

第 14 回 横浜市市庁舎商業施設運営事業者選定評価委員会 会議録	
日 時	令和 8 年 6 月 8 日（月） 9 時 30 分～11 時 30 分
開催場所	横浜市役所 18 階 みなと 5 会議室
出席者	三村 優美子委員長、石川 清貴委員、池田 由美子委員、鴨下 香苗委員、小峰 直委員、 長尾 ゆき子委員
欠席者	—
開催形態	非公開
議 題	1 令和 7 年度 年度業務報告について 2 令和 8 年度 年度業務計画について 3 横浜市庁舎内商業施設ラクシス フロント 5 か年振り返り報告
決定事項	令和 7 年度 年度業務報告について、承認された。 令和 8 年度 年度業務計画について、承認された。 横浜市庁舎内商業施設ラクシス フロント 5 か年振り返り報告について、承認された。
議 事	【会議の成立についての確認】 委員 6 名中 6 名が出席しているため、過半数の定足数を満たし会議が成立していることを確認。 【会議の公開・非公開についての確認】 事業者の商業施設運営に係るノウハウ等を含む議題であり、公開することで事業者の権利利益等を害するおそれがあるため、第 1 回の会議で、全部を非公開とすることを決定し、今回改めて確認。 【会議の出席者についての確認】 商業施設運営事業者の京浜急行電鉄株式会社を関係者として出席させることを決定。 【議題】 1 令和 7 年度 年度業務報告について 令和 7 年度の業務報告について、運営事業者による説明と委員会の評価。 2 令和 8 年度 年度業務計画について 令和 8 年度の年度業務計画について、運営事業者による説明と委員会からの意見。 3 横浜市庁舎内商業施設ラクシス フロント 5 か年振り返り報告 横浜市庁舎内商業施設ラクシス フロントの開業から 5 か年（令和 2 年度から令和 6 年度まで）の振り返りについて、運営事業者及び横浜市による説明と委員会からの評価。
資 料	(1) 委員名簿 (2) 令和 7 年度業務報告書 (3) 令和 8 年度業務計画書 (4) 横浜市市庁舎商業施設運営事業者選定評価委員会運営要綱 (5) 横浜市庁舎内商業施設ラクシス フロント 5 か年振り返り報告（京浜急行電鉄株式会社）

	(6) 横浜市庁舎内商業施設ラクシス フロント5か年振り返り報告（横浜市） (7) 横浜市市庁舎商業施設運営事業者選定評価委員会運営要綱 (8) 市庁舎商業施設に係るプロパティマネジメント業務委託契約書兼定期建物賃貸借契約書第80条に基づく協議書（一時使用について） (9) 市庁舎商業施設に係るプロパティマネジメント業務委託契約書兼定期建物賃貸借契約書第9条の手續に関する要綱
--	---

第 14 回横浜市市庁舎商業施設運営事業者選定評価委員会

次 第

1 日 時

令和 8 年 6 月 8 日（月） 9 時 30 分～11 時 30 分

2 場 所

横浜市役所 18 階 みなと 5 会議室

3 議 事

- (1) 令和 7 年度 年度業務報告（説明：京浜急行電鉄株式会社（運営事業者））
- (2) 令和 8 年度 年度業務計画（説明：京浜急行電鉄株式会社（運営事業者））
- (3) 横浜市庁舎内商業施設ラクシス フロント 5 か年振り返り報告
（説明：京浜急行電鉄株式会社（運営事業者）、横浜市）

4 配付資料

- (1) 次第
- (2) 資料 1 委員名簿
- (3) 資料 2 令和 7 年度業務報告書
- (4) 資料 3 令和 8 年度業務計画書
- (5) 資料 4－1 横浜市庁舎内商業施設ラクシス フロント 5 か年振り返り報告（京急）
- (6) 資料 4－2 横浜市庁舎内商業施設ラクシス フロント 5 か年振り返り報告（横浜市）
- (7) 資料 5 横浜市市庁舎商業施設運営事業者選定評価委員会運営要綱
- (8) 資料 6 市庁舎商業施設に係るプロパティマネジメント業務委託契約書兼
定期建物賃貸借契約書第 80 条に基づく協議書（一時使用について）
- (9) 資料 7 市庁舎商業施設に係るプロパティマネジメント業務委託契約書兼
定期建物賃貸借契約書第 9 条の手續に関する要綱

【参 考】

横浜市新市庁舎商業施設運営事業 モニタリング実施計画（2018 年 12 月 12 日制定）

第 3－1 年度業務計画

(3) 市の承諾

運営事業者は、年度業務計画に関し市の承諾を受けるものとする。市は、年度業務計画を選定評価委員会に報告し、その意見を聴いた上で、承諾の可否を決定するものとする。

4 随時モニタリング

(1) 内容

ウ その他テナントに関連する事項であって、本施設から得られる市の歳入に重要な影響を及ぼす事項

(2) 市の承諾・指導

市は、前号の報告又は通知を確認し、必要に応じて指導を実施するものとし、報告等の内容に重大な問題が含まれていると判断した場合は、選定評価委員会に報告し、その意見を求めることができるものとする。

5 年度業務報告

(3) 評価・指導

市は、年度業務報告の内容が、基本方針、提案内容、開業前業務計画等に沿ったものかどうかを確認し、選定評価委員会に報告し、その意見を求めることができる。

市は、業務改善に必要な範囲で運営事業者を指導するものとし、運営事業者はこれを真摯に受け止め、改善に向けて取り組むものとする。

横浜市市庁舎商業施設運営事業者選定評価委員会委員名簿

1 委員任期

令和 7 年 6 月 1 日～令和 11 年 5 月 31 日（4 年間）

2 委員の要件

学識経験者、弁護士、不動産鑑定士、金融関係者又は公認会計士、地元商業団体の関係者
（横浜市市庁舎商業施設運営事業者選定評価委員会運営要綱第 3 条）

3 委員名（敬称略・③～⑥50 音順）

氏名		所属	要件
①	みむら ゆみこ 三村 優美子 委員長	青山学院大学 名誉教授	学識経験者
②	いしかわ きよたか 石川 清 貴 職務代理者	(一社)横浜市商店街総連合会 会長	地元商業団体の関係者
③	いけだ ゆみこ 池田 由美子	池田公認会計士事務所 公認会計士	公認会計士
④	かもした かなえ 鴨下 香 苗	U t o p s 法律事務所 代表弁護士	弁護士
⑤	こみね ただし 小峰 直	横浜商工会議所 副会頭	地元商業団体の関係者
⑥	ながお ゆきこ 長尾 ゆき 子	長尾不動産鑑定事務所 不動産鑑定士	不動産鑑定士

I. 2025年度 ラクシスフロント事業報告

1

1. 施設営業概況【参考－1・2・3】

2025年度は開業から5年が経過し、アニバーサリーイヤーとしてお客様への感謝を表す5周年企画を計画し実行した。5周年を迎えられた感謝還元をお客様に表すことにより、既存顧客の更なる利用促進と、SNS等を利用した外部への情報発信強化や、飲食店舗における17時以降の売上向上施策を実施。新たな顧客層の開拓を行うため、後に記す各種販促をはじめ認知度向上策等様々な施策を戦略的にターゲットを定めたうえで打ち出し、目標である対2024年度売上2桁減店舗数が0店舗となった。またテナント入替による空室期間は発生したものの、2025年度末にはすべての区画で稼働のめどが立ち、後継テナントの需要増も寄与したことにより、施設全体でも売上高が対2024年度比増を達成した。

なお、2025年度においては3月に過去最高売上を記録したほか、開業以降5年間連続にて前年度売上を伸長させることに成功した。

【対前年比】2021年度: 100% (100%) 2022年度: 100% (100%) 2023年度: 100% (100%) 2024年度: 100% (100%)
2025年度: 100% (100%) ※ () は客数

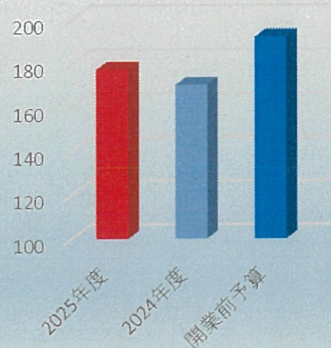
2. 2025年度 業種別営業実績【参考－1・2】

(単位：千円)

業種	賃料他収入（税込）				【参考】売上高（税抜）			
	2025年度実績	2024年度実績	差	比	2025年度実績	2024年度実績	差	比
飲食								
物販（催事含む）								
コンビニ								
サービス								
ATMコーナー								
全体合計	177,227	174,541	2,686	101.5%				
<客数>	2025年度実績	2024年度実績	差	比				
合計					単位：人			

賃料対比

(単位：百万円)

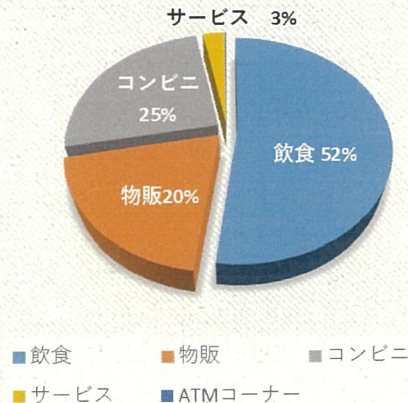


売上対比

(単位：百万円)



業種別売上シェア



3. 2025年度活動実績【参考－3】

過去に効果が高かった施策を継続し、本年はSNSを活用した効率的な媒体を活用して、次年度以降に繋がる施策を実施した。

項目	主な戦略ターゲット	主な活動内容
(1) 売上確保		
・ アトリウム連携（販促）	来庁者	クーポンチラシ配布、催事出店（計2企画に参画）
・ 朝販売の実施	通勤客	うめ乃（おにぎり・惣菜販売 計18回実施）
・ 試飲PR活動の実施	就労者含む来庁者	スターバックスコーヒー（試飲と販売：計7回実施）
・ テナント支援	就労者含む来庁者	チラシ提示による割引企画の実施（TSUBAKI食堂3回実施）
(2) 売上向上/施設認知度向上/来庁促進		
・ 周辺施設誘致①	近隣ホテル宿泊者	施設ガイド、クーポン券の設置（近隣ホテル計9施設）
・ 周辺施設誘致②	近隣企業就労者	特典付クーポンの配賦やお得情報の配信（近隣1企業）
・ 横浜市事業企画参画	観光客・周遊者	オリジナルステッカープレゼントキャンペーン (ブリキア, eスポーツ, エヴァンゲリオン, STPR)
・ 優待サービス	近隣居住者	特典付クーポンをポスティング（ザ・タワー横浜北仲）
・ 開業5周年企画	近隣居住者・企業	スクラッチクーポン・ラク飲みラク食ベスタンプラリー
・ 媒体による販促告知	近隣居住者	広報よこはま中区版・西区版8月号に販促告知の掲出
・ 近隣周遊企画参画	観光客・周遊者	馬車道駅ホームデジタルサイネージに販促告知の掲出
・ クリスマス年末年始企画	近隣居住者・企業	ヨルノヨ2025デジタルスタンプラリー 連携企画実施 市庁舎3階市民ラウンジライトアップ 連携企画実施 冬のきらめきスタンプラリー (スタンプカード約部配布)
・ SNS発信	閲覧者	インフルエンサーを起用した各店舗商品の情報発信
・ 庁舎内媒体連携	近隣居住者・周遊者	Instagramを使用したラクシスフロントの情報発信
・ 庁舎内媒体連携	来庁者	館内専用デジタルサイネージを活用した店舗紹介の実施
(3) 市職員利用促進		
・ 季節メニュー提案	市職員	テーマに沿ったお勧めメニューや、各店舗のお得情報を
・ お得情報の配信	〃	取りまとめ、横浜市イントラネットを活用した情報発信

