

世田谷公園ミニSLネーミングライツパートナーの公募について

1 主旨

世田谷公園ミニSLは、蒸気から電気駆動への改造や利用料金の見直しなどにより、経費の削減や税外収入の確保に取り組んできたが、今後の更なる安定的な運営と施設の魅力向上を目指し、ネーミングライツパートナーの公募を実施する。

2 公募対象施設

(1) 世田谷公園ミニSL

- 1) 目的 児童の健全な育成に寄与し、科学的興味を養成する。
- 2) 開設 昭和57年5月
- 3) 運行 約280mの線路を1周3分で走行。
- 4) 営業日 年間約200日（水・土・日・祝日、小学校の休業日（春夏冬休み）等）
- 5) 料金 小学生50円、中学生以上100円（小学生未満は無料）

(2) 選定理由

- ・年間約13万人が利用する人気施設であり、宣伝効果が高い。
- ・親子連れが多く利用する施設であり、広告の対象が明確である。
- ・企業の社会的貢献事業の事例に多い「子どもを育み、応援する」ことに合致する。

3 利用実態調査

施設の利用状況や区民ニーズを把握し、事業者ミニSLをPRする資料とするため、利用者アンケートを実施した。

- (1) 期間 令和3年1月13日から31日までの内7日間（水曜3日、土日各2日）
- (2) 利用者数 計6,012人（未就学児3,491人、小学生192人、大人2,329人）
- (3) 回答数 111件（電子（スマートフォン）108件、紙3件）
- (4) 回答概要

- 1) 居住地 公園から30分圏内の利用者が約8割
- 2) 利用頻度 月に1回以上の利用が約5割（リピーターが多い）
- 3) 主な客層 親子連れ（保護者が30～40代、子どもは1～5歳が多い）
- 4) 主な意見 97%の方が「満足」「やや満足」と回答
「ミニSLが好き」、「手頃な値段で遊べる」など高い評価を得ている。
- 5) 課題
 - ・利用者が多く、並んで待つことがある。
 - ・乗車券の販売方法の改善（電子マネーの活用など）
 - ・トンネルの設置や花や植栽などの魅力的な演出 など

4 公募内容

精巧に作られたミニS Lは親子からの人気も高い一方で、利用者の声から改善の余地もある。これらの状況を踏まえ、区と共に魅力向上に取り組むことができる事業者（パートナー）を次のとおり募集する。

- (1) 募集期間 令和3年7月12日から9月17日まで
- (2) 周知方法 区ホームページ、現地掲示、民間企業等提案窓口「せたがや Co-Lab」実績事業者への周知、公園の官民連携のPRサイトへの掲載など
- (3) 契約金額 年額100万円以上
- (4) 契約期間 原則3年間以上
- (5) ネーミングライツパートナーの特典
 - 1) 愛称掲示 企業名や商品名を含んだ愛称を命名することができ、駅舎、乗車券、園内案内板、区およびパートナーのホームページ等に掲示できる。
※東京都屋外広告物条例など関係法令に適合したものとする。
 - 2) 付帯権利 ミニS Lの魅力やサービスの向上につながる企画を区に提案し、協議の上実施することができる。
- (6) 費用負担 愛称や付帯権利に関わる掲示物等の設置・管理・撤去費用はパートナーの負担とし、施設の改善に関することは区と協働で行う。
- (7) その他 ネーミングライツ料は、「ネーミングライツの導入指針」に基づき、施設の管理運営費に充当し、ミニS Lの魅力の向上につなげる。

<愛称掲示箇所の例>



▲駅舎（ミニS L入口）



▲付属施設（橋など）



(表)

(裏)

▲乗車券

5 今後のスケジュール（予定）

- | | | |
|------|-------|--------------------|
| 令和3年 | 7月12日 | 公募開始 |
| | 9月下旬～ | 審査（書類、対話形式） |
| | 11月下旬 | ネーミングライツパートナー候補者決定 |
| | 12月～ | 候補者と契約に関する協議 |
| 令和4年 | 4月～ | 愛称の掲示 |
- ※協議の状況次第で掲示時期は前後する。