

団体名	株式会社東京スタジアム				
代表者	代表取締役社長 相場 淳司			所管局	生活文化スポーツ局
所在地	東京都調布市西町376-3			電話番号	042-440-0555
基本財産 /資本金等	9,653百万円	都出資等割合 /都持株比率	36.3%	設立 年月日	平成6年8月11日
設立目的	総合陸上競技場の建設及び管理運営の受託				
主 な 事 業	(1) スポーツ施設の運営及び管理 (2) 駐車場及び商業施設の経営及び管理 (3) 競技場施設内における広告スペースの販売				
組    織	年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	対前年度比
	常勤役員数	2人	2人	2人	100.0%
	常勤職員数	25人	26人	27人	103.8%
	都派遣職員数	11人	11人	12人	109.1%
	都退職者数	0人	0人	0人	-

区 分		令和 2 年度	令和 3 年度	令和 4 年度	対前年度 差引増減額	対前年度比 (%)	主な増減理由	
損 益 計 算 書	営業利益 ( 損失 )	280,338	168,480	126,907	41,573	-	( 営業収益 ) ・ イベント開催等が増えたことによる売上高の増  ( 営業費用 ) ・ イベント開催や光熱水費等が増えたことによる営業費用の増	
	営業収益	1,236,757	1,529,949	1,734,432	204,483	113.4%		
	営業費用	1,517,095	1,698,429	1,861,339	162,910	109.6%		
	売上原価	1,178,785	1,369,104	1,504,446	135,342	109.9%		
	販売費・一般管理費	338,310	329,325	356,893	27,568	108.4%		
	営業外利益 ( 損失 )	38,539	115,327	31,776	83,551	27.6%		
	営業外収益	38,676	115,327	31,782	83,545	27.6%		
	営業外費用	137	-	6	6	-		
	経常利益 ( 損失 )	241,799	53,153	95,131	41,978	-		
	特別利益 ( 損失 )	-	6,364	0	6,364	-		
税引前当期純利益	241,799	59,517	95,131	35,614	-			
法人税等	1,210	1,317	1,230	87	93.4%			
当期純利益	243,009	60,834	96,361	35,527	-			
貸 借 対 照 表	資産合計	9,779,305	9,762,375	9,615,748	146,627	98.5%	( 流動資産 ) ・ イベント開催等が増えたことによる売上高の増  ( 固定資産 ) ・ 建物等の減価償却	
	流動資産	6,231,359	6,356,133	6,531,631	175,498	102.8%		
	固定資産	3,547,946	3,406,241	3,084,117	322,124	90.5%		
	負債合計	484,216	528,119	477,854	50,265	90.5%		
	流動負債	374,207	421,389	393,033	28,356	93.3%		( 流動負債 ) ・ リース債務の完済による減
	固定負債	110,009	106,730	84,821	21,909	79.5%		( 固定負債 ) ・ 長期リース債務及び長期前受収益の減
	純資産合計	9,295,089	9,234,255	9,137,894	96,361	99.0%		
うち資本金	9,652,500	9,652,500	9,652,500	0	100.0%	( 純資産合計のうち繰越利益剰余金 ) ・ 当期純損失による減 ( 繰越損失残高の増 )		
うち繰越利益剰余金	357,411	418,245	514,606	96,361	-			

戦略1	RWC2019、東京2020大会を契機としたスポーツ振興への貢献と大会レガシーの継承
-----	--

3年後 (2023年度)の 到達目標	<p>【目標】多摩地域のスポーツ拠点として、大会後のスポーツ需要に応え、都のスポーツ振興施策に貢献する。</p> <p>【目標】大会レガシーとして、環境に配慮したイベント運営が図られるとともに、被災地への復興支援の継続により地元との絆が深まっている。</p>	実績 (2022年度末時点)及び 要因分析	<p>・目標 について、パラスポーツ等の普及啓発のため、2022年度計画における目標を大幅に超える18メニュー実施するとともに、ラグビーリーグワン9試合を誘致した。また、東京2020大会1周年記念事業を3事業実施するなど、都のスポーツ振興施策に貢献した。</p> <p>・目標 について、環境配慮を推進するため、イベント時に発生した生ごみを約1,300kg減量するとともに、味スタ感謝デーで福島の特産品の販売等を行うなど、被災地支援を推進した。</p>
--------------------------	---	-----------------------------	--

