

札幌ドーム CSR REPORT 2018





未永く愛される札幌ドームをめざして

札幌や北海道の方々を、
 いろいろなかたちで応援したい。
 そう願う私たちにとって、
 お客様の笑顔は何よりのエネルギーになります。
 これからも皆さまの声に耳を傾け、
 新しいチャレンジも忘れずに
 努力を続けてまいります。

CONTENTS

- 数字で見る札幌ドーム……………03
- 歴史で見る札幌ドーム……………05
- 札幌ドームの基本姿勢……………07
- 持続的な管理運営に向けて……………09
- 社員ディスカッション
 - 私たちがつくる明日の札幌ドーム……………11
 - 私たち一人ひとりが札幌ドーム
 - 北海道からハンドメイド文化を発信!……………15
 - おいしい×新しい＝ワクワク?!……………17
 - 挑むのは、前例のない改修。……………19
- トップメッセージ……………21
- 札幌ドームのCSR活動……………22
 - 地域を想って……………23
 - 環境を想って……………25
 - 生物多様性への取り組み……………27
 - 人を想って……………29
- 資料……………32
- 第三者意見……………34

【編集方針】

- 当社にとってのすべてのお客さま(=ステークホルダー)に、当社の事業とCSRに対する考え方をご理解いただくツールとして「札幌ドームCSRレポート2018」を発行いたします。
- 今年度は読みやすさと分かりやすさに加え、親しみやすさも重視したため、掲載項目を絞り、写真を効果的にレイアウトしております。本レポートで掲載しきれなかった事業・データ等につきましては、当社ウェブサイトにて紹介しております。
- 本レポートの発行を今後のさらなるCSRの推進につなげていきたいと考えておりますので、ご意見やご感想など、お気軽にお寄せいただければ幸いです。

札幌ドーム ウェブサイト
www.sapporo-dome.co.jp

【報告対象期間】
 2017年度(2017年4月1日～2018年3月31日)の活動を対象としておりますが、当社の事業活動をご理解いただくために、札幌ドーム開業からの取り組みについても紹介しています。

【発行】
 2018年6月
 ※2008年から年次報告として毎年発行しています。



数字で見る札幌ドーム

自慢したい数字、感謝したい数字、伸ばしたい数字など、いろいろ。いくつかご存じでしょうか？

●年間来場者数(2017年度)



3年連続
300万人超え!

約304万人

おおよその内訳は、イベント来場292万人、観光来場3.6万人、一般市民利用5.6万人、その他2.4万人。2001年の開業から累計で来場4,500万人を突破しています。

●年間イベント利用日数(2017年度)

3日に
1度以上の
ペース!

133日

プロ野球67日、プロサッカー19日、コンサート9日、コンベンションその他38日。うち、札幌ドーム主催の自主・共催イベントも7日間開催しました。

●年間稼働率(2017年度)

74.2%

イベント利用133日、一般市民利用14日、設営撤去48日、練習利用26日、場面転換50日、合計271日稼働しました。

●サッカー場→野球場の「場面転換作業」所要時間

野球場→サッカー場の
場面転換作業は
約11時間

約15.5時間

天然芝移動式サッカーフィールドと人工芝野球場グラウンドを備えた札幌ドーム。「場面転換作業」とは、野球・サッカー・コンクリートのモードを切り換えることをいい、2017年度は50回実施しました。野球モードにする際は、ピッチャーズマウンドを地下から引き上げ、丁寧に人工芝の段差をなくす作業を行うため、時間がより長くなります。

●展望台の高さ

夏休み企画展
などのイベントも
開催!

53m

アリーナ全景を見下ろすとともに、札幌市街や手稲山、夕張岳までを見渡せる展望台。ハロウィンやクリスマスには、季節に合わせた装飾もしています。野球(土日祝日のみ)・サッカーの試合開催日には展望台特別営業を実施しており、熱気が漂う札幌ドームを楽しめます。

●クローズドアリーナ面積

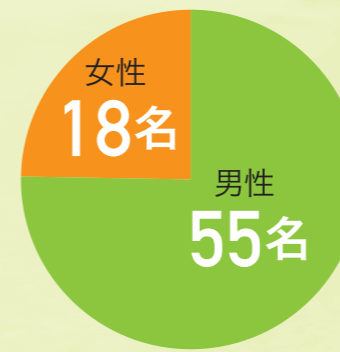
タタミだと
9,341畳分!
(江戸間換算)

14,460 m²

(フィールドシート部分:213m²を含む) ※敷地面積:305,230m²

東京ドームがすっぽり入る
大きさです。

●社員数(2018年6月現在)



73名

平均年齢は全体で40歳、男性42歳、女性35歳。2017年度は3名が入社しました。社員一人ひとりがワークライフバランスを心がけながら、仕事に邁進しています。

●リフレッシュ休暇取得率(2017年度)

94%

当社社員にはお盆休みがありません。その代わりに、年間5日のリフレッシュ休暇を各自の都合に合わせて取ることができます。会社としては「取得率100%」が目標です。

●施設改修工事等の総額(2017年度)

約3.5億円

お客さまの声にお応えして、2017年度はスタンド階段通路の手すり増設、1階コンコース内のモニター増設、北チケット売場Aの拡大などを行いました。

●一般廃棄物のリサイクル率

取り組み前
(2006年)の
約2.5倍!

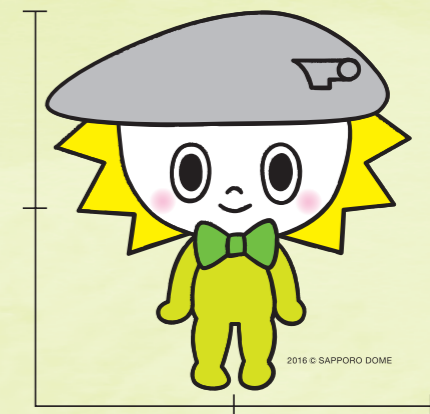
52.3%

リサイクルポストを設置して、お客さまにも分別にご協力いただいているほか、芝ごみのリサイクルによって廃棄物を削減。2021年に60%達成を目標に取り組んでいます。

●札幌ドームのマスコットキャラクター チャームコロンのタテ:ヨコ比(直立時)

約1:1

チャームコロンは、札幌ドームに集まる人々の喜びや感動、そして札幌の自然のエネルギーによって、開業15周年を迎えた2016年6月2日に誕生しました。やさしく好奇心旺盛で、だれとでも仲良くなれます。一目見ると幸運がやってくるというジンクスも……。



2016 © SAPPORO DOME

歴史 に見る札幌ドーム

札幌ドームの歴史は、札幌市民・北海道民の皆さまとともに歩んだ歴史です。

1992	7月	札幌市、2002FIFAワールドカップ™大会開催候補地に立候補	
1993	1月	札幌市、2002FIFAワールドカップ™大会国内開催候補地に決定	
1996	1月	札幌市、ドーム化を決定	
	4月	コンサドーレ札幌(現:北海道コンサドーレ札幌)が発足	
1997	2月	設計技術コンペの結果、原広司グループ案に決定	
1998	6月	着工	
	10月	株式会社札幌ドーム設立	
			2月 長野五輪開催
1999	10月	札幌ドーム条例制定	
2001	5月	竣工	
	6月	開業	
	7月	コンサドーレ札幌 札幌ドーム初のJリーグ公式戦開催	
	9月	来場者100万人突破	
2002	6月	2002FIFAワールドカップ™大会開催	
	7月	日本ハムファイターズフランチャイズ移転正式決定	
	10月	トレーニングルーム オープン	
	12月	「J1ベストピッチ賞」受賞	
2003	10月	札幌ドーム敷地内にフランチャイズ事務所棟完成	
2004	3月	北海道日本ハムファイターズ移転元年シーズン開幕	
2005	11月	「札幌ドームMVP賞」創設	
2006	3月	人工芝更新	
	3月	来場者1,000万人突破、メモリアルコーナー設置	
	4月	札幌ドーム指定管理者制度導入	
	5月	こどものひろば“キッズパーク” オープン	
	6月	開業5周年 「ありがとう札幌ドーム5周年キャンペーン」	
	10月	北海道日本ハムファイターズ日本シリーズ優勝	

2007	2月	FISノルディックスキー世界選手権 札幌大会開催	
	3月	イベント開催時において「紙カップ専用回収ボックス」を設置し、紙カップの分別回収開始	
	10月	来場者1,500万人突破	
2008	3月	環境方針の策定	
	9月	第10回グリーン購入大賞(中小企業部門)において「大賞」を受賞	
	10月	2008FIA世界ラリー選手権 第14戦 パイオニア・カロツツェリア ラリージャパン開催	
			7月 北海道 洞爺湖サミット開催
2009	3月	プレイヤーズビューシート設置	
	8月	来場者2,000万人突破	
2010	9月	2010FIA世界ラリー選手権 第10戦 ラリージャパン開催	
			10月 鈴木 章 北海道大学名誉教授が ノーベル化学賞を受賞
2011	6月	開業10周年、来場者2,500万人突破	
	7月	北ガスグループ6時間リレーマラソン in 札幌ドーム初開催	
2012	2月	札幌モーターショー初開催	
2013	1月	来場者3,000万人突破	
	2月	人工芝更新(2回目)	
	3月	新環境目標「ECO MOTION 2021」を策定	
	6月	来場者3,000万人を記念し、「感謝の森」を造成	
2014	3月	「グッズ☆ジャム」拡張リニューアルオープン	
2015	3月	大型ビジョン更新	
2016	6月	開業15周年	
	6月	サッポロ モノ ヴィレッジ初開催	
	7月	来場者4,000万人突破	
	10月	「札幌ドームECO MOTION」が 第5回いきものにぎわい企業活動コンテストで「環境大臣賞」を受賞	
			3月 北海道新幹線開通
2017	2月	冬季アジア札幌大会 開会式開催	



札幌ドームの基本姿勢

株式会社札幌ドームは、札幌市から55%の出資を受け、1998年に設立されました。私たちは、スポーツの普及振興、市民文化の向上、地域経済の活性化を目的とし、2001年の開業以来、常にお客さまを想い、未来を見つめ、努力を続けています。

【経営理念】

Our Mission, Value, Vision

私たちはエンターテインメントビジネスを通して、
常に最高のホスピタリティを追求し、
すべてのお客さまの夢と感動を実現する
ステージを創造します

- エンターテインメントビジネス: すべてのお客さまをもてなし、楽しんでいただくことを通して、ともに喜びを分かち合えるビジネス。
- ホスピタリティ: 思いやり・優しさの気持ちをもって、人と人が心を通じ合わせ、楽しさ・喜び・感動を共有すること。
- ステージ: 空間としての舞台や劇場のほか、旅程・段階・ステップの意味も込めています。

