

第13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7年6月16日（月）9時30分～11時00分 |
| 開催場所 | 横浜市役所18階 みなと4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6年度 年度業務報告について 2 令和7年度 年度業務計画について |
| 決定事項 | 令和6年度 年度業務報告について、承認された。 令和7年度 年度業務計画について、承認された。 |
| 議 事 | <p>【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。</p> <p>【委員長の選出】 委員の互選により、三村委員を委員長として選出。</p> <p>【職務代理者の選出】 三村委員長の指名により、石川委員を職務代理者として選出。</p> <p>【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。</p> <p>【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。</p> <p>【議題】</p> <ol style="list-style-type: none">令和6年度 年度業務報告について 令和6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。令和7年度 年度業務計画について 令和7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。 |
| 資 料 | (1) 委員名簿 (2) 令和6年度業務報告書 (3) 令和7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 |

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（50 音順・敬称略）

| | 氏名 | 所属 | 要件 |
|---|--------|-----------------------|------------|
| ① | 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 |
| ② | 石川 清貴 | (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 | 鴨下 香苗 | U t o p s 法律事務所 代表弁護士 | 弁護士 |
| ④ | 小峰 直 | 横浜商工会議所 副会頭 | 地元商業団体の関係者 |
| ⑤ | 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 |
| ⑥ | 三村 優美子 | 青山学院大学 名誉教授 | 学識経験者 |

I. 2024年度 ラクシスフロント事業報告

1. 施設営業概況

2024年度は開業後初となる通常営業（感染症感染拡大に伴う生活制限を見込まない）での運営となるなか、売上・客数ともに2023年度を超えられるか、施設力が試される重要な1年と位置づけ、後に記す各種販促をはじめ認知度向上策等様々な施策、戦略的にターゲットを定めたくえで打ち出した。

結果、テナント入替による空室期間は発生したものの、既存店での対2023年度売上比増達成に加え、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対2023年度売上比増を達成した。

なお、2024年度においても12月は過去最高売上げを記録したほか、開業以降4年間連続にて前年度売上および客数を伸長させることに成功した。

【対前年比】2021年度: ■% (■%) 2022年度: ■% (■%) 2023年度: ■% (■%) 2024年度: ■% (■%)

() は客数

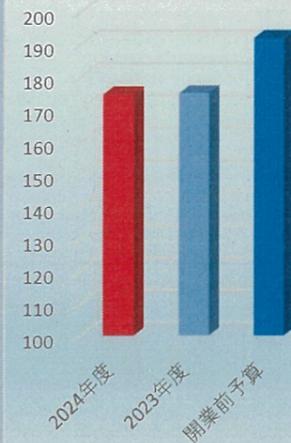
2. 2024年度 業種別営業実績

(単位:百万円)

| 業種 | 賃料他収入 (税込) | | | | 【参考】売上高 (税抜) | | | |
|-------|------------|----------|----|-------|--------------|----------|---|---|
| | 2024年度実績 | 2023年度実績 | 差 | 比 | 2024年度実績 | 2023年度実績 | 差 | 比 |
| 飲食 | | | | | | | | |
| 物販 | | | | | | | | |
| サービス他 | | | | | | | | |
| 全体合計 | 175 | 175 | -0 | 99.8% | | | | |
| <客数> | 2024年度実績 | 2023年度実績 | 差 | 比 | 記 | | | |
| 合計 | | | | | 単位:人 | | | |

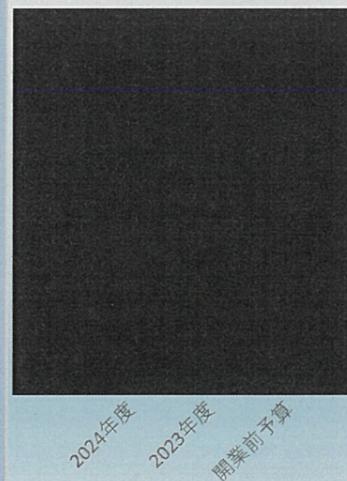
賃料対比

(単位:百万円)

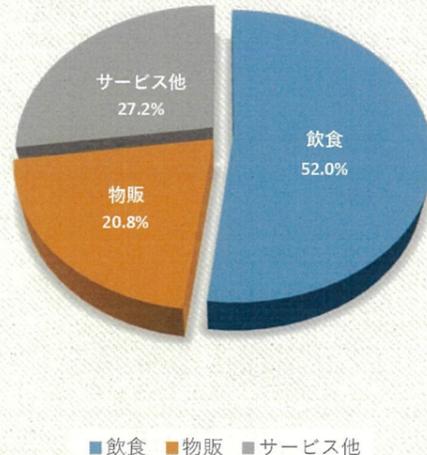


売上対比

(単位:百万円)



