

## 加古川市ネーミングライツ制度の概要・考え方

※サウンディング実施時点で本市が検討している内容であり、決定事項ではありません。

### (1) 導入目的

次の点を目的とし、市民、市及びネーミングライツパートナー（ネーミングライツを取得した民間企業等。以下「パートナー」という。）のそれぞれにとってメリットとなり、地域活性化に繋がるよう、協働の取組として進めるものです。

- ・新たな歳入を確保し、施設の管理運営に役立てること。
- ・民間の資源やノウハウ等を活用することで、施設の魅力や利用率の向上を図ること。

### (2) 対象施設

市有施設のうち、スポーツ施設、文化施設、歩道橋等、不特定多数の市民が利用する施設（及びそれらの一部）を対象とします。

ただし、市役所や市民センター等の庁舎、学校園、医療施設のほか、施設の性格上ネーミングライツの導入が適当でないと市が判断するものは対象外とします。

### (3) 愛称の条件

#### ① 愛称付与の範囲

パートナーの企業名や商品ブランド名等を冠したもので、市民に親しみを持ってもらえるものとしします。

#### ② 正式名称との関係

ネーミングライツにより付与するものは施設の愛称であり、条例上の施設名称（正式名称）は変更しません。

#### ③ 利用者への配慮

混乱を避けるため、パートナーの企業名変更等やむを得ない事情がある場合を除き、契約期間内に愛称の変更はできません。

### (4) 応募資格

パートナーとしてふさわしい資力及び信用を備えた団体を対象とします。（法人格は必ずしも必要ではありませんが、個人は対象外とします。）

ただし、政治団体、宗教団体、公職にあるものが役員を務める団体等は対象外とします。

### (5) 契約期間

原則5年間とし、施設の状況等に応じて設定します。

ただし、指定管理者制度導入（予定）施設については、その指定期間を考慮し適切な期間を設定します。

## (6) ネーミングライツへの対価

### ① 対価の種類

金銭によることを基本としますが、役務の提供（例：清掃等の日常管理）を組み合わせることも可能とします。

### ② 対価の金額等

募集する対象施設毎に、施設の利用状況やマスメディアへの露出状況、類似施設の事例等を勘案し最低提案金額を設定します。

## (7) 費用負担

愛称付与に伴う費用負担は次のとおりとします。

区分	市	パートナー
施設表示看板の変更・新設 ※1		○
契約期間終了後の原状回復		○
市(指定管理者を含む)作成のパンフレット等の印刷物、ホームページの表示変更 ※2	○	
提案に当たっての費用及び契約締結に係る費用		○

※ パートナー負担分は、ネーミングライツへの対価の他に別途負担となります。

※1 新設の場合は、設置の可否を含めて協議します。なお、対象施設の敷地外、道路標識等の表示変更は、市や関係機関と協議が必要です。

※2 印刷物は、次回改訂時に変更します。(現在使用中の印刷物は利用を継続します。)ただし、パートナーの費用負担により早期に改訂することは可能です。

## (8) パートナー募集

### ① 募集の実施

原則公募により実施します。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。

### ② 募集期間

募集要項の公表から募集締切まで、原則1か月以上の期間を設定します。

## (9) パートナーの選定

### ① 審査委員会による審査・選定

審査委員会において、提案に対する採用の可否や優先交渉権者(※)について審査・選定を行います。

※優先交渉権者…応募者のうち、パートナーとして適格であり、かつ市も有利な条件で契約を締結することが出来るものとして、他の応募者に優先して市が契約に係る協議を行うもの。

### ② 選定基準

応募資格、趣旨、愛称案、対価、その他の提案内容等を総合的に判断し、優先交渉権者及び次点者以降の順位を選定・決定します。

なお、応募者が1者のみの場合も、パートナーとしての適格性を審査します。