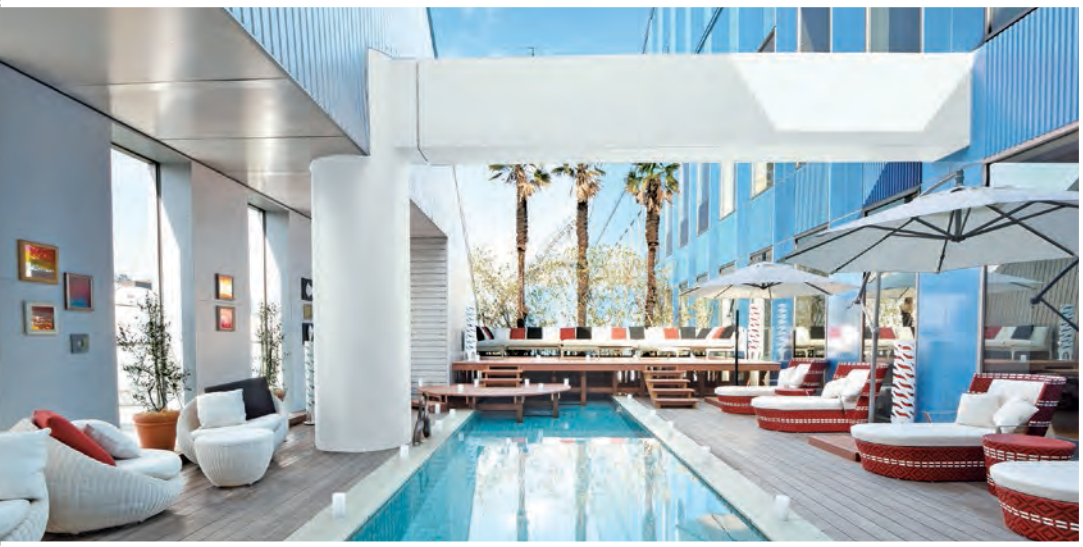
株式会社 東京ドーム

Fun Fun for Everyone









Tokyo Dome Corporation Group Report 2015





経営理念

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

経営方針：∞ 新しい価値を創造する活力と豊かな対話を求め ∞

- 日々新たな気持ちで仕事に取り組み、前進しよう
- 明日のさらなる発展のために、今日の目標を達成しよう
- お客様の声に耳を傾け、誠意をもってお応えしよう

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

● 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2015年1月期終了時点の情報に基づき作成しています。 ● 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。
● 営業情報は変動する場合があります。最新の情報はHPでご確認ください。（www.tokyo-dome.co.jp）

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、お客様の安全安心を確保して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。

Contents

02 Our Business is . . .
あらゆるお客様に最大級の“感動”を進化する東京ドームグループ

04 Our Business is . . .
都心立地が生み出すマーケットポテンシャル

06 Fun Fun for Everyone
#01.Family

10 Fun Fun for Everyone
#02.Couple

14 Fun Fun for Everyone
#03.Senior

18 施設紹介
20 テナントリーシング
21 MORE MICE
22 トータルソリューション
23 Data Part

24 業績ハイライト
26 トップメッセージ
30 CSRへの取り組み
34 事業別業績ハイライト
36 事業別参考データ一覧
38 財務状況と経営成績
40 連結財務ハイライト
42 個別財務ハイライト
43 会社概要／株式情報
44 グループ会社紹介
45 沿革

あらゆるお客様に最大級の“感動”を進化する東京ドームグループ

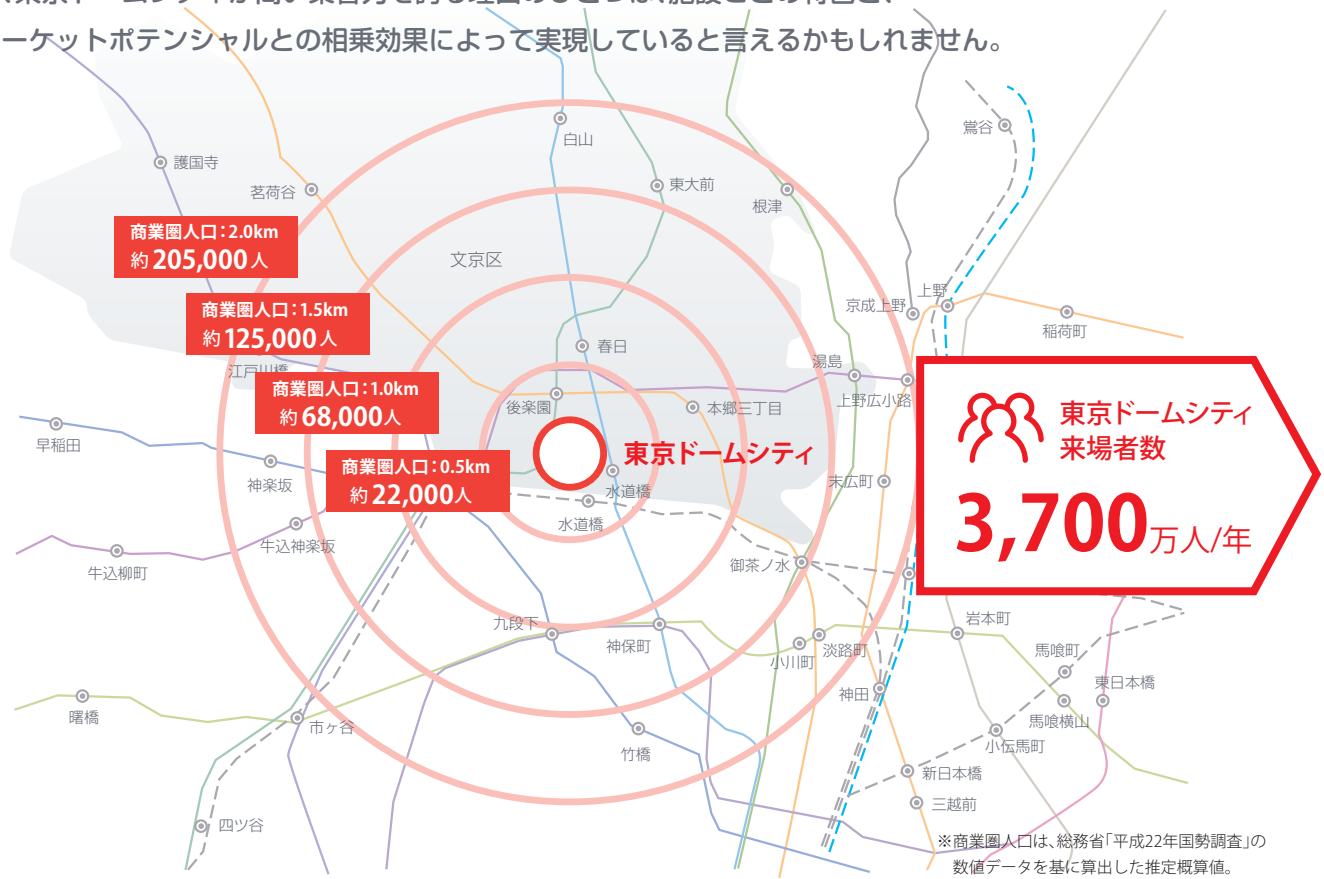
東京ドームグループは、イベントホールに商業施設、
ホテルやスパなど、様々なエンタテインメントを展開しています。
お客様とのあらゆる接点を兼ね備え、常に進化を続けながら、
幅広い層のお客様に感動をお届けすることを目指しています。




shop In
流 通
コンセプトは
「Stylish Beauty」
・ショップイン
スパ
こころとからだを
リフレッシュする
「都会のオアシス」
・スパ ラクーア
スポーツ
スポーツへの様々な
思いを受けとめる
屋内型スポーツ施設
・スポドリ!
・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
・フィットネスクラブ
東京ドーム
・後楽園スポーツクラブ調布
・後楽園スイミングスクール
ひばりヶ丘
運営・受託・企画
良質なサービスを
提供
・トータルソリューション
たくさんのファンに
愛されています
・松戸競輪場
・サテライト大和
・サテライト船橋
競馬・競輪

都心立地が生み出すマーケットポテンシャル

東京ドームシティは、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、
東京ドームホテルなどで構成され、東京ドームグループの中核をなすエリアです。
東京ドームシティのポテンシャル「都心立地」は、施設が位置する周辺マーケットのポテンシャルでもあります。
所在地である文京区は、ほぼその全域がJR山手線内におさまる唯一の区という地理的優位性に加え、
様々なマーケットポテンシャルを有します。
そして、東京ドームシティが高い集客力を誇る理由のひとつは、施設ごとの特色と、
そのマーケットポテンシャルとの相乗効果によって実現していると言えるかもしれません。



※商業圏人口は、総務省「平成22年国勢調査」の数値データを基に算出した推定概算値。

■文京区のポテンシャル ※東京23区内

人口密度※1

昼間人口	夜間人口
7位	4位

園児・生徒・学生数※2

総数	高校生	大学生・大学院生
4位	3位	2位

平均世帯年収※3

文京区
4位

※1. 総務省「平成22年国勢調査」のデータを基に作成。昼間人口は、常住人口（夜間人口）に他の地域から通勤・通学してくる人口を足し、さらに他の地域へ通勤・通学する人口を引いたもの。昼間人口には夜間に勤務や通学する人も含み、昼間の買物客などは含まない。

※2. 文部科学省「平成25年度学校基本調査」のデータを基に作成。総数は園児、小学校・中学校・高等学校の生徒数、大学生（大学院生含む）、専修学校生の総数。

※3. 総務省「平成25年　住宅・土地統計調査」のデータを基に算出した推定概算値。

■東京ドームシティの優位性

圧倒的な集客力

多彩なイベントやアトラクションが集客の柱となり、「エンジョイ⇔ショッピング⇔グルメ」の好循環を実現。年間来場者数3,700万人は高いポテンシャルの証です。

立地の優位性

東京駅から電車で約10分、最寄駅はJR・地下鉄5路線利用可という好アクセスで、都心立地の優位性をレジャーやビジネスユースに発揮します。

多種多様なイベントホール

計7カ所のイベントホール※1で、スポーツ、コンサート、展示会などあらゆるイベントに対応。宿泊施設も併設し、「MICE」※2のニーズにオールインワンで応えます。

※1. 東京ドーム、TOKYO DOME CITY HALL、後楽園ホール、プリズムホール、シアターGロッソ、ラクーアガーデンステージ、東京ドームホテル

※2. MICEとは、Meeting（企業などの会議）、Incentive（企業などが行う報奨・研修旅行）、Convention（国際機関・団体・学会などが行う国際会議）、Event/Exhibition（イベント・展示会・見本市）の4つの頭文字をとった造語であり、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントの総称。



Fun Fun for Everyone

東京ドームシティの最大の強みは、あらゆる年代の方に感動と楽しみをご提供できること。ファミリーやカップル、シニア、ビジネスパーソンや大人の女性まで、すべてのお客様にとっての魅力と価値を備えた「街」が広がっています。
では、お客様が「街」でどのように過ごされているのか、見てみましょう。ライフスタイルは様々でも、一人ひとりが一日を満喫されています。

06 #01 Family



10 #02 Couple



14 #03 Senior



#01 Family

アクセス良好な都心エリアで家族みんなが満足な一日を

電車、自動車いずれを利用しても
アクセスが良好な都市型レジャースポット。
小さな子供から中高生、大人まで、家族みんなが満足できる
様々なエンタテインメントを用意しています。



