



スポーツと社会貢献に関する意識調査結果

2021.04



## 1. 調査概要

1. 目的
2. 方法
3. 本調査における「社会貢献関心度」について

## 2. 調査結果

1. 調査結果サマリー
2. スポーツ観戦関心度×社会課題への意識
3. スポーツ共感度×社会貢献関心度
4. スポーツ観戦回数×社会貢献関心度
5. スポーツ選手やチームによる社会貢献活動の認知度
6. スポーツ選手やチームによる社会貢献活動の影響力

## 3. Appendix

# 調査概要

1. 目的
2. 方法

SDGs、社会貢献・地域貢献への取り組みは、企業の経営課題であり、企業活動そのものの在り方が問われています。

「Sports for Social」は、スポーツを通して、社会貢献活動に取り組んでいる企業・団体・個人を応援する「想い」と「共感」のプラットフォームです。我々は、スポーツの持つ感動や喜びなど「共感」を生む力を通じて、人がなにか行動を起こすきっかけとなる「想い」を届けるために、「Sports for Social」の活動を続けています。

我々の活動そのものの価値を可視化して、「Sports for Social」の想いを伝えるべく、スポーツへの関心度と社会貢献に対する意識について、独自調査を実施しました。

**調査手法**

インターネット消費者パネルを対象にサンプリングしたアンケートによる定量調査

**サンプリングパネル**

- ・対象エリア：全国
- ・対象者条件：10～60代の男女（fastaskパネル）
- ・調査期間：2021年3月5日～3月7日
- ・割付方法：令和2年国勢調査による、性別×年代の人口動態割付/合計1,206サンプル

本調査において、「Q1. 社会課題への意識」「Q2. 消費行動における社会貢献への意識」「Q3. 今後の社会貢献への意欲」の3つの設問の回答（5段階評価）を足し合わせて、「社会貢献関心度：1～15ポイント（1：低い15：高い）」とする。

Q1	あなたは「社会課題の解決」について、関心がありますか。 ※社会課題の例：環境問題、人種差別、性差別（ジェンダー平等）、貧困問題、戦争・紛争の問題、働き方の問題など
Q2	あなたは普段の消費行動において、「社会課題」や「社会貢献」を意識していますか。 ※例：マイバッグやマイタンブラーを使う、節水・節電、食べきれない量の食品を買う、環境に配慮された商品を購入する、シェアリングサービスを利用するなど
Q3	あなたは今後、ボランティア活動への参加や、「社会課題」を意識した消費行動を通じて、社会へ貢献したいと思いますか。

例：

- Q1. やや関心がある = 4ポイント
- Q2. どちらでもない = 3ポイント
- Q3. とても貢献したいと思う = 5ポイント

「社会貢献関心度」 = 12ポイント

# 調查結果

1. 目的
2. 方法

## **スポーツへの関心度が高い人は、「社会貢献」に対する関心・意欲が高い**

✓スポーツ観戦の関心度が高い人は、4.28ポイント高い (p.9)

✓スポーツへの共感度が高い人は、4.17ポイント高い (p.10)

✓スポーツ観戦回数が多い人は、2.1ポイント高い (p.11)

## **スポーツ選手やチームの「社会貢献活動」への取り組みをきっかけに「社会貢献活動」に興味関心を持ち、行動の変化を起こす**

✓スポーツ選手やチームの「社会貢献活動」が56.5%にポジティブな影響 (p.13)

✓スポーツ選手やチームによる「社会貢献活動」は、60.8%の社会貢献の意識を高める (p.14)

✓スポーツ選手やチームとともに「社会貢献活動」に取り組む企業に対して、80.1%が良い印象を持っている。 (p.15)



スポーツ観戦関心度が高い人は、スポーツ観戦関心度が低い人より社会貢献関心度が4.28ポイント高い。

スポーツへの関心度	社会貢献関心度(pts)	n
とても興味がある	<b>10.0</b>	203
興味がある	<b>8.63</b>	185
どちらでもない	<b>8.57</b>	185
あまり興味はない	<b>7.28</b>	388
全く興味はない	<b>5.72</b>	243

Q1. あなたは「社会課題の解決」について、関心がありますか。

※社会課題の例：環境問題、人種差別、性差別（ジェンダー平等）、貧困問題、戦争・紛争の問題、働き方の問題など

※「Q1. 社会課題への意識」「Q2. 消費行動における社会貢献への意識」「Q3. 今後の社会貢献への意欲」の3つの設問の回答（5段階評価）を足し合わせて「社会貢献関心度：1～15ポイント（1：低い、15：高い）」とする

スポーツへの共感性が高い人は、スポーツへの共感性が低い人より社会貢献関心度が4.17pts高い。

スポーツへの共感性	社会貢献関心度(pts)	n
強く感動・共感することがある	<b>9.85</b>	123
やや感動・共感することがある	<b>9.77</b>	146
どちらでもない	<b>8.83</b>	216
あまり感動・共感することはない	<b>7.40</b>	465
全く感動・共感することはない	<b>5.68</b>	254

Q2.あなたは普段の消費行動において、「社会課題」や「社会貢献」を意識していますか。

※例：マイバッグやマイタンブラーを使う、節水・節電、食べきれぬ量の食品を買う、環境に配慮された商品を購入する、シェアリングサービスを利用するなど

※「Q1. 社会課題への意識」「Q2. 消費行動における社会貢献への意識」「Q3.今後の社会貢献への意欲」の3つの設問の回答（5段階評価）を足し合わせて「社会貢献関心度レベル：1～15」とする

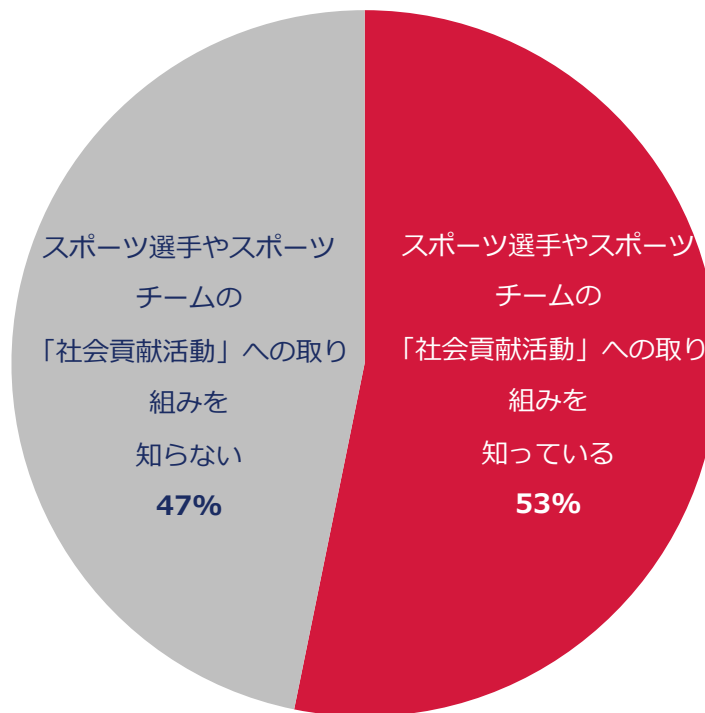
スポーツ観戦回数が多い人は、スポーツ観戦回数が少ない人より社会貢献関心度が2.1ポイント高い。

スポーツ観戦回数	社会貢献関心度(pts)	n
21回以上	<b>9.02</b>	386
11回~20回	<b>7.46</b>	355
4~10回	<b>7.19</b>	252
1~3回	<b>7.42</b>	85
行ったことがない	<b>6.92</b>	184

Q3.あなたは今後、ボランティア活動への参加や、「社会課題」を意識した消費行動を通じて、社会へ貢献したいと思いますか。

※「Q1. 社会課題への意識」「Q2. 消費行動における社会貢献への意識」「Q3.今後の社会貢献への意欲」の3つの設問の回答（5段階評価）を足し合わせて「社会貢献関心度レベル：1~15」とする

## スポーツ選手やチームによる「社会貢献活動」の認知度は、全体の53.2%

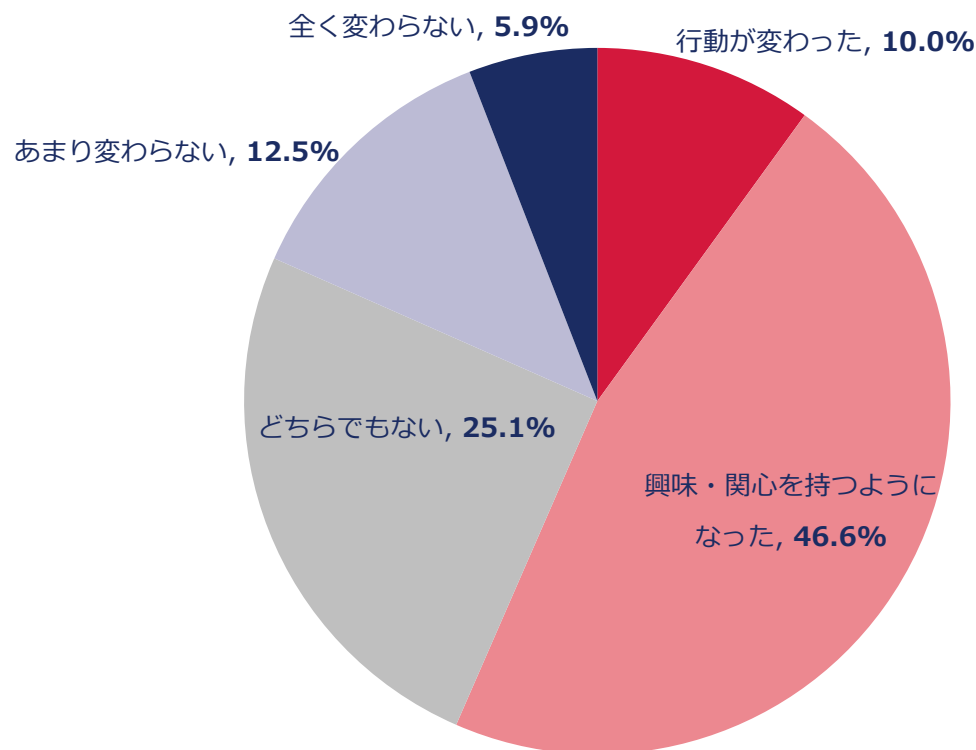


Q7. あなたは、スポーツ選手やスポーツチームの「社会貢献活動」への取り組みを知っていますか。

※社会貢献活動例：環境問題に対する地元のNPO法人や企業との協働、イベントの実施。ファン・サポーターとの地域清掃活動への参加。復興支援マッチの開催や、災害時の選手による募金活動。病気で入院や治療を余儀なくされている子どもやその家族をスポーツを通じて支える活動。子どもや高齢者を対象とした運動・体操教室の開催など。(n=1206)

