

～2024年 Nipponham IR Day～

北海道日本ハムファイターズ ファイターズ スポーツ&エンターテイメント

◆(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

前沢 賢

取締役 事業統轄本部

副本部長

三谷 仁志

2024年2月

1. 2023年レビュー(ボールパーク初年度)
2. 収支インパクト
3. 統合的価値 (経済的価値+社会的価値)
4. 2024年以降の計画
5. 事業構造について



1. 2023年レビュー(ボールパーク初年度)
2. 収支インパクト
3. 統合的価値 (経済的価値+社会的価値)
4. 2024年以降の計画
5. 事業構造について



1. 2023年レビュー(ボールパーク初年度)

■ 試合日のエンターテイメント



・エスコンフィールドにおいては、世界最大級LEDビジョン、音響・照明システムなどを有効活用した演出や試合前後のイベントなど、野球以外の要素を取り入れた“次世代型の新たなエンターテイメント”を提供。「野球観戦が好きでない人にも楽しんでもらう仕掛けづくり」に注力した。

1. 2023年レビュー(ボールパーク初年度)

■ 試合がない日のエンターテイメント

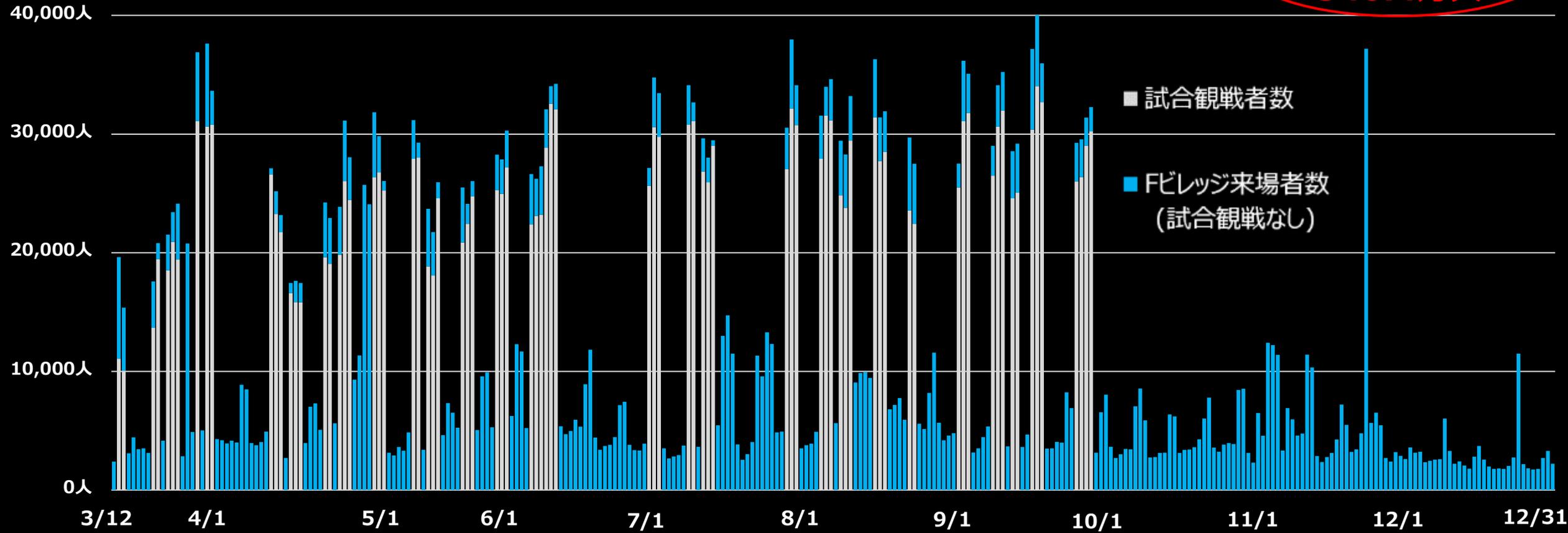


・試合がなくても「毎日オープンしているボールパーク」を展開。ホテル・サウナ・キッズエリア・レストラン・球場ツアー等の営業に加え、季節ごとのイベントを実施。各種飲食イベントやスポーツ・音楽イベントなどを楽しみに来場する方も多く、**試合の開催有無に係らず、多くの方にご来場いただいた。**

1. 2023年レビュー(ボールパーク初年度)

