



HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	ボールパークで実現する新たなコミュニティの創造 : ファイターズの挑戦
Author(s)	佐藤, 拓; 石黒, 侑介
Citation	CATS 叢書, 14, 173-190
Issue Date	2021-03-31
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/81457
Type	departmental bulletin paper
File Information	CATS14_color_Part5.pdf



第5回 ボールパークで実現する新たなコミュニティの創造

——ファイターズの挑戦

佐藤 拓

(株)ファイターズ スポーツ&エンターテインメント 事業統括本部コーポレート・ビジネス部
部長

石黒 侑介

観光学高等研究センター 准教授

1. はじめに

(石黒侑介) 本日は北海道日本ハムファイターズがボールパークの事業会社として設立したファイターズ スポーツ&エンターテインメントから、佐藤様をお招きしました。今日は見ていただくと分かる通り、よく記者会見で登場するファイターズの本社の会議室をお借りしています。

今日は、「観光の現場」をテーマとする公開講座の最終回として、佐藤様からプロ野球、そしてエンターテインメントの現場、さらには北海道日本ハムファイターズが取り組んでいるスポーツ・コミュニティという構想をご紹介いただきながら、2023 年に開業を控えたボールパークの可能性について議論を進めていきたいと思います。

では、まずは自己紹介をお願い申し上げます。

(佐藤拓) ファイターズの佐藤です。私は北海道の出身でして、空知郡の奈井江町に生まれました。札幌と旭川のちょうど中間ぐらいにある、人口が5,000 人台の町です。

現在、41 歳です。高校は隣町の砂川市にある砂川北高校に進学しました。現在は砂川北高校と砂川南高校が合併して砂川高校となっています。学生時代は野球部に所属していました。甲子園には出ていませんが、卒業後、東京の中央大学に野球で進学することになりました。今年は、母校の中央大学からファイターズにドラフト 2 位で選手が入団しますが、私はプロ野球選手になるような実力はありませんでした。そこで、大学を卒業後、北海道に戻ろうか、それとも東京に残ろうかと考えた中で、やはり自分のやってきた野球に携わる仕事をしてみたいという思いがあり、2002 年に日本ハム球団株式会社という、今のファイターズの前身にあたる会社に入社しました。

実は2002年というのは、球団であるファイターズにとっても、親会社の日本ハムにとっても非常に大変な年でした。当時、社会を大きく揺るがす牛肉偽装事件という事件が起こったのです。その結果、親会社が大変な状況に陥り、子会社であるファイターズを維持できるのかというような議論が出ました。幸い、何とかそこを持ちこたえて、立ち直って、2004年に北海道に来ることになりました。

球団の移転は2004年ですが、実際は2003年のオフから私自身は北海道に戻ってきました。そして2004年、北海道日本ハムファイターズという会社名とともに、北海道初のプロ野球チームが誕生しました。丁度、元ファイターズの新庄剛志さんが今、プロ野球への復帰を目指してトライアウトを受けるという話題でテレビを盛り上げてくれていますが、ちょうど球団が北海道に移転した2004年シーズンは、新庄選手を中心に個性的な選手が活躍して盛り上げてくれました。そして移転の3年後の2006年にリーグ優勝、日本一まで上り詰めました。現在まで、リーグ優勝5回、日本一2回を達成しています。

個人的には、これまでいわゆるスポーツ・ビジネスといわれるような分野に携わってきました。スポンサーシップのセールスやグッズの企画、製作、販売などのマーチャンダイジング、さらにはイベントのプロデュース、選手のマネジメントなど、球団のビジネスに関することは一通り経験をしてきました。また、2012年と2013年の2年間、小樽商科大学の大学院でビジネススクールにも通いました。

私が入社してから実は3回ほど会社名が変わっています。現在は株式会社ファイターズスポーツ&エンターテインメントという事業会社に所属をしています。

(石黒侑介) 佐藤様とはここ数年、共同研究などでいろいろとお話をさせていただきましたが、個人的には、まさに今のファイターズにいないといけない人材だと思いますし、佐藤様がいるから今の球団の取り組みが成り立つのだと感じる場面が数多くあります。

例えば、スポーツ・ビジネスに関わる上でも野球のプレーヤーとしての経験があるのと無いのでは大きく違うと思います。六大学リーグの中央大学に進学されたのに、プロ野球選手になるという選択はされなかったのですか。

(佐藤拓) 高校時代も北海道大会には何回か出ましたが、なかなか甲子園には行けませんでした。大学にも野球で進みましたが、プロ野球選手になるということは1回も考えたことがありませんでした。大学の1年先輩には、現在、読売ジャイアンツの2軍監督をしている阿部慎之助さんがいましたし、周囲にすごい選手が数多くいたので、自分が選手になるということは考えませんでした。

