

「名古屋おもてなし武将隊」活用事業サウンディング調査の結果概要

本市では、歴史観光 PR の重要なコンテンツである「名古屋おもてなし武将隊」のさらなる有効的かつ発展的な活用に向け、民間事業者との対話による調査（サウンディング調査）を実施しましたので、その結果概要をお知らせいたします。

1 実施概要

【スケジュール】

個別対話 令和元年10月10日（木）～ 令和元年10月18日（金）

【サウンディング調査の参加者】

実施事項	実施スケジュール	事業者数
個別対話	10月10日（木）～ 10月18日（金）	4事業者

2 結果概要

個別対話を行った各事業者より以下のような意見がありました。

【運営方法について】

- ・ 演者の雇用事業者と広告代理店等がJVを組み、運営していく方法もある

【演者の能力の維持向上について】

- ・ 演者のクオリティは今でも非常に高い
- ・ 演者のモチベーションを保つ環境を整えることが重要である

【ブランド価値の維持向上について】

- ・ 10年かけてブランド醸成されてきており、今後はさらなる幅が広がるとよい

【その他のアイデアについて】

- ・ 今後マスメディアやSNSを活用したプロモーションを強化することも必要
- ・ 収益をあげるビジネスモデルの構築が必要

【事業実施にあたっての懸念事項について】

- ・ 全員新しい演者に入れ替えた場合、クオリティ低下は否めない。さらに最低6カ月～9カ月は準備期間が必要
- ・ スーツアクトと違い演者はタレント同様なので複数ユニットは全く別のものなる

3 今後の予定

民間事業者の皆様からいただいたご意見を参考に、民間活力を活かした事業手法の検討を進めます。