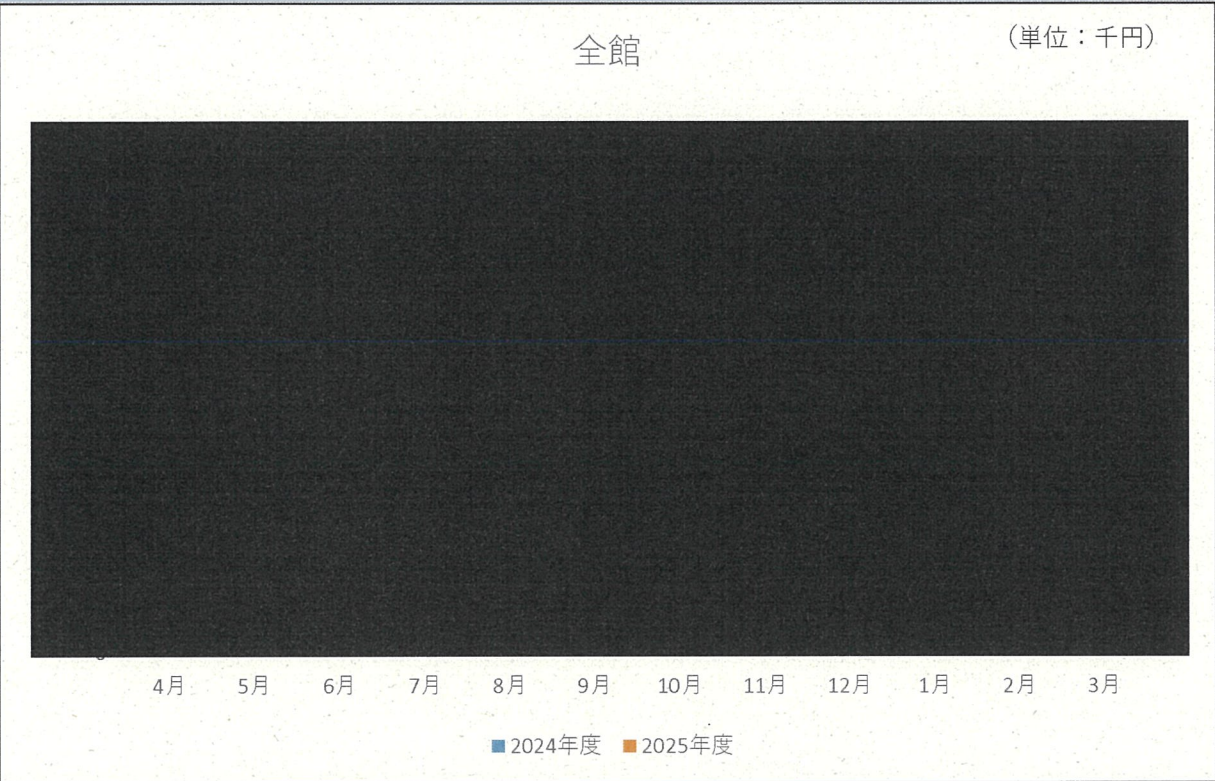
(4) 2025年度 テナント入替

時期	区画	実績
5月	FH-7	「Le mitron」閉店（2025年5月29日）
7月	FH-3	「ビストロ る・ぱん マンジェ」閉店（2025年7月31日）
話題性のあるテナントの誘致や、施設利用者の視点に基づく利便性の向上にむけたリーシング活動により入店		
11月	2F-9	「HANAKURA」開店（2025年11月27日）
12月	FH-7	「ドンク エディテ」開店（2025年12月15日）
3月	FH-3	「Café ローズ」開店（2026年3月31日）
3月	FH-1	「もとまちユニオン」閉店（2026年3月23日）

【参考-1】 2025年度 テーマ別売上

2

1. 月別売上推移



2. 曜日別売上 ※2025年4月～2026年3月実績

単位：千円

曜日	月曜日	火曜日	水曜日	木曜日	金曜日	土曜日	日曜日	合計
日数(日)	51	53	52	51	51	51	51	360
飲食								
物販								
コンビニ								
サービス								
合計								
1日平均								

(ATMコーナーを除く)

3. 時間帯別売上 ※2025年4月～2026年3月実績

単位：千円

	飲食	物販	コンビニ	サービス	合計
午前(～11:00)					
昼(～14:00)					
午後(～17:00)					
夜(17:00～)					
売上計					

(テナントアンケートヒアリングによる概算値)

1. 月別売上推移

2025年度は12か月(すべての月)において対2024年度比増。
特に最大繁忙期の12月は、開業5周年記念キャンペーン(きらめきスタンプラリー)や、外部との連動企画(ヨルノヨ)を夜景の良い店舗と連動させた効果が得られた結果、 円を記録。また年度末の3月は過去最大売上となる 円(3月実績)を記録した。

2. 業種別売上

テナント入替による空室期間の発生した飲食においては、新店の入替効果をはじめ、前年度下期に開業した飲食店舗の好調など、宴会等の団体客の取込みや、夜の来店促進販促の実施によって好調に推移。

サービス部門では交渉により新たに日曜営業を開始した店舗があることや、コンビニ店舗が横浜市庁舎就労者需要の特性を掴んだ、取扱商品構成の細かい調整等により好調に推移した結果、物販のマイナスをカバーすることができた。

3. 曜日別売上

公式Instagramおよびインスタグラマーを活用し、館内就労者のみでなく外部の幅広い顧客層にむけてPRを行ったことにより、土日の日中を中心に観光客需要を取り込めているほか、市主催の大規模イベントに合わせたプレゼント企画を実施し、平日・土日ともに安定した売上構成比で推移。【構成比】2024年度：平日55.6% 休日44.4% 2025年度：平日55.7% 休日44.3%

4. 時間帯別売上

夜の需要喚起策として、近隣ホテルへのクーポン設置や、新規にて17時以降の飲食店舗への来店促進を図るべく「ラク飲みラク食ベスタンプラリー」を実施。レストランの入替効果もあり、17時～22時における売上が対2024年 %と大幅増となった。

ランチタイムは売上集中時間帯前後の誘因施策として、お弁当の強化やタイムサービスを実施し、売上の大幅増とまでは至らないがニーズの掘り起こしに繋がっている。

【参考-2】 2025年度 テナント別売上・賃料実績

1. 売上・賃料収入実績

(単位：千円)

区画	店舗名	分類	売上		レジ客数		賃料 ①					
			2025年度実績 (税別)	2024年度比(%)	2025年度実績 (人)	2024年度比(%)	最低保証	売上高比例	賃料 (税別)	消費税	賃料 (税込)	2024年度比(%)
1F-1	スターバックス コーヒー	飲食										
FH	京急百貨店	-										
FH	もとまちユニオンフードホール	飲食										
FH-1	(もとまちユニオン)	飲食										
FH-2	(横浜市場食堂)	飲食										
FH-3	(ピストロ る・ぱん マンジェ)	飲食										
FH-3	(caféローズ)	飲食										
FH-4	(フレッシュネスバーガー)	飲食										
FH-5	(横浜中華そば 維新商店)	飲食										
FH-6	(おにぎりカフェ うめ乃)	飲食										
FH-7	(Le mitron)	飲食										
FH-7	(ドンク エディテ)	飲食										
FH-7	(Gold heart)	飲食										
1F-6	薬マツモトキヨシ	物販										
1F-7	セブン-イレブン	その他										
1F-8	QBハウス	サービス										
2F- 1	アレグリア	飲食										
2F-2	リトラーネオ	飲食										
2F-3	TSUBAKI食堂	飲食										
2F-4	麻婆豆腐発祥の店 陳麻婆豆腐	飲食										
2F-5	海風季	飲食										
2F-6.7	HAMARU	物販										
2F-9	HANAKURA	物販										
2F-9	スタック (催事)	物販										
2F-9	九州物産展 (催事)	物販										
2F-10	キャシーマム横浜	物販										
2F-11	ヨコハマメモリーズ	物販										
11F-1	(11階)セブン-イレブン	その他										
小計												
自販機	自動販売機※	サービス										
ATM①	ろうきんATM	サービス										
ATM②	日本写真	サービス										
ATM③	充レンスタンド	サービス										
合計①							152,489	8,627	161,116	16,112	177,227	4.1%

※自動販売機は税込表記としています。

2. その他収入

(単位：千円)

対象	賃料 ②			
	賃料 (税別)	消費税	賃料 (税込)	2024年度比(%)
倉庫使用料	476	48	524	87.6%
更衣室使用料	786	79	865	81.6%
その他	0	0	0	-
合計②	1,262	126	1,388	83.8%

3. 納入賃貸借賃料合計 (PM業務報酬対象収入)

(単位：千円)

	賃料合計 (賃料 ①+②)			
	賃料 (税別)	消費税	賃料 (税込)	2024年度比(%)
総合計	162,378	16,238	178,616	103.9%

4. PM業務報酬

※賃料の総額の7.0%

(単位：千円)

	報酬			
	報酬 (税別)	消費税	報酬 (税込)	2024年度比(%)
合計	11,366	1,136	12,502	103.9%

5. 営業日数

対象期間	2025年4月1日 ～ 2026年3月31日	
営業日数	360 日	休館日 5 日
・全館休業	2025年11月3日・16日 全館休業 (市庁舎設備点検) 2026年1月1日～1月3日 (年始休業) 12月31日大晦日は7：00～15：00の時短営業とした	

6. 運営管理活動

実施内容	
・店長会開催 毎月1回実施	・消防訓練 4月, 11月参加
⇒外部講師による厨房衛生に関する勉強会 (2回実施)	
⇒施設安全管理にむけた注意事項の説明会 (5回実施)	
・厨房衛生点検 8月, 2月実施	・腸内細菌検査 年6回実施
・衛生管理に関する取組強化	
⇒防鼠対応として厨房チェックガイドラインの作成, 抜き打ち確認の実施	
・脱炭素, 脱プラスチックに関する取組	
⇒全テナントにおける脱炭素取組宣言100%達成	
⇒レジ袋の廃止・有償化・素材変更。カトラリーの有償化・素材変更	

【参考-3】 2025年度 販売促進実績

4

1. 2025年度販売促進の実施内容と結果

商圏内における認知度の絶対的向上による新規顧客の獲得。ベース売上の底上げに向けた既存顧客の更なる利用促進に向けて、客単価の上昇や夜利用の需要喚起に重点的に取り組んだ。

(実施内容)

- ・開業5周年を記念した5周年の冠ロゴマークを作成し、年間を通しての既存顧客への感謝および新規顧客の誘致を目的としたキャンペーンを実施。創業月である8月には「スクラッチクーポン」を行い、プレゼント企画を実施。またクリスマス、年末年始においてはお客様への還元を目的とした「きらめきスタンプラリー」を実施。
- ・飲食店における利用促進および売上増加施策として近隣ホテルへのクーポン配布や、夜のスタンプラリーを実施。
- ・新たな施策として計画したInstagram等のSNSを配信し、当初計画では情報発信を5回実施する予定であったが、投稿回数を強化し年間で30回実施。
- ・来庁者へ商業店舗の魅力を伝えるべく、館内6か所の目につきやすい場所へ店舗紹介のデジタルサイネージを設置。
- ・当初計画にはなかったが、横浜市と連携による「プリキュア」「eスポーツアワード」「エヴァンゲリオン」「STPR」とのコラボキャンペーンを実施。店舗でプレゼント対象となる商品を選定し、新規顧客の誘致につなげることができた。

(結果)

- ・開業以来5年連続で対前年売上比増を達成（2025年度は対2024年度売上比■%増）
- ・3月売上実績は■円を記録し、月額最高売上を更新した（2025年3月に対して5.8%増）
- ・夜の施策を実施することにより、17時～22時における売上が対2024年■%と大幅増となった。
- ・インスタグラムの投稿を強化したことにより、フォロワー数が300人を突破、新規顧客の利用促進に大きな効果があった。
- ・フロアマップやアトリウムイベントの掲出物の横に設置したこともあり、来庁者の目に止まりやすく商業店舗への来店誘致につながっている。
- ・今までは市庁舎への来館者や市庁舎内勤労者に向けた利用促進をメインに実施していたが、横浜市や認知度の高い外部のイベント企画に参画することにより、新規の顧客誘致につなげることができた。

2. 2025年度 販売促進スケジュール

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
販促企画		わくわく！こどもデー出店 こどもの日お菓子プレゼント	開業5周年記念第1弾	スクラッチクーポンプレゼント	わくわく！こども夏まつり出店 ナイトプレスレットプレゼント	第2弾 ラク飲みラク食べスタンプラリー		わくわく！こどもデー ハロウィンのお菓子プレゼント	第3弾 冬のきらめきスタンプラリー			
アトリウム連携		わくわく！こどもデー ほんと？ホント！フェアIN横浜 消防音楽隊ランチコンサート	なごませマルシェ	横浜ダンスサミット2025 ヨコハマ市民まちコンテスト ヨコハマ匠フェスティバル 献血・ドナー登録会	わくわく！こどもデー 女子ラグビーワールドカップ		市民広間演奏会 よこはまマラソン2025 市庁舎献血・骨盤ドナー登録会 わくわく！こどもハロウィン	市民広間演奏会 いけばな新進作家展 SDG未来都市	市民広間演奏会 横浜花き展覧会 台湾ウィーク	献血・ドナー登録会		WBCパブリックビューイング
エリア連携							プリキュア ステッカープレゼント	ヨルノヨ デジタルスタンプラリー 市民ラウンジで撮った写真を見せるとドリンク無料キャンペーン eスポーツ ステッカープレゼント		STPR ノベルティプレゼント エヴァンゲリオン ステッカープレゼント		
SNS (Instagram)			スクラッチCP告知 開設のお知らせ	スクラッチCP開始 5周年 TSUBAKI食堂 こどもデー告知	陣麻婆豆腐 アレグリア クーポン利用期限	プリキュア 海風季 ラク飲みCP告知	こどもデー リトラネオ 休憩日	キャンマム ヨルノヨ クーポン利用期限	きらめき告知 ヨコハマメモリーズ 市民ラウンジ 年末年始営業	HANAKURA エヴァンゲリオン ドンクエディテ		スターバックス 集中投稿の実施（9店舗）
その他販促 (外部連携等)		かながわ県民共済優待			広報よこはま掲載				馬車道駅デジタルサイネージ			
市庁舎内販促	<市イントラネット発信企画>		TSUBAKI食堂ランチタイムサービス案内		TSUBAKI食堂（〃）	TSUBAKI食堂（〃）		海風季（おせちの案内）	TSUBAKI食堂（クリスマス商品の案内）	忘年会新年会パーティープラン、ギフト特集	TSUBAKI食堂ランチタイムサービス案内 HANAKURA（ワークショップの案内） あったかメニュー特集	歓迎迎パーティープラン、ギフト特集

