

SAPPORO DOME REPORT

札幌ドームレポート 2020



*Creating the
Future Together*



感動は、未来を創る。

Creating the Future Together

心躍るひとときが輝いて見えるのは、
 多くの人と分かち合える感動が、ここにあるから。
 リアルな体験が忘れられない場面になるのは、
 人を動かすエネルギーが、ここに満ちているから。
 札幌ドームで過ごす時間が
 一人ひとりのお客さまにとって特別なものであるようにと願って、
 私たちはチャレンジを重ねています。
 感動は、未来を創る。
 私たちの原動力は、お客さまの笑顔です。

CONTENTS

[編集方針]

- 本レポートは、当社とすべてのお客さま(ステークホルダー)をつなぐ重要なコミュニケーションツールとして位置付けています。2019年から「札幌ドームレポート」というタイトルで発行しています。
- 本レポートでは、当社のCSR活動についての報告のほか、SDGsの視点も含め、持続可能な社会の実現に向けた当社の考え方や取り組みを紹介したいと考えています。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、当社ウェブサイトで紹介しています。
- 本レポートについて、ご意見やご感想などをお気軽にお寄せください。

札幌ドーム ウェブサイト
www.sapporo-dome.co.jp

[報告対象期間]

2019年度(2019年4月1日~2020年3月31日)の活動を対象としていますが、当社の事業活動をご理解いただくため、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]

2020年7月
 ※2008年から年次報告として毎年発行しています。

| | |
|---|----|
| 施設概要・事業活動 | 03 |
| トップメッセージ | 05 |
| 札幌ドームが考える未来 | 07 |
| 座談会 日本ラグビーの未来と札幌ドーム | 09 |
| Pickup 01 自主イベントの開催を通して 新たな文化を発信しています。 | 13 |
| Pickup 02 さまざまな企画を通して 地域とのつながりを深めています。 | 15 |
| 数字で見る札幌ドーム | 17 |
| 札幌ドームのCSRとSDGs | 19 |
| 視点 01 すべてのお客さまのために | 21 |
| 視点 02 地域社会とともに | 23 |
| 視点 03 公正に事業を推進するために | 25 |
| 視点 04 社員とともに | 27 |
| 視点 05 環境にやさしい施設を目指して | 28 |
| 資料 | 32 |
| 第三者意見 | 34 |

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、人と人とが心を通じ合わせ、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。

第23回 環境コミュニケーション大賞 「優良賞」を受賞しました

当社が昨年発行した「札幌ドームレポート2019」が、環境省と一般財団法人地球・人間環境フォーラムが主催する第23回環境コミュニケーション大賞の環境報告部門において、一定水準以上の優れた報告で同業他社や同等事業規模の事業者の模範となる優良な報告として「優良賞」を受賞いたしました。

今後も、当社の事業活動やCSR・SDGsへの取り組みについて分かりやすく開示していくとともに、お読みいただく皆さまにとって親しみやすいレポートの発行を目指してまいります。



2016 © SAPPORO DOME

夢と感動のステージ、札幌ドーム。

2001年、都市にありながら雄大な自然の広がる札幌市豊平区の丘陵地に、札幌ドームは誕生しました。北海道最大、そして日本最北の全天候型ドームとして、開業以来さまざまなイベントが開催されています。これからもスポーツ&エンターテインメントの発信地として、人々の心を夢と感動で包みます。

2つのプロチームとともに。

札幌ドームは、サッカーと野球2つのプロチームの本拠地となっている世界でも数少ないスタジアムです。開業当初よりサッカー「北海道コンサドーレ札幌」のホームスタジアムとして知られていましたが、2004年には「北海道日本ハムファイターズ」を迎え入れ、プロ野球の本拠地にもなりました。



北海道コンサドーレ札幌

©2019 CONSADOLE



北海道日本ハムファイターズ

より多くのお客さまにお楽しみいただくために。

札幌ドームでより多くのお客さまがお楽しみいただけるよう、野球・サッカー以外のスポーツイベントやコンサート・コンベンションのほか、当社が企画・運営する自主イベントも開催しています。ドームのスケールを生かしたさまざまな企画や演出で、忘れられない感動を創り出します。



多種多様なスポーツイベント



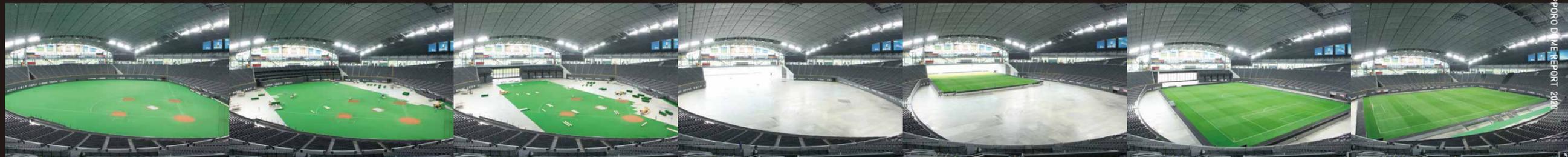
4万人を超える規模のコンサート



スケールを生かしたアリーナイベント

野球場からサッカー場へ。

世界初の技術を使用した「ホヴァリングサッカーステージ」により、野球場からサッカー場への転換を実現しています。



私たちの事業活動



貸館事業

より多くの「楽しい」を提供するため、アリーナなどのイベント利用への貸出およびイベント運営サポートを行っています。主催者さまとの信頼関係が重要となります。



自主イベント事業

全天候型の施設を生かし、当社が企画・運営する自主イベントを開催しています。これからも札幌ドームの新たな魅力と楽しみ方を発信していきます。



飲食事業

幅広いジャンルのフードメニューやバラエティ豊かなお弁当をご用意しています。お客さまの幅広いニーズにお応えできるよう、さらなるメニューの充実を目指しています。



観光事業

アリーナの全景と大パノラマの景色が見られる国内唯一のドーム展望台を営業しているほか、ドームツアーでは、普段は見ることのできない札幌ドームの魅力をお伝えします。

市民利用事業

トレーニングルームやサッカー練習場のほか、イベントがない日にはアリーナでの草野球などご利用いただけます。冬は雪遊びができる「ゆきひろば」をオープンしています。



物販事業

お客さまにスポーツ観戦などをよりお楽しみいただけるよう、タイムリーな商品入荷と魅力的な店舗づくりを目指しています。ご来場の記念となるオリジナルグッズも取り揃えています。



広告事業

札幌ドーム内の広告看板の販売管理を行っています。掲出を希望されるお客さまのご要望に合わせて最適なご提案をいたします。



チケット事業

札幌ドームメンバーズクラブの会員さまを対象にイベントのチケットを販売しているほか、商品券やドリンクチケットの販売を行っています。



駐車場事業

お客さまや関係者の皆さまにスムーズに館内にご入場いただけるよう、駐車場の管理運営を行っています。

トップメッセージ

Creating the Future Together

第二の創成期、チャレンジを形に。
札幌ドームの新しい価値を
私たちが自身の手で創り出していきます。



飛躍と激動の2019年度、 ここから新たなチャレンジへ。

2001年に開業した札幌ドームは、これまで国内外から多くのお客さまをお迎えし、2019年度で累計来場者数5,000万人を突破することができました。これもひとえに、札幌ドームを支えてくださっている皆さまのお力添えによるものと、心より感謝を申し上げます。

振り返りますと、2019年度は非常に印象深い一年でした。ラグビーワールドカップ2019™日本大会(以下ラグビーW杯)の開催、東京2020オリンピックの開催準備と翌年への開催延期決定、そして新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止に向けた対応など、さまざまな出来事がありました。

特に、9月に開催されたラグビーW杯は熱気と興奮に包まれ、大いに盛り上がりました。歴史に残る国際大会を無事に成功させることができただけでなく、全世界にラグビー場としての札幌ドームをアピールできたことは大きな成果だったと感じています【P.9参照】。

また、年間イベント利用日数は、コンサートの開催が過去最多となるなど計132日となり【P.17参照】、売上高は過去最高となる見通しでした。しかし、新型コロナウイルス感染拡大の影響により、プロ野球オープン戦が無観客試合となったほか、3月のイベントはすべて延期または中止となりました。

いわば、ゴール前で進路をふさがれた格好になりましたが、この世界的な災禍が、新たな視点でのチャレンジを決意させてくれたことは確かです。

札幌ドームの新たな活用計画 「新コンサートモード」が進行中です。

当社では、2013～2021年度の長期ビジョン「SAPPORO DOME VISION 2021」に基づき、3年ごとに中期経営計画を策定しています。2019年度からはその最終ステップとなる中期経営計画2021として「MAKE THE NEW SAPPORO DOME! - 第二の創成期 - 新しい札幌ドーム、新しい仕事を創り出す」を基本方針に掲げ、課題と目標を設定して事業活動に取り組んでいます。

この計画の背景には、当社を取り巻く経営環境の大きな変化があります。札幌ドームの最大の利用者であります北海道日本ハムファイターズさまが、北広島市における2023年3月開業に向けた新球場建設を正式に発表され、それ以降はこれまでのように札幌ドームをご利用いただけなくなる事が決定しています。

当社はこうした変化を乗り越えつつ、今後も黒字経営を維持できる施策を講じるため、2023年以降の札幌ドームの活用策について全社で検討を進めています。

現在、その一環として着手している計画が「新コンサートモード」です。札幌ドームは最大約5万人を収容できる道内最大規模を誇り、従来はその広さを生かした約4万人規模のコンサートを中心に誘致していました。今後は、よりコンパクトに札幌ドームを利用いただけるよう、1～2万人規模のコンサート開催を可能にする新コンサートモードの計画を進めています。すでに札幌市においても計画化していただいております。ドーム内のアリーナを大黒幕で仕切り、コンサートで使用する機材を天井から吊り下げられる設備やキャットウォークの増設を行う予定です。

新しい生活様式を むしろチャンスと考えたい。

一方、新型コロナウイルス感染拡大防止の観点から国が提唱する「新しい生活様式」への対応も必要です。従来は、イベント開催時の会場づくりとして「できるだけ空席をつくらないためにはどうすべきか」という考え方が前提でしたが、今後はいわゆる3密を避けるため、意識的に空席を設けることになるでしょう。

そうすると、キャパシティの半分ぐらいで対応するとしても、札幌ドームは2～2.5万人の収容ができますから、「2万人

以上でも安心して利用できる」あるいは「数千人規模でもゆったりと使うことができる」といった使い勝手の良さが、札幌ドームの新しい価値になっていこうと考えています。そのときに「今までの半分しか入らない」ととらえるか、「半分でも2万人以上入るのは札幌ドームだけ」ととらえるかは大きな違いです。私はむしろ、新しい生活様式への対応が、もともと2023年以降の実現を目指していた札幌ドームの活用策に前倒しで取り組むチャンスと考えています。どのような局面にもチャンスはあると信じ、札幌ドームの価値を私たち自身が創り出していくことが大切だと思います。

