

スタジアム・アリーナおよびスポーツチームがもたらす 社会的価値の可視化・定量化調査

-等々力陸上競技場および川崎フロンターレを対象としたケーススタディ-

【概要版】

1. これまでのスポーツの価値算定検討経緯
 - (1) スポーツ庁『社会的インパクト評価の手法を用いたスタジアム・アリーナ効果検証モデル』（2019年3月）の概要 ……P1
 - (2) DBJ『スポーツの価値算定モデル調査』（2020年3月）の概要 ……P2
2. スタジアム・アリーナおよびスポーツチームの社会的価値の可視化・定量化へのアプローチ ……P3
3. 等々力陸上競技場および川崎フロンターレをケーススタディとした社会的価値の可視化・定量化へのアプローチ ……P5
4. ケーススタディの結果を踏まえた考察・社会的価値算定に係る今後の課題および可能性 ……P8

1. これまでのスポーツの価値算定検討経緯

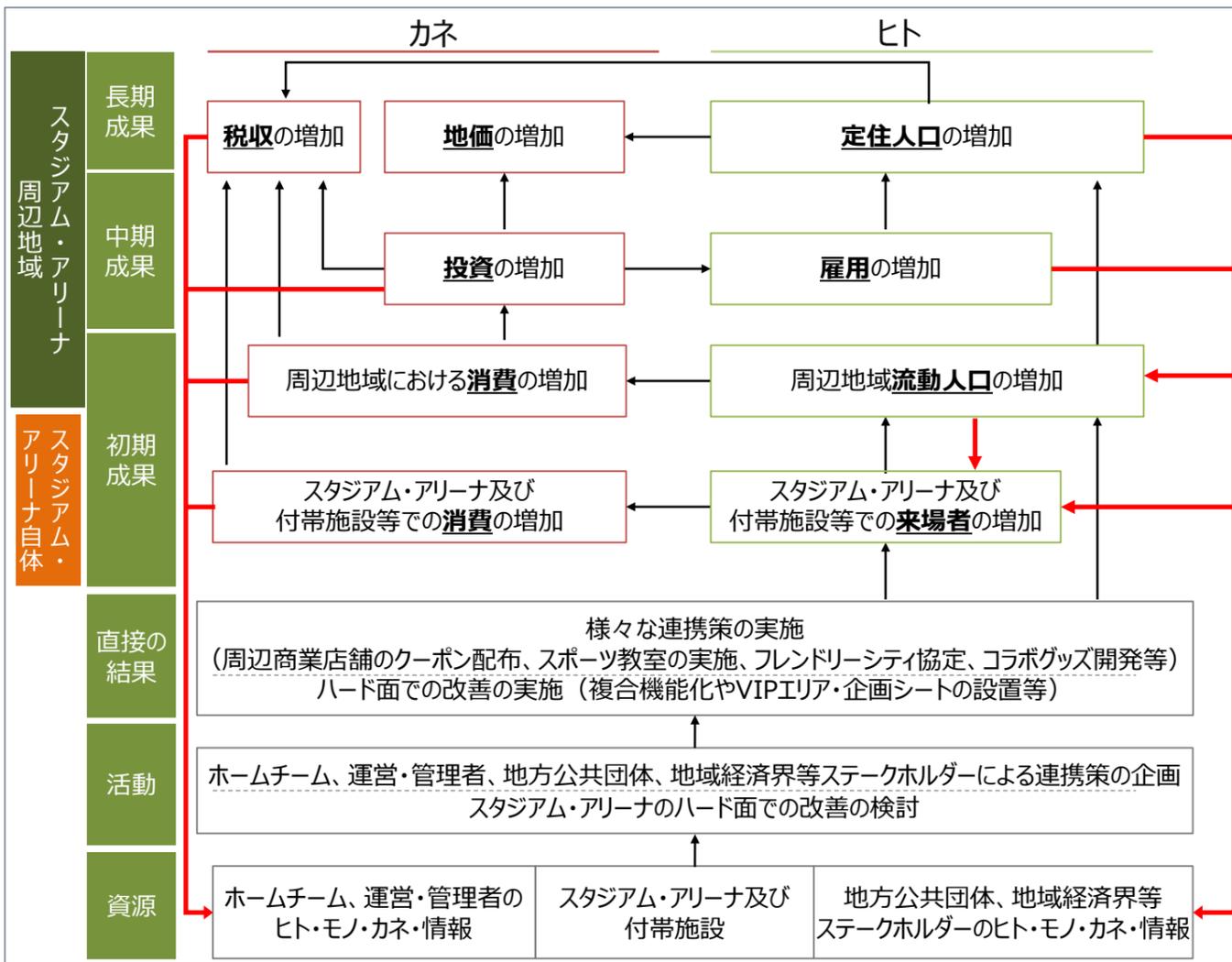
①はじめに（スポーツ産業に係る背景）

- 2015年スポーツ庁発足後、施策に「**スポーツの成長産業化**」が明記され、**スポーツによる地域・経済の活性化**に向けた取組を通じ、スポーツ産業が日本全体の経済成長に貢献することが期待されている。
- 2020年7月に政府から公表された「成長戦略フォローアップ」では、「**全国のスタジアム・アリーナについて、多様な世代が集う交流拠点として、2017年から2025年までに20拠点を実現する**」ことが掲げられており、全国でも数多くのスタジアム・アリーナ構想・計画が検討されている。
- かかる中、スタジアム・アリーナ等をはじめとするスポーツ分野は、経済的な事業性のみならず、地域や健康、教育等にも価値をもたらす「公共財」としての役割といった社会的意義にも関与する分野として注目されている。

