

令和2年度 第7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	<p>新型コロナウイルス感染症拡大防止のため次のとおり開催</p> <p>○令和2年4月6日（月）～5月11日（月） 各委員への持ち回り説明、開業後業務計画の審議、各委員からの意見のとりまとめ及び各委員への確認、意見聴取、各委員からの意見に対する考え方の整理</p> <p>○令和2年5月12日（火）～6月5日（金） 全委員へ各委員の意見と意見に対する考え方を共有、意見聴取</p> <p>○令和2年6月8日（月）～24日（水） 開業後業務計画の承諾の再確認、委員からの意見と意見に対する考え方の最終確認</p>
開催場所	<p>新型コロナウイルス感染症拡大防止のため次のとおり実施</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・各委員への持ち回り説明及び審議は委員の事務所等で個別に実施</li> <li>・意見のとりまとめ・最終確認等は紙面によって実施</li> </ul>
出席者	三村 優美子委員長、池田 陽子委員、石川 清貴委員、大久保 千行委員、長尾 ゆき子委員、足立 慎一郎委員
欠席者	—
開催形態	非公開
議 題	<p>1 テナント募集活動の結果の報告</p> <p>2 開業後業務計画の審議</p>
決定事項	2 開業後業務計画について、承諾された。
議 事	<p><b>【会議の公開・非公開についての確認】</b></p> <p>議題1「テナント募集活動の結果の報告」、議題2「開業後業務計画の審議」は、事業者の商業施設運営に係るノウハウ等を含むため、それらを公開することで事業者の権利利益等を害する恐れがあると考えられ、このような議題については非公開とすることを、第1回の会議で決定していることを確認</p> <p><b>【委員からの意見と意見に対する考え方】</b></p> <p>別紙のとおり</p>
資 料	<p>(1) リーシング進捗図面</p> <p>(2) 開業後業務計画</p> <p>(3) 確定テナントリスト</p>

主な意見	商業施設運営事業者の考え
<b>【議題1】テナント募集活動の結果の報告</b>	
市役所の職員は予定通り移転してくると聞いているし、とにかく（商業施設開業に当たっての）最初の一步なので、京急に持っているノウハウを存分に使ってもらって今回の苦しい状況乗り越えてもらいたい。	（新型コロナウイルス感染症拡大の）この苦しい環境下でありながら、引き続き開業に向け準備を進めているテナントに寄り添い、にぎわいや活力の創出、市民の方々や市職員の方々の利便性向上を掲げた施設開業を迎えられるよう、尽力してまいります。
当初の提案通りブックカフェが実現できたことはよかったが、2階のカルチャーゾーン全体としてみると、コンセプトが見えにくくなっている。	開業後は各店舗の特色を打ち出しつつ、「新しい横浜」の発信拠点としての取り組みを各店舗へ促し、業態が異なりながらもコンセプトの統一を目指してまいります。
最近には食に興味を持つ人が多く、食べるのが好きだから、WELLNESSのコンセプトは支持されるのではないと思う。	—
新市庁舎ができたことで桜木町と馬車道の距離が一気に縮まった感じがする。近くなったようなイメージが出てきた。	—
開業後半年くらいで運営状況が変わってくるテナントも出てくる（撤退したい、場所を広げたいなど）可能性もある。	—
当初想定していた各フロアの条件から大きく逸脱することなくリーシングが進んだことを確認できた。	—
モバイルバッテリーのレンタルサービスは観光客や仕事をしている人にとってはありがたいサービスだと思う。	—
<b>【議題2】開業後業務計画の審議</b>	
<b>○全体</b>	
事業計画については、提案時から抜本的にコンセプトが変わったということはないということが確認できた。	—
想定賃料総額は、提案時の水準を確保する形となっているが、コロナの影響により、今後下振れするリスクがあると思われるため、引き続き要留意。	先行きが不透明な中、テナント側には継続してモチベーション維持を図ってもらえ、テナント本部、現場双方へのヒアリングを密に行い、課題、改善に向け迅速に対応できるよう、運営事業者としての体制も整えてまいります。
市の職員にもより積極的に利用してもらおうよう促す仕組みづくりも必要	テイクアウトの充実、体制強化に加え、市役所内でのランチシフトに対応すべく、ピーク時間外利用でのサービス付与をテナントへ検討依頼しております。また、一部テナントにおいては、独自のサービスも検討していることから、引き続き情報収集に努め、市職員の方々に開示、提供してまいります。
市役所とセットのプロジェクトなのでぜひ一体で盛り上げてほしい。	横浜市はもとより、アトリウム運営事業者等、関係各所との情報共有を随時行い、市民の方々に開かれたパブリックスペースとして、一体となり盛り上げていきたいと考えております。
京急には当初の熱意をずっと持ち続けてもらって横浜の鉄道会社として頑張ってもらいたい。	「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）」というコンセプトを引き続き念頭に置きながら、港町・横浜という歴史あるコンテンツににぎわいと利便性を加え、魅力ある商業施設をつくってまいります。
土日などの集客は課題と思うので、イベント企画などテナント支援を充実させてほしい。	出店テナントが集客強化面として総じて求めている、アトリウム開催イベントとの連携を積極的に図るとともに、個々のテナントでのワークショップや各種イベント企画を集約し、ホームページを中心に情報提供を行ってまいります。
あまり京急電鉄の色を強く出すぎないように。	市役所という特性、市民の憩いの場というシチュエーションを常に念頭に置いた販促展開等を心がけてまいります。
事故やトラブル等の緊急情報は、京急と市で迅速かつ密に情報共有を図ってもらいたい。	横浜市との直接の情報共有はもとより、建物管理会社中心とした関係各所との連携も密に図り、迅速に対応してまいります。
<b>○支払方法・仕組み関連</b>	
消費者は皆多様な形態で支払うのでQRコードの活用も必須	テナントへの貸与端末においては、マイナポイント事業が開始される2020年9月頃よりコード決済対応（1次元バーコードのみ、QRコード未対応）が可能となります。対応可能コード決済サービス：ALIPAY、LINE Pay、メルペイ、d払い、PayPay、楽天ペイ、au PAY
京急のポイントだけでは使用できる範囲が限られているのではないかな。	京急プレミアポイントは、京急百貨店、ウィング、京急ストアなど京急沿線中心に展開する流通施設や、葉山マリナなどのレジャー施設のほか、羽田空港、横浜ボルタなど様々な施設、店舗（45社235施設）が加盟しているポイントサービスであり、会員数は約89.6万人（2020年3月末時点）です。たまったポイントは、京急プレミアポイント券に交換し、京急プレミアポイント加盟店において金券としてご利用いただくことができるほか、ANAマイルとの相互交換も可能となっております。京急沿線にお住まいで日頃より沿線施設をご利用いただいている市民の方々、市職員の方々中心に、市役所への来庁時、ご勤務時にご利用いただくきっかけとなればと思っております。
中核テナントを中心としたテナント運用と共通したキャッシュレスの仕組みづくりが重要になってくると思う。	当該施設のキーコンテンツである「フードホール」「ブック&カフェ」「スペシャリティレストラン」を軸とした運営や販促展開は、永続的に実施してまいります。キャッシュレスについては、テナント貸与端末にて決済可能なクレジットカード、電子マネー、銀聯カードはもちろん、2020年9月以降には一部バーコード決済を可能とすることで、来庁者および市職員の方々の利便性をさらに高めてまいります。テナント貸与端末において利用可能な交通系ICは、Suica、PASMO中心とした主要カードを網羅しており、さらに電子マネーではEdy、iD、WAON、nanaco、QUICPayがご利用いただけます。
交通系ICカードは便利（一番使いやすい）なので利用できるようにしてほしい。	テナント貸与端末において利用可能な交通系ICは、Suica、PASMO中心とした主要カードを網羅しており、さらに電子マネーではEdy、iD、WAON、nanaco、QUICPayがご利用いただけます。
市民（利用者）にとってキャッシュレスは楽。市役所の中の商業施設はキャッシュレスで楽と思ってもらえるような仕組みを作ってほしい。	テナント貸与端末において利用可能な交通系ICは、Suica、PASMO中心とした主要カードを網羅しており、さらに電子マネーではEdy、iD、WAON、nanaco、QUICPayがご利用いただけます。
特定の店が個別のカードで顧客を抱え込む時代ではなくってきている。あくまでも市役所のユニバーサルな空間であることを忘れないように。	ハウスカードの活用法として、特に当該施設においては、顧客属性の分析ツールとして活用し考えております。単に買上金額に応じて優遇策を講じるというよりは、施設全体、そしてテナント毎の利用頻度や年齢層、居住地域等を分析し、各テナントの立位置から課題（「強み」「弱み」）を抽出のうえ、ヒアリングに活かし、継続して「よい施設」「よい店舗」づくりを目指すツールとして活用してまいります。
<b>○広報・販促関連</b>	
交通広告等の対象を広くすべき。京急沿線のみにとどまらずもう少し範囲（東急線、相鉄線、JR線、地下鉄など）を広げてほしい。	開業宣伝における交通広告については、最寄り駅を中心とした展開にしている予定です。現状では、JR桜木町駅改札内外、みなどみらい線馬車道駅改札内外をメインに計画し、当社線としては横浜駅および車内中吊りにてフォローしてまいります。
販促には、例えばテーブルナブキンにロゴを入れるなど工夫してもらいたい。	各テナントでの日常的な備用品においては、各テナントのオリジナリティを出していただきながら、歳時記中心とした施設全体、またはカテゴリーごとの販促展開時には、共通のアテンションツールやノベルティ等を制作し、施設としての一体感とスケールメリットを創出してまいります。