業種別売上シェア



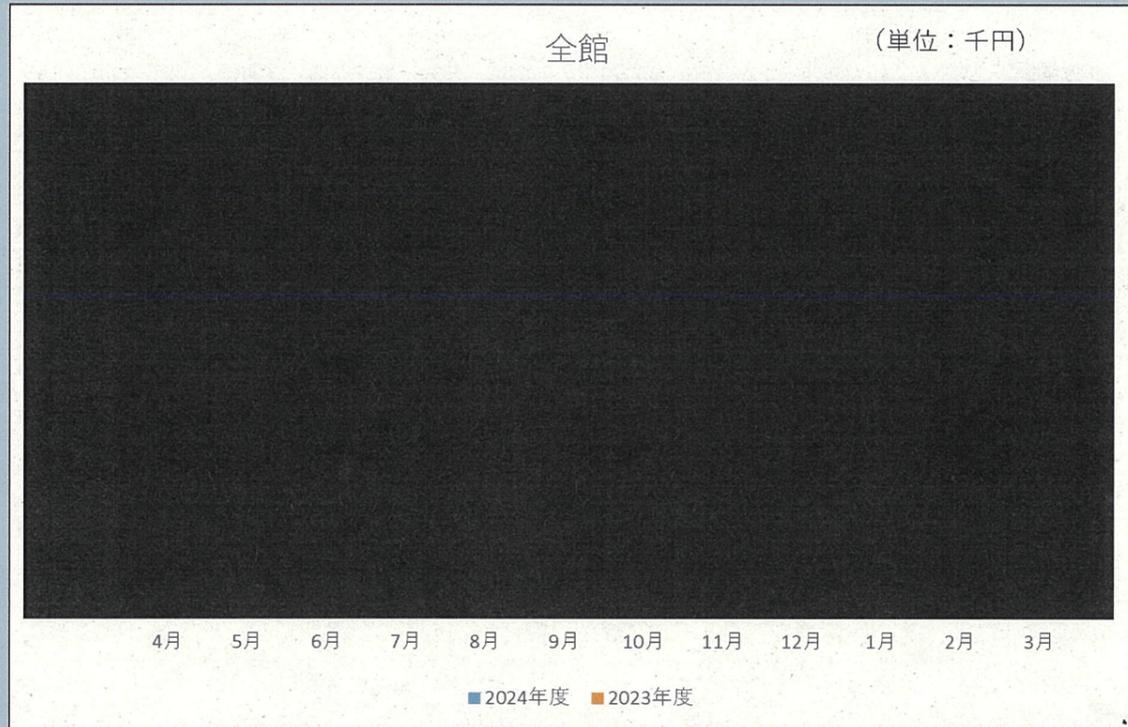
3. 2024年度活動実績

2023年度効果が高かった施策をパワーアップのうえ実施。またSNSを取り入れた新たな施策等を積極的に実施。

| 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 | 来庁者 | クーポンチラシ配布, 催事出店 (計3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14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、マイボトル推進運動) |
| ・ 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および配信 |
| (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8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 |
| ・ 周辺施設誘致③ | 観光客・周遊者 | 日本丸メモリアルパークでのクーポン券配置 |
| ・ 横浜市事業企画参画 | 来庁目的外者 | SEVENTEENキャンペーン他 |
| ・ 優待サービス | 近隣居住者・企業 | 特典付クーポンをポスティング 約 ■部 |
| ・ 開業4周年企画 | 〃 | 特典付クーポンを配布 約 ■部 |
| ・ 媒体による販促告知 | 近隣居住者 | 広報よこはま中区版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 | 北仲フェス, ヨルノヨ2024他 連携企画実施 |
| ・ チケット割引 | 観光客・周遊者 | 横浜エアキャビン, 横浜トリエンナーレとの連携企画 |
| ・ 施設外での催事出店 | 観光客・周遊者 | 花火大会に合わせた施設外でのテナント催事出店 |
| ・ クリスマス企画 | 近隣居住者・企業 | スタンプラリー 約 ■部スタンプカード配布 |
| ・ 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 |
| ・ WEBによる販促告知 | 近隣居住者 | ウェブ広告の活用によるターゲティング広告の掲出 |
| ・ 庁舎内媒体連携 | 来庁者 | 市庁舎3Fデジタルサイネージを利用したイベント告知 |
| (3) 市庁舎就労者利用促進 | | |
| ・ 優待サービス | 市庁舎内就労者 | いつでもサービスが受けられる優待カードの配布 |
| ・ 季節メニュー提案 | 〃 | 四季お勧めメニューをイントラネット等にてPR |
| ・ お得情報の配信 | 〃 | 横浜市イントラネットを活用したPR |
| ・ 好適商品の情報発信 | 〃 | 年末年始のギフト需要の取込みに向けた提案発信 |
| (4) 2024年度 テナント入替 | | |
| 時期 | 区画 | 実績 |
| 4月 | 2F-1 | 2024年4月18日 「ユニバーサルダイニング ワン」 退店 |
| 12月 | | 2024年12月1日 「シュラスコ&ビアレストラン アレグリア」 開店 |
| 11月 | FH-3 | 2024年11月7日 「シュマッツ ビアスタンド」 退店 |
| | | 2024年11月29日 「ピストロ る・ばん マンジェ」 開店 |

