

HOKKAIDO BALLPARK **F VILLAGE**

2023 年 10 月 13 日

株式会社ファイターズ スポーツ&エンターテインメント

HOKKAIDO BALLPARK F VILLAGE REPORT — Autumn 2023 —

株式会社ファイターズ スポーツ&エンターテインメントが3月30日に開業した新球場 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 ビレッジ）について、現況をご報告いたします。



1. 2023 シーズン振り返り

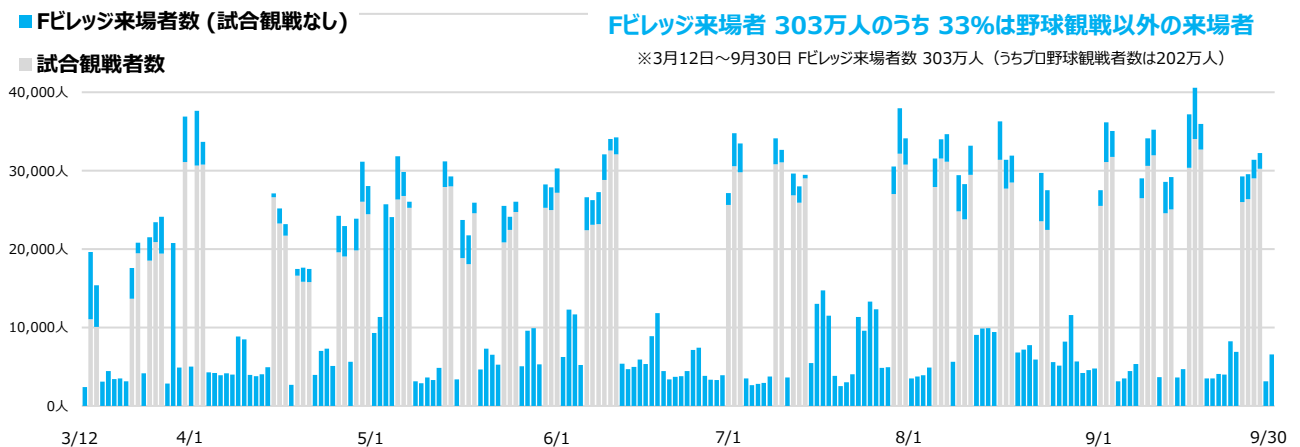
F ビレッジは、3 月の開業以来、野球の試合はもちろん、試合がない平日にも様々な方にご来場いただいています。試合日には、世界最大級の大型ビジョンを活用した演出や試合前後のイベント開催など、野球に様々な要素を掛け合わせた新たなエンターテインメントを提供。試合がない日は、エスコンフィールド内外で、季節に合わせたイベントやワークショップを実施。目標に掲げていた F ビレッジの来場者数 300 万人は、ホーム最終戦となる 9 月 28 日に突破しました。

HOKKAIDO BALLPARK **F VILLAGE**

2. 開業から今日まで

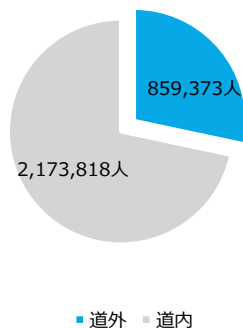
- ・ 3月12日(プレオープン)～9月30日までの203日間において、**Fビレッジには303万人(1日平均14,942人)が来場。**
- ・ 試合が無い日の来場者数は平日4,500人・休日10,500人規模。地元だけでなく、遠方(全国)からの来場もあり、**行楽地化した。**

