

・ネーミングライツ導入指針の策定について

No.	意見等	意見等に対する対応
1	サウンディング調査の結果を踏まえ、指針を策定すべきである。	御指摘のとおり、サウンディング調査の結果を踏まえ、指針を策定いたします。
2	ネーミングライツ料を単に施設の維持管理経費に充てるものは、対象に向かないのではないかと。	御指摘のとおり、ネーミングライツの導入に当たっては、単なる財源確保の機会と捉えるのではなく、施設の利用者数の増加や市民サービスの向上、シティセールス等につながることを踏まえる必要があると再認識しております。調査に当たっては、事業者等から、提案内容や、ネーミングライツ料の用途(市に求める施策)を把握し、丁寧に対象施設の検証を進めていきたいと考えております。(別途、ネーミングライツの効果を資料で整理しております。)

・ネーミングライツの導入に関するサウンディング型市場調査について

No.	意見等	意見等に対する対応
1	調査する対象施設の選定基準はどのようなものか。	事務局において、不特定多数の人が利用し、広告効果が期待できる施設を仮選定した後、庁内照会・各課との調整を経て、対象施設を選定いたしました。また、調査では、資料に記載している施設以外の公共施設や、ソフト事業についても提案ができるように考えております。
2	営業を行う必要がある。アポイントを取って積極的な働きかけを行い、事業者にもメリットがあると感じてもらえないと効果がないと感じている。事業者のニーズを探って、マッチングさせる必要がある。	御指摘のとおり、商工会議所をはじめ、YMITアリーナの募集時に提案のあった企業や、ネーミングライツに興味がある企業等に積極的に働きかけ、事業者等のニーズの発掘に努めてまいります。
3	サウンディング型調査のポイントは、実現に向け、事業者と対話を重ね、一つ一つ課題を抽出し、解決を図ることである。今回の例で言えば、「いつから導入できるのか」などが挙げられると考えるが、そういった視点を意識されたい。	あらかじめ、電子申請システムによる事前アンケートにより、希望する対象施設や、ネーミングライツ料、対象期間、導入に当たっての課題等を把握した上で、事業者との対話を重ねながら、令和5年度以降に公募する対象施設等の候補を検討してまいります。