AM 10:00

ワクワク感と笑顔がはじける

まずは、遊園地。兄弟がそれぞれにアトラクションを満喫

小さな子供でも楽しめる
東京ドームシティ アトラクションズ

遠くに大観覧車「ビッグ・オー」や「ソラブネ」が見えると、子供たちの期待は最高潮。お兄ちゃんは最高斜度80度で急降下する「サンダードルフィン」、弟はおしゃべりするティーカップ「ピクシーカップ」に乗って大喜びです。アトラクションが全部で25個もあるので2時間では遊び足りないけれど、そろそろお腹がすいてきました。


ピクシーカップ


サンダードルフィン

PM 12:00

おいしさも充実

家族それぞれが好きなものを選べるフードコート。ベビーカーでも気がねいらず

子供が喜ぶご飯がたくさん
フードコート GO-FUN（ゴファン）

遊園地横にフードコートを発見。ハンバーグ専門店やお茶漬け、鉄板焼そばなど6店舗からメニューが選べ、家族の好みが分かれても困ることがありません。迷ったあげく、パパは海鮮丼、お兄ちゃんはラーメン、弟はハンバーグ…。お手頃価格でおサイフにも優しいうえ、夜まで営業しているので会社帰りにも利用できそうです。



入り口


「キッズテーブル」コーナー

PM 1:00

本格的なアクションショー

憧れのヒーローとご対面。お兄ちゃんの本日のメインイベント

ショー以外もお楽しみが続々
ヒーローショー（シアターGロッソ）

お次はヒーローショーです。大好きな戦隊ヒーローに会えて、お兄ちゃんは大興奮。大人たちはショーのクオリティの高さに感心しました。照明や音響設備がしっかりしているので、臨場感抜群です。オリジナルグッズがもらえたりオリジナルイベントに応募できる「Gロッソおうえんたいスタンプカード」にも参加し、スタンプを押してもらって、お兄ちゃんはすっかりご機嫌。



入り口


©テレビ朝日・東映AG・東映
握手会
※握手会は参加券が必要です。

PM 3:00

帰りは車の中でおやすみ

まだまだ遊び足りない?!子供が主役の「遊びの共和国」へ

家族力がアップする仕掛けが満載
ASOBono!（アソボ〜ノ！）

小雨が降りだしても、子供たちはまだまだパワー全開なので、屋内で楽しめる「アソボ〜ノ！」へ。広いスペースには、カラフルで安全な遊具がたくさんあって、兄弟は再び大はしゃぎ。大人と一緒に楽しめる遊具も多いので、パパもヘトヘトになるまで体を動かしました。帰路は、力尽きた子供たちと一緒にパパもダウン。車を運転したのはママでした。


アドベンチャーオーシャン


ベビー専用エリア ハイハイガーデン

東京ドームシティ アトラクションズ

お子様でも安全安心で楽しめる遊園地

6つのエリアに分かれた園内は、見て歩くだけでも楽しさ満載。お子様やファミリーが楽しめるアトラクションも盛りだくさんです。入園無料なので、誰でも気軽に利用することができます。



アトラクション数 25種類	誰もが気軽に楽しめるアトラクションが充実！
来場者数 494万8千人	365日無休で営業。年々来場者が増えています。
売上高	2,956百万円

フードコート GO-FUN（ゴファン）

マルシェをイメージした開放的なフードコート

東京ドームシティ アトラクションズ、アソボ〜ノ！に隣接したGO-FUN（ゴファン）は、幅広い層の方々が気軽に食事を楽しめるフードコートです。



レストラン数 6店舗	小さなお子様も喜ぶ店舗を揃えています。
来場者数 827千人	東京ドームシティご来場者から近隣住民まで気軽に来れます。
客席数	300席

ヒーローショー（シアターGロッソ）

親子で満足!クオリティの高いショーをお届け

シアターGロッソは、東京ドームシティで35年以上開催されてきた戦隊ヒーローショーの準専用劇場です。照明・音響等の基本設備を備えることで舞台公演、音楽イベント、講演会など、幅広い用途でのご利用が可能です。



来場者数 33万8千人	親子で何度も足を運んでくれるお客様もいます。
座席数 765席	どの座席からもゆっくり鑑賞できるよう客席には傾斜がついています。
楽屋数	5部屋

ASOBono!（アソボ〜ノ！）

都内最大級の屋内型キッズ施設

丘を越え山を越えると、眼下に広がるカラフルな世界。ここは、子供たちが主役の「遊びの共和国」です。子供たちは、好きなおもちゃや普段家では遊べないような遊具で、自由に、家族と一緒に、思い切り楽しむことができます。



プレイエリア数 5か所	ゲートをくぐると、目の前にカラフルな5つの世界が広がります。
来場者数 36万3千人	雨でもお子様が遊べる施設として、平日も多くの親子でにぎわっています。
売上高	364百万円

Good point ★★★ ヒーロー企画や学生向けイベントで、次世代のお客様を開拓・育成

ウルトラマン、仮面ライダーなど親子2世代で楽しむヒーローイベントを開催

「プリズムホール」「シアターGロッソ」では、親世代、子世代の双方に訴求するヒーローイベントを、年間を通じて開催。かつての憧れのヒーローを懐かしむお父さんと一緒に、小学生までのお子様に気軽に足を運んでいただくことで、将来のお客様の開拓を目指します。



©円谷プロ

お正月だよ!
ウルトラマン 全員集合!!



©石森プロ・テレビ朝日・ADK・東映AG・東映

仮面ライダー×スーパー戦隊
Wヒーロー夏祭り2015

四季を通じて集客。春は学生向けイベントが花ざかり

東京ドームシティ アトラクションズでは、学生アンバサダー※1とのコラボレーション企画として、春に卒業を迎える学生を対象に、「卒業生いらっしゃい2015 卒パ」を開催(2015年3月1日～4月5日)しました。アトラクション乗り放題に加え、施設や店舗の利用クーポンがついたお得な「卒業生スペシャルチケット」を販売したほか、「撮影女子会」プロデュースによるフォトイベントや限定スペシャルスイーツの販売などを行い、「卒パ(=卒業パーティー)」にふさわしい華やかなイベントとなりました。今後も地域やステークホルダーの皆様と一緒にさまざまなイベントを盛り上げます。

※1. 卒業生の皆さんに楽しんでいただくために、首都圏の大学生約100名で構成されたメンバー



卒業生いらっしゃい2015 卒パ

来場者のコメント

アクセスも良く、何よりも子供が安心して遊べる環境が魅力です。



初めての東京ドームシティ アトラクションズ。中学生と年長の子供連れでしたが、一緒に楽しめるアトラクションもたくさんありました。特に「ワンダードロップ」、「マジクエスト」がおすすめです！普段は見ることのできない大がかりなヒーローショーにも大興奮。開園から夕方まであちらこちらを回り、帰り道には「次はいつ来られる？」と相談してくるほど、大満足な子供たちでした。今度はお化け屋敷にも入ってみたいです。

従業員のコメント

これからも、より多くのお客様に「遊び」を通じて笑顔をお届けしたいと思っています。

ご家族で楽しんでいただくために、お子様の期待を裏切らないように意識しています。特にヴィーナスラグーンでワクワクしながら階段を登る姿や目を輝かせながら動物を選んでいる姿を見ると、お客様の想像以上に楽しんで帰っていただきたい気持ちになります。またお子様が得意気に一人で動物に乗っている姿を、お父さんが笑顔で手を振りながら見守っているのをよく見かけます。お客様の安全・安心を守るとともに、笑顔になっていただけるようなお声がけ、オペレーション、空間づくりを意識し工夫をしています。



東京ドームシティ アトラクションズ スタッフ

#02 Couple

2人の心が自然と近づく、体感型スポットやエリアが豊富

カップルで過ごすなら、気持ちや感性を共有できる場所がいい。
東京ドームシティなら、リラクセーションからスポーツ、
エンタテインメントまで、様々な体感型スポットが整っています。
思い切り遊ぶことも、静かにくつろぐことも、思いのままの休日が過ごせます。



AM 11:00

今日の気分に合わせたコースを

ラクーアで待ち合わせてショッピング。ランチに迷うほどお店がたくさん

いつも新鮮なショップ＆レストラン
LaQua（ラクーア）

待ち合わせはいつもラクーア2階で。気になるショップがいくらでもあるので、お互いに遅刻が気になりません。雑貨や服を一通り見てから、早めのランチに。いろいろなジャンルのお店があって迷ったけれど、今日はイタリアンに決めました。ピザが焼きあがるのを待ちながら、デートコースを相談します。疲れがたまっている時は癒し系、元気な時はアクティブ系のプランを立てます。


ショッピング


レストラン

PM 2:00

憧れの投手と対決できる

休日は2人一緒に体力づくり。シューズや道具がなくてもすぐにGO!

雨の日もアクティブにスポーツ
スポドリ!

元気な時には必ず寄るのが「スポドリ!」。元野球少年の彼は、プロの人気投手とバーチャル対決できるバッティングコーナーが大好き。最近は、彼女も挑戦することも。その後はボルダリングでひと汗流します。わずか30分でも集中してウォールに取り組めば、気分がすっきり。ウエストのシェイプアップに効果的なのも、彼女にとっては高ポイントです。


ボルダリング


ゴルフ

PM 4:30

コスメティックバーもある!

都会の真ん中で芯から癒せる天然温泉&ヒーリング バーデ

男女一緒のヒーリング バーデも
スパ ラクーア

運動で汗を流した後は、オアシスへ。男女別の天然温泉エリアと男女一緒に館内着を着てくつろぐヒーリング バーデは、カップルや夫婦でいつもにぎわっています。スパゾーンに入れば、まるでリゾートに来ている気分に。温泉とヒーリング バーデをたっぷりと堪能した後は、リラクセーションスペースのカウチソファで思わずうとうと…。


リラックスラウンジ


ヒーリング バーデ

PM 6:30

アートが出迎えるコンサートホール

韓流ボーイズグループのショーで、今日の盛り上がりも最高潮

こだわりの音響と空間
TOKYO DOME CITY HALL

東京ドームシティの各種ホールでは、音楽、スポーツなど幅広いジャンルのイベントが開催されています。今日は、2人が楽しみにしていた、韓流ユニットの日本初ライブ。大好きなグループの歌と踊りを生で感じて、感激しました。思いきり遊んだ後に、本格的なライブを一緒に観られて、2人の心がより一層近づいたようです。


エントランス


ホワイエ

LaQua(ラクーア)

多種多様なショップと レストランが勢ぞろい

バラエティに富んだショップや素敵なカフェ、レストランまで幅広いお客様を集客しています。毎週水曜日はレディースデーで、女性にうれしい特典が盛りだくさんです。



店舗数	約75店舗	世代や性別を問わずに楽しめるショップが揃っています。
来街者数	1,420万人	10周年のリニューアルが好循環を生んでいます。
テナント売上高	13,302百万円	

スポドリ!

