



SPORTS & ENTERTAINMENT



HOKKAIDO
BALLPARK
F VILLAGE

～2022年 日本ハムIR DAY～

北海道日本ハムファイターズ ボールパークプロジェクト



2022年1月

前沢 賢 (まえざわ けん)

(株)ファイターズ スポーツ&エンターテイメント
取締役 事業統轄本部長
(株)北海道日本ハムファイターズ
取締役



【略歴および職務内容】

- 株式会社 パソナ
- J・坂崎マーケティング 株式会社
 - ✓ スポーツマーケティング第一人者ジャック・坂崎氏とスポーツ事業に従事。中国のプロ野球リーグ創設、ナショナルチームのマーケティングを担当。
- 株式会社 北海道日本ハムファイターズ
 - ✓ ファイターズの北海道でのビジネス基盤を強化。パ・リーグ6球団共同事業会社「パシフィックリーグ マーケティング株式会社」の設立および事業立案にも寄与。
- 株式会社 横浜DeNAベイスターズ
 - ✓ 買収後の新生ベイスターズの新会社組織、ビジネス基盤の再構築を担う。横浜スタジアムとの協同体制シナリオ、行政とのパートナー連携等を企図。
- 一般社団法人 日本野球機構
 - ✓ 侍ジャパンの事業戦略の構築および推進。
- 株式会社 北海道日本ハムファイターズ

三谷 仁志 (みたに ひとし)

(株)ファイターズ スポーツ&エンターテイメント
取締役 事業統轄本部 副本部長
(株)北海道日本ハムファイターズ
取締役



【略歴および職務内容】

- 住友商事 株式会社
 - ✓ 資金調達および運用業務に従事。大型コミットメントラインの締結、各種投資案件の財務面でのサポートを実施。
- オリックス野球クラブ 株式会社
 - ✓ 近鉄バファローズとの合併後の新生オリックス・バファローズにおいてビジネス基盤、マーケティング手法の見直し等を実施。大阪ドーム買収にも従事。
- グリー 株式会社
- 株式会社 北海道日本ハムファイターズ

1. 本プロジェクトの概要
2. スケジュールと進捗状況
3. 目標収支に対する進捗状況
4. 社会的価値創造



1. 本プロジェクトの概要

2. スケジュールと進捗状況

3. 目標収支に対する進捗状況

4. 社会的価値創造



1. 本プロジェクトの概要

スポーツと北海道を融合した新しい街づくり

本プロジェクトは、「単なる新しい球場」から大きく一步を踏み出し「**スポーツの価値**」と「**北海道の価値**」の融合したモデルで新しい「**街づくり**」を行っていくプロジェクトです。

野球事業と非野球事業のMIX

少子高齢化社会の中で**競技者人口の増加による球界・スポーツ界の発展**といった**オールド・スタイル**ではなく**野球をエンターテインメントの1つとして位置付け**、ファンになっていただくために**野球に興味のない方々にも来場いただけるエリアを醸成**していきます。

パートナーとの共創による多種多様な方々が集うエリア

プロジェクトの**コンセプト**は「**共同創造空間**」。日本ハムおよびファイターズで街づくりを行うのではなく、**官民学の多岐に渡る事業者**に**パートナー参画**いただき、パートナーと**共に街づくり**を担って参ります。