個別取組事項	到達目標	2022年度計画	2022年度実績	要因分析	対応方針
両大会のレガシーとしてのスポーツ振興	目標	<p>感染症の状況を見ながら、パラ・マイナースポーツの体験会やアスリートとの交流等の事業を実施 7メニュー</p> <p>ラグビーの普及促進につながるイベントや試合等の誘致、PR協力 2試合</p> <p>RWC2019や東京2020大会の記念グッズの展示、(仮称)味スタ・むさブラミュージアムの企画調整</p>	<p>パラ・マイナースポーツの体験会やアスリートとの交流等の事業を実施 18メニュー</p> <p>ラグビーの普及促進につながるイベントや試合等の誘致、PR協力 14試合</p> <p>(仮称)味スタ・むさブラミュージアムの企画調整。東京2020大会1周年記念事業を3件実施し、RWC2019や東京2020大会の記念グッズを活用</p>	<p>地元市と連携し、パラスポーツのイベントや体験会等を実施し、パラスポーツを幅広い層へPRできた。</p> <p>都のRWC2019レガシーイベントを開催するとともに、ラグビーリーグワンを9試合誘致した。</p> <p>RWC2019や東京2020大会の記念グッズを展示する(仮称)味スタ・むさブラミュージアムについて、開設準備に向けて検討を進めた。東京2020大会1周年記念事業等のイベントで、東京2020大会に関するミュージアムやスタジアム・アリーナツアーを実施することで、大会レガシーを印象付けた。</p>	<p>○引き続き、パラ・マイナースポーツの体験会やアスリートとの交流等の事業を実施するとともに、敷地内に開設された東京都パラスポーツトレーニングセンターとも連携し事業を促進していく。</p> <p>○ラグビーの普及促進につながるイベントや試合等の誘致、PR協力</p> <p>○(仮称)味スタ・むさブラミュージアムの開設、スタジアムツアーによるレガシーグッズの活用</p>
東京2020大会における環境配慮や復興支援のレガシーの継承	目標	<p>環境配慮ガイドライン等に基づくイベント運営の実施</p> <p>被災地への継続的な支援</p> <p>年間4、5件(感染症の状況に応じて、回数は見直しを行う。)</p>	<p>主なイベント主催者に環境配慮ガイドラインを配付し、環境に配慮した取組への協力を依頼。スポンサー企業と連携し、コンポストを設置するとともに、一般向け講座を開催し自然循環を促進。生ごみを約1,300kg削減</p> <p>味スタ感謝デーにおいて、福島県道の駅ブースを4つ設置した特産品の販売や、福島県産食材を使った店舗の出店により、来場者と福島をつなげることができた。</p>	<p>主なイベント主催者に環境配慮ガイドライン配付。味スタでの環境保全の取組を紹介するとともに、環境に配慮した取組への協力を依頼した。スタジアムで発生した生ごみを処理機で分解することで、一般廃棄物を約1,300kg減量。</p> <p>3月からはコンポストを設置し、生ごみの自然循環に取り組んでいる。</p> <p>震災の記憶が風化しないよう、被災地への継続的な支援として、味スタ感謝デーで福島県道の駅のPRブースを4つ出店。また、同イベントのフードパークでは、10店舗全ての飲食店舗で福島県産の食材を使用した。</p>	<p>○環境配慮ガイドライン等に基づくイベント運営の実施</p> <p>○被災地への継続的な支援</p> <p>○自然循環推進のため、コンポストの継続的な活用とコンポスト講座の実施</p>

団体自己評価	<p>○パラ・マイナースポーツの体験会等は、感染症の影響を受けた中でも、計画値を大きく上回る18メニューを達成。毎年開催している調布市共催の体験会や弊社主催の事業に加え、2022年度は新たに調布市及び車いすバスケットボール連盟と共催したイベントを開催し、多くの方にパラスポーツを体験する機会を提供するとともに、理解を深める取組を推進することができた。また、ラグビーのイベント等は2022年1月に開幕したJAPAN RUGBY LEAGUE ONEの試合を9試合誘致するなどにより、ラグビーを普及促進した。さらに、東京2020大会1周年記念でスタジアム・アリーナツアーを主催し、大会開催時の様子を伝えるとともに施設のバックヤードを案内し、大会レガシーの継承に貢献することができた。</p> <p>○環境負荷の低減に向け、環境配慮ガイドラインを用いて主催者と連携するとともに、処理機活用によりスタジアムで発生する生ごみを液体堆肥化することで一般廃棄物を削減。3月からは新たにコンポストを設置するとともに、家庭で気軽に行えるコンポスト講座を一般向けに開催することで、さらなる自然循環の促進に取り組むことができた。</p> <p>○被災地への継続的な支援については、感染症の影響により計画値を達成することはできなかったが、味スタ感謝デーでのPRブース出展や食材活用により、来場者と福島をつなげることができた。</p>
--------	--