遊びも学びも 楽しみ方いろいろ

野球、ゴルフ、ボルダリングの３つのエリアからなる都内有数の屋内型スポーツ複合施設。「楽しむ」、「習う」、「鍛える」というお客様のニーズに、最新鋭の設備と上質な空間、そして感動を共有できるスタッフ陣でお応えします。



エリア数	3つ	・野球エリア ・ゴルフエリア ・ボルダリングエリア
来場者数	188千人	初心者から上級者まで楽しんでいただけます。
売上高	232百万円	

スパ ラクーア

「東京の真ん中で リフレッシュを楽しむ」空間

「女性に優しい、女性に嬉しい」「本物至上主義」「安全。だから安心」の3つの考え方からお客様におくつろぎいただける環境をご提供しています。リニューアルを実施し、女性にとってさらなる癒しの空間へと生まれ変わりました。



女性用専用ラウンジ座席数	44席	女性お一人の利用でも安心して仮眠できます。
来場者数	752千人	リラクセーションエリアのリニューアルを実施しました。
売上高	3,540百万円	

TOKYO DOME CITY HALL

ステージと一体になれる 臨場感あふれる空間

あらゆる演目に対応でき、すべての客席をステージから30m以内に配置。臨場感と一体感にこだわりぬいた空間です。毎年高い稼働率を誇っています。



イベント数	331回	コンサートやイベントなど、あらゆる演目に対応しています。
来場者数	648千人	スタンディングなら最大3,000人超を収容できます。
売上高	663百万円	

Good point ★★★ 日中だけでなく、素敵な夜を楽しめるロマンチックな企画やスポットが充実

夜には夜の“顔”をもつ東京ドームシティ

深夜までお客様に楽しんでいただけるスポットや企画を多数、用意しています。「スパ ラクーア」は翌朝9時まで、「スポドリ！」や遊園地は夜遅くまで営業しているほか、園内ではイルミネーションで夜を演出。大観覧車「ビッグ・オー」からは都心の夜景が堪能できます。またホテル最上階のレストラン「アーティスト カフェ」や大人の時間をしめくくるバー「2000」などでゆっくりとお過ごしいただけます。


ウォーターシンフォニー


アーティスト カフェ

クリスマス、ウィンターシーズンは特別なイルミネーションで輝く

クリスマスシーズンを挟んだ2014年11月6日～2015年2月15日に、「東京ドームシティ ウィンターイルミネーション」と題して、光のプロムナードをテーマに約220万個の電球を使って東京ドームシティ全域をライトアップしました。また、東京ドームシティ アトラクションズでは同時期に「ハッピークリスマス2014」を開催。スペシャルチケットの販売やアトラクションの特別演出を行うなど、様々な企画でたくさんのお客様のクリスマスを盛り上げました。



ウィンターイルミネーション

来場者のコメント

スタッフも丁寧に教えてくれるので、スポーツ好きやカップルにおすすめです。



「スポドリ！」のゴルフシミュレーターでは、実際のコースを回っているような感覚で世界中のコースを楽しむことができました。また、ボルダリングは初級者から上級者向けまでたくさんのコースがあり、スタッフの方から丁寧に教えていただきましたので、十分に楽しむことができました。そのほかバッティングマシーンやピッチングマシーンなどがあり、2人で競いあいながら様々な施設を楽しめるので、カップルにもおすすめです。

従業員のコメント

スポーツにチャレンジしているお客様の笑顔がうれしいです。

「スポドリ！」は、都心では珍しい本格的な屋内型スポーツ施設です。天候を気にせず、洗練された快適な空間で、スポーツへのチャレンジを楽しんでください。いつでも自分のレベルに合わせて学べます。私がコーチを務める東京ドーム野球塾も、天然芝に限りなく近い人工芝の多目的フィールドでレッスンを受けた後、バッティングコーナーやピッチングコーナーで復習できるので、すごく学びやすい環境ですよ。技術の向上はもちろん、野球を通した人間的な成長も重視して教えていきます。


元読売ジャイアンツ 酒井純也コーチ

#03 Senior

ゆったりとした時間とともに初体験と新発見がある一日

真の贅沢を知る世代の人も満足できる――そんな休日が、
東京ドームシティならかないます。車を使わずに出かけられる便利な立地は、
大きな魅力のひとつ。大人向けのイベントや企画も豊富で、
尽きることのないシニアの好奇心に応えてくれます。



AM 11:00

宇宙に
出会う空間

映像エンタテインメントや最先端の研究。いろいろな視点から宇宙に近づく

心地よく宇宙を楽しむ
宇宙ミュージアム TeNQ（テンキュー）

夫婦そろっての久しぶりの外出。まずは、2014年にオープンした、話題の宇宙ミュージアム「TeNQ」に足を運んでみます。アポロの月面着陸などの懐かしい記憶とともに、宇宙の謎に取り組んできた人類の歴史に触れながら、宇宙を体感。見て、触れて、感じられる宇宙がそこにありました。私たちが宇宙を旅行する日もそう遠くはないのかもしれません。


はじまりの部屋


シアター宙（ソラ）

PM 0:30

都心とは思えない
リフレッシュ
空間

水道橋駅が間近に見える場所にくつろげるガーデン、ホール、レストランが

都会のゆとりの空間
MEETS PORT（ミーツポート）

大人のランチの強い味方が「ミーツポート」。駅前の好立地でありながら、ガーデンテラスのような落ち着いた空間が広がります。緑に囲まれてゆったりと過ごせるのも、シニアにとっては魅力のひとつ。今日は、ランチコースを目当てに焼き肉店へやって来ました。おいしさに満足した後も、居心地がよくてついつい長居してしまう2人です。


ガーデン


レストラン

PM 2:00

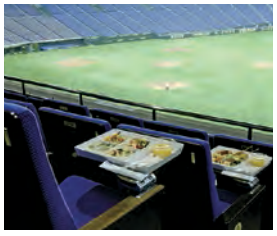
観戦の
前も後も
充実

いよいよ野球シーズン開幕。今年は何試合観られるか

日本で初めての全天候型多目的スタジアム
東京ドーム

東京ドームが完成したのは、昭和最後の年となった1988年。当時は現役で多忙だった男性も、この日ばかりはとプロ野球の開幕戦を観に行ったものです。そして退職してからは、毎シーズン、試合に足を運んでいます。売店の前には、選手がプロデュースしたお弁当を求めて長蛇の列ができていました。「今度は孫も連れてきたいね」と、2人の顔がほころびます。


外観


バルコニー席

PM 11:00

体験したい、
夜の
東京ドームシティ

たまには都内で一泊。今宵も東京ドームシティは眠らない

地上43階、東京観光の拠点
東京ドームホテル

2人が初めて泊まる、東京ドームホテル。明るいインテリアが印象的な広いツインルームから窓の外を見下ろせば、アトラクションのライトアップを中心に東京の夜景が広がっています。夜はバー「2000」で大人の時間を楽しむ2人。思い出話に花が咲き、夜更かししてしまいそうです。


ツインルーム


バー「2000」

宇宙ミュージアム TeNQ（テンキュー）

好奇心を刺激する宇宙体感

楽しみながら本物志向の空間を体感。専門機関とのアライアンスで知的好奇心を掻き立てます。大型円形高解像度シアター「シアター宙（ソラ）」では、宇宙を感じる壮大な映像を観ることができます。



コンテンツ数 9エリア	いろいろな視点から宇宙を体感することができます。
初年度来場者数 248千人	お子様からシニアまで、幅広い層の方々が楽しめます。
初年度売上高	470百万円

MEETS PORT（ミーツポート）

駅玄関口の好立地 こだわりの複合施設

「ホール」「ダイニング」「ガーデン」という3つのこだわり機能を複合化した商業施設。緑豊かな憩いの場であるとともに、東京ドームシティの東側に位置するゲートビルです。

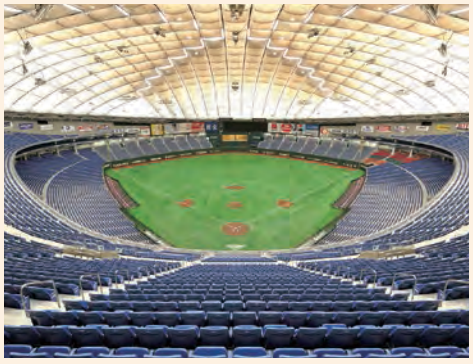


店舗数 約10店舗	上質な料理と大人の雰囲気を味わえます。
来場者数 3,465千人	複数の路線・駅が利用できる、絶好のロケーションです。
売上高	1,478百万円

東京ドーム

1億人を超える人々に興奮と感動をお届け

1988年に開業した、日本初の全天候型多目的スタジアム。読売ジャイアンツをはじめとするプロ野球公式戦やスポーツ、コンサート、コンベンションなど様々なビックイベントが年間通して開催されています。



イベント開催数 年301回	多彩なイベントが年間を通じて開催されています。
来場者数 8,124千人	都内では圧倒的な収容人数を誇ります。
売上高	13,518百万円

東京ドームホテル

宿泊だけではなく、多目的にご利用できます。

駅から徒歩1～6分の好立地。地上43階建て・1006室のゆったりしたゲストルーム、多彩なレストラン＆バー、オリジナリティ豊かなウェディングまで様々なメニューでお客様をお出迎えいたします。

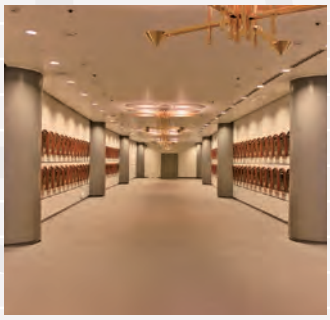


東京ドームホテル稼働率 90.5%	海外からのお客様も増えています。
客室数 1,006室	多彩な宿泊プランを用意しています。
売上高	13,280百万円

Good point ★★★ プロ野球の歴史を振り返る様々な展示・企画がファンの心をくすぐる

ファンなら一度は訪れたい野球の殿堂。選手の来館企画もいろいろ

1959年に日本初の野球専門博物館として開館し、1988年に東京ドーム内に移転した、野球殿堂博物館。野球界の発展の功労者として表彰された、野球殿堂入りの人々の肖像レリーフのほか、野球に関する歴史的な資料を実物、写真を含めて約4万点保管しており、そのうちの約2千点を常時展示しています。また、野球その他のスポーツ関連図書は約5万点収蔵しています。そのほか、館内では「12球団デー」やトークイベントなどの様々な企画やイベントが行われています。



野球殿堂博物館

東京ドーム22ゲート両サイドの「長嶋ゲート」「王ゲート」がリニューアル!

東京ドーム開場25周年記念事業の締めくくりとして、長嶋茂雄氏・王貞治氏の往年の雄姿をかたどった大型レリーフを新設しました。ゲート上部には、これまでも飾られていた両氏のブロンズ碑を使用したモニュメントが施されています。後楽園スタヂアムから東京ドームへと、巨人軍とともに77年間刻まれてきた歴史を、多くの来場者の方々に感じていただけます。



両氏のレリーフ



除幕式

来場者のコメント

宇宙を身近で感じ、年齢に関係なく楽しめました。



宇宙ミュージアム TeNQ エントランスにて

初めて宇宙ミュージアム TeNQを体験しました。宇宙をこんなに身近で体験することができ、年齢に関係なく、70歳の私も13歳の孫もすごく興味がもてました。単なる星の話だけではなく、宇宙に行ける手段も含めていろいろな展示を見ることができて、よかったです。小さなプラネタリウムのようなものだろうと思っていましたが、規模が大きくて圧倒されました。スタッフの方が気さくで、いろいろ気軽に質問できるのもいいですね。

従業員のコメント

どのようなお客様にも楽しんでいただける空間です。

どのようなお客様にもお楽しみいただきたいので、シニアの方には、座ることができるスペースへさりげなくご案内したり、会話するときのスピードに気をつけながら接客しています。お客様の雰囲気も意識しており、高めのテンションでご覧になっている方には元気に、ゆっくりとご覧になっている方には優しく話すようにしています。また、シアター宙の宇宙に行ったかのような余韻を残しながら、サイエンスエリアをより一層楽しんでいただけるよう、できるだけくわしくご説明するようにしています。



宇宙ミュージアム TeNQ スタッフ（サイエンスエリア）

東京ドームシティ事業以外にも様々な事業を行っています!

