



Shape the future
with confidence

News Release

EY Japan

2025年5月14日

EY 調査、りそなグループ B.LEAGUE ALL-STAR GAME WEEKEND 2025 IN FUNABASHI の経済的・社会的価値を約 64.8 億円と算出

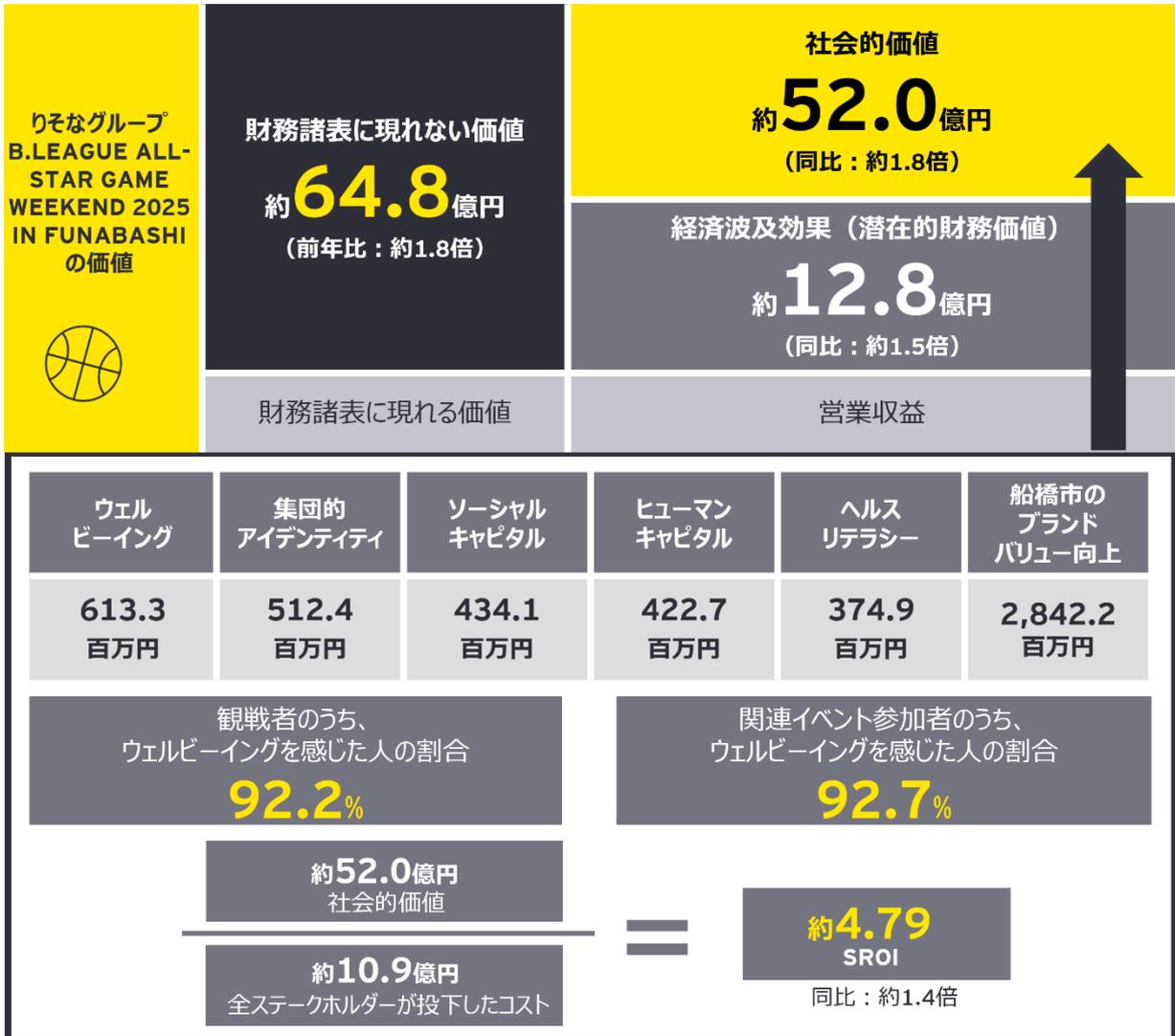
- EY Japan のソーシャル KPI メソッド(*1)により、「りそなグループ B.LEAGUE ALL-STAR GAME WEEKEND 2025 IN FUNABASHI」の経済的・社会的価値を可視化
- 経済波及は約 12.8 億円、社会的価値は約 52.0 億円と、財務諸表に現れない価値は約 64.8 億円と算出
- 経済波及効果を大きく上回る社会的価値を測定することができ、オールスターゲームが開催地である船橋市にもたらした価値が大変大きなものであることを確認