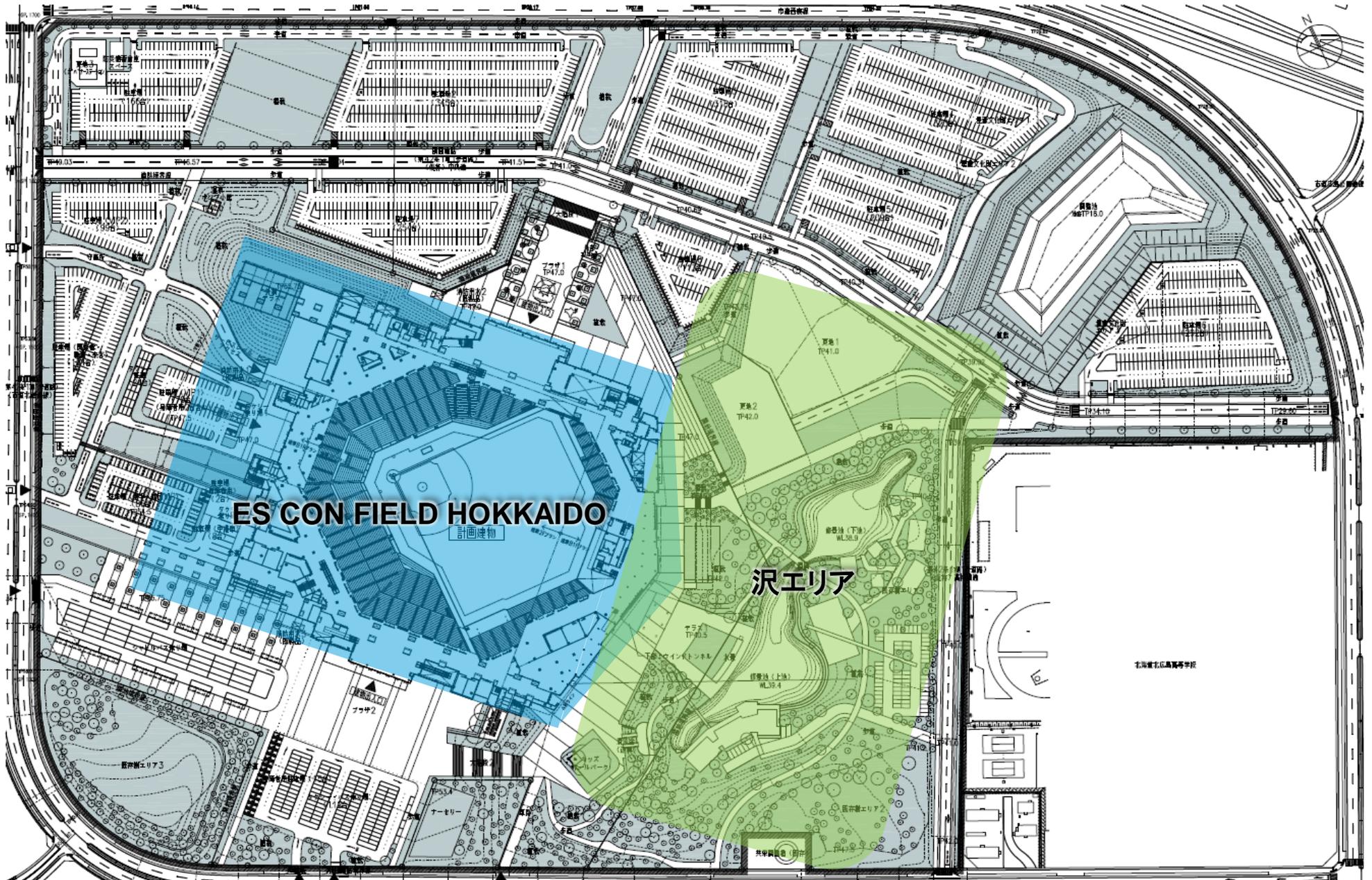
球場を核としたプラットフォーム事業

ボールパークにおける日本ハムおよびファイターズの位置付けは、**プロジェクトの牽引車(リーダー)**であり、**プラットフォーム**です。ボールパークで楽しむ方々と各種商品・サービスを提供するパートナーの方々を結びつける**基盤(プラットフォーム)**を整備し、**パートナー間で共創・連携による街づくり**、そして**イノベーション**を生み出して行きます。



