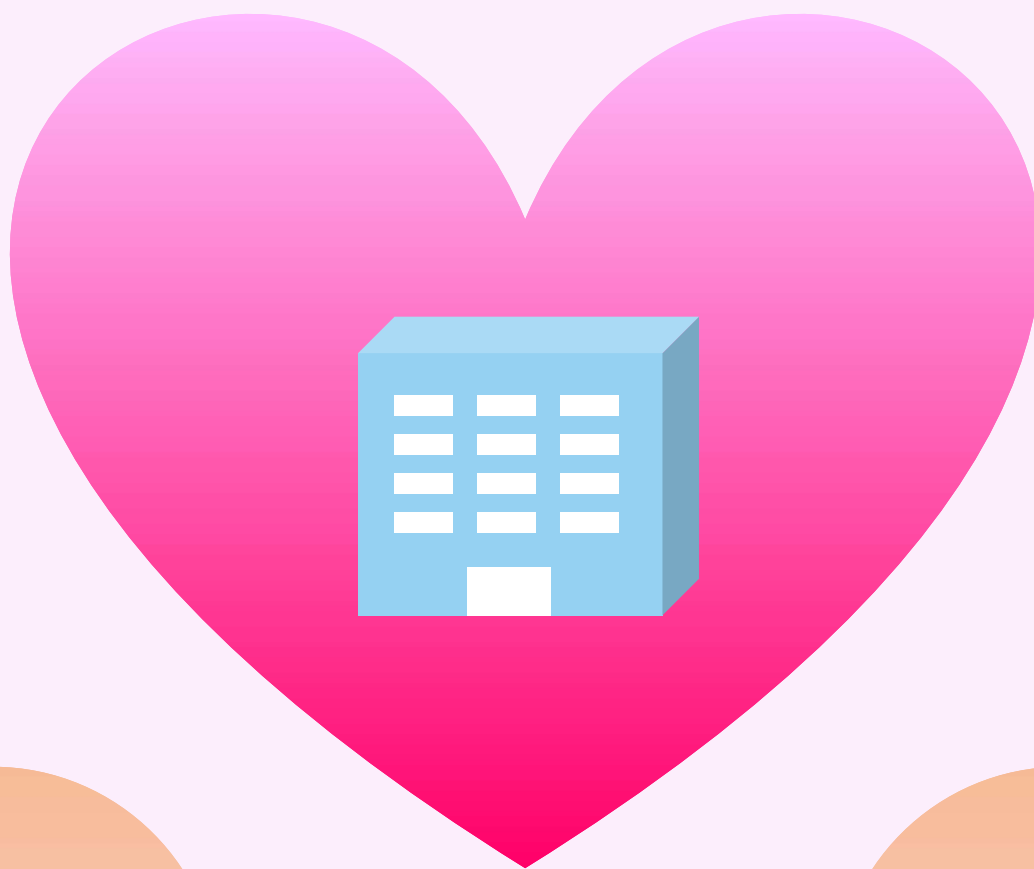


# 市民のみなさまへ

## ネーミングライツについて



施設の  
安定運営

地域の  
活性化

施設の  
魅力向上・  
サービス向上

# ネーミングライツとは

名古屋市では、保有資産の有効活用を通じた財源確保の取り組みのひとつとして、ネーミングライツの導入に取り組んでいます。

- ネーミングライツとは、**市の施設やイベント等に対して愛称を付ける権利(命名権)**をいいます(正式名称や運営主体は変わりません。)
- 命名権の取得者(ネーミングライツスポンサー)から、名古屋市はネーミングライツ料を受け取ります。
- ネーミングライツ料は、**施設の修繕や備品購入等の費用、イベント等の運営費用等に充てられます。**
- ネーミングライツを通じて、**市民の皆様には施設等の魅力向上のほか、利便性の向上やサービスの向上**、ネーミングライツスポンサーには知名度の向上のほか、**地域貢献・CSRによるイメージ向上**、行政には施設等の運営の長期安定化などの効果が期待できます。
- 令和8年4月1日現在、名古屋市では14の施設等において、ネーミングライツスポンサーから支援をいただいております。

