

世界が進むチカラになる。



F VILLAGEによってもたらされる 統合的価値評価レポート

2024年2月5日

三菱UFJリサーチ&コンサルティング

目次

- I. 本レポートの背景と目的
- II. F VILLAGEがもたらす統合的価値の測定
- III. ロジックモデルに基づくFSEの取組評価
- IV. 統合的価値の体現に向けた今後の課題
- V. 次年度以降の開示方針

1. 本レポートの背景と目的

F VILLAGEについて



© H.N.F.

株式会社ファイターズ スポーツ&エンターテイメントが、
北海道日本ハムファイターズの新球場
ES CON FIELD HOKKAIDO（以下、エスコンフィールド）と、
エスコンフィールドを核としたエリア
HOKKAIDO BALLPARK F VILLAGE（以下、F VILLAGE）
をオープン

F VILLAGEのコンセプト

- | | | |
|---|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ① | スポーツと北海道を融合した新しい街づくり | 「単なる新しい球場」から大きく一歩を踏み出し「スポーツの価値」と「北海道の価値」が融合したモデルで新しい「街づくり」を行う |
| ② | 野球事業と非野球事業のMIX | 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メントの一つとして位置づけた新たなファン獲得を目指し、野球に興味のない方々にも来場いただけるエリアに注力 |
| ③ | 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 | 官民学の多岐にわたる事業者のパートナー参画により、パートナーとともに街づくりを展開する |
| ④ | 球場を核としたプラットフォーム事業 | プラットフォームとして、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を整備し、パートナー間での共創・連携による街づくりを進め、イノベーションを生み出す |

はじめに

三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社(本社:東京都港区、代表取締役社長:池田雅一)は、株式会社三菱UFJ銀行(本社:東京都千代田区、取締役頭取執行役員:半沢淳一)ならびに株式会社ファイターズ スポーツ&エンターテイメント(本社:北海道北広島市、代表取締役社長:小村 勝、以下 FSE)、北広島市の協力を受け、北海道ボールパークFビレッジ(以下 F VILLAGE)が地域や北海道・関連するステークホルダーに対してもたらず統合的価値(社会的価値および経済的価値を合わせた概念)を可視化することを目的としたレポートを作成しました。

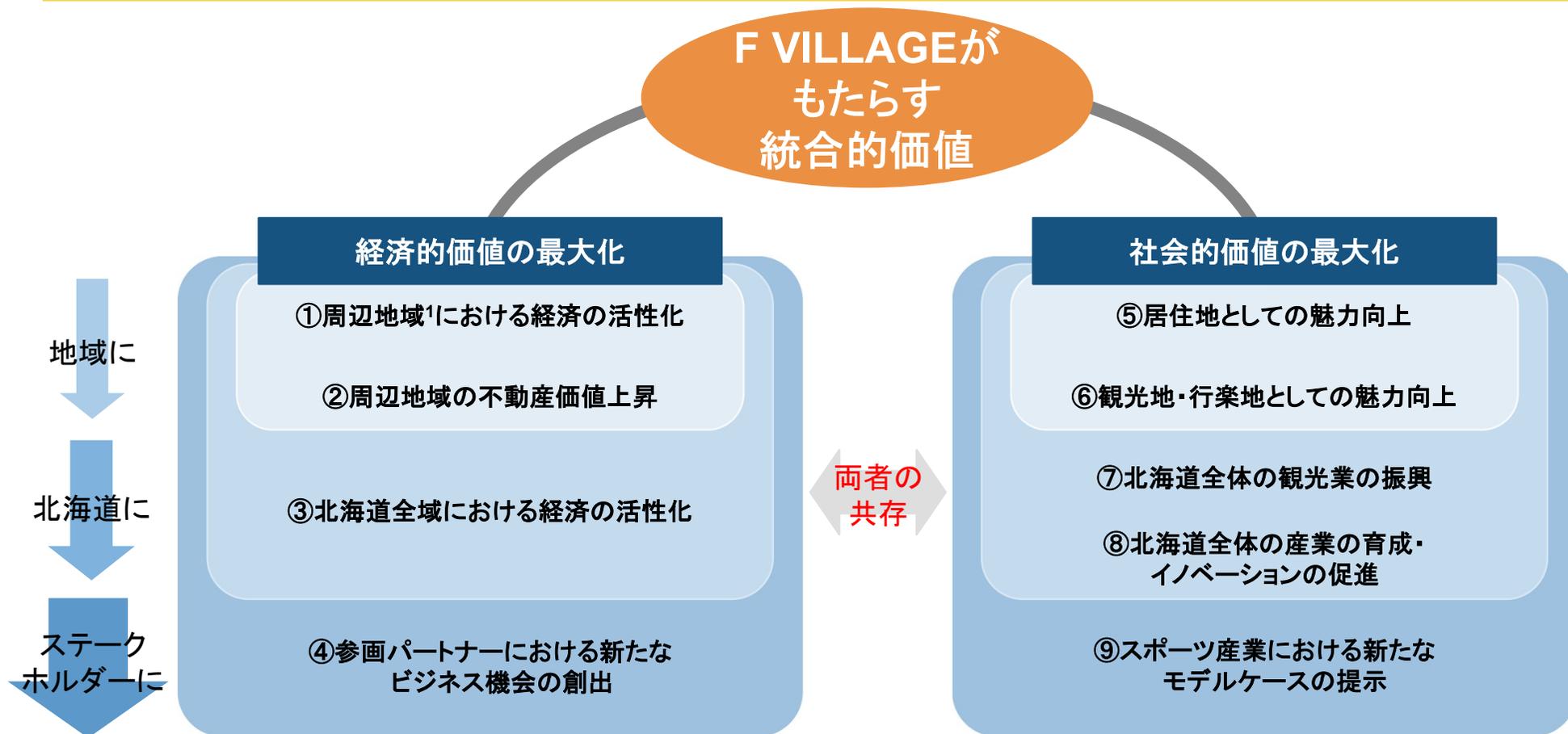
本レポートの公開を通じ、F VILLAGEの取組や社会・経済へのインパクトについて認知を広めることで、国内のスタジアムビジネス、ひいてはスポーツ産業全体のさらなる発展に向けた端緒となることを期待します。なお、レポート公開の背景につきましては三菱UFJ銀行のニュースリリース(2024年2月5日発表)を参照ください。

(https://www.bk.mufg.jp/info/pdf/20240205_murc_release.pdf)

II. F VILLAGEがもたらす 統合的価値の測定

F VILLAGEがもたらす統合的価値について

- F VILLAGEにより、社会的価値およびそれと共存する経済的価値の実現が期待される
- 統合的価値は、**地域にとどまらず北海道全体・産業全体**へ、広範囲での価値提供が見込まれる



地域への貢献にとどまらない広範囲での価値提供

F VILLAGEがもたらす統合的価値一覧

■ F VILLAGEがもたらす統合的価値を一覧化

F VILLAGEがもたらす統合的価値			
経済的価値		社会的価値	
地域に ↓ 北海道に ↓ ステークホルダーに	①経済活性化	北広島市への経済直接効果 年間 500億円超	⑤居住地としての魅力向上 F VILLAGEでの生活基盤整備や周辺の住宅整備による 人口減少トレンドの反転
	②不動産価値上昇	周辺地価の上昇率 最大150%以上	⑥観光地・行楽地としての魅力向上 道内から北広島市への来訪者数 年間約250万人
	③経済活性化	北海道への経済効果 年間 約1,000億円	⑦観光業振興 自治体連携・周遊型企画による北海道全域の 観光客数底上げ
	④ビジネス機会創出	パートナーシップに基づく 多様な施設開発	⑧産業・イノベーション促進 キャッシュレス・モバイルオーダーなどの新たな ソリューションの実証
		⑨スポーツ産業におけるモデルケース	F VILLAGEビジネスモデルの 他地域・施設への波及

(参考) 経済効果の年次内訳

■ 参考として、①北広島市への経済効果および、③北海道への経済効果の内訳を以下に示す

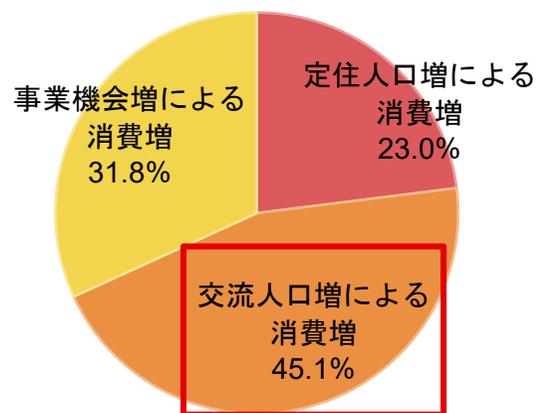
(単位:百万円)		2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2023-2032年 合計	
		①北広島市 への 経済効果	経済直接効果 (合計)	7,995	7,213	7,592	8,389	
	経済直接効果 (1年あたり)	-	-	-	-	-	52,318	年間 500億円超
③北海道へ の経済効果 (①を含む)	直接効果	90,232	11,633	11,986	12,715	56,678	695,730	
	波及効果	68,549	7,048	7,245	7,665	31,612	418,751	
	経済効果(合計)	158,782	18,682	19,230	20,380	88,290	1,114,481	
	経済効果 (1年あたり)	-	-	-	-	-	111,448	年間 約1,000億円