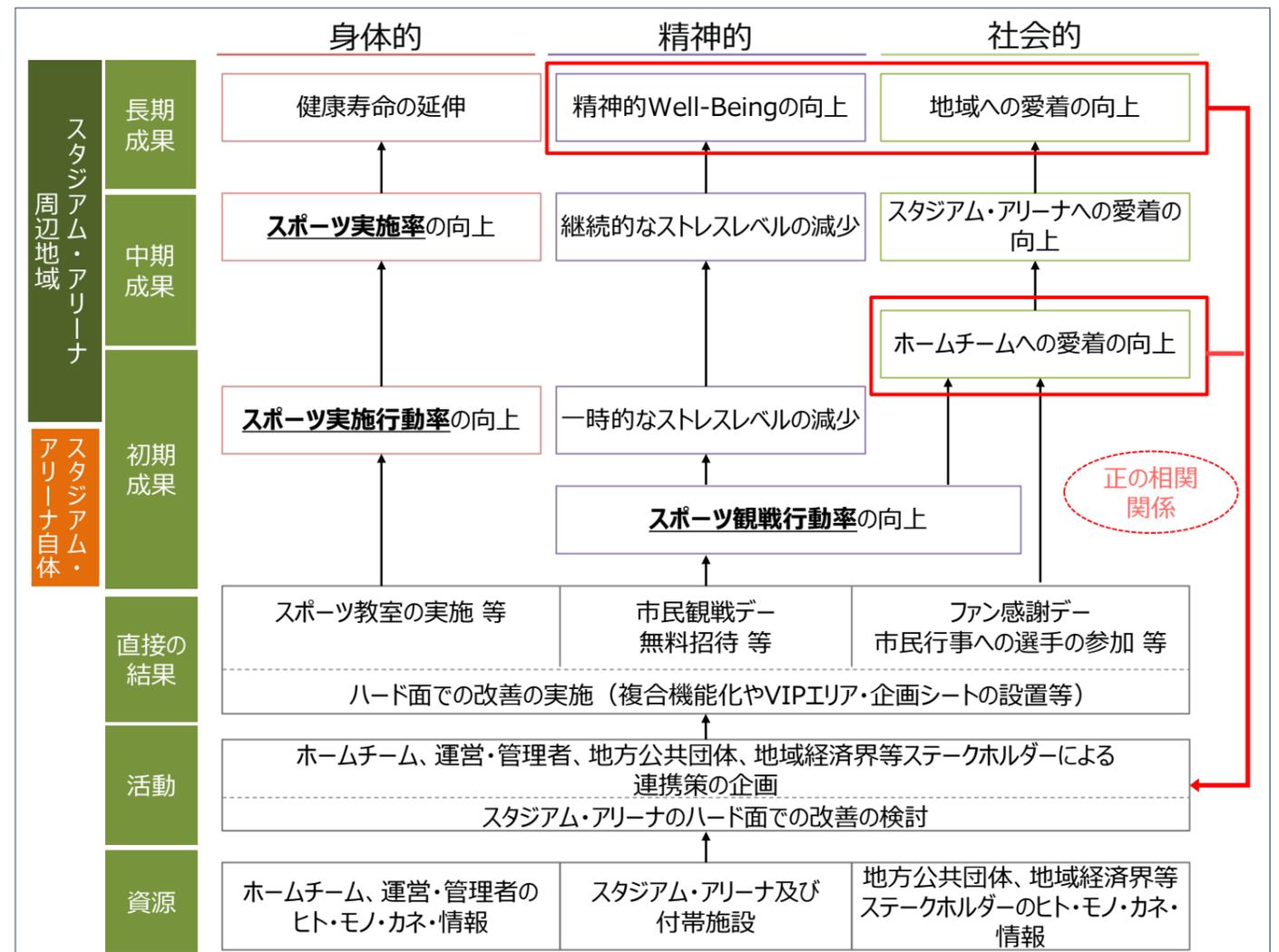
②スポーツ庁『社会的インパクト評価の手法を用いたスタジアム・アリーナ効果検証モデル』（2019年3月公表）の概要

- スタジアム・アリーナが周辺地域にもたらす効果を「**経済的効果**」と「**社会的効果**」との2つに分類し、効果検証プロセスの整理およびロジック・モデルの策定を実施（図表1-1および図表1-2参照）。
 - 「**経済的効果**」…特に地方自治体が議会や地域住民等に対してスタジアム・アリーナの施策効果を説明することを想定の上、「**ヒト（スタジアム・アリーナおよび付帯施設への観客や来場者と、周辺地域における流動人口等）**」と「**カネ（入場料収入やグッズ収入、さらに周辺地域における飲食・物販等への消費）**」に関する効果
 - 「**社会的効果**」…地域住民等個人のwell-being向上が地域全体のwell-being向上に寄与するとの仮説のもと、「**身体的（スポーツ実施率向上による健康寿命の増進）**」、「**精神的（スポーツ観戦による継続的なストレスレベルの減少）**」、「**社会的（地域への愛着の向上）**」に関するものを成果とする効果
- 同報告書から得られた指標や結果が、スタジアム・アリーナの新設・改修検討における議会や地域住民への説明材料として活用され、スポーツチームの支援や誘致へ繋がることを期待されている。

図表1-1 スタジアム・アリーナ等がもたらす経済的効果のロジック・モデル



図表1-2 スタジアム・アリーナ等がもたらす社会的効果のロジック・モデル



(出所) スポーツ庁『社会的インパクト評価の手法を用いたスタジアム・アリーナ効果検証モデル』

1. これまでのスポーツの価値算定検討経緯

③DBJ『スポーツの価値算定モデル調査』（2020年3月公表）の概要

- スポーツチームが持つ価値を「**財務価値**」、「**潜在的財務価値**」、「**社会的価値**」の3つに定義し、それぞれの種類に応じた試算モデルを構築。
- 関連するステークホルダー（地方自治体、スポンサー企業、近隣住民等の利害関係者）と連携した**共創モデルの構築**の重要性を示している。

(1)財務価値

- スポーツチームやスタジアム・アリーナの興行を主とした収支により生み出され、財務諸表に現れるスポーツチーム、スタジアム・アリーナ自身の経済的価値
- DCF(Discounted Cash Flow)法（事業や企業の生み出す将来のキャッシュフローを現在価値に換算して可視化する、一般的な企業価値の評価方法）によって算定可能

