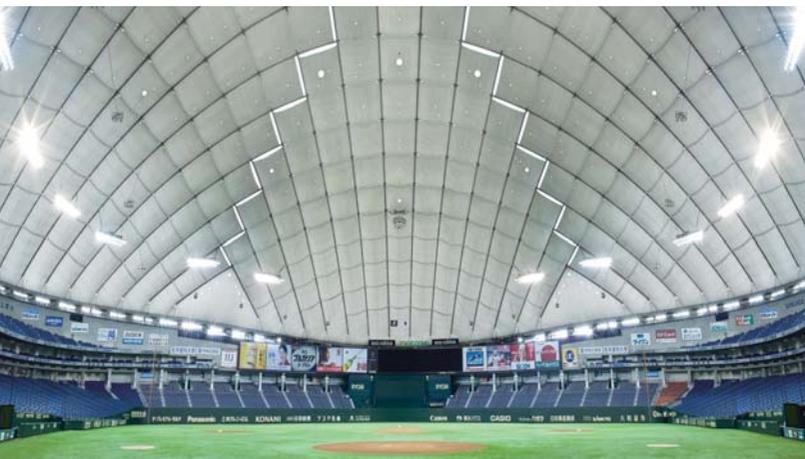


東京ドームグループレポート

2013



株式会社 東京ドーム



## 2 私たちのマネジメント

### 2 経営理念および東京ドームシティの事業特性

### 3 トップメッセージ

### 4 トップインタビュー

「新規事業の開発で東京ドームシティに新たなコンテンツを追加し、幅広いお客様の獲得を目指す」

### 7 CSRへの取り組み

東京ドームグループでは、経営理念である「私たちは、人とひととのふれあいを通して、お客様と『感動』を共有し、豊かな社会の実現に貢献します」を念頭に置いたCSRに積極的に取り組んでいます。

### 8 ・コーポレート・ガバナンス

### 10 ・お客様と共に

### 13 ・従業員と共に

### 14 ・環境への取り組み

### 16 ・公正な事業慣行

### 18 ・地域社会とのかかわり

## 20 私たちの事業

### 20 事業紹介

東京ドームグループの事業セグメントは、「東京ドームシティ事業」「流通事業」「不動産事業」「熱海事業」「札幌事業」「競輪事業」「その他」の7つで構成されています。

### 20 <主要施設のリーダーコメント>

「東京ドームシティ事業」主要施設の担当役員より、各施設の強みや2013年1月期および2014年1月期の主な取り組みなどをご説明します。

### 22 新規事業への取り組み

### 24 東京ドームシティ事業

### 25 ・東京ドーム

### 26 ・飲食&物販

### 27 ・ラクーア

### 28 ・東京ドームシティ アトラクションズ



29	・黄色いビル
30	・ミーツポート
31	・TOKYO DOME CITY HALL／後楽園ホール／プリズムホール
32	・東京ドームホテル
34	・その他の営業施設
36	<b>流通事業</b>
	・ショッピングイン
37	<b>不動産事業</b>
	・アドホック新宿／プチモールニッ木など
38	<b>熱海事業</b>
	・熱海後楽園ホテル
39	<b>札幌事業</b>
	・東京ドームホテル 札幌
40	<b>競輪事業</b>
	・松戸競輪場
41	<b>その他</b>
42	<b>私たちのパフォーマンス</b>
42	<b>財務セクション</b>
43	・連結財務ハイライト
44	・財務状況と経営成績に関する説明および分析
46	・連結5年間の要約財務データ
47	・個別5年間の要約財務データ
48	<b>会社情報</b>
48	会社概要
49	セグメント別関連会社一覧
50	株式情報
51	沿革

- 本誌に記載されている将来の計画や見込み数値等は、当社が現在入手可能な情報に基づく見通しであり、経済動向や事業環境、消費動向の影響を受けるリスクや不確実性を含んでいます。
- 本誌は原則として2013年1月期終了時点の情報に基づき作成しております。
- 金額は単位未満を切り捨て、パーセントは四捨五入して表示しています。

### 企業目的:

---

「私たちは、人とひととのふれあいを通して、お客様と『感動』を共有し、豊かな社会の実現に貢献します」

### 東京ドームグループが目指すもの:

---

東京ドームグループは、企業目的のもと、いつの時代にも他に先駆けて様々なレジャー施設とサービスを多くの人々に提供してきました。これからも、お客様に心から楽しんでいただける都市型レジャーを追い求め続けることを社会的な使命ととらえ、レジャー・サービス業のリーディングカンパニーとして、限りなく前進していきます。

### 東京ドームシティの事業特性:

---

東京ドームグループの中核となる都市型レジャー施設、東京ドームシティには2つの事業特性があります。

#### 1. 東京都心に立地する唯一性:

東京ドームシティは、東京ドームの前身である後樂園スタジアムの頃より、東京都心の水道橋地区に立地。JR総武・中央線と地下鉄4路線(三田線・大江戸線・丸ノ内線・南北線)を利用でき、抜群のアクセスの良さを誇ります。

#### 2. 相乗効果の発揮:

東京ドーム、ラクーア、東京ドームシティ アトラクションズ、東京ドームホテル、ミーツポートなど多種多様な施設を東京ドームシティ内に集中させ、お客様の回遊性を高めて各施設の相互利用などの相乗効果をもたらします。

東京ドームシティは単なるレジャー施設の集合体ではありません。お客様と『感動』を共有するため、エンタテインメント性をより拡充する新たな施設の導入を図りながら、ひとつの「街」として常に成長を続けています。

## さらなる「ふれあい」の場を、 お客様に提供するために

東京ドームグループでは、レジャーに「ふれあい」「絆・つながり」を求め  
るお客様の増加、「団塊の世代」の高齢化など、多様な社会状況におけ  
るレジャー施設の在り方を追求しています。

2011年の東日本大震災とそれに伴う原発事故の以降も、新たな巨大地震  
が起きる可能性が指摘されており、人々の心の中には常に「大災害への不安」  
が存在しています。これを背景として、レジャーに「ふれあい」や「絆・つながり」  
「安らぎ」を求めのお客様が増えています。

東京ドームグループでは、企業目的に「私たちは、人とひととのふれあいを通  
して、お客様と『感動』を共有し、豊かな社会の実現に貢献します」を掲げてい  
ますが、現在の社会状況を考えると、この企業目的そのものが、まさしく重要  
な意義を持つようになってきました。一人でも多くのお客様に「ふれあい」を提  
供するには、東京ドームシティを中心に展開している事業内容を、もっともっと  
アピールしなくてはなりません。

同じく2011年頃から、「団塊の世代」の方々が、65歳以上のご高齢に達し始  
めました。この年齢層の方々は、お子様・お孫さんを含めてファミリーをつくっ  
ているケースが多いと思われます。東京ドームグループには、ご高齢のお客様  
が楽しめる施設も当然あるのですが、今後はファミリー全員で楽しめる施設・  
サービスを、さらに充実させていく必要があります。

現在、推進中の中期経営計画「起動」に則って、東京ドームシティに2つのア  
ミューズメントスポットの新設を計画しており、この2014年1月期より本格的  
な開発がスタートしました。それらは、既存施設と親和性の高い「屋内型スポー  
ツコンプレックス」、そして既存施設にない新たな分野である「宇宙をテーマに  
したエンタテインメント・ミュージアム」であり、共にお客様同士やファミリーの  
「ふれあい」の場として、これまで以上に楽しんでいただける施設内容です。

大切な人との「ふれあい」を、私どもの施設から絶えず生み出し、すべてのお  
客様に感動していただけるよう、グループ全社の総力を挙げて取り組んでいき  
ます。進化を続ける東京ドームグループに、どうぞご期待ください。

2013年5月

代表取締役社長 執行役員

久代 信次



Interview:

## 新規事業の開発で東京ドームシティに新たなコンテンツを追加し、幅広いお客様の獲得を目指す



代表取締役社長 執行役員 久代 信次

東京ドーム・ラクーア・ミーツポートの周年記念イベントと、黄色いビルでの新規事業の開発に注力します。

### Q1. 2013年1月期の連結業績と配当政策をご説明ください。

2013年1月期は、「スピニングコースター舞姫」の事故および東日本大震災の影響から回復し、収益は大幅に改善しました。東京ドームでは、プロ野球・読売ジャイアンツのリーグ優勝でクライマックスシリーズと日本シリーズが計9試合、開催されたほか、コンサート・コンベンションなどのイベントも順調に増加しました。東京ドームシティ アトラクションズも前期の4カ月間の休業から、「サンダードルフィン」を除き通期での営業となったうえ、「バイキングゾーン」のリニューアルオープンもあり増収となりました。

以上による連結業績は売上高80,763百万円(前期比10.3%増)、営業利益は9,646百万円(同83.8%増)、経常利益は7,410百万円(同217.2%増)となりました。また、「青いビル」と「黄色いビル」の耐震改修工事、「黄色いビル」の新規事業に伴う固定資産除去損と解体撤去費用を引当金に繰り入れたことなどで、当期純利益は3,914百万円(同979.5%増)となりました。配当については3期ぶりの復配を実現し、一株当たり5円とさせていただきました。

## Q2. 中期経営計画「起動」の2年目が終了しました。進捗状況はいかがですか？

2013年1月期も様々な施策を推進し、着実に成果を挙げました。経営課題のひとつ「東京ドームシティにおける開発投資」の一環として、タワーランドの跡地を「バイキングゾーン」として2012年3月16日にリニューアルオープンしました。計5機種のアトラクションのうち、今回、新たに登場した「スーパーバイキング ソラブネ」「フリフリグランプリ」は、すでに多くのお客様にご乗車いただき人気機種となっています。さらに、同じく経営課題の「新市場の開拓」では、MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition) 市場での販売強化に取り組み、旅行代理店に対する営業展開の成果として、大型案件の受注に成功しました。



## Q3. 2014年1月期の業績見通しと配当についてお伺いします。

2014年1月期の連結業績は、東京ドームホテルの一部フロア改修、ショッピング新店4店舗の通期稼働などの増収要因がありますが、プロ野球のクライマックスシリーズ・日本シリーズの開催などの不確定要因を見込んでいないため、減収となる見通しです。これに伴い、営業利益・経常利益は減益となりますが、2013年1月期に特別損失として引当計上した、大きな設備改修・工事計画などが現時点ではないため、当期純利益は増益の見通しです。

以上により、売上高80,500百万円、営業利益9,000百万円、経常利益6,300百万円、当期純利益4,500百万円となる見通しです。また、配当については、2013年1月期に引き続き、一株当たり期末配当金5円を予定しています。

お客様に新たな「感動・ふれあい」を提供してグループの企業価値の向上を実現するため、これからも様々な施策に挑戦していきます。

## Q4. 「スピニングコースター舞姫」の事故から2年が経ちます。グループ全社における「安全文化」の浸透の現状をお話してください。

安全対策の確立に向けた「安全理念・安全基本方針」「アトラクションズ総合安全基準」の策定に加え、私が直轄する「安全推進室」を設置してグループ全社で安全活動に取り組んでおり、「安全文化」の浸透を図っています。

事故発生のおと、時間が経過する中で事故への意識が希薄になることは、何としても防がなければなりません。事故車両の一部を展示した「安全教育室」の一層の活用など、すべての役員・従業員への安全教育をさらに徹底していきます。

## Q5. 2014年1月期は「起動」の3年目です。主な施策をご説明ください。

「起動」の経営課題の解決に向けた「東京ドームシティにおける開発投資」の一環として、2つの新規事業の開発に注力します。場外馬券売場の賃貸契約満了で日本中央競馬会から返還される「黄色いビル」の2フロアに、「屋内型スポーツコンプレックス」を2013年10月、「宇宙をテーマにしたエンタテインメント・ミュージアム」を2014年7月にオープンする予定です。

スポーツコンプレックスは、野球を中心にゴルフ・ボウリングのスポーツエンタテインメントにシミュレーションマシンや多目的フィールドなどを配し、同じ「黄色いビル」内の東京ドームボウリングセンター・東京ドーム ローラースケートアリーナとの相乗効果が期待できます。

エンタテインメント・ミュージアムは、宇宙の壮大さや宇宙研究の最先端を、共に体感し楽しめるミュージアムです。「宇宙」は、これまでの東京ドームシティにはなかった新たなテーマであり、学生の方々やご家族連れなど、幅広いお客様の獲得が望めます。

なお、現在、運休中の「サンダードルフィン」は安全対策の工事終了後、2013年夏頃の営業再開を予定しています。お客様にはご不便をおかけしますが、今しばらくお待ちください。

## Q6. 同時に2014年1月期は、東京ドーム25周年・ラクーア10周年・ミーツポート5周年となるメモリアルイヤーです。ご感想をお願いします。

当社グループでは、レジャー・サービス業のパイオニアとして、常にお客様のニーズを先取りしながら様々な事業・施設・サービスを展開しています。これら3施設が周年記念を迎えられたのは、開業以来、お客様の期待に応えられる事業展開を継続しているのが大きな理由でしょう。一方で、当社グループの各施設が、長年にわたってご愛顧をいただき節目となる周年を迎えることは、全従業員にとっても大きな励みとなるのです。2014年1月期は、お客様への感謝を込めて、より一層ご愛顧いただけるように、3施設それぞれで独自の周年記念イベントを展開していきます。

## Q7. 東京ドームグループの企業価値を継続して高めるには、何が必要でしょうか？

企業価値を向上させるため、お客様に新たな施設・サービスを提供し続けることは当然なのですが、同時に「株主還元の充実」と「財務体質の健全化」も当社グループにとって重要です。

「株主還元の充実」では、中期経営計画「起動」の経営目標でもありますが、配当性向30%を目標とした安定的な配当の継続、さらに自社株買入消却の実施を目指します。次いで「財務体質の健全化」ですが、有利子負債の削減は着実に進んでいるものの、D/Eレシオは2013年1月期末で2.9倍と、依然として高い数値を示しています。このため、当面の目標として、2倍を下回るレベルを実現できるよう努力を続けていきます。

2014年1月期は、東京ドーム・ラクーア・ミーツポートが周年記念を迎えた節目の年であり、さらに「起動」が3年目に入り新規事業の開発もスタートしました。お客様に新たな「感動・ふれあい」を提供してグループの企業価値の向上を実現するため、これからも様々な施策に挑戦していきます。引き続き、ステークホルダーのみなさまのご支援・ご協力を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

2013年5月  
代表取締役社長 執行役員

久代 信次

### (株)東京ドーム役員紹介 (2013年4月26日現在)

代表取締役社長  
執行役員

久代 信次

専務取締役  
執行役員

北田 英一

常務取締役  
執行役員

本田 顕治

野村 龍介

長岡 勤

取締役相談役

林 有厚

社外取締役

秋山 智史

森 信博

井上 義久

常勤監査役

祝田 雅美

田中 雅昭

社外監査役

堤 淳一

野崎 幸雄

児玉 幸治

常務執行役員

谷口 好幸

山田 幸雄

山田 豊

西勝 昭

執行役員

小田切 吉隆

萩原 実

小野澤 紀雄

永田 有平

柴田 馨

今岡 裕継





## CSRへの取り組み

東京ドームグループでは、経営理念である「私たちは、人とひととのふれあいを通して、お客様と『感動』を共有し、豊かな社会の実現に貢献します」を念頭に置いたCSRに積極的に取り組んでいます。