○新型コロナウイルス感染症拡大防止関連	
<p>今回のコロナ禍は、誰にも想定できなかった影響の極めて甚大な不可抗力リスクに該当すると思料。今後の動向によっては、市-マスターレッサー-エンドテナントの関係者間で、相互に誠意をもってより柔軟な契約協議を行うなど、良い形でプロジェクトを継続できるようにつとめて頂きたい。</p>	<p>先行きが不透明な中、テナント側には継続してモチベーション維持を図ってもらえ、テナント本部、現場双方へのヒアリングを密に行い、課題、改善に向け迅速に対応できるよう、運営事業者としての体制も整えてまいります。こうしたヒアリング体制強化とともに、テナントから吸い上げた状況や要望等を横浜市と随時共有のうえ、テナントがいかにか心地よい環境下で営業継続できるかを常に模索してまいります。</p>
<p>昨今の新型コロナウイルス感染症の拡大防止の観点から、今後、飲食店ではテイクアウト体制の強化も検討していくことも必要になってくると思う。</p>	<p>もともと、6,000名以上の市職員のランチ需要を満たすべく、フードホール中心とした飲食店舗にはテイクアウトの充実を促しており、さらに現環境下での状況はテナント側も十分理解していることから、運営事業者としても引き続き強化に向け動いてまいります。</p>
<p>今回の新型コロナウイルス感染症の拡大を受けて、3密対策の一環として、テイクアウトの強化も図っていくべき。</p>	
<p>コロナ禍の影響で、バスの料金が今後どうなっていくのか、不安な部分はあるが、まずは可能な形での開業が大切である。その後の課題について、現時点ではなかなか見通せないが、今回のマスターリース契約の利点を柔軟に生かして、迅速かつ適切に対応して欲しい。</p>	<p>コロナ影響の収束が見通せない状況下ではありますが、各出店者の経済面にできる限りの配慮を行い、全店舗の早期開業を目指して参ります。</p>

# 第7回横浜市市庁舎商業施設運営事業者選定評価委員会 議事次第

## 1 議題

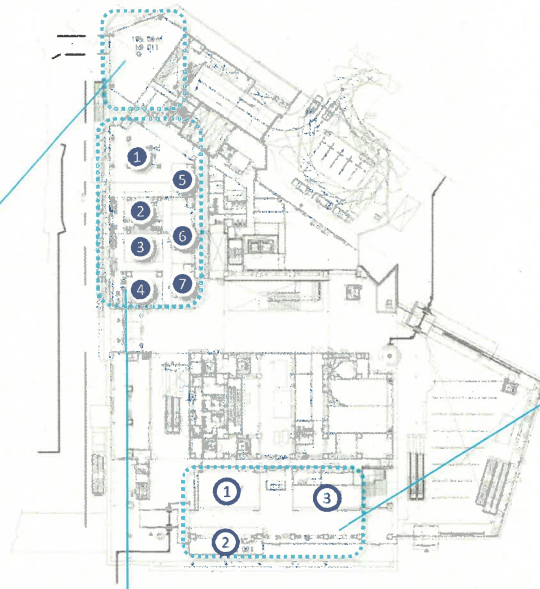
- (1) テナント募集活動の結果報告
- (2) 開業後業務計画
- (3) その他

## 2 配付資料

- (1) 次第
- (2) 資料1 リーシング進捗図面
- (3) 資料2 開業後業務計画
- (4) 資料3 確定テナントリスト



## 1st Floor



### 1Fスペシャルティ【1F-1】

(想定面積：58.76坪)

