

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

スポーツチームにおける社会的価値の海外調査等 報告書概要版

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。

背景・目的

背景

- 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)チーム保有企業の要請もあり、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、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、その社会的価値も目的に応じて分類出来るものと想定される。

目的

- 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りターンがあ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、スポーツチームの社会的な活動が、外部ステークホルダーに対して中長期的な価値をもたらし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した。

調査概要

- スポーツチーム等のスポーツ団体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を創出している海外事例を収集した。

スポーツチームの提供価値の分類

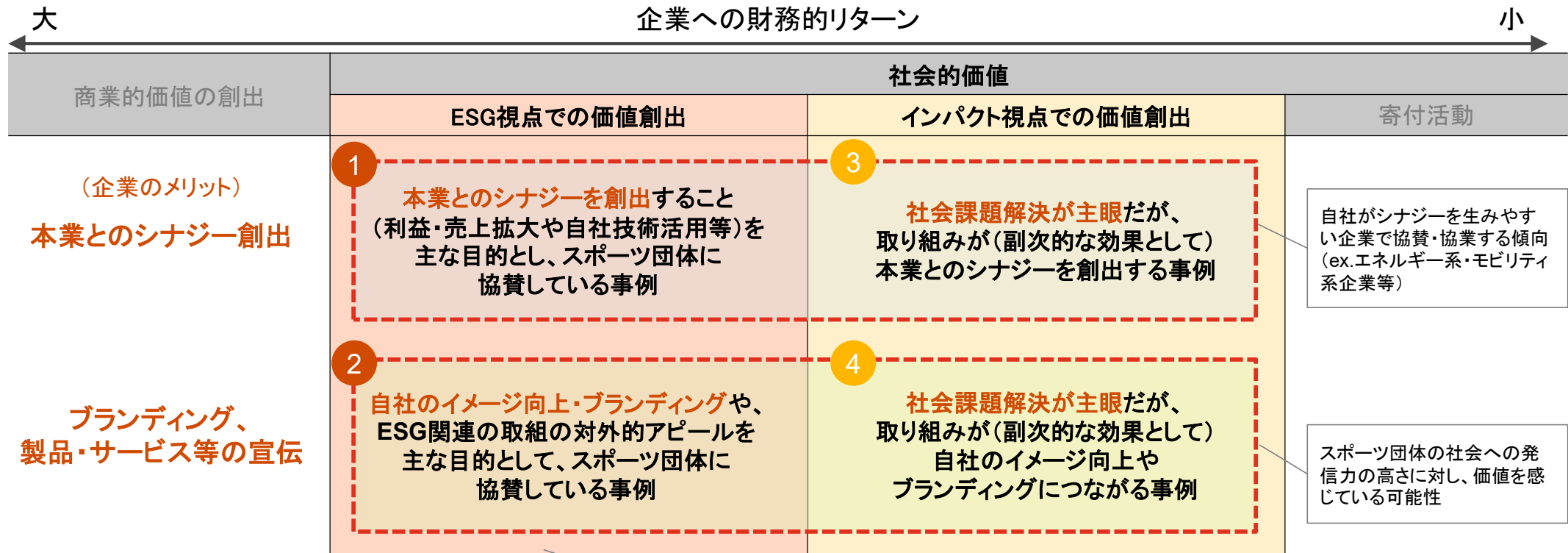
企業への財務的リターン			
大			小
商業的価値の創出	社会的価値の創出		
	ESG視点での価値創出	インパクト視点での価値創出	寄付活動
チーム・選手の知名度を活かした商業利用に伴う価値創出 (看板/広告/宣伝等)	外部ステークホルダーへの価値提供を主眼として、社会課題解決や地域貢献等の取り組みを行う事例	社会課題の解決を主眼とした取り組みを実施することで、(結果的に)外部ステークホルダーに対して価値を提供する事例	財務的リターンは無く、社会的な貢献のみを目的とした価値創出 (ホームタウンにおけるボランティア活動、寄付等)

主な調査対象

- 社会貢献活動自体を目的とした、寄付やボランティア活動ではなく、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海外事例を調査
- 各種メディアにおける関連記事、レポート、スポーツ団体のホームページ、プレスリリース等の公開情報を、デスクトップリサーチによって収集

調査結果サマリ

- ESG視点・インパクト視点での価値を創出している海外事例を、更に企業側のメリットによって分類し、4つの象限で整理。
(※次頁以降にて、各象限の事例を紹介)



サステナビリティレポート等に、スポーツ団体との協賛効果まで記載がある企業は僅少

→ 日本のスポーツ団体も、「企業等の外部ステークホルダーへの価値提供」という観点を意識して、社会貢献活動等を実施すべきではないか

調査結果～ ① (ESG視点での価値創出) × (本業とのシナジー創出)

Tottenham(英・サッカー) × VivoPower

クラブにおける環境に配慮した取組の一例

- **Tottenham Hotspur は、積極的にサステナビリティ関連取組を推進**
 - 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、下記の取組を推進
 - スタジアムにおける再生エネルギーの利用
 - スタジアムにおける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

Rank	Club	Score
1	Liverpool	23
1	Tottenham Hotspur	23
3	Manchester City	21
3	Southampton	21
5	Arsenal	19

クラブのサステナビリティ関連の取組の評価指標である、“Sustainability table”において3年連続1位を獲得

提携の概要

- エネルギー関連企業である **VivoPower 社は、Tottenham の取組に賛同し、“Official Battery Technology Partner”** として協賛。
- 同クラブの取組の支援することに加え、提携によって **自社としても市場拡大・利益創出を目指す。**
- 具体的な取り組みとして、スタジアムやトレーニングセンター等への電力供給に際し、**自社ソリューション(大型蓄電池、太陽光発電)**を提供している。

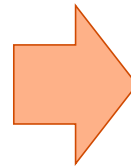


調査結果～ ② (ESG視点での価値創出) × (ブランディング、製品・サービス等の宣伝)

Forest Green Rovers (英・サッカー)

クラブにおける環境に配慮した取組の一例

- 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(スタジアムの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)



スポンサー企業例*

Ecotricity

Oatly

Faith in Nature

支援の経緯・提携例等

- 英国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
- オーツ麦関連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うえで、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
- 英国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。有機肥料で育てられた芝からボディソープをつくるといったアクティベーションを実施

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

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獲得
(※ 2019～21年で協賛企業数は4倍増加し、2021年11月時点で70社。
また、20か国に約100のファンクラブが存在)

*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などの団体や個人投資家が協賛

※<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/>、<https://www.fgr.co.uk/partners>

調査結果～ ③ (インパクト視点での価値創出) × (本業とのシナジー創出)

Olympique Lyonnais (仏・サッカー) × Veolia

- Lyonnais は、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等、サステナビリティに関する取組を実施。
- 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」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。



<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>

Sail GP(ヨット競技大会) × Tesla

- Sail GP は、サステナビリティ関連の取り組みに注力。
 - 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
- 上記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)。



<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/>

調査結果～ 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)

Udinese Calcio(伊・サッカー) × Dacia

- Udinese Calcio 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。



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

The Ocean Race(ヨット競技大会) × TIME

- 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。**
- 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。



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