

和地ひとみレポート No.143



東大和市で初めてネーミングライツ制度を導入 新たな税外収入源を得るための試みが始動

■ネーミングライツとは

…『ネーミングライツ』という言葉を目にした事がある方は多いと思います。これは、施設の命名権を企業等に売却して資金を得るといった民間資金活用策です。近年、多くの自治体では景気停滞および脆弱財政下での新たな収入源の確保が課題となっていますが、税金をあげるということは大変なことです。そこで、自治体が注目し、活用しているのが広告事業の一つである『ネーミングライツ』の導入です。

…東大和市近隣にある『味の素スタジアム』。このスタジアムは東京都が所有し、第三セクターの管理会社が指定管理者として運営しているものですが、味の素が命名権（ネーミングライツ）を取得し、2003年から『味の素スタジアム』となっているもの。味の素はネーミングライツ契約を更新し、2014年3月1日から2019年2月末までの5年間の契約金額は10億円となっています。

…ネーミングライツは1973年にアメリカのアメリカンフットボールチームが施設建設の資金を捻出するためにスタジアムの名称を1,500万ドルで売却したことが始まりと言われ、その後、世界に広がりました。日本では、1997年に西武鉄道株式会社が所有する東伏見アリーナ（東京都西東京市）のネーミングライツをサントリーが購入したことが始まりで、公共施設では先に述べた『味の素スタジアム』が日本初とされています。ここ数年では東大和市の近隣自治体でもこの施策を活用。9つの公共施設の名称を企業が購入しています。（裏面の一覧表参照）

■東大和市では体育施設等を対象にスタート

…東大和市も財政的に楽な状況ではありませんが、現状、市内にはネーミングライツを活用した施設はありません。しかし、第4次行政改革大綱推進計画（H24年度から5か年が計画期間）の中には「財政健全化の推進を目的とする取組み」の一つとして『有料広告の拡大』という項目があります。東大和市の広告料収入はH23年度116万円（対前年比245.3%）、H24年度171万円（同147.3%）、H25年176万円（同103%）と取組み当初よりは伸び悩んでいる状況。議会からも広告収入の拡大、ネーミングライツの導入について意見が出されており、市では公共施設を対象とするネーミングライツ制度の導入について研究・検討を重ねていました。そしてこの度、体育施設5施設を対象にネーミングライツ・パートナーの公募（＝命名権を購入してくれる企業等を募集すること）を決定。裏面に記載した実施概要で、3月1日の市報ならびに市のホームページで告知をすることとなっています。

■購入する企業にとっては たいいくかん

…今まで東大和市は広告料収入を得るために広告媒体に活用できるものを様々導入してきました。H19年には市のホームページのバナー広告、H21年には市役所ロビーにあるコミュニティビジョン（ロビーにあるテレビ）、H22年には市報、H23年には市役所ロビー上部にある広告看板、そしてH24年には庁舎内案内板へと広がってきましたが、次に導入できるものとしてはネーミングライツしかないというところまできたのだと思います。ネーミングライツ導入を検討する中で東大和市は「ネーミングライツを導入済みの市では、立地や施設の規模、集客力が高い等の好条件があり宣伝効果が高い。それに対し、東大和市は条件的に厳しいのではないか」「大手企業は既にネームバリューがあり、ネーミングライツと他の広告媒体を比較した場合、より宣伝効果が高い媒体を選択する。東大和市では、市への貢献度の表明という効果を期待する企業、団体の掘り起こしをすることで、実現に向け前進できるものと考える」などを課題として挙げてきました。

…裏面の他市の状況一覧でも、市が募集をしても応募者がなく成立していない例もあります。ある調査では企業側から見た公共施設のネーミングライツ取得目的は「地域貢献」「企業のイメージアップ」「企業の宣伝」が上位で、それに続き「自治体との協働」も挙げられています。「費用対効果を期待するよりは『地域との共栄』という要素が大きく、収益性と切り離して考えるべき」という意見の企業も。東大和市もこのような考えを持っている企業、団体の掘り起こしをし、効果を示せば、新たな収入源の獲得が実現すると思います。