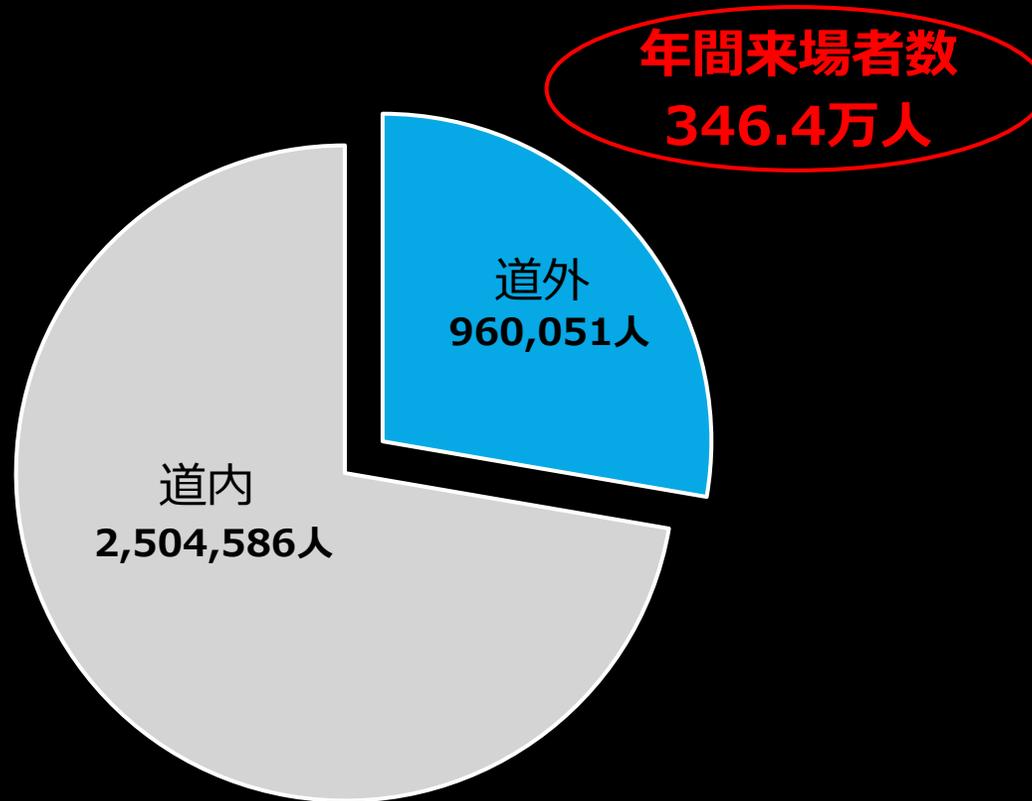
■ Fビレッジ年間来場者数

年間来場者数
346.4万人



- ・ 3月12日(プレオープン)～12月31日までの295日間において、**Fビレッジには346.4万人(1日平均11,745人)**が来場。
- ・ 試合が無い日の来場者数は平日4,000人・休日7,000人規模。地元だけでなく、遠方(全国)からの来場もあり「**行楽地化**」している。

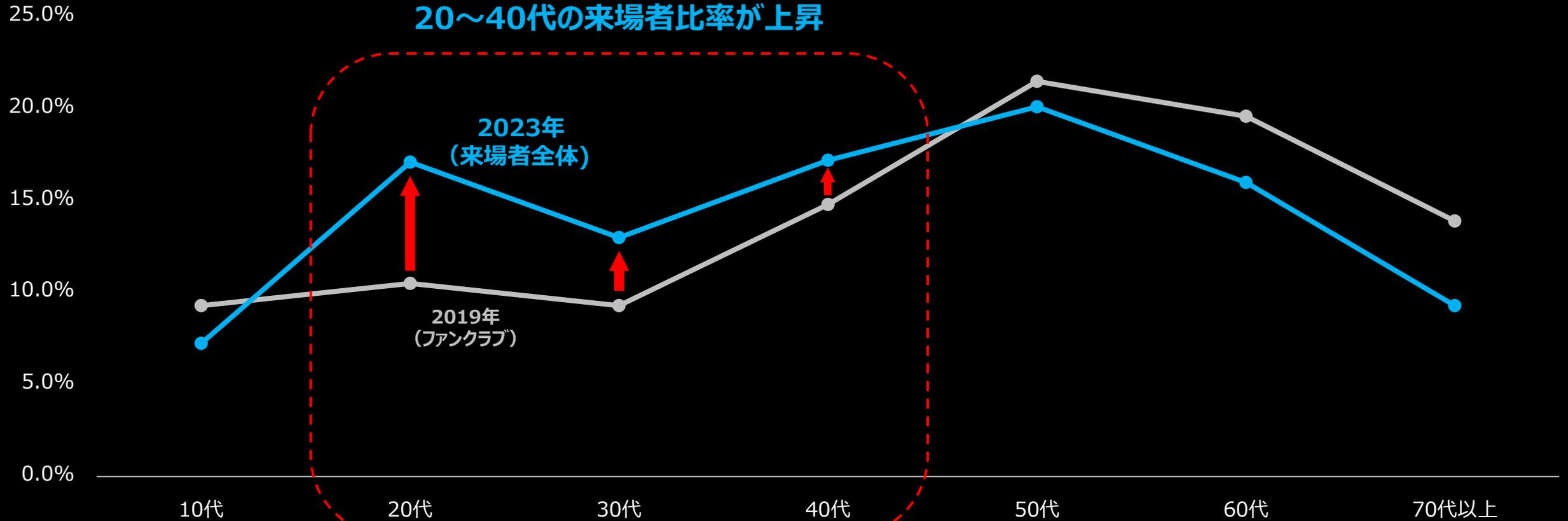
■ 道外からの来場者比率



道外からの来道者は
約100万人
(全体の約30%)

- ・ 来場者の居住エリアを調べると、Fビレッジ来場者は、道内約7割、道外約3割の構成。(※昨年までの道外来場者は約10%)
- ・ 道外来場者の居住エリアは、東京、神奈川、大阪、千葉、埼玉、愛知の順。海外からの来場者も。

■ 年間来場者 世代別構成比



※上記グラフは2019年(コロナ前)と2023年の比較。それぞれの年度で参照可能な世代別来場者データを比較したもの。
※2019年はファンクラブデータ、2023年は位置情報を用いた来場者データを参照

- ・ 来場者を世代別に見ると**20代の占有率が約6.4ポイント増加**。30代・40代も来場者比率はアップした。
- ・ 各種イベントの実施、多様な観戦体験の提供、SNSでの拡散効果もあり、トレンドに敏感な若年層やファミリー層の比率が増加。

1. 2023年レビュー(ボールパーク初年度)

■ 来場者のFビレッジ滞在時間

<平均滞在時間>

4時間6分(=246分)

試合外時間
56分

平均試合時間
3時間10分

試合観戦者

3時間8分(=188分)

平均滞在時間
3時間8分

Fビレッジ来場者
(試合観戦なし)