## スポーツ選手やチームの「社会貢献活動」が56.5%にポジティブな影響

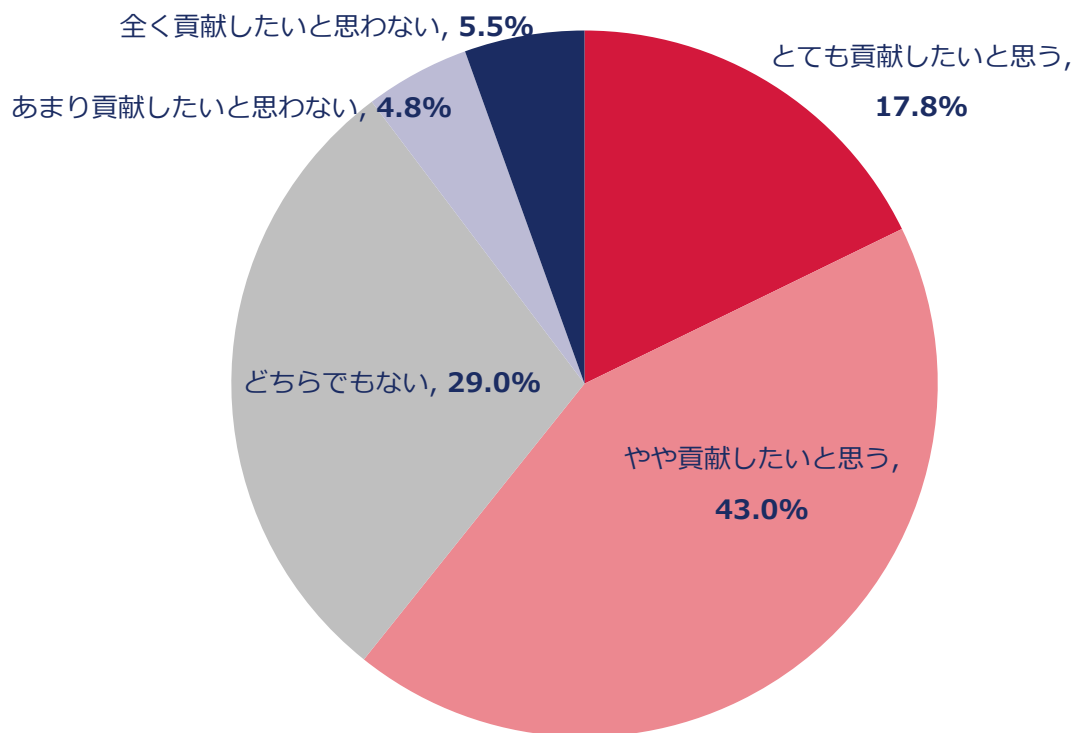
- ・スポーツ選手やチームによる社会貢献活動を知っている人のうち、スポーツ選手やスポーツチームの「社会貢献活動」を知って、10%が活動を知って「行動が変わった」と回答、46.6%が「興味・関心を持つようになった」と回答。



Q8. あなたは、スポーツ選手やスポーツチームの「社会貢献活動」を知って、どのような変化がありましたか。(n=642)  
※Q7. スポーツ選手やチームによる社会貢献活動を「知っている」と回答した人を対象

## スポーツ選手やチームによる「社会貢献活動」は、60.8%の社会貢献の意識を高める

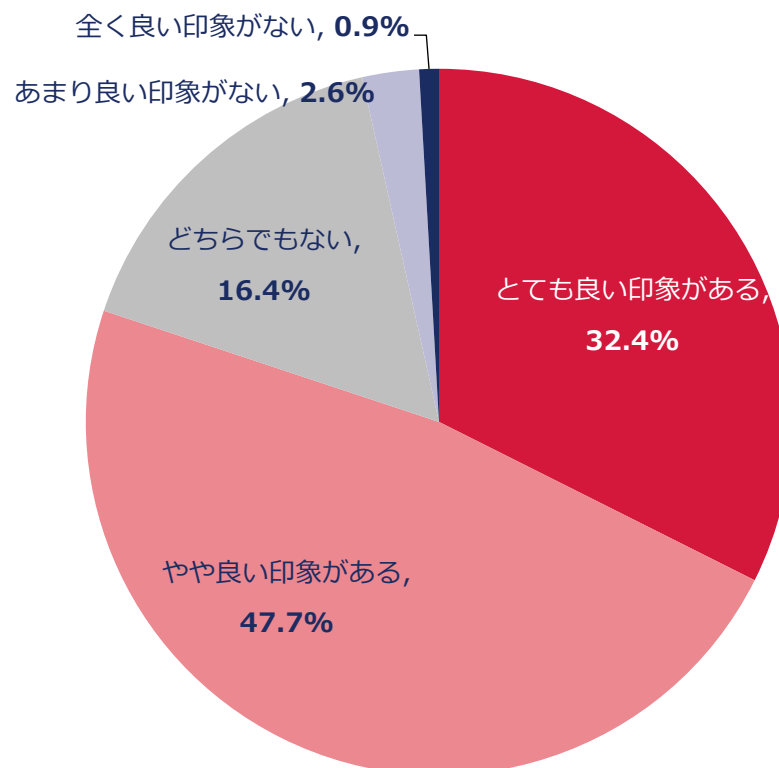
- ・スポーツ選手やチームによる社会貢献活動を知っている人のうちの17.8% が自分自身も社会に「とても貢献したいと思う」、43.0%が「やや貢献したいと思う」と回答。



Q9. あなたは、スポーツ選手やスポーツチームの「社会貢献活動」を知って、自分自身も「社会貢献」を意識しようと思えますか。(n=642)  
※Q7. スポーツ選手やチームによる社会貢献活動を「知っている」と回答した人を対象

## スポーツ選手やチームとともに「社会貢献活動」に取り組む企業に対して、80.1%が好印象

- ・スポーツ選手やチームによる社会貢献活動を知っている人のうちの80.1%が、スポーツ選手やチームとともに「社会貢献活動」に取り組む企業に対して80.1%が良い印象を持っている



Q10. あなたは、スポーツ選手やスポーツチームとともに、「社会貢献活動」に取り組む企業にどのような印象を持ちますか。(n=642)

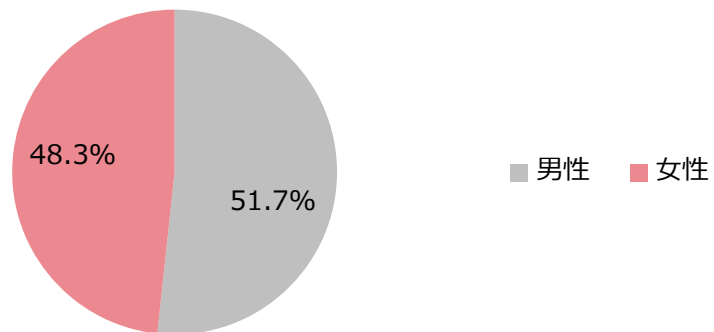
# Appendix

- 質問項目
- 回答者プロフィール
- GTデータ
- クロス集計データ

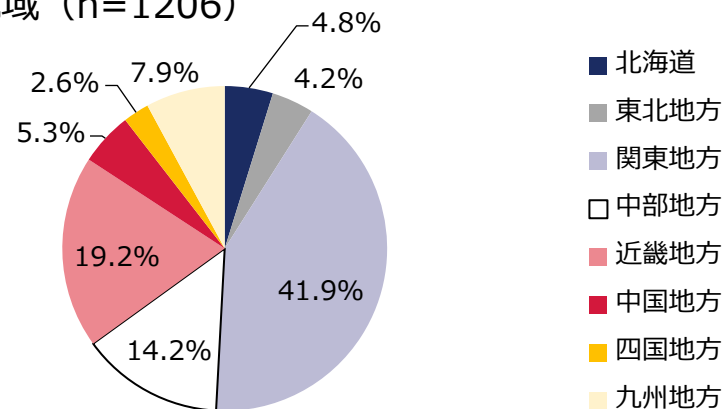


質問番号	質問内容
Q1	あなたは「社会課題の解決」について、関心がありますか。 ※社会課題の例：環境問題、人種差別、性差別（ジェンダー平等）、貧困問題、戦争・紛争の問題、働き方の問題など
Q2	あなたは普段の消費行動において、「社会課題」や「社会貢献」を意識していますか。 ※例：マイバッグやマイタンブラーを使う、節水・節電、食べきれぬ量の食品を買う、環境に配慮された商品を購入する、シェアリングサービスを利用するなど
Q3	あなたは今後、ボランティア活動への参加や、「社会課題」を意識した消費行動を通じて、社会へ貢献したいと思いますか。
Q4	あなたは、スポーツ観戦にどの程度興味がありますか。 (現地観戦、テレビ・インターネット観戦、パブリックビューイングなど観戦方法は問いません。)
Q5	あなたは、スポーツを見て感動・共感することがありますか。
Q6	あなたは今まで、スタジアムやアリーナで何回スポーツ観戦をしたことがありますか。
Q7	あなたは、スポーツ選手やスポーツチームの「社会貢献活動」への取り組みを知っていますか。 社会貢献活動例：環境問題に対する地元のNPO法人や企業との協働、イベントの実施。ファン・サポーターとの地域清掃活動への参加。復興支援マッチの開催や、災害時の選手による募金活動。病気で入院や治療を余儀なくされている子どもやその家族をスポーツを通じて支える活動。子どもや高齢者を対象とした運動・体操教室の開催など。
Q8	あなたは、スポーツ選手やスポーツチームの「社会貢献活動」を知って、どのような変化がありましたか。
Q9	あなたは、スポーツ選手やスポーツチームの「社会貢献活動」を知って、自分自身も「社会貢献」を意識しようと思いますか。
Q10	あなたは、スポーツ選手やスポーツチームとともに、「社会貢献活動」に取り組む企業にどのような印象を持ちますか。