# 1 コーポレート・ガバナンス

東京ドームグループでは、コーポレート・ガバナンスの充実により、グループ全体の経営の透明性・健全性・効率性を高めていくことが、持続的な企業価値の向上のために不可欠であり、当社グループの重要な経営課題ととらえています。特に、各ステークホルダーのみなさまと良好な関係を構築していくため、適時・適切に情報を開示し、企業活動の透明性を確保していくことが重要と考えています。

## コーポレート・ガバナンス体制の概要

当社の取締役会は取締役9名で構成され、経営方針および業務執行を決定し、取締役および執行役員の職務の執行を監督する権限を有しています。なお、取締役9名のうち3名は専門性を有した経営監督機能の高い社外取締役です。

取締役の職務の執行が効率的に行われることを確保する体制の基礎として、常勤取締役全員によって構成される経営会議を設置し、取締役会に付議すべき事項の決定ならびに取締役会の決議事項に基づく取締役社長の業務執行に必要な答申を行っています。

当社は2002年4月に、戦略的・機動的な意思決定と業務執行を目指して執行役員制度を導入しました。執行役員は、取締役会で選任され、取締役会の決定に基づき社長が委嘱する担当職務の執行責任者としての責任と権限を有し、業務を執行しています。また、執行役員全員によって構成される執行役員会を設置し、取締役会および経営会議の決議事項を伝達し、社長の業務執行に関する情報交換・連絡・調整の円滑化を図っています。なお、現場・現実に根ざした意思決定と監督を行うため、監督と執行の完全な分離は志向せず、常勤取締役が執行役員として業務執行を担当するとともに取締役会に参画する体制をとっています。

当社は、監査役制度を採用しています。監査役会は、監査役5名で構成され、監査に関する重要な事項について報告を受け、協議を行い、または決議をしています。なお、監督機能を強化するため、監査役5名のうち3名は、社外監査役です。各監査役は、監査役会が定めた監査の方針、業務の分担などに従い、取締役会およびその他の重要な会議に出席するほか、取締役などに営業の報告を求め、重要な決裁書類等を閲覧し、主要な事業所には自ら赴き業務および財産の状況を調査しています。

## 内部統制システムの構築

2006年7月27日に開催された取締役会において、「内部統制システム構築の基本方針」について決議し、これに基づき以下の内部統制システムを整備・運用しています。

### ■リスク管理への取り組み

当社は、リスク管理を体系的に定める「リスク管理規定」を制定するとともに、これに基づいて、経営に重大な影響を与えるリスクをトータルに認識して対応するために、社長を委員長とする「リスク管理委員会」を設置しています。

「リスク管理委員会」のもとには、防災対策を統制する「防災小委員会」、顧客の安全管理を統制する「安全管理小委員会」、情報の適時開示と情報全般の管理を統制する「情報管理小委員会」、周辺環境対策などを統制する「環境対策小委員会」、財務報告の信頼性確保を統制する「財務報告小委員会」を設置し、各小委員会はそれぞれの担当分野におけるリスクマネジメントを実施しています。

「リスク管理委員会」は各小委員会の活動状況のほか、各部署および各グループ会社におけるリスク管理の状況の報告を受けるなどしてグループ会社全体のリスクの状況をレビューし、その結果を定期的に、または必要に応じ随時、取締役会および監査役に報告しています。また、リスク管理委員会は、リスク管理全般を円滑かつ効率的に実施するための個別規定やマニュアルなどを整備しています。

### ■危機管理体制の整備

不測の事態（危機）が発生した場合には、社長を本部長とする対策本部を設置して迅速に対応し、損害の拡大を防いでこれを最小限にとどめる体制を整えています。

### ■取締役および使用人が監査役に報告をするための体制その他の監査役への報告に関する体制

#### (1)取締役会等重要な会議への出席

監査役・監査役会が必要に応じて取締役等に問題提起できるよう、監査役は取締役会に出席するほか、常勤監査役は経営会議、執行役員会、リスク管理委員会およびコンプライアンス委員会等\*等に出席し、その他の重要な会議に出席できるようになっています。

#### (2)重要書類の回付

常勤監査役には稟議書その他の重要書類が回付されており、監査役からの要請があれば直ちに関係書類・資料等が提出されることになっています。

※P.16「コンプライアンス体制の推進」を参照



### (3)代表取締役、取締役、執行役員（以下「代表取締役等」という）からの報告

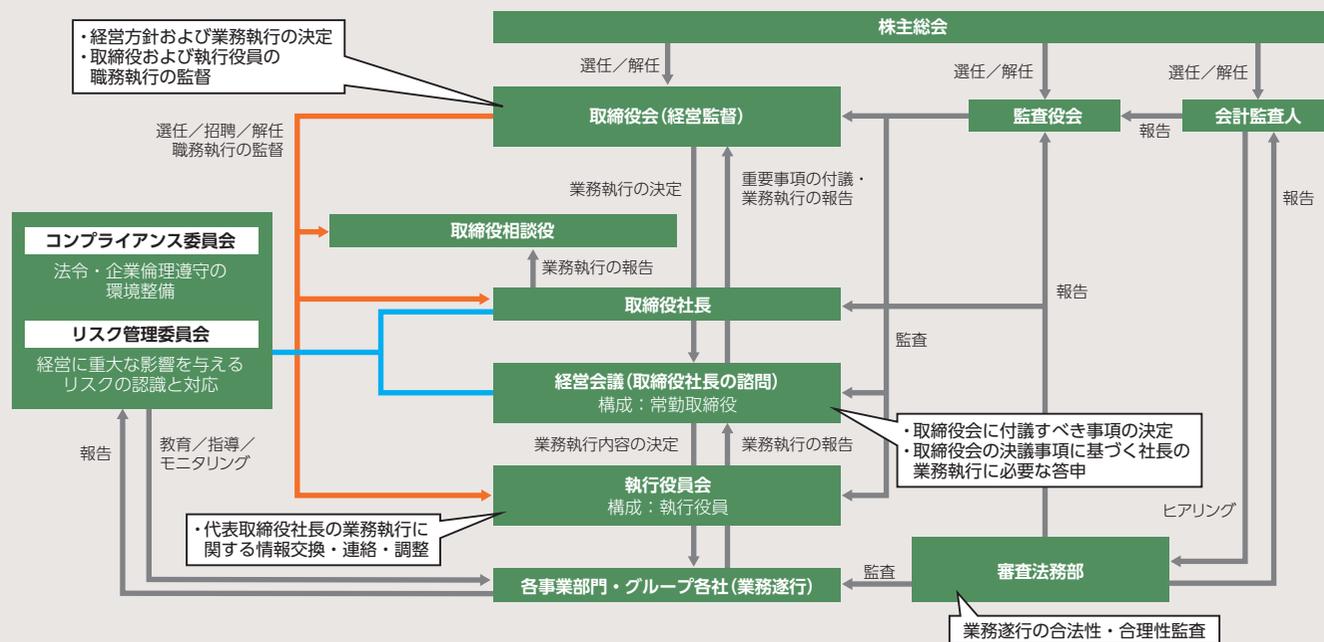
代表取締役等は、コンプライアンス上問題のある事項、法令・定款に違反するおそれのある事項および当社に著しい損害を及ぼすおそれのある事項等が発生した場合は、これらを直ちに監査役・監査役会に報告することになっています。また、取締役は、グループ会社において、コンプライアンス上問題のある事項、法令・定款に違反するおそれのある事項および当社に著しい損害を及ぼすおそれのある事項を発見した場合には、監査役およびコンプライアンス委員会に報告することになっています。これに対し、グループ会社が、当社からの経営管理、経営指導内容が法令・定款に違反したり、コンプライアンス上問題があると認めた場合には、コンプライアンス委員会に報告し、

コンプライアンス委員会事務局は直ちに監査役に報告することになっています。以上のほか、監査役はいつでも必要に応じて、取締役および使用人に対して報告を求めることができるようになっています。

### 社内コミュニケーションの充実

当社は、2005年11月より、経営者と従業員のコミュニケーション・ミーティング（名称：「コミュニケーション・ラウンジ」）を実施し、経営者と従業員が相互に会社あるいは仕事に対する理解を深め、風通しがよく、透明性の高い企業風土の醸成に努めています。

東京ドームグループのコーポレート・ガバナンス体制（2013年4月26日現在）



## 2

## お客様と共に

東京ドームグループでは、すべての事業においてお客様に安心して楽しんでいただける場を持続的に提供していけるよう、様々な取り組みを実施しています。安全対策はもとより、サービス向上のための諸施策、障がいのあるお客様への配慮、個人情報保護の徹底など、お客様と「感動」を共有できる環境づくりを推進していきます。

## 安全への取り組み

## ■「安全理念」と「安全基本方針」

## ◆安全理念

東京ドームグループは、お客様と「感動」を共有するために、安全を第一に考え、行動します

## ◆安全基本方針

- 安全で楽しい施設とサービスの提供を追求し続けます
- 安全について私たち自身で基準を設定し遵守します
- 安全のための教育訓練に積極的に取り組みます

私どもは、この「安全理念・安全基本方針」のもと、常に日々新たな気持ちで「安全文化」を築き上げるための努力を継続していきます。

## ■「安全の日」と「安全週間」

東京ドームグループは、毎年1月30日を「安全の日」と制定しました。

これは、東京ドームグループで働く全従業員が、「安全理念・安全基本方針」のもと、各事業所や各施設での安全に対する強い意識を新たにする日で、「安全の誓いの碑」前では式典も執り行います。

また、1月30日から2月5日までの1週間を「安全週間」とし、各事業所や各施設における安全の総合点検、安全統括管理者（当社代表取締役社長）による事業所の安全巡視を行います。

## ■東京ドームシティ アトラクションズの安全への取り組み

2011年6月1日に東京ドームシティ アトラクションズの営業を再開するにあたり、以下の安全対策を確立し、実施しています。

- (1) 各アトラクションが依拠すべき安全基準の策定
  - ◎総合安全基準
    1. アトラクション機器、施設設備に関わるリスクを網羅的に洗い出し、適切な対策を実施すること

2. アトラクション機器、施設設備の安全性を維持するために、十分な点検、検査、修繕等を実施すること
  3. お客様に安全にご利用いただくための補助、確認、情報案内・掲示を確実にすること
  4. 緊急時にお客様に安全に退避してもらう手段を確立すること
  5. 従業員は、施設内で危険を察知した際は、躊躇せず安全を第一に考えた行動を取ること
  6. 継続的な教育・訓練によって、従業員の安全に関する意識、知識、能力の向上を図り、社内に安全文化を定着すること
  7. 上記1. から6. の事項が適切に実施されていることを常にモニタリングし、絶え間なく安全性の維持・向上に努めること
- (2) 安全基準に基づく遊戯施設運行管理規定、オペレーションマニュアルの整備
  - (3) 安全基準に基づく施設面の整備等
  - (4) 社内教育体制の整備とオペレーションマニュアル厳守の徹底
  - (5) 安全対策の履行状況全体に対する適切なモニタリングシステムの整備
  - (6) 安全の確保を最優先とするにふさわしい組織と人員配置の追求
  - (7) 総合的な安全管理体制（安全マネジメントシステム）の構築



安全の誓いの碑



### ■全社的な安全への取り組み

2011年6月1日に、東京ドームグループにおける、お客様および役員・従業員に対する総合的な安全管理体制構築の推進を所轄する部署として、当社代表取締役社長直轄の安全推進室を設置しました。

また、社長が安全統括管理者に就任し、経営において安全面を重視して判断する責任を負うこととしました。

安全推進室は、年次総合安全計画の策定、総合安全活動に関する企画立案、総合安全活動の推進、安全監査、年次総合安全報告書の策定などを担当し、安全確保の施策全般をスパイラルアップさせていくためのPDCAサイクルの仕組みを作り、機能・維持しています。

さらに、東京ドームシティ アトラクションズを運営するアミューズメント部の事務所内に、2012年1月30日、「安全教室」を設置しました。

ここでは、2011年1月30日のお客様死亡事故時の「スピニングコースター舞姫」車両の一部や、当該事故の概要や原因などのパネルを展示しており、事故の風化を防ぐとともに、安全文化の醸成と安全意識の向上のために、社員・アルバイトの安全教育の場として活用しています。



安全教室での教育風景



接客ロールプレイングコンテスト



ポケットガイド

### 顧客満足に対する取り組み

#### ■「東京ドームシティ 接客ロールプレイングコンテスト」の開催

「東京ドームシティ 接客ロールプレイングコンテスト」は、“お客様と感動を共有するためには、まずはスタッフが楽しく働き、スタッフ自身が東京ドームシティを好きになり、よりよいサービスを提供すること”を趣旨として開催されているイベントです。“もう一度この人に接客してほしい”と思われるような、お客様へ満足・感動を与えられる接客を目指して、東京ドームシティで働くスタッフの中から選ばれた「BEST OF SMILE」メンバーが、日頃の接客サービスを披露し、毎年6月の決勝大会に臨みます。

このような取り組みを通して、さらなるお客様へのサービス向上を目指していきます。

#### ■「行動指針」を常に携行

当社従業員は、「あいさつ・あんぜん・あんない」の3つの要素で構成される「行動指針」が記載されたポケットガイドを携行しています。お客様と接する際の心構え、安全・安心に施設を利用していただくためにやるべきこと、お客様をご案内する際の留意点などを記載しています。

## ■お身体の不自由なお客様への配慮

東京ドームグループでは、お身体に何らかのハンディキャップがあるお客様でも安全・安心に施設をご利用いただけるよう配慮しています。

例えば、車椅子でもご利用できる多目的トイレを東京ドームシティ内に設置するなど、設備面でもユーザビリティ向上を図り、ハンディキャップのあるお客様のご利用を促進するための改良・改善を実施中です。今後も、さらなる利便性の向上を目指して、一層の努力を続けていきます。

## ■お客様窓口の設置

様々なレジャー施設とサービスを多くのお客様に提供している東京ドームシティでは、ご利用に応じた各種の情報提供やサポートを行う相談窓口を設けています。

東京ドーム22ゲート前広場にある「総合案内所」では、東京ドームシティのご案内や落とし物のお問い合わせなどのほか、「TDポイントカード」入会受付、「東京ドーム商品券」「TDCグルメチケット」の販売も行っています。そのほかにも、ご利用に応じた施設・サービスの内容を事前にお問い合わせいただける電話対応サービス「東京ドームシティわくわくダイヤル」※1や、東京ドームシティの安全監視やご案内、迷子の保護などを行う「セーフティ・ホーム」(青いビル1階)などを設けています。

また、多く寄せられるご質問とその回答をQ&A形式で東京ドームシティの公式ウェブサイト※2に掲載するとともに、株式・企業情報・IRなどのお問い合わせ窓口についてもコーポレートサイト※3に設置し、ご相談内容に関する継続的な改善およびサポートの充実に取り組んでいます。

このように、それぞれの窓口が、お客様と東京ドームグループをつなぐ重要な役割を担っています。

※1: 03-5800-9999

※2: <http://www.tokyo-dome.co.jp/faq/>

※3: <http://www.tokyo-dome.jp/inquiry.html>

## 個人情報保護

東京ドームグループは、お客様・お取引関係者・従業員などの個人情報の取扱いについて、個人情報保護に関する法令およびそのほかの規範を遵守するとともに、自主的なルールおよび体制を確立し、全従業員が理解して個人情報保護の徹底に取り組んでいます。

### ■個人情報の利用目的

お客様の個人情報は、東京ドームグループの各施設・イベントに於けるサービス、商品および関連するサービス等のご提供と、これに関するご確認、ご精算、ご請求等の諸手続のために利用させていただきます。また、当施設をご利用いただきましたお客様のご意見やご感想をお伺いするアンケート等につきましては、お客様のご了解をいただき、イベント・サービス等のご案内を差し上げる場合があります。