業種	テナント名
カフェ	スターバックスコーヒー

### ■ビジネスサポート

①ドラッグストア 【1F-6】 (想定面積：36.78坪)

業種	テナント名
ドラッグストア	マツモトキヨシ

②コンビニエンスストア 【1F-7】 (想定面積：27.11坪)

業種	テナント名
コンビニ	セブン-イレブン

③サービス 【1F-8】 (想定面積：24.07坪)

業種	テナント名
クイックカット	QBハウス

### ■フードホール【1F-2・3・4・5】

① デリ (想定面積：35.51坪)

業種	テナント名
デリ	もともちユニオン

② 洋食・和食 (想定面積：33.74坪)

業種	テナント名
洋食・和食	横浜市場食堂

③ パル (想定面積：17.98坪)

業種	テナント名
ピアスタンド	シュマッツ・ピア ・スタンド

④ ハンバーガー (想定面積：25.27坪)

業種	テナント名
ハンバーガー ・サラダボウル	フレッシュネスバーガー

⑤ ラーメン (想定面積：13.27坪)

業種	テナント名
中華そば	横浜中華そば 維新商店

⑥ おむすび (想定面積：14.79坪)

業種	テナント名
おむすび	おむすび Shibaraku

⑦ ベーカリー (想定面積：7.87坪)

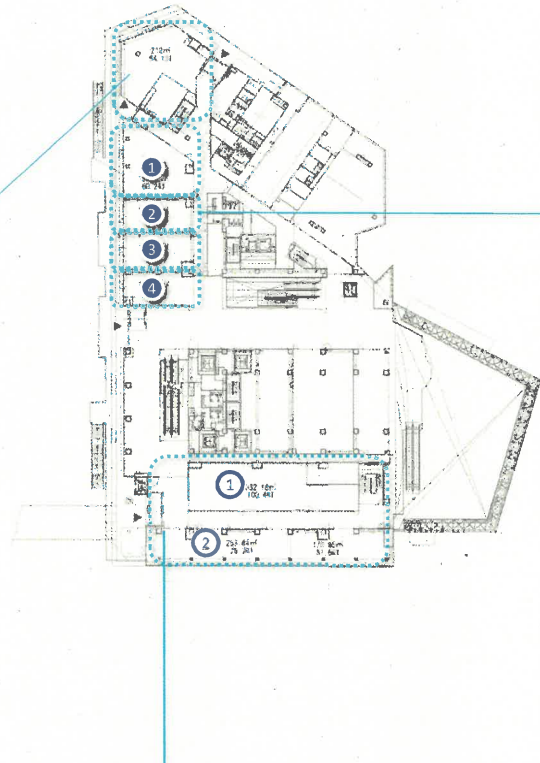
業種	テナント名
ベーカリー	Le mitron

※今後、店舗プランの調整などによって、変更になることがあります。





## 2nd Floor



### ■2Fスペシャルティ [2F-1]

(想定面積：64.37坪)

業種	テナント名
フレンチ	Universal Dining ONE

### ■レストラン

① イタリアン [2F-2] (想定面積：59.67坪)

業種	テナント名
イタリアン	LITORANEO

② 和風創作料理 [2F-3] (想定面積：34.86坪)

業種	テナント名
和風創作料理	TSUBAKI食堂

③ 中華 [2F-4] (想定面積：38.38坪)

業種	テナント名
四川料理	成都 陳麻婆豆腐

④ 和食 [2F-5] (想定面積：31.09坪)

業種	テナント名
そば・和食	海風亭

### ■ブック&カフェ [2F-6・7・9・10・11]

① 物販・サービス他 (想定面積：99.81坪)

業種	テナント名
和雑貨	SUI
和菓子・珍味	お菓子の太子堂
土産	ヨコハマメモリーズ

② 書店 (想定面積：74.87坪)

業種	テナント名
ブック&カフェ	HAMARU (丸善)

※今後、店舗プランの調整などによって、変更になることがあります。

# 開業後業務計画

## <コンセプト・MDプラン>

Yokohama  
New City Hall  
Commercial  
Function

### 市民とつながる市庁舎づくりにより、横浜市民共有の財産として活用します。

市民の活動を支える新たな空間として開放します。横浜らしい活動の拠点として活発に使っていただきながら、来訪者のつながりを生み出していく——そんな付加価値を提供するパブリックスペースを目指します。

商業施設運営条例第3条 (基本方針)

みなとみらい21地区、臨海地区等の拠点に位置し、水辺にもつながる立地の特性を生かし、新たなにぎわいの創出および都心臨海部全体の活性化に資すること。

横浜の歴史、文化等の特色を大切に、横浜らしさを表す施設となること。

市庁舎に併設するのにふさわしい施設とすること。

市庁舎および市庁舎商業施設への来訪者、職員等の利便に資する施設とすること。

目指していく機能

#### LOCATION MERIT

水辺や都市の結節点などの立地を最大限生かし施設全体の環境に寄与する機能

水辺の環境を生かした「魅力的な生活」を提案する商業機能

低層部が一体で行う、人々が乗る仕組みづくり

#### NETWORK

横浜の街をつなげて新たなネットワークを創出する機能

「人と人とのつながり」を深めるソーシャル機能

「周辺イベントとの連動」や各種ワークショップにてにぎわいを波及させる軸づくり

#### TRANSMISSION

横浜ならではの文化や歴史を伝える発信拠点機能

横浜・神奈川が育んだグルメをはじめ、地産地消を意識した飲食ゾーン

横浜の文化や歴史が集積した横浜発の発信機能

#### LIFE SUPPORT

毎日のライフスタイルににぎわいを創出する生活インフラの機能

シーンやポリシー、体質に合わせて様々な利用スタイルが可能な食機能

「市民生活の舞台」として、人、自然、街につながる空間

#### BUSINESS SUPPORT

誰にとっても便利なビジネスサポートの機能

働く人をはじめ、周辺で生活する人に密着した利便機能

市職員へ向けたサービスで、充実したビジネスライフをサポート

#### 社会インフラ企業として

鉄道という社会インフラを担う企業として、多様な機能を提供しながら、地域とのつながりを強め、活性化に寄与してきました。市庁舎においても、横浜のブランディング、街づくりに貢献していきます。