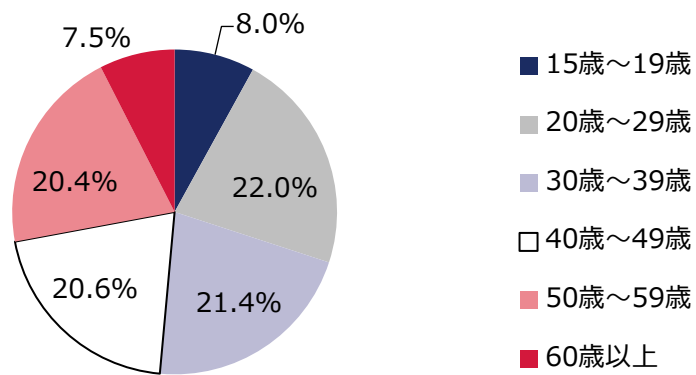
## 性別 (n=1206)



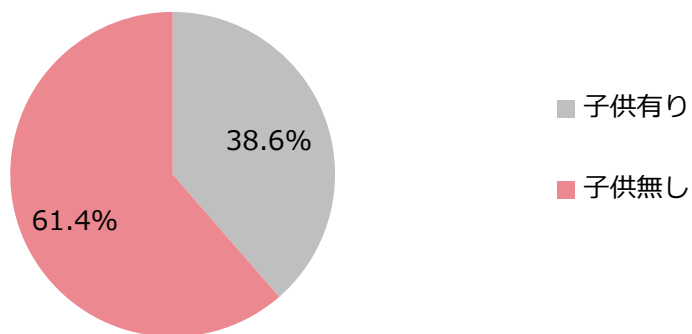
## 地域 (n=1206)



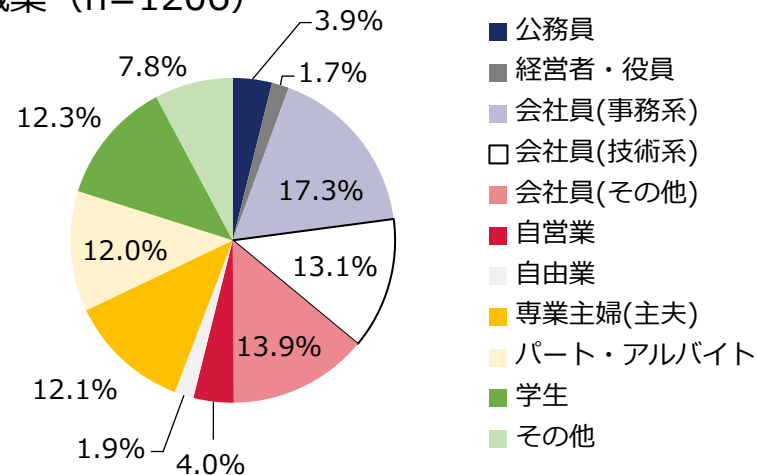
## 年齢 (n=1206)



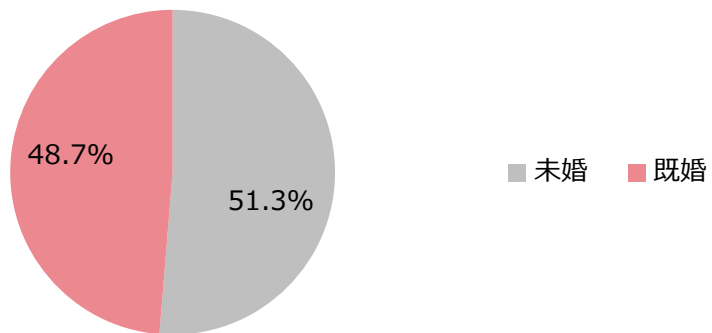
## 子供の有無 (n=1206)



