

横庁商委第 18 号
令和 4 年 7 月 12 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 4 年 6 月 2 日総管第 255 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 3 年度 市役所内商業施設の年度業務報告
- 2 令和 4 年度 市役所内商業施設の年度業務計画
- 3 今後のモニタリングについて

1 総括

令和3年度も引き続き新型コロナウイルスの影響を受ける結果となった。特に時短制限等のため、各店舗の営業に深刻な影響を及ぼしたことや、市役所アトリウムでのイベントについても、コロナ禍の影響で開催中止や規模縮小により、商業施設とアトリウムの連携効果が思うように得られず、全体的に厳しい営業環境であったといえる。

その中でも、開業1周年記念企画やクリスマスキャンペーン等、運営事業者において企画した販売促進活動を計画通りに実施できたことや、市職員のランチニーズに応えるべく、テイクアウト販売やデリバリーを実施したことについては、着実に「ラクシス フロント」の知名度を高めつつ、ターゲットの一つである市職員に対して共感を得られたという点で評価できる。

今年度もコロナ禍の状況ではあるが、ウィズコロナ・アフターコロナ戦略を意識し、現状の課題等を把握するとともに、市役所内に開業していることの特異性や、市民の憩いの場・横浜らしさの発信拠点として賑わいを創出していくといった、開業時の理念を今一度踏まえて、空き区画のリーシングを中心に、必要に応じてコンセプトを見直すなど柔軟かつ迅速に検討を進めてほしい。

(1) コロナ収束後も見据えた売上げ確保

運営事業者においては、施設の知名度を高める努力、及びターゲットの一つである市職員に共感を得る努力はよく進めていただいている。

ウィズコロナ・アフターコロナに突入していく中における戦略をしっかりと考えていただき、知名度アップや販売促進活動、店舗誘致を進めていただきたい。

また、横浜の歴史や文化等の特色を大切に、水辺空間、桜木町やみなとみらい21地区との連続性を生かした市民の憩いと楽しみの空間提供という本来のコンセプトを再確認し、市役所の強みであるアトリウムや水辺空間を活用したイベント連携や企画、ゾーニングを意識して実施していただきたい。

併せて、各施策を行うにあたり、来街者・近隣企業、住民・市職員等、ターゲットをどこに置かかを今一度、整理しながら推し進めてほしい。

(2) 更なる賑わいの創出

ローズフェア、横浜開港記念、クリスマス、ライブコンサート、スポーツイベントなど横浜らしさを表現できるコアのイベントを軸として戦略的な情報発信の工夫により「ラクシス フロント」のイメージを高めることが必要である。

SNSを閲覧する人や若者への訴求力が欠けているように感じるので、アプリの導入を契機に施設ホームページの情報の充実やSNSの展開等も積極的に進めていただきたい。

国内旅行者は、徐々に増えてくることが想定されるので、これまで以上に外部の広報媒体も活用いただくとともに、運営事業者の強みを生かした情報発信も行いながら、メディアへの露出を通じた施設の認知度向上に努めてほしい。

(3) 販売促進活動・連携

コロナ禍においても各種販売促進活動が実行できたことや、限られた経費の中で効果を出す工夫がなされたことは評価できる。実施した販売促進活動の効果検証を行い、より効果的な方法や重点化する取り組みを検討し、実践して行ってほしい。

令和4年度に新たに取るアプリの導入や駐車場割引サービス等については、令和3年度の振り返り・反省をもとに効果的に周知を図っていくことが必要である。

(4) リーシング・ゾーニングについて

市役所内にある商業施設としての特殊性と、開業時の理念を再確認していただき、リーシングやゾーニングを実施していただきたい。その際、コロナ禍で状況が一変したこともあるため、きちんと現状を認識した上で、柔軟に対応してほしい。

市役所入口からの店舗の見え方を意識したり、チャレンジショップ等に挑戦したいと考えている需要をうまく活用したりしながら、総合的に考えていただきたい。

2 令和3年度年度業務報告

(1) 営業概況

ア コロナ禍において、時短制限など営業規制がある中で販売促進活動が計画通り実施されたことや市職員のランチニーズへの対応、「ラクシス フロント」のブランド定着に努めた点など評価する。

イ 販売促進活動の時期、対象、企画内容によってどのような効果があったのか、来店者の反応などの分析結果を今後の改善に繋げる必要がある。

ウ 夜間営業への集客に向け、運営事業者と各店舗が協働して戦略的に施策を議論する必要がある。

エ 周辺地域やアトリウムイベントとこれまで以上に連携を強化する必要がある。

オ 厳しい状況下であったが各店舗ともよく頑張っている。特に一部の物販・サービスを中心に底堅いものがあった。飲食店ではテイクアウトを更に定着させてほしい。

カ 「ラクシス フロント」のコンセプトに加え、現代風のコンセプト等を活用し、施設の魅力の上乗せが出来るが良い。

キ 各店舗の業種、業態による違いを理解しながら店舗売上の底上げについてのアドバイスを行っていくことを期待する。

(2) 新型コロナウイルス感染症の影響

ア 営業規制の影響により、店舗の売上が大きく落ち込んだが、運営事業者において、最低保証賃料の変更を柔軟に実施したことで、休業店舗等が生じるのをほぼ回避できた点は評価できる。緊急事態への対応であったが、この経験を踏まえて、最低保証賃料の変更基準やルールが適切かを市と運営事業者においてしっかり整理しておく必要がある。