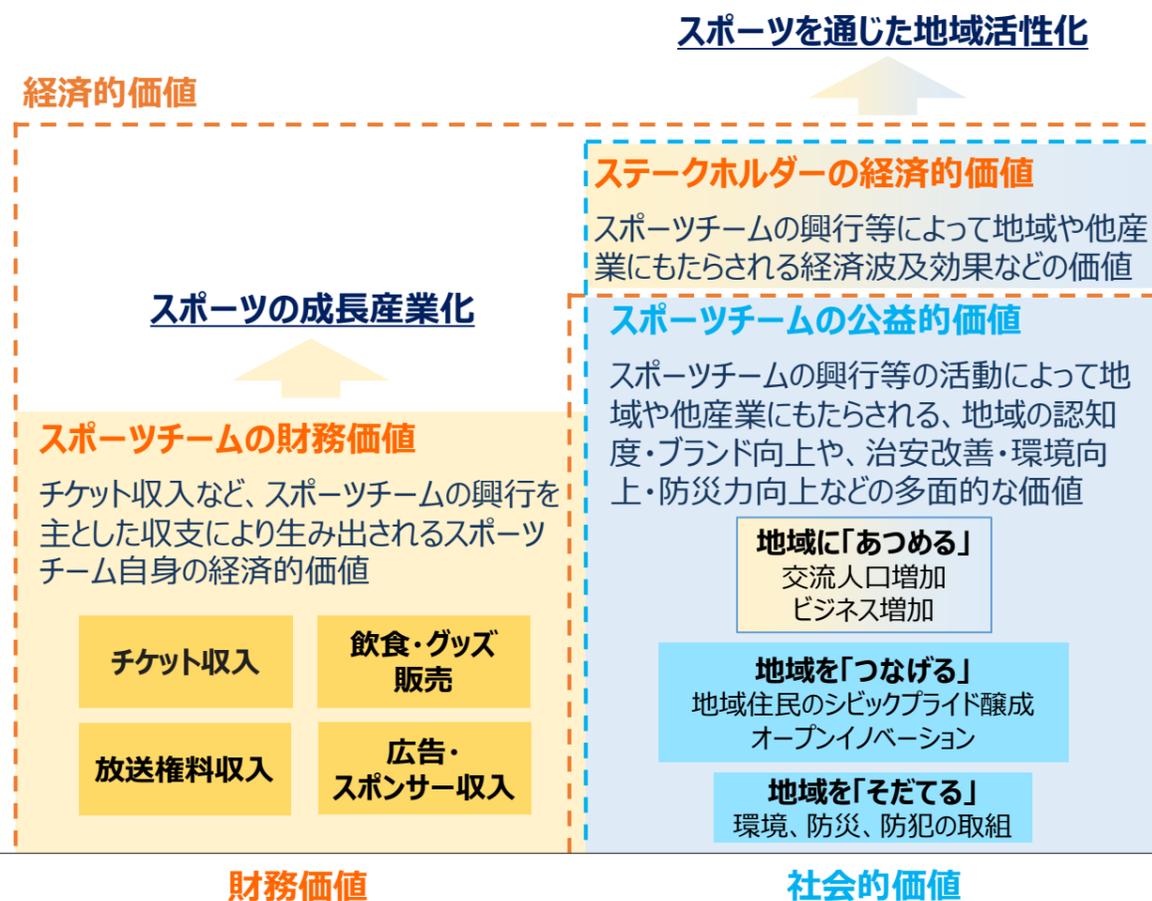
(2)潜在的財務価値

- スポーツチームやスタジアム・アリーナの無形資産（ブランド力等）を活用して創出する価値のうち、財務諸表には現れていない財務価値
- 広告露出価値算定法（スポンサー露出量に一般的な広告単価を乗じて広告効果の金額を可視化する独自の評価方法）によって算定可能

(3)社会的価値

- スポーツチームやスタジアム・アリーナの事業を通じて、競技の普及事業や社会貢献活動等、地域や他産業等のステークホルダーに対してもたらされる公益的価値
- 社会的インパクト評価（ある活動がもたらす社会的効果を段階的に捉え、定性的な価値も含めて体系化して捉える評価方法）によって経済波及効果や都市プロモーション効果が算定可能

図表1-3 スポーツの価値とスポーツチームの価値の関係



図表1-4 スポーツチームが持つ価値の種類に応じた算定方法

一般的な手法で可視化できる価値	一般的な手法で可視化できない価値			
<p>財務価値</p> <p style="text-align: center;">チケット収入</p> <p style="text-align: center;">放送権料収入 飲食・グッズ販売</p> <p>DCF(Discounted Cash Flow)法</p> <p>※事業や企業の生み出す将来のキャッシュフローを現在価値に換算して可視化する、一般的な企業価値の評価方法</p> <ol style="list-style-type: none"> ① スポーツチームの財務情報（事業の収入、支出）より将来キャッシュフローを見積もる ② キャッシュフローを現在価値に割り戻す ③ 割引率は、リスクを勘案した資本コストを設定する 	<p>潜在的財務価値</p> <p style="text-align: center;">広告・スポンサー収入</p> <p>広告露出価値算定法</p> <p>※スポンサー露出量に一般的な広告単価を乗じて広告効果の金額を可視化する独自の評価方法</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 対象のスポーツチームの媒体毎の広告露出量を把握する ② 広告露出量に一般的な媒体毎の広告単価をかける 	<p>社会的価値</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="background-color: #e1f5fe; padding: 5px;">地域に「あつめる」</div> <div style="background-color: #e1f5fe; padding: 5px;">地域を「つなげる」</div> <div style="background-color: #e1f5fe; padding: 5px;">地域を「そだてる」</div> </div> <p style="text-align: center;">社会的インパクト評価</p> <p>※ある活動がもたらす社会的効果を段階的に捉え、定性的な価値も含めて体系化して捉える評価方法</p> <ol style="list-style-type: none"> ① スポーツチームが生み出す社会的価値を分類・体系化し、ロジック・モデルを作成する ② 項目に合わせて適切な評価方法を設定する 		
	<p style="text-align: center;">地域に「あつめる」</p> <p style="text-align: center;">経済波及効果 都市プロモーション効果</p>	<p style="text-align: center;">地域を「つなげる」</p> <p style="text-align: center;">ソーシャルキャピタル</p>	<p style="text-align: center;">地域を「そだてる」</p> <p style="text-align: center;">行政コスト削減効果</p>	

(出所) DBJ『スポーツの価値算定モデル』

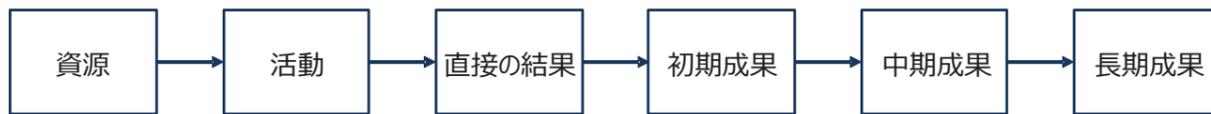
2. スタジアム・アリーナおよびスポーツチームの社会的価値の可視化・定量化へのアプローチ

①本レポートの目的（2019年スポーツ庁調査と2020年DBJ調査を踏まえた本レポートの位置付け）

- スタジアム・アリーナおよびスポーツチームが周辺地域にもたらす価値の可視化・定量化は、スポーツ産業の中長期的な成長可能性を検討する上での指標となるだけでなく、**スポーツを活用した持続可能な社会の実現および地域創生**にも寄与するものとして、関連するステークホルダー（地方自治体、スポンサー企業、近隣住民等の利害関係者）からの期待が高まっている。
- そこで、本レポートでは、前出のスポーツ庁『社会的インパクト評価の手法を用いたスタジアム・アリーナ効果検証モデル』（2019年3月公表）とDBJ『スポーツの価値算定モデル調査』（2020年3月公表）の両調査では算定されていなかった、スタジアム・アリーナおよびスポーツチームが周辺地域にもたらす社会的価値の可視化・定量化を試み、周辺のステークホルダーへの影響を評価するとともに、価値算定に係る今後の課題や活用方法について検討する。
- なお、本レポートの可視化においては、**社会的インパクト評価**※の手法を用いて**ロジック・モデル**※を作成することとし、DBJ『スポーツの価値算定モデル調査』（2020年3月公表）で示された算定モデルを用いて定量化を試みる。

