

相模原市ネーミングライツ導入方針

1 趣旨

この方針は、相模原市(以下「市」という。)の公の施設、イベント等に対する命名権(以下「ネーミングライツ」という。)の適正な導入により、新たな財源の確保及び市民サービスの向上を図るため、対象施設の命名権者の募集方法及び選定について基本的な事項を定める。

2 ネーミングライツの定義

スポンサー企業等が、市の文化施設、スポーツ施設、貸館施設等の施設、イベント、事業等(以下「施設等」という。)に愛称として企業名、商品名等を付すことをいう。愛称は、条例上の施設名称を変更するものではない。

3 導入に当たっての原則

- (1) 市民サービスの向上につながるものであること。
- (2) 名称を選定する際は、公共性を考慮すること。
- (3) スポンサー企業等、市民の双方がメリットを共有できること。

4 導入対象等

(1) 導入対象施設等

以下の条件を満たす施設等の中から設置目的及び利用状況等を考慮し、対象とする範囲を定める。

なお、ネーミングライツの導入がふさわしくない施設等(市庁舎、学校等)は除くものとする。

ア ネーミングライツの導入により、当該施設等の設置目的の妨げにならないこと。

イ 施設等の性格、利用者数の多さ、メディア等に取り上げられる頻度などを考慮すること。

(2) 愛称を付することができる施設の制限

既に市民公募等により愛称を付している施設については、その愛称を含めた希望名称とすること。

(3) 愛称を付することができるイベントの制限

実施日や実施期間が重複するイベントについては、いずれか1つのイベントのみ愛称を付することができる。また、愛称を付することができるイベントは、1つの企業等につき、年間最大3事業までとする。

5 ネーミングライツ導入の手続

(1) スポンサー企業等の募集手続(募集型)

市は、具体的な導入対象施設等を決定した場合は、個別の募集要項を作成し、ホームページ等により募集を行う。ただし、広告代理店等を介して募集手続を行う場合にあっては、あらかじめ市と広告代理店等とで約定した事項に基づき、広告代理店等に募集を行わせる。

なお、原則として、市民の利用に供する施設については、事前に意向調査等を実施する。

ネーミングライツの取得を希望する企業等は、所定の申込書に導入施設等の名称、応募の趣旨、業務内容、希望名称案、希望金額、希望契約期間等を記入の上、必要な資料を添付して応募する。

(2) スポンサー企業等からの提案手続(提案型)

スポンサー企業等が提案をする場合は、所定の申込書に導入施設等の名称、提案の趣旨、業務内容、希望名称案、希望金額、希望契約期間等を記入し、必要な資料を添付することに加えて、スポンサー企業等ならではのノウハウ、アイデアを生かした施設等の魅力向上につながる提案をすることができる。

ただし、提案された導入希望施設等において、市が広くスポンサー企業等の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、市によるスポンサー企業等の募集手続により募集を行う場合もある。

(3) 規制業種

次に掲げる業種又は事業者は、応募及び提案ができないものとする。

- ア 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)で、風俗営業と規定される業種
- イ 風俗営業類似の業種
- ウ 消費者金融
- エ たばこ
- オ ギャンブルに係るもの
- カ 法律の定めのない医療類似行為を行うもの
- キ 占い、運勢判断に関するもの
- ク 政治性又は宗教性のある事業を行うもの

- ケ 債権取立て、示談引受けなどをうたったもの
- コ 特定商取引に関する法律(昭和51年法律第57号)により、連鎖販売取引と規定される業種
- サ 民事再生法(平成11年法律第225号)及び会社更生法(平成14年法律第154号)による再生・更生手続中の事業者
- シ 不当景品類及び不当表示防止法(昭和37年法律第134号)に違反しているもの
- ス 代表者等(役員及び経営に事実上参加している者)が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条に掲げる暴力団の構成員等であるもの
- セ 相模原市競争入札参加資格者指名停止等措置要綱(平成8年4月1日施行)により、競争入札の参加を制限されているもの
- ソ 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
- タ 各種法令に違反しているもの
- チ 行政機関からの行政指導を受け、改善がなされていないもの
- ツ 規制対象となっていない業種においても、社会問題を起こしている業種や事業者