<Fビレッジ来場者数>



- ・ 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。

<道外からの来場者比率>



Fビレッジ来場者の

約 28%

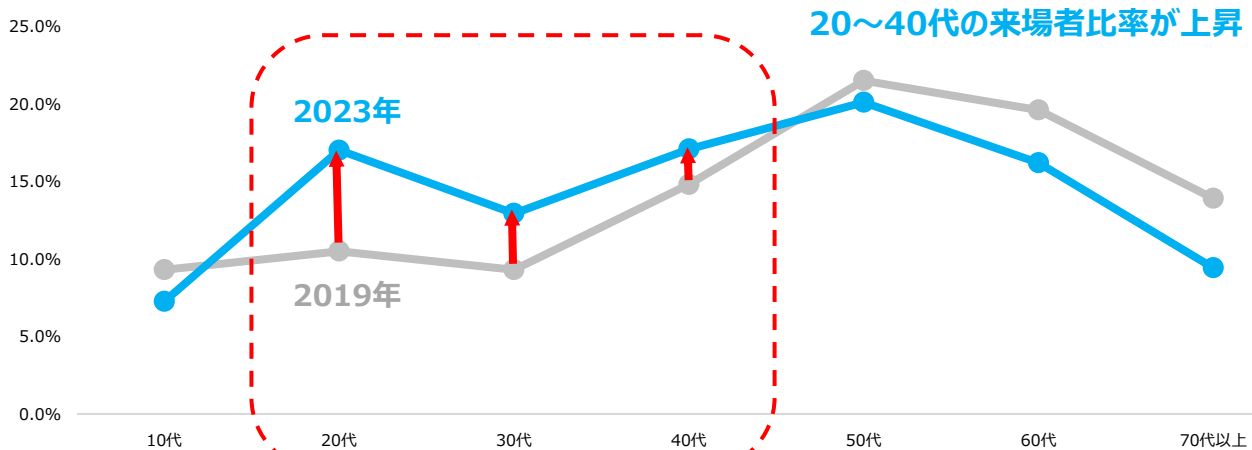
が道外からの来場者

※従来(札幌ドーム時代)の道外からの来場者比率は約10%

HOKKAIDO BALLPARK **F**VILLAGE

- ・ Fビレッジ来場者を世代別に見ると **20代の占有率が約 6.5 ポイント増加**。
- ・ 開幕以降、様々なイベントの実施、SNS による多様な観戦体験の拡散などもあり、トレンドに敏感な若年層やファミリー層の比率が増加。

<世代別 来場者比率>



※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

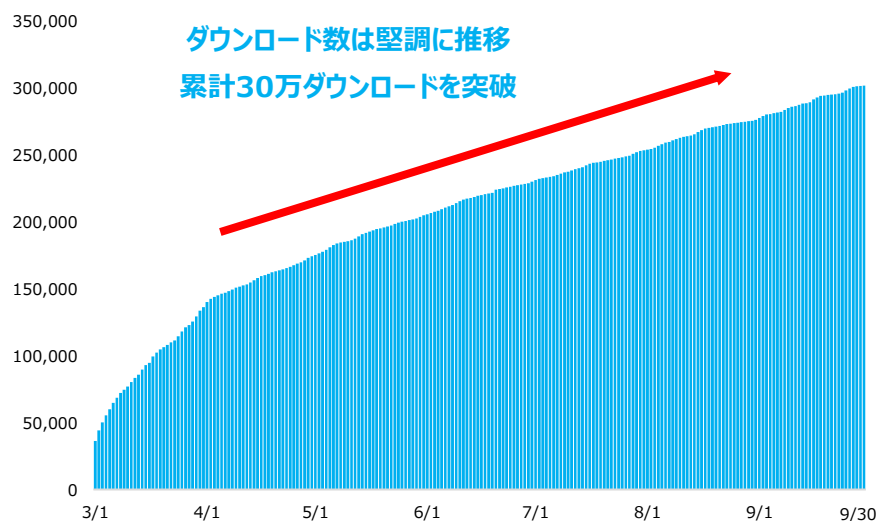
- ・ 3 月 1 日にリリースした「F ビレッジ公式アプリ」は、9 月末までに **30 万ダウンロードを突破**。
- ・ リリース初期はファンクラブ会員中心に広がり、その後「**機能の充実（チケット表示、グルメガイド・場内 MAP など）**」「**キャンペーン実施**」により、多数の来場者に広く浸透。アプリの利用をきっかけにファンクラブに入会する人も増加した。

北海道ボールパーク F ビレッジ 公式アプリ



95%がアプリが必要だと認識

Q. アプリが使えなくなったら
どう感じますか？



HOKKAIDO BALLPARK F VILLAGE

- ・アンケートやアプリの他、「X（旧 Twitter）」を活用し、顧客と多くのタッチポイントを持つことで、**様々な課題に素早く対応することが出来た。**
- ・「#聞いてよ Fビレッジおじさん」につぶやかれた意見を基に、より迅速に F ビレッジ内の運営改善につなげた。