- 「社会的インパクト評価」・・・図表2-1の通り、ある活動がどのような直接の結果（アウトプット）を生み、初期的、中期的、長期的にどのような成果（アウトカム）に繋がるかを示すロジック・モデルを作成し、評価すべき項目とその評価方法を定めて、定期的に効果測定を行う手法
- 「ロジック・モデル」・・・図表2-2の通り、事業主体の資源・活動から長期的な社会的・環境的な成果の達成までの関係を繋ぎ合わせたもので、事業が成果を上げるために必要な要素を体系的に図式化した一般的な手法

図表2-2 ロジック・モデルの作成イメージ



(出所) 図表2-1および図表2-2ともに、PwCあらた有限責任監査法人『内閣府委託「社会的インパクト評価の普及促進に係る調査」社会的インパクト評価実践研修ロジック・モデル作成の手引き』（2017年1月）を基にスポーツ庁・DBJ作成

図表2-1 社会的インパクト評価プロセスの概要

計画	1	ロジック・モデルを作る	事業目標の実現に向けた、事業の資源、活動、直接の結果、成果のロジック（因果関係）を整理する。
	2	評価する成果を考える	ロジック・モデルで整理した成果のうち、評価の対象とする成果を選ぶ。
	3	成果の測定方法を定める	評価対象とした成果について、指標と測定方法を定める。
	4	評価のデザインを決める	どのように評価を行うかのデザインを決める。
実行	5	データを収集する	評価のデザインに沿って、決めた指標についてデータを集める。
分析	6	データを分析する	集めたデータを分析し、期待した成果が上がっているか、課題や阻害要因を分析する。
活用・報告	7	事業改善につなげて報告をする	分析した結果に基づき、事業を改善する。結果を組織内外の利害関係者（ステークホルダー）に報告する。

本レポートの検討範囲

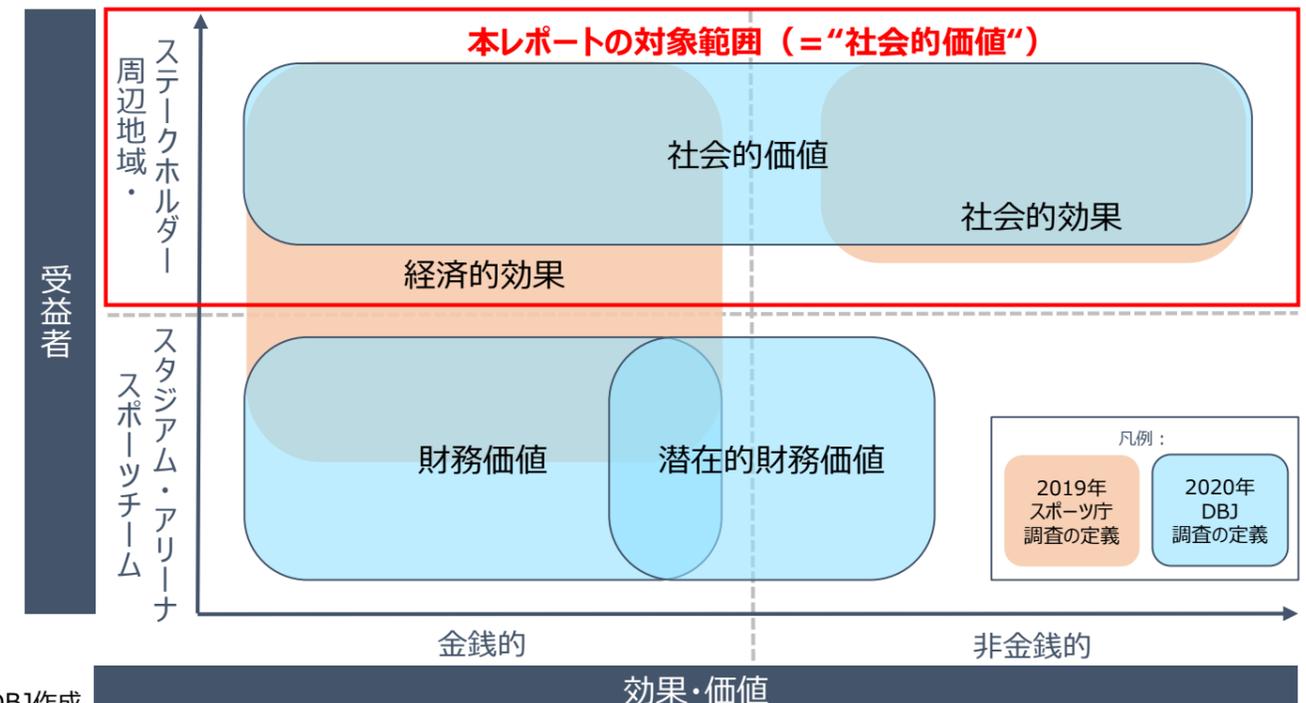
②本レポートにおける効果・価値の整理（「社会的価値」の定義）

- 前出の2019年スポーツ庁調査と2020年DBJ調査は、図表2-3の通り、効果・価値の捉え方について相違がある。
- 両調査とも、スタジアム・アリーナおよびスポーツチームの効果・価値として、スポーツに係る周辺のステークホルダーが受益する効果・価値も含めて評価するという点では一致している。そこで、本レポートにおいても、**スタジアム・アリーナおよびスポーツチームが持つ事業性価値以外の周辺地域やステークホルダーにもたらされる価値の可視化・定量化を試みる**。したがって、本レポートにおいて調査対象とする効果・価値は、図表2-3の赤枠に表す範囲となる。
- なお、本レポートでは便宜上、スタジアム・アリーナやスポーツチームが持つ事業性価値以外の周辺地域・ステークホルダーにもたらされる価値について、「**社会的価値**」と用語を統一して説明することとする。