北海道の自然という資源をテコに野球に興味があるなしに関係なく、多種多様な方々が集えるエリアとして、77億人のグローバルなマーケットに切り込む

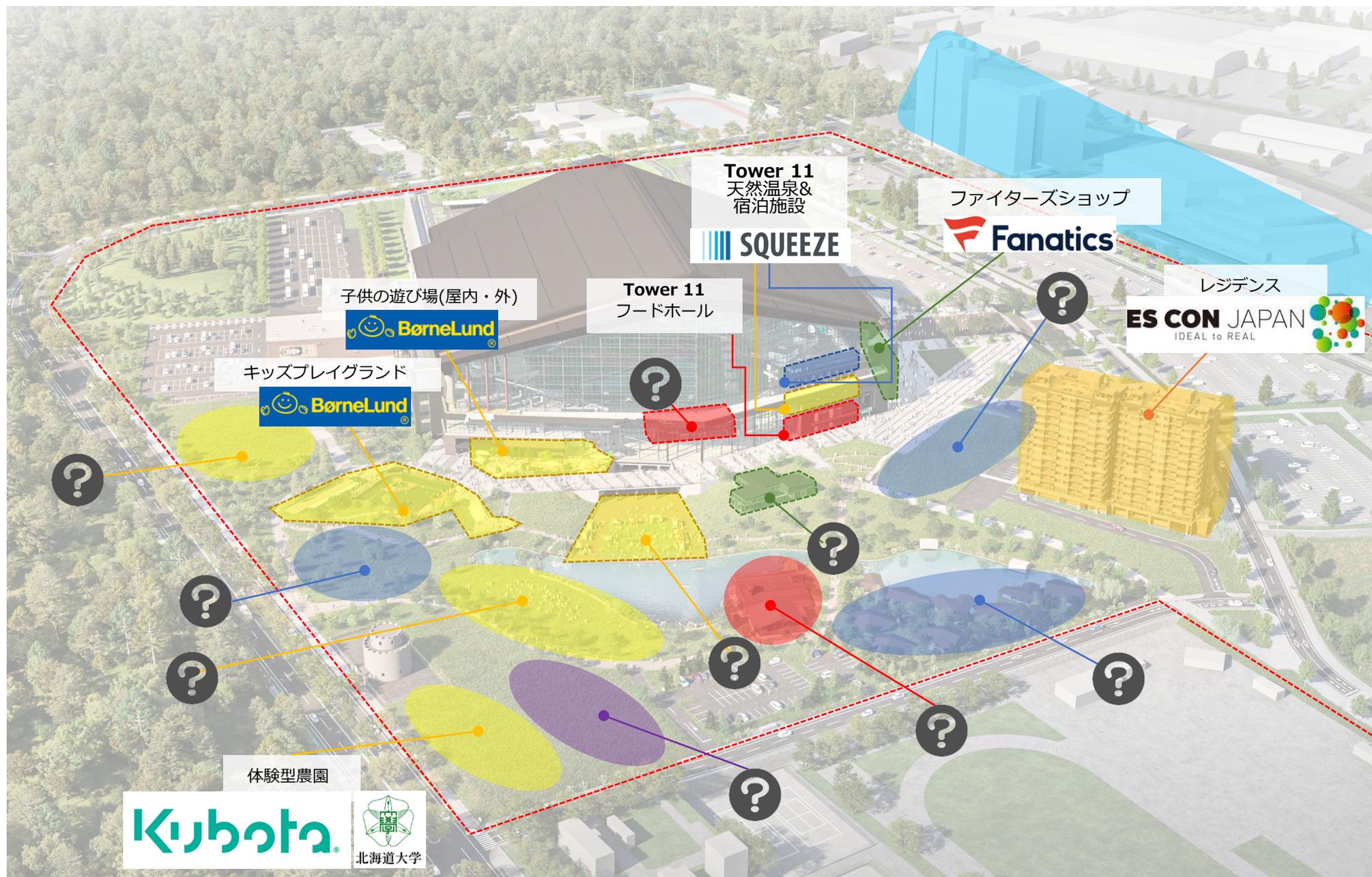
1. 本プロジェクトの概要



1. 本プロジェクトの概要



1. 本プロジェクトの概要



1. 本プロジェクトの概要

2. スケジュールと進捗状況

3. 目標収支に対する進捗状況

4. 社会的価値創造



2. スケジュールと進捗状況

球場外：鳥瞰①

球場外：鳥瞰②

2021年12月末現在で進捗率は60%

球場中：鳥瞰①

球場中：鳥瞰②

球場中：鳥瞰③

2. スケジュールと進捗状況 ~2021年の振り返り~

- 2021年は、エリア・球場の安心感を醸成するためにリリースによるパブリシティを主として行った。
- 2022年春以降は、収益に紐づくリリースと純広告を積極的に行っていく。

-2021-

- ① 4月27日 スポーツ庁・経済産業省の「[多様な世代が集う交流拠点としてのスタジアム・アリーナ](#)」に選定
- ② 6月29日 SDGsへの取り組み発表
- ③ 8月 7日 エリアビジョン「PLAY HUMAN.」制定
- ④ 8月17日 [ボーンランドとキッズエリア事業提携](#)
- ⑤ 8月17日 日本エスコンの[レジデンスプロジェクト発表](#)
- ⑥ 8月30日 [東急コミュニティーと施設統括管理業務に関する契約締結](#)
- ⑦ 9月 7日 VRでの新球場体験実施（1か月間）
- ⑧ 9月12日 新球場の1/350スケールLEGO展示、体験会（1か月間）
- ⑨ 10月 8日 新球場に刻印レンガを敷設「[THE BRICK](#)」販売開始