交通ネットワーク

KEIKYU

京急ストア

沿線住民・利用者

京急電鉄

Union

生活利便機能

安全・安心、広域からの信頼  
ブランド力、編集力  
エリアに持つ拠点、地域連携力

PORTA  
KEIKYU  
Wing

#### 横浜市民として

京急グループは、2019年秋に横浜へ本社を移転し、横浜市民の一員となりました。行政・企業・市民など、横浜市民とのつながりを一層深めながら、横浜のさらなる発展に寄与していきます。



CONCEPT



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

小規模施設における  
機能特化した  
魅力づくり



# 開業後業務計画 ＜コンセプト・MDプラン＞

Yokohama  
New City Hall  
Commercial  
Function

## 歴史あるコンテンツににぎわいと利便性を加え、魅力ある施設をつくります。

横浜市民お気に入りのブランドに加え、これまで横浜になかったブランドやここで初めて生まれる新業態のブランドを中心に、「プレミアム・パブリック」にふさわしいコンテンツを用意いたします。この場所の特別な魅力を横浜の方たちとつくり上げていきます。



**LOCATION MERIT**  
水辺環境という希少な空間を活かし、今まで市庁舎へ訪れる機会がなかった人々も、日常的に訪れ憩える場づくりを行っていきます。世界に先駆けて、新しいパブリックのあり方として、市民に解しまれる開かれた市庁舎を目指します。

**NETWORK**  
横浜市内各所や周辺にて開催される、魅力的なイベントの故々と連動した企画を、市庁舎でも開催します。イベント来場者に向けて、利便性や、ここだけの特別なコンテンツを提供するのはもちろん、個店ごとのワークショップや参加型企画なども提案し、市民の人々の繋がりを生み出します。

**TRANSMISSION**  
歴史ある港町・横浜の伝統や文化を受け継ぎながら、現在の横浜が生んだ食や文化も積極的に発信する拠点となります。食ゾーンでは横浜発のグルメも幅広く展開し、カルチャーゾーンでは、横浜に関する刊行物や雑貨、銘菓等を豊富に取り揃え、楽しく寛げる空間を創出していきます。

**LIFE SUPPORT**  
新市庁舎は、夜間や土日も横浜市民の暮らしをサポートし、次世代の公共施設として、幅広い使われ方が可能となる市庁舎を目指します。あらゆるシーンやヴィーガン・アレルギーにまで対応する飲食機能や、気分転換にもビジネスシーンにも利用できるブック&カフェ等が、横浜らしい豊かなライフスタイルを実感できる機会を提供します。

**BUSINESS SUPPORT**  
ここで働く方の利便性を考え、サポート機能を有する利便性の高いテナントを配置いたします。また店舗によっては、市役所職員に向けたサービスも提供し、横浜市職員として働く充実したビジネスライフをサポートいたします。

## 世界に先駆け、市民に開かれた多様性のある、新たなパブリック空間を創出します。



**CULTURE**

横浜の文化や歴史を発信する新たな拠点となり、若者から高齢者まで市民がそれぞれのスタイルで憩えるブック&カフェを展開いたします。横浜発祥の書店である「丸善」が、今までにない新たなスタイルのブック&カフェで、来庁者を迎え入れます。また、横浜に関連する書籍や雑貨もセレクトし取り扱いいたします。

**FOODHALL**

当社のグループ企業「もたちユニオン」によるフードホールが新市庁舎で初登場します。横浜で育まれてきた名店をはじめ、横浜初出店・新業態となる特別なブランドをここで展開します。それらの店が横浜でさらに愛されるブランドとなるよう進化させていきます。

**WELLNESS**

安全・安心な横浜市・神奈川県のご当地食材を使用し、横浜市民の健康を食からサポートします。また、朝食対応の店舗も複数導入し、朝から健康的で活発なライフスタイルを来庁者や、市役所職員に提案します。



# 開業後業務計画

## <業種ゾーニング>

Yokohama  
New City Hall  
Commercial  
Function

### 立地を生かした企画とゾーニングで、ウォーターフロントの魅力を活かします。

「港湾都市」横浜らしい水際のデザインに合わせたゾーニングを機能的に配置します。各ブロックにふさわしい業態をまとめながら、それぞれに新しい試みを付加した企画を展開いたします。

#### SPECIALTY

#### 当施設のシンボルとなる“スペシャリティ”

外部に対して開放的で親近感のあるカフェ機能を導入し、市民の皆様へ訪れやすい市庁舎イメージを発信します。



#### FOOD HALL

#### 横浜のオリジナリティが感じられる“フードホール”

市庁舎の就業者の方のランチニーズや、ちょっとした時間でのクイックな食事対応にぴったりの業態です。自由度の高い業態で構成しているため、テイクアウトして親水空間で食事していただくなど、柔軟な利用スタイルが可能です。



## 1st Floor



親水空間を積極的に活用していただけるように、テラス席も設置し、テイクアウトしやすい業態を配置いたしました。

外部からの視認性が良く入りやすい場所。一般のお客様も使いやすいよう、利便性の高いテナントを導入します。

メイン動線に面しており、アクセスしやすいゾーン。朝食営業の店舗を導入し、朝もクイックに立ち寄れる場所にします。

アトリウムからのアクセスが良いため、利便性が高い業態を配置します。

#### BUSINESS SUPPORT

#### 周辺にも利便性を付与する“ビジネスサポート”

就業者の利便性に大きく貢献するコンビニエンスストア、ドラッグストア、ヘアカットを配置いたします。来訪者の方や周辺の方にとっても、気軽に使えるニーズが高い業種で利便性を付与できる施設となります。



#### SPECIALTY

#### 施設の上質感を象徴する“スペシャリティ”

結婚式の二次会等でも活用できる特別な空間でありながら、ウィーガン対応も行うユニバーサルレストランを導入します。

ONE

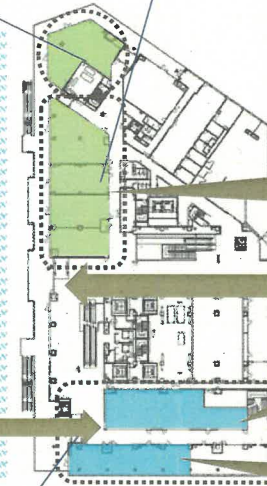
#### RESTAURANTS

#### テラスと一体となった“レストラン・ゾーン”

親水空間をテラスから望む、みなとみらいの美しい借景を生かせるポジション。日常的にも、また宴会でも利用できるカジュアルな飲食店舗に出店いただき、様々なシーンで来庁者の方々をお迎えします。



