

ネーミングライツ導入ガイドライン

令和8年9月7日制定

1 ガイドライン策定の趣旨

このガイドラインは、市が所有する施設の命名権（「ネーミングライツ」という。）の導入の基本的な考え方を整理したもので、小田原市有料広告掲載要綱に定めのないネーミングライツの対象や募集の方法、応募者の選定方法等について定めるものです。

2 ネーミングライツ導入の目的

市の公共施設へ愛称を付与する企業等（以下「ネーミングライツパートナー」という。）から対価を得て、施設の維持管理や施設の魅力向上に活用することで、市民サービスの向上や、施設の持続可能な運営に繋げることを目的として、市の公共施設へのネーミングライツを導入します。

3 ネーミングライツの概要

- (1) ネーミングライツは、企業等と市とで契約を締結し、施設へ愛称を命名することで、ネーミングライツパートナーから対価（以下「ネーミングライツ料」という。）を得て、ネーミングライツ導入の目的達成を目指すものです。
- (2) ネーミングライツパートナーから得たネーミングライツ料については、原則として当該施設の維持管理費や運営費に充てることとします。
- (3) ネーミングライツ導入後、設定した愛称を市は積極的に使用することとしますが、条例で定める施設の名称は変更しません。

4 ネーミングライツの募集形態（公募方法）

導入対象施設の中から、希望の施設に対して愛称やネーミングライツ料等の提案を募集する「民間提案型」と、市が対象施設と条件を設定した上で、その施設に対して愛称やネーミングライツ料等の提案を募集する「市提示型」の2種類があります。

5 ネーミングライツの導入対象施設

施設の性格上、導入に適さない施設（※）を除く、市が所有する施設全般を対象とします。

（※）：市庁舎、消防署所、学校、保育所、幼稚園、認定こども園、医療施設、市営住宅、斎場、霊園、史跡、登録有形文化財等。また、指定管理者制度導入施設については、指定管理者と調整が整わなかった場合に公募の対象外とします。

6 ネーミングライツ料

ネーミングライツパートナーから得る対価については、次のとおりとします。

- (1) 「民間提案型」：金銭だけではなく、製品等の提供や役務（サービス）の提供等も可能です。
- (2) 「市提示型」：金銭とし、導入施設の利用者数、維持管理及び運営に係る経費、他の地方公共団体における事例等を踏まえ、市の希望するネーミングライツ料を設定します。

7 ネーミングライツの契約期間

5年を基本とし、協議により変更も可とします。

8 ネーミングライツの愛称の条件

- (1) 市民や施設利用者にとって、親しみやすさや呼びやすさ等、理解が得られる愛称で、原則 20 文字以内であること
- (2) 小田原市有料広告掲載要綱第 2 条第 1 項各号の規定に該当しないもの
- (3) 商標権及び著作権等権利関係の問題が生じない又は生じるおそれがないもの

※施設の特性に応じて、特定の地名やキーワードを含める等、市が希望する条件を募集要項にて設定する場合があります。

※優先交渉権者選定後に実施するネーミングライツ案に対する市民意見を聴取した結果、愛称として適切でないと市が判断した場合、愛称の変更を協議させていただきます。

※会社の統廃合等、真にやむを得ない場合を除き、契約期間内における愛称の変更は原則できません。

9 募集手続き

ネーミングライツの募集は、別に募集要項を作成し実施します。

応募しようとする方は、募集要項に基づき、期限までに必要書類を市に提出します。

(1) 募集方法

募集は、原則公募とし、市ホームページ等への掲載により行います。

※指定管理者制度導入施設については、「19 指定管理者制度導入施設における注意事項」に記載のとおり行います。

(2) 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は応募することができます。

ア 地方自治法施行令（昭和 22 年政令第 16 号）第 167 条の 4 の規定により、一般競争入札の参加を制限されている企業等

イ 市から指名競争入札の指名停止措置を受けている企業等

ウ 市税を滞納している企業等

エ 民事再生法（平成 11 年法律第 225 号）による再生手続中の企業等又は会社更生法（平成 14 年法律第 154 号）による更生手続中の企業等

オ 政治性又は宗教性のある事業を行う企業等

カ 暴力団員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）第 2 条に掲げる暴力団及びその利益となる活動を行う企業等

キ 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）において、風俗営業と規定される業種及びこれに類似する業種を行う企業等

ク その他ネーミングライツパートナーとして適当でないと市が認める企業等

※この他、施設の特性に応じ、募集要項で条件を加える場合があります。

(3) 募集期間

ア 「民間提案型」は随時募集を行います。なお、運用上募集期間を設定場合があります。

イ 「市提示型」は2か月以上の募集期間を設定します。

※募集期間内に応募がなかった場合は、募集要項の内容を見直した上で、再度募集を行うか検討します。

(4) 応募に要する経費の費用負担

応募に要する経費は、全て応募者の負担とします。

10 ネーミングライツパートナー優先交渉権者の選定

- (1) ネーミングライツの応募については、ネーミングライツ事業を所管する資産マネジメント課において資格内容を確認するとともに、小田原市有料広告掲載要綱に基づく小田原市広告審査会において広告掲載に関する疑義を審査した後、庁内組織の小田原市ネーミングライツパートナー選定委員会において審査を行い、ネーミングライツパートナー優先交渉権者（以下「優先交渉権者」という。）及び次点者を選定します。なお、審査基準は別に定めます。