ラクシス フロント 2025年度業務報告
<販売促進実施内容>

商圈内における認知度の絶対的向上による新規顧客の獲得。ベース売上の底上げに向けた既存顧客の更なる利用促進に向けて、客単価の上昇や夜利用の需要喚起に重点的に取り組んだ。

1. 実施内容（販促キャンペーン）※利用率やテナントへの聞き込み調査等を参考に評価基準○or△or×にて評価

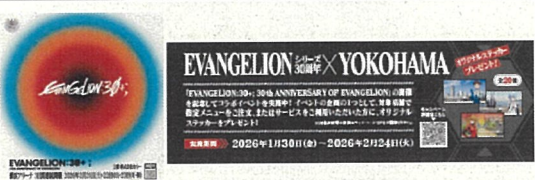
NO	イベント名称	内容	実績/評価	媒体イメージ※詳細原本参照
1	【SPECIAL COUPON】 クーポン付チラシ配布 (アトリウムイベント 他)	【期 間】 2025年4月から2026年3月 【内 容】 200円、500円の共通クーポンを配布 ※テナント優待（13店舗）同時掲載 【その他】 アトリウムで実施される企画の中で、特に外部からの集客が見込まれるイベントにて配布を実施 また周辺ホテル施設のラックに掲出	【配 布】 4－9月 部 10－3月 部 【実 績】 共通SPECIAL COUPON 件 個店SPECIAL COUPON 件 利用率% 【その他】 わくわく！こどもデー他23イベントにて配布。一部ホテルに配布 【評 価】 高利用率に加え、テナントヒアリング好評のため○評価	○ 
2	【開業5周年記念企画】 アニバーサリーキャン ペーン第1弾 スクラッチクーポン プレゼントキャンペーン	【期 間】 2025年7月25日から2025年8月31日 【内 容】 ①千円以上のお買い物でスクラッチクーポンを配布 ②当たりが出たら次回のお買い物でクーポンとして 使用可能 【その他】 広報よこはま中区版・西区版に掲載	【配 布】 第1弾・第2弾合わせて、約 部を配布 内訳 第1弾：約 部 第2弾：約 部 【実 績】 クーポン回収枚 利用率%（当たりクジ枚） 期間中の平均売上は、対当該年度平日比 %に上昇 【評 価】 当初計画よりも配布が進まず、当たりクジが未配布となってい まった。一方でお客様が楽しめる企画であり、テナントから 好評であった。	○ 
3	【開業5周年記念企画】 アニバーサリーキャン ペーン第2弾 ラク飲みラク食べスタ ンプラリー	【期 間】 2025年9月18日から2025年11月30日 【内 容】 17時以降に千円以上のご利用で使用できるスタンプ カードを配布。400円のクーポンとして使用可能 使用可能 【その他】 公式インスタグラムにおいて、対象店舗の商品 紹介を兼ねたリールを作成し投稿	【配 布】 部 【実 績】 クーポン回収枚 利用率% 400円クーポン使用金額（円） 期間中の平均売上は、対当該年度土日比 %に微増 【評 価】 夜のテナント利用増加のための施策。ベース売上の底上げのために 必須の施策ではあるが、夜利用が定着してない現状で利用率が低い 結果に終わったため、仕組みの改善が必要	△ 
4	【開業5周年記念企画】 アニバーサリーキャン ペーン第3弾 冬のきらめきスタンプラ リー	【期 間】 2025年12月4日から2026年1月31日 【内 容】 スタンプ3個集めると200円のクーポンとして使用 できるスタンプラリー 【その他】 みなとみらい線馬車道駅ホームにおけるデジタル 広告による告知強化の実施	【配 布】 企画開始時 部 【実 績】 クーポン回収枚 利用率% 200円クーポン使用金額（円） 【評 価】 高利用率に加え、テナントヒアリング好評のため○評価 期間中の平均売上は、対当該年度土日比 %に微増	○ 

2. 実施内容（各種連携）※利用率やテナントへの聞き込み調査等を参考に評価基準○or△or×にて評価

NO	イベント名称	内容	実績/評価	媒体イメージ※詳細原本参照
1	【ヨルノヨ2025】コラボ イベント	【期 間】 2025年11月14日（金）～2026年2月28日 【内 容】 横浜各地で行われるイルミイベントスポットにて 押印可能なデジタルスタンプラリー 【その他】 テナントの一部店舗が対象スポットとして登録 対象店舗8店舗 アレグリア、リトラーネオ、TSUBAKI食堂、海風季 陳麻婆豆腐、グリルエトナ、かねせい、HAMARU	【実 績】 スポット押印実績 回（8店舗合計） 【評 価】 横浜市の一大イベントに参画し、地域イベントと連携しつつ観光客 の誘因を目指した。費用についても連携イベントのため低予算で 実施することができ、コストパフォーマンスを鑑み○評価とした。	○ 
2	市庁舎3階市民ラウンジ ライトアップ連動企画 市民ラウンジで写真を 撮って、ラクシスフロン トに行こうキャンペーン	【期 間】 2025年12月4日～2025年12月30日 【内 容】 市民ラウンジの写真を提示でドリンクサービス 【その他】 ヨルノヨに合わせて実施した市庁舎3階市民ラウンジ ライトアップ企画にあわせて、ラクシスフロントに 行くきっかけをつくり、回遊性を高める企画とした	【実 績】 期間中のドリンクサービス利用実績： 件 【評 価】 期間中の回収実績は少ないものの、3階市民ラウンジに夜景を目的 で来館された利用者に、ラクシスフロントで食事をしてもらうき っかけ作りとして一定効果が得られたため△評価とした。	△ 

ラクシス フロント 2025年度業務報告

<販売促進実施内容>

3	【プリキュアステッカープレゼントキャンペーン】 対象商品をご購入のお客様にオリジナルステッカーのプレゼント	【期 間】 2025年9月5日から2025年11月3日 【内 容】 対象メニューを設定し、ご注文をいただいたお客様に、プリキュアのステッカーをプレゼント。 【その他】 横浜市、横浜市観光協会による横浜周辺の商業施設回遊性向上企画	【実 績】 ラクシスフロントの12店舗が参画 ステッカー配布枚数：約 枚（該当商品売上実績：約 円） 【評 価】 主催者側の都合により全店参画とはいかなかったが、プリキュアというコンテンツとコラボすることにより、普段ラクシスフロントをご利用されていない新しい顧客層にアピールすることができ、新規の利用者獲得に繋がったため○評価とした。	○	
4	【eスポーツアワード2025ステッカープレゼントキャンペーン】 対象商品をご購入のお客様にオリジナルステッカーのプレゼント	【期 間】 2025年12月26日から2026年1月12日 【内 容】 対象メニューを設定し、ご注文をいただいたお客様に、eスポーツ選手のカードをプレゼント。 【その他】 横浜市、横浜市観光協会による横浜周辺の商業施設回遊性向上企画	【実 績】 ラクシスフロントの14店舗が参画 ステッカー配布枚数：約 枚（該当商品売上実績：約 円） 【評 価】 期間中の回収実績は少ないものの、外部企画連動により一定の認知度向上に繋がるため△評価とした。	△	
5	【エヴァンゲリオン30ステッカープレゼントキャンペーン】 対象商品をご購入のお客様にオリジナルステッカーのプレゼント	【期 間】 2026年1月30日から2026年2月24日 【内 容】 対象メニューを設定し、ご注文をいただいたお客様に、エヴァンゲリオンのステッカーをプレゼント。 【その他】 横浜市、横浜市観光協会による横浜周辺の商業施設回遊性向上企画	【実 績】 ラクシスフロントの17店舗が参画 ステッカー配布枚数：約 枚（該当商品売上実績：約 円） 【評 価】 エヴァンゲリオンというコンテンツ自体の人気もあり、ステッカー目当ての多くのお客様にラクシスフロントをご利用していただくことができ、新規の利用者獲得に繋がったため○評価とした。	○	
6	【STPR Family×Yokohamaコラボキャンペーン】 対象商品をご購入のお客様に、チケット風カードと交換できる引換券を進呈	【期 間】 2026年3月13日から2026年3月25日 【内 容】 対象メニューを設定し、ご注文をいただいたお客様に、チケット風カードと交換できる引換券を進呈 【その他】 横浜市、横浜市観光協会による横浜周辺の商業施設回遊性向上企画	【実 績】 ラクシスフロントの14店舗が参画 引換券配布枚数：約 枚（該当商品売上実績：約 円） 【評 価】 回収実績は少ないものの、STPR Familyというコンテンツ自体の人気もあり、一定の認知度向上に繋がるため△評価とした。	△	
7	【横浜市主催の大規模イベント連携企画】	【期 間】 第1弾 2025年 5月 3日～ 5日 第2弾 2025年 8月 9日～10日 第3弾 2025年10月18日～19日 【内 容】 第1弾：1000円以上利用で小学生以下のおこさまにお菓子プレゼント 第2弾：公式Instagramフォローでナイトライトプレスレットプレゼント 第3弾：公式Instagramフォローでお菓子セットプレゼント	【実 績】 参加店舗に各20個程度景品を納品、配布予定数に達する。 第2弾、第3弾はInstagramのフォローを条件に設定、フォロワー50名程度から285名まで増加となった。 第1弾（5月3日～5日）売上は、対当該年度土日比 ٪に上昇 第2弾（8月9日～10日）売上は、対当該年度土日比 ٪に上昇 第3弾（10月18日～19日）売上は、対当該年度土日比 ٪に上昇 【評 価】 横浜市役所の商業施設として雰囲気醸成と、イベント参加者へのラクシスフロントPRに繋がった。	○	

3. 実施内容（SNS関係）※利用率やテナントへの聞き込み調査等を参考に評価基準○or△or×にて評価

NO	イベント名称	内容	実績/評価	媒体イメージ※詳細原本参照
1	公式Instagram開設	【期 間】 2025年6月16日から開始 【内 容】 イベント情報、お知らせ、店舗紹介などを発信 毎月3回程度の投稿を実施 【その他】 ハッシュタグに馬車道ランチ、横浜観光などを設定し、ハッシュタグで検索したユーザーの目に留まるように工夫した。	【実 績】 1か月あたりの平均5000PV（ページビュー） 閲覧数の多い投稿（3/31現在） アレグリア店舗紹介 回 陳麻婆豆腐紹介 回 リトラーネオ紹介 回 TSUBAKI食堂紹介 回 閲覧者の傾向 都市 横浜市 % 川崎市 % 年齢層 35歳～44歳 %、25歳～34歳 % 性別 女性 %、男性 % 【評 価】 既存の広告媒体ではアプローチできない層に届いており、情報の蓄積ができているため○評価とした。	○ 
2	インフルエンサー告知	【期 間】 第1弾：7月25日 かなこ（フォロワー数：23,000人） 第2弾：9月17日 よこちゅー（フォロワー数：17,000人） 第3弾：12月12日 Sue（フォロワー数：16,000人） 第4弾：2月27日 なつ（フォロワー数：39,000人） 【内 容】 インフルエンサーごとに2～3店舗程度を紹介。 投稿は基本的にInstagramのフィード、リール投稿を中心にユーザーによってはTikTok, LEMON 8などで実施。 投稿にラクシスフロント公式IGもタグ付けすることにより情報の回遊性を高める。	【実 績】 第1弾 リーチ数 人 再生数20.6万再生 対当該年度平日比 % 第2弾 リーチ数 人 再生数 8.1万再生 対当該年度平日比 % 第3弾 リーチ数 人 再生数0.36万再生 対当該年度平日比 % 第4弾 リーチ数 人 再生数14.6万再生 対当該年度平日比 % 【評 価】 インフルエンサーによってリーチ（届いたユーザー数）に差があるものの、様々なタイプのインスタグラマーを試したことにより、ラクシスフロントに合うインスタグラマーの傾向が見えてきた。 ※「女性むけ」「グルメ」「おしゃれランチ」など また、「かなこ」「なつ」に関しては投稿から現在まで、再生数が10万に達しており、高い広告効果があったと考え○評価とした。	○ 

横浜市庁舎商業施設

YOKOHAMA PREMIUM PUBLIC

横浜市民が共有する付加価値の高いパブリックスペース

LUXS FRONT

Ⅱ. 2026年度 ラクシス フロント事業計画

1

1. 2026年度基本方針

2025年度は開業5周年のアニバーサリーイヤーとして、1年を通しお客様への感謝還元を目的とした施策を実施し、既存ユーザー向けの取り組みを精力的に実施した。2026年度は開業時からメインとしていた新規ユーザー獲得に向けた認知向上施策に加えて、既存利用者のリピート利用強化を目的とした、ファンづくりやターゲットを絞ったPR活動を、ターゲットを整理したうえで実施していく。具体的には、以下に示す「6期連続対前年売上比増の達成」「施設環境課題への取組強化」「SNSを中心とした販売促進の強化による、外部の新規顧客の獲得」といった3つの施策を重点的に取り組む。

2. 2026年度 目標計数

(単位:千円・税込)

業種	賃料収入				【参考】売上高			
	2026年度予算	2025年度実績	差	比	2026年度予算	2025年度実績	差	比
飲食								
物販								
コンビニ								
サービス								
ATMコーナー（自販機等）								
合計	181,400	177,227	4,173	102.4%				

