

歩道橋ネーミングライツ事業サウンディング型市場調査の 結果概要を公表します。

広告代理店等と連携した歩道橋ネーミングライツ事業の検討・推進に当たり、庁内検討では把握することが難しい市場性の有無や民間のアイデア等を聴取するため、民間事業者等と直接対話を行う「サウンディング型市場調査」を実施いたしましたので、その結果を公表します。

1 実施経過

- 平成30年8月 2日(木) 実施要領の公表
- 平成30年8月29日(水) 事前説明会の開催 【参加団体：2団体】
- 平成30年9月26日(水) 対話の実施 【参加団体：2団体】
～平成30年10月2日(火)

2 調査内容

(1) 調査対象事業の概要

複数の歩道橋のネーミングライツについて、広告代理店等と一括契約を行うもの

(2) 主な対話内容

- ・一括契約する場合の対価の設定
- ・対象歩道橋の市場性の有無
- ・より効率的な募集に向けたアイデア

3 結果概要

別紙のとおり

4 今後の予定

今回のサウンディング型市場調査の結果を踏まえ、歩道橋ネーミングライツ事業の検討を進めてまいります。

1 命名権料について

一括契約を行う場合に、市が標示を募集する歩道橋であって一括契約の対象外のものについても代理店が募集できた方がよいとの提案がありました。

市の提示した一括契約はハードルが高いため、初期費用のかからない出来高払いとする提案がありました。

歩道橋ごとに定価を設定してはどうかという提案がありました。

2 募集対象とする歩道橋の条件について

駅や商業施設付近の施設の方がよいという提案がありました。

標示の色彩については、交通に支障がない範囲で調整を可能とするなど、ある程度柔軟性があった方がよいとの提案がありました。

桁以外の場所についても標示を可能としてはどうかという提案がありました。

横断幕を利用できないかという提案がありました。

3 その他のアイデアについて

ペDESTリアンデッキの方が、市場性が高いという提案がありました。

標示を募集している歩道橋について、市でネーミングライツ募集というような標示を行ってはどうかという提案がありました。

4 事業実施にあたっての懸念事項について

地域貢献活動がパートナー探しにおいてネックになるのではないかと意見がありました。

一括契約の場合は契約更新の方法について工夫が必要であるという意見がありました。

初期費用が高いため、参入しにくいのではないかと意見がありました。