



IR Day

日本ハムにおける球団・新球場保有意義

2021年1月12日
日本ハム株式会社
執行役員 萩野稔之

「企業理念」の実現
テーマ「食べる喜び」

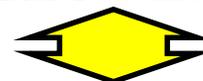
食を通してもたらされる
「おいしさの感動」と「健康の喜び」

||
食

||
スポーツ

「食とスポーツで心と体の元気を応援する」感動と喜びの空間を創造する

||
CSRの5つの重要課題



新球場

発信

貢献

創出

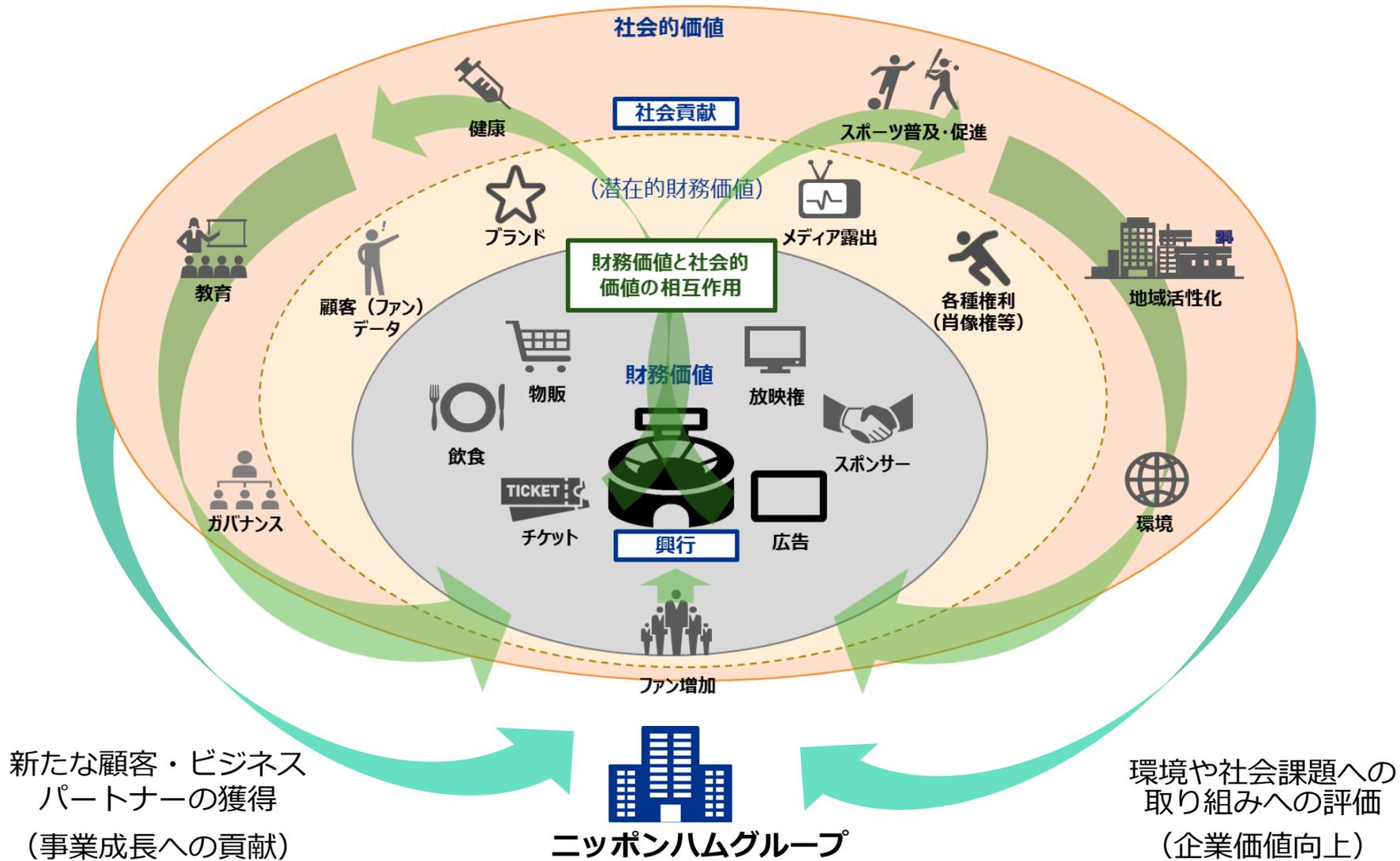
グループブランド価値向上

戦略的CSRの推進

食とスポーツの融合による
シナジー創出

■球団、球場経営の変遷からみるニッポンハムグループへの価値

時 期	1973年～	2004年～	2023年～
球 場	後樂園球場 東京ドーム	札幌ドーム	新球場 (ES CON FIELD)
位置づけ	企業球団	地域球団	地域球団 + NHGの発信基地
社会に向けた メッセージ と活動	青少年への 健全な娯楽の提供	地域との共生と共栄で スポーツコミュニティの実現	「食とスポーツで心と体の 元気を応援する」 感動と喜びの空間を創造する
	<ul style="list-style-type: none"> ・野球の振興、普及への取り組み 	<ul style="list-style-type: none"> ・道内の野球他スポーツの普及活動 ・地域社会の応援（応援大使等） ・食とスポーツによる健康への支援（食育） 	<ul style="list-style-type: none"> ・スポーツ振興の拠点とコミュニティ空間の創出による地域経済の活性化 ・NHG及び北海道食材の情報発信・供給
日本ハムへ もたらした 価値	日本ハムの広告看板	ファイターズブランドを投影し NHGブランドの価値向上	北海道を起点とした FsとNHGシナジー創出による NHGブランドの価値向上