デジタル版 公式目安箱の位置づけ

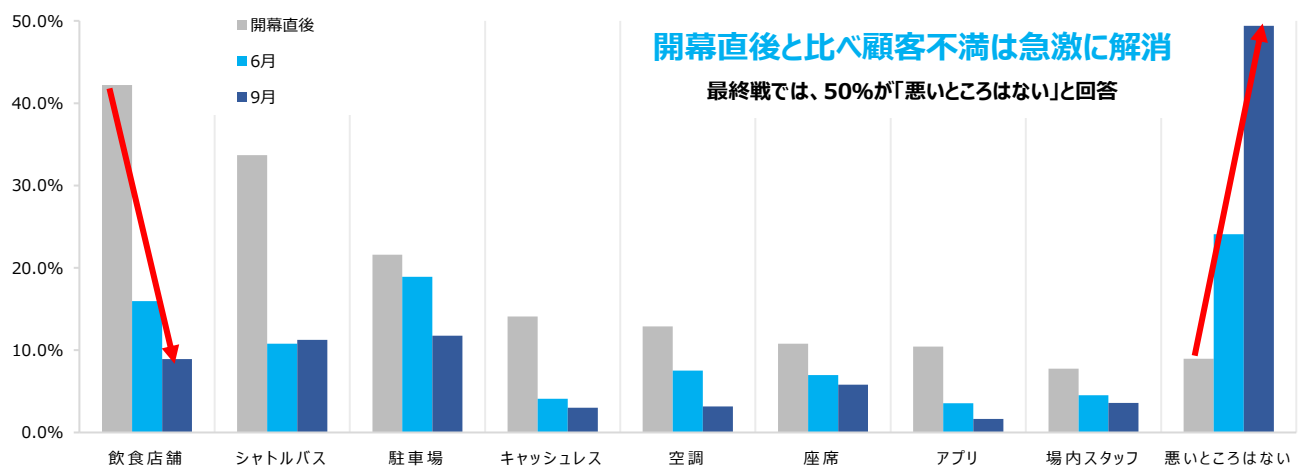


お客様の声から施設やサービスを改善



- ・ **毎試合後に「来場者アンケート」を実施。**開幕直後は「飲食店舗」「シャトルバス」に関する顧客不満（並び時間の長さが要因）が顕著に。
- ・ 顧客の声を集めながら、シーズンを通して各種対策を順次導入し、早急に改善を図った結果、全ての項目で**顧客不満は急速に低減**。最終戦では**半数の方が「悪いところはない」と回答**。

