

指定管理者評価シート

事業名	体育施設運営管理費	所管課(電話番号)	スポーツ局スポーツ部施設課(211-3045)
-----	-----------	-----------	-------------------------

I 基本情報

1 施設の概要			
名称	札幌ドーム	所在地	豊平区羊ヶ丘1
開設時期	平成13年6月	延床面積	98,232.17㎡
目的	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。		
事業概要	クローズドアリーナ、オープンアリーナ、展望台その他の施設を利用に供すること、及びその他ドームの設置目的を達成するために必要な事業		
主要施設	クローズドアリーナ、オープンアリーナ、サッカー練習場、トレーニングルーム、駐車場等		
2 指定管理者			
名称	株式会社札幌ドーム		
指定期間	平成30年4月1日～令和5年3月31日		
募集方法	非公募 非公募の場合、その理由： ・株式会社札幌ドームは、平成13年の札幌ドーム開業時から施設の管理運営を行っており、経営面においても安定した経営を継続している。また、積極的な改良工事を行うなど来場者サービスの向上に努めており、施設の良好な管理が行われていること。 ・株式会社札幌ドームは、プロ野球とプロサッカーをはじめ、2002 ワールドカップサッカー大会、ラグビーワールドカップ2019、東京 2020 オリンピック等の国際スポーツ大会、コンサート、展示会その他の催物に多目的に使用される札幌ドームを公正・中立な立場で様々な利用調整を実施してきた実績があり、これらの施設利用者との継続的な関係を構築している同社の存在が不可欠であること。 ・株式会社札幌ドームは、札幌ドームという公の施設では他に類を見ない大規模な施設を経営するために、本市のほか、民間企業の出資により設立した株式会社であり、開設当初に民間企業からの人材派遣等を受けるなど、札幌ドーム運営のための様々なノウハウを蓄積しており、指定管理を行う団体と施設の関係が密接不可分であること。 ・株式会社札幌ドームは、本市が出資する第3セクターとして、今後見込まれる札幌ドームの多額の保全改修費用の負担に備え内部留保を行うなど長期継続的な視野を持って事業運営を行っているほか、自主事業による収益から積極的に本市に利益還元を行っており、本市としても、長期的な視野を持って札幌ドームを維持していく上で、札幌ドームの指定管理者に対し継続的・積極的に関与する必要があること。 以上のことから、札幌ドーム条例第3条第2項の規定に基づき、札幌ドームの指定管理者については非公募とした。		
指定単位	施設数:1施設 複数施設を一括指定の場合、その理由：		
業務の範囲	施設維持管理業務、貸館業務(利用料金制度)、イベント実施支援、ドームの利用促進事業、アマチュア大会の実施及び市民利用事業等		
3 評価単位	施設数:1施設 複数施設を一括評価の場合、その理由：		

Ⅱ 令和4年度管理業務等の検証

項 目	実施状況	指定管理者 の自己評価	所管局の評価			
1 業務の要求水準達成度						
(1)統括管理 業務	▽ 管理運営に係る基本方針の策定 ▼管理運営方針に沿った事業実施 施設の設置目的を実現し、指定管理者としての責務を果たすための管理運営方針を以下の通り策定しており、これに基づいた事業活動を実施した。 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すべてのお客さま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更なるサービス向上と地域社会への貢献を目指します。 ▼「SV-31」及び「中期経営計画2024」に沿った事業実施 札幌ドーム開業30周年を迎える2031年に向けてのありたい姿として掲げた長期ビジョン『SV-31』の実現に向けて「主催者連携による利益最大化」「多様な価値や変化への対応」「社員の成長・スキルアップ」「親しみのある地域のシンボル」「環境にやさしい企業」「新たな市民文化の共創」という6つの基本戦略に基づき策定した、当事業年度から始まる3ヶ年計画『中期経営計画2024』のもと、事業活動を進めてきた。 「主催者連携による利益最大化」では、主催者様と施設の可能性を最大に生かした活用を行ったほか、コロナ禍明けに向けたコンサートおよびコンベンションの誘致・営業活動の実施、新規広告枠やネーミングライツの販売活動を進めてきた。「多様な価値や変化への対応」では新規自主イベント「大ほっかいどう祭」を開催したほか、2023年以降に向けた新規自主イベントの検討、スケジュール調整を進めてきた。「社員の成長・スキルアップ」では良好な社内コミュニケーションの促進のため社員面談を実施したほか、人事考課制度の見直しを行い、2023年度からの変更を決定した。「親しみのある地域のシンボル」では市民からの意見を収集するためオンラインリサーチを実施したほか、冬季間敷地内で雪遊びが楽しめる「ゆきひろば」を実施し、地域住民の方々をはじめ、国内外の観光客など6千人を超える皆様にご来場いただいた。「環境にやさしい企業」ではごみやCO2の排出量削減に向けた取り組みを継続して実施した。「新たな市民文化の共創」では前事業年度に引き続きSDGsを意識した活動を推進し、北海道コンサドーレ札幌戦では株式会社コンサドーレ様と連携した「PASS」の取り組みとして敷地を利用した自然観察会を通して生物多様性の啓発に努めたほか、翌事業年度以降の新規アマチュアスポーツ大会誘致に向けた活動を進め、複数種目でのアマチュアスポーツイベント開催を決定することができた。	・管理運営方針のほか、「SV-31」及び「中期経営計画2024」を策定しており、その基本方針、基本戦略に基づいて多様な事業活動を展開した。 ・新型コロナウイルス感染症拡大に起因したイベント自粛・入場者数制限等により、北海道のスポーツ・エンターテインメントの発信地である札幌ドームは非常に大きな影響を受けた。	A	B	C	D
	全ての要求水準を達成し、「地球温暖化防止対策及び環境配慮の推進」「管理水準の維持向上に向けた取組」「要望・苦情対応」の項目については要求水準を超える取組が行われていることから、『A』評価とする。 なお、小項目別の評価は以下のとおり。 管理運営方針のほか、長期ビジョン「SV-31」及び「中期経営計画2024」を策定しており、その基本方針、基本戦略に基づき良好に施設を管理運営している。					

▽ 平等利用に係る方針等の策定と取組実績

▼平等利用の確保

貸館事業については、貸館利用審査委員会を開催し、平等利用の徹底を前提に、適正な事業者への貸し出しを行う体制を敷いて実施した。
市民利用事業については、札幌市公共施設予約情報システムを活用するほか、専用の受付電話を設置するなど、市民の公平な利用に注意を払い、業務にあたった。

・平等利用を確保するために、札幌ドーム条例及び同施行規則を遵守して、社内体制の整備を行い、施設の貸出しを行った。

札幌ドーム条例、同施行規則等を遵守し平等利用の確保に努めている。

▽ 地球温暖化対策及び環境配慮の推進

▼「環境方針」及び「ECO MOTION 2030」に沿った取り組み

2008年3月に制定した「環境方針」のもと、当初2013年3月に2021年度を目標年とした環境目標「ECO MOTION 2021」を策定し、一昨年度にその期間を終了した。

それに伴いあらたに2022年度を初年度、2030年度を目標年(基準年は2016年度)として第二次の環境目標となる「ECO MOTION 2030」を策定し、脱炭素社会・循環型社会の実現に向けて一層取り組みを進めていくこととした。重点的に取り組むべき指針としては従前のテーマに準じて「マネジメント体制の推進・法令遵守の徹底」、「脱炭素社会に向けた取り組み」、「循環型社会に向けた取り組み」及び「生物多様性の保全と環境啓発活動の推進」の4つとしたが、より現状に即した内容としながら未来の子どもたちのために、人と自然にやさしい施設を目指した取り組みを進めている。

なお、数値目標は「脱炭素社会に向けた取り組み」としてCO2排出量の削減と、「循環型社会に向けた取り組み」として一般ごみ排出量の削減の2項目に絞り、札幌市と同様に2016年度を基準年として、施設運営と脱炭素社会・循環型社会の実現を両立するため一層努力をしていくこととした。

▼各テーマにおける具体的な取り組み及び結果は以下のとおり

＜マネジメント体制の推進・法令遵守の徹底＞

2021年度までは環境への取り組みの推進を目的として「エコ推進会議」を開催していたが、環境の視点のみならず、SDGs全体の取り組みを一層推進するため、2022年度からは「SDGs推進会議」という新たな会議体を設置することとした。

専務及び事業副本部長、部室長に加え各部の担当者を選出し参加させ、より現場レベルで環境活動を含むSDGs活動の推進を図ることを目的に年4回開催とし、エネルギー使用量や廃棄物排出量の削減、環境意識の啓発などに向け、各部門の環境活動状況の把握と具体的な対応策を検討し、社内に発信した。この会議を通して全社員が当社の担う日々の業務をSDGsと関係付けて行動することで、札幌ドームの一層の付加価値向上に繋がることを期待した発展的な改編を行った。

・環境マネジメント体制を確立し、法令遵守のもと、数値目標達成に向けて、多岐にわたる取り組みを実施した。

札幌ドームは大型イベントが開催される施設であるため、エネルギー使用量や廃棄ごみの量については、イベント開催状況や来場者数の影響を大きく受けるが、施設管理者として、方針を策定するなど、地球温暖化対策及び環境配慮の推進に係る様々な取組を積極的に実施している。特に、重点的に取り組む指針や具体的な数値目標を方針等において定め、関係者で組織す「エコ推進会議」を継続して開催していることに加え、2022年度からは、環境の視点のみならず、SDGs全体の取り組みを一層推進するため、「SDGs推進会議」を開催し、目標達成に向け具体的な取組を実施していることは評価に値する。また、自社での取組に留まらず、対外的な環境啓発企画についても継続して実施しているほか環境関連団体等への参加も積極的に行っている点は評価できる。

＜脱炭素社会に向けた取り組み＞

[目標]省エネルギーによるCO2排出量の削減
CO2排出量を2016年度より60%削減
(目標年:2030年度)

[結果]

6,402,891kg(前年7,068,237kg、前年対比9.4%削減、基準年対比33.6%削減)

[取り組み]

- ・館内各所空調、自然換気・採光の適正運用
- ・エコキュート及びエコノパイロット等の適正運転
- ・太陽光発電設備の適正管理
- ・アリーナ照明(プロ野球、場面転換作業等)の緻密な制御
- ・ごみの減容化による輸送効率化
- ・館内外各所照明のLED化
- ・「ドームニュース」等の広報誌印刷にグリーン電力及び植物油インクを使用
- ・ロードヒーティングの温水温度設定の変更による設備運転の改善
- ・ロードヒーティング稼動エリアの削減
- ・BDF5%混合軽油を除雪車両に使用
- ・WEB燃料管理サイトを活用した車両の燃費管理
- ・一般照明のエリア及び点灯時間の見直し
- ・敷地閉門時間を一部早めることによる屋外照明の早期消灯

＜循環型社会に向けた取り組み＞

[目標]廃棄物の削減と資源循環の削減
一般ごみを2016年度より40%削減
(目標年:2030年度)

[結果]

一般ごみ排出量166.3t(前年108.5t、前年対比53.2%増加、基準年対比22.2%削減)

[取り組み]

- ・リサイクルポスト設置及び分別回収の呼びかけによるイベント時のごみ分別回収の推進。
- ・リサイクルポストなどに英語を表記し、外国人にごみ分別リサイクルへの協力を依頼。
- ・コンサドーレと連携し、リサイクルポスト付近にマスコットの分別呼びかけパネルや分別を呼びかける選手のバナーを設置。クラブ・サポーター・清掃事業者との共同によるごみ削減推進。
- ・コンサドーレと連携し、試合開始前に大型ビジョン等で前回試合時のリサイクル率を発表(試合毎の廃棄物計量およびリサイクル率算出によるごみ削減推進)。
- ・コンサドーレと連携し、試合終了直後のリサイクルポスト混雑解消と分別率向上策の実施。(具体的には、試合終了直後にリサイクルポストに人が集中し混雑することで、ごみの分別率が低下することを避けるため、試合終了前にごみを捨てた方に対してデジタルノベルティを贈呈)。
- ・コンサドーレと連携し、障がい者の就労支援として、リサイクルポストでの分別案内を障がい者の方が行うためのごみ分別とごみ袋掛けの事前レクチャーを実施。
- ・飲食売店でのレジ袋削減。
- ・物販常設店舗、コンコース物販売店でのレジ袋有料化。
- ・廃棄予定だった展示パネルや木製品を、加工したうえで別用途にて有効活用。
- ・売れ残り弁当の分別廃棄。
- ・新プラスチック循環法開始に伴う飲食売店付近への啓発貼り紙の掲示。

新型コロナウイルス感染に伴う各種制限緩和が進み、イベント数、来場者数ともに増加したが、照明類のLED化や空調・照明などの緻密な制御と適正運用に努めたことに加え、前年と比較し夏場の外気温が低く、夜間の外気を流入させて館内温度を下げるなどの工夫も功を奏し、CO2の排出量は前年比9.4%の削減となった。

新型コロナウイルスからの回復により、イベント来場者数が前年度から倍増したことで、一般ごみの排出量も増加した。またハイブリット芝導入により芝ごみがリサイクルできなくなり、一般ごみとして処分せざるを得なくなったため、一般ごみは増加した。

- ・(カトラリー等のごみ削減)
- ・委託事業者と協同した事業系ごみの分別推進。
- ・弁当容器にリサイクルシールを貼付。
- ・植栽の剪定枝や添え木などをリサイクル。
- ・蛍光管、乾電池、パソコン、金属くず、木製パレットなどのリサイクル化。
- ・来場者弁当の適正発注によるロス率抑制。

<生物多様性の保全と環境啓発活動の推進>

[目標①]生物多様性の保全

※環境数値目標は設定しない。

[取り組み]

- ・年2回の草地の刈込み、植栽の剪定や補植、冬囲いなどによる適切な緑地管理。
- ・高茎草地を好む鳥を誘うために、あえて草を刈らずに高茎草地エリアを用意。
- ・「札幌ドーム竣工22年時の生物調査」(鳥類・昆虫類・植物)の実施。
- ・修景池・沈砂池の水質調査の実施(年2回)。

[目標②]環境啓発活動の推進

※環境数値目標は設定しない。

[取り組み]

