

令和3年度 シェアリングエコノミー導入促進事業
スポーツチームにおける社会的価値の海外調査等
委託事業成果報告書

令和4年3月

目次

第1章 背景・目的.....	3
1-1 背景・目的.....	3
第2章 調査概要.....	4
2-1 調査内容.....	4
(1) スポーツチーム等のスポーツ団体の事例.....	4
(2) スポーツ団体の事例を推進する背景.....	6
2-2 調査方法・対象.....	6
第3章 調査結果.....	7
3-1 調査結果サマリ.....	7
3-2 事例詳細.....	9
(1) スポーツチーム等のスポーツ団体における事例.....	9
(2) スポーツ団体の取り組みを推進する背景.....	18
第4章 まとめ.....	30

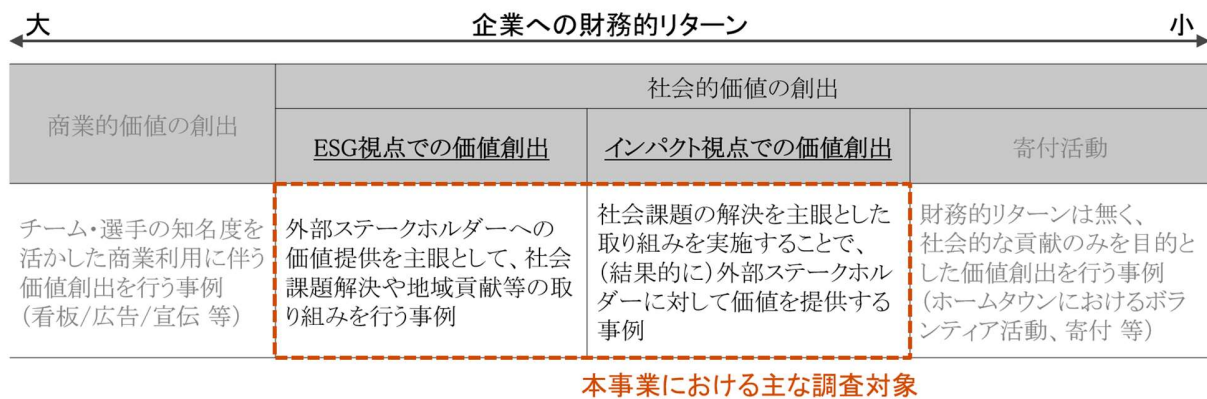
第1章 背景・目的

1-1 背景・目的

昨今、スポーツチームにおいて、スポンサー企業や（実業団の場合は）チームを保有する企業の要請もあり、社会課題や地域貢献などに積極的に取り組むケースが見受けられる。

こうした社会課題や地域貢献などへの取り組みは、スポーツチームがその活動自体の意義に共感して実施している場合もあれば、取り組みを通じて企業にスポーツチームの社会的価値を認識して貰い、結果として新たな投資を集めるという目的を内包した活動も存在すると考えられる。

このような視点で考えると、スポーツチームが提供する価値としては、従来型のいわゆる商業的価値の他、社会課題解決や地域貢献などを通じて創出される社会的価値が存在し、その社会的価値は目的に応じていくつかのカテゴリに分類出来るものと想定される。（図「リターン回収の考え方による分類」参照）



図：リターン回収の考え方による分類

今後、スポーツチームの運営をより持続可能なものとするためには、民間企業等の外部ステークホルダーからの投資を得ることが重要となる。民間企業がスポーツチームの社会的価値に着目してスポーツチームに投資する際には、自社にとって財務的なリターンがある場合、つまり、ESG視点若しくはインパクト視点での価値が創出されている場合に投資判断を行う可能性が高いと考えられる。

したがって、本調査においては、特に、“ESG視点/インパクト視点での価値創出”に焦点を当てた調査を行った。具体的には、“ESG視点/インパクト視点”の価値創出が行われている海外事例を収集し、スポーツチームが提供する社会的価値と民間企業等からの投資との関係性について考察を行った。

第2章 調査概要

2-1 調査内容

(1) スポーツチーム等のスポーツ団体の事例

本事業においては、スポーツチーム等のスポーツ団体（スポーツリーグ・競技団体・大会等を含む）における社会貢献活動等の取り組みが、ESG視点若しくはインパクト視点での価値（スポンサー・所属企業に対して財務的なリターンをもたらす価値）を創出している事例を収集した。（定義については下記を参照）

①ESG視点での価値創出をしている事例

…スポーツチーム等のスポーツ団体が、スポンサー企業等の外部ステークホルダーに対して価値を提供すること主眼として、社会課題解決や地域貢献等の取り組みを行っている事例

②インパクト視点での価値創出をしている事例

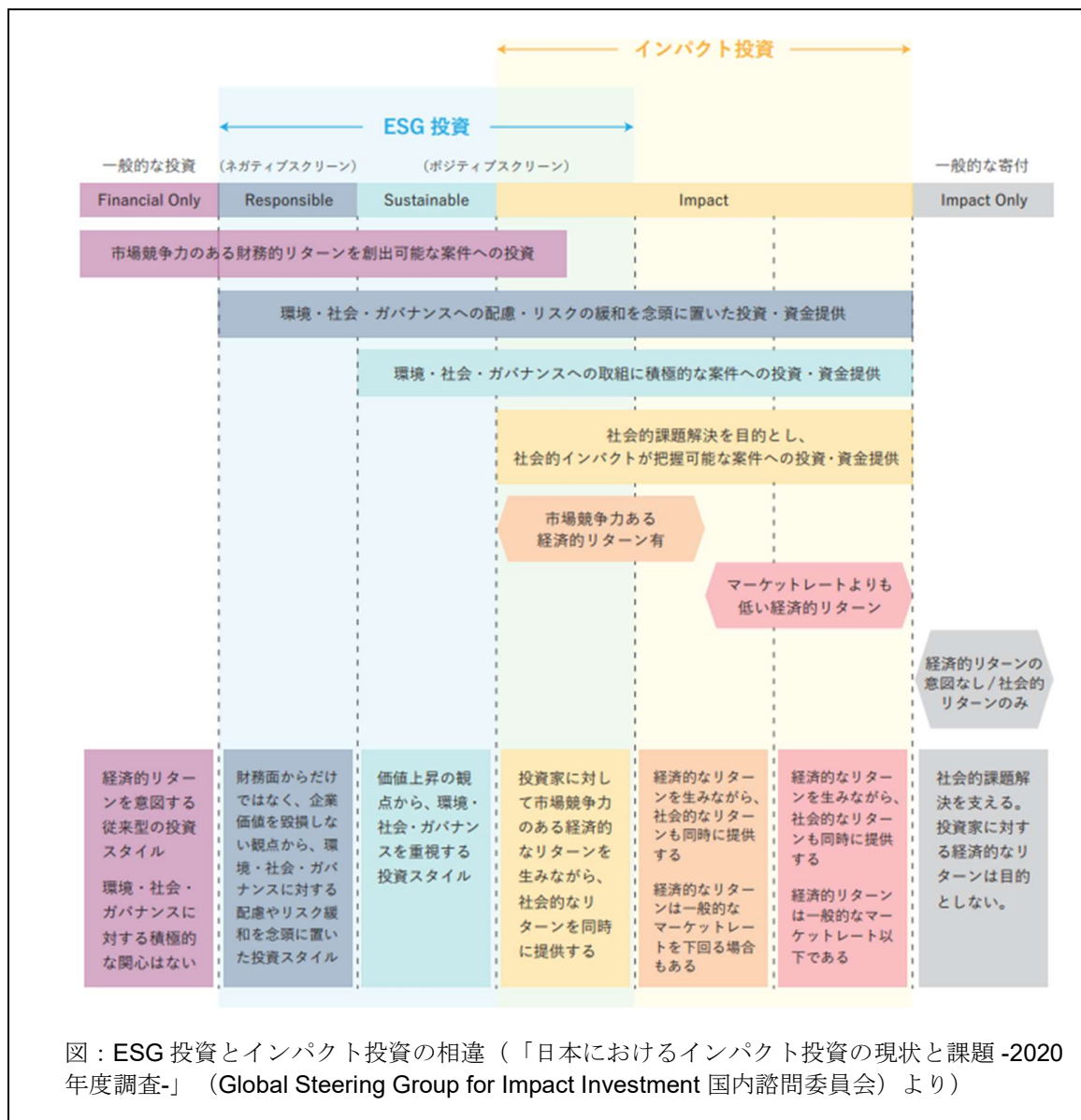
…スポーツチーム等のスポーツ団体が、社会課題の解決を主眼とした取り組みを実施することで、（結果的に）スポンサー企業等の外部ステークホルダーに対して価値を提供している事例

