

## 新港パークにおけるネーミングライツの導入について

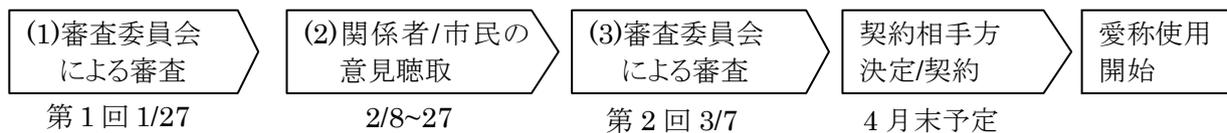
### 1 提案内容

平成23年12月7日から24年1月13日まで、導入したい施設とその名称、金額について一括して提案を受ける提案型ネーミングライツのスポンサーを募集したところ、日清食品ホールディングス(株)から、「新港パーク」に対する提案がありました。

- (1) 愛称：カップヌードルミュージアムパーク（略称:カップヌードルパーク）
- (2) 対価：年間500万円で、10年間継続
- (3) 希望するスポンサーメリット：地点名標識・案内標識の変更、公園名称板の設置等

### 2 ネーミングライツ導入に向けての経過

提案を受けた後、「横浜市ネーミングライツ導入に関するガイドライン」に基づいて、以下の通り手続きを進めてきました。



- (1) 第1回審査委員会では、ネーミングライツ導入に向けた関係者および市民意見聴取を行うことについて了承を得ました。
- (2) 関係者の意見聴取として、新港地区内の関係者(新港埠頭会、進出企業等)への説明を行い、理解を得ました。また、市民の意見聴取については2月8日から27日まで、港湾局ホームページとヨコハマeアンケートを用いて意見募集を行いました。(結果は裏面)
- (3) 第2回審査委員会では、関係者および市民から頂いたご意見を報告し、以下の3点を踏まえ、ネーミングライツ導入に向けた手続きを進めることについて了承を得ました。
  - ア 提案された愛称が長いと、分かりやすくする工夫が求められる。
  - イ 市費負担の見直しが求められる。
  - ウ 地域貢献の充実が求められる。

### 3 審査委員会の意見を踏まえた提案者との調整結果

1に示した提案内容に加え、以下の項目について合意を得ました。

- (1) 案内標識等へは、略称を使用すること。
- (2) 事業者負担により、公園名称板を設置すること。
- (3) 事業者による公園の清掃・賑わい創出に向けた取組を積極的に行うこと。

### 4 今後の手続き

日清食品ホールディングス(株)と4月下旬を目途に契約締結できるよう、手続きを進めます。また、地点名標識や案内標識の変更については、関係者との調整が整い次第早期に実施します。

## 【参考】意見募集の結果

港湾局ホームページ : 回答 24 件

ヨコハマ e アンケート : 回答 460 件

### (1) 肯定的な意見の主なもの

- ・ ネーミングライツの導入により、財源が得られると同時に、集客効果につながる。
- ・ 世界ブランドの名前に変わって、人気のある公園になる。
- ・ 「新港パーク」より「カップヌードルミュージアムパーク」の方がなじみやすい。
- ・ カップ麺は日本が世界に誇る発明品であり、地域のイメージアップにつながる。
- ・ 財源確保として有効な手段である。積極的に導入すべき。
- ・ 提案者が横浜を愛してくれ、その他のイベントにも協力してくれそうである。
- ・ 話題性があり、地域の活性化が進む。

### (2) 否定的な意見の主なもの

- ・ 企業の名前になることで地域住民の愛着が薄れる。市やみなとみらいのイメージダウンにつながる。
- ・ 商品名は不可、企業名なら可である。
- ・ 対価が安すぎるのではないか。
- ・ もっと積極的な地域貢献を打ち出すべきである。
- ・ ネーミングが直接的すぎる。企業名なら受け入れられそうである。
- ・ 横浜の地場産業ではない。もっと横浜に適した名前が良い。
- ・ 名前が長すぎる。愛称としては短い方が良い。