

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

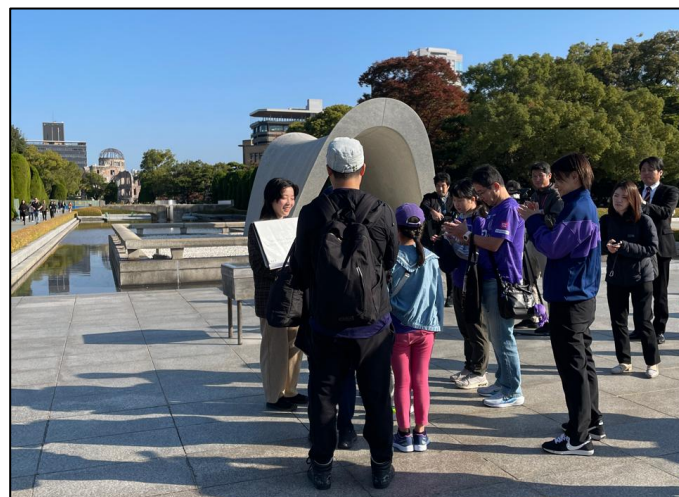
参加者

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

金銭価値換算額
(見込)
約600万円



小中高生

- 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



保護者

- 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

OG選手

- 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

WE ACTION DAY実施レポート

近賀ゆかりアンバサダーと学ぶ平和学習



該当SDGs:



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ったと思った 【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		