
協議が整わなかった場合は、次点者と交渉します。

## 13. スポンサーメリット

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等ごとに、施設等の関連法令の規定等（施設の場合は設置目的を含む。）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、  
協議の上定めるもの（施設の利用、広告の掲出等）



14. 費用負担

市とスポンサーの費用負担は、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、双方協議の上、契約書等において定めることとします。

区分	費用負担の主体	
	市	スポンサー
ネーミングライツ料		<input type="radio"/>
敷地内外の看板等の表示変更及び新設 した看板等の維持管理 ※1		<input type="radio"/>
スポンサーメリットの活用		<input type="radio"/>
契約期間満了後の原状回復		<input type="radio"/>
パンフレット、封筒等の印刷物やＨＰの表 示変更 ※2	<input type="radio"/> (市が作成した ものに限る。)	<input type="radio"/> (スポンサーが作成 したものに限る。)

※1 敷地外や新設する看板設置等は、市や関係機関等と協議の上、可能な表示について行うものとします。

※2 印刷物については、残部数や改訂時期等を踏まえ、双方協議の上、変更時期を決定することとします。

## 15. 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、主に以下の内容について、ホームページ等を通じPRを行うよう努めます。

- ◆ 市がネーミングライツを実施する目的
  - ◆ ネーミングライツ導入による市民等へのメリット
  - ◆ スポンサーのネーミングライツ実施の意図や、  
これに伴う地域貢献等の内容



## 16. 契約の解除

スポンサーの信用失墜行為等に伴い当該施設等のイメージが損なわれるおそれがあるときや、その他の事情により当該施設等の愛称の維持が困難な場合には、市は契約満了を待たずに契約を解除することとします。

スポンサーの責めに帰する事情を原因とする場合における原状回復に必要な費用は、  
　　スポンサーの負担とします。

## 17. 契約期間の満了

**<この項は、ソフト事業のうち、単発の契約形式のものは対象外とします。>**

市は、契約期間満了までに、当該施設等について、ネーミングライツの継続実施を判断します。なお、愛称の継続性の観点から、ネーミングライツの契約更新施設等においては、原則として現スポンサーを優先交渉権者とします。

ただし、指定管理者制度導入施設など、当該スポンサーが優先的に交渉することにより、施設等の運営に支障が生じると当該施設等所管課が判断する場合は、この限りではありません。

## 18. 指定管理者制度導入施設に係る留意点

**第4項**の手続においてネーミングライツの適格性ありとされた施設が、指定管理者制度を導入している場合、未実施の施設は、原則として指定管理者との現協定期間満了に合わせ、次期協定期間にはネーミングライツを導入することとします。

指定管理者制度導入施設においてネーミングライツを実施する場合、市が必要と認めたときは、スポンサーを公募せず、ネーミングライツ審査会での審査を経た上で、当該指定管理者を優先交渉権者とすることができるものとします。なお、当該交渉の結果、協議が整わなかった場合には、スポンサーを公募することができるものとします。

- ◆ 指定管理者が共同事業体の場合は、まず共同事業体としての申込みの意思を確認し、その意思がない場合は、共同事業体の各構成団体を個別に指名してスポンサーを募集することとします。この場合においては、構成団体以外の企業等と共同で申し込むことも可とします。
- ◆ 上記手続において、なおスポンサーが決定されなかった場合は、公募を行うこととします。
- ◆ 指定管理者以外の事業者からの提案については、当該事業者の事業内容及び提案内容が、当該指定管理者の事業、施設管理又は施設運営と競合しないよう配慮することとし、公募の場合はその旨を募集要項に記載します。

指定管理者制度導入施設においてネーミングライツを実施する場合の費用負担については、次の点に留意することとします。

- ◆ 指定管理者がスポンサーを兼ねる場合、ネーミングライツ料は、指定管理に係る管理経費又は事業実施に当たり必要な経費として認めないこととします。
- ◆ 指定管理者とスポンサーが異なる場合で、**第14項**の費用負担の表以外に、ネーミングライツの導入に起因して副次的に発生する費用負担については、指定管理者とスポンサーとの協議により決定することとします。





## 別紙 審査項目及び審査のポイント

### ①応募団体

- ・応募資格に当てはまるか
- ・経営は健全か など

### ②愛称案（英文表記含む）

- ・愛称の条件に当てはまるか
- ・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

### ③ネーミングライツ料

- ・提案金額は、市の希望額に鑑みて妥当か
- ・市の負担経費と比較して妥当か

### ④契約期間

- ・安定したネーミングライツ運用が図られる期間か（5会計年度以上）

### ⑤社会貢献

- ・社会貢献等の理念、活動実績、今後の計画 など

### ⑥施設等の魅力向上、地域活性化につながる提案

- ・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

### ⑦その他、検討において必要な事項

- ・地域性（市内の事務所・事業所等の有無） など