流通、観光、レジャーなど様々なサービスで東京ドームグループを支えています。

熱海後楽園ホテル



客室数 | 235室

東京から新幹線で約50分、有数の温泉地・熱海にある東京ドームグループらしいエンタテインメント性を兼ね備えたオーシャンビューホテルです。2015年に開業50周年を迎え、記念キャンペーンや様々な企画を実施しています。新鮮な海の幸、天然温泉、そしてホテルと旅館の良さを兼ね備えた心温まるホスピタリティが好評です。また、宴会場はバリエーションが豊富なため、一般宴会だけでなく、研修や会議などにもご利用いただけます。





shop in(ショップイン)



店舗数 | 44店舗

「Stylish Beauty」(スタイリッシュ　ビューティー)をコンセプトにしたセレクトコスメショップです。上質で良質なコスメや、トレンドや季節に合わせた旬のビューティーアイテムを常に取り揃え、美容に関心の高い女性に毎日のキレイをご提案しています。
2015年1月末時点で全国に44店舗を展開しており、新規出店を順次、計画しています。

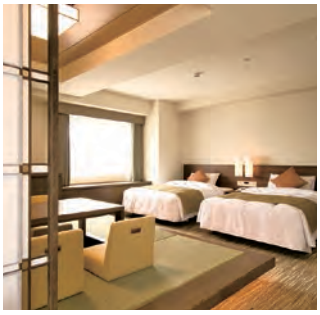
東京ドームホテル 札幌



客　室　数 | 285室

北海道札幌を代表する大通公園に隣接したリゾート型シティホテル。地上50mのアトリウムロビーは、1階から最上階の14階まで続き、開放感あふれる、感動と癒しの空間です。客室の窓からは、大通公園の四季を間近でご覧いただくことができます。また、札幌の中心部に位置していますので、観光はもちろん、ビジネスの拠点として、国内外のお客様にご利用いただいています。





松戸競輪場



競走路周長 | 333.33 m

競輪場運営の高いノウハウを持つ松戸公産（株）が、松戸競輪場の賃貸および競輪の運営受託をしています。松戸競輪場は1950年に開設され、都心からのアクセスが良く、数少ないサンサン（333メートル）バンクの競輪場として永く競輪ファンに親しまれています。また、収益源の多角化として競輪場屋根に太陽光パネルを設置し、2014年7月より売電事業を開始しました。

各エリアのコンセプトを明確化。テナントとともに企業価値向上を実現しています。

テナント出店のメリット

利便性
JR・地下鉄計5路線が乗り入れる好アクセスに立地

集客力
大型イベントやアトラクションとの相乗効果

非日常性
消費を喚起するエンタテインメント

広大な敷地に様々な施設を有する東京ドームシティでは、施設、エリアごとにコンセプトやターゲットを明確化し、お客様満足の最大化を図っています。リーシングの際には、各店の売上の最大化を見込めるテナント・ミックスを前提に、施設、エリアにふさわしいテナントを誘致しています。施設管理においても、東京ドームシティ全体としての価値向上を念頭に、テナントとの共存共栄により、お客様のニーズに応える施設づくりを積極的に推進。テナントの成長とともに、東京ドームシティ全体の成長を実現しています。

LaQua TOKYO DOME CITY

ラクーア 約75店舗

東京の真ん中で
リフレッシュを楽しむ









一番のターゲットである
女性のお客様の増加を実現。

MEETS PORT Hall・Dining・Garden TOKYO DOME CITY

ミーツポート 約10店舗





都市で生活する人に上質な
ダイニングを揃える

その他構内 約30店舗






コンセプトを
明確にした
テナント展開

東京ドームシティは「MICEに求められる施設を超えた価値」を揃えて、企業の皆様のニーズに最前線でお応えします。

東京ドームシティの3つのMORE

MORE Communication
MORE Motivation
MORE Refreshment

多くの企業人が集まるMICE※には、ビジネスチャンスがあります。東京ドームシティは、そのチャンスをさらに大きなものにする3つのキーワード「MORE Communication」「MORE Motivation」「MORE Refreshment」を軸にMICEを積極的に誘致する「MORE MICE」を提供します。

※MICEとは、Meeting（企業等の会議）、Incentive（企業などが行う報奨・研修旅行）、Convention（国際機関・団体・学会などが行う国際会議）、Event/Exhibition（イベント・展示会・見本市）の4つの頭文字をとった造語であり、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントの総称。

PLAN

展 示 会



立食パーティ



ご 宿 泊



施設と施設を連携させ、相乗効果を発揮する。企業の講演会やキックオフミーティング、新商品発表会など様々なイベントを東京ドームシティが実現します。

東京ドームシティは、MICEを開催する企業の皆様に、そのニーズを超えた総合的な施設とサービスをオールインワンで提供できる、都心最大の多目的ステージです。会議・研修旅行・展示会等でご来場のお客様とそのご家族に東京ドームシティならではの付加価値を提供し、企業の皆様に大きなメリットをもたらします。食事会や懇親会による「コミュニケーション」、野球観戦やショッピングといったプラスαの「モチベーション」、スパやホテルでの上質のくつろぎを提供する「リフレッシュメント」の3つのキーワードを軸に「MORE MICE」が人、企業、ビジネスをつなげます。



東京ドームシティの様々な施設が企業の求める以上の価値創造を可能にさせます。

蓄積されたノウハウを活かし、質の高いトータルソリューションを提供しています。



グループの総合力で実現する良質なサービスとコストパフォーマンス

東京ドームグループでは、一般企業や自治体のお客様に対し、グループ各社が長年培ってきた
イベント企画、スポーツ施設運営、施設管理などのノウハウをひとつにまとめたトータルソリューションを提供しています。
様々なジャンルの集客イベントやスクールプログラムの企画・運営、ビル・施設などの
保守・運営など質の高いサービスを展開します。

主な業務受託実績

受託施設数 合計100以上

▽新規受託施設

- 板橋区体育施設23カ所
- 天童市子育て支援施設「げんキッズ」
- 豊島区立総合体育場他屋外施設
- 熊谷市立健康スポーツセンター
- 流山市思井福祉会館
- 印西市市民活動支援センター

▽既存受託施設

- 文京スポーツセンター＆文京総合体育館＆他5カ所
- 豊島区立南長崎スポーツセンター＆中央公園＆自転車駐車場
- 練馬区平和台体育館＆桜台体育館＆他2カ所
- 東京ドームスポーツセンター東久留米
- 本庄市都市公園＆体育施設（中央地域・南地域）
- 松戸市小金原市民センター＆他７施設

Tokyo Dome Corporation
Group Report

2015

Data Part

Contents

24 業績ハイライト
26 トップメッセージ
30 CSRへの取り組み
34 事業別業績ハイライト
36 事業別参考データ一覧
38 財務状況と経営成績
40 連結財務ハイライト
42 個別財務ハイライト
43 会社概要／株式情報
44 グループ会社紹介
45 沿革

売上高

83,215 百万円

前年比 △0.4%

営業利益

11,270 百万円

前年比 △3.9%

当期純利益

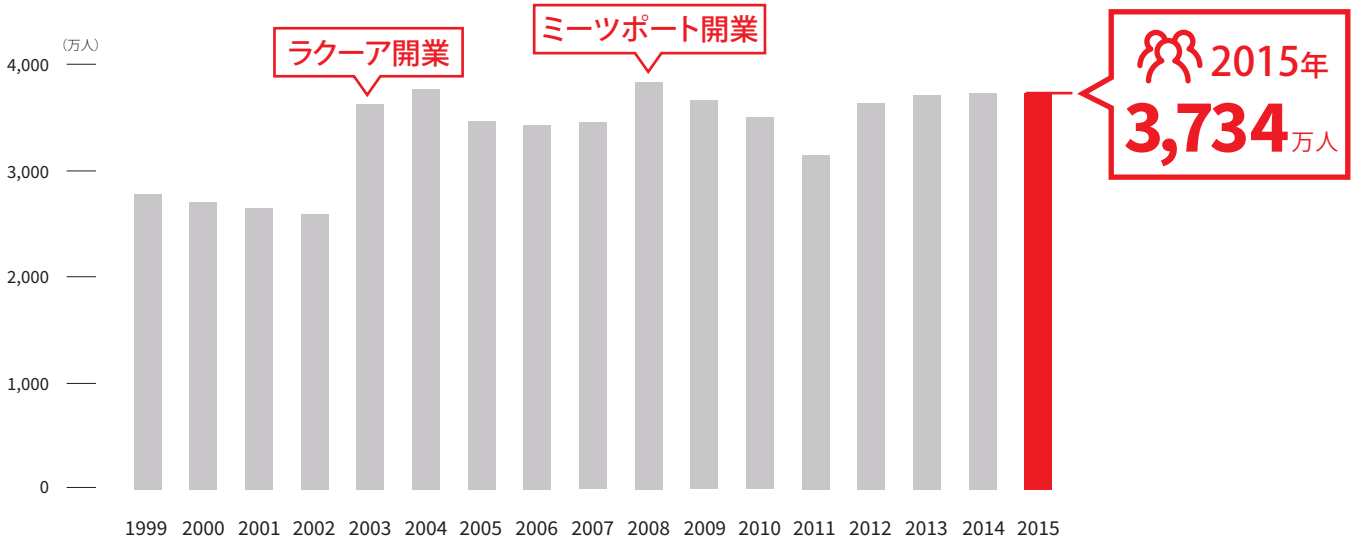
7,441 百万円

前年比 △7.9%

1株当たり当期純利益

39.04円

東京ドームシティ来場者数



2015

純資産

80,688 百万円

前年比 +8.4%

自己資本比率

26.5%

前年比 +2.1ポイント

設備投資額

百万円

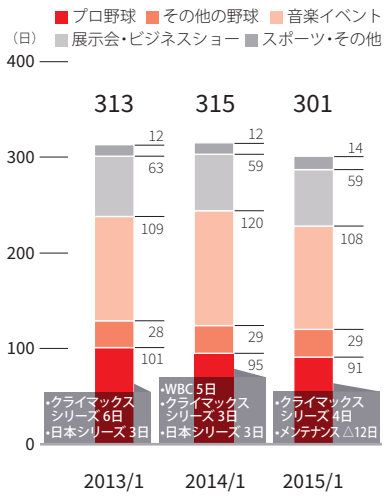
6,686

売上高に対する設備投資額の比率

売上高

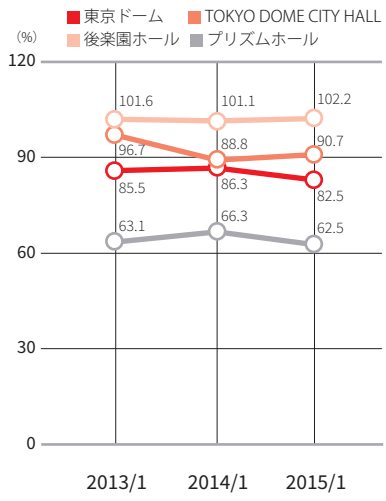
8.0%

東京ドーム イベントジャンル別稼働日数

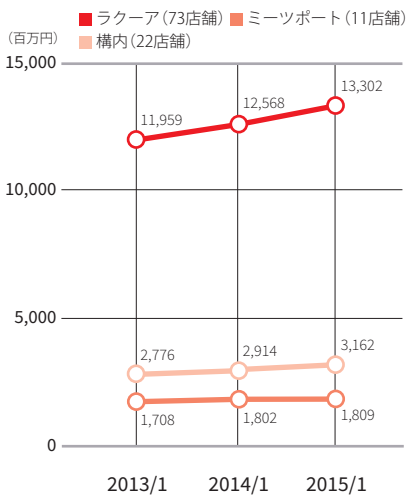


※日数には、設営撤去日を含みます。

イベントホール稼働率



主要施設別テナント売上



Interview with the President

お客様に安全を提供し続けてこそ、持続的に成長していけると信じています。

東京ドームグループは、都市型レジャー事業のオンリーワン・カンパニーとして、新たなグループビジョンのもとに再スタートを切る中期経営計画「起動」を展開してきました。5カ年計画が着地する2016年1月期に向けて、「起動」の進捗と今後の見通しをお伝えします。