【参考-1】 2024年度 テーマ別売上

1. 月別売上推移



2. 曜日別売上 ※2024年4月～2025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) | 52 | 52 | 51 | 51 | 51 | 52 | 52 | 361 |
| 飲食 | | | | | | | | |
| 雑貨 | | | | | | | | |
| 食料品 | | | | | | | | |
| サービス | | | | | | | | |
| その他 | | | | | | | | |
| 合計 | | | | | | | | |
| 1日平均 | | | | | | | | |

3. 時間帯別売上 ※2024年4月～2025年3月実績

単位：百万円

| | 飲食 | 雑貨 | 食品 | サービス | その他 | 合計 |
|----------------|----|----|----|------|-----|----|
| 午前 (～11:00) | | | | | | |
| 昼 (～14:00) | | | | | | |
| 午後 (～17:00) | | | | | | |
| 夜 (17:00～) | | | | | | |
| 月売上計 | | | | | | |

(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

2024年度は5か月(4月・5月・12月・1月・3月)において対2023年度比増。特に最大繁忙期の12月は新店オープンを併せたことに加え、2023年度も評価の高かったシーズンキャンペーン(クリスマス企画)を連動させた効果も得られた結果、過去最大売上となる 〇〇〇〇円(12月実績)を記録。

2. 業種別売上

新店(アレグリア)の入替効果をはじめ、各種イベントに積極参加した物販、日曜営業を再開したサービス部門が好調に推移した結果、テナント入替による空室期間の発生した飲食のマイナスをカバー。特に人気グループのイベント開催期間中に関連商品販売を実施した物販店舗で盛況となり、売上増大に寄与。

【SEVENTEEN 'FOLLOW' THE CITY YOKOHAMAイベント】5月17日から5月26日

物販店舗：対2023年5月度比 〇〇% 全店：2023年5月度比 〇〇%

3. 曜日別売上

コロナ5類移行以来、土日の日中を中心に観光客需要を取り込んでいるほか、週末やGWといったモチベーションに合わせた市庁舎主導イベントへの参加も奏功した結果、平日・土日ともに安定した売上構成比で推移。

【曜日別構成比】2023年度：平日55.3% 休日44.7% 2024年度：平日55.6% 休日44.4%

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各店での割引サービスを実施。その他、新規にて朝需要を取り込むべくワゴン販売を実施。売上の大幅増とまでは至らないがニーズの掘り起こしや認知向上に繋がっている。

【朝販売実績】計14回実施(〇〇〇〇円) ※飲食店舗にておにぎり、惣菜を販売

【参考-3】 2024年度 販売促進実績

1. 2024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認知度向上、利用促進に重点的に取り組んだ。

(実施内容)

- ・年間を通じてアトリウムイベントとの連携を強化し、クーポン配布による来店促進を実施。
- ・8月に開業4周年記念企画として、全店舗参加のクーポン企画とノベルティ企画を実施。
- ・クリスマス商戦はリピーター顧客の獲得を狙い、スタンプラリー企画を実施。
- ・12月はクリスマス企画の他、地域イベントと連携、市庁舎内での宴会利用促進告知など実施。
- ・近隣企業や居住者向けの優待サービスカード配布を実施。
- ・Instagram発信、近隣ホテルへクーポン配布を実施。