## 職業 (n=1206)

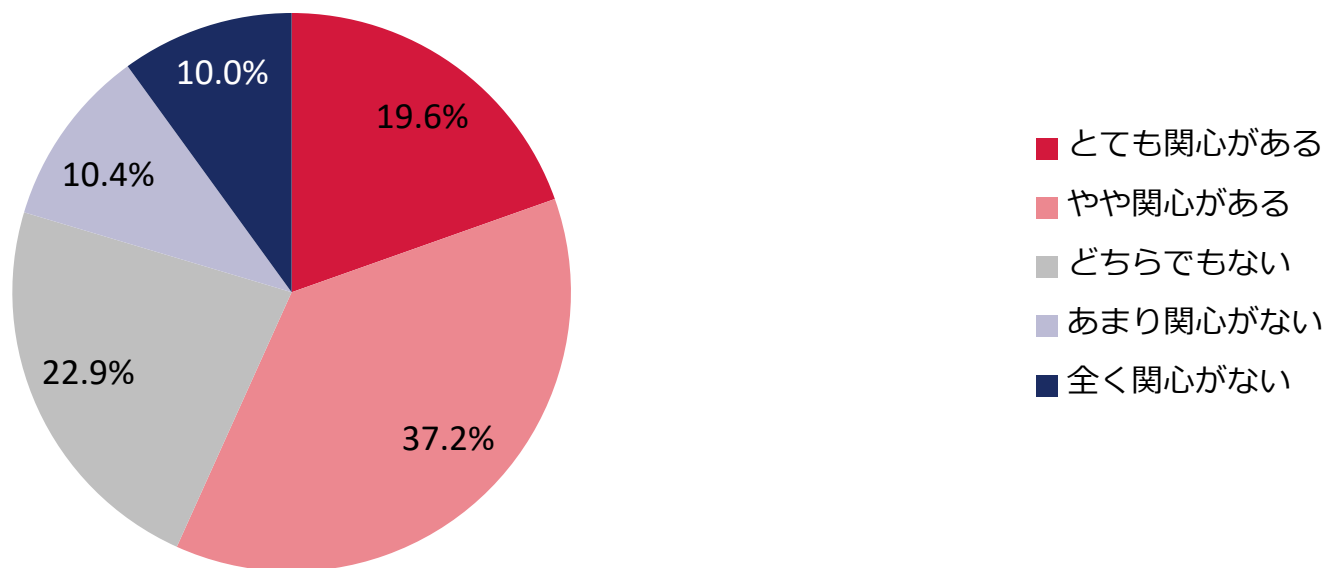


## MAR 未既婚 (n=1206)



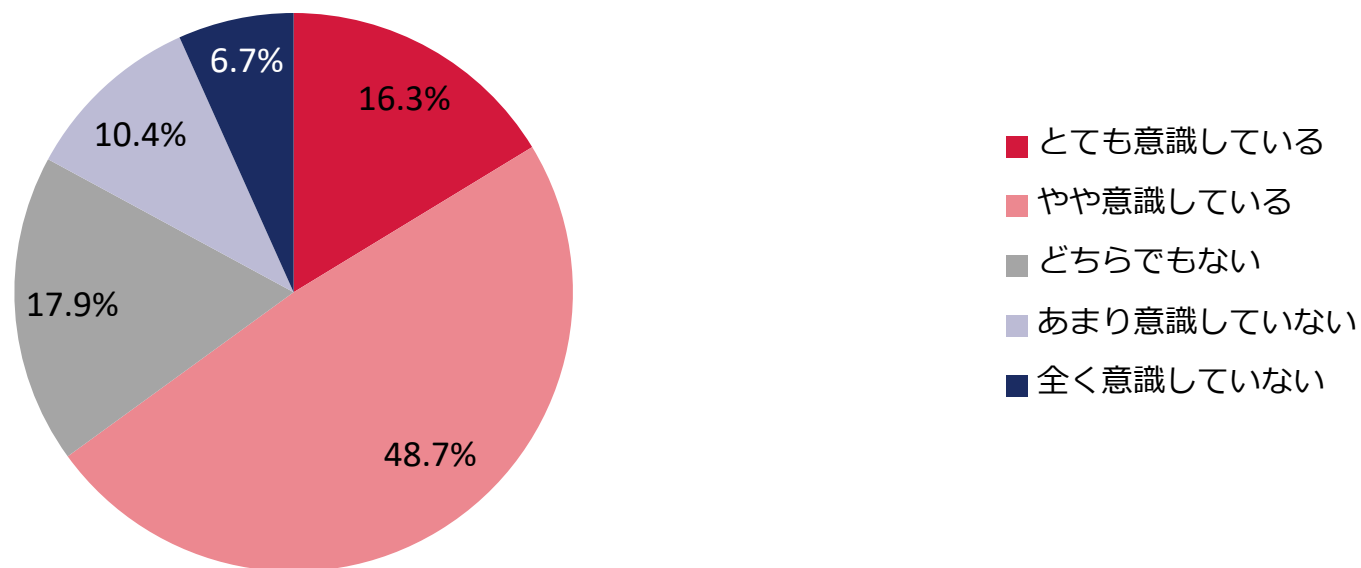
Q1. あなたは「社会課題の解決」について、関心がありますか。

※社会課題の例：環境問題、人種差別、性差別（ジェンダー平等）、貧困問題、戦争・紛争の問題、働き方の問題など（n=1206）

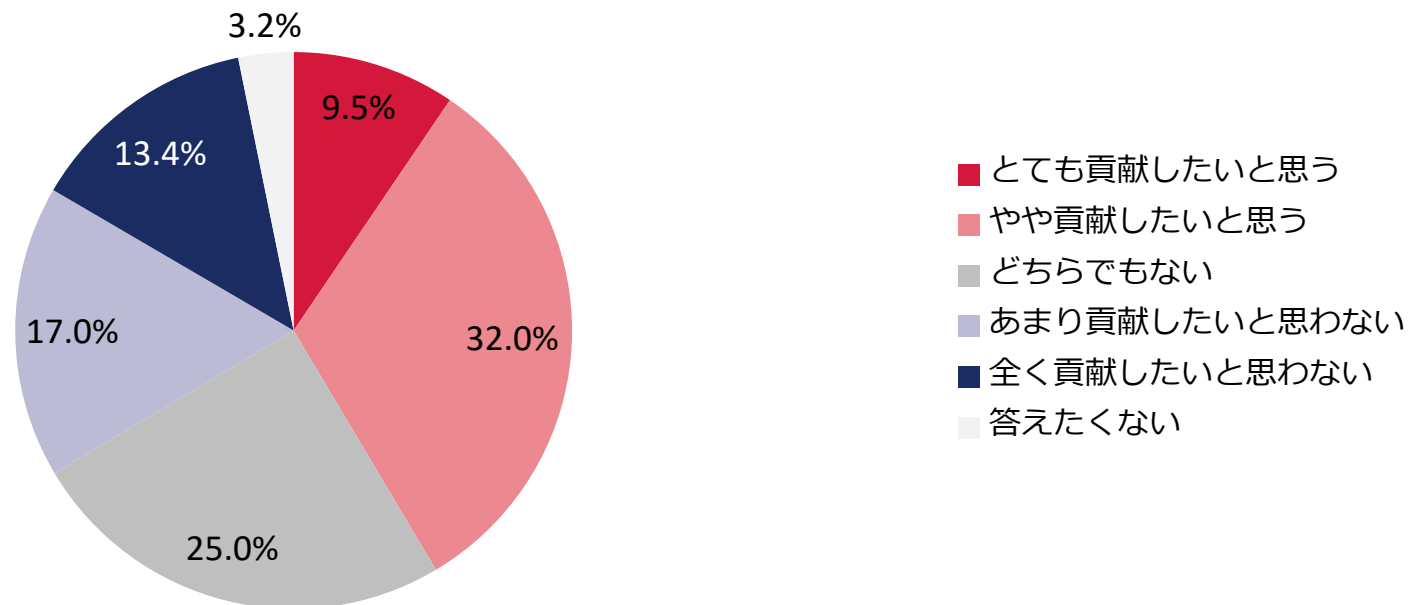


Q2. あなたは普段の消費行動において、「社会課題」や「社会貢献」を意識していますか。

※例：マイバッグやマイタンブラーを使う、節水・節電、食べきれぬ量の食品を買う、環境に配慮された商品を購入する、シェアリングサービスを利用するなど (n=1206)

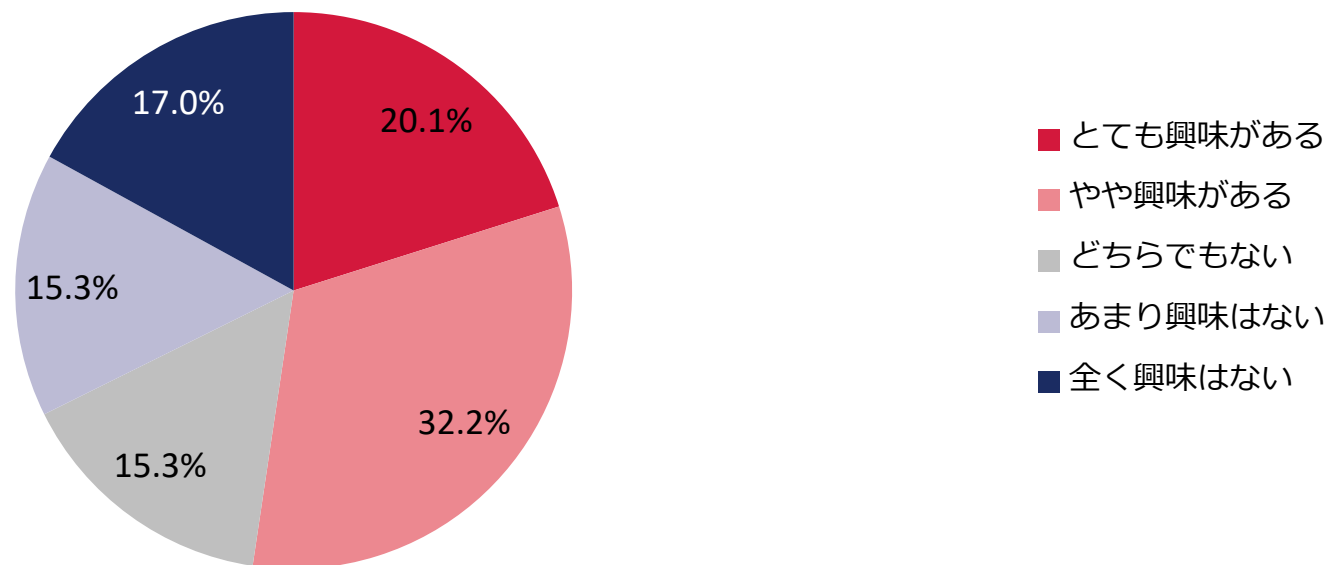


Q3. あなたは今後、ボランティア活動への参加や、「社会課題」を意識した消費行動を通じて、社会へ貢献したいと思いますか。（n=1206）

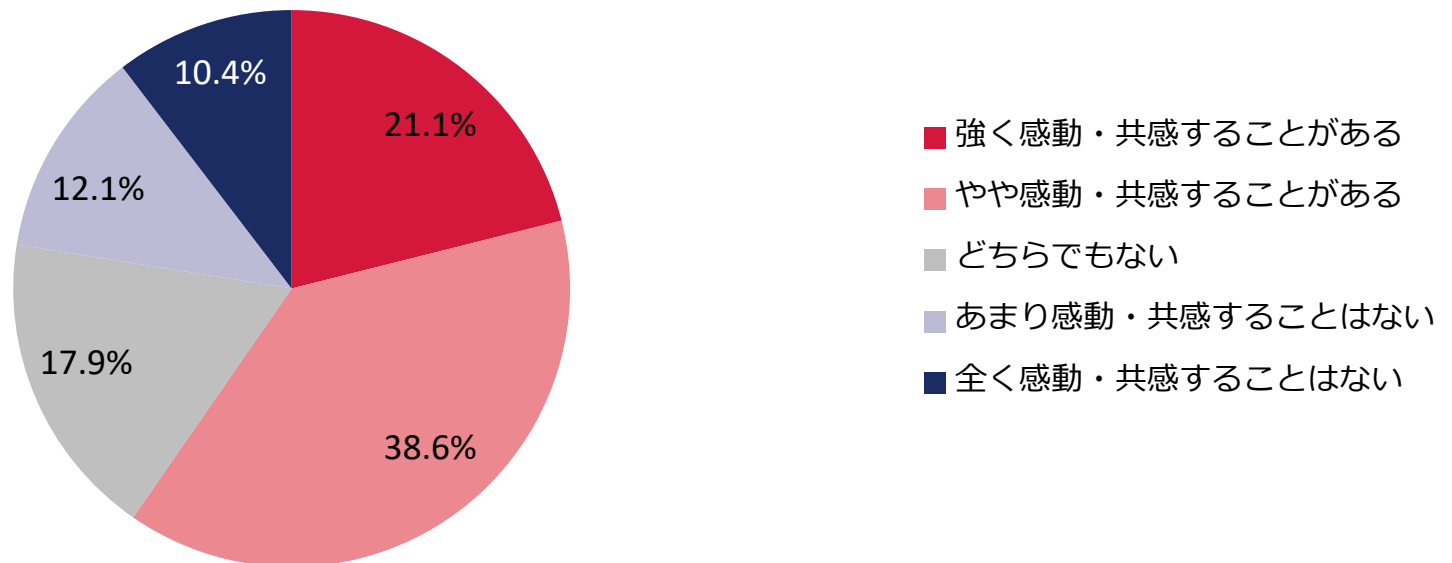


Q4. あなたは、スポーツ観戦にどの程度興味がありますか。

※現地観戦、テレビ・インターネット観戦、パブリックビューイングなど観戦方法は問いません。) (n=1206)

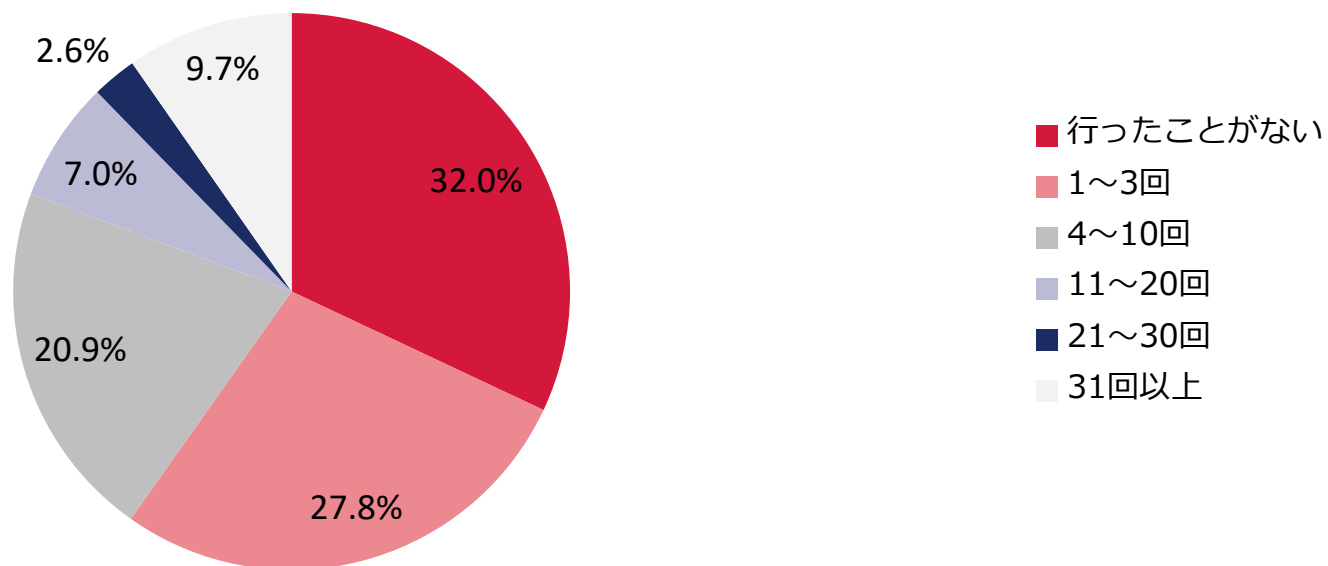


Q5. あなたは、スポーツを見て感動・共感することがありますか。(n=1206)