- ⑩ 10月 9日 農園事業に関して[クボタ、北大と3者連携協定調印](#)
- ⑪ 11月22日 2023年夏の高校野球 南・北北海道大会 [新球場での開催決定](#)
- ⑫ 11月30日 建設地オンラインツアー開催
- ⑬ 12月 1日 HOKKAIDO BALLPARK ART PRIZE2023 募集開始
- ⑭ 12月 5日 2022年新入団選手が建設地見学
- ⑮ 12月21日 [TOWER11の概要第1弾発表](#) 宿泊・温浴施設について



FSE川村社長、クボタ北尾社長、北大資金総長



2. スケジュールと進捗状況 ~2021年の振り返り~

これまでの振り返り／トピックス

2015年	4月	社内プロジェクト発足
2016年	5月	メディアに新球場構想が記事化
"	6月	北広島市が誘致を表明
2017年	1月	北広島市、札幌市と実務協議がスタート
"	6月	球団が目指すべき姿となる構想をパースにて公表
2018年	3月	きたひろしま総合運動公園に内定 ※同年10月に正式決定
"	11月	球団が新球場の基本計画を発表 ※北海道、北広島市、球団で連携協定を締結
2019年	10月	新球場の所有・運営会社であるファイターズスポーツ&エンターテイメント (FSE) を設立
2020年	1月	新球場が「ES CON FIELD HOKKAIDO」に決定 ボールパークエリアが「HOKKAIDO BALLPARK F VILLAGE」に決定
"	5月	Fビレッジ、ES CON FIELD HOKKAIDO「工事着工」
		~今後~
2022年		各種パートナー決定の発表、エリア・機能の発表 年間シート、チケットの発売
2022年	12月	新球場「竣工」
2023年	3月	Fビレッジ開業、ES CON FIELD HOKKAIDO開幕戦

