

# Ballpark and Other Business

## ボールパーク・その他事業



行楽地化と街化を掛け合わせた  
新たなモデルづくりに挑戦

### ビジネスモデルの変革で安定した収益基盤を構築、今後も成長へ

2023年3月、新球場「ES CON FIELD HOKKAIDO」を核とした「北海道ボールパークFビレッジ」(以下、Fビレッジ)が開業しました。

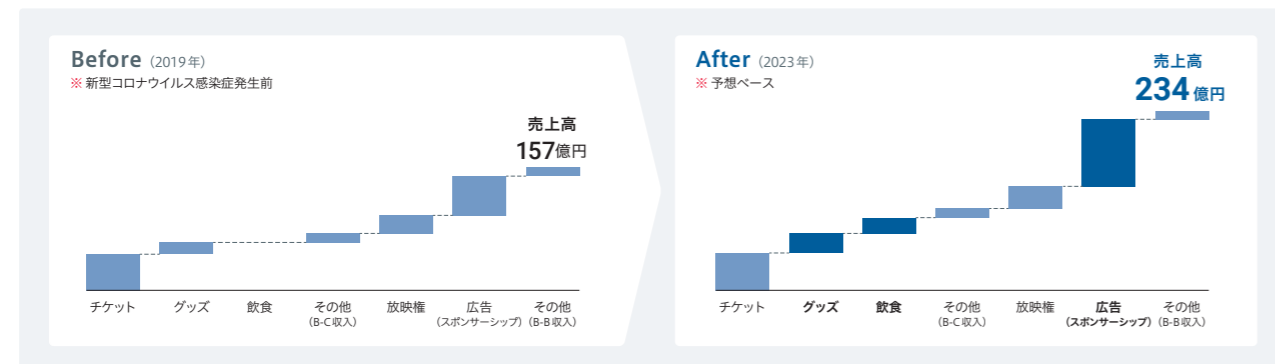
札幌ドームからの移転に伴い、2023年からはビジネススキームが大きく変更されました。球場の保有・運営をグループで行うことで自由度が高まり、物販、飲食、広告等収入の増加が大きく見込まれます。その結果、77億円の売上増となり、年間の売上高目標は234億円と大幅な増収を見込んでいます。事業利益ベースでも2024年3月期では26億円の増益を見込んでいます。

Fビレッジでは、年間300万人の来場者を計画しており、うち200万人が試合日の、100万人が非試合日での来場者数となる見込みです。試合日には、食とスポーツを融合したエンターテインメントの提供を通じ、来場者の満足度を高めます。

非試合日も一部飲食・物販店も稼働、スタジアムツアーを含め365日稼働しています。野球に興味のない層の集客を実現することで、非試合日も収益貢献に結び付けます。2023年3月の開業から6月までの来場者数は、153万人(1日平均13,900人)で、そのうちの37%は非試合日における来場者でした。また来場者の約27%が北海道以外からで、海外からの来場者も含んでいます。また団体来場者数は、2023年6月時点で2019年比約5倍の16.5万人以上となっています。

シーズンオフとなる10月以降は、さまざまなイベントを仕掛けるとともに、海外インバウンド需要の取り込みにも注力します。2024年には、シニアレジデンスやメディカルモールも開業する予定です。Fビレッジは今後もパートナーとの共創を深め、持続的な成長を目指します。

### 売上構成 Before/After



### 「共同創造空間」に向けて

Fビレッジは、財務的価値のみならず理念に賛同する産官学のパートナーと魅力ある施設を揃えた「共同創造空間」を構築します。これは、「持続可能な街づくり」の観点で非財務を含めた企業価値向上につながります。

現在、球場以外にレジデンス(住宅)、認定こども園、グランピング施設やアスレチック施設を備えています。単なる行楽地化ではなく、パートナーとともに街づくりを進めます。このような取り組みで地域創生や多様な観点で企業価値向上につなげます。

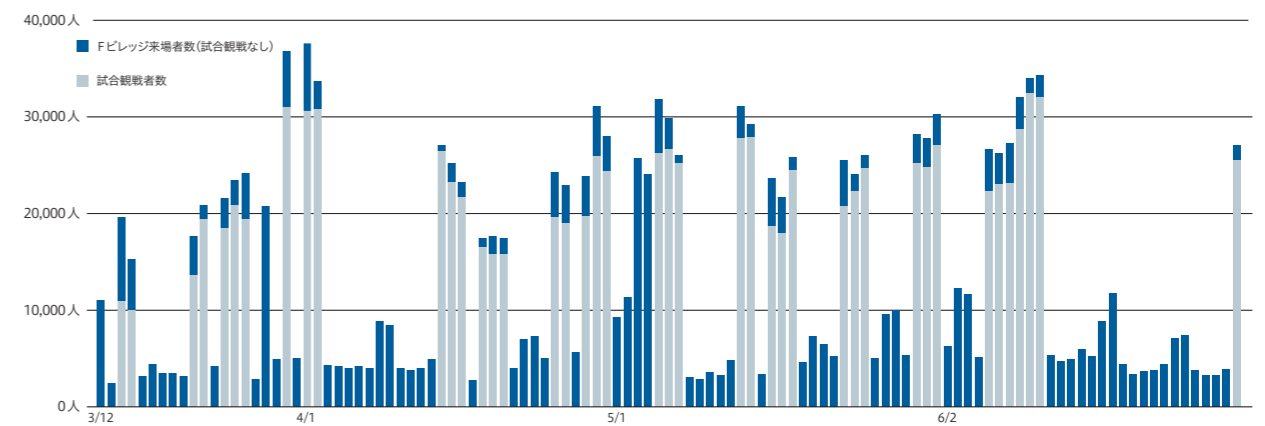
道内観光地来場者数(2019年度)

