

スポンサーとサッカーチームの生み出す価値

22211107 加藤太郎

22211156 小宮伊雄多

はじめに

今回、私たちは日本で活躍しているスポーツチームとそれを支えているスポンサー企業の生み出す価値について研究してきました。そして、各カテゴリでの強さや宣伝効果などによって、どのように違いがあるのかを調べ、今回の SRC で発表します。

調査する意味

私たちは、日本で活躍しているスポーツクラブチームとそれを支えているスポンサーとの協賛価値について現在どうなっているのか、そこを調べ今後どのような未来が見えているのか、その目的を調べるために J3 の SC 相模原と Shiko に取材してきました。

Shinko とはどんな会社か

主に自動車部品を作っている会社です。(エンブレムや内装の部品)

SC 相模原以外にもスポンサーをやっています。

SUPEA GT の APR レーシングのスポンサーをやっています。

サッカー以外にもモータースポーツにも力を入れています。

SC 相模原とは

現在 J リーグの J3 リーグに所属しているチームです。

結果

サッカーチームとスポンサーでの金銭面以外の協賛価値は、知名度の UP！サッカーなどのスポーツを通して他のスポーツにもイベントなどを行い、興味を持ってもらえること。そして共に協力し、地域に向けての活動を行っていることがわかった。

我々が当たり前のように思っていたイベントなどもたくさんの支えがありできていることだと感じた。