①②共に、単なる寄付やボランティア活動といった社会貢献活動自体を目的としたものではなく、企業等の外部ステークホルダーに対して価値を創出している点に留意が必要である。なお、ESG視点、インパクト視点での価値創出の定義については、下記レポートの内容を参考に作成している。

(参考) 「ESG/インパクト投資」について（「日本におけるインパクト投資の現状と課題 -2020年度調査-」（Global Steering Group for Impact Investment 国内諮問委員会）¹より抜粋）

- インパクト投資とは、GIINの定義に拠れば、財務的リターンと並行して、ポジティブで測定可能な社会的及び環境的インパクトを同時に生み出すことを意図する投資行動を指す。従来、投資は「リスク」と「リターン」という2つの軸により価値判断が下されてきた。これに「インパクト」という第三の軸を取り入れ、社会的なリターンと財務的なリターンの双方を両立させることを意図した投資がインパクト投資である。
- インパクト投資とESG投資は並び称せられたり、ESG投資の一部を成すと記載されることがあるが、インパクト投資とESG投資は互いに一部が重なるとの定義を採用する。ESG投資は環境、社会等への影響を考慮しつつ長期的な収益の最大化とリスクの低減を目指す一方、インパクト投資は特定の社会課題へのより直接的な寄与という意図を持つ。

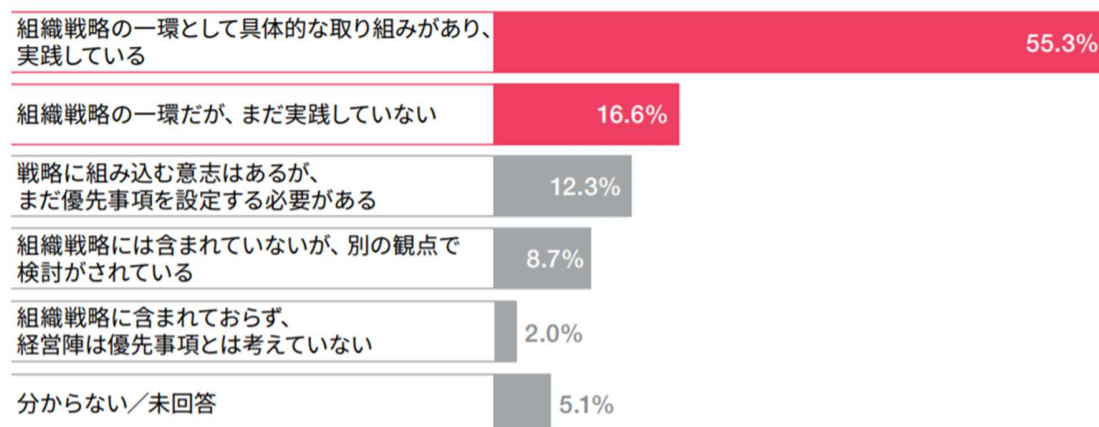
¹ <https://impactinvestment.jp/resources/report/20210406.html>



図：ESG投資とインパクト投資の相違（「日本におけるインパクト投資の現状と課題-2020年度調査-」（Global Steering Group for Impact Investment 国内諮問委員会）より）

(2) スポーツ団体の事例を推進する背景

本事業においては、「(1) スポーツチーム等のスポーツ団体の事例」と共に、スポーツ団体における社会貢献活動等の取り組みを推進する背景についても調査を行った。



出所：PwC分析、N=253（権利所有者のみ）

図：スポーツ組織のサステナビリティに関する取組の状況（2021年 PwC 調査²）

近年では、スポーツ組織がサステナビリティに関して取り組む事例が増加している。（図「スポーツ組織のサステナビリティに関する取組の状況」参照）。そこで、本調査においては、スポーツ団体の社会貢献活動や環境に関する取り組みをトップダウンで推進する要因の一つと考えられる「競技連盟等における方針」について調査を行った。また、その他にもスポーツ団体が取り組みを実施するインセンティブとなり得る「スポーツ×サステナビリティに取り組む NGO・NPO 等の団体の取組」や「スポーツ団体の取り組みを評価する指標」等についても調査を行った。

2-2 調査方法・対象

「2-1 調査内容」に記載した内容について、デスクトップリサーチによって公開情報を収集した³。主な情報源として、各種メディアにおける関連記事⁴、レポート、各スポーツ団体のホームページの掲載情報等を参照した。（※各事例の参照 URL は、「第3章 調査結果」における各事例の脚注を参照）

² PwC Sports Survey（2021年）：世界各国のスポーツ組織に所属するステークホルダーへのアンケート結果（「組織戦略の一環として社会的、環境持続可能性に対処していますか？」の質問結果）より抜粋
<https://www.pwc.com/jp/ja/knowledge/thoughtleadership/sports-survey-2021.html>

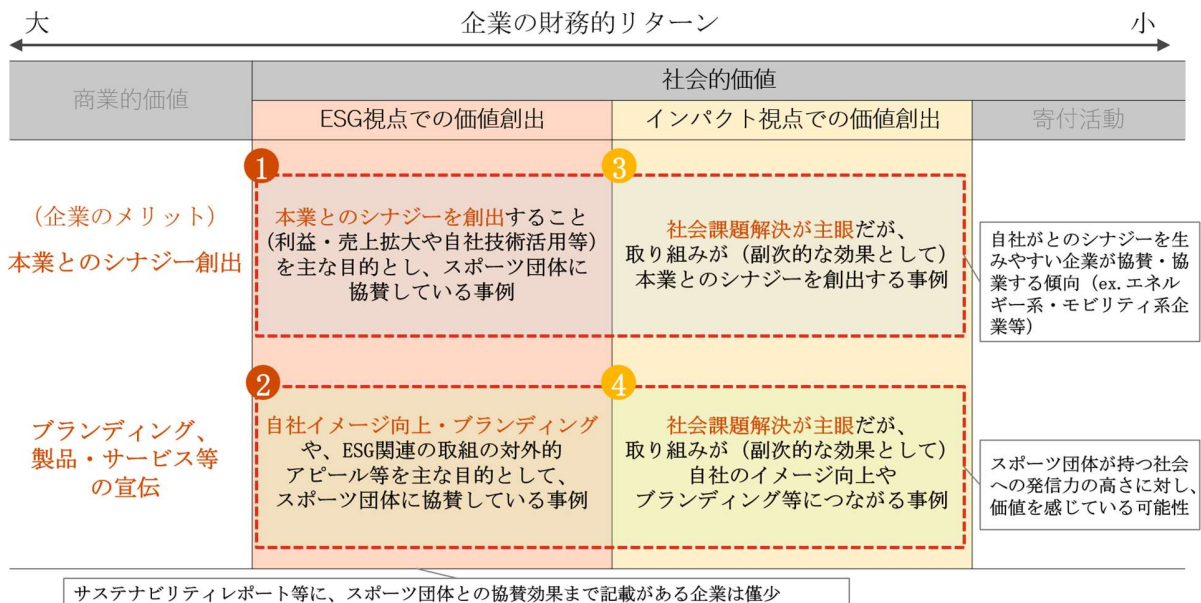
³ 検索にあたっては、「Sports, ESG, Impact Investing, Impact Investment」等の検索ワードを用いた。

⁴ 特に、欧米を中心としたスポーツ及びサステナビリティ関連の情報を発信している以下のサイトも参照している（The Sustainability Report, Green Sports Alliance, BASIS - The British Association for Sustainable Sport, Sustainability.sport 等）

