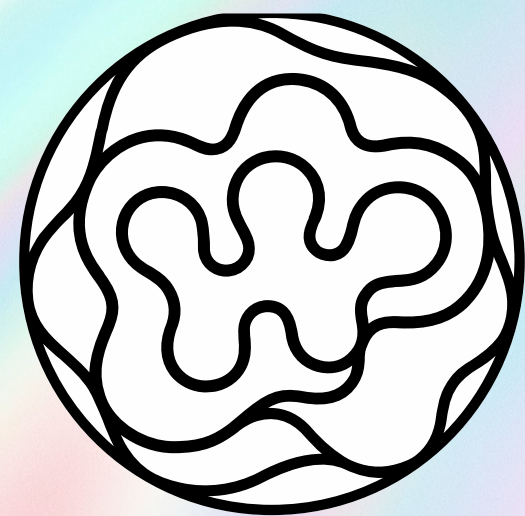




**WE
ACTION**

**2025/26 WE ACTION
シーズンレポート**



目次

WE ACTIONの概要

WEリーグの設立意義3

WE ACTIONの位置づけ4

WE ACTIONの概要5

2025/26シーズンからの新たな取り組み6

2025/26シーズンのWE ACTION

WE ACTION MEETINGの2025/26シーズンの取り組み7

WE ACTION DAYの2025/26シーズンの取り組み8

ALL WE ACTION DAYの2025/26シーズンの取り組み10

今後の展開

2026/27シーズンの展望11

(参考)2025/26シーズンの社会事業の実績12

(資料)各WE ACTION DAYの詳細

2025/26シーズンWE ACTION DAY実施レポート(全21施策)13

WEリーグの設立意義

WEリーグは、リーグを核に関わるわたしたちみんな(WE)が主人公として活躍する社会を目指して、2020年7月1日に設立、2021年9月1日に開幕された、日本初の女子サッカーリーグである

設立の意義

1. 日本の女性活躍社会を牽引する。
2. 日本に「女性プロスポーツ」を根付かせる。
3. 日本の女子サッカーの発展に貢献する。
4. なでしこジャパンを再び世界一にする。

名称に込めた思い

WEリーグはWomen Empowerment Leagueの略称です。

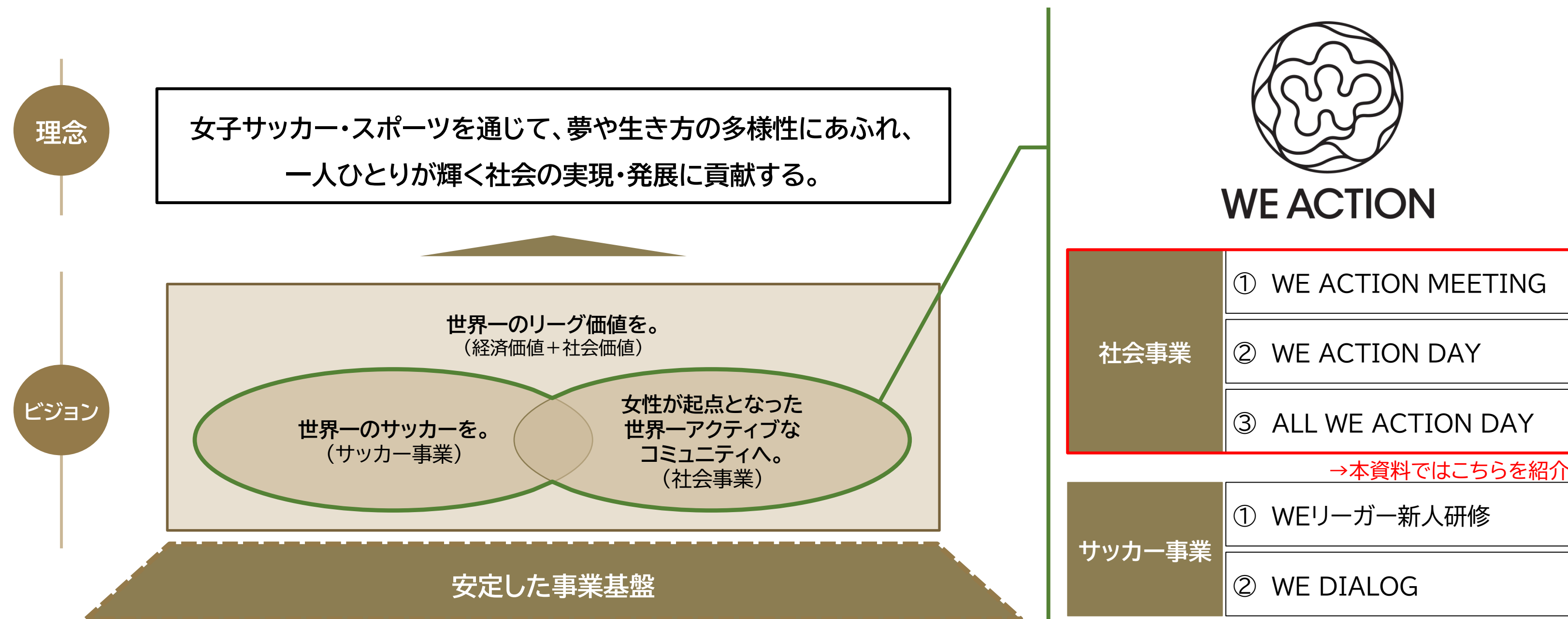
この名称には日本に“女子プロサッカー選手”という職業が確立され、リーグを核に関わるわたしたちみんな(WE)が主人公として活躍する社会を目指す、という思いが込められています。

WE ACTIONの位置づけ

WEリーグは、サッカー事業と社会事業双方の活動によって“経済価値”と“社会価値”を合わせて、世界で最も価値を創出するリーグとなることを目指す。それを体現し、理念を推進する活動を“WE ACTION”としている

理念とビジョン

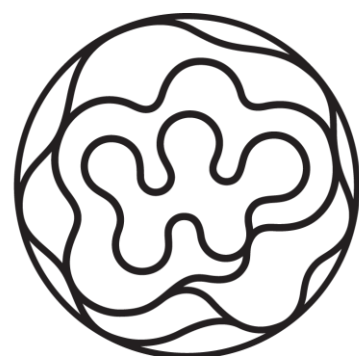
WE ACTIONの位置付け



WE ACTIONの概要

WE ACTIONは、“理念”に共感してもらうファン(観客・パートナー企業)を増やし、共創の輪を広げる活動である。社会事業としては、年間を通し、WE ACTION DAYを中心とした3つの理念推進活動を有機的に繋いでいる

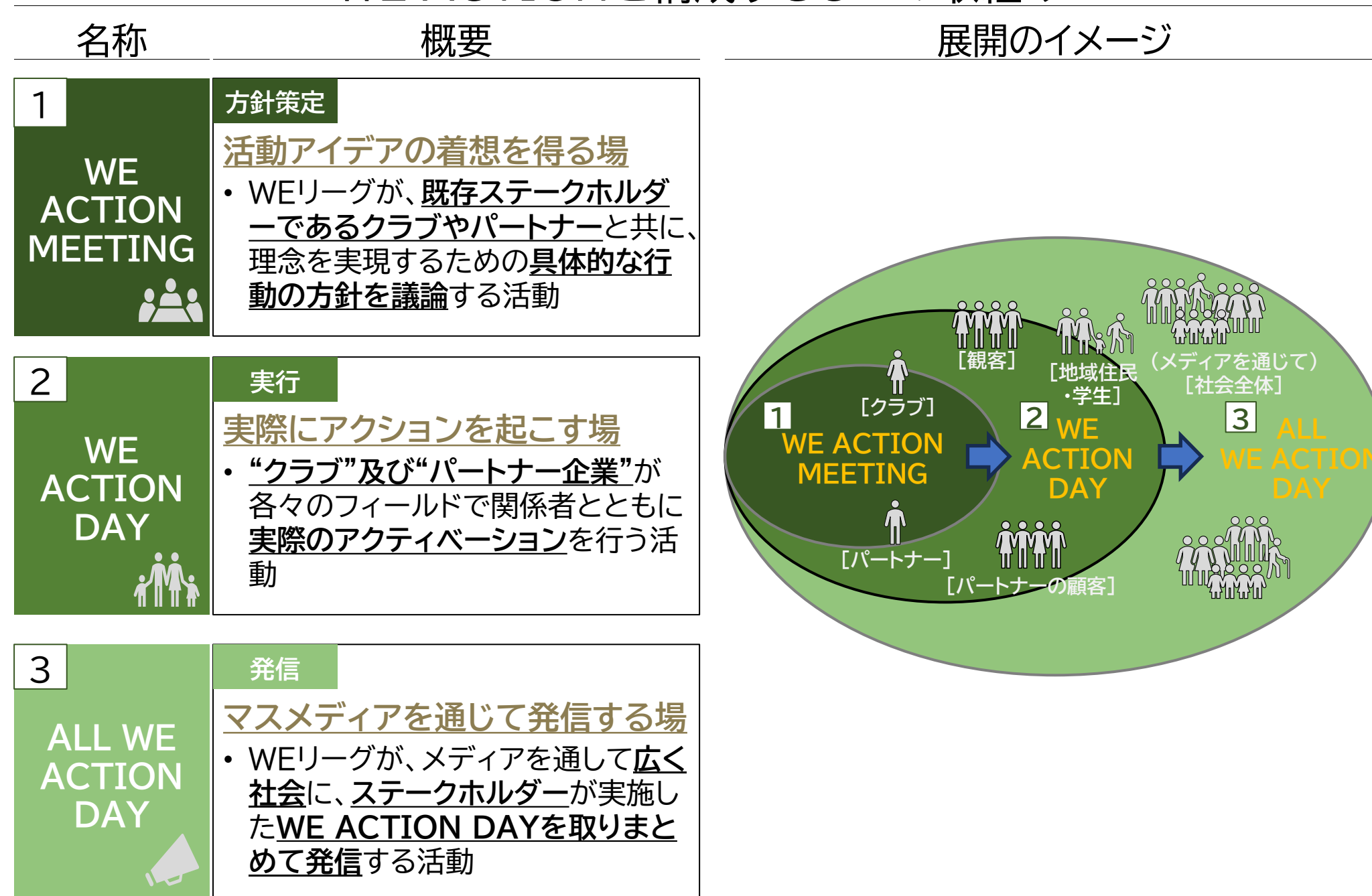
WE ACTIONとは？



WE ACTION

WE ACTIONとは、WEリーグに所属する選手、クラブ、そして、サポートするパートナー企業をはじめとする様々な人が輪となり、リーグ理念である「女子サッカー・スポーツを通じて、夢や生き方の多様性にあふれ、一人ひとりが輝く社会の実現・発展に貢献する。」の実現のために私たちみんな(WE)で起こす行動(ACTION)です。

WE ACTIONを構成する3つの取組み



2025/26シーズンからの新たな取り組み

今期からは、WE ACTIONをより活発な、多様なステークホルダーに参加してもらえる活動とすることを旨として、新たな試みを行った

1 外部連携の強化

- 多様なステークホルダーを巻き込むことを意識した取組みの条件に変更

【WE ACTION DAY実施条件(一部)】

2024/25 シーズン	・ 企画・運営側としての、クラブ関係者以外(パートナー、企業・団体)の巻き込み
-----------------	---

2025/26 シーズン	・ 参加者側としての、クラブ関係者以外(個人・企業・団体)の巻き込み - 企業・団体との協働だけでなく、地域住民や観客・来場者の巻き込みを拡大 →取組み起点のファン増加へ
-----------------	---

2 3つの活動テーマでの発信

- 各イベントのテーマを3つに分類して明示することで、より興味・関心を持ってもらえるよう取組みを発信

【今期からの活動テーマ】

①	・ 多様性・ジェンダー  - (例)女性・マイノリティの相互理解に関する取組み
②	・ 教育・健康  - (例)心身の健康・キャリア形成に関する取組み
③	・ 地域連携  - (例)住民交流・コミュニティ形成に関する取組み

3 社会価値の算定

- 実施による効果を“ソーシャルインパクト”※として定量化し、取組みによる発信力・巻き込み力を強化

※取組みでもたらされる将来的な見込み効果を金銭価値換算した値

【算定プロセス概要】

取組み 実施前	・ 取組みによって、どのような社会価値を生み出すかを把握
取組み 実施時	・ 参加したことで、参加者の意識や行動変容がどの程度変わったかを捕捉
取組み 実施後	・ 上記に応じて、将来的に参加者やその周囲で生じる社会価値を算定

WE ACTION MEETINGの2025/26シーズンの取組み

シーズン開幕前に実施したWE ACTION MEETINGでは、クラブ・パートナー・リーグの関係者が集まり、“みんなが主人公”の考え方を体感するとともに、今期のWE ACTIONで取り組む内容について具体的なアイデアを出し合った

第1部 ウォーキングフットボール

目的

- 参加者に、リーグが推進する“みんなが主人公”(DE&I)の考え方を理解していただき、WE ACTIONの方針検討に活かしていただく

実施内容

- パートナー・クラブ・リーグからの参加者が混在するチームを組み、スポーツ経験やディスアビリティの有無に関わらず、誰もが楽しめる仕組み・ルールを設定したウォーキングフットボールの試合を体験する

成果

- リーグが推進するDE&Iの考え方を理解する機会となったという声が複数聞かれた
 - (参加者コメント)ウォーキングフットボールの実体験を通じて多様性への理解や視野を広げることに繋がった
- チームのアイスブレイクの機会となるとともに、**施策検討のヒント**となり、第2部のアイデア出しがスムーズに行われた



第2部 WE ACTION DAYのアイデア出し

目的

- クラブ・パートナーとともに、今期実施するWE ACTION DAYの施策の着想を得る

実施内容

- 第1部で組んだ各チームに活動3テーマを割り当て、解決したい地域や社会の課題を踏まえて、WE ACTION DAYで実施できそうな活動アイデアを生み出し、全体で共有する

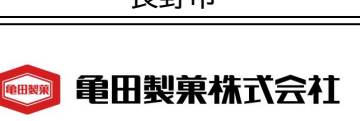
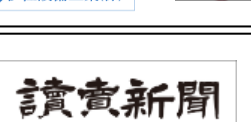
成果

- 合計**60個の施策アイデア**が生み出され、アイデアリストとして企画時に活用された
- 議論の中で、**アイデアを形にする方法を具体化**したり、**クラブ・パートナー間の関係深耕**に繋がったりしたといった声が聞かれた
 - (参加者コメント)最初は個別の独立したアイデアだったが、最終的にはまとまったプログラムとして形にできるのではないかという展開になった
 - (参加者コメント)各クラブが思った以上に社会連携について様々な取り組みをしていることを知れた
 - (参加者コメント)パートナーの意見や積極的な姿勢を知ることができた



WE ACTION DAYの2025/26シーズンの取組み_サマリ

本年度は、クラブ・パートナー企業・リーグを中心に、他企業・団体との協働のもと合計21施策のWE ACTION DAYが実施された

	#	実施主体	イベント名	主な協働団体		#	実施主体	イベント名	主な協働団体
多様性・ジェンダー	1		ウガンダへの手作り布ナプキン・ユニフォームの寄贈	  桜坂高校	健康・教育・地域連携	12		スポーツ鬼ごっこ	
	2		セレッソ大阪ヤンマーレディーズインクルーシブフェスタ	 		13		学生デザインのユニフォーム着用～復興応援マッチ	  NTT docomo 学校法人北杜学園
	3		OUR STORIES by SOMPO	 藤枝順心中学・高校		14		ホームタウンの文化を学ぼう！ 盆栽編	さいたま市 大宮盆栽美術館
	4		クラシエ×WEリーグコラボ DE&I研修	 日本障がい者サッカー連盟		15		防災ファミリーDAY～さあ、 防災のパスをつなごう！～	
	5		ひなまつり鬼ごっこ スポーツ体験	  		16		クリーンプロジェクト in 十条	 東京都北区
教育・健康	6		認知症教育講座	 メディカル・ケア・サービス	地域連携	17		クリーンプロジェクト in 池袋	 豊島区 TOSHIMA CITY
	7		美容と健康が生み出す、 生きがいのある暮らし			18		DREAM SCHOOL DAY 2025	 長野市
	8		蘇我小試合丸ごとプロデュース	 蘇我小学校		19		みんなで考え生み出す新潟の 未来～環境美化編～	 電田製菓株式会社
	9		さつまいも共創プロジェクト	  相模原南児童ホーム 伊佐設備工業(株)		20		阪神淡路大震災から31年、 いま私たちができること	 阪神・淡路大震災記念 人と防災未来センター Disaster Reduction and Human Renovation Institution
	10		近賀ゆかりアンバサダーと 学ぶ平和学習	 読売新聞		21		阪神淡路大震災から31年、いま 私たちができること～発信編～	
	11		WE ACTION in 渋谷スポフェス	 SHIBUYA SPORTS ASSOCIATION 渋谷区スポーツ協会	凡例:  クラブ主体のWAD、  パートナー主体のWAD、  リーグ主体のWAD				