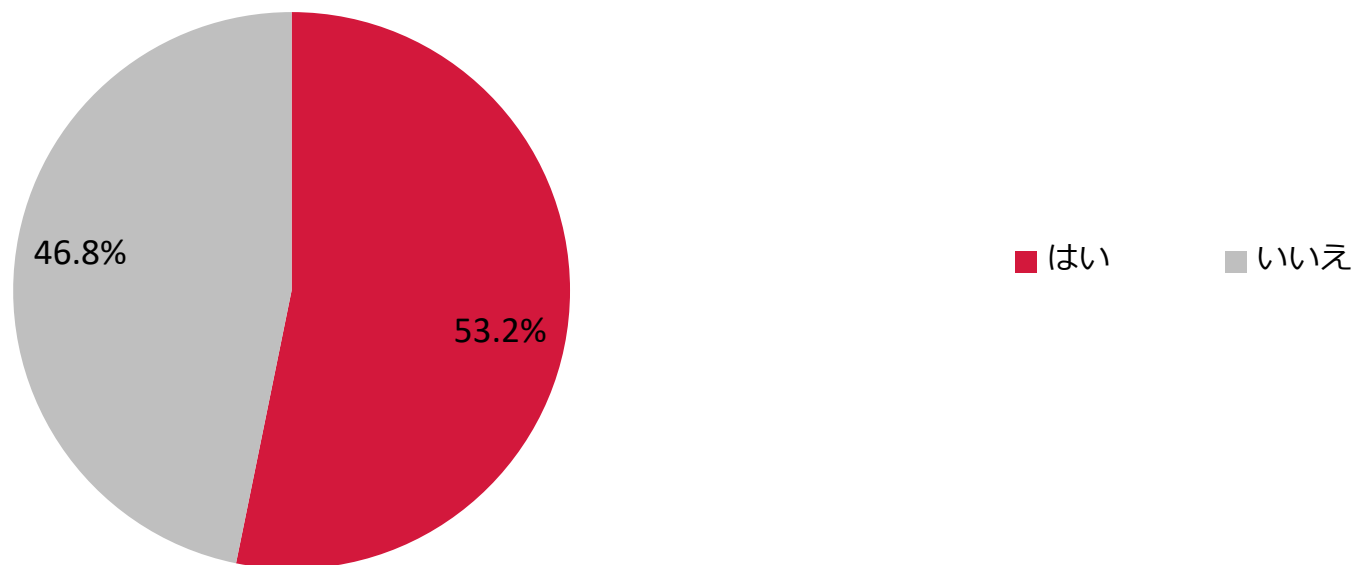


Q6. あなたは今まで、スタジアムやアリーナで何回スポーツ観戦をしたことがありますか。 (n=1206)

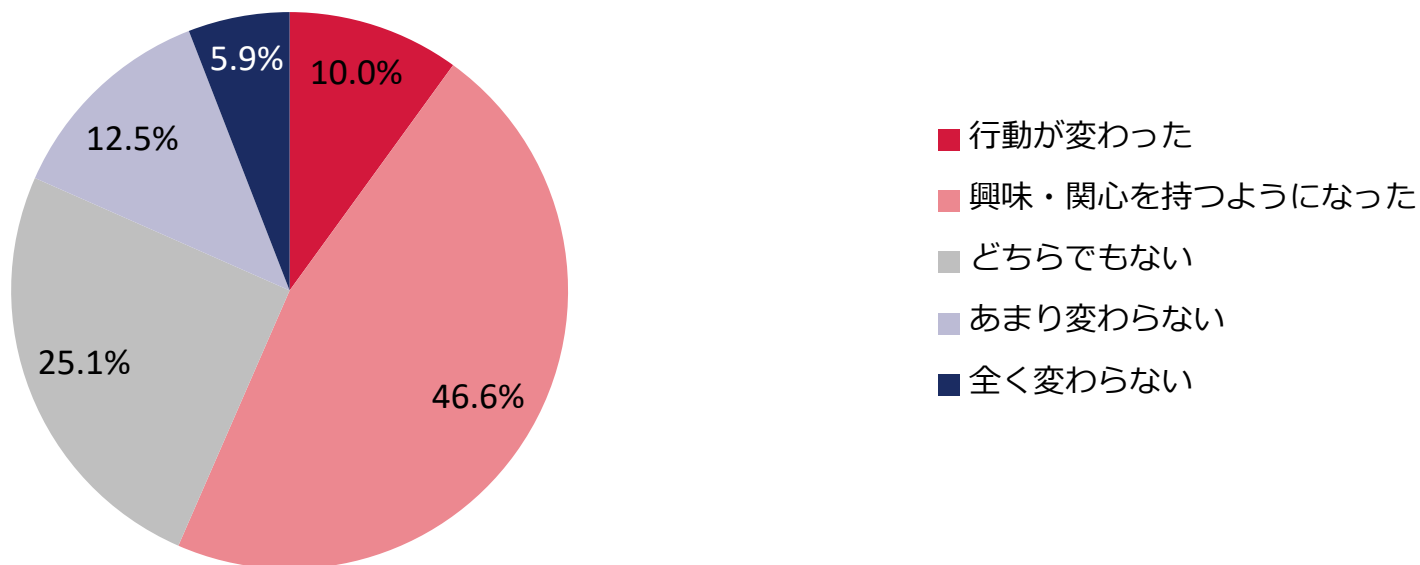


Q7. あなたは、スポーツ選手やスポーツチームの「社会貢献活動」への取り組みを知っていますか。

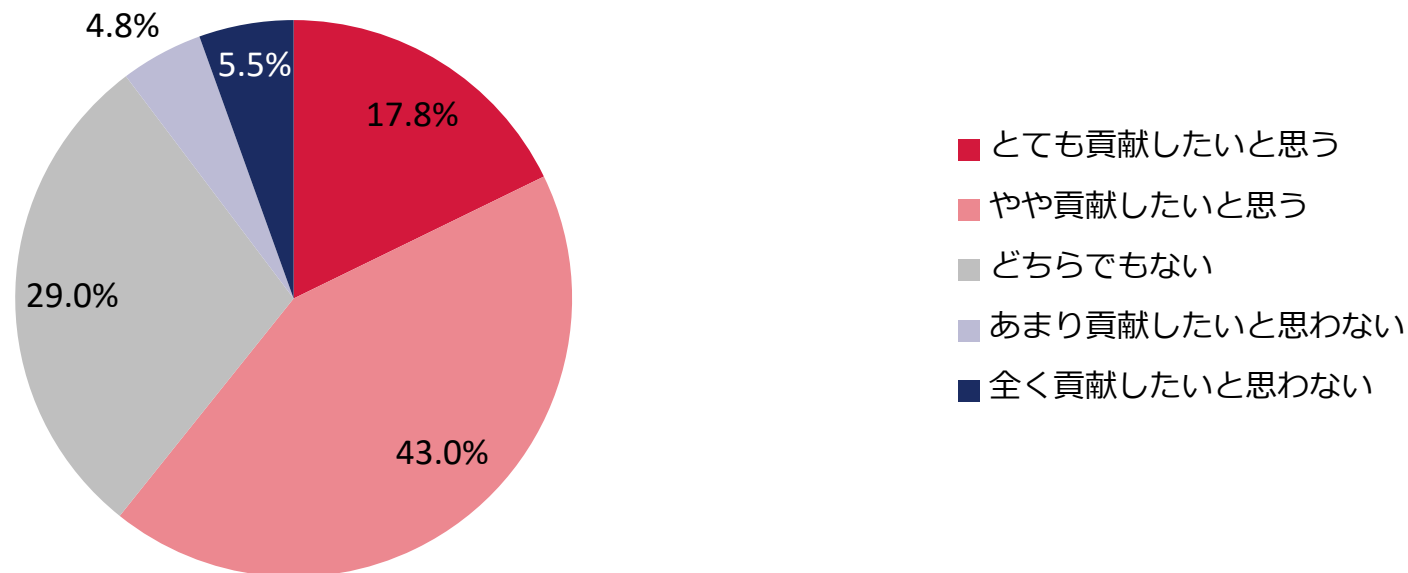
※社会貢献活動例：環境問題に対する地元のNPO法人や企業との協働、イベントの実施。ファン・サポーターとの地域清掃活動への参加。復興支援マッチの開催や、災害時の選手による募金活動。病気で入院や治療を余儀なくされている子どもやその家族をスポーツを通じて支える活動。子どもや高齢者を対象とした運動・体操教室の開催など。(n=1206)