- ・「札幌ドームレポート2022」の制作及びウェブサイトへの掲載。当社のステークホルダーに向けたレポートを発行し、環境への取り組みを紹介。
- ・「近隣小学校環境啓発事業」の実施(3日間)
札幌ドームの近隣に住む子どもたちに、札幌ドームをより身近に感じてもらうとともに、環境問題や地域への関心を高める機会を提供するため、周囲約1.5km圏内にある小学校の5年生を札幌ドームに招待し、当社の環境への取り組み等について説明(参加者数:羊丘小学校、福住小学校、月寒東小学校 計307名)。
- ・近隣小学校の校外学習の受け入れ(2日間)
小学校の「生活科」授業の一環として、子どもたちが札幌ドーム敷地内の「ゆきひろば」で、そり・チューブ遊び等を通じて雪と親しんだ。

(参加者数:福住小学校2年生 計109名)

- ・札幌市SDGs教育旅行プログラムの受け入れ(1日間)

北海道コンサドーレ札幌と連携し、当該プログラムを受け入れ、札幌ドームのSDGs(主に環境と生物多様性)への取り組みを紹介した。

(参加者数:とわの森三愛高等学校2年生 計20名)

- ・出張授業の実施(1日間)

清田高等学校から依頼を受け、2年生の授業にて、札幌ドームのSDGs(主に環境と生物多様性)への取り組みを紹介した。

・社員による札幌ドーム周辺のごみ拾い活動「札幌ドーム・クリーンアップ作戦」を平成24年から継続実施するなど、社員の環境意識啓発にも取り組んでいる。

・ウェブサイトやCSRレポート、SNS等を通じ、環境啓発活動を社内外に向けて積極的に行った。

(参加者数:清田高等学校2年生 計17名)

- ・ドームツアーにおけるリサイクルポスの紹介
ドームツアーにご参加されたお客さまに、リサイクルポスによるごみ分別の取り組みについて紹介。
- ・「ECOなコラム」配信
月1回、身近な環境問題をテーマとしたコラムをメールで配信し、社員の環境への取り組みに対する意識向上を図った。
- ・ノー残業デーの実施
月1回ノー残業デーを設け、事務所内の省エネルギーに努めた。
- ・札幌ドームクリーンアップ作戦の実施(1日)
社員の環境意識の向上を図るとともに、地域社会への貢献活動として、札幌ドームの敷地内及び周辺道路の清掃活動を行った。
- ・コンサドーレ×札幌ドーム PASS連携ブース出展(2日間)
コンサドーレと連携し、両社が実施している環境やSDGsへの取り組みについて紹介する啓発ブースを出展した。
- ・イベントでの環境啓発ブースを出展(2日間)
「環境広場さっぽろ2022」及び「大ほっかいどう祭」にて、環境啓発ブースを出展し、環境クイズの実施やポスター掲出を行った。

(環境広場さっぽろ2022:7/30・31 / ブース来場者数計327名)
(大ほっかいどう祭:8/6・7 / ブース来場者数計263名)

- ・環境関連団体等への参加
「さっぽろエコメンバー(レベル3)」
「北海道グリーン・ビズ認定制度」
「生物多様性さっぽろ応援宣言企業」
- ・資源と環境保護のため、広報物に植物油インクを使用
- ・コンサドーレ×札幌ドーム「秋の野鳥観察会」を実施
コンサドーレと連携し、試合開催日の朝に敷地内での野鳥観察会及び昆虫採集・観察会を実施。(8/13 / 参加者数23名)
- ・敷地内樹木150本に「樹木プレート」設置(2019年度から継続)
- ・「エコプレイヤーキッズ」「札幌ドームおさんぽMAP」リーフレット配布
- ・SNSによる敷地内の魅力発信
当社公式Twitterにて、敷地内の風景や生息する生き物の紹介などを行い、当社の敷地環境の豊かさについて積極的に発信
- ・キャラクター「チャームコロンのトピアリーによる緑の演出

▽ 管理運営組織の確立(責任者の配置、組織整備、従事者の確保・配置、人材育成) ▼管理運営業務の統括責任者を事業本部長、統括責任者の職務代理者を総務部長とした。 ▼組織の整備、従事者の確保・配置 4月：人事異動を実施 11月：組織改編及び人事異動を実施 ▼人材育成を目的とした研修の実施 4月：課長代理研修(課長代理に昇進した社員1名) 8月：中堅社員研修(課長代理職1名) 11~12月：管理職研修(担当課長職2名) 12月：主任研修(主任に昇進した社員8名) 9~10月：e-ラーニング研修(面談法。質問と傾聴のスキル／社員1名) 2月：人事評価者研修(外部講師による管理職向け研修) 随時：選択研修(各部署の職務に必要なスキル研修や専門性の高い研修／社員2名) 随時：e-ラーニング研修(ビジネスにおける基礎知識の習得／社員2名) ▼社員の意欲向上と能力開発、的確で適正な評価を目的として人事考課制度の見直しを行った。社員向けの説明会、管理職向けの考課者研修(全管理職19名参加)を実施し、2023年度からの運用開始に向けた準備を行った。	・指定管理者として業務を効率的かつ安定した体制をもって行えるよう、全体の業務量及び質を考慮し、計画的かつ適正な人員配置・採用を行った。 ・2023年に向けた営業体制の強化のため、組織改編を行った。 ・人材育成においては、例年、年齢や役職に応じた研修を実施しており、令和4年度は新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、外部研修についてはオンライン研修へ参加した。また、社員を講師とする社内研修の充実を図った。 ・人事考課制度については評価項目の見直しなどに先立ち、あらためて評価者研修を実施して、公正・公平に社員のプロセス評価及び目標管理を行い、社員のモチベーション向上を図った。 ・法令遵守に関する研修については、毎年該当者向けに行っているもののほか、時代の変化に合わせたテーマの全社員集合研修も実施した。	業務を効率的かつ安定して遂行できるよう、計画的かつ適正な人員配置が行われている。 新型コロナウイルスの影響を受けながらも、オンラインで研修を実施し、適切な人材育成を行っている。 また、業務に必要な研修のほか、全社員向けにコンプライアンスに関する研修を実施しており、指定管理者として法令遵守のために必要な啓発が図られている。
---	---	--

▼法令遵守・服務規律に係る研修の実施

4月：「今日から実行！事例で学ぶコンプライアンス」講座の受講

6～3月：食品衛生講習会（食品衛生に対する意識向上と注意事項について／飲食事業課社員及び売店事業者等）

7月：地震火災総合訓練 ②消火訓練/
当社社員及び委託事業者 計68名参加

7・11月：自衛消防業務新規講習・再講習（消防法第8条第1項に規定する防火管理者としての資格講習及び消防法第36条第1項に規定する防災管理者としての資格講習／社員2名）

9月：防火・防災管理講習（消防法第8条第1項に規定する防火管理者としての資格講習及び消防法 第36条第1項に規定する防災管理者としての資格講習／社員1名）

10月：インボイス制度についての説明会／全社員

11月：甲種防火管理・防災管理新規講習（消防法第8条第1項に規定する防火管理者としての資格講習及び消防法第36条第1項に規定する防災管理者としての資格講習／社員1名）

12月：地震火災総合訓練 ②消火訓練/
当社社員及び委託事業者 計64名参加

1月：電子帳簿保存法についての説明会／全社員

1月：普通応急手当講習（AED講習／社員56名）

2月：コンプライアンス集合研修（「昨今のセキュリティトレンドと企業におけるデジタル端末利用者のための基本的な心得」「デジタル端末利用者のための基本的な心得」をテーマとして、日頃のコンプライアンス意識の向上を図る／全役員・全社員）

防火・防災社内講習会（2022 年振り返りと消防計画更新、「職場で取り組む地震対策」DVD 視聴によって、防火管理意識の向上を図る／全役員・全社員）

▽ 管理水準の維持向上に向けた取組

▼独自のクレームマネジメント体制の強化

お客さまの声を貴重な財産と考え、寄せられたご意見は電子化して全社員に配信し、検討が必要なものは会議や担当部署にて改善に向けた議論を重ねた。すぐに解決できないご要望は、中長期的な課題として共有し、継続的な調査・検討を行っている。

・独自のクレームマネジメントシステムを活用し、お客さまからのご意見、ご要望に対する対応方針を決定して、社内にてフィードバックする体制を確立し、内容によっては主催者や委託事業者に戻すなど、ご要望を形にすることでお客さまサービスの充実を図った。

利用者から寄せられた意見・要望について、定期的な事業本部会議の実施等により、社内での情報共有が適切に行われており、必要に応じた業務見直し等が図られている。

また、寄せられた意見・要望をもとに、要求水準にはない様々な改修等を積極的に実施しており、来場者サービス向上に努める姿勢は大変評価できる。

社員からのアイデアを募り表彰することで会社をよりよくする取り組みを行っていることも評価できる。今後も市民、社員等の意見を取り入れ、サービス向上の取組が積極的に行われることに期待する。

▼来場者サービスの向上のための取り組み

・衛生講習会の実施

全飲食委託事業者を対象として、外部コンサルタントによる売店衛生検査と検査結果をもとに講習会を実施し、食中毒予防や衛生環境の向上に努めた。

・大型施設における飲食サービス提供の根幹となる安心、安全性を担保すべく、食中毒予防や衛生環境への意識維持に努めた。

・来場者サービス向上のための研修会・協議会の実施
対象：飲食事業課社員、飲食委託事業者
当社と飲食委託事業者は、「チーム札幌ドーム」として共通のビジョンをもち、お客さまサービス向上を目指して取り組みを進めている。

・1年目、2年目スタッフへの衛生講習会を実施するにあたっては、コロナ禍での集合型は適当ではないため、動画配信型や休憩室でのDVD視聴型へ切り替えながら実施した。

各売店のスタッフのうち、1年目もしくは2年目のスタッフ向けに動画配信による衛生講習会を実施した。また、受講者にはアンケートに回答していただき128名からの回答を得た。

・新型コロナウイルス感染症対策に関する研修会を実施するなど、来場者サービス向上に努めた。

各売店のサービス状況調査を実施し継続性維持に努めた。当該調査については、これまで外部機関へ業務委託していたが、当社の社員および売店事業者が相互のサービスを体験することで、他店のサービスレベルも参考にしながら接客サービスを向上させること、また内製化することでのコストパフォーマンス向上を目的に実施した。

・コロナ対策運営マニュアルの整備と運用

コロナ対策運営マニュアルの内容を精査更新し、コロナ禍における接客対応について日常的に周知徹底を図った。

▼事業本部会議の開催

事業本部長、事業副本部長、全部長及び室長による「事業本部会議」を定期的に開催し、検討事項の議論や、情報共有を行うことで、組織としての意思を統一し、安定した組織運営・施設管理を実施した。

▼アイデア提案表彰制度の運用

会社をより良くするため社員からアイデアを募り、良いアイデアを表彰する制度を運用した。アイデアは事業本部会議で議論し、実施・改善すべきと判断したものは、担当部署で具体的な検討を進めるとともに、社内にフィードバックした。令和4年度の提案件数は34件であった。

▼スポーツ・エンターテインメント調査制度の運用

他社事例を体感・研究することでお客さま目線・感覚を養い、来場者サービス向上に繋げることを目的に、国内外のスポーツやエンターテインメントの調査制度を整備している。令和4年度の調査件数については「HOKKAIDO BALLPARK F VILLAGE 開業記念オープニングセレモニー調査」の1件であった。

▼ミニ図書館の運用

当社の事業にかかわり、かつ社員が共有することで、第二の創成期につながるアイデアの源泉となる書籍等について、供覧できるスペースを用意し、令和2年9月より貸出も行っている。なお、本取り組みは、前述のアイデア提案表彰制度により提案されたアイデアを形にしたものである。

▽ 第三者に対する委託業務等の監理(業務の適正確保、受託者への適切監督、履行確認)

▼業務計画に基づく第三者への委託業務等の実施

- ・委託事業者から提出された業務報告書を受け、適正に業務遂行されているか確認した。
- ・敷地内工事の竣工確認を実施した。
- ・お客さまからのご意見、ご要望を該当する委託事業者に迅速にフィードバックし、必要に応じて指導した。

▼暴力団員又は暴力団関係事業者の排除

札幌市暴力団の排除の推進に関する条例に基づき、暴力団員または暴力団関係事業者が契約行為の相手方とならないよう、適切な事務処理を行った。また、既に締結している契約の相手方が暴力団員または暴力団関係事業者であると判明した場合や不当要求を受けた場合などに備え、顧問弁護士などの専門家に必要な助言を受け、適切に対処できる体制を整えた。

・再委託を行う際は、当社契約規則等に基づき、適正な契約事務を実施した。

・業務の遂行にあたっては、高水準な業務レベルが維持できるよう業務内容を明確にするとともに、適正に履行されているか随時検査・確認を行い、必要に応じて適切な指導を行うことで、お客さまの安全・安心に努めた。

第三者に委託している業務について、業務報告書の確認等により適切に管理監督・履行確認を行っている。また、業務の実施状況について、再委託している業務についても利用者サービス向上の観点をもって実施されている。

▽ 札幌市及び関係機関との連絡調整(運営協議会等の開催)

▼運営協議会の開催

以下の通り、3か月に1回開催し、その議事録を提出した。

開催回	協議・報告内容
第1回 6月26日	・第96回取締役会について ・第24期定時株主総会について ・アマチュアスポーツ大会開催支援及び利益還元の進捗状況について ・アートグローブ「北辰の竜神」について ・暴力団等排除に関する確認書(草野球利用者向け)について
第2回 9月29日	・第97回取締役会について ・アマチュアスポーツ大会開催支援及び利益還元の進捗状況について
第3回 12月20日	・第98回取締役会について ・アマチュアスポーツ大会開催支援及び利益還元の進捗状況について ・備品の再利用(廃棄)について
第4回 3月23日	・第99回取締役会について ・アマチュアスポーツ大会開催支援及び利益還元の進捗状況について ・監査事務局指摘事項について
＜協議会メンバー＞ 貴市(管理係長 他)、(株)札幌ドーム(総務課長 他)	

・貴市と当社で定期的な協議を行うだけではなく、日常においても情報交換を綿密に行い、連絡伝達の遅延・不足が無いように留意した。

運営協議会を定期的(3か月に1回)に開催し、本市との情報共有を適切に実施している。

▽ 財務(資金管理、現金の適正管理)

