

会津若松市ネーミングライツ基本要領

(令和8年9月25日決裁)

1 趣旨

この要領は、会津若松市が所有するスポーツ施設、文化施設、公園などの施設及び会津若松市が主催するイベント（以下「対象施設等」という。）の命名権（以下「ネーミングライツ」という。）の適切な導入を図るため、対象施設等や募集の方法、応募者の選定方法等について、基本的な考え方をまとめたものです。

ネーミングライツの募集は、この基本要領及び市広告掲載等に関する要綱に沿って、各対象施設等の所管部局が募集要項等を定め実施するものとします。

2 ネーミングライツ導入の目的

- (1) 資源（会津若松市の施設等）の有効活用を通じて、自主財源の確保に努めること。
- (2) 民間事業者による社会貢献の手段として、対象施設等の親しみやすさや知名度を高めること。

3 ネーミングライツの概要

- (1) ネーミングライツとは、契約により対象施設等の名称に企業名や商品名等を冠した愛称を付与する権利をいい、ネーミングライツを取得した企業等（以下「ネーミングライツ・パートナー」という。）から対価（ネーミングライツ料）を得て、対象施設等の管理運営やサービス向上などに役立てるものです。
- (2) ネーミングライツ導入後、市はホームページや広報印刷物などにおいて愛称を使用することとしますが、条例等で定める対象施設等の正式な名称は変更しません。
- (3) ネーミングライツは、対象施設等に愛称を付与する権利であり、ネーミングライツ・パートナーが自由に看板や案内サイン等（以下「看板等」という。）の設置及び変更ができるものではありません。

4 導入の手続

- (1) 施設特定型 市において対象施設等を特定し、名称を募集する方法
- (2) 提案募集型 相手方から導入の対象施設等の提案を募集する場合
別図1：「ネーミングライツのフロー図」を参照

5 導入の対象施設等

- (1) ネーミングライツについては、市が設置しているスポーツ施設、文化施設、公園などの施設及びそれらの一部のほか、市が所有する財産のうちネーミングライツを導入することにより効果が見込まれるものへの導入を検討するものとします。
- (2) 対象施設等は、施設等の性格、利用者数や各種大会等の開催状況、知名度などを考慮し決定するものとします。

ただし、対象施設等の名称の設定に特段の経緯があるものや、その性格上、愛称を付するこ

とが適当でないと判断するものは対象から除外します。

- (3) 選定しようとしている施設が指定管理者制度により運営されている場合は、指定管理者に不利益が生じないよう、あらかじめ市が当該指定管理者と協議を行い、必要に応じ指定管理者との協定書等を変更するなど、不利益や疑義が生じないようにすることとします。
- (4) 対象施設等が決定した場合は、公募を行うにあたり、部長会議等で報告し、市議会に情報提供を行うものとします。

6 希望金額の選定について

市は、対象施設等の性格、利用者数や各種大会等の開催状況、知名度、他自治体の類似事例などを考慮するほか、愛称使用に伴い市に生じる費用等も踏まえ、対象施設等ごとにネーミングライツ料の希望金額を算定します。

この希望金額は、あくまで目安となる金額であり、希望金額を下回る提案を行うこともできます。ただし、複数の応募があった場合で、希望金額以上の提案を行った者がいる場合は、希望金額以上の提案を行った者の中から優先交渉権者を選定します。また、提案金額が希望金額と比べて著しく低い場合、1 者のみの応募であっても優先交渉権者として選定されない場合があります。

7 契約期間

原則3年以上とし、応募者による提案とします。

ただし、施設等の特性や指定管理者の指定期間を考慮し、終期となる期間を市が設定することがあります。

また、年度の途中からネーミングライツを導入する施設等については、3年以上経過後の年度末（3月31日）が契約満了日となるよう提案することとします。

8 愛称

(1) 市民等の理解

親しみやすさや呼びやすさなど、市民等の理解が得られる愛称とします。

(2) 使用を禁止する愛称

愛称が、次のいずれかに該当するものは、ネーミングライツの対象としません。

- ① 法律、法律に基づく命令、条例及び規則に違反するもの
- ② 公序良俗に反するもの又はそのおそれがあるもの
- ③ 人権侵害となるもの又はそのおそれがあるもの
- ④ 政治性又は宗教性のあるもの
- ⑤ 社会問題その他についての主義又は主張に当たるもの
- ⑥ 当該愛称の内容について市が推奨している等、市民の誤解を招くもの又はそのおそれがあるもの
- ⑦ その他、愛称として使用することが適当でないと認められるもの

