

市区町村名	神奈川県平塚市	担当部署	企画政策部 資産経営課
		電話番号	(0463) 21 - 8763

1 取組事例名

財源確保だけではない！ネーミングライツ制度を活用した市民サービス向上・地域活性化！

2 取組期間

平成 22 年度～（継続中）

3 取組概要

公共施設へのネーミングライツの導入において、ネーミングライツを取得した企業等をパートナーと位置づけ、ネーミングライツ料だけではなく、地域貢献活動に係る提案を重視することで、自主財源の確保のみならず、市民サービスの向上や当該施設を中心とした地域活性化の推進を図る。

4 背景・目的

【背景】

厳しい財政状況下において、新たな自主財源の確保策が求められる中で、ネーミングライツの検討を始めたが、先進市においても導入が難しくなっていたこともあり、お金だけでなく企業等の発想に基づいた活動により市民サービスの向上や地域の活性化を図ることも重視し取り組んでいくこととした。

【目的】

1 市民サービスの向上

ネーミングライツの募集において、企業等から地域貢献活動に係る提案も募り、ネーミングライツをきっかけに企業等が様々な活動を行うことで、市民サービスの向上や施設の魅力アップを期待することができる。

2 地域の活性化

ネーミングライツの募集において、企業等が当該施設の周辺地域等における活動を提案することで、当該施設を中心とした地域の活性化を期待することができる。

3 自主財源の確保

ネーミングライツ料収入を得ることができ、自主財源の確保を期待することができる。

5 取組の具体的内容

■平成 22 年度 「ネーミングライツ導入に関する基本的取扱い」を策定

■平成 23 年度 ネーミングライツスポンサーを募集（対象施設、基準額等の募集条件は指定）

■平成 24 年度 ・募集条件を一部見直し、愛称使用期間を選択制とした。

・地域貢献活動等の提案を求め、選定にあたっては、市民サービス向上に関する項目を評価項目とした。

・ネーミングライツを前向きに検討する企業向けに、対象施設をメール配信するサービスを実施。

■平成 25 年度 募集に当たり、「ネーミングライツスポンサー」を「ネーミングライツパートナー」と改称。

■平成 26 年度 ・募集に当たり、地域貢献活動に加え、対象施設やネーミングライツ料についても企業等から提案を受ける提案型ネーミングライツ手法を導入し、多様な提案を受け付ける制度に改めた。

・円滑な応募につなげるため、事前相談制度を導入。

■平成 27 年度 募集時に、「重点導入施設及び希望価格」提示。

■平成 28 年度 募集期間を廃止し、随時募集をすることとした。

6 特徴（独自性・新規性・工夫した点）

- ・応募状況に応じて、企業からの意見等を参考に、募集条件等を見直し、翌年度の応募に結びつけている。平成 25 年度の募集では、募集金額の見直し、平成 27 年度の募集では、提案の目安として、応募のきっかけとなるように市として重点的に導入を推進する施設及びその希望価格を示した。
- ・ネーミングライツの導入に当たっては、制度所管課と施設所管課が協力して対象施設のアピールシートを作成し、企業等に対しダイレクトメールを送付するなどの PR をしてきた。また、平成 24・25 年度の募集においては市職員による営業活動などの売込を行った。
- ・ネーミングライツパートナー企業の社会貢献活動等について、市ホームページに掲載しているほか、平成 24・26 年度には広報紙でネーミングライツに関する特集記事を組むなど広く市民に知らせる機会を設けることでパートナー企業をフォローしている。
- ・導入後の企業等への対応は、制度所管課と施設所管課が綿密に連携協力し、柔軟に対応することで、パートナー企業等をフォローし、民間の発想力をより引き出し、導入による効果を高めるように努めている。

7 取組の効果・費用

【ネーミングライツ導入済施設数】

平成 23 年度 1 施設、平成 24 年度 1 施設、平成 25 年度 2 施設、
平成 26 年度 5 施設、平成 27 年度 5 施設、平成 28 年度 8 施設