EY Japan 株式会社(東京都千代田区、代表取締役社長:松浦 利治、以下 EY Japan)は、公益社団法人ジャパン・プロフェッショナル・バスケットボールリーグ(東京都文京区、チェアマン:島田 慎二、以下 B.LEAGUE)とともに、2025年1月18日(土)~19日(日)に千葉県船橋市において開催された「りそなグループ B.LEAGUE ALL-STAR GAME WEEKEND 2025 IN FUNABASHI」(以下 オールスターゲーム)の経済波及効果および社会的価値を算出しました。社会的価値はスポーツの価値をステークホルダーの共通言語である貨幣価値に換算するもので、有識者による学術的サポートを得ながら開発・運用しています。

調査の結果、オールスターゲームは約 12.8 億円の経済波及効果と約 52.0 億円の社会的価値を創出し、財務諸表に現れない価値の合計は約 64.8 億円となりました。前年、沖縄で開催された B.LEAGUE ALL-STAR GAME WEEKEND 2024 IN OKINAWA の約 36.6 億円から約 1.8 倍増加しており、オールスターゲームが生み出す価値が拡大していることを示しています。また、全ステークホルダーが投下したコストに対する SROI(Social Return on Investment=社会的投資収益率)は 4.79 となり、オールスターゲームへの投資は 100 円あたり 479 円分の社会的価値の創出につながったことが明らかになりました。さらに、別途、オールスターゲームのライブ配信「バスケット LIVE」における社会的価値を測定したところ、51.7 億円という結果になりました(*2)。



Shape the future
with confidence



EY Japan は、2022 年 10 月から B.LEAGUE のサポーターズカンパニーとして、B.LEAGUE ならびに参画するクラブの基盤である地域コミュニティの活性化や地域社会の経済循環を促し、社会課題解決に向けた取り組みを行っています。本調査は、パートナーシップの一環として、2023 年のドットエスティ B.LEAGUE ALL-STAR GAME 2023 IN MITO、2024 年の B.LEAGUE ALL-STAR GAME WEEKEND 2024 IN OKINAWA に続く 3 回目の実施となります。オールスターゲームが地域やステークホルダーにもたらす経済的・社会的価値の測定・分析を行い、成長のための計画立案やスポーツファイナンスの活性化に役立てることを目的としています。

オールスターゲームの経済波及効果および社会的価値は、アンケート調査結果および各種データに基づいて算出しています。経済波及効果は、当日の来場者による消費やイベントの運営費用などを通じて域内（船橋市）に発生する直接効果と、直接効果に誘発される間接波及効果の合計で算出しました。また、アリーナでの観戦者は約 19,000 人、会場周辺で開催された関連イベントの参加者は約 40,000 人と多くの方が船橋市へ訪れました。アンケート調査による観戦者の宿泊者割合は約 13%という結果で、首都圏開催ながら B.LEAGUE ファンが訪れ、一定程度の宿泊需要が発生したことが分かりました。

社会的価値の算出指標となる「アウトカム」には、オールスターゲームに参加した人を対象に、①ウェルビーイング（幸福感、楽しさ）、②ヘルスリテラシー（健康意識）、③ヒューマンキャピタル（自己成長）、④ソーシャルキャピタル（コミュニティでのつながり）、⑤集団的アイデンティティ（シビックプライド）の 5 項目を選定しました。この 5 項目についてアンケート調査を行い、消費者が支払っても良いと考える対価を調査し



Shape the future
with confidence

貨幣換算する手法(WTP: Willingness to Pay)によって、社会的価値を金銭換算しました。さらに、メディアへの広告掲出の状況から金銭換算した ⑥船橋市のブランドバリュー向上の金額を加えました。