戦略2 選ばれ続けるスタジアム・アリーナとして安定的な経営基盤の底上げを図るための取組の推進

<p>3年後 (2023年度)の 到達目標</p>	<p>【目標】 地域連携に資する検討会を立ち上げ、1事業以上試行し、効果を検証する。 【目標】 観戦・観賞環境の向上施策や独自の新規企画を3事業以上試行し、効果を検証する。 【目標】 安全面やブランド面のイメージ向上に向け、1事業以上試行し、本格実施する。</p>	<p>実績 (2022年度末時点) 及び要因分析</p>	<p>・目標 について、サイクルボートの運用、デジタルスタンプラリーの実施(10月)など、地域と連携した事業を4事業実施し、効果を検証した(うち1事業は2021年度から試行・効果検証を継続。デジタルスタンプラリーなど3事業について試行・効果検証を開始)。 ・目標 について、センサールームの設置、キャッシュレス決済の導入等、観戦・観賞環境の向上施策を4事業実施した。また、コンサートの誘致に加え、人気ユーチューバーのイベントを開催するなど新規企画を3事業実施し、効果を検証した。 ・目標 について、Jリーグクラブ等と連携した投稿や、消防訓練等の実施状況に関する投稿をSNSで情報発信し、安全面やブランド面のイメージ向上に向けて5事業を実施した。</p>
-----------------------------------	--	--------------------------------------	--

個別取組事項	到達目標	2022年度計画	2022年度実績	要因分析	対応方針
地域等と連携した味の素スタジアムの施策展開	目標	<p>感染症の状況を見ながら、地元市や関係事業者と連携し、経費節減に向けた調整を行いつつ、事業を試行的に実施し、効果を検証・調整</p> <p>感染症の状況を見ながら、スポンサー企業等と連携し、経費節減に向けた調整を行いつつ(仮称)健康ウォーキング事業を試行的に実施し、効果を検証・調整</p>	<p>○各事業を試行的に実施し、効果を検証した。</p> <p>調布市と連携し2021年度中に味スタ敷地内に設置したサイクルボート23台について、4月以降も継続して運用(2022年度実績:計、444回の利用)</p> <p>2021年度から調布スマートシティ協議会に参加し、2022年10月に調布市内を巡るデジタルスタンプラリーを実施(10月)</p> <p>集客力向上に繋げるため、ウォーキングコースの設置(11月)や近隣地域と連携したイベント開催への協力(11月)を実施</p>	<p>シェアサイクル事業を継続して実施した。スタジアム入口に横断幕を設置し認知度を高め、利用者の増加に努めた。</p> <p>調布スマートシティ協議会のデジタルスタンプラリーは、スタジアム、プラザ両施設にスタンプポイントを設置して、取組に協力した。</p> <p>スポンサー企業と連携し、スタジアム敷地内にウォーキング1kmコースを設置した。コースに案内板を設置し、利用者へ役立つ情報を提供する等、工夫を行った。また、Jリーグクラブと連携し、試合開催時における近隣道路を活用したイベント開催に協力した。</p>	<p>○地元市や関係者等と連携して、経費節減に向けた調整を行いつつ、事業の試行的な実施、また、効果が得られた場合には、本格実施に向け取り組んでいく。</p>
リニューアルによる観戦・観賞環境の向上	目標	<p>イベント主催者や売店事業者等と連携し、経費節減に向けた調整を行いつつ、費用負担の少ないもの等について、事業を試行的に実施し、効果を検証・調整</p> <p>ICT技術など他施設等の先進的な取組み等についての情報収集を継続し、当社のモデルを探索</p>	<p>○各事業を試行的に実施し、効果を検証した。</p> <p>2021年度からJリーグクラブと連携したキッズルーム・センサールームの設置を実施(8回)</p> <p>味スタのコンコース全売店(8店舗)で、複数のキャッシュレス決済を導入した。むさぶら駐車場の事前精算機にキャッシュレス決済を導入(11月)</p> <p>2021年度から実施しているトイレ等の混雑の見え方の解析手法確立に向けた実証実験を行い、効果を検証した結果、本格実施は見送った。</p>	<p>家族で楽しめるスタジアムを目指し、キッズスペースやセンサールームを設置し、利用者へ大変好評であった。</p> <p>味スタ売店のキャッシュレス決済は、売店事業者の次期契約において、全店舗共通で複数の決済方法を導入することにより、利用者の利便性向上を図った。</p> <p>むさぶら駐車場のキャッシュレス決済は、複数の決済方法を導入し、円滑に利用された。</p> <p>利用者満足度の向上や感染症対策として、トイレの混雑状況を可視化するため、民間事業者と連携し、弊社の負担なく混雑分析の試行を実施した。</p>	<p>○観戦・観賞環境向上のため、経費節減に向けた調整を行いつつ、事業を試行的に実施し、効果が得られた場合には、本格実施に向け取り組んでいく。</p> <p>○ICT技術など他施設等の先進的な取組み等についての情報収集を継続し、当社のモデルを探索していく。</p> <p>○利用者ニーズを踏まえ、特別観覧室の改修に着手する。</p>
新たなビジネスモデルを実現するための新規事業の追求	目標	<p>感染症の状況を見ながら、以下の取組を実施</p> <p>ライブ・エンターテインメントの誘致1件</p> <p>事業を試行的に実施し、効果を検証・調整</p>	<p>○各事業を試行的に実施し、効果を検証した。</p> <p>味スタでコンサートを3件誘致したが、感染症により、3件いずれもキャンセルとなった。</p> <p>Jリーグの空き日程に、ラグビーリーグワンを誘致(9試合)</p> <p>人気ユーチューバーのイベントを新規で実施(9月)</p> <p>味スタ感謝デー等を活用した若手アーティストへの発表の場を提供(11月)</p>	<p>感染症が十分に収束せず利用制限がある中、採算性の観点から、コンサート主催者の方で開催は難しいと判断し、キャンセルが発生した。</p> <p>Jリーグのオフシーズンだけでなく、シーズンの空き日程も有効に活用し、ラグビーリーグワンを誘致した。</p> <p>新たな取組として、施設の空き日程を活用し、人気ユーチューバーのイベントを実施した。</p> <p>味スタ感謝デーやフリーマーケットの開催に当たり、若手アーティストへの発表の場を提供した(フリーマーケットは主催者都合により中止となった)</p>	<p>○ライブ・エンターテインメントの誘致 3件</p> <p>○ラグビーリーグワンの試合誘致 4件</p> <p>○事業を試行的に実施し、効果が得られた場合には、本格実施に向け取り組んでいく。</p>
安全面やブランド面のイメージ向上	目標	<p>イベント主催者等と連携して、事業を試行的に実施し、効果を検証・調整</p> <p>引き続きICT技術等の先進的な取組みについて情報収集し、GBACは取得に向けて準備</p> <p>事故・災害時対応に関する訓練・研修の情報発信</p>	<p>アニメコンサートの誘致(13件)、Jリーグクラブと連携したeスポーツコンテンツの実施(6回)</p> <p>SNSを活用した情報発信(FB145回、Twitter871回)</p> <p>ICT技術やGBAC等の先進的な取組の情報収集を継続実施</p> <p>救命等講習(2回)、消防訓練(4回)、さすまた取扱訓練(1回)</p>	<p>○毎月の定例会でブランドイメージを議論するとともに、ブランドイメージ構築に資する可能性の高いイベントを積極的に誘致した。</p> <p>○SNSの情報発信は、従来のイベント報告に加え、Jリーグクラブやスポンサー企業と連携した投稿、スタジアムグルメを紹介する投稿等を行い、内容・回数を拡充させた。また、Twitterフォロー&amp;リツイートキャンペーンを実施し、フォロワー数を増加させた。</p> <p>○利用者の安全・安心確保のため消防訓練やさすまた取扱訓練を実施し、その実施状況をSNSで情報発信した。</p>	<p>○事業を試行的に実施し、効果が得られた場合には、本格実施に向け取り組んでいく。</p> <p>○ICT技術等の先進的な取組みについて情報収集し、当社のモデルを探索していく。</p> <p>○事故・災害時対応に関する訓練・研修の情報発信</p>
事業遂行に向けた人材の確保と育成	目標	<p>○オンラインセミナーの受講や他施設の見学等 2回</p> <p>○大学院のメディア・エンターテインメントに関する講義について科目等履修生派遣を実施し、事業経営のノウハウを習得 2名参加</p>	<p>オンラインセミナーの受講(4回)、他施設の見学(5回)</p> <p>大学院のメディア・エンターテインメントに関する講義について科目等履修生派遣を実施し、事業経営のノウハウを習得 3名参加</p>	<p>○プール施設等安全管理講習会や会社の情報セキュリティ対策に関する外部講習などを受講した。また、関東近隣の大型スポーツ施設等の見学を実施した。</p> <p>○感染症やDXで大きく変革するエンターテインメントビジネスを時機を捉えて把握し、会社の将来像を弾力的に適切にさせていく人材を育成するため、大学院へ社員3名を派遣した。派遣者は定期的に社内勉強会を実施し、社内全体の人材育成につながった。</p>	<p>○安全管理や情報セキュリティ対策に係るオンラインセミナーの受講や他施設の見学等 2回</p> <p>○大学院のメディア・エンターテインメントに関する講義について科目等履修生派遣を実施し、事業経営のノウハウを習得 2名参加</p>