球団の事業部門を切り離し球場保有・運営会社であるFSEが日本ハム、ファイターズ、電通、MINTOの出資を出資金総額240億円受け設立

開業の3年前に日本エスコン社と国内最高額でネーミングライツ契約が成立

契約関連、パースイメージ作成中

1. 本プロジェクトの概要
2. スケジュールと進捗状況
3. 事業収支
4. 社会的価値創造



3. 事業収支

<営業利益推移 (過去実績および将来収支予想)>



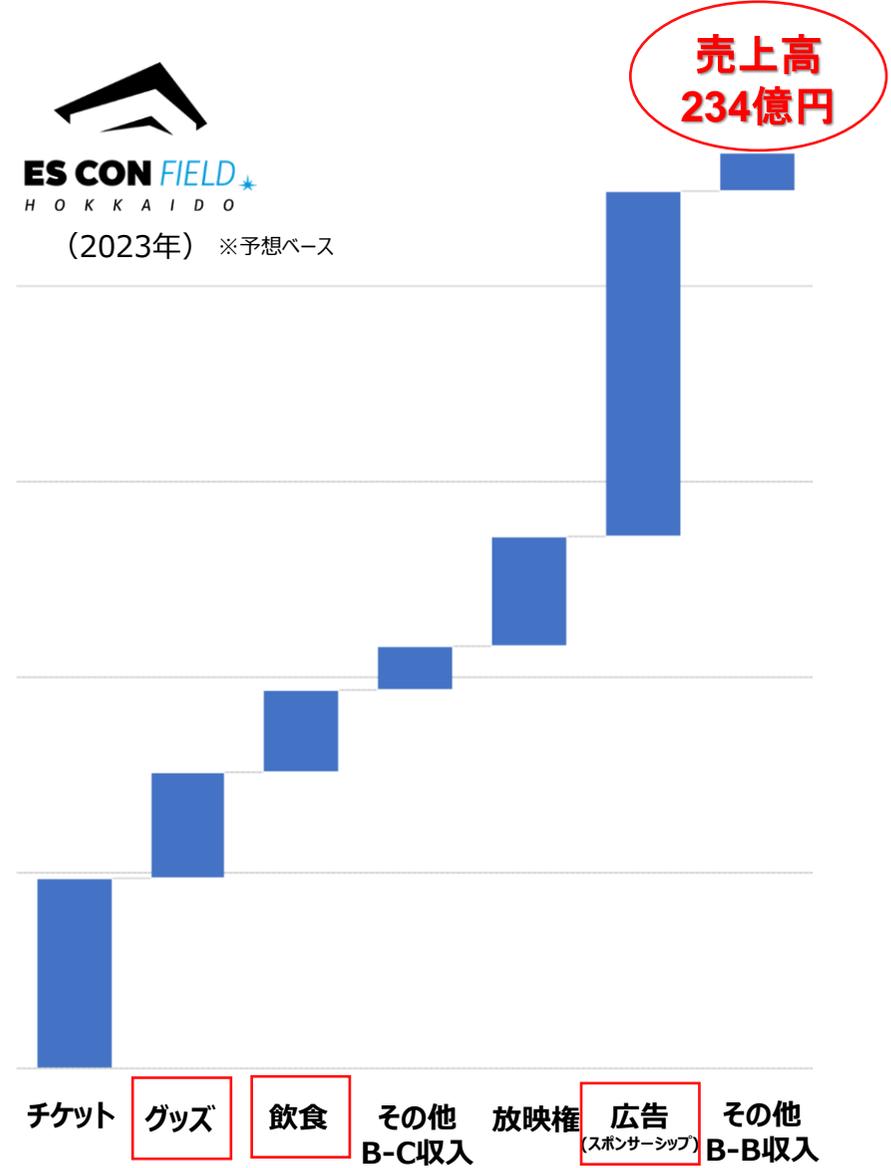
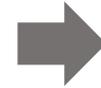
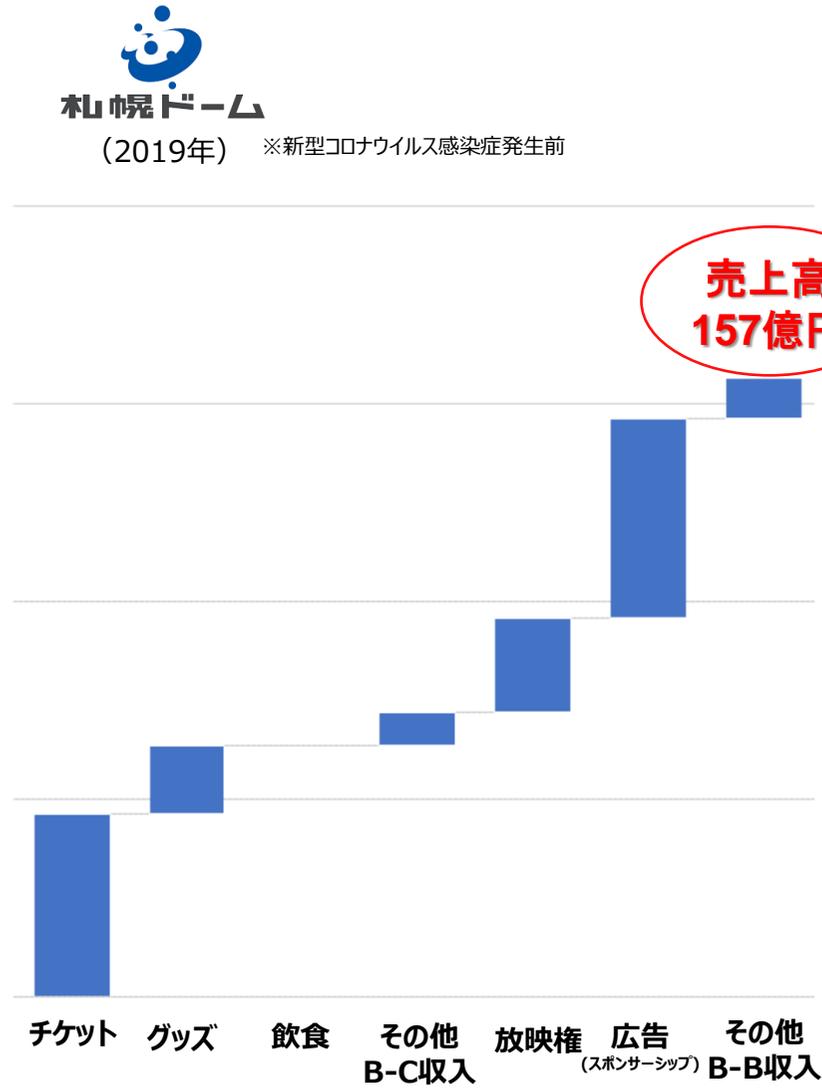
- ・2004年より札幌ドームを本拠地として利用。2004年～2022年までの営業利益は▲17億円～+13億円のレンジ。
- ・2023年からはビジネス環境も変わり、ワンステップ上のステージで収益・利益拡大を図る。