観光地点	来場者数(人)
北海道ボールパークFビレッジ	3,000,000*
旭山動物園(旭川市)	1,391,428
登別温泉(登別市)	1,024,470
札幌市円山動物園(札幌市)	1,021,281
中山峠(喜茂別町)	977,798
道の駅ライズランドふかがわ(深川市)	949,743
湯の川温泉(函館市)	841,461
道の駅ニセコビュープラザ(ニセコ町)	751,916
道の駅なかさつない(中札内村)	720,283
洞爺湖温泉(洞爺湖町)	627,638
阿寒湖温泉(釧路市)	515,910

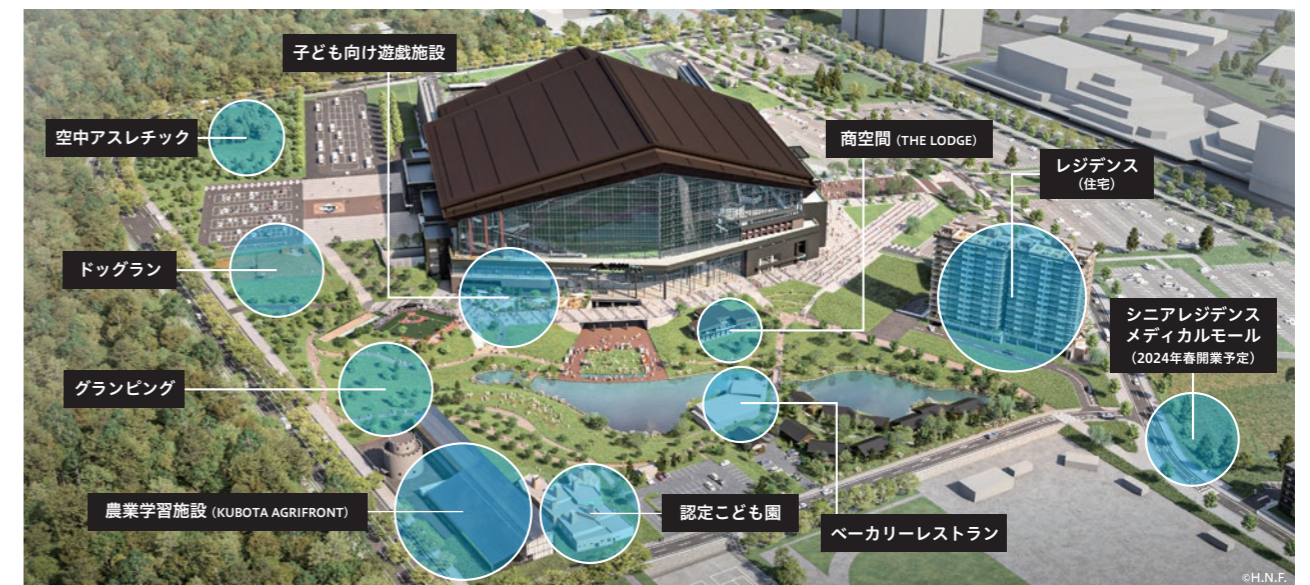
北海道のオープンデータCC-BY4.0を改変して利用  
出典:観光地点動向調査(2019年)  
※ Fビレッジへの来場者年間目標は300万人。道内行楽地での来場者数1位になる見込み。

### Fビレッジ来場者153万人のうち37%は野球観戦以外の来場者

※ 2023年3月12日～6月30日Fビレッジ来場者数153万人(うちプロ野球観戦者数は96万人)



### ファイターズ スポーツ&エンターテインメントと各パートナーが手掛ける共同創造空間





セグメント情報 / ボールパーク・その他事業

## 「サステナビリティボンド」を新球場の資金に充当

新球場「ES CON FIELD HOKKAIDO」を核とした「北海道ボールパークFビレッジ」は、単なる野球場ではなく、地域社会に根差し各種ステークホルダーとともに創造する「北海道のシンボルとなる空間」の構築を目指しています。北海道民が誇りと愛着を感じられる空間を作ると同時に、持続的に成長する街づくりの実現も視野に入れています。

また、災害時には避難場所として開放する予定であり、社会的価値も兼ね備えています。さらに新球場そのものが省エネ・省資源の環境負荷低減型となっていることも大きな特長の一つです。