▼資金管理については、月毎の予算実績管理を実施し、経営幹部へ情報共有を行うとともに、監査法人による外部会計監査及び税理士による税務監査を実施している。

▼当社現金取扱要領に基づき現金管理を行っている。

▼警送会社との契約により、現金入金機を設置し、当社自身が扱う現金を圧縮している。

▼「インボイス制度」の施行に向けて、インボイス発行事業者としての登録を済ませ、適正運用に努めるべく情報収集を行い、必要に応じてシステム等の改修を実施している。

・監査法人による会計監査を年3回、税理士による税務監査を年12回実施し、適正な会計処理がなされていることを外部監査により確認している。

外部会計監査や税理士による税務監査を実施しており、適正な会計処理に努めている。

現金の取扱いについては、関係規定を整備し、その規定に基づき適正に管理している。

▽ 要望・苦情対応

▼独自のクレームマネジメント体制の強化

クレームマネジメントシステムを導入し、お客さまのご意見・ご要望に対する対応方針を決定して、社内にフィードバックする体制を確立している。

▼一般のお客さまからのご意見・ご要望に関しては、コールセンターや、館内に設置している「コミュニケーションコーナー(ご意見箱)」、「ウェブサイト(Eメール)」等より積極的に収集しホスピタリティーのさらなる充実に努めた。

また、お客さまからの意見をイベント主催者からのご意見・ご要望と合わせて、可能な限り対応し、双方向コミュニケーションに努めている。

※コールセンター入電数 16,925件

(前期比:6,200件増)

※コミュニケーションご意見枚数69枚

(前期比:24枚増)

※メール 434件

(前期比:249件増)

▼コミュニケーションコーナーに寄せられたご意見に対して、回答文書を作成し、コミュニケーションコーナーに掲示した。

▼ご意見・ご要望の改善事例については、「お客さまの声をかたちに」というウェブコンテンツを作成し、広報している。

▼コールセンター、ウェブサイトでのご意見・ご要望を貴市に月次報告している。

▽ 記録・モニタリング・報告・評価(記録、セルフモニタリングの実施、事業報告、札幌市の検査等への対応、自己評価の実施)

▼管理運営業務仕様書に定める帳簿等を常に整備し、これらを5年間保管書類として管理している。

▼管理運営業務協定書に定める各報告書類を適切に貴市に提出した。

▼貴市の検査・確認・要請に対し、誠実に対応した。

▼インターネットアンケートの実施

・平成24年度からの継続的な取り組みとしてインターネットアンケート「オンラインリサーチ」を実施した。アンケート結果とご意見等に対する当社の考え方については、当社ウェブサイトに掲載している。

[令和4年度の取り組み内容]

・モニターアンケート(平成25年度から継続):3回実施

・一般のお客さまからのご意見・ご要望を積極的に収集し、ホスピタリティーの更なる充実に努めた。

・管理運営業務に係る記録・帳簿等を適切に作成・管理し、その情報を的確に分析することにより、管理運営状況を常に把握し最善の対応を実現できるよう努めた。
また、これらの記録・帳簿をもとに管理運営状況の報告書を作成し、定期的に貴市へ提出するとともに、随時連絡・報告が必要なものについては遅滞なく情報を共有した。

・平成24年度からの継続的な取り組みとしてインターネットアンケート「オンラインリサーチ」を実施した。

・モニターアンケートの集計結果は適切に社内での情報共有を行い、担当部署で検討を進めている。

多種多様な方法により利用者の意見・要望の収集に努め、必要な記録・整理・分析を行っている。

また、収集した意見・要望をもとに、要求水準にはない様々な改修等を実施し、更なる利用者サービス向上を積極的に図っている点は大変評価できる。
(対応内容は「▽管理水準の維持向上に向けた取組」参照)
(改良工事の実施例は、「▽総括的事項」の「▼改良工事の実施」を参照)

必要な記録・帳簿等を整備し、適切に保管している。

モニタリングについては、札幌ドームオンラインリサーチを実施し、項目別に利用者意見を収集することで、サービスの改善点の把握に努めている。

また、報告書類は適切に提出されており、本市の検査等に対しても誠実に対応している。

<モニターアンケート第1回実施結果>

・テーマ:「ウェブサイト・広報誌・各種広告について」

・実施期間:10/17~10/31

・回答者数:92人(モニター登録者100人中)

・回答結果(抜粋)

【WEBサイトへの評価】

・携帯・PC画面ともに サイト全体ぱっと見、分かりやすく、どの世代にも親しみやすいデザイン性になっていて良いと感じました。もっと目立つ箇所に「フロア・座席ガイド」ボタンが設置されているといいのかなと思いました。

・札幌ドームの座席表はもう少し見やすい方がいい

・情報量が多いと思うが求めている情報を見つけるのに苦労する。イベントを観に行く際は事前にWEBで座席位置を調べる人が多いが検索しづらい。

【広報誌への評価】

・紙媒体だとしておけるし、PDFファイルは友達にラインで送れるので良い。

・そもそも広報紙自体がいらない。ウェブサイトでの読み物でいいのでは。

・興味をそそられない、というか、変わり映えしないな、という印象です。紙面でなくていいと思ってしまいます。

・小さなこぼれ話的なコラムがあると、みるひそかな楽しみになるのかなと思います。

【各種広告についての評価】

・おさんぽマップの存在を初めて知りました！花や生き物など子供が興味ありそうなのでいつかやってみたいはと思いました。

・地下鉄の中づりや窓上の広告はとても目に入るので、これからも継続して掲載してもらいたいです。

・SNSを中心として、掲載した方が良いと思いました。

<モニターアンケート第2回実施結果>

・テーマ:「施設・設備について」

・実施期間:11/17~11/30

・回答者数:98人(モニター登録者100人中)

・回答結果(抜粋)

【施設・設備の使い勝手について】

・野球観戦に行くと、座席に行くまでの傾斜がきつくて、比較的若い僕でも登るのに苦労します

・北海道の施設の中では一番っていいほど整っていると思う。強いて言うなら階段の昇り降りが多いことぐらい。(20代・男性)

・ドームのスタジアムグルメはありきたりで、チェーン店が多く、魅力を感じない。

・全体的に手すりの配置が微妙。

・階段に消費カロリーステッカーや、楽しくなるような絵・文字を貼るなど、逆転の発想でプラスに変えましょう。

【館内の清掃・衛生状態について】

・すごく綺麗で安心できる。

・とても綺麗だとは思いますが、一方通行を破る人がいるのは気になる。

・観客はイベント終了後にゴミを自主的に回収ボックスに廃棄するというマナーを守っているが、残念ながらゴミ回収ボックスがオーバーフローになりボックス周辺の衛生状態が悪い状況を何度か目にすることがあったので改善願いたい。

【感染対策について】

・ドームのスタッフの方々皆さんがマスクをしっかりと着用していましたし、場内の色々な場所に消毒液が設置されていて安心しました。

・換気をしてほしい。または、換気中とわかるように張り紙をしてほしい。

・体温測定や手指消毒など当たり前ですがきちんとやっている印象です。

【館内キャッシュレス化について】

・お会計がスムーズになり、並ぶ時間などが短縮されると思います。

・ドームは様々な世代の方が訪れると思うので、全面的にキャッシュレス化したりクレジットカードのみということはありませんでほしいと思います。

・QRコード決済などの非接触型の決済化をどんどん進めてほしいです。

<モニターアンケート第3回実施結果>

・テーマ:「運営会社について」

・実施期間:12/9～12/23

・回答者数:87件(モニター登録者100人中)

・回答結果(抜粋)

【札幌ドームのSDGsの取り組みについて】

・野鳥観察や生き物探検隊といった活動は、札幌ドーム周辺の豊かな自然を知ってもらきっかけになると思うので、これからも積極的に行ってほしいと感じています。

・SDGsの取組は素晴らしいと思うので、それをもう少し広報に力を入れて周知を図ると良いと思います。

・イベントに合わせて参加できる企画を検討してほしい。イベントに合わせてだと参加しやすいと思うので。

・どの活動もあまり印象がない。もっとどんな活動をしているのかPRが必要だと思う。

・絵画の取り組みいいと思いますが、小学生に止まらず中高生、一般市民の取り組みが必要、全員が何か関わると良い。

【当社に期待すること】

・スポーツやライブの開催は、これからも積極的に開催してほしいと考えています。そうすれば、札幌ドームに様々な楽しい思い出を持つ人が増えて、それが札幌ドームに対する愛着になっていくと思います。

・やはり札幌ドーム＝スポーツのイメージが強いので、スポーツ以外のイベントをもっと開催してくれたらと思います。

・情報発信が足りないと思うのでインスタやインフルエンサー等を活用して発信すれば若い世代にも伝わりやすいと思います。

・ファイターズが本拠地移転をする来年度は試される1年になると思います。ドームが市民の憩いの場であることをもっとアピールできる施設であってほしいです。

・一にも二にも収支です。これから日本ハムファイターズの試合が抜けた穴をいかに埋めるか。

・東京に行かないと見れない様なイベントやライブ、スポーツを見れたらいいです。

・北海道は冬の娯楽、エンタメが少ないので特に冬季にイベントがあると嬉しい。

・札幌ドームは、札幌や北海道にとって貴重な財産です。札幌や北海道のシンボルでありつづけてほしいと思っています。

・北海道もしくは札幌に深く関与し、あらゆる年代からも好感度がある人物をイメージキャラクターとして選任する必要があると思う。

・観客席の構造体自体は変えることは難しいので、安全な設備の追加をもっと進めてほしい。例えば、最近はやりのジップラインやアドベンチャー施設等。

【オンラインリサーチのご感想】

- ・イベントなど知らないことも知ることができよかったと同時に、PR不足を感じた。
- ・札幌ドームを～しようって考える機会は、札幌ドームについて知る・考える時間になった。こういう時間が増えると愛着も増えて、より札幌ドームに行きたくなった。こういう機会は凄くいいものだと思う。また参加を試みたい。
- ・質問等はわかりやすくとても答えやすかったです。回答結果を目にすることができ、自分と同意見や新発見や再確認できたこともあったので、今後も参加したいと思いました。また知人にもこのようなモニターがあることをお知らせしたいと思いました。
- ・苦情、注文を多く記載したが期待の表れです。今後、来場者の高齢化、施設の老朽化など多くの課題があると思いますが皆さんの意見を聞いて対応してほしい。
- ・オンラインリサーチの取り組みはとても素晴らしいことだと思います。来年の札幌ドームは新たな出発の年、利用者の意見も聞きながら、これまでのドームとは違う新たなドームの姿を見せてくれることを期待しています。
- ・自由記述という、ややもすればつかみどころのないような部分を大切に取扱ってくださっているところが、選択肢での質問を形だけのものではない、という裏付けになっているように感じます。

【オンラインリサーチによる当社への印象変化 具体的な理由】

- ・社内だけでなく、私たち市民にもこうして意見を求めてもらえたことが嬉しかったです。
- ・札幌ドームをより良くしていきたいという熱意を感じました。私たちもその熱意に応えたいという気持ちになりました。
- ・いつも当たり前利用しやすいと思っていた物も、常に改善に取り組まれている成果なのだと分かりました。
- ・日々の運動などで敷地内を利用できる事を知り、市民の方々に寄り添った企業なのだと理解する事もできました。イベント時以外でも利用してみたいと感じさせられました。
- ・積極的に変化をしようとする姿勢が感じられ、来年も札幌ドームに行きたいと思えた。
- ・漠然とだが、民間企業のような利益追求や改善しようとする意気込みが札幌ドームには感じられない。
- ・何か力になればと考えることによって、ドームさんが身近に思えてくるから不思議です。

(2)労働関係法令遵守、雇用環境維持向上	▽ 労働関係法令遵守、雇用環境維持向上 ▼時間外労働又は休日労働の規定については、書面による労使協定(36協定)を締結し、労働基準監督署に届出を行った。 ▼当社アルバイト社員について、北海道の最低賃金920円(令和4年10月2日発効)を遵守して920円以上の時給を支給した。 ▼当社社員を時間外労働・休日労働及び深夜業務させた場合、それぞれ法定割合以上の割増賃金を支払った。 ▼当社社員が労災保険に、条件を満たす社員が雇用保険に加入している。これに加えて、労災を被った場合の上積み補償として、社員に対する傷害保険にも加入している。 ▼社員の勤務形態、家族状況等に応じて社会保険に適切に加入させた。また、必要に応じて適切に届け出を行った。 ▼より働きやすい職場づくりの推進を目的として、一般事業主行動計画の策定を行った。目標としているリフレッシュ休暇5日取得と年次有給休暇5日以上取得については、100%達成となった。	・社員の労働条件については、必要に応じ、顧問契約を締結している社会保険労務士・弁護士・産業医の助言を受け、労働関係法令を遵守するとともに、当社就業規則やその他必要な規則・制度を適正に整備し、雇用環境の維持向上に努めた。 ・社員の労働環境については、勤務時間、休日・休暇、賃金等の勤務条件について、労働基準法及び当社就業規則等を遵守し、良好な労働環境を確保したほか、社員に対しメンタルヘルスチェックを行い、臨床心理士など有資格者に相談できるサービスを継続運用するなど、職場環境のさらなる健全化に努めた。	A	B	C	D
			労働関係法令は遵守され、雇用環境の維持向上に資する体制づくりに積極的に取り組んでおり、要求水準を達成している。			

▼当社は深夜業ではないが、深夜労働従事者の定めに準じ、社員の健康診断を1年に2回実施し、結果を労働基準監督署に提出した。
法定健康診断に加え、年齢に応じて検査項目を追加しているほか、女性社員を対象とした婦人科健診や配偶者の健康診断も費用を負担し実施した。

▼労働安全衛生法及び当社安全衛生規程に基づき、社員の安全と健康の確保、災害・事故の未然防止及び快適な職場環境の形成のため、月1回衛生委員会(構成員5名、うち1名は衛生管理者の有資格者)を開催した。

[衛生委員会の主な取り組み]

- ・ノー残業デー対象日の設定
- ・年休の取得促進の検討
- ・通勤災害について
- ・睡眠について
- ・新型コロナウイルスへの対応検討
- ・ストレスチェックの審議
- ・職場の温度湿度管理
- ・コロナ禍の熱中症対策検討
- ・国民皆歯科検診について など

▼「札幌市ワーク・ライフ・バランスplus認証企業(ステップ1)」として、「札幌市ワーク・ライフ・バランスplus取組確認シート」に基づき、ワーク・ライフ・バランスの実現のための様々な取り組みを進めた。
令和4年度については、産前産後休業を取得した社員が1名、育児休業を取得した社員は2名おり、休業中の適切な対応と職場復帰に向けた環境整備に努めた。

▼メンタルヘルスチェックを実施した。また、メンタルヘルスサポート体制強化のため、匿名で臨床心理士等に相談できるEAP(従業員支援プログラム)サービスを継続運用している。