WE ACTION DAYの2025/26シーズンの取組み_社会価値

施策実行の結果、各テーマ毎に多様な価値が生み出され、全体で約6.3億円のソーシャルバリューが創出された

ソーシャルバリュー	社会価値類型 単位:億円		主な内訳
 約6.3億円 WE ACTION DAYを通じて、 ステークホルダーにもたらされる、 将来的な見込み効果を、金銭価値換算した値	多様性・ジェンダー 	2.7	DE&I理解の促進に伴う生産性向上による、 将来的に見込まれる賃金の増加 マイノリティ等の自己実現意欲・社会参画意識の向上による、 将来的に見込まれる賃金の増加 企業・組織の相互理解促進・環境改善に伴う離職率減による、 雇用・採用コストの低下
	教育・健康 	1.8	学生・子どものキャリア意識・非認知能力の向上による、 将来的に見込まれる賃金の増加 学校の教育役割の分担による、教員負担の削減(労働生産性の向上) 運動習慣の増加・継続、フレイル予防による、個人・行政の医療費の削減
	地域連携 	1.8	企業・団体の認知向上・仕事に対する幸福度向上による、 売上・労働生産性の増加 定住・Uターン人口の増加による、自治体等の税収の増加 防災意識・環境保全意識等の向上による、医療・保険・行政コストの削減

シーズン閉幕後に実施したALL WE ACTION DAYでは、アウォーズと同日に開催して多様なメディアを巻き込むことで、取組みの実績と意義を広く社会に発信し、多くの人に今後の協働・参画への関心を持っていただく機会とした。

ネクストアクションの提示

- ・クラブ・パートナー・リーグにより、3つのテーマにわたり、多様な企業・団体・参加者を巻き込んだWE ACTION DAYが実施されていることを周知し、多くの方に協働への興味を持っていただく

- **WE ACTION DAYの当事者が実感した取組みの効果や、有意義な施策を実施するためのポイント、これからの展望を、今後協働し得るステークホルダーに参考にしていただく**

- ・ 今後実施予定の取組みについて案内し、WE ACTIONに興味を持たれた方に協働・参画していただきやすくする

- ・ 2025/26シーズンで実施された全20施策のWE ACTION DAYの一覧を示し、各取組みのテーマと協働企業・団体を示す
- ・ 年間で創出された社会価値算定額を報告し、WE ACTIONの社会的効果を示す

- WEリーグアウォーズにて“MOST IMPRESSIVE WE ACTION DAY賞”を受賞したマイ仙台(P.14参照)、“Social Impact賞”を受賞したAC長野(P.66参照)の担当者・選手と取組みの関係者が、取組みの意義や実施した感想について語る

- ・今後実施する取組みとして、7月実施予定のWE ACTION MEETINGおよび2026/27シーズンの予定スケジュールを参加者に案内する

(参考)2025/26シーズンの社会事業の実績

今期は、リーグ戦実施期間に、リーグ、クラブ主催のWE ACTION DAYを少なくとも月1回以上実施した。来期においても、リーグ・クラブがピッチ内外で、企業・団体を巻き込み、時期性を踏まえた取組み・発信を定期的に行っていく

凡例: ● WE ACTION DAY(※は、本資料P.8参照)

2025年 7月 8月 9月 10月 11月 12月

外部 夏休み 渋谷スポーツフェス 冬休み

競技 シーズン前半戦

社会事業 リーグ主体 WE ACTION MEETING

クラブ主体 子どもインタビュー #3 #4 #11 #3 #1 #18 #10 #6 #7 #2

2026年 1月 2月 3月 4月 5月 6月

外部 国際女性デー 春休み GW

競技 シーズン後半戦 クラシエカップ決勝 全リーグアウォーズ

社会事業 リーグ主体

クラブ主体 #14 #8 #16, #17 #19 #20 #9 #13 #12 #15 #21 ALL WE ACTION DAY

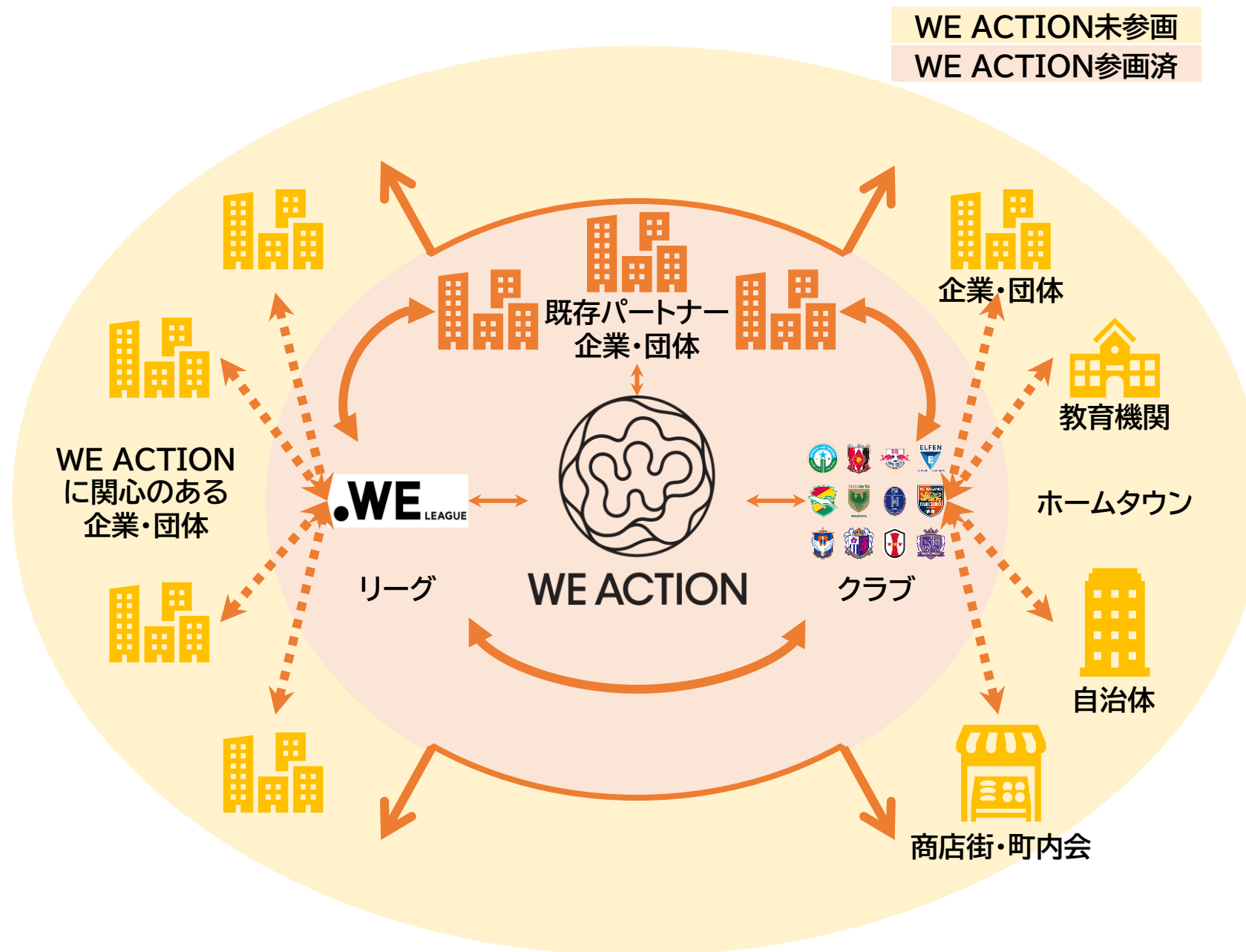
12 WOMEN EMPOWERMENT LEAGUE

本資料P.12参照

2026/27シーズンの展望

今期実施した取組みの輪を広げるため、情報発信を通じ、取組みへの興味・関心を持つ方々に知ってもらう・参加してもらう機会を増やし、さらにクラブとの連携を強化することで、各ホームタウンの“ファン”も増やしていく

来期の展開のイメージ



取組方針の詳細

リーグ

- 既存ステークホルダー以外の“ファン(企業・団体・個人)”を増やすため、**WE ACTION DAY参画の間口を広げる**
 - 背景: 取組発信を強化した一方、取組参画意欲のある新規“ファン”向けの入口の整備が十分でなかった
 - 施策: 新規参画しやすい既存WE ACTION DAYの施策をパッケージ化し、ホームページ改修など発信方法の見直しを通じ、参加したい取組や、参加方法を分かり易く示す
- ホームタウンの新たな“ファン”を増やすため、**クラブ主導のWE ACTION DAY組成を活発化させるサポート**

クラブとのさらなる連携強化

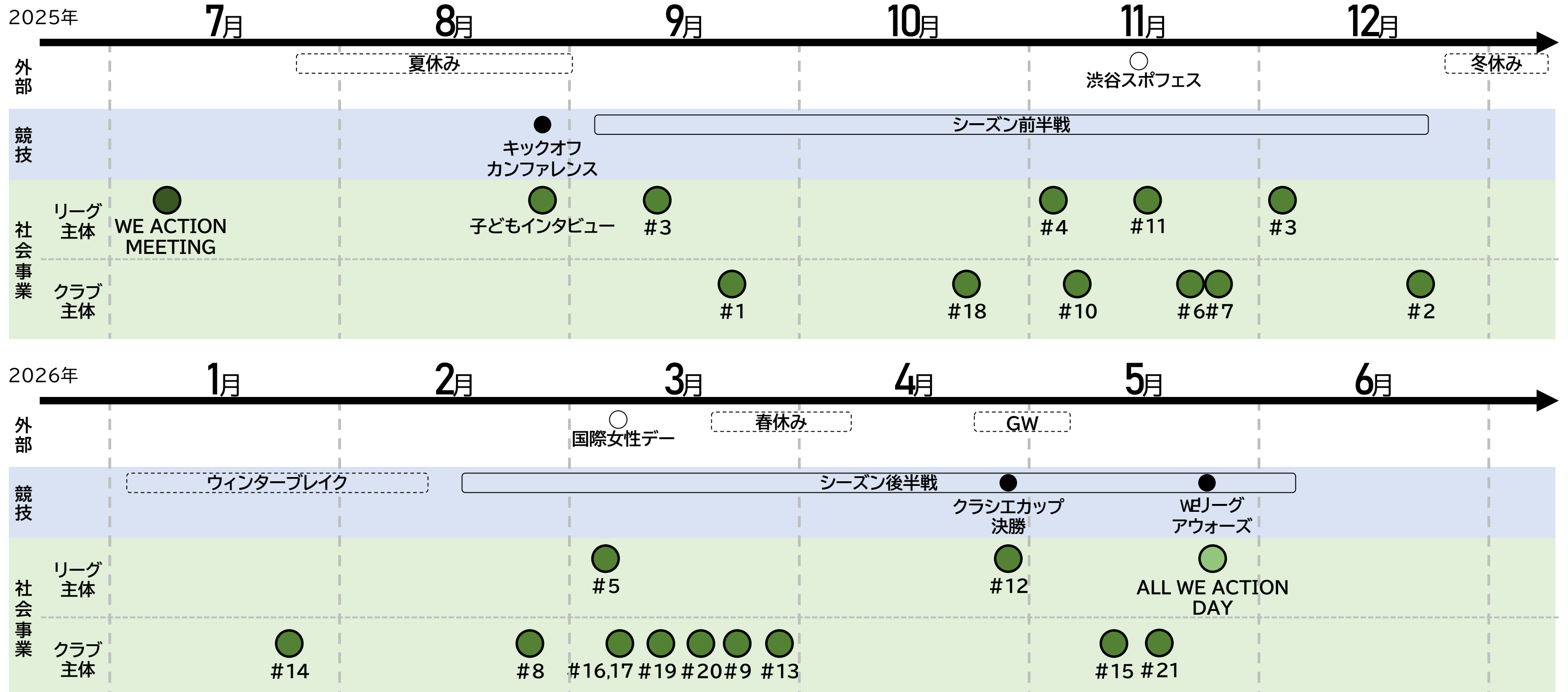
WEクラブ

- WE ACTION DAYを通じた、企業・団体、教育機関、自治体、商店街・町内会といったホームタウンの新たな“ファン”作り

(参考)2025/26シーズンの社会事業の実績

今期は、リーグ戦実施期間に、リーグ、クラブ主催のWE ACTION DAYを少なくとも月1回以上実施した。来期においても、リーグ・クラブがピッチ内外で、企業・団体を巻き込み、時期性を踏まえた取組み・発信を定期的に行っていく

凡例: ● WE ACTION DAY(#は、本資料P.8参照)



2025/26シーズン WE ACTION DAY実施レポート



マイナビ仙台

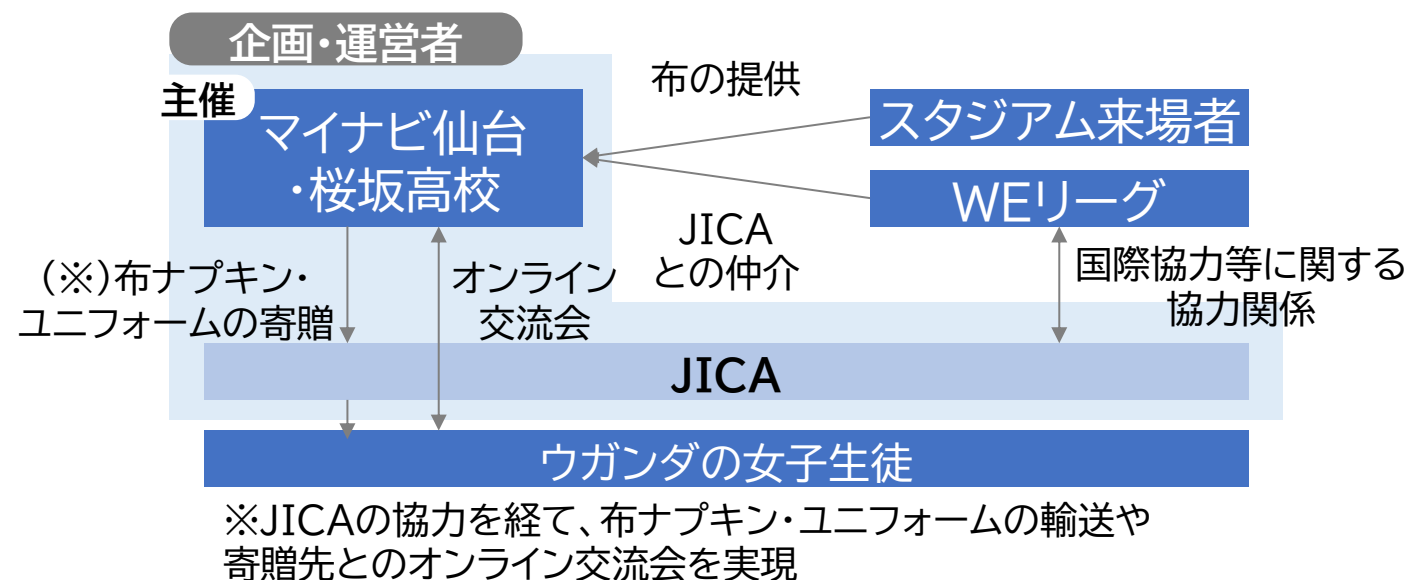
1.ウガンダへの手作り布ナプキン・ユニフォームの寄贈

イベントの目的

海外の貧困地域での生理問題解決に寄与するとともに、スタジアム来場者の生理への理解を深めることで、生理起因の不登校予防、職場の理解向上につなげる

取組内容・体制

桜坂高校の生徒が、マイナビ仙台の試合会場で布を回収し、布ナプキンを制作。仙台のユニフォームと共に、ナプキン不足に悩む、ウガンダの女子生徒に寄贈する



インパクトサマリ

試合での周知・啓蒙、ナプキン寄贈を通して、国内外の生理問題の解決に寄与したまた、周囲の巻き込みや、相互交流により、女子生徒らが、社会参画意識を高めた

参加者満足度

100.0%

参加者の意識・行動変容で生み出される主な社会価値

ウガンダの女子生徒

生理起因の不登校減少による、通学日数増加

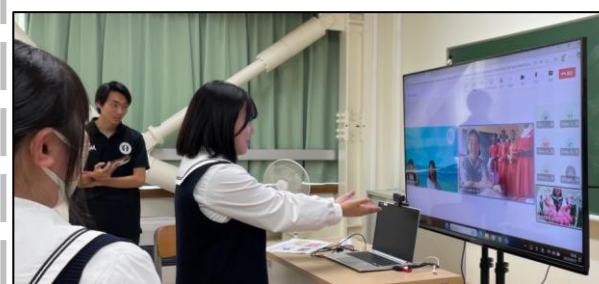
スタジアム来場者

布の寄付を通じた、生理に対する理解向上

桜坂高校の生徒

取組を通じた生徒の社会参画意識の高まり

その他の創出効果 : IDE理解を通じたエンゲージメントの向上、HIV発生リスクの低下 等



生徒・先生

- ・ウガンダの方々の話を聞いて自身との生活の違いを改めて実感した
- ・活動の発信を行い、今後も活動を継続していきたい

JICA・ウガンダの生徒・先生

- ・寄贈までの道のりを理解した様子が見られ、日本側との繋がりを感じてもらえた
- ・布ナプキンを見本とし、作成方法を学校に展開したい
- ・これを機に、本校に女子サッカーチームを創設したい