【行動指針】

Guiding Principles

— すべてはお客さまのために —

- 1 お客さまと想いを一つにし、喜びと感動を共有することで、ホスピタリティあふれるサービスを提供します
- 2 お客さまの安全を最優先に考え、常に安心して楽しんでいただける環境をつくります
- 3 お客さまの声に真摯に耳を傾け、サービス向上に努めるとともに、公平性を確保し、誠実で良識ある行動を心がけます
- 4 事業活動に伴う環境負荷を正しく把握し、札幌ドーム「環境方針」の実現に向けて更なる取り組みを進めます
- 5 札幌ドームならではの社会貢献活動に取り組み、地域の発展と豊かさの実現に寄与します
- 6 社会の一員として、高い倫理観をもって法令・規則等を遵守し、反社会的勢力には毅然として対応します
- 7 公共性を意識した健全な事業活動を推進し、公正かつ適正な取引を行います
- 8 企業情報を公正に開示して説明責任を果たすとともに、個人情報等の各種情報を適正に管理します
- 9 多様な人材と個性を尊重するとともに、規律と協調を重んじ、安全で働きやすい健康的な職場をつくります
- 10 高い理想を掲げ、責任と誇りと思いやりの心をもって行動し、更なる成長をめざします

私たち一人ひとりが札幌ドームです

【開業20周年に向けて、ありがたい姿】

長期ビジョン「SAPPORO DOME VISION 2021 (SV-21)」

新たな価値と感動を創造し続ける企業へ

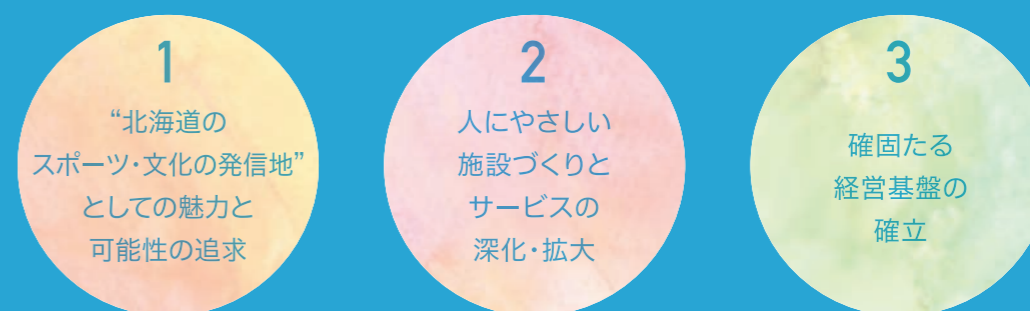
社員一人ひとりが成長し続けることで、
お客さまにとっての新たな価値と感動を創造し続け、
市民道民の皆さまに喜ばれ、
地域社会から信頼される企業を目指す

2021年、開業20周年へ

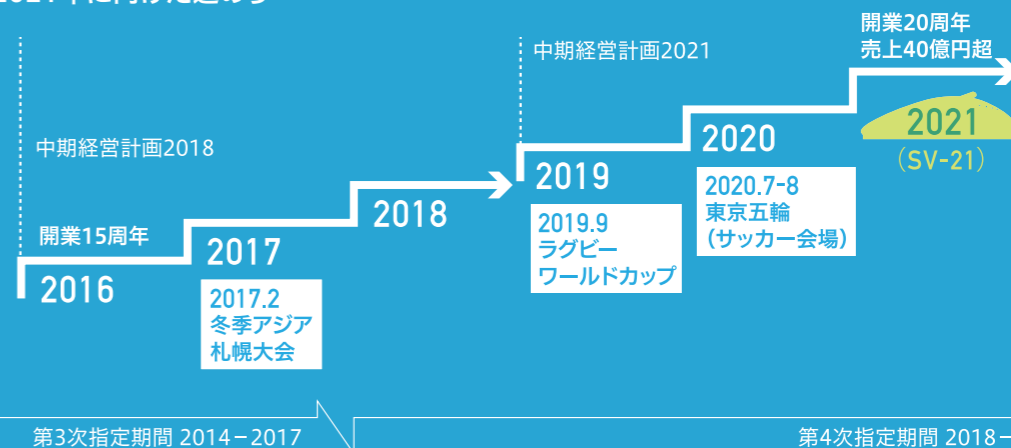
中期経営計画 2018

- 基本方針 年間総来場者数300万人達成に向けた
“札幌ドームブランド”の向上
(=ステークホルダーにとっての札幌ドームの価値と信頼性)

●基本方針を実現するための3つの基本戦略



●2021年に向けた道のり



第3次指定期間 2014-2017

第4次指定期間 2018-2022

持続的な管理運営に向けて

株式会社札幌ドームは、札幌ドームを管理・運営している会社です。
今後も長期的視点と高いプロフェッショナル意識をもって
誠実な管理運営を進めていきます。

指定管理制度に基づく管理運営

株式会社札幌ドームは、札幌市が札幌ドームの管理運営を委託するために設立した第3セクターであり、2001年の開業時から2005年度までは、当社が札幌ドームの管理運営を受託していました。

その後、2006年に公の施設の管理運営を民間事業者等に委託することができる制度として、「指定管理者制度」が札幌ドームにも導入され、当社は2006年度以降、札幌ドームの指定管理者に選定され、管理運営を担っています。

指定管理者は、指定期間ごとに、札幌市に「業務計画書」等を提出し、審査を受け、議会で承認される必要があります。2018年3月には、所要の手続きを経て、今後5年間(2018～2022年度)の指定管理者として札幌市から指定を受けました。

当社は、以下の管理運営方針を掲げ、札幌ドームで行われる各種イベントを円滑に運営できるよう邁進するとともに、安定的なドーム運営・高品質なサービスの提供に力を注いでいます。また、地域の皆さまに親しまれ、環境にやさしい施設を目指し、さまざまな取り組みを行っています。

管理運営方針

1. 施設の設置目的を実現するための適切な平等利用を確保します
2. すべてのお客様の安全と安心を確保します
3. 全天候型多目的施設の魅力と可能性を最大限発揮します
4. 健全かつ安定的な経営を継続します
5. さらなるサービス向上と地域社会への貢献を目指します

私たちが目指すもの

当社は、札幌ドームを管理運営するために、札幌市と道内外26の企業・団体の出資により設立されました。そのため、私たちの第一義的な役割は、「札幌ドーム条例第1条」に定める施設の設置目的を実現することにあります。

札幌ドーム条例 第1条 (設置)

本市は、内外の優れたスポーツ、展示会その他の催物の開催の場を提供すること等により、スポーツの普及振興及び市民文化の向上並びに地域経済の活性化に寄与するため、札幌市豊平区羊ヶ丘に札幌ドームを設置する。

DOME NEXT プラン2026

札幌ドームの管理運営にあたり、決して指定期間に限定することなく、長期的な視点をもって管理運営を行っています。3年後に迎える2021年の開業20周年はもとより、その先を見据え、“より魅力ある札幌ドーム”を実現するための具体的な将来構想「DOME NEXT プラン2026」の検討を全社的なプロジェクトとして進めています。

DOME NEXT プラン2026の視点

- バリアフリーの深化・拡大
- より魅力的かつ快適な観戦環境の充実
- お客さまニーズの多様化・高度化に対応したサービス展開

ハード	<ul style="list-style-type: none"> ● 館内外の階段横にエスカレーターの新設を検討 ● トイレ環境のさらなる充実 ● コンコース等にモニター・ビジョンの増設、デジタルサイネージを新設 ● 座席改修や既存スペースの新たな活用、増床等による魅力や快適性の向上 	ソフト
	<ul style="list-style-type: none"> ● 新たなイベント誘致や札幌ドームならではの自主イベントの立ち上げ ● 飲食物販等のサービス拡大・多様化 ● フランチャイズチームとの新たなWin-Win関係の構築 	

自主事業*により市民の皆さまに利益還元

当社は、札幌ドームの管理運営にあたり、開業当初から利用料金収入だけでは不足する管理運営経費を自主事業収入により賄い、全体収支を黒字化し、さらに中長期的な施設設備の保全にも備えることを収支面における最も重要な責務として業務を遂行してきました。

2018～2022年度の指定期間においても、引き続き札幌市からの指定管理費の支払いを受けることなく、自主

事業によって着実に収益を確保。管理運営経費を賄い、札幌市および市民の皆さまに利益を還元していきます。

※2017年度までの利益還元の累計額は、70億7千万円に達しました(下部グラフ参照)。

*自主事業

飲食・物販事業、広告事業、自主イベント事業など、貸館事業等の管理運営業務の範囲外で、札幌市の承認を得たうえで札幌ドームの施設、備品等を使用して行うことができる事業。

① 指定管理業務の収支不足補てん

約19億7千万円
(2017年度までの累計額)

利用料金収入だけでは不足する管理運営経費を自主事業収入によって賄い、札幌市の指定管理費削減に大きく貢献しています。引き続き、一層の利用促進に努め、利用料金収入の向上とコスト抑制を図り、指定管理業務の収支不足をできるだけ解消していきます。

② 招待事業等の地域社会貢献

約1億5千万円
(2017年度までの累計額)

札幌市内の小学3年生を対象とした観戦招待事業「みらいシート」や「子ども絵画展」の実施のほか、札幌市の「さぼーとほっと基金」を通じた地元町内会等への寄付やまちの活性化につながるイベント等への協賛などを通して地域社会の発展に貢献します。

③ 改修工事等の実施

約33億6千万円
(2017年度までの累計額)

当社は開業以来、お客さまからのご意見・ご要望に基づき、安全・安心やサービス向上につながる施設の改修工事等を可能なかぎり実施してきました。今後も、優先度や実現性を精査し、必要な改修工事等を積極的に実施していきます。



④ 保全業務の実施に係る貢献

約14億4千万円
(2017年度までの累計額)

札幌市の公の施設であることから、市と当社の費用負担区分に関する以下の考え方に基づき、計画的な保全事業を遂行していきます。

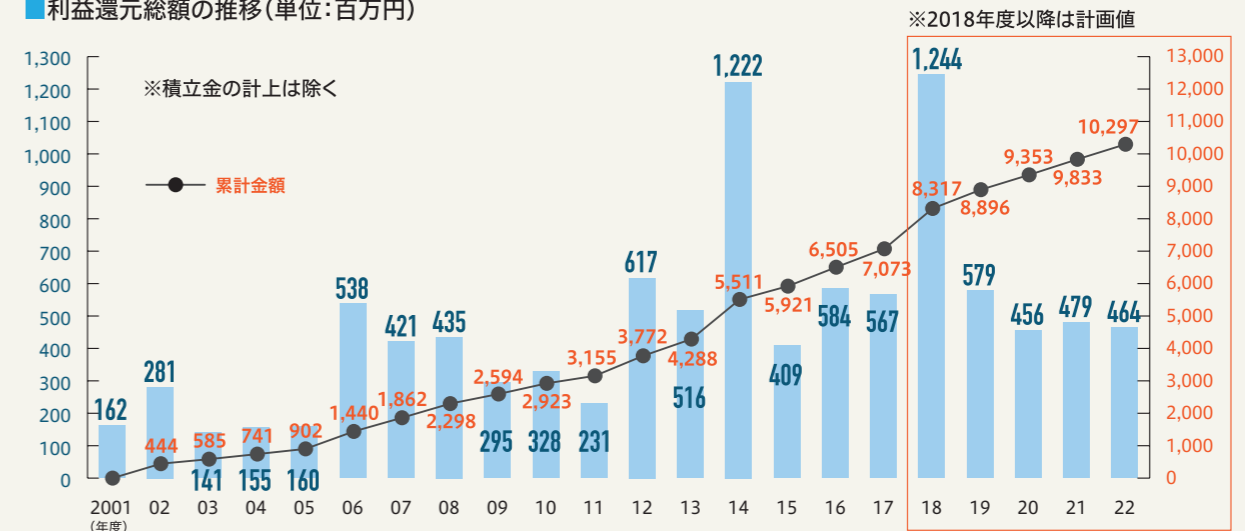
①施設・設備更新(大規模修繕)	札幌市負担
②部品・付属物交換(小規模修繕)	日常的な修繕・改善と関連しているため当社負担
③大型ビジョン・人工芝更新	営業活動に大きく関わるため当社負担