(注) 端数処理のため、総数と内訳の計とが一致しない場合がある

効果測定結果 | ①周辺地域における経済の活性化

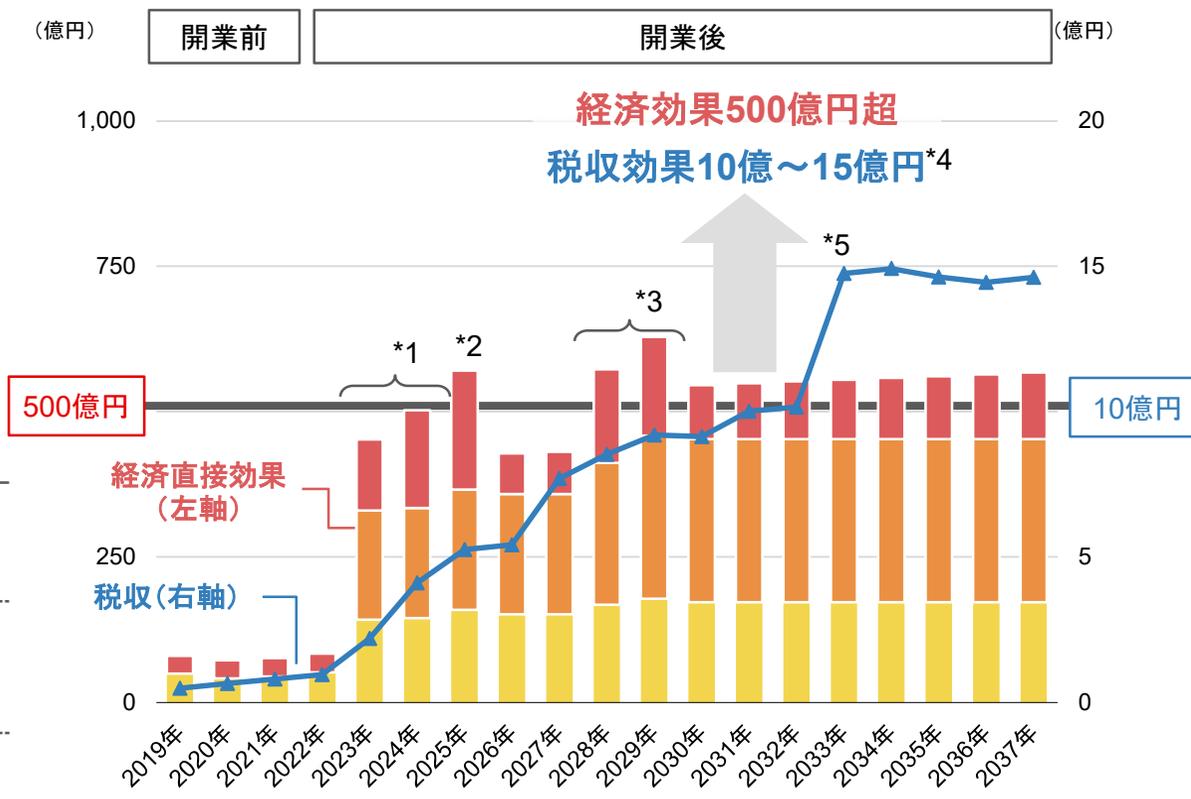
- F VILLAGEおよび周辺開発エリアの開業により、**毎年500億円以上の経済直接効果**と**10億～15億円の税収増効果**創出が期待される
- 野球目的以外も含め、年間300万人以上の来訪者を獲得することで、**交流人口による消費増**を中心に、周辺地域の経済活性化への貢献が見込まれる

経済直接効果の定義と構成比(2019-2037年合計)*6



要素	定義
定住人口増による消費増	<ul style="list-style-type: none"> ■ F VILLAGEおよび周辺エリアに建設される住宅の取得費用・家賃ならびに、居住者の北広島市内における年間消費額
交流人口増による消費増	<ul style="list-style-type: none"> ■ F VILLAGEおよび周辺エリアの各施設における来訪者の消費額 <ul style="list-style-type: none"> ● 年間300万人(うち非野球動員100万人)の集客を想定(2023年度)
事業機会増による消費増	<ul style="list-style-type: none"> ■ F VILLAGEおよび周辺エリアにおける施設建設費や各施設における事業上の経費のうち、北広島市内で支出されるもの ■ FSEの収入の一部(パートナーシップ、テナント収入、放映権料)

北広島市における経済直接効果・税収増効果(2019-2037年)



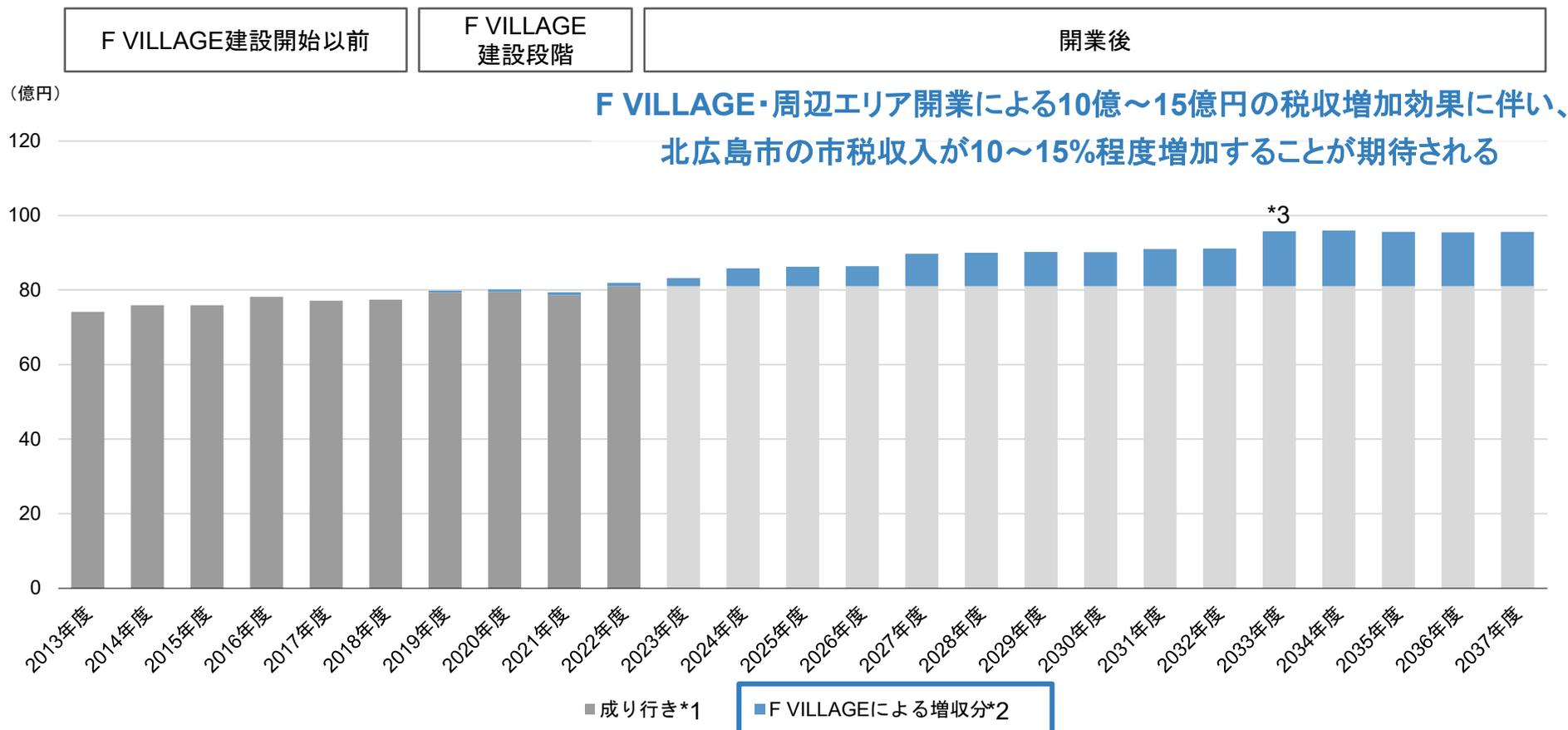
(注) 1. レジデンス・シニアレジデンスにおける住宅取得費用のインパクトを反映
 2. 北広島駅西口エリアの開業インパクトを反映
 3. 三日月エリアの開業インパクトを反映
 4. 税収効果には、地方住民税、固定資産税、都市計画税、その他市税(軽自動車、入湯、たばこなど)、法人住民税の増加を織り込み
 5. 固定資産税・都市計画税課税免除終了を反映
 6. 端数処理のため、合計が100%にならない場合がある



(参考)北広島市の税収増加効果

- 北広島市における地方交付税や国庫支出金などを除く市税収入はF VILLAGE開業前でおおよそ80億～90億円前後であり、F VILLAGE開業による税収の増加効果は10～15%程度と期待される

北広島市の市税収入推移(2013-2037年度)



(出所) 2019～2022年度実績: 同期間の北広島市「決算書」における各年度の市税収入済額

(注) 1. 成り行き値については、2019-2022年度の値は実績値からF VILLAGEによる効果を差し引いて算出、2023年度以降の値を2022年度同額と置く