球場は試合開催の有無に係わらず毎日営業。各種イベントも多数開催。



- ・試合観戦を伴わないFビレッジ来場者の**平均滞在時間は3時間8分(=188分)**。試合観戦者は4時間6分(=246分)と更に1時間長い。
- ・各種サービス・施設の展開でお客様の体験価値の充実を図ることで、滞在時間が延び、顧客満足度と収益性の向上を狙った展開が奏功した。
- ・3月～12月の対象295日のうち、275日(93%)は何かしらのイベントを開催。試合がなくても時間ベースでは試合と同程度、楽しんで頂いた。

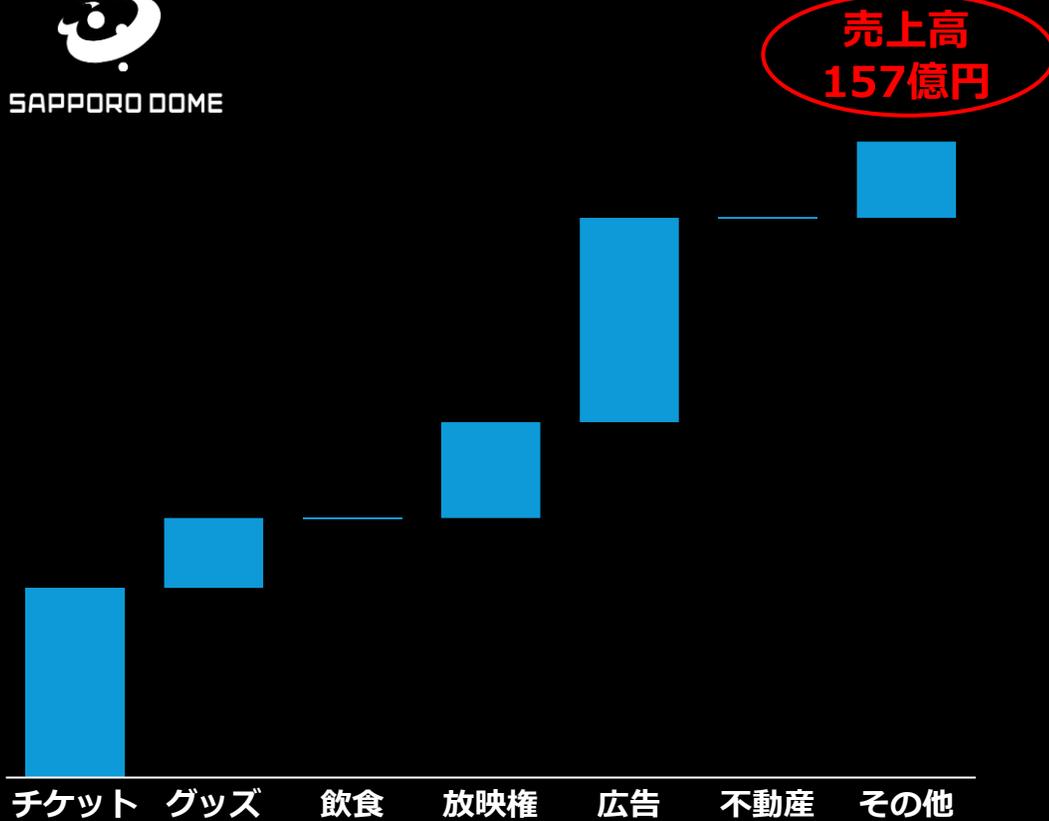
1. 2023年レビュー(ボールパーク初年度)
2. 収支インパクト
3. 統合的価値 (経済的価値+社会的価値)
4. 2024年以降の計画
5. 事業構造について



