

ネーミングライツの現状と課題について

1 ネーミングライツの現況

(1) ネーミングライツの始まりと拡大

1970年代に米国から始まったネーミングライツは(米4大プロスポーツ施設の約7割で導入)、現在、欧州・アジアなどへも導入が広がっています。海外でのネーミングライツ事例の特徴としては、期間も長期でかつ金額も高い、大規模な契約が多くなっています。

【主な導入事例(海外)】

施設愛称	所在国	年額	期間(年)	備考(本拠地)
セ-ワ-フィールド	アメリカ	約1億7,000万円	20年	アトランタ・ブレーブス(野球)
フェデックス・フィールド	アメリカ	約7億円	27年	ワシントン・レッドスキンズ(アメリカンフットボール)
リ-ン-アリーナ	イギリス	約2億円	10年	コベントリー・シティFC(サッカー)
エミレーツ・スタジアム	イギリス	約200億円	15年	アーセナルFC(サッカー)
ルセ-ス・パ-ク文化センター	中国	約10億円	10年	

※金額は平成22年4月時点のレートで換算

(2) 日本の現況

日本においては、公共施設での最初の導入事例である味の素スタジアム(H15)以降、各地方自治体における公共施設の維持管理手法の一つとして全国的に定着し、一般化してきています。

現在、全国で約100施設に導入されており、この中で横浜市は5施設と、宮城県、富山県射水市と並び最多となっています。(共創推進事業本部調べ、H22.4月)

また、国においても、平成21年5月、国立施設初のネーミングライツが、ナショナルトレーニングセンターに導入されています。

【主な導入事例(日本)】

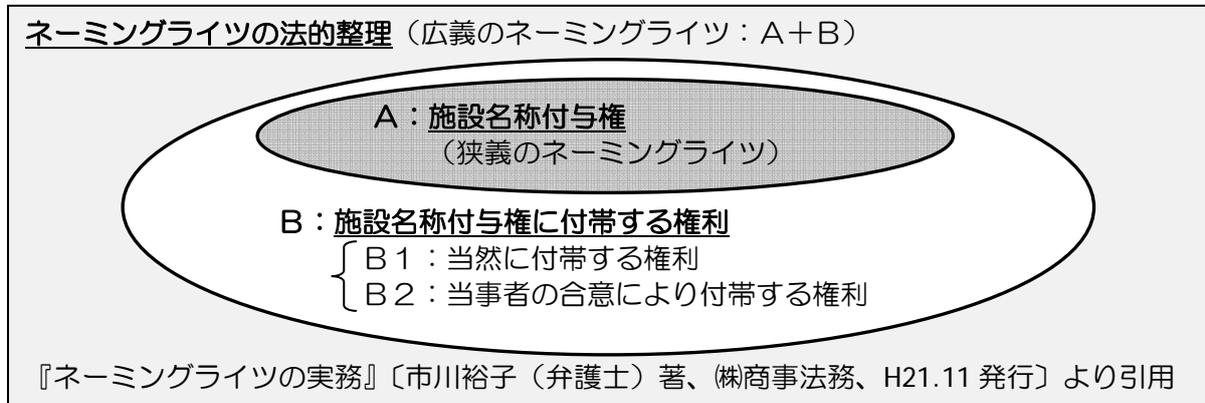
種別	施設愛称	正式名称	施設所有者	年額(万円)	期間(年)
サッカー	味の素スタジアム	東京スタジアム	東京都	23,333	6
	フジテレビアリーナ	蘇我球場	千葉市	7,000~12,000	5.5
	大分銀行ドーム	大分スポーツ公園総合競技場	大分県	4,200	3
野球	MAZDA Zoom-Zoom スタジアム 広島	広島市民球場	広島市	30,000	5
	リネックススタジアム宮城	宮城球場	宮城県	25,000	3
ホール	AL SOKホール	広島県立芸術ホール	広島県	3,300	5
道路	ららぽーと通り	磐田市道・富里大久保線	磐田市	30	5
その他	区役所前トイ診断士の廁堂	渋谷区役所前公衆トイレ	渋谷区	10	3
国施設	味の素ナショナルトレーニングセンター	ナショナルトレーニングセンター	国	8,000	4

(3) 全国的な動向

最近の全国的な動向として、導入施設の多様化や契約内容の多様化、企業のCSR(地域貢献、社会貢献)としての位置づけなどが見られる一方、市場の冷え込みによる金額や契約年数の低下、契約相手方のトラブルによる契約の解除、契約満了に伴う更新などの課題も生じてきています。

2 ネーミングライツの法的整理

日本のネーミングライツの法的整理は、平成 15 年以降、多くの自治体で取り組まれ事例を重ねてきたことなどにより、法律家等の専門家などにより行われてきています。それによれば、ネーミングライツは当事者の合意（契約）に基づく私法上の債権の集合体であるとされ、その内容は下図のように整理されつつあり、多くの自治体においてもこのような考え方で実施をしています。



3 横浜市の現況

(1) 横浜市での導入とガイドラインの制定

横浜市では、厳しい財政情勢の中、安定的な財源確保による施設の維持運営と、民間の資源やノウハウ等の活用による施設の魅力向上などを目指して、全国的にも先駆的に取り組んできました。

平成 17 年 3 月、横浜国際総合競技場に初めて導入されて以来、各施設につき個別に導入手続きを行っていました。しかし、対象施設の考え方や市民・関係者等の意見の反映などについて課題が出てきたことから、平成 20 年 10 月に、「横浜市ネーミングライツ導入に関するガイドライン」を制定し、対象施設、募集方法（施設特定型と企業提案型）、提案の内容、審査、意見聴取（市民、関係者）など、手続の統一化を図りました。