(石黒侑介) 北海道のご出身で、東京の大学を卒業して意を決して東京の企業に務めたにもかかわらず、現在は、北海道で仕事をされています。当時からいずれは北海道に戻りたいと考えていたのでしょうか。あるいは北海道への移転という話があって日本ハム球団に入

られたのでしょうか。

(佐藤拓) 実際は2002年の3月末ぐらいに、最初に北海道への移転という報道が新聞に出ました。入社する直前で私自身、びっくりした記憶があります。ですので、本当に偶然です。

先ほど申し上げたとおり、入社した2002年という年は、非常に大変な1年でしたので、北海道への移転自体が難しいのではないかと言われたこともありました。何とかそこを乗り越えて北海道に来られたというのが正直な感想です。

2. 新型コロナウイルス感染症の影響

(石黒侑介) 2002年は親会社による問題に直面してそれを乗り越えて北海道移転を実現されました。問題の性格が大きく異なりますが、球団、あるいは企業の危機という意味では、今年の新型コロナウイルス感染症の影響も甚大だったと考えています。2020年シーズンを振り返ってみて、どのように感じられていますか。

(佐藤拓) 初めてのことでしたので私自身も苦労しましたが、私よりも現場のスタッフが本当に大変だったと感じています。チームという意味では、スタッフはもちろんのこと、選手、監督、コーチが感染するとプロ野球界全体に影響を与えます。その意味では非常に緊張感がありまして、シーズンが始まってからは、移動が多い北海道の球団として、他の球団以上の難しさがありました。

特に選手は遠征先に行っても外出ができないというルールを作っていましたので、ストレスが大きかったと思います。

(石黒侑介) いろいろな困難を乗り越えて無観客で開幕を迎えました。具体的にはどのような影響があったのでしょうか。

(佐藤拓) やはり、グッズを買っていただく、スポンサーになっていただいて広告を出していただくことで収益をあげていますので、観客、ファンの存在がこのビジネスには欠かせません。さらに、テレビ局やラジオ局に放映権を売るというビジネスもありますが、その中でもチケットを買って球場に足を運んでいただくというのがこのビジネスの根幹です。その根幹、前提が揺らぐというのが今年のプロ野球でした。その意味では、私自身もこのビジネスの本質のようなものを改めて実感しました。

(石黒侑介) 観光というこの公開講座のキーワードとプロ野球が直接結びつかないとい

う方も多いかも知れませんが、ファンが球場に足を運ぶという行為は観光の一形態としてとらえることができます。また近年、日本の観光を支えてきたインバウンド観光という点では、ファイターズの試合には訪日台湾人旅行者が数多く観戦に訪れます。

（佐藤拓） 北海道大学観光学高等研究センターとの連携協定とそれに基づく共同研究で、少しずつ札幌を訪れる台湾人旅行者のドームへの誘客についてノウハウを蓄積しつつある矢先の出来事でした。共同研究を始めた当初は陽岱鋼という選手がファイターズに在籍しており、その後、読売ジャイアンツに移籍しましたが、現在は、王柏融という新しい台湾人選手が在籍しています。球団としても台湾へのプロモーションを強化していたところでした。

これまでの蓄積が無になるわけではありませんし、台湾は新型コロナウイルス感染症の押さえ込みに成功している数少ない国の 1 つですので、球団として台湾からの誘客に力を入れたいという方針は変わりません。ボールパークにも台湾からの旅行者を含め、多くの訪日外国人旅行者に足を運んでいただきたいと思います。

（石黒侑介） 新型コロナウイルス感染症の影響が私たちの生活に影響を及ぼし始めてそろそろ 1 年が経ちます。2021 年はワクチンなどによって事態が好転するという見方もありますが、2021 年シーズンの展望はいかがでしょうか。

（佐藤拓） 残念ながら 2021 年シーズンに関してもやはり新型コロナウイルス感染症の影響を受けるだろうと考えています。我々としては 2020 年シーズンの経験を踏まえて、無観客での開幕というシナリオと状況が好転するシナリオの 2 つを想定して昨秋から準備をしています。年明けからの数週間を見る限り前者がより現実的かなという思いが増してきており、個人的にはもう 1 年、我慢のシーズンを過ごしながら、2022 年シーズンについては、2019 年の形に戻すべく準備を進めたいと考えています。

（石黒侑介） そういった中期的な計画の中で、2023 年にはいよいよボールパークのオープンを迎えます。企業としてもかなり大きな設備投資だと思いますので、この時期に新型コロナウイルス感染症の影響を受けるというのは、痛手だったのではないのでしょうか。

（佐藤拓） スタジアムについては、札幌ドームが 4 万席強なのに対してボールパークは 3 万 5,000 席と約 1 万席減らしていますので、1 人ひとりのスペースがかなり広がります。その点は感染対策として有効だと考えています。細かい感染対策など、ソフトの面では今後検討すべきことはあると思いますが、幸い、計画自体は 2023 年の話ですので、現時点で大きな計画変更はありません。

