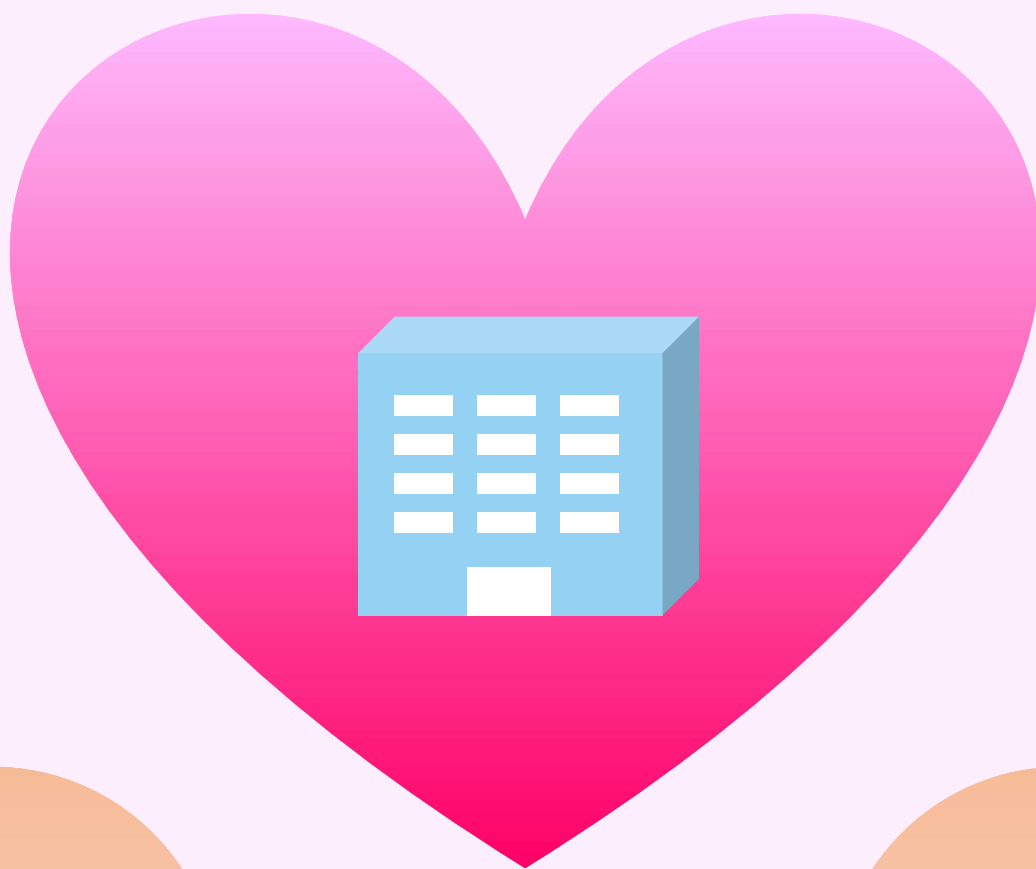


市民のみなさまへ

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。
- 現在、名古屋市では10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 ⇒ 7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

日本ガイシスポーツプラザ

名古屋市総合体育館

ネーミングライツスポンサー
日本ガイシ株式会社 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～



～応募動機・施設への思い～

2007年に名古屋市総合体育館のネーミングライツを取得して以来、長年にわたる取り組みにより「日本ガイシスポーツプラザ」として地域に親しまれてきました。スポーツやコンサートなど多彩なイベントを通じて地域活性化に寄与するとともに、幅広い世代に当社の社名を認知していただく機会となりました。企業イメージの向上、採用活動への波及効果も実感しています。

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・施設への思い～

当社は、「私たちは、経営資源を有効に活用し、『良き企業市民』として社会に貢献します。」という社会貢献方針を掲げており、この方針のもと、名古屋市民会館のネーミングライツに応募しました。名古屋市民会館は、伝統と格式ある名古屋を代表する文化施設であり、文化交流の場として市民に親しまれています。当社は、このネーミングライツを通じて、地域社会との関係を一層深めるとともに、文化・芸術の振興と地域活性化に貢献していきたいと考えています。

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・施設への思い～

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・施設への思い～

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。

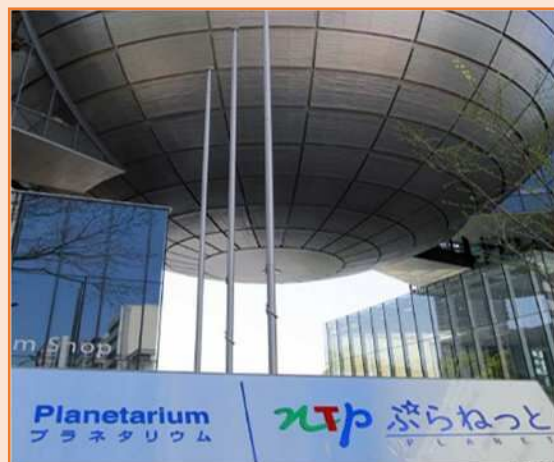
NTPぷらねっと

名古屋市科学館プラネタリウムドーム

ネーミングライツスポンサー
NTP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)
4,015万円

導入
令和3年4月～



～応募動機・施設への思い～

NTPグループは愛知県を中心に活動する企業グループで「Nice to people 一人に『素敵』を」をお届けすることを使命としています。名古屋市科学館プラネタリウムドームのネーミングライツへの参画は、地域社会への貢献と未来を担う子どもたちの育成の一助になりたいという思いから実現したものです。全社員で名付けた「NTPぷらねっと」が皆さまに親しまれ、「素敵」な体験をお届けできていたら社員一同大変嬉しく思います。

ネーミングライツの導入事例④

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。

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。

ネーミングライツの導入事例⑤

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。

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
日本ガイシ株式会社 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。このたび、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。

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・公正性はどうなるのでしょうか。

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



ギモン6

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。



ギモン7

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（有識者の意見募集など）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