密集を避けなければならない環境下でも、人が安心して集まれる場所を提供できることは、札幌ドームの強みです。ここで市民道民の皆さまにスポーツやコンサートなどを身近に楽しんでいただき、心の豊かさを感じていただけることが私たちの変わらない願いです。

感染拡大防止への対応は当面の課題ですが、こうした先行きの不透明な時代だからこそ、「札幌ドームの価値とは何か」「自分たちは何のために仕事をしているのか」を社員みんなと共有しながら、全力でチャレンジを続けたいと思います。

その礎となるのが「私たち一人ひとりが札幌ドームです」という当社の行動指針であり、SDGsへの考え方をより深化させたCSR経営です【P.19参照】。今後も、札幌ドームの一人ひとりが成長し続けることで、お客さまに喜ばれる新たな価値と感動を創造し続け、地域社会から信頼される企業を目指してまいります。

代表取締役社長 山川 宏行



札幌ドームが考える未来 スポーツ・エンターテインメントの力で 持続可能な社会の実現に貢献します。

札幌ドームが市民道民の皆さまに末永く愛され、
事業を通して社会課題の解決や地域社会の発展に貢献できるよう、
持続可能な社会の実現に向けた取り組みを進めていきます。

Creating the Future Together



中期経営計画 2021 (計画期間:2019-2021)

基本方針 **MAKE THE NEW SAPPORO DOME!**

—第二の創成期—
新しい札幌ドーム、新しい仕事を創り出す

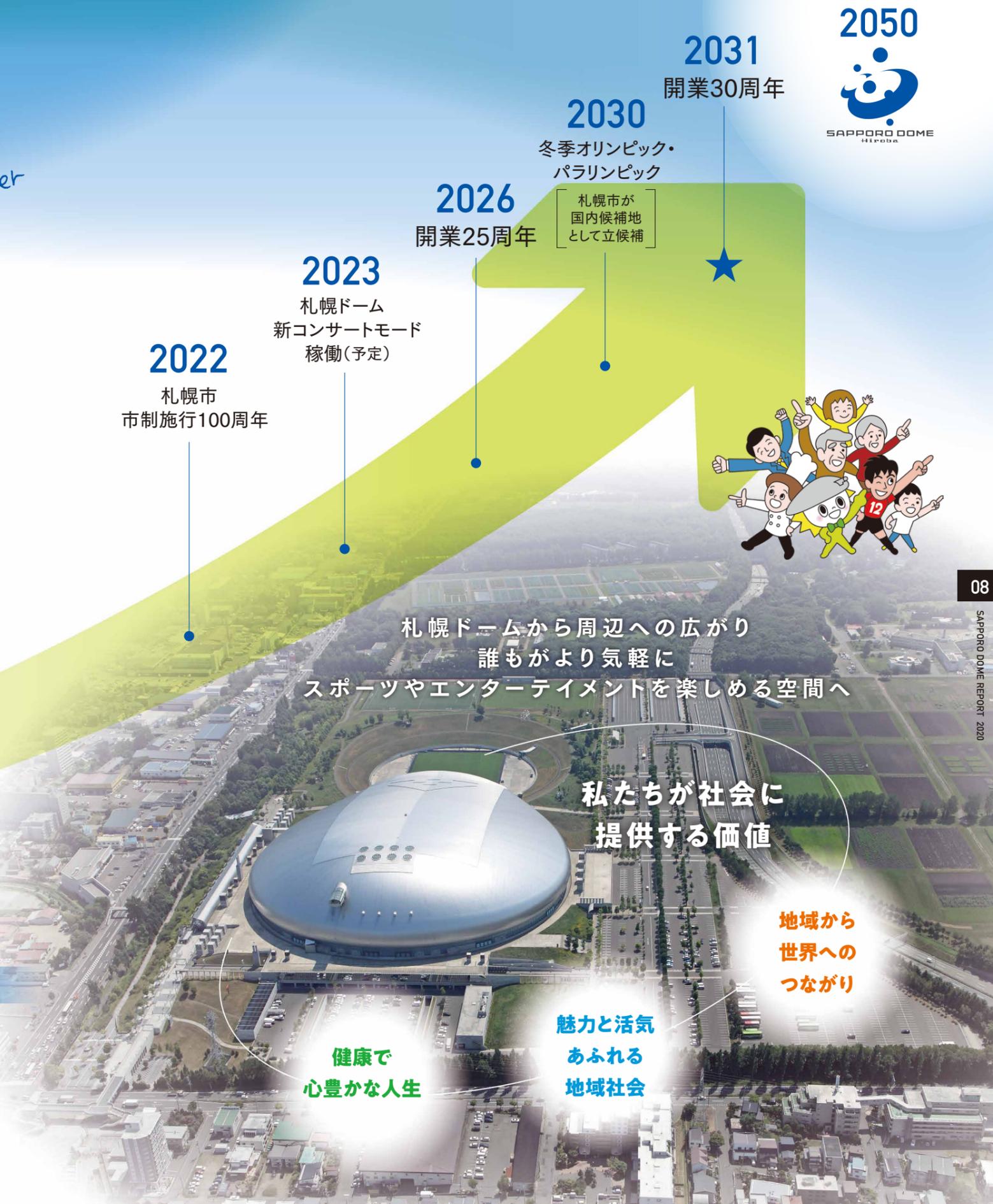


開業30周年、そして2050年に向けて私たちが取り組むべき課題

- 施設としての 持続可能性 の 追求
- 価値観や趣味の多様化に応えるイベント開催
 - 時代やニーズの変化に合わせた施設改修・更新
 - 地球環境保全への継続的な取り組み
 - 人権・労働環境に配慮した管理運営
 - ステークホルダーとのパートナーシップの尊重

SDGsを意識した 事業活動の展開

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



日本ラグビーの 未来と札幌ドーム

アジア初として開催されたラグビーワールドカップ2019™日本に行われた2試合では、世界トップレベルの迫力あふれる戦い。ラグビーワールドカップ2019™日本大会の功績

大会。日本代表の活躍はもちろん、札幌ドームで9月21、22日に観客は熱狂し、空前の盛り上がりを見せました。北海道ラグビーを振り返ってみました。



W杯初のインドア競技場に 世界が注目

丹羽 私は準備委員会の責任者として、ラグビーW杯を札幌ドームで開催できたことに心から感謝しています。W杯は今大会で9回目ですが、札幌ドームのようなインドア競技場で行うのはW杯史上初だったんです。ラグビーはアウトドアのスポーツですからね。主催者のワールドラグビーもそれを意識してか、札幌ドームが野球場からラグビー場に転換をする映像を世界に配信したんです。すごい反響でした。

佐藤 開催2日間で80を超える国や地域から2万人以上の外国の方が訪れたそうですね。実は、札幌山の手高校は交流試合を依頼されまして、オーストラリアの高校生が生徒の家にホームステイをするなど、国際交流を深めることができたのは感慨深い経験でした。

山川 新聞で知りましたが、BBC(英国放送協会)のワールドニュース解説者が札幌ドームを絶賛してくれていたようで、うれしかったですね。また、インドアなので「風がないのが良い」という選手たちからの評価も印象的でした。

丹羽 おっしゃる通りです。外でプレーをする場合は、風と太陽の位置を必ず確認して戦術を立てます。風はキックにも影響するので、それがまったくないという状態は、両方のチームにとってフェアだということ。気温が一定しているのもインドアの良さですね。

佐藤 競技者にとっても、ファンにとっても、インドアは非常に良い環境です。

雨の中で観るのはつらいですから。

吉田 観戦環境はもちろんですが、われわれが一番気を遣ったのは、選手のプレー環境ですね。快適な温度や湿度にするために調整をしっかりと行いました。

山川 また、今回は芝の整備について多くのノウハウを得ることができました。普段は野球場かサッカー場ですが、質の高いラグビー場をつくるために社員も相当頑張ってくれました。

丹羽 おかげさまで、芝は最高の状態でしたよ。十分管理されているので芝目が詰まっていて、スパイクによるダメージに耐えられるだけ根がしっかり張っていました。走っていて、感覚的にも良かったと思います。

吉田 芝以外では、ゴールポストもありますね。札幌ドームはホヴァリングステージなので、ゴールポストを地中に埋める際に浅くて固定できないのではという心配もありました。何とかうまくいって、ゴールポストを立てる車両を用意し、訓練も重ねながら本番に備えました。

山川 これもインドアならではのデメリットですが、体がぶつかり合う音が場内に結構響くんですね。迫力がありました。

丹羽 コンタクトスポーツの醍醐味ですね。選手が全力でぶつかり合う姿を間近で観ると、圧倒されると思います。観客席にいるファンも「ホーム＆アウェー」に分かれることなく応援し、勝っても負けても選手のフェアプレーをたたえ合う。そのすがすがしさもラグビーの魅力だと思います。

佐藤 今大会によって、ラグビーのノーサイドの精神が多くの皆さんに広まりましたね。



一般財団法人
北海道ラグビーフットボール協会 副理事長
(札幌山の手高等学校ラグビーフットボール部 監督)

佐藤 幹夫氏



一般財団法人
北海道ラグビーフットボール協会
ラグビーW杯2019準備委員会 委員長

丹羽 政彦氏



株式会社札幌ドーム
代表取締役社長

山川 広行



株式会社札幌ドーム
専務取締役 事業本部長

吉田 圭吾



札幌ドームでの開催試合データ
 【2019年9月21日】
 オーストラリア対フィジー (39-21)
 36,482人
 【2019年9月22日】
 イングランド対トンガ (35-3)
 35,923人

札幌ドームで行われたオーストラリア対フィジー戦



サポーターに案内をする大会ボランティア



観客席で肩を組むイングランド代表のサポーター



試合に盛り上がるオーストラリア代表のサポーター



大盛況だったビール販売

一気に高まった道民のラグビー熱

丹羽 W杯の地上波での放送は24試合で、北海道が関東の視聴率を超えた試合が21試合もあります。平均視聴率では関東14.7%、北海道17.0%。日本がスコットランドに勝ったときの瞬間最高視聴率は42.9%ですよ。道民の約4割が観ていたというのはすごいことです。

吉田 背景には当然、ジャパンの活躍がありますね。リーチ・マイケル選手が道産子の願いを背負って頑張っていたことが大きいのでしょうか。

佐藤 私はW杯が近づくにつれ、地元に関心の高さを感じました。W杯開幕直前に西区民センターで講演を頼まれたとき、本校のラグビー部員全員を連れていったら、300人も皆さんが来場してくれて驚きました。また、本校のグラウンドで、小学生対象のラグビースクールを長年行っていますが、2015年のW杯開幕前の会員数は約30人。それが大会後に約60人に増え、2019年の大会後はさらに倍の約120人になりました。

山川 ここまで一気にファン層を広げたラグビーというのは、日本人の気質に合っているんじゃないでしょうか。自己犠牲的な美意識を感じます。「俺が、俺が」と言い出したら勝てないスポーツですよ。