## 2nd Floor



各テナントにはテラス席の使用をすすめ、みなとみらいエリアの美しい借景を望めるエリアで、特別なひとときを演出します。

桜木町駅からのメインエントランス。市庁舎を「情報発信力」のある落ち着いた文化的空間と印象付け、次世代の庁舎であることをPRします。

宴会需要にも対応可能な飲食店舗の集積により、1Fのフードホールと使い分けが可能な利便性の高いゾーンを形成します。

横浜発の銘菓や雑貨を展覧したり、ここだけのワークショップを行ったりと、来庁の記念になるコンテンツを提供します。

厳選された書籍を楽しみながらくつろげる上質なカフェ空間で、ゆったりとした時間を提供します。

#### CULTURE

#### 横浜の歴史を継ぎ新しい文化も発信する“カルチャーゾーン”

楽しいで活気のあるエンタランスの演出を行います。ブック&カフェや横浜グッズを取り扱うショップの展開で、商業ゾーンの中でも人混まりとにぎわいのある空間をつくり、横浜カルチャーの発信を行います。





# 施設運営について

## <事業実施体制等>

Yokohama  
New City Hall  
Commercial  
Function

### 施設規模に合致した巡回型管理と本社体制で円滑な運営を実現します。

商業施設としては小規模のため、規模に合致した巡回型管理を実施します。加えて、2019年秋より新高島に移転した京急電鉄本社に、市庁舎管理担当者が在社するため、トラブルの際は迅速に対応することが可能です。

#### 運営基本体制

施設規模に合致した巡回型管理を実施

本社近接による確かな管理体制

コストパフォーマンスを最適化

既存施設管理ノウハウの活用

- ◆施設規模に合致した巡回型管理を実施します。その他、必要に応じて臨時巡回を行い、開業時はもちろん、販促実施時や来庁者増加が見込まれる際には、半日および終日常駐も行います。
- ◆売上預り金方式を採用し、売上集計を行います。また、釣銭保管用金庫を設置し、レジ内における現金管理を行います。そのため、売上金管理のリスクは生じません。
- ◆店舗には、毎日の閉店時に防火確認簿の作成を義務付け、火器類の閉鎖、電気の消灯、施錠確認等を行います。

#### 事故やトラブル等緊急時における対応方法

- ◆店舗内におけるトラブルの一次対応は店舗にて行います。
- ◆二次対応以降または施設全体にかかわる事項は、店舗または建物管理会社からの連絡を受け、本社(新高島)に在籍する担当者が現場に向かい対応します。(※平日10:00-18:00は原則即対応、土休日および夜間も随時対応)
- ◆店舗にて発生した事故やトラブルは、内容や対処等を記載した報告書の商業運営者への提出を、店舗に義務付けます。
- ◆店舗へは、店舗責任者、緊急時連絡責任者を届けるよう義務付け、夜間に店舗内で事故が発生した際なども、建物管理会社もしくは商業運営者が対応します。
- ◆迷子、遺失物、火災、災害、犯罪等発生の際は、建物管理会社との連携を図ります。
- ◆店舗区画に隣接する共用部などの清掃、器具故障などの設備は建物管理会社へ即時連絡のうえ、迅速に対応します。



#### お客様対応

- ◆お客様からクレームがあった場合、原則的に店舗側にて対応し、二次対応以降が必要な場合、または施設全体に関わる事項は店舗から運営側に連絡のうえ、至急対応します。
- ◆京急プレミアポイントカードを導入します。
- ◆クレジットカード、各種電子マネーでの決済が可能なシステムを導入します。



#### 保健衛生、防災への対応

- ◆施設全体、各店舗それぞれ防火・防災管理者を選任します。
- ◆消防計画に基づき、共同防火管理協議会と自衛消防組織への加入、および防災訓練への参加を行います。
- ◆飲食および食物販売店を対象に、食品衛生検査制度を導入します。検便、手指検査、厨房検査、および年1回の衛生セミナーを実施し、食品衛生への意識向上を目指します。



#### テナント協議会の運営方針

- ◆テナントの店長クラスを集めた協議会を行います(月1回程度)。また、3月開催時には、年度末として年間総括や次年度の目標設定を行います。
- ◆協議会では、毎月の営業報告や連絡事項確認等を行います。なお、建物管理会社にも同席してもらい、建物としての安全、安心の観点から報告、連絡事項を共有します。



# 施設運営について

## <空室・賃料滞納等のリスク対応>

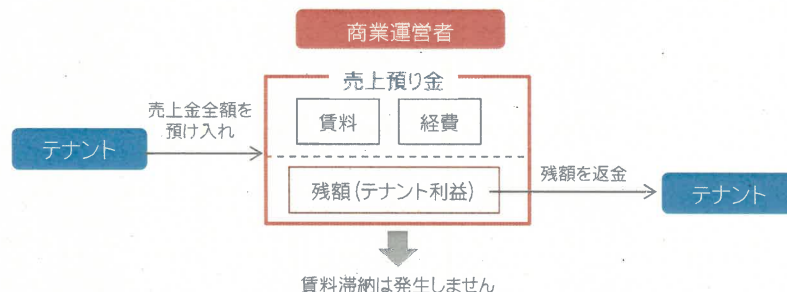
Yokohama  
New City Hall  
Commercial  
Function

数多くの商業施設運営のノウハウを生かし賃料滞納や空室等のリスクに対応します。

百貨店やショッピングセンター等の商業施設運営のノウハウや、数多くのテナントとの繋がりを生かし、迅速なリスク対応を行います。また、建物管理会社や店舗と連動し、安全安心で充実したサービスをお客様に提供します。

### 賃料滞納リスク

- ◆ 売上預り金方式を採用し、売上金から賃料のほか、諸経費を差し引いた後、テナントに残額を返金します。  
(水道光熱費は、横浜市が毎月の検針分を当社に請求。)
- ◆ 売上金が発生しないテナントがある場合は、賃料前受を前提とします。
- ◆ 遅延損害金を契約項目に設定します。
- ◆ 上記以外、万一滞納が発生した場合には、店舗の当社、本部に出向き催促します。



