

「新市庁舎低層部の商業機能」の整備に向けた 「サウンディング型市場調査」の結果を公表します。

新市庁舎低層部に導入を予定している商業機能の検討にあたり、サウンディング型市場調査（民間事業者等の皆様との対話）を実施しました。賑わいを創出することを目的として、民間事業者等の皆様から実現可能な整備アイデアを広くお聞きしましたので、その結果を公表します。

1 経緯

平成 27 年 8 月 26 日	記者発表、実施要領の公表（下記URL参照） http://www.city.yokohama.lg.jp/somu/org/kanri/newtyosya/sounding.html
平成 27 年 9 月 17 日～ 10 月 8 日	対話参加事業者募集
平成 27 年 10 月 19 日～ 30 日	対話の実施（9事業者※グループ会社含む）

2 参加状況

9事業者（※グループ会社含む）

＜業種内訳＞

デベロッパー3者、プロパティマネジメント事業者4者、商業企画・設計会社1者、
施設運営事業者1者

3 調査の背景・目的

新市庁舎の整備にあたっては、低層部に市民利用機能や商業機能、水辺の憩い空間を配置し、賑わいを創出することで市民や来街者を迎え入れ、自然に人が集う場とする方針を掲げています。さらに、商業機能を単に集約して配置するのではなく、市民利用機能や水辺の憩いの空間と機能的に結びつくことで、街がそのまま市庁舎に入り込んだような連続性や多様性を確保することとしています。

また、現庁舎とその周辺約20の民間ビルに分散して働いている職員約6,000人は新市庁舎に集約される予定ですが、行政棟の内部には職員用の食堂は設けない計画です。新市庁舎低層部に導入される商業機能には、就業する約6,000人の職員が利用するという側面もあります。

以上を背景としつつ、市庁舎という行政施設と一体となった商業機能を導入するにあたり、望ましい事業方式や店舗形態等を広く調査し、実際の事業化の参考とするため対話を実施しました。

4 対象施設の概要

新市庁舎の整備場所	横浜市中区本町6丁目50番地の10 
整備スケジュール (予定)	平成27年度 入札公告・事業者の選定・契約、設計着手 平成29年度 設計完了・着工 平成31年度 しゅん工（平成32年1月末） 平成32年度 供用開始（平成32年6月末）
主な都市計画制限等	用途地域：商業地域 容積率の最高限度：1,080% 高さの最高限度：190m 北仲通南地区第二種市街地再開発事業 北仲通南地区再開発地区計画
建物概要	構造：鉄骨造、一部鉄筋コンクリート造 階数：概ね地上32階、地下2階 高さ：約160m 延床面積：約140,500㎡ 就業予定人数：約6,000人
商業機能の概要（想定）	規模：約4,000㎡ 営業時間：7:00～23:00 想定店舗：飲食、物販、コンビニエンスストア、ドラッグストア、クリニック、金融機関等

5 結果概要

別紙のとおり

6 今後の予定

参加事業者の皆様からいただいた御意見・御提案を参考に、コンセプトや店舗構成、契約形態等の検討を進め、新市庁舎の低層部にふさわしい商業機能のあり方を検討してまいります。

お問合せ先

総務局管理課新市庁舎整備担当課長

佐藤 康博 Tel 045-671-4112

「新市庁舎低層部の商業機能」の整備に向けた 「サウンディング型市場調査」の結果概要について

1 まとめ

新市庁舎整備予定地は、商業の立地環境としては必ずしも良いとは言えないという意見も一部ありましたが、全体的には他施設との差別化を図ることで、市内外から誘客を図ることが十分可能という意見が大多数でした。したがって、何らかの特徴づけ、仕掛けが重要ということを確認することができました。具体的な仕掛けとして、横浜らしさ、市役所ならではの取組、またアトリウムや水辺といった空間の積極的な活用を図るべきといった意見が多くありました。

店舗構成としては飲食店を中心とすべきという意見が大多数でしたが、職員の昼食需要だけではテナントとして採算が取れないため、平日夜間・土日祝日の需要喚起が課題という意見が多くありました。