⑤ 配当および将来に向けた備えとしての積立金確保

約1億5千万円 ※配当のみ
(2017年度までの累計額)

①～④の利益還元を実施し、当期純利益を確保したうえで、利益処分として札幌市への株主配当を継続します。また、施設保全設備更新積立金の計上を行うことで、将来的な施設保全に向けた当社負担分の備えとします。

■利益還元総額の推移(単位:百万円)



私たちがつくる明日の札幌ドーム

札幌ドームのお客さまに最高のホスピタリティを提供するために社員一人ひとりが日々、成長を続けています。札幌ドームのそれぞれの現場でどのような想いを持って仕事に励んでいるのか、今後の目標や提言などもまじえて語っていただきました。



営業部 営業二課 主任
関 春香 Seki Haruka
2008年入社



営業部 企画運営課 主任
沼田 晋弥 Numata Shinya
2010年入社



総務部 広報課 主任
藤田 なお Fujita Nao
2009年入社

舞台裏を支える仕事は幅広い

関 私の仕事は、イベント主催者さま向けの渉外業務です。「野球大会を開催したい」などの問い合わせがあった場合に社内の日程調整を行い、準備から実施までのサポートを担当します。また、イベント誘致のための営業も行います。

村山 私は、主にグッズの直営店舗の管理運営を担当しています。アルバイトの管理から商品の仕入れまでひと通り行います。そのほか、イベントに付随する物販も行っています。

藤田 私は広報全般で、ウェブサイトの管理や広報誌の制作、報道対応などを行っています。最近では、北海道日本ハムファイターズさまの新球場構想の関係で札幌ドームの収支構造に関する取材に対応したり、場面転換作業をテレビで紹介したいなどの依頼があれば撮影にも対応しています。

飯野 私の主な担当業務は施設全般の管理です。一つは防火・防災管理で、火災予防や地震対策、危機管理に関するマニュアルを作ったり、訓練を行ったりなどの仕事です。もう一つはグラウンドメンテナンスで、選手がプレーする環境を整えるグラウンド管理業務を現場のスタッフと協力して進めています。

沼田 私は、企画運営課に異動したばかりで、野球担当として関さんのいる営業二課と連携しながら、施設面で社内調整をする仕事です。また、

消防や警察などとの調整を行うイベント管理や、自主イベントの運営も担当しています。

札幌ドームで働く喜びを励みに

沼田 スポーツイベントやコンサートでは4万人以上のお客さまが一斉にどよめき感動しあえる施設なので、その施設を管理し働けることに喜びを感じています。

関 本当にそうですね。4~5万人のお客さまが感動する場面を目の当たりにできるのは、札幌ドームならではのだと思います。

飯野 それだけ大勢のお客さまをお迎えしている会社ですが、社員数は約70人。大きい施設の割に小さい会社なので、それぞれの社員の役割も大きく、一人の判断が全体に影響しやすいですね。自分たちの考えを実現できるチャンスも多くあり、そこにやりがいを感じています。

藤田 私は、北海道外のテレビ局の方から「場面転換作業を取材したい」というリクエストを年に数回受けますが、ホヴァリングサッカーステージや開閉席が目の前で動くのを見ると、皆さん感動して「すごいですね」と言ってくださるのがうれしくて、「こんなに自慢できる施設に身を置いている自分は幸せだな」と誇りに思います。

村山 グッズの販売をしていると、お客さまの楽しそうな顔をすぐ近くで見ることができます。そのように



お客さまを身近に感じる部署もあれば、イベント誘致や施設管理、広報など裏方として支える部署もあり、一つの会社でいろいろな仕事を経験できることも魅力でしょうね。

沼田 まだ僕は担当していませんが、自主イベントは企画を含めて準備段階にとっても時間がかかるものの、イベント自体はあっという間です。でも、その分、達成感も大きいと思います。肉体的にも精神的にもエネルギーを使いながら、お客さまに満足してもらえることが僕らのやりがいであり、働く幸せではないかと思っています。

関 そうですね。例えば国際大会などでは、設営に数日かかって本番が一日だけということもありますが、苦労した分だけ、確かに感動も大きいです。野球なら野球、サッカーならサッカーだけの施設が多い中、札幌ドームは多目的に対応できるのが長所。ラグビー、アメフト、コンサート、コンベンションなど多目的に利用できるのは札幌ドームの価値ですね。

村山 そう考えると、札幌ドームはアイデア次第で何でもできる施設だ

と思います。我々の先輩たちが試行錯誤しながら道を切り開いてくれたおかげですね。

アイデアで広がる活用の可能性

関 私は営業を担当しているのですが、イベントで利用してくださる主催者さまにとって使いやすい札幌ドームであるべきだと思っています。今後は、冬の活用を考えたいですね。特に「冬のフェス」をやってみたいですね。全天候型の札幌ドームだからできることがあると思います。

村山 冬のフェス、いいですね。道内の音楽ライブは夏に集中しているし、冬のフェスはないから、定例化したら面白いかもしれない。

沼田 札幌ドームを中心に音楽イベントが活性化したらよいと思います。多目的施設として新しい音楽イベントができたら面白いです。

藤田 必ずしも4万人規模のコンサートでなくても、間仕切りなどで分割して使うことができると可能性が広がりますね。コンベンションもそ

うですし。
関 結婚式もできそうですね。



商業部 物販事業課 主任
村山 敬輔 Murayama Keisuke
2008年入社



施設部 施設管理課 主任
飯野 薫大 Iino Sodai
2009年入社

飯野 展望台結婚式なんてどうですか。

関 そういう事業に特化した冠婚葬祭事業部をつくってみたい。

全員 面白い!

藤田 敷地の活用法もまだまだ可能性はあると思います。イベントのない日は駐車場をほとんど使っていないので、テニスコートとして利用してもらうなども考えられますね。また、施設ならではの魅力を伝えら

れる「札幌ドームの屋根の上でみるツアー」なんてどうでしょう。

藤田 ファイターズ戦とコンサドーレ戦を一緒に観戦できたらすごいですよ(笑)

沼田 マルチビジョンでも、サッカーと野球を2画面同時に流して。

関 野球やサッカーが入らない時期を、いくつも主催者を入れていい「フリー期間」にして、プロレスなど複数のコンテンツで集客することも



できますし、そうやって年間を通じていろいろなイベントをしている状態が理想的ですね。いま会社全体で進めている「DOME NEXT プラン2026」で、先日アイデアを募ったときにさまざまな意見が出されて、社員全員の熱意を感じました。もっと話し合えば、実現できるものもたくさんあると思います。

藤田 営業の現場では、「こんなイベントをやりたい」と新規のお客さまから問い合わせはありますか。

関 企業の運動会などのお問い合わせは結構ありますよ。ただ、あいにく他のイベントで埋まっている日が多く、日程調整が難しいのが現状です。今後は、そうしたリクエストに応えるために、「企業の運動会パッケージ」を定額制で販売するとニーズ

があります。いろいろ企業とのつながりが大事になってきますね。

関 「札幌ドームにやってきました」というお菓子や、運動会グッズセットの商品開発もできますね。

村山 玉入れのかごを貸し出したり、札幌ドームオリジナルゼッケンを販売したり。

関 やはりお客さまに対して、至れり尽くせりのサポートをすることで「次も札幌ドームで」という気持ちになってもらえるんだと思います。

村山 お客さまに魅力を感じてもらえるWin-Winの関係をいかに構築していくかが課題ですね。

藤田 最近では、ファイターズ戦やコンサドーレ戦でも外国人のお客さまの来場が増えていて、英語や中国語の対応がもっと必要だと感じています。会社の代表メールにも、世界でコンサートツアーを行うアーティストから問い合わせをいただくこともあります。社内で英語の堪能な人にメールの返信案をチェックしてもらうなどで対応していますが、私を含め、日常レベルでの外国語対応は今後も求められていくと思います。

沼田 海外視察研修の対象の社員になるので外国のお客さまのニーズや新しいイベントの視察をして勉強したいです。

飯野 部署が違ってもこういう良い関係を維持して行って、困ったことがあれば気軽に相談できる関係でいられたらいいですね。

関 時には一緒に楽しくお酒を飲み、オープンに話せるような人間味あふれる関係性は大切だと思います。それがあから、一緒に頑張っ

ていこうという気持ちになれるんだと思います。今年も新入社員を迎えましたが、後輩たちには沼田くんのような素晴らしい挨拶や対応の優しさをぜひ見習ってもらって、のびのびと仕事してほしいですね。「失敗を恐れることはないよ」と言ってあげたいです。

藤田 後輩のみんなはきちんと仕事をすし、真面目だし、とても優秀だと思います。時には言いたいことを言って、お互いに垣根なく話せたらいいですね。

村山 とともに苦難を乗り越えていくことができるように、社内の人たちと信頼し合って進んでいきたいし、後輩たちにもそうしてほしいなと思います。

飯野 仕事を進めるうえで、できることとできないことがだんだん分かってくると、自分の考えを言わなくなることがありますよね。こう考えたけれども、たぶん実現しないから人に

伝えるだけでおこう、意見として言わないでおこう。僕も経験がありますが、同じようにしてほしくないと思うと思いますね。だからまず、後輩たちには、意見を持った人に伝えるということも多くしてほしいと思いますし、自分も率先してそういう姿勢を見せられたらいいと思います。

よりざっくばらんに話のできる関係に

藤田 札幌ドームの今後について考える良いきっかけになりましたね。こうした横の関係でも助け合って、良い未来を築いていきたいと思っています。

飯野 なかなかこういう機会がなかったのも、もっと頑張ろうと思えて元気が出ました。今回出たアイデアを実現できればいいなと思いますし、僕もそのために協力したいと思っています。

沼田 イベントの可能性について話ができ面白かったです。難しい面もありますが、自分たちも目標に向かって頑張りたいと思います。

藤田 イベントの今後について

伝えるだけでおこう、意見として言わないでおこう。僕も経験がありますが、同じようにしてほしくないと思うと思いますね。だからまず、後輩たちには、意見を持った人に伝えるということも多くしてほしいと思いますし、自分も率先してそういう姿勢を見せられたらいいと思います。

関 30代の私たち、頑張らないといけませんね。

飯野 まず僕たちがそういう雰囲気を出してあげたら、後輩たちももっと意見を出しやすくなるのかなと思います。

関 今日のこういう機会はいいですね。ざっくばらんに話したらさまざまなアイデアが出てきて、面白いと思いました。このメンバーを頼もしく感じます。

村山 前向きな話がたくさんできて良かったです。札幌ドームはこれからもきっと大丈夫だなと思いました。

藤田 札幌ドームの今後について

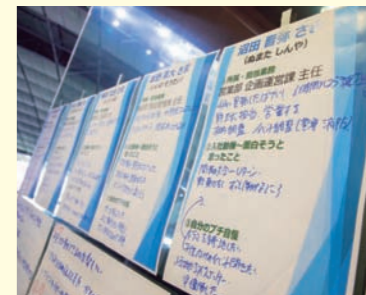
考える良いきっかけになりましたね。こうした横の関係でも助け合って、良い未来を築いていきたいと思っています。

飯野 なかなかこういう機会がなかったのも、もっと頑張ろうと思えて元気が出ました。今回出たアイデアを実現できればいいなと思いますし、僕もそのために協力したいと思っています。

沼田 イベントの可能性について話ができ面白かったです。難しい面もありますが、自分たちも目標に向かって頑張りたいと思います。

藤田 イベントの今後について

考える良いきっかけになりましたね。こうした横の関係でも助け合って、良い未来を築いていきたいと思っています。



考える良いきっかけになりましたね。こうした横の関係でも助け合って、良い未来を築いていきたいと思っています。

飯野 なかなかこういう機会がなかったのも、もっと頑張ろうと思えて元気が出ました。今回出たアイデアを実現できればいいなと思いますし、僕もそのために協力したいと思っています。

沼田 イベントの可能性について話ができ面白かったです。難しい面もありますが、自分たちも目標に向かって頑張りたいと思います。

(2018年4月18日実施)



北海道からハンドメイド文化を発信!