(3) 愛称の変更

利用者の混乱を避けるため、原則として契約期間内において愛称を変更することはできません。ただし、ネーミングライツ・パートナーの社名変更など特段の事情がある場合は、協議の上、変更することができるものとします。

(4) 愛称使用の制限

施設使用者の意向（スポンサーの競合等）により、愛称の使用が制限されることがあります。

9 ネーミングライツ・パートナーの募集

(1) 募集方法

- ① 募集は、原則公募とし、市のホームページや市政だより等に掲載することにより行います。
- ② 施設特定型の募集は、対象施設等ごとに所管部局にて募集要項等を作成し実施することとします。
- ③ 提案募集型の募集は、別に一連の手続を示すこととします。

(2) 応募資格

応募資格を有する者は、会津若松市と関わりが深い法人とします。ただし、次の事項（欠格要件）に該当する者は除きます。

なお、施設等の特性に応じ、募集要項等において下記以外の事項についても規定する場合があります。

- ① 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者
- ② 会津若松市入札参加停止等措置基準（平成 25 年 3 月 22 日決裁）による入札参加停止等の措置を受けている者
- ③ 本市に納税義務を負っている者で、応募する際に、その納付すべき市税を滞納している者
- ④ 破産法（平成 16 年法律第 75 号）による破産手続開始の申立て、会社更生法（平成 14 年法律第 154 号）による更生手続開始の申立て、民事再生法（平成 11 年法律第 225 号）による再生手続開始の申立て又は会社法（平成 17 年法律第 86 号）による清算の申立てがなされている者
- ⑤ 法律、法律に基づく命令、条例及び規則に違反している者
- ⑥ 政治的、宗教的な団体又は社会問題等の主義、主張を行う団体
- ⑦ 暴力団（会津若松市暴力団排除条例（平成 24 年会津若松市条例第 4 号）第 2 条第 1 号に規定する暴力団をいう。）、暴力団員（同条例第 2 条第 2 号に規定する暴力団員をいう。）並びに暴力団又は暴力団員が経営又は運営に実質的に関与している者及びこれらと密接な関係を有する者
- ⑧ 指定管理者制度により運営されている施設にあっては、現在の指定管理者の事業目的と競合する者（現在の指定管理者及びその関連企業は除く。）
- ⑨ その他本市のネーミングライツ・パートナーとして不適当と認められる者

例：消費者金融、たばこ、パチンコ、風俗店、商品先物取引など青少年の健全な育成を阻害するおそれのあるもの、公序良俗に反するおそれのあるもの等

(3) 費用負担

応募に要した経費は、すべて応募者の負担とします。

(4) 募集要項等

- ① 施設特定型は、応募に必要な事項を記載した募集要項等を作成します。

例：応募資格、愛称の条件、希望金額、契約期間、評価基準・選定方法、提案様式（応募時の提出書類）、施設等概要（利用者数、配置図、設置・変更等が可能な看板等の位置・規格など）、現場説明会（実施する場合）、応募方法、募集期間、ネーミングライツ・パートナー特典（実施する場合）、指定管理者名 など

- ② 応募など一連の手続をあらかじめ公表し、選定の透明性の確保に努めます。

(5) 募集期間

募集期間は、次のとおりとします。

- ① 施設特定型 … 原則として 30 日以上とします。

- ② 提案募集型 … 通年募集とします。

(6) 応募がなかった場合の取扱い

施設特定型では、募集期間を経過しても応募がなかった場合、募集要項等に定める条件を見直し再度の公募を実施し、又は募集を取りやめます。この場合において、施設特定型の募集を取りやめた後に提案がなされた場合は、提案募集型として提案されたものとします。

10 選定方法

(1) 選定委員会の設置

ネーミングライツの導入にあたっては、会津若松市広告審査委員会において、優先交渉権者の決定等について書面により審査及び選定を行います。この場合において、必要に応じ、有識者等の意見を求めることができるものとします。