2015年5月
代表取締役社長 執行役員
久代信次

Q 2016年1月期は中期経営計画の最終年度となりますが、業績達成の見通しについて教えてください。

東京ドームグループは、2012年1月期から2016年1月期までの5カ年の中期経営計画「起動」に取り組んできました。「起動」では最大の経営課題である「収益逓減傾向からの脱却」を達成するため新たな挑戦を続けてまいりました。また初年度には予期していなかった事故や震災に直面することになり、その後は安全管理体制の立て直しも最優先課題として掲げてまいりました。おかげさまで、連結営業利益100億円、連結有利子負債1,700億円の目標は2014年1月期末時点でクリアしており、今期によほどの不測の出来事がない限り、計画値を達成できる見込みです。

「起動」が着地した後、2020年には東京オリンピック・パラリンピックの開催も控えており、東京ドームグループが新たな挑戦を実現していくにあたり、大変、重要な時期に差しかかると認識しています。これまでの成果を足場に、引き続き、安全安心な街づくりに尽力しながらも、より前向きな経営戦略を展開していきたいと思います。

(百万円)

	2014年1月期 実績	2015年1月期 実績	増減	2016年1月期 見込み	増減
連結 営業利益	11,724	11,270	△454	10,000	△1,270
連結 有利子負債	172,769	166,085	△6,684	159,000	△7,085

Q 2015年1月期の業績についてお聞かせください。

前期にプロ野球のビッグイベント（WBC等）がありました関係で、前年比で見ると若干減収減益ではありますが、東京ドームシティでは消費税引き上げの影響も軽微であり、予定を上回る成果をあげることができました。その要因にはまず、東京ドームシティアトラクションズの好調があります。中でも、ボルト落下事故以来、2年8カ月の間、営業を停止していました「サンダードルフィン」が再開し、通期で営業することができたことは、集客力と活気を取り戻す原動力となりました。また、前期にリニューアルを図ったラクーアのテナントミックス事業も好調で、スパだけでなく、ショッピングや食事を楽しむ女性のお客様が増えております。

主な出来事としては、7月に宇宙ミュージアム「TeNQ」をオープンしました。これは東京大学総合研究博物館との共同プロジェクトで、東京ドームグループとしては新境地である遊びと学びの融合をコンセプトとした空間です。日本初の見下ろすスタイルで映像を体感する4Kシアターを備えており、オープン以来、多くのお客様にご覧いただきました。現在は、上映プログラムのリニューアル準備を行っており、リピーターのお客様と修学旅行生などの新たな層のお客様の獲得を目指してまいります。

Q その他、2015年1月期において印象に残った出来事を教えてください。

一昨年、訪日外国人数が年間1,000万人を超え、その後も順調に増えているとのことですが、私の目から見ても、近年、外国人の方が増えてきたと実感しています。政府による円安政策とビザの緩和が奏功してのことでしょうが、この春、上野公園を訪れた際にも春節はとうに過ぎたにもかかわらず、たくさんの外国人の方を見かけました。これは、東京ドームグループにとっても大変、喜ばしい状況であります。一昨年から東京ドームホテルでは外国人の宿泊客が増え、客室稼働率が上昇してきました。また、東京ドームシティにおいても、以前はほとんど見かけなかった外国人のお客様がこのところ明らかに増えています。2020年には東京オリンピック・パラリンピックも控えていますので、このままいけば、訪日外国人が2,000万人に達するのも時間の問題です。レジャー産業にとっては、まさに絶好の勝機が訪れていると言ってよいでしょう。この勝機を前に、東京ドームグループがいかに挑戦し、チャンスを活かしていくのか、現在、あらゆる角度から検討しています。幸い、東京ドームシティは他にはない好立地と多彩な施設に恵まれていますので、これらのリソースを国内のお客様だけでなく、海外からのお客様にもご利用いただき、心から喜んでいただくにはいったい何が必要なのか、その点が次の中期経営計画の重要な方向性となると考えています。

Q 今後の事業展開についてお聞かせください。

東京ドームグループでは、当面、大規模な新規投資などは行わず、有利子負債を削減しながら、リニューアルおよび再開発に向けた投資を前向きに行っていく考えです。

東京ドームではプロ野球シーズンオフにコンサート、コンベンション、展示会などさまざまな主催イベントを企画しています。東京ドームグループ独自のイベントとしては、すでに「テーブルウエア・フェスティバル」「東京国際キルトフェスティバル」「ふるさと祭り東京―日本のまつり・故郷の味」がご好評をいただいていますが、今後は、これらを海外のお客様にも楽しんでいただけるようにしていきたいですね。

また東京ドームグループに蓄積したスポーツやアミューズメント施設の運営ノウハウを外部の企業、自治体のお客様にパッケージで提供するトータルソリューションサービスを全国で展開していきます。最近は自治体がスポーツ・健康関連施設の運営を外部委託で行う指定管理事業が増加しています。東京ドームグループでは、すでに多くの施設を受託していますが、今後も各地でソリューションサービスを提供していきたいと考えています。



Q ステークホルダーの皆様へのメッセージをお願いします。

2015年3月、コーポレートガバナンスコードの原案が公表され、東京ドームグループでも、これに照らしてガバナンス体制の検証に取りかかりました。このコードの示すところは、経営においてステークホルダーとの適切な関係がとても重要であること、そして、企業は持続的な成長、中長期的な企業価値向上を図る必要がある、ということです。

東京ドームグループのステークホルダーは、株主様、お客様、テナント企業様、お取引様、そして従業員と多岐にわたっていますが、東京ドームグループの経営はこれらの皆様との良い関係によって支えられているのだ、と私自身、身をもって感じてまいりました。全社を挙げて取り組んできた安全安心な街づくりについては、管理体制の基本的な仕組みを確立したといえますが、運用するのは人間ですから、これで良しと満足することはできません。未来永劫、全社員が意識を高くもって取り組んでいく課題です。また、最近は、予想を超える自然災害がたびたび発生していますが、たくさんのお客様をお預かりする立場の私たちとしては、災害を想定した訓練と準備を徹底していく必要があります。

過去の経験があるだけに、東京ドームグループは今後も、このような安全対策を第一の責務とし、お客様につねに安全で楽しい場としての東京ドームシティをつくっていきたいと願っています。そして、これこそが、中長期的な企業価値向上につながり、株主様への安定した還元にもつながっていくのだと確信しています。

オリンピック・パラリンピックに向けて東京が大きく変わりつつある中、この大事な期間をステークホルダーの皆様とともに歩み、前進していきたいと考えています。引き続き、ご指導ご鞭撻のほど、お願い申し上げます。

(株)東京ドーム役員紹介 (2015年5月10日現在)

代表取締役社長　執行役員 久代 信次	常務取締役　執行役員 本田 顯治　谷口 好幸	常勤監査役 祝田 雅美　田中 雅昭	相談役 林　有厚	執行役員 永田 有平 柴田　馨 久岡 公一郎 大坪 龍太 手島 康彦
専務取締役　執行役員 野村 龍介　長岡　勤 山住 昭宏	取締役(社外) 秋山 智史　森　信博 井上 義久	監査役(社外) 堤　淳一　野﨑 幸雄 児玉 幸治	常務執行役員 西勝　昭 小田切 吉隆	

CSR
への取り組み

東京ドームグループのCSR活動の詳細は
Webをご参照ください

東京ドーム　CSR　検索

▹▹http://www.tokyo-dome.jp/csr/

東京ドームグループの企業理念

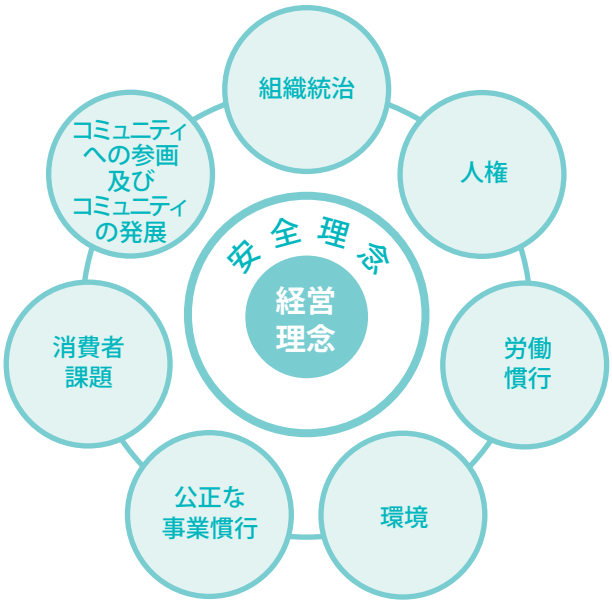
— 経営理念 —

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

— 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

東京ドームグループでは、
経営理念と安全理念を掲げ、倫理指針である
コンプライアンス行動規範を制定して、
CSRに積極的に取り組んでいます。



組織統治



東京ドームグループでは、お客様の安全・安心の確保とともにコーポレート・ガバナンスを充実させ、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を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皆様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ていくことが重要と考えています。

主な取り組み

- ▶安全への取り組み
- ▶コーポレート・ガバナンス
- ▶コンプライアンス
- ▶リスク管理

人　　権



東京ドームグループでは、「コンプライアンス行動規範」において、法令遵守はもとより、人権を尊重し、差別やハラスメントを行わない旨を定め遵守しています。

主な取り組み

- ▶お身体の不自由なお客様の利便性向上への取り組み
- ▶ハラスメント防止教育
- ▶ダイバーシティ

労働慣行



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。

主な取り組み

- ▶能力開発システム
- ▶EAPプログラム
- ▶セカンドキャリア制度
- ▶両立支援への取り組み

環　　境

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。環境に配慮したシステムの導入や専門組織の設置など、地球温暖化防止をはじめとする持続的な環境保全を積極的に推進しています。

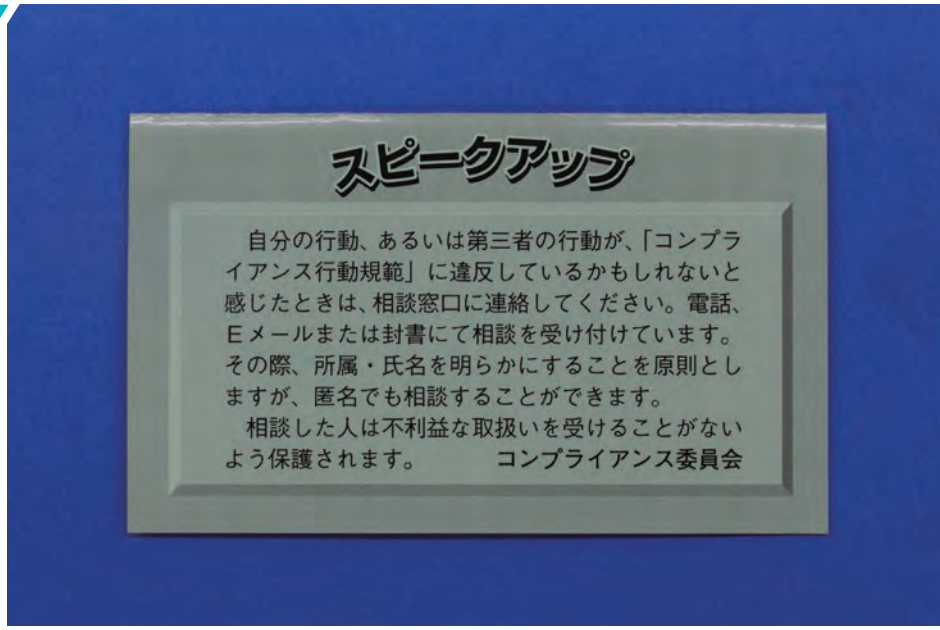
主な取り組み	▶環境への取り組み



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維持を重要課題として、各ステークホルダーの皆様の信頼に応えていきます。

