

# スポンサーのあり方について

～スポーツビジネスを事例に～

1130416 梅田 聖也

高知工科大学マネジメント学部

## 1 問題の所在

近年のスポーツ界では、プロスポーツクラブからスポンサーが降りたり、企業クラブが休部あるいは廃部するなど、資金面での問題や経営改革により「スポンサー」の存在が難しいものとされているのが現状である。ただしその一方で、スポンサーになることによって、企業の「ブランド資産」が構築されるという効果が注目されている。

私自身、三年の夏に地元の徳島のJリーグのJ2である徳島ヴォルティスにインターンシップを行い、そこでスポンサーの存在について教えてもらい、プロスポーツクラブとスポンサーのあり方に興味を抱くようになった。

そこで、本研究では、スポーツクラブとスポンサーである企業側との間でどのような取り組みが行われており、お互いが良好な関係を築く、つまりWin-Winの関係をいかに続けていくのかについて、実際の事例、とくに徳島ヴォルティスと私の就職先であるアクサス株式会社の関係性について検証し、スポンサーのあり方や今後の課題などを探っていきたい。

## 2 研究方法

本研究は、まずそもそもスポンサーとはどのようなものなのかを文献を参考にしながら整理するとともに、スポーツ市場におけるマーケティング手法について整理する。

次に、スポンサーの現状についてまとめていく中で、徳島ヴォルティスとアクサスの両社に企業での現状や取り組みに関するヒアリング調査などから、実際の企業でのスポンサー活動について知る。

最後に、両社のスポンサーの考え方のズレや、現在の日本のスポーツビジネスとスポンサー事業における問題点を探り、解決策について検討する。

## 3 結果

### 3.1 スポンサーについてのヒアリング

徳島ヴォルティス株式会社営業推進部福田哲也氏、営業部長伊藤徳也氏、アクサス株式会社人事研修課武市好史氏に、両社に対するスポンサーの考え方についてヒアリング

調査を実施した。

#### 3.1.1 徳島ヴォルティス株式会社からの視点

- ・徳島ヴォルティスにとってアクサスはオフィシャルスポンサーであり、ユニフォームのパンツ部分のスポンサーなので、特別な存在である。

- ・アクサスは徳島県を中心とした多店舗展開をしており、徳島県有数の会社に協力してもらうことにより、アクサスの顧客に対し、クラブの存在を、PRできるものと考えている。

- ・ユニフォームスポンサーの協賛、アクサスの店舗による、クラブのポスターやのぼりの掲出やアクサスの顧客に対するクラブホームチケットの提供を行う。

- ・アクサスがスポンサーであることは、地元の企業がユニフォームスポンサーになったことで、徳島ヴォルティスの目指すところの「地域密着感」が依然より拡大した。

- ・アクサスに対してのクラブ認知度が高まったと。

- ・今後はアクサスにどのように活用してもらえるクラブになるかを考える。

- ・クラブが努力し、観客動員数やチーム成績が上がれば、スポンサー様の価値が高まると考え、最終的には、アクサス様の事業に貢献できることを目指す。

#### 3.1.2 アクサス株式会社からの視点

- ・JFLからJ2に昇格時に地域プロスポーツへの応援と青少年の健全育成の目的で参加した。

- ・市民サッカーへの関わりが我々アクサスのミッションイメージと合致するという事で継続支援している。

- ・サポート内容は、のぼりを店舗周りに設置したり、チケットを配布するなどの観客動員の手伝いを行っている。

- ・金銭面では出資額が2000万円で、スタジアムに看板などを設置し広告活動を行っている。

- ・徳島ヴォルティスに対してスポーツメーカーの紹介を行う。

- ・店舗でスポーツ用品を取り扱っているため、現在のユニフォームのメーカーであるミズノ株式会社の製品の紹介や

提供の仲介を行っている（ミズノが何度も徳島を訪れることができないため）。

- ・徳島ヴォルティスのスポンサーになることで、イベント開催時などに選手のサイン会の依頼（徳島ヴォルティスとしても選手の紹介やファンとの交流の機会になる）した。
- ・ユニフォームの注文を依頼され、会社の宣伝が出来る。
- ・今後は、J1 昇格への応援と WIN-WIN 関係を構築し続けるために、お互いが上手く機能できるように何らかのメリット（例えば、アクサスという会社を知ってもらうなど）を見つけていきながら長続きする関係を築いていく。
- ・徳島ヴォルティスの成績や、現状によってはスポンサーを降りることも考えている。