ネーミングライツの導入事例 ⇒ 2ページへ  
ネーミングライツのギモン ⇒ 9ページへ

## 市民の皆様・名古屋市のメリット

施設等の魅力向上  
サービス向上

施設等の  
安定運営

地域の活性化

## ネーミングライツスポンサーのメリット

知名度アップ

地域貢献  
CSR

イメージ向上

# ネーミングライツの導入事例①

## NGKスポーツプラザ

クロコくんホール  
クロコくんアリーナ  
クロコくんフォーラム

## 名古屋市総合体育館

レインボーホール  
レインボープール  
サン笠寺

ネーミングライツスポンサー  
**NGK株式会社 様**

ネーミングライツ料(年額・税込)  
**1億3,200万円**

導入

**平成19年4月～(令和8年4月～愛称変更)**



### ～応募動機・施設への想い～

19年にわたり親しまれてきた「日本ガイシスポーツプラザ」の愛称を、当社名の変更に伴い「NGKスポーツプラザ」に改めました。同時に、3つの施設名を「クロコくんホール/アリーナ/フォーラム」としています。クロコくんは、黒衣(くろこ)のように社会を支える当社事業を象徴する企業キャラクターで、NGKグループがネーミングライツ事業を通じ、スポーツや文化の振興を支え、地域社会へ貢献したいとの思いを込めて命名しました。

## Niterra日本特殊陶業市民会館

## 名古屋市民会館

ネーミングライツスポンサー  
**日本特殊陶業株式会社 様**

ネーミングライツ料(年額・税込)  
**5,500万円**

導入

**平成24年7月～**



### ～応募動機・施設への想い～

Niterra日本特殊陶業は、社会貢献方針に「良き企業市民として社会に貢献すること」を掲げ、地域の文化を尊重して地域社会の発展・活性化に貢献する活動、文化継承などの将来社会に貢献する活動に取り組んでいます。名古屋市民会館は、伝統と格式を誇る名古屋の代表的な文化施設であり、文化交流の拠点として長年市民に親しまれています。当社は、本ネーミングライツを通じて地域社会との絆を深め、地域活性化と文化継承に貢献してまいります。

# ネーミングライツの導入事例②

## パロマ瑞穂スポーツパーク

### 名古屋市瑞穂運動場

ネーミングライツスポンサー  
株式会社パロマ様

ネーミングライツ料(年額・税込)  
6,600万円

導入  
平成27年4月～



#### ～応募動機・施設への想い～

パロマは、暮らしに関わる製品の開発・製造を通じ、安全・安心で快適な生活への貢献を使命としています。「人々の生活に寄り添う」という瑞穂運動場の理念に深く共感し、瑞穂区に本社を置くパロマは、地域の皆さまに親しまれる存在でありたいという思いから、ネーミングライツに参画しました。子どもから高齢の方まで、誰もが笑顔で集い、スポーツやふれあいを通じて心と体を育み、活力あふれる場であり続けるよう、地域に根差す企業として応援してまいります。

## ポッカレモン消防音楽隊

### 名古屋市消防音楽隊

ネーミングライツスポンサー  
ポッカサッポロフード&ビバレッジ株式会社様

ネーミングライツ料(年額・税込)  
366.3万円

導入  
平成28年4月～



#### ～応募動機・施設への想い～

市民の皆さまに寄り添う身近な消防音楽隊として、年間200回を超える活動実績やメディアに取り上げられることも多い当音楽隊の知名度を生かし、「ポッカレモン消防音楽隊」の活動とともに、「ポッカレモン」の認知度を高め、「レモンで健康」を消防音楽隊とともにみなさまにお届けできればと思います。