佐藤 そうです。そして、誰でもできるスポーツです。1チーム15人のそれぞれに役割がありますから。

丹羽 社会の縮図のようですね。それぞれに役割があり、全員がヒーローになれるというか。その意味では、今大会の成功を支えてくださった579人のボランティアの皆さんにも感謝したいですね。

佐藤 本校のラグビー部員は試合当日、札幌ドームでボールパーソンとしてボランティアをさせてもらいましたが、選手も観客もボランティアも一体感があり、みんなでワンチームになれたという気がしました。

将来は北海道にプロチームを

丹羽 一つの地域にこれだけプロスポーツが根づいている土地はなかなかないですね。僕は毎回言うんですが、ラグビーはジャンルの垣根を越えられるスポーツです。ラグビーを盛り上げるために他のスポーツと張り合ってファンを取り合うのではなく、野球もサッカーも応援するし、ラグビーも応援する。そんなふうには、道産子が愛着を持って応援できるラグビーチームがほしいなと思います。

佐藤 将来的に北海道にラグビーのプロチームができるよう、ぜひ実現できればと願っています。そうすれば、どんどんすそ野も広がっていくのではないのでしょうか。

山川 やはり一流の試合を観ると、スポーツ文化のレベルが上がりますね。野球やサッカーがそうだったように。

吉田 札幌ドームは2021年に開業20周年を迎えますが、この20年で私たちは、地域の文化レベルの向上に貢献してきたという自負があります。そして今回、その大きな一つとしてラグビーが新たに加わってくれました。トップチームをはじめ、社会人や大学、高校などのラグビーの試合に使ってもらえる環境を提供することによって、さらにスポーツ文化の向上に貢献していきたいと思っています。



札幌ドームのアリーナを背景に、左から山川社長、丹羽氏、佐藤氏、吉田専務

ベストな環境でラグビーを楽しめるように

佐藤 ラグビーの精神を、特に子どもたちに体験を通して伝えたいですね。ラグビーは教育的側面の強いスポーツでもあり、プレイヤーが守るべき「ラグビー憲章」の中には、品位、情熱、結束、規律、尊重というラグビーの5つの価値がうたわれています。今大会の終わりに、リーチ・マイケルがこう言っていました。「これからの日本社会は、日本人だけではやっていけない。さまざまな国の人と仕事をしていかなくてはならない。そのために一番大切なことは、相手の文化を尊重することだ」。多様性の豊かな日本代表としての姿勢を世界中に示せたことが非常に良かったと思います。

札幌山の手高校の卒業生にはリーチ・マイケル選手や他にもトップリーグで頑張る選手もいますから、北海道ゆかりの選手が活躍する試合を札幌ドームで実現できたら、みんながきっと応援してくれるのではないかと思います。

丹羽 素晴らしい環境でラグビーを楽しめる機会を、もう少し身近でできるようにしたいですね。日本代表や大学ラグビーの試合を誘致するなど、そして、観光振興にもつなげたいですね。札幌ドームのような安定したラグビー環境で、さらにエンターテインメントにも十分対応できる施設はなかなかないと思います。

山川 セットアップW杯を開催した施設ですから、年に数回は

ラグビーが観られるといいですね。そのために、われわれはベストの環境を提供できるよう頑張りたいと思います。

吉田 ラグビーは冬のスポーツですが、北海道で外が吹雪いていようが、この暖かく素晴らしい施設で冬もラグビーを観られる環境をつくるというのが理想形です。それを実現できるよう、施設として研究を重ねていきたいですね。野球やサッカーと同じく、ラグビーも本拠地になればと期待しています。



札幌ドームのメモリアルコーナーに展示されている各国代表のジャージとボール

Pickup 01

自主イベントの開催を通して 新たな文化を発信しています。

札幌ドームは、より多くのお客さまにご来場いただけるよう、多目的ドームとしての可能性を最大限に活用した自主イベントの企画にも力を注いでいます。札幌ドームはたくさんの温かな笑顔が集まる〈場〉でありたい。こうした願いを込めて開催する多彩なイベントを、私たちはこれからもじっくりと育てていきたいと考えています。

心ゆくまで遊び尽くそう！ ふわふわアドベンチャー

「ふわふわアドベンチャー」は、冬期間に子どもたちが屋内で思う存分遊べる機会を提供することを目的とし、2001年度に誕生したイベントです。19回目の開催となった2019年度には48,605人と多くの方にご来場いただきました。札幌ドームに大型エア遊具「ふわふわ」が大集合するほか、スタンド席を利用した巨大滑り台や楽しいステージイベントなどが催され、親子に大人気の冬休み恒例イベントとなっています。

仲間とたすきをつなごう！ 6時間リレーマラソン

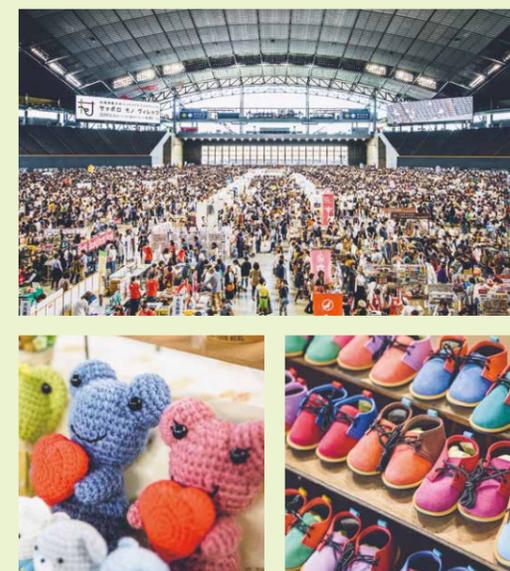
札幌ドームの広い敷地を最大限に活用したマラソンイベントとして、2011年度から開催しています。9回目の開催となった2019年度の来場者数は18,498人でした。家族や職場の仲間たちとチームを組んで、1周2kmの特設コースをたすきをつなぎながら走ります。参加ランナーの中には札幌の夏の風物詩として、毎年楽しみにしている方も多くいらっしゃいます。これからも、道内マラソン競技の底上げにつながるよう続けていきたいと考えています。

ハンドメイド文化を発信！ 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として、2016年度から開催しているイベントです。4回目の開催となった2019年度の来場者数は33,344人で、ドーム内にはアクセサリ、ファッション、イラスト、雑貨、クラフトなど、オリジナリティあふれる作品が約1,800のブースに並び、会場には笑顔の輪が広がりました。

食とハンドメイドが融合 北海道メイカーズ

「北海道メイカーズ」は、北海道の「食」の豊かさと「ハンドメイド作品」の温もりで、札幌ドームをたくさんの笑顔が集まる場所にしたいという願いから、2018年度に初めて開催したイベントです。2回目の開催となった2019年度の来場者数は22,743人で、ドーム内には道内人気店の逸品や話題のSNS映える作品なども出展され、たくさんの来場者の方から高い評価をいただきました。



INTERVIEW

札幌ドームに集う大勢の皆さんの笑顔は「宝」です。

株式会社
テレビ北海道
事業局長
後山 直久氏
Ushiroyama Naohisa

当社と札幌ドームさんの関係といいますと、2001年度の「ふわふわアドベンチャー」が最初の共同開催イベントで、長いお付き合いになります。その後、6時間リレーマラソン、サッポロモノヴィレッジ、北海道メイカーズと共催を重ね、どのイベントも北海道を代表する一大イベントとなり、当社も札幌ドームさんとともに大きく成長することができました。札幌ドームでイベントを開催するメリットは、巨大なアリーナに大勢の人々が集い、皆さんが一同に

喜んでいる光景が見られることです。この景色は本当に「宝」だと感じています。これからのイベント開催にあたっては、お客さまの意識も「安全・安心」志向に変わっていくでしょうから、ドームの広さを生かして、大勢の人々が集い楽しみながらも、ソーシャルディスタンスにも配慮した開催方法を模索していくことが重要です。そういった点で、どこよりも広く大きな札幌ドームは、これからの時代、どんなイベントにも対応していくことができると思います。

INTERVIEW

より良いイベントづくりを続けたいと思います。

当社が自主イベントを立ち上げる過程で、テレビ北海道さんにはパートナーとして企画段階から参加していただき、ゼロから一緒に作り上げてきました。企画は道外のイベントを参考に検討することもあります。サッポロモノヴィレッジや北海道メイカーズは、全国の他ドームでは類似イベントがありませんでした。世の中のはやりを入念に調査し、北海道の人々が今どのようなイベントを求めているのかを日々検討し、過去にご来場機会

のなかった方々にも興味を持っていただけるようなイベント開催を目指して考案した新しい自主イベントです。当社の自主イベント事業がここまで成長したのもテレビ北海道さんの企画力や宣伝力などのご協力あってこそと感謝しております。これからも、既存イベントをより良いものとしていくと同時に、今まで培ったノウハウを生かし、小さなお子さまから年配の方までに楽しんでいただける新たなイベントの企画に邁進していきます。

株式会社
札幌ドーム
営業部長
西出 幸広
Nishide Yukihiko
1999年入社



Pickup 02

さまざまな企画を通して 地域とのつながりを深めています。

札幌ドームは、地域の皆さまとの交流を深めるため、さまざまな企画を実施しています。皆さまにとって、親しみやすく、同時に文化や環境に対する関心を高めていただけるような取り組みを目指しています。地域全体が一つになって、楽しく、また安心して暮らしている「まちづくり」のきっかけになるような活動を続けていきます。

屋外テラスで「夏まつり」を初開催！

札幌市と協力した地域連携の一環として、2019年度に初めて屋外テラスで「夏まつり」を開催しました。屋台による飲食物の販売をはじめ、縁日や各種アトラクションの設置、コンサドーレのステージイベント、ファイターズ戦のパブリックビューイングなど、地域の皆さまにお楽しみいただけるよう、多くの企画を実施しました。

豊平区を中心とした周辺地域の方々と連携を深めると同時に、皆さまへの日頃の感謝の気持ちを込めて開催しました。

2つのイベントに環境啓発ブースを出展。

2019年8月開催の「環境広場さっぽろ」と同年11月の「スポーツバイキング」に、当社の環境啓発ブースを出展しました。これは未来を担う子どもたちの環境への意識を高めるとともに、私たちの想いを広く地域社会に伝えるためのツールとして企画したものです。ブースでは環境クイズ、SDGs神経衰弱、SDGs人気投票などを展開して、札幌ドームが行っている環境への取り組みやSDGsの課題解決に向けた取り組みについて学んでいただきました。「環境広場さっぽろ」の来場者は26,088人、うち当社ブースには529人の方にご来場いただきました。また、「スポーツバイキング」の来場者は4,381人、うち当社ブースには493人の方にご来場いただきました。

新企画！遊びながら学べる「SDGs神経衰弱」

環境啓発ブースで実施した企画の中で、「SDGs神経衰弱」は今回初めて企画したものです。テーブルに並べられた計28枚(当社と関わりの深いSDGs7種類×4活動)のカードの表面には当社が行っている活動内容、裏面には関連するSDGsアイコンが描かれており、活動内容を見てカードをめくり、同じアイコンが揃えば成功となります。SDGsの課題解決に向けて、私たちが日頃どのようなことを意識して活動しているのか、カードに具体的な事例を示すことで、来場された方、特に子どもたちに遊びながら学んでもらおうと考案したものです。興味深げにカードをめくる親子連れの姿など、会場にはほほ笑ましい光景が見られました。