マイナビ仙台

- ・ウガンダの生徒さんが一生懸命に生理時の問題点と現状を伝えてくれたことに感動した
- ・この取組のように、地域の方々が、自身の活動表現の場として、クラブをより活用してもらえるようにしたい

WE ACTION DAY実施レポート

ウガンダへの手作り布ナプキン・ユニフォームの寄贈

イベント詳細

実施概要(オンライン交流会)	企画詳細
- 実施日:2025年9月25日(木) - 実施場所:ー (オンライン開催) - 参加人数:19人 - 参加企業・団体:桜坂高校、JICA(ウガンダ事務局)	試合会場で回収した布を使用して桜坂高校の生徒が制作した布ナプキンを、JICAを通じてウガンダで清潔なナプキンが利用できていない子どもたちに寄贈。寄贈後、桜坂高校・寄贈先の学校・マイナビ仙台・JICAでオンライン交流会を実施

イベントの感想コメント(オンライン交流会)

桜坂高校の生徒	マイナビ仙台・JICA
【桜坂高校の生徒】 - 布ナプキンを渡した時のウガンダの方々の笑顔が印象に残った - ウガンダの方々の話を聞いて自身との生活の違いを改めて実感する事が出来た	【マイナビ仙台】 - 貧困地域の女性を助ける第一歩となったことや、実際に交流をして喜んでいる姿を見たことで国境を超えて繋がる事ができたことを実感した 【JICA】 - 桜坂高校、マイナビ仙台、ウガンダの女子生徒、JICAがオンラインで交流でき、とても濃密で素晴らしい内容の交流会が開催できた

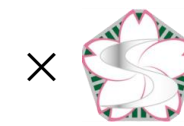
社会価値の内訳

※ 社会価値:取組を通して、将来的に、参加者・関係者・社会全体へもたらされる見込み効果を、金銭価値で換算した値。本イベントの収益とは無関係

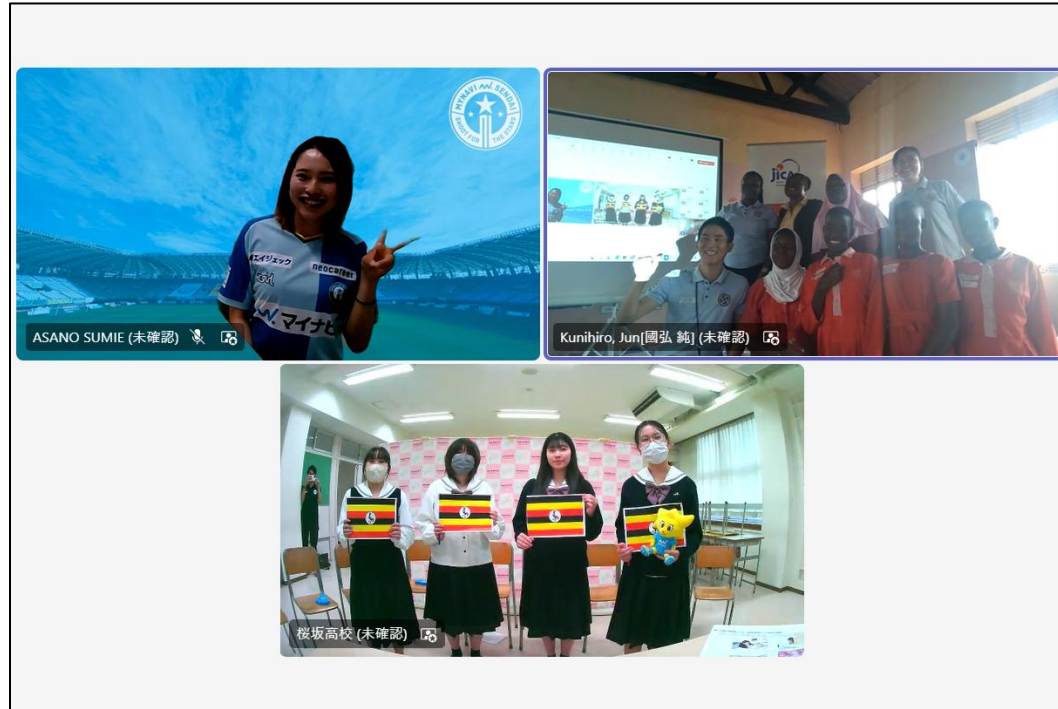
ウガンダの女子生徒	通学日数増加による将来の所得向上	スタジアム来場者	布の寄付を通じた、生理に対する理解向上 職場への波及に伴う離職率低下への寄与
	サッカーを継続する環境の確保	JICA	派遣先(ウガンダ)の社会課題の周知
	HIV発生リスクの低下	マイナビ仙台・JICA	DE&I理解を通じたエンゲージメント向上
桜坂高校の女子生徒	取組を通じた生徒の社会参画意識の高まり	マイナビ仙台	認知向上による来場者増加 (観戦意欲が高まったと回答した人の割合)
両国の女子生徒	国際的な繋がりの実感による幸福感の向上	企画・運営者	広告価値の獲得

WE ACTION DAY実施レポート

ウガンダへの手作り布ナプキン・ユニフォームの寄贈



該当SDGs:





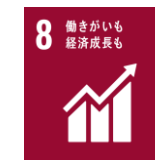
セレッソ大阪ヤンマーレディース

2.インクルーシブフェスタ

WE ACTION DAY実施レポート セレッソ大阪ヤンマーレディース インクルーシブフェスタ



該当SDGs:

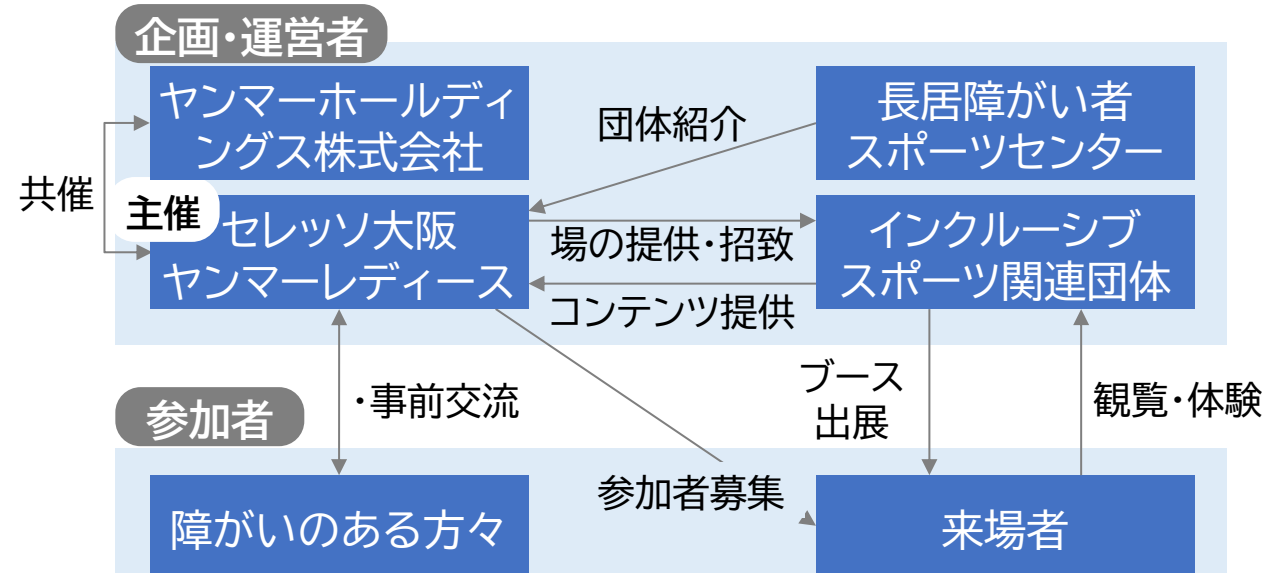


イベントの目的

パラスポーツ体験等を通し、**“障がい”“多様性”の理解を促進**させる。障がいのある方々に、スポーツ関連の体験・交流機会を提供し、**自己効力感を高める**

取組内容・体制

ヤンマーが提供するDEI理解の講座を受講した選手が、障がいのある方々と事前交流し、試合日には、講座や交流を通して自身が感じたことを、来場者向けに発信する。一般参加者は、インクルーシブスポーツを体験する



©CEREZO OSAKA



©WE LEAGUE

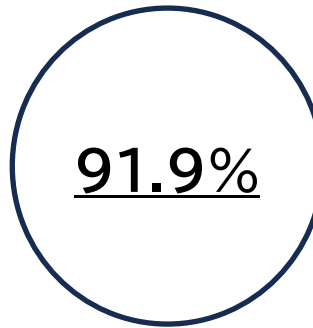


©WE LEAGUE

インパクトサマリ

講座、体験、発信等の様々なやり方を通して、**広く“多様性”を知ってもらうことで、セレッソ大阪ヤンマーレディースを取り巻く様々な人たちのDEI理解が進んだ**

参加者満足度



参加者の意識・行動変容で生み出される主な社会価値

来場者	パラスポーツ体験を通じた DEI理解の促進
クラブスタッフ・選手	講座やパラスポーツ体験を通じた DEI理解の促進・当事者意識の向上
障がいのある方々	体験を通じた やりがい・自己効力感の獲得

その他の効果：健康意識の改善、仕事に対する幸福度の向上等



©CEREZO OSAKA



©WELEAGUE



©WELEAGUE

一般参加者

- ・杖をつかって上手にサッカーができてすごい(小学3年・男の子)
- ・車椅子、松葉杖の操作の大変さを体験でき、その方々が行うスポーツの凄さや楽しさを知れた(40代・男性)

ヤンマー社員

- ・(DEI講座)やっぱり分かり合えない、ではなく、**全員が色々な意見もあるんだ、と共感しようとする姿勢になれていた**のでとても良かった(30代・女性)

インクルーシブスポーツ団体

- ・「大変だと思いますが頑張ってください」という暖かい言葉もいただき、参加して良かった

選手

- ・それぞれ思いや感じ方は違うのだと改めて実感した。**みんな違っても一つのボールを通じて楽しめた**(選手)



SOMPOホールディングス株式会社

3.OUR STORIES by SOMPO

WE ACTION DAY実施レポート 第3回OUR STORIES by SOMPO

WE LEAGUE



該当SDGs:

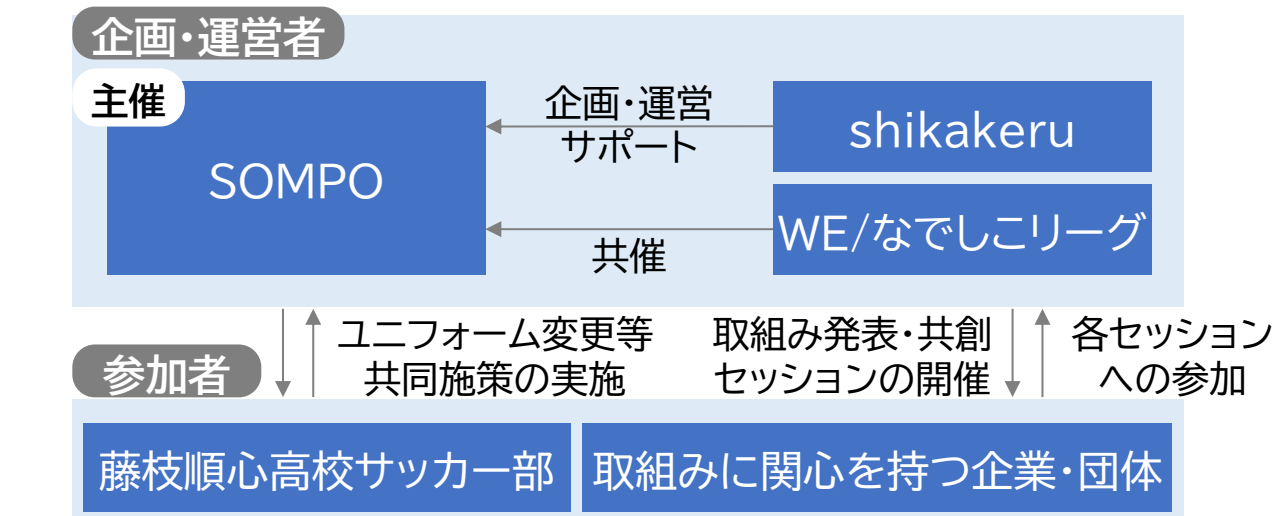


イベントの目的

女子サッカーの未来を担う中高生が、大好きなサッカーを生涯にわたり楽しめる社会の実現を目指す

取組内容・体制

SOMPOが、10代女子アスリートの意識調査結果の共有を通じた課題提起と、その解決策としてのユニフォーム変更等の取組みの発表を行い、企業・団体の参加者とさらなる課題解決のためにできることを話し合った



インパクトサマリ

メディアへの発信と多様な企業・団体との議論を通して、藤枝順心高校のみならず他の女子チーム・社会全体への課題意識の波及や取組みの拡大のきっかけを作った

参加者の意識・行動変容で生み出される主な社会価値

イベント参加者	女子アスリートの課題解決に向けた取組みへの意欲向上
女子スポーツチーム等	課題意識の波及による同様の取組み拡大の促進
10代の女子アスリート	競技継続意識の向上による自己実現

その他の創出効果

: DE&I理解の促進、メディアへの露出機会の増加等



イベント参加者

- 自分たちの競技や担当している業務でもこういった取組みを実現したい
- この取組みにも自分ができると協力したい
- 小さな気づきをみんなが自分事として広げていく意義が分かった
- 構造的な問題から声が上がらないということがよく分かり、聴く場を設けること、「対話」することの大切さを実感した

藤枝順心高校の選手

- 自分たちの悩み・声を聞いて多くの人が動いてくれて嬉しい

イベント詳細

実施概要	企画詳細
・ 実施日:2025/12/1 ・ 実施場所: JFAサッカー文化創造拠点blue-ing! ・ 参加人数:60名 ・ 参加企業・団体:(株)shikakeru、藤枝順心高校、その他企業・スポーツ団体	・ ①記者発表セッション(関係者による各発表) - 白ユニフォームや更衣室を巡る課題に関する発表、全国意識調査結果の共有等 ・ ②共創セッション(参加者とのディスカッション・アイディエーション) - 取組みの展開方法、その他に取り組み得る施策等について議論

イベントの感想コメント

参加者	企画・運営者
【イベント参加企業・団体】 ・ 多くの人を巻き込んだ解決策に共感した ・ 自分たちの競技に置き換えて考えることができた ・ 社会で当たり前前のがスポーツ界では当たり前ではなく、そのことが認知されていないことを知った ・ 自分たちにできることを話し合って協力していきたい ・ 企業として取り組めるアクションや現在の活動への落とし込みを考えたい ・ サッカー以外のアスリートやスポーツが苦手だと思っている女子学生も巻き込みたい ・ 今回で終わらず継続してディスカッションしていきたい	【藤枝順心高校の選手】 ・ 自分たちの悩み・声を聞いて多くの人が動いてくれて嬉しい

社会価値の内訳

※ 社会価値:取組を通して、将来的に、参加者・関係者・社会全体へもたらされる見込み効果を、金銭価値で換算した値。本イベントの収益とは無関係

藤枝順心 高校の選手	競技継続意識の向上による自己実現(将来の所得増)	10代の女子 アスリート	セッションを契機に展開・創出される取組みによる 競技継続の促進(自己実現による所得増)
イベント 参加者	DE&I理解の促進	他の女子 チーム	課題意識の波及による同様の取組みの増加
	女子アスリートの課題解決に向けた取組みへの意欲向上	SOMPO	メディアの露出機会の増加(広告換算値)