(2) 選定基準等

- ① 資格審査

応募資格を満たしているか確認します。欠格要件に該当する場合は失格とします。

- ② 提案内容の評価（①の資格審査を通過した者のみ）

別記 1 及び 2：「ネーミングライツ・パートナー選定に係る評価基準」を参照

(3) 優先交渉権者

優先交渉権者は、他の応募者に優先して市との契約締結に向けて交渉することができます。

優先交渉権者と契約締結に至らない場合は、次点の応募者と契約締結に向けて交渉します。

11 提案募集型における回答

提案募集型への応募に対し、不採用となった場合は、応募を受けた日から、原則 3 月以内理由を付して文書で回答します。

12 ネーミングライツ・パートナーの決定及び公表等

(1) ネーミングライツ・パートナーの決定と契約の締結

優先交渉権者との協議が整った場合は優先交渉権者をネーミングライツ・パートナーとして決定し、ネーミングライツに関する契約を締結します。

(2) ネーミングライツ・パートナーの公表

ネーミングライツ・パートナーの決定後（契約締結後）、速やかに当該法人の名称、対象施設等の愛称、ネーミングライツ料、契約期間等を市ホームページにより公表します。

13 ネーミングライツ導入に伴う費用負担及び表示変更基準

(1) 費用負担

ネーミングライツ料以外の市とネーミングライツ・パートナーの費用負担は、次に定めるところによるものとします。

No.	区 分	市	ネーミングライツ・パートナー
1	愛称を用いた看板等の設置、変更及び維持管理※1		○
2	契約期間終了時の原状回復		○
3	市が作成する印刷物（パンフレット、封筒等）や市のホームページの変更	○	

※1 新設看板等及び既設看板等の表示変更部分に係る維持管理費はネーミングライツ・パートナーの負担となります。

(2) 表示変更基準

ネーミングライツ・パートナーにおいて、付与された愛称を用いた看板等の設置及び変更を行う場合は、次の各号の定めるところによるものとします。

① 対象施設等の建物の外壁及び内部並びに対象施設等の敷地内の看板等は、原則として市が設置した既存の看板等のみ変更することができるものとし、変更可能な看板等の数、位置、現況写真等について、募集要項等に記載することとします。

新規の看板等の設置については、募集要項等に設置の可否を含め記載することとします。

② 対象施設等の敷地外の看板等は、原則として変更できませんが、市が設置した既存の看板等について、市や関係機関と協議の上、変更可能な看板等がある場合に限り変更することができるものとし、新たに看板等を設置することはできません。

この場合において、看板等の高さや表示面積、設置場所等により、建築基準法や市屋外広告物等に関する条例等に基づく手続が必要になる場合があり、これら各種法令等に適合したものとする必要があります。

③ 前2号に定める看板等の設置及び変更を行う場合は、対象施設等の外観及び近隣の景観と調和がとれた配色等とするものとします。

④ 看板等の設置及び変更は、契約期間開始後に実施するものとし、撤去については、契約期

間満了までに実施するものとします。

- ⑤ 印刷物については、残部数や切替え時期などを考慮し、協議の上決定することとします。

14 愛称の使用

愛称については、市が積極的に使用するとともに、関係機関への周知と使用を促します。ただし、市民、対象施設等の利用者、開催される興行の主催者等に対し、愛称の使用を義務付けるものではありません。

15 契約の解除

ネーミングライツ・パートナーの信用失墜行為等に伴い、対象施設等のイメージが損なわれるおそれが生じた場合、市は契約満了を待たず契約を解除できることとします。

この場合、ネーミングライツ・パートナーは、市が指定する日までに、自己の負担により、看板等を撤去するなどの原状回復を行うものとします。

16 契約期間満了時の取扱い

契約期間の満了前に、市は対象施設等のネーミングライツの継続実施の可否を検討します。

この場合において、愛称が頻繁に変更になることを避けるため、ネーミングライツを継続して実施しようとする対象施設等については、次の各号に定めるところにより取り扱うものとします。

(1) 継続実施の可否判断及び募集要項（契約期間満了時用）等の作成

市は、契約期間が満了する7月前までに、当該施設等のネーミングライツの継続実施の可否を判断し、継続実施する場合は、次期募集期間における募集要項（契約期間満了時用）等を作成します。

この場合において、市はネーミングライツ料の希望金額について、契約満了時点での対象施設等の利用者数や各種大会等の開催状況、知名度、他自治体の類似事例などを再確認するほか、社会情勢の変化等の影響も考慮して再度算定し、募集要項（契約期間満了時用）等に記載します。

(2) 現ネーミングライツ・パートナーへの通知

市は、契約期間が満了する7月前までに、現ネーミングライツ・パートナーに対し、当該施設等におけるネーミングライツの継続実施の可否を通知し、継続実施する場合は、次期募集期間における募集要項（契約期間満了時用）等を交付します。

(3) 現ネーミングライツ・パートナーの手続

現ネーミングライツ・パートナーは、募集要項（契約期間満了時用）等を確認し、再度の契約を希望する場合は、契約期間満了の半年前までに、市の指定する更新申請書を提出し、選定委員会による審査で承認された場合、優先交渉権者として決定されるものとします。