### 東京ドームグループの個人情報保護方針

1. 当社は、個人情報保護責任者を置くとともに、個人情報を取り扱う部署ごとに責任者を置き、個人情報の適切な管理に努めます。
2. 個人情報をご提供いただく場合は、あらかじめその目的を特定し、公表または通知いたします。
3. 取得した個人情報は、目的の範囲を超えての利用はいたしません。
4. 取得した個人情報は適切に管理し、不正なアクセスや紛失、破壊、漏洩、改ざんの防止のため安全対策を講じます。
5. 個人情報をグループ企業等で共同利用する場合は、あらかじめ共同利用する項目、利用者、目的、管理責任者を公表または通知いたします。
6. 取得した個人情報は、以下の場合を除き第三者に開示することはありません。
  - (1) ご本人の同意がある場合
  - (2) 個人情報保護に関する契約を締結している委託先への提供
  - (3) 法令に基づく場合
7. お客様からご自身に関する情報の開示・訂正・利用停止・削除等の要求があった場合、ご本人であることの確認をとったうえで、合理的な範囲で遅滞なく応じる体制を整えます。
8. 保有する個人情報に関して適用される法令、規範等を遵守し、上記取組みについて継続的改善に努めます。

平成21年10月1日

(株)東京ドーム

代表取締役社長 久代 信次

# 3 従業員と共に

東京ドームグループでは、従業員一人ひとりの能力が最大限に発揮できるよう、人材育成のための様々な取り組みを推進し、安心して働ける職場環境の整備に努めています。以下、(株)東京ドームの人事・人材育成制度などをご紹介します。



## 人事・人材育成制度について

### ■公正な評価・処遇

従業員の考え方や意見を把握して、組織の活性化を図ることを目的とした「自己申告制度」を設け、活用しています。

### ■人材育成プログラム

従業員一人ひとりの成長意欲をサポートするため、「階層別研修」「専門セミナー」「通信教育講座」「ビジネス語学向上コース」等のプログラムを実施しています。

また、従業員の見聞拡大や自律性・発想力の醸成を図るため、「海外視察派遣制度」を設けています。

### ■多様な働き方の支援

当社は法令に則り、小さな子供がいる、あるいは介護が必要な家族がいる従業員を対象に、「育児休業制度」「育児短時間勤務制度」「介護休業制度」などを設け、従業員が安心して働ける環境づくりに注力しています。

## ダイバーシティについて

従業員のセカンドキャリアへのチャレンジを支援する「セカンドキャリア制度」や、ハンディキャップを考慮して個人のスキルを發揮しながらいきいきと働くことができる障がい者雇用

の推進など、性別・年齢・障がいの有無に関係なく、誰もが活躍できる制度の整備に取り組んでいます。

## 健康と安全

従業員が会社・家庭生活において感じる、将来への不安や疑問について相談できるシステムとして、「キャリアカウンセリング」を実施しています。ケガ・病気ばかりではなく、メンタル面でも安心して働ける、快適な職場づくりに努めています。

### (株)東京ドームの人事・雇用に関するデータ

	2012年1月期	2013年1月期
正社員数	537	531
男女別正社員数	男355、女182	男350、女181
平均年齢	全体43.0歳 男43.2歳 女42.7歳	全体43.3歳 男43.1歳 女43.7歳
平均勤続年数	22.1年	22.4年
離職率 (入社10年目まで)	2%	0%
新卒採用数(男)	7	8
新卒採用数(女)	2	0

# 4

## 環境への取り組み

東京ドームグループでは、事業活動で発生する環境負荷の低減に向けて、様々な環境保全活動にグループを挙げて取り組んでいます。屋上緑化など都市型レジャー・サービス業ならではの取り組みを実施する一方、専門組織を設置するなど、地球温暖化防止をはじめとする持続的な環境保全を、引き続き積極的に推進していきます。

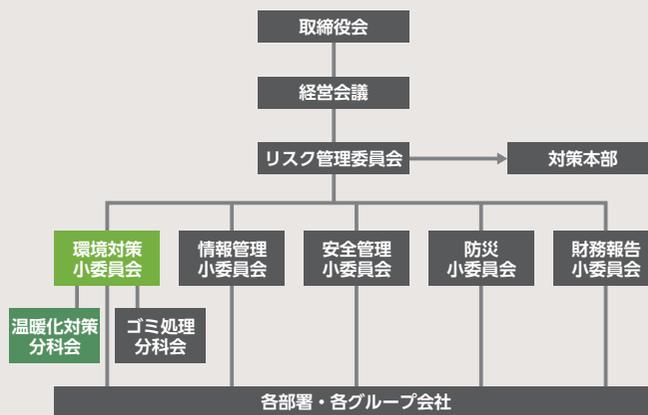
### 温暖化対策分科会の設置

1995年に発足させた「省エネ推進委員会」を2002年から「温暖化対策分科会」に発展させ、東京都の環境確保条例に基づく「地球温暖化対策計画書」を提出しています。

### 東京ドームシティの各営業施設における環境保全対策

東京ドームシティでは、東京ドームをはじめとしてエネルギー消費量の大きな施設を保有するため、とりわけ環境対策には力を注いでおり、地域冷暖房などの各種環境対策システムの導入をいち早く実現しています。

温暖化対策分科会の位置づけ



東京ドームシティ内の主要施設が導入している環境対策システム





## ミーサポートが「第8回 屋上・壁面・特殊緑化技術コンクール」で受賞

2009年10月16日、財団法人 都市緑化技術開発機構（2013年4月より公益財団法人 都市緑化機構）が主催する「第8回 屋上・壁面・特殊緑化技術コンクール」の表彰式が行われ、ミーサポートが「屋上緑化部門：日本経済新聞社賞」を受賞しました。

### ■屋上・壁面・特殊緑化技術コンクールとは

屋上など特殊空間の緑化に積極的に取り組み、優れた成果を挙げている民間企業や公共団体・個人などを顕彰し、一層の普及推進と都市環境の改善を進め、豊かな都市生活の実現に寄与することが目的です。

### ■ミーサポートの受賞理由

都市内の公園として木立と人の距離を縮める設計や、建物への荷重を軽減する根鉢（土がついた根の部分）の工夫、強風による木の転倒防止対策、専属グリーンキーパーによる管理体制などが評価されました。



ミーサポート(中央奥)からTOKYO DOME CITY HALLの屋上部分にかけてガーデンが広がる

## 自然を守り、地球の緑に役立つ「いろ・は・す自動販売機」を設置

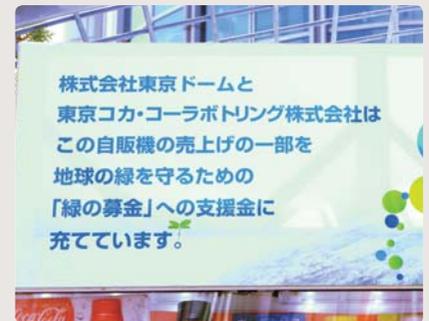
2011年1月18日、当社では、東京の緑を共に守る取り組みの一環として、東京コカ・コーラボトリング株式会社が取り組んでいる「いろ・は・す自動販売機」を設置し、その売上の2%を「緑の募金」に寄附しています。

この取り組みは、「いろ・は・す自動販売機」の売上の2%（当社1%+東京コカ・コーラボトリング株式会社1%の合計2%）を「緑の募金（東京都緑化推進委員会）」に寄附し、東京の緑化活動に役立ててもらおうものです。

当社では、環境対策を強化していますが、今回の「いろ・は・す自動販売機」での取り組みが、「緑の募金で木を育てる → 育った木でバットをつくる」という当社グループの事業活動に関連性の深い内容であることから、設置を決定しました。



「いろ・は・す自動販売機」



当社と東京コカ・コーラボトリング株式会社の協働による環境活動をパネルで説明

## 5

## 公正な事業慣行

東京ドームグループでは、組織として社会的責任を果たすための公正な事業慣行の重要課題として、法令・倫理・社内規定の遵守を掲げています。公正・公平な事業活動の維持に努めることにより、ステークホルダーのみなさまの信頼に応えていきます。

### コンプライアンス体制の推進

当社は、各ステークホルダーとの強い信頼関係を築くべく、全社的視点からコンプライアンスを推進するため、代表取締役社長を委員長とする「コンプライアンス委員会」を設置し、役員・従業員を含めた倫理指針である「コンプライアンス行動規範」を制定して、遵守しています。

さらに、従業員の職務の執行が法令および定款に適合することを確保する体制として、内部監査の主管部署である審査法務部が、各部署の業務遂行状況を合法性と合理性の観点から検討・評価し、改善・合理化への助言・提案なども含めて、その結果を社長、監査役および被監査部署長に報告しています。また、審査法務部は会計監査人から定期的なヒアリング（原則として年2回）を受けるなど、情報共有と相互連携に努めています。

#### コンプライアンス行動規範

1. 私たちは、社会にとって有益かつ安全なサービスと商品を提供します。
2. 私たちは、事業活動において、法令等を遵守するとともに、高い倫理観をもって自らを律します。
3. 私たちは、環境に関する条約・法令等を遵守し、地域はもとより地球環境に配慮して活動します。
4. 私たちは、人権を尊重し、差別・ハラスメントを行いません。
5. 私たちは、公私のけじめをつけるなど自分の立場をわきまえ、人に対して思いやりをもって行動します。
6. 私たちは、会社の利益に反する行為は行いません。
7. 私たちは、政治、行政、取引先と公正で透明な関係を維持し、贈答・接待等は法令に違反することなく、かつ社会通念上妥当な範囲で行います。
8. 私たちは、株式等の不正取引（インサイダー取引）を行いません。
9. 私たちは、反社会的勢力には毅然として対応し、利益供与は一切行いません。
10. 私たちは、情報を適正に管理し、適時・適切に情報開示します。

### スピークアップ制度

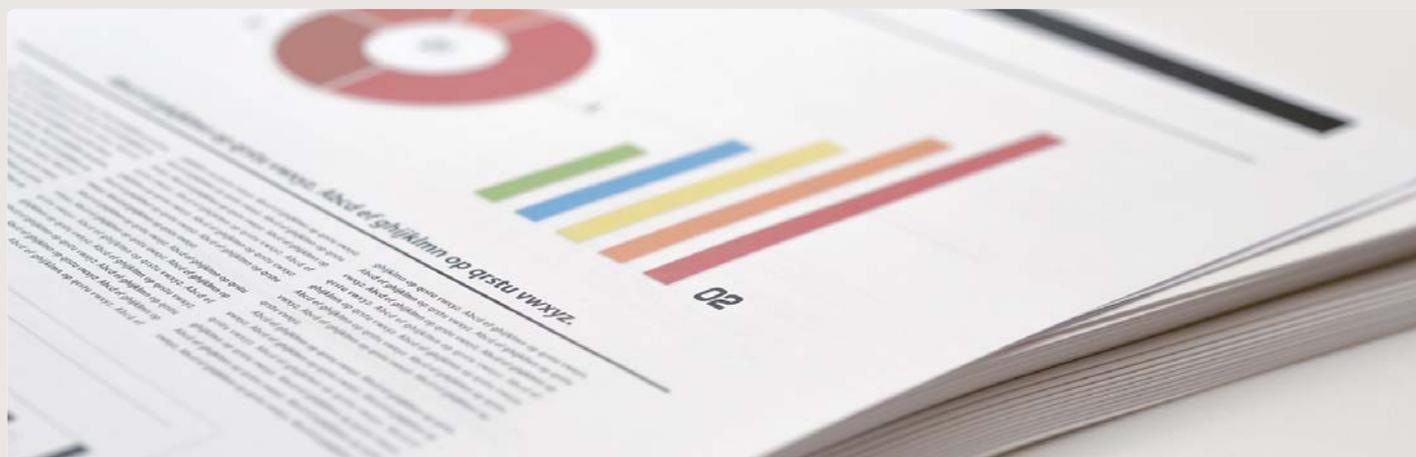
当社は、内部通報制度として、「スピークアップ制度」を導入しています。役員や従業員の行動が左記の「コンプライアンス行動規範」に違反しているかもしれないと感じた場合には、コンプライアンス委員会に報告・相談できる体制を確立し、それを維持・改善することで、コンプライアンス違反による信用失墜など企業価値を損ねる事態の発生を未然に防止しています。これらが記された「従業員携帯用行動規範カード」は、従業員一人ひとりが常に携行しています。

#### スピークアップ

自分の行動、あるいは第三者の行動が、「コンプライアンス行動規範」に違反しているかもしれないと感じたときは、相談窓口に連絡してください。電話、Eメールまたは封書にて相談を受け付けています。その際、所属・氏名を明らかにすることを原則としますが、匿名でも相談することができます。

相談した人は不利益な取扱いを受けることがないよう保護されます。

#### コンプライアンス委員会



## 情報セキュリティ

### (1)文書管理

当社は、「情報管理規定」に従い、取締役の職務の執行に係る情報・文書を、その保存期間や保管部署を含めて適切に保存および管理し、株主総会議事録、取締役会議事録、経営会議議事録、稟議書などの重要な文書は永久保存とし、いずれも検索性の高い状態で管理しています。

### (2)個人情報保護

当社は、「情報管理規定」および「個人情報保護に関するプログラム」を策定しており、これらに従って、当社が保有している個人情報の保護に努めています。

### (3)情報を管理する委員会の設置

当社は、内部統制システムの一層の充実を図るため、経営に重大な影響を与えるリスクをトータルに認識し、対応することを目的として、社長を委員長とする「リスク管理委員会」を設置し、さらにこの下に「情報管理小委員会」を設け、文書や個人情報のみならず情報全般を管理する体制を整備し、運用しています。

## 反社会的勢力の排除に向けた基本的な考え方 およびその整備状況

### (1)反社会的勢力の排除に向けた基本的な考え方

当社グループは、暴力団などの反社会的勢力に対して、毅然とした態度で臨んでいます。2002年度に設立した、社長を委員長とするコンプライアンス委員会のもと、「コンプライアンス行動規範」を定め、役員・従業員がこの行動規範を遵守するように徹底しています。

また、2007年から当社だけでなく、東京ドームシティ内で営業活動および警備活動などを行うすべての法人・団体を会員とする「東京ドームシティ暴力団等排除対策協議会」を設置し、「暴力団排除宣言」を採択し、東京ドームシティで従事する従業員全員にこの宣言を遵守するように徹底しています。

2011年10月の「東京都暴力団排除条例」施行に際しては、警察や弁護士等の指導のもと、新規取引先の事前審査の徹底や、契約書などの暴力団排除条項の再確認などの対策を実施しています。

### (2)反社会的勢力の排除に向けた整備状況

当社は、平素より警察など関係諸機関からの情報収集に努めるとともに、統括部署を設け、関係セクションに向けて対応方法などの周知を図っています。また事案の発生時には、警察など関係諸機関や弁護士と緊密に連携して、速やかに対処できる体制を構築しています。

## 6

## 地域社会とのかかわり

東京ドームグループでは、定期的な地域の美化活動、文化事業の支援、自社施設へのご招待、「ピンクリボンキャンペーン」の展開など、地域住民の方々に密着した幅広い取り組みを実施しています。