INTERVIEW

さまざまなご協力をいただき感謝しています。

東月寒地区
町内会連合会
会長
有田 京史氏
Arita Kyofumi

札幌ドームさんの地域に対する姿勢は、町内会連合会として感謝しています。特別会員として入会していただき、新年交流会にも参加していただくなど、地域の団体との交流を積極的に図っていただいています。近年は「さぼーとほっと基金」にも毎年協賛していただき、町内会連合会では防災活動や防災研修会、器具の購入などに利用させていただいており、そういった面でも本当に感謝しております。札幌ドームは、他では見られないユニ-

クな施設だと思います。広い敷地、素晴らしい散歩道、最新の設備や機器、またドーム自体にもいろんな仕掛けがあって、見ているだけでワクワクしてきます。ただ、階段が多いので、高齢者や車椅子の方がもう少し気軽にアクセスできれば良いと考えます。昨年、夏まつりと同日開催されていた環境広場のブースにも行きましたが、これからもあのようなさまざまな学びに結びつくような催し物を開催していただきたいと願っています。

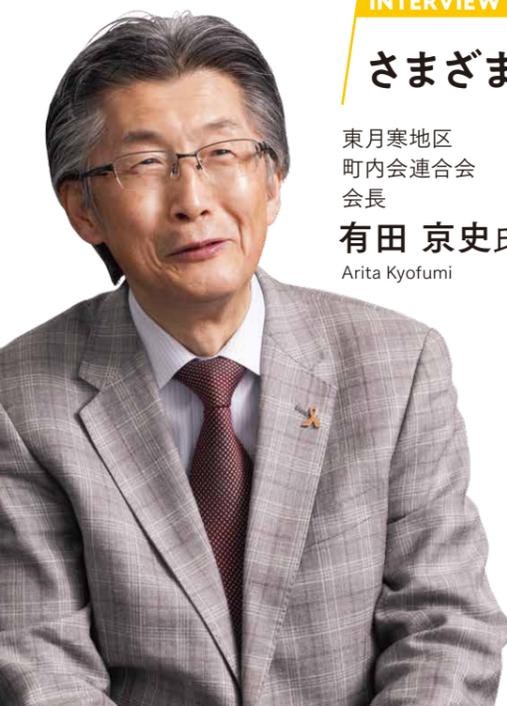
INTERVIEW

これからも地域交流の場を作っていきたいと思います。

今回の「夏まつり」は当社初の試みでしたので、事前に会長にご相談させていただき、回覧板に本イベントについて掲載させていただくなど、告知の段階からお世話になり大変感謝しております。札幌ドームは、設立当初から公共性の高い会社として、社内的にも「CSRが経営そのもの」という考えが共有されています。そのため、つねに地域の皆さまの役に立つ施設でありたいと思い行動してきました。札幌ドームを利用していただく方

けではなく、地域の皆さまに対しても配慮していかなければなりません。階段については、開業以来多くの声をいただいております。昨年度は屋外にエスカレーターを設置しました。これからも、ご意見をいただきながら、より良い施設づくりを目指すとともに、地域の皆さまとの交流の場を作り、町内会から豊平区、そして札幌市全体に貢献していきたいと考えています。

株式会社
札幌ドーム
経営企画室長
落合 重之
Ochiai Shigeyuki
2000年入社



数字で見る 札幌ドーム

札幌ドームの今が見えてくる数字を紹介します。

●年間イベント利用日数(2019年度)

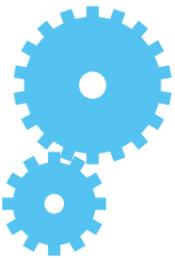
132日



プロ野球62日、プロサッカー14日、コンサートは開業以来最多の14日、ラグビーW杯2日、モーターショー等のコンベンション8日、アマチュアスポーツ17日、その他6日、そして札幌ドーム主催・共催イベントは9日開催しました。

●年間稼働率(2019年度)

69.9%



イベント利用132日、草野球などの市民利用6日、設営撤去はラグビーW杯の準備期間を含め65日、練習日20日、場面転換33日、合計で256日稼働しました。

●札幌ドームメンバーズクラブ会員数 (2020年3月時点)

14,940人



札幌ドームメンバーズクラブの会員特典は、(1)イベントによって、チケットの先行入手や割引購入が可能。(2)前売駐車券が、一般料金2,500円から500円割引の2,000円に。(3)グッズショップ「グッズ☆ジャム」にて、北海道コンサドーレ札幌や北海道日本ハムファイターズの公式グッズが5%OFF、札幌ドームオリジナルグッズは10%OFF。(4)会報紙「DOME PRESS」の発行。(5)会員限定イベントなどに参加のチャンス。その他、会員になるとさまざまな特典があります。

●年間来場者数(2019年度)

約292万人



内訳はイベント来場者281万人、一般市民の利用(草野球・サッカー練習場・トレーニングルームなど)5.4万人、観光利用2.6万人、その他(キッズパーク・諸室利用など)2.1万人など、たくさんの方にご来場いただきました。

●札幌ドームで開催されたラグビーW杯で 消費されたビールの量(2日間/350ml缶換算)

103,522本

札幌ドームでラグビーW杯が開催された2日間で、計36,233リットルのビールが消費されました。海外からのサポーターの皆さまは前評判通りの豪快な飲みっぷりで、開業以来最高の消費量となりました。



●開業以来ご来場いただいた お客さまの人数(2020年3月まで)

5,073万人

2019年9月15日のプロ野球公式戦「北海道日本ハムファイターズ vs 福岡ソフトバンクホークス」にて、開業以来ご来場いただいたお客さまの人数が累計で5,000万人を達成しました。これからも、たくさんの方のご来場をお待ちしております。



●社員数(2020年7月現在)

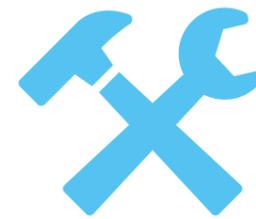
69名



当社の社員のうち新卒採用は22名で、他は前職のある社員が多いのが特徴です。平均年齢は41.5歳で、男性の比率が多いです。経験豊富な上司・先輩と若手が一体となって活発に意見を出し合いながら、札幌ドームの未来を見据え、日々仕事に邁進しています。

●施設改修工事等の総額(2019年度)

約1.4億円



お客さまのご要望にお応えし、屋外テラスに仮設トイレを設置したほか、屋外照明のLED化や省エネ工事として配管の保温工事など、札幌ドームがお客さまと環境によりやさしく快適な施設となるよう各種工事を実施しました。

●有給休暇取得率(2019年度)

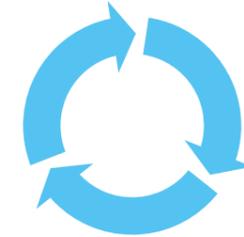
55.9%

2018年度の有給休暇取得率41.5%から、14.4ポイント向上しました。義務化された年5日の全員取得はもちろんのこと、5日以上の連続休暇の取得も積極的に推奨しており、政府目標の70%に近づけるよう、今後もONとOFFメリハリのある働き方を心がけていきます。



●一般廃棄物のリサイクル率(2019年度)

56.5%



昨年の54.2%から2.3ポイント向上しました。お客さまに分別回収にご協力いただいているほか、売店や事務所から出る事業系ごみの分別回収や、芝ごみのリサイクルによって廃棄物を削減しています。

●チャームコロンが変身した衣装



26着



2016年に誕生した札幌ドームのマスコットキャラクター「チャームコロン」。実は身に着けている蝶ネクタイには秘密があります。普段は植物の繊維からできた特殊素材の「グリーンスーツ」を着ているチャームコロンですが、着たい衣装をイメージしながら蝶ネクタイにキスするだけで、どんな衣装にも一瞬にして変身することができます。チャームコロンの新しい姿を、今後もお楽しみに！



札幌ドームのCSR

当社は、札幌ドームを管理運営するために札幌市が55%出資して設立されました。そのため、札幌ドーム条例第1条に定める施設の設置目的は、当社が果たすべき第一の使命となります。したがって、当社の事業活動の成果は、広く市民の皆さまや地域社会に還元されていくべきものであり、私たちにとってのCSRとは経営そのものであると考えています。

私たちにとってCSR経営を推進することは、社会からの信頼を獲得して企業価値を向上させるだけでなく、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し、さらには、自らの業務や会社への誇りを醸成し、社員一人ひとりのモチベーション向上と組織活性化にも寄与していくものだと考えています。

札幌ドーム条例 第1条 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。

私たちにとってのすべてのお客さま

札幌ドームを舞台に活躍する皆さま、観戦鑑賞のためにご来場される皆さま、観光で訪れる皆さま、札幌ドームを支え、ともに働く皆さま、札幌ドームのある街に暮らす皆さま、そのすべての皆さまが、私たちにとって大切なお客さまです。