新たなお客さまの来場機会につながっている「サッポロモノヴィレッジ」。当社が企画・運営を行う自主・共催イベントの開催は、札幌ドームの魅力や可能性をさらに広げる取り組みです。

営業部

VOICE
01



営業部 企画運営課
原田 翼 Harada Tsubasa
2014年入社

道内や全国のハンドメイド作家が札幌ドームに集結

初回の成功の上に、工夫を重ねて。

2016年、当社の開業15周年を記念して始まった自主イベントが「サッポロモノヴィレッジ」です。札幌ドームの新たな魅力を発信することにより、来場機会のなかったお客さまにもぜひ足を運んでいただきたいという思いで企画・運営にあたっています。1回目はすべて手探りから始まりましたが、予想以上の大盛況。その分、2017年のメイン担当となった私はプレッシャーを感じつつ、新たな課題に取り組みました。

その一つが会場サイン。「自分の現在位置がわかりにくい」というご意見があったので、遠くからでもわかりやすいボックス型サインを設置したほか、お客さまから見え

やすい位置に出店者のブース番号を設けました。

また、1回目に1,100ブースだった出店枠を、期待の声に応え、2回目には1,800ブースに拡大。より多くの出店者に参加していただけるようにしました。全天候型の札幌ドームだからこそ実現できる、道内最大のスケール感が魅力だと思っています。

2017年8月に開催した2回目は、2日間1,800ブースの出店と32,895名の来場者を迎えました



サッポロモノヴィレッジ

北海道をはじめ全国で活動する作家・クリエイターが札幌ドームに集結する北海道最大のハンドメイドフェスティバル。アクセサリ、ファッション、イラスト・写真、雑貨、クラフト・工芸など、オリジナリティーあふれるハンドメイド作品【モノ】が集まり、それぞれのカテゴリーに分けられたハンドメイドの村【ヴィレッジ】に1,800ブースが並ぶ一大イベントです。

■開催日:2017年8月11・12日

先進地視察での学びを改善点に。

広さが決まっている中で出店者ブースを大幅に増やすために、安全確保を最優先しながらの慎重な検討が必要でした。そのため、先進地の東京や横浜、大阪などのハンドメイドイベントに足を運び、通路幅やブース数などを来場者目線で学んだりもしました。やはり、全国的にレベルの高いイベントに行くと、運営上の工夫で勉強になることがたくさんあります。どんな作品ジャンルや作家さんが人気なのか、動向を知るのにも役立ちます。こうした多くの気づきを、企画・運営のあらゆる面に反映させていくことが大事だと思います。



作品を通して、作家との会話を楽しめるのも魅力

“愛される場所”としての魅力づくり。

私が所属する営業部企画運営課は、他にもこうした自主・共催イベントに取り組んでいます。札幌ドームの主力は貸館事業ですが、貸す側だけでなく、イベントを企画・運営する側の経験値を高めることで、主催者としてのノウハウを蓄積できることに意義があると考えています。

その意味で、「サッポロモノヴィレッジ」に来場されたお客さまが「スポーツやコンサートだけじゃないんですね」と言ってくれるのは大きな励み。既存概念にとらわれず、自主・共催イベントを通じて新たな可能性を広げ、札幌ドームが少しでも多くの皆さまに愛される場所になってほしいと願っています。

札幌ドームの自主・共催イベント

北海道最大の全天候型施設として、毎年さまざまな自主・共催イベントを開催しています。

■北ガスグループ 6時間リレーマラソン

家族や職場の仲間などでチームを組み、1周2kmの特設コースを、たすきをつなぎながら走るリレーマラソン。参加者の皆さまが毎年楽しみにしているイベントとして定着しています。開催7回目の2017年度は、1,104チーム、ランナーは9,603名にのぼり、応援や観覧者を含め約19,387名が参加しました。



■コープさっぽろ presents ふわふわアドベンチャー

札幌ドームに大型エア遊具「ふわふわ」が大集合する、子どもたちに大人気の冬休み恒例イベント。スタンド席を利用した巨大滑り台やステージイベントなどもあり、寒い冬も親子でたっぷり遊ぶことができます。



■豊平区×札幌ドーム スポーツバイク

地域ぐるみでスポーツに親しむ機会を広げようと、豊平区と共同で企画・運営し、札幌ドームを無料開放。ウィンタースポーツやラグビーなどの体験コーナーなど、さまざまなスポーツアトラクションを用意しており、毎年たくさんの親子連れで賑わっています。



おいしい×新しい=ワクワク?!

札幌ドームだけで味わえる“名物グルメ”を開発するため初めて開催された「グルメプロデュースグランプリ」。受賞作品が決定し、2018年、心躍るメニューが登場します。

商業部

VOICE
02



商業部 飲食事業課
種市 桃子 Taneichi Momoko
2015年入社

グルメプロデュースグランプリ表彰式後の試食会にて

151点の応募に感謝と安堵。

今も札幌ドームには、多彩な飲食メニューがそろっていると思いますが、ここだけで味わえる“名物グルメ”という、まだ数えるほどしかないかもしれません。そこで、今回初めて「グルメプロデュースグランプリ」を企画し、お客さまと一緒に魅力的な新メニューを誕生させることにしました。

私たち商業部飲食事業課は、これまでコンテストを開催したことがなく「アイデアが集まるのだろうか?」と不安でいっぱいでした。最終的に応募は151点。近隣の小・中学生から道外の方々まで、素晴らしいアイデアを寄せていただき、本当に感謝しています。また、表彰

式で受賞者とそのご家族のうれしそうな表情を拝見して、「開催して良かった」とホッとしているところです。



グランプリ1名と札幌ドーム賞2名が決定

札幌ドームグルメプロデュースグランプリ

札幌ドームの“名物グルメ”となる商品アイデアを募集し、優秀作品を場内飲食売店の新メニューとして商品化する企画。審査の結果、3作品の商品化が決定しました。
■応募期間：2017年9月25日～11月10日 ■表彰式：2018年2月24日

「難しくても形にしたい」と挑戦!

審査は飲食事業課と館内の飲食売店の方々などで行いました。グランプリに選ばれた作品は、見た目も“食感”も楽しいドリンクで、ほぼ満場一致で「これしかない!」と。しかし、実際に商品化すると難しく、「わたあめはどう用意する?」「もっと可愛らしくするには?」などと、かなり悩みながら形にしていきました。札幌ドーム賞の2作品も、考案者の想いと味わう方の喜び、両方を大切にしながら仕上げましたので、ぜひ皆さまに味わっていただきたいです。

このグランプリ企画は将来、北海道日本ハムファイターズ賞と北海道コンサドーレ札幌賞も設けて、もっと大規模に開催したいな…というのが私の夢です。

“非日常”を市民にも観光客にも。

私たちは、札幌ドームに来てくださるお客さまに感謝すると同時に、「何度来てもワクワクする札幌ドーム」であり続けなければいけないという強い使命を感じています。飲食事業課は各種商品開発、販促キャンペーンなどを担当しており、常にお客さまの期待感を高められるように意識して取り組んでいます。札幌市内の皆さまにも、国内外から札幌にいらっしゃる観光客の方々にも“非日常”を体験していただける場を提供できるよう、さまざまな新企画を考案し、これからも努力を続けていきたいと思っています。



試食会では飲食事業課が全種類のお弁当を吟味



チャームコロンの ふんわり♡ ようせいドリンク

羽川 宏絵さん(札幌市在住)



サイダーにすりおろしリンゴとクラッシュゼリーをイン。トッピングしたふんわりわたあめは、そのまま食べてもドリンクに溶かしてもおいしいです!

受賞して子どもと大喜びしました。スポーツ観戦や子ども向けイベントの時に、たくさんの方々に楽しんでいただけたらと思っています。



札幌ドーム賞
小・中学生の部門

ドームライス

陣内 直子さん
(札幌市在住)

札幌ドームをモチーフにしたオムライス。取り囲むレタスやブロッコリーでドーム周囲の自然を表現しています。

札幌ドーム賞
高校生以上の部門

コロン トルティーヤッ!!

山下 美沙さん
(札幌市在住)



ジンギスカンとトマト、隠し味のマヨネーズが相性抜群。片手で手軽に食べられるトルティーヤです。

◎受賞作品は材料・デザイン等、一部を変更して期間限定で販売されます。
◎このほか、「おいし賞」「入選」「チャームコロン賞」が選出されました。

挑むのは、前例のない改修。

北海道でサッカーができる季節を広げた札幌ドーム。ホヴァリングサッカーステージは重量オーバーの課題に直面し、2018年に天然芝を全面的に張り替えることにしました。

施設部

VOICE
03



施設部 施設管理課 課長
小檜山 尚登 Kohiyama Naoto
2000年入社

更新間近の芝を背にした小檜山さん

重量オーバーが迫っての芝更新。

サッカーグラウンドを管理する上で、天然芝の傷んだ部分に砂を入れる「目砂入れ」という作業があります。札幌ドームでは基本的に年に2回、春と秋に行っており、その分フィールドの重量が増えてきました。ホヴァリングサッカーステージは、試合があるたび駆動設備で館内に出し入れするのですが、重量には制限があり、一定値より増えると動かなくなる心配もあります。設計段階では10年ほどで限界値に到達すると見込まれていたものを、工夫しながら17年間は維持してきました。しかし、さすがにもうギリギリの状態なため、全面的に増えた分の床砂をすき取ってから、芝を張り替えて