【注1】 上記営業利益(管理ベース)の2021年以降は(株)北海道日本ハムファイターズと(株)ファイターズ スポーツ&エンターテインメントの連結ベース。両社ともに決算期は1-12月。

【注2】 営業利益には日本ハム(株)からの広告収入は含み、2012年および2017年に発生したポスティングマネーは含んでいない。

3. 事業収支

<売上構成 Before/After>



- ・2023年からはビジネス環境の改善に伴い、グッズ、飲食、広告(スポンサーシップ)をメインに+77億円の売上増加を見込む。
- ・広告(スポンサーシップ)の売上は約1.8倍に増加するが、昨年より営業活動を進めており、既に予想数値の約6割は契約済み。

<広告(スポンサーシップ)アイテム事例>

①ネーミングライツ(命名権)



- ・スタジアム・ネーミングライツ(球場命名権)は日本エスコに販売。
- ・ファシリティ・ネーミングライツ(施設命名権)と呼ばれる「ゲート・ネーミングライツ」「ゾーン・ネーミングライツ」等の一部は完売。(後日発表予定)
- ・名称の浸透を図るため、契約年数は基本的に5年以上(球場命名権は10年超)。

②球場広告看板



- ・これまで球場内の広告収入は全て札幌ドーム。新球場ではファイターズに帰属。LED表示、テレビカメラワークと連動させ、より効果的かつ効率的な広告を展開。
- ・3層構造の球場のため、広告スペースも多く、収入増が見込める一要因になっている。