また、北広島市の建設地では今年の 5 月から工事が始まっています。現場では新型コロ

ナウイルス感染症の影響がないとは思いませんが、大変な状況下にもかかわらず現場の作業員の方のご尽力で工事は予定どおり進んでいます。

3. プロ野球チームにとっての地域とは

（石黒侑介） ファイトーズは北海道に移転するにあたって、本拠地、地域との関係性を大きく見直されたと思います。佐藤様が北海道出身ということもあり、まさに球団と地域との関係を構築する役割、あるいはその結節点そのものを佐藤様が担っていると思います。

（佐藤拓） 2004年に北海道に来たとき、北海道は私にとって故郷ではありましたが、もちろん他の社員にとっては異なりました。地域に対する考え、北海道の位置づけも三者三様だったと思います。

（石黒侑介） 北海道出身の社員の方は他にもいたのでしょうか。

（佐藤拓） 今は北海道出身の社員もかなり増えてきましたが、東京から北海道に移転した際は私を含め2人しかいませんでした。当時のトレイ・ヒルマン監督の通訳をやっていた社員が北海道の出身で、当時、「北海道に移転したらこれをやろう」と2人で盛り上がったのを覚えています。ただ、中には北海道に行けない、あるいは行きたくないという社員もいました。

（石黒侑介） やはり、共用とは言え首都・東京の中心にある東京ドームのような都市型の球場を本拠地としていた時とは、地域との関係性を変える必要があったのだと思います。

（佐藤拓） 北海道に我々が来たときは、現ソフトバンク・ホークスの大阪から福岡への移転についてかなり研究しました。今では球界を代表する常勝チームになりましたが、福岡に移転してから優勝するまでに11年かかりました。こうした点を踏まえて、我々も10年ぐらいは覚悟して取り組まないと、北海道の球団として認識されないだろうと話していた記憶があります。

（石黒侑介） 2004年に文字どおり北海道の球団として「北海道日本ハムファイターズ」が誕生します。当時、札幌駅前で蒼々たる顔ぶれの監督・選手が市民と握手しているシーンがテレビなどでも放送されました。チーム移転の象徴であり、地域との新しい関係性を創造していく起点だったと思います。

(佐藤拓) 当初から順風満帆ではありませんでした。実はあの札幌駅での企画は、私と北海道出身の通訳にもう 1 人を加えた 3 人の社員で対応しており、最初は市民のみなさんが押し掛けてパニックになったらどうしようと心配していました。ところがイベントが始まってファンは 10 人くらいしか並んでいませんでした。そこで「これはまずい」と言って JR の社員の方にも並んでいただき、何とか 80 人くらいの列に仕立てた思い出があります。今だから言えるエピソードですが、今でもヒルマン監督には言えません。

(石黒侑介) 監督個人の知名度という訳ではなくてやはり地域との関係性を 1 から構築することの難しさだと思います。今、栗山英樹監督が札幌駅で同じ企画をやったら大変なパニックになると思います。

(佐藤拓) 今でこそ北海道出身の選手も増えてきましたが、当時は 1 人もいませんでした。球団の移転が決まった後も北海道に自宅を構えた選手は少なかったです。選手の多くは、長い遠征に来ているような感覚だったと思います。

(石黒侑介) 選手編成や地域との関係性が球団の経営的側面に与える影響は極めて大きいと思います。一般の企業は今でこそ地域貢献事業に取り組むことが一般的になってきましたが、プロスポーツ・チームの場合、そもそも地域貢献なのかマーケティング事業なのか境界が曖昧です。選手の能力が同じであっても、マーケティングという点では北海道出身の選手とそうではない選手で価値や意味が異なってきますし、それが地域密着、地域貢献として受け止められることもあります。また、北海道外の出身でも田中賢介さんのように地域に根付いた活動をされる方もいます。

(佐藤拓) 球団の移転と言うよりは、その後に、家族が移り住んだり、北海道内に家を持ち始める選手が増えてきたことが大きかったと思います。当時在籍していた稲葉篤紀さんや建山義紀さんが北海道に生活の拠点を移し始めた 2009 年、2010 年あたりから、選手の間にも北海道の球団としての自覚、自負みたいなものが出てきたと思います。

またチームの編成という意味では、ドラフト指名でも北海道出身の選手を指名するということが増えていきましたし、ファームのある千葉県鎌ケ谷市の合宿所に住んでいる若手の選手も「1 軍にあがると北海道に住む」ということを意識するようになります。

(石黒侑介) やや冷めた見方をすると、地域貢献がビジネスを営む上で最低限の要件となっている今日において、ある種、パフォーマンスとして「地域密着」を掲げることもできたと思います。ところが、私もファイターズの監督や選手の方にお会いする機会が増えましたが、栗山監督がカブトムシを探しに栗山町の山に行ったとか、稲葉篤紀さんの行きつけのレストランが芦別にあったりなど、本当に地域に根付いているというエピソードには事欠き