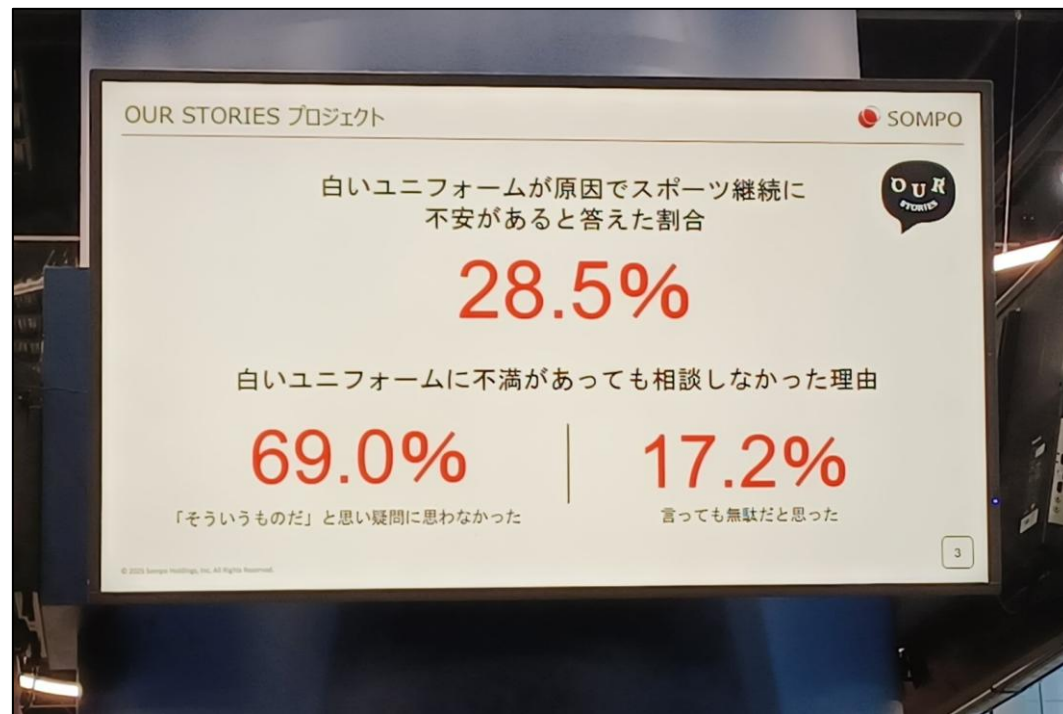
WE ACTION DAY実施レポート

第3回OUR STORIES by SOMPO

.WE LEAGUE



該当SDGs:



Kracie

クラシエ株式会社

4.クラシエ×WEリーグコラボDE&I研修

イベントの目的

クラシエ社のビジョン”CRAZY KRACIE”を目指す、
夢中になって挑戦する企業風土の定着に向け、
その基盤となるDE&Iの考えを社員に浸透させる

取組内容・体制

DE&Iに関するインプット、ブラインドサッカーの要素を
足したウォーキングフットボールを行い、DE&Iを理解・
体感してもらう。振り返りの場で、学びを活かした今後
の個人としてのアクションを考える

企画・運営者

主催

クラシエ

共催

WEリーグ

日本障がい者
サッカー連盟

コンテンツ提供

参加者

社内
公募研修
参加講師
派遣

社内応募で参加したクラシエ社員



インパクトサマリ

DE&I理解を促す講演、DE&Iを体感するウォーキングフットボール、
DE&Iを自分事化するワークショップにより、個が活きる組織風土の醸成に寄与した

参加者満足度

95.0%

イベントに参加した
クラシエ社員

クラシエ社員

クラシエ社

その他の
創出効果

参加者の意識・行動変容で生み出される主な社会価値

講演・パネルディスカッションを通じた
DE&I理解の促進DE&I理解度向上による
組織における相互理解の促進相互理解尊重に基づく
個が活きる組織風土の醸成クラシエ社で
働くことへの
誇りの高まり

90.0%

(誇りが高まったと
回答した割合)

：イノベーション創発の促進、人材市場におけるブランド価値の向上等



係長以下

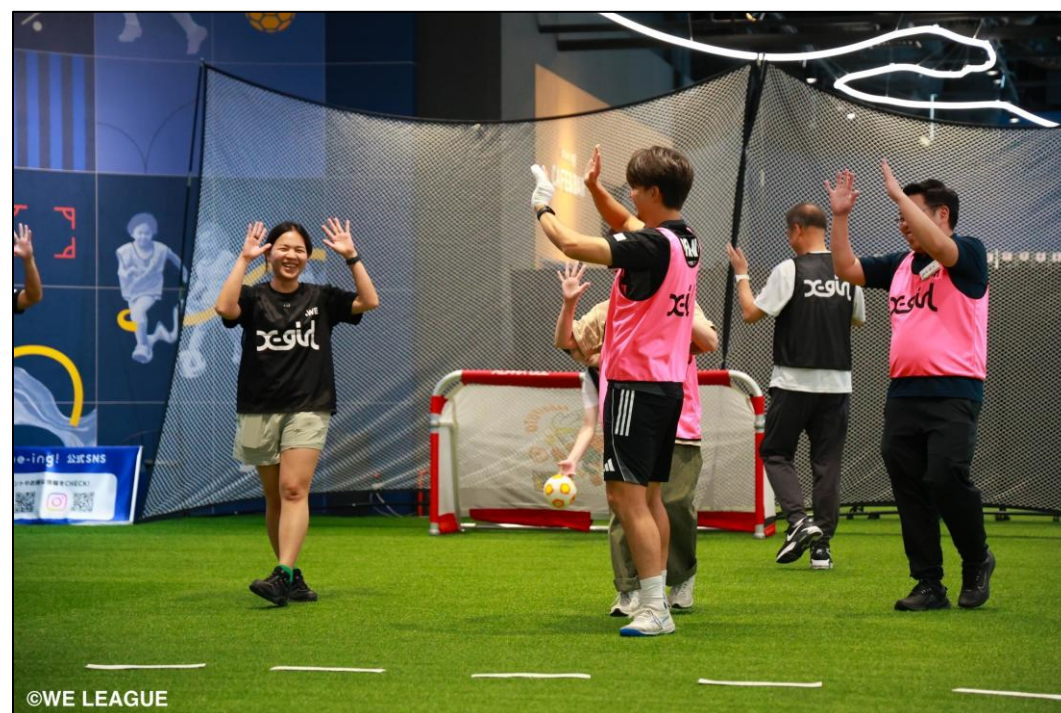
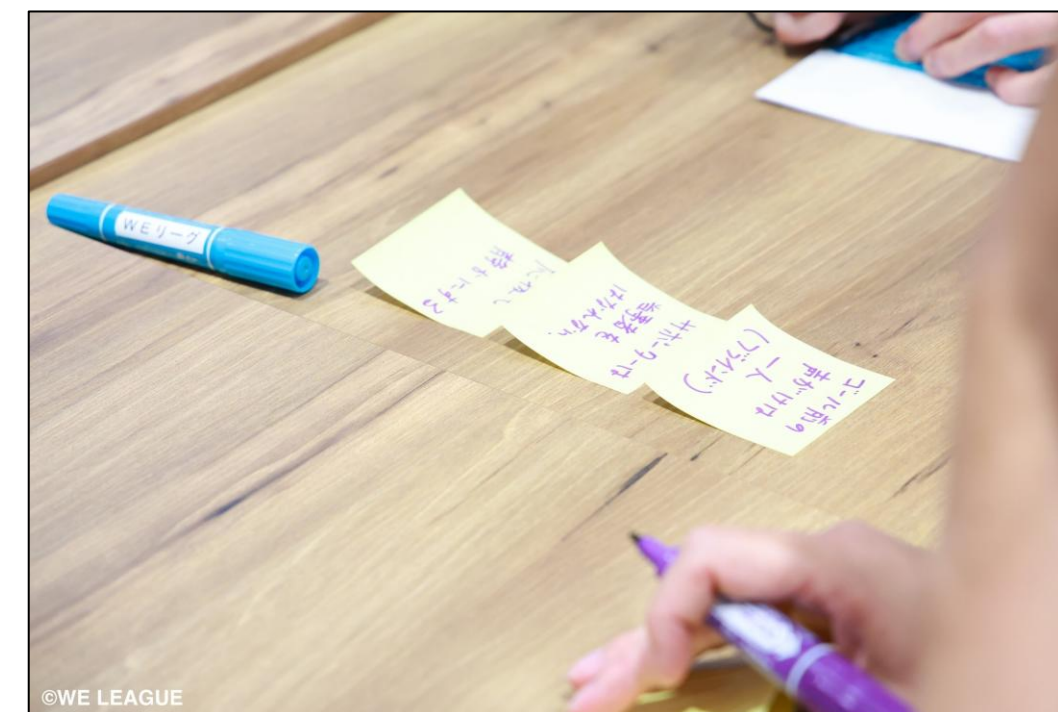
課長以上

課長以上

・一人一人の意識、思いやりで無意識な偏見は無くせる、より良い組織文化を作っていけると感じた
(フーズカンパニー×営業)

・違いを受け入れること、そうすることで夢中になれることを感じた(ホームプロダクツ×マーケティング)

・日々の活動に繋がたいと思います(薬品カンパニー×営業)



●WE LEAGUE

WEリーグ

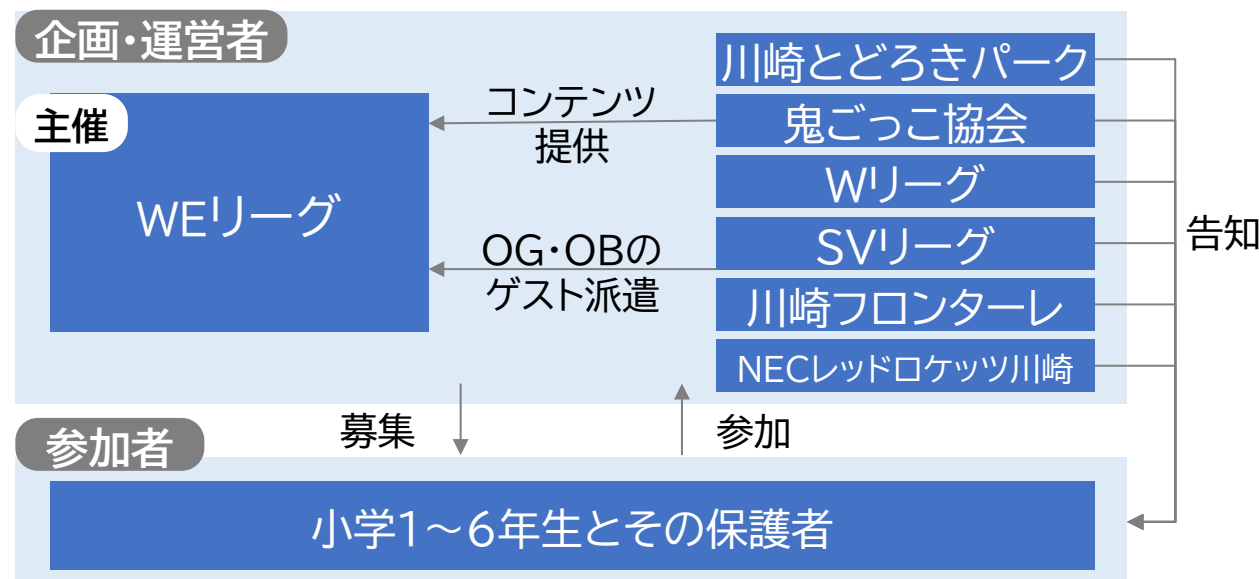
5.ひなまつり鬼ごっこスポーツ体験

イベントの目的

女子小学生に対し、安心して参加できる運動機会を提供することで、スポーツ参加意欲を向上させ、女性のスポーツ実施率向上に寄与する

取組内容・体制

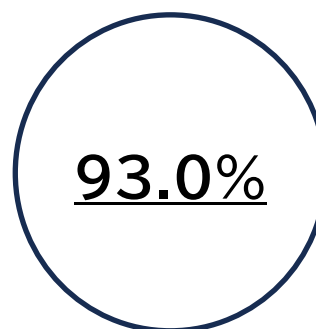
初対面でも交流しやすく、誰でも安全に楽しめるよう、じゃんけんやボール遊び、チームスポーツの要素を「鬼ごっこ」に組み込む。学年横断でチームを作り、実施する



インパクトサマリ

様々な鬼ごっこを、初めて会った子同士協力して取り組むことで、運動することの楽しさを実感してもらうことができ、日常での運動機会を増やす契機となった

参加者満足度



参加者の意識・行動変容で生み出される主な社会価値

小学生	運動の楽しさの実感
	運動機会参加意欲の向上
保護者	子どもへの運動機会提供意識の向上
その他の創出効果	健康意識の改善に伴う運動習慣増 地域住民の運動習慣の増加、地域参画意識の向上

社会価値総額

ソーシャルバリュー 約1,267万円

※ ソーシャルバリュー：取組でもたらされる将来的な見込み効果を、金銭価値換算した値

小学生

- ・ しらない鬼ごっこがあつて良かったです。なかやすみにもやります(小2・女の子)
- ・ チームのみんなと協力できた。楽しくて、体を動かす良さを改めて感じた(小5・女の子)

保護者

- ・ 鬼ごっこという身近な運動だったので一年生もルールがわかりやすかった(小1・親)
- ・ 選手達との交流で色々なスポーツに興味を持てそうなところがよかった(小2・親)

ゲスト

- ・ すぐに打ち解け合って楽しく体を動かす様子から、子ども達の可能性を感じられて良かった(鮫島彩さん)
- ・ 子ども達のがのびのびしていて良かった(稲本潤一さん)

WE ACTION DAY実施レポート

ひなまつり鬼ごっこスポーツ体験



イベント詳細

実施概要	企画詳細
- 実施日:2026年3月3日(火) - 実施場所:とどろきアリーナ - 参加人数:115名 - 参画団体:Wリーグ、SVリーグ、鬼ごっこ協会、川崎フロンターレ、NECレッドロケッツ川崎 - 協力団体:SOMPOホールディングス、DAZN Japan Investment合同会社	①じゃんけん鬼ごっこ:初対面同士の自然な交流を促すため、じゃんけん要素を追加 ②まねっこ鬼ごっこ:動物や物の動きをまねし、想像力を働かせて楽しく体を動かす ③ボール集めゲーム:自然にボールスポーツへつながるような導入プログラム ④スポーツ鬼ごっこ:スポーツの要素を取り入れ、チームで協力しながら楽しめる

イベントの感想コメント

参加者	企画・運営者
【小学生】 - 知らない人と仲良く作戦を立ててプレーできたこと - ゲストの人がやさしく話かけてきてくれたのがよかった 【保護者】 - 初めてのルールや初めての仲間とのイベントでも、時間が進むにつれて楽しそうな姿を見れてよかった。また、豪華なゲストの方々と交流出来て思い出に残る時間を過ごせました！	【女子選手OG】 - 子どもたちの楽しむ姿から、パワーをもらった - 子ども達がそれぞれ意見を出し合い、最善を考えていた様子から刺激を受けた - 女子サッカー・バレー・バスケをはじめとする女子競技の普及につなげていきたい 【参画団体】 - 地域の子供たちの笑顔がたくさんあったので、増やしていきたい

社会価値の内訳

※ 社会価値:取組を通して、将来的に、参加者・関係者・社会全体へもたらされる見込み効果を、金銭価値で換算した値。本イベントの収益とは無関係

小学生	91.8%	運動の楽しさの実感	参画団体・企業	101.2万円	企業・団体の認知向上 (および、売上増加への寄与)
	82.2%	運動機会参加意欲の向上	参画した競技団体	455%	複数団体連携による発信力の強化 (WL単体に比べたリーチ範囲の向上割合)
	227.7万円	健康意識の改善に伴う運動習慣増 (に伴う医療費削減)	WEリーグ	278.6万円	メディアへの露出機会の増加
	38.6万円	運動習慣継続意識の向上 (に伴う医療費削減)		65.9万円	認知向上による来場者増加
小学生高学年	96.0%	卒業後の運動意欲の向上	自治体	531.5万円	地域住民の運動習慣の増加
イベント参加者(親子)	23.6万円	子どもへの運動機会提供意識の向上 (運動系の習い事加入者数の増加)		86.1%	地域参画意識の向上

WE ACTION DAY実施レポート ひなまつり鬼ごっこスポーツ体験

WE LEAGUE

× 鬼ごっこ協会

× W LEAGUE

× LEAGUE

× KAWASAKI

× NEC RED ROCKETS KAWASAKI

該当SDGs:

3 すべての人に健康と福祉を

5 ジェンダー平等を実現しよう

WE ACTION





三菱重工浦和レッズレディース

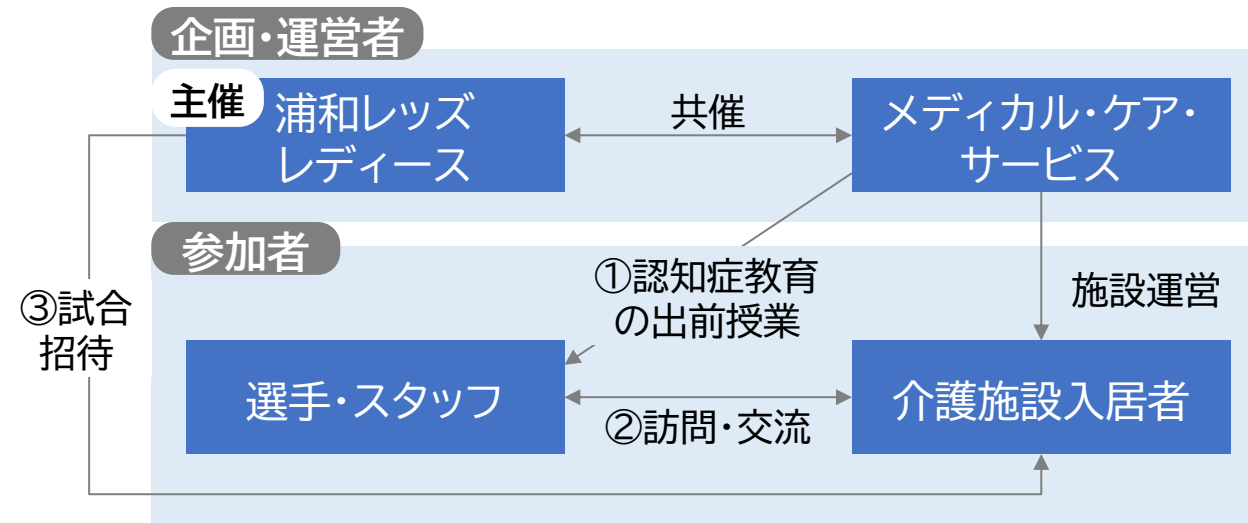
6.認知症教育講座

イベントの目的

「認知症」を理解し、認知症患者・介護者が孤独を感じにくくなる共生社会の実現を目指す。また、認知症の進行抑制、症状改善につながる知識も習得する

取組内容・体制

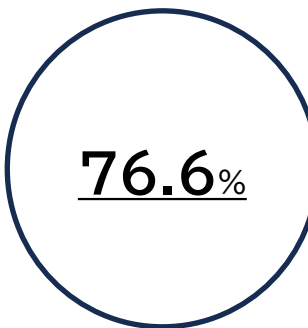
①選手・スタッフに「認知症」を考える講座を行う。②認知症の方との接し方を学んだ選手が、介護施設に訪問・交流する。③入居者を試合日にスタジアムに招待する



インパクトサマリ

講座を通じて、認知症を他人事ではなく自分事として理解するだけでなく、学んだ状態での当事者との相互コミュニケーションを通し、共生社会の実現に寄与した

参加者満足度



参加者の意識・行動変容で生み出される主な社会価値

選手・スタッフ

認知症理解を通じた、
認知症に対し主体的に向き合う意識の向上

介護施設
入居者

認知症理解が進んだ選手との交流を通じた
孤立感の軽減

選手・スタッフ

交流を通じた
DE&I理解の促進

その他の創出効果：仕事に対する幸福度の向上、企業・クラブの認知向上等



入居者

- 歌をうたって、お話もできて、楽しかったです
- 皆様とかいわがで、がんばっていて応援したいと思えた



選手・スタッフ

- 講義を受けて認知症についてのイメージが良い方向に変わった、先入観に気づかされた
- 最初の講義で、認知症のことを詳しく教えて頂き、少しでも理解をした上で実際に訪問できてよかった



施設
スタッフ

- 認知症への偏見なく、「人」同士として、接して頂いた
- 今後も交流を継続させていきたい



ちふれASエルフェン埼玉

7.美容と健康が生み出す、生きがいのある暮らし

イベントの目的

ちふれASエルフェン埼玉を通じて、「美容」と「健康」による施設利用者の生きがいや楽しみを創出する

取組内容・体制

SOMPOケア利用者(通所介護)が、ちふれHDの美容部員サポートの下、メイクアップ体操、セルフハンドマッサージを行う。また、EL埼玉選手と共に、健康増進に向けたストレッチ・簡単な運動を行う

企画・運営者

主催

EL埼玉

共催

SOMPO

コンテンツ提供

ちふれHD

参加者

選手派遣

化粧体験・運動

美容部員派遣

SOMPOケア利用者

施設運営



インパクトサマリ

「美容」・「健康」に関する体験を通し、生きがいや楽しみの創出だけでなく、利用者・施設スタッフ双方が笑顔に溢れ、その後の行動を前向きにする取組となった

参加者満足度

(5点満点中)

平均 **4.06**

参加者の意識・行動変容で生み出される主な社会価値

SOMPOケア
利用者

自分と向き合う/他者と交流することによる、
楽しみ・達成感の向上

SOMPOケア
スタッフ

楽しみ・モチベーションを得ることによる
外出機会の増加

楽しさや、利用者の笑顔を見ることを通じた
仕事に対する幸福度の向上

その他の創出効果 : DEI理解の促進、健康意識の改善による運動習慣の増加



施設利用者

- ・しばらくぶりで化粧をしました
- ・ボールゲームが楽しかったです
- ・楽しかったです、また来てください

ちふれHD

- ・参加者の笑顔、メイクをしてお顔だけでなく気持ちも明るく楽しんでいただけたことがよかった

施設スタッフ

- ・笑い過ぎて動き過ぎて良く寝れたとお声を頂いた
- ・利用者さまがとても笑顔で参加され、私達も元気をもらいました

選手

- ・一緒に何かをするということで、心の距離も縮まり、私達もパワーをもらいました



ジェフ千葉レディース

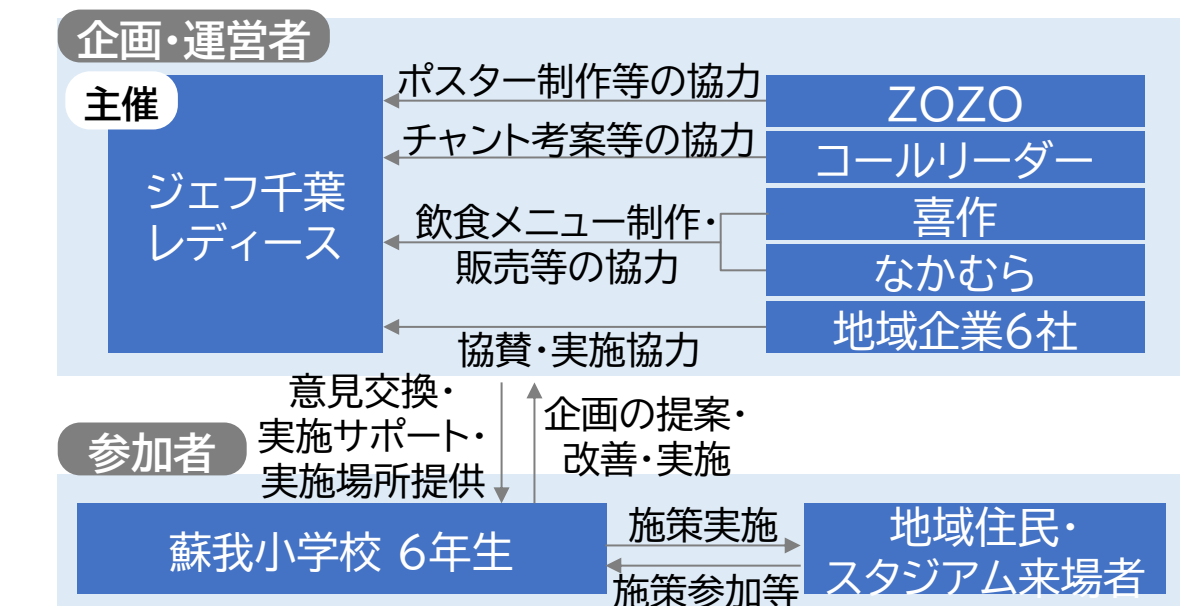
8.蘇我小試合丸ごとプロデュース

イベントの目的

試合の場を活用したアントレプレナー教育を通して、子どもの主体的な課題発見・解決能力を育成し、学校・クラブを含む地域の繋がりや子どもの地域愛を醸成する

取組内容・体制

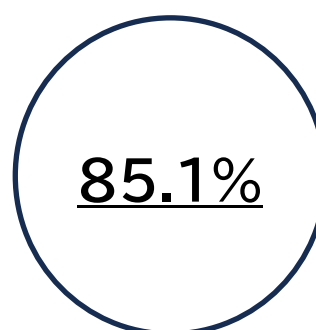
蘇我小6年生が試合時の告知・物販・イベント等を企画し実施する。企画段階では地域企業やクラブスタッフ・選手が児童からの提案を受けて意見交換を重ねる



インパクトサマリ

クラブ・地域企業とともに小学生自らが企画立案・実行することにより、アントレプレナーシップが育まれた。保護者や地域住民も含む地域の繋がりの強化に寄与した

参加者満足度



参加者の意識・行動変容で生み出される主な社会価値

蘇我小6年生

課題発見力・創造力等を含む
アントレプレナーシップの醸成

蘇我小6年生

企業・クラブとの交流や課題発見を通じた
地域愛の醸成

地域住民・スタジアム来場者

施策への参加等を通じた
地域の子どもを応援する・見守る意識の向上

その他の
創出効果

・ キャリア意識の向上、非認知能力の向上、教育に関する発見を得る機会提供、企業・クラブの認知向上等

社会価値総額

ソーシャルバリュー
約2,630万円

※ ソーシャルバリュー：取組でもたらされる将来的な見込み効果を、金銭価値換算した値



蘇我小6年生

・ 提案などをできて成長できた。準備が楽しかった
・ 暇な人がいないようにみんなで手分けして、呼び込みや宣伝を頑張った。飲食やグッズを完売できた

スタジアム来場者

・ 小学生が準備・当日と頑張ったことがよく分かった
・ 子どもたちがいきいきとしていて元気をもらえた
・ 地域に根差した試みで、地元との繋がりを感じた

協力企業

・ 地域・クラブ・未来を担う子どもがコラボして企画に取り組むことが、地域活性化、クラブを応援する力、子どもたちの今後に生かされていくと思った

選手

・ 子どもたちの学習の一環になりつつ、選手としてもパワーをもらえたり、モチベーション向上に繋がった

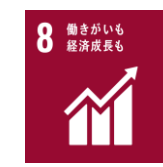
WOMEN EMPOWERMENT LEAGUE

WE ACTION DAY実施レポート

蘇我小 試合丸ごとプロデュース



該当SDGs:





ノジマステラ神奈川相模原

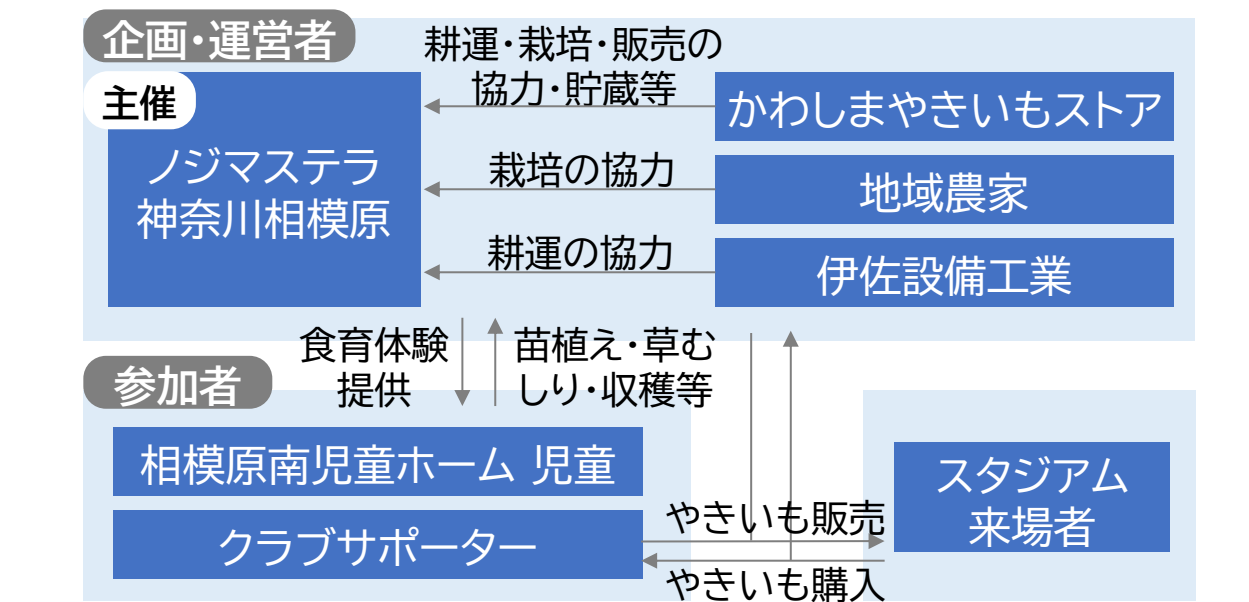
9. さつまいも共創プロジェクト

イベントの目的

児童養護施設と食育体験を行うことで、子どもの社会参画意識を育み、他の参加者に虐待防止の取組を知ってもらう。また、体験により農業や食の大切さを学ぶ

取組内容・体制

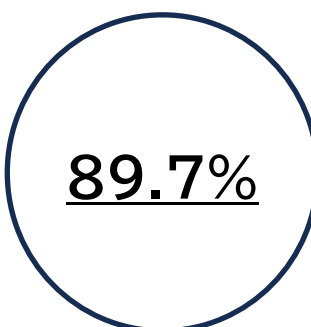
練習場内の未利用地で児童らとさつまいも栽培を行い、耕運・苗植えから収穫・調理・実食まで体験する。また、試合時に貯蔵した芋を用いたやきいも販売を行う



インパクトサマリ

地域と関わる体験を通じ、養護施設の児童の社会参画意識が向上した。食育体験により参加者の食べ物を大切にする意識が向上し、フードロス削減等が見込まれた

参加者満足度



参加者の意識・行動変容で生み出される主な社会価値

児童ホーム 児童	多様な体験機会・交流機会を通じた社会参画意識の向上
児童ホーム 児童	食育体験を通じた農業・食への興味関心の向上
サポーター・来場者・クラブ・協力企業	施設の子どもたちとの交流による子どもを守る意識の向上
その他の創出効果	食べ残し削減の意識向上、耕作放棄地の活用、仕事に対する幸福度の向上、企業・団体・クラブの認知向上等

社会価値総額

ソーシャルバリュー 約900万円

※ ソーシャルバリュー：取組でもたらされる将来的な見込み効果を、金銭価値換算した値



- 児童ホーム 児童
 - 選手や地域の人と仲を深められた
 - みんなで芋を掘って食べて楽しかった
- 参加サポーター
 - 作ったお芋を調理して食べることで、おいしいだけでなく、食の大切さも理解できた
 - 施設の子どもたちと選手の交流の深さが分かった
- スタジアム来場者
 - 焼き芋がおいしく、地域の人々の一体感を感じた
 - 子どもや選手たちが自分で掘り起こしたさつまいもを見て感動した顔が何よりも嬉しく、共感できた
- 協力企業・農家
 - 食物を育てる難しさや有難さを楽しみながら学べた
 - 畑作りから収穫・実食の過程で、農家・ファン・サポーター・子どもたちと沢山コミュニケーションが取れた
- 選手



サンフレッチェ広島レジーナ

10.近賀ゆかりアンバサダーと学ぶ平和学習

イベントの目的

県内外の親子に対し、過去の戦争について知り、未来と平和、平和とスポーツとの繋がりについて考える機会を提供することで、平和形成への意欲向上を目指す

取組内容・体制

地元高校生発案の、広島平和記念公園からスタジアムまでを巡り、対話を通じ、過去から学び、未来を考える「ピースポダイアログツアー」に、選手・OGと親子が参加

企画・運営者

主催

サンフレッチェ
広島レジーナ

共催

読売新聞大阪本社

ピースカルチャー
ビレッジ

ツアー企画

参加者

参加呼びかけ

ツアーの参加

取材・発信

県内外の小中高生の子どもと保護者



インパクトサマリ

平和×スポーツの意義を考えながら平和公園を巡り、親子の平和形成意識を高めた。ガイド・参加者間の対話により、子どものコミュニケーション能力等の向上に寄与した

参加者満足度

100.0%

参加者の意識・行動変容で生み出される主な社会価値

小中高生・
保護者

平和とスポーツのつながりの理解を通じた
平和形成に向けた意欲の向上

小中高生

ツアーでの体験・参加者同士の交流を通じた
子どもの非認知能力の向上

小中高生
(広島市内)