6 スポンサー企業等の選定

(1) 選定委員会の設置

優先交渉権を付与する企業等を選定するための審査及びネーミングライツの審査に関する事項の協議等を行うため、選定委員会を設置する。

(2) ネーミングライツ選定委員会の組織等

選定委員会の組織等は、次のとおりとする。

ア 選定委員会は、次の者をもって組織する。

委員長	財政局長
副委員長	財政担当部長
委員	総合政策・地方創生担当部長
委員	SDGs・シビックプライド推進担当部長
委員	総務法制課長
委員	区政推進課長

委 員	経済担当部長
委 員	まちづくり推進部長

イ 選定委員会の会議は、委員長が招集する。ただし、優先交渉権を付与する企業等を選定するための審査において、(3)に掲げる事項のうち、審査不要と認められるものがあるときは、会議の招集に代えて、委員長及び副委員長並びに必要なに応じて加わる他の委員による書面審査とすることができる。この場合において、ウからカまでの規定は適用しない。

ウ 委員長は、愛称を付す施設等を所管する部署の長等を出席させ、その意見又は説明を求めることができる。

エ 委員長は、審査に関し必要と認めるときは、その指名する者を臨時委員として構成員に加えることができる。

オ 委員長が欠席の場合は、副委員長がその職務を代理する。

カ 会議は、委員の過半数の出席がなければ開催することができない。

キ 愛称を付す施設等の所管部署に属する委員は、当該事案の審査に参加することができない。

ク 選定委員会の事務局は、アセットマネジメント推進課に置く。

(3) 選定委員会による審査基準

市は、選定委員会において、5(3)に掲げる基準のほか、以下の事項((2)イただし書の規定により書面審査とする場合には、審査を要する事項)について審査を行い、ネーミングライツの優先交渉権を付与する企業等を総合的に判断し、選定するものとする。

ア 経営状況

イ 企業理念

ウ 希望名称

エ 金額・契約期間

オ 市民サービスの向上・親しみやすさ

カ その他ネーミングライツ導入に必要な事項

(4) 選定委員会による付帯意見

選定委員会は、優先交渉権を付与した企業等が提案した愛称に対し、意見を付することができる。

7 スポンサー企業等との契約

市と優先交渉権を有する企業等は、契約内容の詳細についての協議が整った段階で契約内容を約定するため、契約を締結する。ただし、広告代理店等を介して募集手続を行う場合における契約締結方法は、別途協議して定めるものとする。

8 優先交渉権の付与

契約の締結期間が満了する前に、当該施設等についてネーミングライツを引き続き導入することとしたときには、スポンサー企業等に次期のネーミングライツに関する優先交渉権を付与することができるものとする。ただし、広告代理店等を介して募集手続を行う場合の優先交渉権の付与については、別途協議して定めるものとする。

9 市の役割

- (1) ネーミングライツの導入時及び契約期間満了時に必要となる、ホームページ、パンフレットの更新については市の費用負担により行うものとし、看板設置や道路標識類の架け替え等については、個別の募集要項に定めるものとする。
- (2) 愛称の導入に当たっては、市自ら積極的に使用し、関係者にその使用を働きかけるものとする。
- (3) ネーミングライツ導入施設等の利用者数などを、スポンサー企業等に報告するものとする。

10 スポンサー企業等の役割

市民や利用者に対し施設等の魅力向上や積極的なセールスに努めるものとする。

1.1 契約の解除

市は、スポンサー企業等又は募集手続を行った広告代理店等の事情や瑕疵により当該施設等の愛称の維持が困難となった場合及び契約期間中に5(3)に掲げる規制業種に該当することとなった場合には、契約を解除することができる。この場合において、契約解除に伴う原状回復に必要な費用は、スポンサー企業等又は募集手続を行った広告代理店等が負担するものとする。

1.2 秘密の保持

応募及び提案の内容については、ネーミングライツ導入に関する目的以外に使用しない。

1.3 運営の委任

この方針の運営に関し必要な事項は、別に定める。

附 則

この方針は、平成22年8月1日から施行する。

この方針は、平成25年4月1日から施行する。

この方針は、平成25年11月29日から施行する。

この方針は、平成28年4月1日から施行する。

この方針は、平成29年6月1日から施行する。

この方針は、平成30年5月1日から施行する。

この方針は、令和2年4月1日から施行する。

この方針は、令和3年4月1日から施行する。

この方針は、令和4年4月1日から施行する。

この方針は、令和6年1月4日から施行する。

この方針は、令和6年3月13日から施行する。

この方針は、令和6年4月1日から施行する。