行動指針

Guiding Principles

—すべてはお客さまのために—

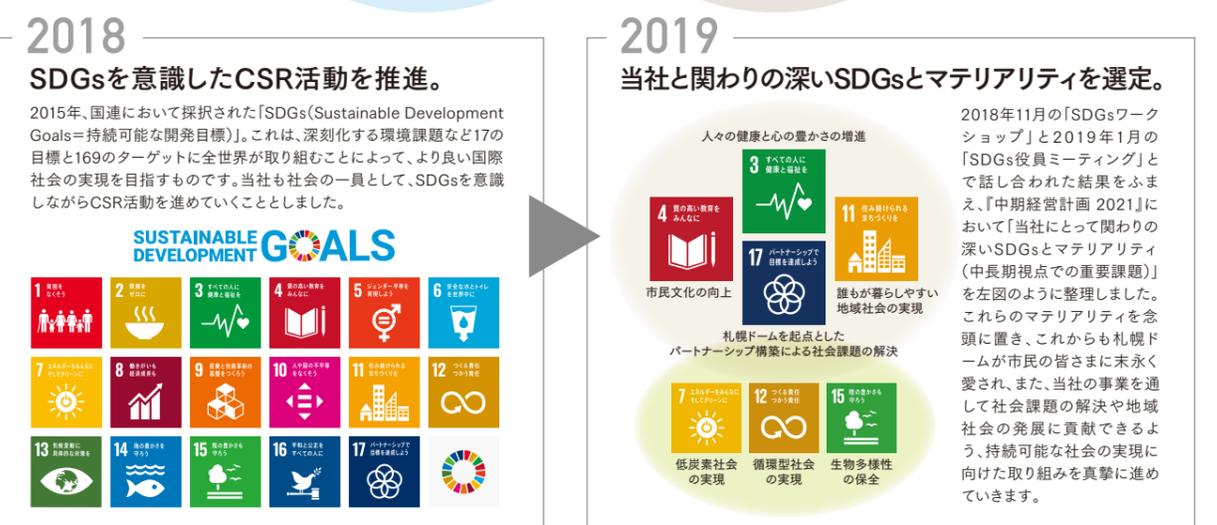
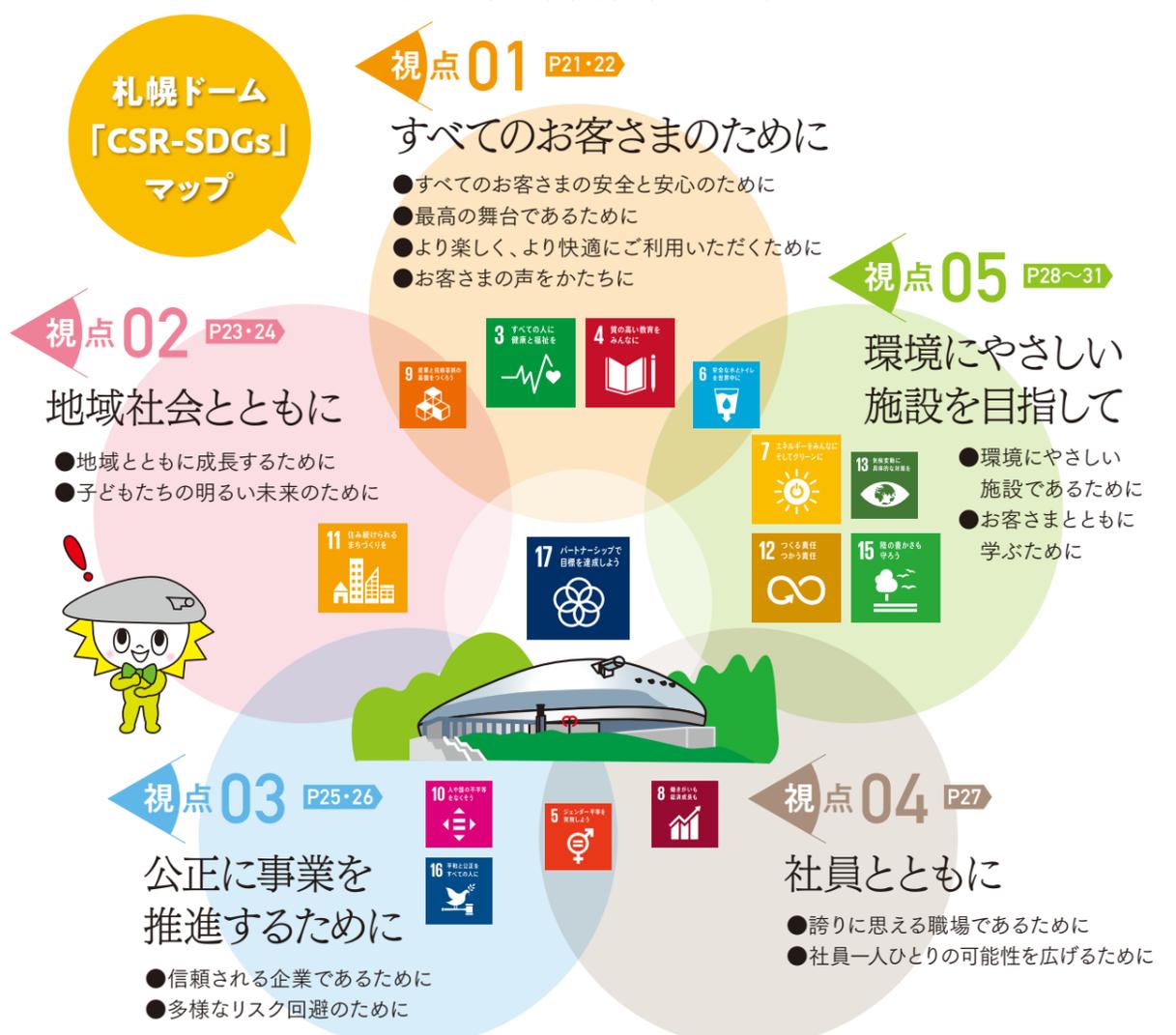
- 1 お客さまと意思を一つにし、喜びと感動を共有することで、ホスピタリティあふれるサービスを提供します
- 2 お客さまの安全を最優先に考え、常に安心して楽しんでいただける環境をつくります
- 3 お客さまの声に真摯に耳を傾け、サービス向上に努めるとともに、公平性を確保し、誠実で良識ある行動を心がけます
- 4 事業活動に伴う環境負荷を正しく把握し、札幌ドーム「環境方針」の実現に向けて更なる取り組みを進めます
- 5 札幌ドームならではの社会貢献活動に取り組み、地域の発展と豊かさの実現に寄与します
- 6 社会の一員として、高い倫理観をもって法令・規則等を遵守し、反社会的勢力には毅然として対応します
- 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

札幌ドームの5つの視点

当社では、CSR経営を推進するため、5つの視点による取り組み課題を設定するとともに、SDGsを意識した事業活動を行っています。

札幌ドーム「CSR-SDGs」マップ



2018年以降は、SDGsに関する考え方をより深化させたCSR経営に取り組んでいます。

すべての お客さまのために



札幌ドームの願いは、何より安全・安心を第一に、
すべてのお客さまに楽しい時間をお届けすることです。
「より便利に快適に」を目指し、常に改善を続けています。

2階屋外テラスにトイレを設置。

「2階にもトイレを」というお客さまの声にお応えて、2017年度に、2階コンコース外野側2カ所にトイレを設置しました。さらに2019年度には、2階屋外テラスにコンテナ型トイレを設置しました。本トイレは、水洗式の14室で、手洗いスペースが備え付けられており、館内トイレと同等の設備を備えているため、快適にご利用いただけます。場所はコンコース内野側(サッカー時はメインスタンド側)の43~46通路付近で、トイレ付近には空き状況が分かるデジタルサインエージも設置しています。

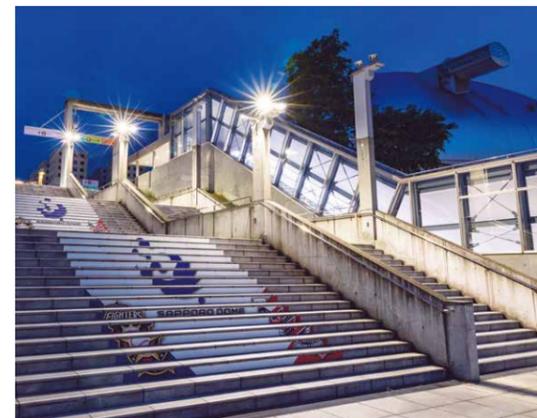


コンテナ型トイレの設置期間は
4月頃~11月頃まで



震災の教訓を生かして防災を強化。

2018年の北海道胆振東部地震における教訓を生かし、防災への取り組みを強化しました。2018年度には、3階ギャラリー照明器具が2階コンコースに落下しないよう、落下防止改修を実施。2019年度には、屋外照明の電源を非常用発電機から供給可能にし、停電時も来場者の皆さまを安全に誘導できるよう改善しました。また、停電時にオープンアリーナスロープのシャッターを開けられる手動式チェーンの追加も行いました。災害用備蓄については、社員・委託事業者分として数日分の飲料水・非常食のほか、毛布、タオル、ランタン、ラジオ、電池などを用意しています。



停電時にも屋外照明を点灯できるようになりました

お客さまの声を生かし、より良い施設に。

札幌ドームが皆さまにとってより安全・安心・快適な施設となるように、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年度より実施しています。2019年度はモニター100名の皆さまから、施設・設備やウェブサイトなどについての声が寄せられました。また、モニター14名の方々には「モニター座談会」にもご参加いただき、館内見学の後、当社役員・社員との座談会にて、今後期待することについてご意見をお寄せいただきました。エスカレーター増設や、電子マネーを使った決済の拡充など、いただいたご要望は社内でも共有し、より良い空間づくりへの参考とさせていただきます。



モニター座談会は2019年10月22日(7名参加)・
23日(7名参加)に開催

お客さまのアイデアを商品化!

新しい「名物グルメ」のアイデアを募集する「札幌ドームグルメプロデュースグランプリ」。2019年度は、応募総数145点の中から51点を入賞作品として選出しました。グランプリに選ばれた3作品は商品化し、館内の飲食売店にて
(募集期間) 2019年9月2日~10月31日
販売されます。



2020年2月に表彰式を行いました



★札幌ドーム部門
グランプリ
とろ〜りチーズの
コロコロいもち
佐藤 怜奈さん



★コンサドーレ部門
グランプリ
赤黒
コンサドーレワッフル
岡田 花音さん



★ファイターズ部門
グランプリ
ポリーの
タビオカフロート
菊池 萌珠実さん

試合を盛り上げる応援グッズも充実!

札幌ドームのグッズショップ「グッズ☆ジャム」では、スポーツ観戦がますます楽しくなる応援グッズのラインナップ充実に取り組んでいます。2019年度は北海道コンサドーレ札幌とコラボレーションしたグッズが多彩に新登場。応援フラッグ、缶バッジ、キーホルダーなどを、札幌ドーム限定で販売しています。このほか、北海道日本ハムファイターズとのコラボグッズや札幌ドームオリジナルグッズも制作し、楽しい思い出づくりやお土産選びを後押ししています。



サポーターなら見逃せない2019年度新登場のコンサドーレグッズ



voice 柔軟な発想を持ちつつ、安全・安心を一番に考えています。

私たちがイベント開催時に一番大切にしているのは、お客さまの「安全・安心」です。札幌ドームでは2019年度に過去最多となる14日間のコンサートが開催されましたが、お客さまに最高のエンターテインメントを楽しみ、素敵な思い出を持ち帰っていただくことができたのは、安全・

安心があってこそだと思います。エンターテインメント業界は日々進化し、それに合わせてイベント主催者さまから会場へのリクエストも多様化しています。私たちは安全・安心を第一に、主催者さまと連絡を密にしながら、柔軟な発想とスピード感を持った対応を心がけています。

これからも主催者さま、お客さまに寄り添い、「できない理由」ではなく「できる理由」を見つけてご要望にお応えしていきたいと考えています。また、私は現在、東京オリンピックも担当しており、貴重な経験ができることをうれしく思います。オリンピック開催と成功に向けても、安全・安心を第一に全力で頑張ります。



イベント開催に向けて各所と館内の状況を確認

営業部
営業一課
課長代理
和田 敏弥
Wada Toshiya
2006年入社



地域社会と ともに



市民道民の皆さま、地域の皆さまに親しまれる施設であるために、札幌ドームは地域社会に貢献する活動にも力を入れています。これからも、地域の一員として、ともに成長していくことを目指しています。

「みらいシート」で 興奮の初観戦!