第3章 調査結果

3-1 調査結果サマリ

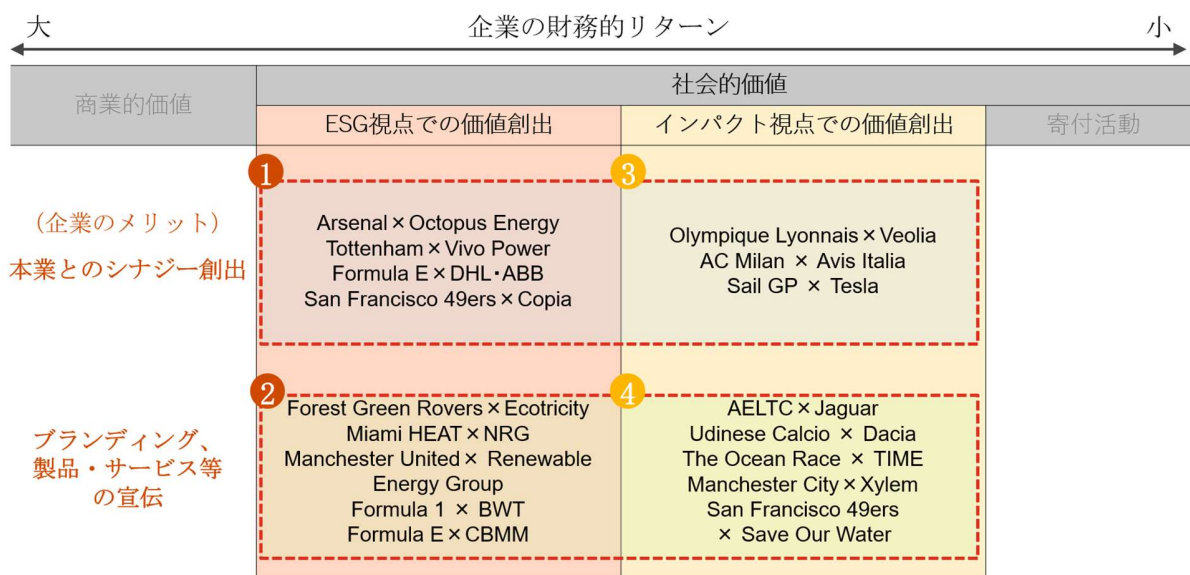
本事業においては、スポーツチームが ESG 視点での価値を創出している事例、インパクト視点での価値を創出している事例を調査した。それらの事例を、更に企業側の視点（企業側のメリット：「本業とのシナジー創出」「ブランディング、製品・サービスの宣伝」）によって分類し、以下の4つの象限にて整理を行った。（図「創出価値の種類」×「企業側のメリット」による事例の整理」を参照）



図：「創出価値の種類」×「企業側のメリット」による事例の整理

- ① **(ESG 視点での価値創出) × (本業とのシナジー創出)**
：社会的な活動を行っているスポーツ団体を活用し、本業とのシナジー（利益・売上拡大や自社技術活用等）を創出している事例（もしくは創出しようとしている事例）
- ② **(ESG 視点での価値創出) × (ブランディング、製品・サービス等の宣伝)**
：社会的な活動を行っているスポーツ団体を活用し、自社のイメージ向上・ブランディングや、ESG 関連の取組の対外的アピール等を行っている事例（もしくは実施しようとしている事例）
- ③ **(インパクト視点での価値創出) × (本業とのシナジー創出)**
：スポーツ団体における取り組みの主眼は社会課題解決だが、（副次的な効果として）その取り組みが、協賛企業の本業とシナジーを創出している事例（もしくは創出しようとしている事例）
- ④ **(インパクト視点での価値創出) × (ブランディング、製品・サービス等の宣伝)**
：スポーツ団体における取り組みの主眼は社会課題解決だが、（副次的な効果として）その取組が、協賛企業の自社のイメージ向上やブランディング等につながっている事例（もしくはつなげようとしている事例）

以上の分類に従って本事業における収集事例を分類した結果が、下図「本事業における収集事例の分類結果」である。次項「3-2 事例詳細」にて、各事例の詳細を説明する。



図：本事業における収集事例の分類結果⁵

⁵ なお、本分類については基準・指標等が存在するわけではなく、また、あくまで本事業において取得できた公開情報を基に分類を試みている点に留意が必要である。そのため、ある象限に位置する事例が他象限の事例の性質も持ちうるし、公開されていない情報まで含めると、実際には別の象限に位置している可能性もある。

3-2 事例詳細

(1) スポーツチーム等のスポーツ団体における事例

① (ESG視点での価値創出) × (本業とのシナジー創出)

スポーツ団体名・企業名等	取り組み概要等
Arsenal × Octopus Energy ⁶	<ul style="list-style-type: none"> • Arsenal (イギリス、サッカー) は、Octopus Energy 社 (グリーンエネルギー関連企業) とのパートナーシップを締結。パートナーシップの目的は、サステナビリティ関連の取組を推進し、そのメッセージをサッカーファン等に対して広く伝えること。 • Octopus Energy 社は、Arsenal のホームスタジアム (エミレーツ・スタジアム) にソーラーパネルを設置し、再生可能エネルギーによる電力供給を実現。アーセナルのグリーンイメージの向上に寄与するだけでなく、再生可能エネルギーに対するファンなどの一般消費者の認知度向上、アーセナルファンに対する料金プランの提供等により、自社としても売上増を達成。 • パートナーシップによって、Octopus Energy 社は、エミレーツ・スタジアムで開催される全試合における自社の宣伝広告、選手を起用したプロモーション活動、マーケティング施策が可能となった。
Tottenham Hotspur × Vivo Power ⁷	<ul style="list-style-type: none"> • Tottenham Hotspur (イギリス、サッカー) は積極的にサステナビリティ関連の取り組みを実施。 <ul style="list-style-type: none"> - 国連の “Sports for Climate Action Framework” や “Race to zero” の取組への参加 - 2040 年までに温室効果ガス排出量を実質ゼロにする目標の公表 等 • 具体的には、下記のような取組を推進 <ul style="list-style-type: none"> - スタジアムにおける再生エネルギーの利用、廃棄物削減のための管理プログラムの利用、使い捨てプラスチックカップからアルミカップへの切り替え - 100%リサイクルのポリエステル生地でのユニフォーム作成 等 • 上記の取組を評価され、Sport Positive 社が発表したプレミアリーグのサステナビリティ・テーブルで 3 年連続 1 位を獲得 (2019 年～2021 年)。 • Vivo Power 社* は、同クラブの取組に賛同してパートナー企業として支援。主にスタジアムやトレーニングセンターにおける電力供給等の自社ソリューションの提供を通じ、クラブがカーボンニュートラルなビジネスを目指すことを支援。同社としてもクラブとのプロジェクトによって、利益創出を目指している。 *太陽光等の再生可能エネルギーを扱うエネルギー関連企業

⁶ <https://www.sponsorship-awards.co.uk/news/arsenal-go-green-octopus>
<https://energytracker.asia/what-is-the-future-of-sustainability-in-sports-sponsorships/>

⁷ <https://sustainabilityreport.com/2021/03/25/sustainability-a-top-priority-for-sponsorship-activations/>
<https://www.tottenhamhotspur.com/the-stadium/passionate-about-our-planet/>
<https://www.tottenhamhotspur.com/news/2021/february/vivopower-named-official-battery-technology-partner-for-tottenham-hotspur/>

<p>Formula E×DHL・ABB⁸</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Formula E は、2014年に誕生した、化石燃料を使用しない電気自動車フォーミュラカーによるレース。二酸化炭素排出量削減等を通じた気候変動を防ぐことをミッション・ビジョンの一つとして掲げる。また、興行等を通じ、環境保護に関するメッセージの発信や、電気自動車等の低炭素社会に必要な新技術の開発を推進している。 • モータースポーツは、環境に悪いというイメージによって、環境意識の高いスポンサーからの協賛を得ることができずにいたが、Formula Eの誕生によってその流れは変化。Formula Eの未来的で環境に優しいイメージは、サステナビリティに積極的に貢献する企業の方針に合致するため、現在では、多数の企業がスポンサーとして支援を行っている（F1のスポンサー収入は全収入の15%であるのに対し、フォーミュラEのスポンサー収入は50%を占める）。 • DHL社（貨物輸送関連企業）はFormula Eの理念に賛同し、ロジスティクスパートナーとしてレースに関わる貨物輸送を支援。DHLとしても自社技術を活用し、実験する場としてFormula Eとの取組を活用している。 • ABB社（電力・重電関連企業）は、二酸化炭素排出量の削減に貢献する、自社の新技術の実証試験のプラットフォームとしてFormula Eを活用。また、自社の環境への取り組みや貢献を対外的に発信する場としても活用している。
<p>San Francisco 49ers×Copia⁹</p>	<ul style="list-style-type: none"> • San Francisco 49ers（アメリカ、アメリカンフットボール）は、本拠地であるサンタクララのリーバイス・スタジアムにおいて、2014年のオープン以来、スタジアムの節水等、サステナビリティに関する取り組みをチームとして積極的に実施している。 • Copia（テクノロジー企業）は、2016年からSan Francisco 49ersとのパートナーシップ契約を締結。リーバイス・スタジアムにおいて余った食品を非営利団体やサンタクララの地域住民等に届けることで、食品廃棄物の削減に取り組んでいる。 • 当該取組は、Copiaが自社のテクノロジープラットフォームを改良し、地域コミュニティに食事を提供するビジネスを後押ししている。