# ネーミングライツの導入事例③

## エディオン久屋広場

### 久屋大通公園久屋広場

ネーミングライツスポンサー  
**株式会社エディオン様**

ネーミングライツ料(年額・税込)  
**440万円**

導入  
**平成30年4月～**



#### ～応募動機・施設への思い～

エディオンは、地域に根ざした家電専門店として、人々の豊かな暮らしを永続的に支える企業でありたいと考えています。名古屋市中心部に位置する久屋広場は、市民の憩いの場として親しまれ、多彩なイベントが開催される活気あふれる場所です。

当社は、この広場が世代を超えて多くの人々をつなぎ、交流を育む場所となり、地域に新たな価値を創出することを願い、ネーミングライツパートナーに応募いたしました。

## CSアセット港サッカー場

### 名古屋市港サッカー場

ネーミングライツスポンサー  
**CSアセット株式会社様**

ネーミングライツ料(年額・税込)  
**220万円**

導入  
**令和4年4月～**



#### ～応募動機・施設への思い～

弊社は創業以来、愛知県に本社を置き、サッカーユースチームなどのスポンサー活動を通じて地域コミュニティの形成や青少年育成に貢献してまいりました。今後も地域社会と連携し、スポーツ振興に一層努めてまいります。ネーミングライツを取得したサッカー場は重要な試合の会場にもなり、地域のシンボルとして多くの方に親しまれる施設づくりに貢献していきたいと考えております。

# ネーミングライツの導入事例④

## 岡谷鋼機名古屋公会堂

### 名古屋市公会堂

ネーミングライツスポンサー  
岡谷鋼機株式会社 様

ネーミングライツ料(年額・税込)  
2,200万円

導入  
令和6年4月～



#### ～応募動機・施設への思い～

当社は、1669年にこの名古屋の地で創業以来、地域の活性化、文化振興などに継続的に取り組みながら、事業を行ってまいりました。名古屋市公会堂は、名古屋を代表する伝統と格式のある文化施設であり、入学式・卒業式など皆さまの思い出の場所としても長く親しまれています。

引き続き、名古屋市との相互協力により、国の登録有形文化財でもある名古屋市公会堂の保護ならびに地域の芸術文化の振興、福祉の向上に貢献してまいります。

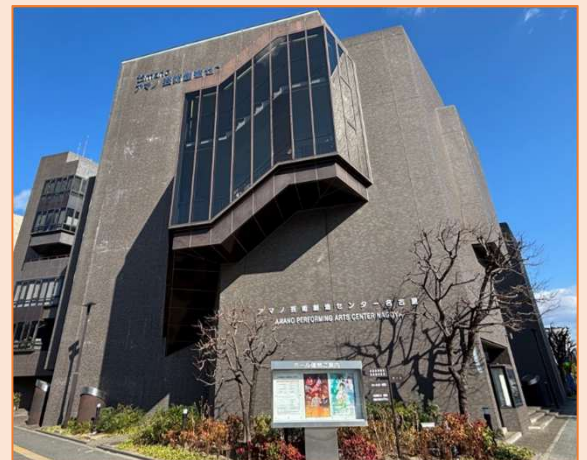
## アマノ芸術創造センター名古屋

### 名古屋市芸術創造センター

ネーミングライツスポンサー  
アマノホールディングス株式会社 様

ネーミングライツ料(年額・税込)  
649万円

導入  
令和7年1月～



#### ～応募動機・施設への思い～

1899年(明治32年)の創業以来、地域の人々のお役に立つ事を使命としているアマノは、名古屋市を中心に化粧品・医薬品の専門店を運営しております。本社ビルと同区画にあり、地元名古屋の文化芸術の創造拠点である名古屋市芸術創造センターを支援する事は、地域の活性化や文化振興につながるとても意義のある取組みと考え応募致しました。市民の皆さまに長く親しんでもらえる施設となるよう、少しでもお役に立てればと思います。