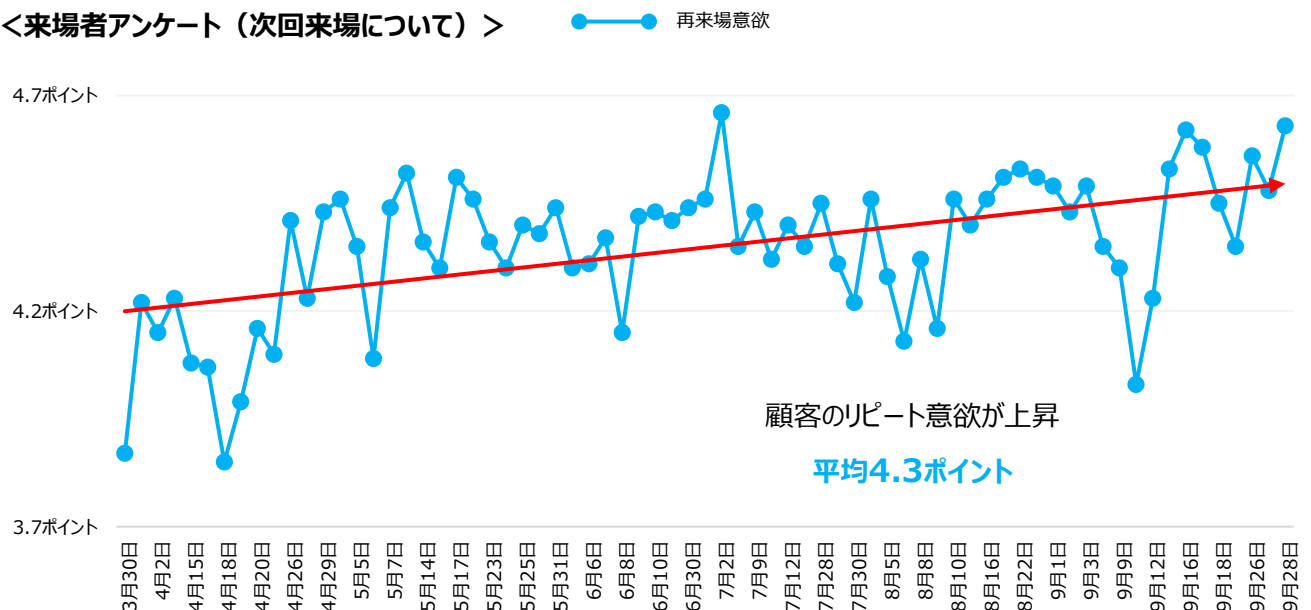
<世代別 来場者比率>



HOKKAIDO BALLPARK **F★VILLAGE**

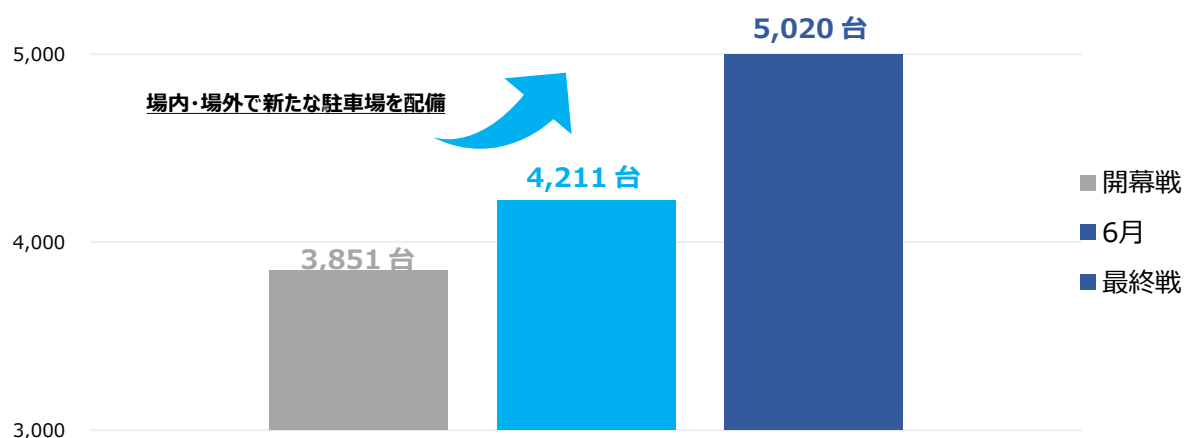
- ・来場者アンケートにおいて**再来場の可能性**を尋ねると、試合の勝敗により一部影響はあるものの、全体的な**ポイント**は**上昇傾向**。
- ・観戦環境(座席やビジョン)、クラフトビール等の飲食、野球以外の楽しみ(温泉・サウナ・あそび場)の充実が満足度の形成に貢献した。

<来場者アンケート（次回来場について）>



- ・開業時からの大きな課題であるアクセスについても、シーズンを通して様々な取り組みを実施。
- ・駐車場について、場内に加え、近隣大学、ゴルフ場、工場の駐車場を試合日は利用可能にし、**約 1,000 台分の駐車場を拡充**。
- ・その他、**パークアンドライドの取り組みや、シャトルバスでの決済手段拡充などを実施**。引き続き改善を続けていく。