(4) 選定基準等

別記3：「ネーミングライツ・パートナー更新に係る評価基準」を参照

17 その他

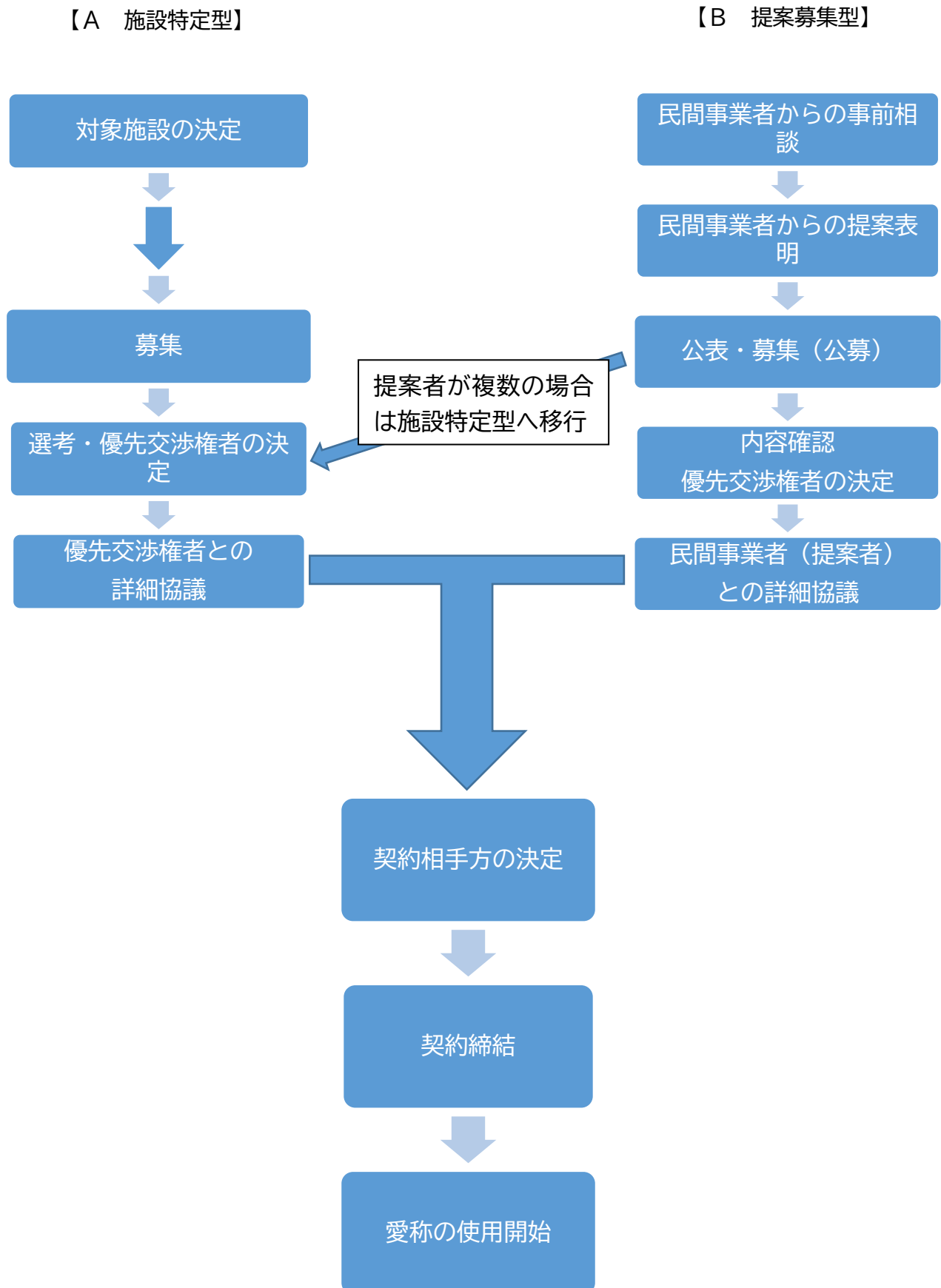
この要領に定めがない事項については、対象施設等の募集要項等に記載することとします。

附 則

この要領は、令和８年９月２５日から施行します。

別図1

ネーミングライツのフロー図



別記 1

ネーミングライツ・パートナー選定に係る評価基準【施設特定型】

1 目的

この基準は、市の対象施設等におけるネーミングライツ・パートナーの優先交渉権者を選定するための評価の基準等について示すものである。

2 評価方法及び優先交渉権者の選定

優先交渉権者の選定は、別表「評価基準表【施設特定型】」に基づく広告審査委員会委員の採点により行う。各委員の合計点数の平均を得点とし、最高得点者を優先交渉権者とする。