# ネーミングライツの導入事例⑤

## NGKクロコくんシミュレーター

### VR地震体験車

ネーミングライツスポンサー  
**NGK株式会社 様**

ネーミングライツ料(年額・税込)  
**550万円**

導入  
**令和7年4月～**



#### ～応募動機・施設への思い～

「クロコくん」は、当社製品が社会を支える“黒衣(くろこ)”のような存在であることから生まれた企業キャラクターです。先進技術を活用した体験型防災ツールのネーミングライツを通じて、市民の皆さまの防災意識を高める取り組みを、目立たずとも着実に支えたいという思いから、この愛称をつけました。地域とともに歩む企業として、NGKグループはクロコくんとともに防災活動を支援していきます。

## meitoこどもランド・とだがわ

ぷくぷくたい池  
スティックメイト・タワー  
アルファベットチョコレート・ホール

### 名古屋市とだがわこどもランド

じゃぶじゃぶ池(屋外)  
展望塔(屋外)  
ホール(屋内)

ネーミングライツスポンサー  
**株式会社meito 様**

ネーミングライツ料(年額・税込)  
**1,100万円**

導入  
**令和8年4月～**



#### ～応募動機・施設への思い～

当社は、地元・名古屋を大切にしながら国内外へ事業を展開する企業として、地域社会の笑顔と豊かさに貢献したいとの思いから応募いたしました。パーパス「カラダもココロも豊かで楽しい毎日に」を地域に広げ、子どもや家族が集う“まちの象徴”であるランドの魅力を高め、安全・安心・快適に過ごせる環境づくりに名古屋市とともに取り組んでまいります。

# ネーミングライツの導入事例⑥

## FUJIなごや科学館

FUJIイベントホール  
FUJIスカイドーム  
FUJI鉄道ひろば

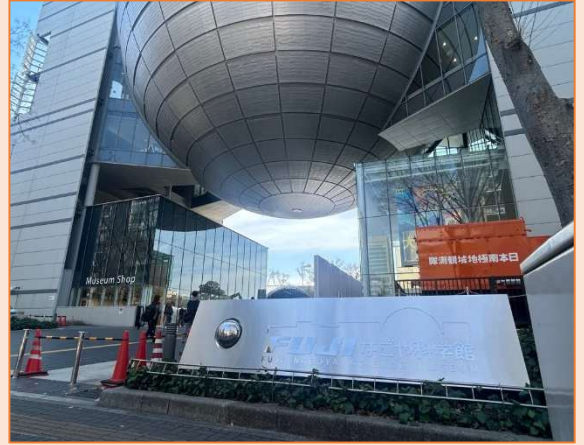
## 名古屋市科学館

イベントホール  
プラネタリウムドーム  
鉄道ひろば

ネーミングライツスポンサー  
**株式会社FUJI 様**

ネーミングライツ料(年額・税込)  
**7,150万円**

導入  
**令和8年4月～**



### ～応募動機・施設への想い～

FUJIは名古屋市で創業以来、科学技術を通じた社会への貢献を大切にしてきました。名古屋市科学館が掲げる「科学への興味・関心を育む」という理念に共感し、このたびネーミングライツに応募いたしました。自社が運営する科学を英語で学ぶイングリッシュアフタースクール「teracoyaTHANK」などの取り組みで得た知見も活かしながら、子どもたちが科学への興味・関心をより深められるよう環境づくりに貢献してまいります。

## 東図書館 supported by カニエJAPAN

### 東図書館

ネーミングライツスポンサー  
**カニエJAPAN株式会社 様**

ネーミングライツ料(年額・税込)  
**462万円**

導入  
**令和8年4月～**



### ～応募動機・施設への想い～

弊社は、エネルギー供給や住宅設備交換など、暮らしを守るサービスを通じて「生活のインフラ」を支えてまいりました。図書館もまた、学びや情報を通じて人々の暮らしを豊かにする「知識のインフラ」として、地域に欠かせない存在です。日常をともに支えるという共通点に共感し、地域に根差す企業として本取り組みに応募いたしました。これからも地域の皆様に寄り添い、身近で信頼していただける存在であり続けたいと思います。