ません。

(佐藤拓) 今でこそ「地域密着」という言葉も市民権を得ていますが、我々が北海道に移転してきた当初は馴染みがありませんでした。

(石黒侑介) スポーツと地域密着と言えば、どちらかと言うとプロ野球よりもＪリーグが思い浮かびます。日本のプロスポーツという点では野球の方が圧倒的に歴史が長く、規模も大きい訳ですが、北海道日本ハムファイターズとしての地域との関係性を考える上で、1993年に開幕したＪリーグの影響もあったでしょうか。

(佐藤拓) もちろん参考にした部分はあります。そもそもＪリーグは企業スポーツとして発展してきたプロ野球をある主の反面教師として地域との関係性を再考してきた部分があると思います。その意味では、Ｊリーグの取り組みを謙虚に学んだ部分があります。

東京に本拠地を置いていた時代は、競合が非常に多くありました。関東圏にはセ・リーグ、パ・リーグで複数のチームがありますし、Ｊリーグの人気チームも総じて関東圏に集中しています。また、東京ディズニーリゾートや動物園など、エンターテインメント施設にも事欠きません。その中でファイターズとしての独自性を発揮するのは簡単ではありませんでした。舞台を変える、地域を変えるという環境変化を通じて、地域との関係性を再考できたことが大きかったと社員としても考えています。

(石黒侑介) 佐藤様は、「エンターテインメント」という言葉を使いましたが、一般的にはプロ野球というのはプロスポーツではあってもエンターテインメントとしてとらえられることはまだまだ多くないと思います。つまり競合は、プロ野球の他球団や、あるいは近隣を含めた「地元」を拠点とするサッカーやバスケットボールなどであって、なかなか東京ディズニーリゾートを競合とは想定しないのではないのでしょうか。その点、エンターテインメントだと言い切ってしまう部分に、北海道日本ハムファイターズとしての「地域観」のようなものが凝縮されていると感じます。

さらに、現在の所属先である(株)ファイターズ スポーツ&エンターテインメントという事業会社の社名にもやはり「エンターテインメント」が入っています。

(佐藤拓) 定義は簡単ではありませんが、スポーツも広義のエンターテインメントの中に入っていると感じています。日本では、スポーツは「体育」として教育の一部としてとらえられてきた歴史がありますので、娯楽としてのエンターテインメントというイメージはどちらかと言えば希薄だったと思います。ただ、地域と球団の関係性を整理する中で、私はその娯楽性こそ鍵だと考えるようになりました。

4. ボールパーク構想に至るまで

(石黒侑介) ファイトーズのスポーツや地域に対する独自の考え方を体現したのが、2023年に完成するボールパークだと思います。私も共同研究の中で少し議論に参加させていただきましたが、札幌ドームに代わる新球場という構想は、いつ頃から出ていたのでしょうか。

(佐藤拓) メディアでは様々報道されていますが、実は北海道に2004年に来てから比較的早い段階で、球団経営におけるハードとソフトの一体化については議論が出ていました。プロ野球の他の球団に目を向けても、福岡、仙台、広島、千葉など、直接保有か指定管理制度かといった制度上の差はありますが、球団がスタジアムの経営を行うというのが珍しいことではなくなりつつありました。

また、アメリカのメジャー・リーグを研究する中で、プロスポーツはハードとソフトを一体的に運営する方が、ビジネスとしてもチャンスが大きいという結論を得ました。そもそも、東京ドームを本拠地としていた時代の思い、反省というのを踏まえた考え方という側面もあります。

(石黒侑介) メジャー・リーグを見ていたという点が、ファイトーズの特徴だと思います。先ほどのエンターテインメントの定義を巡る議論にもつながりますが、従来の日本のプロスポーツという枠を超えて新しいスポーツを創造しようという意思、ビジョンがあると感じます。ただし、アメリカから学ぶと言っても、今でこそファイトーズ含め有望な選手が海を渡ることもしなくなりつつありますが、球団運営、球場運営となると中々難しいと思います。

(佐藤拓) 実は、学生時代にアメリカに留学していた社員を含めて、アメリカと縁のある社員が多く在籍しています。またヒルマン監督がアメリカのマイナーリーグの地方球団での経験が豊富だったことも、私たちにとっては幸運でした。監督でありながら、我々もプロスポーツと地域密着のあり方について、ヒルマン監督にいろいろと教えてもらいました。そういう意味では、ヒルマン監督がキーパーソンだったかもしれません。ヒルマン監督は今でも球団と親交がありますし、一昨年も札幌に来てくれました。

サイン会での失敗談を先ほどお話ししましたが、北海道移転に伴って、良い事も悪いこともヒルマン監督と一緒に経験できたことが、我々にとっては非常に大きかったと思います。

