

公共施設等への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の結果について

結果概要

【事業者から具体的な提案があったもの】

【事業者A】

項目		回答（調査）内容		
ネーミングライツを希望する施設について		1位	2位	3位
(1)	希望施設名	(仮称) 草津市立プール	-	-
(2)	金額	-	-	-
(3)	契約期間	5年	-	-
(4)	備考	-	-	-

ネーミングライツの事業化について

(1)	ネーミングライツ導入時に重視する項目	<ul style="list-style-type: none"> 施設を利用される方々の企業に対する理解度やCSRの向上。 ネーミングライツ単体では市場性は高くないと考える。ただし、自社SNS等での併用で、施設利用者以外への広告効果が期待できる。 基本的には、自社の信頼性のアップを狙う取組となる。そのため、ネーミングライツに併せたその他の取組があると市場性があると感じる。 ネーミングライツ獲得企業の福利厚生としての優遇施策（例えば、年間2回のイベント等貸館利用が優遇される等）があれば価値向上につながると考える。
(2)	ネーミングライツ料の用途や、提案したい事業	<ul style="list-style-type: none"> 2025年の国体の年は、価値が高いと考えられるため、2025年のみ「〇〇〇万円/年」（それ以外の年は〇〇〇万円/年）とするなど、変則的な算出を可能とするネーミングライツ費用の算出 年間または月間の施設利用者に応じたネーミングライツ金額の算出（下限・上限有）
(3)	希望する公募期間・周知期間	<ul style="list-style-type: none"> 公募期間：3か月以上、周知期間：5か月程度で妥当
(4)	公募時に配慮が必要な点	<ul style="list-style-type: none"> ネーミングライツ募集の時期（特に、決算期前であればより幅広い検討が可能）
(5)	ネーミングライツの効果が見込める施設	<ul style="list-style-type: none"> 総合的に複数の施設のネーミングライツを一括で取得できるとより効果的だと考える。（体育館とプールの同時取得など）
(6)	ネーミングライツの効果が見込めるソフト事業	<ul style="list-style-type: none"> 公用車ラッピングカーや貸出備品へのネーミングライツの導入（体育施設での企業ロゴ入りビブスの提供など） 金銭ではなく現物支給によるネーミングライツ制度の導入（サーバー代金やソフトウェア代金など）
(7)	公共施設の魅力向上に係る提案	<ul style="list-style-type: none"> ネーミングライツ取得企業による社会貢献イベント制度の確立 ※水質に係る企業であれば、企業による市民水質に関する研修会の実施等、より企業が知られる場の提供を作る。

公共施設等への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の結果について

結果概要

【その他の事業者からの意見等(ネーミングライツを希望する施設等について)】

【事業者B】

項目	回答内容		
	1位	2位	3位
施設名	総合体育館	草津クリアホール	草津川跡地公園
金額	-	-	-
期間	-	-	-
詳細	当社では導入を考えていないが、市内はもちろん市外・県外に向けてアピールできる施設を考えた際、市場性があるのではないかといった点で上記施設を回答した。		

【事業者C】

項目	回答内容		
	1位	2位	3位
施設名	総合体育館	草津グリーンスタジアム	武道館
金額	-	-	-
期間	-	-	-
詳細	当社では導入を考えていないが、導入できる施設を考えた際、市場性があるのではないかといった点で上記施設を回答した。		

【事業者D】

項目	回答内容		
	1位	2位	3位
施設名	(仮称) 草津市立プール	図書館	長寿の郷ロクハ荘
金額	10万円 / 年	10万円 / 年	10万円 / 年
期間	5年	1年	1年
詳細	金額については、仮で入力している。当社製品を導入している施設であることなどから、候補に挙げたが、現時点の方針として、ネーミングライツを導入する予定はない。期間については、5年もたてば新鮮味がなくなるのではないかと考えている。		

【事業者E】

項目	回答内容		
	1位	2位	3位
施設名	総合体育館	(仮称) 草津市立プール	草津アマカホール
金額	-	-	-
期間	2年間	2年間	2年間
詳細	ネーミングライツを導入した場合、県外からの集客性と、宿泊業がリンクするのではないかと考えたため、候補に挙げたが、コロナ禍の中、資金を回す余裕がない。		

その他、アンケートに回答した事業者に対して、ネーミングライツの導入を希望しない理由（どうすれば導入を検討いただけるか）を調査したところ、「本事業にあまり魅力を感じない。」、「費用対効果が見込めない。」、「弊社政策に合致しない。」、「一般の方に企業名を周知する戦略はない。」といった意見があった。

公共施設等への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の結果について

結果概要

【その他の事業者からの意見等(ネーミングライツの事業化について)】

項目	回答内容
(1) ネーミングライツ導入時に重視する項目	<ul style="list-style-type: none">・施設と当社のイメージがあっているかどうか。・市内はもちろん市外・県外に向けてアピールできるかどうか。・対象施設の各種マスコミへの露出度を高めること、認知の拡散・施設の立地、利用内容、利用者数・ネーミングライツ料、イベント開催数、企業イメージの向上、スポーツの振興、施設の市民への貢献度や歴史
(2) ネーミングライツ料の用途や、提案したい事業	<ul style="list-style-type: none">・スポーツイベント、まちのふれあいイベント名に入れるなど・草津市を魅力的に見せる～草津市へのシフト（移住や利用頻度の増加）を図る施策・草津駅前への集客を高める施策を多く実施してもらいたい。・免許返納後の高齢者の移動手段の充実（タクシー券、シニアカー等）・ネーミングライツ料の獲得も良いが、市民としてはころころと名前が変わらない方が良いと思う。
(3) 希望する公募期間・周知期間	<ul style="list-style-type: none">・公募期間：3か月以上、周知期間：5か月程度で妥当
(4) 公募時に配慮が必要な点	<ul style="list-style-type: none">・市内業者に限るなどの条件をつけてほしい。・広く市内外から募集したほうが、経済的効果が高いと考える。
(5) ネーミングライツの効果が見込めるソフト事業	<ul style="list-style-type: none">・草津市主催の水泳競技大会・マラソン大会など・イベントでのネーミングライツの方が、より広く宣伝効果があるように思う。投資する方も気軽にできるかもしれない。
(6) 公共施設の魅力向上に係る提案	<ul style="list-style-type: none">・草津市主催の水泳競技大会