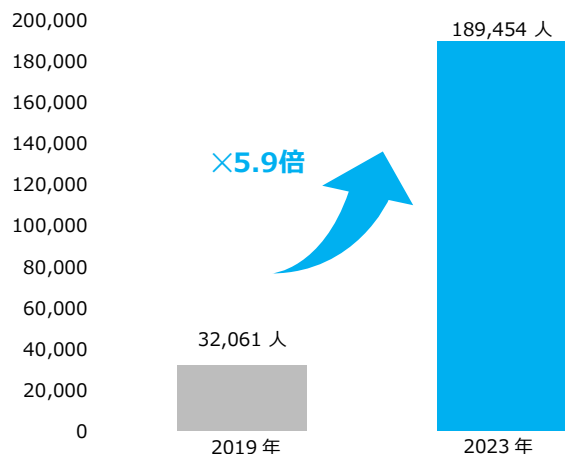
<駐車場台数>



HOKKAIDO BALLPARK F VILLAGE

- ・ **団体来場者数**は現時点で 2019 年比約 6 倍の **18.9 万人**(2 月末までの予約ベース。更なる増加見込)。修学旅行・企業旅行で 46%を構成。
- ・ 枚数ベースで、北海道の小中高生の 5 % (計 339 校、23,000 名) ほどが F ビレッジに訪れており、課外学習の主要な訪問先になりつつある。
- ・ 試合観戦以外の来場も 35%あり、通年で来場が見込める。

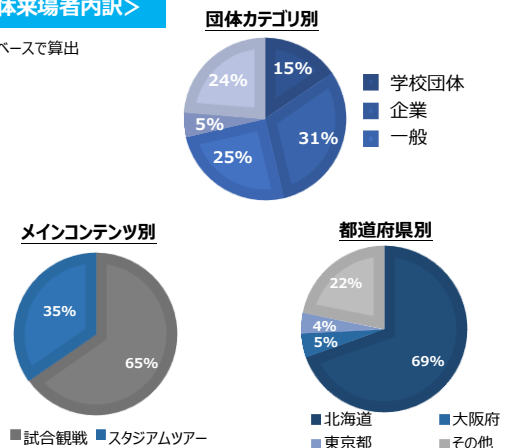
<団体来場者数>



※団体観戦でのチケット購入枚数 (2019 年総数、2023 年は 9 月 27 日時点での数値)
 ※2019 年は一部含まれない数値もあり

<団体来場者内訳>

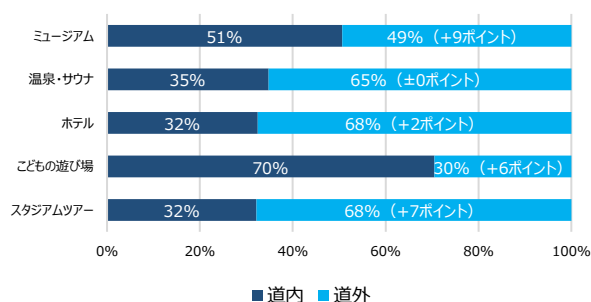
※枚数ベースで算出



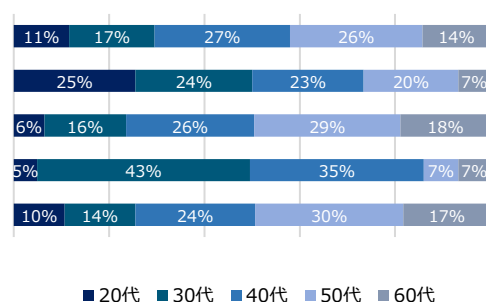
- ・ F ビレッジの特徴的施設利用者の属性を見ると「**温浴・サウナ**」「**ホテル**」「**スタジアムツアー**」など**道外比率が 65%超**と高い。
- ・ 世代別では「こどもの遊び場」(道内 70%)、「温浴・サウナ」(道外 65%)については、20 代・30 代の利用者が約半数を占めている。
- ・ 5 月末時点よりも、「**ミュージアム**」「**こどもの遊び場**」「**スタジアムツアー**」は道外の割合が大きく増えており、**観光地としての認知が拡大**している。
- ・ 野球観戦では呼び込み難い顧客が来場しており、**F ビレッジへの集客の裾野拡大**に寄与していることが分かる。