(結果)

- ・メインターゲットとなる市庁舎への来館者等に利用促進を図り、開業以来4年連続で対前年売上比増を達成(2024年度は対2023年度売上比■%増)。
- ・記録的猛暑となった厳しい状況の中、クーポン利用枚数は対2023年度■%増となった。
- ・2023年度より13.8%の利用数が増え、リピーターの利用促進に大きな効果があった。
- ・12月上売実績は■円を記録し、月額最高売上を更新した(■%増)。
- ・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るが、更なる認知度の向上を目的に、近隣企業や周辺観光客等へのアプローチを積極的に行った。

2. 2024年度 販売促進スケジュール

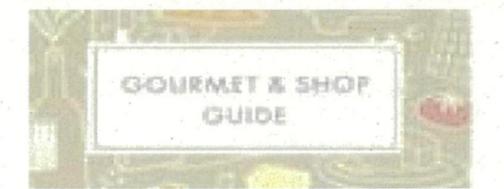
| | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 |
|--------------|--|------------------------|--|---|---|---|---|---|--------------|-------|--|----|
| 販促企画 | | | 優待サービスカード配布/優待特設WEBページ設置(市役所職員, 近隣オフィスワーカー, 近隣居住者) | | 4周年サンクスキャンペーン クーポン(紙&デジタル), ノベルティ企画 | | | | クリスマススタンプラリー | | | |
| 横浜市連携 | 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 | わくわく!こどもデー出 市民広間演奏会 | なごませマルシェ CakeShowKANAGAWA 創造都市施策20周年記念シンポジウム よこはま匠フェス プライド月間 | ミナトノアート+ パワパドロール ヨコハマ市民まち普請事業1次コンテスト 消防音楽隊ランチコンサート e-Sports大会 | わくわく!こども夏まつり出店 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 消防音楽隊ランチコンサート e-Sports大会 | 神奈川県高校生コマ大戦 eスポーツフェスタ 東京湾大感謝祭 消防ランチコンサート | 横演コクーン・スクウェア 横演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 いげはな新進作家展 | | | 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 | |
| エリア連携 | 横浜トリエンナーレ チケット割 | | | | YOKOHAMA AIR CABIN チケット割 | | 北仲フェス | | | | | |
| その他販促(外部連携等) | | SNS企画 | | SNS企画 | ウェブ広告配信 広報よこはま掲載 | SNS企画 | | SNS企画 ウェブ広告配信 広報よこはま掲載 | | SNS企画 | | |
| 市庁舎内販促 | <市イントラネット発信企画> 歓送迎パーティープラン, ギフト特集 | | | | 夏のおすすめグルメ特集 | | | | | | 歓送迎パーティープラン, ギフト特集 | |

ラクシスフロント 2024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認知度向上、利用促進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】 2024年4月から2025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（14店舗）同時掲載 【その他】 - | 【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】 22イベントに参画 【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 | 【特別優待】 優待カード付チラシ配布 | 【期間】 2024年7月から2025年3月 【内容】 期間中利用できる優待カードを近隣企業、居住者に ポスティング配布他※テナント優待19店舗 【その他】 - | 【配布】 企画開始時 █████部 (概算) 内訳 █████部 (近隣企業) █████部 (近隣居住者) 【実績】 使用回数 █████件 利用率████% 【その他】 - 【評価】 認知向上に繋がるも企画重複などの課題ありのため△評価 | △  |
| 3 | 【4th企画】 アノバーサリーキャンペーン ハルティ配布 /クーポン付チラシ配布 | 【期間】 2024年8月5日から2024年8月31日 【内容】 ①500円の共通クーポンを配布 ②先着50名 1,000円以上購入でエコ箸プレゼント 【その他】 広報よこはま中区版、ウェブ | 【配布】 企画開始時 █████部 (館内████部含む) 内訳 █████部 (近隣企業) █████部 (近隣居住者) 【実績】 紙COUPON 共通████件/個店████件 電子COUPON 共通████件/個店████件 【評価】 利用率低く企画重複などの課題ありのため×評価 | ×  |
| 4 | 【クリスマス企画】 特典付き スタンプラリー | 【期間】 2024年11月18日から2025年1月12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】 広報よこはま中区版広告による告知強化実施 | 【配布】 企画開始時 █████部 【実績】 クーポン利用 █████件 利用率████% 【その他】 - 【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. 実施内容（告知企画）※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 | 【SNS】 マイクロ インフルエンサーPR | 【期間】 2024年10月以降 計4回 【内容】 飲食店を紹介するマイクロインフルエンサーに各店の紹介を 実施 【その他】 - | 【実績】 ①映え旅けん：総リーチ数 █████ (Instagram, TikTok) ②ぱんだ：総リーチ数 █████ (Instagram, TikTok) ③しのほのめし：総リーチ数 █████ (Instagram) ④U m e：総リーチ数 █████ (Instagram) 【評価】 従来告知を行っていない層への訴求が可能となるほか、比較的 簡単に多くの閲覧に繋がるため○評価とした。 | ○  |
| 2 | 【近隣ホテル告知】 レストランガイド設置 | 【期間】 通年 【内容】 近隣ホテル 受付周辺にレストランガイドを設置 【その他】 - | 【実績】 近隣ホテル █████部 (概算) 【その他】 設置ホテル※今後設置予定含む 横浜平和プラザホテル / 東横イン横浜桜木町 相鉄フレッサイン / コンフォートホテル / マルタニホテル ルートイン横浜馬車道 / ホテルリソル横浜桜木町 【評価】 前年1施設に対し7施設に設置し認知度向上および 来館促進に繋がるため○評価とした。 | ○  |