3. 具体的な取り組み

（1）6期連続対前年売上比増の達成	
達成に向けての課題	課題解決に向けた方針
・前年度未達成の不振店舗が存在	・定期的な打ち合わせ実施による個店販促の強化
具体的施策	安定した売上確保が実現できている店舗もあるなか数店舗の不振店舗が存在。月次において対2025年度減が継続している店舗に対して打ち合わせを実施し、個店販促の強化を促し利用機会の拡大を図る。
目標	年間を通して対2025年度売上高減店舗数の減少（2025年度対前年（2024年度）減店舗7件 ※既存16店舗中）
・アトリウムやフードホールなど館内周遊施策の更なる向上	・イベント開催時における施設施策連動
具体的施策	アトリウムイベントへのご来場者にむけて、クーポンによるお買い得情報の発信。新たに夜限定のお得情報を組み入れる。フードホールにおけるイベントを実施することにより、来館者に目新しさを提供し周遊を促す。
目標	連動企画実施に伴い、実施時における対2025年度売上の増
・外部顧客の取り込みに向けた認知度向上・利用促進施策の不足	・来庁者や観光客、周遊者に向けた認知向上施策の実施
具体的施策	市庁舎周辺の周遊者に対する、商業施設としての認知度向上を目指し、近隣駅（馬車道駅・桜木町駅）における駅媒体広告の実施や、スペシャルクーポンの駅構内、近隣ホテルへの設置を実施する。またクーポン作成時において色分けを行い、市庁舎内で受け取った方と外部からの利用者の実績が区別できるようにする。
目標	市庁舎内での配布と外部からの利用が区別できるよう販促物の見直しを行い、外部顧客の利用率30%を目指す
・ディナータイムの売上向上施策の更なる向上	・夜限定スタンプラリー施策を見直し、再度の実施
具体的施策	昨年に17時以降の来店促進対策として夜限定のスタンプラリーを実施したが、利用実績が伸び悩んだことから、本年は「日中のスタンプ押印」「夜のクーポン利用」として実施し、ランチ利用客の再来店頻度向上を図る。
目標	ディナータイム（17時からラスト）における対2025年度売上10%増 ※2階飲食店舗および1階FH飲食店舗

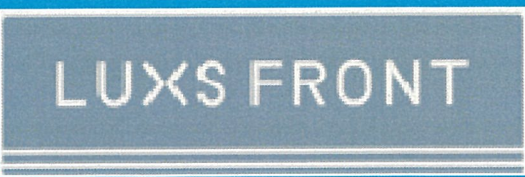
（2）施設環境課題への取組強化	
達成に向けての課題	課題解決に向けた方針
・店舗従事者の理解不足による施設利用の不備が見られる	店長会議の見直しなど連絡体制と教育体制の強化
具体的施策	この2年間における店舗の入れ替えにより、4店舗の新規従業員が勤務しており、既存店においても店舗責任者が代わっていることから、店長会にて館内規則の再通達を行い管理体制の強化を図る。
目標	店長会の実施項目の見直しを行い、テーマに沿った勉強会を年間2回実施する。
・脱炭素に関する取組実施未完了の店舗がある	・市の指針に基づいた脱炭素削減取組の実施
具体的施策	横浜市の重点取組の一つである脱炭素化に向けての取組として、入居店舗（企業）に対し引き続き重要性を理解してもらい、プラスチック製のカトラリーやテイクアウト容器の削減に取り組む。
目標	プラスチック製の容器やカトラリーの削減の実施（入居テナント実施率100%） ※現状約57.1%の達成率
・害獣・害虫を寄せ付けない衛生環境の維持	・建物管理や害獣害虫駆除業者との連動による対応強化
具体的施策	年数経過とともに不具合箇所等増加傾向となるため、昨年度に実施した厨房管理の抜き打ちチェックを継続し、「害獣・害虫を寄せ付けない」環境維持が必要となる。
目標	全店舗において一定レベルまでの対策意識引き上げ。抜き打ちチェックの指摘項目なしを目指す。

（３）SNSを中心とした販売促進の強化による、外部の新規顧客の獲得		
達成に向けての課題		課題解決に向けた方針
・販促のメインターゲットが館内就労者および来庁者となっている		・施策ターゲットを館内から館外向けへ軸足をずらす
具体的施策	昨年度の施策を検討のうえ改善し、特にSNSを強化することにより利用顧客層の深度化を図る。 GREEN×EXPO2027などの外部コンテンツと絡めた取組を実施し、新規顧客層を取り込んでいく。	
【主力企画】		
NO	企画	主な戦略ターゲット
1	【見直し/継続】アトリウムイベントへのご来場者向けクーポン付チラシ配布	③⑥
2	【強化/継続】近隣ホテルへクーポンの設置	④⑤
3	【見直し/継続】ラク飲みラク食ベスタンプラリー（仮称）	②③④⑥
4	【見直し/継続】わくわく！こどもイベント（GW・夏まつり・ハロウィン）	⑤⑥
5	【見直し/継続】夏のきらめきスタンプラリー（仮称）	③④⑤⑥
6	【強化/新規】クリスマス・年末年始	③④⑤⑥
7	【見直し/継続】ヨルノヨコライベント	①④⑤⑥
8	【強化/継続】Instagram運用（コンテンツの配信）	②③⑤⑥⑦
9	【継続】インフルエンサー企画	②③⑤⑥⑦
10	【強化/継続】駅媒体広告の強化	②③⑤⑦
11	【強化/継続】HP特集記事ページ開設（既存HP内）	②③④⑤⑦
12	【継続】外部コンテンツとの連携強化	①③④⑤⑥
<主な戦略ターゲット>		
①来庁者 ②周辺企業通勤客 ③就労者含む来庁者 ④近隣ホテル宿泊者 ⑤観光客・周遊者 ⑥近隣居住者 ⑦閲覧者		

横浜市庁舎商業施設

YOKOHAMA PREMIUM PUBLIC

横浜市民が共有する付加価値の高いパブリックスペース



1. 店舗売上・賃料計画 (単位：千円・税込)

店名	分類	面積	売上高					月坪効率		賃料収入																				
		(坪)	2026年度予算	2025年度実績	比	開業時予算	比	2026年度予算	2025年度実績	固定	比例	2026年度予算	2025年度実績	比	開業時予算	比														
スターバックスコーヒー	飲食	58.76																												
ラクシスフードホール	飲食	201.57																												
(横浜市場食堂)※催事含む	飲食	33.74																												
(caféローズ)	飲食	17.98																												
(フレッシュネスバーガー)	飲食	25.27																												
(横浜中華そば 維新商店)	飲食	13.27																												
(おにぎりカフェ うめ乃)	飲食	14.79																												
(ドンク エディテ)	飲食	7.87																												
薬マツモトキヨシ	物販	36.78																												
セブン-イレブン	コンビニ	27.11																												
QBハウス	サービス	24.07																												
アレグリア	飲食	64.37																												
リトラーネオ	飲食	59.67																												
TSUBAKI食堂	飲食	34.86																												
麻婆豆腐発祥の店 陳麻婆豆腐	飲食	38.38																												
海風季	飲食	31.09																												
HAMARU	物販	74.87																												
HANAKURA	物販	19.57																												
キャシーマム横浜	物販	33.99																												
ヨコハマメモリーズ	物販	46.25																												
(11階)セブン-イレブン	コンビニ	49.17																												
合計		800.59																												
自動販売機	ATMコーナー	1.63																												
ろうきんATM	ATMコーナー	0.78																												
証明写真機	ATMコーナー	0.78																												
充レンスタンド	ATMコーナー	0.78																												
総合計		804.57																												
総合計																	172,382	8,839	181,400	177,227	102.4%	189,284	95.8%							
																	倉庫使用料		496	524	94.8%	660	75.2%							
																	更衣室使用料		726	865	84.0%	660	110.0%							
																	その他		0	0	-	0	-							
										総収入		182,623	178,615	102.2%	190,604	95.8%														

【データ-1】 業種別2025年度比較 (単位：千円・税込)

業種	売上高			賃料収入			記事
	2026年度予算	2025年度実績	比	2026年度予算	2025年度実績	比	
飲食							12店舗
物販							5 店舗
コンビニ							2 店舗
サービス							1 店舗
ATMコーナー							
計				181,400	175,507	103.4%	

【データ-2】 テナント入替等影響 (単位：千円・税込)

区画	面積	影響要因	2026年度影響	
	(坪)		売上	賃料
FH-1	35.51	もとまちユニオンの閉店および京急百貨店への地位承継		
合 計				

【データ-3】 その他の与件

【2025年度】
・ (FH-3 区画)
2024年11月下旬～2025年7月下旬 ビストロ る・ぱん マンジェ (カフェ)
2025年3月下旬オープン Café ローズ (カフェ)
・ (FH-7 区画)
2025年4月～5月末 Le mitron (パン)
2025年6月上旬～10月末 Gold heart (食品物販催事)
2025年12月上旬オープン ドンク エディテ (パン)
・ (2F-9 区画)
2025年4月～9月下旬 スタック (雑貨催事)
2025年10月6日～11日 九州物産展 (食品物販催事)
2025年11月下旬オープン HANAKURA (花屋)
【2026年度】 (予定)
・ 法定設備点検による休館日数 (1日)
・ 年末年始営業日については今後協議の上決定
・ (FH-1)
2026年4月上旬 もとまちユニオンの跡地を共用スペースおよび催事運営区画として運用開始

【参考-2】 2026年度 販売促進計画

3

1. 2026年度販売促進の方針

- ・前年に引き続き、年間を通じてアトリウムイベントへのご来場者へ向けたクーポンの配布により、店舗利用を促進することによって新規顧客の獲得を実施。本年度は17時以降に使用できるクーポンを追加。
- ・開業から5年が経過し、一定の施設認知度の向上が図れたことから、本年度は更なる新規顧客の獲得強化施策として、Instagram等のSNSを利用した「目的」意識の高い顧客層を呼び込んでいく。
- ・日頃からラクシスフロントをご利用されているリピーターに対しては、購買点数の増加や夜の利用頻度を増加してもらい、既存顧客の更なる深度化を図る。
- ・前年度実施した「ラク飲みラク食ベストンプラリー」のスタンプ押印時間を変更し、日中に集めたスタンプの特典を夕方以降にご利用いただくことで、飲食店における夕方以降の売上増加につなげる。
- ・横浜市関連イベントとの積極連携や、近隣駅（馬車道駅・桜木町駅）における媒体の活用による効率的な広告掲載等によって、近隣居住者や観光客等の誘客を促進し施設内に賑やかさを演出していく。

2. 2026年度 販売促進スケジュール（案）※下期以降については現在検討中

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	備考
戦略ターゲット	販促企画 アトリウムイベント参加者向けクーポン(上期) アトリウムイベント参加者向けクーポン(下期) 通期展開 ラク飲みラク食ベストンプラリー(仮称) わくわくこどもデー関連企画												
	横浜市連携 劇場版名探偵コナン マストバイキャンペーン ＜アトリウムイベント参加者向けクーポンチラシ配布＞主要イベントを中心にクーポン配布＞ 通期展開 プライド月間キャンペーン 横浜市庁舎オフィス割(仮称)												
	エリア連携 広域発信 Instagramアカウント運用 インフルエンサー企画 駅媒体へクーポン設置(馬車道駅) 近隣ホテルへクーポンチラシ設置 通期展開												
市庁舎就労者	市庁舎内販促 春のビール＆ワイン祭り FHイートインコーナーにおける催事イベントの実施 適宜実施 多目的スペースでの営業活動の実施 適宜実施 ＜市イントラネット発信企画＞ 夏の涼味グルメ特集												
	その他 館内サインによる情報発信 HP特集記事ページによる情報発信												

I. ラクシス フロント事業計画 5 年度振返り（2020年6月～2025年3月）

1

1. 営業概況

コロナ禍での開業と逆境からのスタートになり、開業から2年程度は売上獲得、賃料創出に苦慮する結果となった。緊急事態宣言等行動制限のかかる期間が生じ早期撤退、またそれらの蓄積された打撃をコロナ禍以降でも改善することができず撤退するテナントを出す結果となっている。2022年、2023年以降において行動制限が緩やかに解消されることに併せアトリウムイベントも増加し、それに伴いラクシスフロントもイベント参画や販促物の配架など当施設の認知度向上を高めるとともに各店の売上も増加傾向にある。

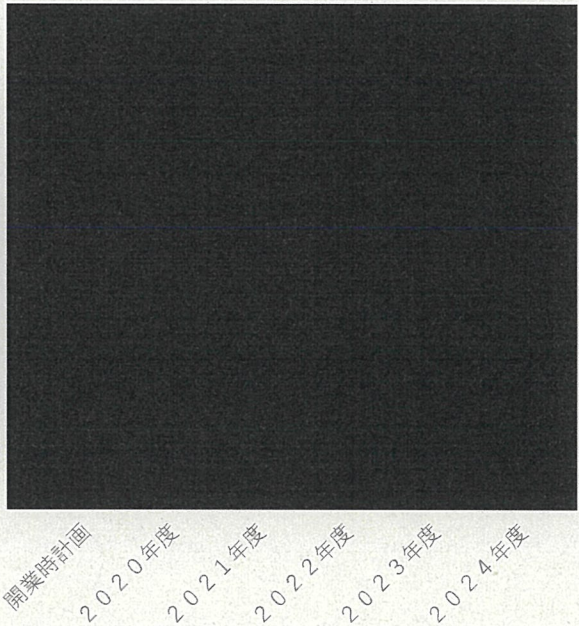
テナント入替による空室期間も発生しているが、開業当初から毎年売上高・賃料を伸ばしてはいる。しかし開業時に想定していた数値に対しては未達であることから今後の5年の流れにおいてGREEN×EXPO2027や北仲地区開発に合わせ、より商業施設としての向上策を図っていく。