2. 増収効果には、地方住民税、固定資産税、都市計画税、その他市税(軽自動車、入湯、たばこなど)、法人住民税の増加を織り込んだ。

なお年単位で算出しているが、X年の値をX年度の値と同一視してグラフに反映

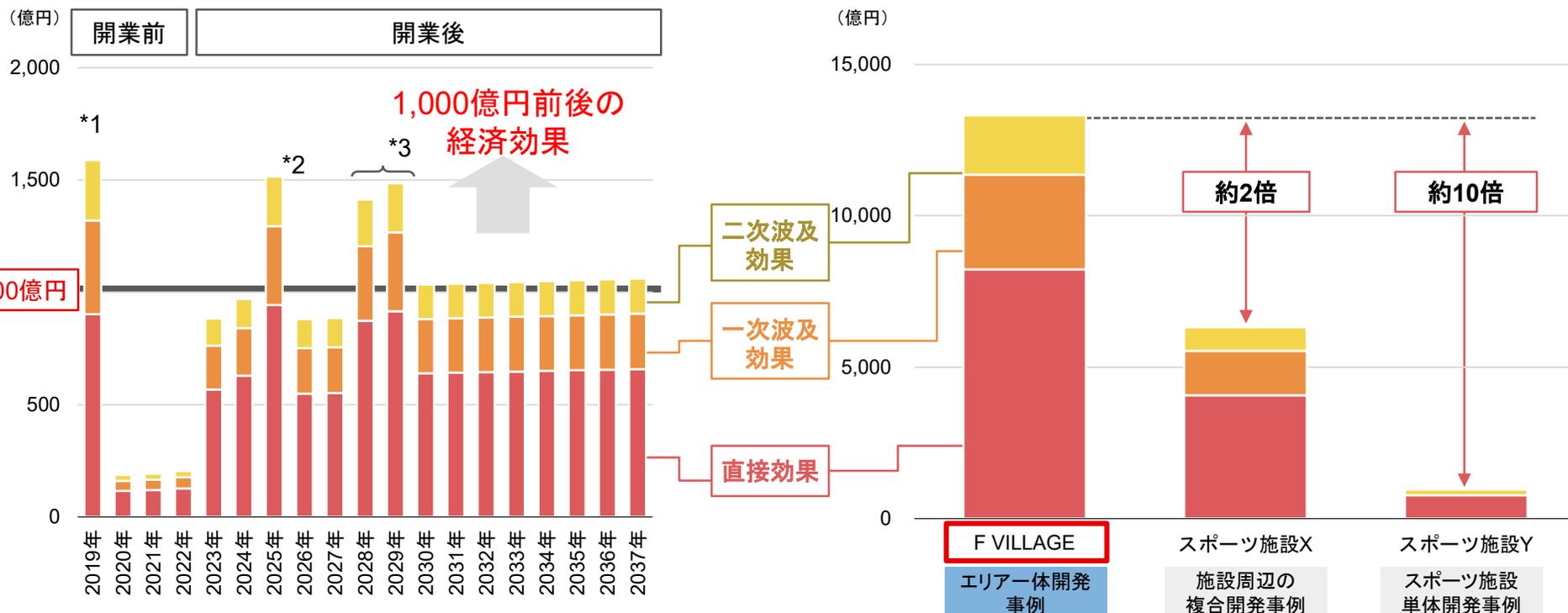
3. 固定資産税・都市計画税課税免除終了による拡大

効果測定結果 | ③北海道全域における経済の活性化

■ F VILLAGE建設・開業に伴い、建設費や来訪者の消費、新設された住宅居住者の消費などにより、北海道に**毎年平均1,000億円前後の経済効果**がもたらされると試算

- **スポーツ施設周辺で複合開発を実施した事例の約2倍、スポーツ施設単体で開発を実施した事例の約10倍の水準**

北海道における経済効果(直接効果+波及効果) 他スポーツ施設がもたらす経済効果との比較*4
(開業後10年間累計、建設費含む)



(経済効果の定義) ■ 直接効果: 施設における消費額や、イベントの開催経費、建物の建設費など、新たに発生する消費や投資(最終需要)のうち、当該都道府県内で調達した財・サービスの総額
 ■ 一次波及効果: 直接効果により生産が増加する財・サービスの需要に対応する生産活動(例: 物流コスト)の総額
 ■ 二次波及効果: 直接効果と一次波及効果の生産額によって増加した雇用者所得のうち、消費活動に回る分に対応した新たな財・サービスの生産額

(注) 1. F VILLAGEの建設費を反映
 2. 北広島駅西口エリアの開業インパクトを反映
 3. 三日月エリアの開業インパクトを反映
 4. 各種公開情報より作成。施設Xについては、建設による経済効果に加え、初年度の来場者の消費による経済効果を10倍にして計算。施設Yについては、直接効果と一次波及効果が合算されている値のみ公開されているため、一次波及効果の値も直接効果に算入している

F VILLAGEが大きな経済効果をもたらす要因

- F VILLAGEは既存スポーツ施設と異なり、スポーツ観戦機能の追求や施設の多目的化に加え、周辺地域開発まで事業の射程を拡大させており、それが大きな経済効果をもたらす可能性を秘めている



過去事例①
スポーツ施設単体開発

スポーツ観戦

スポーツを楽しむ場としての機能に特化した開発

過去事例②
施設周辺の複合開発

スポーツ観戦 + 観光行楽

飲食店・商業施設などを併設
スポーツ観戦以外の観光や行楽を包含した開発

- (課題)
- 経済効果の範囲が観光・行楽に限られている
 - 新型コロナウイルスに代表されるような予期せぬ事態に対し脆弱

F VILLAGEは周辺地域全体の開発まで踏み込み新たな街をつくるエリア一体開発



© H.N.F.

観光や行楽の場と、暮らす・学ぶ・働くなどの生活の場が共存し、常に人が行き交う空間

効果測定結果 | ④参画パートナーにおける新たなビジネス機会の創出

- パートナーシップなどを通じて、F VILLAGEに参画するステークホルダーにF VILLAGEを活用した多くのビジネス機会が創出された
- 今後パートナーシップがさらに深化することで、参画パートナーにより多くのビジネス機会がもたらされると期待される

現状の取組(例)

株式会社クボタ・国立大学法人北海道大学とパートナーシップが締結され、F VILLAGE内に農業学習施設「KUBOTA AGRI FRONT」が開業



(株)クボタ

概要

- クボタ・国立大学法人北海道大学とのパートナーシップに基づき、「食と農業」の魅力・可能性を、楽しくおいしく学ぶ農業学習施設がオープン

株式会社ヤッホーブルーイングとの共同事業として、クラフトビール醸造レストラン「そらとしば by よなよなエール」が開業



概要

- エスコンフィールド内のセンターバックスクリーン裏に、世界初となる、クラフトビール醸造所とレストランが一体化したレストラン「そらとしば by よなよなエール」がオープン

ビーワイディージャパン株式会社とパートナーシップが締結され、EVバスなどクリーンエネルギーを活用したモビリティが導入



© H.N.F.

概要

- ビーワイディージャパンや他社との協働により、クリーンエネルギーを活用した持続可能な車両を導入
 - F VILLAGEとJR北広島駅などを結ぶ拠点間輸送においてEVバスが運行開始など