これらの取り組みが評価され、日本政策投資銀行が環境・社会への配慮がなされた不動産と事業者を支援する制度であるDBJ Green Building 認証制度において5つ星を取得しました。

このような評価を受け、新球場の建設に関する支出または

リファイナンスを資金使途として、「サステナビリティボンド」を発行し、充当しました。「サステナビリティボンド」は、環境・社会課題の軽減やポジティブな成果を目指すプロジェクトのみに適応される債券です。ニッポンハムグループは、2020年度に「5つのマテリアリティ(重要課題)」を特定しました。その一つに「持続可能な地球環境への貢献」を掲げており、新球場への本社債の充当は、持続可能な環境・社会への取り組みとして合致しています。

### 「サステナビリティボンド」の概要

発行時期	2021年2月	2022年10月
発行年限	10年	5年
発行額	100億円	200億円
主幹事	SMBC日興証券株式会社(事務)ほか	野村證券株式会社(事務)ほか

資金充当状況のレポーティング	<p>調達額※1 <b>29,813</b> 百万円</p> <p>資金充当額※2 <b>29,813</b> 百万円</p> <p>未充当残高 <b>0</b> 百万円</p> <p>※1 本社債発行額から発行費用を除いた金額            ※2 全額をリファイナンス資金および関係会社投融資を通じた新球場建設に関する支出として充当しました。</p>
グリーンプロジェクト	<p><b>適格カテゴリー: グリーンビルディング</b>            DBJ Green Building 認証の5つ星を取得            エネルギー使用量: —※            CO<sub>2</sub> 排出量: —※            水使用量: —※</p> <p>※ 2023年1月竣工、同3月開業。開業後の正確な数値の計測困難なため、今回非開示とします。</p>
インパクトレポーティング (2022年4月～2023年3月)	<p><b>適格カテゴリー: 必要不可欠なサービスへのアクセス向上</b>            下記施設を設置済み</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 多目的トイレ 1F 4箇所、2F 4箇所、3F 2箇所</li> <li>● 車いす利用者専用駐車場 118台</li> <li>● 車いす用の観戦スペース 154席</li> <li>● 盲導犬との同伴観戦スペース 全エリア同伴可能</li> <li>● スロープ 6箇所</li> <li>● 3塁側ゲート大階段のエスカレーター 2基</li> <li>● 備蓄倉庫における非常食※</li> <li>● 子供向け無料遊具 11台(ブランコ5台、ジップライン2台、車固定乗り物1台、てんとう虫固定乗り物1台、滑り台1台、丸太ステップ)</li> <li>● 都市公園内における多言語表記案内板 5箇所</li> </ul> <p>※ 北海道が所有する備蓄品のため備蓄量については非開示</p>
ソーシャルプロジェクト	

## 新規事業

「たんぱく質を、もっと自由に。」をテーマに、たんぱく質との新しい出会いを目指した「エンタメ事業」、たんぱく質で多様な人をつなぐ「ウエルネス事業」、たんぱく質で次世代を創る「サステナブル事業」を展開しています。

### 3つの事業領域



食のエンターテインメントD2Cサイト「Meatful」を立ち上げ、コロナ禍の閉塞感を打破するため、お肉を食べるシーンを家族や大切な人との会話の機会にする販促提案を実施しています。

お酒ペアリングや夏休みの自由研究としてソーセージ作りのコンテンツを提供。また、山登り時の間食としてジャーキーの提案なども実施し、食の多様化に対応していきます。

2023年度は北海道ボールパークFビレッジとの連携や、業務用サイトを立ち上げ、法人向け販売も開始します。



食の多様化と健康へのニーズに対応する食品業界初の食物アレルギーケアの総合プラットフォームとして、食物アレルギーケア商品の販売だけでなく、情報提供や栄養相談など、多面

的に食物アレルギーケアに向き合う人に寄りそうWEBサイトを運営しています。

2022年度には「お米の生地の肉まん」「お米で作ったガトーショコラ」などを開発し、ラインナップを拡充しました。

2023年度は昨年立ち上げたコミュニティサイトの充実を図り、国内での成功事例をもとに海外展開を模索していきます。



当社グループのサステナブルな取り組みや開発商品を紹介するWEBサイトとして2023年3月にオープンしました。ここでは、食を通して人も地球も心地よく、より良い毎日 Mealin'good※1 を目指すために、新しい発想を取り入れながら

新たな食を提案しています。

第一弾として、食品として利用しきれていない鶏レバーから、フォアグラの濃厚な旨味となめらかなちどけを再現できないかとの発想をもとに、当社独自の処方※2によって、サステナブルな新商品「グラフォア」を開発しました。

2023年度は、持続可能な生産を目指して、未利用原料の活用などに取り組んでいきます。

※1 Feelin' goodの語品の良さを活かし、食を通して心地よく、より良い毎日へ向かっていることを表現したもの

※2 配合、製法の両面で特許出願中