業種	売上高(単位:千円・税別)								
	開業前年度計画	2020	2021	2022	2023	2024	売上高(累計)	直近年度 開業前計画差	計画比(累計)
飲食									
物販									
サービス									
コンビニ									
ATMコーナー									
合計									
業種	客数(単位:千人)								
	開業前年度計画	2020	2021	2022	2023	2024	客数(累計)	直近年度 開業前計画差	計画比(累計)
飲食									
物販									
サービス									
コンビニ									
ATMコーナー									
合計									
業種	賃料収入(単位:千円・税込)								
	開業前年度計画	2020	2021	2022	2023	2024	賃料(累計)	直近年度 開業前計画差	計画比(累計)
飲食									
物販									
サービス									
コンビニ									
ATMコーナー									
合計	192,045	73,035	101,920	163,835	174,930	174,541	688,262	-17,504	91%

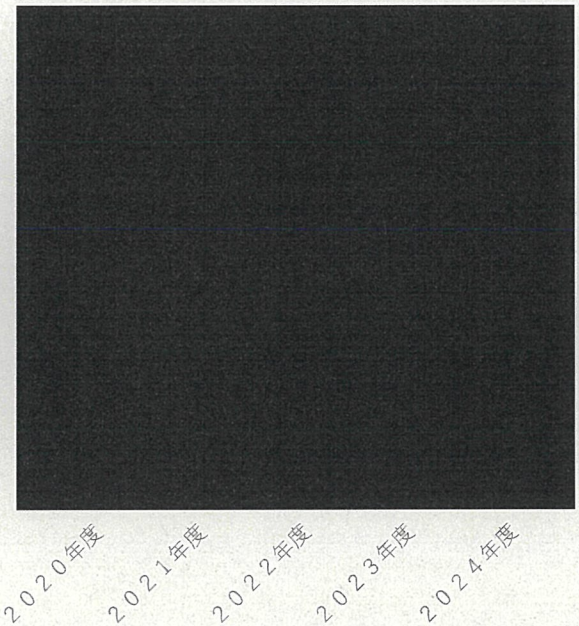
※ロッカー・更衣室除く。※千円単位以下四捨五入のため端数ズレが生じる

※コロナ禍によりグランドオープンが2020年6月から8月に延期、以降2022年まで売上に大きく影響が出ており、2020年5月から2022年6月において賃料減免対応により賃料への影響も出ている。

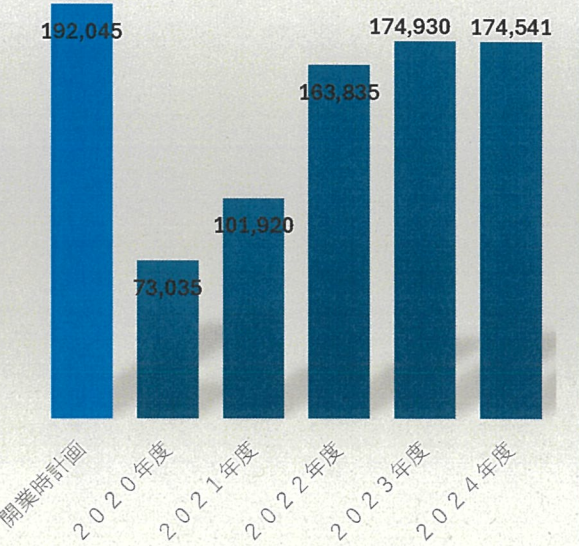
売上推移(単位:千円)



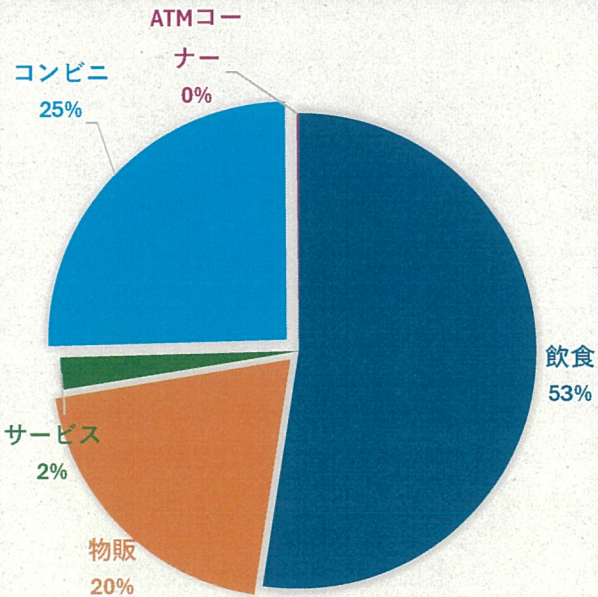
客数推移(単位:千人)



賃料推移(単位:千円)



業種シェア別売上(累計値)



(1) 店舗支援活動			(2) 市の施策に連動した取組		
取組実績			項目	取組実績	
TSUBAKI食堂	・京急百貨店とのコラボ食育講座（2023年度） ・定期情報交換（2024年度～）	・京急百貨店が推進する交流の場づくりの活動の一つの企画として、TSUBAKI食堂とコラボし横浜野菜地産地消について講演会を実施。 ・情報交換を密に実施しプロモーション（イントラ配信）を補助	マイボトルカフェ	ペットボトルやプラスチック製・紙製カップ等の使い捨てとなるプラスチック等のごみを削減するため、 <u>マイボトル等を持参した市民等に対し飲み物を販売し、「横浜マイボトルスポット」として登録。</u> ■実施店舗：スターバックス、フレッシュネスバーガー、うめ乃、HAMARU（2025年12月現在 100%）	
各店イントラ（市職員向け）情報発信	・シーズン連動ギフト情報（2023年度～） ・忘年会/新年会プラン特集（2023年度～）	お土産や送別品等のシーズンに応じたギフト感をアピールした商品提案による需要喚起や夜の利用促進のため、宴会プランのプロモーション活動を実施。	廃食用油回収スポット	家庭や事業所で使用された食用油（廃食用油）から製造できる航空燃料（SAF）への取組として、 <u>ラクシスフードホールにて廃油回収ボックスを設置。</u> （2024年度～）	
スターバックス	・リユーズブルカップの販売とコーヒー試飲会の実施（2024年度～）	自店舗誘因へのプロモーション活動および売上向上策として、2階多目的スペースを活用し、繰返し使用できるリユーズブルカップの販売とコーヒー試飲を実施し、新規顧客を増加させた。	脱プラスチック	24年度は現状のプラスチック製品の使用状況（レジ袋・カトラリー類・容器類）を把握するために全店対象にアンケートを実施。プラ類の有料化や他素材への切替などを推進していく。 <u>レジ袋の廃止もしくは有料化の実施（全店）、一部店舗において弁当容器およびカトラリーの素材変更</u>	
うめ乃	・早朝特別販売会の実施（2024年度～）	2階多目的スペースを活用し、おにぎりという特徴を活かすために早朝の通勤者をターゲットに出張販売実施。売上のみならずプロモーションの場として活用し常連客（ファン客）を増加させた。	脱炭素取組宣言	横浜市の重点取組の一つである脱炭素化に向け、入居店舗（企業）や施設従事者に対し重要性を理解してもらい脱炭素宣言アンケート回答を促進した。以降は <u>ラクシスフロント入居店舗脱炭素宣言率100%を目標とする。</u> （2025年12月現在 100%）	

(3) 横浜市連携・アトリウムイベント連携	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
2020年度 (連携数：2 件)	横浜北仲フェス 高層部テイクアウト特別販売会											
ポイント	コロナ禍を背景に週末の動員の核となるアトリウムイベントの縮小・中止の状況から近隣イベント北仲フェスとの連動企画や市職員向けに高層部での販売会など限定的であった。											
2021年度 (連携数：7 件)	ローズフェア 横濱モダンヒストリーウォークラリー 横浜北仲フェス ヨルノヨキャンペーン 横浜市レシ活チャレンジ 横浜市ワクチン接種プラスワンキャンペーン 高層部テイクアウト特別販売会											
ポイント	ローズフェアやヨコハマモダンヒストリーウォークラリー開催時に参加者限定ノベルティを作成しアトリウムイベントと各店舗との回遊性、館外からの来客促進のアプローチを展開し、市との連携の道筋を構築している。											
2022年度 (連携数：13件)	新ブラ法告知キャンペーン ローズフェア 横濱開港記念バザー アンブレラスカイ 横濱JAZZ PROMENADE 横浜市公共建築100周年記念事業 バルーンアートワークショップ YOKOHAMA パラスポーツ大会 ヨルノヨキャンペーン レシ活チャレンジ 横浜北仲フェス 横浜マラソン YOKOHAMA パラスポーツ大会 ヨルノヨキャンペーン キャシー中島キルト展											
ポイント	新型コロナウイルスによる行動抑制ムードも緩和される流れの中で、5月～6月の横浜開港記念バザーやアンブレラスカイ開催時には来場者限定クーポンを配布。特に6月は客数増加傾向がみられ連携効果が出た。											
2023年度 (連携数：40件)	わくわく！こどもデー 市民広間演奏会 ローズフェア ポーンランド 米沢市観光物産展 夕張観光物産展 献血・骨髄ドナー登録会 わくわく！こども夏まつり こどもアドベンチャーカレッジ Yokohama Save The Water いけばな作家展 神奈川県高校生コマ大戦 補助犬普及啓発 ラグビーWC/パブリックビューイング 市民広間演奏会 横濱コークンスクエア 横濱JAZZ PROMENADE 献血・骨髄ドナー登録会 SDGs未来都市・環境絵日記展 横濱商業高校技術発表会 よこはま建築ひろば ヨコハマスノーフェスティバル チャレンジドWeekフェス ヨルノヨキャンペーン 子ども安全フェスタ 探究心を育む遊び研究会 神奈川建築WEEK 中区消防出初式 横浜スポーツパートナーズ春まつり 全日本製造業コマ大戦 クラシックヨコハマ コミュニティコンサート Weavee マルシェ 海と産業革新コンベンション 横浜トリエンナーレ											
ポイント	アトリウムイベント本格始動に連動してラクシスクーポンや周年記念イベントのノベルティ等強化。特に子供向けイベント開催時の5月、8月、10月はラクシス店との回遊性が非常に高まった。											
2024年度 (連携数：37件)	ワンダリングチャレンジ はまっこ電気PIUS感謝状贈呈式 献血・ドナー登録会 未来に向けたアートプログラム みなとみらい21ダンスフェスティバル 市民広間演奏会 創造都市施策20周年記念シンポジウム わくわく！こどもデー SEVENTEEN 'FOLLOW' THE CITY キャンペーン なごませマルシェ CakeShow KANAGAWA プライド月間 消防音楽隊ランチコンサート ミナトノアート+ パウパトロール はまっこ水道まつり2024 ヨコハマ市民まち普請事業 1次コンテスト e-Sports大会 東京湾大感謝祭 消防音楽隊ランチコンサート 消防音楽隊ランチコンサート わくわく！こども夏まつり 神奈川県高校生コマ大戦 eスポーツフェスタ 横濱コークン・スクウェア 横濱JAZZ PROMENADE かながわ花フェスタ わくわくこどもデーin 横浜北仲フェス よこはま建築ひろばこどもワークショップ フラメンコライブ 市民広間演奏会 ヨルノヨキャンペーン いけばな新進作家展 消防音楽隊 ランチコンサート よこはまこども読書パーク YOKOHAMAスポーツスプリングフェスタ											
ポイント	前年同様に子供向けイベントと連携し5月、8月、10月とイベント来場者の来店が増加。また5月SEVENTEENイベントでは一部飲食店（海風季・陳麻婆豆腐店・TSUBAKI）をスタンプラリーの対象店舗とし、物販店（対象店舗：ヨコハマメモリーズ）で限定グッズを販売しそれぞれ売上増加がみられた。											