⁸Corporate greenfluencing: a case study of sponsorship activation in Formula E motorsports
<https://new.abb.com/news/detail/46627/abb-enters-third-season-as-title-partner-of-formula-e-as-fanbase-grows>

⁹ <https://www.sportspromedia.com/news/san-francisco-49ers-copia-levis-stadium-partnership/>

② (ESG 視点での価値創出) × (ブランディング、製品・サービス等の宣伝)

スポーツ団体名・企業名等	取り組み概要等
<p>Forest Green Rovers (協賛企業多数)¹⁰</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Forest Green Rovers (イギリス、サッカー) は、2018年に世界で初めて「カーボンニュートラルなスポーツクラブ」として国連から認証を受ける。 • 環境に配慮した取組を通じ、様々な企業からの協賛やファンを得ることに成功。2019～21年で協賛企業数は4倍増加し、2021年11月時点で70社に上る。また、20か国に約100のファンクラブが存在。 <p>(クラブにおける環境に配慮した取組の一例)</p> <ul style="list-style-type: none"> • スタジアムにおける電力・ガスは全て再生可能エネルギー (スタジアム屋根にソーラーパネルを設置) • クラブが提供する食事は全てヴィーガン。スタジアム内のヴィーガン食の売上高を従来の5倍に伸ばし、スタジアム発のヴィーガンブランド「デビルズキッチン」として発信 • グラウンドの芝は有機肥料と雨水のみで育成・整備 (殺虫剤や除草剤は不使用) • スタジアムで使用するプラスチックは最小限に抑え、トイレの手洗い石鹸もオーガニックのものを使用 • 世界初の木製スタジアム“Eco Park”を建設中 (2019年12月にストラウド地区の承認取得) <p>(スポンサー企業及び協賛概要)</p> <p>【Ecotricity】</p> <ul style="list-style-type: none"> • イギリスのエネルギー関連企業。2010年にスポンサーとなり、会長のデイル・ビンス氏がクラブオーナーとして運営に関与 • ファン・観客等の一般消費者に対し、環境に関する取組・理念を届けるコミュニケーションプラットフォームとしてクラブを捉え、支援を実施 <p>【Oatly】</p> <ul style="list-style-type: none"> • オーツ麦関連の商品を発売するスウェーデンの企業 • 環境への配慮を前面に押し出したマーケティングを実施する上で、クラブを理想的なパートナーと考え、支援を実施。スタジアム内において、自社製品であるオーツドリンクを提供 <p>【Faith in Nature】</p> <ul style="list-style-type: none"> • イギリス発祥の消費財ブランド。人工香料・化学物質・遺伝子組み換え作物の不使用等を掲げ、環境に優しい製品を展開 • 2019年からパートナーシップを締結。有機肥料を使って育てられた芝からボディソープをつくるアクティベーション等を実施

¹⁰ <https://sustainabilityreport.com/2020/10/15/the-next-evolution-of-footballs-greenest-team/>
<https://www.independent.co.uk/climate-change/opinion/football-forest-green-rovers-vegan-b1885851.html>
<https://www.parasapo.tokyo/topics/32204>
<https://www.fgr.co.uk/news/new-training-wear-sponsors>
<https://globe.asahi.com/article/14480344>
<https://insidersport.com/2021/02/17/forest-green-rovers-partners-with-skoot-for-carbon-neutral-future/>

	<p>【個人投資家】</p> <ul style="list-style-type: none"> 著名な環境保護活動家のベジェリン（Arsenal 所属の選手）やデル・ナー ज्या（イギリス 音楽グループ Massive Attack のメンバ）等が、クラブの方針に賛同し株式を保有 <p>※その他にもクラブの方針に賛同する企業や環境投資に注力するファン ド、NPO などの団体がクラブに協賛</p>
Miami HEAT×NRG ¹¹	<ul style="list-style-type: none"> Miami HEAT（アメリカ、バスケットボール）は、ホームアリーナにおける LEED 認証の取得¹² 等、サステナビリティ関連の取り組みを推進。 NRG 社（再生可能エネルギー会社）は Miami HEAT と 2015 年にパートナーシップを締結。 NRG 社は、FXT アリーナの東側に太陽光で稼働するパビリオンを設置し、Miami HEAT の取組を支援。自社としては、ファン等の一般消費者に向けて、クリーンエネルギー関連製品・サービスを宣伝・広告することを目指す。
Manchester United× Renewable Energy Group ¹³	<ul style="list-style-type: none"> Manchester United（イギリス、サッカー）は、2008 年に世界のサッカークラブで初めて二酸化炭素削減プログラムを開始し、それ以来、年間約 2,700 トンの二酸化炭素排出量を削減。 Renewable Energy Group（再生エネルギー企業）は同クラブとオフィシャルパートナーシップを締結。同社のバイオ燃料製品に関する一般消費者の認知度を高めると共に、クラブのファンをはじめとする世界中の人々の間で、環境保護に対する意識を醸成することを目的とする。 また、同社としては、廃棄物や油脂等を利用した高品質な再生可能エネルギーをクラブに提供している。 環境保護への取り組みを強化し、気候変動の抑制とクリーンな世界の実現をミッションとする本パートナーシップを通じ、クラブはさらなる二酸化炭素排出量削減を目指す。
Formula 1 × BWT ¹⁴	<ul style="list-style-type: none"> BWT（水処理装置メーカー）と Formula 1 は、スポーツ界におけるサステナビリティ関連への継続的な取り組み（使い捨てプラスチックの削減等）という共通の目的のためにパートナーシップを締結。 BWT はパドック（レースサーキットのピット裏スペース）等において、特許取得済みのウォーターソリューションテクノロジーを提供。レース期間

¹¹ <https://www.nba.com/heat/news/heat-nrg-energy-launch-business-and-clean-energy-partnership>
<https://knowledge.wharton.upenn.edu/article/sports-greening-generating-new-revenue/>

¹² 本章（2）「スポーツ団体の事例を推進する背景」「（参考）スタジアム・アリーナ等に関する認証について」内の「Miami HEAT の事例」参照

¹³ <https://www.manutd.com/en/partners/global/renewable-energy-group>

¹⁴ <https://www.formula1.com/en/latest/article.bwt-expands-partnership-with-formula-1-to-build-lasting-change-as-official.478NFYIkYCEjFAjUEeuH8b.html>

	<p>中、サステナビリティの取組に対する自社のコミットメントを示すことで、F1のファン、関係者に対してBWTのブランディングを実施。</p> <ul style="list-style-type: none"> • BWTの関係者は、「世界的に最も盛んなモータースポーツであり、大きな影響力を持つF1は、BWTのミッション・コンセプトの両方を世界中の観客に宣伝するための完璧なプラットフォームである」と述べている。
Formula E×CBMM ¹⁵	<ul style="list-style-type: none"> • (Formula Eの説明については、「Formula E×DHL・ABB」の事例を参照) • CBMM (Niobium (レアメタルの一種)に関する製品・テクノロジーサプライヤー)は、自社の環境に優しいテクノロジーを一般に普及させるために、フォーミュラEとの関係を利用。

¹⁵ Corporate greenfluencing: a case study of sponsorship activation in Formula E motorsports
<https://new.abb.com/news/detail/46627/abb-enters-third-season-as-title-partner-of-formula-e-as-fanbase-grows>

③ (インパクト視点での価値創出) × (本業とのシナジー創出)