アウトカムの 金額換算額	金額換算合計		増加要因
	B.LEAGUE ALL-STAR GAME WEEKEND 2024 IN OKINAWA	りそなグループ B.LEAGUE ALL-STAR GAME WEEKEND 2025 IN FUNABASHI	
ウェルビーイング	4.9 億円	6.1 億円	<ul style="list-style-type: none"> ■ 新アリーナでの感動体験 ■ 船橋市との連携による周辺イベントの多様化
集团的 アイデンティティ	1.9 億円	5.1 億円	<ul style="list-style-type: none"> ■ 船橋市は流入人口が増加している地域 ■ 地域のつながりを生むファクターの1つとなっている
ソーシャルキャピタル	1.9 億円	4.3 億円	<ul style="list-style-type: none"> ■ 船橋市主催の「ふなばし FUN FAN FESTA」をアリーナ周辺で開催し地域の一体感創出
ヒューマンキャピタル	1.8 億円	4.2 億円	<ul style="list-style-type: none"> ■ 間近でトップ選手のプレーを観て刺激を受けた
ヘルスリテラシー	1.7 億円	3.7 億円	<ul style="list-style-type: none"> ■ 会場の熱気を肌で感じ、運動したくなった ■ 千葉ジェッツふなばしのコーチによるクリニックの開催
ブランドバリュー向上	16.1 億円	28.4 億円	<ul style="list-style-type: none"> ■ B.LEAGUEの人気に伴いメディアの注目が上昇 ■ テレビやウェブニュースでの取り上げが増加
金額換算合計	28.2 億円	52.0 億円	<p>5項目に分類されない社会的価値として「ブランドバリューの向上」を加えるとともに、「LIVE視聴者」という新しいステークホルダーの社会的価値を測定しました</p>
LIVE視聴者	20.8 億円	51.7 億円	
社会的価値合計 *現在価値割引後	48.8 億円	103.7 億円	

※各項目の金額換算合計は、四捨五入した値を表記しています。

本調査と昨年度実施した沖縄でのオールスターゲームを比較すると、船橋市民の集团的アイデンティティに対する WTP が大幅に上回っていました。子育て世代を中心とした新しい人が増えている地域では、地域内での関係性構築や愛着の形成が限定的なため、そこに対し、スポーツイベントやクラブがあることが、地域そのものや周囲の人々とを結び付け、コミュニティが生まれていききっかけ作りに寄与していると考えられます。

また、過年度調査を通し、オールスターゲームの社会的価値は B.LEAGUE に関心を持つ人を中心に高まっていることが分かりました。しかし、開催地域の地域住民への波及効果はまだ限定的と言えます。今後、オールスターゲームの社会的価値をより高めるためには、効果が限定的となっている「開催エリアに住む地域住民」をいかに巻き込むかが鍵となります。オールスターゲームの開催前後にわたり実施するプログラムや、地域との連携した企画などを検討していきます。

本調査の詳細はこちらのレポートをご覧ください。

www.ey.com/ja_jp/technical/library/report/2025/ey-social-and-economic-impact-review

(*1) スポーツの社会的価値評価の KPI メソッドで、EY のスポーツビジネスの知見に加え、グローバル基準の学術的なアプローチを付加したもの。

(*2) ライブ配信における社会的価値は、オールスターゲームにおける社会的価値の合計金額約 64.8 億円には含まれていません。



Shape the future
with confidence

B.LEAGUE チェアマン 島田 慎二 氏のコメント:

「『りそなグループ B.LEAGUE ALL-STAR GAME WEEKEND 2025 IN FUNABASHI』における経済波及効果および社会的価値の算出の結果をご報告いたします。本調査は EY Japan 様のご協力のもと、本イベントで 3 回目となりますが、過去最大の価値が算出され、多くの学びを得られました。

特に、2024 年 5 月に開業したばかりの『LaLa arena TOKYO-BAY』がもたらす革新的な演出やバスケットボール試合観戦、有名アーティストによる圧巻のステージや、船橋市との連携による地域創生イベント、また熱気を共有するパブリックビューイングなど、多彩なコンテンツが融合し、会場内外に一体感と熱狂を生み出しました。

そして、これまで千葉ジェッツ様の地域へ深く根ざし築かれてきた市民の方々や多くのステークホルダー様の多大なるご協力が、本イベントの大きな推進力となりました。

本大会では 3x3 バスケットボールコートやフードゾーン、ライブパフォーマンスエリア等、多様な周辺イベントを 3 カ所で展開した結果、試合観戦以外でも多くの方にご来場いただき、過去を大幅に上回る社会経済効果につながりました。B.LEAGUE は、EY Japan 様と共に、本調査から得た学びを活かしながら、全国のクラブと共に地域創生や社会的価値に通じる取り組みへの挑戦を続けてまいります」

EY ストラテジー・アンド・コンサルティング株式会社 公共・社会インフラセクター パートナー 岡田 明のコメント:

「『りそなグループ B.LEAGUE ALL-STAR GAME WEEKEND 2025 IN FUNABASHI』におきまして、経済・社会的価値調査にご協力いただきましたすべての関係者の皆さまに感謝申し上げます。本年度 3 回目となりました本調査では、これまでの水戸・沖縄との各開催地におけるコンディションの違いや、B.LEAGUE や日本バスケットボールの環境変化などから多くのインサイトを得ることができました。

