

スポーツスポンサーシップにおけるスポンサーフィット・PR の効果について ～レッドブルのスポンサーシップに着目して～

About the effect of the sponsor fit and PR in spot sponsorship ～Focusing on the sponsorship of red bull～

1k10c325-3 根本 善成
主査 原田宗彦 先生 副査 間野義之 先生

【緒言】

近年、企業のマーケティング戦略の一環としてスポンサーシップへの関心は高まっており、広告やセールス・プロモーションへの投資が増加しない中で、スポンサーシップへの企業投資は伸び続けている（藤本，2008）。原田（2009）は、スポンサーシップが注目される理由として、1）スポーツの感情面での訴求力の大きさ、2）市場セグメントの多様性、3）キャタリスト（触媒）としてのスポーツが生む経済連鎖、4）スポーツビジネスの高度化と専門化の関係」と述べている。

スポーツスポンサーシップはスポーツ組織やスポーツイベントにとって大きな資金・資源になっている。「2010年の FIFA World Cup 南アフリカ大会におけるオフィシャルパートナー料は 8 年総額 300 億円といわれている」（宣伝会議，2006）。しかし、膨大な資金を投資する反面「企業のマーケティング戦略として、スポンサーシップが有効に活用できていない」（Cornwell and Maignan, 1998）、「スポーツ組織がスポンサーシップの中身を理解していない」（原田，2009；武藤，2009）という指摘がある。イベント産業振興協会の調査（2008）によると、スポーツイベントの国内市場規模が 2003 年の 2,619 億円から 1,442 億円と縮小傾向にあることが示されており、2020 年東京オリンピックが決定した現在、改めてスポーツスポンサーシップにおける効果を研究し、明らかにする必要がある

【目的】

本研究では近年スポーツスポンサーシップによって成功を収めている「レッドブル」の歴史・現状を把握し、より効果の高いスポンサーシップの形態を明らかにすることを目的とする。そして今後の企業が行うスポーツスポンサーシップについて、より効果的なスポンサーシップのための基礎的資料を提供する。

【研究方法】

本研究は文献調査である。書籍や過去の論文によってスポーツスポンサーシップの歴史・仕組みや現状把握を行う。更にレッドブルに関する書籍・論文・過去の新聞記事を調べ、中でも書籍「レッドブルはなぜ世界で 52 億本も売れるのか」を中心に研究していく。

【結果と考察】

レッドブルのスポンサーシップ予算は、年間の売り上げから換算すると日本円にして約 664 億円になる。この金額はレッドブルの年間総売上上の 3 分の 1 である。（ヒュアヴェーガー，2013）レッドブルが行うスポンサーシップの手法は短期的な利益を求めるものではなく、長期的な視点から、選手の育成を行う手法である。

育成の対象となる選手は若い青年となっており、レッドブルがターゲットとしている若い世代のターゲットに対し好意的なブランドイメージを与える効果がある。選手とスポーツの間に生じるイメージの一致から、スポーツイベント時に大きなスポンサーフィットを生み出す。スポーツ、レッドブルのイメージ、レッドブルエナジードリンクのイメージと一致する箇所が多い為、より質の高いスポンサーフィットを生み出すのである。

さらにレッドブルのスポーツスポンサーシップ手法は以下 3 点の要因で PR 効果を生み出している。1）スポンサー対象であるエクストリームスポーツなどの様々なスポーツに内在する魅力、2）開催場所・開催時期の組み合わせによる意外性、3）パフォーマンスによるインパクト・世界記録の達成などの話題性。レッドブルはメディアが取り上げる可能性が高まる要素をスポーツイベントに組み込んでいるため、PR 効果を発揮していると指摘できる。

【結論】

以上のように、レッドブルが行っているスポーツスポンサーシップはスポンサーフィット、長期的な視点による育成、PR 効果を望める手法、という三つの要因により高い効果を生み出す。中でもスポンサーフィット、PR の手法によるスポンサーシップの実施はレッドブルがスポーツスポンサーシップにおいて成功を収めてきた大きな要因だと判断する。

よって今後のスポーツスポンサーシップにおいては、スポンサーフィットの効果を高める為の施策と、PR の手法を取り入れたスポンサーシップ活動を考慮すべきだと判断する。結果、企業ブランドのイメージ・商品イメージ・スポーツイベントのイメージ・アスリートのイメージが一致したメッセージを消費者に伝えることが、効果的なスポーツスポンサーシップの要件となる。