(石黒侑介) ビジネス上のメリットに加えて、野球をする環境という点ではどうでしょうか。ボールパーク構想が浮上した際、選手がどのような反応だったか覚えていますか。

(佐藤拓) それまでもプレー環境をよくしたいというのは、毎年、選手会の役員からも要望が出ていました。ただし、球団としても直ぐに対応できる部分と出来ない部分があります。選手は入れ替わっていきますが、その要望だけは継続的に申し入れがあった部分ですので、我々としても中期的に取り組まなければならない課題として認識が高まっていきました。

(石黒侑介) ドラフトや選手の入団交渉の場で「将来はボールパークができるんだし、ここでプレーしたくないですか」というような話も出るのでしょうか。

(佐藤拓) もちろん入ってくる選手たちもそれを分かっていますし、去年は北広島市にご協力をいただき、北広島市役所で入団発表のセレモニーをやりましたので「自分もそこに立ちたい」と思っているのではないのでしょうか。また、選手と一緒に建設地を視察に行きましたし、選手の中でも感情が盛り上がっていることは事実だと思います。

5. ボールパークの新規性

(石黒侑介) 報道にも出ていますし、今日も動画を見ていただきましたが、具体的にボールパークの何が新しいのでしょうか。どのようなところに魅力があるのかについてももう一度ご紹介ください。

(佐藤拓) 私は現在、道内や東京のスポンサーを回っています。その際に今日、お見せした動画を使うことで、改めて北海道の魅力を知っていただき、ボールパークの可能性について話を始めます。

ボールパークはいわゆる「球場」としてとらえられがちですが、実は球場ではなくて、球場、スタジアムを核に、公園、商業施設、ホテルなどを含めた空間です。この複合空間をボールパークと定義しています。

ボールパークには「共同創造空間」と「北海道のシンボルとなる空間」という2つのコンセプトがあります。前者は、ファイターズ単独でこのボールパークを創り上げるというものではなく、自治体、企業、その他の団体、さらには一般の市民のみなさんを含めて、みんなでこの空間を創り上げていくという思いを言語化したものです。また、後者は、北海道に住んでいる方はもちろん、道外、国外から観光で北海道に来る人にとって、北海道のランドマークとしてとらえてもらえるような空間を目指すということを意味しています。

そしてこのコンセプトを実現するために、「次世代ライブエンターテインメント」、「最先端ウェルネスライフ」、「未来型リビングコミュニティ」という3つの重点分野が設定されています。さらに、この重点分野におけるボールパークの具体的な機能が「ショーケース機能」と「観光ハブ機能」です。

「ショーケース機能」とは、文字どおり、北海道の自然、食といった多様な魅力を凝縮して発信する機能をボールパークが担うということの意味します。またいわゆる観光資源だけでなく、道内の企業にとっては社会実験の場、自社の商品を展示したり、販路拡大や商品開発の場として位置づけられる空間にしたいと考えています。

また、「観光ハブ機能」はまさに北海道観光の拠点になるという決意の表れでもあります。札幌駅と新千歳空港の間に位置するという立地性を最大限にいかし、様々なモビリティでボールパークを訪れていただくこと、さらには宿泊や滞在の拠点を目指したいと考えています。ボールパークから北海道観光を始めて、またここに戻ってくるというイメージです。

(石黒侑介) 確かに野球のスタジアムという域を完全に超えている印象です。一方で、人口減少が進み、自治体の財政の展望も決して明るくない中で、地域に投資していく上では効率性も重要かも知れません。

(佐藤拓) もちろん、単に機能を併せ持つだけでなく、異なる機能を組み合わせて最適化、効率化するという視点も入っています。

ボールパークは、一般的なスタジアムとスマートシティのハイブリットと言えらると思っています。まず、スタジアムというのはもちろん非日常空間であり、ファイトーズというプロ野球チームの試合を観戦することを目的に人が集う場所です。札幌ドームという現行のスタジアムですとこれが200万人程度の規模になります。この200万人がスタジアムの周辺で飲食をしたり、場合によっては宿泊することで街を盛り上げます。ただし、この200万人は一過性の人の動きであって居住人口ではありません。

他方で、スマートシティと呼ばれているものは、居住人口、定住人口こそ想定されているものの、交流人口についてはあまり施策の対象に入ってきませんでした。したがって街の外からの人口の流入やそれによる街の盛り上がりというもの一般的には考慮されていません。我々がボールパークで実現したいのは、このハイブリッド型です。

これを「ハブ・サードプレイス」と定義しています。

(石黒侑介) ボールパークのイメージ図を見ても、そうした挑戦的な取り組みが読み取れます。いわゆる野球観戦を目的としたファンだけでなく、周辺住民の日常的な憩い、近隣自治体からの日帰り利用、そして道外、国外からの観光客の訪問・滞在という重層的な利用が想定されています。

(佐藤拓) ボールパーク全体としては、2023年に開業する「フェーズⅠ」、2027年以降に開業する「フェーズⅡ～Ⅳ」があります。「フェーズⅠ」はスタジアムと同じ2023年に開業させる予定です。ホテル、マンション、キャンプ施設のほか、自然公園、親水公園の機能も盛り込む予定です。