株式会社ポーネルドとパートナーシップが締結され、エスコンフィールド内においてキッズエリアが開業



© ポーネルド

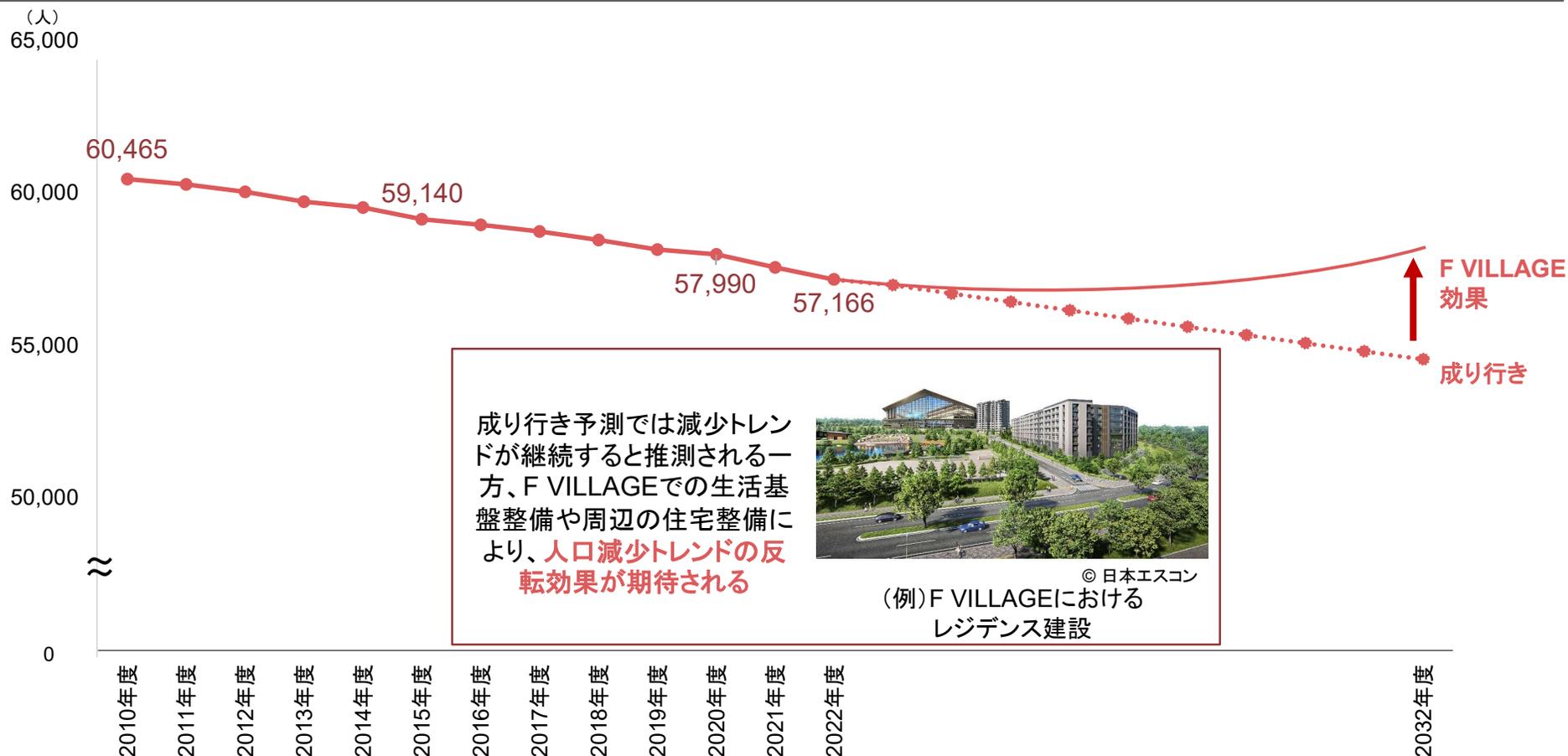
概要

- エスコンフィールド内に日本最大級の子ども向け「あそび場」がオープン(屋内・屋外)

効果測定結果 | ⑤居住地としての魅力向上(1/2)

- F VILLAGEの開業後、雇用増に加え住宅建設による居住地の増加により、居住地としての魅力が向上
- 今後大学誘致などさらなる生活基盤の整備が予定されており、**高齢化が進む北広島市の人口減少傾向に歯止めをかけ増加に転じさせることが期待される**

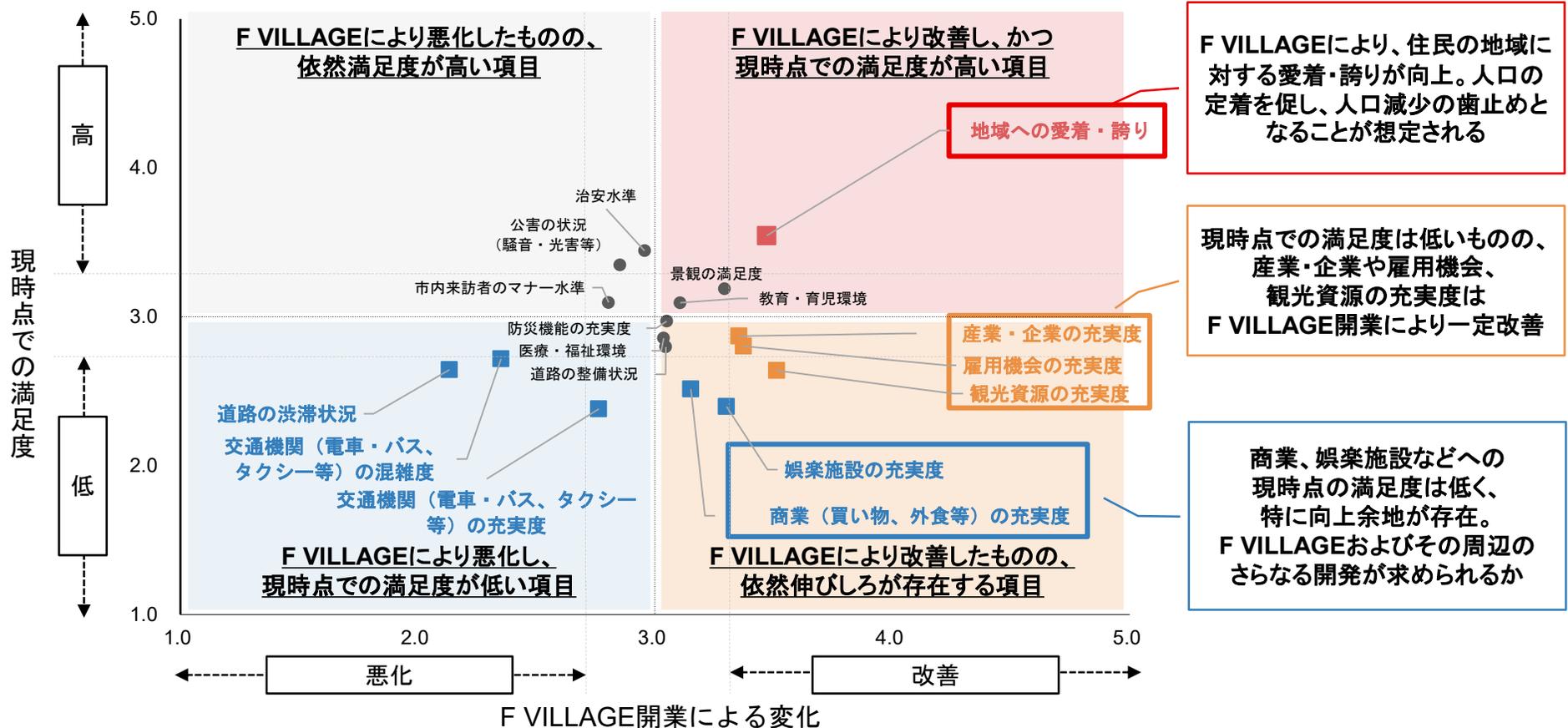
北広島市の人口推移(2010-2032年度)*1



効果測定結果 | ⑤居住地としての魅力向上(2/2)

- F VILLAGE開業により、住民が持つ地域への愛着・誇りが向上。将来の北広島市の人口流出防止に寄与することが期待される
- 道路渋滞や公共交通機関の混雑度の問題が顕在化。加えて、商業や娯楽施設に対する満足度向上には特に大きな伸びしろが存在

北広島市の市民満足度調査結果 | 全数



効果測定結果 | (参考)属性別市民満足度調査結果(1/2)

■ F VILLAGE訪問歴有の市民や周辺区域に居住する市民の方が、F VILLAGE開業前後でのプラスの効果実感度合いが高いことから、市民全体にF VILLAGEへの訪問を促すことで、F VILLAGE開業による効果がより実感されやすくなると推察される

表中の数値はF VILLAGEによる改善効果を1-5段階で評価されたものの平均値を表す

F VILLAGE開業前後の変化 | F VILLAGE訪問歴別



F VILLAGE開業前後の変化 | 居住区域別*1



(出所) 北広島市「令和5年北海道ボールパークFビレッジ開業に伴う市民満足度調査」を基に当社作成

(注) 1.F VILLAGE周辺区域は東部地区・北広島団地地区、その他区域は西の里地区・大曲地区・西部地区を指す

効果測定結果 | (参考)属性別市民満足度調査結果(2/2)

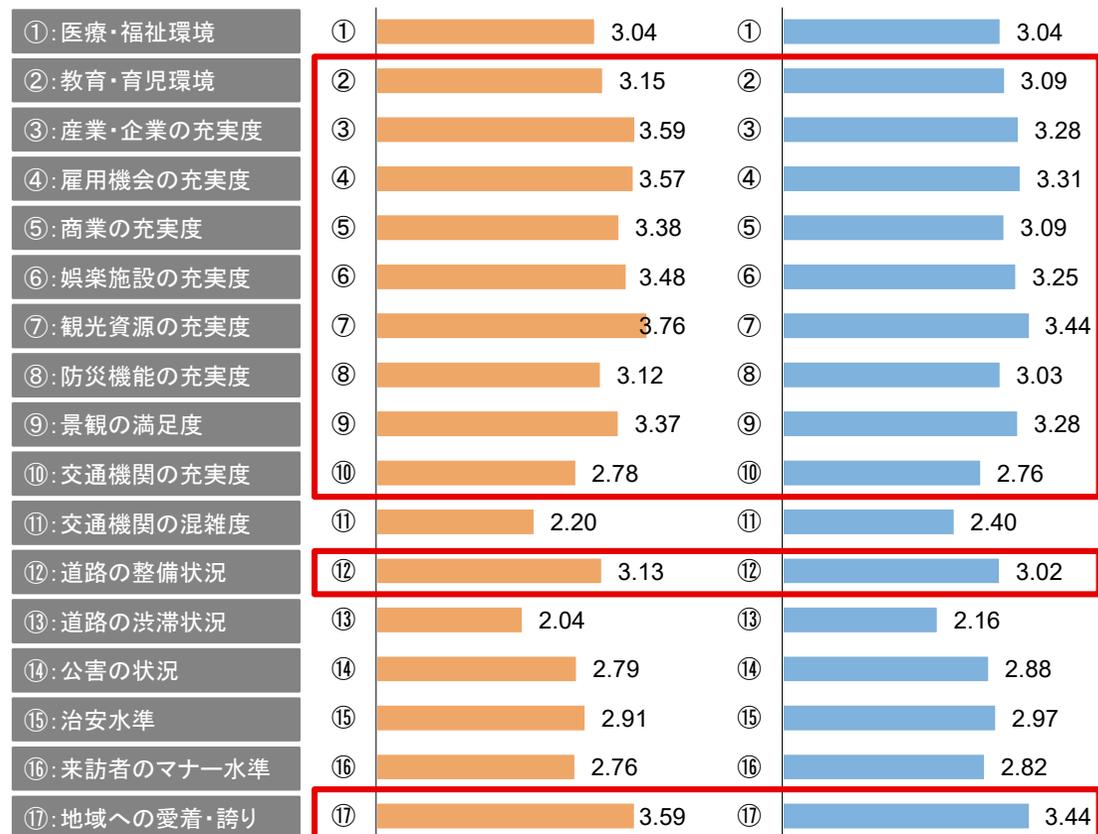
■ 18～39歳の若年層において、「F VILLAGE開業前後の変化」・「現時点での満足度」の双方でF VILLAGEによるプラスの効果実感度合いが高いことから、F VILLAGEおよび周辺エリアが、将来を担う若い世代の人口流出防止や流入増に寄与する可能性があると考えられる