### 3.2 スポンサーについてのまとめ

徳島ヴォルティス株式会社とアクサス株式会社のスポンサー活動に関するヒアリング調査から、多店舗展開をしているアクサスは、徳島ヴォルティスにとって、チームを PR できる大きな存在であることが分かる。また、地元の企業がユニフォームスポンサーになることで、徳島ヴォルティスが目指す「地域密着感」を実現させていることが分かる。しかし、チーム状態や成績が振るわなければ、スポンサーを降りる可能性もあるので徳島ヴォルティスとしての企業努力や、プロのクラブチームとして結果を残し、良好な関係を築いていけるように努めていかないといけないし、出資額に見合うだけの見返り（スポンサーメリット）を提供していこうと努力することが不可欠であることが分かった。

これに対してアクサス株式会社における徳島ヴォルティスの存在価値は、地域との関わりや、スポーツへの応援などが、アクサスの事業内容やミッションイメージと合致しているので、継続的に支援することで、地域との関わりを持ってたりするなどメリットが生まれること分かる。また、アクサス株式会社展開している店舗の名前は知られているが、「アクサス株式会社」そのものの知名度が低いので、「アクサス株式会社」を宣伝できる良い機会である。そして、今後は、J1 昇格への応援をしていきながら、良好な WIN-WIN やビジネスとしての関係を継続し、お互いが上手く機能できるように努力していくことが大切だということが分かった。しかし、スポーツビジネスの市場は一般の市場より特殊な市場なために、難しい点が多いので、市場を理解し、捉える能力が必要であると感じた。

### 3.3 良好な関係の構築

3 でスポンサーについてのヒアリング調査を行った結果より、両社が良好な WIN-WIN 関係を築いていくための方策について検討した。

良好な関係を築き続けるためには以下の方策があると考えられる。

- ・きちんとした見返りがあること。
- ・お互いの事業内容や目標に合致すること。
- ・お互いが特別な関係になるように努めること。

## 4 今後の課題

### 徳島ヴォルティスの課題

現在の収入はチケットの入場料がメインとなっているので、今後は動員数を増やしていく努力をし、会員数を増やしていかないとある程度の収入が見込めない。なぜなら、J1 に昇格することになれば、その分クラブとして金銭面での要求が大きくなるので、金銭面の確保が大きな課題である。また、クラブとしてリーグで成績を残しながら、ファンの期待に応え、地域貢献していかなければならない。

### アクサス株式会社の課題

徳島ヴォルティスに対しスポンサー料を払っているということは、それほどの資金的余裕が会社に無いといけなないので、会社として売上を上げていかないといけない。さらに、徳島ヴォルティスが J1 に昇格することになった場合、その分スポンサー料も跳ね上がり、要求される金額が大きくなるため、現在よりさらに資金に余裕を持たないといけないため、徳島ヴォルティスが J1 に昇格すれば、県内企業だけではなく、県外の大企業などがスポンサーに名乗りを上げることもあり、資金面で手が出せなくなるケースが生まれる可能性がある。そういった状況になった場合は、最悪の場合、スポンサーを降りることもあるので、状況判断が大切になってくる。

## 参考文献

- [1] 東洋経済新報社 “スポーツ・マネジメント入門”  
著者 広瀬一郎
- [2] 三恵社 “スポーツ経営学入門”  
著者 大野貴司
- [3] 大修館書店 “スポーツマーケティング”  
著者 藤本淳也・松岡宏高 編者 原田宗彦