軽量化することにしました。

作業は2018年の5月から、8月上旬の利用再開を予定しています。今回の更新で、芝に混じった雑草もなくなり、きれいなピッチに生まれ変わります。



芝の張り替えを控えたホヴァリングサッカーステージ

ホヴァリングサッカーステージ

札幌ドームのサッカーグラウンドは、天然芝フィールド全体を浮かせてドームの内と外とを水平移動する「ホヴァリングサッカーステージ」です。縦120m、横85m、重さ8,300tほどのステージが、空気圧によって7.5cm浮上。34個の車輪を使い、分速約4mでドームに出入りする世界初のシステムです。フィールドの状態はサッカーのプロから高く評価され、2002年には「J1ベストピッチ賞」を受賞しました。

前例がない手探りの作業。

芝生はフィールドに直接、種をまいて育てたかったのですが、それだと使えない期間が長くなるため、張る芝を他の場所で育てています。使うのは「冬芝」、ピッチの面積は9,072m²です。8,970m²のサブグラウンドのほか、千歳市で農家の敷地を借りて2,500m²分の芝生を用意してきました。それを「ビッグロール工法」と呼ばれる、幅約76cm、厚みが約3cm、長さ10m前後に切って専用の機械で張ります。全体的に重さが均一にならないと、フィールドが傾き動かなくなる可能性があるため、浮上試験とシビアな砂の調整を繰り返します。世界唯一のシステムですから、前例がない手探りの工事になりますが、更新後に「プレーしやすい」「芝がきれい」などと言っていただけるような改修に努めます。



芝の生育状況を確認しながら全体を整備

通路の安全性・利便性を向上。

私が所属する施設部施設管理課では、もちろん芝以外の改修も担当しています。2017年度に行った事業の一つは点字ブロックの増設です。ドームの北側からバス停口に出るルート、そして、南ゲートからシャトルバスターミナルに行く通路に設置しました。また、散策路からサッカー練習場に通じる道がなかったため、階段を設けて近道できるようにして、非常に便利になったかと思っています。

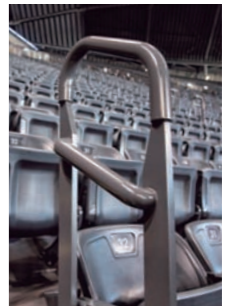
私自身、昆虫採集が趣味でサッカーが大好きなので、ここを訪れる皆さまが気持ち良く過ごせるよう、これからも施設・設備の改善に励んでいきます。

もっと安全・快適な空間へ!

お客さまの声にお応えして、施設・設備の改修に取り組んでいます。

■スタンドの階段手すりを増設 (2017年12月)

階段の上り下りの負担を軽減するため、スタンド(観客席)の階段通路の手すりを増設し、両側に手すりがある状態にしました。新しい手すりは持ち手部分を2段とし、お子さまでも利用しやすい形状になっています。



■コンコース大階段前のプロジェクターを更新 (2018年2月)

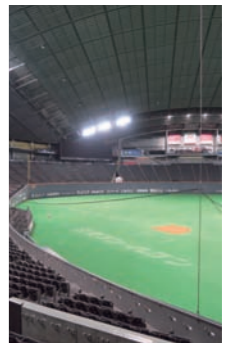
大階段前の壁面に設置しているプロジェクター2面を、大型マルチディスプレイ(60インチ16面・縦3.03m×横5.35m)



に更新。試合中継映像などをより鮮明にご覧いただけるようになりました。

■野球開催時 内野席に防球ネットを設置 (2018年2月)

北海道日本ハムファイターズさまと協議を重ね、視認性と安全を両立させた防球ネットを1塁側・3塁側の内野席最前列の一部に設置しました。これにより、お客さまがファウルボールを気にせず、野球観戦をより楽しめるようになりました。



◎このほかの改修は当社ウェブサイトで紹介しています。

将来への確かな道筋をつけるために。
第二の創成期ととらえ、新しい札幌ドームをつくっていきます。



2001年に開業した札幌ドームは、この17年間で累計4,500万人を超えるお客さまにご来場いただくことができました。これも日頃から札幌ドームを支えてくださっている多くのお客さまのお力添えによるものと、心から御礼を申し上げます。

時代の流れとともに、札幌ドームを取り巻く環境も大きく変わりつつあります。2018年3月、札幌ドームの最大の利用者である北海道日本ハムファイターズさまが、新球場建設構想における候補地を北広島市に決定しました。このことは、日本のスポーツ・エンターテインメントに一石を投じる新しい流れと受けとめる一方で、私たちは、札幌ドームの公共財としての価値を高めるため、これまでと変わらず真摯に努力を続けることが使命であると考えております。

当社は、2018年10月に会社創立20周年を迎えます。企業のライフサイクルの視点では、成長期から成熟期へと差しかかる時期ですが、私はむしろ“第二の創成期”ととらえています。「自分たちの手で新しい札幌ドームをつくっていくんだ」という気概で臨むことが、将来への確かな道筋をつけるために不可欠だからです。

札幌ドームの創成期、何もなかったところから社員が知恵を出し、汗をかいて礎を築いてきた経験は、企業としての尊い財産です。また、そうした中で育まれてきた明るく自由な社風も、札幌ドームらしさの一つです。この力強さをチームワークに生かし、社員が心一つにして、札幌ドームの新しい将来像を構築していきたいと思えます。

現在は、より魅力ある札幌ドームを実現するための将来構想として「DOME NEXT プラン2026」に全社で取り組んでいます。既成概念にとらわれず、新しい発想で、やりがいのある仕事ができるチャンスだと考えています。

引き続き、札幌ドームが市民道民の皆さまに末永く愛され、喜んでいただけるよう、長期的視点と高いプロフェッショナル意識を持ち、総力を結集してチャレンジを続けてまいります。

代表取締役社長 山川 広行

札幌ドームのCSR活動

株式会社札幌ドームでは、事業の成果は市民や地域に還元していくべきであり、CSR(Corporate Social Responsibility=企業の社会的責任)とは経営そのものと考えています。当社の経営、すなわちCSR活動においては、すべてのお客さまを大切に、「社会からの信頼を獲得して企業価値を向上させること」「社会の持続可能な発展と未来のスポーツ文化、市場・顧客の創造にも貢献すること」「社員一人ひとりが業務や会社への誇りを持ち、組織活性化にも寄与していくこと」を常に心がけています。

想いを込めてのCSR

本レポートでは当社のCSR活動を次の3分野に整理し、代表的な取り組みや成果を紹介しています。

- | | | |
|-----------|---|-----|
| 01 地域を想って | お客さまの声を聞きながら、地域社会への貢献を推進し、地域の皆さまとともにさらなる成長を目指しています。 | P23 |
| 02 環境を想って | 環境にやさしい施設を心がけ、省エネルギー、資源循環の促進、生物多様性の保全、啓発活動の推進に取り組んでいます。 | P25 |
| 03 人を想って | 安全・安心な舞台を提供するとともに、未来を担う子どもたちへの支援や社員が誇りに思える職場づくりを進めています。 | P29 |

●世界とともに、SDGsも意識しています。

2015年、国連において採択された「SDGs(Sustainable Development Goals=持続可能な開発目標)」。これは、深刻化する環境課題など17の目標と169のターゲットに全世界が取り組むことによって、より良い国際社会の実現を目指すものです。当社も社会の一員として、SDGsを意識しながらCSR活動を進めています。



01 地域を想って

市民の皆さまが気持ち良く館内外で過ごせるよう、お客さまの声に耳を傾け、私たちは成長を続けます。



A B モニターのご意見を大切に

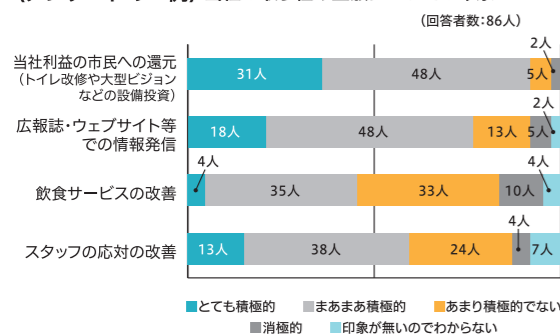
C 宝探しゲームにチャレンジ! D 雪と遊べる「ゆきひろば」 E 歩くスキー教室を開催 F トレーニングルームは設備が充実

ご意見が育てる、明日の札幌ドーム。

「オンラインリサーチ」ではアンケートを幅広く。

札幌ドームをより安全・安心・快適な施設にしていけるため、インターネットアンケート「札幌ドームオンラインリサーチ」を2012年度から実施し、モニターを募集して、積極的にご意見やご要望をうかがっています。2017年度も100名のモニターにコンサドーレ戦・ファイターズ戦を各1試合ご覧いただく「モニター観戦」を行い、施設・設備や飲食サービスの状況などをチェックしていただきました。アンケートでは、「①ウェブサイト・広報誌・各種広告について」「②施設・設備について」「③運営会社について」と幅広く項目を設定。寄せられたご意見はすべて社内で共有し、札幌ドームをより良い空間へ進化させるための参考とさせていただきます。

〈アンケートの一例〉当社の取り組み全般についての印象



見て歩いて語り合う、モニター座談会。

オンラインリサーチの取り組みの一つ「モニター座談会」は、2014年度から毎年実施。まず館内見学で、お客さまの声を反映して改修した箇所を参加者に見て歩いていただき、その後、当社役員・社員と直接意見交換する座談会を開いています。

なお、アンケート結果と座談会レポートは当社ウェブサイト上で公表しています。

2017年度モニター座談会 概要

■実施:2017年9月24・25日

■参加者:各日6名(男性3名・女性3名)

当社社員の案内で館内見学を行った後、館内レストランでの昼食をはさんで座談会を開催。「今後の札幌ドームに期待すること」などのテーマで話し合い、施設・事業・交通などのご意見をいただきました。



マルチディスプレイ、スタンドの階段手すり、トイレなどを参加者にご覧いただきました

市民道民の笑顔と元気を応援!