団体自己評価	<p>○スポンサー企業と連携し、スタジアム敷地内にウォーキング1kmコースを設定。また、Jリーグクラブ・調布市と連携し、試合開催時における近隣道路を活用したイベント開催(歩行者天国)に協力し、イベントだけでなく、味スタ・むさぶらハブとして楽しめる仕組みを作った。</p> <p>○Jリーグクラブと連携し、キッズスペースやセンサールームの設置、味スタ売店のキャッシュレス決済導入、むさぶら駐車場のキャッシュレス決済など、家族で楽しめるスタジアムと施設利用者の利便性向上に取り組むことができた。</p> <p>○Jリーグの空き日程やオフシーズンにラグビーリーグワンを9試合誘致し、RWC2019のレガシーを印象付けるとともに、収益を向上させることができた。</p> <p>○Jリーグクラブやスポンサー企業と連携した投稿や、スタジアムグルメに関する投稿など、利用者のニーズを踏まえたSNSの積極的な情報発信とTwitterフォロー&amp;リツイートキャンペーンの実施により、フォロワー数を両施設合計で約5,900人増加させた。</p> <p>○職員がスポーツイベントに関するオンラインセミナー等を受講するとともに、大学院のメディア・エンターテインメントに関する講義に科目等履修生を派遣し、社内勉強会を実施することで、事業経営のノウハウの習得に取り組んだ。</p> <p>○安全面では、救命等講習や消防訓練、さすまた取扱訓練など、利用者の安全を確保する取組を実施した。</p> <p>○上記のとおり、感染症による影響を受けた中でも、地元市や関連事業者等と連携した新たな取組の実施や、スタジアムの収益向上に資するイベント誘致や情報発信、人材育成に関する取組を着実に推進することができた。</p>
--------	---