	<ul style="list-style-type: none"> ・全国的な知名度アップ ・首都圏の市場拡大 ・社内の求心力 	<ul style="list-style-type: none"> ・グループブランド向上のシンボル（誠実、さわやか） ・不祥事後のブランドイメージ回復 ・ニッポンハムグループの求心力 	<ul style="list-style-type: none"> ・「食とスポーツ」を柱としたCSR活動の主要拠点 ・新たなビジネス機会の創出、営業面の活用 ・NHGの企業理念の実現





広告宣伝費



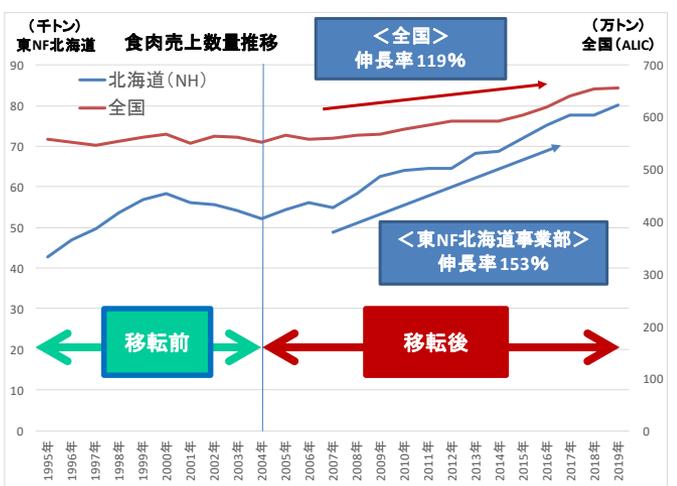
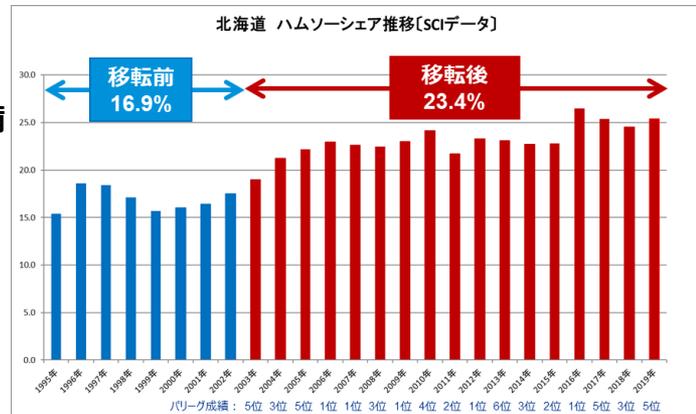
Nipponham



新球場建設費



(Fsの影響がもたらすNHG売上貢献)



※潜在的財務価値 = 広告露出価値 (球場内、TV、SNS、新聞など)

球団・新球場を核とした事業拡大、事業創出！

既存事業との シナジー創出

案

メニュー提案・商品開発
(北海道ブランド)

得意先との接点強化

案

新規事業

ホールパーク経営

D2Cビジネス

案

地域社会との共生

北海道の社会課題解決
への取り組み

北海道経済の
発展に寄与

売上・収益向上

企業価値向上

お問合せ先

〒141-6013 東京都品川区大崎2-1-1
Think Park Tower
日本ハム株式会社 広報IR部
電話：03-4555-8024

見通しに関する注意事項

この資料には、当社の将来についての計画や戦略、業績に関する見通しの記述が含まれています。これらの記述は当社が現時点で把握可能な情報から判断した仮定及び所信に基づく見通しです。また、経済環境、市場動向、為替レートなどの外部環境の影響があります。従って、これら業績見通しのみで全面的に依拠することはお控え頂きますようお願い致します。また、実際の業績は、さまざまな重要な要素により、これら業績見通しと異なる結果となりうることをご承知おき下さい。