▼働きやすい環境を作り出すことに社員がアイデアを出し、7月には変化へのチャレンジできる風土作りを目的に服装カジュアル化のテストを行い、その後の実施アンケートによりTPOに合わせた服装自由化を取り入れた。同じく社内からの提案で、それぞれの環境に応じた出勤時間とするための時差出社のテストを行い、課題となった出勤体制の全社共有化などの整備をして、業務への支障が小さいことなどを確認したうえで2023年度からの導入するための準備を行った。

▼弁護士、社会保険労務士及び産業医と顧問契約を継続した。

	▼当社内部統制システムに関する基本方針に基づく活動を実施した。 5月：第13回コンプライアンス委員会開催 ※コンプライアンス推進会議(年4回実施) (5月、8月、11月、2月) 7月：第11回リスクマネジメント委員会開催 ※内部統制システムに係る研修(コンプライアンス集合研修)の実施状況は、「(1)統括管理業務▽管理運営組織の確立(責任者の配置、組織の整備、従事者の確保・配置、人材育成)」に記載。 ▼新型コロナウイルス感染症対策として、従業員にはマスク着用や手洗い、うがいの励行、出勤前の検温や体調管理の徹底を行い、時差出勤やテレワークを実施するなどした。また、臨時休館等により出勤日数が減少した臨時社員には休業手当を支給し、雇用を維持した。 なお、緩和に向けた行政等の方針に伴い、待期期間の短縮や濃厚接触者の定義などを、事業運営リスク部会で審議し社内展開を図るなど適時更新して対応した。	・当社内部統制システムに関する基本方針に基づき、各種活動により、社員のコンプライアンス意識の向上を図った。 ・職場における新型コロナウイルス感染症対策を適切に行った。									
(3)施設・設備等の維持管理業務	▽ 総括的事項(利用者の安全確保、市民サービス向上への配慮、連絡体制確保、保険加入) ▼館内設備の点検を定期的に行い、故障等があれば直ちに修繕を行うことで設備の安全を維持している。 ▼自衛消防組織、緊急連絡網を形成し、有事の際にお客さまの安全を守る体制を整えている。なお、組織改編や人事異動などに伴って随時見直しを行い、適切に運用できるように整備している。 ▼ドクターヘリ用ヘリポートについて消防等と密に連携を取っている。 緊急時に備え、日常的なドクターヘリ受入れ用ヘリポートの維持管理を適切に行っている。 ヘリポートとして、第二駐車場ヘリポート(主)と天然芝練習場ヘリポート(副)の2か所を用意している。 緊急時には関係機関(消防・イベント主催者など)と連携し、電話の受信から、受入れ準備、消防車両・救急車の誘導やスムーズな搬送が行えるよう連携をしている。 毎月、ヘリポートスケジュールを作成し、豊平消防署をはじめ、社内関係部署、コールセンター、防災センター、駐車場スタッフ等と共有することにより、迅速な対応を可能にしている。ヘリポートスケジュールには、使用可否、受入れ可能なヘリポート、時間等を記載している。 ▼令和4年4月からの道路交通法施行規則改正に基づき、社用車(及び自家用車の社用使用)を運転する場合、運転手のアルコールチェック、酒気帯び状態を確認し、記録簿を作成、保管している。 また、令和4年7月から運転前後にアルコール検知器を利用した酒気帯び確認を追加している。 なお、当社の車両を使用する委託事業者にも適用させ、安全運転管理者が確認をしている。	・お客さまの安全確保を第一に自衛消防組織、緊急連絡網を形成しており、有事の際お客さまに安全なご案内ができる体制を整備している。 ・新型コロナウイルス感染症拡大防止対策にも引き続き徹底して取り組んでいる。	<table border="1"> <thead> <tr> <th>A</th><th>B</th><th>C</th><th>D</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="4">全ての要求水準を達成しており、「総括的事項」「施設・設備等の維持管理」の項目においては要求水準を超える取組が行われていることから、『A』評価とする。</td></tr> </tbody> </table>	A	B	C	D	全ての要求水準を達成しており、「総括的事項」「施設・設備等の維持管理」の項目においては要求水準を超える取組が行われていることから、『A』評価とする。			
A	B	C	D								
全ての要求水準を達成しており、「総括的事項」「施設・設備等の維持管理」の項目においては要求水準を超える取組が行われていることから、『A』評価とする。											

▼拾得物は法令に基づき管理しており、日毎に台帳に記載し、1週間以内に豊平警察署に届け出を行っている。

・遺失者からの問合せには、コールセンターなどで迅速な対応ができる体制を整えている。引渡しは、守衛所で遺失物受領書を記入してもらい、適正に行っている。

・貴重品は金庫で厳重に保管し、遺失者の本人確認等必要な確認を厳重に行ったうえで、慎重に引き渡しを行っている。

・イベント時の拾得物は、イベント開催中は主催者で管理し、イベント終了後に、現物と拾得物リストが当社に引き渡される仕組みとなっている。翌日以降、コールセンター等での問合せに対応している。

▼独自のクレームマネジメントシステムを整備し、お客さまからのご意見、ご要望に対して迅速かつ適切に対応する体制を整備している。

▼損害賠償保険は仕様に適合したものに継続加入している。

▼新型コロナウイルス感染症対策として、以下の対応を実施した。

・来場者が使用するトイレ全てへの「手洗い、咳エチケット」に関する案内の掲出を継続し、トイレ内の手洗い強化を継続している。

・従来より、全トイレに手洗い石鹸、全個室に便座除菌クリーナーを設置している。ハンドドライヤーについては、貴市の意向を確認したうえで、7月から使用を再開した。イベント時はフランチイズチームの意向もあり、ペーパータオルを併用し、段階的に再開することで、来場者の心情に配慮した。

・清掃委託事業者やフランチイズチームと連携し、かつ貴市の協力をいただきながら、必要なマスク・消毒液等の確保に努めている。

・フランチイズチームとも連携し、イベント時における消毒液配置を継続している。また、盗難対策を実施し、紛失により使用できないことがないように準備している。平成28年から消毒液の配置リスト・図面等を活用し、イベント主催者や社内の情報共有と感染症対策に取り組んできた。

・守衛所・バイトロからの関係者入場時には、全入館者に手指消毒を依頼している。精度の高いサーモグラフィ(表面温度計測器)を導入し、来館者・飲食事業者には検温結果を記録してもらっている。ドーム社員・常駐委託事業者・工事業者等には事前検温結果を記録させている。

・貴市との連携を緊密にとり、主催者とも調整を図りながら、市施策との同調を図るとともに、利用者への丁寧な周知を行った。

・通常営業日に使用するエリアに対して、清掃委託事業者にて、消毒作業を1日2-3回実施している。(手すり・ドアノブ・洗面台水栓・エレベータボタンなど)清掃時使用する薬剤に、消毒作用のある薬剤を混ぜ、清掃と除菌を同時に行うことで、効率的な清掃と広範囲な除菌に努めた。

▽ 施設・設備等の維持管理(清掃、警備、保守点検、修繕、備品管理、駐車場管理、緑地管理等)

▼清掃、常駐警備、施設管理業務、駐車場管理については業務計画に基づいた内容で第三者への委託により実施している。

・日常清掃・イベント準備清掃・イベント清掃・特別清掃と区分し、汚れ具合・清掃エリア・頻度・タイミングを十分考慮したうえで、広い施設を効率的に清掃して来た。
・日常清掃における清掃箇所・頻度・回数の内容見直し等により、フランチイズ球団の移転に伴う委託事業者の大幅なイベント清掃減少に伴う委託費減少や物価・人件費が上昇する社会情勢の中でも、委託費の維持に努めた。

・感染症対策用消毒液による床面損傷(白濁)を除去するため、1F.2Fコンコースなどの大規模な床面剥離洗浄作業(ワックス剥離)を実施した。

・監視カメラや機械警備設備を活用し、広い敷地内を効率的に監視、警戒するとともに、館内及び館外の巡回を定期的に実施し、敷地内の保全に務めている。

・防災センター員の夜間2名体制への移行時間繰上りや、守衛所の受付時間の短縮により、昨年度からさらなるコスト削減に努めた。

・駐輪場に残された自転車は、毎月曜日に確認し、記録を取っている。貼紙掲出後、一定期間経過後引取り手が現れない場合には、警察への問合せを行ったうえで、適切に廃棄処分をしている。

・令和4年2月より通常営業日(イベントのない日)における一般駐車場の機械化による無人化を実現し、駐車場係員の人件費削減など合理化を実施した。イベント日の一般駐車場や関係者駐車場は有人での運営を引き続き継続し、スムーズな案内誘導・ホスピタリティ維持・安全確保に努めた。

・「AED日常点検チェックリスト」により毎日AEDのインジケータの点検をするなど、AEDを常に適切に使用できる状態の維持に努めている。

・使用期限が近くなったAED 電極パッドなど消耗品を定期的に更新している。

▼外構管理、コンパウンドアート管理、除排雪は当社社員及び第三者委託により適宜実施している。

・外構管理は草花の開花時期を考慮して下草刈りの時期を決めている。樹木は歩行者や車両等の安全を第一とした駐車場エリアと草花や樹木を楽しむボタニカルエリアでは剪定頻度や剪定強度を変えて、メリハリのある樹木管理を実施している。

・除排雪は歩行者や車両等の安全を第一に考えた体制で実施しており、特にイベント日は除雪作業のほかに凍結防止剤やすべり止め砂の散布などを実施し、来場者の転倒事故防止に努めた。

・カラスの巣やスズメバチの巣を発見した場合、必要に応じて、専門業者に依頼し、適切に除去、安全安心な施設環境維持に努めている。

・修景池・沈砂池の定期的な水質検査を外部専門機関に依頼し、自主的に実施している。芝に散布した農薬の敷地外への影響を調査するため、ゴルフ場指針値を参考にして評価している。

・コンパウンドアートは、毎月1回清掃点検を実施している(冬季閉鎖箇所は除く)。汚れや破損等が発見された場合は、適切に清掃、修繕を行っている。積雪前には一部の屋外作品については冬囲いを実施し、雪害や除雪車による影響から作品を守っている。

・清掃、警備、施設設備運転管理、保守点検ともに業務計画のとおり実施し、施設設備の適正な維持管理を行った。

・清掃スタッフの手による清拭、搭乗式床洗浄機による広範囲な床面清掃など、素材や場所に適した、施設を大切にしたい丁寧な清掃を心掛けており、来場者や視察者から開業後20年経過しても施設がきれいであるという評価を受けることが多い。

・改良工事については、貴市と協議のうえ、当社の収益を活用し、利用者(来場者・主催者)のホスピタリティ向上を目的として実施するとともに、適宜修繕も行った。

・札幌ドーム保全計画に係る工事については、貴市と協議のうえ、保全計画の一部を当社の費用負担で実施し、貴市の札幌ドーム保全業務に貢献した。

施設・設備等の維持に関する業務については、定期的な設備点検を実施し、故障等が発見された場合には速やかに対応するなど、施設の安全確保に向け適切に実施している。

また、施設・設備等の修繕は速やかに行われており、また、要求水準にはないが、利用者サービスの向上・施設の設置目的の達成に大きく寄与する改良工事や施設維持に必要な保全工事を自主事業による収益により積極的に実施しており、大変評価できる。

▼改良工事の実施

・利用者のホスピタリティ向上やサービス向上を目的とした改良工事を実施した。

・改良工事により発生した資産は、一部を除き、施設所有者である貴市に寄附している。また、札幌ドーム保全計画(貴市策定)と連動した適切かつ効率的なメンテナンスを当社の費用負担で実施した。

※施設改良工事件数 24件 / 金額 42,163千円
(うち札幌市への寄附金額は42,163千円)

[主な工事項目]

「スイートシート椅子更新」、「アリーナ分割用パーティション購入」(7百万円)、「内野フェンス・ゲート看板LED広告化電源工事」(5百万円)、「スコアボード簡易操作システム構築」(5百万円)、「B2F3塁側選手ロッカー室整備」(4百万円)、「タウンラウンジ(1)床材更新」(3百万円)、「ハンドロータリー除雪機更新」など

▼修繕は年度計画を貴市に提出し承認後実施した。その他、急を要する修繕については対応後貴市に報告している。

※修繕等件数 123件 / 実施金額 76,763千円
(保全計画のうち当社が実施した15件/31,175千円を含む)

▽ 防災

▼札幌ドーム消防計画に基づき、防火・防災管理業務を実施している。

・組織変更に伴い、自衛消防隊編成の修正するなど、消防計画を必要に応じて見直している。
・普通応急手当講習I(心肺蘇生、AED講習)56名、甲種防火管理・防災管理新規講習(新入社員教育)1名、自衛消防業務新規講習1名、防火防災管理者再講習1名受講した。

▼以下のとおり防災訓練・自衛消防訓練を実施した。

・7月と12月に自衛消防訓練を計2回実施した。
出勤人数の少ない通常営業日(非イベント日)に、地震・火災が発生したとの想定で、委託事業者と連携し実施した。消火器の使用法説明と、水消火器を使用した模擬消火訓練を実施した。無線機やマスターキーの所持、防災に必要な物資を備えた「地区隊バッグ」の携帯など、基本的な行動の振り返りを行った。自衛消防隊長のローテーションを図ることで、自衛消防本部の組織力・連携力を強化するとともに、担当者不在でも本部隊を運営できる体制を整えるべく訓練を実施した。
※主な訓練内容:地震・火災発生時の告知、営業状況・来場者・避難動線の確認、来場者の避難誘導など。

▼大規模地震等発生時に必要になると想定される情報を常に携帯できる名刺サイズの折りたたみ型カード「札幌ドーム防災カード(令和5/2023年3月更新)」を作成して、社員、アルバイト、委託事業者などの関係者へ配布している。

▼地震発生時に備えて以下の対策を継続して行っている。

・防火・防災に関する社内講習会を実施し、社員の防災意識の向上を図った。消防計画の更新内容説明、DVD教材を視聴した。(令和5年2月実施、37名が参加)。

・備蓄品の適正な管理(4月・10月年2回点検/数量・賞味期限管理等)

・防災業務では委託事業者の協力のもと、防災・消火訓練を実施し、危機管理意識の向上に努めた。

・大規模地震等が発生した際に従業員が適切な行動をとるためのツールとして「札幌ドーム防災カード(令和5/2023年3月更新)」を常時携帯させることで、さらなる防災意識の向上を図っている。