表中の数値はF VILLAGEによる改善効果を1-5段階で評価されたものの平均値を表す

F VILLAGE開業前後の変化 | 年代別

若年層(18～39歳)

中年・高齢層(40歳以上)



現時点での満足度 | 年代別

若年層(18～39歳)

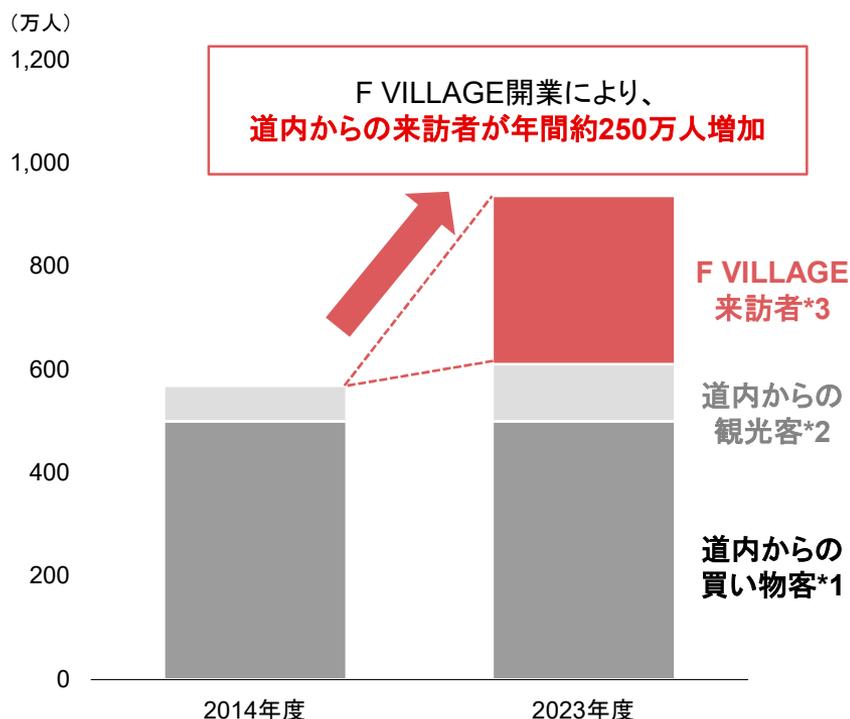
中年・高齢層(40歳以上)



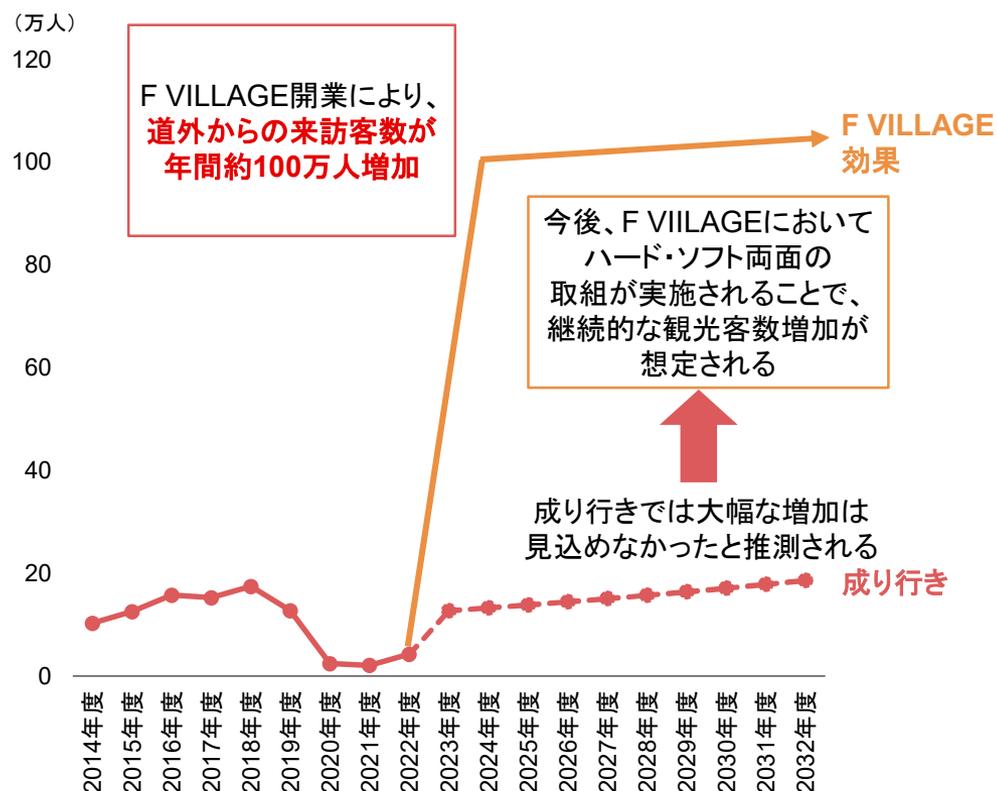
効果測定結果 | ⑥観光地・行楽地としての魅力向上

- F VILLAGEにおいて、野球興行のみならず、多様な目的で楽しめる施設やイベントが整備・拡充されたことで、周辺地域の観光地・行楽地としての魅力が向上
- **2023年度の北広島市への来訪者数は道内から約250万人、道外から約100万人の増加が見込まれ、今後さらなる伸長が期待される**

北広島市への道内からの来訪者数推移(2014-2023年度)



北広島市への道外からの来訪者数推移(2014-2032年度)*4

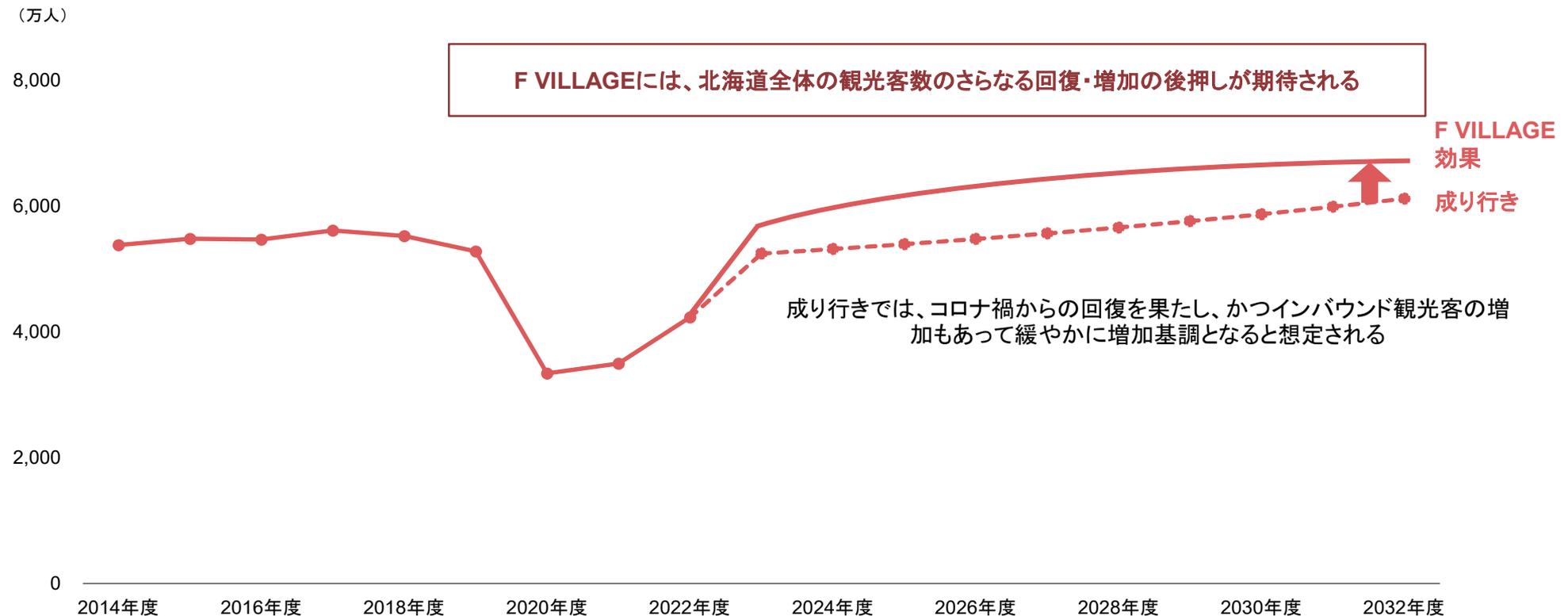


(出所) 1. 三井不動産「ニュースリリース(2014年1月21日)」より引用
 2,4 2014~2022年度実績: 同期間の石狩振興局「観光入込客数調査」より当社作成
 3. FSE提供資料より引用
 (注) 1. 市内の主要商業施設である三井アウトレットパーク北広島の2014年度想定来場者数を北広島市の買い物客数と見なし、2023年度も同水準と仮定
 4. 赤実線部分は、石狩振興局「観光入込客数調査」の北広島市の道外観光客数より当社作成。点線部分は、2023年度に2019年度(コロナ禍前)水準まで回復すると仮定し、その後は2014-2019年度の年平均成長率を毎年乗じて試算