冬が大好きになる「ゆきひろば」。

気軽に雪と遊べる「札幌ドーム ゆきひろば」が2017年度も敷地内にオープンしました。ゴムチューブやそり、サッカーボールなどの無料貸し出しを行い、新しい遊びのアイテム「雪上ストラックアウト」「雪上キックターゲット」などを追加。子どもから大人までが北国の冬を楽しみ、1月から3月まで計41日間で4,279名にご利用いただきました。また、屋外サッカー練習場は冬季、クロスカントリースキーコースとして整備し、1周およそ300mのコースとして開放しています。利用者は1月から3月まで計41日間で44名。「歩くスキー教室」も開催し、初心者の方も楽しく安全に始められるようお手伝いしています。

トレーニングや健康づくりの場を提供。

季節を問わず、健康・体力づくりの場として地域の皆さまに親しまれているトレーニングルームでは、11機種11台のウエイトマシン、6機種23台の有酸素マシン、さらには個室シャワールームやロッカーなどを備え、利用料は大人1回500円(入会金・年会費など不要)。トレーナーが常駐し、運動教室を随時開催するほか、個別に健康増進やダイエットなど、目的に合わせたトレーニングへのアドバイスもしています。なお、日頃のご利用に

感謝を込めた「無料開放デー」も設け、初めての方がお試して体験できる機会も提供しています。

謎が友を呼ぶ? 「ドーム王国の秘宝」。

2017年7月25日～8月31日の期間中、参加無料の体験型宝探しゲーム「チャームコロンとドーム王国の秘宝」を敷地内にて開催しました。対象は小学生以上。「札幌ドーム王国で一枚の地図が見つかった。君は、チャームコロンと協力して様々な暗号のナゾを解き王国の秘宝を探し出すことができるだろうか!？」という札幌ドームからの挑戦状に、のべ505名の子どもたちがチャレンジ。仲間と協力しながら暗号の謎を解き、隠された秘宝を見事に探し出してくれました。

楽しみながら札幌ドームに詳しくなれる、ここだけのゲームを開催しました



02 環境を想って

札幌ドームが「環境にやさしい施設」であるように、お客さまのご協力をいただきながら多彩な活動を展開しています。



A 夏休みの自然観察会を開催 B 近隣小学生をご招待 C 電気自動車を活用 D 全社員でごみ拾いを実施 E 照明のLED化を推進 F ごみを圧縮して減容化 G お客さまとともにリサイクル

環境を「つくり」「守り」「学ぶ」。

ここは緑豊かな「スポーツの庭」。

札幌ドームは、農耕地と都市をつなぐ「スポーツの庭」として誕生しました。建設前には周辺地域の生態系を分析し、森林や水辺、草地など11種の緑地植生モデルを導入。鳥が暮らしやすい環境を基調に、建設前より豊かな環境づくりに取り組んできました。同時に「環境にやさしい施設」を目指す札幌ドームの取り組みについて、子どもたちをはじめ多くの方々に知っていただく活動も幅広く展開。自主・共催イベント開催時に環境啓発ブースを出展しているほか、近隣小学校の子どもたちを展望台にご招待し、環境について学んでもらう事業や札幌市主催「環境報告書展」への出展などを行っています。



札幌ドーム 建設前



現在

楽しさいっぱいの環境啓発企画を展開。

初開催 初夏の野鳥観察会

札幌ドームを訪れる鳥たちがもっとも活動的な6月、野鳥観察会を開催しました。建設前から敷地内のモニタリング調査に携わる専門家から、野鳥の特徴や生態に関する解説を受けながら、14名の参加者が双眼鏡を片手にバードウォッチングを楽しみました。

[講師]NPO法人生態教育センター 主任指導員 中村忠昌氏



第3回 札幌ドーム生き物探検隊！

生態系の豊かさや当社が取り組んできた緑化の成果を知っていただくため、親子向けの自然観察会を年1回開催。2017年は小学生と保護者の17名が参加し、多くの鳥や昆虫に出会い、豊かな「庭」を実感していただきました。

[講師]NPO法人生態教育センター 主任指導員 中村忠昌氏
中央大学理工学部 協力研究員 須田真一氏

※協力：大成建設株式会社

省エネ・省資源にも積極的に。

省エネを重視した設備とシステム。

札幌ドームでは、お客さまの安全性や快適性を保ちながら省エネルギーを推進。環境負荷が少ない設備の導入や、運転方法の改善にも積極的に取り組んでいます。

<具体例>

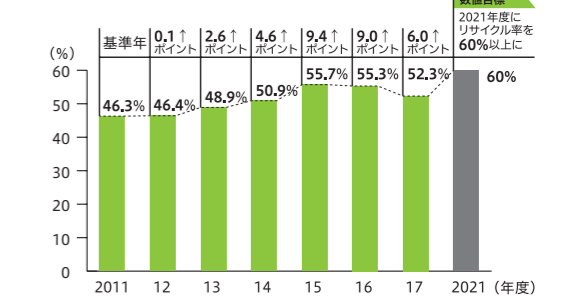
- 空調用送水ポンプ制御システム「エコノパイロット」を採用
- 電気自動車を導入
- ロードヒーティング自動制御システムへの間欠加熱運転導入
- 広報誌の印刷に風力発電によるグリーン電力を利用
- 札幌市の太陽光発電事業に協力
- 照明のLED化を推進
- 照明モードを緻密に制御

※環境活動について詳しくはウェブサイトで紹介しています。

お客さまとともにリサイクル。

お弁当容器やプラカップはもちろん、芝ごみや売店などから出るごみも分別回収して資源循環に取り組んでいます。社員はチェックシートで達成度を確認しながら「社員エコ行動」を推進。敷地内外のごみ拾い「札幌ドームクリーン・アップ作戦」も毎年実施しています。

■リサイクル率の推移



【札幌ドーム環境コンセプト】

札幌ドーム ECO MOTION
～ひとりひとりがエコプレイヤー～



札幌ドーム 環境シンボルマーク

札幌ドームは、札幌市環境マネジメントシステムを通じて、地球温暖化対策および環境配慮の推進に努めています。

【環境方針】

私たちは、みらいの子供たちに美しい地球を残し、札幌ドームを環境にやさしい施設として維持し続けることを使命として、訪れるすべてのお客さまとともに、よりよい環境づくりに向けて取り組みます (2008年3月策定)

ECO MOTION 2021 [2021年に向けた環境目標]

- ①法令を遵守し、環境経営実現に向けて取り組みを進めます
- ②省エネルギーに努め、CO₂排出量を減らします
- ③廃棄物を削減するとともに、資源循環を促進します
- ④緑豊かな札幌ドームで、お客さまとともに環境を学びます

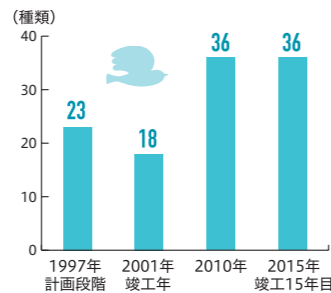
生物多様性への取り組み

草木が茂り、鳥も昆虫もたくさん集う札幌ドーム。建設前より豊かな環境づくりを目指す「エコロジカルプランニング」に基づき、敷地の維持管理に取り組み、生き物が住みやすい環境を守っています。

野鳥 36種類

札幌ドームができる前の1.6倍

食物連鎖の上位である鳥が暮らしやすい環境づくりを基調に草地や水辺を整備。地域の子供たちが作製した巣箱を各所に設置し、繁殖にも適した環境を整えています。夏の36種類のほか、冬には渡り鳥も見られます。



こんな鳥がいます

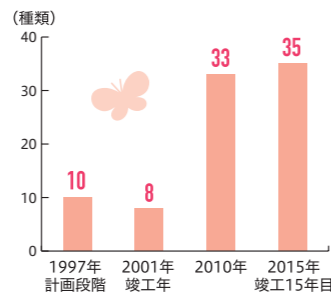
マガモ、ヒバリ、アカゲラ、コゲラ、ハクセキレイ、ヒヨドリ、センダイムシクイ、コサメビタキ、エナガ、ハシブトガラ、ヒガラ、ヤマガラ、シジュウカラ、ゴジュウカラ、アオジ、ホオアカ、カワラビフ、ニュウナイスズメ、コムドリ、カケスなど



チョウ 35種類

札幌ドームができる前の3.5倍

敷地内で確認されている樹木は81科313種。木を植え草地を手入れして、チョウが住みやすい環境を整備したことで、生息数が増えました。今後も植生を充実させることで、さらにチョウが定着すると見込めます。



こんなチョウがいます

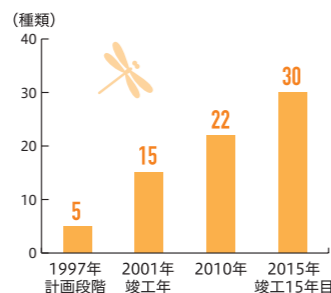
ミヤマカラスアゲハ、モンキチョウ、エゾシロチョウ、ベニシジミ、エルタテハ、キベリタテハ、コムラサキ、アカタテハ、ジャノメチョウ、コキマダラセセリなど



トンボ 30種類

札幌ドームができる前の6倍

景観の美しさを確保するため、草地の刈り込みや植栽の剪定を行う際は、生き物にも配慮。大雨による河川の増水を一時的に受け止める調整池では、泥を取り除く際にヤゴの生息環境を考えヨシやガマを残すようにしています。



こんなトンボがいます

エゾアオイトトンボ、モノサシトンボ、エゾイトトンボ、オゼイトトンボ、キタイトトンボ、ルリボシヤンマ・オオルリボシヤンマ、コサナエ、アキアカネ、ミヤマアカネ、ヨツボシトンボなど



駐車場

開けた環境を好む鳥や、ハルニレを好むチョウたちが好むチョウたちが過ごしています。

バードセーバー

鳥がガラスに衝突するバードストライクを予防するバードセーバーを西棟ガラス面に105mにわたって設置しています。

防風林

羊ヶ丘展望台付近から続く防風林。ポプラ、トドマツ、シラカバなどから成り、ハシブトガラやアカゲラなどの姿が見られます。



ビオトープ

札幌ドーム建設前にはなかった水辺環境を整備した結果、トンボが住み着きました。初夏にはヒナを連れたマガモがヨシやガマの間を泳ぎます。

草地

子育てをするホオアカ、鳴き声がにぎやかなヒバリがいます。チョウの姿も見られます。

ボタニカルゾーン

自生していた樹木をできるだけ残し、さらに植栽をしてつくりあげた森。成長した広葉樹林に鳥やエゾリスが暮らすようになりました。

※確認種数は2015年の調査によるものです。 協力:大成建設株式会社

03

人を想って

ご来場のお客さまはもちろん
近隣の皆さま、事業者の皆さま、
共に働く仲間も大切に、札幌ドームは
多面的な取り組みを展開します。



A B ドーレくんとB・Bも参加してくれた「こども絵画展」表彰式
C 階層別に社員研修を実施
D E これまでに2万名以上をご招待してきた「みらいシート」



子どもたちの今日と明日を応援！

力作が171点 「こども絵画展」。

子どもたちのスポーツ・文化への
関心を高めようと実施した「第7回
札幌ドームこども絵画展」。応募
171点の中から、入賞作品36点が
決定し、2017年9月16日に表彰式
が開催されました。すべての入賞作
品と応募者コメントは当社ウェブ
サイトで紹介しています。



札幌ドーム大賞



がんばれ福森選手
上川 莉歩さん(6年生)



みんながYMCAダンスの
Yをイメージしておどってる。
松尾 華穂さん(2年生)



チツとわたし
稲場 美羽音さん(2年生)



特大ホームラン
加野 さくらさん(2年生)



ナイスシュート!!
高塚 葡萄唯さん(4年生)



ファンになった中田せん手
石井 那奈さん(3年生)



鳥とおはなしたよ。
須川 果南さん(3年生)



し合中
中野 世誠さん(5年生)



輝く札幌ドーム
市橋 柚乃さん(6年生)



セミの羽化を見ている
ぼくとチャームコロ
北嶋 大雅さん(5年生)

「みらいシート」で観戦の楽しさ・興奮、初体験！

北海道コンサドーレ札幌と北海道日本ハムファイターズの公式戦に、札幌市内の小学3年生とその保護者をご招待する「札幌ドームみらいシート」。このプロジェクトは「はじめての札幌ドーム」をコンセプトとして、観戦を通して地域のスポーツ普及振興へ貢献し、地域・学校・家族の絆を深めることを目的としています。第5弾は、2018年3月～2019年12月の期間に2,755組5,510名さまをご招待する予定です。