地域の子どもたちにスポーツへの関心を高めていただくため、「はじめての札幌ドーム」をコンセプトに実施している観戦招待プロジェクト「札幌ドームみらいシート事業」。2019年シーズンも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、札幌市内の各小学校からお子さまと保護者の方をペアで招待しました。

2019年シーズン 招待実績 1,848人

保護者さまからの
メッセージ

なかなか札幌ドームに行く機会がなかったので、招待いただき本当にうれしかったです。

「チケットを買ってまで行かない」状態でしたが、みらいシートをきっかけに「チケットを買って観戦に行こう」に変わりました。

周りの席も友達同士で、とても盛り上がっていました。



観戦の楽しさと興奮を体験!



才能開花! 力作ぞろいの絵画展。

子どもたちのスポーツ・文化への関心を高めるため、「第9回 札幌ドーム こども絵画展」を開催しました。全118点の応募作品の中から28点の入賞作品を決定。子どもたちの力作は札幌ドームウェブサイトでご覧いただけます。展望台で行われた表彰式にはドーレくんとフレップも駆けつけ、会場は大いに盛り上がりを見せました。



「感動した! ファイターズ開幕戦パレード」
山本 悠太さん(小学5年生)

アマチュアスポーツ大会を支援。

札幌市との協定により、アマチュアスポーツ大会の開催を支援しているほか、当社独自の規定によりスポーツ育成・支援活動を行っています。

- **コンサドーレ・エスポラーダカップ 全道市町村サッカー・フットサル大会**
全世代対象のサッカー・フットサル大会。一度に11面で試合が可能です。
- **FIGHTERS BASEBALL CHAMPIONSHIP**
全道各地の野球少年が札幌ドームでの決勝トーナメントを目指して奮闘。ジュニア用のホームランゾーンやマウンドを設置しています。
- **札幌ドーム青少年スポーツ育成活動**
主に18歳以下のスポーツ競技団体を対象に練習の場を提供しています。



快適なプレー環境でアマチュアスポーツを支援

「ゆきひろば」がパワーアップ!

札幌ドームの敷地内で大人も子どもも雪遊びを楽しむことができる「ゆきひろば」。そり、チューブ、雪上ストラックアウト、雪上キックターゲット、スノーダイビングなどに加えて、2020年1月からは遊びのメニューがさらにパワーアップ! スノーラフティングやミニスキーのほか、雪上ラグビーや雪上輪投げも体験できるようになりました。



入場無料の「ゆきひろば」
営業時間: 10:00~16:00
(※一部有料)

スノーラフティングは
スリル満点!

地域の活動に 積極的に参加しています。

「地域の一員」として親しみを感じていただけるよう、周辺の町内会活動にも積極的に参加しています。2019年度は、町内会の清掃活動や花壇の土起こし、花植え作業に参加したほか、地域の夏祭りの設営撤去のお手伝いも行いました。また、年に1回、社員による札幌ドーム周辺の清掃活動「クリーンアップ作戦」を実施しています。



地域の夏祭りの設営に参加



クリーンアップ作戦に参加した社員



voice 身近で安心できる場所を目指します。

札幌ドームはさまざまなイベントが開催される「非日常を楽しむ特別な場所」ですが、それと同時に地域の皆さまにとっては日常風景の一部であり、「身近で親しみやすく、安心できる場所」でありたいと思います。そのため、地域の

イベントの開催場所を提供させていただいたり、近隣町内会の清掃活動や花植え、夏祭り開催のお手伝いなどに積極的に参加しています。また、子どもたちにも親しみを感じてもらえるよう、「みらいシート」への招待や「ゆきひろば」などの事業も行っています。そうした地域のまちづくりに関する取り組みが評価され、2020年1月には札幌市から「札幌まちづくりスマイル企業」として認定をいただきました。今後も皆さまと一緒にさらに広く、さまざまな活動を続けていきたいと思っています。

経営企画室
経営企画課
渡辺 智香子
Watanabe Chikako
2016年入社





公正に事業を推進するために

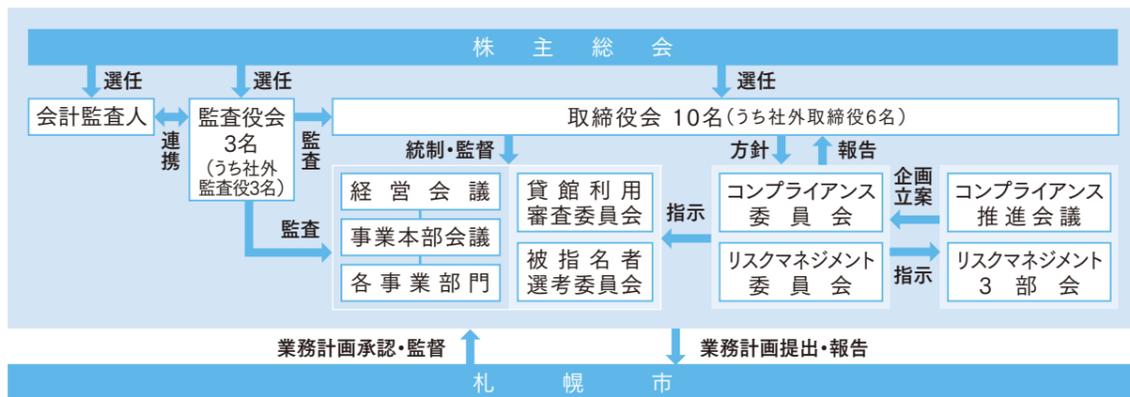
私たち株式会社札幌ドームは、信頼される企業であるよう、公正に事業を推進し、コンプライアンスを徹底するとともに、さまざまなリスクに対する備えを行っています。

信頼される企業であるために。

当社は、札幌市が55%出資する出資団体として、また「札幌ドーム」の指定管理者として、公正に事業を推進するため、以下のようなコーポレートガバナンス体制をとっています。



■コーポレートガバナンス体制



コンプライアンス集合研修の様子

コンプライアンス意識の向上へ。

コンプライアンスの徹底および浸透を図るため、「コンプライアンス委員会」および「コンプライアンス推進会議」を設置しています。また、社員全員が参加する「コンプライアンス集合研修」を定期的実施し、研修では弁護士や社会保険労務士を招いての講演も開催しています。法令違反や不正行為などの未然防止・早期発見のため、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、事案が起きた際に適切に対応できる体制を整備しています。

情報セキュリティの強化を徹底。

パソコン等の業務用端末を利用するにあたっては、情報漏洩事故を未然に防ぐ対策を徹底しています。全社員に対して情報リスクについての知識を深める社員研修を実施し、セキュリティ意識の向上を図っています。また、セキュリティ機器を導入し、監視を行うことにより、異常があった際には早急に対処できる体制を整え、重大な事故につながらないよう、日々、セキュリティ強化に取り組んでいます。



機器と意識で情報漏洩を防止

多様なリスクへ迅速な対応を。

リスク管理のため、社長を委員長とする「リスクマネジメント委員会」を設置し、対応方針を制定するとともに、具体策の企画立案を行う3つの部会を設置しています。

■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 |

感染症の拡大を防止するために。

2020年の新型コロナウイルス感染症に関する事案については、事業運営リスク部会および危機管理部会を開催し、新型コロナウイルス感染者・濃厚接触者発生時の「現場対応・営業判断フロー」の作成や感染防止策についての検討を行いました。また、社員に対しては「札幌ドームスタッフ体調管理フロー」の作成に加え、出張の禁止や海外研修の延期といった措置も行いました。イベント再開に向けては、入場ゲートなど各所に消毒液を設置するほか、必要に応じて来場者の発熱検知のためのサーモグラフィーの設置、スタッフのマスク着用の義務化、売店等での飛沫感染対策を実施するなど、主催者さまや札幌市と緊密に連携を図り、徹底的な感染拡大防止に取り組んでいます。

(2020年7月現在)



voice 安全・安心・快適を徹底し、災禍を乗り越えたいと思います。

札幌ドームは、何よりも「楽しんでいただくための場」でなくてはなりません。だからこそ、お客さまが安心してご来場いただけるような施策を講じ、それを徹底して実行・継続していくことを心がけています。そのために重要なのは、まず社員の感染を防ぐための対策を徹底する

こと。在宅勤務も実践し、「感染しないこと、感染させないことが大事な仕事である」という意識を共有しています。新型コロナウイルスという世界的な災禍を、お客さま、主催者さまをはじめとするすべての関係者の皆さまと一緒に乗り越え、イベントのもつ素晴らしさを感じていただけるための努力を続けていかなければいけないと考えます。

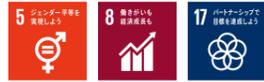
そのためにも、札幌ドームが日頃から心がけている「安全・安心・快適」を徹底し、経営理念である「すべてのお客さまの夢と感動を実現するステージを創造します」を、全社員があらためて認識しながら日々を過ごしています。



総務部
総務課長
若井 聡
Wakai Satoshi
2002年入社



入館時の手指消毒の様子



社員とともに

お客さまに最高のホスピタリティを提供するためには、全社員が日々成長するとともに、安心して働ける環境が必要です。当社では、誇れる仕事・職場を目指し、さらなる取り組みを進めています。

全社員が安心して働ける環境を。

イベント開催などを考慮したシフト制による勤務体制や社員の福利厚生、健康増進への取り組みなどを通して、ワークライフバランスの推進に努めています。

■連続休暇取得の推奨

社員一人ひとりの心身のリフレッシュおよびチーム内の業務の平準化を目的とした、連続休暇の取得を推奨しています。原則5日以上、休日と合わせて7～9日程度の連続休暇の取得を推奨し、2019年度は社員の98.6%が取得しました。



■福利厚生の充実

札幌ドームの試合観戦の機会を設けているほか、2種類の福利厚生サービスに加入しています。また、同好会制度を設け、趣味や特技を通じた社員間交流の活性化につなげています。



釣り同好会

サッカー同好会

■健康増進への取り組み

当社では、イベント開催に伴う不規則な勤務や深夜勤務を行う社員がいることを考慮し、全社員が健康診断を年2回受診しています。また、心の健康づくりのためのストレスチェックも実施しています。

voice 海外研修で新しい可能性を追求しています。

札幌ドームでは主任職を3年以上経験した社員に、約2週間の海外視察研修の機会が与えられます。海外の優れたスポーツ施設などを視察し、運営方法やノウハウを調査して国際的な視野を広め、それぞれの資質や企業の組織力・管理運営能力の向上を図ることが目的です。

私たちは2019年4月にアメリカ、10月



スティップルズ・センターでのアイスホッケーの様子

にイギリスを視察しました。その後、社内で報告会を開いてほかの社員と情報を共有し、「札幌ドームに今後何が 필요한のか」を考える大きなヒントが得られたと思います。具体的な活動としてはロサンゼルス・スティップルズ・センターを参考に、「スポーツバイキング2019」のイベントでアイスホッケーのミニゲームを実施し、子どもたちに楽しんでもらうことができました。

今、札幌ドームは「第二の創成期」を迎え、さらなる可能性を追求しています。海外研修を通して「自分たちが将来の札幌ドームを支えていく」という自覚と責任をあらためて実感しています。