3

2020年度	開業時には最寄駅交通媒体や雑誌媒体などを用いて市役所およびその周辺に <u>来訪される方へ施設認知度向上</u> を図り、開業後も旅行雑誌などを用い幅広く広告を展開。	【認知度向上】 交通広告・雑誌媒体 【認知度向上・ターゲット選定】 クーポン・スタンプラリー 【利用頻度向上・ターゲット選定】 クーポン・スタンプラリー・SNS個店PR
2021年度	広範囲に認知度向上を目的とする広告関連は継続しつつ、併せて市就業者や近隣就業者の利用促進を狙い、 <u>クーポン付チラシやスタンプラリーを展開</u> 。また1周年のタイミングや市イベントに併せてノベルティを展開し、他の施設との差別化を図った。	
2022年度	市庁舎への来館数が増えるアトリウムイベントや北仲フェスやヨルノヨなどの近隣イベントとの販促を強化し、当該イベント参加者がラクシスへの立寄のような相乗効果を高めた。	
2023年度	アトリウムイベントとの相乗効果や、前年度までの「今月のおすすめ」情報を宴会・ギフト関連等シーズンごとのテーマにシフトチェンジし具体的な需要特性を狙った販促を実施。5月、8月、10月、12月、3月の売上は12か月間の月平均の売上を上回った。 (※子供向けイベントではノベルティ等販促ではなく、テナントの露店出店を行った)	
2024年度	前年効果の見られたクーポンを近隣ホテルへも配架を拡大し施設外からの集客を得た。また、近隣企業、市就業者向けにお店のキャンペーンを期間中継続利用できる専用カードを発行し、ラクシスフロントを活用しやすくなるような販促を実施した。年度後半にはSNSインフルエンサーによるお店ごとの紹介を実施し、お店と消費者をダイレクトに繋ぐ広告展開を行った。	

販促企画具体例	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
2020年度 (16件)	オープン前テイクアウト特別販売会 JR桜木町駅 ポスター告知 近隣企業・住宅チラシポスティング 市営地下鉄桜木町駅 ポスター告知 みなとみらい線馬車道駅ポスター告知/ ホームドアビジョン ノベルティ(エコバッグ/除菌シート) るるぶ横浜鎌倉中華街'21 京急線 中吊りポスター 近隣企業・住宅ポスティング 横浜駅 ポスター告知/デジタルサイネージ 横濱ガイドMAP「旅うらら」											
2021年度 (23件)	クーポン付チラシ 近隣企業・住宅チラシポスティング テイクアウト特別販売会 84.7Navi(ハチヨンナビ)2021年春号 るるぶ横浜鎌倉中華街'21 横濱ガイドMAP「旅うらら」			1周年ノベルティ 1周年スタンプラリー 1周年記念メニュー(飲食店舗) 1周年記念バック(物販店舗) 近隣企業・住宅チラシポスティング	広報よこはま 横浜市スマートニュース		北仲フェスノベルティ 横濱モダンヒストリーウォークラリー Tvk「はまなび」 今月のおすすめ情報	今月のおすすめ情報	今月のおすすめ情報	今月のおすすめ情報	今月のおすすめ情報	今月のおすすめ情報
2022年度 (20件)	テイクアウト特別販売会 デジタルクーポン 今月のおすすめ情報	クーポン付チラシ (近隣企業・アトリウムイベント) ローズフェアノベルティ 今月のおすすめ情報	アプリキャンペーン 今月のおすすめ情報	8/5周年限定プレゼント 広報よこはま ハッピーアワーキャンペーン 今月のおすすめ情報		北仲フェスノベルティ 今月のおすすめ情報	ヨルノヨプレスレット 北仲フェスノベルティ 横浜市公共建築 100周年記念事業ノベルティ 今月のおすすめ情報	クリスマススタンプラリーキャンペーン かながわ県民共済 今月のおすすめ情報		デジタルクーポン		
2023年度 (11件)		クーポン付チラシ (近隣企業・アトリウムイベント) デジタルクーポン ローズフェアノベルティ		3周年キャンペーン クーポン・ノベルティ				クリスマススタンプラリーキャンペーン ヨコハマエアキャンビ 宴会プラン、お年賀ギフト特集		ヨコハマトリエンナーレチケット割 近隣ホテル向けレストランガイド デジタルクーポン 送別ギフト特集		
2024年度 (20件)	ヨコハマトリエンナーレチケット割 近隣ホテル向けレストランガイド かながわ県民共済優待 歓送迎パーティープラン、ギフト特集	クーポン付チラシ (近隣企業・アトリウムイベント) ヨコハマエアキャンビ チケット割	優待サービスカード配布/優待特 設WEBページ設置 広報よこはま掲載 夏のおすすめグルメ特集	4周年サンクスキャンペーンクー ポン、ノベルティ企画 SNSインフルエンサー配信 広報よこはま掲載 食欲の秋グルメ特集		北仲フェスノベルティ SNSインフルエンサー配信 広報よこはま掲載	クリスマススタンプラリー SNSインフルエンサー配信 年末年始パーティープラン、ギフト特集		SNSインフルエンサー配信 歓送迎パーティープラン、ギフト特集			

Ⅲ. テナントリーシング実績

4

テナントリーシング				退去テナント		入替テナント			
区画	店舗名	業種	営業終了日	退去理由		店舗名	業種	営業開始日	現状の補足
FH-3	シュマッツ・ピア・スタンド	飲食	2024/11/7			ピストロ る・ばん マンジェ	飲食	2024/11/29	2025/7/31 退店 2026/3 Caféローズ開業予定
2F-1	Universal Dining ONE	飲食	2024/4/16			アレグリア	飲食	2024/12/1	ラクシスフロント内ではトップの売上を構築
2F-9	SUI	物販	2020/12/31			催事運用	物販	2025/11/27	・ HANAKURA（フラワーショップ）が開業
2F-10	お菓子の太子堂	物販	2022/6/19			キャシーママ	物販	2022/12/5	催事運用から本契約し、現在も営業継続中
空室時の催事活用									
区画	店舗名	業種	催事期間	賃料累計実績 (千円・税込)		催事概要			
2F-9	お菓子の太子堂	物販	2021年5月～2022年6月			2F-10入居中の太子堂を隣接区画へ拡張し販売実施。			
2F-9	社食デリ	物販	2022年9月～2024年11月			お弁当販売により市職員近隣就業者のランチニーズへ対応。比較的低価格かつ多種類のお弁当を提供。			
2F-9	物産展	物販	2023年12月・2024年5月			期間限定で人気地域の物産展（北陸・九州エリア）を導入しにぎわいを創出。			
2F-9	スタック	物販	2024年11月～2025年9月			雑貨・小物装飾品の販売を中心に、実際にバッグや装飾品を作成するワークショップなども売場で行いお店ににぎわいを作った。			
2F-10	avanti（スタック）	物販	2022年9月～2022年11月			ハンドバッグや財布などラクシスとしてはこれまでになかったアパレル商品を展開。			
2F-10	キャシーママ	物販	2022年12月～2023年3月			キャシー中島のハワイキルト教室と話題性のあるスクール店舗。生徒という一定の数だが定期的な来店が見込めるタイプのお店であり本契約を目標に催事出店からスタート。生徒獲得、販売実績が見込めたため2023/3/1から本契約開始。			

Ⅳ. ラクシスフロントの課題と今後の展望

課題		今後の対策・対応
売上課題	・コロナ禍での開業以降、行動制限などが改善されることに伴い安定した売上確保ができていた飲食店がある一方で、 <u>直近での売上が前年度マイナスの飲食店舗が存在する。</u> ・近隣および市就業者のランチにおいては売上確保ができていたが、 <u>忘年会や歓送迎会以外での夜の宴会客の誘引が少なく、売上改善に至っていない。</u> ・ランチ時間もピークタイムに集中し入店不可の機会ロスが生じている。	【テナント個別支援の強化】 ・ランチタイムの売上増加策：平日12時～13時のピークタイムをずらす割引サービスを付与し、ピークタイム外の売上を伸ばす策を講じる。 ・夜利用客の増加策：近隣企業、近隣地域へキャンペーン告知の拡充を図る。 <u>近隣イベントなどラクシス店が参画できうる範囲の方法を模索・連携し、イベントから自店への夜来店を増加させる（北仲地区開発事業：A1・A2地区、B-1地区の開業で周辺人口就業人口増加予見）</u> ・館内テナント間連携の拡充：競合しない店舗間で互いのお店をPRまたは相互利用できる販促展開を検討。 (例) 常連客が多いQBハウスと飲食店とで連携し、ヘアカットでラクシスへ来たタイミングを活かし他店への誘引を図る。
賃料課題	・開業計画に対して、5年間で実績値と差を縮めつつあるも達成には至っていない。特に <u>歩合賃料を見込んでいる店舗において、その設定額を超える売上を達成する店舗が少ない状況となっている。</u>	【売上歩合賃料の増額】 ・売上策向上、販促対策と連動し夜の売上増から歩合達成月の数および金額を高めていく。 【テナント入替】 ・契約終了・残存期間の状況に応じて検討。
販促課題	・アトリウムイベントとラクシスフロントを連携させるプロモーション施策は功を奏し、ラクシスフロント店への一定数回遊がみられたが、 <u>アトリウムイベント参加者の夜の来店につながる施策などはまだまだ不十分。</u> ・市イントラネット活用などによりシーズンごとの夜需要は作れているが、それ以外の期間での <u>夜来店の販促が不十分となっている。</u>	【実施販促の選定と強化】 ・イベント連動や利用効果の高い販促を伸ばしながら、課題である夜の来店を伸ばす仕様など新規展開していく。 ・SNSを活用し、 <u>店舗のターゲットになる客層へダイレクトに夜の活用PRを行い認知度向上と利用促進を図る。</u> ・イントラネットを中心に展開している <u>シーズン情報をSNSでも同時に展開し告知範囲を拡大する。</u> ・GREEN×EXPO2027と連動した販促を展開し、ラクシスフロントとしても一体感をもたせ売上向上を目指す。 (例：花や植物をイメージした店舗ごとのオリジナルメニュー/入場チケットが当たる抽選会など※検討段階のため具体的なキャンペーンは未定)
施設環境課題	・市と連携のもと脱炭素宣言や脱プラスチックへの流れをラクシス内でも構築されているが、 <u>全店の取組には至っていない。</u> ・5年を経過し厨房の設備環境や衛生環境も店舗ごとに差ができてきている。	【脱炭素取組宣言/マイボトルスポット達成率100％と維持】 <u>脱炭素取組宣言の実施（入居テナント宣言率100％）と取組項目の実施の継続。新規テナント入居時に事前に案内し常に100％を維持する。</u> マイボトルスポットはテイクアウト対応店舗を対象に100％実施を維持する。 【害獣対策・食中毒対策の館内ルールの再徹底】 ・飲食店を対象に厨房衛生状況に対しての検査とセミナーを定期的に実施し、 <u>管理者の意識を常に高いレベルで保つ。</u> ・閉店時の厨房状態をチェックし常に清潔な状態を保ち害獣・害虫の発生を抑制する運用を構築する。
リーシング課題	・一時使用催事テナントの不安定な稼働状況 ・短期間で中途解約のテナント発生	【催事区画への固定テナントの入居】 【契約残存期間との調整をはかりながらテナント入替策検討】

【参考】テナント別売上・客数・賃料実績（5か年）

1. 売上・客数・賃料収入実績

※千円単位以下四捨五入のため端数ズレが生じます。

区画	店舗名	分類	売上高（単位：千円 税別）					開業前年度計画比	客数（単位：千人）					賃料収入（単位：千円 税込）																						
			開業前年度計画	2020	2021	2022	2023		2024	2020	2021	2022	2023	2024	開業前年度計画			2020			2021			2022			2023			2024			開業前年度計画比			
													固定	歩合	合計	固定	歩合	合計	固定	歩合	合計	固定	歩合	合計	固定	歩合	合計	固定	歩合	合計	合計					
1F-1	スターバックス コーヒー	飲食																																		
FH	もとまちユニオンフードホール	飲食																																		
FH-1	（もとまちユニオン）	飲食																																		
FH-2	（横浜市場食堂）	飲食																																		
FH-3	（シュマツツ・ピア・スタンド）	飲食																																		
FH-3	（ピストロ ー・ばん マンジェ）	飲食																																		
FH-4	（フレッシュネスバーガー）	飲食																																		
FH-5	（横浜中華そば 維新商店）	飲食																																		
FH-6	（おにぎりカフェ うめ乃）	飲食																																		
FH-7	（Le mitron）	飲食																																		
1F-6	薬マツモトキヨシ	物販																																		
1F-7	セブン-イレブン	コンビニ																																		
1F-8	QBハウス	サービス																																		
2F-1	Universal Dining ONE	飲食																																		
2F- 1	アレグリア	飲食																																		
2F-2	リトラーネオ	飲食																																		
2F-3	TSUBAKI食堂	飲食																																		
2F-4	新豊豆蔵発祥の店 豊原豆蔵	飲食																																		
2F-5	海風季	飲食																																		
2F-6.7	HAMARU	物販																																		
2F-9	SUI	物販																																		
2F-9	太子堂	物販																																		
2F-9	社食デリ	物販																																		
2F-9	物産展	物販																																		
2F-9	スタック	物販																																		
2F-10	avanti	物販																																		
2F-10	太子堂	物販																																		
2F-10	キャシーマム	物販																																		
2F-11	ヨコハマメモリーズ	物販																																		
11F-1	（11階）セブン-イレブン	コンビニ																																		
小計																		175,032	17,013	192,045	70,458	2,577	73,035	97,408	4,512	101,920	156,660	7,176	163,835	165,947	8,984	174,930	164,766	9,776	174,541	91%
備考欄		※開業前計画は開業時に設定、テナント入替後は同区画で同数値を承継。 ※開業前年度計画に対し2024年度売上を比較。100％以上をオレンジ、70％以下をグリーン（年度中入替テナント除く） ※ピストロ ー・ばん マンジェ：2024年11月29日営業開始 ※アレグリア：2024年12月営業開始 ※自販機は業者の明細が税込のため売上を税込表記。							-					※開業前計画は開業時に設定、テナント入替後は同区画で同数値を承継。 ※開業前年度計画合計賃料に対し2024年度合計賃料を比較。100％以上をオレンジ、90％以下をグリーン（固定賃料100％以上・年度中入替テナント除く） ※ピストロ ー・ばん マンジェ：2024年11月29日営業開始 ※アレグリア：2024年12月営業開始										Universal Dining ONE退去時敷金 ■を含む			-									
評価		開業時の売上計画に対して、コンビニ・物販テナントは100％以上の売上を作ることができている一方で、飲食テナントは計画に対し■％以下が目立っている。増加させるターゲット層として就業者以外の近隣企業・住人、観光客など外部顧客のディナー利用を促進しなければならない。賃料水準は計画値に対し全体で91％まで到達しており、催事区画の2F-9への固定テナントの入居、テナント入替による賃料改定等で今後の賃料増を図り、現在歩合賃料を発生させているテナントのさらなる売上向上策と、これまで歩合発生のないテナントのそれぞれ個別の支援・販促活動などから、売上を高め歩合賃料増を推し進める。																																		