主な取り組み	▶政治、行政、取引先との公正な関係の維持 ▶内部通報制度 ▶情報セキュリティ ▶個人情報保護 ▶反社会的勢力の排除に向けた基本的な考え方



消費者課題



東京ドームグループでは、全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、様々な安全対策を講じています。

主な取り組み

- 安全への取り組み
- 顧客満足に対する取り組み

コミュニティへの参画及びコミュニティの発展



東京ドームグループでは、イベントの企画、防災、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。

主な取り組み

- 地域の美化活動
- 文化事業への貢献
- 自社施設へのご招待
- 企業訪問の概要

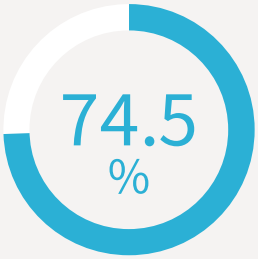
東京ドームグループは、7つのセグメントで構成されています。

2015年
1月期グループ

売上高
83,215百万円

営業利益
11,270百万円

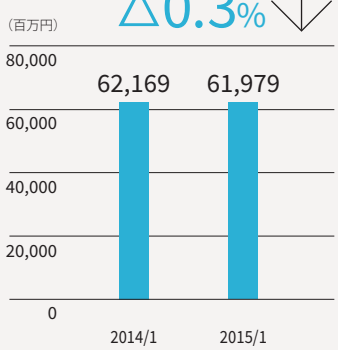
東京ドームシティ事業



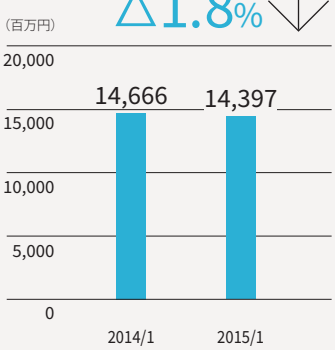
増減要因

円安を背景としたインバウンド旅行客の取り込み、ラクーアのリニューアル、「TeNQ」開業や「スポドリ!」の通期営業等が奏功しましたが、イベント開催数の減少により61,979百万円（前期比0.3%減）、営業利益は14,397百万円（前期比1.8%減）となりました。

売上高
61,979 百万円
△0.3%



営業利益
14,397 百万円
△1.8%



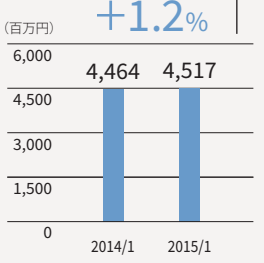
熱海事業



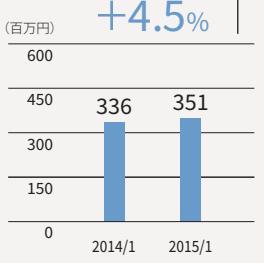
増減要因

宿泊利用が増加し、売上高は4,517百万円（前期比1.2%増）、営業利益は351百万円（前期比4.5%増）となりました。

売上高
4,517 百万円
+1.2%



営業利益
351 百万円
+4.5%



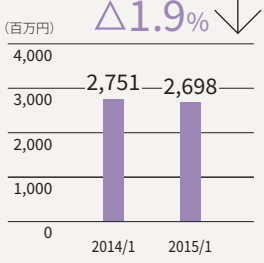
札幌事業



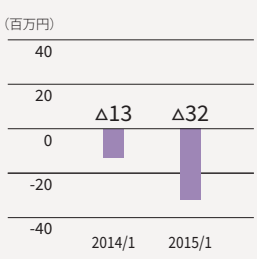
増減要因

婚礼組数が大幅に減少した結果、売上高は2,698百万円（前期比1.9%減）、営業損失は32百万円(前期は13百万円の損失)となりました。

売上高
2,698 百万円
△1.9%



営業利益
△32 百万円



2014—2015

各事業の売上高は、セグメント間取引を含んでいません。

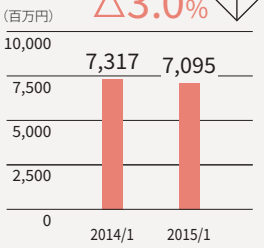
流通事業



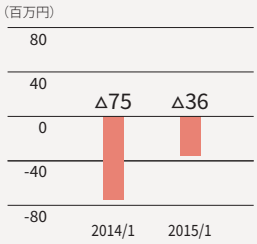
増減要因

店舗の撤退などにより、売上高は7,095百万円（前期比3.0%減）、営業損失は36百万円（前期は75百万円の損失）となりました。

売上高
7,095 百万円
△3.0%



営業利益
△36 百万円



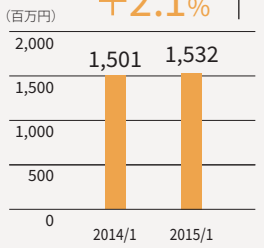
不動産事業



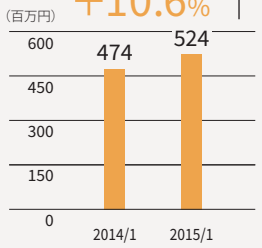
増減要因

新規テナントの開業が奏功し、売上高は1,532百万円（前期比2.1%増）、営業利益は524百万円（前期比10.6%増）となりました。

売上高
1,532 百万円
+2.1%



営業利益
524 百万円
+10.6%



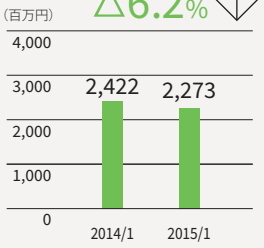
競輪事業



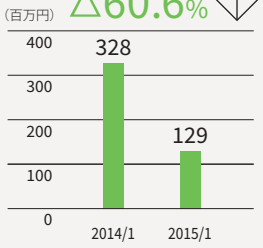
増減要因

運営受託による収入が減少し、売上高は2,273百万円（前期比6.2%減）、営業利益は129百万円（前期比60.6%減）となりました。

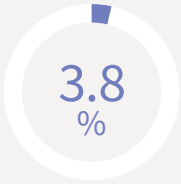
売上高
2,273 百万円
△6.2%



営業利益
129 百万円
△60.6%



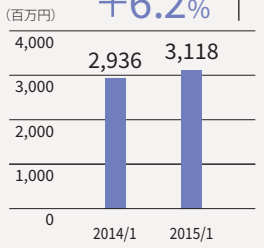
その他



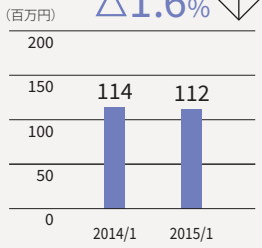
増減要因

スポーツ施設管理の新規受託により、売上高は3,118百万円（前期比6.2%増）、営業利益は112百万円（前期比1.6%減）となりました。

売上高
3,118 百万円
+6.2%



営業利益
112 百万円
△1.6%



※1. 東京ドームシティの各施設の数値は東京ドームシティ事業の傾向を把握していただくものであり、主要施設のみ抽出し参考値として表示してあります。
よって各施設の売上高の合計は34ページの事業セグメント別売上高の東京ドームシティ事業の数値とは一致しません。
※2. 東京ドームシティ アトラクションズの来場者数は、延べ乗車人数。

事業名	施設名	売上高（単位：百万円）			
		2013年1月期	2014年1月期	2015年1月期	
東京ドームシティ事業 ※1	東京ドーム（自主興業売上を含む）	13,326	13,672	13,518	
	飲食店および物販店（直営、コンサートなどのグッズ販売を含む）	14,615	16,545	15,929	
	東京ドームエリア	12,777	14,730	14,314	
	その他	1,838	1,815	1,615	
	ラクーア	5,617	5,968	6,171	
	スパ ラクーア	3,270	3,445	3,540	
	東京ドームシティ アトラクションズ	2,169	2,667	2,956	
	シアターGロッソ	—	—	—	
	ASOBono!	359	375	364	
	黄色いビル	5,280	4,753	4,540	
	WINS後楽園（テナント）	—	—	—	
	ｏｆｆｔ後楽園（テナント）	—	—	—	
	宇宙ミュージアム TeNQ	—	—	470	
	スポドリ！	—	70	232	
	東京ドーム ローラースケートアリーナ	92	86	105	
	東京ドームボウリングセンター	345	337	357	
	ミーツポート	1,447	1,423	1,478	
	TOKYO DOME CITY HALL	679	632	663	
	後楽園ホール	515	503	507	
	プリズムホール	475	526	449	
	東京ドームホテル	12,491	13,410	13,280	
流通事業	ショップイン	7,586	7,317	7,095	
不動産事業	アドホック新宿ビル・プチモール二ツ木・柿の木坂BMWビル	1,548	1,501	1,532	
熱海事業	熱海後楽園ホテルなど	4,286	4,464	4,517	
札幌事業	東京ドームホテル 札幌など	2,655	2,751	2,698	
競輪事業	松戸競輪場・サテライト大和・サテライト船橋	2,052	2,422	2,273	
その他の事業	スポーツ施設の運営受託、生命・損害・医療保険代理店事業など	3,968	2,936	3,118	

	来場者数（単位：千人）			施設概要		
	2013年1月期	2014年1月期	2015年1月期	開業日	面積等	施設規模
	8,202	8,354	8,124	1988年 3月17日	建築面積 46,755㎡ グラウンド 13,000㎡	地上6階・地下2階　高さ：地上56.19m グラウンド61.69m　容積：124万㎥ 収容人数（目安）　野球：46,000人 コンサート：55,000人
	—	—	—	ベースボールカフェ※、 東京宝島、ボールパークストアなど、東京ドーム内外のレストラン、ストア ※2015年1月12日をもちまして営業終了		
	—	—	—			
	—	—	—			
	13,177	13,601	14,202	2003年 5月 1日	敷地面積 16,000㎡ 延床面積 55,500㎡	地上9階・地下2階
	658	706	752	2003年 5月 1日	延床面積 10,000㎡	ラクーアビル5階～9階 泉質：ナトリウムー塩化物強塩泉
	4,039	4,679 ※2	4,948	1955年 7月 9日	敷地面積 30,000㎡	アトラクション数　25種類
	249	333	338	2009年 4月25日	—	ジオポリス地下1階～地上1階 収容人数：765人
	358	371	363	2011年 8月19日	敷地面積 1,720㎡	プレイエリア：5箇所 対象年齢：0歳～12歳　収容人数：500人
	—	—	—	1973年 4月20日	敷地面積 11,735㎡	地上10階・地下1階
	4,120	3,910	3,579	1949年 4月16日	—	黄色いビル1階～9階
	1,097	1,047	982	1987年 6月14日	—	黄色いビル1階
	—	—	248	2014年 7月 8日	フロア面積 2,600㎡	黄色いビル6階
	—	62	188	2013年 9月14日	フロア面積 2,600㎡	黄色いビル3階　野球エリア、ゴルフエリア、 ボルダリングエリア、多目的フィールド
	70	84	99	2011年12月22日	フロア面積 1,600㎡	黄色いビル4階　40m×24mのメイン リンク、ハーフパイプ、ダンスエリア
	221	214	223	1962年 4月16日	延床面積 3,600㎡	黄色いビル4階～5階　全54レーン
	3,318	3,465	3,465	2008年 3月19日	敷地面積 6,579㎡ 延床面積 21,405㎡	地上5階・地下4階
	494	598	648	2008年 3月19日	延床面積 12,300㎡	ミーツポート地下3階～地上2階 収容人数　3,000人
	373	359	375	1962年 4月16日	ホール 575㎡ 展示会場 198㎡	後楽園ホールビル5階～6階　収容人数：2,005人
	500	569	537	1990年12月17日	フロア面積 2,809㎡	天井高5m　収容人数：2,085人
	1,812	1,970	1,909	2000年 6月 1日	敷地面積 15,865㎡ 延床面積 105,856㎡	地上43階・地下3階 高さ155m　1,006室
	—	—	—	1971年12月 1日	1号店（新宿）	44店舗（2015年1月期末時点）