### 空室対応

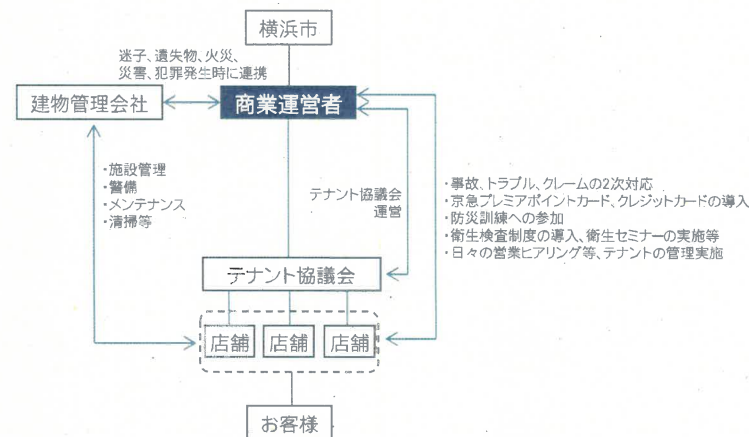
- ◆ 中途解約条項を盛り込む場合、内容は「契約始期から3年経過後」「8ヶ月前告知」「中途解約違約金として最低保証賃料の3ヶ月分収受」を前提とし、万一契約期間中に退店が発生した場合でも、十分なリーシング期間を設けます。※違約金支払いによる即時解約は認めません。
- ◆ 毎月の売上実績を把握し、定期的にヒアリングを行うことで、適正な営業状況を把握します。
- ◆ 万一の際に空室予定区画への迅速な対応が可能となるように、外部テナントと都度ヒアリングを継続しながらテナントストックを準備。空室予定区画が発生した場合は、ストックおよび新規テナントに対し、増収対策の一環としても既存テナントと同一条件以上にリーシングを行ったうえで、既存テナント退店後できるだけ間を空けずに出店が可能な体制を整えます。
- ◆ 下記事例のように、複数の商業施設運営の経験と、多くのテナントとの繋がりをいかし、空室にも早急に対応が可能です。

### ◆京急運営の大型商業施設



### 体制図

- ◆ 横浜市の代理人として、建物管理会社や店舗と連携しながら、お客様にご満足いただける商業施設の運営に努めます。トラブル時の連携はもちろん、安全安心に配慮した取り組みを行ってまいります。





# 施設運営について

## <販売促進活動>

Yokohama  
New City Hall  
Commercial  
Function

### 開業前・開業後で各種販促を行い、地域のにぎわいづくりに貢献します。

開業前は鉄道会社ならではのツールを生かし、効果的に市庁舎の情報を発信します。開業後は、商業ゾーン内の販促イベントをはじめ、アトリウムや市庁舎内他運営者との連動により、新たににぎわいを創出します。また、周辺で開催される数多くの既存イベントと連動し、横浜全体を盛り上げる中心的役割を担います。

開業前

最寄り駅を中心とした効果的な広告の打ち出しで、新市庁舎商業施設の開業をPRします。

#### 交通・外部広告

##### JR桜木町駅

自由通路フラッグ、臨時集中貼り、一般駅貼りポスター掲出を実施します。

##### MM線馬車道駅

横断幕、ホームドアビジョン、一般駅貼りポスターを実施します

##### その他

京急線横浜駅デジタルサイネージ、京急線中吊りを実施します。



桜木町駅フラッグ 馬車道駅横断幕 京急線サイネージ

#### パブリシティ

##### D3チラシ

近隣オフィス、居住者へのポスティング、およびノベルティ付の街頭配布等でオープンを告知します。

##### 広報

京急線の冊子「なぎさ」への記事掲載、および「横浜ウォーカー」への広告、記事掲載を実施します。

##### 開業のリリース発表

新市庁舎商業施設オープンのリリースを、開業1ヶ月前および10日前頃に、京急電鉄で発表します。



開業後

ポイントカード活用と、アトリウム等、施設内の他運営者と連動したイベント実施でにぎわいを創出します。

#### ポイントカード

##### 京急プレミアポイントカードによるポイント付与

ウィング、京急ストア、ももちユニオン等の京急関連施設はもちろん、横浜ポルタでの使用も可能な京急プレミアポイントカードを導入し、周辺でのショッピングをサポートします。



#### その他の広告

##### ホームページの作成

ホームページでは、各テナントのトピックスやイベント実施時の更新を行い、常に最新の情報をお届けします。

##### メール・DM

京急プレミアポイントカードの登録者を対象に、各種イベントやお得な情報を告知します。



#### 販促イベント

##### 販促イベント

商業施設内にて、主に季節に合わせた販促キャンペーンを行い、年間を通して楽しんでいただける展開を行います。



#### その他の広告

##### ホームページの作成

商業施設として、わかりやすいホームページを作成し、施設として、各店としての使いやすさを向上させます。

##### メール送付

京急プレミアポイントカードのメール会員登録者を対象に、新市庁舎商業施設オープンを告知するメールを送付します。



#### オープン企画

##### 内覧会

各店テナント紹介およびフードホールでの簡易的な試食など、開業日前に実施します。

##### オープニング式典

開業日当日、テープカットなどの式典を実施します。

##### ノベルティプレゼント

新市庁舎商業施設をご利用いただいた方に、買上先着でオリジナルグッズを進呈します。



#### 市庁舎および地域イベントとの連動

##### 各種イベント

アトリウム等、施設内の他運営者と連動したイベントを行います。周辺エリアでの既存イベント開催時とも連動し、にぎわいの中心となります。



##### ◆年間イベントスケジュール(案)

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
ホームページ	→											
シーズン	新年会	部分ハンタインデー	ホワイトデー 歡送宴会		GW	横浜開港 記念日 アナーサリー		夏休み		ハロウィン		クリスマス 忘年会
販促イベント (全体)	→		→			→				→		→
販促イベント (飲食)	→	→	→			→	→				→	→
周辺イベント ※抜粋	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→

## 確定テナントリスト

【基本方針】  
 (1)みなとみらい21地区、圏内地区等の結節点に位置し、水辺にもつながる立地の特性を生かし、新たなにぎわいの創出及び都心臨海部全体の活性化に資すること。  
 (2)横浜の歴史、文化等の特色を大切に、横浜らしさを表す施設とすること。  
 (3)子育て世帯、高齢者、障害者等、誰もが使いやすい商業施設とするための取組や防災対策、環境施策等の本市施策への貢献。  
 (4)市庁舎及び市庁舎商業施設への来訪者、職員等の利便に資する施設とすること。

### ゾーン1(スペシャリティ)

階	区画	面積	業種	業態・営業内容	決定テナント名	面積	基本方針への該当				決定の理由	賃貸条件			その他リーシング実施テナント
							(1)	(2)	(3)	(4)		最低保証賃料	赤上比例賃料	想定賃料	
1階	1F-1	194.26㎡	飲食	【カフェ】 シアトル生まれのスペシャルティコーヒーストア。バラエティ豊富なエスプレッソドリンクやペストリーを品揃え。親水空間に面した区画を活かした、横浜らしさを表す店づくりも特徴。	スターバックスコーヒー	194.26㎡	○	○	○	○	・店舗コンセプトの独自性: 地域の人の憩いの場とコミュニティの起点を目指す「つなぐcafe」を立案。 ・店舗デザインの独自性: 港町の街並みや景観との調和を図り、お客様をコーヒーの世界観へと誘う、「船」をイメージした計画。 ・幅広い客層が利用しやすいカフェ業態。				