本レポートにおける「社会的価値」の定義

スタジアム・アリーナやスポーツチームが持つ事業性価値以外の周辺地域のステークホルダーにもたらされる価値

図表2-3 本レポートにおける効果・価値の整理



(出所) スポーツ庁・DBJ作成

2. スタジアム・アリーナおよびスポーツチームの社会的価値の可視化・定量化へのアプローチ

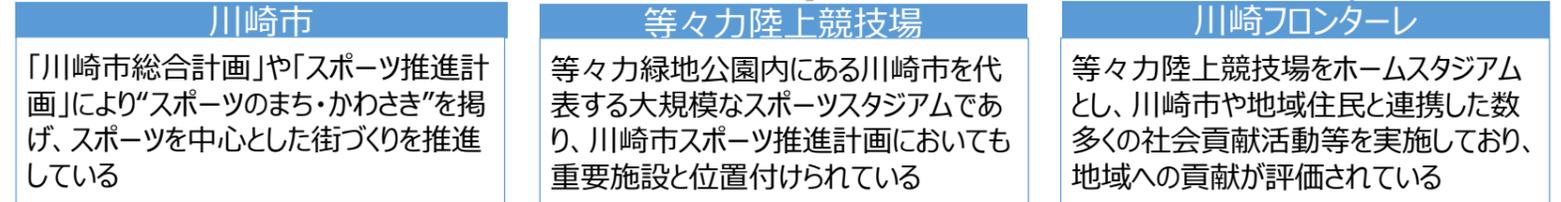
③本レポートにおけるケーススタディの対象範囲

本レポートにおけるケーススタディの対象スタジアム・スポーツチーム

本レポートでは、地域（地方自治体）、スタジアム、ホームチームそれぞれが連携し、スタジアム・アリーナ周辺地域への社会的価値の創出に取り組んでいる好事例と考え、**等々力陸上競技場**および**川崎フロンターレ**をケーススタディの対象とする

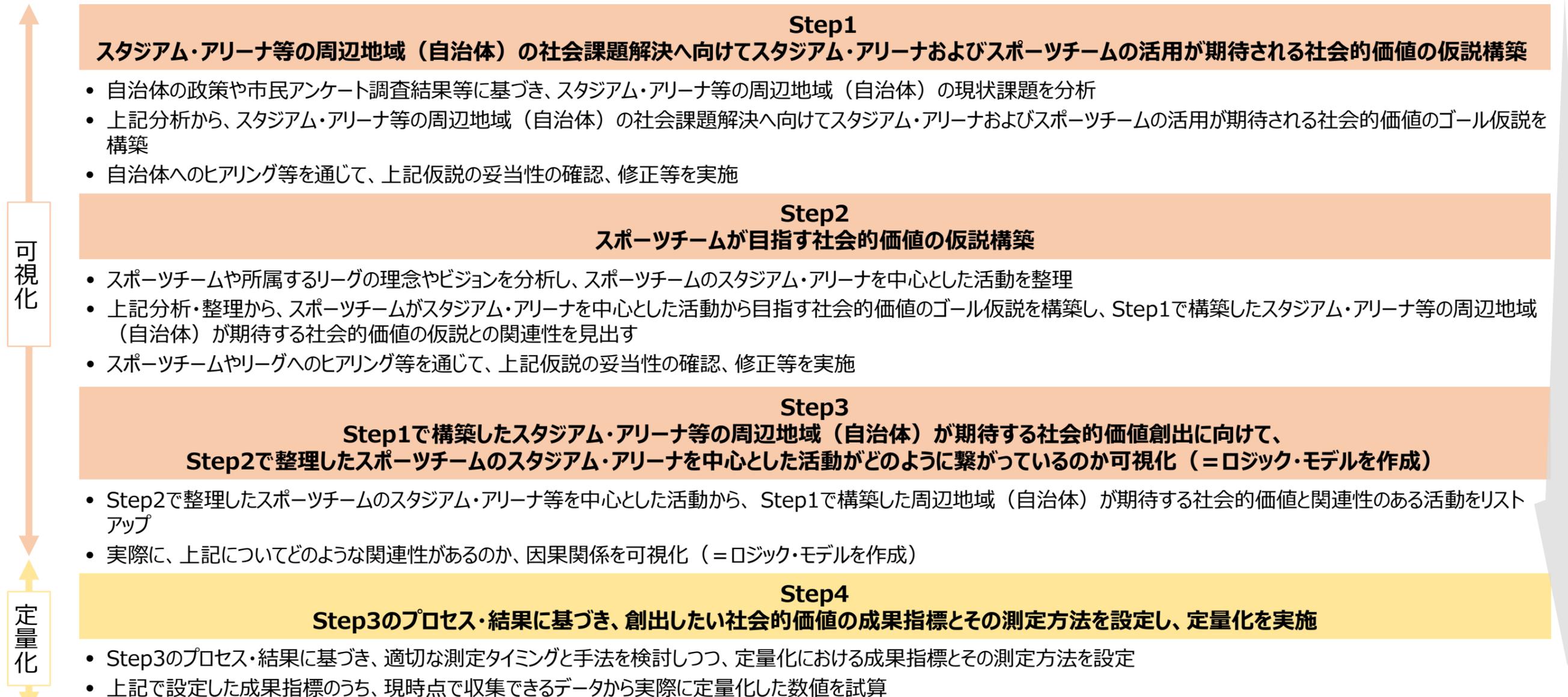
川崎市・等々力陸上競技場・川崎フロンターレが目指す社会的価値

協力・連携し川崎市の街づくりに向けた取組みを実施



④スタジアム・アリーナおよびスポーツチームの社会的価値の可視化・定量化へのアプローチ

図表2-4 スタジアム・アリーナ等が周辺地域にもたらす社会的価値の可視化・定量化のアプローチイメージ



3. 等々力陸上競技場および川崎フロンターレをケーススタディとした社会的価値の可視化・定量化へのアプローチ

Step1. 川崎市が期待する社会的価値の仮説構築

- ① 川崎市スポーツ推進計画や市民アンケートの結果に基づき、川崎市が抱えている社会課題を分析
- ② 上記分析から抽出された社会課題のうち、川崎市の社会課題解決に向けてスタジアム・アリーナおよびスポーツチームの活用が期待される社会的価値の仮説を構築
- ③ 川崎市へのインタビュー等を通じて、上記仮説の妥当性の確認、修正等を実施

