

Jリーグにおいて、アルコール企業によるスポンサーシップは禁止すべきか、許可すべきか

Should sponsorship by alcohol industries be banned by J-League?

1K10C465-7 吉岡 佑樹

主査 武藤 泰明 先生

副査 原田 宗彦 先生

【目的】

近年、Jリーグではアルコール企業によるスポンサーシップが許可されている。しかし、Jリーグ開幕から1997年までの期間と2007年から2008年までの間の1年だけユニフォームスポンサーというもっとも露出の高いスポンサーにおいて、アルコール飲料のような年齢制限が伴う商品ロゴを出すことを自粛すると理事会により決定された。その結果、2007年にJFLからJ2へ上がったロッソ熊本のユニフォームから高橋酒造の商品「白岳」の文字が消えた。だが、不思議なことにその後すぐにアルコール飲料のユニフォームスポンサーは解禁された。

このことから、私はアルコール企業によるスポンサーシップを許可すべきかどうかということに疑問を持った。

そこで本論文では、Jリーグにおいてアルコール企業によるスポンサーシップは「禁止すべきか」、「許可すべきか」、この答えを明らかにすることを目的とした。

【方法】

本論文の方法は、新聞記事や学術論文、さらにはサッカークラブの公式ホームページのデータを集め、それらから考えていくという文献研究のスタイルとした。

具体的にはまず、アルコール企業によるスポーツスポンサーシップの現状などについて、新聞記事やJクラブや日本プロ野球の球団、日本のプロバスケットリーグであるbjリーグのチーム、さらには海外サッカークラブの公式ホームページを参照することで、それぞれについてアルコール企業のスポンサーシップが許可されているか否かについて明らかにした。

次に、アルコール企業によるスポンサーシップに関する先行研究やアルコールに関する決まりなどを扱っている海外の機関や新聞記事などのデータを集め、アルコール企業のスポンサーシップを禁止すべき理由と許可すべき理由について、それぞれまとめた。

そして、現状とそれらの許可すべき理由、禁止すべき理由を元に、結論と提案を述べた。

【結果】

本論文の結果としては、まず、WHO（世界保健機関）の主張とJリーグの飲酒問題、そして海外のアルコール企業のスポンサーシップに関する先行研究から

アルコール企業によるスポーツスポンサーシップを禁止すべき理由がでてきた。また、その他の海外の先行研究などから許可すべき理由がでてきた。

【考察】

今回の研究で浮かび上がってきたアルコール企業によるスポーツスポンサーシップは「禁止すべき」理由と「許可すべき」理由、そして現在のJリーグやその他のスポーツ界の状況のすべてを考慮して、私はJリーグにおいてアルコール企業によるスポンサーシップは「許可すべき」であるという結論を出した。

その理由は四つある。一つ目は「アルコール企業によるスポンサーシップを禁止した際に起こりうるスポーツ界の資金難」で、二つ目は「アルコール企業によるスポンサーシップを禁止すべきであるという証拠の不十分さ」、三つ目は「アルコール企業によるスポンサーシップが未成年の飲酒に影響がないこと」そして最後に四つ目が「禁止すべき理由となるもの一つ一つの理由の弱さ」である。

本論文を書いていく中で、このテーマを考える際には多種多様な考慮すべき点があるということがはっきりとした。そして、このテーマを考える上での必須事項となる「アルコール企業によるスポンサーシップが人々にもたらすアルコールの影響」について調査するときには、環境要因が多いため、それらを除去しなくてはならず、そのため、このテーマについて明らかにするには、調査、研究が非常に大規模なものとなり、その実施は困難であると私は考えた。しかし、今後のJリーグ界、そして日本のスポーツ界がスポンサーシップという一つの重要な要素について、よりクリアな世界となり、更なる発展を遂げるためにも、今回扱ったようなテーマの研究が進められていくことを願っている。