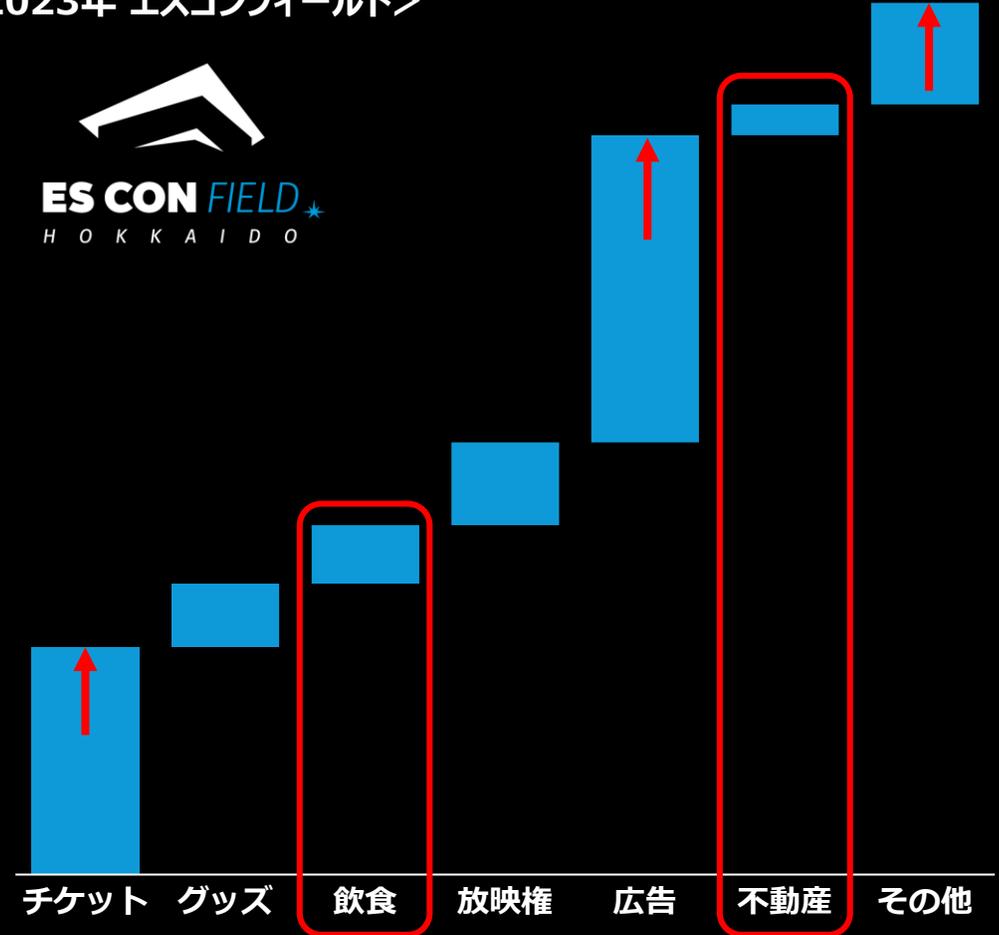
2. 収支インパクト

■ 売上構成 Before/After

<2019年 コロナ前(札幌ドーム)>



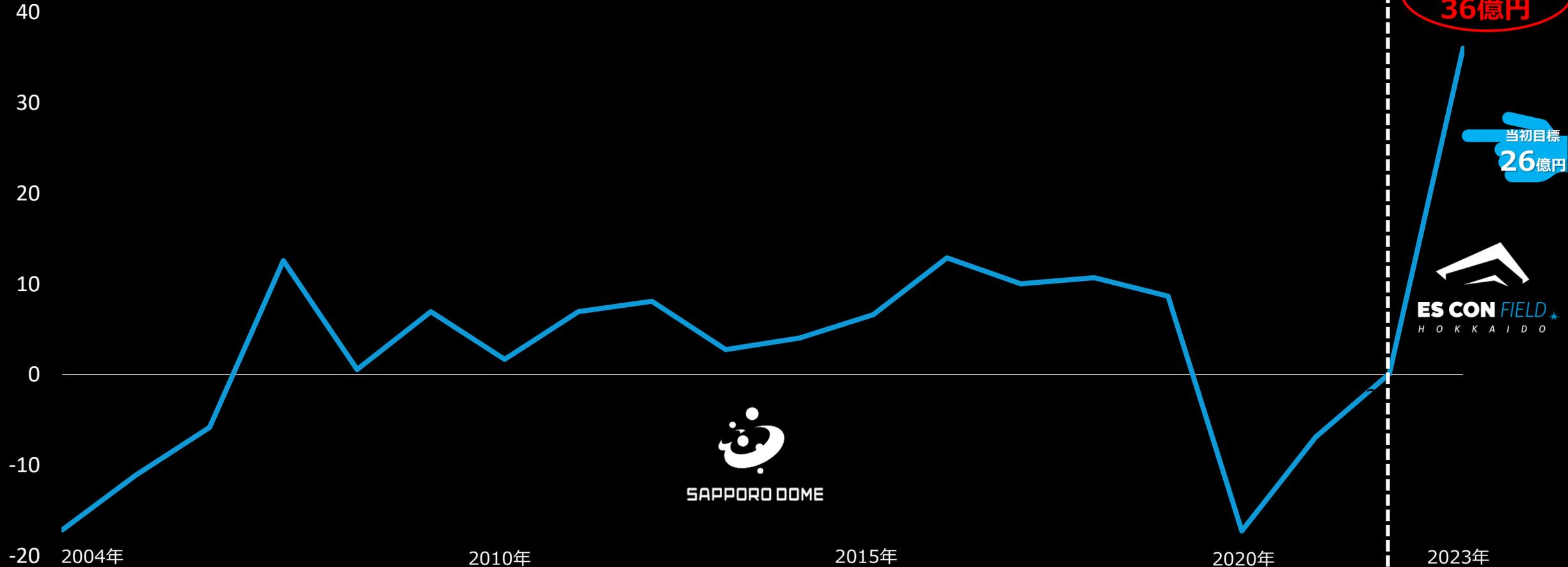
<2023年 エスコンフィールド>



- ・売上高は2019年(コロナ前)の158億円から251億円に大幅増加(+93億円)。開業前に想定していた234億円を上回った。
- ・2019年との比較においては「広告収入(×1.8倍)」「チケット収入(×1.5倍)」「飲食収入(従来ゼロ)」が大きく改善。

2. 収支インパクト

■ 営業利益 (推移)



【注1】 上記営業利益(管理ベース)には日本ハム(株)からの広告収入を含む。

【注2】 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。

【注3】 営業利益は(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

- ・営業利益は札幌ドーム時代の数億円～10億円レベルから36億円まで増加。当初想定26億円を大幅に上回った。
- ・利益率の高い「広告収入」の他、非試合日の来場人数がB-C関連収入(グッズ・飲食等)・営業利益を押し上げた。

1. 2023年レビュー(ボールパーク初年度)
2. 収支インパクト
3. 統合的価値 (経済的価値+社会的価値)
4. 2024年以降の計画
5. 事業構造について



3. 統合的価値 (経済的価値+社会的価値)

- ・大手シンクタンクである三菱UFJリサーチ&コンサルティング社が、**Fビレッジがもたらす統合的価値**について分析し、2024年2月に発表した。
- ・Fビレッジによる**北海道への経済効果は年間約1,000億円超**。観光業振興や人口減少トレンドの反転といった**社会的価値**を生み出していることが確認された。