第14回市庁舎商業施設
運営事業者選定評価委員会資料
令和8年6月8日(月)
横浜市総務局管理課

横浜市庁舎内商業施設ラクス フロント

5か年振り返り報告書（令和2年5月～令和7年3月）

令和2年のコロナ禍における施設開業以降、本市は、京浜急行電鉄株式会社（以下「運営事業者」という。）と連携し、施設の安定運営、にぎわい創出及び歳入確保に資するため、側面的な支援及び調整を継続的に行ってきました。

1 施設運営における市の主な対応実績

（1）制度面での支援

本市と運営事業者が締結する「市庁舎商業施設に係るプロパティマネジメント業務委託契約書兼定期建物賃貸借契約書」（以下「契約書」という。）に規定のない事項についても、柔軟に対応できるよう制度的環境の整備を行いました。

ア 契約書第80条（契約の疑義）に基づく協議書（一時使用）の締結（令和3年4月）（資料6）により、空区画の催事利用を可能とし、空室期間の有効活用及び歳入増に寄与しています。

<一時使用実績（抜粋）>

- ・ 1F FH-7区画：クラフトコーラ販売 等
- ・ 2F-9区画：お菓子・お弁当販売、地方物産展 等
- ・ 2F-10区画：洋服・小物販売、キルト教室 等

イ 契約書第9条（転貸借契約の変更）の手続に関する要綱の制定（令和5年2月）（資料7）により、テナントの最低保証賃料変更手続の明確化を図り、社会情勢やテナントの経営状況に応じた対応を可能にしました。

<最低保証賃料変更実績>

- ・ コロナ禍に伴う段階的緩和措置（令和2年5月～令和4年6月） 等

(2) 施設利用及び販売促進の支援

施設の認知度向上及び利用促進を目的として、本市の広報媒体を活用した支援を行いました。

ア 「広報よこはま市版」への記事掲載

施設開業1周年や3周年を記念した特集記事や夏のイベント特集記事とあわせて掲載することで、全戸配布の「広報よこはま」を通じて市域全体へ広域的な情報発信を行い、施設の認知向上に寄与しました。

▼令和3年8月号

▼令和6年8月号

▼令和5年8月号

イ 市庁舎アトリウムで子育て世帯向けの大型イベントを定期開催

令和5年度から継続して年3回開催しています。普段、市庁舎に来る機会のない 30～40代の子育て世帯等の新たな客層の開拓へ寄与したほか、イベント開催時は毎回、店舗の売上が大きく伸びており、直接的な支援につながっているものと考えられます。

<子育て世帯向けの大型イベント開催時の施設全体売上への効果>

▼令和6年度

- ・ 5月3日（祝金）～5日（祝日）わくわく！こどもデー 対 当該年度土日比 ■%に上昇
- ・ 8月10日（土）～11日（日）わくわく！こども夏まつり 対 当該年度土日比 ■%に上昇
- ・ 10月19日（土）～20日（日）わくわく！こどもハロウィン 対 当該年度土日比 ■%

▼令和7年度（参考）

- ・ 5月3日（土）～5日（祝月）わくわく！こどもデー 対 当該年度土日比■%に上昇
- ・ 8月9日（土）～10日（日） わくわく！こども夏まつり 対 当該年度土日比■%に上昇
- ・ 10月18日（土）～19日（日） わくわく！こどもハロウィン 対 当該年度土日比■%に上昇

ウ 市庁舎アトリウムイベント実施時のチラシ配架調整

アトリウム利用者の店舗利用促進のため、多くの人の来場が見込める大型イベント会場を中心に、イベント主催者と調整し、ラクシス フロントのクーポン付きチラシを配架しています。

<市庁舎アトリウムイベント実施時の施設全体売上への効果>

▼令和6年度

- ・ 8月3日（土）～4日（日） 海洋都市横浜うみ博2024 対 当該年度土日比■%に上昇
- ・ 12月3日（火）～5日（木） 第53回横浜花き展覧会 対 当該年度平日比■%に上昇
- ・ 3月22日（土） よこはまこども読書パーク 対 当該年度土日比■%に上昇

▼令和7年度（参考）

- ・ 6月7日（土） 水道週間イベント 対 当該年度土日比■%に上昇
- ・ 11月15日（土） よこはま建築ひろば 対 当該年度土日比■%に上昇
- ・ 12月24日（水）～27日（土） 台湾ウィークin横浜2025 対 当該年度土日比■%に上昇
(対 当該年度平日比■%に上昇)

エ 館内サインの整備（令和2年度）

市庁舎内に商業施設があるということを来庁者に分かりやすく伝えられるよう、館内サインの整備を行いました。

▼1階 JR桜木町駅側入口付近



▼2階 JR桜木町駅側入口付近



▼1階 QBハウス前通路



▼1階 フードホール入口



(3) 夜間帯の売上増に向けた支援

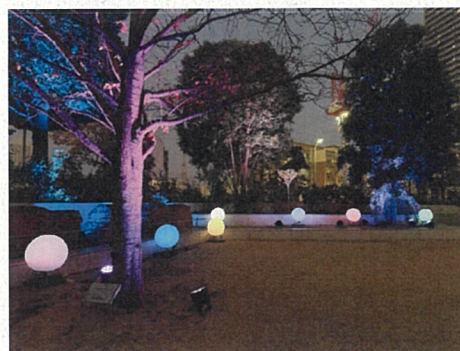
施設の課題である夜間の売上増を支援するため、夜間来訪者の増加を狙った様々な仕掛け（にぎわい演出）を実施しました。

ア 市庁舎イルミネーション（令和4年度～）の実施や都心臨海部大規模イルミネーションイベント「ヨルノヨ」と連携した水辺テラス・プラザのライトアップ（令和5年度～）により、市庁舎に馴染みのなかった層にも関心を持ってもらうきっかけをつくるとともに、夜間における来訪機会の創出につなげました。

▼1階 水辺テラス



▼1階 水辺プラザ



<「ヨルノヨ」実施時期（12月）の施設全体売上への効果>

- ・令和4年度 対 前年度同月比 ■■%に上昇
- ・令和5年度 対 前年度同月比 ■■%に上昇
- ・令和6年度 対 前年度同月比 ■■%に上昇

イ 市庁舎で本市が主催したナイトイベント「YOKOHAMA CONIGHT」にて、飲食テナントと連携したナイトバーを実施し、夜間売上の向上に寄与しました。

※ナイトバー実施期間中（令和6年12月13日～15日）の施設全体売上が前年度同曜日比 ■■■%に上昇

▼2階水辺デッキでの
ナイトバーの様子



▼「YOKOHAMA CONIGHT」限定メニュー
(麻婆豆腐発祥の店 陳麻婆豆腐)



ウ 市庁舎アトリウムでの夜間帯イベントの実施

夜間帯にアトリウムで実施されたイベントに合わせ、ラクシス フロントで利用可能なクーポン付きチラシを会場内に配架しました。また、イベント開催時間に応じて、各店舗に営業時間の延長を依頼するなど、新たな客層への周知や認知向上につながる取組支援を行いました。

<夜間帯イベントの開催実績（抜粋）>

▼令和5年8月25日
1階アトリウムで開催した
FIBA バスケットボールワールドカップの様子
(施設全体売上：前年度同曜日比 ■■■%)



▼令和6年10月31日～11月3日
1階水辺テラスで開催した
ヨコハマ MIZBE フェス@大岡川夢ロードの様子
(施設全体売上：前年度同曜日比 ■■■%)



(4) 本市職員に対しての情報発信、環境整備支援

本市の広報媒体を活用し、施設のコアターゲット層である市職員に向けた情報発信を支援しました。

ア 本市イントラネット・庁舎内サイネージを活用し、季節メニュー等の店舗情報を継続的に発信することで、市職員の利用促進を図りました。また、市職員の利用シーンや需要想定を運営事業者と適宜共有し、充実した情報発信となるよう支援を行いました。

▼本市イントラネットでの発信内容 (飲食店舗の歓送迎会宴会メニュー)



(お土産店舗の送別用ギフト照会)



▼庁舎内サイネージ (18フロアに設置) (職員の休憩スペースで施設情報を放映)



▼市職員が店舗取材して発行する施設紹介通信 をイントラネットや庁舎内サイネージで発信



(5) 転貸借契約内容の見直し提案

運営事業者とテナント間の転貸借契約更新を機に、更なる賃料アップや施設の衛生環境向上、あわせて市が推進する脱プラスチックに資する取組について契約書に追記し再契約するよう、運営事業者へ提案しました。

ア 歳入確保に関する提案

売上が好調なテナントに対しては、売上実績に見合った賃料水準の設定や営業日数の増加等を条件として契約を更新することで、賃料収入の更なる確保を図る提案を行いました。

イ 衛生環境の向上に関する提案

害獣・害虫を寄せ付けない良好な施設環境を維持するため、各店舗区画内における衛生管理の徹底を求めるとともに、害獣・害虫対策に必要な措置を講じることを契約条件とする提案を行いました。

ウ 脱プラスチックに関する提案

市が脱プラスチックを推進する立場であることから、市庁舎内のテナントにおいても環境配慮の取組が進むよう、プラスチック製レジ袋の有料化や容器・カトラリーの素材変更、リサイクルペットボトルの積極導入等を契約条件とすることを提案しました。

2 条例に基づく基本方針と現状の比較

条例第3条（基本方針）において、市庁舎商業施設は以下の基本方針に基づき運営するものとされています。

- (1) 立地特性を生かしたにぎわい創出及び都心臨海部の活性化
- (2) 横浜らしさの体現（歴史・文化等の発信）
- (3) 市庁舎と調和した施設運営
- (4) 来訪者及び職員の利便向上
- (5) 市の歳入確保に配慮した運営

本市は運営事業者との定例会議にて各テナントの課題と方向性を共有しています。また、日常的な連絡調整も活発であり、本市と事業者の双方が基本方針を踏まえて施設運営を行っています。

これらの取組により、運営事業者の提案内容にも基本方針の考え方が反映されており、概ね適切に基本方針に沿った運営がされていると評価しています。

3 施設全体の更なるにぎわい創出に向けて

開業当初から、ラクシス フロント全体の売上高は毎年前年を上回って推移しているものの、開業時に見込んでいた売上目標は未達であり、引き続き、施設全体のにぎわい創出に向けた取組が求められます。

(1) 迅速なリーシング及び商業区画の新たな活用

令和2年の開業以来、複数テナントの退店、新規オープンを重ねながら、令和8年6月現在、全ての区画において、店舗利用又は空間の活用がなされています。

空区画発生時の早期解消は、売上確保及び施設のにぎわい創出の観点からも重要です。このため、運営事業者と定期的に進捗状況を共有しながら、円滑なリーシングに向けた連携を図る必要があります。

直近では、商業区画の新たな活用として、令和8年4月に、1階フードホール奥（旧もとまちユニオン区画）が、「フード&イベントコート」として改装されました。客席スペースの拡充により、平日ランチタイムの混雑緩和の受け皿となるとともに、週末には家族連れ客でにぎわうなど、多様な利用ニーズに対応しています。同区画では、横浜市産野菜の販売のほか、年間を通して定期的な催事等も予定されており、空間の特性を活かした活用が更に進むよう、運営事業者との連携を図っていきます。

▼フード&イベントコートの野菜販売及び客席スペースの様子



(2) 施設認知度及び回遊性の向上

市庁舎内に商業施設があることをより多くの来庁者に認知してもらうため、従来の案内サインに加え、令和7年度には、市庁舎と外部との結節点を中心とした6か所に、各店舗の紹介映像を放映するデジタルサイネージを新設しました。市庁舎外から来訪者の動線を踏まえ、視認性に配慮した配置とすることで、施設内各店舗に関する案内機能の充実を図っています。（参考資料-①）

また、来街者が市庁舎に立ち寄り、商業施設を利用するきっかけづくりとして、市観光協会が企画するIPコンテンツを活用した都心臨海部の回遊施策（施設を巡るスタンプラリーへの参加やステッカー配布等）との連携を継続します。

今後は、施設周辺におけるマンション、商業施設の整備により、新たな人流の発生や利用ニーズの変化が見込まれます。こうした街の変化を好機と捉え、運営事業者と連携しながら、新たな来街者を効果的に施設へ誘導する手法について戦略的に検討を進めていきます。