スタジアムは約 5 ヘクタールから 6 ヘクタールぐらいありますが、客席数は 1 万席ほど減る予定です（図 1）。それによって一席あたりのスペースに余裕が生まれます。またコンコースやその他のエリアもかなり広くとっており、一方でフィールドまでの距離は近くなります。快適性と臨場感が非常に高いスタジアムだと思います。

「フェーズⅡ～Ⅳ」については、主に駐車場を中心としたエリアです。現状では、3,000 台から 4,000 台規模の駐車場を整備する予定です。さらに、上部に見えるのが JR の線路で、右が新千歳空港方面、左が札幌方面です。「フェーズⅡ～Ⅴ」には、新駅を設置するという話も進めています。2027 年というとボールパーク開業から数年が経過したタイミングです。このタイミングでボールパークへのアクセスが劇的に変わるということは、一体の開発が次の段階に進むということだとも思っています。

さらに、北海道全体を見ますと、2030 年にかけて新幹線の沿線や冬季オリンピックの開催なども控えていますので、おそらく 2030 年にはもう 1 つステップを進めることになります。重要なことは 2023 年に全てを同時にオープンするのではなく、まずは 60 点、70 点の開業を着実にいき、段階的に 100 点を目指していくという戦略を採用したことです。成長し続けるボールパークという考え方です。

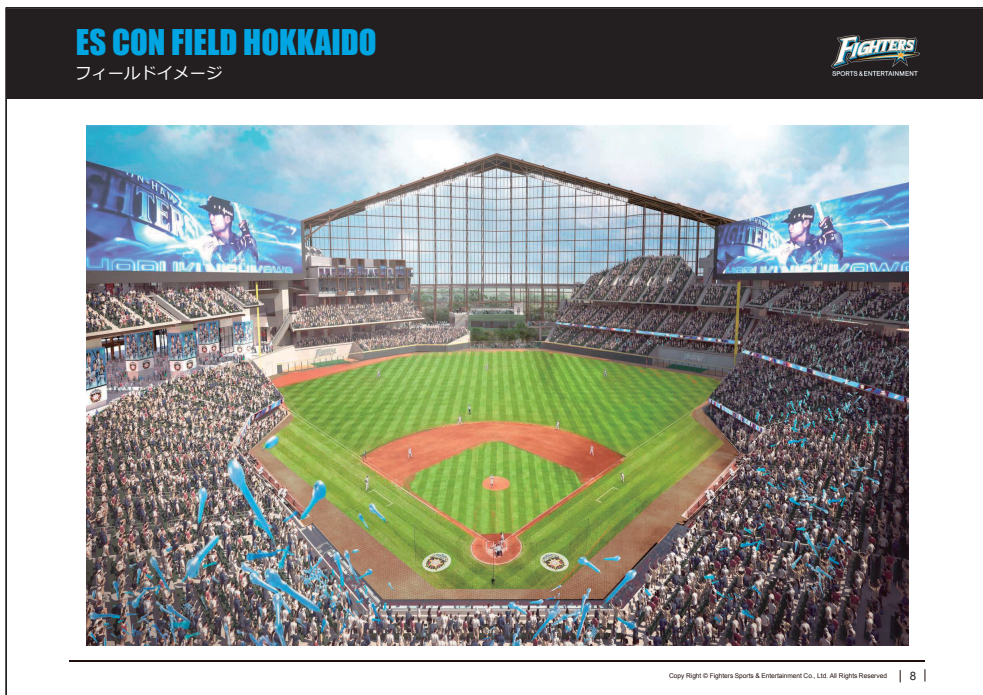


図 1 フィールドイメー
（出所：(株)ファイターズ スポーツ&エンターテインメント）

(石黒侑介) 当初はボールパークを都市の中心に持ってくるという構想、アイデアもあったと思います。それと比べると、いわゆる郊外型のボールパークへとどこかで方針、戦略の転換があったのかなと感じました。

(佐藤拓) もちろん集客という点では、都心に建設するに越したことはないと思いますが、結果的に我々としてはそれ以上に、ボールパークとしてのサイズを重視しました。そのサイズが、機能としての拡張性、新規性を生むだろうと考えたからです。「どこにつくるのか」ということについて社会の関心が高いことは分かっていたましたが、我々としては当初から「どこに」ではなく「何をつくるか」で勝負していくつもりでした。その意味では都心型の施設に比べればアクセスなどは劣るかもしれませんが、それを上回る魅力があると思っています。

(石黒侑介) 北海道のシンボルという点では自然との融合も大きなテーマであるように感じます。

(佐藤拓) 図2は球場のセンター側から見た画です。手前が「フェーズⅠ」に当たるエリアで、ここは自然豊かな空間になっていることが分かります。右側に見えるのがレジデンス棟です。自然と滞在空間、エンターテインメント空間が融合した構造にしたいと考えています。