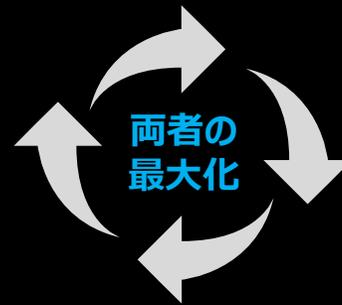
<経済的価値>

▶ 北広島市への経済直接効果
年間500億円超

▶ 北海道への経済効果
(波及効果含む)
年間1,000億円超

<社会的価値>

▶ **人口減少トレンドの反転**
雇用・居住地の増加
メディカルモール開業など生活基盤の整備
地域住民の愛着・誇りの醸成



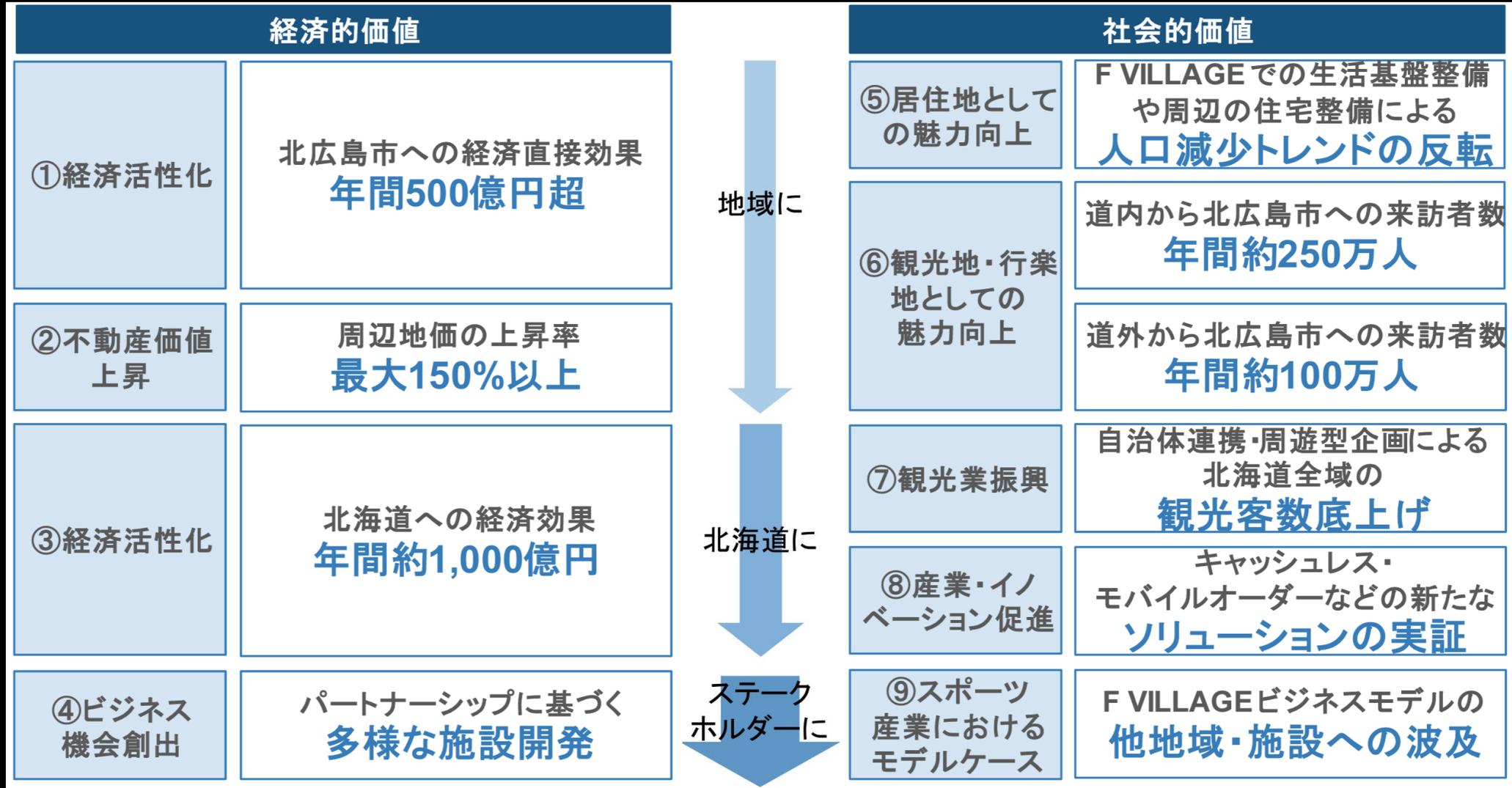
▶ **北海道全体の観光業振興**
開業により96万人が道外から訪問
自治体との連携・企画による
更なる周遊促進



3. 統合的価値 (経済的価値+社会的価値)

■ Fビレッジがもたらす統合的価値

※三菱UFJリサーチ&コンサルティング調べ



3. 統合的価値 (経済的価値+社会的価値)

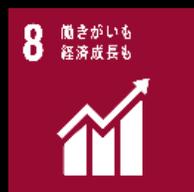
Fビレッジは、プロジェクトに賛同する産官学様々な「パートナーシップ」による「持続可能なまちづくり」を目指す。特に、将来を担う「子供」の多様な選択肢と成長に寄与する活動に注力していく！



- 小学生以下のエスコンフィールド入場無料化
- 様々な年齢の子供が安全に遊べるエリアを球場内外に設置、育成プログラムも整備
- 地域社会課題を学ぶ場や職業体験の場（球団事業、試合運営の疑似体験など）の提供
- 様々な食育活動 など

- 有事の際の防災拠点、地域の広域避難場所としての機能保有
- 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
- EVバスを活用した拠点間輸送の整備
- 施設内作業車両にEVを積極導入

- 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連携協議会」のテーマ別分科会による課題解決推進
- 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



- ・多様性を尊重した雇用の創出
- ・柔軟な働き方の実践
- ・効率的なエネルギーの活用
- ・Fビレッジ内全エリアでの分煙 (ほか 様々な取組みを模索)

1. 2023年レビュー(ボールパーク初年度)
2. 収支インパクト
3. 統合的価値 (経済的価値+社会的価値)
4. 2024年以降の計画
5. 事業構造について



4. 2024年以降の計画

■ 現時点のFビレッジ (空撮)



■現時点のFビレッジ (施設内容)

F VILLAGE
HOKKAIDO BALLPARK

空中アスレチック
北海道の自然を体感できるジップラインや巨大ブランコなどが設置されたく空中アスレチックコース。アクティビティという側面だけでなく、教育の場としても活用可能。