ツアーで地域の魅力に触れることによる
地域愛の醸成

その他の
創出効果

: DE&I理解の促進、企業・団体・クラブの認知向上等

社会価値総額

ソーシャルバリュー

約600万円

※ ソーシャルバリュー:
取組でもたらされる将来的な見込み効果を、金銭
価値換算した値



小中高生



保護者

OG選手

- 平和のことを深く知れた。平和であるからスポーツができる・スポーツがあるから平和があると分かった
- 原爆ドームを見て当時の様子が分かり、怖いと思った
- 1度も見たことがない場所を皆で見られて良かった

- スポーツという新たな視点から見て、平和について改めて考えるきっかけになった
- 広島に住んでいてもじっくりと平和公園を巡ることはないので、詳しい話を聞きながら学べてよかった

- 広島のチームだからこそスポーツを通して平和について知ってもらえる。今後もその役割を担いたい

イベント詳細

実施概要	企画詳細
・ 実施日:2025/11/8 ・ 実施場所:広島平和記念公園、エディオンピースウイング広島 ・ 参加人数:41名 ・ 参加企業・団体:読売新聞大阪本社、ピースカルチャービレッジ(ツアー運営団体)	・ 広島の高校生が発案した「ピースポダイアログツアー」(広島平和記念公園などを巡り、対話を通じて過去を学び、未来を考える体験型ツアー)に選手と親子が参加

イベントの感想コメント

参加者	企画・運営者
【小中高生】 ・ 原爆ドームが半分ほど壊れていて1発なのに怖いと思った ・ 説明が分かりやすかった。様々なことをのこしてくれて今があると思った 【保護者】 ・ 今まで知らなかったことや視点を知ることができ、平和について改めて考えられた ・ 説明を聞きながら巡り、子どもたちも親も広島歴史に触れられて良かった	【読売新聞大阪本社】 ・ 「サンフレッチェ広島でしかできないアクション」だと思った。引き続き実施したい ・ 平和とスポーツの素晴らしさに触れる企画に多くのマスコミが賛同し報道してくれた 【ピースカルチャービレッジ(高校生)】 ・ 参加者との会話の中で自分が思いつかなかった意見も聞けて、考えが深まった ・ もっと視点を深め、スポーツを入口として平和を理解してもらえようようにしたい

社会価値の内訳

※ 社会価値:取組を通して、将来的に、参加者・関係者・社会全体へもたらされる見込み効果を、金銭価値で換算した値。本イベントの収益とは無関係

小中高生・ 保護者・選手	96.4% 平和形成に向けた意欲の向上	社会全体	34.9万円 参加者の平和形成に向けた意欲の向上 (社会課題解決に関する活動への寄付の増加)
小中高生	345.0万円 子どもの非認知能力の向上(将来の所得向上)	協働団体	4.7万円 企業・団体の認知向上(顧客増)
小中高生・ 保護者・選手	31.9万円 DE&I理解を通じた (将来の)エンゲージメント・生産性向上	クラブ	3.8万円 認知向上による来場者増加
小中高生 (広島市内)	80.0% 地域愛の醸成	クラブ	145.0万円 メディアの露出機会の増加(広告換算値)
広島市	8.2万円 地域愛醸成による定住・Uターン人口の増加		



●WE LEAGUE

WEリーグ

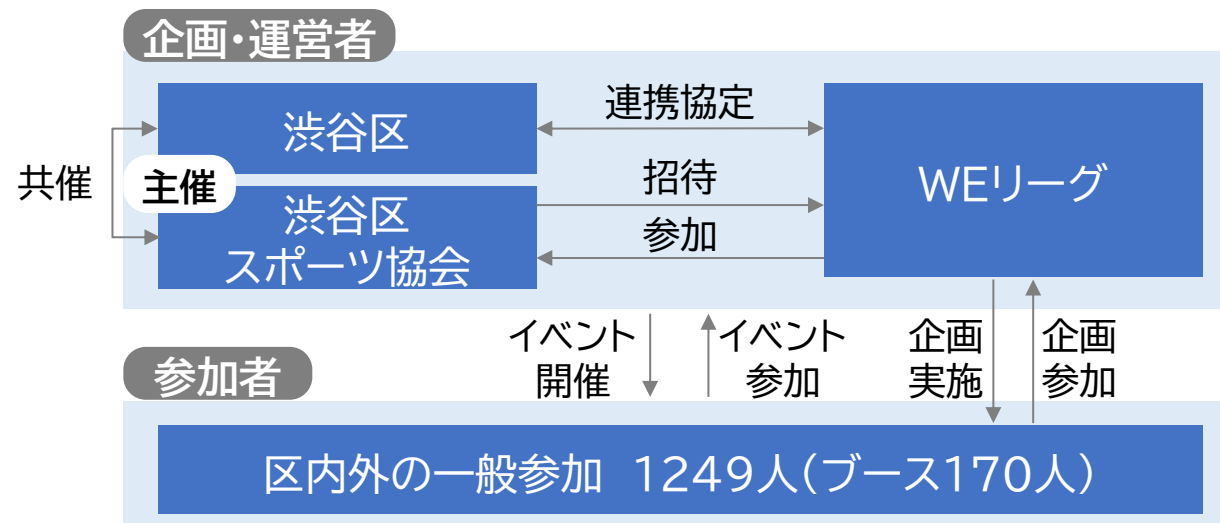
11.WE ACTION in 渋谷スポフェス

イベントの目的

参加者に、女子プロサッカー選手の、プレーの凄さや魅力を感じてもらい体験機会を提供し、スポーツを「する」「見る」楽しさを感じてもらう

取組内容・体制

サッカー特有のプレーの迫力を体感してもらうため、シュートスピード、俊敏性を計測する2つのプログラムを用意し、WEリーガーの記録に挑戦する



インパクトサマリ

親子で共に楽しめる体験を通して、今後の子どもの体験機会創発、運動習慣増加の一助となるだけでなく、女子プロサッカー選手の見方を変えるきっかけにもなった

参加者満足度	参加者の意識・行動変容で生み出される主な社会価値	社会価値総額
80.4%	イベント参加者(親子)	地域の体験機会への参加を契機とした子どもの体験学習頻度の向上
	イベント参加者	女子プロサッカー選手の凄さを知ることによるアンコンシャスバイアスの解消
	自治体	参加者の運動習慣増加による地域の医療費の削減
その他の創出効果	DE&I理解の促進、観戦意欲の向上、認知向上による来場者増加等	
		※ ソーシャルバリュー：取組でもたらされる将来的な見込み効果を、金銭価値換算した値

ソーシャルバリュー
約1,400万円



子ども

- 初めてサッカーの気分を味わえた(女の子・小1)
- もっとたくさんやってみたい(男の子・小3)
- 選手のシュートスピードが速くて驚いた(男の子・中1)

親

- 女子サッカー選手のキックがこんなに速いと思わなかった(2児・父)
- 子どもが楽しそうに体を動かしていてよかった(1児・母)

渋谷区スポーツ協会

- 連携協定を結ぶWEリーグを媒介に、企業と渋谷区をつなげていきたい(評議員)



イベント詳細

実施概要	企画詳細
- 実施日:2025/11/16 - 実施場所:渋谷区スポーツセンター - 参加人数:ブース170名(スポフェス全体約1249名) - 参加企業・団体:渋谷区スポーツ協会、渋谷区	①WEリーガーのシュートスピード測定 ②シュートスピード測定:参加者のキック力を測定し、WEリーガーの記録に挑戦する ③アロウヘッドアジリティ:WEリーガーと同様のアジリティ計測プログラムを行う

イベントの感想コメント

参加者	企画・運営者
【子ども】 - 久しぶりにサッカーボールに触れました - 速いスピードのシュートを打てたこと - もっとたくさんやりたい - スピードを測るのが楽しかった 【大人】 - 子どもが楽しそうに体を動かしていてよかった - 何回かチャレンジできた。対応する方が丁寧だった	【WEリーグスタッフ】 - お父さん方がシュートチャレンジで女子プロサッカー選手の記録を超えようと、子どもの前で一生懸命挑戦している姿が印象的だった。 【渋谷区】 - 長年、サッカーに携わってきたが、キックスピード測定は初めてで、新鮮な体験だった。 - 受付で「WEリーグとは何ですか」といったご質問が多く寄せられ、来場者の方々にとってWEリーグの認知や活動内容が十分に伝わっていない現状も感じた。

社会価値の内訳

※ 社会価値:取組を通して、将来的に、参加者・関係者・社会全体へもたらされる見込み効果を、金銭価値で換算した値。本イベントの収益とは無関係

イベント参加者(親子)	約200万円	子どもの体験学習頻度の向上 (習い事加入率の増加)	渋谷区スポーツ協会	—	メディア露出機会の増加
イベント参加者	78.0%	女子プロサッカー選手の凄さを知ることによるアンコンシャスバイアスの解消	自治体	約590万円	地域住民の運動習慣の増加 (地域の医療費の削減効果)
	約130万円	DEI理解を通じたエンゲージメント向上 (生産性の向上)		73.1%	地域参画意識の向上
	約250万円	健康意識の改善に伴う運動習慣増 (個人の医療費の削減効果)	WEリーグ	61.0%	観戦意欲の向上
	約210万円	運動習慣の継続意識の向上 (個人の医療費の削減効果)		約20万円	認知向上によるスタジアム来場意欲の向上 (来場者収入の増加)

WE ACTION DAY実施レポート WE ACTION in渋谷スポフェス



該当SDGs:



●WE LEAGUE

WEリーグ

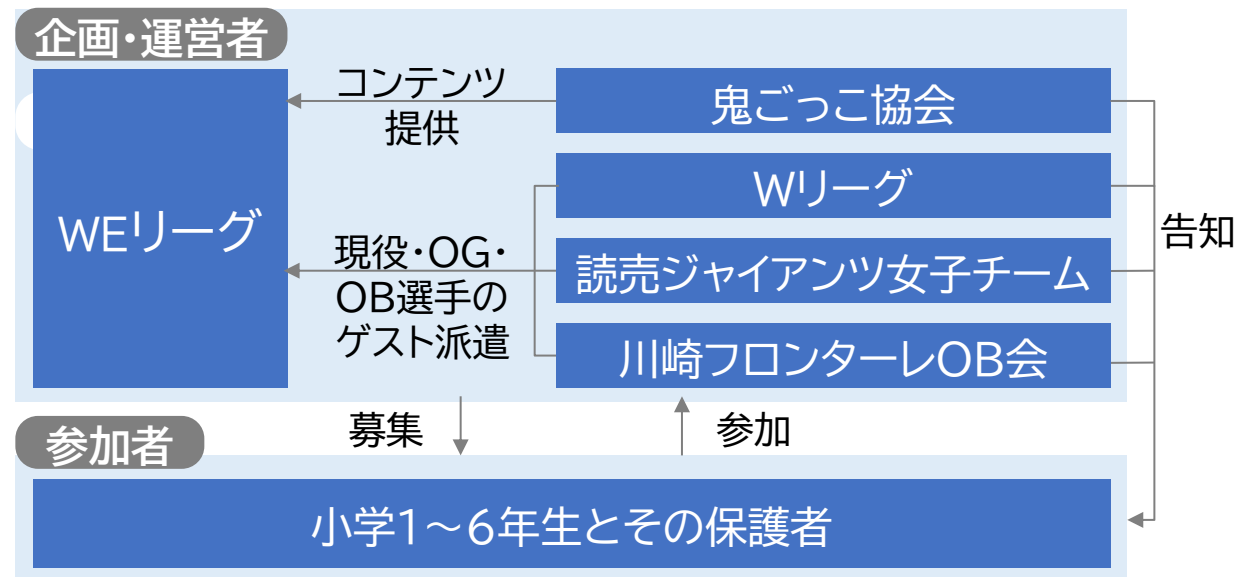
12.スポーツ鬼ごっこ

イベントの目的

スポーツが初めての子どもでも安心して参加できる運動機会を提供することで、スポーツ参加意欲を向上させ、子どものスポーツ実施率向上に寄与する

取組内容・体制

小学生全学年を対象に、年齢・性別を問わず誰でも安全に楽しめる運動プログラムとして、4vs4のスポーツ鬼ごっこを実施する。様々なスポーツの選手も参加する



インパクトサマリ

初めて会った子同士で協力し合って鬼ごっこをプレイすることにより、運動することの楽しさを実感してもらうことができ、日常での運動機会を増やす契機となった

参加者満足度

80.7%

参加者の意識・行動変容で生み出される主な社会価値

小学生

運動の楽しさの実感

運動機会参加意欲の向上

保護者

子どもへの運動機会提供意識の向上

その他の
創出効果

健康意識の改善に伴う運動習慣の増加・継続、
地域住民の運動習慣の増加・継続

社会価値総額

ソーシャルバリュー

約420万円

※ ソーシャルバリュー：
取組でもたらされる将来的な見込み効果を、金銭
価値換算した値



小学生

- ・ いつもと違う鬼ごっこのルールが面白くて楽しかった
- ・ 走ってお宝を取るのが楽しかった。もっとやりたい
- ・ チームで話し合いをして、それをゲームで実際にできたことが嬉しかった

保護者

- ・ 小さい子も含め、誰でも楽しめる工夫がされていた
- ・ スポーツ鬼ごっこが初めてで不安だった娘が、終わった後に楽しかった、もっとやりたかったと笑顔だった
- ・ ルールがしっかりしていて子どもが揉めずに楽しめた。こうすればいいのか！と目から鱗の鬼ごっこだった

ゲスト

- ・ 普段運動している人もしていない人も、日常的に親しみのある『鬼ごっこ』だったため、みんなが楽しむことができていた

イベント詳細

実施概要	企画詳細
- 実施日:2026年4月29日(水・祝) - 実施場所:Uvanceとどろきスタジアム by Fujitsu - 参加人数:約100名 - 参加企業・団体:鬼ごっこ協会、Wリーグ、読売ジャイアンツ女子チーム、川崎フロンターレOB会	WEリーグクラシエカップ決勝会場にて、鬼ごっこ協会の協力により、誰でも安全に楽しめる運動プログラムとして、4vs4のスポーツ鬼ごっこを小学生全学年を対象に実施する。サッカー、バスケット、野球の現役選手・元トップ選手が、子どもたちとともに鬼ごっこに参加する

イベントの感想コメント

参加者	企画・運営者
【小学生】 - 知らない子とチームを組み、お互いリスペクトしながら作戦会議をする経験が良かった - サッカーのプレミアリーグのグラウンドに入ってスポーツができて良かった - スポーツ選手がかっこよかった。上手いと褒められて嬉しかった - ルールが分かりやすくて楽しかった。もう一回やりたい 【保護者】 - みんなが楽しく参加できた。プロ選手たちと一緒に楽しめるイベントで良かった - チームでプレイする楽しさを得られた。子どもの自信がついた	【参加ゲスト】 - 対戦形式でやったので戦術など考えることが、チームワークを生んでいて、子どもたちが1つになっているのが良いと感じた - 勝ち負けに関わらず子どもたちの笑顔が印象的だった 【WEリーグ】 - 国際女性デーに実施したイベントからの連携で他団体と再度取り組めたのが良かった

社会価値の内訳

※ 社会価値:取組を通して、将来的に、参加者・関係者・社会全体へもたらされる見込み効果を、金銭価値で換算した値。本イベントの収益とは無関係

小学生	87.9%	運動の楽しさの実感	参加者(親子)	72.1万円	子どもへの運動機会提供意識の向上(運動系の習い事加入者数の増加)
	84.8%	運動機会参加意欲の向上	協力競技団体・WEリーグ	197.8%	複数団体連携による発信力の強化(WEリーグ単体に比べたリーチ範囲の向上割合)
	40.5万円	健康意識の改善に伴う運動習慣増(に伴う医療費削減)		14.4万円	認知向上による来場者増加
	47.9万円	運動習慣継続意識の向上(に伴う医療費削減)	自治体	249.4万円	地域住民の運動習慣の増加