### 地域の美化活動

東京ドームシティで働くスタッフが毎月1回、およそ1時間をかけて東京ドームシティ周辺を清掃しています。清掃に参加するスタッフは「クリーンレンジャー」と呼ばれ、黄色のベストを着用しています。夏場には、併せて打ち水を実施し、地域環境の向上を目指す取り組みも行っています。

#### クリーンレンジャーのコメント

東京ドームシティ周辺の地域の美化活動に参加して、街のいたる所に様々なゴミが落ちていることに改めて気づかされました。また、この活動を通じ、一緒に参加しているグループ会社の社員とのコミュニケーションが取れるようになったことも別の意味で大きな収穫となっています。

### 文化事業への貢献：野球殿堂博物館

公益財団法人 野球殿堂博物館は1959年に、日本で初めて野球関連の貴重な記念品や資料を収集・展示する「野球体育博物館」として、旧・後楽園スタジアムの隣接地に誕生しました。その後、1988年の東京ドームの完成に伴い、その一角に移転し、広さを約2倍に拡大しました。2013年、公益財団法人の認定を受けたのを機に、名称を「野球殿堂博物館」と改め、現在に至っています。

東京ドームグループでは、文化事業への支援として同博物館に展示・研究スペースを無償提供しており、プロ・アマ双方にお

ける日本野球界の歴史の理解と、今後のさらなる発展に貢献しています。

### 自社施設へのご招待

東京ドームグループの各施設がある東京都文京区在住の65歳以上の方々が、プロ野球観戦（北海道日本ハムファイターズ戦）や、スパ ラクア・フィットネスクラブ東京ドーム・東京ドームボウリングセンターなどを無料で利用できる「文京区民生涯スポーツファンクラブ」などの施策を実施しています。当社グループは、地域社会に根ざした企業として、これらの施策に継続して取り組んでいます。

### 企業訪問の受け入れ

当社は、社会を構成する一員として、また、学校教育を支援させていただくため、全国の児童・生徒の方々の企業訪問活動に積極的に対応しています。当社は、日本初の全天候型多目的スタジアム「東京ドーム」を中心に、遊園地事業やホテル事業など、日本国内で様々なジャンルのレジャー事業を展開し人々に憩い・癒しの空間を提供し続けている、レジャー産業界のリーディングカンパニーを自負しています。当社には毎年、中学生・高校生を中心に500名前後の児童・生徒の方々に訪問いただき、レジャー産業ならびに当社事業への関心と理解を深めていただいています。



東京ドームシティ周辺の美化活動



野球殿堂博物館



ご招待施設の一例（スパラクア）



企業訪問の実施風景



## 「ピンクリボンキャンペーン」を2010年から継続して実施

2012年10月1～31日に、「東京ドームシティ ピンクリボンキャンペーン×レディースデー」を実施しました。本イベントは、乳がんの早期発見と診断・治療の大切さを伝える「ピンクリボン運動」に賛同するもので、東京ドームシティ内で乳がんの知識を深めるリーフレットの配布や、日本対がん協会が設立した「乳がんをなくすほほえみ基金」への募金の受付を行いました。

10月31日には、「知っておきたい乳がんの知識」のテーマで慈恵会医科大学の専門医による「ピンクリボンセミナー」を開催し、受講した方々からは、「不安が解消された」「専門医の話を聞ける貴重な機会」などのコメントをいただきました。

「ピンクリボンキャンペーン」は、2010年にラクーアでスタート後、2011年より東京ドームシティ全体で実施しています。これからも継続してキャンペーンを展開し、一人でも多くの女性に、乳がんに関する正しい知識を伝えていく考えです。



## 文京区（東京都）と、災害時の相互協力に関する協定を締結

2013年3月19日、当社と文京区は、災害時における相互協力に関する協定を締結しました。調印式は文京シビックセンターで行われ、成澤廣修（なりさわ ひろのぶ）文京区長と当社社長の久代信次が出席しました。この協定は、災害時の帰宅困難者対策として、当社が一時滞在施設の提供などを行うものです。災害時には、文京区の要請により東京ドームシティの一部施設において、当日のイベントなどを考慮のうえ、帰宅困難者を可能な限り受け入れます。

### 成澤廣修文京区長のコメント：

東日本大震災以降、帰宅困難者に対して、様々な対応を取ることが自治体に課せられており、区内最大の収容施設を持つ御社と協定を締結できたことを心から感謝申し上げます。引き続き相互の協力により、様々な災害対応に取り組んでいけるよう、よろしくお願いいたします。



成澤廣修文京区長(左)と当社社長の久代信次

東京ドームグループの事業セグメントは、「東京ドームシティ事業」「流通事業」「不動産事業」「熱海事業」「札幌事業」「競輪事業」「その他」の7つで構成されています。

## 東京ドーム

25周年の記念イベントで東京ドームシティ全体への相乗効果を図る



常務執行役員 西勝 昭

東京ドームは、東京ドームグループの中核事業である東京ドームシティ事業の中心に位置付けられます。プロ野球だけではなく、コンサート・コンベンションなど様々な利用形態に対応できる施設として「エンタテインメント」を提供していますが、これこそが東京ドームの強みといえるでしょう。年間800万人以上を集客する東京ドームの動員力は、東京ドームシティ事業全体に対して大きな影響を与えるため、日程調整を効果的に行い、東京ドームの稼働日数をいかに高めていくかが重要な課題となるのです。

2013年1月期は、イベント誘致を担当するセクションと密接な連携を図り、4年ぶりに300日を超える、年間稼働313日を達成しました。これによって東京ドーム単体はもちろん、飲食&物販や東京ドームホテルも含めた東京ドームグループ全体の収益に大きな貢献を果たしました。

2014年1月期の取り組みとしては、引き続き年間300日以上の稼働を達成すべく効果的な日程管理を行うほか、開業25周年を迎え、東京ドームシティ全体への相乗効果が期待できる記念イベント・キャンペーンを実施します。施設面では、お客様の安全・安心確保に加え、快適な営業環境のさらなる整備を検討していきます。オフシーズンに集中するコンサートなどの鑑賞環境の向上を図るため、一定期間のバックネットの取り外しや、設備面では「デジタル化」をキーワードに、時代を先取りするような先進性のあるリニューアルを実施する予定です。

同時に、77年間にわたる当社の歴史と、25年間の東京ドームの歩みを尊重したうえで、過去と未来を融合させた「東京ドームのリブランド」の推進も図っていきます。

## 東京ドームシティ アトラクションズ

「お客様の笑顔のために」が永遠のテーマ



執行役員 萩原 実

東京ドームシティ アトラクションズは、複合エンタテインメントの集積地である東京ドームシティ内に位置し、アトラクションズ単体あるいは、その他の施設と一緒にお客様楽しんでいただいています。フリーゲート制ですので気軽に立ち寄れるのも強みです。

2013年1月期は、2012年3月16日にリニューアルオープンしたバイキングゾーンの、「スーパーバイキング ソラブネ」がアトラクションズ年間乗車数の2位、「フリフリグランプリ」が同7位を記録するなど、好評を博しました。

アトラクションズでは「笑顔のために」という使命のもと、お客様の笑顔のために全力を尽くすという基本的理念を掲げています。この理念に基づく行動指針として、「お客様と従業員の安全・安心を守る」「お客様のご要望を感じ取って行動する」などがありますが、最も大切なのは、安全・安心な運営の実施です。2013年1月期の安全体制の推進に関する主な活動としては、社員を対象とした安全講習会を6回、運転者講習会を17回、実施しました。

多くのお客様からお問い合わせをいただいている「サンダードルフィン」の営業再開については、2014年1月期の夏頃を目途としています。車体の改良や落下物防護ネットの設置など、徹底した安全対策を実施中ですので、少々ご猶予をいただきたいと思います。

ご来場者にご愛顧いただくためには、安全な運営を続けて、お客様に良い思い出づくりの場を提供し、信頼を得ることが重要です。信頼を得て、お客様に笑顔で過ごしていただくことが私たちにとって永遠に続くテーマだと認識しています。

「東京ドームシティ事業」の主要施設である東京ドーム・東京ドームシティ アトラクションズ・ラクアア・東京ドームホテルの担当役員が、各施設の強みや2013年1月期・2014年1月期の主な取り組みなどをご説明します。

## ラクアア

テナントの大規模なリニューアルが早くも評判を呼ぶ



執行役員 今岡 裕継

ラクアアは、利用目的もターゲット層も異なるショップ&レストラン、アトラクション、スパの3要素をバランスよく複合させた、独自性の高い施設です。以前は、東京ドームシティ全体として「男性の街」というイメージがあったのに対して、ラクアアでは天然温泉のスパ ラクアアを中心に、女性のお客様にも楽しんでいただける施設運営を実施しているのが特長です。

2013年1月期は、ショップ&レストランとスパ ラクアアの業績を東日本大震災前の水準に回復させるのが最大の目標でしたが、販売促進の強化やお客様に対するサービス面でのスタッフ教育をより充実させたことにより、ほぼ2011年1月期の水準まで戻すことができました。

10周年に当たる2014年1月期は、2013年4月26日～5月6日まで「10周年感謝 ラクアアまつり」を行いました。その開催時期を含めて、テナント全体のほぼ80%に当たる58店舗について2月から7月中旬までリニューアルしていきますが、お客様の評判は上々で予想以上の手応えを感じています。毎日を慌しく過ごす女性向け、ゆっくり買物を楽しんでいただけるような、トレンドで気取らない店舗構成に加え、ファミリー層や地元のお客様のニーズにも十分応えられるような有力テナントのリーシングも実施しています。また、スパにおきましても、お客様により質の高い癒しの空間を提供すべく、リラクゼーションエリアの全面リニューアルを行いました。

今後も、収益を一層、上積みしていくためには、この先5年後、10年後を見据えた定期的な投資が必要だと考えています。

## 東京ドームホテル

新たな顧客の獲得に向けた商品の研究・開発を推進



(株)東京ドームホテル 代表取締役社長 山住 昭宏

東京ドームシティの各施設やイベントと連動した宿泊パックなど、ほかのホテルにはない商品ラインアップをそろえ、レジャー・観光・ビジネスといった幅広い目的に対応できるのが東京ドームホテルの強みです。ビジョンである「楽しさ度ランキングNo.1ホテル」を目指して、お客様を笑顔でお迎えし、お客様に笑顔で帰っていただけるようなサービスをスタッフ全員が実践しています。

2013年1月期は、東日本大震災や原発事故などの影響で前期に69.1%まで落ち込んだ宿泊稼働率が、話題性の高い宿泊プランの提案やインターネットによる販売強化、南アジア地域の訪日外国人の誘致などによって82.1%まで回復しました。

2014年1月期は、国内外の旅行代理店向けセールスを強化し、客室の安定した稼働の確保と客室単価の向上を目指すとともに、新たな顧客の獲得に向けた商品の研究・開発を進めていきます。また、顧客満足の向上を図るため、エクセレンシールウンジや婚礼施設のリノベーションを実施します。

2030年には、日本の総人口は2010年比約10%減の1億1,600万人で推移し、消費の縮小が予想されるなかで、新たな顧客をどのように獲得するか、そのための商品をどのように開発していくかがこれからの課題です。今後も、東京ドームシティの各施設や文京区(東京都)エリアの観光資源を活用し、新たな顧客の創造に挑戦していきます。

# 東京ドームグループに新たな価値をもたらす新規事業の開発

黄色いビルにおいて、「屋内型スポーツコンプレックス」「宇宙をテーマにしたエンタテインメント・ミュージアム」の開発がスタートしました。これら新規事業の目的・概要や期待される効果を、3名の担当者が語ります。



開発室 室長 木下 正春

## Q1. 2つのアミューズメントスポット開発に至った経緯と特長を教えてください。

東京ドームシティの営業アイテム数の増加とエンタテインメント性のさらなる向上を目指し、現在、推進中の中期経営計画「起動」の施策のひとつ「東京ドームシティにおける開発投資」に沿って、黄色いビルを再開発します。「スポーツコンプレックス」は本格的な指導を受けられるスクールを併設し、お客様の「スポーツがうまくなりたい」という夢の実現をお手伝いすること、また「エンタテインメント・ミュージアム」はミュージアムという新業態を取り入れて、「団塊の世代」を含む幅広い層のお客様に楽しんでいただくこと、これらが主な特長です。

## Q2. 「スポーツコンプレックス」は、ワンフロアに「野球・ゴルフ・ボルダリング」の3種目が混合した展開ですが、目的を教えてください。

東京ドームがなく、「後樂園スタジアム・後樂園ゆうえんち」だった頃は、営業アイテムとしてビリヤード・卓球・アイススケート場・映画館などもありました。当時は日本が高度成長期で人々もレジャーを渴望しており、水道橋に来れば何か新しいものに出会えるという期待感のもと、多くのお客様にご来場いただきました。そういう期待感を復活させるため、同じフロアで営業アイテムを一気に3つ増やし、お客様が自由に選べるようにしました。

## Q3. テーマ設定で、スポーツ以外に「宇宙」を選んだ理由は何ですか？

「宇宙」は、老若男女を問わず、あらゆる層のお客様の興味をかき立てるテーマです。ただ、一般的に「宇宙」といえば、あまりにも日常生活とかけ離れた存在だと思われていて、「宇宙は自分と、どう関わるのか？」という点が非常に希薄になっています。私は逆に、そういう茫洋とした「宇宙」のとらえどころのない所にこそ、お客様に夢や感動を与えられる要素がたくさん詰まっていると感じるので、この部分をうまく引き出していきたいと思います。

## Q4. 今後、さらなる新規事業の展開の方向性を、どのように考えていますか？

新規事業への取り組み方には、これまで未経験の新しい分野に進出する方法と、なるべく自分たちが持っている既存の経営資源などのノウハウを活かしながら進出する方法がありますが、その両方を追求していきたいと思います。

例えば、東京ドームシティがある東京都文京区は、ご高齢者の比率が高い地域ですが、アクティブなシニア・シルバー層向けのビジネスモデルを、まず文京区内に特化して構築し、それを将来的にグループ各社で全国展開するなどが考えられます。

引き続き、珍しく新しいアイテム・コンテンツを単純に取り入れるのではなく、常にお客様の心の動きと連動する施設づくりに焦点を当てて、新規顧客の獲得とリピート率の向上を目指していきます。

## 屋内型スポーツコンプレックス

スクールを併設し、お客様のスポーツへのチャレンジ精神を受け止める



開発室 黄色いビル再整備事業 開発準備チーム  
チームリーダー 松田 雅紀

東京ドームグループにとって、スポーツは昔から非常に親和性の高いコンテンツです。今回のコンプレックスには、安定した人気を持つ野球とゴルフ、そしてフリークライミングの一種であるボルダリングの3種目の導入を決定しました。

野球エリアでは実際にスタジアムで打っているような感覚を味わえるバッティングマシンと天然芝に近い人工芝を敷いた多目的フィールド、ゴルフエリアでは練習場とラウンドの両方が体感できるシミュレーションマシン、これらに加えて幅が40m以上もあるボルダリング用のウォールを設置します。ボルダリングは最近、人気を呼んでいるスポーツなので、今回の導入によって参加人口のさらなる増加も期待できるでしょう。

お客様が体を動かして参加する従来のスポーツ施設と、このコンプレックスが決定的に異なる点は、併設するスクールでパーソナルを大切にしたい指導を受けられることです。3種目それぞれの初心者から上級者まで、お客様の経験・年齢・性別に応じた、適切で親切なレッスンができる方々を講師としてお招きします。「初めてなので、やり方がわからないけどやってみたい!」「もっと上達するには、どうすればいい?」など、一人ひとりのお客様のチャレンジ精神を受け止め、誰もが「スポーツ人」になれる施設です。

