

サートにネーミングライツを公募して、2019年9月から導入となりました。

区役所ロビーコンサートは、25年以上継続している杉並区と日本フィルハーモニー交響楽団の友好提携に基づき年4回実施しています。他にも区立の学校への出張音楽教室や公開リハール等の様々な友好提携事業を実施していますが、区役所で開催するイベントは、より幅広い世代の方の目に触れる機会となると考え、ネーミングライツを導入することとしました。

通常、100名分の座席は満席で立ち見が出るほどのコンサートですが、コロナ禍では、座席数を半分に間引く等の感染症対策を講じながら実施しています。

②契約期間

2019年9月1日から3年間の期間です。

③契約金額

契約金額は年額12万円（消費税込み）で、3年間で36万円です。この歳入は、「文化・芸術の振興」事業に充てています。区役所ロビーコンサートは、この事業における取組の1つです。

●郷土博物館分館企画展

①導入の経緯

区役所ロビーコンサートと同様にネーミングライツ事業の拡大を図るため、当時の担当者が、先進自治体の事例等を参考にしながら「施設」以外へのネーミングライツ事業導入の可能性を検討し、「杉並の高校野球春夏熱闘の記憶～幻の大会から令和の大会まで～」という企画展に公募して、導入しました。

②契約期間

開催期間2020年2月22日から5月10日の企画展に対し、2019年12月1日から2020年5月31日を契約期間としてネーミングライツを導入しました。ただし、新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、2020年3月9日から5月31日まで郷土博物館が休館となったため、企画展の開催期間とともに8月30日まで契約期間を延長しています。

③契約金額

契約金額は10万円（消費税込み）です。この

歳入は「郷土博物館の運営管理」事業に充てています。郷土博物館分館での企画展開催は、この事業における取組の1つです。

(3) 神奈川県鎌倉市

最後に、常設の施設ではない海水浴場にネーミングライツを導入した鎌倉市の事例をご紹介します。



<出典> 鎌倉市提供（2019年8月11日撮影）

①導入の経緯

例年7月から8月にかけて、「材木座」・「由比ガ浜」・「腰越」の海水浴場を開設しており、3つの海水浴場を開設するために、2012年度は4,300万円強の歳出予算を計上しましたが、財政状況が厳しい中で、支出の削減や財源の確保が大きな課題となっていました。2012年8月に「鎌倉市ネーミングライツ導入ガイドライン」を策定し、鎌倉市が所有している施設等に愛称を付与する代わりに、ネーミングライツパートナーとなった企業等から対価を得て、施設等の運営維持と利用者のサービス向上を図ることに取り組むことになっています。鎌倉市が得た対価は、当該施設等の維持管理や運営に充てることにしています。

以上の状況を踏まえて、2013年度から3か所の海水浴場においてネーミングライツが導入されました。

②海水浴場の愛称

2013年にパートナー企業と鎌倉市が協働で海水浴場の愛称を公募し、応募のあった愛称につ

いて鎌倉市海水浴場ネーミングライツ愛称選定委員会において協議しました。その結果、「由比ガ浜海水浴場」、「材木座海水浴場」、「腰越海水浴場」と従来の名前を希望する意見が最も多くあり、名称を変更せず、従来の名前を残すことになりました。

③契約期間

ネーミングライツの契約期間は、2013年4月1日から2023年3月31日の10年間です。

④契約金額

契約金額は年額1,200万円（消費税込み）です。このネーミングライツ料は、鎌倉市にとっては想定以上の契約金額となりました。

4. おわりに

本稿では、ネーミングライツについて多摩・島しょ地域自治体における導入状況や、国内の特徴的な事例をご紹介します。

多摩・島しょ地域で既に導入している自治体は39自治体中13自治体でした。他に要綱を作成したが導入実績がない、あるいは撤退したという自治体が4つありました。それでも多摩・島しょ地域の半数に達しません。導入していない主な理由は、対象となる施設がない、パートナーとなる企業が存在しないというものでした。

そこで本稿では、役務の提供も可能とした制度設計の構築を行った富津市、施設以外のコンサートや企画展に導入した杉並区、常設の施設ではない海水浴場に導入した鎌倉市の3つの事例をご紹介します。他にも全国的に調べてみると、ドッグランに導入していたり、歩道橋にネーミングライツを導入したりしている小規模自治体もありました。

ネーミングライツの導入は、パートナーとなる企業が存在しない、適した施設がない、など難しい点が多いことは事実です。しかし、多摩・島しょ地域において、ネーミングライツを導入している13自治体においては、ほとんどの自治体が想定どおりか、それ以上の収入源となったと回答しています。さらに、パートナー企業に

よる地域への社会貢献につながった、との回答がありました。

ネーミングライツの導入には、様々な効果があるのもまた事実です。ネーミングライツを色々なところに導入している事例も踏まえ本稿を機に、導入予定がない自治体においても、対象となるものを探してみるのはいかがでしょうか。

<参考文献>

- ・自治総研 2014年1月号（第423号） 畠山輝雄 「公共施設へのネーミングライツの導入の実態と今後のあり方」
- ・2009年度日本建築学会関東支部研究報告集 小松幸夫 李祥準 平井健嗣 増川雄二 「ネーミングライツ（施設命名権）の実態調査 - 施設維持管理との関連分析を中心に -」
- ・袋井市ネーミングライツ運用ガイドライン