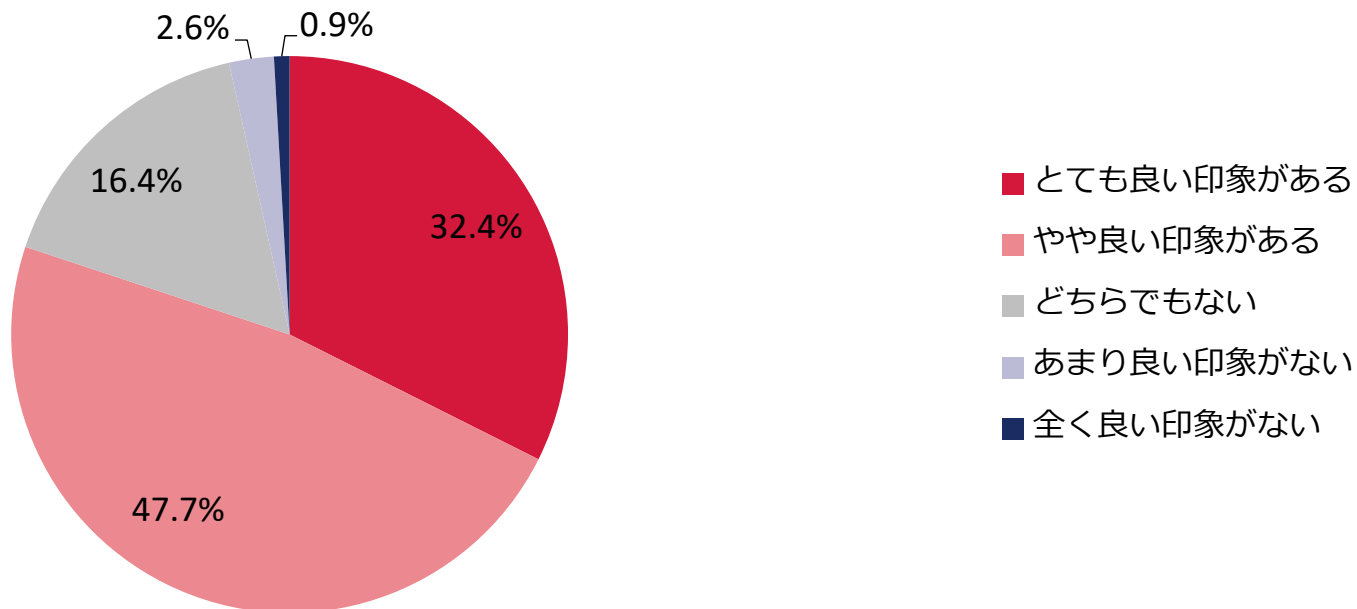
Q8. あなたは、スポーツ選手やスポーツチームの「社会貢献活動」を知って、どのような変化がありましたか。(n=642)



Q9. あなたは、スポーツ選手やスポーツチームの「社会貢献活動」を知って、自分自身も「社会貢献」を意識しようと思いませんか。（n=642）

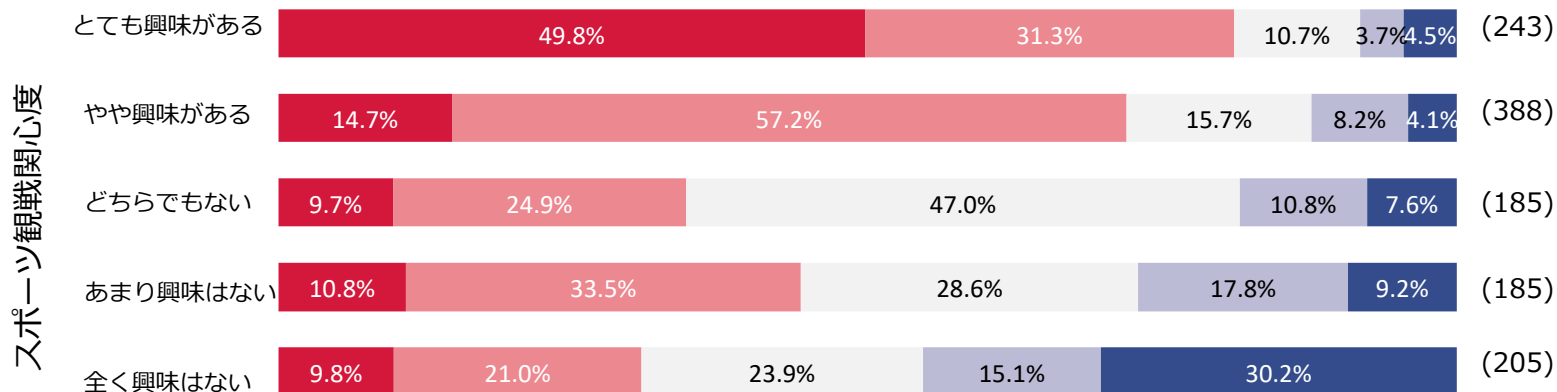


Q10. あなたは、スポーツ選手やスポーツチームとともに、「社会貢献活動」に取り組む企業にどのような印象を持ちますか。(n=642)



Q1. あなたは「社会課題の解決」について、関心がありますか。(n=1,206)

※社会課題の例：環境問題、人種差別、性差別（ジェンダー平等）、貧困問題、戦争・紛争の問題、働き方の問題など



## 社会課題解決への関心

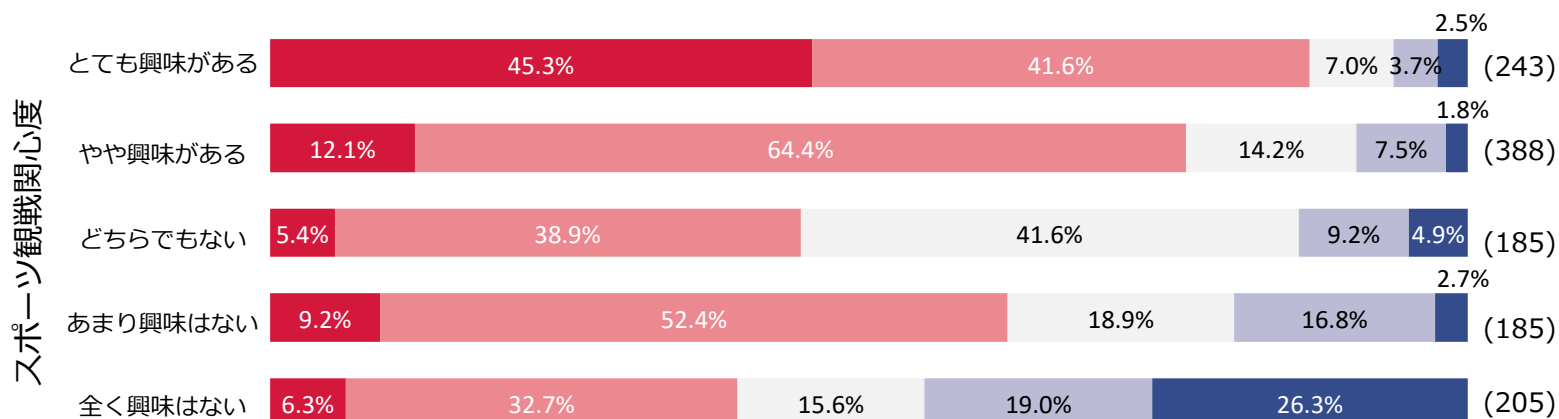
■ とても関心がある ■ やや関心がある ■ どちらでもない ■ あまり関心がない ■ 全く関心がない

## スポーツ観戦の関心度が高い人は、社会課題への意識が高い

- ・スポーツ観戦に「とても興味がある」人の81.2%が社会課題の解決に「とても関心がある」「関心がある」と回答
- 一方で、スポーツ観戦に「全く興味はない」人は、社会課題の解決に「とても関心がある」「関心がある」と回答した人は30.8%。
- ・スポーツ観戦に「とても興味がある」人で、社会課題の解決に「全く関心がない」人は4.5%であるが、スポーツ観戦に「全く興味はない」人は、社会課題の解決に「全く関心がない」人は30.2%を占める。

Q2. あなたは普段の消費行動において、「社会課題」や「社会貢献」を意識していますか。(n=1,206)

※例：マイバッグやマイタンブラーを使う、節水・節電、食べきれぬ量の食品を買う、環境に配慮された商品を購入する、シェアリングサービスを利用するなど



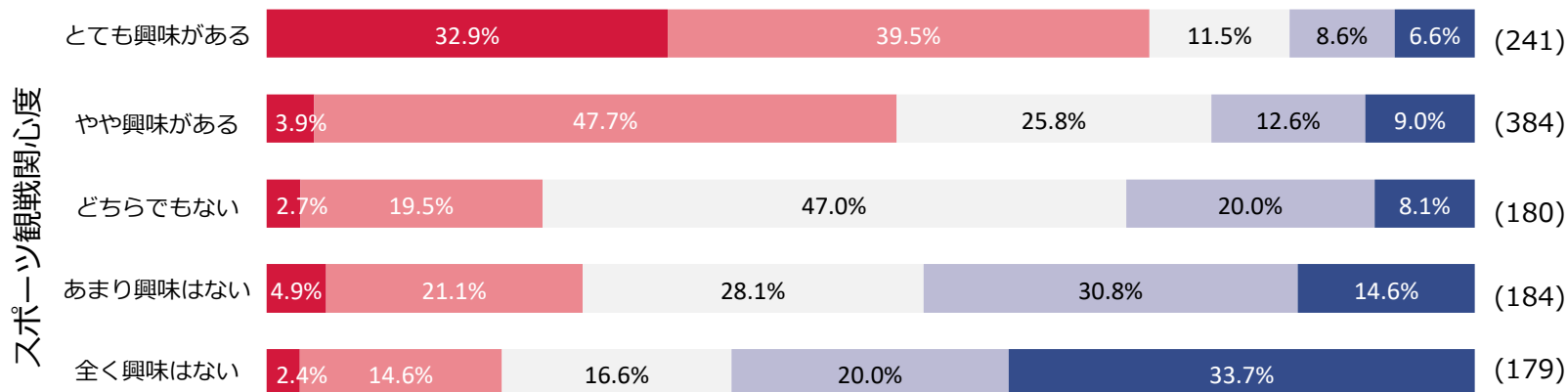
消費行動における社会貢献意識

■ とても意識している ■ やや意識している ■ どちらでもない ■ あまり意識していない ■ 全く意識していない

## スポーツ観戦の関心度が高い人は、社会課題を意識した消費行動をとる人が86.9%

- ・スポーツ観戦に「とても興味がある」人は、消費行動において、45.3%が社会課題や社会貢献を「とても意識している」、41.6%が「やや意識している」と回答。
- 一方で、スポーツ観戦に「全く興味はない」人は、消費行動において、社会課題や社会貢献を「とても意識している」「やや意識している」と回答した人は、39.0%に留まる。

Q3. あなたは今後、ボランティア活動への参加や、「社会課題」を意識した消費行動を通じて、社会へ貢献したいと思いますか。 (n=1,168)