<施設別 道内・道外比率>

※比率は、2023 年 5 月末と比較したもの

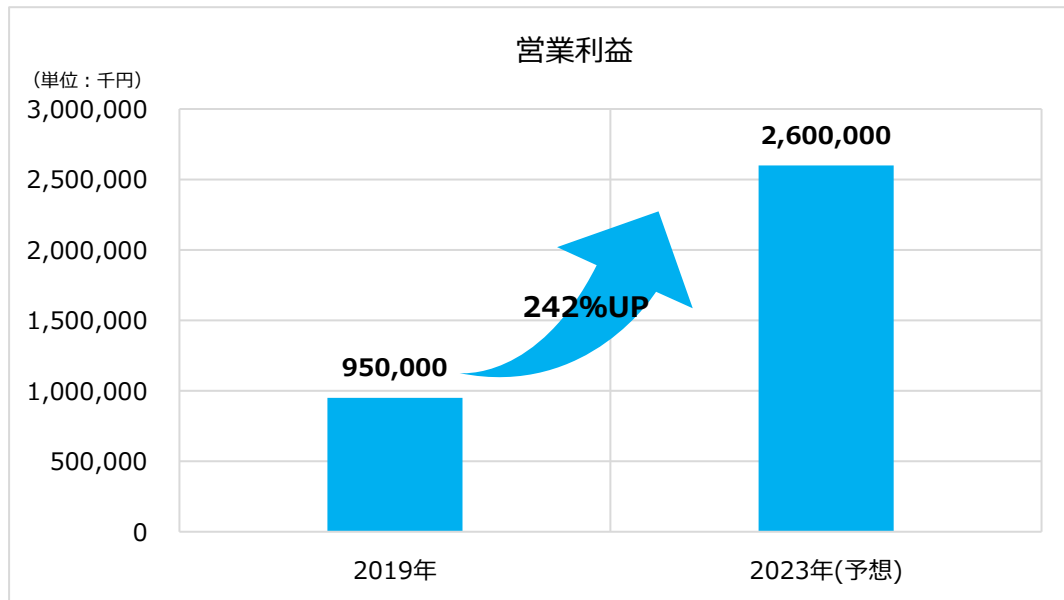


<世代別比率>



HOKKAIDO BALLPARK **F VILLAGE**

- ・ より多くの皆様のご来場と収益構造の抜本的な改善により、収益力は大きく変容。
- ・ これまでできなかった“**チーム強化費の捻出**”並びに“**顧客利便性向上に向けたハードの新設・改修**”を積極的に行っていく。



- ・ 既存のスタジアムグルメの枠に捉われない多種多様な飲食店舗の展開。
- ・ **フィールドが一望できる世界初の球場内クラフトビールレストラン**や、**シャウエッセン®**を用いた**ホットドッグ専門店**が売上を牽引。
- ・ 店舗の混雑緩和のため、7月より一部店舗で**モバイルオーダーサービス**を導入し、より快適な観戦環境の構築を目指している。

■ 人気球場内飲食店舗

- 1 位 **そらとしば by よなよなエール**
- 2 位 **HOTDOG FUN**
- 3 位 **IZAKAYA とぼす**
- 4 位 Yagien Ballpark
- 5 位 仙臺たんや利久
- 6 位 串鳥
- 7 位 麺屋 優光
- 8 位 ルスツ羊蹄ぶた
- 9 位 大連餃子基地 DALIAN
- 10 位 モスバーガー



HOKKAIDO BALLPARK **F★VILLAGE**

- ・ 球場が持つエンターテインメント性の一つを“**非日常空間醸成**”と捉え、きつね耳やえふたんかぶりモノなどを展開。
- ・ 感度と発信力が高い若年女性はもちろん、お子様からご年配男性まで幅広くご利用いただけており、球場の世界観と一体化して楽しむことに加え、SNSを含むコミュニティへの共有共感が定着し、**エスコンフィールドでの観戦文化の一つとして成長**。

■人気エンタメグッズ TOP10

- 1位 きつねダンス 耳カチューシャ
- 2位 きつねダンス しっぽ
- 3位 ジンギスカンダンス ひつじ つかのカチューシャ (ピンク)
- 4位 しゃけまるキャップ
- 5位 ジンギスカンダンス ひつじ つかのカチューシャ (ライトブルー)
- 6位 きつねみみカチューシャ フラワー-version
- 7位 しゃけまるパペット
- 8位 えふたん カチューシャ
- 9位 えふたん キャップ
- 10位 えふたん ポシェット



3.今後の展望

Fビレッジとして、初めて冬のシーズンを迎えます。11月からは、北側エリアにF VILLAGE Snow Parkをオープンします。12月には、クリスマスを感じられるイベントも計画しています。野球に関しては、秋季キャンプをエスコンフィールドで実施するほか、ファンの方々との交流イベントなども予定しています。

今後も、皆様の声を反映しながら、豊かな自然と食が魅力的な「北海道」を感じられる「共同創造空間」を創造していきます。

※画像データの無断転用はご遠慮ください