これら3つのエリアは、ひとつの空間に共存しているので、他種目へも気軽に挑戦できます。お客様同士の新たな交流で「ふれあい」が生まれ、自然にスポーツ好きの人々が集まってくる場所にもしていきたいと思えます。

開業予定	2013年10月上旬
所在地	東京都文京区後楽1-3-61 黄色いビル3階
延床面積	約2,600㎡
事業コンセプト	既存施設(東京ドームボウリングセンター、東京ドーム ローラースケートアリーナ)と同要素のコンテンツを導入し、スポーツにチャレンジする老若男女が集う「スポーツコンプレックスビル」を目指します。
内容概略	単にスポーツを楽しむだけでなく、スポーツを始めるきっかけづくりから、より高いレベルを目指すためのトレーニングおよび本格的指導まで、スポーツに対するあらゆる欲求を実現します。 ・野球エリア (バッティングマシン、ストラックアウト、多目的フィールド) ・ボルダリングエリア (クライミングウォール) ・ゴルフエリア (シミュレーションマシン) ・共有エリア (プロショップ、ラウンジ、多目的教室等)

## 宇宙をテーマにしたエンタテインメント・ミュージアム

「宇宙」の幅広い可能性を、新たな表現方法で展開



開発室 新規事業企画グループ長 水野 哲樹

今回、これまでの東京ドームシティにはなかった、「ミュージアム」という業態を取り入れました。「ミュージアム」は幅広い層のお客様に受け入れられるうえ、エンタテインメント的な要素も持ち合わせているのが、その理由です。

私たちの生活は、例えば天気予報が気象衛星の技術に支えられていることを考えてみても、意外に宇宙との関わりが深いことに気がきます。そこで「宇宙」の持つ幅広い可能性に着目し、テーマに設定しました。核となるコンテンツのひとつは、宇宙を感じられるシアターです。単に宇宙の美しい映像を流すのではなく、新たな切り口の演出で、お客様に「また見たい」と思ってもらえるような感動を与えたいですね。

また、本物の宇宙について、「宇宙研究の現場」といったコンテンツ表現により、お客様と双方向でコミュニケーションできるような仕掛けも考えていきます。

新たな顧客づくりを進めたいターゲット層は、55~75歳くらいで、いわゆるアクティブシニアといわれる世代と、子供たちです。シニアの方々には、東京都心のミュージアム巡りの一環として、夜の時間帯も含めてゆっくりと楽しんでいただく一方、子供たちには「宇宙って、かっこいい」「将来、宇宙に携わる仕事をしたいな」と言ってもらえる施設づくりを目指します。

東京ドームシティに新たな価値をもたらすこの施設で、お客様に宇宙を身近に感じてもらい、「感動」を持ち帰っていただきたいと思えます。

開業予定	2014年7月上旬
所在地	東京都文京区後楽1-3-61 黄色いビル6階
延床面積	約2,600㎡
事業コンセプト	「宇宙」をテーマに、近年伸長している「ミュージアム」業態と当社ならではのエンタテインメント性を掛け合わせた感動空間を提供することによって、幅広い年齢層の顧客や教育機関等の団体需要を創出し、今まで東京ドームシティになかった文化教養要素を付加します。また、各種専門機関とのアライアンス等によって、「情報鮮度」や大人が一人でも楽しめる「本物志向」を追求します。
内容概略	体感し楽しみながら参加することで新たな感動を発見する「エンタテインメント・ミュージアム」。 ・独自形状のシアターで宇宙の美しさ、壮大さを表現 ・宇宙研究の最先端を感じられるサイエンス・ラボ ・参加型ゲーム、イベント、企画展示、ショップ等

# 東京ドームシティ事業

東京ドームシティ事業は、東京ドーム、ラクア、東京ドームシティ アトラクションズ、ミーツポート、黄色いビル、東京ドームホテルなどで構成され、東京ドームグループの中核をなす事業です。2014年1月期は、東京ドーム25周年をはじめ、ラクア10周年、ミーツポート5周年となる、節目の年です。

2013年1月期の東京ドームシティ事業は、「スピニングコースター舞姫」事故、東日本大震災と原発事故の影響から回復し、収益が大幅に改善しました。東京ドームは、プロ野球・読売ジャイアンツのリーグ優勝によるクライマックスシリーズおよび日本シリーズの開催、コンサートの増加などで活況を呈しました。また、上記の事故により休業していた東京ドームシティ アトラクションズの通期稼働と2012年3月16日の「バイキングゾーン」のリニューアルオープン、さらには東京ドームホテルの宿泊客数の増加も、増収に貢献しています。

2014年1月期は、増収要因として、東京ドームホテルの一部フロアの改修やラクアのリニューアルなどがあります。しかしながら、東京ドームにおいてプロ野球のクライマックスシリーズや日本シリーズなどの開催は、不確定要因として予算化していないため、減収となる見通しです。

## 東京ドームシティ事業の主な営業施設の売上高および同事業における構成比率(2013年1月期)

	売上高(百万円)	構成比率(%)
東京ドーム	13,326	22.4
飲食&物販	14,615	24.6
ラクア	5,617	9.4
東京ドームシティ アトラクションズ	2,169	3.6
黄色いビル(WINS、Offt)	5,280	8.9
ミーツポート	1,447	2.4
後楽園ホール	515	0.9
プリズムホール	475	0.8
東京ドームホテル	12,491	21.0
サウナ東京ドーム	279	0.5
東京ドームボウリングセンター	345	0.6

※構成比率は、東京ドームシティ事業全体の売上を100として計算

## 東京ドームシティのエリア・施設別敷地面積

東京ドームシティ	133,556.33㎡(約4万坪)
東京ドーム(エリア)	55,734.41㎡
東京ドームシティ アトラクションズ (バイキングゾーン・パラシュートゾーン・ ジオボリスゾーン含む)	12,991.91㎡
ラクア(エリア)	15,855.87㎡
ミーツポート	4,814.26㎡
東京ドームホテル(棟・外構)	12,621.77㎡
	11,735.19㎡
黄色いビル	本館：8,485.82㎡ 別館：3,249.37㎡
青いビル	1,749.11㎡

## 東京ドームシティ来場者数

	(単位:千人)			
	2012年1月期	2013年1月期	比較増減	%
東京ドーム・黄色いビル・ 青いビルエリア	14,198	16,331	2,132	115.0
ラクア・アトラクションズ エリア	12,845	14,932	2,086	116.2
東京ドームホテル・ ミーツポートエリア	4,631	5,130	499	110.8
合計	31,675	36,394	4,718	114.9

## 東京ドームシティ各施設別入場者数の推移

施設名	(単位:千人)			
	2012年1月期	2013年1月期	比較増減	%
東京ドーム	6,237	8,202	1,965	131.5
スパラクア	624	658	34	105.4
東京ドームホテル <sup>(※1)</sup>	1,588	1,812	223	114.1
東京ドームシティ アトラクションズ <sup>(※2)</sup>	1,798	4,039	2,240	224.6
シアターGロッソ	240	249	8	103.5
ASOBono!(アソボノ) <sup>(※3)</sup>	171	358	-	-
東京ドームボウリングセンター	217	221	3	101.6
東京ドーム ローラースケートアリーナ <sup>(※4)</sup>	14	70	-	-
後楽園ホール	352	373	21	106.1
プリズムホール	623	500	-122	80.4
TOKYO DOME CITY HALL	431	494	63	114.6
サウナ東京ドーム	36	39	2	107.3
野球体育博物館 <sup>(※5)</sup>	65	81	16	125.1

※1 東京ドームホテルは、宿泊客・レストラン利用客・宴会利用客の合計(東京ドームホテル外の施設や宿泊者のみ利用可能な施設は除く)

※2 東京ドームシティ アトラクションズは、のべ乗車人数。2012年3月16日に「バイキングゾーン」がオープン

※3 2011年8月19日、営業開始

※4 2011年12月22日、営業開始

※5 2013年4月1日より野球殿堂博物館に名称変更

# 東京ドーム

東京ドームは、野球・アメリカンフットボール・サッカーなどのフィールドスポーツから、コンサート・コンベンション・展示会まで、各種の大規模イベントに対応可能な多機能性が特長です。25周年を迎えた2014年1月期は、周年記念の様々なイベント・キャンペーンを展開していきます。



## 東京ドームの基本情報

開業日	1988年(昭和63年)3月17日
建設費	350億円

## 東京ドームの施設概要

面積	建築面積： 46,755㎡ (広さを比較する場合の「東京ドーム何個分」の基準) フィールド面積： 13,000㎡ (両翼100m・外野センターまで122m)
容積	約124万㎡ (大きさを比較する場合の「東京ドーム何杯分」の基準)

## 東京ドームの売上高

(単位:百万円)

	2011年1月期	2012年1月期	2013年1月期
売上高	12,341	11,842	13,326

## ジャンル別稼働日数

(単位:日数)

	2011年1月期	2012年1月期	2013年1月期
プロ野球 (うち読売ジャイアンツ戦)	87 (64)	78 (63)	101 (64)
その他野球	31	13	28
コンサート	91 (40)	90 (43)	109 (50)
その他イベント	63 (46)	85 (58)	75 (54)
合計	272	266	313

※コンサートとその他のイベントの( )内は本番日の日数

2013年1月期における売上高は、13,326百万円(前期比12.5%増)、稼働率は85.5%(同12.6ポイント増)となりました。プロ野球において、パシフィック・リーグ公式戦の増加、4年ぶりのメジャーリーグ開幕戦、読売ジャイアンツのリーグ優勝によるクライマックスシリーズと日本シリーズの開催に加え、コンサート・コンベンションなどのイベント開催が増加した結果、増収となりました。

東京ドームでの各種イベントの開催状況は、プロ野球を中心とした野球関連イベントが前期比で38日増と大幅に増加したほか、コンサートイベントが同19日増、展示会・ビジネスなど、その他のイベントは同10日減となりました。

2014年1月期は、東京ドームが25周年を迎えるため、周年事業として「東京ドーム開場25周年記念 GIANTS開幕祭2013」を皮切りに、各種イベント・キャンペーンを展開していきます。また、業績については、プロ野球においてクライマックスシリーズや日本シリーズなどを、不確定要因として予算化していないため、減収となる見通しです。

# 飲食&物販

「飲食&物販」は、東京ドーム・黄色いビル・東京ドームシティ アトラクションズ・青いビルなど、東京ドームシティの各施設にある直営の飲食店および売店で構成されます。東京ドームでのプロ野球を中心に、各施設で開かれるコンサート・コンベンション・展示会などのお客様に飲食や商品を提供しています。



2013年1月期における飲食&物販の売上高は14,615百万円(前期比23.6%増)となりました。MLB(Major League Baseball)開幕戦・読売ジャイアンツのセントラル・リーグおよび日本シリーズでの

優勝、大型コンサートの開催など、様々なイベントで東京ドームが好調に稼働したことが増収の主な要因です。

エリア別の売上高では、飲食&物販全体の8割以上を占める東京ドームエリア

が、東京ドームの高稼働により12,777百万円(同25.6%増)となりました。黄色いビルエリアは競馬の開催日数が増加し681百万円(同0.9%増)、アトラクションズエリアはアトラクションズの通期稼働や「バイキングゾーン」のリニューアルオープンなどで741百万円(同23.0%増)、青いビルエリアが283百万円(同10.0%増)、その他が131百万円(同8.5%増)となりました。

2014年1月期は、堅調な読売ジャイアンツ戦の動員に対して、商品の購買喚起を推進するメニューボードのデジタル化や読売ジャイアンツの選手による「選手プロデュース弁当」の充実などを図るほか、コンサートやイベントにおいてはコラボ商品の開発に取り組み、売上の確保を目指します。

## 東京ドームシティ主要施設エリア別売上高

(単位:百万円)

	2011年1月期	2012年1月期	2013年1月期
売上高	13,049	11,829	14,615
東京ドームエリア	10,603	10,172	12,777
黄色いビルエリア	944	675	681
(内訳) アトラクションズエリア	1,056	602	741
青いビルエリア	288	257	283
その他	156	121	131



メジャーリーグテーマレストラン「ベースボールカフェ」



ベースボールショップ TO:DO

# ラクア

ラクアは、「都会の真ん中でリフレッシュを楽しむ」をコンセプトに、天然温泉 スパ ラクア、ショップ&レストラン、アトラクションを集結したエンタテインメント型融合施設です。開業10周年となった2013年は、2～7月にかけてスパ ラクアおよびショップ&レストランをリニューアルし、より充実した施設内容でお客様をお迎えしています。



## ラクアの基本情報

開業日 2003年(平成15年)5月1日

## ラクアの施設概要

面積 敷地面積: 15,855.87㎡

階数 地下2階～9階

## ラクアの売上高およびスパ入館者数

	2011年1月期	2012年1月期	2013年1月期
売上高(百万円)	6,075	5,382	<b>5,617</b>
スパ入館者数(千人)	650	624	<b>658</b>

## ラクア来街者数

(単位:千人)

	2011年1月期	2012年1月期	2013年1月期
来街者数	13,275	11,721	<b>13,177</b>

## テナント売上

(単位:百万円)

	2011年1月期	2012年1月期	2013年1月期
テナント売上	12,046	11,232	<b>11,959</b>

2013年1月期におけるラクアの売上高は5,617百万円(前期比4.4%増)、スパ ラクアの入館者数は65万8,000人(同5.4%増)となりました。この要因は、東日本大震災による営業時間の短縮からの回復、東京ドームシティ内の各種イベントの開催、東京ドームシティ アトラクションズの通期稼働などによるものです。ラクア内のテナントの売上高も、同様の理由により来街者数が1,317万7,000人(同12.4%増)と増加したため、11,959百万円(同6.5%増)となりました。

ラクアは2013年5月1日に開業10周年を迎えました。これに伴い、記念イベント「10周年感謝 ラクアまつり」の開催に加え、スパ ラクア5階のリラクゼーションエリアの全面改装、さらにはショップ&レストラン58店舗の新規および改装オープンを実施しています。これらにより、2014年1月期は一層の増収が期待されます。

# 東京ドームシティ アトラクションズ

東京ドームシティ アトラクションズは、「後樂園ゆうえんち」の伝統を受け継いだ総合エンタテインメント施設です。常に新しい都市型レジャーを幅広いお客様に提供するため、2009年4月に「ジオポリスゾーン」、2010年3月に「スプラッシュガーデンゾーン」、2011年8月に「パラシュートゾーン」、2012年3月に「バイキングゾーン」と、継続的なりニューアルオープンを実施しています。



## 東京ドームシティ アトラクションズの基本情報

開業日 1955年(昭和30年)7月9日  
※「後樂園ゆうえんち」として開業し、2003年(平成15年)4月17日に改称

## アトラクション一覧

施設名	アトラクション名
ラクーアゾーン	ビッグ・オー / サンダードルフィン (2013年夏頃の営業再開を予定) ワンダードロップ / ザ・ダイブ ヴィーナスラグーン / ウォーターシンフォニー (無料)
バイキングゾーン	スーパーバイキング ソラブネ / フリフリグランプリ キッズハッカー / わんぱくバス / カラーセル
ジオポリスゾーン	マジクエスト / トウキョウパニッククルーズ ルパン三世 ～迷宮の罠～ 3Dトリックフォトスタジオ トリパラ※
パラシュートゾーン	スカイフラワー / ブルームエクスプレス ウォーターキャノン / フラッシュラッシュ ちゃぷちゃぷクリーク (無料) / おひげ屋敷
スプラッシュガーデンゾーン	ピクシーカップ / パワータワー コロッコ / マジカルミスト (無料)
シアターGロッソ	ヒーローショー他