③アクティベーション



- ・球場・ボールパークにおいて「新商品およびサービスのショーケース機能」を提供。スポンサー企業は新技術の実証実験や新商品・サービスの市場調査にも活用。
- ・来場者への商品サンプリングや企業と球団共同でのイベント・キャンペーン等も実施。



④チーム関連



- ・監督・コーチ・選手が着用するキャップ・ユニフォーム・ヘルメット等の広告。
- ・プロ野球リーグにて掲出箇所およびサイズ等の規定あり。
- ・1箇所あたり年間数千万円～1億円超のレベル。

1. 本プロジェクトの概要
2. スケジュールと進捗状況
3. 事業収支
4. 社会的価値創造



北海道のシンボルとなる空間を目指す



北海道ボールパークFビレッジは、プロジェクトに賛同する産官学の「パートナーシップ」により「持続可能なまちづくり」を目指しています。地域社会の将来を担う「子供」の多様な選択肢と成長に寄与する活動に注力していきます。



Fビレッジが注力する「子供」

- ・小学生以下のエスコンフィールド入場無料化
- ・球場内外に子供が安全に遊べるエリアの設置、育成プログラムの整備
- ・地域社会の課題を学ぶ場や職業体験の場の提供
- ・食育活動の実践 etc.



Fビレッジが目指す「持続可能な街づくり」

- ・子供から大人まであらゆる世代の人々が集い交流する空間・コミュニティ育成の場の整備
- ・全ての人々が安全で容易に利用できる持続可能な輸送システムの提供（EVバス活用等）
- ・有事の際の防災拠点、地域の広域避難場所としての機能の保有 etc.



Fビレッジが推進する「パートナーシップ」

- ・各行政機関、圏域自治体、企業、学識経験者が一体となった「オール北海道ボールパーク推進協議会」のテーマ別分科会による諸課題解決の推進
- ・産官学隔たりなく連携・協業し、汎用型価値創出を目指した事業の推進 etc.

北海道ボールパークFビレッジにおいては、自然豊かな北海道に拠点を置く企業として、自然への負荷軽減を目的にモビリティ領域における「EV(電気自動車)化」に取り組みます。