(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

2015年1月期の財務状況

(百万円)

	2014	2015	増減額
資産合計	¥304,595	**¥304,484**	¥ △110
負債合計	230,163	**223,795**	△6,367
純資産合計	74,432	**80,688**	6,256
営業活動によるキャッシュ・フロー	17,296	**17,131**	△164
投資活動によるキャッシュ・フロー	△4,624	**△6,102**	△1,478
財務活動によるキャッシュ・フロー	△11,428	**△9,563**	1,864
現金及び現金同等物の期末残高	13,095	**14,561**	1,465

資　産

流動資産については、年間シート(読売ジャイアンツ戦)の入金の早期化により現金及び預金が増加しました。その結果、流動資産合計は、223億3千8百万円(前年同期比9億8千万円増)となりました。

固定資産については、有形固定資産の減価償却が進んだほか、耐震工事に伴い後楽園ホールビルの一部資産を除却し、2,806億6千5百万円(前年同期比9億3百万円減)となりました。

その結果、資産合計は、3,044億8千4百万円(前年同期比1億1千万円減)となりました。

負　債

有利子負債の圧縮が順調に進み、有利子負債(長期・短期借入金、社債の合計)は、1,660億8千5百万円(前年同期比66億8千4百万円減)となりました。

その結果、負債合計は、2,237億9千5百万円(前年同期比63億6千7百万円減)となりました。

純資産

利益剰余金が当期純利益の計上により増加し、株主資本合計は201億6千3百万円(前年同期比64億8千万円増)となりました。

その他の包括利益累計額については、会計基準の変更に伴い、退職給付に係る調整累計額を計上し、605億2千5百万円(前年同期比2億2千3百万円減)となりました。

その結果、純資産合計は、806億8千8百万円(前年同期比62億5千6百万円増)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、右記の要因により、前連結会計年度に比べ14億6千5百万円増加し、145億6千1百万円となりました。

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、東京ドームにおけるコンサートイベントが減少しましたが、宇宙ミュージアム「TeNQ（テンキュー）」がオープンしたこと等により171億3千1百万円の収入となり、前年同期比で1億6千4百万円の収入減と前年並みを確保しました。

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、宇宙ミュージアム「TeNQ」の資産取得等により61億2百万円の支出となり、前年同期比で14億7千8百万円の支出増となりました。

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、95億6千3百万円の支出となり、前年同期比で18億6千4百万円の支出減となりましたが、有利子負債の削減は順調に進んでいます。

2016年1月期の見通し
（2015年3月12日発表）

2016年1月期の業績については、新しく開催される野球の国際大会「プレミア12」の東京ドームでの開催、2014年7月8日にオープンし好評を博している宇宙をテーマにしたミュージアム「TeNQ」の通期営業、東京ドームにおける音楽イベントの開催日数の増加を見込む一方、東京ドームにおいて2015年1月期に開催されたクライマックスシリーズの開催を見通しとしては見込んでいないこともあり、減収となる見通しです。また、東京ドームのより高品質・高機能なサービスによる高付加価値化を目的とした改修などがあり、これに伴う費用も発生する見通しです。

この結果、売上高は827億円（前年同期比0.6%減）、営業利益は100億円（前年同期比11.3%減）、当期純利益は42億円（前年同期比43.6%減）となる見通しです。

（百万円）

	2015年1月期	2016年1月期	増減率（%）
売上高	¥83,215	**¥82,700**	△0.6
営業利益	11,270	**10,000**	△11.3
当期純利益	7,441	**4,200**	△43.6
1株当たり当期純利益（円）	¥ 39.04	**¥ 22.03**	△43.6

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2015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うる重要な要因には、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。

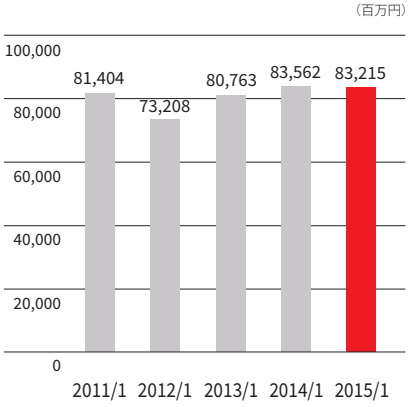
連結財務ハイライト（5年分）

（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

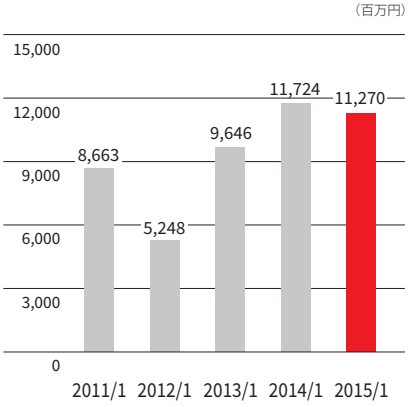
（百万円）

	2011	2012	2013	2014	**2015**
貸借対照表データ					
資産合計	¥302,864	¥297,848	¥300,690	¥304,595	**¥304,484**
流動資産合計	21,937	18,752	19,247	21,357	**22,338**
固定資産合計	279,646	277,553	279,637	281,568	**280,665**
繰延資産合計	1,280	1,543	1,806	1,668	**1,480**
流動負債合計	76,242	80,558	75,944	76,580	**71,588**
固定負債合計	177,579	164,862	163,291	153,582	**152,206**
純資産合計	49,042	52,427	61,455	74,432	**80,688**
損益計算書データ					
売上高	¥ 81,404	¥ 73,208	¥ 80,763	¥ 83,562	**¥ 83,215**
売上原価	66,425	62,016	65,306	66,424	**66,396**
一般管理費	6,315	5,943	5,810	5,413	**5,548**
営業利益	8,663	5,248	9,646	11,724	**11,270**
法人税等合計	3,521	549	1,574	244	**1,020**
当期純利益（損失）	△873	362	3,914	8,077	**7,441**

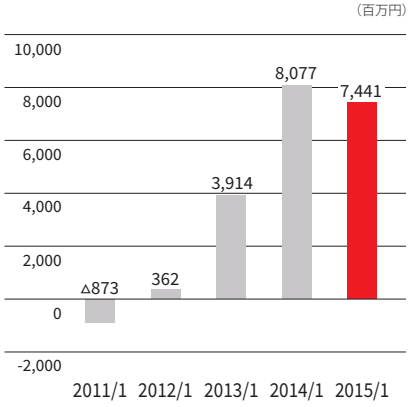
売上高



営業利益



当期純利益（損失）



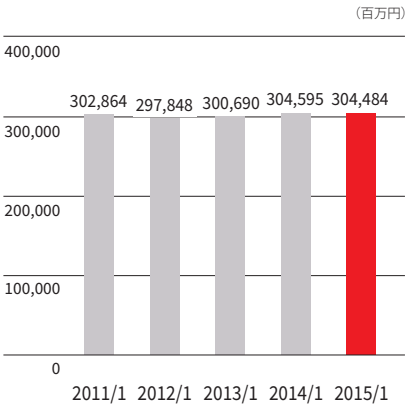
2011—2015

(百万円)

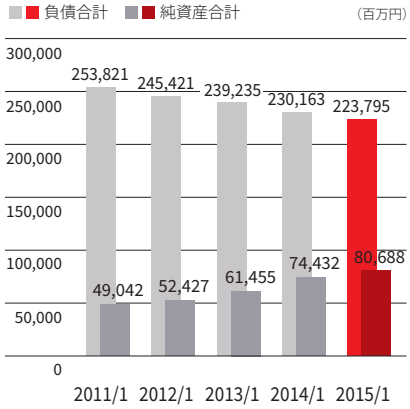
	2011	2012	2013	2014	**2015**
1株当たり情報(単位:円)					
1株当たり当期純利益(損失)(注)	¥ △4.58	¥ 1.90	¥ 20.53	¥ 42.36	**¥ 39.04**
1株当たり配当額	—	—	5	5	**6**
1株当たり純資産	257.41	275.10	322.19	390.42	**423.27**
財務流動性					
運転資本	¥△54,305	¥△61,806	¥△56,697	¥△55,223	**¥△49,250**
株主資本比率	16.2%	17.6%	20.4%	24.4%	**26.5%**
流動比率	28.8%	23.3%	25.3%	27.9%	**31.2%**
その他					
設備投資額	¥ 9,423	¥ 8,804	¥ 5,309	¥ 5,244	**¥ 6,686**
売上高に対する設備投資額の比率	11.6%	12.0%	6.6%	6.3%	**8.0%**

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。

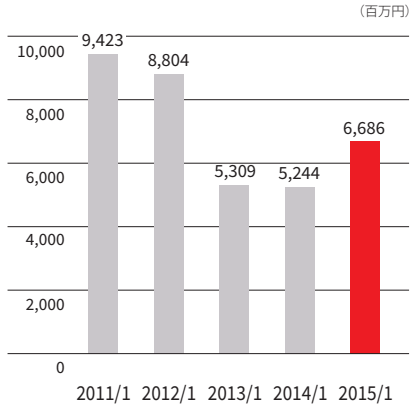
資産合計



負債合計・純資産合計



設備投資額



2011—2015

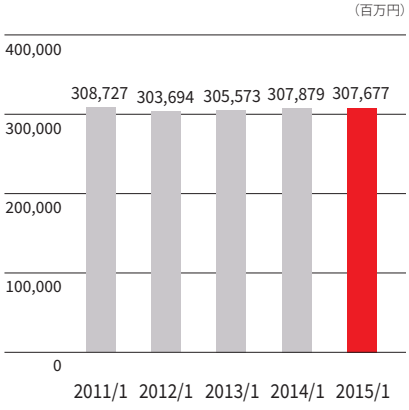
（株）東京ドーム
1月31日で終了した1年間

（百万円）

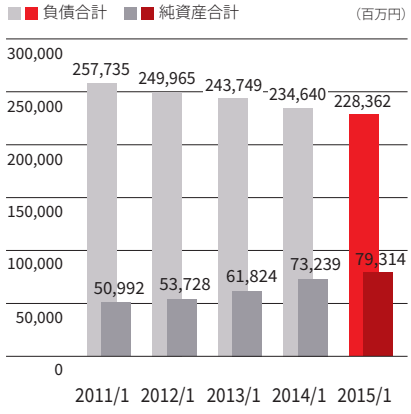
	2011	2012	2013	2014	**2015**
貸借対照表データ					
資産合計	¥308,727	¥303,694	¥305,573	¥307,879	**¥307,677**
流動資産合計	12,260	11,375	12,573	14,340	**14,936**
固定資産合計	295,186	290,775	291,193	291,870	**291,260**
繰延資産合計	1,280	1,543	1,806	1,668	**1,480**
流動負債合計	73,604	78,187	73,605	74,193	**68,902**
固定負債合計	184,130	171,778	170,144	160,447	**159,459**
純資産合計	50,992	53,728	61,824	73,239	**79,314**
損益計算書データ					
売上高	¥ 55,970	¥ 51,222	¥ 57,055	¥ 59,256	**¥ 59,061**
売上原価	43,040	40,947	43,570	45,067	**44,822**
一般管理費	4,465	4,237	4,236	4,008	**4,054**
営業利益	8,464	6,037	9,249	10,181	**10,184**
法人税等合計	3,525	198	1,236	205	**607**
当期純利益（損失）	△1,058	△163	3,254	6,875	**6,933**
1株当たり情報（単位：円）					
1株当たり当期純利益（損失）（注）	¥ △5.55	¥ △0.86	¥ 17.05	¥ 36.04	**¥ 36.36**
1株当たり配当額	—	—	5	5	**6**
1株当たり純資産	267.18	281.57	324.02	384.04	**415.93**
財務流動性					
運転資本	¥△61,344	¥△66,811	¥△61,032	¥△59,853	**¥△53,966**
株主資本比率	16.5%	17.7%	20.2%	23.8%	**25.8%**
流動比率	16.7%	14.5%	17.1%	19.3%	**21.7%**