※2013年3月16日に「3Dトリックアートパラダイス トリパラ」より改称・リニューアル

## 東京ドームシティ アトラクションズの売上高および乗り物利用者数(のべ乗車人数)

	2011年1月期	2012年1月期	2013年1月期
売上高(百万円)	2,967	1,353	2,169
利用者数(千人)	5,799	1,798	4,039

2013年1月期における東京ドームシティ アトラクションズの売上高は2,169百万円(前期比60.3%増)、乗り物利用者数は403万9,000人(同124.6%増)となりました。

2013年1月期は、春季にゴールデンウィークを含め週末が悪天候となり、夏季には猛暑、また秋以降も週末に悪天候が続き、乗り物利用者数への影響が懸念されました。しかしながら、「スピニングコースター舞姫」事故による休業から通期稼働となったこと、2011年8月19日にオープンした「パラシュートゾーン」が通期稼働、さらに「バイキングゾーン(旧タワーランド)」が2012年3月16日にリニューアルオープンしたことなどで、大幅な増収となりました。

「シアターGロッソ」でのヒーローショーは、「スピニングコースター舞姫」事故による休業から通期稼働となったことから、入館者数は前期と比べて31,907人の増加(15.9%増)となりました。また、夏季において「おひげ屋敷」「トリパラ」が好調となり、増収に寄与しました。

連休中のジェットコースター「サンダードルフィン」は、安全設備の最終確認後、2013年夏頃の営業再開を予定しています。これにより、アトラクションズの全施設が稼働することから、2014年1月期は引き続き増収となる見通しです。



キッズハッカー

# 黄色いビル

黄色いビルは、場外馬券売場の「WINS後楽園」(日本中央競馬会)と「oftt後楽園」(南関東4競馬)のほか、東京ドームボウリングセンター、東京ドーム ローラースケートアリーナなどを備えています。2014年1月期より、東京ドームシティのエンタテインメント性のさらなる向上を目指し、2つの新アミューズメントスポットを計画中です。



2013年1月期における黄色いビルの売上高は、「WINS後楽園」「oftt後楽園」ともに開催日数が前年より増加しましたが、日本中央競馬会に賃貸している「WINS後楽園」の賃料が2012年2月から改定となり、減少したため、5,280百万円(前期比2.1%減)となりました。

場外馬券売場としては日本最大の規模となる「WINS後楽園」の総利用者数は412万900人(同3.5%増)、1日平均の利用者数は3万8,513人(同3,380人減)でした。また、「oftt後楽園」の総利用者数は109万7,093人(同1.1%増)、1日平均の利用者数は4,074人(同374人減)とな

りました。なお、「oftt後楽園」の開催日数は269日であり、その内訳は大井競馬場102日、川崎競馬場62日、船橋競馬場54日、浦和競馬場51日です。

2013年4月末、日本中央競馬会との賃貸借契約の満了により「WINS後楽園」のフロアの一部(2フロア)が返還されました。このスペースを活用した黄色いビルの再開発として、新たなアミューズメントスポット「屋内型スポーツコンプレックス(名称未定)」「宇宙をテーマとしたエンタテインメント・ミュージアム(名称未定)」を展開します。それぞれ開業は2013年10月・2014年7月の予定で、東京ドームシティに新たなコンテンツを追加し、より幅広いお客様の獲得を目指していきます。

## 黄色いビルの施設概要

面積	敷地面積: 約11,735㎡
階数	8階

## 黄色いビルの売上高

(単位:百万円)

	2011年1月期	2012年1月期	2013年1月期
売上高	5,501	5,398	5,280

## WINS・oftt開催日数

(単位:日数)

	2011年1月期	2012年1月期	2013年1月期
WINS開催日数	106	95	107
oftt開催日数	269	244	269

# ミーツポート

「緑とリズムに包まれるリフレッシュ空間 ～for Swing People～」を基本コンセプトとして、2008年3月19日にオープンしたミーツポートは、ホール・ダイニング・ガーデンという3種の異なる機能を備えた、東京ドームシティの東側に位置するゲートビルです。2014年1月期は開業5周年の節目の年となります。



2013年1月期におけるミーツポートの売上高は、TOKYO DOME CITY HALLのイベント開催数および稼働率の増加や、テナント売上の増収などにより1,447百万円（前期比16.6%増）となりました。

テナント売上には、ミーツポート内のショップ・レストラン10店舗に加え、「パラシュートゾーン」1階のフードコート「GO-FUN（ゴファン）」など東京ドームシティ内の22店舗も含まれます。このうち、2011年8月19日に新規オープンし

た「GO-FUN（ゴファン）」が通期稼働となったこともあり、テナント全体で大幅な増収を達成しました。

2014年1月期は、ミーツポートが開業して5周年を迎えます。その記念として、まず、2013年3月1～31日まで、「ウォーリーを探せ!」とのコラボレーションで「5th Anniversary ミーツポートでウォーリーを探そう!」を開催し、スクラッチカードの配布やミステリーツアーへのご招待など、日頃のお客様のご愛顧に感謝するイベントを実施しました。

これ以降も、東京ドームシティとの連動企画など様々なイベントを実施しながら、引き続き収益の拡大を目指していきます。

## ミーツポートの基本情報

開業日 2008年（平成20年）3月19日

## ミーツポートの施設概要

面積 敷地面積：約4,814㎡  
階数 地下4階～5階

## ミーツポートの売上高

（単位：百万円）

	2011年1月期	2012年1月期	2013年1月期
売上高	1,039	1,241	1,447

## ミーツポートの来街者数

（単位：千人）

	2011年1月期	2012年1月期	2013年1月期
来街者数	3,426	3,042	3,318

# TOKYO DOME CITY HALL / 後楽園ホール / プリズムホール

最大3,000人超の収容能力を持つTOKYO DOME CITY HALL。1962年の開場以来、格闘技の名勝負を生んだ後楽園ホール。展示会・販売会・セミナーが開かれるプリズムホール。3ホールとも、イベント内容や開催規模に応じて幅広い対応が可能な多目的ホールです。



TOKYO DOME CITY HALL

2013年1月期の各ホールの売上高は、TOKYO DOME CITY HALLが679百万円（前期比19.1%増）、後楽園ホールが515百万円（同6.3%増）、プリズム

ホールが475百万円（同13.7%増）となりました。

TOKYO DOME CITY HALLは、イベント開催数が前期の327回から354回

へ増加したことに伴い、入館者数も43万1,000人から49万4,000人へと増加しました。

「格闘技の聖地」、後楽園ホールは、イベント開催数が前期の351回から371回に増加しました。その内、格闘技の開催数は329回で、前期の308回から21回増加しました。その内訳はボクシングが2回減少、プロレスが15回増加、キックボクシングが8回増加となりました。

プリズムホールは、前期と比較してイベント件数が19件、稼働日数も28日、増加しました。売上額の大きなイベント誘致の成功や、ホールを区切って2種類の異なるイベントを同時に開催したことが増収につながりました。

## 施設概要

	TOKYO DOME CITY HALL	後楽園ホール	プリズムホール
開業日	2008年（平成20年） 3月19日	1962年（昭和37年） 4月16日	1990年（平成2年） 12月17日
面積	12,300㎡ （客席部分を含む）	ホール：575㎡ 展示会場：198㎡	2,809㎡
収容人数	最大 約3,000名	最大 2,005名	最大 約2,000名

## 各ホールの売上高

（単位：百万円）

	TOKYO DOME CITY HALL※	後楽園ホール	プリズムホール
2011年1月期	742	498	419
2012年1月期	570	484	418
2013年1月期	<b>679</b>	<b>515</b>	<b>475</b>

※TOKYO DOME CITY HALLの売上高は、ミーツポートの売上高に含まれる（P.30を参照）

## 各ホールの稼働率

	TOKYO DOME CITY HALL	後楽園ホール	プリズムホール
2011年1月期	95.3%	94.2%	50.7%
2012年1月期	89.6%	96.2%	55.6%
2013年1月期	<b>96.7%</b>	<b>101.4%</b>	<b>63.1%</b>



後楽園ホール

# 東京ドームホテル

東京ドームホテルは、エンタテインメントエリアである東京ドームシティ内という好立地が大きな特長です。2013年1月期は、シティ内の各施設で開催されるイベントに連動した、当ホテルならではの宿泊プランがご好評をいただきました。2014年1月期も、新たな顧客の開拓に向けて、より独自性にあふれた新商品の企画・開発を目指していきます。

事業紹介／東京ドームシティ事業



2013年1月期における東京ドームホテルの売上高は12,491百万円（前期比16.6%増）、客室稼働率は82.1%（同13.0ポイント増）となりました。宿泊者数は468千人（同20.5%増）、婚礼組数は290組（同9.8%増）、宴会件数は2,194件（同12.0%増）となりました。

外交問題の顕在化による中国人旅行者のキャンセルが相次いだものの、前期にあった東日本大震災の影響から回復し、宿泊・宴会・レストランの全部門で増収となりました。これら3部門の概況は以下の通りです。

宿泊部門では、東京ドームシティ アトラクションズと連携し、プレミアム特典を付けたヒーローショー宿泊プランが人気を呼び、ほぼ完売しました。また、プリズムホールで開催されたイベントと連動した、ウルトラマン巡回パトロール宿泊プランも大好評となりました。これらは、東京ドームシティ内の立地という優位性を活かした、当ホテルならではの商品企画といえます。

婚礼宴会では、組数・売上とも前期を上回ったほか、新規来館者の増加を目指して、ウェブサイトの婚礼部門を全面リニューアルしました。また、一般宴会も回復基調にあり、学会および企業の周年記念など大型案件の受注を達成しました。

レストラン部門では、宿泊客による朝食摂取率の上昇に加え、東京スカイツリー開業に伴うバス団体客、北海道フェアでの集客、ディナープランなどの好調もあり、過去最高に迫る営業利益を達成しました。



客室



リラッサ



東京ドームホテル エントランス

2014年1月期は、東京ドームシティの各施設およびグループ各社との協力を基に、各種イベントと連動した宿泊プランの拡充を引き続き推進します。施設面では、エクセレンシラウンジや婚礼施設のリノベーションを行い、顧客満足度の一層の向上を図ります。

さらに、国内外の新たな顧客の開拓に向けて、東京ドームシティの各施設と、東京ドームシティ周辺地域の観光施設などを組み合わせた新商品の企画にも取り組んでいきます。

#### 東京ドームホテルの基本情報

開業日 2000年(平成12年)6月1日

#### 東京ドームホテルの施設概要

面積 敷地面積: 12,621.77㎡

階数 地下3階~43階

高さ 155m

客室数 1,006室

#### 東京ドームホテルの売上高

(単位:百万円)

	2011年1月期	2012年1月期	2013年1月期
売上高	12,989	10,717	12,491

#### 東京ドームホテルの客室稼働率・宿泊者数・外国人宿泊者数・婚礼組数・宴会件数

	2011年1月期	2012年1月期	2013年1月期
客室稼働率 (%)	84.1	69.1	82.1
宿泊者数 (千人)	486	388	468
(内訳)			
日本人宿泊者数 (千人)	349	307	357
外国人宿泊者数 (千人)	137	80	111
婚礼組数 (組)	411	264	290
宴会件数 (件)	2,199	1,959	2,194



光のチャペル



天空



アーティスト カフェ

# その他の営業施設

## ASOBono!(アソボノ)／ GO-FUN(ゴファン)／サウナ東京ドーム

東京ドームシティ内のその他の施設から、2011年8月19日に共に新規オープン後、通期稼働となった「ASOBono!(アソボノ)」と「GO-FUN(ゴファン)」、そしてサウナ東京ドームをご紹介します。



ASOBono!

2013年1月期における各施設の売上高は、「ASOBono!(アソボノ)」が好調となり359百万円、「GO-FUN(ゴファン)」が501百万円、サウナ東京ドームが279百万円(前期比1.4%増)となりました。

未就学児を対象とした屋内型キッズ施設「ASOBono!(アソボノ)」の入館者数は、通期稼働もあって約35万8,000人に増加しました。

6店舗が揃ったフードコート「GO-FUN(ゴファン)」は、「ASOBono!(アソボノ)」や東京ドームシティ アトラクションズに隣接していることもあり、ファミリー層を中心に76万1,000人のお客様にご利用いただきました。

青いビル3階にあるサウナ東京ドームは、東日本大震災からの回復に加えて、「50周年記念感謝祭」実施などの効果により、来場者数が増加しました。1962

年の開業以来、多数のお客様にご愛顧いただきましたが、青いビルの耐震補強工事に伴い2013年8月31日に営業を終了します。

### ASOBono!(アソボノ)の施設概要

面積	敷地面積：約1,720㎡ ※常設のキッズ施設としては東京都内で最大級
定員	500名

### GO-FUN(ゴファン)の施設概要

店舗数	6店舗
席数	約300席



GO-FUN

### ASOBono!(アソボノ)、GO-FUN(ゴファン)、サウナ東京ドームの売上高 (単位:百万円)

	2011年1月期	2012年1月期	2013年1月期
ASOBono!(アソボノ)	—	169	359
GO-FUN(ゴファン)※	—	253	501
サウナ東京ドーム	283	275	279

※GO-FUN(ゴファン)の売上高は、ミーツポートの売上高に含まれる(P.30を参照)



サウナ東京ドーム

## 東京ドームボウリングセンター／ 東京ドーム ローラースケートアリーナ

黄色いビル内にある、東京ドームボウリングセンターと東京ドーム ローラースケートアリーナをご紹介します。



東京ドームボウリングセンター

東京ドームボウリングセンター、東京ドーム ローラースケートアリーナの売上高 (単位:百万円)

	2011年1月期	2012年1月期	2013年1月期
東京ドームボウリングセンター	355	335	345
東京ドーム ローラースケートアリーナ	-	21	92

2013年1月期における両施設の売上高は、東京ドームボウリングセンターが345百万円(前期比3.0%増)、東京ドーム ローラースケートアリーナは2011年12月22日にオープン後、通期稼働により92百万円となりました。

黄色いビル4・5階にある東京ドームボウリングセンターは、東日本大震災の影響による営業中止や営業時間の短縮から回復し、入場者数が増えて増収となりました。

黄色いビル4階にある東京ドーム ローラースケートアリーナは、通期稼働により前年と比べて70百万円の増加となりました。専門のインストラクターによる無料ワンポイントレッスンやスクールがあり、初心者の方でも安心してスケートを楽しめます。

2014年1月期は、黄色いビル3階に新たなアミューズメントスポットとして「屋内型スポーツコンプレックス(仮称)」がオープンする予定であり、ボウリングやローラースケートとの相乗効果が期待されます。



東京ドーム ローラースケートアリーナ

# ショップイン

流通事業では、「Stylish Beauty」をコンセプトに、セレクトコスメショップとして化粧品やビューティーアイテムを取り扱うショップインを運営しています。2010年からスタートした小型店「ショップイン コスメティーク」を含め、全国で44店舗を展開中です。



## 売上高・客単価・月坪売上・店舗数

	2011年1月期	2012年1月期	2013年1月期
売上高 (百万円)	8,114	7,501	<b>7,586</b>
客単価 (円)	2,497	2,461	<b>2,438</b>
月坪売上 (千円)	394	368	<b>347</b>
店舗数	40	41	<b>44</b>