スポーツ団体名・企業名等	取り組み概要等
Olympique Lyonnais × Veolia ¹⁶	<ul style="list-style-type: none"> トレーニング施設等に太陽光発電パネルを設置し、敷地内のスタジアム・周囲の住居等に電力を供給するなどの取組を実施。その取組等が評価され、フランス環境エネルギー管理庁 (ADEME) が査定する「Fair Play for Planet」¹⁷ の認証を取得。 Veolia (水処理・エネルギー関連企業) は、2010 年以前からスポンサーとして支援を行っていたが、2020 年 6 月にスポンサーシップ戦略を再構築。社会課題解決を主な目的とし、2020-21 シーズンからは「Environmental Partner」として提携。 Veolia の持つスキル・ノウハウを提供し、クラブのサステナビリティ戦略策定からアクションを支援。省エネルギー、リユース・リサイクルに関するプログラムを共同で設計、実施している。
AC Milan × Avis Italia ¹⁸	<ul style="list-style-type: none"> 2019 年に AC Milan (イタリア、サッカー) は Avis Italia (自動車メーカー) と “Mobility Goes Green Partnership” を締結。 Avis Italia は、クラブのヨーロッパ全域における選手、スタッフ、機材の輸送にあたって、ハイブリッド車の提供等を実施。環境に優しいソリューションによって、クラブのゼロ・エミッションに向けた取り組みに貢献。 同社としては、自社ソリューションを用いて、環境に優しく、経済的にも持続可能な新しいモビリティのモデルを構築することを目指す。Avis Italia のマネージングディレクターは、「世界有数のブランドである AC Milan との提携の目的として、革新的でグリーンなモビリティエコシステムを構築すること」と述べている。 AC Milan の CRO (最高収益責任者) は、「(Avis の) 革新的で、新しい世代のための持続可能な開発への配慮は、当パートナーシップにおける重要な価値である」と述べている。
Sail GP × Tesla ¹⁹	<ul style="list-style-type: none"> Sail GP は、サステナビリティ関連の取り組みに注力。 <ul style="list-style-type: none"> - 2019 年に “Sports for Climate Action Framework” に署名 - 2025 年までにカーボンニュートラルを目指す目標を設定 - CDP (カーボン・ディスクロージャー・プロジェクト) に参画し、2022 年に組織内の環境データの開示することを約束

¹⁶ <https://www.veolia.nl/nl/nieuws/samenwerking-olympique-lyonnais>
<https://www.ecofoot.fr/interview-laurent-obadia-veolia-sponsoring-olympique-lyonnais-5274/>
<https://www.ol.fr/en/contents/articles/2020/06/04/olympique-lyonnais-veolia-strategic-partnership>

¹⁷ 本章 (2) 「スポーツ団体の事例を推進する背景」 「スポーツ団体の取り組みを評価する指標」を参照

¹⁸ <https://www.acmilan.com/en/news/articles/sponsor/2021-03-17/ac-milan-and-avis-italia-mobility-goes-green>

¹⁹ <https://www.natureworldnews.com/articles/43941/20200619/tesla-sailgp-pledge-carbon-neutral-2025.htm>
<https://reneweconomy.com.au/tesla-powerwalls-help-worlds-fastest-sailing-race-ditch-diesel-60018/>
<https://ja.sailgp.com/ja/news/sailgp-launches-race-for-the-future/>

	<ul style="list-style-type: none">• 前述の取り組みに着目した Tesla は Sail GP と提携。ヨット競技が、ディーゼル燃料からソーラーエネルギーや蓄電池を動力源とするサステナブルなスポーツに移行するための支援を実施。• Tesla は、レース開催にあたり、自社ソリューション（Tesla パワーウォールシステム）の提供等の技術的な支援を行う。• 8か月にわたって Sail GP と協働し、クリーンエネルギーソリューションを開発（レース用双胴船の電子機器、水中翼船、通信システムバッテリーの充電等に利用）。
--	--

④ (インパクト視点での価値創出) × (ブランディング、製品・サービス等の宣伝)

スポーツ団体名・企業名等	取り組み概要等
AELTC×Jaguar ²⁰	<ul style="list-style-type: none"> • All England Lawn Tennis and Croquet Club (AELTC : ウィンブルドン選手権を主催) は、サステナビリティに関する取り組みの一環として、2030年までに二酸化炭素排出量を正味ゼロにするための取組を実施。 • Jaguar (自動車メーカー) は、ウィンブルドン選手権のオフィシャルカーズポンサーとして、イベント運営をサポートする車両 (ゼロエミッション車の I-PACE) を提供することで、AELTC の取組に重要な役割を果たす。また、ウィンブルドン内に I-PACE を展示することで、電動化を核としてサステナブルな未来を創造するという、AELTC, Jaguar 共通のコミットメントを発信。
Udinese Calcio × Dacia ²¹	<ul style="list-style-type: none"> • Udinese Calcio (イタリア、サッカー) は Dacia (自動車メーカー) と 2009 年からスポンサー契約を締結。2019 年の契約では、環境問題に対する取組に注力することをコミット。 • 2019 年シーズンより、Udinese は Dacia と共同で「CO2 フリースタジアムプロジェクト」を立ち上げ、環境に優しいサステナブルなホームスタジアムを目指す。 • スタジアムは再生可能エネルギーによって運営され、8 カ月で 777.17 トンの CO2 削減に成功。また、スタジアム内に新しい暖房システムを設置することで消費エネルギーの最適化を図り、CO2 排出量のさらなる削減に成功。 • Udinese とのプロジェクトは Dacia の戦略にも合致しており、ブランドの知名度向上という効果も期待されている。関係者によると、本プロジェクトによって Dacia の SNS フォロワーや会員数が増加している。
The Ocean Race × TIME ²²	<ul style="list-style-type: none"> • ヨットの 24 時間耐久レースである The Ocean Race は、サステナビリティ、海洋保全を組織ミッションの中心に据えており、関連する様々な取組を実施。 • サステナビリティや気候変動に関するテーマを自社のメディアで取り上げてきた TIME は、The Ocean Race の取り組みに賛同。 • 海洋保全に対する一般の認識を高め、海洋保全に向けた行動を促進することを目的として、パートナーシップを締結。

²⁰ https://www.wimbledon.com/en_GB/news/articles/2021-06-15/jaguar_uk_renews_partnership_with_wimbledon_for_a_further_five_years.html
<https://www.sportspromedia.com/news/wimbledon-aeltc-jaguar-sponsorship-five-year-extension/>

²¹ <https://www.calcioefinanza.it/2020/09/25/udinese-dacia-rinnovo-sponsor/>
<https://www.footballchannel.jp/2019/02/28/post311155/4/>
https://note.com/boasorte_ym11/n/ncc41aaa8fa93

²² https://www.theoceanrace.com/en/news/12701_The-Ocean-Race-and-TIME-join-forces-in-the-race-to-protect-the-ocean.html

	<ul style="list-style-type: none"> • TIME 誌や Time.com 等のオンラインメディア、世界経済フォーラムや COP26 などのイベントにおいて、本パートナーシップの取り組みやメッセージを発信。
Manchester City×Xylem ²³	<ul style="list-style-type: none"> • Xylem（ウォーターテクノロジー企業）は、Manchester City（イギリス、サッカー）とのパートナーシップを締結。世界の水資源に関する課題及び解決策についての一般消費者の認識を高めることを目指す。 • 今後、清潔な水を利用できない世界中の地域において給水塔を建設する“Xylem Watermark projects”に共同で取り組むことを予定している。 • Xylem としては、同社と同じサステナビリティへの価値観を持つ Manchester City と協力することで、クラブのファン層への自社製品・ソリューションの広告効果を狙うとともに、「安全な水が供給される世界を作る」という同社のミッションの認知度を高めることを目指す。
San Francisco 49ers × Save Our Water ²⁴	<ul style="list-style-type: none"> • San Francisco 49ers（アメリカ、アメリカンフットボール）は、本拠地のリーバイス・スタジアムにおいて、2014 年のオープン以来、スタジアムの節水等、サステナビリティ関連の取り組みを積極的に実施。 • 現在、リーバイス・スタジアムで使用される水の 85%はサンタクララ市の再生水システムから供給されており、カリフォルニア州で初めて干ばつに強い水源を使用したプロスポーツ施設となった。また、リサイクル水の使用と節水型器具の設置により、スタジアムにおける水使用量を 44%削減することに成功している。 • 上記の取り組みに賛同した Save Our Water* は、チームとのパートナーシップを締結。チームの知名度を活用し、カリフォルニアの住民に対して節水を奨励している（Web ページの作成、公共広告の活用等）。 <p>*The Association of California Water Agencies and the California Department of Water Resources が実施するプログラム</p>

²³ <https://www.xylem.com/en-us/about-xylem/partnerships/man-city/>
<https://www.mancity.com/club/partners/xylem>

²⁴ <https://saveourwater.com/News-and-Events/Latest-News/San-Francisco-49ers-join-the-effort-to-Save-Our-Water>

(2) スポーツ団体の取り組みを推進する背景

○競技連盟等における方針

「3-2 (1) スポーツチーム等のスポーツ団体における事例」において紹介した、各団体の取り組みを推進する背景の一つとして、本項では国際競技連盟等が策定するサステナビリティ戦略の内容を記載する。(表「国際競技団体等におけるサステナビリティ戦略の策定状況」を参照)

