

春日市総合スポーツセンター体育館に係るネーミングライツ事業 サウンディング型市場調査結果の公表

春日市では、総合スポーツセンター体育館におけるネーミングライツ事業の実施に向けて、民間事業者との対話を通じて市場性や事業条件等を把握するため、サウンディング型市場調査を実施しました。

このたび、調査結果の概要を以下のとおり公表します。

1 調査の目的

本調査は、春日市総合スポーツセンター体育館へのネーミングライツ導入に当たり、民間事業者の参入意向、命名権料の水準、契約期間、期待するメリット、愛称の取扱い、事業実施上の留意点等を把握し、今後の募集条件の設定に活用することを目的として実施したものです。

2 対象施設

春日市総合スポーツセンター体育館

3 実施概要

項目	内容
実施期間	令和8年10月8日～10月9日
参加事業者数	2者
対話方法	対面 2者
全体的な参入意向	条件次第 2者

4 調査結果の概要

(1) 参入意向

参加した 2 者はいずれも、条件次第で参入を検討する意向を示されました。
一方で、応募判断に当たっては、命名権料の水準、施設外部からの視認性、看板設置に係る費用、事業効果、社内承認の可否などが影響するとの意見がありました。

(2) 命名権料の水準

各事業者の回答概要は以下のとおりです。

事業者	下限額 100 万円 への評価	金額を左右する要素
A 社	妥当	他の施設においても同様の規模で導入実績があり、妥当と考える
B 社	高い	施設の外側からの視認性が低いこと

調査の結果、年額 100 万円については評価が分かれ、施設の視認性や広告効果の見込みが金額設定に大きく影響することが確認されました。

(3) 契約期間

各事業者の回答概要は以下のとおりです。

事業者	希望期間	更新・長期の考え
A 社	3 年	指定管理期間にあわせた期間を希望
B 社	3 年	長期契約とするよりも、更新時に優先交渉権を付与すれば問題ない

調査では、両者とも3年契約を希望しており、現行の指定管理期間との整合や、効果を見ながら更新を判断したいという考えが示されました。

(4) 期待するメリット・附帯事項

各項目に関する意見は以下のとおりです。

メリット	要望した事業者数	主な意見
外部看板の大型標示	1 者	前面道路からの視認性の確保のため
館内標示の充実	2 者	看板設置候補箇所の確認
HP・広報での露出	2 者	多くの利用者が目にする箇所での表示は必須
イベント連携・冠協賛	なし	特になし
施設利用の優待	1 者	主催・共催事業の施設優先予約を希望（子ども向けイベントなど地域貢献事業として）
その他（看板設置）	1 者	施設周辺での案内看板設置、道路標識の変更を希望（協議の上）

調査の結果、館内表示や市ホームページ・広報媒体での露出に対するニーズが共通して見られました。

また、施設外部の視認性を補うため、外部看板や周辺案内表示に関する要望もありました。

(5) 愛称・表記に関する意見

論点	主な意見
愛称付与方式（正式名称不変）	2 者ともに理解
併記ルール	市民の混乱防止のため必要性を確認
ロゴ・企業カラーの使用	想定あり

愛称付与方式については、条例上の正式名称を変更せず、愛称を使用する考え方について理解が得られたところです。

また、正式名称との併記については、市民の混乱防止の観点から必要性があることが確認されました。

加えて、ロゴや企業カラーの使用についても一定の想定があることが分かりました。

（6）募集時期・事業実施上の留意点

論点	主な意見
募集時期（11 月中旬公募）	特になし
4 月 1 日開始	休館日で実施する看板設置工事への影響を懸念
地域貢献の提案	こどもを対象とした事業の実施
応募のネック・懸念	公募に関する周知が広がらない恐れがあり、様々な媒体を検討するよう意見あり

募集時期そのものに大きな異論はありませんでしたが、4 月 1 日開始に向けた看板設置工事等の準備期間の確保が課題として挙げられました。

また、地域貢献策として、こどもを対象とした事業に関する提案意向が示されました。

そのほか、応募者を確保するためには、公募情報の周知方法を工夫する必要があるとの意見がありました。

5 市の考え方

今回の調査では、ネーミングライツ事業に対して一定の関心が確認できた一方で、応募判断に当たっては、次のような条件が重要であることが分かりました。

- 命名権料の設定水準
- 施設の視認性と広告効果
- 館内外の表示内容
- HP・広報媒体での露出
- 看板設置等に必要な準備期間
- 公募情報の周知方法

このため、今後の公募に当たっては、今回得られた意見を踏まえながら、募集条件等を整理し、応募しやすい事業設計に努めてまいります。

6 今後の予定

サウンディング型市場調査の結果を踏まえ、要綱、ガイドライン及び募集要項等を整備した上で、ネーミングライツ・パートナーの公募を実施する予定です。