**戦略3 両施設の同時利用による相乗的な魅力向上**

<b>3年後 (2023年度)の 到達目標</b>	<b>【目標】</b> 両施設の一体的利用、又は施設を相互補完する形での利用を6つ以上実施し、利用者の高い評価を得ている。 <b>【目標】</b> スタジアム等とプラザの同時利用を促進するための戦略的なPRを実施している。	<b>実績 (2022年度末時点)及 び要因分析</b>	・目標 について、両施設の一体的利用や相互補完利用について、計33件の実績を積み上げた。 ・目標 について、スタジアム等とプラザの同時利用を推進するため、各施設のイベントや取組を双方でSNS発信することで、一体的利用のPRを推進した。
-----------------------------------	--	--------------------------------------	--

個別取組事項	到達目標	2022年度計画	2022年度実績	要因分析	対応方針
スタジアム等とプラザの一体での事業開催	目標	イベント開催時における、他施設の一部の活用（コンコースやスタンド等）も含めた相互利用の促進 両施設の一体的利用、又は施設を相互補完する形での利用年合計5つ以上（感染症の状況で回数は見直す） 一体的利用を行う際、社内のノウハウや関連事業者との繋がりを活用するなど、経費節減を図る。	○各施設の利用スケジュールの洗い出し ○一体的利用実績（2件） ○相互補完利用実績（31件）	○東京2020大会1周年記念事業として、夏休み親子スタジアム・アリーナツアー、味スタ感謝デーを開催し、スタジアム等とプラザを一体的に利用した。 ○AGFフィールドのイベント開催で、プラザのトイレや諸室を提供し、相互補完利用を行った。 ○プラザのイベント開催で、スタジアムコンコースに食事休憩場所を提供し、相互補完利用を行った。その際、スタジアムの備品や飲食事業者との繋がりを活用し、経費節減を図った。	イベント開催時における、他施設の一部の活用（コンコースやスタンド等）も含めた相互利用の促進、両施設の一体的利用、又は施設を相互補完する形での利用年合計20件以上 一体的利用を行う際、社内のノウハウや関連事業者との繋がりを活用するなどして、備品や出店等にかかる経費等の節減を図る。
同時利用促進のための取組み	目標	SNS等を活用した両施設の一体的PRの試行5回以上	○SNSを活用した両施設の一体的PR実績（22回）	○両施設を一体利用したイベントである、夏休み親子スタジアム・アリーナツアー、味スタ感謝デーの開催に当たり、SNSを活用して一体的にPRを行った。 ○両施設のイベントに関するTwitterを、相互にリツイートするなどして、隣接施設のイベントを情報発信することで、一体的利用をイメージしやすくした。	SNS等を活用した両施設の一体的PR 6回以上 ○今後は、スタジアム・プラザに加え、スタジアム敷地内に3月に開設した東京都バラスポーツトレーニングセンターとも一体的利用のPRに取り組んでいく。

<b>団体自己評価</b>	○一体的利用については、新型コロナウイルス感染症流行後3年ぶりに会場開催することができた味スタ感謝デーと東京2020大会1周年記念のスタジアム・アリーナツアーの2件を実施した。また、相互補完利用については、両施設の担当者間でイベント開催のスケジュールを共有・連携することで、計画を大きく上回る33件を実施。相互補完利用にあたっては、施設備品や飲食事業者との繋がりを活用するなど、経費削減にも取り組んだ。 ○両施設の連携を印象付け、同時利用の促進や両施設の集客力増加につなげるため、スタジアム・プラザ両施設が保有するSNSを活用し、一体的利用や双方のイベントのPRを22回行った。 ○上記のとおり、感染症による影響を受けた中でも、両施設の同時利用を推進し、実績を出すことができた。
---------------	---