来場者向けバスのEV化

最寄りの北広島駅とFビレッジ間を毎日運航するシャトルバスにはEVバスを積極的に起用予定。



※現在、アライアンス先と調整中。
開業時より順次台数も拡大予定。

自社保有の化石燃料車両をEV車(カーシェア活用)へ転換

現在保有の営業車をカーシェア企業とアライアンスを組み、2023年開業時にはクリーンエネルギー車両へ転換。



施設内作業車両のEV化

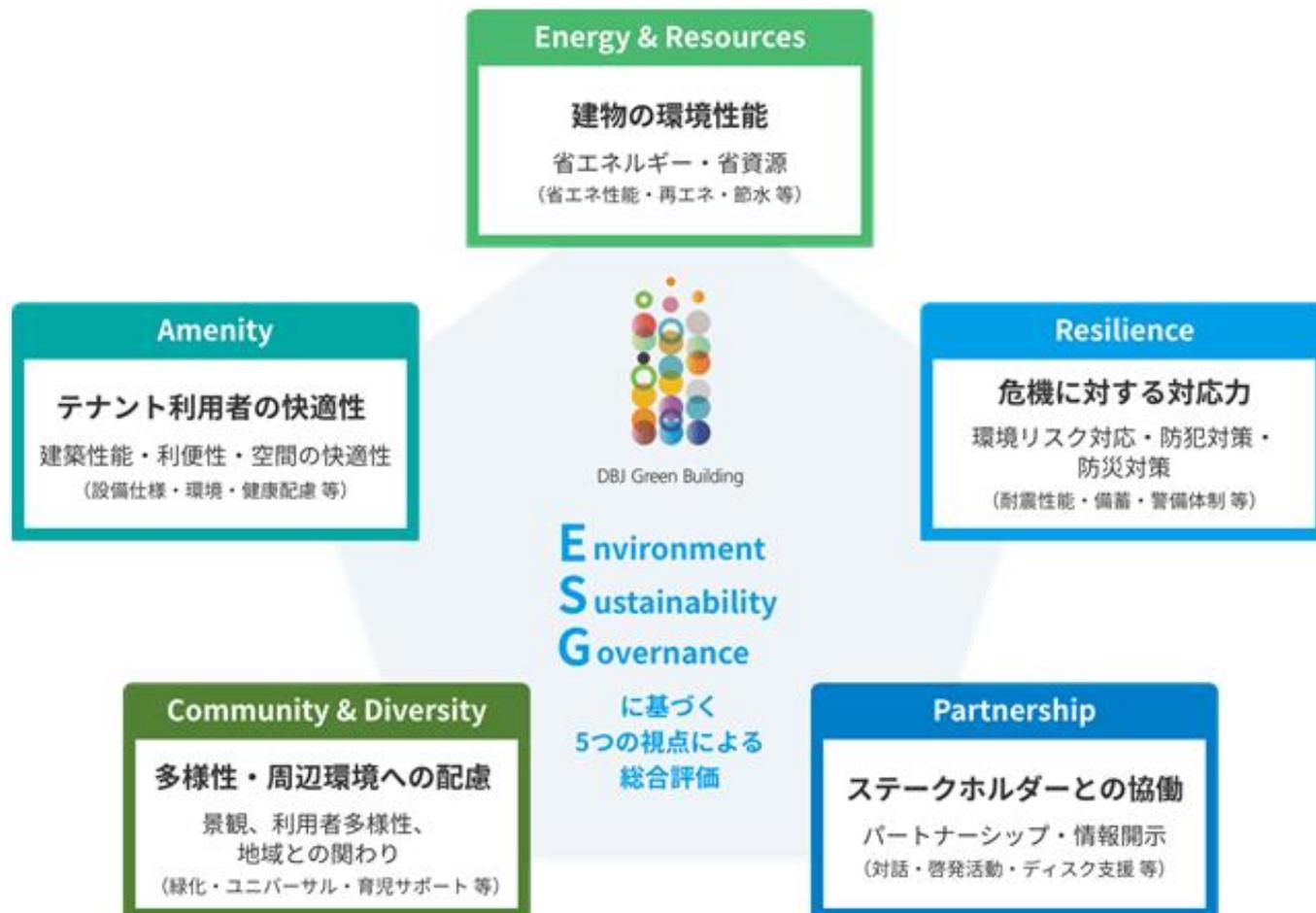
敷地面積32ヘクタールのFビレッジにおいて球場内の作業車両以外にも多くの作業車両を活用する。いずれもクリーンエネルギー対応車両を優先的に起用。



※一部EV化されていない作業車両は除く。

4. 社会的価値創造 ～環境・社会への配慮～

新球場エスコンフィールド北海道は、2021年2月にDBJグリーンビルディング認証5つ星を取得。持続的な成長、まちづくりの実現、災害時の避難場所といった社会的価値に加え、省エネ・省資源による環境負荷低減の取組が評価され、同認証制度において5つ星を取得しました。



世界がまだ見ぬ ボールパークを つくろう。

創造しよう。

見たことのない球場を。

創造しよう。

これまでにないスポーツ観戦の形を。

創造しよう。

スポーツが暮らしに根付いた次世代の街を。

ここは、チームプレーで社会をより良く変えていく
共同創造空間。

誰も試さなかったワクワクするようなやり方で、
感動を、熱狂を、活力を、健康を、
つながりを、安心を、つくっていく。

新しい世界をつくるのは、
きつと新しい世界を夢見た人だけだから。

共につくろう。世界がまだ見ぬボールパークを。

HOKKAIDO BALLPARK F VILLAGE、2023年開業

F HOKKAIDO
BALLPARK
F,VILLAGE