

ネーミングライツ導入に関するサウンディング型市場調査の実施

公共施設へのネーミングライツの導入の可能性を検討するため、民間事業者から広く意見・提案を求め、市場性等を把握する「サウンディング型市場調査」を実施する。

1 ネーミングライツの概要

民間事業者と市との契約により、民間事業者が市の所有する施設に対して愛称を命名する権利(命名権)を取得する。市は、この権利の対価として、命名権者(事業者)からネーミングライツ料を得る。(事例：全但バス但馬ドーム、ノエビアスタジアム神戸など)

2 対象施設

別表のとおり(52件)

掲載のない市有施設(道路、橋等含む)についても提案を受ける。

3 スケジュール

内 容	日 程
実施要領の公表	2021年6月1日(火)
提案書の提出期限	2021年7月9日(金)
実施結果概要の公表	2021年7月下旬

4 その他

今回の市場調査を参考にして、今年度中に対象施設を決定し、公募を行う。

5 参考

(1) サウンディング型市場調査とは

事業発案段階や事業化段階において、事業内容や事業スキーム等に関して、直接の対話により民間事業者の意見や新たな提案の把握等を行うことで、対象事業の検討を進展させるための情報収集を目的とした手法である。

また、対象事業の検討の段階で広く対外的に情報提供することにより、当該事業への民間事業者の参入意欲の向上を期待するものである。

(出典：地方公共団体のサウンディング型市場調査の手引き(国土交通省)から抜粋)

(2) サウンディング型市場調査の実績

ア 実施済みの市場調査

出石文化会館跡地の利活用(2019年度)、市立加陽水辺公園の活用(2020年度)、玄武洞公園の指定管理者導入(2020年度)

イ 実施中の市場調査

旧港西小学校の利活用、旧奈佐小学校の利活用、旧高屋厚生年金住宅の活用、豊岡市市有財産(遊休地)の売却等

[問合せ] 豊岡市政策調整部政策調整課 TEL0796-21-9022