なお、商業機能の運営については、規模や運営のノウハウから行政が完全直営することは難しいという意見が大多数でした。

今回の調査を踏まえ、商業コンセプトや店舗構成、契約形態等の検討を、さらに進めていきます。

2 主な意見・提案

【①立地ポテンシャル】
<ul style="list-style-type: none"> ・周辺に商業施設が多くあることや馬車道駅の乗降客数等から考えて、商業の立地環境として必ずしも良いとは言えないが、特徴づけによる他施設との差別化で、市内外からの誘客を積極的に図ることができるポテンシャルはある、という意見が大多数でした。 ・市庁舎ということ自体、すでにビルとしてのブランディングが出来ているという意見もありました。
【②商業コンセプト】
<ul style="list-style-type: none"> ・参加すること自体が企業にとって PR になるという新市庁舎自体の価値、ストーリーが必要、という意見がありました。 ・最初のコンセプトがあまりに尖ったものだと、2、3年でうまくいかなることもある、という意見がありました。
【③想定ターゲット】
<p>次のような顧客ターゲットが挙げられました。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・来庁者、駅利用者、市域住民、周辺ビジネスマン、国内外観光客、職員等
【④誘客の取組】
<p>次のような意見・提案がありました。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・横浜らしさ <ul style="list-style-type: none"> (例) 地産地消、地元店、横浜を代表する店、横浜ゆかりの店、横浜グッズの販売等 ・水辺の憩い空間を積極的に活かした店舗（カフェ等） ・民間事業者ではできない、市役所ならではの取組 <ul style="list-style-type: none"> (例) よこはまを舞台に新しい街づくりに挑戦する企業とその成果の普及促進・PR 施設、よこはま 18 区の地域商店街等からの「これから」を感じさせる取組の紹介施設、健康増進、横浜の情報発信の場、横浜における取組のショーケース等 ・周辺エリアや商工会議所、周辺店舗等と組み、エリア全体で魅力を創出すべき など

<p>【⑤店舗構成】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・飲食店を中心に、その他オフィスサポート機能（コンビニ、ドラッグストア、クリニック等）で構成すべきという意見が大多数でした。 ・地元店や地産地消等、横浜らしさをテーマにした店舗を入れるべきとの意見が多くありました。 ・ブライダル需要も取り込むべきという意見が数社からありました。 ・フードコートの提案が数社からありました。 ・商業のトレンドは変わってしまうので、区画の位置もある程度柔軟性があつた方が良いとの意見がありました。
<p>【⑥職員（6,000人を想定）の昼食需要について】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・昼食の単価は低いため、テナントにとって、それだけでは採算が取れない。平日夜間、土日祝日の需要喚起が重要。 ・混雑解消とテナントの採算性を考えると、店頭や共用空間での弁当販売やキッチンカー等の導入も有効。 ・飲食店の収容人数（座席数）が少ないと、昼食時に混んでしまうことが想定される。
<p>【⑦屋根付き広場（アトリウム）や水辺の空間等の活用】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アトリウム等の空間については、商業運営においても魅力的な空間であり、低層部全体で一体性を持たせるべきとの意見が多くありました。 ・一体性を持たせるためには配置が重要で、例えば、アトリウムに面した店舗配置が望ましいとの意見が数社からありました。 ・アトリウム等の管理・運営についても、商業の運営と合わせて担えるという事業者が数社ありました。ただし、市民・行政利用等とのバランスや規制の厳しさを懸念する意見もありました。 ・参加者が自主的に参加し、運営し、PRもしてくれるような空間とすべきという意見がありました。 ・次のような活用案が提案されました。 朝市、工芸品販売、バザール、周辺児童が安心して集まれる取組、展示会、横浜の情報発信の場、ブライダル対応、演奏会、講演会、プロジェクションマッピング、体験型の教室、ワークショップ、マルシェ、フリーマーケット、市民参加イベント など
<p>【⑧契約形態】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・規模や運営のノウハウから言って、本市が直接、個々のテナントと個別調整（完全直営）することは難しいとの意見が大多数でした。主に、以下の事業方式が提案されました。 ①賃料保証型マスターリース方式 ②パススルー型マスターリース方式、 ③プロパティマネジメント（管理運営委託）方式 このうち、②か③が適しているという意見もありました。 ・テナント賃料については、売上歩合賃料が主流であるとの意見がありました。
<p>【⑨建築設計】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・搬出入動線や従業員用の休憩スペース等、商業機能の運営を踏まえた建築設計の重要性について意見がありました。