子ども向け遊戯施設
国内最大級、屋内外約2,000m²の遊び場。

商空間 (THE LODGE)
Fビレッジの観光ハブ機能の担う高空間。6店舗が入居し、アウトドア体験やサイクリング、地域のコミュニティー形成の場や情報発信拠点となる。

レジデンス (住宅)

**シニアレジデンス
メディカルモール**
子どもから高齢者まで、あらゆる年齢の方々の健康維持と地域医療に貢献 (2024年開業予定)

ドッグラン

グランピング
宿泊以外にも焚火やBBQなどのデイキャンプも。

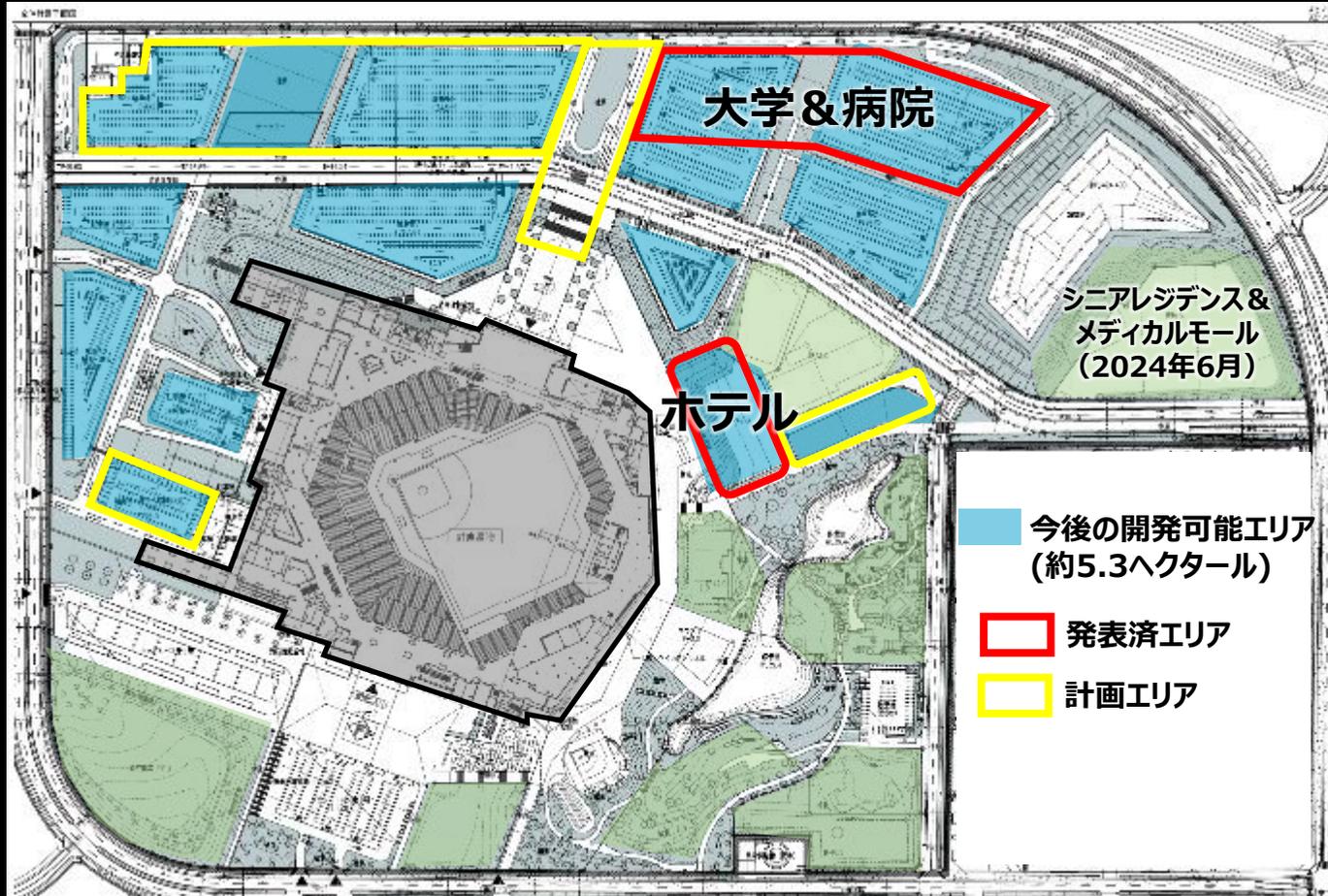
農業学習施設 (KUBOTA AGRI FRONT)
"食と農業"の魅力や可能性を、ともに学び、未来を考える農業学習施設。学習プログラムやAIなどを使った最先端の栽培エリアやカフェも併設。ファイターズ、クボタ、北海道大学の3者連携協定により、次世代の育成や人材交流を推進し、「農業の未来ビジョン」を発信する。

認定こども園
病児保育も設置された、幼保連携型認定こども園

ベーカリーレストラン

ヴィラ
各棟にフィンランド式サウナを備えた、宿泊施設

■ 今後の展開(計画)



- ・Fビレッジ(全体32ヘクタール)の敷地の内、「球場(約5ヘクタール)」と「開発済エリア(約5ヘクタール)」を除くと、「今後の開発可能エリア(5.3ヘクタール)」がある。
- ・「今後の開発可能エリア」にある**“発表済エリア”**については、既に北海道医療大学(病院施設を含む)とホテルのプランが進んでいる状況。
- ・**“計画エリア”**と称しているエリアについては鋭意検討中。
- ・また、Fビレッジと新駅(JR北海道)の間には、約4ヘクタールの敷地(株大林組保有)があり、新駅開業タイミングでエリア開発が行われ、Fビレッジ周辺の価値は更に向上すると思われる。

