

■ジェネレータ会議のハイライト

1. 取り組みの背景：クラブのサステナビリティを“社会実装”へ

FC東京は、サステナビリティをクラブ運営の重要テーマの一つとして位置づけ、地域・スタジアム・学校などを舞台にした取り組みを進めています。今回の会議では、組織横断での推進体制づくり、今後の情報発信の方針、学習・浸透施策（ブックレット制作等）の進捗を共有しました。あわせて、気候アクションにおける難所である「理解→自分ごと化→行動」を乗り越えるために、参加導線やネーミング、現場体験、コミュニティ内の対話設計の重要性について意見交換を行いました。



2. 外部枠組みを参照した「可視化と改善」：SPL（Sport Positive Leagues）を題材に

SPLは、クラブの気候アクションを複数の観点で整理し、各クラブ・リーグが自らの改善につなげることを後押しする取り組みとして知られています。本会では、スポーツ界で広がる“取り組みの可視化と改善”の潮流を共有する題材の一つとして、Sport Positive Leagues（SPL）など外部の枠組みの考え方を紹介しました。

議論では、外部の枠組みを単なる「チェックリスト」として扱うのではなく、クラブの文脈や地域性に合わせて“自分たちの実装”に落とし込むことが重要である点を確認。国内外の先行事例（情報発信の工夫、施策の体系化、企業連携の例など）も参照しながら、FC東京としての進め方を検討しました。

一般社団法人 SWITCH 代表理事の佐座氏は、「FC東京のサステナビリティは、ワクワクする試合体験に加え、スタジアム周辺や東京全体を巻き込む“共創”として設計したい」と述べました。気候変動対応は国際的にも潮流が強まる中、点数やチェックリストに終始せず“FC東京らしさ”を軸に、ファンサポーターや子ども、大学生など多様な担い手と行動変容につなげていく考えを示しました。



3. 「見える化」の高度化：SROI等の評価アプローチを“検討テーマ”として共有

活動の成果をより分かりやすく説明し、改善につなげていくための方法として、SROI（Social Return on Investment）をはじめとする評価アプローチについても基本的な考え方を共有しました。

本会で強調されたのは、評価が目的化することを避けつつ、アウトプット中心からアウトカム中心へ視点を広げ、「どのような変化が生じたか」を捉える設計の重要性です。今後、評価のスコープ設定（対象・範囲）、ステークホルダーの整理、アウトカム仮説の設計、データ取得方法などを含め、現実的な運用負荷も踏まえながら検討を進めていきます。

中京大学准教授の塚本氏は次のように述べました。「スポーツクラブの社会的な価値は生まれていても“見えにくい”ため、サステナビリティの取り組みこそ見える化が重要です。」また「回数や参加人数などのアウトプットだけでなく、誰にどんな変化が起きたか（アウトカム）まで捉え、SROI等の手法も参考に意思決定と改善につなげることが大切です。横比較より年次の前後比較で継続的に振り返り、改善点を見出ししていくことが有効だと考えます。」



4. 対話の成果：参加者の声と、今後のテーマ候補

グループワークでは、率直な質問や提案が相次ぎ、取り組みを“自分ごと”として捉える視点で活発な意見交換が行われました。「“伝わる”情報にする発信」「スタジアムで参加できる具体的なアクション」「家族で取り組める仕組み」「食・容器・資源循環」「防災など都市課題との接点」など、多様な視点から意見が交わされました。FC東京は、こうした声を今後の施策設計や発信に活かし、継続的に対話と実装を回していきます。



■参加したファン・サポーターの声

1) 価値の見える化（評価の捉え方）

参加者からは「評価の数値を聞いて驚きました。どういう要素が反映されているのか、考え方をもう少し知りたいです」という声が上がりました。

また「自分たちの活動では“参加したい”という反応はある一方で、金額としての評価にはギャップもあります。その差をどう捉えるべきか気になりました」といった意見も聞かれました。

2) 他競技（プロ野球等）との連携可能性

参加者からは「観戦規模の大きい他競技でも、同じような取り組みが広がる余地があるのでは。東京のチーム同士で連携して発信できたら面白い」という提案がありました。「相互来場や共同企画のような“わかりやすい連携”が、認知を広げるきっかけになりそう」という声も上がりました。

3) 大学生インストラクター／アンバサダーのイメージ

参加者からは「大学生インストラクターは、既存のファン学生だけでなく、環境に関心のある学生も含めて広げていくイメージでしょうか」、「すでに活動している学生団体もあるので、連携の入口を増やせそうです。紹介できる学生もいます」といった前向きな声も聞かれました。

4) Jリーグ内での差別化／“FC 東京らしさ”

参加者からは「取り組みの差が出てくる中で、FC 東京はどんな“らしさ”で存在感を出していけるのか、差別化のポイントを考えたい」という問いが投げかけられました。

また「クラブ任せにせず、ファンも“火付け役”として一緒に取り組むことが大事だと思う」という意見もありました。

5) 東京という大都市での優先順位設定

参加者からは「欧州クラブは重点領域を絞って進めている印象がある。東京のような大都市では、どの課題から優先して取り組むのが良いのか悩ましい」という声が上がりました。

「まずは“できる範囲から”始めつつ、最重要課題（マテリアリティ）の整理も必要だと感じた」というコメントも聞かれました。

6) 発信の課題（継続線・届け方）

参加者からは「活動をまとめて発信するだけだと届きにくい。こまめな更新や継続的な発信が大切だと思う」という声がありました。

SWITCH グローバルリサーチャーの金子氏は「重要なのは“何をするか”に加えて“どう伝えるか”です。SNS 発信を強化しつつ、最終的には“人から人へ”の呼びかけが広がりを生むと考えています。参加導線と声かけの設計を整え、継続的に参加が増える形をつくりたい」

今後 FC 東京は、資源循環・脱炭素（電力）・生物多様性の方針を段階的に整理し、発信を進めます。スタジアムでの資源循環施策は、2月28日（柏レイソル戦の試合前）の試行を起点に、運用と改善を継続していく予定です。また、必要に応じて効果の把握・検証を行い、改善に反映するサイクルを回します。大学生インストラクター／アンバサダー層の参画拡大やコミュニティ連携を強化し、他クラブ・他競技との連携可能性も検討。イベント後のレポート更新や SNS での継続発信を通じて、参加導線を整えていきます。



FC東京 サステナビリティ推進部 部長 須藤義徳 コメント

「サステナビリティは“掲げること”が目的ではなく、日々の活動や地域との関わりの中で、実行し、改善し続けていくことが重要だと考えています。FC東京のソーシャルステートメント『わたしたちのくらしの未来につながるゴールを』のもと、ファン・サポーターのみなさま、パートナー企業、自治体、地域のみなさまと対話を重ね、具体的な行動につながる仕組みづくりを進めてまいります。今後は、先行事例の学びも取り入れつつ、取り組みの進捗を分かりやすくお伝えし、必要に応じて振り返りを行いながら、より良い形へ磨き込んでいきます。」



<本件に関するお問い合わせ>

FC東京 【サステナビリティ推進部】

E-mail : sharen@fctokyo.co.jp

公式サイト : <https://www.fctokyo.co.jp/>