誇りに思える職場を目指して。

社員の成長でサービスも向上。

お客さまに最高のホスピタリティを提供するため、当社では階層別の社員研修を実施しています。階層は入社年数や役職などにより5つに分け、それぞれに適したテーマで外部公開講座を受講。また、専門的なスキル向上を目的として、任意に受講できる選択研修を導入し、学びを後押ししています。このほか、海外の優れたスポーツ施設やイベント施設で運営方法やノウハウを学ぶ「海外視察研修制度」、各自の発案を奨励する「アイデア提案表彰制度」も導入し、各自が主体的に学び・考え・成長できる環境を整えています。

仕事も生活も健康も重視して。

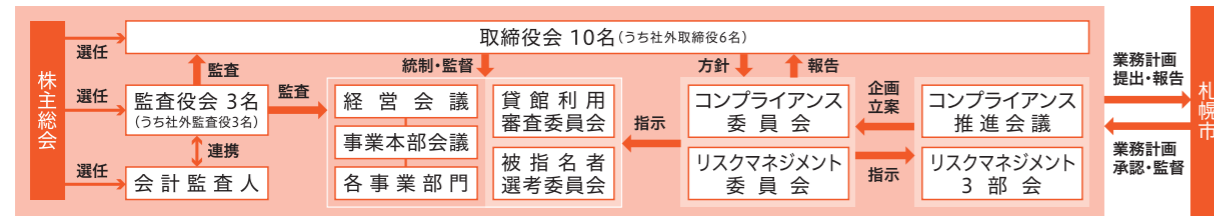
心身ともに健康に社員が業務に専念できるよう、当社では健康診断を充実させています。また、トレーニングルームの利用助成も行い、日常の健康管理や体づくりもサポートしています。当社は、「札幌市ワーク・ライフ・バランス認証企業(ステップ2)」として、さまざまな取り組みを推進しており、柔軟で効率的な勤務体系をとることで、仕事と生活の調和を図る環境づくりを行っています。



札幌ドームみらいシートご招待実績 (2008年～2017年)	
第1弾(2008年～2010年)	7,540名
第2弾(2011年～2013年)	6,802名
第3弾(2014年～2015年)	5,252名
第4弾(2016年～2017年)	4,612名
累計	24,206名

信頼される企業であるために。

■コーポレートガバナンス体制



体制と教育でコンプライアンスを徹底。

公正に事業を推進し、信頼される企業であるように、当社では「コンプライアンス委員会」と委員会のもとで具体策を企画立案する「コンプライアンス推進会議」を設置。また、外部から講師を招き、コンプライアンス教育研修を実施しています。新入社員には、早期に基礎的な知識や倫理観を身につける教育やe-ラーニングを活用した研修を実施しています。さらに、法令違反や不正行為の未然防止・早期発見にも努めており、複数の社内窓口と当社顧問弁護士による社外窓口を設置しています。

「万が一」を想定したリスク管理。

当社では、「リスクマネジメント委員会」において「リスク対応方針」を定めるとともに、3つの部会を設置し、具体的なリスク対応策などを検討しています。万が一の事態を想定した取り組みでは、設備などのトラブルを想定した訓練、大規模地震発生時に社員の安否確認を迅速に行うシステムの導入、情報システム障害への対策などを行っています。

■3つの部会と主要テーマ

経営管理リスク部会	事業運営リスク部会	危機管理部会
コンプライアンス、業績および投資等に関する事項	イベント・施設設備管理、災害・パンデミックに関する事項	危機管理マニュアルの策定・運用

安全・安心にベストを尽くして。

「食」の安全は連携プレーで。

札幌ドーム館内で販売する飲食物の衛生管理は、保健センターや民間の衛生機関とも連携しながら行っています。さらに、おいしさと衛生面の両立を図るよう、飲食売店のスタッフを対象に食品衛生講習会を定期的に行っています。また、「札幌ドーム飲食事業者協議会」では札幌市と「さっぽろ食の安全・安心推進協定」を締結。重点的に取り組む4つのマイルールを策定し、常に「食」のさらなる安全を目指しています。

札幌ドーム飲食事業者協議会マイルール

- 会員各社は、5S(整理、整頓、清潔、清掃、躰)を徹底し、売店厨房等の良好な環境の保持に努めます。
- 会員各社は、食材の適切な温度管理や、異物混入を防ぐための点検を徹底します。
- 会員各社は、従業員の健康管理や身だしなみの確認を行い、従業員一人一人の衛生意識の向上に努めます。
- 会員各社は、札幌ドームに來場するお客さまに安心していただける「安全」な商品の提供とサービスの向上に努めます。

「さっぽろ食の安全・安心推進協定」は、札幌市が「安全・安心な食のまち・さっぽろ」を目指して、2009年に札幌市内の食品事業者・食品関連団体を対象として創設した制度。本協定を締結した事業者・団体等は、食の安全・安心に関して重点的に取り組んでいく事項を「マイルール」として定め、消費者に公開するとともに、年度毎の取り組み結果を市長に報告します。

防災体制を日頃から強化。

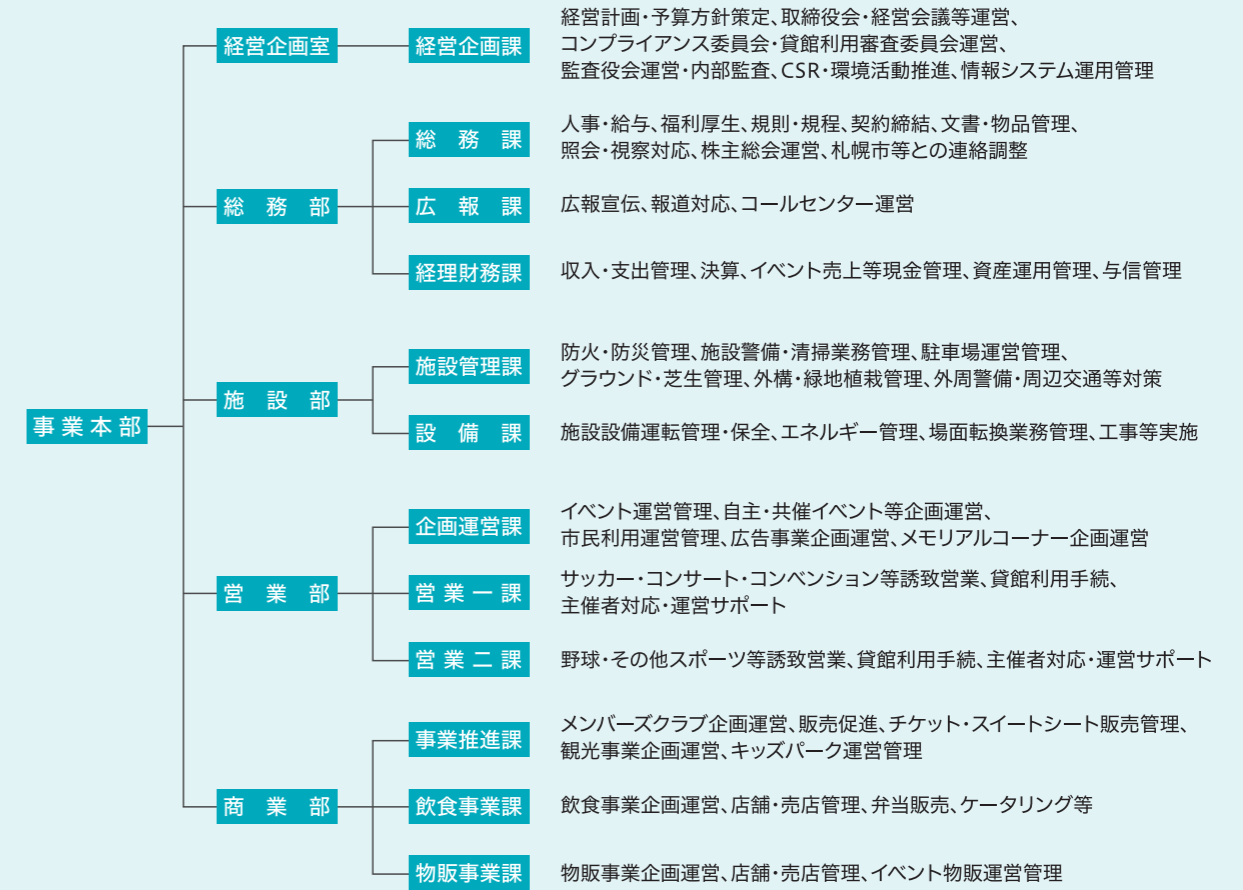
札幌ドームでは、大規模地震対策として地震警報監視システムを導入。防災講習会や関係機関との総合防災訓練を繰り返し、火災やけが人の発生にも備えています。また、大規模イベント開催時の警備・救命体制も強化し、センサーや遠隔監視システムを用いた機械警備、警備員による巡回警備、警察・消防・主催者さまとの連携により、お客さまの安全を確保しています。そのほか、災害時の対応を記載した防災カードを全社員が携帯し、日頃から防災意識を高めています。