営業部
企画運営課
主任

沼田 晋弥

Numata Shinya
2010年入社



環境にやさしい施設を目指して

札幌ドームは「環境方針」に基づき、お客さまのご協力をいただきながら、未来の子どもたちのために「環境にやさしい施設」を目指す活動に取り組んでいます。

【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～

環境方針を実現するため、開業20周年を迎える2021年に向けて重点的に取り組む指針と、2011年を基準年とした数値目標を2013年3月に策定しました。

1 マネジメント体制の推進・法令遵守の徹底

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

環境マネジメントシステムを運用し、継続的に改善を行います
環境負荷を正確に把握し、環境関連法令を遵守します
CSRレポートなどを活用し、環境への取り組みを公開します

2 低炭素社会に向けた取り組み

省エネルギーに努め、CO₂排出量を減らします

お客さまの安全や快適さを保ちつつ、エネルギー消費抑制に努めます
調査研究を進め、効果的な環境設備投資を行います
施設の特性を最大限に活かし、積極的な運用改善を行います

3 循環型社会に向けた取り組み

廃棄物を削減するとともに、資源循環を促進します

お客さまとともにごみの分別を進め、札幌ドーム内での資源循環を実現します
事業活動に伴うごみを削減するとともに、分別を徹底します
グリーン購入を積極的に進めます

4 生物多様性の保全と環境啓発活動の推進

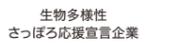
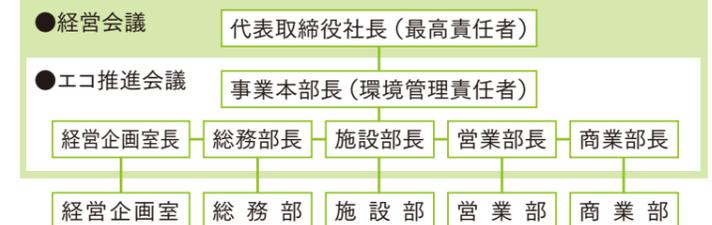
緑豊かな札幌ドームで、お客さまとともに環境を学びます

生物多様性に配慮して敷地を保全し、多くの生き物が訪れる環境を維持します
子どもたちに環境を学ぶ機会を提供します
社員自らが積極的に学び、環境への取り組みを進めます

環境への取り組みを推進するために。

「エコ推進会議」では、事業活動に伴う環境負荷データと、年度ごとの部門別環境施策の進捗状況や新たな課題について討議しています。

■エコ推進会議の位置づけ



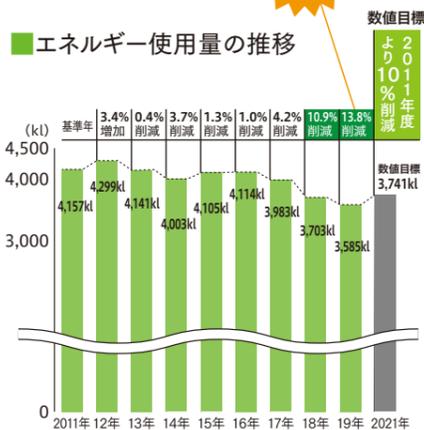
視点05 環境にやさしい施設を目指して

[2021年に向けた数値目標 1]

エネルギー使用量を2011年度より10%削減します。

エネルギー使用量を着実に削減。

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、エネルギー使用量削減に向けた取り組みを進めています。空調用送水ポンプ制御システム「エコパイロット」をはじめとする省エネ型の設備の導入や、自然換気や自然採光の積極利用、またスタンド席では局所空調を採用しています。さらに、照明のLED化を順次進めており、2018年度に野球用照明をLED化したことにより、2019年度のプロ野球(ナイター)開催時のアリーナ照明の消費電力は1日当たり約13,085kWhから約3,515kWhにまで下がり、約9,570kWhの電力削減となりました。さらに、ごみ圧縮機により、回収したプラカップ、容器包装プラスチック、紙パックなどを圧縮して減容化することで、ごみの搬送回数を減らしCO₂排出量を削減しています。



省エネ工事を進めています。

電力削減のため、さらに照明をLED化

省エネルギー対策の一環として照明のLED化を順次進めています。2017年度にはアリーナのサッカー用照明をLED化、2018年度には野球用照明のLED化を実施し、明るさ向上と消費電力の低減を図りました。2019年度は、ストリート北側8カ所、ストリート南側6カ所、タウン東側8カ所、計22カ所の屋外照明のLED化を実施しました。



LED化した屋外照明



ガス使用量削減のため、配管に保温処理

これまで館内の蒸気往配管は、直管部については断熱シート等による保温および断熱がされていましたが、管のつなぎ目部分のフランジ・バルブについては処理がされていない状況であったため、無駄な放熱によりガスが消費されていました。このつなぎ目部分にも保温処理をすることにより、年間76,000m³程度のガス使用量削減を実現しました。



(施工前)

(施工後)

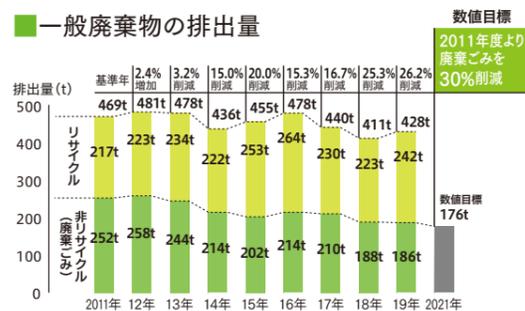
[2021年に向けた数値目標 2]

廃棄ごみを2011年度より30%削減します。
リサイクル率を60%以上にします。



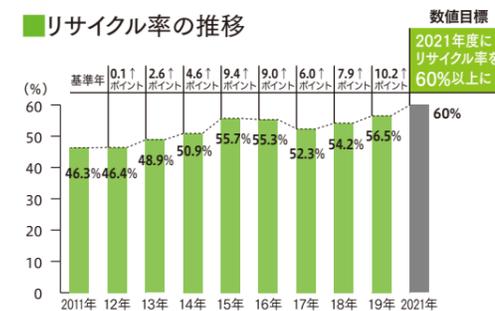
一般廃棄物の排出量を削減。

サッカーグラウンドの芝生を堆肥にリサイクルしているほか、事業系ごみの細かな分別を行っています。



リサイクル率をさらに向上。

館内で販売しているお弁当の容器にはリサイクルシールを貼り、皆さまにリサイクルへの協力を呼びかけています。



お客さまとともにリサイクル。

リサイクルポスト(分別ごみ箱)を設置し、一般ごみ、紙・紙パック、容器包装プラスチック、プラカップに分けたごみの分別を、お客さまにもご協力いただいています。国際大会などで外国からのお客さまも増えていることから、2019年度にはリサイクルポストに英語表記を追加し、より多くのお客さまにごみの分別にご協力いただけるよう工夫しました。札幌ドームは今後も、お客さま、主催者さま、委託事業者さまとともに資源循環に取り組んでいきます。



リサイクルポストで分別回収

voice 札幌ドームの敷地内へ、ぜひお散歩に来てください。

札幌ドームは環境にとってもお客さまにとっても、やさしい施設でありたいと願っています。私は業務上、敷地内を回ることが多いですが、いつもすがすがしい気持ちになります。この環境があるのは、清掃や設備の点検などをしてくださ

ている多くの委託事業者さま、樹木や芝生の手入れを行っている現場スタッフのおかげです。そしてもちろん、館内外にもきれいにご利用いただいているお客さまにも感謝しています。2019年度は敷地内に樹木プレートを設置したところ、地域の方から「散歩の楽しみが増えた」というご意見をいただき、とてもうれしく思いました。春から夏にかけては、すべての社員が周辺のごみ拾いをする「クリーンアップ作戦」を実施しています。今後も、楽しく気持ちよく札幌ドームをご利用いただける取り組みを続けたいと思います。



樹木プレート

施設部
施設管理課
川崎 ほの香
Kawasaki Honoka
2018年入社



視点05 環境にやさしい施設を目指して

[2021年に向けた数値目標 3]

30種以上の鳥が訪れる環境を維持します。
環境啓発企画への参加者を延べ10万人にします。

人と自然にやさしい施設を目指して。

札幌ドームは、農耕地と都市をつなぐ「スポーツの庭」としてつくられました。北と西には人が暮らす街があり、南と東には森や畑が広がる環境にあり、人と生き物を守る取り組みを行っています。敷地内には多くの鳥、チョウ、トンボが暮らしています。



シロハラゴジュウカラ

ハクセキレイ



エゾシロチョウ

ミドリヒョウモン



ヒメリスアカネ

エゾアオイトトンボ

鳥の種類 **36種類**

チョウの種類 **35種類**

トンボの種類 **30種類**



緑豊かな札幌ドームで、自然観察会を実施。

敷地内の生態系の豊かさを知っていただくため、専門家のガイドのもと、鳥や昆虫を観察する企画を開催しています。

2019年度実施概要

- 第5回札幌ドーム生き物探検隊 8月8日実施 10組21名参加
- 札幌ドーム 秋の野鳥観察会 11月9日実施 9組18名参加

参加者さまからの声

札幌ドームの近隣に住んでいますが、ドームを囲むエリアにたくさんの鳥や昆虫がいることを知りませんでした。

子どもはどんどん興味が湧いて、帰宅後、図鑑で調べたりしていました。

札幌ドームは周りの自然や環境も考えて作られていることを初めて知りました。

お子さまにも、環境について楽しく学んでもらうために。

「札幌ドームからみんなの街をみてみよう」と題した展望台見学と環境学習を、2013年度から実施しています。対象は、札幌ドームから徒歩圏内にある小学校の5年生。毎年継続することで全児童の皆さまをご招待しています。2019年度には、皆さんに配布する冊子「集まれ!エコプレイヤー キッズ!」をリニューアルし、環境や地域について楽しく学びながら、自分の目標も考えられる内容としました。



2019年度展望台招待事業招待実績

| | | |
|-------|---------|------|
| 6月14日 | 福住小学校 | 117名 |
| 6月28日 | 月寒東小学校 | 98名 |
| 7月 2日 | あやめ野小学校 | 31名 |
| 7月 4日 | 羊丘小学校 | 95名 |