また図3は、最終的なイメージ図です。夢物語のように受け止められるかもしれませんが、開発が進んだその先には、こうした賑わいの空間、人々が行き交い、滞在し、そこにエンターテインメントや観光、交流、そしてビジネスが生まれる空間になると考えています。同時に、周囲には貴重な原生林が広がっていますので、ボールパークも高層にせず、周囲の自然環境に馴染むように設計されています。



図2 スタジアムイメージ
 （出所：(株)ファイトース スポーツ&エンターテイメント）



図3 ボールパーク全体イメージ
(出所：(株)ファイターズ スポーツ&エンターテインメント)

(石黒侑介) 水面があるというのも特徴だと思います。公園という意味ではアウトドアや子供連れの利用を想定しているのでしょうか。

(佐藤拓) 我々は通称「沢エリア」と呼んでいます。水辺があり、親水公園のようなイメージで開発する予定です。水量や水深をどうするか、子供が入れるようにするか、ボートをこげるようにするのかといった細部はこれから詰めていきますが、水辺を設けることは決まっています。また、宿泊機能についても、ホテルだけでなくコンドミニウムやゲストハウス、キャンプなど様々な様態を想定しています。

(石黒侑介) ファイターズの試合がない日も利用してもらう、まさに日常的な利用を指向するという発想だと思います。

(佐藤拓) 試合がない日はもちろん、通年での利用を考えると冬季が課題になります。例えば、全天候型の子供向け遊具のある施設を整備するか、あるいは屋外で雪遊びをしてもらうかなど、様々な可能性を検討しています。

6. ボールパークで実現するスポーツ・コミュニティ構想とは

(石黒侑介) では、このボールパークでファイターズが挑戦する「スポーツ・コミュニティ」の創造とは具体的にどのようなものでしょうか。

(佐藤拓) 「スポーツ・コミュニティ」はファイターズが企業理念の1つとして掲げているもので、2003年に北海道への移転が決まった時に始まりました。ただ、正直に言えば北海道に来たばかりの段階では、この理念は「上から降ってきた」ものであって、内部から創り上げたものではありませんでした。

(石黒侑介) 先ほど出た「地域密着」はプロスポーツ・ビジネスでもキーワードとして認識されていると思いますが、「コミュニティ」というのは珍しいですし、取り組む上でも難しかったと思います。

(佐藤拓) 我々としても「コミュニティ」という言葉を消化して、その意味を考えるようになるには、それなりに時間が必要でした。17年前に掲げた時に「スポーツと生活が近くにある、心と体の健康をはぐくむコミュニティを実現するために、地域社会の一員として地域社会との共生をはかる」と定義したのですが、古さを感じさせないばかりか、むしろボールパークの建設に取り組む現在の我々に当てはまる、寄り添う理念になったとさえ感じます。

1つ加えるとすれば、これからはスポーツだけでなく、スポーツを通じてその他のコミュニティを創造していかなければならない、我々はコミュニティを広げていく存在でなければならぬと思っています。

(石黒侑介) まさにスポーツ・ビジネスから「まちづくり」への展開と呼べると思いますし、ボールパークがこの核になるのではないのでしょうか。

ところで、ボールパークは「HOKKAIDO BALLPARK F VILLAGE」という正式名称を持っていますが、「タウン」や「シティ」、あるいは「コミュニティ」ではなく、「ビレッジ」にした理由は何でしょうか。

(佐藤拓) 実は20代、30代の若手社員だけが数十人集まって議論して最終的に決めた名称です。私も議論に参加していましたが、確かに「タウン」や「シティ」も候補になっていました。ただ、北広島市という「シティ」の中にある1つの地域になるので、「シティ」や「タウン」というのはスケール感に違和感がありました。そこで最終的に「ビレッジ」になりました。また「F」にも思いが込められています。ファイターズのFだけでなく、ファ

ン、ファミリーのFでもあります。

(石黒侑介) ファイターズのこれからの挑戦、創造性、新規性と、プロ野球チームという本質的なコーポレート・アイデンティティを兼ね備えた絶妙な名称だと思います。ボールパークと名乗ってはいますが、ビレッジというスケール感が、野球だけではなくスポーツ全体を扱う、あるいはスポーツに留まらず、まちづくり、エンターテインメント、それを通じたコミュニティの創造までやる、という可能性を感じさせます。

(佐藤拓) 我々として経験の無いまちづくりにまで踏み込むからこそ、新しいコミュニティを創造できるのだと思っています。その意味では、ボールパークは壮大なまちづくりの社会実験の場とも言えるかもしれません。

(石黒侑介) ボールパークが開業すると、具体的には地域との関係性はどのように変わると期待していますか。コミュニティを理解するためには、「地元」あるいは「本拠地」がどこを指すのかについて考える必要があると思います。北広島市なのか、札幌都市圏なのか、北海道全体なのかという点が気になります。