効果測定結果 | ⑦北海道全体の観光業の振興

- F VILLAGEでは、周辺地域以外の自治体や全道を周遊するような取組の充実が検討されており、北海道全体の観光業振興への寄与が見込まれる
- 北海道全体の観光業振興において、F VILLAGEがその一端としての役割を果たすことが期待される

北海道の観光客数推移(2014-2032年度)*



(出所) *2014～2022年度実績: 同期間の北海道観光局観光振興課「北海道観光入込客数の推移」より当社作成

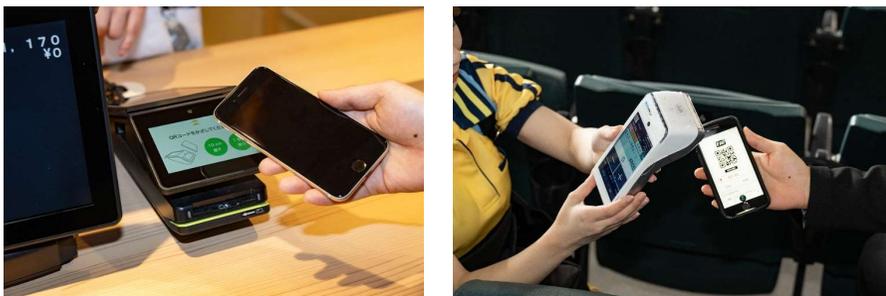
(注) *2023年度以降の数値に関して、国内観光客は2023年度にコロナ禍以前の2019年度と同水準まで回復し、その後は2009年度～2019年度の10年間の増加ペースで増加すると仮定。外国人観光客は2023年度に全国同様2019年度の86%まで回復し、その後は、全国の外国人観光客数の増加ペース(2023年の実績値と、政府の2030年の外国人観光客数目標値との間の年平均成長率と同率で増加すると仮定

効果測定結果 | ⑧北海道全体の産業の育成・イノベーション促進

- パートナーシップを締結した企業とFSEの間で、F VILLAGEにおけるキャッシュレス・モバイルオーダーといった新たなソリューション・テクノロジーの実証が一部で見られる
- 今後、F VILLAGEが多くの実証実験の場として活用され、取組実施数・参画事業者数や取組内容の先進性が一層高まることで、北海道における新たな産業の育成やイノベーションの促進が期待される

現状の取組

例) エスコンフィールドにおける完全キャッシュレス決済化*1



© H.N.F.

例) エスコンフィールドにおけるモバイルオーダーサービス導入*2



© H.N.F.

概要

- **FSEが、「オフィシャルキャッシュレスパートナー」の三井住友カード株式会社・イオン北海道株式会社と協働し、キャッシュレス環境の構築を推進**
 - エスコンフィールド内の飲食・グッズ販売も含めた全店舗における完全キャッシュレス化
 - 他エリアにおけるキャッシュレス決済の導入

概要

- **FSEが、エスコンフィールド内の一部飲食店において、北海道ポールパークFビレッジ公式アプリの新機能としてモバイルオーダーサービスを導入**
 - 店頭の行列に並ぶことなく、Fビレッジアプリからフードやドリンクを注文可能
 - 別事業者のサービスと併用することで、観客席までのデリバリーも可能

狙い

- **観戦体験のさらなる改善**
 - 決済にかかる時間の短縮
 - 上記に伴う、飲食店・グッズ販売店の待ち時間の解消
- **支払時の接触機会削減による衛生的な支払環境構築**

狙い

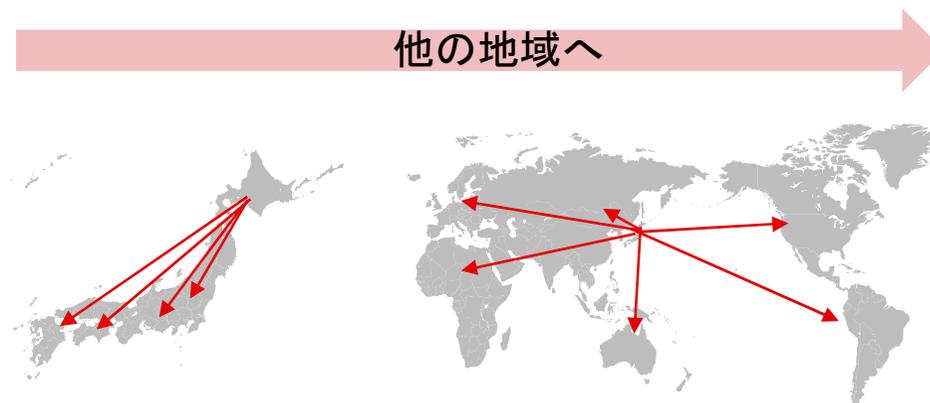
- **観戦体験のさらなる改善**
 - 飲食店の待ち時間の減少
 - 上記に伴う、飲食店の行列短縮や混雑度解消

効果測定結果 | ⑨スポーツ産業における新たなモデルケースの提示

- F VILLAGEの取組は、経済的価値・社会的価値の創出を通じ、スポーツというコンテンツ自体に依存せず事業として成立させるという、スポーツビジネスにおける新たなビジネスモデルの在り方を世の中に示す可能性を持つ
- FSEではそのビジネスモデルを波及させる営みをスタートさせており、同様の事例が産業全体に広まることで、スポーツ産業全体の発展への貢献が期待される

F VILLAGEのビジネスモデルを波及させる取組を開始

- 国内スタジアム・アリーナを核とした街づくりプロジェクトの支援等を目的とした新会社「株式会社エスコンスポーツ&エンターテイメント」を設立
 - スポーツを含むエンターテイメントを活用した街づくりの検討ならびに開発を行う
 - F VILLAGEにとどまらず、日本全国のスタジアム・アリーナを核とした街づくりの支援・コンサルティング等にも従事



他の競技

プロ野球(他チーム)

Jリーグ(サッカー)

Bリーグ(バスケットボール)

Vリーグ(バレーボール)