| 3. 実施内容（コラボイベント）※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 | 【ヨコハマトリエンナーレ】 チケット割 | 【期間】 2024年3月15日から2024年6月9日 【内容】 当日鑑賞券の当日チケット（半券）提示で個店優待 サービスを実施 【その他】 - | 【配布】 企画開始時 █████部 【実績】 個店優待サービス利用 █████件 (ヒアリングによる) 【その他】 - 【評価】 期間中の回収実績は少ないものの外部企画運動により一定の認知度 向上に繋がるため△評価とした。 | △  |

ラクシス フロント 2024年度業務報告

<販売促進実施内容>

| 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 |
|----|--|--|--|--|
| 2 | 【わくわく！子どもデー】 | 【期間】 2024年5月3日から2024年5月5日 【内容】 アトリウムを中心とした市庁舎企画連動により特別販売の実施 【その他】 - | 【配布】 - (市庁舎媒体) 【実績】 特別販売会：2テナント参加 対前年比■■■■% 全店売上合計 ■■■■円 (対前年■■■■%) 【その他】 告知関連 横浜市子育て応援アプリバマトコ、広報よこはま市、公式SNS等年間を通して集客見込めるイベントに連動することで、集客および売上向上に大きく寄与するため○評価とした。 【評価】 | ○  |
| 3 | 【SENENTEEN】 'FOLLOW' THE CITY キャンペーン | 【期間】 2024年5月17日から2024年5月26日 【内容】 飲食店にてデジタルスタンプラリーの実施 物販店にて限定グッズの販売 【その他】 - | 【配布】 - (市庁舎媒体) 【実績】 限定グッズ販売実績：■■■■円 (10日間) 【その他】 - 【評価】 人気韓国アイドルグループに関連するイベントと連動することにより、売上向上に大きく寄与するため○評価とした。 | ○  |
| 4 | 【ヨコハマエアキャビン】 チケット割サービス | 【期間】 2024年6月から9月 【内容】 ヨコハマエアキャビン搭乗口前にクーポンチラシ設置 【その他】 - | 【配布】 期間計 ■■■部 (概算) 【実績】 個店優待サービス利用 ■■■件 (ヒアリングによる) 【その他】 - 【評価】 設置クーポンチラシの減りも遅く、回収率も低いため×評価とした。 | ×  |
| 5 | 【わくわく！子ども夏まつり】 | 【期間】 2024年8月10日から2024年8月11日 【内容】 アトリウムを中心とした市庁舎企画連動により特別販売の実施 【その他】 - | 【配布】 - (市庁舎媒体) 【実績】 特別販売会：2テナント参加 対前年比■■■■% 全店売上合計 ■■■■円 (対前年■■■■%) 【その他】 告知関連 横浜市子育て応援アプリバマトコ、広報よこはま市、公式SNS等年間を通してもっとも集客見込めるイベントに連動することで、集客および売上向上に大きく寄与するため○評価とした。 【評価】 | ○  |
| 6 | 【横浜マラソン】 デジタルスタンプラリー デジタルクーポン | 【期間】 2024年10月1日から2024年10月27日 【内容】 ①拠点にてスタンプ (QRコード) をゲットし当日参加賞進呈 ②デジタルクーポンにて個店優待サービス配信 | 【配布】 - (市庁舎媒体) 【実績】 ①スタンプ押下数 ■■■回 ②個店サービス利用者 ■■■名 (ヒアリングによる) 【その他】 告知関連 【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。 | △  |
| 7 | 【わくわく！子どもデー】 in横浜北仲フェス | 【期間】 2024年10月19日から2024年10月20日 【内容】 ①アトリウムを中心とした市庁舎企画連動により特別販売の実施 ②Eポートクルーズ体験のうえ対象店舗で100円以上でお菓子進呈 | 【配布】 - (市庁舎媒体) 【実績】 特別販売会：2テナント参加 対前年比■■■■% 全店売上合計 ■■■■円 (対前年■■■■%) 【その他】 告知関連 横浜市子育て応援アプリバマトコ、広報よこはま市、公式SNS等年間を通して集客見込めるイベントに連動することで、集客および売上向上に大きく寄与するため○評価とした。 【評価】 | ○  |
| 8 | 【ヨルノヨ2024】 | 【期間】 2024年12月5日から2024年12月30日 【内容】 各店1,000円以上購入で光るブレスレットプレゼント (先着30名) 【その他】 - | 【配布】 - (市庁舎媒体) 【実績】 先プレ配布数 ■■■個 【その他】 - 【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。 | △  |