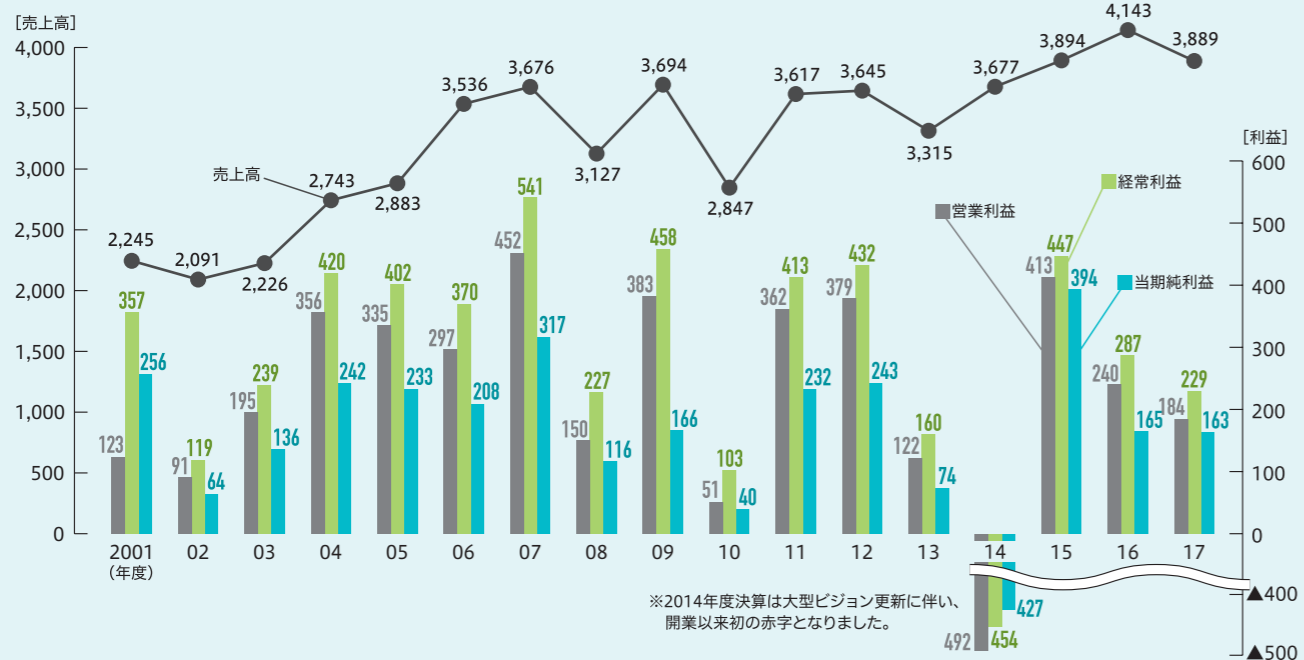
■会社概要

商号	株式会社札幌ドーム
所在地	札幌市豊平区羊ヶ丘1番地
代表者	代表取締役社長 山川 広行
設立	1998年10月1日
資本金	10億円
売上高	38億8,971万円(2018年3月期)
社員数	73名(2018年6月現在)
事業内容	札幌ドームの管理運営業務全般 [地方自治法および札幌ドーム条例等の規定に基づく札幌ドーム指定管理者] 1. 貸館事業 アリーナ・諸室等のイベント利用への貸出およびイベント運営サポート 2. 商業事業 ドーム内の飲食物販事業の管理運営 3. 観光事業 ドーム展望台およびドーム見学ツアーの運営 4. 市民利用事業 草野球、サッカー練習場およびトレーニング室の一般市民利用管理 5. 広告事業 ドーム内広告看板の販売管理 6. 駐車場事業 ドーム駐車場の管理運営 7. チケット事業 各種イベントのチケット販売管理
開業日	2001年6月2日
株主	札幌市(55%)、札幌商工会議所、北海道電力(株)、北海道瓦斯(株)、(株)北海道新聞社、(株)北洋銀行、(株)北海道銀行、サッポロビール(株)、(株)プリンスホテル、(株)竹中工務店、大成建設(株)、北海道コカ・コーラボトリング(株)、(株)電通、(株)電通北海道、(株)大広、東日本電信電話(株)、(株)近畿日本ツーリスト北海道、(株)NTT東日本一北海道、(株)NTTネクシア、北海道キリンビレッジ(株)、サントリービレッジサービス(株)、(株)JTBC、(株)JTBC商事、北海道放送(株)、札幌テレビ放送(株)、北海道テレビ放送(株)、北海道文化放送(株)

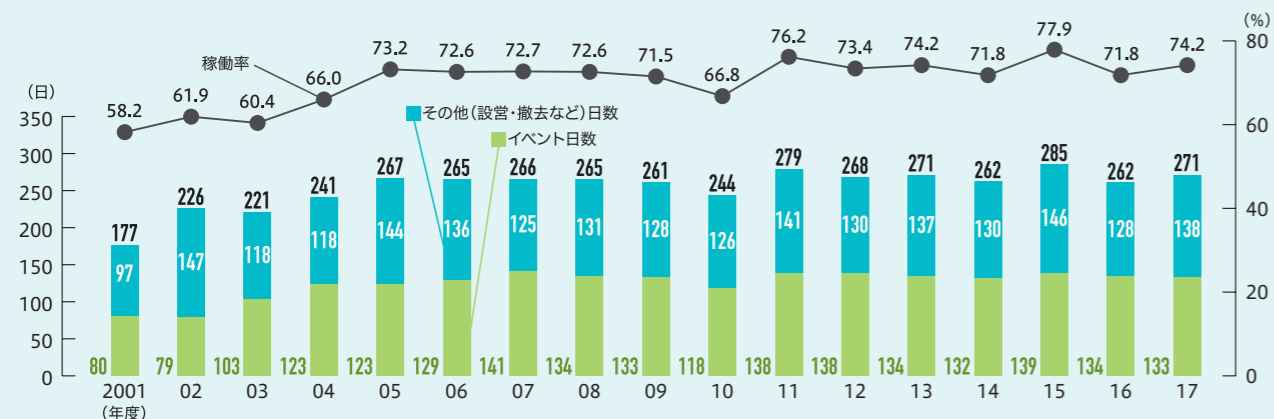
■組織図および業務分掌



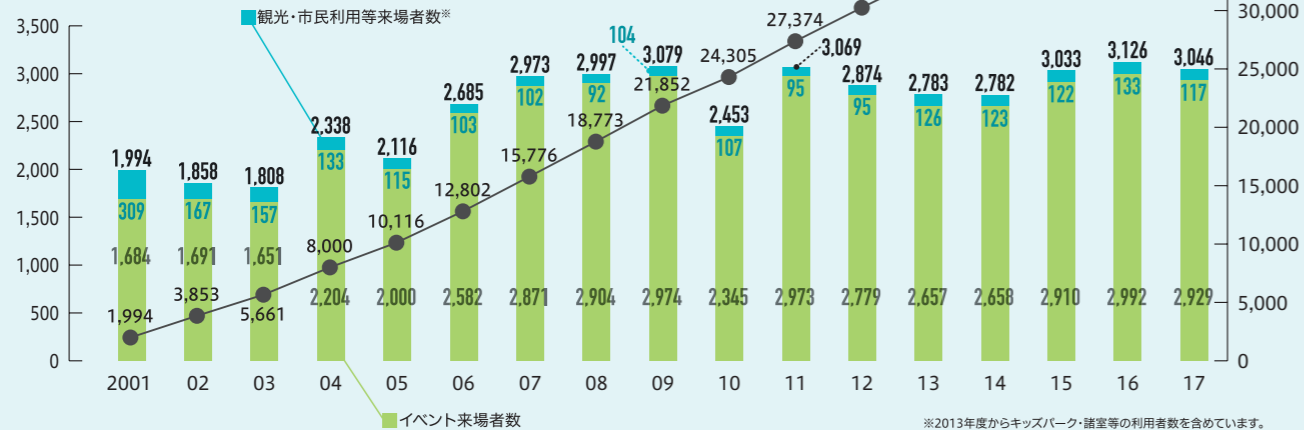
■業績の推移 単位:百万円(百万円未満切り捨て)



■利用日数および稼働率の推移



■来場者数の推移 単位:千人(千人未満切り捨て)



札幌市民派宣言! 地域密着型CSR経営を目指す。

札幌ドームという企業

札幌が世界に誇る札幌ドームの存在は広く知られていますが、「株式会社札幌ドーム」の実態はどうでしょうか。本「CSR REPORT 2018」を読み解けば、単なるドーム管理会社の枠を超え、道内では珍しい地域密着型CSR経営を目指している「札幌市民派企業」としての顔が見えてきます。CSR(Corporate Social Responsibility=企業の社会的責任)が企業の重要経営課題であると経団連により宣言されてはや10数年が経ちました。われわれは道産子企業だから、中小企業だからという口実で、CSRとの距離を必要以上に取ってしまう。こんな企業が多いのが北海道の実状です。本レポートの内容は、明らかにCSRを経営の中心に据えた、CSR経営の実践報告書となっています。その意識の高さは、CSRの最新課題である国連が推進する17の戦略領域、SDGs(エス・ディ・ジーズと読みます)を率先して取り入れている姿勢にも現れています。道内では、やっと大企業が着手を始めたばかりの最新課題が、本レポートにおいても高らかに宣言されている様子には、企業規模を考慮すれば驚きに値します。

この第三者意見は、本レポートの読者である皆さま同様、書かれている情報を読み込むことにより、株式会社札幌ドームの活動現状を評価したいと思います。本レポートは経営レポートとしての性格も有していますが、特にCSR部分を中心に読み込み、本評価を株式会社札幌ドームのより大きな将来の発展につなげてもらうことを目的としています。

社員の情熱が実現する市民の夢と誇り

株式会社札幌ドームのCSR活動は、「地域」「環境」「人」という、三つの戦略領域への想いによって多彩に展開しています。札幌市民の夢と誇りを実現するに相応しい領域展開であり、親しみと期待感が膨らみます。営業部、商業部、施設部が唱える市民目線の社会貢献意識は札幌ドームの経営に活かされ、地域密着型CSR経営の柱となっているのが分かります。環境をつくり・守り・学ぶ「スポーツの庭」、継続的な調査を踏まえた生物多様性への取り組みは、地域住民のみならず、世界に誇る活動として成長して欲しいものです。

本レポートで最も印象的なのは、このようなプログラムの充実度に留まらず、このプログラムを生み出している社員の情熱、さらには、お客さまの声を吸い上げる仕組みが存在していることです。モニター座談会やオンラインリサーチで摘み取ったお客さまの声を、社員のアイデアと情熱がまとめ上げ、具体化していく。そんな夢のようなプロセスがしっかり機能しているのを本レポートからも確認できます。意外なことに、株式会社札幌ドームの財産は箱モノではなく、社員のアイデアと企画力にあることには驚かされます。中小企業でも充実したCSR経営を実践できる秘密は、どうやら社員のソフト力の中にあるようです。2018年3月末、北海道日本ハムファイターズ・フランチャイズ球場移転のニュースが道内を駆け巡りました。社員ディスカッションから読み取れる社員の情熱と企画力は、変革を好機と捉え、プロチーム依存型ドームから、市民派ソフト戦略ドームへの新たな変貌を予感させ、むしろ期待感が高まります。

明日へとつながる課題

このような株式会社札幌ドームにも、明日へとつながるCSR課題があります。多彩で魅力的な現在のプログラムをますます育てること。そのためには、評価と修正を繰り返す経営的PDCA手法を厳格にし、継続させることが必須になります。17領域もあるSDGsの取り組みに対し、「自分たちは何ができ、何が得意なのか?」を見極め、選択と集中を行うこと。その実現のためには、今以上に、一緒にやる仲間や組織との連携が必要になることでしょう。これらのプロセスと成果が、再びCSRレポートで紹介され、われわれ市民と喜びやワクワク感が共有されること。そのためには、CSRレポートを起点とした、札幌ドームと市民間のコミュニケーション循環が必要になることでしょう。このようなCSR経営が開く夢の実現は、北海道を代表する大企業でも難しい課題です。

本レポートを読む限り、株式会社札幌ドームが道内企業の模範として称えられる日も遠くない。そんな期待感が確実に膨らみます。自らの組織と市民の共創未来を実現するCSR企業。株式会社札幌ドームがそんな姿を見せてくれる日を待ち望んでいます。



北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院教授

伊藤 直哉 (いとう・なおや)

ルーヴァン・カトリック大学(ベルギー)大学院博士課程修了。研究テーマは国際広報・マーケティング論、観光情報学等。社会連携として、北海道CSR研究会の立上げ及び活動を積極的に展開し、企業との連携実績が豊富にある。日本広報学会理事、観光情報学会理事。



インクは植物油インクを使用しています。



株式会社 札幌ドーム

〒062-0045 札幌市豊平区羊ヶ丘1番地 TEL.011-850-1000(代表) FAX.011-850-1011
発行:2018年6月 ※2018年6月現在の資料をもとに作成しています。内容は変更になる場合があります。

札幌ドームの「会社情報・CSR」についての最新情報は以下ウェブサイトをご覧ください。

www.sapporo-dome.co.jp

皆さまのご意見・ご感想をお聞かせください

札幌ドームウェブサイトにて、当社のCSR活動および本CSRレポートのアンケートをご用意しております。皆さまの忌憚のないご意見やご感想をお聞かせください。