2013年1月期における流通事業の売上高は7,586百万円(前期比1.1%増)、客単価は2,438円(同0.9%減)、1カ月当たりの坪売上(月坪売上)は34万7千円(同5.7%減)となりました。

ショップインは、東日本大震災の影響による営業時間の短縮から通常の営業に戻ったこと、および新店舗4店(マルイシティ池袋店・丸井柏VAT店・川越アトレマルヒロ店・コスメティーク 阿佐ヶ谷ダイヤ街店)のオープンなどで、増収となりました。

2014年1月期は、6月に「コスメティーク アトレ吉祥寺店」「シャポー本八幡店」、7月に「なんばウォーク店」をオープンするなど、各地域の営業条件を見極めながら、新規出店の検討を行っていきます。



# アドホック新宿ビル／プチモールニツ木など

不動産事業では、主に連結子会社の松戸公産(株)が不動産の賃貸事業を行っています。所有物件には、商業施設ビルのアドホック新宿ビル(東京都新宿区)、ショッピングモールのプチモールニツ木(千葉県松戸市)、オフィスビルの代々木イーストビル(東京都渋谷区)・市ヶ谷ビル(東京都新宿区)・柿の木坂BMWビル(東京都目黒区)などがあります。



プチモールニツ木

## 不動産事業の売上高

(単位:百万円)

	2011年1月期	2012年1月期	2013年1月期
売上高	1,409	1,557	1,552

## 松戸公産(株)の不動産事業の売上高

(単位:百万円)

	2011年1月期	2012年1月期	2013年1月期
売上高	1,140	1,294	1,294

2013年1月期における不動産事業の売上高は1,552百万円(前期比0.3%減)となりました。

松戸公産(株)の不動産事業では、賃料相場の下落と空室率の上昇が続く厳しい賃貸オフィス市況において、代々木イーストビルと市ヶ谷ビルのテナント賃料が減額となる一方、アドホック新宿ビルとプチモールニツ木の商業ビルなどが順調に推移しました。

また、前期に取得した代々木イーストビルが通期稼働したため、全体では1,294百万円となり、前期並みの売上高を維持しました。なお、柿の木坂BMWビルは、2013年1月に取得しています。

2014年1月期は、収益基盤の強化に向けて新規の優良物件の取得を目指すほか、保有施設の安全性・快適性を向上させる補修・整備を実施していきます。



アドホック新宿ビル



代々木イーストビル

# 熱海後樂園ホテル

熱海湾を望む熱海後樂園ホテルは、1965年8月に開業。天然温泉、エステサロン、ご家族全員で楽しめる遊園地「APIO（アピオ）」に加え、国際会議・学会会議・コンベンション・イベント・講演会にも対応可能な大小様々な会議施設を備えるなど、充実した施設が魅力の大型リゾートホテルです。



## 熱海後樂園ホテルの施設概要

タワー館	階数：18階	客室数：93室
みさき館	階数：11階	客室数：142室

## 熱海後樂園ホテルの売上高と客室稼働率・宿泊者数

	2011年1月期	2012年1月期	2013年1月期
売上高(百万円)	4,561	3,662	<b>4,286</b>
客室稼働率(%)	72.2	60.5	<b>71.3</b>
宿泊者数(千人)	197	161	<b>192</b>

2013年1月期における売上高は4,286百万円(前期比17.0%増)、客室稼働率は71.3%(同10.8ポイント増)、宿泊者数は19万2,000人(同19.4%増)となりました。宿泊部門が東日本大震災の影響から回復し、大幅な増収となりました。

2014年1月期は、新規顧客の開拓やウェブ商品の強化、インターネットによる販売力の強化などで、業績のさらなる拡大を図ります。



タワー館大浴場



宴会場

# 東京ドームホテル 札幌

札幌市の中心に位置する東京ドームホテル 札幌の目の前には、市民の憩いの場である大通公園が広がります。1988年6月に「札幌後楽園ホテル」として開業ののち、2011年4月1日より名称を「東京ドームホテル 札幌」に変更。グループホテルとして、東京ドームホテルとの連携強化を図っています。



## 東京ドームホテル 札幌の施設概要

階数	地下3階～14階
客室数	285室

## 東京ドームホテル 札幌の売上高と客室稼働率・宿泊者数・婚礼組数・宴会件数

	2011年1月期	2012年1月期	2013年1月期
売上高 (百万円)	2,546	2,584	<b>2,698</b>
客室稼働率 (%)	62.8	65.3	<b>72.9</b>
宿泊者数 (千人)	114	120	<b>134</b>
婚礼組数 (組)	160	196	<b>192</b>
宴会件数 (件)	2,606	2,713	<b>2,639</b>

2013年1月期における売上高は2,698百万円(前期比4.4%増)、客室稼働率は72.9%(同7.6ポイント増)、宿泊者数は13万4,000人(同11.1%増)でした。東日本大震災の影響からの回復とブランド効果の浸透に加え、宿泊部門において、東南アジアを中心とした訪日外国人の増加およびウェブ経由の予約の大幅な増加があったことが、増収・客室稼働率アップの主な要因です。

2014年1月期は、さらなる認知度向上の継続、顧客アンケートの活用による一層の顧客満足度の向上、オリジナル商品の企画によるウェブ商品の充実などで、安定した収益の確保を図ります。



アトリウムロビー



レストラン パティオ

# 松戸競輪場

競輪事業では、主に連結子会社の松戸公産(株)が、松戸競輪場の賃貸・運営および場外発売を行っています。



## 松戸競輪場の施設概要

面積	敷地面積: 48,791.03㎡
競争路周長	333.33m
総収容人数	32,297人

## 競輪事業の売上高内訳(賃貸収入・運営受託収入・その他収入)

(単位:百万円)

	2011年1月期	2012年1月期	2013年1月期
競輪事業売上	2,465	2,462	<b>2,058</b>
賃貸収入	906	763	<b>580</b>
(内訳) 運営受託収入	1,285	1,395	<b>1,084</b>
その他収入	273	303	<b>392</b>

## 松戸競輪場の車券売上

(単位:百万円)

	2011年1月期	2012年1月期	2013年1月期
車券売上	42,504	38,095	<b>24,114</b>

※車券売上は、主催者に帰属する営業指標

2013年1月期における、競輪事業の売上高は2,058百万円(前期比16.4%減)となりました。

松戸公産(株)の競輪場外車券売場「サテライト大和(たいわ)」(宮城県黒川郡大和町)は、フロア改装と業務委託内容の見直しで増収となりました。また、松戸競輪場における競輪の開催日数は262日で、前期の224日を上回りましたが、GI・GIIIなど大型レースの開催減少により、減収となりました。以上によって、競輪事業全体では減収となりました。

2014年1月期は、車券売上高が長期的に低下する傾向の中で、費用対効果を意識したコストの重点管理に努めるとともに、安全性と快適性を最優先とする施設の整備を実行していきます。



# その他

その他は、スポーツ施設の運営受託、生命・損害・医療保険代理店事業、立体駐車場などの設計・施工・運営管理事業、有価証券の保有・管理事業などで構成されています。



## その他の売上高

(単位:百万円)

	2011年1月期	2012年1月期	2013年1月期
売上高	5,463	4,403	4,008

## 「スパイアス」の売上高

(単位:百万円)

	2011年1月期	2012年1月期	2013年1月期
売上高	793	700	136

※2013年1月期は2012年2~3月の2カ月のみ

2013年1月期における、その他の売上高は4,008百万円(前期比9.0%減)となりました。

連結子会社の(株)東京ドームスポーツでは、スポーツ施設の指定管理受託事業において「文京江戸川橋体育館」(東京都文京区)など3件の新規受託や、運営受託を行う「ASOBono!(アソボーノ)」の通期稼働がありました。しかしながら、同じく運営受託を行っていた横浜の「スパイアス」について、2012年3月末の契約満了により運営受託が終了したことから、全体としては減収となりました。

なお、立体駐車場などの設計・施工・運営管理事業を営む連結子会社の東和工建(株)については、2013年3月29日をもって、全株式を売却しました。

### 財務セクション

次ページ以降の財務データは、2013年1月期(自2012年2月1日 至2013年1月31日)の決算情報を加え作成しています。

本資料が、みなさまにとりまして当社をご理解いただく一助となれば幸いです。

# 財務セクション／連結財務ハイライト

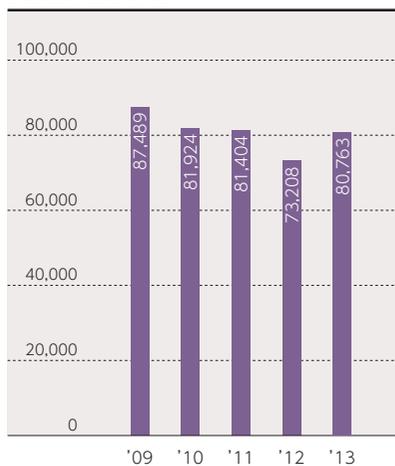
(株) 東京ドーム及び連結子会社  
1月31日で終了した1年間

	単位: 百万円				
	2009	2010	2011	2012	2013
売上高	¥ 87,489	¥ 81,924	¥ 81,404	¥ 73,208	¥ <b>80,763</b>
営業利益	12,455	8,398	8,663	5,248	<b>9,646</b>
当期純利益 (損失)	6,676	△1,004	△873	362	<b>3,914</b>
資産合計	314,833	307,992	302,864	297,848	<b>300,690</b>
純資産合計	49,186	51,501	49,042	52,427	<b>61,455</b>

1株当たり情報:	単位: 円				
	2009	2010	2011	2012	2013
当期純利益 (損失) (注)	¥ 35.11	¥ △5.27	¥ △4.58	¥ 1.90	¥ <b>20.53</b>
配当金	5	5	—	—	<b>5</b>

注: 1株当たりの当期純利益(損失)は各年度の発行済普通株式数の加重平均値をベースに算出しています。

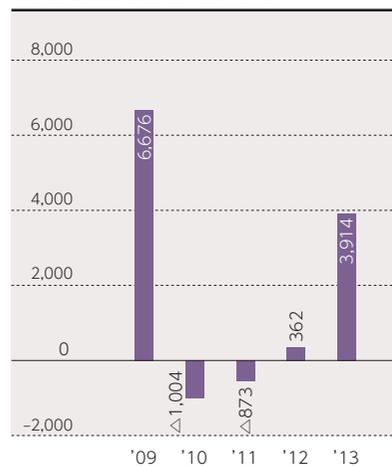
売上高 (百万円)



営業利益 (百万円)



当期純利益 (損失) (百万円)



## 財務セクション／財務状況と経営成績に関する説明および分析

(株) 東京ドーム及び連結子会社  
1月31日で終了した1年間

### 2013年1月期の財務状況

2013年1月期の連結業績(2012年2月1日～2013年1月31日)	(単位：百万円)		
	2012年1月期	2013年1月期	増減額
資産合計	¥297,848	¥300,690	¥2,842
負債合計	245,421	239,235	△6,185
純資産合計	52,427	61,455	9,027
営業活動によるキャッシュ・フロー	8,497	18,165	9,668
投資活動によるキャッシュ・フロー	△8,466	△4,881	3,584
財務活動によるキャッシュ・フロー	△3,373	△11,446	△8,073
現金及び現金同等物の期末残高	10,014	11,852	1,837

### 2013年1月31日現在の資産、負債、純資産の概況

当期末の資産合計は、2,842百万円増加(前期末比1.0%増)し、300,690百万円となりました。

負債については、負債合計が6,185百万円減少(前期末比2.5%減)し、239,235百万円となりました。中期経営計画「起動」の目標である、有利子負債の圧縮が順調に進み、有利子負債は、181,230百万円(前期比8,936百万円減)となりました。また、インタレスト・カバレッジ・レシオについては、支払利息の減少と、営業利益の大幅な増加により、4.3倍(前期末2.2倍)となりました。

純資産については、前期末比9,027百万円増加し、61,455百万円となり、自己資本比率は、前期末の17.6%から当期末20.4%へと2.8ポイント改善しました。D/Eレシオは、前期末3.6倍から当期末2.9倍となりました。

### キャッシュ・フローの状況

当連結会計年度における連結ベースの現金及び現金同等物は、以下の要因により、前連結会計年度に比べ1,837百万円(18.3%)増加し、11,852百万円となりました。

#### ・営業活動によるキャッシュ・フロー

営業活動によるキャッシュ・フローは、通期営業を回復したことに加え、読売ジャイアンツのセントラル・リーグ優勝によって東京ドームでの試合数が増加したことなどにより、18,165百万円となり、前期比9,668百万円(113.8%)の増加となりました。

### ・投資活動によるキャッシュ・フロー

投資活動によるキャッシュ・フローは、設備投資の対象を厳選したことなどにより、△4,881百万円となり、前期比3,584百万円の増加となりました。

### ・財務活動によるキャッシュ・フロー

財務活動によるキャッシュ・フローは、営業活動によるキャッシュ・フローが回復し、有利子負債の削減が順調に進んだことなどにより、△11,446百万円となり、前期比8,073百万円の減少となりました。

## 2014年1月期の見通し

### 2014年1月期の業績見通し(2013年3月14日発表)

(単位：百万円)

	売上高	営業利益	当期純利益	1株当たり 当期純利益 (円)
2014年1月期	¥80,500	¥9,000	¥4,500	¥23.59
2013年1月期	80,763	9,646	3,914	20.53
増減率 (%)	△0.3	△6.7	15.0	14.9

2014年1月期の業績については、東京ドームホテルの一部フロアの改修や2013年1月期に取得した賃貸ビルの通期稼働による増収要因もある一方で、プロ野球のクライマックスシリーズや日本シリーズの開催などの不確定要因を見込んでいないこと、また、松戸競輪場における開催日数の減少などもあり、減収となる見通しです。また、2013年1月期においては、次期以降に実施を予定している大きな設備改修や工事に係る損失を特別損失に引当計上していますが、2014年1月期においては、それ以降の大きな設備改修の計画などが現時点でないため、営業利益・経常利益では減益となるものの、当期純利益では増益となる見通しです。この結果、売上高は80,500百万円(前期比0.3%減)、営業利益は9,000百万円(同6.7%減)、経常利益は6,300百万円(同15.0%減)、当期純利益は4,500百万円(同15.0%増)となる見通しです。

#### 業績予想に関する留意事項

当レポートに掲載されている2014年1月期および将来に関する記述は、当社および当社グループが現時点で入手可能な情報から得られた判断に基づいていますが、リスクや不確実性を含んでいます。よって、実際の業績は様々な要因により、記述されている業績予想とは大きく異なる結果となりうることをご承知おきください。実際の業績に影響を与える重要な要因には、当社および当社グループの事業を取り巻く経済環境、市場動向、為替レートの変動などが含まれています。