4. 実施内容 (横浜市連携)

| 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 | 【イントラネット発信】 | 【期間】 通年 【内容】 各種モチベーションに応じてお勧め商品、新店紹介などを実施 【その他】 - | 【配布】 - (市庁舎媒体) 【実績】 主な配信特集 ・忘年会＆新年会 宴会プラン特集 ・おすすめお年賀ギフト特集 ・年度末送別ギフト特集 【その他】 - 【評価】 配信後の反響 (ヒアリング等) も大きく効果大きいため○評価とした。 | ○  |

II. 2025年度 ラクシス フロント 事業計画

1. 2025年度基本方針

2024年度は1年を通し販売促進、認知度向上施策、テナント新規入居など例年以上、様々な取り組みを精力的に実施した。これらを踏まえ、2025年度は実施した施策検証をもとに、効果の大きい施策を中心に原資の集中投下をしていくとともに、新規で取り組むものや継続していくものを見直し、整理したうえで実施していく。

具体的には、以下に示す「5期連続対前年売上比増の達成」「施設安全管理等に資する環境改善」「販売促進の継続強化」といった3つの施策を重点的に取り組む。なお、運営体制についても再度見直しを検討し安定した運営を強固なものとしていく。

2. 2025年度 目標計数

(単位:千円・税込)

| 業種 | 賃料収入 | | | | 【参考】売上高 | | | |
|-------|----------|----------|-------|--------|----------|----------|---|---|
| | 2025年度予算 | 2024年度実績 | 差 | 比 | 2025年度予算 | 2024年度実績 | 差 | 比 |
| 飲食 | | | | | | | | |
| 物販 | | | | | | | | |
| サービス他 | | | | | | | | |
| 合計 | 177,209 | 174,541 | 2,668 | 101.5% | | | | |

3. 具体的な取り組み

| (1) 5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 |
| ・不振店舗が存在 | ・定期的な個店販促の実施および催事展開拡大 |
| 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。対2024年度2桁減店舗に対し月1回を目安とした個店販促の実施を促し鮮度向上と利用機会の拡大を図る。 |
| 目標 | 年間を通して対2024年度売上2桁減店舗件数0件 |
| ・大規模イベント開催時の連携が不足している | ・イベント開催時における施設施策連動 |
| 具体的施策 | 横浜市主催の大規模イベント開催時に訪れる集客を誘因するべく以下3企画時に施設連動企画を実施 5月：子供の日企画 8月：夏休み企画 10月：北仲フェス（ハロウィン） |
| 目標 | 連動企画実施に伴う対2024年度売上10%増 |
| ・売上集中時間帯における最大化が図れていない | ・売上集中時間帯前後の誘因施策の実施 |
| 具体的施策 | 当該施設は平日12時から13時がもっとも集客・売上ともに確保できるコアタイムとなる ①事前注文サービス告知拡大に伴う認知度向上 ②コアタイム前後のサービス付与による利用機会拡充 この2施策実施によりランチタイムにおける売上最大化を図る。 |
| 目標 | ランチタイム（11時から14時）における対2024年度売上10%増 |
| ・ディナータイムの売上対策が充実していない | ・ディナータイムにおける集客拡大施策を実施 |
| 具体的施策 | 土日の売上確保は安定してきたものの夜の需要が継続して低いことから、周年企画連動による夜限定スタンプラリーを新規で実施し、スケールメリットを創出したうえで利用機会や利用頻度向上を図る。 |
| 目標 | ディナータイム（17時からラスト）における対2024年度売上10%増※2階重飲食店舗 |

