

ネーミングライツ導入に向けたサウンディング型市場調査結果概要

1 調査概要

公共施設等へのネーミングライツ（命名権）の導入の可能性を探るため、ネーミングライツパートナーとなることに関心が持てる施設等に関するサウンディング型市場調査（Webアンケート及びヒアリング）を実施。

（調査期間：令和5年7月1日から9月30日まで）

2 結果概要

（1）回答者数

Webアンケート：8社（うちヒアリング調査に協力：1社）

（2）回答内容

① ネーミングライツパートナーになることに関心が持てる施設

- 市文化センター、市民体育館、やわた流れ橋交流プラザ、子育て支援センター、市営駐車場、生涯学習センター、松花堂庭園・美術館、美濃山高区配水場

② 重視する項目

- 利用者数、利用する世代、Google マップなどインターネット上の表示頻度、市民に認知される頻度、施設の立地・知名度・稼働率、イベント内容、等

③ 公募及びスケジュール

- 募集期間（2カ月程度） 妥当 7社 短い 1社
- 周知期間（2～3カ月） 妥当 5社 短い 3社
- 配慮してほしい条件 小規模事業者への配慮（⑥その他参照）
企業側の予算取りを考慮した募集期間
- 希望する特典 施設内への広告・商品等の掲出

④ その他ネーミングライツ導入に関心が持てる施設

- 道路、男山レクリエーションセンター、市役所

⑤ その他活用を希望する広告媒体

- 市民課窓口案内板

⑥ その他

- 潜在的な消費者が多く利用するという意味で、子育て支援施設は関心が持てる。
- 特に中小零細企業にとっては広告費に対するリターンが重要。年間のイベント数や集客数など、費用対効果を示すことが重要。
- 市外の事業者の方がネーミングライツを取得するメリットが大きい。