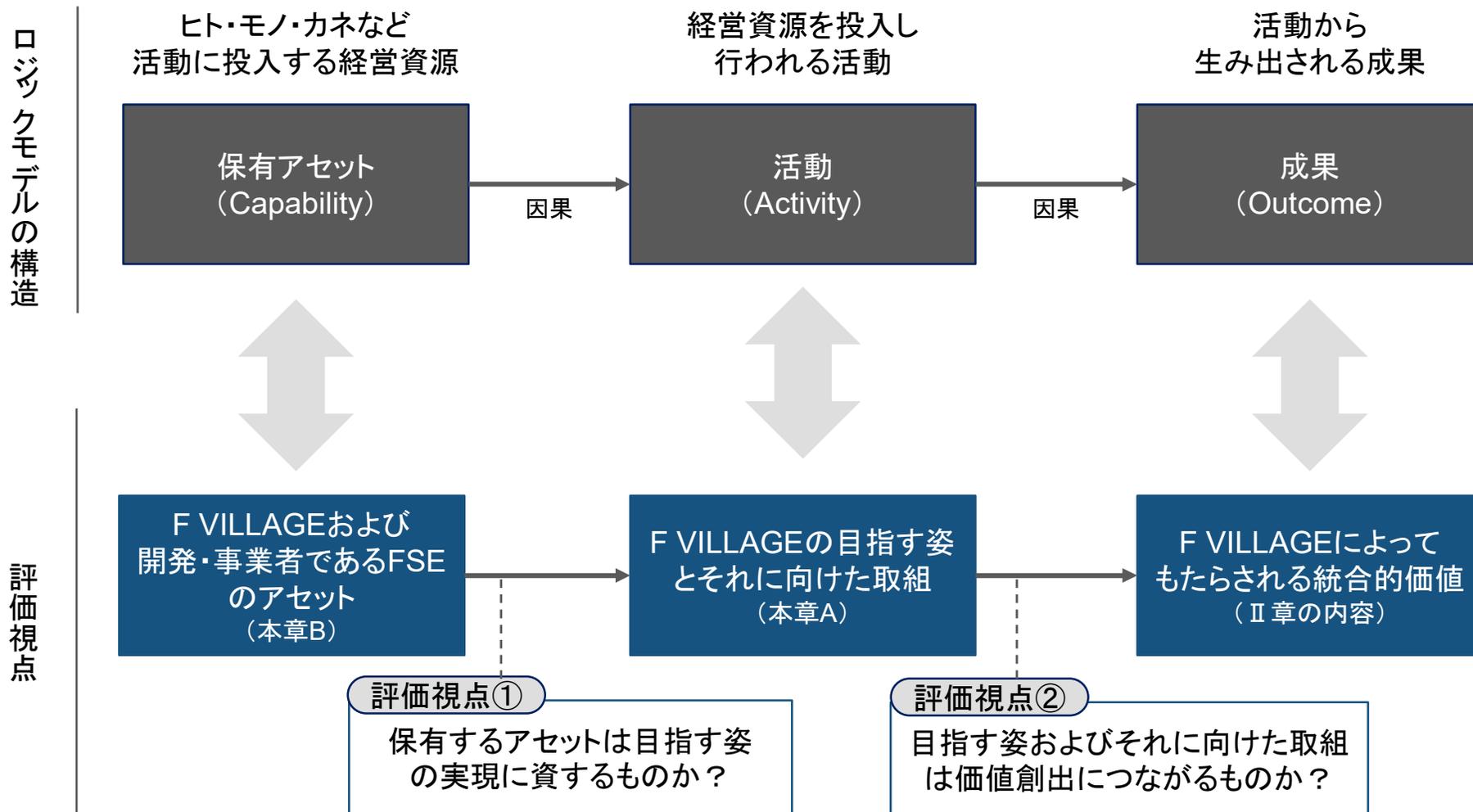
⋮

経済的価値・社会的価値を充足する
新たなビジネスモデル事例となることで
同様のモデルが広く世の中に波及する可能性を持つ

III. ロジックモデルに基づく FSEの取組評価

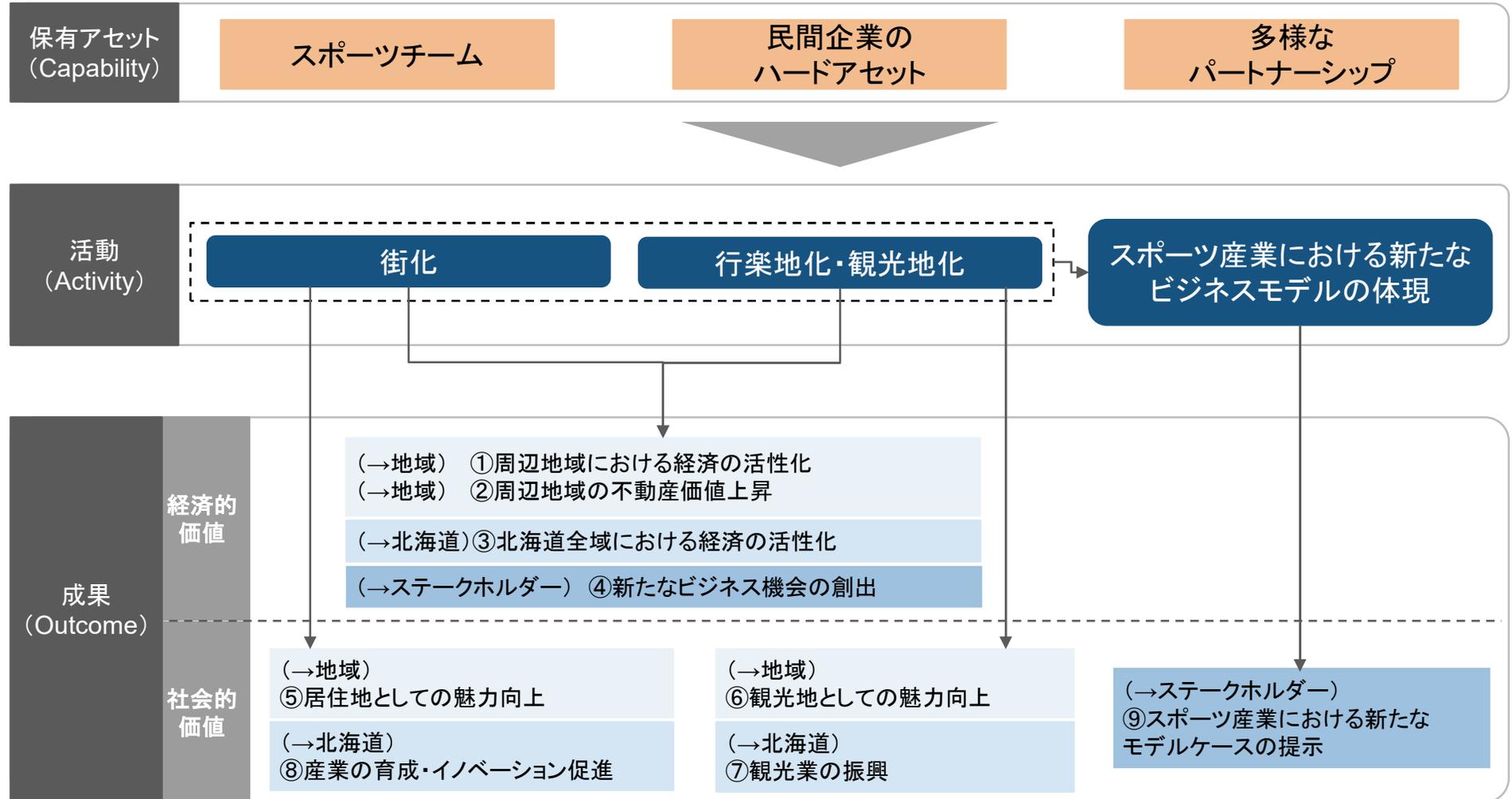
取組評価の構造(ロジックモデル)について

- 主体が保有するアセット・活動・成果をつなぎ合わせ因果関係を示すロジックモデルに基づき、F VILLAGEおよびFSEの取組を評価する



F VILLAGEがもたらす統合的価値に関するロジックモデル

■ F VILLAGEがもたらす成果に対し、活動と保有アセットが連動した構造であると評価できる



A). F VILLAGEが目指す姿

- F VILLAGEは、行楽地化・観光地化、街化を通じ多様な関係人口が集う新たな空間を作り出し、スポーツ産業の新たなビジネスモデルの在り方を体現することを目指している

行楽地化・観光地化

目指す姿①
周辺地域の人々・観光客がスポーツ観戦にとどまらず多様な目的で来訪し、かつ魅力を感じて再訪する場になる

目指す姿②
道内外・国内外のお客様に北海道全体の魅力を発信し、北海道全体の観光産業におけるハブとなる

F VILLAGEへ観光する

周辺地域から

道内各地から

道外から

街化

目指す姿③
都市として必要な機能を内包した自律的な街の開発を促し、周辺地域含むエリア全体を魅力的な地域にする中心地となる

目指す姿④
周辺地域における新たな産業・雇用創出の場となる

目指す姿⑤
先進的な技術や価値を発信するイノベーションの拠点になる

F VILLAGEを中心とした生活をする

居住

就業・就学

多様な関係人口が集う場所へ

スポーツ産業の新たなビジネスモデル体現

目指す姿⑥
多様な業界からの優れたビジネス人材と、スポーツビジネスのノウハウの集結・発信拠点となる

目指す姿⑦
高い収益性を実現し自律的・持続的に成長する場になる

A). F VILLAGEが目指す姿に向けた取組 | 行楽地化・観光地化

■ 野球観戦のみならず多様な目的で近隣から海外まで多様な人々が集い、かつ、周辺地域や北海道全体の観光のハブになることを志向

行楽地化・観光地化

目指す姿	①	②
	<p>周辺地域の人々・観光客が<u>スポーツ観戦にとどまらず多様な目的で来訪し</u>、かつ魅力を感じて再訪する場になる</p>	<p>道内外・国内外のお客様に北海道全体の魅力を発信し、<u>北海道全体の観光産業におけるハブ</u>となる</p>

野球目的以外での来訪を促す施設・イベントにより、非試合日にも平均6,000人超/日が来訪

ふるさと納税やF VILLAGE内での地域特産品の取り扱いなど周辺地域の観光振興に取り組む

周辺自治体との連携イベント開催・F VILLAGEを含むツアー企画などにより北海道他エリアへの周遊を促す

2023年現在の活動



© H.N.F.

例) 野球目的以外での来場を促す施設



© H.N.F.

例) THE LODGE内の地域特産品販売



© H.N.F.

例) 近隣自治体との自転車周遊イベント

A). F VILLAGEが目指す姿に向けた取組 | 街化

- 都市に必要な機能を内包した自律的な街に進化するとともに、雇用やイノベーションを生む拠点となることを志向

街化

	③	④	⑤
目指す姿	都市として必要な機能を内包した <u>自律的な街</u> の開発を促し、周辺地域含むエリア全体を魅力的な地域にする中心地となる	周辺地域における <u>新たな産業・雇用創出の場</u> となる	先進的な技術や価値を発信する <u>イノベーションの拠点</u> になる

住宅・防災・商業といった一部の機能についてF VILLAGE内への設置が進み、大学・医療機関の設置も進行中



© 日本エスコン

例)レジデンス・シニアレジデンス



© 日本エスコン

例)医療モールの建設

新たな施設が北広島にできたことで現状でも一定程度の雇用を創出、今後のオフィス誘致に向けた検討も進める



© H.N.F.