特に 2024 年 5 月に開業した『LaLa arena TOKYO-BAY』での開催は、創成期から B.LEAGUE をけん引した千葉ジェッツふなばしに加え多くのエンタメコンテンツの融合を可能とし、B.LEAGUE のある街の進化系を表現していたと言えます。まさにアリーナとコンテンツが地域のリアルメディアとして機能していることを表しています。

EYJapan は B.LEAGUE と共に引き続き笑顔あふれる社会の実現に取り組んでまいります」

調査概要および分析アプローチについて

調査期間: 2025 年 1 月 18 日(土)、19 日(日)の 2 日間

調査対象: オールスターゲーム観戦者、関連イベント参加者、船橋市民、運営関係者、LIVE 配信視聴者

調査手法: アンケート調査

サンプル数: 約 4,700

※船橋市のブランドバリュー向上はメディア露出を元にした広告換算価値に基づき算出

「りそなグループ B.LEAGUE ALL-STAR GAME WEEKEND 2025 IN FUNABASHI」について

期間: 2025 年 1 月 18 日(土)、19 日(日)

会場: LaLa arena TOKYO-BAY(千葉県船橋市)

主催: 公益財団法人日本バスケットボール協会 / 公益社団法人ジャパン・プロフェッショナル・バスケットボールリーグ

DAY1 は各種コンテストに加え、若手選手の選抜とアジア特別枠選手の選抜による B.LEAGUE ASIA RISING STAR GAME を、DAY2 には、インフロニア B.LEAGUE U18 ALL-STAR GAME とりそなグループ B.LEAGUE ALL-STAR GAME 2025 が開催されました。また、「ふなばし FUN FAN FESTA with りそなグループ B.LEAGUE ALL-STAR 2025」として、JR 南船橋駅周辺では、パブリックビューイングやステージパフォーマンスのほか、多数のキッチンカーや各種ブースなどが一堂に会する場外イベントが開



Shape the future
with confidence

催されました。2 日間のイベントにおいて、アリーナでの観戦者は、約 19,000 人、周辺イベントの延べ入場者数は約 40,000 人に上りました。

【特設 WEB サイト】www.bleague.jp/all-stargame2025/

〈EY について〉

EY は、クライアント、EY のメンバー、社会、そして地球のために新たな価値を創出するとともに、資本市場における信頼を確立していくことで、より良い社会の構築を目指しています。データ、AI、および先進テクノロジーの活用により、EY のチームはクライアントが確信を持って未来を形づくるための支援を行い、現在、そして未来における喫緊の課題への解決策を導き出します。EY のチームの活動領域は、アシュアランス、コンサルティング、税務、ストラテジー、トランザクションの全領域にわたります。蓄積した業界の知見やグローバルに連携したさまざまな分野にわたるネットワーク、多様なエコシステムパートナーに支えられ、150 以上の国と地域でサービスを提供しています。

All in to shape the future with confidence.

EY とは、アーンスト・アンド・ヤング・グローバル・リミテッドのグローバルネットワークであり、単体、もしくは複数のメンバーファームを指し、各メンバーファームは法的に独立した組織です。アーンスト・アンド・ヤング・グローバル・リミテッドは、英国の保証有限責任会社であり、顧客サービスは提供していません。EY による個人情報の取得・利用の方法や、データ保護に関する法令により個人情報の主体が有する権利については、ey.com/privacy をご確認ください。EY のメンバーファームは、現地の法令により禁止されている場合、法務サービスを提供することはありません。EY について詳しくは、ey.com をご覧ください。

〈EY のコンサルティングサービスについて〉

EY のコンサルティングサービスは、人、テクノロジー、イノベーションの力でビジネスを変革し、より良い社会を構築していきます。私たちは、変革、すなわちトランスフォーメーションの領域で世界トップクラスのコンサルタントになることを目指しています。7 万人を超える EY のコンサルタントは、その多様性とスキルを生かして、人を中心に据え (humans@center)、迅速にテクノロジーを実用化し (technology@speed)、大規模にイノベーションを推進し (innovation@scale)、クライアントのトランスフォーメーションを支援します。これらの変革を推進することにより、人、クライアント、社会にとっての長期的価値を創造していきます。詳しくは ey.com/ja_jp/consulting をご覧ください。

《 本件に関するお問い合わせ 》

EY Japan BMC (Brand, Marketing and Communications)

japan.corporatecomm@jp.ey.com