(2) 施設安全管理等に資する環境改善

| 達成に向けての課題 | 課題解決に向けた方針 |
|-----------------------|--|
| ・店舗従事者の施設利用の理解不足が見られる | ・全従業員への周知および勉強会の実施 |
| 具体的施策 | 店舗が新規入居し5年目を迎えるタイミングで、共用部の取扱いや事例を議題にした勉強会を定期開催し、管理体制や注意箇所などを再度周知していくことで物損事案の減少を図る。 |
| 目標 | 物損事案件数0件 ※四半期（6月、9月、12月、3月）ごとに開催 |
| ・脱炭素に関する先進的な取組が少ない | ・市の指針に基づいた協力体制の構築 |
| 具体的施策 | 横浜市の重点取組みの一つである脱炭素化に向け、市庁舎内関係部署と連携し入居店舗（企業）や施設従事者に対し重要性を理解し率先して取り組める仕組みづくりを構築していく。 |
| 目標 | 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 |
| ・築年数経過に伴い害虫対策が必要 | ・建物管理会社連携による対策を実施 |
| 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が、施設管理者として以下2点に取り組む。 ①衛生検査実施後の改善対策の実施 ②害虫を寄せ付けない対策 |
| 目標 | 協力店舗拡大と継続した対策の実施 |

(3) 販売促進の継続強化

| 達成に向けての課題 | 課題解決に向けた方針 |
|---------------------|---|
| ・企画拡充により施策を整理する必要あり | ・実績、効果の高かった施策中心とした実施 |
| 具体的施策 | 5周年という節目の年にちなんだ企画を連動させ統一感を持たせることで、利用者にとっても店舗にとってもわかりやすい企画として販売促進効果を高める。 |

【主力企画】

| NO | 企画 | 主な戦略ターゲット |
|----|----------------------------------|-----------|
| 1 | 【見直し/継続】 アトリウム参加者向けクーポン付チラシ配布 | ③⑥ |
| 2 | 【見直し/継続】 アニバーサリー企画（仮称） | ③④⑤⑥ |
| 3 | 【継続】 わくわく！こどもイベント（GW・夏まつり・ハロウィン） | ⑤⑥ |
| 4 | 【継続】 クリスマススタンプラリー（仮称） | ③④⑤⑥ |
| 5 | 【継続】 ヨルノヨコライベント | ①④⑤⑥ |
| 6 | 【新規】 ██████████ | ②③④⑥ |
| 7 | 【新規】 Instagramアカウント開設運用 | ②③⑤⑥⑦ |
| 8 | 【強化/継続】 インフルエンサー企画 | ②③⑤⑥⑦ |
| 9 | 【強化/新規】 HP特集記事ページ開設（既存HP内） | ②③⑤⑦ |
| 10 | 【継続】 近隣ホテルへフロアガイド設置 | ②④⑤ |

<主な戦略ターゲット>

- ①来庁者 ②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

1. 店舗売上・賃料計画

(単位：千円・税込)

