

横庁商委第 20 号
令和 5 年 6 月 2 日

横浜市長 山中 竹春 様

横浜市市庁舎商業施設運営事業者選定評価委員会
委員長 三村 優美子

横浜市市庁舎商業施設の運営に係る評価について（答申）

令和 5 年 4 月 4 日総管第 150 号で諮問のありました、次の事項について別紙のとおり答申します。

- 1 令和 4 年度 年度業務報告書
- 2 令和 5 年度 年度業務計画書

1 総括

令和4年度前半は、新型コロナウイルス感染症に伴う政府による時短制限や行動制限はなかったものの、夏の感染爆発や大人数での会食が制限される風潮が世間であり、前年度に引き続き、コロナの影響を受けながらの営業となった。しかし、コロナ感染の広がりが収まりつつあった令和4年度後半は、市役所アトリウムでのイベント開催に合わせて、スタンプラリーやクーポン付きチラシの配布等のキャンペーンを実施したことより、イベントでの集客がラクシス フロントにも繋がる流れをつくることができた。

また、夜間の利用客を増やすために、アプリキャンペーンをスタートさせるなど、新たな方法での販売促進活動の結果、令和4年度の売り上げが前年度と比較して全体的に回復したことは大きく評価できる。

今後は、利用客のニーズや時間帯別の売り上げ等の情報収集、分析を行い、テナント・ミックスが適合しているか検証することが重要である。検証結果を実利用者に対応した販売促進活動やリーシングに生かし、利用客のさらなる獲得に努めてほしい。

また、コロナによる行動抑制ムードが緩和された今後は、「市庁舎の中に商業施設があること」をより多くの市民に知ってもらうことが必要である。そのためにも、これまでのホームページでの広報のみに限らず SNS や運営事業者が持つ媒体を活用し、ラクシス フロントの情報を広く発信することが重要である。あわせて、市役所アトリウムのイベントと連携した企画を行い、市庁舎に来た方がラクシス フロントを知り、利用する、そしてまたラクシス フロントに来てもらえるような好循環を構築してほしい。

(1) アフターコロナの売上げ確保

コロナの感染症法上の位置付けが、5類に移行するなど状況が変わり、今後は、運営事業者や各店舗の実力が真に問われることになる。利用者のニーズや各店舗の分析を行った結果や、運営事業者のノウハウを生かして、各店舗の状況に合わせた具体的な提案やサポートを行うことで、施設全体の売り上げ確保に努めてほしい。

また、アフターコロナでは、夜間の利用客を増やすことが課題である。時間帯別の売り上げや現在どのような層の方が夜間利用しているのかを調査し、最適な販売促進企画の実施や店舗を検討していただきたい。

(2) 更なる賑わいの創出

市役所アトリウムのイベントとの連携企画は、ラクシス フロントの独自性と言える。イベントでの集客がラクシス フロントに繋がり、利用者が増えていくことで、市役所とラクシス フロントで賑わいの一体感が生まれている。

普段、市役所に来る用事がない方にもラクシス フロントを知ってもらい、気軽に遊びに来る機会が増えるよう、運営事業者と横浜市が連携して広報活動し認知度を高めていってほしい。また、市

民の声やどのような方が来店されているかなど、分析を進め、効果的な広報活動に活用してもらいたい。

更なる賑わいの創出に向けて、突発的なイベントであっても、すぐに対応できるよう、クーポンやノベルティの準備や、店舗がイベントエリアに出店する事前調整など、運営事業者は、これまで以上に店舗に働きかけ、ラクシス フロントとアトリウムでのイベントとの連携に尽力していただきたい。

(3) 販売促進活動・連携

夜間の利用客増やリピーター確保のため、デジタルクーポンやスタンプラリー等のキャンペーンの実施や、市職員の利用促進のために広報誌で店舗を紹介することなど、従来の販売促進活動にプラスした取組は、売り上げ回復に大きく影響したと考えられる。

市役所アトリウムイベントとの連携だけでなく、近隣の観光施設や商店街等、様々な団体との連携を広げていくことで、普段、市役所に来ない層にラクシス フロントを周知できる良い機会となる。