(3) 夜間来訪者増加に向けた取組

「みなとみらい STREET MUSIC ※」と連携し、令和7年7月から平日夜や週末に、市庁舎水辺テラス（フードホール前）で音楽イベントを開催しています。また、令和7年11月、12月には、イルミネーションイベント「ヨルノヨ」の参加施設として、従来の水辺テラス・プラザのライトアップに加え、新たに、市庁舎3階市民ラウンジの特別ライトアップを行いました。これらの市関連イベントとの連動により、夜間帯の来庁機会が広がり、施設利用の促進につながることを期待しています。（参考資料-②、③）

※＜参考＞ みなとみらい STREET MUSIC 概要（事務局：一般社団法人横浜みなとみらい21）

「みなとみらいを音楽であふれる街に」をコンセプトに、みなとみらい21地区の様々なジャンルのミュージシャンが、地区内の商業施設、ホテル、公共空間等で年間通じてライブパフォーマンスを実施

横浜市市庁舎商業施設運営事業者選定評価委員会運営要綱

制 定 平成30年 2 月 1 日総管第1511号（局長決裁）
最近改正 令和 6 年10月 1 日総管第1341号（局長決裁）

（趣旨）

第 1 条 この要綱は、横浜市市庁舎商業施設の運営に関する条例（平成29年12月横浜市条例第41号。以下「条例」という。）に基づき設置される、横浜市市庁舎商業施設運営事業者選定評価委員会（以下「委員会」という。）の組織、運営その他必要な事項について定めるものとする。

（担任意務）

第 2 条 条例第 6 条第 1 項各号に掲げる委員会の担任する事務の細目については、次に掲げるとおりとする。

- (1) 条例第 6 条第 1 項第 1 号に関する事項
 - ア 評価項目及び評価基準に関すること
 - イ 応募資格の内容に関すること
 - ウ 事業計画書等の審査及び運営事業者の選定に関すること
- (2) 条例第 6 条第 1 項第 2 号に関する事項
 - ア 運営についての業務計画等の審査に関すること
 - イ 運営に対する評価に関すること
- (3) 条例第 6 条第 1 項第 3 号に規定する市長が必要と認める事項
 - ア テナント賃料の額の変更に係る承諾に関すること
 - イ その他市長が必要と認める事項

（委員）

第 3 条 条例第 6 条第 2 項に規定する市長が任命する委員は、次に掲げるいずれかに該当する者とする。

- (1) 学識経験者
- (2) 弁護士
- (3) 不動産鑑定士
- (4) 金融関係者又は公認会計士
- (5) 地元商業団体の関係者
- (6) 前各号に掲げる者のほか、市長が必要と認める者

2 委員の任期は、4 年以内で市長が定める期間とする。ただし、その委員が継続して審議する必要があると市長が認める審議案件がある場合、当該審議案件の審議が終了するまでの間、任期を延長することができる。

3 委員が欠けた場合における補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

4 委員は、再任されることができる。

5 委員の代理は、認めないものとする。

6 市長は、委員の解職又は辞職などにより委員会の進行に支障が生ずる場合は、新たな委員を任命することができる。

（除斥）

第 4 条 市長は、委員が次のいずれかに該当し、委員会の審議その他公正、公平又は中立を妨げる事情があると認める場合は、当該委員を当該審議に参加させないものとする。

- (1) 委員が、審議案件に関わる事業者（複数の企業により構成されるグループの場合は、グループを構成する企業の全て。以下「応募事業者」という。）又はその子会社若しくは親会社の財務、法務又は営業等の業務内容について、現に職務権限を保有している場合
- (2) 応募事業者（法人にあっては、その役員又は役員に準ずる者）の配偶者、四親等以内の血族、三親等以内の姻族、同居の親族、代理人、後見人、保佐人又は補助人である場合
- (3) 委員としてふさわしくない非行事由があったと認められる場合
- (4) その他委員に審議等の公正、公平又は中立を妨げる事情があると認められる場合

（委員長）

第5条 委員会に委員長を1人置き、委員の互選によりこれを定める。

2 委員長は、委員会を代表し、会務を掌理する。

3 委員長に事故があるとき、又は委員長が欠けたときは、あらかじめ委員長の指名する委員が、その職務を代理する。

（委員等の責務）

第6条 委員は、第2条に定める職務を常に公正、公平に行わなければならない。

2 委員は、直接間接を問わず、応募事業者及び応募することが見込まれる事業者の関係者と、選定に関して接触してはならない。

3 前項の接触が判明したときは、市長は、委員が接触した応募事業者を審査対象外とする。

4 委員は、委員会を通じて知り得た情報をその職を退いた後も洩らしてはならない。ただし、横浜市又は委員会が公表した情報については、この限りではない。

5 その他委員会に出席した者は、委員会を通じて知り得た情報を公表してはならない。ただし、横浜市及び委員会が公表した情報については、この限りではない。

（会議）

第7条 委員会の会議は、委員長が招集する。ただし、委員長が選出されていないときは、市長が招集する。

2 委員長は、委員会の会議の議長とする。

3 委員会は、委員の過半数の出席がなければ会議を開くことができない。

4 委員会の議事は、出席した委員の過半数をもって決し、可否同数のときは、委員長の決するところによる。

（意見の聴取等）

第8条 委員長は、委員会の会議の運営上必要があると認めるときは、関係者の出席を求め、その意見又は説明を聴くほか、資料の提出その他必要な協力を求めることができる。

（庶務）

第9条 委員会の庶務は、総務局管理課において処理する。

（委任）

第10条 この要綱に定めるもののほか、委員会の運営に必要な事項は、委員長が委員会に諮って定める。

附 則

（施行期日）

この要綱は、平成30年2月1日から施行する。

附 則

（施行期日）

この要綱は、令和5年2月1日から施行する。

附 則

（施行期日）

この要綱は、令和6年10月1日から施行する。

市庁舎商業施設に係るプロパティマネジメント業務委託契約書兼
定期建物賃貸借契約書第 80 条に基づく協議書（一時使用について）

横浜市（以下、「甲」という。）と京浜急行電鉄株式会社（以下「乙」という。）は、令和 2 年 5 月 29 日に締結した「市庁舎商業施設に係るプロパティマネジメント業務委託契約書兼定期建物賃貸借契約書」（以下、「契約書」という。）に定めのないテナント区画の一時使用について協議し、次のとおり取扱うこととする。

（一時使用）

第 1 条 乙は、契約書第 2 条第 1 項第 2 号に定める本施設において、その商業施設部分に空室がある場合には、契約書第 7 条第 2 項の定めに関わらず、当該商業施設部分を催事使用のために、一時使用させることができる。ただし、契約書第 6 条に定めるテナント募集業務による新たな転借人が決定するまでの間の一時的な使用に限るものとする。

2 一時使用させるにあたって、本協議書に定めのない事項については、契約書の定めるところによる。

3 一時使用の取扱いは、契約書に規定する転貸借契約の扱いに準じるものとする。ただし、第 8 条第 1 項第 6 号に定めるテナント敷金についての規定は適用しない。

（一時使用の承諾）

第 2 条 一時使用の使用目的は、物販・サービスに限るものとする。

2 一時使用をする者は、あらかじめ販売品目、サービス内容等を明記した乙指定の申請書を乙に提出し、乙の承諾を得なければならない。

（一時使用に伴う使用料）

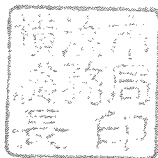
第 3 条 乙は、一時使用をさせるにあたっては、使用料を徴収する。

2 前号の使用料は、契約書第 2 条第 1 項第 6 号に定めるテナント賃料として扱う。

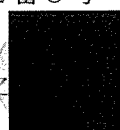
以上、本協議の成立を証するため本書を 2 通作成し、甲乙記名押印のうえ、甲乙が各本書 1 通を保有する。

令和 3 年 4 月 9 日

甲 横浜市中区本町 6 丁目 50 番地の 10
横浜市契約事務受任者
総務局長 池戸 淳子



乙 横浜市西区高島 1 丁目 2 番 8 号
京浜急行電鉄株式会社
取締役社長 原田 一之



市庁舎商業施設に係るプロパティマネジメント業務委託契約書兼
定期建物賃貸借契約書第 9 条の手續に関する要綱

制 定 令和 5 年 2 月 1 日総管第 1463 号（局長決裁）

（目的）

第 1 条 この要綱は、市庁舎商業施設に係るプロパティマネジメント業務委託契約書兼定期建物賃貸借契約書（以下「契約書」という。）第 9 条に規定する転貸借契約の変更のうち、最低保証賃料の変更を目的とした転貸借契約等変更承諾願が提出された際の、その承諾に関して必要な手續を定め、市庁舎商業施設の運営の信頼性を確保することを目的とする。

（定義）

第 2 条 この要綱において「運営事業者」とは、条例第 2 条第 2 号に規定する運営事業者をいう。

2 この要綱において「転貸借契約」とは、契約書第 7 条第 2 項に規定に基づき締結された転貸借契約をいう。

3 この要綱において、「最低保証賃料」とは、転貸借契約に定める最低保証賃料をいう。

（必要書類の要求）

第 3 条 市長は、承諾の可否の判断するために最低保証賃料の変更が必要であると判断した資料の提出を運営事業者に求めるものとする。

（附属機関の審議）

第 4 条 市長は、横浜市市庁舎商業施設運営事業者選定評価委員会（以下「附属機関」という。）に対し、最低保証賃料の変更に係る承諾の可否に関する意見を求めるものとする。

2 前項の規定により市長が附属機関に意見を求める場合は、前条の規定により運営事業者から提出された書類のほか、市長による承諾の可否に対する考えを添えて、市長が作成した周辺地域の賃料動向に関する資料等を併せて附属機関に提出するものとする。

3 第 1 項の規定は、横浜市市庁舎商業施設運営事業者選定評価委員会運営要綱第 2 条第 1 項第 3 号アによるものとする。

（市長による承諾又は不承諾の決定及び通知）

第 5 条 市長は、前条第 1 項の規定による附属機関からの意見を踏まえ、最低保証賃料の変更に係る承諾の可否を決定し、その結果を運営事業者に通知するものとする。

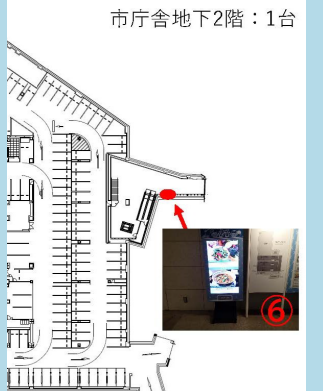
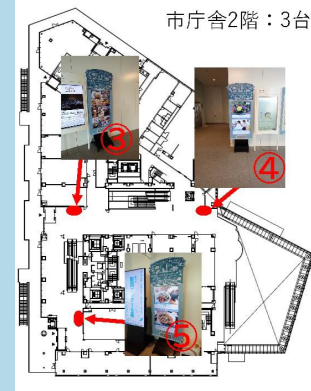
附 則

この要綱は、令和 5 年 2 月 1 日から施行する。

① ラクス フロント案内用サイネージの設置

令和7年12月より、外部との結節点を中心として市庁舎の地下2階から地上2階までの計6箇所に、ラクス各店舗の紹介映像を放映する案内用のサイネージを設置しました。

このサイネージは視認性と誘引性を向上させるため、専用の装飾を施しています。市庁舎各所に既設の案内用サインのデザインを踏襲し、ラクスのイメージカラーである「青色」及び、春季の限定色として「桜色」の二種類のカラーデザインを作成しました。



市庁舎内設置箇所(計6箇所)一覧
また、インフォメーションセンター横の大型サイネージでも店舗紹介映像の放映を行っています。

② 「みなとみらいストリートミュージック」の誘致

「みなとみらいを音楽であふれる街に」をコンセプトに、様々なジャンルのミュージシャンが地区内の 商業施設、ホテル、公共空間等でライブパフォーマンスを実施する「みなとみらいストリートミュージック」を横浜市役所に誘致しました。令和7年7月より、市庁舎水辺テラス(1階フードホール外部)を会場とし、定期的にミニライブを開催し、ご好評をいただいています。

令和8年3月までに、計27回(昼時間帯9回、夜時間帯18回)ライブを開催し、市庁舎イベント「わくわく！こどもハロウィン」でもミニライブを実施しました。

※雨天時及び冬季夜間は2階多目的スペースにて実施。



演奏の様子



フードホール内にもライブの告知フライヤーを掲示。
ライブ開催中は多くの観客でにぎわっています。

③ イルミネーションイベント「ヨルノヨ」との連携

みなとみらい地区全域での冬のイルミネーションイベント「ヨルノヨ」が令和7年12月に開催されました。市庁舎では毎年恒例の水辺エリアのライトアップに加えて、新たな試みとして3階市民ラウンジの開放時間を21時までに延長し、ライトアップ及び周遊企画のチェックポイント「クジランプ」の設置を行い、ラクス フロントとの連携企画として「市民ラウンジで写真を撮って、ラクスに行こう！キャンペーン」を開催しました。市民ラウンジのライトアップには一か月の開催期間で累計約5,500人の来場者がありました。



市民ラウンジ・水辺エリアのライトアップの様子



キャンペーン広告