平成 28 年 4 月 1 日現在、8 施設にネーミングライツを導入し、導入施設数は神奈川県内最多となっている。パートナーとなっていたいただいている企業等は、全て本市にゆかりが深い企業等である。

【地域貢献活動実施実績】

- ・ネーミングライツを取得した施設を本拠地としている J リーグ「湘南ベルマーレ」の観戦チケットを障がい者団体等へ寄贈
- ・ネーミングライツを取得した施設周辺のボランティア清掃（月に 1 回程度）
- ・ネーミングライツパートナーに対する施設の無償使用日を活用した映画鑑賞会や「湘南ベルマーレ」の選手・コーチによるファミリーサッカー教室の開催（平成 24、26 年度）、少年野球大会の開催（平成 26、27 年度）等
- ・ネーミングライツを取得した施設周辺への桜並木の植樹（45 本）

【ネーミングライツ料収入】

平成 23 年度 20,000 千円、平成 24 年度 20,000 千円、平成 25 年度 23,050 千円、
平成 26 年度 25,130 千円、平成 27 年度 25,130 千円、平成 28 年度 26,530 千円

【地元への浸透】

- ・「湘南ベルマーレ」の試合等で歌われる応援歌の歌詞に、本拠地となる当該施設の愛称が入れられるなど地元市民等に受け入れられてきている。

【その他】

- ・ネーミングライツ導入にあたり、企業訪問やダイレクトメールの送付などを行ってきたほか、パートナー企業からの提案に対応することで、市民（企業等）目線の対応や営業活動などを経験してきており、市職員の意識改革にもつながっていると考えられる。

8 取組を進めていく中での課題・問題点（苦労した点）

契約更新時期において、ネーミングライツの効果を下げずに契約内容を更新し、出来る限り末永くパートナーとして御協力いただくことが課題となっている。

本市においては、1施設のネーミングライツを平成26年度に更新しているが、相手の意向を踏まえた上で代案の提示や協議を行うことで双方の溝をいかに少なくしていくかを意識して交渉を行った。

9 今後の予定・構想

本事業は、施設の特性やパートナー企業等の状況や考え方が異なるため、マニュアル化や画一的な対応が難しい事業であると考えている。また、そのような対応をすることは、逆に民間の発想を阻害してしまう懸念もある。

今後も積極的に事業に取り組み、様々な事例を積み上げていく中でノウハウを蓄積し、より民間の発想を引き出し、市民・パートナー・行政がトリプルウィンとなる関係を構築していきたい。

10 他団体へのアドバイス

市の財政状況が厳しい中、市民サービスの向上に向けた取組を行政だけで担うことには限界があると考えられ、民間の協力を得ながら行政運営をしていくことが不可欠である。

ネーミングライツにおいても、お金（財源確保）だけに拘るのではなく、各企業等が得意とする分野や取り組みやすい分野における活動も含め、広く提案を募ることで、企業規模に関わらず、御協力いただける機会が増えると考ええる。

特に地元にはゆかりのある企業等の中には、規模が小さく一定額のネーミングライツ料を負担することはできないが、活動で御協力いただける企業等はあると考えられ、このような企業等を市民に認知していただくとともに、末永く地元と関わりを持っていただくきっかけにもなると考える。

11 取組について記載したホームページ

【ネーミングライツ導入推進事業（ネーミングライツ導入実績等）】

<http://www.city.hiratsuka.kanagawa.jp/kanzai/naming-rights4.htm>

【提案型ネーミングライツについて】

<http://www.city.hiratsuka.kanagawa.jp/kanzai/naming-rights6.htm>

【ネーミングライツパートナー企業の紹介について】

<http://www.city.hiratsuka.kanagawa.jp/kanzai/naming-rights11.htm>

【平塚市ネーミングライツパートナー選考委員会について】

<http://www.city.hiratsuka.kanagawa.jp/kanzai/naming-rights5.htm>