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。

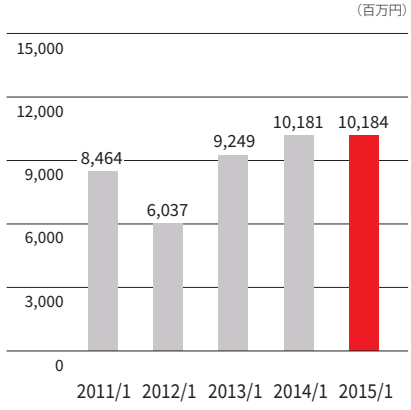
資産合計



負債合計・純資産合計



営業利益



会社概要

商号	株式会社東京ドーム TOKYO DOME CORPORATION
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	822名
発行済株式総数	191,714,840株（自己株式1,020,840株を含む）

株式情報

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	17,774名（自己株式1名を除く）
上場取引所	東京証券取引所　市場第一部 証券コード：9681
定時株主総会	毎年4月、東京にて開催
株主名簿管理人	三井住友信託銀行株式会社 〒100-8233 東京都千代田区丸の内1丁目4番1号

大株主（上位10名）

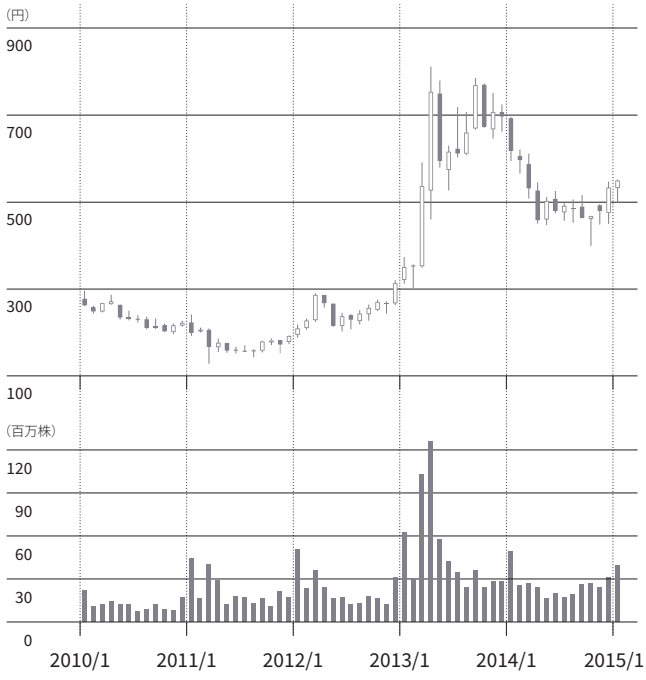
株主名	当社への出資状況	
	持株数（千株）	持株比率（%）※
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社（信託口）	16,642	8.72
株式会社みずほ銀行	9,064	4.75
富国生命保険相互会社	8,553	4.48
日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口）	7,416	3.88
株式会社竹中工務店	6,686	3.50
ＢＮＰパリバ証券株式会社	4,517	2.36
CHASE MANHATTAN BANK GTS CLIENTS ACCOUNT ESCROW	4,491	2.35
損害保険ジャパン日本興亜株式会社	3,720	1.95
資産管理サービス信託銀行株式会社（投信受入担保口）	3,481	1.82
日本生命保険相互会社	2,737	1.43

（注）持株比率は、自己株式（1,020,840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おります。

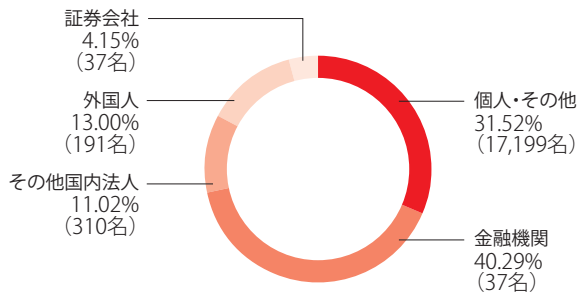
自己株式の取得、処分等及び保有

1. 取得株式	普通株式	16,475株
	取得価額の総額	8百万円
2. 処分・消却株式		1,236株
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	1,020,840株

株価と売買高の推移



所有者別株式分布状況



※パーセンテージは持株比率
（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おります。）

連結子会社

会社名	事業セグメント
株式会社東京ドームホテル	東京ドームシティ事業
株式会社東京ドーム ファシリティーズ	東京ドームシティ事業
株式会社東京ドームスポーツ	東京ドームシティ事業・その他
後楽園事業株式会社	東京ドームシティ事業
松戸公産株式会社	不動産事業・競輪事業

会社名	事業セグメント
後楽園不動産株式会社	不動産事業
株式会社東京ドーム・リゾートオペレーションズ	熱海事業
株式会社札幌後楽園ホテル	札幌事業
進商事株式会社	その他
オリンピア興業株式会社	その他

持分法適用関連会社

会社名	事業セグメント
花月園観光株式会社	競輪事業
東京ケーブルネットワーク株式会社	その他

会社名	事業セグメント
TERREY HILLS GOLF AND COUNTRY CLUB HOLDINGS LTD.	その他

主要なグループ会社のご紹介

株式会社東京ドームホテル

住　　所　〒112-8562 東京都文京区後楽1丁目3番61号
電　　話　03-5805-2111（代表）
設　　立　1999年2月1日
主な事業内容　東京ドームホテル経営



株式会社東京ドームファシリティーズ

住　　所　〒112-0004 東京都文京区後楽1丁目3番61号
電　　話　03-3817-6164
設　　立　1985年2月1日
主な事業内容　総合ビルメンテナンス業（清掃管理・設備保守・警備業務）



株式会社東京ドームスポーツ

住　　所　〒112-0003 東京都文京区春日1-1-1 ラクーアビル7F
電　　話　03-3817-4001
設　　立　1981年3月31日
主な事業内容　スポーツクラブ・温浴施設などの運営・管理およびその受託



松戸公産株式会社

住　　所　〒271-0091 千葉県松戸市本町8番地の3
電　　話　047-366-2121（代表）
設　　立　1949年5月16日
主な事業内容　松戸競輪場の賃貸と運営受託、不動産の賃貸および管理



株式会社東京ドーム・リゾートオペレーションズ

住　　所　〒413-8626 静岡県熱海市和田浜南町10-1
電　　話　0557-82-5460
設　　立　2000年3月17日
主な事業内容　熱海後楽園ホテル経営



株式会社札幌後楽園ホテル

住　　所　〒060-0042 札幌市中央区大通西８丁目
電　　話　011-261-0111（代表）
設　　立　1987年2月1日
主な事業内容　東京ドームホテル 札幌経営



沿革

1936年 12月25日	(株)後楽園スタヂアム創立
1937年 1月18日	(株)後楽園野球クラブ(球団名 イーグルス)設立　～1938年株式譲渡　※1943年解散
9月11日	後楽園スタヂアム(球場)開場　～1987年閉場
1942年 9月26日	後楽園不動産(株)設立
1946年 10月11日	後楽園スタヂアム3階に囲碁・将棋遊技場オープン 以降、多角経営に進出
1949年 5月12日	東京証券取引所に株式上場登録
7月27日	大阪証券取引所に株式上場登録　～2009年上場廃止
10月31日	後楽園競輪場開場 ～1973年都営競輪廃止後、後楽園競技場と改称し夏期はプール、冬期はゴルフ練習場として営業／1984年閉場
1955年 7月 9日	後楽園ゆうえんち(現・東京ドームシティ アトラクションズ)開場
1959年 12月20日	石打後楽園スキー場、翌年10月石打後楽園カントリークラブ開場 以降、リゾート事業に進出　～2007年事業譲渡
1962年 4月16日	後楽園ボウリング会館(現・後楽園ホールビル)全館開場
1965年 8月 1日	熱海後楽園(現・熱海後楽園ホテル)開場
1969年 7月 9日	進商事(株)設立
1971年 12月 1日	SHOP IN KORAKUEN(現・shop in)1号店「新宿店」オープン　～1989年クローズ
1973年 4月20日	黄色いビル開場
1977年 11月30日	黄色いビル別館開場
1980年 2月 1日	(株)後楽園フアイナンス設立　～2006年株式譲渡
1981年 3月31日	(株)後楽園スポーツ(現・(株)東京ドームスポーツ)設立
1984年 7月14日	(株)熱海後楽園設立　～2002年清算
1985年 1月17日	(株)後楽園総合サービス(現・(株)東京ドームファシリティーズ)設立
10月28日	(株)大阪後楽園ホテル設立　～2002年清算
1986年 10月24日	大阪後楽園ホテル開場 以降、シティホテル事業に進出　～2001年閉場
1987年 2月 1日	(株)札幌後楽園ホテル設立
1988年 3月17日	東京ドーム開場
6月20日	札幌後楽園ホテル(現・東京ドームホテル 札幌)開場
1990年 9月 1日	(株)東京ドームに社名変更
12月17日	ビッグエッグプラザ1、プリズムホール開場
1992年 7月 1日	ビッグエッグプラザ2、ジオポリス開場
1996年 2月 1日	(株)東京ドーム・マーチャンダイジング設立
1999年 2月 1日	(株)東京ドームホテル設立
2000年 1月 1日	東京ドームシティに名称変更
3月17日	(株)東京ドーム・リゾートオペレーションズ設立
6月 1日	東京ドームホテル開場
2003年 5月 1日	ラクーア開場
2004年 12月 1日	松戸公産(株)を株式交換により完全子会社化
2008年 3月19日	ミーツポート開場
2014年 7月 1日	「青いビル」を「後楽園ホールビル」へ名称変更(外装リニューアル)

TOKYO DOME CORPORATION

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
03-3811-2111（代表）
www.tokyo-dome.jp

ミックス
責任ある木質資源を使用した紙
FSC® C005531

Vegetable oil INK
for waterless printing
Non VOC INK Version 2

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。

2015年6月　Printed in Japan