川崎市が期待する社会的価値を6項目構築

川崎市で考えられる社会課題		川崎市が期待する社会的価値の仮説
地域活性化	<ul style="list-style-type: none"> 川崎市内の昼間人口が少なく、昼間の経済活動が縮小する可能性 川崎市内で新しいビジネスが創出されづらく、将来的に経済活動や雇用が縮小する可能性 	①川崎市の地域経済の活性化
災害	<ul style="list-style-type: none"> 高齢者や一人暮らし世帯の増加に備え、地域もコミュニティの強化が必要 地域イベントやボランティアの参加率が低く、川崎市への帰属意識が希薄化 	②川崎市の地域住民の繋がりやコミュニティの強化
育児・教育	<ul style="list-style-type: none"> 災害発生時に大きな被害が発生する可能性 災害対策が不十分なため、住民満足度が下がり市外へ人口が流出する恐れ 	③川崎市を災害に強い街へ
健康	<ul style="list-style-type: none"> 就学前児童に対して、保育園の増設など子育て環境の整備が必要 子どもの孤立化を避けるため、地域全体で教育を行う環境の整備が必要 	④川崎市内の育児・教育水準の向上
生活・暮らし	<ul style="list-style-type: none"> 健康的な暮らしを担保するため運動習慣をつける動機付け 高齢者の増加による介護負担および医療費の増大 	⑤川崎市民の健康の推進
	<ul style="list-style-type: none"> 川崎市に魅力や良いイメージがあると感じている人が少なく、市外へ人口が流出する恐れ 川崎市の魅力や良いイメージが伝わらず、来訪者が減少 川崎市内で地域格差が生じてしまい、市民の一体感が生まれにくい可能性 	⑥全ての人に開かれた魅力ある川崎市のイメージ作り

(出所) スポーツ庁・DBJ作成

Step2. 川崎フロンターレが目指す社会的価値の仮説構築

- ① 川崎フロンターレのビジョン分析やインタビュー等を通じ、ステップ1で構築した社会的価値6項目との関連性を見出す
- ② その上で、等々力陸上競技場および川崎フロンターレを通じて創出できる社会的価値を絞り込む
- ③ 川崎フロンターレへのインタビュー内容と、上記仮説の妥当性の確認、修正等を実施

川崎市が期待する社会的価値を6項目と、等々力陸上競技場・川崎フロンターレの活動との関連性を整理

	川崎フロンターレのビジョンに基づく活動								
	日常※1						非日常※2		
	スポーツ	体力向上	健康	文化・教育	まちとのつながり	地域産業の機会創出	プロサッカー試合の開催	全国規模・国際催事	フロンパークの開催
①川崎市の地域経済の活性化					△	○	○		
②川崎市の地域住民の繋がりやコミュニティの強化	○	○	○	○	○		○	○	○
③川崎市を災害に強い街へ					△				
④川崎市内の育児・教育水準の向上	△	△		○					△
⑤川崎市民の健康の推進	△	○	○						△
⑥全ての人に開かれた魅力ある川崎市のイメージ作り	○	○	○	○	○	○	○	○	○

※1：川崎フロンターレの“日常”の活動
⇒まちと市民の“日常”と身近な存在となる活動
(地域に密着して、市民の日常生活に欠かせない教育や健康等を推進する活動)

※2：川崎フロンターレの“非日常”の活動
⇒日常の中に“非日常”を提供する活動
(市民の日常生活に感動や興奮を与え、市民の興味・関心を惹きつける活動)

(出所) スポーツ庁・DBJ作成

3. 等々力陸上競技場および川崎フロンターレをケーススタディとした社会的価値の可視化・定量化へのアプローチ

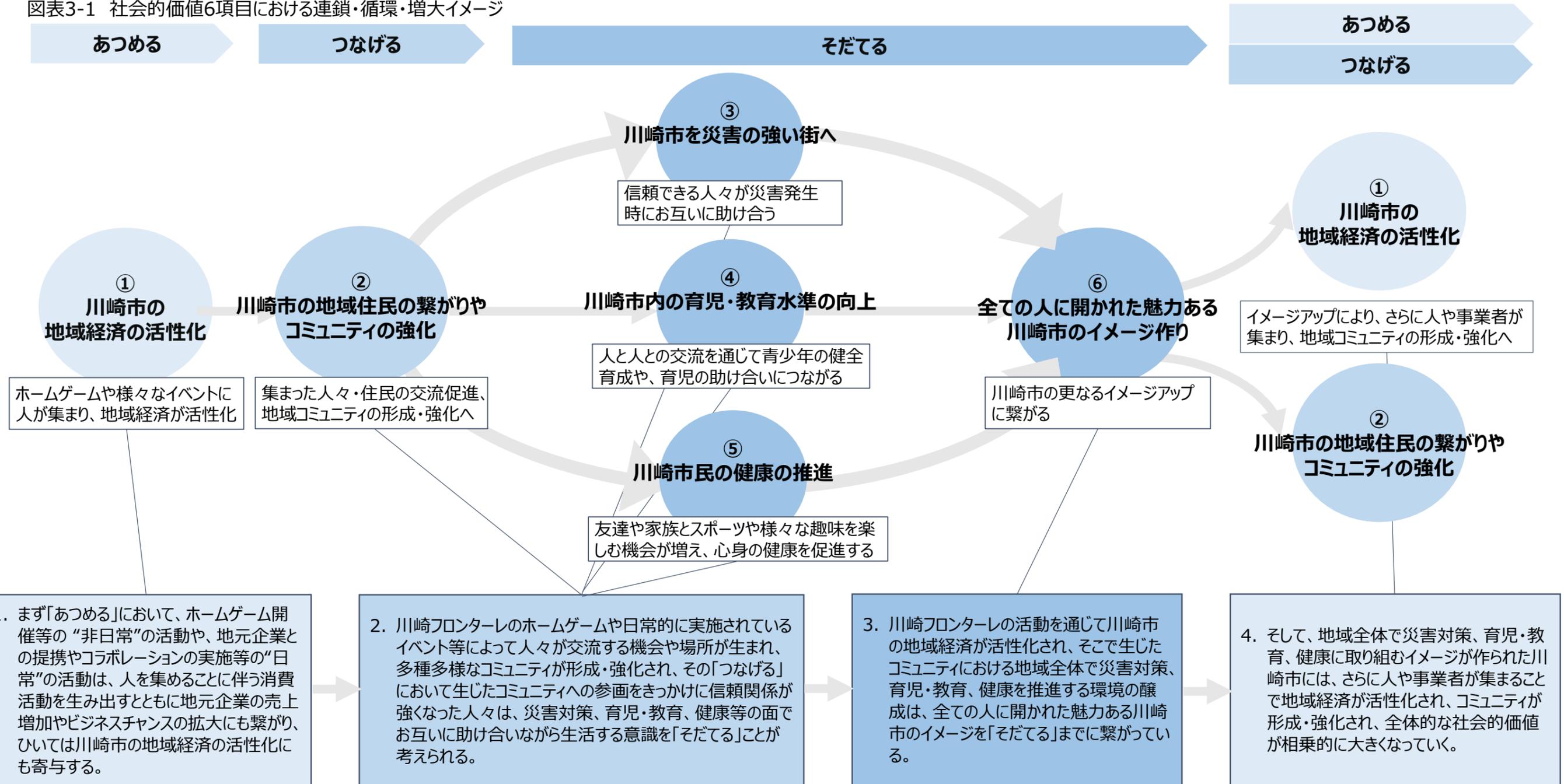
Step3. 等々力陸上競技場および川崎フロンターレが生み出す社会的価値の可視化