- ・Fビレッジの当初計画どおり、エリア全体の最適化を前提に更なる収益・集客装置として開発を進めていく。
- ・北海道らしい緑豊かな特徴を持ちつつ**“行楽地化と街化を掛け合わせた新たなモデル”**に挑戦する。

■ 北海道医療大学の移転計画



学校名	北海道医療大学 (私立)
創立	1974年
法人名	学校法人 東日本学園
理事長	鈴木 英二
所在地	北海道 石狩郡 当別町 金沢1757
キャンパス	当別町 / 札幌あいの里 / 札幌サテライト
生徒数	3,440名 (男子1,339名 / 女子2,101名)
学部・学科	6学部・9学科 ※右図の通り
備考	2023年10月10日にファイターズ スポーツ&エンターテイメント(FSE)・北広島市と共に、Fビレッジに大学キャンパス・病院新設などの計画について3者基本合意を締結。

6学部9学科の医療系総合大学

薬学部	薬学科
歯学部	歯学科
看護福祉学部	看護学科
	福祉マネジメント学科
心理科学部	臨床心理学科
リハビリテーション科学部	理学療法学科
	作業療法学科
	言語聴覚療法学科
医療技術学部	臨床検査学科



- ・Fビレッジに医療大学・病院が進出することで、関係人口・定住人口にも繋がり、まちづくりにおけるシナジーが見込める。
- ・また、エスコンフィールドへの来場者数増だけでなく、学生へのアルバイト機会の提供など相互メリットがある領域は多い。