イ すべての店舗で感染対策の取り組みを進めたことは評価できる。今後は各店舗で行っている感染対策の工夫を共有し、来店来街者への安心感を与えリピーター確保を図っていただきたい。

ウ アフターコロナの消費ニーズを踏まえた新規の取組みが必要と考える。

(3) 営業実績

- ア 飲食店を中心に時短要請などの影響を強く受けたのはやむを得ないが、その中でどのような工夫をしたか、またどのような支援が有効であったのか整理し、今後の参考にしていただきたい。
- イ 各店舗とも想定賃料や想定売上には届かない状況だったが施設及び個々の店舗において、販売促進活動やテイクアウトの実施等に努力してきた点は評価できる。
- ウ 店舗による売上の差が出てきているので原因を見極めて改善する必要がある。
- エ 一部の物販は苦しかったが、それなりの実績が得られたことと、退店も最小限に抑えられた点は評価できる。

3 令和4年度年度業務計画

(1) コンセプト・MDプラン・実施体制

- ア これまでコロナ禍の2年間であったため、当初のコンセプトが少し希薄化し訴求力が低下しているように見える。当初のコンセプトを踏襲しつつも現在のニーズを踏まえた企画が必要である。
- イ インバウンド消費がまだ見込めない中、販売促進・連携・店舗の業種ゾーニング等のギャップを感じる。諸施策を予定通り展開しつつ令和5年度以降に向けて、市と運営事業者がしっかり連携するとともに、運営事業者における企画運営の実行体制の強化が必要である。
- ウ 空き店舗の活用方法として、パイロット的な出店も検討していただきたい。
- エ アフターコロナに賑わいが戻ってくることを期待して、計画した実施体制でしっかり進めていただきたい。
- オ 様々なメディアを組み合わせる展開している点は評価できる。
- カ スマートフォンを活用した削除されないアプリの活用を進めてほしい。
- キ キャッシュレス決済の種類が増えてきたことについては評価できる。最近幅広い世代で積極的に活用するため、他の決済方式にも対応するよう推し進めてほしい。また、「かながわPay」や「レシ活 VALUE」など自治体の事業にも積極的に参画してもらおうよう、運営事業者から各店舗へ働きかけていただきたい。

(2) 販売促進活動・連携

- ア 前年度までの状況を踏まえた販売促進活動や連携が計画されており、集客が期待できると考える。一方、コロナ禍を経て今後施設運営を行う上で、市役所内に商業施設があるということを一層周知する総合的な戦略が必要である。例えば、横浜ローズウィークのようなイベントは、市庁舎が拠点となり来街者が付近を回遊することから、「ラクシス フロント」を認知していただくうえで、有効であると考え。こうしたイベントとの連携や商業施設のキャンペーンを織り交ぜて、総合的に検討していただきたい。
- イ バリアフリーや環境問題などをテーマとしたイベントと連携ができると、市役所内の商業施設として一つの魅力向上となるため、チャレンジすることを期待する。

ウ 年間計画の中でコアのイベントや販売促進企画を軸とした戦略的な発信力の強化が必要である。店舗紹介だけでなく施設全体の活動紹介などを情報発信していくメディアとして、ホームページの充実が必要である。また、キャッシュレス決済を加速させる取り組みも必要である。

エ 一般の来街者を引き込むため、土日祝日や夏休み等を特に意識した展開が必要である。また、近隣の大型マンション等のニーズにも応えることができれば、安定した集客につながると考えられるので運営事業者においてきちんとリサーチしていただき、企画を実施することを期待する。

オ 令和4年8月下旬から始まる店舗負担が少ない横浜市の「レシ活 VALUE」を各店舗に勧めることで、売上向上に資することを期待する。

(3) リーシング・ゾーニングについて

「ラクシス フロント」としてのまとまりが感じられるようになってきている。一方、2階フロアは当施設の理念を象徴している場所である。世情に応じて、ゾーニング変更は構わないのでフロア全体のコンセプトを再検討し店舗を配置することが必要である。また、空き区画については、横浜で起業するチャレンジショップ等の誘致も検討していただきたい。

4 今後のモニタリングについて

運営の仕組みは、自治体において先進的な制度であることから今後、最低保証賃料を変更する場合は、当委員会において、市から提供される資料・データに基づいて、俯瞰的に意見することは必須である。社会の経済動向やインバウンド等の指標も参考に委員会として随時答申を行っていく。また、市役所内商業施設の賑わいを創出するためには、運営事業者と各店舗の努力が不可欠であるため、市及び運営事業者において、施設の企画運営に努めてもらいたい。