WE ACTION DAY実施レポート

スポーツ鬼ごっこ





マイナビ仙台

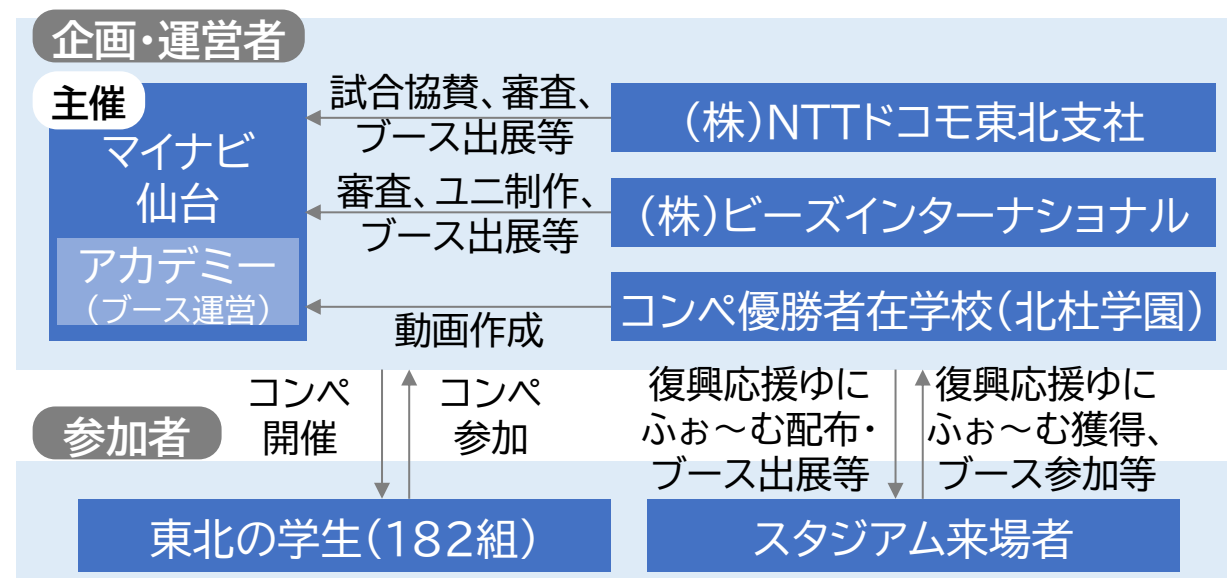
13.学生デザインユニフォーム着用～復興応援マツチ～

イベントの目的

震災後15年目の節目に、女子サッカー一部を存続させてくださった方々の勝利と希望への想いをつなぎ、試合を見ていただく方に勇気、希望、笑顔を届ける

取組内容・体制

東北の学生対象の“復興応援ユニフォーム”デザインコンペを実施する。復興応援マッチではユニフォームを選手が着用し、関連した展示や防災ブース等を出展する



©mynavisendai



©mynavisendai

インパクトサマリ

アパレル企業の協力を伴うデザインコンペを通して、学生のキャリア意識が向上した
試合日のブース実施等により、来場者の前向きな気持ちや防災意識を醸成した

参加者満足度

93.8%

参加者の意識・行動変容で生み出される主な社会価値

コンペ参加学生

アパレル業界の職業観を知ることによる
キャリア意識の向上来場者・
協力団体等ユニフォームのメッセージの受容を通じた
復興に対する前向きな気持ちの醸成来場者(防災
ブース参加者)防災行動等について学ぶことによる
防災意識の向上その他の
創出効果

- 地域の学生を応援する意識の向上、企業・団体・クラブの認知向上、災害・被災地支援活動の促進等



©mynavisendai



©mynavisendai

北杜学園

- 最終プレゼンから打合せ、お披露目に至るまでなかなか経験できないことをさせてもらった
- 友人がデザインしたものがグッズになって感動した
- 学修成果、地域交流、スポーツ振興が実現できた

来場者

- ユニフォームに想いがこもっていて良かった
- 石巻市での開催や防災ブースにより、震災への意識が持てた。クラブが復興に向き合っていると感じた

協力企業

- 学生のプレゼンテーションに熱量を感じた
- “復興応援”というテーマに対して、クラブと共にできることを議論し、実行に移せて良かった

イベント詳細

実施概要	企画詳細
- 実施日:①2025/7/18～2025/9/27、②2026/3/7、21、28 - 実施場所:ユアテックスタジアム仙台(①、②-2・3)、セイホクパーク石巻(②-1) - 参加人数:①182組、②約300名 - 参加企業・団体:(株)NTTドコモ東北支社、(株)ビーズインターナショナル、北杜学園	①復興応援ユニフォームのデザイン案を東北の学生から募集し、コンペを行う。最終審査では8組の学生がプレゼンを行い、協力企業・クラブ・選手が審査・決定する ②3回にわたる復興応援マッチで選手がユニフォームを着用するとともに、配布・販売、メッセージ展示・来場者による記入、フォトブース・防災ブース出展等を実施する

イベントの感想コメント

参加者	企画・運営者
【コンペ参加学校職員・学生】 - 様々な立場の方の前でのプレゼン・質疑応答は貴重な体験になった - 今まで縁のなかった女子サッカーと出会うことができ新たな発見にもなった 【スタジアム来場者】 - 防災を身近に感じた - 特別ユニフォームが新鮮で良かった	【コンペ・ブース協力企業】 - マイナビ仙台レディースの復興への想いが伝わるイベントだった - 実際に自社のロゴが入ったユニフォームを着て選手がプレーする試合を見て達成感を感じるとともに、自社がクラブを応援しているという認知度の向上に繋がった - クラブにより一層協力したいと思った

社会価値の内訳

※ 社会価値:取組を通して、将来的に、参加者・関係者・社会全体へもたらされる見込み効果を、金銭価値で換算した値。本イベントの収益とは無関係

最終コンペ参加学生	キャリア意識の向上	自治体	地域住民の防災意識向上(負傷リスクの低下)
北杜学園学生	キャリア意識の向上		地域住民の運動習慣の増加(医療費の削減)
	非認知能力の向上	協働企業	企業・団体の認知向上
来場者・協力団体等	復興に対する前向きな気持ちの醸成		仕事に対する幸福度の向上
来場者	地域の学生を応援する・見守る意識の向上	クラブ	認知向上による来場者増加
防災ブース参加者	防災意識向上(負傷・損害発生リスクの低下)		メディアへの露出機会の増加
石巻市防災ブース参加者	健康意識の改善による運動習慣の増加(医療費の削減)	社会全体	災害・被災地支援活動の促進





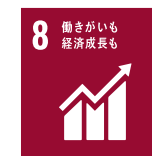
RB大宮アルディージャWOMEN

14.ホームタウンの文化を学ぼう! 盆栽編

WE ACTION DAY実施レポート ホームタウンの文化を学ぼう！盆栽編

WE LEAGUE ×  × さいたま市
大宮盆栽美術館

該当SDGs:



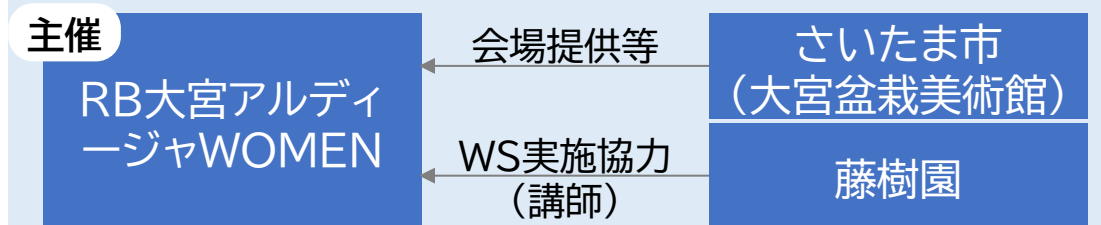
イベントの目的

ホームタウンの文化を知ることによって地域への理解を深め、
次世代への文化・歴史の継承に寄与するとともに、
子どもたちの地域愛醸成や体験機会獲得を図る

取組内容・体制

地域文化を学ぶ初回企画として、昨年100周年を迎えた大宮盆栽村で選手と地元親子がワークショップ(以後WS)に参加する。制作した作品は試合会場で展示する

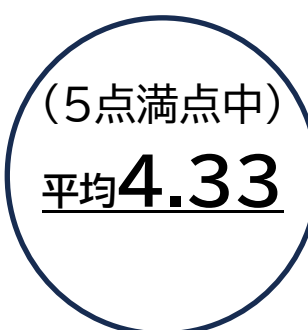
企画・運営者



インパクトサマリ

選手と共に体験したことで、地域の文化・歴史を知識としてだけでなく、子どもたちの思い出として継承することができた。また、スタジアムでの展示により、ホームタウン内外の方々にも、地域文化を広く周知することができた

参加者満足度



参加者の意識・行動変容で生み出される主な社会価値

WS参加者・
スタジアム来場者

地域の文化・歴史を学ぶことによる
ホームタウンの理解深耕

WS参加小学生

WSで地域の文化や魅力に触れることによる
地域愛の醸成

地域・社会全体

参加者の関心・意欲の向上による
地域文化の継承・振興の促進

その他の創出効果：定住・移住意欲の向上、子どもの非認知能力の向上、仕事に対する幸福度の向上、企業・団体・クラブの認知向上等



WS参加者

- ・男女のトップの選手とあえてうれしかったし、盆栽を切れて楽しかった(小学4年・男子)
- ・地元の盆栽を大好きなアルディージャの選手とすることができ思い出になりました(30代・女性・保護者)

スタジアム
来場者

- ・大宮で盆栽が有名なことを知れてよかった(さいたま市外)
- ・普段見る機会がない盆栽が見れた(さいたま市内)



藤樹園(講師)

- ・参加したお子さん、選手の皆さんが真剣にワークショップに取り組んでいて良かった



ちふれASエルフェン埼玉

15.防災ファミリーDAY

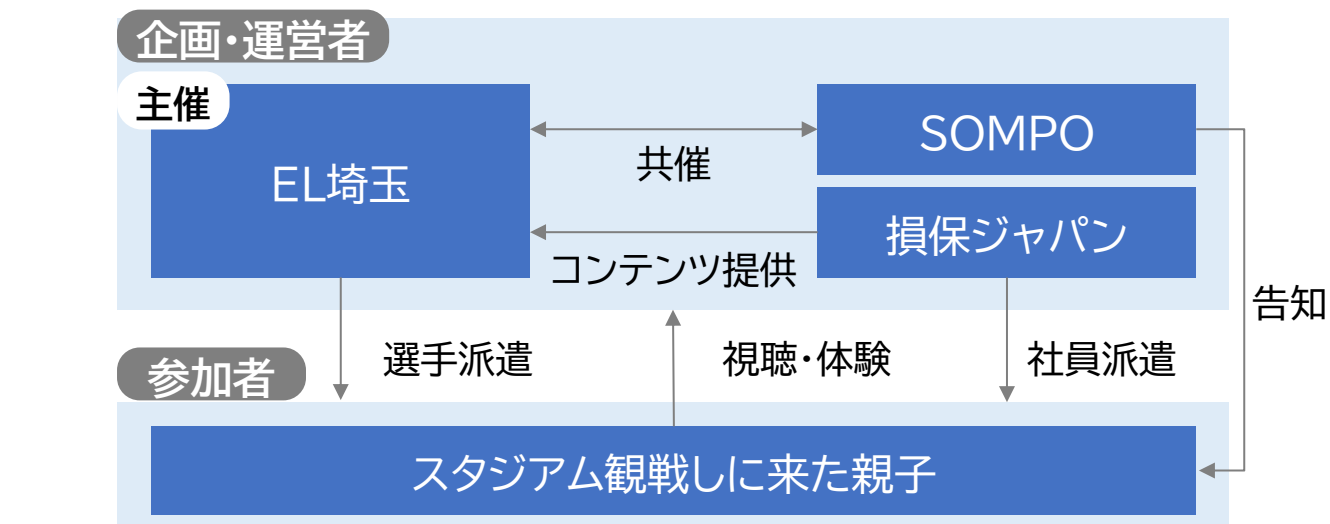
～さあ、防災のパスをつなごう！～

イベントの目的

楽しく学べるコンテンツを通して、
防災・減災意識を高め、災害から身を守るための知識
や安全な行動を身に付けてもらう

取組内容・体制

選手と共に、楽しく防災・減災に関する知識を学んで
もらえるよう、損保ジャパン社の”防災ジャパンダプロ
ジェクト”から、紙食器づくり、防災紙芝居を実施する



インパクトサマリ

体験等を通じて、災害時の対応や役に立つ知識を学ぶことで、参加者の防災・減災意識が向上し、将来の災害時における負傷や損害発生リスク低下が見込まれた

参加者満足度

93.9%

参加者・選手・
スタッフ

自治体

参加者の意識・行動変容で生み出される主な社会価値

防災・減災意識の向上

防災意識向上による損害発生リスクの低下

地域住民の防災意識向上による負傷リスクの低下

その他の創出効果：企業・団体・クラブの認知・好意度向上 等



参加者

- ・楽しく防災について考える機会になり、意識が高まった
- ・災害時に身の回りにある物で工夫することを教えてもらい、備えができた。もしものとき紙食器を作ろうと思う
- ・紙食器の作り方をとても丁寧に教えてもらい、6才の子どもも上手に作れた。子どもたちの勉強になった

SOMPO・
損保ジャパン

- ・お子さまを通じてご家族にも防災・減災の取組みについて知っていただく良い機会となった
- ・紙芝居では選手やチアの動きを真似て参加してくれた子どもたちも楽しんでくれていた。運営側もとても楽しめた



選手

- ・子どもたちと一緒に楽しく防災について学べた





日テレ・東京ヴェルディベレーザ

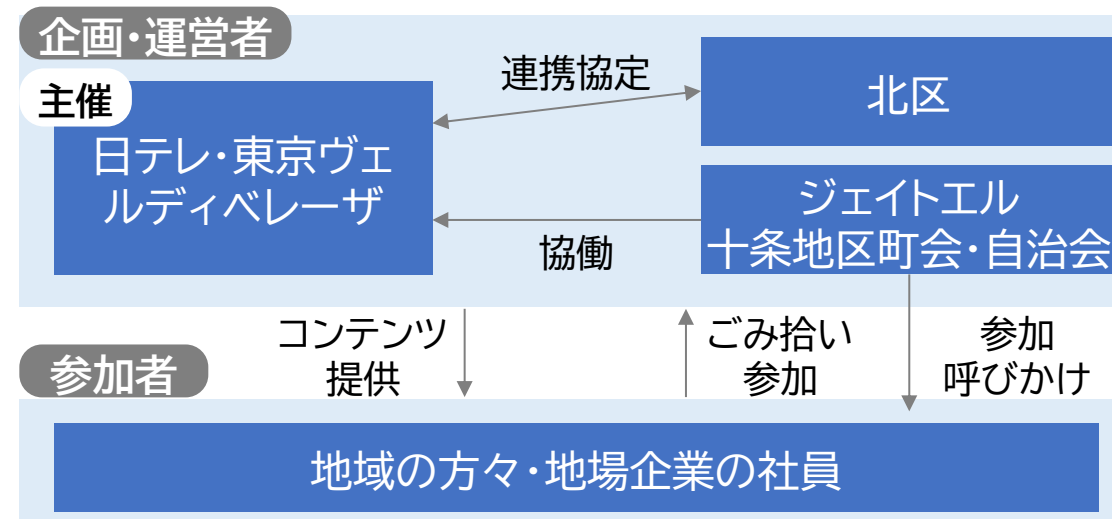
16. クリーンプロジェクト in 十条

イベントの目的

清掃を通してホームタウンを美化し、
地域住民の環境保全意識を高め、
ベレーザをハブとした街づくり・地域振興に寄与する

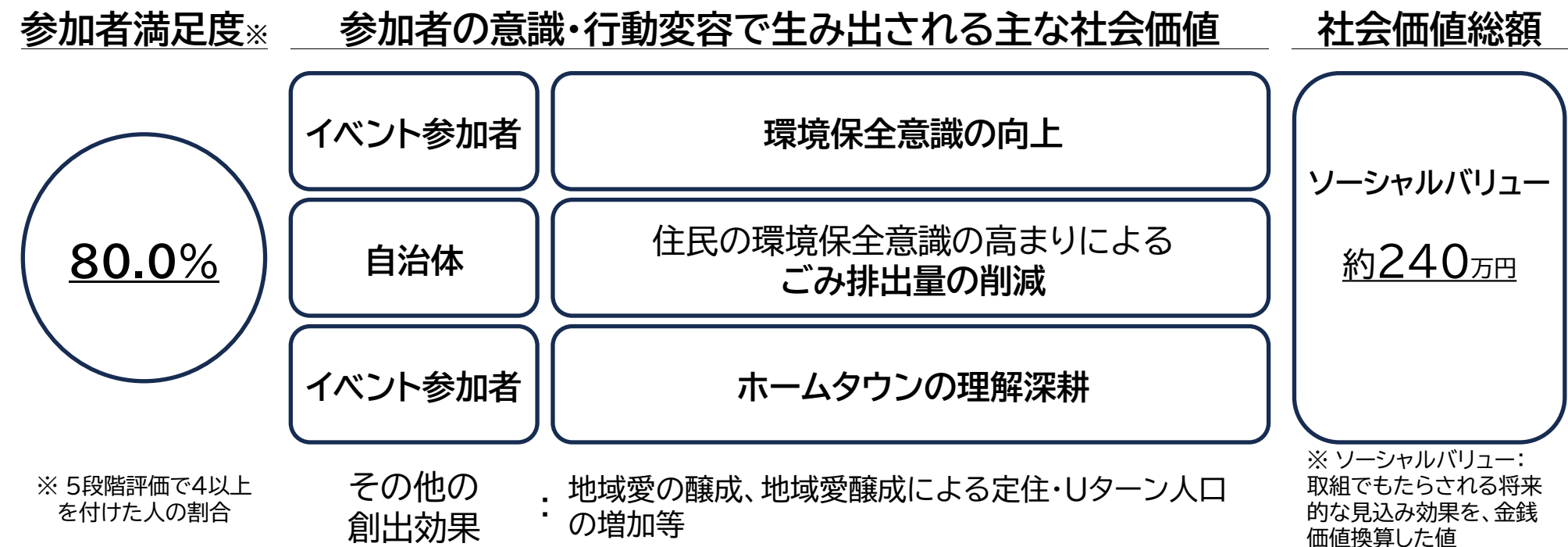
取組内容・体制

ホームタウンである、北区で、環境保全意識や、サステナブル消費意識醸成のため、清掃活動を行う。また、その清掃活動で街歩きをすることで地域理解の促進・地域愛醸成につなげる



