

# 地方プロサッカークラブにおけるスポンサーシップのあり方に関する研究 サンフレッチェ広島を事例として

A study on sponsorship in local professional soccer clubs:  
in a case of Sanfrecce Hiroshima

1K06B111

指導教員 主査 作野誠一先生

澤村 和也

副査 原田宗彦先生

## 【緒言】

日本プロサッカーリーグ（Ｊリーグ）は、「Ｊリーグ百年構想～スポーツで、もっと、幸せな国へ。～」というスローガンを掲げ、「地域に根差したスポーツクラブ」を核としたスポーツ文化の振興活動に取り組んできた。

Ｊリーグの更なる発展のためには、戦力の向上と共に、各クラブの安定した収入が必要である。そのためには、スポンサー収入を得ることが重要であり、それは企業がＪクラブをスポンサーする「メリット」を明確にすることで成り立つ。

本研究では地方プロサッカークラブのサンフレッチェ広島のスポンサー企業に対して、サンフレッチェ広島へのスポンサーについて、インタビュー調査を行う。サンフレッチェ広島とのスポンサーシップの現状を踏まえ、今後の地方Ｊクラブとそのスポンサー企業とのスポンサーシップに関して、新たなあり方を提案していきたい。

## 【研究方法】

広島ガス株式会社と産興株式会社コンテンツ事業の担当者に対して、直接対面方式によるインタビュー調査を行った。インタビュー項目は、「きっかけ及び形態」「目的」「担当部署及び担当者」「取り組み」「効果及び評価」「諸問題」「他の組織へのスポンサー」「今後の展望及び理想のスポンサーシップ」である。

## 【結果と考察】

今回の調査結果では、サンフレッチェ広島とチームスポンサーシップ契約を結び、そのスポンサー事業が積極的であるように見られた２社であったが、そこには違いがあった。広島ガス株式会社はあくまで「チームスポンサーシップ契約」に則って事業を行う「受け身」の姿勢であったが、産興株式会社コンテンツ事業はその「チームスポンサーシップ契約」を踏まえて「積極的に」事業を行っていた。今回の研究では２社に「公益企業」かどうかという違いはあったが、産興株式会社コンテンツ事業のスポンサー事業こそが、筆者の描く理想のスポンサーシップに近いものであると感じた。まずは「サンフレッチェ広島の発展」に貢献することを考えスポンサー事業を行っていくべきである。そして、サンフレッチェ広島が発展したときに地域に還元される「副産物」を受け取る意識を持ち、そのために日常からサンフレッチェ広島に関わったスポンサー事業を「積極的に」行い、サンフレッチェ広島を密接に応援している「サンフレッチェ広島・ファミリー」の一員になっておかなければならない。「積極的に」スポンサー事業を行う企業が増えれば、サンフレッチェ広島は発展していき、ひいてはスポンサー企業各社の発展にもつながるだろう。

## 【提案】

広島市のような地方都市に関して、スポンサ

一企業を、「公益企業」「大企業」及び「地方中・小企業」に分類したとき、「地方中・小企業」の役割は大きいだろう。他に比べてより地域に根差したスポンサード事業に取り組める「地方中・小企業」が中心となり、サンフレッチェ広島的发展に貢献しなければならない。企業と J クラブが互いに高め合い、「相乗効果」を生み出していくことを考えるべきである。