防災・防災訓練について、必要に応じて主な施設利用者や委託事業者を交え、実施しており、防災体制の確立に努めている。

(4)事業の計画・実施業務	▽ 周辺環境(迷惑駐車防止等)に関する業務	・周辺環境に関する業務は計画どおり実施。地元町内会との連携を密にとり、イベント開催への理解をしていただくよう努めた。	A	B	C	D
	▼イベント開催時の配慮 ドームニュースの配布等でイベント開催を周知するとともに、当社指定業者による外周警備により交通面・環境面で近隣に迷惑がかからないよう尽力した。		迷惑駐車防止や市民利用の促進に積極的に取り組んでいる。また、「さぽーとほっと基金」に寄付を行ったことは、市への貢献度が高い取り組みであることから、要求水準を超えているものと判断し「A」評価とする。 なお、小項目別の評価は以下のとおり。			
	▼地元町内会活動等への参加 ・地元町内会等が主催する「花ランド事業」「清掃活動」「夏祭り」「各種会合」は新型コロナウイルス感染症拡大により全て中止となり、今年度は参加しなかった。 ・東月寒まちづくり協議会「童夢」の活動については、交通安全街頭啓発活動への参加や「東月寒セーフティーフェスタ2022」の開催場所の提供とスタッフとしての参加を通じ、地域との円滑な関係を維持することに努めた。 福住北町内会 5/14春の清掃活動 6名参加 福住北町内会 5/21土起こし 4名参加 福住北町内会 5/26花植え 3名参加 ・コロナ禍における東月寒地区町内会連合会の新年交礼会開催にあたり、開催会場の提供と会合運営のサポートを行った。 ・「さぽーとほっと基金」に寄付を行い、札幌ドーム周辺でまちづくり活動をすすめる町内会や東月寒まちづくり協議会「童夢」などに協力した。		「周辺環境(迷惑駐車防止等)に関する業務」の項目において、近隣の迷惑駐車防止の取組を継続実施するとともに、東月寒まちづくり協議会の活動に参加するなど地域との円滑な関係を維持することに努めている。 今後も、地域住民と顔の見える関係を構築する取り組みに期待したい。			
	▼冬期ボランティアサポートプログラムへの参加 北海道開発局主催の「冬期ボランティア・サポート・プログラム」へ参加し、近隣町内会等と協力して、国道36号歩道拡幅除雪やすべり止め砂撒き(地下鉄福住駅～札幌ドーム間)を継続実施している。令和4年度は、イベント前に、砂撒き計5回実施した。					
	▽ 市民利用事業に関する業務	・市民利用事業については、イベント開催日も含め可能な限りの営業日数・営業時間を確保し、スポーツやレクリエーションを楽しんでいただくとともに、トレーニングルームの運営により地域の方の体力の維持向上、健康増進に貢献した。	「市民利用事業に関する業務」の項目において、利用者サービスの充実に努めるとともに、新型コロナウイルス感染症対策を適切に行っている。			
	▼市民利用事業として、クローズドアリーナ及び屋外サッカー練習場(天然芝1面・人工芝1面)を市民に貸出した。また、これまで草野球のオプションとしてのみ貸出していたブルペンについて、今期より単独で利用いただけるよう環境を整えた。 トレーニングルームについては一部再委託により営業した。					
	▼各種広報媒体の使用、また既存媒体のシステム、コンテンツ強化を図り、イベント情報や施設情報を、広く、分かりやすく市民へ提供した。					

▼クローズドアリーナ(草野球等)

・開放日数・枠数

[平日の開放日数・枠数]:5日・18枠(前期比7日減・17枠減)

[土日祝日の開放日数・枠数]:2日・10枠(前期比3日減・11枠減)

・利用日数 5日 (前期比:4日減)

・利用枠数 11枠 (前期比:2枠減)

・利用者数 522人 (前期比:210人減)

・利用者サービスの充実のため、スコアボードやワイヤレスマイクを使用したアリーナ内スピーカーの利用を安価なオプション料金にて提供した。

・予約者を対象にした市民利用専用メールアドレスを確保し、利用申請から問合せまで、メールで対応できるようにした。また、WEBサイトから各種書類をダウンロードできるようにし、利用者の便宜性向上を図った。

・前期に引き続き、新型コロナウイルス感染症対策として、一般的な対策のほか、最大100名までの人数制限、連続利用の制限、利用者に対して入場前消毒・検温・全員の利用申込書提出依頼、利用後のスタッフによる消毒作業・北海道コロナ通知システムの活用を実施した。利用と利用の入替時間は受付時の検温やダグアウト等の消毒作業のため、通常30分から、1時間に延長した。そのため、土日祝日は、通常時最大6枠開放のところ、今年度は最大5枠開放となった。

▼サッカー練習場

・開放日数・枠数 延べ(2面あわせて)234日・954枠(前期比63日増・301枠増)

・利用枠数 576枠 (前期比:388枠増)

・利用者数 17,303人 (前期比:10,796人増)

・利用者向け案内表示を充実化させた。人工芝サッカー練習場の出入口を一般向けに開放すべく整備した。

・駐車場利用者のため、同利用者専用の駐車場スケジュールをウェブサイト上及び現地に公開した。

・新型コロナウイルス感染症対策として、継続するとともに、熱中症の注意喚起も継続して実施した。熱中症を考慮し、屋外で十分な距離が確保できる場合は、外してもよいことを周知した。

▼ホヴァリングサッカーステージ

4日間開放したが、平日しか開放できなかったこともあり、利用はなかった。

▼ブルペン

今期よりブルペン単独で市民の皆さまにご利用いただくよう整備した。(7月～)

・開放日数・枠数 59日・285枠

・利用枠数 77枠

・利用者数 511人

※アンケート結果については別紙参照。

▼トレーニングルーム

・利用者数 18,939人(前期比:8,531人増)

※トレーニングルーム関連事業については「2自主事業その他▽自主事業▼トレーニングルーム関連事業」を参照。

・コロナ禍やイベント開催によりクローズドアリーナの開放日は限られていたこともあり、管理運営業務仕様書に定める要求水準を満たすことができなかった。

・新規市民利用事業として、ブルペンの単独貸出を開始し、特に冬場のピッチング練習や打撃練習の機会を提供することに寄与した。

・新型コロナウイルス感染症拡大防止に努めながら営業を継続し、また、有資格者の指導者を常駐させて要求水準を満たし、前期よりも利用者数を増加させ、市民の健康増進に寄与した。

(5)施設利用に関する業務

▽ 利用件数等

		R3実績	R4実績
イベント利用	件数(件)	115	124
	人数(人)	758,612	1,681,442
	全体の稼働率(%)	69.3%	60.3%
アリーナ(市民利用)	件数(件)	13	11
	人数(人)	732	522
サッカー練習場	件数(件)	188	592
	人数(人)	6,507	17,898
ブルペン	件数(件)	-	77
	人数(人)	-	511
トレーニングルーム	件数(件)	-	-
	人数(人)	10,408	21,998
展望台	件数(件)	-	-
	人数(人)	16,419	15,722

▽ 不承認、取消し、減免、還付

▼ イベント利用

不承認0件、取消し0件、減免124件、還付0件

▼ 市民利用

不承認0件、取消し0件、減免0件、還付0件

▽ 利用促進の取組

▼ イベント利用については当社営業担当によるイベント誘致を行った。

▼ アマチュア大会の実施支援

貴市と締結した「札幌ドームにおけるアマチュアスポーツ大会開催支援の協定書」に基づき、3つのアマチュア大会(3日間)の実施について支援を行ったほか、当社独自のアマチュア大会開催支援を行った。

▼ 市民利用については、利用促進のため、約470人のLINE公式アカウント友だち登録者に対し、野球・サッカー一般利用の受付情報を12回発信した。

▼ コンベンションなどの観戦・鑑賞型イベント以外のイベントで、アリーナ面を半面利用する場合の利用料金を設定し、令和4年11月以降のイベント開催に向けて、展示会に出展するなど営業活動を展開している。

・両フランチャイズチームの興行を機軸に、北海道のスポーツ・文化の発信地として相応しい多種多様なイベント誘致を行った。

・アマチュアスポーツについては、これまでどおり貴市の施策と連動し、アマチュアスポーツ大会の開催数を確保することで、アマチュア選手の育成及び競技レベル向上に貢献した。

・総来場者数は、引き続き新型コロナウイルス感染症の影響を受けたものの、前年度よりも回復し、168万1千人(前期比121.6%増)となった。稼働率は前年度では東京2020オリンピックの長期利用があったことから、当期は減少し、60.3%(前期比9.0ポイント減)となった。

・利用の承認手続きや減免対応は、条例等の規定に基づき実施した。

・主催者さまが円滑にイベントを実施できるよう、適切かつスムーズな運営サポートを実施したほか、当社の各種広報媒体を活用し、積極的なイベント告知を行うとともに、「友の会組織(札幌ドームメンバーズクラブ)」を通じたチケットの販売促進により、来場者の促進を図り、動員数増という観点で主催者さまへのサポートを行った。・札幌ドームの新たな活用方法として、アリーナを分割利用するための料金設定等を行い、イベント誘致に努めている。

A **B** **C** **D**
 全ての要求水準を満たしており、「利用促進の取組」「イベントの実施支援に関する業務」の項目については要求水準を超える取組が行われていることから『A』評価とする。
 なお、小項目別の評価は以下のとおり。イベント利用については、新型コロナウイルス感染症の影響を受けた前年実績を上回り、以前の水準に戻りつつある。総来場者数も前年度比121.6%増となり、市民が多様なイベントに触れる機会を創出し、施設の設置目的である「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」に寄与しているものと判断され、評価できる。

利用の承認、不承認等の決定については、条例等の規定に基づき、適正に行われている。

アマチュアスポーツ大会開催支援について、本市との協定に基づくもののほか、独自に開催支援を行うことで、市民・道民が直接札幌ドームを使用する機会を積極的に創出しており、スポーツの普及振興に大変寄与していると判断される。

アリーナの半面利用や1~2万人規模のイベント・コンサート向けの利用料金を新たに設定したことから、これらを活用した取組に期待する。

▽ イベントの実施支援に関する業務

・イベントの開催にあたっては、主催者さまに対して、警備、案内誘導、来場者動線、照明、音響、映像面などについての適切なアドバイスを行うこと等により、円滑なイベント運営をサポートした。

イベントの実施支援については、要求水準である主催者への運営サポートのほか、イベント告知を行う等、積極的な支援策を講じており、大変評価でき

▽ 展望台の運営に関する業務

▼コロナ禍における様々な制約条件のもと、イベント開催日も含め可能な限りの営業日数・営業時間を確保するとともに、札幌の観光拠点としての役割を果たすよう努めた。

・海外観光客の利便性向上のため、札幌ドームウェブサイトの外国語翻訳機能の継続、事業紹介パンフレットの刷新、総合案内のデジタルサイネージにて多言語案内を継続実施。

・旅行会社等とタイアップした各種割引サービスを継続実施。

・さっぽろテレビ塔、さっぽろ羊ヶ丘展望台、札幌もいわ山ロープウェイ、北海道開拓の村、北海道博物館、大倉山展望台、札幌芸術の森、札幌市時計台、タワースリーエイトJRタワー展望台、白い恋人パークとの相互割引を継続実施。

・コンサドーレとの連携強化を兼ねた集客施策として、クラブコンサドーレ会員向けの優待料金設定を行い、両社による告知展開を実施した。

・展望台に記念品(キリンチャレンジカップ2012・2014、オールスター2013記念品等)を継続展示。

・貴社施策のサッポロスマイル事業へ参加し、当社社員及び館内で働く委託事業者スタッフがスマイルバッジを着用しているほか、総合案内と展望台等にロゴやポスターの掲出をした。

・展望台空中エスカレーター部分に装飾を実施。

・各機関要請に基づく医療従事者向けブルーライトアップの実施事業に参加(不定期)。

・札幌ドーム公式フィギュアを総合案内、展望台にて販売。

・総合案内や展望台受付を季節に合わせて装飾してお客さまをお迎えした。季節感を出して定期的に店舗装飾を変えることで、集客数やお客さまの注目度増が目的。

・当社自主イベントにおける当該来場者への展望台料金割引施策を行い展望台利用促進拡大を図った。(団体料金 8/6.7 大ほっかいどう祭り)

(半額料金 11/26～27 サッポロモノウイレッツ)

(半額料金 1/5～2/23 ゆきひろば×雪だるまSNS投稿キャンペーン)

・新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、スタッフ向け感染対策マニュアル(自社作成)の徹底を図った。スタッフ本人や同居家族の体調不良時における事前連絡体制の強化に取り組んだ。

・国内ドームでは初めての展望台施設を活かすとともに、自主事業で行う「ドームツアー」と併せて、当社観光事業と位置付け、利用促進及びサービスの向上に努めた。

・外国人観光客の利便性向上や他の観光施設と連携した企画の実施、各種媒体での積極的な情報掲載などを通して、年間を通じて幅広い集客に努めた。

・コンサドーレとの連携強化を図り、フランチイズイメージの向上に努めた。

・相互割引の全対象施設担当者との直接会話による情報交換等を行い、コロナ禍における協力体制の構築に努めた。

・季節に合わせた企画や装飾を実施し、来場促進及びサービス向上に努めた。

展望台についてできる限りの営業日数・営業時間を確保するだけでなく、展望台を活用した自主事業の企画など、利用促進に向け積極的に取り組んでいる。

(6)付随業務

▽ 広報業務

▼札幌ドーム「ドームニュース」

・令和4年度は隔月1回発行し、イベント情報や札幌ドームの利用案内を告知するためのツールとしてその効果を発揮した。

・発行した11・12号は、A4表裏1ページの内容となった。紙資源使用量の削減など今後の広報誌のあり方を模索し、来場者へのホスピタリティ向上を目指していきたい。

・情報提供だけではなく、お客さまのニーズに沿った情報提供を行った。

▼札幌ドームウェブサイト

※令和4年度ウェブサイトへのアクセス数(ページビュー) 8,333,949件(前期比176.9%)

・令和4年度から、ウェブサイトの全面リニューアルを実施し、各種情報発信の強化に努めた。

・ウェブサイトのリニューアルによって、ページごとに操作しやすい環境や、制作会社との連携を密に行う関係性を構築することによって、イベント情報や各種スケジュールの更新など、迅速に対応することが可能となり、ウェブサイトの利用者増につながった。