### ゾーン1(フードホール)

階	区画	ゾーン面積	業種	業態・営業内容	決定テナント名	面積	基本方針への該当				決定の理由	賃貸条件			その他リーシング実施テナント
							(1)	(2)	(3)	(4)		最低保証賃料	赤上比例賃料	想定賃料	
1階	1F-2 1F-3 1F-4 1F-5	666.38㎡	食物販	【デリ・グロサリー】 1958年、横浜元町に開業。「食の安全・安心」をすべてに優先してお客様に喜んでいただける商品を取り揃えます。	もとまちユニオン	117.42㎡	○	○	○	○	・横浜らしさの表現: 食きにより、地元で育まれたブランド力、横浜にゆかりのあるメーカー、商品の取扱い。 ・独自の高い品揃え: オリジナルエコバッグ、京急グッズ等の取扱い。 ・京急グループ連携による総合力の発揮。				
			飲食	【洋食・和食】 横浜中央卸売市場より地産地消をテーマに安心、安全を。上々岡のイタリアン「グラインドゥーカ」が手掛ける横浜発祥の洋食と、市場の人気店「カネセイ」の海鮮やそばをはじめとした和食を提供します。	横浜市場食堂	111.54㎡	○	○	○	○	・横浜らしさの表現: 中央市場から届く横浜、神奈川の新鮮食材を使用、市場の人気店と地元のイタリアン店とのコラボ。 ・多様なニーズへの対応: 和、洋の幅広いメニューやアルコールの提供。				
			飲食	【ピアスタンド】 ドイツ人創業者2人が東京・南青山で立ち上げたモダンドイツ料理店。気軽に立ち寄ってクラフトドイツビールや本場のソーセージが楽しめるスタイルを提案します。	シュマッツ・ピアスタンド	59.46㎡	○	○	○	○	・横浜らしさ、独自性の表現: 横浜ブルーをイメージした独自メニューの提供。 ・多様なニーズへの対応: 全メニューテイクアウト対応可能。 ・横浜初出店による話題性の発信。				
			飲食	【ハンバーガー・サラダボウル】 おいしくてカラダにいいものを丁寧に手作りする、大人がつみあげるバーガーカフェ。こだわりの国産新鮮野菜に加え、肉本来の旨味が詰まったジューシーなパティが特徴のバーガーを提供します。	フレッシュネスバーガー	83.57㎡	○	○	○	○	・横浜らしさの表現: 横浜企業による横浜食材使用メニューの提供。 ・多様なニーズへの対応: テイクアウト対応強化。				
			飲食	【中華そば】 いつか食べたあの懐かしい味、もちもちの手揉み麺に生差の効いたスープが決め手の、老若男女に親しみやすい昔ながらの中華そばを提供します。	横浜中華そば 維新商店	43.89㎡	○	○	○	○	・横浜らしさの表現: 地元発祥の横浜中華そば店、自家製麺とスープが特徴の横浜中華そばを提供。				
			飲食	【おむすび】 お米全国大会3年連続金賞に輝く、筑後の米「みやま米」と、選り抜かれた具材を使ったおにぎりを取り揃えます。	おむすび Shibaraku	48.90㎡	○	○	○	○	・独自性の表現: お米全国大会で金賞に輝く筑後の「みやま米」使用、既存店舗に無い新メニューの提供。 ・多様なニーズへの対応: テイクアウト対応強化。 ・横浜初出店による話題性の発信。				
			食物販	【ベーカリー】 神奈川区神大寺の街でスタートした、情熱と遊び心を忘れないパン屋の人気の商品を集結。毎日豊富なラインナップでわくわく、気軽に選べます。	Le mitron	26.03㎡	○	○	○	○	・横浜らしさの表現: 地元発祥のベーカリー。 ・地場野菜専門青果店との取組によるメニュー提供。 ・多様なニーズへの対応: テイクアウト対応強化。				

## 確定テナントリスト

### ゾーン2(ビジネスサポート)

階	区画	面積	業種	業態・営業内容	決定テナント名	面積	基本方針への該当				決定の理由	賃貸条件			その他リーシング実施テナント
							(1)	(2)	(3)	(4)		最低保証賃料	売上比例賃料	想定賃料	
1階・11階	1F-6	121.61㎡	物販	【ドラッグストア】 市庁舎商業施設を憩いの場として利用される人、市庁舎内、近隣オフィスにて働く方々の「美と健康」の良質な商品と情報を提供し、気軽に立ち寄れる店舗です。	マツモトキヨシ	121.61㎡			○	○	・幅広い来訪者、職員等の利便向上に資する業態。 ・東京グループ連携による総合力の発揮。				
	1F-8	79.58㎡	サービス	【クイックカット】 一般のサロンで行うシャンプー、ブロー、シェービング等、お客様ご自身でできることはサービスに含ませ、お客様が出来ない「カット」のみに特化したヘアカット専門店です。	GBハウス	79.58㎡			○	○	・幅広い来訪者、職員等の利便向上に資する業態。				
	1F-7 11F-1	89.65㎡ 162.56㎡	物販	【コンビニエンスストア】 ATM、マルチコピー機、セブンカフェを備え、11F店舗はセルフレジなど最新設備を導入。来庁者や市庁舎で働く方々に便利を提供します。	セブンイレブン	89.65㎡ 162.56㎡			○	○	・幅広い来訪者、職員等の利便向上に資する業態。 ・東京グループ連携による総合力の発揮。				

### ゾーン3(スペシャリティ)

階	区画	面積	業種	業態・営業内容	決定テナント名	面積	基本方針への該当				決定の理由	賃貸条件			その他リーシング実施テナント
							(1)	(2)	(3)	(4)		最低保証賃料	売上比例賃料	想定賃料	
2階	2F-1	212.82㎡	飲食	【フレンチ】 人と料理と文化が薫る、港のゲストハウス、フレンチをベースに横浜を中心とした国産食材にこだわり、ヴィーガンやアレルギーなど多様な食習慣やニーズに応えるユニバーサルレストラン。	Universal Dining ONE	212.82㎡	○	○	○	○	・横浜らしさの表現： 横浜を主に近隣生産者と連携した食材のこだわり、外国人、障害者の雇用等を推進、SDGsに沿った店づくりを目指す。 ・多様なニーズへの対応： ヴィーガン、アレルギー、ハラールなどへ対応するメニュー提案。 ・パーティ利用など賃切対応可能な店づくり。				