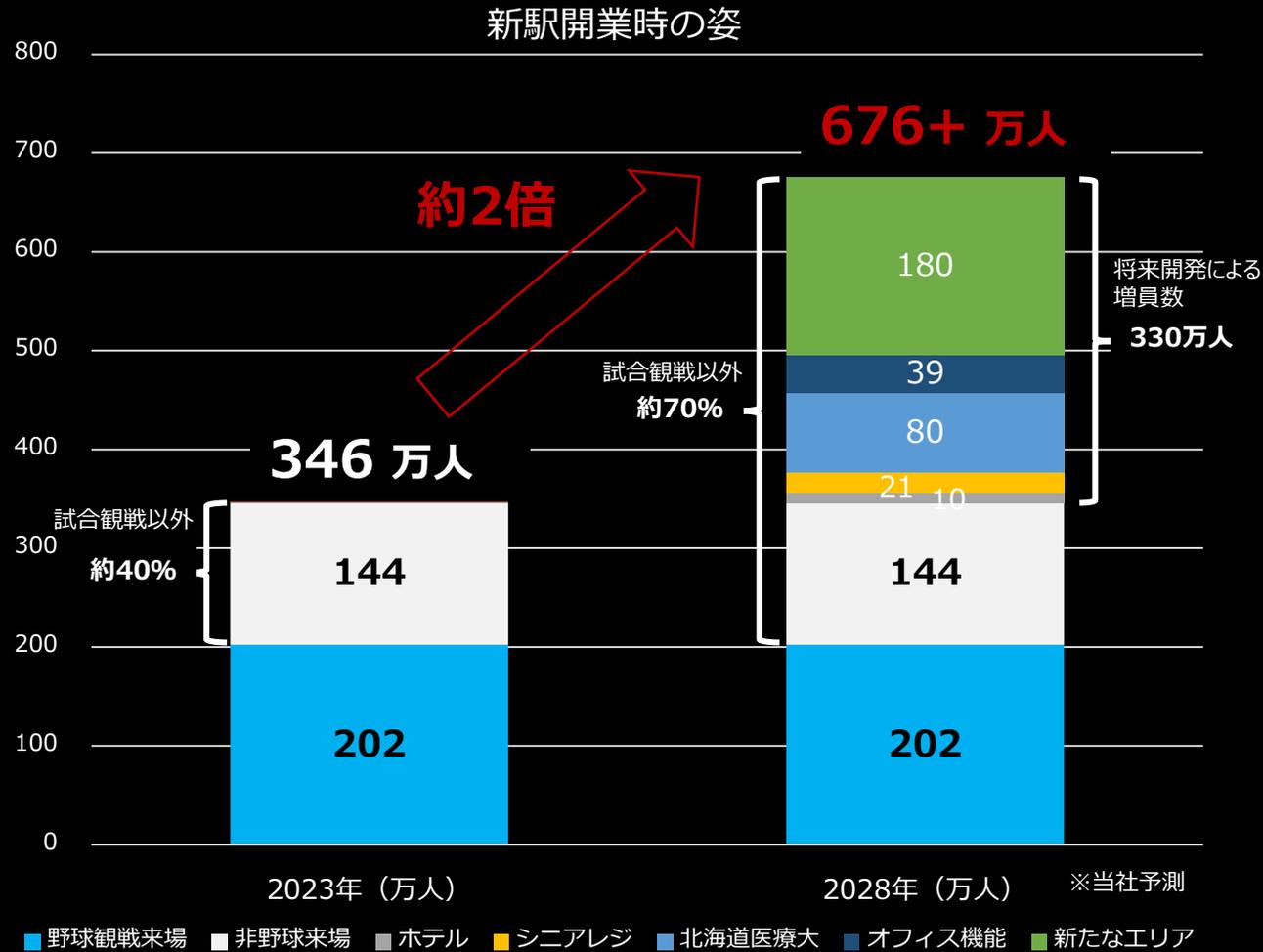
■ 新会社の設立

名称	株式会社 エスコン スポーツ&エンターテインメント		
所在地	東京都港区虎ノ門二丁目10番4号 オークラプレステージタワー20F		
出資金	10億円		
出資比率	日本エスコン 51%、ファイターズ スポーツ&エンターテインメント(FSE) 34%、DeNA 15%		
設立日	2023年12月1日		
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> ・スポーツを含むエンターテインメントを活用したまちづくり(不動産開発・地域開発)事業 ・全国のスタジアム・アリーナ構想等に関するアドバイザー業務 ・北海道ボールパークFビレッジおよび周辺の不動産開発業務 ・不動産の管理運営およびエリアマネジメント業務 		
役員	取締役会長	伊藤 貴俊	日本エスコン 代表取締役社長
	代表取締役社長	加藤 嘉朗	日本エスコン 執行役員 北海道支店長
	専務取締役	前沢 賢	FSE 取締役 事業統轄本部長
	常務取締役	三谷 仁志	FSE 取締役 事業統轄副本部長
	取締役	渡辺 圭吾	DeNA 取締役
	取締役	若山 勝志	日本エスコン 執行役員 財務経理部長
	取締役	水野谷 明	日本エスコン 執行役員 名古屋支店長
	取締役	久木野 良樹	日本エスコン 経営企画部長
	取締役	小川 太郎	FSE ファシリティ&開発部長
	監査役	伊藤 理	日本エスコン 内部監査室 副室長



・不動産デベロッパーの日本エスコン、デジタル領域中心に活躍するDeNAと共に新会社を設立。Fビレッジの開発含め、スポーツ・エンタメを活用した「まちづくり事業」に従事していく。

■ 将来イメージ(新駅開業時)



・新駅開業タイミング(2028年)には**Fビレッジ来場者数年間約700万人**を目指す。

・来場者数の増加により、B-Cビジネスにおいて**約60~70億円の追加売上**が見込まれる。

・Fビレッジ来場者数を単に増加させることを目標とせず、来場者の「滞留時間」や「滞留満足度(クオリティ・オブ・エクスペリエンス)」も同時に上げていく。

4. 2024年以降の計画

■ 将来イメージ(新駅開業後・2031年頃)



4. 2024年以降の計画

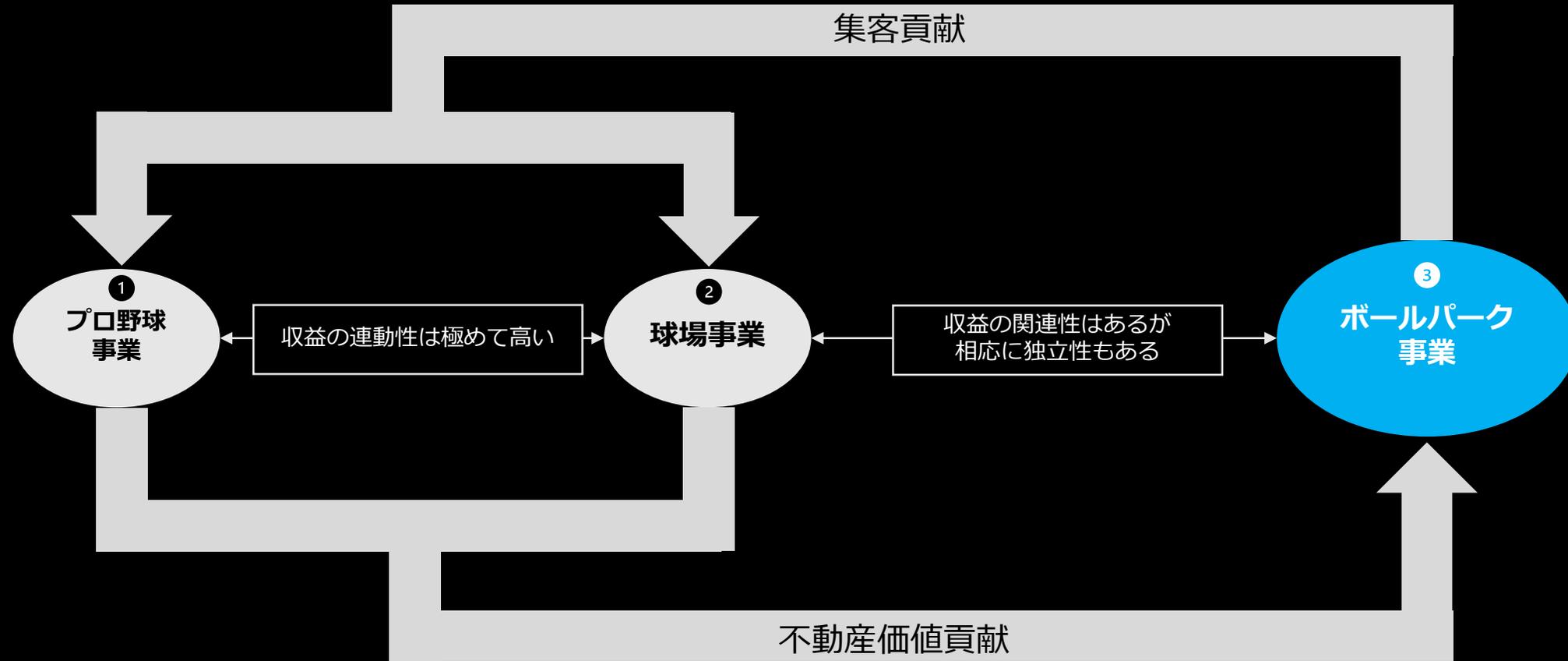
■ 将来イメージ(新駅開業後・2031年頃)



1. 2023年レビュー(ボールパーク初年度)
2. 収支インパクト
3. 統合的価値 (経済的価値+社会的価値)
4. 2024年以降の計画
5. 事業構造について



①～③の3つの事業は収益連動性はあるが、①②と③の事業性質は異なる



(日本) 全ての球団が①②のみ (在京某球団は①のみ) の状況で他社に依存している

(米国) 先進的球団の多くは既に③までを包含的に行っている

→日本の場合、③は全て別の事業者であるため、①②への貢献などのといったマインドやシナジーはない。

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、きっと
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。

