

横庁商委第 16 号
令和 3 年 9 月 28 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 3 年 3 月 31 日総管第 4131 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 2 年度 市役所内商業施設の年度業務報告
- 2 令和 3 年度 市役所内商業施設の年度業務計画

1 総括

コロナ禍でのオープン・運営となり、外出自粛要請や飲食店等に対する営業時間の短縮要請等が続いたことで、業績低迷は予想どおりと言えるが、そうした状況下でもテイクアウトをはじめ市職員や近隣企業に重点を置いた取組により売上げ確保に努力されたことは評価できる。

また、施設の衛生管理や感染対策の面で、テナントへの情報提供・支援も適切に行われていた。

今後は、ワクチン接種も進み、人の動きが徐々に戻ることが予想されるが、新型コロナウイルス感染症収束の見通しが不透明なことからも、この間の経験やノウハウを生かした取組を継続的に図りたい。

従来の衛生管理の徹底と施設利用者やテナント従業員への感染対策は安全と安心の観点から引き続きしっかりとお願いしたい。

そして、更なる売上げ確保に繋げていくためにも、昨年度の実績について、顧客のニーズ（業種別、平日・休日の動向等）やイベントの結果分析など、具体的かつ正確な分析を行い、今後の改善に繋げていただきたい。

さらに、北仲通北地区との連携活動を深めて地域全体の魅力づくりを進めるとともに、販促企画も状況変化に応じて臨機応変に見直し、発信力を強化していくことが重要である。

（1）コロナ収束後も見据えた売上げ確保

コロナ禍において、テイクアウトをはじめ、市職員や近隣企業に重点を置いた取組（クーポン券、スタンプラリー等）により売上げ確保に努めたことは評価できるポイントであり、今後も継続的に実施することが望ましいが、一方で、コロナ禍の状況を打破するため、しっかりとこれまでの取組について効果測定・結果分析を行うとともに、

- ・立地特性を生かした取組
- ・市役所、運営事業者、テナントの連携による実効性の高い取組の実施
- ・ラクシス フロントを1つの商店街と見た店舗間の共同企画・商品や近隣店舗とタイアップした取組
- ・現金以外のQR決済をはじめキャッシュレス対応の一層の促進
- ・ファミリー（子供連れ）が憩えるスペースづくり

など、更なる工夫にも期待する。

また、今後も変化していく顧客ニーズを的確に捉え、丁寧に対応していただきたい。

（2）更なる賑わいの創出

地域連携イベント（北仲フェス）への参加は、ラクシス フロントが呼び水となり、地域に新しい人の流れを作り出す可能性を見出せたことに意義がある。北仲通北地区との連携を更に深め地域全体としての魅力づくりを進めることが重要である。

アトリウムの活用や観光コンベンションビューロー等ともタイアップした企画（ツアー等）にも期待したい。

(3) 更なる販促の充実

市役所に勤務している約6千人の職員が業績の有力な下支えになるということを踏まえて、市職員の利用に繋がる取組（イントラネットでの情報発信やクーポンなど）を積極的に実施していただきたい。

一方で、一般利用者に対しては、交通広告やチラシに加え、ホームページやSNSなどインターネットを使った情報発信の有効性が高まっていることから、発信内容の更なる充実や発信方法の工夫なども今後必要と思われる。

2 令和2年度 市役所内商業施設の年度業務報告について

(1) 営業概況

- ア 今後の集客力や売上げの向上を図るため、テイクアウトやスタンプラリー、北仲通北地区との連携イベント（北仲フェス）の効果測定（価格帯と需要はマッチしていたか、配付実績とその効果はどうであったか、イベント参加により周辺からの回遊が図られたかなど）をしっかりと行い、より効果的な実施に繋げていただきたい。
- イ ポスティングチラシの効果をより有効なものとするために、地域の特性を考慮した配布エリアの検証、みなとみらい地区の商業施設との差別化、SNS、メディア、横浜市広報誌等のさらなる有効活用を進めていただきたい。その他、ノベルティーは時機をとらえた取り組みとして、また、テイクアウトランチ特別販売会はコロナ禍において効果があったと思われる。庁舎が休館となる土日の販売促進にも努力が見られ、11月頃までの売上げは順調であったが、外出自粛による来街者の伸び悩みが顕著にみられた。
- ウ 北仲通北地区との連携イベント（北仲フェス）は、ラクシス フロントが呼び水になって地域に新しい人の流れを作り出す可能性をみせたことに意義がある。また、TV番組と連携したイベントもラクシス フロントが情報の発信拠点となり得ることが示されたので良かった。
- エ 2階の閉店した物販店舗区画は、撤退してから半年以上が経過している。場所的な問題（人通りが少ない等）もあったと思われるが、閉店した原因も踏まえつつ早期の入居を図られたい。

(2) 新型コロナウイルス感染症の影響

- ア 営業時間短縮要請により各テナントの経営は厳しい状況にある。コロナ禍で閉店した店舗もあることも踏まえ、継続して賃料等の柔軟な対応を検討して頂きたい。
- イ 市庁舎への来庁者や職員がメインの利用傾向が目立つ。コロナ禍の状況を打破するさらなる工夫を期待する。