## 今後の社会貢献への意欲

■ とても貢献したいと思う ■ やや貢献したいと思う ■ どちらでもない ■ あまり貢献したいと思わない ■ 全く貢献したいと思わない

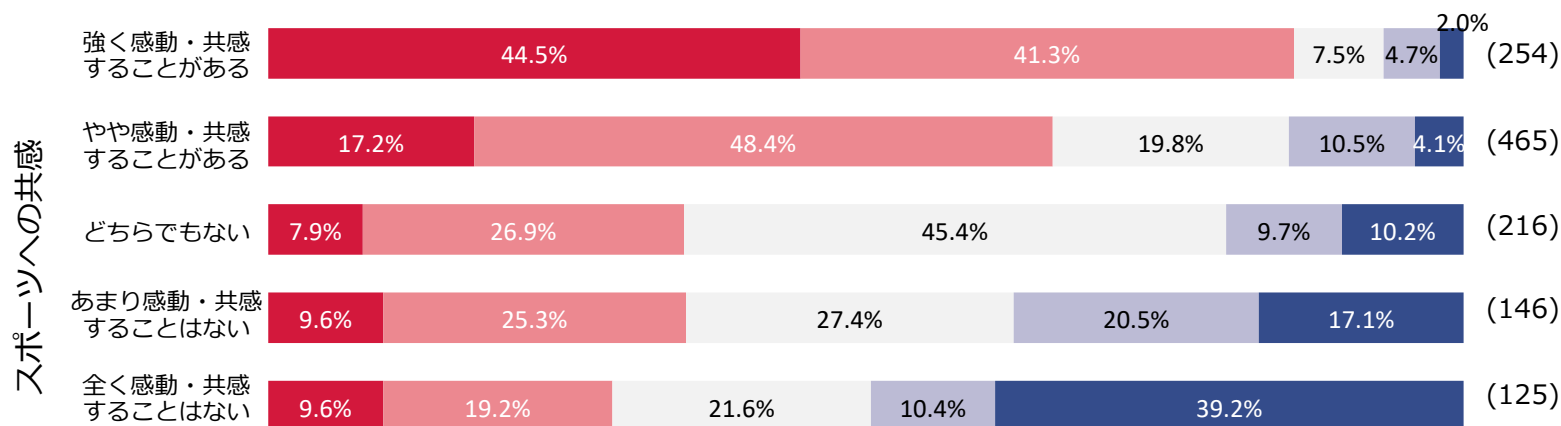
## スポーツ観戦の関心度が高い人は、今後の社会貢献への意欲が高い

- ・スポーツ観戦に「とても興味がある」人は、72.4%が、今後、社会へ「とても貢献したいと思う」「やや貢献したいと思う」と回答一方で、スポーツ観戦に「全く興味はない」人は、社会へ「とても貢献したいと思う」「やや貢献したいと思う」と回答した人は17.0%。
- ・スポーツ観戦に「とても興味がある」人で、今後、社会へ「全く貢献したいと思わない」人は6.6%であるが、スポーツ観戦に「全く興味はない」人は、今後、社会へ「全く貢献したいと思わない」人は33.7%を占める。



Q1. あなたは「社会課題の解決」について、関心がありますか。(n=1,206)

※社会課題の例：環境問題、人種差別、性差別（ジェンダー平等）、貧困問題、戦争・紛争の問題、働き方の問題など



社会課題への意識

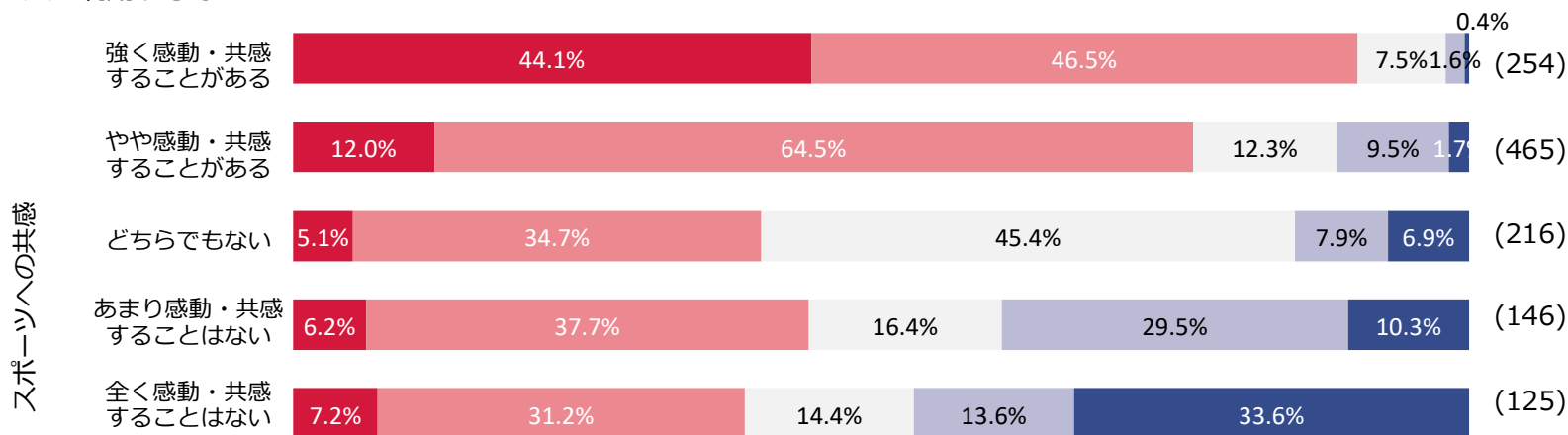
■ とても関心がある ■ やや関心がある ■ どちらでもない ■ あまり関心がない ■ 全く関心がない

## スポーツへの共感度が高い人は、社会課題への意識も高い

- ・スポーツに「強く感動・共感することがある」人は、85.8%が社会課題の解決に「とても関心がある」「関心がある」と回答一方で、スポーツに「全く感動・共感することがある」人は、社会課題の解決に「とても関心がある」「関心がある」と回答した人は28.8%。
- ・スポーツに「強く感動・共感することがない」人で、社会課題の解決に「全く関心がない」人は2.0%であるが、スポーツ観戦に「全く感動・共感することがない」人は、社会課題の解決に「全く関心がない」人は39.2%を占める。

Q2. あなたは普段の消費行動において、「社会課題」や「社会貢献」を意識していますか。(n=1,206)

※例：マイバッグやマイタンブラーを使う、節水・節電、食べきれぬ量の食品を買う、環境に配慮された商品を購入する、シェアリングサービスを利用するなど



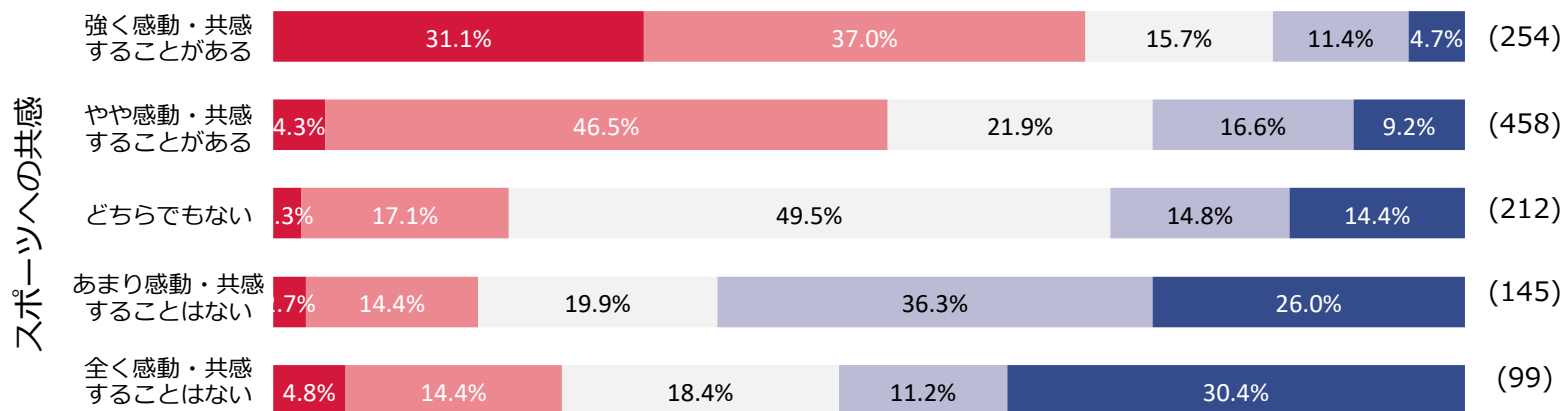
消費行動における社会貢献意識

■ とても意識している ■ やや意識している ■ どちらでもない ■ あまり意識していない ■ 全く意識していない

## スポーツへの共感度が高い人は、社会課題を意識した消費行動をとる人が90.6%

- ・スポーツに「強く感動・共感することがある」人は、90.6%が消費行動において、社会課題や社会貢献を「とても意識している」「やや意識している」と回答。
- 一方で、スポーツに「全く感動・共感することがない」人は、消費行動において、社会課題や社会貢献を「とても意識している」「やや意識している」と回答した人は、38.4%に留まる。

Q3. あなたは今後、ボランティア活動への参加や、「社会課題」を意識した消費行動を通じて、社会へ貢献したいと思いますか。(n=1,168)