| 店名 | 分類 | 面積 (坪) | 売上高 | | | | 月坪効率 | | 賃料収入 | | | | | |
|------------------|------|-----------|----------|----------|---------|---------|---------|----------|----------|---|-------|---|--|--|
| | | | 2025年度予算 | 2024年度実績 | 比 | 開業時予算 | 比 | 2025年度予算 | 2024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 | | | | | | | | | | | | |
| もともちユニオンフードホール | 飲食 | 201.57 | | | | | | | | | | | | |
| (もともちユニオン) | 飲食 | 35.51 | | | | | | | | | | | | |
| (横浜市場食堂) | 飲食 | 33.74 | | | | | | | | | | | | |
| (ビストロ る・ばん マンジェ) | 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 | | | | | | | | | | | | |
| (Le mitron) | 飲食 | 7.87 | | | | | | | | | | | | |
| 薬マツモトキヨシ | 物販 | 36.78 | | | | | | | | | | | | |
| セブン-イレブン | その他 | 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 | | | | | | | | | | | | |
| (2F-9区画) | 物販 | 19.57 | | | | | | | | | | | | |
| キャシーママ横浜 | 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 | その他 | 49.17 | | | | | | | | | | | | |
| 合計 | | 800.59 | | | | | | | | | | | | |
| 自動販売機 | サービス | 1.63 | | | | | | | | | | | | |
| ろうきんATM | サービス | 0.78 | | | | | | | | | | | | |
| 証明写真機 | サービス | 0.78 | | | | | | | | | | | | |
| 充レンスタンド | サービス | 0.78 | | | | | | | | | | | | |
| 総合計 | | 804.57 | | | | | | | | | | | | |
| 総合計 | | | 168,369 | 8,664 | 177,209 | 164,446 | 107.8% | 189,284 | 93.6% | | | | | |
| | | | 倉庫使用料 | 556 | 598 | 93.0% | 660 | 84.2% | | | | | | |
| | | | 更衣室使用料 | 950 | 1,059 | 89.7% | 660 | 144.0% | | | | | | |
| | | | その他 | 0 | 0 | - | 0 | - | | | | | | |
| | | | 総収入 | 178,716 | 166,103 | 107.6% | 190,604 | 93.8% | | | | | | |

【データ-1】業種別2024年度比較

(単位：千円・税込)

| 業種 | 売上高 | | | 賃料収入 | | | 記事 |
|------|----------|----------|---|----------|----------|--------|----|
| | 2025年度予算 | 2024年度実績 | 比 | 2025年度予算 | 2024年度実績 | 比 | |
| 飲食 | | | | | | | |
| 物販 | | | | | | | |
| サービス | | | | | | | |
| その他 | | | | | | | |
| 計 | | | | 177,209 | 164,446 | 107.8% | |

【データ-2】テナント入替等影響

(単位：千円・税込)

| 区画 | 面積 (坪) | 影響要因 | 2025年度影響 | |
|------|-----------|---------------|----------|----|
| | | | 売上 | 賃料 |
| 2F-9 | 19.57 | 催事(新規テナントの導入) | | |
| 合計 | | | | |

【データ-3】その他の与件

【2024年度】

- ・(FH-3区画)
2024年4月~11月上旬 シュマッツ ピア スタンド
2024年11月下旬~2025年3月 ビストロ る・ばん マンジェ
- ・(2F-1区画)
2024年4月 Universal Dining ONE
2024年12月~2025年3月 シュラスコ&ピアレストラン アレグリア
- ・(2F-9区画)
2024年4月~11月上旬 社食DELI(催事弁当販売)
2024年11月中旬~2025年3月 スタック(催事雑貨)

【2025年度】(予定)

- ・(営業日数)
法定設備点検による休館日数(2日)
年末年始営業日については今後協議の上決定

【参考-2】 2025年度 販売促進計画

1. 2025年度販売促進の方針

- ・年間を通じてアトリウムイベント参加者へ向けたクーポンの配布により来庁者を中心とした利用を促進する。
- ・施設認知度の向上と新規顧客の獲得強化施策として、Instagram等のSNSを配信し、販促情報やショップニュース等の情報を定期的に発信する。
- ・XXXXXXXXXXことにより、既存顧客への感謝を示すとともに新規顧客の誘致を目指す。
- ・飲食店における夕方以降の売上増加施策として、新規でXXXXXXXXXXを開催し新規顧客の囲い込みおよび継続利用に関する需要喚起に繋げる。
- ・横浜市関連イベントや地域イベントとの積極連携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. 2025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① 販促企画 | アトリウムイベント参加者向けクーポン(上期) | | プライド月間キャンペーン | | | | | | | | | | 通期展開 |
| | わくわくこどもデー出店 | | | | | | | | | | | | |
| 横浜市連携 | ＜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 |
| 戦略ターゲット② エリア連携 広域発信 | | | | | | | | | | | | | 通期展開 |
| | Instagramアカウント開設運用 | | | | | | | | | | | | 通期展開 |
| | インフルエンサー企画 | | | | | | | | | | | | 通期展開 |
| | 近隣ホテルへフロアガイド設置 | | | | | | | | | | | | 通期展開 |
| 市庁舎内販促 | テイクアウト・デリバリーメニュー | | | | | | | | | | | | 通期展開 |
| | ＜市イントラネット発信企画＞ | | | | | | | | | | | | 通期展開 |
| その他 | 館内サイン設置協議 | | | | | | | | | | | | 通期展開 |

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。

（担当事務）

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。