共通戦略

取組事項	2022年度計画	2022年度実績	要因分析	対応方針
<p>手続のデジタル化</p>	<p>対都民・事業者を対象とした受付等の手続については、原則としてデジタル化済みであるが、更なる活用促進のため、以下の取組を行う。</p> <p>&lt;味の素スタジアム&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>施設利用の申請を原則としてオンラインフォームで行えるよう、HPの改修を進める。</li> </ul> <p>&lt;武蔵野の森総合スポーツプラザ&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>引き続き、施設利用申込及びスポーツ体験会におけるインターネットによる申込を促進する。</li> </ul>	<p>&lt;味の素スタジアム&gt;</p> <p>施設利用に関する申請・承認手続き等のオンラインフォームを2023年3月に実装し、施設利用者の利便性の向上に努めた。</p> <p>&lt;武蔵野の森総合スポーツプラザ&gt;</p> <p>インターネットによる申込件数は、施設利用申込が2,036件、各種事業（スポーツ振興事業、スポーツの日記念事業、地域貢献事業）申込が766件であった。昨年度と比較し、施設利用申込、各種事業申込共に大幅に増加した。</p>	<p>&lt;味の素スタジアム&gt;</p> <p>施設利用者の使いやすさや施設利用申込の円滑な運用の観点から、施設利用に関する申請・承認手続き等のオンラインフォーム実装に向け、検討・準備を進めた。</p> <p>&lt;武蔵野の森総合スポーツプラザ&gt;</p> <p>2021年度は、東京2020大会の開催に伴い、4月～10月は通常の施設利用ができず、各種事業もほとんど実施することができなかった。2022年度は、4月から通常どおり施設利用や各種情報を実施しており、利用者への周知も進めた結果、インターネットによる申込件数が増加した。</p>	<p>対都民・事業者を対象とした受付等の手続については、原則としてデジタル化済みであるが、更なる活用促進のため、以下の取組を行う。</p> <p>&lt;味の素スタジアム&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>HPにて実装した施設利用に関する申請・承認手続き等のオンラインフォームの活用を促進していく。</li> </ul> <p>&lt;武蔵野の森総合スポーツプラザ&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>引き続き、施設利用申込及び各種事業におけるインターネットによる申込を促進していく。</li> </ul>
<p>はんこレス</p>	<p>&lt;両施設&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>引き続き電子決裁システムの原則利用を推進する。</li> </ul> <p>&lt;味の素スタジアム&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>請求書、発注書、施設利用申請手続きについて、訴訟等のリスクや契約相手方の意向を考慮した上で、慎重に押印の廃止を検討する。</li> </ul> <p>&lt;武蔵野の森総合スポーツプラザ&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>利用団体からの申請様式の押印については廃止済み。</li> </ul>	<p>&lt;両施設&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>請求書は、原則電子押印が可能となる新規会計ソフトを導入し、紙資料への押印作業を削減した。また、電子公印の適正な管理・運用のために管理ルールを設けた。</li> <li>発注書は、押印を必須で求める一部の事業者を除き、原則として押印廃止とした。</li> <li>押印の定めがある手続きのうち、14件中、13件の押印廃止を達成した。</li> </ul> <p>&lt;味の素スタジアム&gt;</p> <p>施設利用に関する承認手続きは、押印を必須で求める一部の利用者を除き、公印省略で対応した。</p>	<p>&lt;両施設&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>請求書においては、押印を必須で求める事業者が多かったため、新規会計ソフトを導入する際、電子公印の適正な管理・運用のルールを規定した。</li> <li>施設利用に関する承認手続は、訴訟等のリスクや契約相手方の意向を考慮した上で、公印省略の検討を行った。</li> </ul>	<p>&lt;両施設&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>引き続き電子決裁システムの原則利用を推進する。</li> </ul> <p>&lt;味の素スタジアム&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>押印の定めがある手続きのうち、はんこレスに至っていない1件については、訴訟等の発生リスクなどを考慮しながら、慎重に押印の廃止を検討していく。</li> </ul> <p>&lt;武蔵野の森総合スポーツプラザ&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>利用団体からの申請様式の押印については廃止済み。</li> </ul>
<p>FAXレス</p>	<p>&lt;両施設&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>引き続き、インターネットFAXを運用し、2022年度FAX件数の98%以上減少を継続する。(2019年度比)</li> </ul>	<p>&lt;両施設&gt;</p> <p>2019年度同時期のFAX件数と比較して、100%減少を達成した(2022年4月～2023年3月末)。</p>	<p>&lt;両施設&gt;</p> <p>両施設でインターネットFAXの運用を継続して行うとともに、社内ルールを周知したことで、FAX送受信の廃止を継続できている。</p>	<p>&lt;両施設&gt;</p> <p>引き続き、インターネットFAXを運用し、2023年度FAX件数の100%以上減少を継続する。(2019年度比)</p>
<p>ペーパーレス</p>	<p>&lt;両施設&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>引き続き電子決裁システムの原則利用を推進するとともに、PDF編集ソフトを積極的に活用することで、2022年度のコピー用紙を、2020年度比55%減少させる。</li> </ul>	<p>&lt;両施設&gt;</p> <p>2020年度同時期のコピー用紙総使用量と比較して、約61%減少を達成した(2022年4月～2023年3月末)。</p>	<p>&lt;両施設&gt;</p> <p>コピー用紙使用量削減に向けた取組(両面印刷、2in1印刷、裏紙利用)を徹底して行い、コピー用紙使用量を削減した。</p>	<p>&lt;両施設&gt;</p> <p>引き続き電子決裁システムを原則利用し、社内会議等で紙資料の配布を控え、モニター投影の導入及び活用を推進することで、2023年度のコピー用紙を、2020年度比65%減少させる。</p>