今後の社会貢献への意欲

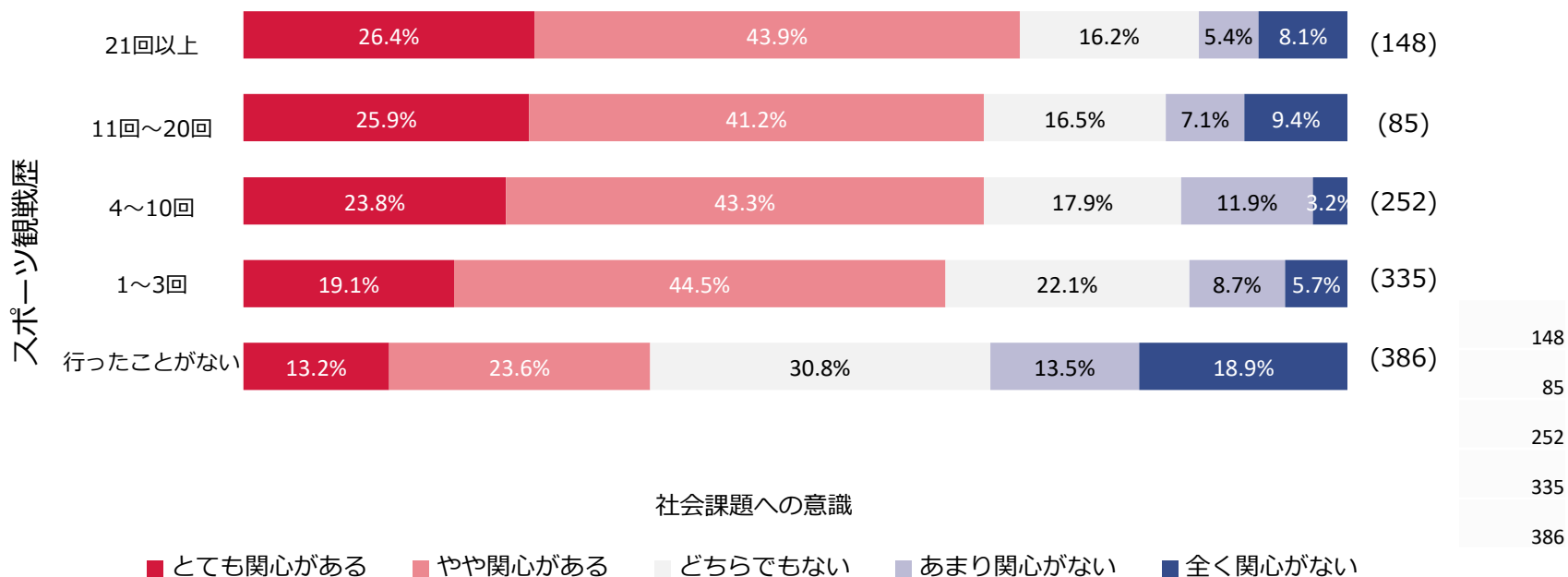
■ とても貢献したいと思う ■ やや貢献したいと思う ■ どちらでもない ■ あまり貢献したいと思わない ■ 全く貢献したいと思わない

## スポーツへの共感度が高い人は、今後の社会貢献への意欲が高い

- ・スポーツに「強く感動・共感することがある」人は、68.1%が今後、社会へ「とても貢献したいと思う」「やや貢献したいと思う」と回答。
- 一方で、スポーツに「全く感動・共感することがない」人は、社会へ「とても関心がある」「関心がある」と回答した人は19.2%。
- ・スポーツに「強く感動・共感することがある」人で、社会へ「全く貢献したいと思わない」人は4.7%であるが、スポーツ観戦に「全く感動・共感することがない」人は、社会へ「全く貢献したいと思わない」人は30.4%を占める。

Q1. あなたは「社会課題の解決」について、関心がありますか。 (n=1,206)

※社会課題の例：環境問題、人種差別、性差別（ジェンダー平等）、貧困問題、戦争・紛争の問題、働き方の問題など

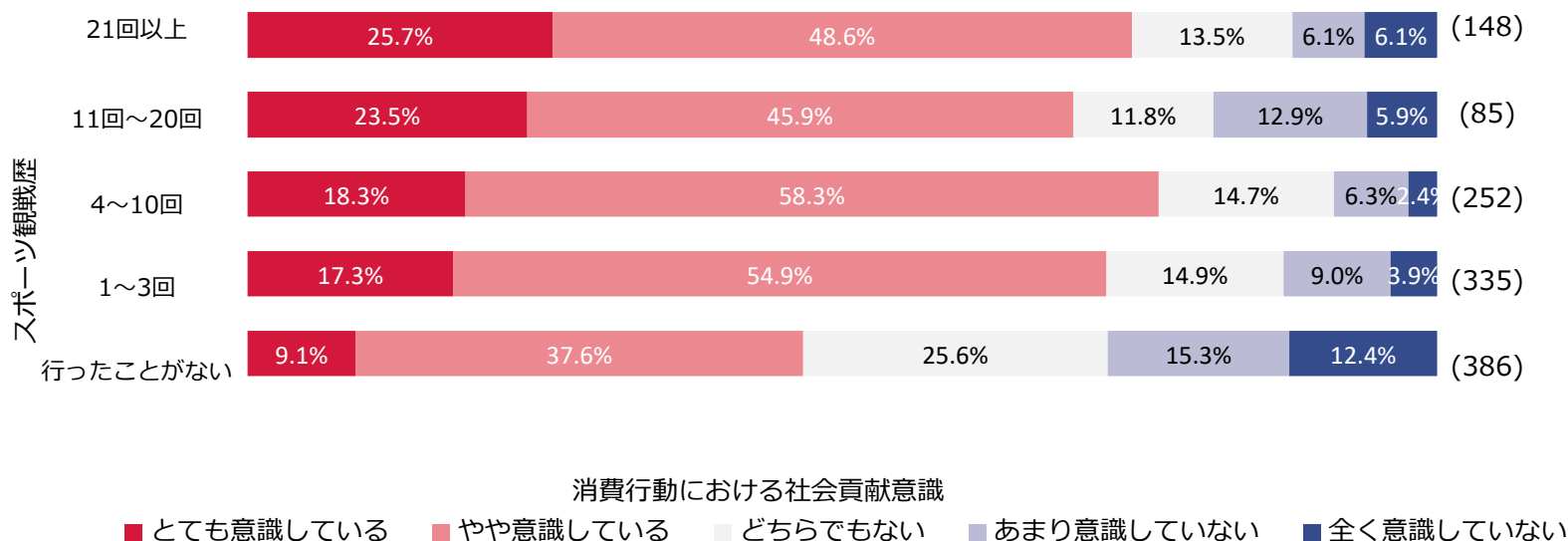


## スポーツ観戦回数が多い人は、社会課題への意識も高い

- ・ 21回以上スポーツ観戦をしたことがある人は、70.3%が社会課題の解決に「とても関心がある」「関心がある」と回答
- 一方で、スポーツ観戦に行ったことがない人は、社会課題の解決に「とても関心がある」「関心がある」と回答した人は36.8%。

Q2. あなたは普段の消費行動において、「社会課題」や「社会貢献」を意識していますか。(n=1,206)

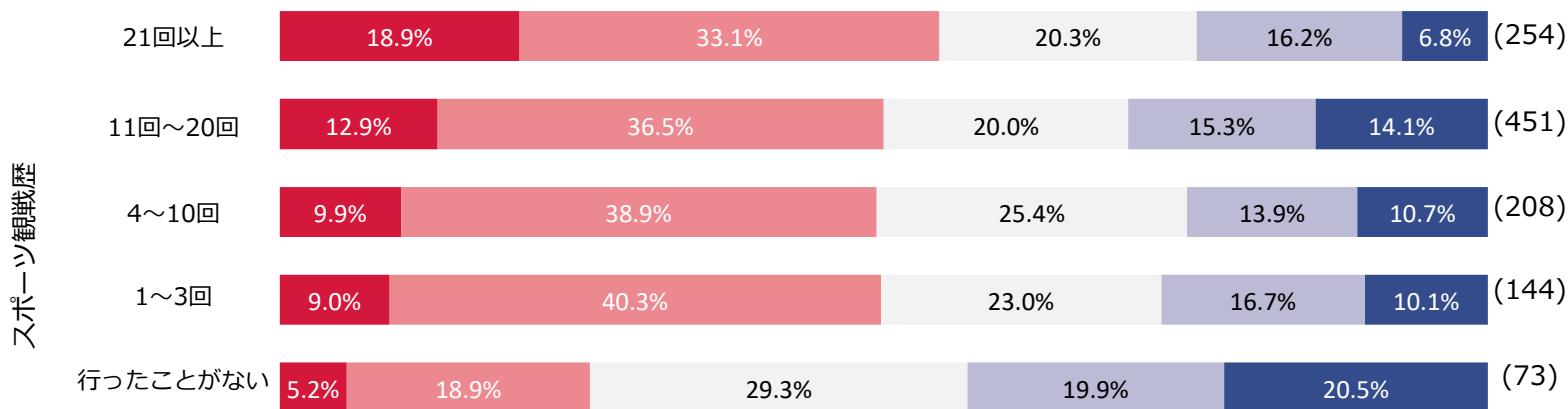
※例：マイバッグやマイタンブラーを使う、節水・節電、食べきれぬ量の食品を買う、環境に配慮された商品を購入する、シェアリングサービスを利用するなど



## スポーツ観戦回数が多い人は、社会課題を意識した消費行動をとる人が%

- ・ 21回以上スポーツ観戦をしたことがある人は、74.3%が消費行動において、社会課題や社会貢献を「とても意識している」「やや意識している」と回答。
- 一方で、スポーツ観戦に行ったことがない人は、消費行動において、社会課題や社会貢献を「とても意識している」「やや意識している」と回答した人は、36.8%に留まる。

Q3. あなたは今後、ボランティア活動への参加や、「社会課題」を意識した消費行動を通じて、社会へ貢献したいと思いますか。 (n=1,130)



今後の社会貢献への意欲

■ とても貢献したいと思う ■ やや貢献したいと思う ■ どちらでもない ■ あまり貢献したいと思わない ■ 全く貢献したいと思わない

## スポーツ観戦回数が多い人は、今後の社会貢献への意欲が高い

- ・ 21回以上スポーツ観戦をしたことがある人は、52.0%が社会へ「とても貢献したいと思う」「やや貢献したいと思う」と回答。一方で、スポーツ観戦に行ったことがない人は、社会へ「とても貢献したいと思う」「やや貢献したいと思う」と回答した人は、24.1%に留まる。
- ・ 21回以上スポーツ観戦をしたことがある人は、社会へ「全く貢献したいと思わない」人は6.8%であるが、スポーツ観戦に行ったことがない人は、社会へ「全く貢献したいと思わない」人は20.5%を占める。

**SPORT2**  
FOR SOCIAL

HAMONZ