### ゾーン3(レストラン)

階	区画	面積	業種	業態・営業内容	決定テナント名	面積	基本方針への該当				決定の理由	賃貸条件			その他リーシング実施テナント
							(1)	(2)	(3)	(4)		最低保証賃料	売上比例賃料	想定賃料	
2階	2F-2	197.27㎡	飲食	【イタリアン】 イタリア語で「海辺」を表す店名にふさわしいロケーションと上質な空間で、本格的なイタリアンを気軽に楽しめるレストラン。	LITORANEO	197.27㎡	○		○	○	・横浜企業の新業態出店による、話題性の発揮。				
	2F-3	115.25㎡	飲食	【和風創作料理】 横浜の地産地消を広くPRする為、地元食材をふんだんに使用したメニューを提供します。	TSUBAKI(食堂)	115.25㎡	○	○	○	○	・横浜らしさの表現： 生鮮品や調味料まで100%横浜産を目指した、食材へのこだわりによる地産地消を推進。 地場野菜の産売所も併設。 ・横浜企業の新業態出店による、話題性の発揮。				
	2F-4	126.89㎡	飲食	【四川料理】 創業158年の歴史が培った伝統の味、四川料理の演進である唐辛子の辛さと花椒の痺れる様な辛さで、激辛だけでなく四川料理の多彩さを提案します。	成都 陳麻婆豆腐	126.89㎡	○		○	○	・横浜らしさの表現： 横浜企業による、歴史あるブランドの発信。 ・独自性の表現： 開港の地をイメージしたオリジナルメニューの他、既存店舗に無い新メニューの開発。				
	2F-5	102.81㎡	飲食	【そば・和食】 海鮮茶屋せんざんによる、山形そばをメインにした新業態。地産地消を徹底したメニューや、夜は居酒屋需要にも対応。	海風亭	102.81㎡	○		○	○	・独自性の表現： 横浜エリアでは希少性の高い山形そばや、県内漁獲の朝どれ鮮魚、はまホークなど、こだわりの食材を提供。 ・横浜企業の新業態出店による、話題性の発揮。				



## 確定テナントリスト

### ゾーン4(ブック&カフェ)

階	区画	ゾーン面積	業種	業態・営業内容	決定テナント名	面積	基本方針への該当				決定の理由	賃貸条件			その他リーシング実施テナント
							(1)	(2)	(3)	(4)		最低保証賃料	売上比例賃料	想定賃料	
2階	2F-6 2F-7	247.52㎡	物販, 飲食	【ブック&カフェ】 横浜で創業した丸善がお届けする、厳選された書籍と雑貨に囲まれた上質なカフェ空間を提供。	HAMARU	247.52㎡	○		○	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>横浜らしさの表現: 横浜の特徴や取組に関連した書籍コーナー設置。</li> <li>独自性の表現: 職員が本を借りたり、来庁者がコーヒーを飲みつつ本を読むラウンジスペースの検討。</li> <li>新業態出店による、話題性の発揮。</li> <li>幅広い来訪者、職員の利便向上に資する業態。</li> </ul>				

### ゾーン4(物販)

階	区画	面積	業種	業態・営業内容	決定テナント名	面積	基本方針への該当				決定の理由	賃貸条件			その他リーシング実施テナント
							(1)	(2)	(3)	(4)		最低保証賃料	売上比例賃料	想定賃料	
2階	2F-9	64.73㎡	物販	【和雑貨】 全国選りすぐりの伝統工芸品をはじめ、横浜、神奈川のアーティストによる暮らしを彩るアイテムを取り揃え、ワークショップも開催予定。	SUI	64.73㎡	○	○	○	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>横浜らしさの表現: 横浜、神奈川で活動するアーティストの作品や、横浜、神奈川の伝統工芸品の取扱い。</li> <li>独自性の表現: 店舗内でワークショップ開催による賑わい創出。</li> <li>横浜初出店の業態による、話題性の発揮。</li> </ul>				
	2F-10	112.38㎡	物販	【和菓子・珍味】 横浜の想い出に、安全をモットーに、毎日食べても飽きない定番のおやつや、季節に合わせた新鮮なお菓子を、幅広い品ぞろえとどこか感ある価格で提供。	お菓子の太子堂	112.38㎡	○		○	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>横浜らしさの表現: 横浜市内限定商品、メイドイン横浜商品の品揃え。</li> <li>多様なニーズへの対応: 量り売り販売の実施、期間限定でのジェラートの取扱いを検討。</li> </ul>				
	2F-11	152.91㎡	物販	【横浜土産】 横浜の想い出に役立つ、横浜001グッズ認定商品をはじめとした有名な数々のブランドを、豊富な品ぞろえで提供。	ヨコハマメモリーズ(仮)	152.91㎡	○	○	○	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>横浜らしさの表現: 横浜001グッズ認定商品をはじめとした、横浜が育んだブランド、地域限定商品の取扱い。</li> <li>多様なニーズへの対応: 観光客へのお土産商品の取扱い。</li> </ul>				

### ATM, 自動販売機等

階	区画	台数	業種	業態・営業内容	決定テナント名	台数	基本方針への該当				決定の理由	賃貸条件			その他リーシング実施テナント
							(1)	(2)	(3)	(4)		最低保証賃料	売上比例賃料	想定賃料	
1階	ATM コーナー	1台	ATM	【ATM】	かながわ信用金庫ATM	1台			○	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>幅広い来訪者、職員の利便向上に資する業態。</li> </ul>				
		1台	ATM	【ATM】	中央労働金庫ATM	1台			○	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>幅広い来訪者、職員の利便向上に資する業態。</li> </ul>				
		1台	バッテリーレンタル	【モバイルバッテリーレンタルサービス】 全国にサービス展開、手軽に借りられて、どこでも返せる。モバイルバッテリーレンタル。	充レン	1台			○	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>幅広い来訪者、職員の利便向上に資する業態。</li> </ul>				
1階・2階	自販機 コーナー	3台	飲料自動販売機	【飲料自動販売機】	コカ・コーラ	3台			○	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>幅広い来訪者、職員の利便向上に資する業態。</li> </ul>				

	想定賃料(年額)		
	税抜	税込(10%)	税込(8%)
今回	175,878千円	193,462千円	189,945千円
平成30年12月提案時	175,533千円	193,087千円	189,576千円