表：国際競技団体等におけるサステナビリティ戦略の策定状況

団体名	サステナビリティ戦略の策定状況
World Athletics	• 2020年4月、“Sustainability Strategy”を公表 ²⁵
World Rugby	• 2022年1月、“Environmental Sustainability Plan 2030”を公表 ²⁶
Union of European Football Associations	• 2022年1月、“Strength through unity – Football sustainability strategy 2030”を公表 ²⁷
International Ski Federation	• 2020年4月、“FIS Mainau Manifesto 2020”を公表 ²⁸
International Ice Hockey Federation	• “IIHF Environment and Social Responsibility Guidelines” ²⁹ , “IIHF MANUAL FOR SUSTAINABLE EVENTS” ³⁰ を策定
World Taekwondo	• 2019年5月、“WORLD TAEKWONDO SUSTAINABILITY STRATEGY”を公表 ³¹

特に、上記の内、サステナビリティ戦略の中に具体的な数値目標やアクションプランを策定している、World Athletics, World Rugby, Union of European Football Associations の取組について以下に記載する。

²⁵ <https://worldathletics.org/news/press-release/sustainability-strategy-2020>

²⁶ <https://www.world.rugby/organisation/sustainability/environment>

²⁷ https://editorial.uefa.com/resources/0270-13f888ffa3e5-931c597968cb-1000/uefa_football_sustainability_strategy.pdf

²⁸ https://assets.fis-ski.com/image/upload/v1592832919/fis-prod/assets/Mainau_Manifesto_2020_FINAL.pdf

²⁹ <https://blob.iihf.com/iihf-media/iihfmvc/media/downloads/sustainability/2021-iihf-environment-and-social-responsibility-guidelines.pdf>

³⁰ https://iihfstorage.blob.core.windows.net/iihf-media/iihfmvc/media/downloads/sustainability/iihf_manual_social-environment.pdf

³¹ <https://stillmed.olympics.com/media/Document%20Library/OlympicOrg/IOC/What-We-Do/celebrate-olympic-games/Sustainability/Case-Studies/2019/TAEKWONDO.pdf>

事例① : World Athletics

- World Athletics は、2020年4月に策定した "Sustainability Strategy"において、6つの注力テーマを設定し、各テーマにおいて2030年までに達成すべきゴールを定量的に記載している。
 - Leadership in sustainability**
 - 加盟団体およびイベント主催者のためのベストプラクティス・ガイドを作成する
 - パートナーシップ契約に持続可能性に関する目標を盛り込む 等
 - Sustainable production and consumption**
 - 協会本部において、再生可能エネルギーを100%使用する
 - 廃棄物削減と再利用を目的とした廃棄物管理システムを導入する 等
 - Climate change and carbon**
 - 2030年までにカーボンニュートラルを達成するために、二酸化炭素排出量を毎年10%ずつ削減する
 - サステナブルなトラベルポリシーを導入する（出張の削減等）
 - 全ての公認競技会でカーボンニュートラルの目標達成に取り組む 等
 - Local environment and air quality**
 - パートナー企業と協力して、競技場周辺に二酸化炭素低排出ゾーンを設ける
 - アスリートを守るために、大気汚染に関する定量的な目標を設定しモニターする（会場における二酸化炭素排出量の基準等） 等
 - Global equality**
 - 加盟国・地域中の少なくとも一都市において、サステナビリティに関する高い基準を満たす国際的イベントを開催できるようにする
 - ジェンダーに関する認識の向上のために、女性リーダーシップセミナーを毎年開催する 等
 - Diversity, accessibility and wellbeing**
 - 国際大会前にすべてのアスリートに対して健康診断を行うことで、アスリートの健康福祉を守る 等
- また、World Athletics の組織自体、主催イベント、スタジアム等の基準、加盟競技団体等³²の各々に関して、上記①～⑥の注力テーマ毎に実施事項を定め、優先順位と実施期間を設定。（表「World Athletics における実施事項及び優先順位」参照）

³² "Corporate, Events, Technical and Venue Standards, Training and Development, Member Federations and Governance, Partnerships"と記載

表 : World Athletics における実施事項及び優先順位

World Athletics Department	Sustainability Focus Area	Action No	Action	Action Priority	Delivery Year
Corporate					
	Leadership in Sustainability	1	Publish World Athletics Sustainability Strategy 2020-2030 and providing strategic support for the implementation of the sustainability strategy	High	1
		2	Commitment to global initiatives	High	1
		3	Monitoring and reporting	High	10
		4	Build a wider communications strategy to inspire and engage wider stakeholder community	High	1
	Sustainable production and consumption	5	Develop and implement World Athletics sustainable procurement code	High	1
		6	Implement waste management hierarchy	High	2
	Climate change and carbon	7	Carbon roadmap 2020-2030	High	10
		8	100% renewable electricity	High	1
		9	World Athletics Sustainable Travel policy	Medium	2
	Local environment and air quality	10	In collaboration with the Monégasque municipality, implement air quality monitoring programme across the municipality of Monaco	High	1
	Global equality	11	Upskilling of federation capacity	Medium	6
		12	Continue staff welfare programme and share best practice	High	10
	Diversity, accessibility and wellbeing	13	Ensure office and facilities are accessible	High	1

事例② : World Rugby

- 2022年1月に発表した「Environmental Sustainability Plan 2030」において、World Rugbyとして取り組む4つのターゲット領域を定義。
 - Governance (ガバナンス)
 - Addressing our direct impact (直接的な環境の影響への対応)
 - Delivering and supporting sustainable event (持続可能なイベントの実施及び支援)
 - Promoting sustainability in rugby through education, advocacy, knowledge sharing (ラグビーにおけるサステナビリティの推進)
- 各ターゲットにおいて、今後10年間で取り組むアクションとタイムスパンを設定 (※3つの期間に分割して取り組みを整理し、各期において計画の見直しを予定)
 - 2022～2023年 : KICK-OFF SPRINT
 - 2024～2027年 : CYCLE1
 - 2028～2031年 : CYCLE2

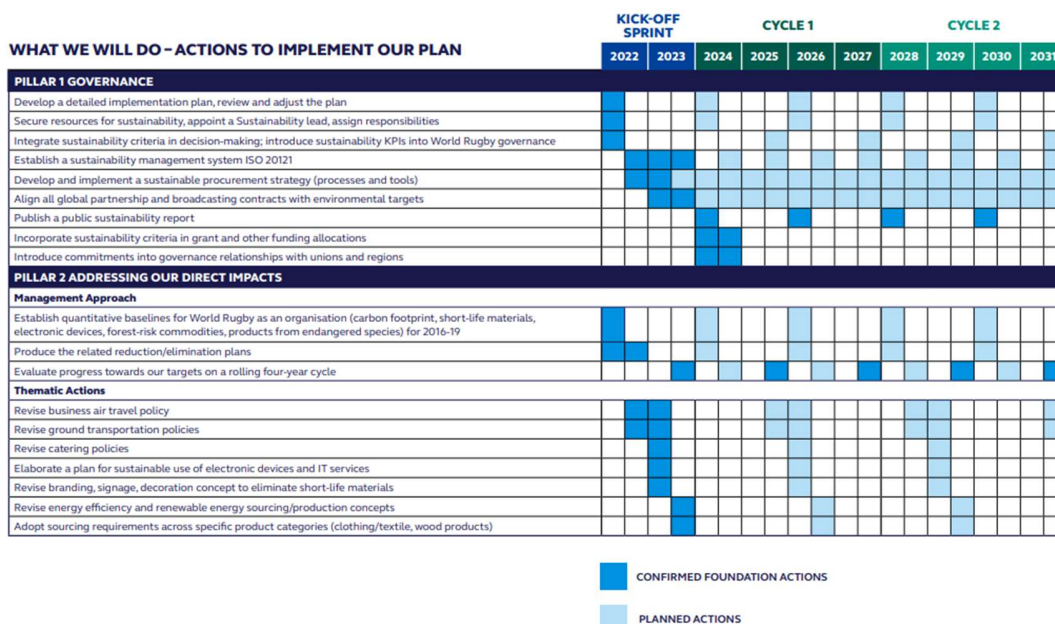


図 : World Rugby におけるサステナビリティ関連のアクションプラン (一部抜粋)

事例③ : Union of European Football Associations



- Union of European Football Associations (UEFA) は、2022年1月に発表した "Strength through unity – Football sustainability strategy 2030" において、取り組むべき主要な領域を策定し、各領域における具体的な取組内容、KPI、実施タイミング（短/中/長期）、難易度、関連 SDGs を定義。また、其々の取組みについて、欧州サッカー界全体で協力して取り組むことを明記している。