# ネーミングライツの導入事例⑦

## ANDTERAS WAKAMIYA BASKETBALL PARK

### 若宮バスケットボールパーク

ネーミングライツスポンサー  
株式会社アンドテラス様

ネーミングライツ料(年額・税込)  
132万円

導入  
令和8年4月～



#### ～応募動機・施設への思い～

アンドテラスは令和3年創業の若い企業ではありますが、「人と街の未来をてらす企業へ」の理念のもと、地域貢献を使命としております。名古屋に根ざす企業として、スポーツを通じた地域活性化に寄与し、本施設が世代を超えた交流と賑わい創出の場となることを期待しております。

## ダスカルスケートパーク庄内

### 庄内緑地スケートパーク

ネーミングライツスポンサー  
大昭工業株式会社様

ネーミングライツ料(年額・税込)  
160.6万円

導入  
令和8年4月～



#### ～応募動機・施設への思い～

スケートボードを通じ、健全な交流と利用マナーの向上に貢献したいと考え応募いたしました。廃棄物処理業で培った環境意識と地域連携の経験を生かし、清潔で安全な施設運営に取り組んでまいります。私自身も中学生の頃より庄内緑地公園でスケートボードに親しんできた経験があり、思い出の場所の発展に関われることを大きな責任と誇りとして尽力してまいります。

# ネーミングライツのギモン

**なぜ、ネーミングライツの導入を進めるのですか？**

A：本市では、公共施設等の維持管理や更新、活用等に関する本市の理念や取り組みをまとめた「名古屋市公共施設等総合管理計画」において、保有資産の有効活用を通じた財源確保に努めることとしており、その取り組みのひとつとして、ネーミングライツの導入を進めています。

**どのような施設が、ネーミングライツの対象となるのですか？**

A：市役所・区役所等の庁舎や学校などネーミングライツになじまない施設を除くすべての施設及び名古屋市が実施するイベント等を対象としています。

**ネーミングライツが導入された施設等は、ネーミングライツスポンサーが運営するのでしょうか。運営の公平性・公正性はどうか。**

A：ネーミングライツスポンサーが取得するのは命名権のみです。施設等の所有権や運営権などをネーミングライツスポンサーが取得するものではなく、運営の公平性・公正性は担保されます。

**ネーミングライツにより、慣れ親しんだ施設の名前が変わってしまうのですか？**

A：ネーミングライツは、施設に「愛称」をつけるものであり、条例上の正式名称は変わりません。

**企業名が施設についた場合、市の施設であることが分からなくなるのではないのでしょうか？**

A：ネーミングライツスポンサーには市民の皆様や利用者の皆様に誤解やご不便等を与えることのないような愛称の提案をお願いしています。

# ネーミングライツのギモン

愛称とはいえ、ネーミングライツで施設の名前が頻繁に変わることは、市民にとって不便ではないでしょうか？

A：ネーミングライツにより新たな愛称がつく場合や、ネーミングライツスポンサーの変更により愛称が変更される場合は、あらかじめ、十分な周知を行います。

ネーミングライツの導入はどのように決まるのですか？

A：名古屋市では、「公募型」と「提案型」の2つの方法によりネーミングライツスポンサーの募集を行っています。

「公募型」では、特定の施設を対象として、市が希望するネーミングライツ料や契約年数等を提示したうえで、応募期間を定めてネーミングライツスポンサーの募集を行います。

「提案型」では、特定の施設を定めずに、希望する施設や愛称、ネーミングライツ料、契約年数についての提案を、随時、受け付けています。

いずれも、市民意見募集や一定の審査（有識者の意見聴取など）を経て、導入の可否を決定します。

## ネーミングライツに関するお問い合わせ



名古屋市財政局財政部資産経営課 ネーミングライツ担当

Tel : 052-972-2319 Fax : 052-972-4122

E-mail : a2319@zaisei.city.nagoya.lg.jp

歩道橋ネーミングライツパートナー事業については、下記へお問い合わせください。

<お問い合わせ先>

緑政土木局路政部道路利活用課

歩道橋ネーミングライツパートナー担当

TEL : 052-972-2847 FAX : 052-972-4185

E-mail : a2847@ryokuseidoboku.city.nagoya.lg.jp