<p>キャッシュレス</p>	<p>&lt;味の素スタジアム&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>施設利用についての支払いは、全施設キャッシュレス対応済み。</li> <li>イベント時の売店の支払いについて、売店事業者と協議の上、3種のキャッシュレス決済の導入を検討する。</li> </ul> <p>&lt;武蔵野の森総合スポーツプラザ&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>個人利用及び団体利用の支払いは、キャッシュレス決済対応済み。</li> <li>駐車場の利用料金について、キャッシュレス決済に対応する。</li> </ul>	<p>&lt;味の素スタジアム&gt;</p> <p>イベント時の売店の支払方法について、クレジットカード決済、電子マネー決済及びQRコード決済の導入が進み、8店舗ある全ての売店にて、3種のキャッシュレス決済の導入が完了した。</p> <p>&lt;武蔵野の森総合スポーツプラザ&gt;</p> <p>11月に一般駐車場の事前精算機、出口精算機について、クレジットカード決済及び電子マネー決済を導入し、あらゆる支払場所でキャッシュレス決済が可能となった。</p>	<p>&lt;味の素スタジアム&gt;</p> <p>3種のキャッシュレス決済導入について、売店事業者に丁寧に説明・理解を得るとともに、弊社が回線工事を実施して通信環境を整備することで、迅速に準備を進めた。</p> <p>&lt;武蔵野の森総合スポーツプラザ&gt;</p> <p>駐車場の支払いについて、利用者からの要望等があり、支払可能なキャッシュレス決済の種類を検討の上、導入を行った。これにより、個人利用、団体利用を含む、すべての場所でキャッシュレス決済が可能となり、支払方法の幅が広がったことで利用者の利便性向上に繋がった。</p>	<p>&lt;味の素スタジアム&gt;</p> <p>施設利用及びイベント時の売店の支払いについて、キャッシュレス決済対応済み</p> <p>&lt;武蔵野の森総合スポーツプラザ&gt;</p> <p>個人利用、団体利用及び駐車場の利用料金の支払いについて、キャッシュレス決済対応済み</p>
<p>タッチレス</p>	<p>&lt;両施設&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>対面でなくとも効果的に事業の実施ができると見込まれるものについて、引き続き、オンライン開催を推進する。</li> </ul>	<p>&lt;両施設&gt;</p> <p>現地確認を伴わない打合せはWEB会議を活用し、味の素スタジアムでは約200件、武蔵野の森総合スポーツプラザでは約85件実施した。</p>	<p>&lt;両施設&gt;</p> <p>社内全体でオンライン会議の活用が促進され、オンラインでの会議形式が一般化した。</p>	<p>&lt;両施設&gt;</p> <p>対面でなくとも効果的に事業の実施ができると見込まれるものについて、引き続き、オンライン開催を推進する。</p>
<p>テレワーク</p>	<p>&lt;両施設&gt;</p> <p>新型コロナウイルス感染拡大時等における都・国等からのテレワーク実施要請へ、都庁グループの一員として、適切に対応する。</p>	<p>&lt;両施設&gt;</p> <p>施設管理に必要な出社人数を確保しつつ、毎月の勤務シフト作成時にテレワーク実施の働きかけを行い、テレワークを推進した。</p>	<p>&lt;両施設&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>基本的に週一日のテレワーク実施日を設けた上に、終日単位だけでなく半日単位のテレワークも推進することで、出社とテレワークを組み合わせた柔軟な働き方の実現に努めた。</li> <li>ライフ・ワーク・バランス月間を設定し、在宅勤務実施率30%以上を目標とする指針を設けた。</li> </ul>	<p>&lt;両施設&gt;</p> <p>引き続き出社とテレワークを組み合わせた柔軟な働き方の実現に努めていく。</p>
<p>団体自己評価</p>	<p>全ての取組事項について、社内での取組を推進した結果、2022年度末の到達目標を達成することができた。取組事項別の団体自己評価は、以下のとおりである。</p> <p>手続のデジタル化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>味の素スタジアムでは、施設利用に関する申請・承認手続き等をオンラインで実施できるよう実装した。2023年度は、利用者にオンラインフォームを案内・周知し、利用を促進していく。</li> <li>武蔵野の森総合スポーツプラザでは、インターネットによる申込件数が大幅に増加(施設利用申込:630件、2,036件)した。引き続き利用者にインターネット申込方法を案内し、利用を促進していく。</li> </ul> <p>はんこレス</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>両施設で、電子決裁を普及させ、これまでに、押印の定めがある手続き14件のうち13件を達成した。</li> <li>味の素スタジアムでは、施設利用に関する承認手続きにおいて、押印を必須で求める一部の利用者を除き、公印省略で対応した。</li> <li>武蔵野の森総合スポーツプラザでは、全ての業務において、はんこレスを達成済みである。</li> </ul> <p>FAXレス</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>両施設でインターネットFAXの運用を開始しており、引き続き、2019年度同時期のFAX件数と比較して100%減少の達成を継続していく。</li> </ul> <p>ペーパーレス</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>両施設で2020年度同時期のコピー用紙総使用量と比較して、目標値を上回る約61%減少を達成。2023年度は、2020年度比65%減少を目指していく。</li> </ul> <p>キャッシュレス</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>味の素スタジアムでは、キャッシュレス対応済みである。2022年度は、イベント時の売店の支払方法について、売店事業者と調整の上、8店舗ある全ての売店にて、キャッシュレス決済の導入が完了した。</li> <li>武蔵野の森総合スポーツプラザでは、駐車場の利用料金をキャッシュレス対応したことにより、全ての場所でキャッシュレス決済を導入した。</li> </ul> <p>タッチレス</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>両施設で、WEB会議の活用実績が増加した。引き続き、現地確認を伴わない打合せなどは積極的にオンラインを活用していく。</li> </ul> <p>テレワーク</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>両施設において、施設管理及び利用者対応のため、事務所に出勤する社員を一定数確保する必要がある中で、可能な限りテレワークを実施した。引き続き、出社とテレワークを組み合わせた柔軟な働き方の実現に努めていく。</li> </ul>			