- ① Step2で見出された等々力陸上競技場・川崎フロンターレの活動と、川崎市が期待する社会的価値6項目との関連性を整理
- ② 等々力陸上競技場・川崎フロンターレの活動および川崎市と協力して実施した事業やイベント等が、川崎市が期待する社会的価値6項目とどのように繋がっているか、その因果関係を可視化 (=ロジック・モデルを作成)

等々力陸上競技場・川崎フロンターレの活動および川崎市と協力して実施した事業やイベント等と、川崎市が期待する社会的価値6項目との因果関係の可視化

- 6項目の社会的価値はそれぞれ独立しているのではなく、「あつめる」→「つなげる」→「そだてる」という段階的な分類の中で、**社会的価値⑥を長期的な成果として社会的価値①～⑤が構成され、それぞれの価値が連鎖・循環することで全体的な社会的価値が相乗的に大きくなっていく**と考えられる

図表3-1 社会的価値6項目における連鎖・循環・増大イメージ



(出所) スポーツ庁・DBJ作成

3. 等々力陸上競技場および川崎フロンターレをケーススタディとした社会的価値の可視化・定量化へのアプローチ

Step4. 等々力陸上競技場および川崎フロンターレが生み出す社会的価値の定量化

- ① Step3で作成したロジック・モデルにより可視化された社会的価値6項目のうち、進歩を把握できる評価指標を設定
- ② 設定した評価指標のうち、実際に定量化できる成果指標の測定を試みる

川崎市が期待する社会的価値を6項目それぞれに成果指標と測定方法を設定し、定量化を試みる

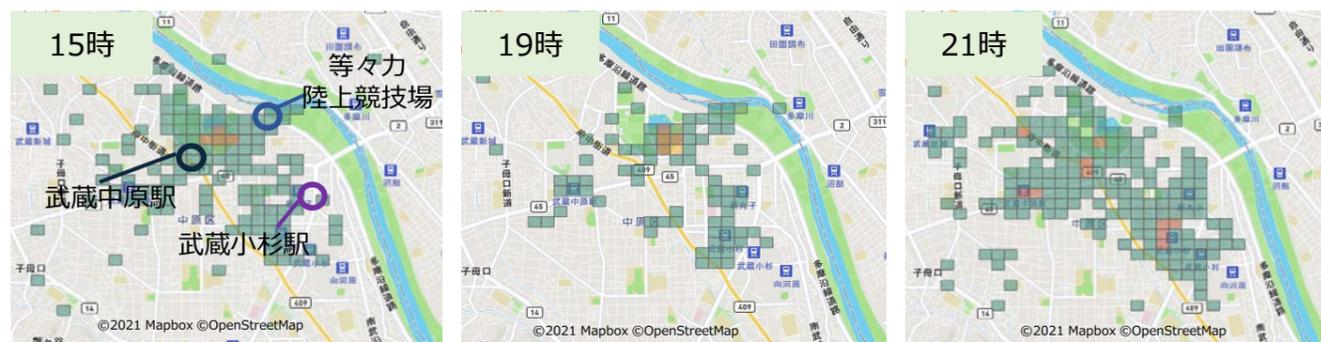
社会的価値		成果指標	測定方法	結果
あつめる	①川崎市の地域経済の活性化	・試合前後における等々力陸上競技場周辺への人流	GPSデータ調査	試合前後における等々力陸上競技場に来訪した観戦者の流れとして、GPSデータ（混雑統計®）調査等により、周辺駅（武蔵小杉駅、武蔵中原駅）において、飲食店等の利用とみられる一定の滞在が確認された（図表3-2参照）。
		・川崎名物の販売店舗数 ・サポートショップの加盟店舗数 ・「まちとのつながり」事業数	実データ調査	
つなげる	②川崎市の地域住民の繋がりやコミュニティの強化	・就労体験参加者数 ・イベント参加者数 ・アシストクラブ数	実データ調査	川崎フロンターレの各活動の長期的成果として、“ソーシャルキャピタル”をアンケートに基づいて定量化を試みたところ、信頼度、付き合い・交流、社会参加のいずれの観点でも、等々力陸上競技場における観戦行動を行う市民の方が、そうでない人に比べ相対的にソーシャルキャピタルの度合いが高い結果となった。
		・ソーシャルキャピタル	アンケート調査	
そだてる	③川崎市を災害に強い街へ	・連携協定締結数 ・「防災かるた」大会の参加学校数	実データ調査	連携協定およびアシストクラブによる市民への交流機会の提供は、地域コミュニティの強化や地域住民の防災知識の習得に貢献している。
	④川崎市内の育児・教育水準の向上	・託児室受入児童数 ・啓発イベント関連数 ・アカデミー出身のプロ選手数 ・「算数ドリル」配布数	実データ調査	2019シーズンにおいて、スタジアム内に託児室を設置し、約300人が利用した。2019年は、川崎市市内公立小学校114校の全小学6年生および特別支援学校3校に算数ドリルが配布された。
	⑤川崎市民の健康の推進	・サッカースクール参加者数 ・健康教室事業関連数	実データ調査	サッカースクールや健康教室等のスポーツ機会の提供を行っている。
	⑥全ての人に開かれた魅力ある川崎市のイメージ作り	・川崎フロンターレのホームゲーム観戦者への川崎市に対する「愛着」と「誇り」に関する指標	アンケート調査	「川崎市への愛着・誇り」アンケート調査において、等々力陸上競技場での観戦経験のある人が観戦経験がない人に比べ、川崎市に対して強い「愛着」や「誇り」を有していることが明らかになった（図表3-3参照）。

(出所) スポーツ庁・DBJ作成

図表3-2 社会的価値①「川崎市の地域経済の活性化」に関するGPSデータ測定結果

対象者	2019シーズンにおいて、等々力陸上競技場に来訪した試合の観戦者（試合時間中に15分以上等々力陸上競技場エリア内に滞在したことにより判定）
範囲	等々力陸上競技場を中心とした4km四方

ナイトゲーム[キックオフ：17時または19時]における試合前後の人流(2019シーズン合計)



「混雑統計®」©ZENRIN DataComCO., LTD.