# 財務セクション／連結5年間の要約財務データ

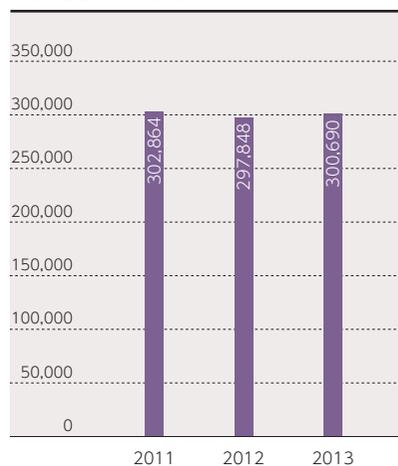
(株) 東京ドーム及び連結子会社  
1月31日で終了した1年間

単位：百万円

	2009	2010	2011	2012	2013
<b>貸借対照表データ</b>					
資産合計	¥ 314,833	¥ 307,992	¥ 302,864	¥ 297,848	¥ 300,690
流動資産合計	21,660	20,002	21,937	18,752	19,247
固定資産合計	292,304	287,054	279,646	277,553	279,637
繰延資産合計	868	935	1,280	1,543	1,806
流動負債合計	83,256	86,536	76,242	80,558	75,944
固定負債合計	182,389	169,953	177,579	164,862	163,291
純資産合計	49,186	51,501	49,042	52,427	61,455
<b>損益計算書データ</b>					
売上高	¥ 87,489	¥ 81,924	¥ 81,404	¥ 73,208	¥ 80,763
売上原価	68,558	67,094	66,425	62,016	65,306
一般管理費	6,475	6,432	6,315	5,943	5,810
営業利益	12,455	8,398	8,663	5,248	9,646
法人税等合計	119	2,990	3,521	549	1,574
当期純利益 (損失)	6,676	△1,004	△873	362	3,914
<b>1株当たり情報 (単位：円)</b>					
1株当たり当期純利益 (損失) (注)	¥ 35.11	¥ △5.27	¥ △4.58	¥ 1.90	¥ 20.53
1株当たり配当額	5	5	—	—	5
1株当たり純資産	257.96	270.20	257.41	275.10	322.19
<b>財務流動性</b>					
運転資本	¥ △61,596	¥ △66,534	¥ △54,305	¥ △61,806	¥ △56,697
株主資本比率	15.6%	16.7%	16.2%	17.6%	20.4%
流動比率	26.0%	23.1%	28.8%	23.3%	25.3%
<b>その他</b>					
設備投資額	¥ 11,093	¥ 8,312	¥ 9,423	¥ 8,804	¥ 5,309
売上高に対する設備投資額の比率	12.7%	10.1%	11.6%	12.0%	6.6%

注：1株当たりの当期純利益(損失)は各年度の発行済普通株式数の加重平均値をベースに算出しています。

資産合計 (百万円)



負債合計・純資産合計 (百万円)



設備投資額 (百万円)



# 財務セクション／個別5年間の要約財務データ

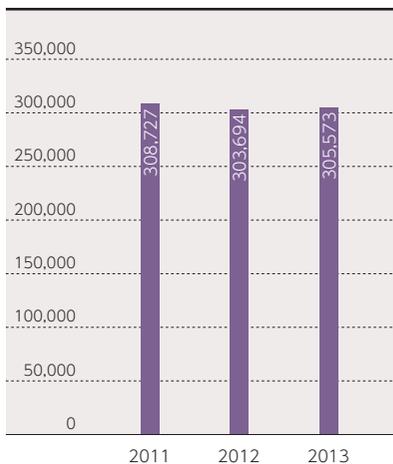
(株) 東京ドーム  
1月31日で終了した1年間

単位：百万円

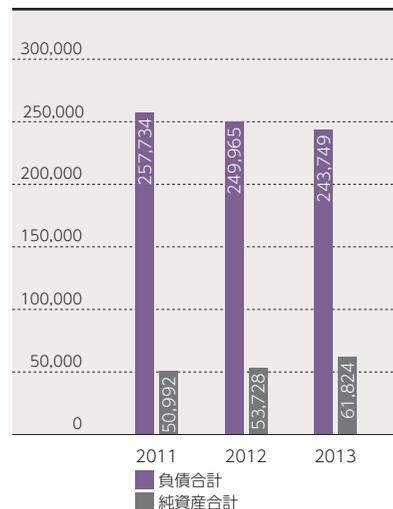
	2009	2010	2011	2012	2013
<b>貸借対照表データ</b>					
資産合計	¥ 319,184	¥ 315,021	¥ 308,727	¥ 303,694	¥ <b>305,573</b>
流動資産合計	12,369	12,482	12,260	11,375	<b>12,573</b>
固定資産合計	305,945	301,604	295,186	290,775	<b>291,193</b>
繰延資産合計	868	935	1,280	1,543	<b>1,806</b>
流動負債合計	79,729	84,083	73,604	78,187	<b>73,605</b>
固定負債合計	185,631	177,408	184,130	171,778	<b>170,144</b>
純資産合計	53,823	53,530	50,992	53,728	<b>61,824</b>
<b>損益計算書データ</b>					
売上高	¥ 59,893	¥ 56,985	¥ 55,970	¥ 51,222	¥ <b>57,055</b>
売上原価	44,442	43,715	43,040	40,947	<b>43,570</b>
一般管理費	4,581	4,620	4,465	4,237	<b>4,236</b>
営業利益	10,869	8,649	8,464	6,037	<b>9,249</b>
法人税等合計	△535	2,686	3,525	198	<b>1,236</b>
当期純利益(損失)	4,099	△4,348	△1,058	△163	<b>3,254</b>
<b>1株当たり情報(単位：円)</b>					
1株当たり当期純利益(損失)(注)	¥ 21.45	¥ △22.77	¥ △5.55	¥ △0.86	¥ <b>17.05</b>
1株当たり配当額	5	5	—	—	<b>5</b>
1株当たり純資産	281.79	280.36	267.18	281.57	<b>324.02</b>
<b>財務流動性</b>					
運転資本	¥ △67,359	¥ △71,601	¥ △61,344	¥ △66,811	¥ <b>△61,032</b>
株主資本比率	16.9%	17.0%	16.5%	17.7%	<b>20.2%</b>
流動比率	15.5%	14.8%	16.7%	14.5%	<b>17.1%</b>

注：1株当たりの当期純利益(損失)は各年度の発行済普通株式数の加重平均値をベースに算出しています。

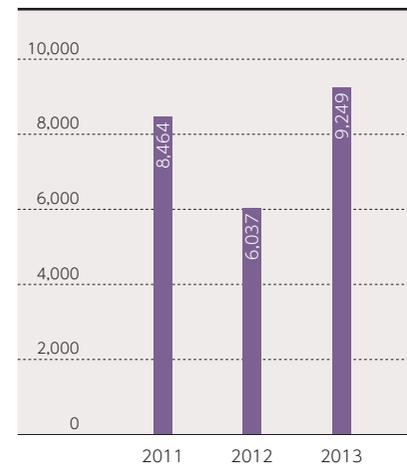
資産合計 (百万円)



負債合計・純資産合計 (百万円)



営業利益 (百万円)



## 会社概要

(2013年1月31日現在)

### 商号

(株) 東京ドーム

### 本社

〒112-8575 東京都文京区後楽1丁目3番61号

### 電話

03-3811-2111 (代表)

### URL

<http://www.tokyo-dome.jp>

### 設立

1936年(昭和11年)12月25日

### 代表者

代表取締役社長 執行役員 久代 信次

### 資本金

20億3千8百万円

### 従業員数

827名

### 発行済株式総数

191,714,840株

### 主な連結子会社

(株) 東京ドームホテル  
(株) 札幌後楽園ホテル  
松戸公産(株)

(株) 東京ドーム・リゾートオペレーションズ  
(株) 東京ドームファシリティーズ  
(株) 東京ドームスポーツ

### 上場証券取引所

東京証券取引所第1部

### 株主名簿管理人

〒100-8233 東京都千代田区丸の内1丁目4番1号  
三井住友信託銀行株式会社

### 定時株主総会

毎年4月、東京にて開催

# セグメント別関連会社一覧

(2013年1月31日現在)

・持分法適用関連会社3社(※)

連結・持分法適用関連会社

セグメント別関連会社一覧

東京ドームシティ事業	東京ドームホテル	(株) 東京ドームホテル
	スパ・フィットネス	(株) 東京ドームスポーツ
	その他	(株) 東京ドームファシリティーズ 後楽園事業(株)
流通事業	—	
不動産事業	賃貸等不動産の管理	松戸公産(株)
		後楽園不動産(株)
		(株) 後楽園フードサービス
		(株) 水戸後楽園
熱海事業	熱海後楽園ホテル	(株) 東京ドーム・リゾートオペレーションズ
札幌事業	東京ドームホテル 札幌	(株) 札幌後楽園ホテル
競輪事業	松戸競輪場等	松戸公産(株)
		花月園観光(株) ※
その他	スポーツ施設運営受託等	(株) 東京ドームスポーツ
	立体駐車場の設計・施工・ 運営管理	東和工建(株)
	有価証券の保有・管理	オリンピック興業(株)
	保険代理店等	進商事(株)
	その他	(株) 後楽園ロコモティブ
	ビデオソフト制作・ 有線テレビジョン放送	東京ケーブルネットワーク(株) ※
	ゴルフ場	TERREY HILLS GOLF AND COUNTRY CLUB HOLDINGS LTD. ※

# 株式情報

(2013年1月31日現在)

発行可能株式総数	396,000,000株
発行済株式総数	191,714,840株
株主数	18,230名 (自己株式1名を除く)

## 大株主(上位10名)

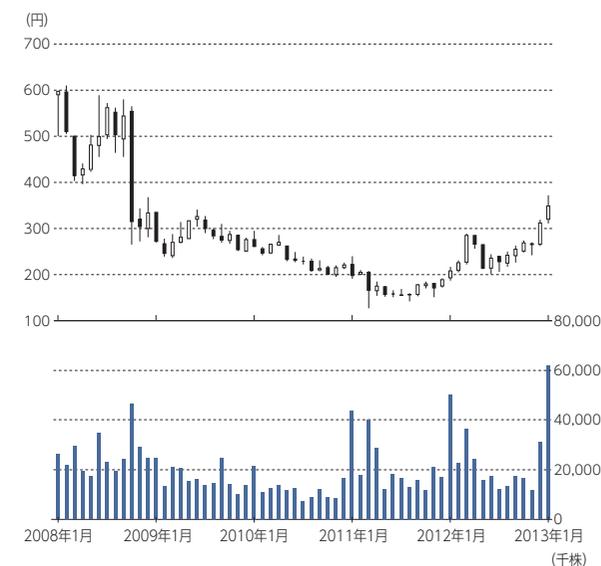
株主名	当社への出資状況	
	持株数(千株)	持株比率(%)※
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	17,334	9.08
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	8,565	4.48
富国生命保険相互会社	8,553	4.48
株式会社みずほコーポレート銀行	6,753	3.53
株式会社竹中工務店	6,686	3.50
日本興亜損害保険株式会社	3,720	1.94
株式会社みずほ銀行	3,610	1.89
日本生命保険相互会社	3,261	1.70
朝日生命保険相互会社	3,111	1.63
野村證券株式会社	2,948	1.54

※ 持株比率は、自己株式(909,209株)を控除して計算し、小数点第3位以下を切り捨てて表示しています。

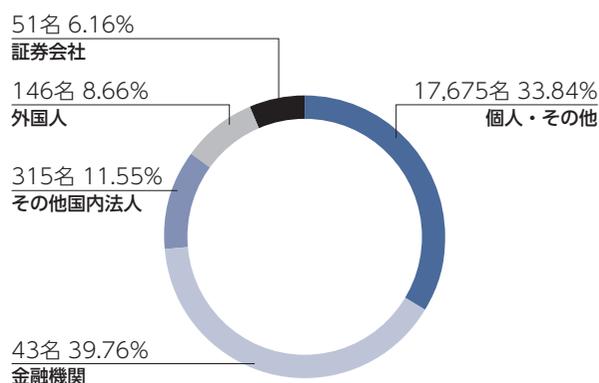
## 自己株式の取得、処分等及び保有

1. 取得株式	
普通株式	17,665株
取得価額の総額	4百万円
2. 処分・消却株式	該当事項はありません
3. 失効手続をした株式	該当事項はありません
4. 決算期における保有株式 普通株式	909,209株

## 株価の推移・株式売買高の推移



## 持株比率(%)



(注) 持株比率は自己株式を控除して計算し、小数点第3位以下を切り捨てて表示しています。

1936/12/25	プロ野球専用球場建設のため資本金200万円にて設立
1937/9	野球場竣工
1942/9	連結子会社後楽園不動産(株)設立
1949/5	東京証券取引所に株式上場
1949/7	大阪証券取引所に株式上場
1949/10	競輪場竣工
1955/7	後楽園ゆうえんち開業
1959/12	石打後楽園スキー場(現・舞子後楽園スキー場)開業
1962/1~4	ボウリング会館(サウナ、ホール、飲食店など)開業(現・青いビル)
1962/2	連結子会社(株)後楽園フードサービス設立
1965/8	熱海後楽園ホテル開業
1971/9	連結子会社(株)後楽園ロコモティヴ設立
1972/5	連結子会社(株)北海道後楽園設立
1973/3	都営競輪廃止
1973/4	黄色いビル(場外馬券売場、ローラースケート場、ボウリング場など)開業
1973/9	札幌後楽園カントリークラブ開業
1977/11	黄色いビル別館(場外馬券売場)開業
1980/2	連結子会社(株)後楽園ファイナンス設立
1984/7	連結子会社(株)熱海後楽園設立
1985/10	連結子会社(株)大阪後楽園ホテル設立
1986/10	大阪後楽園ホテル開業
1987/2	連結子会社(株)札幌後楽園ホテル設立
1987/3	連結子会社(株)西日本後楽園買収
1988/3	東京ドーム開業
1988/6	札幌後楽園ホテル開業
1989/5	馬頭後楽園ゴルフコース&ホテル開業
1990/9	(株)後楽園スタジアムを(株)東京ドームに社名変更
1990/12	ビッグエッグプラザ1、プリズムホール開業
1992/7	ビッグエッグプラザ2、ジオボリス(屋内遊園地)開業
1995/4	連結子会社(株)水戸後楽園買収
1996/5	水戸後楽園カントリークラブ開業
1997/2	連結子会社(株)北海道後楽園観光開発設立
1999/2	連結子会社(株)東京ドームホテル設立
2000/3	連結子会社(株)東京ドーム・リゾートオペレーションズ設立
2000/6	東京ドームホテル開業 市原後楽園ゴルフ&スポーツ開業
2001/2	大阪後楽園ホテル閉鎖
2002/1	連結子会社(株)大阪後楽園ホテル清算終了
2002/7	連結子会社(株)熱海後楽園清算終了
2003/5	ラクア開業
2004/12	松戸公産(株)を完全子会社化
2006/10	持分法適用関連会社理想ゴルフサービス(株)清算終了
2006/11	連結子会社(株)後楽園ファイナンスの全株式を譲渡
2006/11	連結子会社サンエスファクタリング(株)清算終了
2007/5	札幌後楽園カントリークラブ、馬頭後楽園ゴルフコース&ホテル、水戸後楽園カントリークラブ、市原後楽園ゴルフ&スポーツ、城島後楽園ゆうえんち/ホテル/カントリークラブを事業譲渡
2007/8	舞子後楽園スキー場&ホテルを事業譲渡
2008/3	ミーツボート開業
2009/4	屋内遊園地「ジオボリス」リニューアルオープン
2011/4	札幌後楽園ホテルを東京ドームホテル 札幌に名称変更

株式会社 東京ドーム

〒112-8575 東京都文京区後楽1丁目3番61号

TEL: 03-3811-2111 (代表)

URL: <http://www.tokyo-dome.jp>



この冊子は「FSC認証紙」と、揮発性有機溶剤を含まない「VOCゼロ型インキ」を使用し、印刷はアルカリ性現像廃液を出さず、イソプロピルアルコールなどを含む湿し水が不要な「水なし印刷方式」を採用しています。