※審査基準の例は次のとおりです（例示順は実際の配点順と関連していません）。

ア 愛称(呼びやすいか、分かりやすいか、施設のイメージと整合しているか)

イ 契約期間中のネーミングライツ料(金額は妥当か)

ウ 経営の安定性(ネーミングライツ料を支払うことができる財務状況であるか)

エ 企画提案内容(施設の魅力向上や市民サービスの向上、地域活性化等に繋がるか)

- (2) 応募が1者の場合でも、小田原市ネーミングライツパートナー選定委員会による審査を行い、優先交渉権者を選定します。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、優先交渉権者を選定しません。

- (3) 契約締結までの間に、優先交渉権者が応募資格を欠くこととなったときや、信用失墜行為等により施設のイメージが損なわれるおそれがあるとき、又は、優先交渉権者選定後に実施するネーミングライツ案に対する市民意見を聴取した結果、優先交渉権者として適切でないと市が判断した場合、市は、選定を取り消すことができることとします。

11 ネーミングライツパートナーメリット

ネーミングライツパートナーと協議の上、ネーミングライツを導入する施設ごとに、施設の設置目的や関連法令の規定等を踏まえ決定します。

市が想定しているネーミングライツパートナーメリットの例は、次のとおりです。なお、標識類や施設看板等で施設の屋外に愛称を標示する場合は、小田原市屋外広告物条例に準拠いただく必要があります。

- (1) 標識類や施設看板等（市が管理するものに限る）への愛称の標示

- (2) 施設パンフレット等への愛称記載

- (3) 市の広報紙やホームページ等における施設名称は、原則愛称を使用

※市民や施設利用者の混乱を避けるため、状況に応じて正式名称を併記する等の措置を講じる場合があります。

- (4) 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、広告の掲出等）

12 市民意見の聴取

ネーミングライツパートナー優先交渉権者選定後に、ネーミングライツ案（企業等の名称、愛称案、ネーミングライツ料、契約期間）を公表し、この内容への市民意見を聴取します。

聴取の結果を踏まえ、ネーミングライツ案の変更協議ができることとします。

13 契約の締結と公表

優先交渉権者と協議し、契約を締結します。協議が整わなかった場合は、次点者と協議します。

契約を締結したネーミングライツパートナーについては、企業等の名称を公表するほか、ネーミングライツの内容を市ホームページ等で公表します。

14 費用負担

ネーミングライツパートナーと市の費用負担は、次のとおりとします。

詳細については、双方協議の上、契約書等で定めることとします。

区分	ネーミングライツ パートナー	市
ネーミングライツ料	○	
敷地内外の看板等の表示変更 ※1	○	
契約期間終了後の原状回復	○	
パンフレット、封筒等の印刷物やホームページの表示変更 ※2	○ (ネーミングライツ パートナー作成物に 限る)	○ (市作成物に限る)

※1：市が設置したものでない看板等の表示を変更する場合は、ネーミングライツパートナーが関係機関等と調整することとなります。

※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、変更時期等を決定します。

15 契約の解除

契約締結後、ネーミングライツパートナーが応募資格を欠くこととなったときや、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生じたときは、市は契約満了を待たず契約を解除できることとします。なお、この場合における原状回復に必要な費用はネーミングライツパートナーが負担することとします。

なお、市の事情や責め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、市が負担することとします。

16 ネーミングライツ料の返還

すでに納付されたネーミングライツ料については、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は、契約期間の残期間に相当するネーミングライツ料を返還します。

17 契約期間満了後の取扱い

市は、契約期間満了の前年度までに、当該施設のネーミングライツを継続するか判断します。

継続すると判断した場合は、現ネーミングライツパートナーへ次期契約の意向を確認するとともに、当該施設のネーミングライツパートナーを希望する企業等がいるかサウンディング調査等により確認した上で、次期ネーミングライツパートナーを公募により選定するか判断します。

18 市議会への情報提供と市民への周知

ネーミングライツの実施に関して、募集開始時や契約締結時に、スケジュールや契約内容を市議会へ情報提供するとともに、市ホームページ等で市民へ周知するなど、情報共有に努めます。

19 指定管理者制度導入施設における注意事項

- (1) 指定管理者制度導入施設については、指定管理者又はその構成企業等を優先交渉権者としませんが、「10 ネーミングライツパートナー優先交渉権者の選定」の記載に準じた審査を行います。
- (2) 市の定める基準を満たさない場合や優先交渉権者との交渉の結果、協議が整わなかった場合は、指定管理者と調整の上、ネーミングライツパートナーを公募することができることとします。
- (3) 指定管理者制度の新規導入時や指定管理者の更新時に、指定管理者の募集と合わせてネーミングライツパートナーの募集を行うことができることとします。
- (4) 指定管理者とネーミングライツパートナーが異なる場合について、ネーミングライツの契約期間は、現指定管理者の指定期間とする場合があります。
- (5) 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、次の点に留意します。
 - ア 指定管理者がネーミングライツパートナーとなった場合は、ネーミングライツ料は、指定管理に係る管理運営経費や事業実施に当たっての必要な経費（自主事業業務に係る経費を含む）となりません。
 - イ 指定管理者とネーミングライツパートナーが異なる場合で、本ガイドライン「14 費用負担」で規定する費用負担以外に、ネーミングライツの導入を起因として副次的に発生する費用負担については、指定管理者、ネーミングライツパートナー及び市の協議により決定します。

20 その他

このガイドラインは、運用状況等に応じ、適宜見直します。

ネーミングライツ導入の簡易フロー