■新たなチャレンジは評価

…様々な所で「東大和市は後発なものが多い」という声をよく聞きますが、最近は東大和市も新たな取り組みを少しずつ加速させているように感じます。他の自治体で導入していることに対して「検討中」「調査中」ということがまだまだ多いということは否めませんが、以前よりは「チャレンジしてみる」という姿勢を感じます。…企業では「一番手より二番手」ということを耳にすることがあります。これは、一番手は生む苦しみや費用の割に人に認知されるまでのコストが高くなるリスクがあるが、二番手はそれらを研究し、改善、効率よく成功させる場合が多いということを意味しています。今回のネーミングライツの導入は二番手よりは遅れ気味です。遅れすぎた場合のリスクがあることも事実。今回の取組みで経験することは広告料収入に限ることではないと思います。新たなことにチャレンジするタイミングと方法を他の事業にも活用して欲しいと思います。

【東大和市ネーミングライツ実施概要】

- 対象施設：市民体育館、市民プール、桜が丘市民広場、上仲原公園野球場、上仲原公園テニスコートの5施設
- ①上記5施設を1単位として、ネーミングライツ・パートナー1者を募集。ただし、5施設全てへの愛称付与は条件ではない。命名できる名称は、協定期間中に呼称として使用する愛称のため、条例に規定する施設名称を変更するものではない。
- ②協定期間はH27年10月1日からH32年3月末日の4年6ヶ月。
- ③希望命名権料は5施設1単位で年額100万円以上。命名権料については体育施設等におけるスポーツ振興事業や施設の運営に係る経費として活用。

■近隣自治体におけるネーミングライツ取組み状況

H27年1月現在

	自治体名	対象施設	ネーミングライツ名称	命名権料	契約期間
成 立	八王子市	市民会館	オリンパスホール八王子	年2,500万円 (6年目～年2000万円)	H23年4月から 10年
		こども科学館	コニカミノルタサイエンスドーム	年250万円	H25年8月から 10年6ヶ月
		市立体育館	エスフォルタリーナ八王子	期間合計 1億5000万円	H26年10月から 15年
	立川市	市民会館	たましんRISURUホール	年1000万円	H26年1月から 10年3ヶ月
	昭島市	市民会館	KOTORIホール	年180万円	H26年4月から 3年
	町田市	町田市鶴川緑の交流館	和光大学ポプリホール鶴川	年450万円	H24年9月から 10年6ヶ月
	小金井市	市民交流センター	小金井宮地楽器ホール	年300万円	H27年4月から 3年
	東久留米市	スポーツセンター	東京ドームスポーツセンター東久留米	期間合計 383万円	H26年5月から 1年11ヶ月
稲城市	健康プラザ	オーエンス健康プラザ	年120万円	H25年4月から 4年	
未 成 立	八王子市	① 野球場 ② 陸上競技場	H25年3月募集 ⇒応募者なし	【希望】①、②いずれも 年300万円以上	①、②いずれも 5年程度
	昭島市	市民球場	H26年10月募集 ⇒応募者なし	【希望】 年200万円以上	3年以上を希望
	武蔵村山市	総合体育館	H24年8月募集 ⇒応募者なし	【希望】 年50万円以上	原則5年

市政、議会について「自然体」「ざっくばらん」にレポート。駅前配布するレポートは毎回、最新号です。

「私たちの身近にある市政、市議会。伝えることがスタートだと思います。」

【プロフィール】



1970年 東京都北区生まれ。父の転勤で1歳から群馬県で育つ。幼稚園からカギっ子。リーダーシップを発揮し、小学校で児童会長、中学校でも生徒会長を務める。大好きな音楽を究めようと武蔵野音楽大学に進学、卒業。卒業後は群馬の山奥の小学校で臨時教諭として担任を2年勤め、新しい試みで授業を活性化させ「元気印の先生」として保護者・生徒から親しまれた。『学校』の外の一般社会で挑戦しようとベンチャー企業の(株)シートゥーネットワーク(※スーパーマーケットを経営。店頭公開から一部上場、外資系企業に転換)に社長秘書として入社。のち店舗現場に異動、同社で初の女性店長となる。その後、人材開発部長を拝命。『人を活かす』経営を学ぶため一念発起しカナダに留学。外から見た日本の将来に、漠然とした不安を感じる。帰国後は、不動産投資会社にて企画業務、税理士対応、広報などに従事/同じビジネス出身の加藤公一代議士との出会いに触発され、政治への道を志して2010年末に退社。2011年4月、初当選。2014年5月より無所属で活動。顔の見える議員として、日々奮闘中。

東大和市 市議会議員
和地 ひとみ

■ 連絡先 和地 ひとみ事務所 HP : <http://www.wachi1103.jp>
 ✉ wachi_hitomi@cocoa.ocn.ne.jp 【電話・FAX】 042-516-8546
 〒207-0005 東大和市長高3-274-2-102