(佐藤拓) 球団としては、コミュニティとは、ファンクラブ会員、あるいは株主やスポンサー企業であったり、北海道の179自治体全部という考え方もできると思います。ただ、これからはより多角的、多層的なものになっていくと解釈しています。プロ・スポーツというのは特殊な業界だと思っています。ターゲット層が子供からお年寄りまで様々で、いわゆる本拠地以外にもターゲットがいるために商圏が広いので、そもそもコミュニティを統一的、画一的につくることができません。ただボールパークを核にということになると、北広島市、札幌都市圏を中心に、まずは日帰りでボールパークを訪れていただけるエリアということになると思います。

(石黒侑介) その意味では、「サードプレイス」というのも面白い言葉の使い方だと感じます。もちろん、社会学で言うところの「サードプレイス」とは厳密には異なるかも知れませんが、着眼点や発想自体に興味を沸きました。

(佐藤拓) 日常と非日常が共存するという点が、サードプレイスという言い方につながったと思っています。例えば日常で言いますと、ガーデニングを趣味とする地元の方にボールパーク内でガーデニングを楽しんでいただくとか、ウォーキングやランニング、犬の散歩でボールパークを訪れていただくことも、プロ野球の観戦を目的に訪れていただくことと同じくらい重要だと考えています。

(石黒侑介) 同時に、そういった様々なコミュニティは地理的な広がりだけでなく、分野としての広がりも想定できます。

(佐藤拓) まちづくりという意味では、教育や医療、食なども重要だと思っています。もちろん、観光も同様です。新型コロナウイルス感染症の状況を見ますと現実的に期待できる部分とそうでない部分がありますが、今まで取り組んできた台湾に加えて、韓国、さらには香港、タイ、マレーシア、シンガポールなども力を入れたいと考えています。

また、まちづくりの社会実験の場という点では、防災拠点、広域の避難所というのも重要なボールパークの機能です。これは世界的でも初めての試みだと思います。自然災害等が発生した際は、ボールパークで過ごしていただくことを想定しています。我々としても東日本大震災、そして胆振東部地震を経験して、まちづくりの核としてこれを位置づけるという結論になりました。おそらく今後日本国内で整備されるスタジアムやスポーツ施設のコンセプトに影響を与えるのではないのでしょうか。

7. 開業まで3年

(石黒侑介) 実際に着工して、理念や画だったものが具現化してきました。

(佐藤拓) 冬になって大変な条件下で現場の工事を進めていただいています。我々も建設地に行くと、「こんなに寒いんだ」とか、「雪はこれくらい降るんだ」とか、現場のリアルな状況を目の当たりにして考えることが増えます。

(石黒侑介) 北広島市としても数十年に一度と言っても過言ではない規模の開発です。

(佐藤拓) 北広島市とは、このプロジェクトが決定してからずっと一体となって進めさせていただいています。行政組織ですので、我々とは異なる難しさもあったと思うのですが、北広島市が先導してそれらを突破していただいていますので非常に感謝しています。その他にも北海道庁、北海道開発局、J R北海道など、様々な関係者がみな、前向きに議論を進めてくれています。

北広島市では、先日、北広島駅西口の再開発についても構想が出ました。その再開発とボールパークの開発は一体的に進めていくべきものと認識しています。

(石黒侑介) 最後に2021年シーズン、そして今後への展望、抱負をお聞かせ下さい。

(佐藤拓) 毎年、優勝を目指してやっていますが残念ながらここ数年は優勝から遠ざかつ

ています。有原航平選手がメジャーに挑戦するということで抜けてしまいましたが、打線は充実していると思いますし、2021 年シーズンこそは優勝をしたいと思っています。また、若い選手が非常に多いので、一日も早く 1 軍に定着して活躍して、ボールパーク開業を主力として迎えてもらいたいと思っています。北海道出身の選手が活躍することで、道民のみなさんがより一層盛り上がってくださるというのも期待したいです。

ボールパークについては、様々な準備を加速度的に進めつつ、今まで出せなかった情報を順次発信することで、盛り上がりを醸成していきたいと思っています。我々も結構先の話だと思っていたのですが気がつけばあと 2 年というところまで来ています。開業をどう迎えるか、そして開業した後にはどのように展開していくのか、今後いろいろと考えていきたいと思っています。

(石黒侑介) ボールパークというのはスタジアムではなく新しいまちづくり、コミュニティ創造であるという話がありましたが、その意味では北海道の観光にとっても大きな契機と言えると思います。現時点ではプロスポーツ・チームである北海道日本ハムファイターズの挑戦としてとらえられていますが、ともすれば北海道という大きなコミュニティの挑戦、地域や観光との関係性の再構築、再定義のための挑戦と言えるかもしれません。

佐藤様、本日は本当にどうもありがとうございました。