(4) リーシングについて

2階の物販エリアについては、物販に限らず様々な業種に間口を広げて、リーシングを進めてほしい。

運営事業者は、今後の店舗退店リスクに備え、後継店舗のリサーチやヒアリングを進め、既存店舗からの退店申出があった際には、空き期間が極力短くなるよう準備を整えてほしい。その際、既存店舗の賃料や周辺の賃料相場なども踏まえながら、候補店舗と交渉を行っていただきたい。市庁舎及びラクシス フロントのにぎわいに資する形であれば、既存店舗に有効活用してもらうことを検討してもよいのではないかな。

また、今後は、若い女性の視点など多様性をさらに意識し、ニーズを調査、分析のうえ、店舗のリーシングも進めていただきたい。

2 令和4年度年度業務報告

(1) 営業概況

ア 年度前半は、コロナの影響が残っていたが、年度後半からは、市役所アトリウムでのイベントと連携し、ラクシス フロントの課題であった土日利用の増加に繋がったこと、また、全体として集客や売り上げが回復基調ある点について評価する。

イ 市職員の利用増加のために、市職員の反応や満足度を調査し、これまでに実施している販売促進活動が市職員のニーズに対応できているのか、何が有効であったのか改めて効果検証し、分析結果を今後の改善に繋げる必要がある。

ウ 今後は、より多くの賃料収入を得るため、売上高に比例した店舗を重点的に支援する施策などにも取り組んでほしい。

(2) 営業実績

- ア 前年度と比べ、全体として売上げが回復基調にあることは評価できる。また、厳しい状況の中であったが、確実に後継店舗をリーシングできている点も評価できる。
- イ 今後は、ラクシス フロントの利用者の特性やニーズと、店舗の種類やサービス内容にミスマッチがないかを分析し、利用者のニーズに合った販売促進活動や店舗支援を行っていく必要がある。
- ウ 今後の戦略のためにも、時間帯別の売上げや、顧客の動線などのデータ収集、分析が急務である。

3 令和5年度年度業務計画

(1) コンセプト・MDプラン・実施体制

- ア 市役所アトリウムで開催されたイベントの集客がラクシス フロントに繋がるなど、「市役所の中にある商業施設」という特性が活かされた事業展開を通して、コンセプトが明確になりつつある。子育て世代にも居心地よく楽しめる施設を目指していただきたい。
- イ 市庁舎の中に商業施設があるという認知度を更に高める必要がある。SNS や運営事業者が持つ媒体を活用し、ラクシス フロントの情報を広く発信する機会を作るとともに、周辺の観光施設との連携や市役所アトリウムで開催されるイベントなどを通して、積極的に広報活動を行っていただきたい。こうした取組により、またラクシス フロントに来てもらえるような好循環を構築してほしい。

(2) 販売促進活動・連携

- ア 定期的に市役所アトリウムでのイベントとの連携企画ができれば、ラクシス フロントで「いつも何かをやっている」というような市民の期待感が生まれる。1月、2月といった飲食店の閑散期にも、店舗の売上げに繋がるような話題性のある企画を実施していただきたい。連携するイベントについても「横浜らしさ」をより感じられるイベントと連携できると、ラクシス フロントの独自性が生まれやすいので、そのような企画にも期待する。
- イ 市役所に用事がない方にも気軽に利用いただけるよう、キャンペーンやクーポンの内容と、その周知方法を工夫する必要がある。
- ウ 市職員の利用促進のためには、クーポンの配布だけでなくリピーターになってもらえる仕組みがあると良い。
- エ 運営事業者ならではのノウハウを生かして、周辺施設との連携を更に強化出来ると良い。

(3) リーシングについて

- ア 今後は運営事業者のノウハウや強みを生かした店舗を開拓していただきたい。市庁舎のにぎわいやラクシス フロントの一体感に資するものであれば、既存店舗にも活用してもらおう働きかけることもよい。
- イ 体験できるサービス機能を有した物販店舗はイベントとの連動性が生まれやすく効果が期待で

きる。

ウ ラクシス フロントの特徴が明確になりつつあることから、市職員や市役所アトリウムイベントの参加者などのニーズと、テナント・ミックスが適合しているか情報を収集し、分析することが重要である。分析結果は、既存店舗の支援・強化に活用できるとともに、新しい店舗誘致に際しても役に立つ。

エ リーシングの際は、テナントの業種に幅を持たせてほしい。子育て世代が利用しやすい施設を目指すとのことなので、子どもの遊び場を配置するなど、ニーズにマッチした店舗のリーシングを進めてほしい。

オ 安定した賃料収入確保のための固定賃料に加え、今後は、売上高に比例した賃料も確保できる店舗を増やしてほしい。