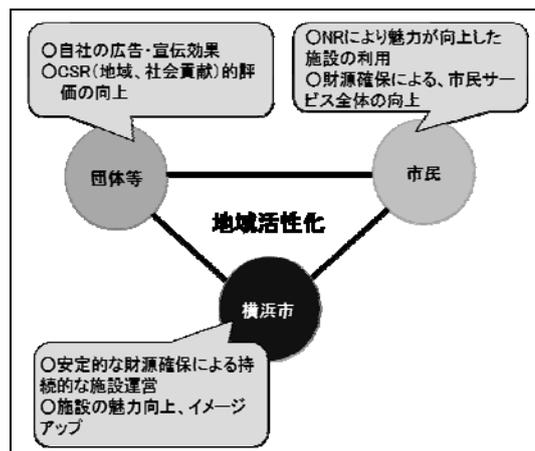
(2) 横浜市での導入施設（平成 22 年 4 月現在）

施設愛称	正式名称	スポンサー	金額（年）	期間	所管職・条例等	募集方法等
ニッパツ 三ツ沢球技場	三ツ沢 球技場	日本発条 株式会社	8,000 万円	5 年間 (H20.3.1～)	・環境創造局 ・横浜市公園条例	個別手続
はまぎんこども 宇宙科学館	横浜こども 科学館	株式会社 横浜銀行	3,000 万円	5 年間 (H20.4.1～)	・こども青少年局 ・横浜こども科学館条例	個別手続
俣野公園・横浜 葉大スタジアム	俣野公園 野球場	学校法人都 築第一学園	1,000 万円	10 年間 (H21.8.1～)	・環境創造局 ・横浜市公園条例	提案募集型 〔ガイドライン適用〕
バイクォーター ウォーク	横浜駅ポート サイド人道橋	三菱倉庫 株式会社	800 万円	5 年間 (H21.12.1～)	・都市整備局、道路局 ・道路法	提案募集型 〔ガイドライン適用〕
日産スタジアム (第 2 期)	横浜国際 総合競技場	日産自動車 株式会社	15,000 万円	3 年間 (H22.3.1～)	・環境創造局 ・横浜市公園条例	スポンサー募集型 〔ガイドライン適用〕

(3) 地域活性化への貢献

横浜市では、施設の魅力向上などを目指して、提案時に各スポンサー企業から地域貢献等についての提案をいただいています。

地元企業としての横浜への貢献や地域活性化、子ども達への支援、市民・行政との良好な協力関係の体現などを理由として、実際に、サッカー・陸上・科学体験等の教室の開催、地域イベントへの施設利用の無償提供、野球親善試合の開催などの協力をしていただいています。



(4) 日産スタジアムについて

日産スタジアムについては、平成22年3月に新たな契約を締結しました。

契約に当たっては、これまでの運用の実態を踏まえ、契約書の文言などについて、より適正な表現となるよう改善を図りました。

【前契約内容と現契約内容の対照表】

	前契約	現契約
期 間	5年間	3年間
金 額	47,000万円/年	15,000万円/年
主なスポンサー メリット (愛称付与以外 の特典)	<ul style="list-style-type: none"> ・施設の無償使用权 ・広告スペースの提供 	<ul style="list-style-type: none"> ・施設の利用 ・広告スペースの提供 ・広報印刷物・ホームページでの掲出
メリッのうち 施設の利用に関 するもの	<ul style="list-style-type: none"> ・横浜国際総合競技場：20日 ・小机競技場：90日 ・テラスボックス・会議室 	<ul style="list-style-type: none"> ・横浜国際総合競技場：10日 ・小机競技場：20日 ・テラスボックス・会議室 ・備品庫、事務スペースの提供
契約書上の文言等 の変更	<ul style="list-style-type: none"> ・「無償使用权」 	<ul style="list-style-type: none"> ・「施設の利用」かつ「利用料金の減免」という表現に変更。 ・減免について、条例及び規則に定める手続きを行うことを明記。

4 横浜市における課題

ネーミングライツの導入及び運用を進めてきた中で、様々な課題が見えてきました。

今後、より一層公正・適正な取り組みとするため、ガイドラインの改正を含めた制度の整理を進めたいと考えています。

(1) 取り組みの方向性

■今後のネーミングライツの位置づけ

- ・ 横浜市全体で財源不足が見込まれるなか、今後の施設の持続的な管理運営を考えるにあたり、財源確保も含めた公民連携の手法として、ネーミングライツをどう位置づけるか。

■導入検討施設の考え方

- ・ 施設の性質や設置目的などから、どのような施設に導入を検討すべきか。

- 新たな中期的計画の策定における、全庁的な検討の中で整理します。

(2) 実務的な課題（現行のガイドラインの内容）

■ネーミングライツの目的、内容

- ・ 施設の維持運営、財源確保以外の目的について、位置づけが不明確である。
- ・ 愛称付与以外の特典の根拠、内容、適正な取扱い等について不明確である。
- ・ 施設の正式名称と愛称の使用の使い分けが不明確である。

■現行の手続きが明示できていない

- ・ 市会の関与に関して、時期や手続きが明確でない。
- ・ 審査委員会の構成員や位置づけ、および審査項目についての記載が不十分である。

- スポンサー企業や関係局など多岐にわたる関係者との調整を行ったうえで「横浜市ネーミングライツ導入に関するガイドライン」改正の中で整理します。

(3) 市民への周知の課題

■市民の理解を十分に得ていない

- ・ ネーミングライツを導入することによる市民のメリット等がうまく説明できていない。
- ・ スポンサー企業の提案の意図や地域貢献の考え方、また実際の貢献内容等が市民に伝わっていない。

- 市民へのPRをより積極的に行い、市民理解を深めます。