例)オフィス誘致の検討

道内外の多くの企業とのスポンサー・パートナーシップを締結し、多様なビジネス主体が集う場に



(株)クボタ

例) KUBOTA AGRI FRONT

2023年
現在の
活動

A). F VILLAGEが目指す姿に向けた取組 | スポーツ産業の新たなビジネスモデル体現

- 人材やノウハウの集結・発信拠点となるとともに、スポーツコンテンツのみに依存せず自律的・持続的に成長する場になることを志向

スポーツ産業の新たなビジネスモデル体現

目指す姿	⑥	⑦
	多様な業界からの <u>優れたビジネス人材と、スポーツビジネスのノウハウの集結・発信拠点</u> となる	高い収益性を実現し <u>自律的・持続的に成長する場</u> になる

中途採用や他社からの出向受け入れを通じて、さまざまな経歴の人材が集結

F VILLAGE単独で安定した事業基盤を確立、開業初年度から黒字達成見込み



CAREER RECRUITING



© H.N.F.

多様な人材が集結

2023年12月期営業利益(見込)

26億円

(計画達成率100%)

2023年
現在の
活動

B).FSEが保有するアセット

- 「行楽地化・観光地化」「街化」「スポーツ産業の新たなビジネスモデル体現」という目指す姿に対し、F VILLAGEは「スポーツチーム」「民間企業のハードアセット」「多様なパートナーシップ」という非常に適したアセットを保有している

行楽地化・観光地化

街化

スポーツ産業の新たなビジネスモデル体現

周辺地域を巻き込んだ開発において最適なアセットの掛け合わせ



HOKKAIDO NIPPONHAM
FIGHTERS © H.N.F.

スポーツチーム

- 地域に根差す力を持つコンテンツ
- 日常生活の中に入り込むことができるコンテンツ
- 世代・性別問わず多様な方々に愛されるコンテンツ



© H.N.F.

民間企業のハードアセット

- 公的な制約条件を持たない
- ありたい姿実現に向けた最適なカスタマイズが可能



© H.N.F.

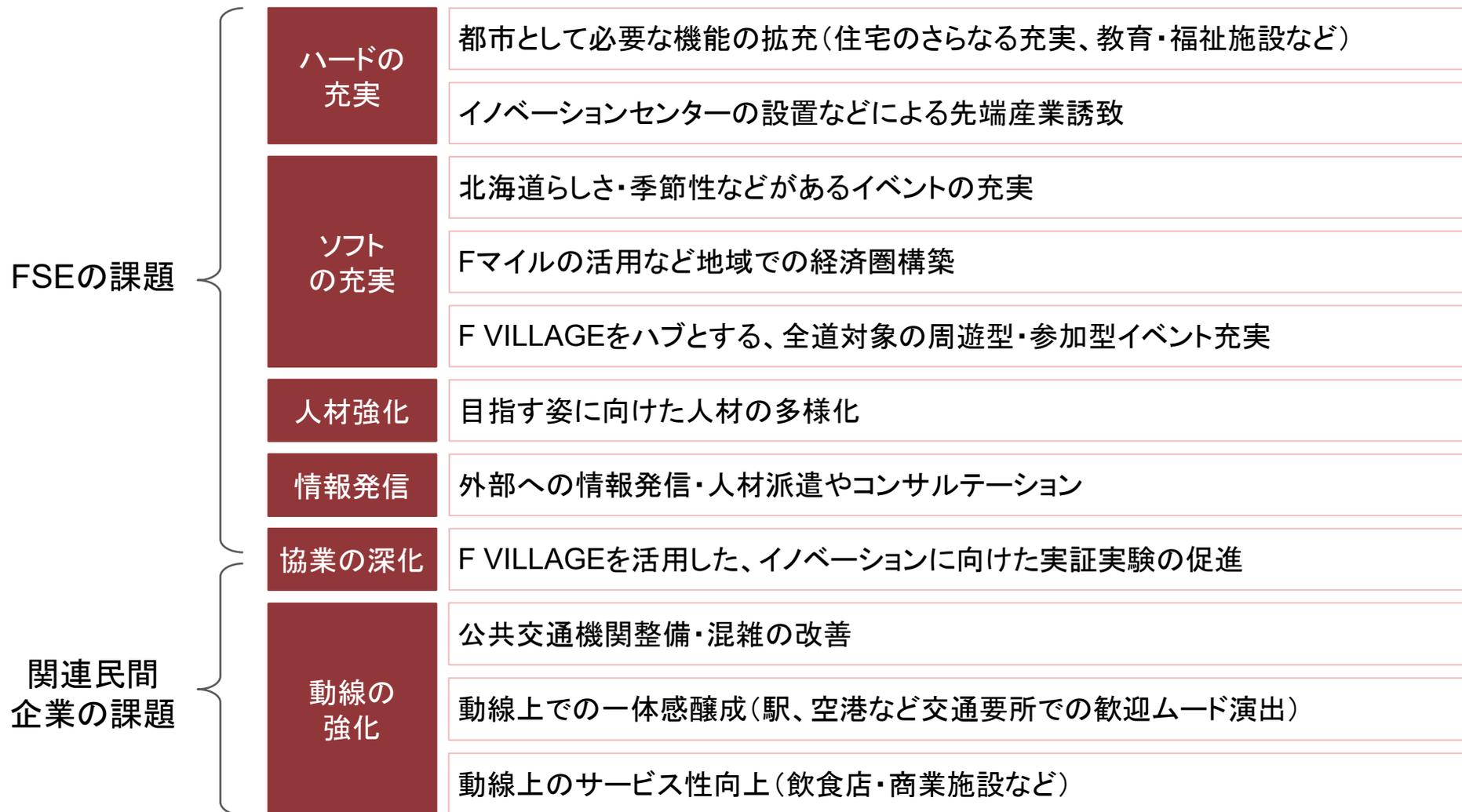
多様なパートナーシップ

- スタジアムの中に制約されず、周辺地域の開発まで実行できる体制
- 多様なイノベーションを生み出す可能性

IV. 統合的価値の体現に向けた 今後の課題

統合的価値のさらなる深化に向けた課題（民間企業としての課題）

- 統合的価値深化に向け、ソフト・ハードのさらなる充実はもちろんのこと、FSE・パートナーとの関係深化による動線の強化やイノベーションの促進なども課題となる



統合的価値のさらなる深化に向けた課題(自治体・行政としての課題)

- 人口増加・企業誘致に向けた支援など本スキームに関わる自治体・行政が果たすべき役割も大きい
- F VILLAGEに至る動線整備を含めたエリア開発においては関係者が一体感を持って取り組む必要性がある

行政からの支援

人口増加に向けた支援(移住促進策の充実など)

企業誘致に向けた支援(税制優遇など)

情報発信

F VILLAGEでの営み・成果の外部情報発信

動線強化

道路の整備・混雑の改善

動線上での一体感醸成(エルフィンロードの整備、空港など交通要所での歓迎ムード演出)

動線上のサービス性向上(動線上の土地の利活用促進、トイレ・広場の整備など)

V. 次年度以降の開示方針

今後の開示について

- 本レポートで提示した統合的価値については、今後継続的にその達成状況についてレポートリングを想定

F VILLAGEは 今後もさらなる進化を遂げる

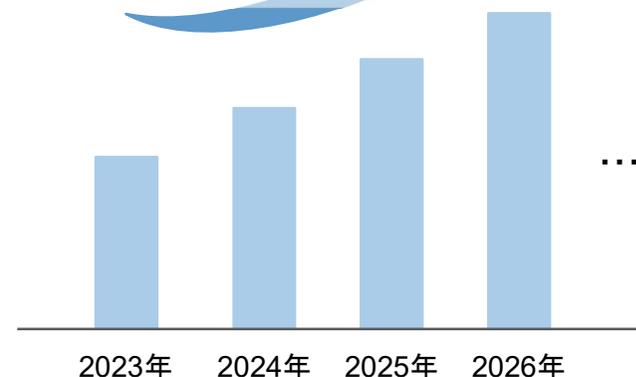


© H.N.F.

もたらず統合的価値についても
継続的なレポートリングを想定

■ 統合的価値の達成状況

定量的な指標を毎年で測定*



*公的データなどは取得可能な時期に応じた開示を想定

■ 目指す姿への到達状況

- 統合的価値をもたらすための
F VILLAGE、行政・自治体、関連する
民間企業の取組状況

ご利用に際して

- 本資料は、執筆時点で信頼できると思われる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。
- また、本資料は、作成者の見解に基づき作成されたものであり、当社の統一的な見解を示すものではありません。
- 本資料に基づくお客さまの決定、行為、およびその結果について、当社は一切の責任を負いません。ご利用にあたっては、お客さまご自身でご判断くださいようお願い申し上げます。
- 本資料は、著作物であり、著作権法に基づき保護されています。著作権法の定めに従い、引用する際は、必ず、出所:三菱UFJリサーチ&コンサルティングと明記してください。
- 本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要ですので、当社までご連絡ください。

本資料に関する問い合わせ先:

三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社

コーポレート・コミュニケーション室 廣瀬・杉本

E-mail : info@murc.jp

三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社

www.murc.jp/