また、市の希望金額以上の提案を行った者がいる場合、希望金額に満たない提案を行った者は、点数に関わらず失格とし、提案金額が希望金額の $1/2$ に満たない金額であった場合は、1 者のみの応募であっても失格とする。

3 評価点

採点にあたっては、「評価基準表【施設特定型】」に定める各項目の着眼点を踏まえ、次表に定める 5 段階の評価を行い、それぞれの区分に応じた評価点を算出するものとする。

評価段階	配点 10 点の場合	配点 20 点の場合	提案金額の場合
A 優れている	10	20	○応募者中、最高額を提案した者に配点の満点（40 点）を付与する。 ○上記以外の者は、下記の式で算出した点数を付与する。 配点 40 点 × (提案金額 / 年) / (応募者中最高提案金額 / 年)
B やや優れている	8	16	
C 普通（標準的）	6	12	
D やや劣る	2	4	
E 劣る	0	0	

別表

評価基準表【施設特定型】

大項目	小項目	評価の着眼点	配点
①愛称案	①親しみやすいか	名称の長さや呼びやすさなど、市民にとって親しみやすいと判断される場合、優位に評価する。	30
	②工夫があるか	工夫を凝らした名称の場合、優位に評価する。	10
②社会貢献等		社会貢献への前向きな意欲が認められる場合や、市内において実施した（している）実績を有している場合、優位に評価する。	10
③応募理由		施設の知名度や地域への貢献などの意欲が認められる場合、優位に評価する。	10
④ネーミングライツ料の提案金額		市の希望金額と比較して高額の場合、優位に評価する。	40
合 計			100

別記 2

ネーミングライツ・パートナー選定に係る評価基準【提案募集型】

1 目的

この基準は、市の対象施設等におけるネーミングライツ・パートナーの優先交渉権者を選定するための評価の基準等について示すものである。

2 評価方法及び優先交渉権者の選定

優先交渉権者の選定は、別表「評価基準表【提案募集型】」に基づく広告審査委員会委員の採点により行う。各委員の合計点数の平均を得点とし、最高得点者を優先交渉権者とする。

また、市の希望金額以上の提案を行った者がいる場合、希望金額に満たない提案を行った者は、点数に関わらず失格とし、提案金額が希望金額の $1/2$ に満たない金額であった場合は、1 者のみの応募であっても失格とする。

3 評価点

採点にあたっては、「評価基準表【提案募集型】」に定める各項目の着眼点を踏まえ、次表に定める 5 段階の評価を行い、それぞれの区分に応じた評価点を算出するものとする。

評価段階	配点 10 点の場合	配点 20 点の場合	提案金額の場合
A 優れている	10	20	○応募者中、最高額を提案した者に配点の満点（40 点）を付与する。 ○上記以外の者は、下記の式で算出した点数を付与する。 配点 40 点 $\times$ （提案金額 / 年） / （応募者中最高提案金額 / 年）
B やや優れている	8	16	
C 普通（標準的）	6	12	
D やや劣る	2	4	
E 劣る	0	0	

別表

評価基準表【提案募集型】

大項目	小項目	評価の着眼点	配点
①愛称案	①親しみやすいか	名称の長さや呼びやすさなど、市民にとって親しみやすいと判断される場合、優位に評価する。	30
	②工夫があるか	工夫を凝らした名称の場合、優位に評価する。	10
②社会貢献等		社会貢献への前向きな意欲が認められる場合や、市内において実施した（している）実績を有している場合、優位に評価する。	10
③応募理由		施設の知名度や地域への貢献などの意欲が認められる場合、優位に評価する。	10
④ネーミングライツ料の提案金額		市の希望金額と比較して高額の場合、優位に評価する。	40
⑤提案者加算点		最初の提案表明者のみに加算する。 その他の提案者には加算しない。	5
合 計			105

別記3

ネーミングライツ・パートナー更新に係る評価基準

1 目的

この基準は、市の対象施設等におけるネーミングライツ・パートナー契約を更新するための評価の基準等について示すものである。

2 評価方法及び更新の可否の選考

更新の可否については、「評価基準表」に基づく広告審査委員会委員の評価により選考し、不適合となる項目がある場合は、優先交渉権を付与しない。

評価基準表

評価項目	評価の着眼点	配点
①ネーミングライツ料の提案金額	現契約額と同額以上、かつ、募集要項（契約期間満了用）に記載の市の希望金額以上であるか	適否のみ
②ネーミングライツ基本要領等への適合	現在のネーミングライツ実施状況及び更新申請書の内容が、現行の基本要領及び募集要項（契約期間満了用）に沿っているか。沿っていない場合、適切な改善案が提出されているか	適否のみ