・ウェブサイトリニューアル当初はリニューアル以前からご利用いただいていたユーザーの方から、様々な意見を頂戴し、閲覧しやすいページデザインになるよう改善を行った。

・リニューアル後も、多くの皆さまにご活用いただけるよう、また、より身近で便利なウェブサイトとなるよう努めた。

・各種イベントを中心にあらゆる最新情報をリアルタイムで更新した。

▼その他広報

・平成24年度から実施している「札幌ドームオンラインリサーチ」を継続実施した。

詳細は「1業務の要求水準の達成度(1)統括管理業務▽記録・モニタリング・報告・評価」を参照。

・施設紹介・来場促進・来場者サービス・企業の取り組み等の周知を目的として、報道機関に向けたプレスリリース配信を21回実施した。

・テレビ・新聞・雑誌等のメディアを活用した広報活動も適宜実施した。

・ドームに親しみを持ってもらえる層を増やすためのPRツールとしてTwitter、YouTubeを継続して活用した。

▼札幌市営地下鉄への広告掲出

・来場者向け広報の充実を図ることを目的として、札幌市営地下鉄への広告を令和4年度は5回掲出した。

【内訳】

◆地下鉄まど上(額面)ポスター B3 ワイド/地下鉄中づくりポスター B3 ワイド

第1弾:7/8~8/7 大ほっかいどう祭・リレーマラソン 31日間

第2弾:8/8~9/19 オンラインリサーチ募集・絵画展募集 43日間

第3弾:11/1~11/27 スポーツバイキング(11/19開催)・サッポロモノヴィレツジ2022秋(11/26・27開催) 27日間

・各種広報媒体の使用、また既存媒体のシステム、コンテンツ強化を図り、イベント情報や施設情報を、広く、分かりやすく市民へ提供した。

・ドームニュースでは、情報提供だけではなく、お客さまのニーズに沿った情報提供を行った。

・お客さまから寄せられたご意見やそれに基づく施設・設備等の改善結果をウェブサイトに公表することで、広報活動における、お客さまとの双方向コミュニケーションの強化を図った。

・ウェブサイトリニューアルを実施し各種情報発信の強化に努めた。

・マスコットキャラクターをウェブサイトや紙面で使用するほか、ノベルティやグッズを制作することで、利用者の興味・関心を高め、親しみをもって札幌ドームの情報に接してもらえるように工夫した。令和4年度は新たにLINEスタンプを発売し普及に努めた。

・札幌ドームのことを知ってもらい、ファンを拡大するため、TwitterなどのSNSを活用している。

A	B	C	D
全ての要求水準を達成しており、「広報業務」の項目においては要求水準を超える取り組みを行っていることから「A」評価とする。			
小項目別の評価は以下のとおり。			
「広報業務」において、TwitterなどのSNSを活用するなど、要求水準にはない積極的な広報活動を行っていると言える。			

◆地下鉄駅構内SAPPORO SNOW VISION

第1弾:5/30～6/5 大ほっかいどう祭 7日間

第2弾:6/27～7/3 大ほっかいどう祭 7日間

※札幌市交通局のSAPPORO SNOW VISIONの台数を増価させる際の、ビジョンの試験放映で、札幌ドームの紹介VTRやゆきひろばの告知を放映。

期間:12/26～1/15 計21日間

▼札幌ドーム公式LINE(2022年4月よりメールマガジンから移行)

・2022年4月よりメールマガジンから札幌ドーム公式LINEへ移行

・LINE公式アカウントを活用し、効果的な利用促進を図った。

・約470人の登録者に野球・サッカー一般利用の受付情報を12回、イベントやグルメなどの情報配信を8回行った。

▼メモリアルコーナー

・札幌ドームの歴史を記念品の展示で紹介するメモリアルコーナーに、これまでのイベント開催の軌跡として、歴代コンサートやスポーツイベントにまつわる記念品を展示した。

▼マスコットキャラクター

・マスコットキャラクター「チャームコロ」をウェブサイトや広報誌に掲載するなど、広報業務において活用した。

・マスコットキャラクターをウェブサイトや紙面で使用するほか、ノベルティやグッズを制作することで、利用者の興味・関心を高め、親しみをもって札幌ドームの情報に接してもらえるように工夫した。

・チャームコロンの動くLINEスタンプを販売し、マスコットキャラクターの普及に努めた。

▽札幌ドームの著作権の管理に関する業務

▼当社が札幌ドームを写真、模型、絵画、その他の媒体により表現する場合は、札幌ドームの設置目的を損なわないよう十分配慮した。また、第三者から当社が管理する札幌ドームの写真の使用申請があった場合には、適宜貸出を行った。

札幌ドームの著作権の管理にあたり、利用用途を適宜確認するなど、適切に実施されている。

▽公務視察対応

▼今年度の公務視察対応は2件であった。

公の施設として相応しい接遇を持って対応できた。現地視察のみではなく、映像素材などを利用し、施設概要を適切に理解していただくことができた。

公務視察については、柔軟に対応しており、接遇等についても特に問題はない。

▽保険の加入

▼損害保険は来場者数、売上高、稼働設備の運転リスク等をもとにした「企業総合賠償責任保険」等に加入している。

・損害保険は貴市が求める仕様を満たしかつ建築物の規模に応じた保険に加入し有事に備えている。

札幌市が求める仕様を満たす保険に加入している。

2 自主事業その他

▽ 自主事業

▼ 自主イベント事業

今年度実施した自主イベントは以下のとおり。

■ サッポロモノヴィレッジ(11/26・27) 共催: テレビ北海道

総来場者数19,481人

第8回の開催となったハンドメイドフェスティバル。

北海道をはじめ全国で活動する作家・クリエイターが集結し、出店者数は2日間で1,532ブースが出店。

コロナ禍ではあったが令和4年度も継続実施となった。

イベント参加者が「安全」「安心」を感じるようなイベントづくりがメインテーマとし、一般的な対策はもとより、昨年同様特別対策を実施。(抜粋:各ブース間にディスタンスエリアを設置、来場者導線の通路幅を拡張、全ての出店者へ消毒液の無料配布、休憩席を利用する全ての人へ除菌シートを配布、会場各所へ消毒液スタンドの設置等。

■ 北ガスグループ6時間リレーマラソンin札幌ドーム2022(9/10)

共催: テレビ北海道

参加チーム432チーム、参加者数3,770名、来場者数10,768名
6時間(一般、青春(アオハル)の部)、42.195キロ(一般、仮装)の部の4部門で開催10回目の記念大会となりました。コロナの影響もあり、過去最小の参加人数となったが、アンケート結果から87%以上の方が満足であったと答えている。

■ 大ほっかいどう祭(8/6・7) 共催: 札幌テレビ放送

市民の皆様を支えられてきた施設として、今こそ北海道への「感謝」を伝え、道民の皆様を「応援」する時と考え、北海道の誇る「マチ」「食」「文化」「産業」「人」が集まり、その魅力を再発見し、盛り上げ、活性化する「道民の道民による、道民のためのイベント」をと考え開催しました。2日間で23,000人が来場し、市町村の名産品、観光PRブースなど65団体75ブースが出店。北海道グルメは41店舗が出店。縁日、やぐらステージで大ほっかいどう盆踊りを開催し地域のご当地キャラも大勢参加しました。ステージイベントでは地元の吹奏楽部などが日頃の練習の成果を発表しました。

■ 豊平区区制50周年記念 豊平区×札幌ドーム スポーツバイキング(11/19)

豊平区民をはじめとする地域の皆様や、イベントを通じて子どもたちを中心とした幅広い世代が体を動かし、初冬における健康増進や体力づくりの機会を提供するイベントとして2019年以来的開催となりました。コロナ禍ではありましたが3,202名の来場者となりました。国および地方自治体の示すイベント指針・ガイドラインに則り本イベントの運営を行いました。開催カテゴリーを減らしディスタンスを確保しながら市民の皆様楽しんでもらいました。また、ボランティアスタッフも最小限に配置する事で感染対策の一環としました。

・観戦・鑑賞型イベントの提供のみならず、市民の方々が気軽にスポーツやイベントに参加できる機会を創出し、札幌ドームの設置目的に貢献できるよう、例年多種多様な自主イベントを開催しているが、昨年度に引き続き、コロナ禍の影響により「ふわふわアドベンチャー」の開催は見送ることになったが、それ以外の自主イベントは開催出来た事は大きな前進となった。

・自主イベント開催においては、様々な感染予防対策を講じて「安全」「安心」を感じられるイベントとなるよう努めた。

A	B	C	D
自主事業については、コロナ禍の影響により、「ふわふわアドベンチャー」は開催を見送ったものの、それ以外の自主イベントについては、予定通り実施しており、施設の設置目的に合致する多種多様な自主イベントを開催している。今後も「安心」「安全」を感じられるイベントづくりに期待する。			
また、自主事業の収益について、利用者サービスの向上や効率的な管理運営の達成を目的とする管理物件の改修を行うなど、積極的な利益還元に努めた。			
これらのことから、施設の設置目的の達し、本市の政策実現に寄与しているものと認められることから、『A』評価とする。			
なお、小項目別の評価は以下のとおり。			

▼飲食事業

・当社と委託事業者で設立した「札幌ドーム飲食事業者協議会」が貴市と「さっぽろ食の安全・安心推進協定」を継続締結した。
 ・委託事業者に対して食品衛生講習会や定期的・継続的な検査等により、衛生管理レベルの維持向上を図り、安全な食事の提供に努めた。

【実施した取り組み】

衛生コンサルタントによる衛生講習会(5月、2月)

飲食売店厨房衛生検査(5月、2月)

弁当仕入工場衛生検査(8月)

販売商品抜き取り微生物調査(10月)

・コロナ禍における来場者サービスにおいて最優先される事項は、新型コロナウイルス感染症対策であると考え、ネットリサーチを活用し、また、外部コンサルタントによる研修会等を行うなどして、飲食委託事業者とともに必要な対策を協議し、下記の取り組みを実施した。

【新型コロナウイルス感染症対策のための取り組み】

＜従業員の衛生管理＞

◆従業員が安心して館内で働けるよう、下記の取り組みを実施。

- ・入館時の検温、営業中の検温および体調管理の徹底。
- ・勤務中のマスク、手袋の着用を義務化。
- ・休憩所の混雑を避けるため、臨時休憩所の設置、毎日の消毒。
- ・休憩所の椅子を間引き、対面にならないようパーテーションの設置。
- ・更衣室および喫煙所の使用の人数・滞在時間を制限するポスターを掲示。
- ・勤務当日の行動記録表を記載、保管の徹底。
- ・スタンド席での仲売り販売再開にあたり、フェイスシールドの着用、携帯用消毒スプレーによる都度消毒の徹底。

＜館内の衛生管理＞

◆お客さまが安心して売店を利用できるよう、下記の取り組みを実施。

- ・来場時の持ち込み飲料の移し替え対応の制限。
- ・各売店、ワゴンのレジ前に飛沫防止カーテンの設置。
- ・お客さまに向けた大きな声での呼び込みを休止。
- ・個包装、蓋つき商品のみの販売。
- ・調味料、箸、ストロー等のセルフサービスを休止。
- ・購入時、列が長くできないよう提供に時間のかかる商品の販売休止。
- ・金銭授受はカルトンを通して行う。
- ・床面にピクトグラムを設置し並び列の距離を確保を促す。
- ・北海道コロナ通知システムのQRコードを各売店毎に発行、掲示。
- ・コンコーステーブルへの飛沫防止シートの設置。
- ・各種対策をまとめたポスターを館内に掲示、周知。

＜アルコール販売規制への協力＞

◆主催者が安心してイベント開催できるよう、下記の取り組みを実施。

NPB、Jリーグ、各主催者のコロナウイルス感染対策ガイドラインの変更に沿いながら、アルコール販売規制に協力を行った。
 コロナ禍の様々な制約がある中でも、ご来場されたお客さまに札幌ドーム内での飲食を楽しんでいただけるよう、飲食委託事業者と協力し、新メニュー企画、限定メニューの販売を行った。

・両フランチャイズチームと協力した売店メニューの販売やコンセプトに沿ったキャンペーンを実施した。特にコンサドールとは、お互いの周年を周知・認知度向上を目的として年間計画を共同で立案するなど、連携を深めながらSNS等の告知媒体を活用し実施した。

・食の安全を最優先して衛生管理を徹底したうえで、お客さまのニーズを反映して、売店の新メニュー企画、キャンペーン展開を行い、来場者サービスの向上を図った。

・新型コロナウイルス感染症拡大防止対策を徹底した。また、研修会等も実施し、コロナ禍における来場者サービスの向上に努めた。

・両フランチャイズチームと協力したメニュー企画を行うことで、来場促進に寄与し、さらに食のエンターテインメント性を高めた。

飲食・物販事業において、感染症対策にしっかりと取り組み、コロナ禍においても利用者サービスの向上や施設の魅力アップに努めている点は評価に値する。

【実施例】

<北海道コンサドーレ札幌>

「コンサドーレ太鼓判メニュー」を販売
「コンサドーレ必勝弁当」を販売
ドリンクメニューは「コンサドーレとのコラボカップ」で提供
「CONSADOLE 肉フェス企画」を実施
「CONSADOLE GIRLS NIGHT連動キャンペーン」を実施
「仲売り ビールワンコイン(500円)企画」を実施
「CONSADOLE 赤黒フェスタ ビール半額デー(300円)企画」を実施
「最終戦 秋メニュー企画」を実施
「最終戦 ビールワンコイン(500円)デー企画」を実施

<北海道日本ハムファイターズ>

「ファイターズ応援弁当」を販売
「ファイターズ絶品グルメ」を販売
ドリンクメニューは「ファイターズオリジナルカップ」で提供
新庄監督就任に伴い「BIG BOSS弁当」を販売
鯉の応援グッズ「しゃけまる」にちなんで「しゃけまる弁当」を販売

▼物販事業

・来場者のニーズに応えた豊富な品揃えを行い、来場者サービスの向上を図った。
・常設店舗において、野球興行とサッカー興行の度に什器と商品の大幅な入替えを行い、陳列商品増幅と売上強化を図った。
・販売用ワゴンの配置やディスプレイ方法においても来場者の購入意欲を上げるよう努めた。
・混雑緩和のため、イベントによっては常設店舗既存レジ5台に加え特設臨時レジを最大3台を追加する運用を継続実施し、レジ回転率の向上を図った。
・北海道コンサドーレ札幌と連携し、試合開催日に北海道コンサドーレ札幌と対戦相手のロゴをデザインした「限定ボンフィンストラップ」を来場者向けに販売した。

・北海道日本ハムファイターズの商品仕入先が変更となったが、お互いに密な連携を図ることにより、新商品の確保など来場者の満足度向上に寄与した。
・仕入業者と連携し、北海道日本ハムファイターズデザインの新商品を菓子類3種類、食品1種類(鯉とば)を発売し、来場者の好評を得た。
・北海道日本ハムファイターズと連携し、ファイターズ戦において客単価アップを目的に「札幌ドームフィギュアプレゼントキャンペーン」ほか、計4回の販促企画を行った。
・新型コロナウイルス対策として、対応マニュアルの整備や店舗に消毒液や飛沫防止アクリル板等を設置を行い、スタッフにニトリル手袋を着用させるなど感染防止に努めた。

