

オリンピック競技大会と FIFA ワールドカップの国際パートナー比較
—両イベントが選択される主な要因の検討—
Comparison between The Global Olympic Sponsors and The Global World Cup Sponsors
—Why Companies Choose to Sponsor The Olympic Games or FIFA World Cup—

1K08B122-3 高山晋太郎

指導教員 主査 平田竹男先生 副査 中村好男先生

【背景】

民間企業とのスポンサーシップは、国際レベルの 2 大スポーツイベントとして位置付けられるオリンピック競技大会と FIFA ワールドカップの運営を成立させる上で、もはや不可欠な要素となった。中でもとりわけ重要なのが、国際レベルの権限を有する公式スポンサー、「国際パートナー」の存在である。国際パートナーとなった企業は、通常複数年に渡る契約期間中、各大会の公式エンブレムおよびマスコットや公式スポンサーとしての呼称を利用した企業活動を、全世界で排他的に行うことができる。その見返りとして、大会を運営する団体に対して大口の資金提供を行うとともに、所有する資源によって大会の運営をサポートする責務を負うのである。

国際パートナー制度の始原とされる大会以降、オリンピック競技大会においては計 28 社の企業、FIFA ワールドカップにおいては計 40 社の企業が国際パートナーを務めてきた。しかしながら、オリンピック競技大会と FIFA ワールドカップの両方で国際パートナーを務めた経歴のある企業は、僅か 5 社しか存在しない。裏を返せば、その他 58 社はいずれも一方のイベントでしか国際パートナーを務めたことがないのである。

【目的】

オリンピック競技大会と FIFA ワールドカップは、国際レベルの 2 大スポーツイベントとして、同等の大会規模、同様のスポンサー制度を有してきた。このことを考慮したならば、63 社中 58 社、つまりほぼ全ての企業は、何らかの要因から一方のイベントで国際パートナーを務めることを選択したものと推測される。そこで本研究では、オリンピック競技大会と FIFA ワールドカップの歴代国際パートナーを比較し、それぞれのイベントを国際レベルでスポンサーしてきた企業群の傾向の違いを明らかにする。それにより、企業がオリンピック競技大会または FIFA ワールドカップの国際パートナーを選択する主な要因について検討することを、本研究の目的とする。

【手法】

オリンピック競技大会においては、ISL 社の主導のもと国際レベルの公式スポンサー制度に関する基盤が構築された「TOP I (1988 年カルガリー冬季大会, 1988 年ソウル夏季大会)」以降、「TOP VII (2010 年バンクーバー冬季大会, 2012 年ロンドン夏季大会)」までの全国国際パートナーを研究対象とした。FIFA ワールドカップにおいては、ウエスト・ナリー社の主導のもと国際レベルの公式スポンサー制度に関する基盤が構築された「1982 年スペイン大会」以降、「2014 年ブラジル大会」までの全国国際パートナーを研究対象とした。

オリンピック競技大会および FIFA ワールドカップにおける国際パートナーの変遷を示したのち、1. 所属セクター、2. 本拠国、3. 創業年という 3 つの観点から比較したことで、両イベントの国際パートナーにおける傾向の違いを明らかにした。なお、本研究における「セクター」の定義は、FTSE グループが開発したグローバルな産業分類基準である業種分類ベンチマーク (ICB) の「セクター」レベルに基づくこととした。加えて、本拠国および創業年については、各企業の公式ホームページに記載された情報を参考にした。

【結果と考察】

オリンピック競技大会と FIFA ワールドカップの歴代国際パートナーを上述の 3 つの観点から比較した結果、オリンピック競技大会の国際パートナーには、全ての大会において 50%以上の比率を占めるアメリカの企業を筆頭に、古くから世界中で事業を展開する先進国のリーダー企業が多く、FIFA ワールドカップの国際パートナーには、新産業に属する企業や消費財を扱う企業、または新興国を本拠とする企業が多いことがわかった。

以上のような傾向の違いから、オリンピック競技大会の国際パートナーを選択する企業は、卓越性の確立という質的な優位性を主な選択要因としており、FIFA ワールドカップの国際パートナーを選択する企業は、認知の拡大という量的な優位性を主な選択要因としていると考察した。