表 : UEFA のサステナビリティ戦略における取組領域および実施事項

領域 ³³	主な実施事項
ANTI-RACISM	• 2030年までに、UEFAが主催する全イベントにおいて、人種差別 (racist incident) を無くす。
CHILD & YOUTH PROTECTION	• 2030年までに、UEFAが主催するユース年代の全イベントにおいて、（関連団体における）児童虐待を無くす。
EQUALITY & INCLUSION	• 2030年までに、UEFAが主催する全イベントにおいて、不当な差別を無くす。
FOOTBALL FOR ALL ABILITIES	• 2030年までに、障がい者のサッカー人口を3倍に増やし、UEFAおよびUEFAが主催するイベントで働く障がい者の数を2倍に増やす。
CIRCULAR ECONOMY	• 2030年までに、プラスチック廃棄物、食料廃棄を無くす。
CLIMATE AND ADVOCACY	• 2030年までに、温室効果ガス排出量を50%削減する（2040年までにネットゼロを目指す）。
EVENT SUSTAINABILITY	• “UEFA event’s sustainability index score” の数値を、2030年まで継続的に向上させる。

³³ 11 の方針の内、2030 ASPIRATIONAL TARGETS と定められている7つの領域を抽出

表：“Anti-Racism” 領域における取組事項、KPI、実施タイミング等

TOPICS	TARGETS	KPIs	TIMING & DIFFICULTY*	SDGs
ALL	Zero racist incidents across all UEFA events and collaboratively across European football by 2030	Number of incidents	L5	
1. ANTI-RACISM MEASURES ACROSS UEFA REGULATIONS, POLICIES, GUIDELINES AND COMMUNICATIONS	UEFA regulations, policies and guidelines as applicable embed anti-racism criteria by 2024	% of applicable regulations, policies and guidelines including anti-racism criteria	M4	 
	UEFA communications and awareness campaigns aligned with anti-racism principles	Number of communications Number of people reached by the campaign	S2	
2. PREVENTIVE AND EDUCATIONAL PLANS AND ACTIONS, WITH A PARTICULAR FOCUS ON CHILDREN AND YOUTH	Develop a plan for a preventive and educational programme (including online abuse and hate speech) by 2024	Activity status	M3	
	100% of member associations reached by educational programmes by 2024	% of member associations	M4	
3. PLANS AND COLLABORATIVE ACTION TO IDENTIFY, INVESTIGATE AND SANCTION RACISM IN FOOTBALL.	Respect management system developed by 2025	Activity status	M4	
	Monitoring of at-risk matches through the match monitoring scheme	Number of matches monitored	S2	
4. TRANSPARENT REPORTING SYSTEMS AND ACCESS TO REMEDY	Reporting and remedy structures in place across all UEFA competitions by 2024, and for all 55 member associations by 2030	% of UEFA competitions % of member associations	M4 L4	

また、スポーツ団体における環境への取り組みをトップダウンで推進する要因として考えられる、国連・IOC から発出された気候変動に関する枠組み、フランスにおいて発出されたスポーツイベント主催者を対象とした憲章についても、下記にその概要を記載する。

表：スポーツ団体の環境関連の取り組みを推進する枠組み・憲章

名称	概要
Sports for Climate Action Framework (UNFCCC ³⁴ ・IOC) ³⁵	<ul style="list-style-type: none"> パリ協定を受けて、UNFCCC と IOC の主導のもと、2018 年 12 月 11 日に立ち上がった枠組み（2021 年 9 月 1 日現在、257 団体が署名）。 COP26³⁶ の開催に合わせて、国際オリンピック委員会、Formula E、パリオリンピック・パラリンピック 2024 など約 50 のスポーツ団体が、2030 年までに二酸化炭素排出量を 50%削減し、2040 年までにネットゼロを達成することを表明。
Charter of eco-responsible commitments for major sporting events in France (フランス) ³⁷	<ul style="list-style-type: none"> 2017 年 1 月 12 日、スポーツ省と WWF France³⁸は、主要なスポーツイベントの主催者が守るべき 15 の環境関連のコミットメントが記載された憲章を発表（コミットメントの具体例は下記の通り）。 <ul style="list-style-type: none"> - スポーツイベントにおいて、廃棄物を 20%削減し、60%をリユース・リサイクルする - スポーツイベントへの移動手段の 80%以上を公共交通機関の利用とする - イベントが実施される施設について、障がい者のアクセスが容易となるように配慮する 等 パリオリンピック・パラリンピック 2024 を見据え、競技連盟等、フランス国内の多くのスポーツ団体が本憲章に署名。

³⁴ United Nations Framework Convention on Climate Change：国連気候変動枠組条約

³⁵ <https://unfccc.int/climate-action/sectoral-engagement/sports-for-climate-action>

³⁶ 第 26 回気候変動枠組条約締約国会議：2021 年 10,11 月に開催

³⁷ <https://www.gouvernement.fr/en/charter-of-eco-responsible-commitments-for-major-sporting-events-in-france>
<https://www.climateaction.org/news/the-french-federation-of-table-tennis-commits-to-sustainability>

³⁸ WWF (World Wide Fund for Nature：世界自然保護基金) 1961 年にスイスで設立された環境保全団体。2022 年 3 月時点では、世界各地 100 カ国以上で活動を展開 (<https://www.wwf.fr/>)

○その他

「競技連盟等における方針」以外に、スポーツ団体の社会貢献活動やサステナビリティに関する取り組みを推進する背景として把握された「スポーツ×サステナビリティに取り組む NGO・NPO 等の団体の取り組み」、「スポーツ団体の取り組みを評価する指標」について、下記にその内容を記載する。

表：スポーツ×サステナビリティに取り組む NGO・NPO 等の団体の取り組み

団体名	取り組み概要等
Green Sports Alliance (アメリカ) ³⁹	<ul style="list-style-type: none"> 持続可能な社会の構築を目指し、スポーツに関わるあらゆるステークホルダーに対し、スポーツによる社会課題解決への挑戦と経済効果創出の両立を促進する NGO。 北米を中心に NHL、MLB、NBA、NFL、MLS など 15 団体以上のプロスポーツリーグに加えて、プロ・アマのチーム、スタジアムなどの施設管理企業、関連企業など計 600 を超える団体が加盟。
Sport and Sustainability International (SandSI) (スイス) ⁴⁰	<ul style="list-style-type: none"> 2017 年に設立された、スイスローザンヌに本部を置く非営利団体。SDGs に関連する活動を行い、スポーツを通じた持続可能性に関する取り組みを推進。 近年、以下の 2 つのプログラムを展開している。 <ul style="list-style-type: none"> ①Football 4 Climate <ul style="list-style-type: none"> - 欧州のトップサッカークラブに対し、“Sports for Climate Action Framework” の署名や、スタジアムにおける二酸化炭素排出量の削減、使い捨てプラスチックの使用量削減を促す。 ②The Sustainable Sport Lab <ul style="list-style-type: none"> - スポーツ団体のサステナビリティ関連の取り組みを共有し、促進するためのプラットフォーム。 - 2021 年 9 月、SandSI と World Athletics は共同で、大気汚染の解決に取り組むワーキンググループの設立を発表（競技団体、スポーツ関連の NGO や大会組織等も参加）。
The British Association for Sustainable Sport (BASIS) (イギリス) ⁴¹	<ul style="list-style-type: none"> イギリスのスポーツ産業におけるサステナビリティ関連の取組のハブを目指す非営利組織。 各種のイベントの実施やホームページにおける情報発信（ニュース・レポート）等を実施。 イギリスのスポーツ産業をよりサステナブルなものにするために、環境問題や社会問題に対する取り組みを行ったスポーツ団体を、The British Association for Sustainable Sport Awards を通じて表彰。

³⁹ <https://greensportsalliance.org/>

⁴⁰ <https://www.sportsustainability.org/>

⁴¹ <https://basis.org.uk/>

Ecoathletes ⁴²	<ul style="list-style-type: none">世界中のアスリートが、気候変動に対して積極的に取り組み、発信できるよう各種のリソース（気候変動に関する知識、アスリート同士のコミュニティ、環境に関する取り組みに興味のあるスポンサー情報等）を提供。
---------------------------	--