インパクトサマリ

クラブマスコット、ユニフォームを用いた一体感醸成や、清掃エリア選定の工夫により、
参加者の8割以上に対し、環境保全意識、十条への理解・愛着の向上をもたらした



参加者

・ 大好きな街、十条のクリーンアップに、応援観戦したいと思っていたベレーザの皆さんの働きかけで、関わることができ感謝です。駅員の方も町内会の方も、同じユニフォームで一体となり取り組めたのは素敵なことだと感じました(60代・女性)

選手

・ 十条の中でも初めて行ったエリアなどもあり十条の魅力を改めて知ることができた
・ この活動を続けていくことの意味を改めて感じられた



日テレ・東京ヴェルディベレーザ

17.クリーンプロジェクト in池袋

イベントの目的

清掃を通してホームタウンを美化し、
地域住民の環境保全意識を高め、
ベレーザをハブとした街づくり・地域振興に寄与する

取組内容・体制

ホームタウンである、豊島区で、環境保全意識や、サステナブル消費意識醸成のため、清掃活動を行う。また、活動を通じた相互交流で、社会参画意識を高める

企画・運営者

主催

日テレ・東京ヴェルディベレーザ

連携協定

豊島区

協働

豊島区シルバー人材センター

参加者

コンテンツ提供

ごみ拾い参加

参加呼びかけ

地域の方々・豊島区役所の職員



インパクトサマリ

としまシルバースターズと参加者、選手が、世代間交流を通して清掃したことで、満足度が高まり、環境保全意識向上や地域愛醸成といった目的達成につながった

参加者満足度※

80.0%

※ 5段階評価で4以上を付けた人の割合

参加者の意識・行動変容で生み出される主な社会価値

イベント参加者

環境保全意識の向上

ホームタウンの理解深耕

イベント参加者
(高齢者)

社会参画を通じた健康寿命の延伸

その他の
創出効果

・ 地域愛の醸成、地域愛醸成による定住・Uターン人口の増加等

社会価値総額

ソーシャルバリュー

約459万円

※ ソーシャルバリュー：取組でもたらされる将来的な見込み効果を、金銭価値換算した値



参加者

豊島区

選手

・ 豊島区シルバースターズの皆さんと選手との触れ合いが印象的で、孫のような年齢差かと思いますが、掃除後は、弾けるような笑顔で選手を下の名前で呼び合っていたりと普段のスタジアムでは見られない光景にほっこりしました。(40代・女性)

・ ベレーザの選手と共に清掃でき、また、色々な世代の方と一緒にやれたことがよかった(60代・女性)

・ 連携協定を結んだ豊島区の方など、普段交流していない方と交流し楽しんでもらえたことが良かった



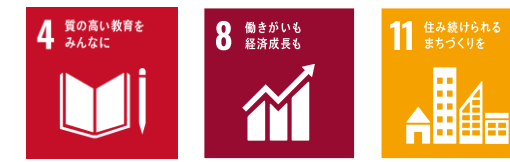
AC長野パルセイロ・レディース

18.DREAM SCHOOL DAY 2025

WE ACTION DAY実施レポート DREAM SCHOOL DAY 2025



該当SDGs:



イベントの目的

充実した観戦機会の提供を契機に、地域の子どもたちに長野市のオリンピックレガシーや文化を継承し、市内のスポーツ環境の維持および地域振興に寄与する

取組内容・体制

市内小中学生を試合に招待し、会場内の地域企業・団体のブースで様々なスポーツ体験や職業体験を行う。試合日前には選手が学校を訪問し、講話や交流を行う

企画・運営者

主催

AC長野パルセイロ・レディース

共催

長野市
長野市開発公社

協力依頼

スポーツ団体

地域企業

試合招待・
事前訪問

観戦・
交流

ブース出展

体験

ブース出展

体験

参加者

市内の小中学校 児童・生徒 約4,000人



インパクトサマリ

スタジアムでの様々な体験を通し、小中学生への長野市のスポーツ文化継承ひいては地域愛醸成に寄与した。また、職業体験等により小中学生のキャリア意識を高めた

参加者満足度

81.2%

参加者の意識・行動変容で生み出される主な社会価値

小中学生

観戦機会の充実による地域の
プロスポーツチームに対する誇りの醸成

小中学生

多様な職業体験による
子どものキャリア意識の向上

自治体

子どもの地域愛醸成による
将来の定住・Uターン人口の増加

その他の
創出効果

: DE&I理解の促進、企業・団体・クラブの認知向上等

社会価値総額

ソーシャルバリュー

約1億5,760万円

※ ソーシャルバリュー：
取組でもたらされる将来的な見込み効果を、金銭
価値換算した値



小中学生

- ・ 職業体験の種類が多く、未来のことをたくさん学べた
- ・ ニュースポーツやボッチャなど貴重な体験ができて、こんなスポーツがあったんだと思った
- ・ みんなの心を動かせるスポーツってすごいと思った。また応援しに来たい



教職員

- ・ 事前に選手が交流してくれたため、子どもたちがサッカーをより身近に感じて応援することができた
- ・ 様々な体験があり、生徒たちが楽しそうに報告してくれたり、生徒同士で情報交換し合ったりしていた



アルビレックス新潟レディース

19.みんなで考え 生み出す新潟の未来～環境美化編～

WE ACTION DAY実施レポート みんなで考え 生み出す新潟の未来～環境美化編～

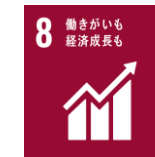


×



電田製菓株式会社

該当SDGs:



イベントの目的

選手・アカデミー生が起点となり、ステークホルダーを巻き込み、新潟をより良くしていく取組を行う
今回は、スタジアム来場者の環境保全意識を高める

取組内容・体制

- ①新潟の未来を考え、新潟を良くしていくための取組を、トップ、アカデミー選手とパートナー企業で案出しする
- ②取組案の内、今回は、ごみ分別意識の啓蒙ブース出展と、試合後のスタジアム周辺の清掃活動を実施する

企画・運営者

主催

アルビレックス
新潟レディース

パートナー
シップ締結

亀田製菓

参加者

- ・ごみ分別学習ブース提供
- ・清掃活動参加の呼び掛け

役員による
講和

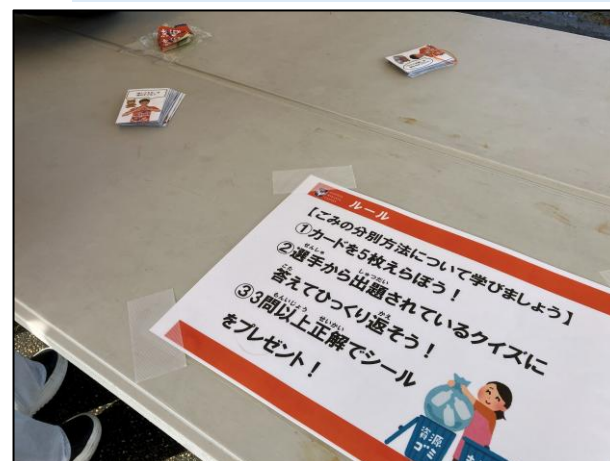
スタジアム
来場者

②清掃
活動

アカデミー
生

①企画
案出し

選手



インパクトサマリ

地域をよく知るパートナー企業と、選手・アカデミー生とが、案を出し合うことで、主体的に清掃活動に取り組むことにつながり、参加者にも好影響を与えた

参加者満足度

88.8%

※ 5段階評価で4以上を付けた人の割合

参加者の意識・行動変容で生み出される主な社会価値

アカデミー生

社会課題解決への意欲の向上

イベント参加者

環境保全意識の向上

自治体

住民の環境保全意識の高まりによる
ごみ排出量の削減

その他の
創出効果

：子どもの非認知能力の向上、清掃にかかる人件費削減効果



参加者

・他チームの清掃活動を見て好感持ったので、今回のような取り組みは良かったと思う(40代・女性)

アカデミー生

・(企画案出し)普段関わることが少ないトップチームの選手とコミュニケーションをとり、これからの新潟について考えることが出来てよかった
・(清掃)自分の住んでいる地域をもっと綺麗に保ちたいという気持ちが今までより強くなった

選手

・沢山の案が出て、実現性の高いものも多く、私自身も新潟の未来のためにできる事を考えさせられた



INAC神戸レオネッサ

20.阪神淡路大震災から31年、いま私たちができること



イベントの目的

震災から30年以上経過した今だからこそ、
私たちが過ごす神戸で起こった当時のことを
知って、感じて、未来のためにできることを考える

取組内容・体制

選手と地元神戸の小学生～高校生が、“人と未来防災センター”で、体感・体験型コンテンツを通じて、震災の歴史や、防災・減災に関する知識を学習する。
学習内容を、ホームゲーム来場者へ伝播するために、防災グッズや、〇×クイズ等のコンテンツ設計を行う

企画・運営者

主催

INAC神戸
レオネッサコンテンツ・場
の提供ひょうご震災記念
21世紀研究機構

参加者

募集

参加

選手と、地元神戸の小学生～高校生



©INAC KOBE LEONESSA



©INAC KOBE LEONESSA

インパクトサマリ

選手・参加者が当事者意識を持ち、小学生との交流を通じた新たな視点を得ながら、防災センターの体感・体験型コンテンツに触れることで、防災・減災意識が高まった

参加者満足度

96.2%

サッカーをしている
小学生・選手

自治体

その他の
創出効果※ 5段階評価で4以上
を付けた人の割合

参加者の意識・行動変容で生み出される主な社会価値

防災意識向上による負傷リスクの低下

震災の記憶を継承する意識の向上

災害・被災地支援への意識向上

：非認知能力の向上、企業・団体の認知向上



©INAC KOBE LEONESSA



©INAC KOBE LEONESSA

小学生・
保護者

・夢のような時間でした。娘は地震が怖く、以前より人と防災センターには絶対に行きたくないと言っておりました。高学年になると学校から校外学習で行くので、事前に一緒に行ってみようとして以前から家族で話していたのですが、絶対に嫌だと拒否していました。そんな中、大好きなINACの皆さんと行けるなら行きたいけど怖い、2時間後には、行きたいに気持ちが変わりました。地震について考える事が恐怖だった子が楽しく学ぶ事ができました。本当にありがとうございました。(小2・女子の保護者)



選手

・過去の災害を学ぶだけでなく、事前準備の大切さや防災・減災のためにどう行動すべきかも学べた
・小学生との交流・見学により、新たな視点と発展を考えられた



INAC神戸レオネッサ

**21.阪神淡路大震災から31年、いま私たちができること
～発信編～**



×



SOMPO

該当SDGs:



イベントの目的

震災から30年以上経過した今だからこそ、選手たちが学んだ防災・減災の大切さやその方法を発信し、より多くの人に知ってもらう

取組内容・体制

3月の防災センター訪問時に選手が考案した防災クイズやグッズの展示、学習ゲーム等を試合会場で行い、来場者に防災・減災の大切さや方法を知ってもらう

企画・運営者

主催

INAC神戸
レオネッサ

ブース出展

出展場所
提供

損保ジャパン

コンテンツ提供・
ブース運営活動機会
提供

地域の大学生

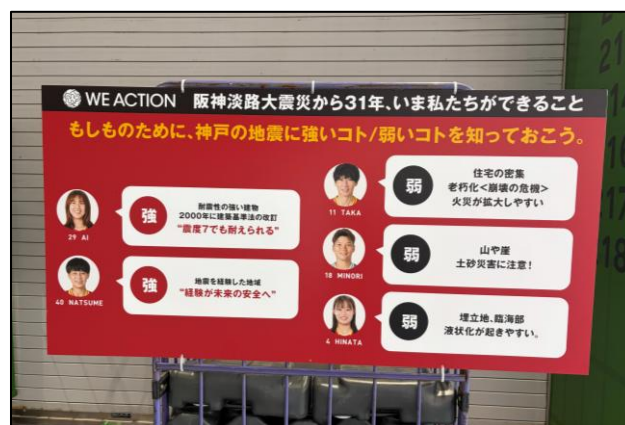
参加者

クイズ・グッズ
考案・掲示イベント・ブース
参加防災ゲーム等
実施

スタジアム来場者



クラブによる展示(来場者投票)



クラブによる展示

参加者満足度

93.3%

※ 5段階評価で4以上
を付けた人の割合

参加者の意識・行動変容で生み出される主な社会価値

スタジアム
来場者・選手・
スタッフ

防災・減災意識の向上

防災意識向上による負傷リスク・損害発生リスクの低下

自治体

災害・被災地支援活動への協力増加

その他の
創出効果

：クラブの認知向上 等

スタジアム
来場者

- ・サッカーを通じて防災について分かりやすく学べた
- ・防災意識が高まった
- ・阪神淡路大震災の経験を活かした防災に関する活動展示がたくさんあって良かった

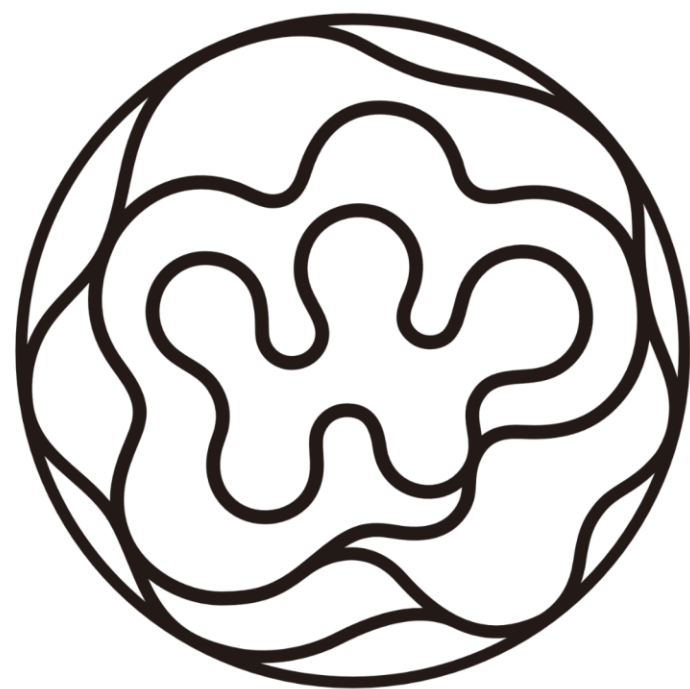
損保ジャパン
・学生スタッフ

- ・いつもと少し違うブース出展だったので面白かった
- ・企業や他の大学と交流ができた
- ・様々な年代の方が楽しんで体験してくれた
- ・それぞれで考え出し合った案のウケがよくて良かった

選手・
スタッフ

- ・INAC神戸レオネッサで活動している以上、神戸で起きた出来事をしっかりと理解して知っておくことが大事だと思うので、神戸出身じゃない人も神戸のことを知るきっかけになってよかった

企業・学生ブース(防災ゲーム)



WE ACTION

#私たちみんな WE ACTION 起こす行動

女子サッカー・スポーツを通じて、夢や生き方の多様性にあふれ、
一人ひとりが輝く社会の実現・発展に貢献する。



SOMPO



Kracie



西原商会



信用金庫



PERSOL

BUSINESS
INSIDER

MASHING
UP

公益社団法人日本女子プロサッカーリーグ | WEリーグ