所管局所見

・戦略1では、RWC2019、東京2020大会のレガシーの継承として、パラ・マイナースポーツ体験会を新規も含め当初計画を上回る18メニュー実施し、ラグビーリーグワンを9試合誘致、東京2020大会一周年記念事業を実施するなど、都のスポーツ振興に取り組んでいる。また、環境に配慮したイベント運営や主催イベントを通じた被災地支援を継続するなど、大会レガシーを着実に継承している。

・戦略2では、安定的な経営基盤の底上げを図るため、地元市と連携したサイクルポートの設置、デジタルスタンプラリーの実施など多摩地域のアクセスを利用した認知度向上や、味の素スタジアムにキッズルームやセンサールームを設置、コンコース全売店等にキャッシュレス決済を導入するなど、利用者の視点に立ち、観戦者の環境向上に取り組むとともに、主催イベントを活用した若手アーティスト発表の場の提供、eスポーツコンテンツの実施、アニメコンサートや人気ユーチューバーのイベント実施など、コロナの影響を受けながらも新たなビジネスモデルを追求している。

・戦略3では、味の素スタジアム、武蔵野の森総合スポーツプラザ両施設を管理する団体として、一体的利用や相互補完利用を33件実施するとともに、相互補完利用に当たって既存備品等の有効活用による経費削減を行うなど、両施設の同時利用による利点を活かし、相乗的な魅力向上及び集客力増加に取り組んでいる。

・共通戦略は、手続のデジタル化・5つのレスの推進・テレワークについて、設定目標を達成し、更なる取組を進めている。

施設の魅力向上に向けて、キッズルーム等の設置やキャッシュレス決済の拡大を実施するとともに、新たなビジネスモデルを模索するなど、安定経営に向けた努力が見られる。

コロナも収束する中、施設のポテンシャルを十分に発揮すべく、新たに指定管理を受託した東京都パラスポーツトレーニングセンターも含めた施設連携を推進するとともに、関係自治体や関係団体との連携を更に強化し、取組を進めていくことを期待する。

総務局所見

経営改革プランに掲げた目標のうち、戦略1「RWC2019、東京2020大会を契機としたスポーツ振興への貢献と大会レガシーの継承」について、パラ・マイナースポーツ体験会等を目標を上回り実施したほか、東京2020大会一周年記念事業やRWCレガシーイベントの開催、ラグビーリーグワンを9試合誘致するなど、WC2019及び東京2020大会のレガシーの継承に貢献している。また、戦略3「両施設の同時利用による相乗的な魅力向上」について、味の素スタジアム、武蔵野の森総合スポーツプラザ両施設のイベント開催時の一体的利用や相互補完利用の件数が計画を大きく上回ったほか、イベント実施にあたって積極的なPR活動を展開する等、相乗的な魅力向上及び集客力増加に取り組んでいる。その他、共通戦略による「5つのレス」等についても、FAXレスやペーパーレスが目標を上回って達成するなど、取組を大きく進めている。引き続き、各種事業を積極的に推進していくとともに、収支改善に努めつつ、施設の魅力向上に向けた取組を一層進めていくことを期待する。