⁴² <https://www.ecoathletes.org/resource-hub>

表：スポーツ団体の取り組みを評価する指標

指標名	取り組み概要等
Methodology SE European Index ⁴³	<ul style="list-style-type: none"> Standard Ethics 社が、サッカー界における ESG 関連の取組等の情報を可視化し、外部公開することを目的に 2021 年に作成。 クラブの財政状況やガバナンス、スタジアムやファンに関する取り組みまで含めて、総合的に評価することを目指す。⁴⁴
English Premier League Sustainability Table ⁴⁵	<ul style="list-style-type: none"> Sports Positive 社が開発したサッカーチームのサステナビリティに関する取り組み状況をランキング化したもの。現在、プレミアリーグ（イングランド）において活用されている。 スタジアムにおけるエネルギーの活用状況、交通手段の環境配慮度合、廃棄物処理の方法、水資源の効率的な活用等の観点によって評価。⁴⁶
Fair Play for Planet ⁴⁷	<ul style="list-style-type: none"> フランス環境エネルギー管理庁（ADEME）が、スポーツ団体を査定し、取り組み状況の良い団体に「Fair Play for Planet」の認証を与える。 査定を通じて、（プロ・アマチュア問わず）スポーツ団体に対して、環境への取組に関するアドバイスも提供している。
Sustainability Index ⁴⁸	<ul style="list-style-type: none"> Fair Game 社⁴⁹は LCP 社（経営コンサルティング会社）に依頼し、「Sustainability Index」を開発。イングランド・ウェールズのサッカー協会に対して、経営の良いクラブに報いる新しい仕組みを作るために、当該指標の活用を提案中（2022 年 1 月時点）。 具体的には、下記 4 基準におけるスコアの高さに応じて資金を分配し、クラブに取り組みのインセンティブを与えること提言している。 <ul style="list-style-type: none"> - Financial Sustainability - Good Governance - Equality Standards - Fan and Community Engagement Fair Game 社の CEO は、「プレミアリーグからは多額の資金が配分されているが、Sustainability Index によって、これらの資金が適切に運営されているクラブに分配される仕組みを構築できる」と主張。

⁴³ <https://www.standardethics.eu/media-en/press-releases/standard-ethics-to-launch-the-se-european-football-index/viewdocument/570>

⁴⁴ 評価軸は以下の通り：ON THE PITCH(the events and policies concerning the playing field),OFF THE PITCH (the stadium and the fans), CLUB (from governance to the balance sheet)

⁴⁵ <https://www.delreport.com/2021/02/01/explainer-the-english-premier-league-sustainability-table/>

⁴⁶ 評価軸は以下の通り：Clean energy, Energy efficiency, Sustainable transport, Single-use plastic reduction or removal, Waste management, Water efficiency, Plant-based or low-carbon food options, - Communications or engagement

⁴⁷ <https://www.delreport.com/2021/02/01/explainer-the-english-premier-league-sustainability-table/>

⁴⁸ <https://www.lcp.uk.com/media-centre/2022/01/lcp-provide-insight-to-mps-on-proposed-new-sustainability-index-tool-to-reward-well-run-football-clubs-at-parliamentary-briefing/>

⁴⁹ サッカー業界におけるサステナビリティやガバナンスに取り組むイギリスの企業

(参考) スタジアム・アリーナ等に関する認証について

- “Sustainable Sports Index”⁵⁰によると、全米のスタジアム・アリーナは環境に関する認証取得に価値を見出しており、その65%が何かしらのサステナビリティに関する認証を取得している。



図：全米のスタジアム・アリーナにおけるサステナビリティ関連の認証取得率

- 別の文献によると、サステナビリティに関する取り組む理由として、認証取得による施設運営コスト削減（省エネ効果等）が認証取得のための初期投資コストを上回ることや、スポンサー企業や外部とのパートナーシップを締結しやすくなることが挙げられている。⁵¹

【Miami HEAT の事例】⁵²

- Miami HEAT が LEED 認証⁵³ を取得した際、Home Depot 社と Waste Management 社がスポンサーシップに興味を示し、両社合わせて 100 万ドルのスポンサーシップを締結。（※Miami HEAT は、認証取得前に Waste Management 社に対して複数回スポンサー契約を打診していたが、複数回断られていた）

⁵⁰ 全米のスタジアム・アリーナのサステナビリティに関する取り組みをまとめたレポート (<https://www.sustainablesportindex.com/>)

⁵¹ “Greening-the-Sports-Industry” (IGEL, Wharton University of Pennsylvania) (<https://knowledge.wharton.upenn.edu/special-report/greening-sports-industry/>) , “The green waves of environmental sustainability in sport” (McCullough Pfahl Nguyen) (<https://www.icsspe.org/system/files/McCullough%20Pfahl%20Nguyen%20-%20The%20green%20waves%20of%20environmental%20sustainability%20in%20sport.pdf>)

⁵² “Greening-the-Sports-Industry” (IGEL, Wharton University of Pennsylvania) の内容を基に作成

⁵³ LEED (Leadership in Energy & Environmental Design) は、米国グリーンビルディング協会が開発・運営する、環境に配慮した建物に与えられる認証制度。建築全体の企画・設計から建築施工、運営、メンテナンスにおける省エネルギーや環境負荷を評価することにより、建物の環境性能を客観的に示すことが可能 (<https://www.hitachi-hri.com/keyword/k092.html>)

- LEED 認証取得後は、Waste Management 社のみならず、Pepsi 社、Levy Restaurants 社、Pritchard Sports and Entertainment Group 社など、飲料、食品、清掃などのサービスを提供している企業が、Miami HEAT のサステナビリティ活動のスポンサーに就任。
- Miami HEAT は、（LEED 認証取得をきっかけとした）グリーンスponsorシップで成功を収めたことが契機となり、より積極的にサステナビリティ関連の取り組みによるスポンサー獲得に注力するようになった。

第4章 まとめ

本調査においては、海外におけるスポーツチーム等のスポーツ団体が、ESG視点/インパクト視点で価値創出している事例、つまり、社会的な活動を通じ、企業に対して中長期的なメリットを与えている事例を対象として調査を行った。

調査結果から、企業がスポーツ団体に提携・協賛する際に、自社に対する中長期的なリターンを目的とする事例が確認でき、また、スポーツ団体が協賛企業に対して財務的な価値を与えているような事例も一部把握することができた。(P.9“Arsenal × Octopus Energy”, P.11“Forest Green Rovers”の事例等を参照)

企業側における、社会的な活動に取り組むスポーツ団体と協賛・提携することの主なメリットとして、本調査結果からは、①「本業とのシナジー創出」、②「ブランディング、製品・サービス等の宣伝」という二点が把握された。(3-1「調査結果サマリ」を参照)

①「本業とのシナジー創出」については、スポーツ団体との提携・協賛によって、自社サービスの利用者増加、製品売上増加、利益創出等を目指す事例や、自社技術の活用場としてスポーツ団体を活用する事例等が見られた。

②「ブランディング、製品・サービス等の宣伝」については、スポーツ団体の知名度・影響力を活用し、自社の社会的な理念や取組、自社のサービス・技術等を一般消費者に宣伝・広告する事例等が見られた。

事例の中には、スポーツ団体が提供する価値や社会的な取り組みに着目し、企業側からパートナーシップ締結や協賛・協業を持ち掛けて、スポーツ団体を活用するものも存在した。(P.9“Tottenham × Vivo Power”, P.28“Miami HEAT”の事例等を参照)

また、スポーツ団体側にとっても、社会的な活動に取り組むことで、スポンサー企業やファンからの要請に応えることができ、スポンサー企業、ファンの増加に結び付くというメリットが一部の事例から把握された。特に、ミレニアル世代/Z世代といった新しい世代のファンを取り込むためには、スポーツ団体がサステナビリティに関する取り組みを実施する必要性は、今後高まっていくと考えられる。

本調査においては、スポーツ団体の取り組みを推進する背景についても調査を実施した。例えば、スポーツ界の気候変動への取り組みを提言する“Sports for Climate Action Framework”といった枠組み、国際競技連盟等における具体的なサステナビリティ戦略の策定事例、スポーツ団体の社会的な活動を評価する指標等が把握された。これらをもとに今後、各国のスポーツ団体が、サステナビリティに関する取組を実施する必要性は高まると想定される。

今後、日本のスポーツ団体においても、本調査における海外事例で見られたように、ESG視点/インパクト視点での価値創出という観点、つまり「企業等の外部ステークホルダーへの価値提供」という観点も意識しながら活動を行うべきと考える。社会貢献自体を目的とする活動も有意義ではあるが、企業等からの投資・協力を呼び込むことで、スポーツ団体の運営をより持続可能なものとする事ができる。

本報告書は、スポーツ庁の令和 3 年度 スポーツ産業の成長促進委託事業として、PwC コンサルティング合同会社が実施した令和 3 年度「スポーツシェアリングエコノミー導入促進事業」の成果を取りまとめたものです。従って、本報告書の複製、転載、引用等にはスポーツ庁の承認手続きが必要です。