図表3-3 社会的価値⑥「全ての人に開かれた魅力ある川崎市のイメージ作り」に関するアンケート調査結果

対象	川崎市に居住する20代～60代の男女個人
調査期間	2021年1月8日（金）～1月11日（月）
調査方法	調査モニターを用いたインターネット調査
集計数	800人 以下の問のうち、1及び5の回答者を対象として、それぞれ400人ずつ回収 Q.あなたはこれまでに、川崎フロンターレの応援を目的として、等々力陸上競技場に試合を観戦しに行ったこと・観戦しに行こうとしたことがありますか。 A. 1 観戦に行ったことがある 2 観戦に行こうとしたが、チケットが取れなかった 3 観戦に行きたいと考えたことはあるが、チケットを取ろうとしたことはない 4 チケットは取ったが、観戦にはいかなかった 5 観戦に行ったこと、または、観戦に行こうとしたことはない ※1点（まったくあてはまらない）～10点（非常にあてはまる）の10段階で回答
結果	Q1. あなたは川崎市に愛着を持っているといえますか？ A1. 観戦に行ったことがある方の67.4%が、7～10点と回答（観戦に行っていない方は、47.5%が7～10点と回答） Q1. あなたは川崎市に誇りを持っているといえますか？ A1. 観戦に行ったことがある方の61.3%が、6～10点と回答（観戦に行っていない方は39.7%が6～10点と回答）

4. ケーススタディの結果を踏まえた考察・社会的価値算定に係る今後の課題および可能性

① ケーススタディの結果を踏まえた考察

- 川崎市が期待する社会的価値6項目（①川崎市の地域経済の活性化、②川崎市の地域住民の繋がりやコミュニティの強化、③川崎市を災害に強い街へ、④川崎市内の育児・教育水準の向上、⑤川崎市民の健康の推進、⑥全ての人に開かれた魅力ある川崎市のイメージ作り）は、それぞれ等々力陸上競技場および川崎フロンターレにおける“非日常”と“日常”の活動と関連。
- その社会的価値6項目は、「あつめる」→「つなげる」→「そだてる」という段階的な分類の中で、社会的価値⑥を長期的な成果として社会的価値①～⑤が構成するひとつのロジック・モデルであり、**それぞれの価値が連鎖・循環することで全体的な社会的価値が増大**。
- 特にポイントである社会的価値⑥（全ての人に開かれた魅力ある川崎市のイメージ作り）の定量化を試みるために実施したアンケート調査によると、等々力陸上競技場での観戦経験がある人とそうでない人との間に、川崎市に対する誇りと愛着度に差が生じていることが明らかになる等、**スタジアムおよびスポーツチームにおける活動がスタジアム周辺地域住民のシビックプライドやソーシャルキャピタルの醸成に寄与**することが示唆された。

【スポーツチームの“非日常”と“日常”の活動の関連性】

- スポーツチームの“非日常”の活動と“日常”の活動がメディアやSNSに取り上げられることによって、そのスポーツチームの人気・ブランド・信頼感といったものが醸成され、利用価値（観戦価値）および非利用価値（非観戦価値）ともに高まる相乗効果を生み出す（図表4-1参照）。

【スポーツチームと自治体・地元組織との共創】

- スポーツチームが有する求心力およびブランドから生み出される地域貢献・社会貢献へのイメージが、スポーツチームをハブとした自治体・地元組織との共創に繋がる。

図表4-1 スポーツチームの“非日常”と“日常”の活動の相乗効果イメージ



(出所) スポーツ庁・DBJ作成

② 社会的価値算定に係る課題

- 社会的価値には、定量評価が可能な価値や定性評価しかできない価値、測定データが簡単にとれる価値やとれない価値等様々な性質があるため、**全ての社会的価値を同じように評価するのではなく、それぞれの社会的価値の性質を考慮して、適切な成果指標と測定方法を検討することが重要**。
- 社会的価値は、受益者が偏在するとともに様々な要因によって形成される価値であり、定量化のデータ収集が困難な場合がある。
- 社会的価値は、測定データの解釈が難しい場合があり、評価者の恣意性の介在や手法の不統一性等にも留意が必要であるため、どのスタジアム・アリーナやスポーツチームでもできる限り汎用的に活用できるような手法の統一が望ましい。

今後、スタジアム・アリーナおよびスポーツチーム等のスポーツ分野における社会的価値が可視化・定量化されるにあたり、本レポートで示したアプローチ手法をどのスタジアム・アリーナおよびスポーツチームでも汎用的に活用できるよう修正・検討が必要

③ 社会的価値算定に係る今後の可能性

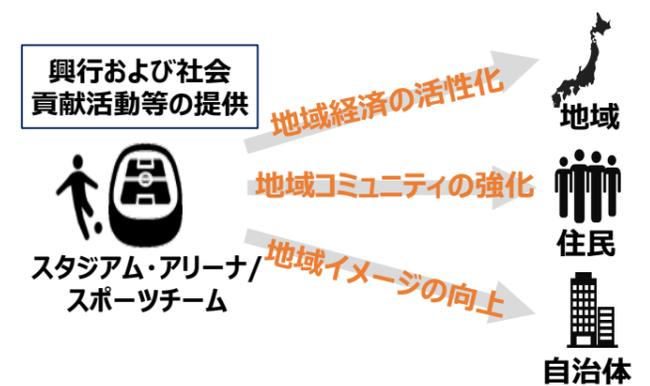
- 今後、スタジアム・アリーナおよびスポーツチームが周辺地域にもたらす社会的価値をより正確に測定するためには、スタジアム・アリーナの整備前後におけるデータ比較を行うことが望ましい。
- 複数の時点で測定した比較可能なエビデンスの質の高いデータを把握することで、他の公共施設やスポーツチームの社会的価値を測定をする際にもそのデータを援用できる可能性あり。
- どのスタジアム・アリーナやスポーツチームでも比較可能な手法や成果指標の統一は、ステークホルダーが社会的価値を認識するための手助けとなり、かつスタジアム・アリーナの整備検討における議会や地域住民への説明材料として活用され、スポーツチームの支援や誘致へ繋がることを期待されている。

スタジアム・アリーナおよびスポーツチームが周辺地域にもたらす社会的価値の可視化・定量化



- スタジアム・アリーナの整備検討における議会や地域住民への説明材料として活用され、スポーツチームの支援や誘致へ繋がる可能性
- スタジアム・アリーナおよびスポーツチームの活動が地域社会の課題解決に貢献、スポーツを活用した持続可能な社会の実現および地域創生へ

図表4-2 地域への波及効果イメージ



(出所) スポーツ庁・DBJ作成