(3) 営業実績

- ア テナント個々の営業努力だけでは限界のある立地であることから、商業施設運営事業者を交えたコロナ禍ならではの販促の強化も必要である。例えば、テイクアウトだけではなく、LUXS FRONT EATなどとして外販を行うとか、入居テナント以外と行う商品企画、アトリウムを活用等も検討いただきたい。また、現金以外のQR決済をはじめキャッシュレス対応を一層進める必要がある。
- イ 市役所内にあるという立地の特殊性（特徴）を生かしているかどうか、各テナントの売上げ・客数などを他地域の店舗と比較・分析することで、より特徴を捉えた取組に繋げていただきたい。
- ウ コロナ禍という特殊な状況ではあったが、顧客の反応や要望、業種別の動向、平日・休日および時間帯別の集客分析（集客数、利用者層等）、イベントの結果分析などを通して現状の問題点を洗い出し、今後の改善に繋げていただきたい。

(4) その他

- ア みなとみらい21地区との回遊性をさらに進め、市役所に用事のない消費者を誘客することをさらに進めないと新規顧客の増が見込めない。市役所利用者の増に結びつく企画の立案を期待したい。
- イ 1階店舗への誘導（壁など）の印象が良いと2階への誘導にも繋がると思う。
- ウ テナント群を1つのモール・商店街と見れば、共同での企画・商品などがまだまだ考えられる。アトリウムを使ったLUXS FRONT全体のPR発信やインターネット、SNSを使ったコロナ禍ならではのブランディング企画も今後検討いただきたい。
- エ 法令上必要とされる施設の管理運営は適切に行われている。また、施設の衛生管理、感染対策の面でもテナントへの情報提供と支援が行われている。

3 令和3年度 市役所内商業施設の業務計画書について

(1) コンセプト・MDプラン、実施体制

- ア コンセプトの一つである「ネットワークの創出」を強化するためには、市民間でコミュニケーションが図れる仕組みなどソーシャルキャピタルの醸成に向けた取組があるとよい。
- イ 環境性能等の特徴のある庁舎に加え、地球環境等への社会の関心も高まっている中、若い世代をはじめ、新しい市庁舎を「見てみたい」「子供に見せたい」「現場で音を聴いてみたい」などと思えるような、五感に訴える短い映像（例えば映像・音楽等を工夫した市庁舎の四季の紹介と市の取り組む環境問題の組合せ）などをいくつか作れると、関心を呼ぶのではないかと思われる。
- ウ まだコロナ禍ではあるが、待ちではなく攻めの販促として、例えば、近隣とのタイアップやインターネット販売、外販企画、アトリウムを活用したテナントにプラスになる企画等を期待する。観光コンベンションビューロー等とタイアップした企画など、もう少し大きな仕掛け（ツアー、観光ハートのなもの）等にも期待したい。
- エ 今後に向けて、コロナ禍に限らず賃料の減免措置はどういった場合に行うのか整理しておくべき。
- オ コロナ収束後には、人の滞留時間を長くし落ち着いてくつろげる店内空間があることのアピールも必要である。現況を踏まえて地道に進める一方、これからも変化していくと思われる若者・女性・子供・家族等のニーズも捉え、丁寧に対応していただきたい。
- カ 安全と安心の観点から、今後も従来の衛生管理の徹底とともに施設利用者やテナント従業員への感染対策にもしっかりと取り組んでもらいたい。

(2) 販売促進計画

- ア コロナ禍において、市庁舎職員や近隣企業に重点を置いた販促はよい。好評と評価されるスタンプラリーについて、近隣の商業施設や飲食店との連携も検討いただきたい。
- イ 市役所、運営事業者、テナントが緊密に連携し、きめ細かな情報共有を図ることで、問題解決が進むとともに実効性の高い取組（販促やイベント企画）を行うことができる。
- ウ 北仲通北地区との連携活動を深め地域全体としての魅力づくりを進めることが重要である。
- エ 販促企画は状況変化に応じて臨機応変に見直し、発信力を強化していただきたい。
- オ 市役所の中にある施設であることを最大限活用し、アトリウムでのイベントを企画するなど集客を促すべき。ファミリーが憩えるスペース（子供づれ）作りも検討すべき。
- カ 本庁舎には約6千人の市職員が勤務している。イントラネットの情報発信や職員割引など市職員の利用に繋がる取組も積極的に実施していただきたい。職員のリピート利用に関するWEBアンケートの実施は有効であると考えている。
- キ イベントがなかなか企画しにくい状況ではあったが、クーポンを使った販促は効果が見込められると思われる。また、傘のレンタルや食品ロッカーの設置等、職員が働きやすい環境やニーズをくみ取った取組も検討していただきたい。

ク 交通広告やチラシに加え、ホームページやSNSなどネットを使った情報発信の有効性が高まっている。リアルとネットを組合せた情報発信の工夫が今後必要と思われる。ホームページによる情報発信の強化として、店舗利用者により有益な情報を集約して発信することや、各店舗の連携を高めた発信方法など、今後の改善を期待したい。

ケ インスタ映えのする庁舎だと思われるので、SNSを活用した撮影スポットの紹介や、北仲通地区の新たな魅力発見として周辺施設から見る市庁舎の写真コンテストなどの企画も検討していただきたい。