計 341名

資料

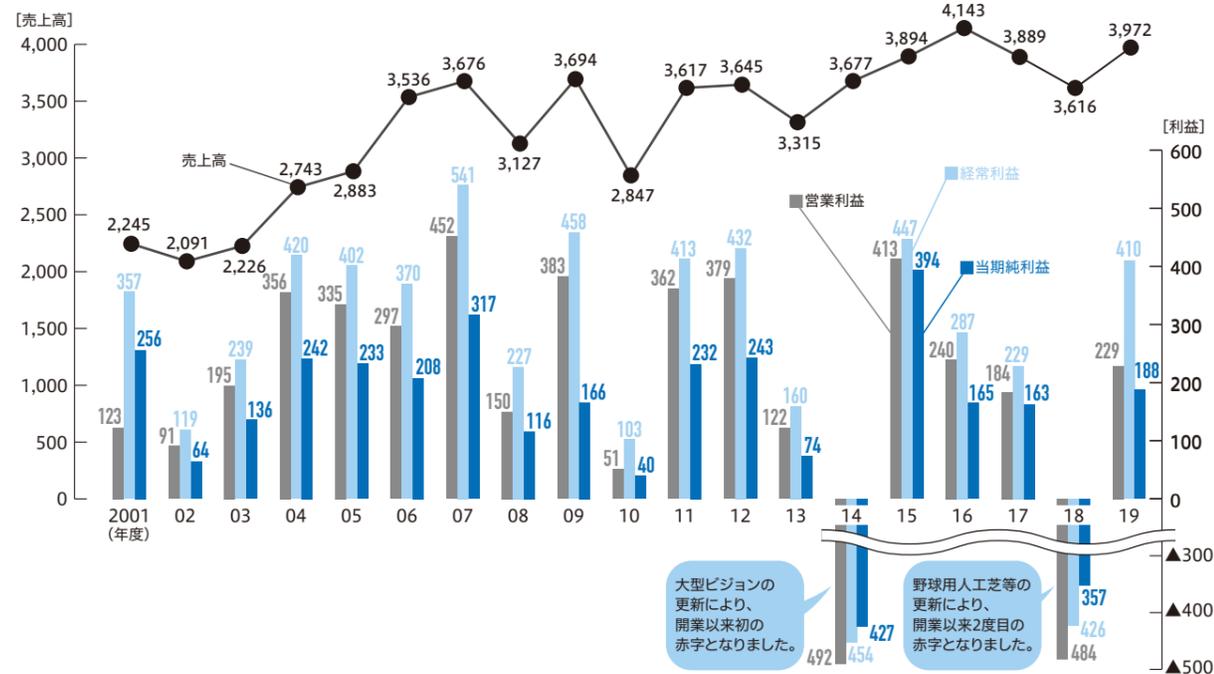
会社概要

| | |
|------|---|
| 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 | 39億7,228万円(2020年3月期) |
| 社員数 | 69名(2020年7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)電通グループ、(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—北海道、(株)NTTネクシア、北海道キリンビバレッジ(株)、サントリービバレッジサービス(株)、(株)JTB、(株)JTB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



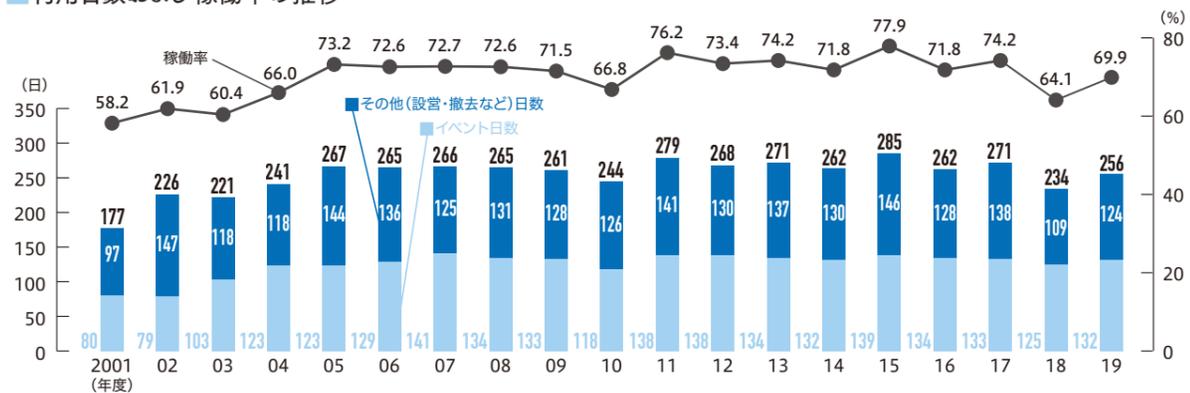
業績の推移 単位:百万円(百万円未満切り捨て)



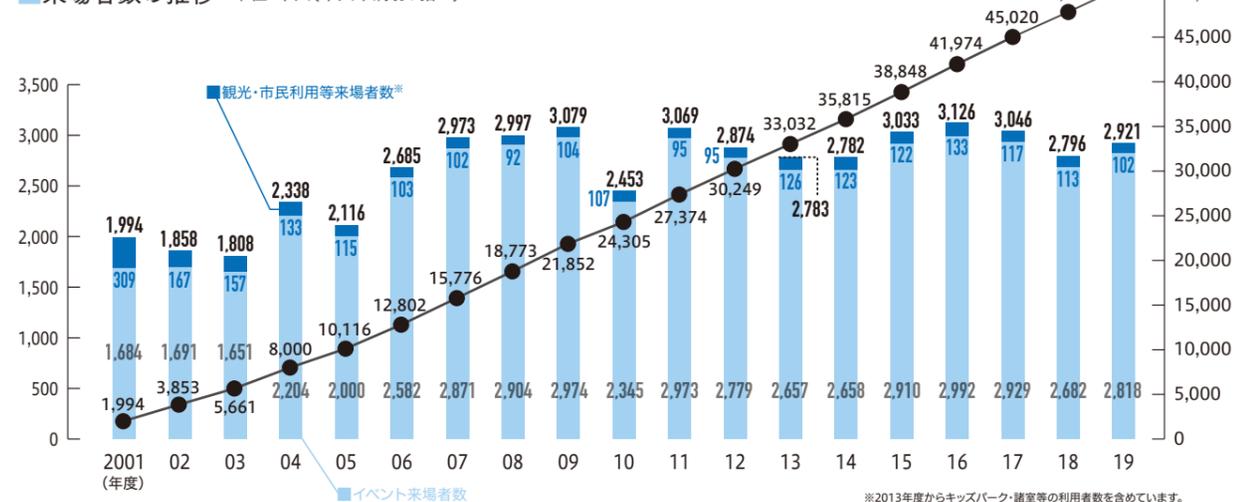
大型ビジョンの更新により、開業以来初の赤字となりました。

野球用人工芝等の更新により、開業以来2度目の赤字となりました。

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)



*2013年度からキッズパーク・個室等の利用者数を含めています。

札幌ドームの新価値創造に期待

「新しい生活様式」と札幌ドーム

「札幌ドームレポート 2020」と題された本レポートは、札幌ドームの管理・運営会社である株式会社札幌ドームが刊行している年次報告です。経営とCSRを同時にひも解く構成になっており、CSR経営を掲げる株式会社札幌ドームの証でもあります。2020年版の本レポートを読み解きながら、読者の皆さんと一緒に、株式会社札幌ドームのCSR経営について概観したいと思います。

多くの読者の皆さんにとっても、2019年度は生涯忘れたくない一年となったことでしょう。2019年9月に開催されたラグビーW杯の熱狂と情熱により、ワンチームという団結力に根差した多様な「日本」の新たな価値発見に感動する一方、年が明けると新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、全世界が奈落の底に突き落とされました。特にスポーツをはじめとする集客イベントをビジネスの根幹に据えている札幌ドームにとっては、天国と地獄が共存した一年であり、多くの他企業と同様、ビジネスの存続と根幹が問われざるを得ない運命の分水嶺となりました。

私自身を含め、本レポート読者の皆さんは、札幌ドームにおけるSDGsの誕生と成長に立ち会ってきました。2018年11月の「SDGsワークショップ」から始まり、2019年1月の「SDGs役員ミーティング」を経て、SDGsの考え方をより進化させたCSR経営が宣言され、2020年の本年は、より具体的な行動計画が展開し、CSR経営の深化がレポートにぎわゆる、華やかな年度を迎えたはずでした。2020年に入ってから突然のコロナ禍は、社会の全組織・全構成員に、コロナ禍以前の旧秩序と新秩序を分かち、新たな時代の規範と価値創造を求めており、札幌ドームもまさにその渦中にあることには違いありません。

コロナ禍がもたらした「新しい生活様式」の規範は、札幌ドームのビジネスを変え、それに留まらず、消費者や社会全体を変え、今、CSRの価値をも変えようとしています。このような激動の渦中にある札幌ドームの対応は、本レポートを通し、社長をはじめ全社員のメッセージから確実に読み取れます。ここでもう一度、読者の皆さんと、そのメッセージを再確認してみたいと思います。



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。

第二の創成期

現在、札幌ドームは「第二の創成期」を迎え、新たな企業価値の構築に向けた可能性の追求を行っています。2013～2021年度の長期ビジョン「SAPPORO DOME VISION 2021」の最終仕上げとして、「MAKE THE NEW SAPPORO DOME! - 第二の創成期 - 新しい札幌ドーム、新しい仕事を創り出す」と題した中期経営計画が進行中で、新たな経営価値を創り出す「新コンサートモード」を準備中です。このコンサート運用は、「新しい生活様式」に対応した運用にも活用できるであろうとのことです。つまり、北海道日本ハムファイターズの本拠地変更に伴う対応策であった「第二の創成期」の取り組みに対し、コロナ禍後の「新しい生活様式」への対応を重ね、同時に行うことが社長により宣言されています。既に第二の創成期を準備してきた経緯があるので、多くの企業が難題としている新しい生活様式を、むしろ変革のためのチャンスとして捉えています。この驚愕の逆転発想も、札幌ドームの一人ひとりの成長が、お客さまやステークホルダーの新価値を創り続けてきた実績を見れば、山川社長の自信として聞こえてきます。株式会社札幌ドームの今後10年を創っていく第二の創成期には、大いに期待が膨らむところです。

新価値創造に向けて

最後に一点、コロナ禍を経た現在、多くのCSR専門家も議論している点は、新しい生活様式におけるCSRの変化です。コロナ禍は多くの企業の経営を変えるだけでなく、消費者や社会とともに、CSRをも変化させ、幾つかの調査では既にその変更点が明らかにされつつあります。このようなCSRの変化に対しても、経営同様、札幌ドームの「第二の創成期」により、確実に対応されることを期待しております。「札幌ドームのCSR」(19p参照)にうたわれている言葉、「私たちにとってのCSRとは経営そのものである」という宣言は、札幌ドームの揺るぎない決意であるとともに、われわれステークホルダーへの約束でもあるからです。われわれは、札幌ドームの新価値創造を、大いなる期待感を持って心待ちにしております。



2016 © SAPPORO DOME



札幌ドームマスコットキャラクター

チャームコン

愛称

チャーム

誕生日

札幌ドーム開業15周年を迎えた
2016年6月2日

生まれた場所

札幌ドームの森

性格

心穏やかでやさしい
好奇心旺盛

好きなこと

札幌ドームに暮らす
生き物たちと遊ぶこと
札幌ドームで行われる
イベントに参加すること

特技

さまざまな生き物の気持ちに
寄り添うことができ、
だれとでも仲良くなれること



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:2020年7月 ※2020年7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。

アンケートご協力をお願い



「札幌ドームレポート2020」をお読みいただき、ありがとうございました。
ぜひ、左記QRコードまたは当社ウェブサイトからアクセスしていただき、
本レポートについてのウェブアンケートにご協力いただきますようお願いいたします。
皆さまのご意見や感想をお待ちしております。