

横断歩道橋(連絡通路)へのネーミングライツ導入について

1 ネーミングライツ(命名権)について

ネーミングライツとは、市有施設などに法人名や商品ブランド名等を「愛称」として付与する権利です。

市はネーミングライツ料により、長期に安定収入が得られます。一方、スポンサーは市民等へのPRやメディアへの露出等により、広告・宣伝効果や地域貢献の効果が期待できます。

2 本市のネーミングライツの取組

- 導入方針
「集客力のある大規模施設」、「新築やリニューアルを行う施設かつ広告的価値の高い施設」そして「他都市の導入事例をもとに、本市でも導入可能な施設等」に導入検討
- 導入状況
・平成27年4月から川崎富士見球技場にネーミングライツを導入しました。
・平成28年2月からスポーツ・文化総合センターへのネーミングライツパートナーの募集を開始しました。
- 横断歩道橋等の取組
他都市の導入事例をもとに、「川崎版PRE戦略推進委員会幹事会」等で検討を行い、本市のイメージアップと道路施設の維持管理等の財源確保を目的として、横断歩道橋等のネーミングライツを導入することとしました。

3 横断歩道橋等の現状

近年の厳しい財政状況の中、今後の道路施設の増加や劣化に伴う維持費用の増大や住民の安全・安心への意識の高まり等を受けまして、効率的で効果的な維持管理が必要となったことから、平成26年3月に「川崎市道路維持修繕計画」を策定しました。

【横断歩道橋等の現状と課題】

- ・概ね5年以内に補修が必要となる施設が39橋
- ・これまで対症療法により補修を実施してきたが、劣化が著しいことから、計画的な補修の実施が必要となる。

4 他都市の状況

○ 導入している団体の状況 平成27年12月28日現在

	管理数	導入数	期間	金額(年額)
仙台市	36	11	3年以上	30万円以上
さいたま市	54	6	3年以上	30万円以上
浜松市	53	1	3年	20万円以上
名古屋市	241	75	3年以上	30万円以上
大阪市	193	11	3年	30万円以上
神戸市	230	2	3年以上	30万円以上

- 導入に向けて検討中の団体 5市 (川崎、横浜、相模原、堺、福岡)
- 当面実施しないとする団体 9市 (札幌、千葉、新潟、静岡、京都、岡山、広島、北九州、熊本)

5 事業概要

① 契約条件

- 応募資格は、法人等(法人及びその他の団体等)を対象とします。
※「川崎市広告掲載要綱」などに規定する規制業種等を除きます。
- 金額は1橋あたり年額30万円以上(消費税及び地方消費税込)
- 使用期間は2年以上
※応募しやすい条件とするため、他都市よりも短い期間を設定します。

② 標示内容

- 応募いただく愛称は、企業名等(企業名、商品名等)及び現在の横断歩道橋等の名称で構成し、主桁部分に標示できます。
※ロゴマークは、原則、企業名等と一体で商標登録されている場合に標示できます。
- 文字色は単色とします。
- 交通安全の観点から自動車等運転手の誤解を招くおそれがあるものや注意力を散漫にするおそれがあるものは標示できません。
(例: 蛍光塗料、反射素材のもの、デザインがわかりづらいもの 等)



(仙台市HP)



(名古屋市HP)

③ 横断歩道橋等の選定

- 横断歩道橋等の数
横断歩道橋117箇所、連絡通路1箇所 → 合計118箇所
- このうち、候補については以下の点に留意して抽出する予定です。
 - ・ 補修の予定がないもの
 - ・ 視認性が良いもの
 - ・ 特殊な形状をしていないもの
 - ・ 交通標識等が少なく標示場所が確保できるもの
- 今後、地元町内会等の意見を伺いながら選定を進め、数箇所の募集を行う予定です。
- また、初回の導入状況や補修の進捗をふまえ、今後も募集対象の拡大を図っていきます。

6 今後のスケジュール(予定)

【平成28年の予定】

- ・ 募集期間 : 3月下旬～5月下旬
- ・ 法人等選定 : 6月
- ・ 法人等決定 : 7月
- ・ 契約締結 : 9月
- ・ 導入開始 : 10月