・コンコースのワゴン売店においてもキャッシュレス決済の運用を行い、お客様の利便性向上に努めた。
・遠方のお客様にもドーム限定グッズなどを購入いただけるように、札幌ドームオンラインショップの営業を継続し札幌ドームファンの確保に努めた。
・オンラインショップの商品管理や発送業務を札幌ドームに一元化し、負担費用の軽減に努めた。
・新型コロナウイルスの影響を鑑みた適切な在庫管理在庫を行い、在庫過多とならないよう努めた。
・ファイターズ移転に伴う売上減少が見込まれ、過剰な費用負担を避け効率的な運営を行うため物販直営店舗の営業終了を決定。観光エリアでのワゴン販売とコンサートでのオペラグラス販売を中心に物販事業を継続。また、イベント物販手数料徴収による物販事業の売上確保を行い、コストを抑えつつ収益の確保に努めた。
・イベント物販事業者に対し、備品使用料・釣銭手配手数料を負担してもらい、当社のコスト削減の一助とすることとした。

・物販事業では、お客さまニーズを反映した商品入荷と魅力的な店舗づくり、特殊什器によるスタッフ省人化などにより、人件費削減を図り、収益向上に努め、安定経営を支えた。

・北海道コンサドーレ札幌と連携して札幌ドーム限定のグッズ開発を行い、来場促進に寄与した。

・北海道日本ハムファイターズの商品仕入先がファナティクス社に変更となったが、連携を密にすることにより、切れ目のない商品供給体制を形作り、来場者への購入促進に寄与した。

・コロナ禍における接客対応の研修を実施するなどサービス向上に努めた。

・直営販売事業大幅縮小による経費削減と収益確保を目的とした事業改変を行った。

▼広告事業

・札幌ドームの広告媒体としての価値を有効活用して収益向上に努めた。
 ・コンサドーレと調整をし、バックスタンド側フェンスにLEDを設置した。広告としての収益だけではなく、演出面においても有益で、スタジアムとしての魅力向上に努めた。
 ・ファイターズ移転により、フェンス広告の露出が少なくなることから、2023年2月からコンコース壁面やトイレ内等に新たな広告枠を設置し価値向上、収益向上に努めた。
 ・その他、収益向上を目的に南北ゲートに広告枠等として使用可能なLEDビジョンを設置した。

・札幌ドームの高い露出度を活かし、企業の皆さまが広告価値を得られるよう努めた。

・当社の健全経営に寄与するとともに、広告看板の面積に応じて目的外使用料を納めることで、大きく貴市に貢献した。

広告媒体としての札幌ドームの価値が最大限活用されるよう、広告掲出企業との調整を実施している。

▼ドームツアー事業

・展望台運営事業とあわせ、札幌の観光拠点としての役割を果たすよう努めた。
 ・海外向け観光案内媒体への出稿やウェブサイトの翻訳機能、多言語案内可能なデジタルサイネージの設置により、海外からの観光客の取り込みを意識した。
 ・札幌市内の観光10施設と相互割引企画を継続実施した。(さっぽろテレビ塔、さっぽろ羊ヶ丘展望台、札幌もいわ山ロープウェイ、北海道開拓の村、北海道博物館、大倉山展望台、札幌芸術の森、札幌市時計台、タワー・スリーエイトJRタワー展望台、白い恋人パーク)
 ・フランチイズ色をより強めるためドームツアーコースに北海道コンサドーレ札幌のロールスクリーン装飾を更新、増設した。
 ・北海道コンサドーレ札幌との連携強化を兼ねた集客施策として、クラブコンサドーレ会員向けの優待料金設定を行い、両社による告知展開を実施した。
 ・日本ハムファイターズ移転に伴い、ドームツアー内容の変更(ファイターズ関連削除、コンサ・ラグビー情報追加)や各印刷物等の刷新を行った。
 ・物販直営店舗閉店に伴い、札幌ドームオリジナル商品を総合案内(ドームツアー受付)にて販売を開始した。
 ・部門別直雇用アルバイト(物販部門/観光部門)を統一管理体制に切替え、効率的な運用に繋げた。
 ・近隣小学校(福住小3年生)と共同課外学習プログラム(テーマ:公共施設としての札幌ドーム)試験的に実施した。

・札幌市内の観光施設と連携して相互割引企画を継続実施するなど、札幌を代表する観光拠点の一つとして、施設の魅力を効果的にPRした。

・コンサドーレとの連携強化を図り、フランチイズイメージの向上に努めた。
 ・日本ハムファイターズ移転による影響(イメージダウン)を最小限に留めるための施策や対応を随時実施した。

札幌市を代表する施設として、観光客向け取組として効果的に実施している。

▼チケット販売・管理事業

・当社独自のチケット販売管理システムを使用し、プレイガイド各社・北海道コンサドーレ札幌・北海道日本ハムファイターズに対し前売り駐車券販売管理業務を確実に遂行した。

・チケットの配券・販売・精算管理業務までを総合的に行い、主催者さまへのサポート体制を整えることで、有料イベント誘致にも寄与している。

来場促進や利便向上に向けた様々な改善を行っており、利用者サービスの向上に努めている。

▼友の会組織(メンバーズクラブ)事業

※令和5年3月末現在 会員数 11,571人

- ・カード会社との連携により、チケット購入を効率的に行えるサービスやカード会社のサービスを提供した。
- ・カード会社により、会員の皆さまの個人情報が高いセキュリティレベルのもとで管理した。
- ・友の会組織「札幌ドームメンバーズクラブ」の会報誌「DOME PRESS (ドームプレス)ウェブ版」やメールマガジンにてイベント開催情報やチケット販売等の告知ツールとして、来場促進、来場者サービスの一翼を担った。
- ・入会及び利用促進キャンペーンを実施し会員組織拡大・収益向上に努めると共に会員サービス向上と来場促進に貢献した。

【入会/利用促進キャンペーン実施例】

- 入会特典商品券を増額進呈。
- カードショッピング利用額に応じた商品プレゼント。
- 北海道コンサドーレ札幌戦時の入会ブースにて新規入会された場合、北海道コンサドーレ札幌のグッズプレゼント。
- 自主イベントの入会ブースにて既存会員が新規会員を紹介した際、トレーニングルーム利用券や飲食クーポンプレゼント。
- 商品券・ドリンク券・ビール券の会員限定価格での販売。
- メンバーズクラブブースへの立ち寄り飲食引換券のプレゼント。
- ・会員向け企画の実施により、会員組織に対する商品価値及び知名度の向上を図った。

【会員向け施策の実施例】

- 北海道日本ハムファイターズ戦において「札幌ドームスペシャルデー」を実施し、会員参加型の企画を創出。
- 「メンバーズクラブブース」を出展し、新規入会時にオリジナルノベルティと入会特典商品券を増額進呈。
- 駐車券や自主イベント参加券の会員価格販売。
- メンバーズクラブ会員の高額利用者向けにギフトカードプレゼントキャンペーンを実施。
- 年間でのカード高額利用者に対してオリジナルカレンダー他の進呈。
- ・20周年を記念した会員限定キャンペーンにおいて、以下サービスの継続提供。
- イベントが開催されない日(2時間300円の日)の駐車場料金を無料
- 展望台入場料をが無料
- トレーニングルーム利用料を割引
- 札幌ドームオリジナルグッズの割引販売。

▼地域貢献事業

- ・札幌ドームをテーマにした絵画を募集する「第12回札幌ドーム子ども絵画展」(応募総数200点)を実施した。
- ・札幌ドームの近隣に住む子どもたちに環境問題や地域への関心を高める機会を提供するため、スタンド席での説明会を実施。(3校計307名参加)
- ・北海道コンサドーレ札幌と連携し、札幌市SDGs教育旅行プログラムを受け入れ、札幌ドームのSDGs(主に環境と生物多様性)への取り組みを紹介した。(1校計20名参加)
- ・北海道コンサドーレ札幌と連携し、札幌ドームの敷地を活用した自然観察会(6/26野鳥観察会、8/13生き物探検隊)を実施し、敷地散策の楽しみ方や札幌ドームの生物多様性の取り組みを紹介した。(6/26野鳥観察会21名、8/13生き物探検隊23名参加)
- ・近隣の学校の授業にて、札幌ドームのSDGs(主に環境と生物多様性)への取り組みを紹介した。(1校計17名参加)
- ・札幌ドームの近隣に位置する小学校の校外学習を受け入れ、児童が札幌ドーム敷地内の「ゆきひろば」で、そり・チューブ遊び等を通じて雪と親しんだ。(1校計109名参加)。

・友の会組織事業では、ウェブサイトやメールマガジンを利用し、イベント情報とともにチケット販売情報を詳細に広報することで、お客さまへのサービス向上とイベントチケットの販路拡大に繋がった。

・会員が優待になる企画を実施するなど会員サービスの向上に努めた。

・開業20周年を記念した各種サービスを継続提供することで、会員サービス向上と来場促進に努めた。

・校外学習の受け入れや説明会など、「地域の一員」として地域社会の発展に貢献できるように取り組んだ。

校外学習の受け入れなど、施設の設置目的の達成及び地域貢献に積極的に取り組んでいる。

▼トレーニングルーム関連事業

・積雪期間におけるスポーツ機会の創出のため、3階コンコースをランニングコースとして開放する「ナイトラン」を54日実施し、3,029人(前期比:26日増・1,866人増)が利用した。新型コロナウイルスの感染拡大防止のため、前期同様に最大利用者数に制限を設け、利用者が安心してランニングをできる環境づくりに努めた。

・西棟会議室を利用した運動教室については、前期はコロナ禍のため開催を見送ったが、今期は、再開し、少人数ながらも、利用者サービスと運動機会へのモチベーション向上に努めた。(実績:合計6回・30人参加)

・前後・左右・上下の3D高速振動により筋肉を刺激・活性化し、運動効果を最大限に高めることができるマシン「パワープレート」を導入している。

・パートナーストレッチ、パワープレート(指導付き)、体組成計測のサービスについては、まん延防止対策の適用期間中は一時休止し、適用期間終了後にサービスを再開した。

・トレーナーとマンツーマンで行うストレッチプログラム「パートナーストレッチ」を実施した。

・正確な身体情報をもとにより細かいカウンセリングを実施するための体組成計、身体の傾きや歪みを測定できる姿勢測定、体重のかかり方や負担の大きい箇所を測定できる足圧測定を実施した。

・利用者に対し、利便性向上のため、トレーニングルーム内の券売機は電子マネー対応のものを設置している。

・前期に引き続き、新型コロナウイルス感染拡大防止のため、札幌市体育施設等のガイドラインやフィットネス協会のガイドラインに則り、換気の徹底、トレーニング機器への飛沫防止用アクリル板の設置、マシン利用後の消毒対応のための消毒液、シートの設置及びゴミ箱の設置や手指消毒のための手指消毒剤の設置、更衣室ロッカーの間引き運用等を引き続き徹底して行った。その結果、陽性者発生による施設の臨時休館やクラスターは発生しなかった。

・ナイトランや運動教室など、市民の方々に気軽にスポーツができる機会の創出づくりに積極的に取り組んだ。

・トレーニングルーム利用者へのサービス向上のため、パワープレートやパートナーストレッチなどのサービスを自主事業として実施した。

・券売機を電子マネー対応のものを設置し、利用者サービス向上に努めた。

・新型コロナウイルス感染症拡大防止対策を引き続き徹底した。

ナイトラン及び運動教室の実施など、トレーニングルームの来場促進に努めている。また、利用者のニーズを的確に捉え、自主事業として様々なサービスを実施するなど、利用者満足度の向上に向けた取組を実施している。

▼敷地等利用事業

〈ゆきひろば〉

・積雪期間に閉鎖していたサッカー練習場付近の敷地を「ゆきひろば」として8年連続で無料開放した(スノーラフティング・ミニスキーレンタルのみ有料)。スノーラフティング・ミニスキーコース・雪上ストラックアウト・雪上キックターゲット・雪上ラグビー等の雪遊びアイテムを用意した。BGM・のぼり旗を活用し、楽しい雰囲気づくりに努めた。大雪により、営業休止やエリア制限して営業する日が多かった。(開放日数43日 利用者数6,459人・冬期間にオープンアリーナ・人工芝サッカー練習場周辺において「クロスカントリースキーコース」「歩くスキーコース(初心者コース)」各1コースを設置し、無料開放した。歩くスキーの貸出(無料)を実施した。昨年に引き続き貴市さっぽろグローバルコミッション主催イベント「ナイトクロカンinホワイトイルミネーション」との広報連携を実施した。(開放日数42日 利用者数185人)

