

看板が売れるの？

ネーミングライツの導入をめぐる考察

牧瀬 稔・林 英一・梶山 浩 戸田市政策研究所（戸田市役所政策秘書室）

現在、地方自治体は、既存の税収以外の新たな自主財源の確保と、公共施設の安定した運営を探っている。その双方を満たす可能性として「ネーミングライツ」の導入に注目が集まっている。本研究の目的は、ネーミングライツを対象とし、その経済価値に加え、導入に当たっての工程と方向性を明らかにする。なお、本研究は、戸田市政策研究所（戸田市役所が設置したシンクタンク）が取り組んだ研究の一つである。

戸田市スポーツセンター



1980年9月1日にオープンした戸田市スポーツセンターは市民の体育、スポーツとレクリエーションの普及・振興を図り、コミュニティの活動の場として、市民の健康で文化的な生活向上に寄与する施設。

利用状況 2007年 **450,466人/年**

アピールポイント

- 埼京線、新幹線からよく見える
- 7つの運動施設
- 平成21年4月に外壁のリニューアル

戸田市文化会館



1981年1月14日にオープン。市民の文化的な普及・振興を図る。有名なアーティストを招いたコンサートや、市内小・中学校等の音楽会が開催されるなど、人々に感動や喜びを与える場となっている。

利用状況 2007年 **225,122人/年**

アピールポイント

- 合計1,210席のホール
- 藤井フミヤ、中川翔子などの有名コンサートやテレビ収録などを開催

戸田マラソン in 彩湖



毎年11月、彩湖・道満グリーンパークで開催される。マラソン雑誌「ランナース」の読者アンケートで、マラソン百撰に選ばれ、参加者は北海道から九州まで集まるほど、全国的に知名度が高い大会である。

利用状況 2008年 **8,754人/年**

アピールポイント

- ポスター250枚、パンフレット18,000枚を市内JR3駅で配布



インターネットでのエントリー者は、6,000人を超える

事例
三條機器スタジアム
新潟県三条市

利用状況 **77,683人/年**
広告額 **1,000万円/年**

事例
とりぎん文化会館
鳥取県鳥取市

収容人数 **2,000人**
広告額 **1,500万円/年**

戸田スポーツセンターのネーミングライツ料金として妥当と思われる金額



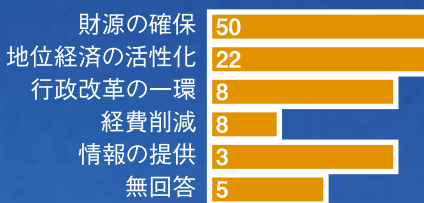
戸田市文化会館のネーミングライツ料金として妥当と思われる金額



戸田マラソン in 彩湖に、サブタイトルで商品名等を掲載した場合の、ネーミングライツ料金として妥当と思われる金額



企業の動向 2008年6月～8月、ネーミングライツの関心動向を把握するため、任意に抽出した東証1部上場企業142社を対象にアンケートを実施した。（回答に応じたのは6社）



有料広告実施理由



ネーミングライツの実施状況

他市の意向 他の自治体におけるネーミングライツを含めた有料広告導入の実態を把握するため、政令指定都市近郊の戸田市と同規模の人口を有する10万人程度の54市を対象にアンケート調査を実施した。

地域活性化のためのネーミングライツ導入

行政、企業及び市民の三者がうまく調和し、信頼関係を築き、ネーミングライツを「単なる財源確保策、宣伝広告ツール」として考えるのではなく、「スポーツや文化を支え、地域の活性化につながる手段である」という意識を持つが大切である。

