

ネーミングライツ導入に関するサウンディング型市場調査の実施結果について

市が保有する施設等へのネーミングライツ（命名権）の導入を検討するにあたり、サウンディング型市場調査を実施しましたので、その結果を報告します。

1 スケジュール

実施要領の公表	令和4年12月9日（金）
受付期間	令和4年12月9日（金）～令和5年1月27日（金）
個別対話期間	令和5年1月25日（水）～2月9日（木）

【参加団体：3団体】

2 サウンディング内容

- (1) ネーミングライツパートナーとなりうる施設の有無について
- (2) 応募に際し重視する項目について
- (3) ネーミングライツに付帯を希望する事項について
- (4) 制度設計について
- (5) その他ネーミングライツ制度全般への意見など

3 意見概要

- (1) ネーミングライツパートナーとなりうる施設の有無について
〔可能性のある施設類型〕
 - ・文化施設、複合施設、スポーツ施設、歩道橋
 - ・指定管理を受託する施設
- (2) 応募に際し重視する項目について
 - ・市民来場率が高い施設
 - ・利用者属性（住所、年齢など）、イベント数やその内容
 - ・立地、利用者数、車両・人の通行数
 - ・広報誌への掲載回数、案内図への表示等
- (3) ネーミングライツに付帯を希望する事項について
 - ・パートナー企業の社員に対する施設利用時の特典等

(4) 制度設計について

〔契約期間〕

- ・原則 5 年間で妥当
- ・5 年間は長く感じるため 3 年間程度が妥当
- ・指定管理期間と同一期間

〔募集期間〕

- ・原則 1 か月以上で妥当

〔募集時期〕

- ・自社の次年度予算の立案時期には決定していることを希望（11～12 月頃）
- ・指定管理者の指定議決後を希望

〔その他〕

- ・指定管理者の同業他社がネーミングライツパートナーとなる可能性の回避を希望

(5) その他ネーミングライツ制度全般への意見など

- ・パートナー側のメリットは、地域貢献や企業イメージの向上。
- ・若年層の地元企業への就職という好循環の可能性に期待する。
- ・初回の契約期間終了後、継続に対する優先交渉権が欲しい。
- ・施設の規模によるが、機能毎（例：文化施設のホール単位など）で募集するよりも施設単位で募集する方がよい。
- ・指定管理施設の場合でも、指定管理グループ毎に施設をパッケージ化せず、1 施設毎に募集される方が応募しやすい。
- ・同じ金額であれば、ネーミングライツよりも、いわゆる広告枠の方が応募のハードルが低い。

4 今後の予定

今回いただいたご意見を参考に課題整理を進め、引き続き導入検討を進めていきます。なお、今回の調査結果の全てを公募条件等に反映するものではありません。