・さっぽろASOBIプロジェクト並びにさっぽろ雪まつりと連携し、札幌市観光事業にも貢献した。

・地元のスポーツ用品店・クロスカントリースキー専門店・アウトドア専門店等にも協力を依頼し来場者促進を図った。

・前期に引き続き、コロナ対策を講じて、利用者の安心してご利用いただけるよう配慮した。

・小学生の冬休み期間に、売店出店を行い、利用者サービスに努めた。

・非イベント日や冬期間の来場促進のため、広い敷地と豊かな自然を活用した企画を実施した。

非イベント日の来場促進に向けた企画実施や冬期間の敷地内の有効活用など、イベント以外にも札幌ドームを有効的に活用し、魅力発信に努めている。

〈その他〉 ・2Fテラス・オープンアリーナに「距離表示サイン」を施し、ランニング・ウォーキングの参考になるようにしている。 ・令和元年から樹木に「樹木プレート」を150枚設置し、木の名前がわかるようにしている。プレート記載のQRコードから専門WEBサイト「Web植物辞書「花ペディア®」」誘導され、より詳しい樹木情報が得られる。散歩の楽しみが増えたと、散歩の方からも好評である。 ・平成29年より「おさんぽMAP」を無料配布している。(令和4年3月から「植物版」「生き物版」「アート版」の3種に分けて発行。) ・ドーム開業前から継続的な調査をしてきた会社に依頼し「札幌ドーム竣工22年時生物調査」(鳥類・昆虫・植物)を実施した。鳥類は繁殖期34種、越冬期28種が確認できた。トンボ28種、チョウ37種確認できた。植物は対象エリア内で320種確認できた。鳥類は開業前に誘致目標としてきた鳥類の生息環境をおおむね創出できていると専門家の評価を受けた。 ▼サーモグラフィー・体表面温度チェッカーの貸出事業 より安全なイベント運営の実現を目的に、新型コロナウイルス感染症対策として購入した備品「サーモグラフィー」「体表面温度チェッカー」をイベント主催へ貸し出す事業を開始した。今年度は、サーモグラフィーを359台(72日)貸し出した。※体表面温度チェッカーの貸出なし。 ▼札幌ドーム3D管理事業 「札幌ドーム3D利用規程」を定め、コロナ禍により需要が高まっている札幌ドーム3Dデータを適切に運用できる体制を整えた。今年度は「環境広場さっぽろ2022」においてデータをご利用いただいた。 ▽ 市内企業等の活用、福祉施策への配慮等 ▼市内企業の活用に関し、専門性の高い業務は札幌市内に本店または支店営業所のある企業12社に対し再委託を実施。 ▼令和4年6月1日現在の障害者雇用率(実雇用率)は、1.27%、不足数は0人であった。 ▼障がい者就労支援施設等に対して、印刷物の発注を行った。 ▽ 札幌ドーム外での事業 ▼VILLAGE STORE 札幌ドーム開業20周年の目玉企画の一つとして企画・運営を実施。北海道のモノづくりを応援し、これまで当社自主イベントである「サッポロモノヴィレッジ」に参加していただいた作家様のPR広報活動を主目的とする。他方で、札幌ドーム外での新規事業コンテンツの実証試験の位置づけも持つ。コロナ禍ではありましたが、1日の最高売上823,375円、1か月最高売上14,000,000円、月平均9,750,000円の売上となりました。 ・開催概要 内容:1年間限定のハンドメイド作品販売店。1か月(フル)及び半月毎(ハーフ)に作家(作品)が入れ替わるシステム。 期間:令和3年7月～令和4年6月末 時間:10:00～21:00 ※札幌ステラプレイスの営業時間に準じる 場所:札幌ステラプレイス1F ※旧ツインクルプラザ札幌駅南口支店 面積:売場面積約75坪 ・最終報告(令和4年6月末終了) 総出店者数:163名 総売上:約117,000,000円(純利益7,500,000円)	・コロナ禍により需要が高まっているサーモグラフィー、体表面温度チェッカー、3Dデータについて、貸出や管理の体制を整え、適切に運用している。 ・市内企業の活用については業務計画のとおり実施した。 ・初めての外部店舗となる「VILLAGE STORE」を札幌駅に出店し、新たな事業展開を実施。コロナ禍での開催により目標としていた売上には至らなかったが、初期投資、撤去作業を差し引いても約750万円の利益を確保出来た。また、コロナ対策をしっかりと実施し、1年間休むことなく営業する事が出来た。	市内企業の活用については計画のとおり実施している。
---	--	----------------------------------

3 利用者の満足度

▽ 利用者アンケートの結果

実施方法	ドームツアー・展望台来場者にアンケート用紙を配布(110名が回答)
結果概要	・総合満足度、接客満足度ともに82.7%と良い評価をいただいた。
利用者からのご意見・ご要望とその対応	ご意見、ご要望は別紙のとおり。対応については次回実施に向け検討中。

実施方法	トレーニングルームについては新規利用者に対し、デモグラフィック(人口統計学的属性)とジオグラフィック(地理的属性)を中心にアンケートを実施(83名が回答)
結果概要	10代～50代と幅広い層に興味をもっていただいております。豊平区、清田区、白石区で72%と近隣にお住まいの方が多くを改めて確認できました。また、トレーニングルームを知った理由として「友人/知人に聞いた」が24%と高い数値となっていることも興味深い結果となった。
利用者からのご意見・ご要望とその対応	トレーニングルーム内にコミュニケーションコーナーを設置して随時ご意見・ご要望を収集し、独自のクレームマネジメントシステムを活用して協議・検討をおこない、解決に向け取り組んでいる。

実施方法	自主イベント「サッポロモノヴィレッジ」来場者にアンケート用紙を配布(463名が回答)
結果概要	・イベントの満足度については92.8%と大変良い評価をいただいた。
利用者からのご意見・ご要望とその対応	ご意見、ご要望は別紙のとおり。対応については次回実施に向け検討中。

・コロナ禍による利用者減少に伴い、アンケート回答者数も減少しているが、利用されたお客さまからは、内容・接客ともに高い評価をいただいております。一定の利用者満足度が得られた。

A	B	C	D
管理運営業務の利用者満足度の調査において、全ての項目で要求水準を満たしていることから「B」評価とする。 また、自主イベントにおいても利用者からの意見・要望を収集し、事業改善に努めている点も評価できる。 今後も利用者の意見・要望を踏まえた事業実施、サービスの維持向上が図られることを期待する。			

4 収支状況

▽ 収支

(千円)

項目	R4年度計画	R4年度決算	差(決算-計画)
収入	2,991,345	3,099,991	108,646
指定管理業務収入	1,378,575	1,488,148	109,573
指定管理費	0	74,588	74,588
利用料金	1,121,464	1,130,350	8,886
その他	257,111	283,210	26,099
自主事業収入	1,603,860	1,602,737	▲ 1,123
受託事業収入	8,910	9,106	196
支出	2,820,671	2,831,826	11,155
指定管理業務支出	1,776,945	1,893,962	117,017
自主事業支出	1,034,816	928,758	▲ 106,058
受託事業支出	8,910	9,106	196
収入-支出	170,674	268,165	97,491
利益還元	87,850	479,984	392,134
①管理運営経費充当	-	463,596	463,596
②消費増税減収補填	-	7,189	7,189
③アマ大会支援	-	▲ 64,972	▲ 64,972
④招待事業等貢献	900	832	▲ 68
⑤改修工事等	53,000	42,163	▲ 10,837
⑥保全小規模修繕	33,950	31,176	▲ 2,774
⑦その他利益還元	0	0	0
利益還元後の収支 (収入-支出-④-⑤-⑥-⑦)	82,824	193,994	111,170
法人税等	76,511	73,498	▲ 3,013

▽ 説明

イベント利用日数は増加したものの、前事業年度では東京2020オリンピック競技大会(サッカー)の長期利用があったことから貸館事業では減収となった。コロナ禍の影響から未だ北海道日本ハムファイターズ戦や北海道コンサドーレ札幌戦で入場者数が伸び悩んでいるが、前事業年度からは入場者数が増えたことから商業および駐車場事業は増収、また観光事業は前事業年度からは利用者数は減少したものの、単価の高いドームツアーの営業日数が増加したことなどにより増収となった。一方、チケット事業は取り扱い案件の減少、広告事業は広告枠の販売減少などにより減収となった。

・第25期はコロナ禍で当初計画していたイベントが開催されないものがあつた一方、新規イベントの開催などがあつた。支出では光熱費高騰を補うため経費削減に務めたことなどから当初計画を上回る利益を確保することができた。

・第23期(令和2年度)はコロナ禍の影響で赤字となり無配としたが、第24期(令和3年度)に黒字化したことから復配し第25期中に株主への配当金支払いを実施した。

・今後、指定管理者の責務として引き続き収益確保に尽力していく。

A	B	C	D
新型コロナウイルス感染症拡大の影響で利用料金収入が大幅減となったが、自主事業による収益を改修工事等に当初の計画より多く充てて積極的な利益還元を行った点を鑑み「A」評価とする。			

<確認項目> ※評価項目ではありません。		
▽ 安定経営能力の維持 ▼貴市に寄附する設備投資・改修工事を毎年継続して行っている。なお、第23期(令和3年度)は新型コロナウイルスの影響で赤字となり株主配当は無配となったが、第24期(令和4年度)末は黒字決算を達成したことから剰余金の処分として株主配当を復配することとした。 ▼開業以来借入金もなく、良好な財務状況である。 ▼予算実績管理を定期的に行い、営業利益に応じた予算の修正を適宜行っている。		適 不適
▽ 個人情報保護条例、情報公開条例、行政手続条例、オンブズマン条例及び暴力団の排除の推進に関する条例への対応 ▼個人情報については、各種法令及び社内規程を遵守し、適正に取り扱っている。 ▼情報公開について、6月に当社ホームページにおいて財務諸表等の公開を実施している。 ▼協定に関する契約(第三者への委託、物品調達等)について、暴力団員や暴力団関係事業者を相手に契約を行わなかった。		適 不適

Ⅲ 総合評価

【指定管理者の自己評価】	
総合評価	来年度以降の重点取組事項
札幌ドーム開業30周年を迎える2031年に向けてのありたい姿として掲げた長期ビジョン『SV-31』の実現に向けて「主催者連携による利益最大化」「多様な価値や変化への対応」「社員の成長・スキルアップ」「親しみのある地域のシンボル」「環境にやさしい企業」「新たな市民文化の共創」という6つの基本戦略に基づき策定した、当事業年度から始まる3ヶ年計画『中期経営計画2024』のもと、事業活動を進めてきた。また、指定管理者制度における札幌ドームの指定期間(5年間)が当事業年度で満了となることから、その更新に向けた所要の手続きを行い、本年3月、今後5年間の指定管理者として正式に指定を受けた。 貸館利用につきましては、北海道日本ハムファイターズ戦ではパ・リーグ公式戦61試合、オープン戦2試合の計63日、北海道コンサドーレ札幌戦ではJリーグ公式戦18試合(による18日、その他プロスポーツは「サッカー日本代表戦(キリンチャレンジカップ)」や「野球日本代表戦(SAMURAI JAPAN)」などにより計4日、コンサートは2アーティストにより計2日、コンベンションは新規イベント等での利用により計13日、自主・共催イベントは初めての開催となった「大ほっかいどう祭」等での利用により計6日、その他アマチュアスポーツ大会10日などを含めた当事業年度のイベント利用日数は、合計124日(前期比9日増)となった。 来場者数につきましては、北海道日本ハムファイターズ戦での入場者数制限が一部あったものの、イベント来場者は前期を大きく上回る168万1千人となり、その他の来場者数につきましては、展望台・ドームツアー利用者は1万6千人、一般市民利用の草野球・サッカー練習場・トレーニングルーム等利用者は4万人、キッズパーク・諸室・ゆきひろば等の利用者は2万8千人となり、当事業年度の総来場者数は合計176万7千人(前期比118.9%増)となった。 また、イベント利用日数に加え、設営撤去、練習、草野球利用および場面転換日を含めました総利用日数は、合計220日(前期比33日減)となり、稼働率は60.3%(前期比9.0ポイント減)となった。 当事業年度の業績としては、イベント利用日数は増加したものの、前事業年度では東京2020オリンピック競技大会(サッカー)の長期利用があったことから貸館事業では減収となり、コロナ禍の影響から未だ北海道日本ハムファイターズ戦や北海道コンサドーレ札幌戦で入場者数が伸び悩んでいるが、前事業年度からは入場者数が増えたことから商業および駐車場事業は増収、また観光事業は前事業年度からは利用者数は減少したものの、単価の高いドームツアーの営業日数が増加したことなどにより増収となった。一方、チケット事業は取り扱い案件の減少、広告事業は広告枠の販売減少などにより減収となった。以上の結果、当事業年度の売上高は29億76百万円(前期比2億9百万円減)となり、営業利益は70百万円(前期比2億7百万円減)、経常利益は1億93百万円(前期比1億96百万円減)、当期純利益は1億20百万円(前期比1億4百万円減)の減収減益となった。	第26期(令和5年度)は指定管理者制度における第5次指定期間(5年間)のスタートの年となり、指定管理者としての適切な業務遂行に努めるとともに、新たな魅力ある札幌ドームとして価値を高めるための取り組みを積極的に進めていく必要がある。 このような状況下において、2031年に向けてのありたい姿として新たに掲げた長期ビジョン『SV-31』の実現に向けた新たなステージへと向かうステップと位置付ける3ヶ年計画『中期経営計画2024』の2年目となることから、新たな企業価値の確立のため「主催者連携による利益最大化」「多様な価値や変化への対応」「社員の成長・スキルアップ」「親しみのある地域のシンボル」「環境にやさしい企業」「新たな市民文化の共創」という6つの基本戦略に基づき、事業活動を着実に推進していく。 ▼「主催者連携による利益最大化」では、北海道コンサドーレ札幌戦の平均来場者数3万人を目指し、主催者様と連携した集客事業を実施するほか、広告販売収益の最大化、ネーミングライツの販売を進め、収入確保に向けた取り組みを推進していく。 ▼「多様な価値や変化への対応」では、音楽フェスイベント・アニメイベントの立ち上げやその他新規イベントの検討を進めるほか、適正かつ安定的な飲食サービス内容の検討、SDGs等に特化した新たなドームツアー事業展開を進めていく。 ▼「社員の成長・スキルアップ」では、改正人事考課・研修制度の施行と効果測定、将来的な事業遂行体制や適正人員数の検証を進めていく。 ▼「親しみのある地域のシンボル」では、自衛消防訓練の強化・レベルアップ、株式会社コンサドーレ様との共同訓練を実施するほか、オンラインリサーチの実施等によるお客様の声の反映を行っていく。 ▼「環境にやさしい企業」では、再生可能エネルギー導入の検討や「札幌市脱炭素先行地域選定」に伴う環境施策連携調査を行っていく。 ▼「新たな市民文化の共創」では、株式会社コンサドーレ様と連携した「PASS」を代表とするSDGsへの積極的な取り組みを進めるほか、定期的なラグビー開催、新たなアマチュアスポーツ・市民参加型イベントの開催などによる日程の有効活用を進めていく。 当社は、これまでの管理運営の経験を活かし、新たな魅力ある札幌ドームを実現させ、市民道民の皆様にとってより身近で愛される札幌ドームを目指して、スポーツの普及振興および市民文化の向上ならびに地域経済の活性化に一層寄与できるよう総力を結集して邁進していきたい。

【所管局の評価】	
総合評価	改善指導・指示事項
全ての項目において、要求水準を満たしており、計画どおりに業務を遂行している。 収支については前年度と比較し増収増益、来場者数についても前年度から増加しており、コロナウイルス感染症拡大の影響は受けているものの総評して健全かつ安定した経営を行っているものと評価できる。 利用者サービスの向上や施設の設置目的の達成に大きく寄与する改良工事、施設維持に必要な保全工事を実施し、積極的に市及び利用者への利益還元を行っていることは大変評価できるものである。 その他にも多様な自主事業を積極的に実施するなど、市民道民に親しまれる施設づくりに尽力しており、施設の設置目的の達成に寄与する管理運営を行っているものと大変評価できる。 今後も引き続き設置目的の達成に向けた様々な取組が展開されることを期待する。	改善を要する事項は特になし。