

Jリーグクラブのスポンサーメリット

—スポンサー大学のステークホルダーに着目して—

柿沼 秀徳 (競技スポーツ学科 スポーツビジネスコース)

指導教員 吉田 政幸

キーワード：スポーツ・スポンサーシップ，ステークホルダー，スポンサーメリット

1. 緒言

近年，スポーツ・スポンサーシップの成長が著しい．学術成果が蓄積される一方で(辻，2011)，教育機関である大学を対象にした研究は少ない．特に，教職員や学生をはじめとしたステークホルダーを対象にした研究はほとんど実施されていない．そこで本研究は，大学内部のステークホルダーがスポーツ・スポンサーシップに求めるメリットを明らかにすることを目的とする．

2. 研究方法

関西圏に所在する J リーグクラブとパートナーシップ契約を結ぶ大学の教職員と学生に対して，スポンサーメリットを尋ねる半構造化インタビューを実施した．対象者は，教職員 8 名(パートナーシップ活動に直接的に関与している 5 名，間接的に関与している 3 名)と J リーグクラブと関与が強い学生 4 名の計 12 名とした．インタビュー後に内容のテープ起こし，キーワード抽出，複数回のグルーピング作業を行い，ステークホルダーが求めるスポンサーメリットを検証した．

3. 結果と考察

図 1 は 3 種類のステークホルダー(直接関与，間接関与，学生)間のメリットを結合したものである．インタビューから 13 種類のスポンサーメリットが明らかになった．次に，指導教員

を含めた 3 名によるトライアングレーションを実施し，それらの類型を 4 グループへと収束した(図 1)．また，本研究で明らかになったスポンサーメリットを調査対象者 3 名に提示し確認した結果，全てのメリットが支持されたため，分析結果の解釈的妥当性が得られた．

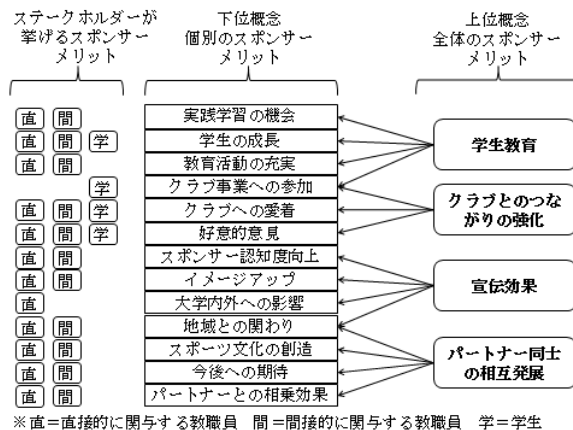


図 1 スポンサー大学の協賛メリット

4. 結論

本研究の結果から，大学内部のステークホルダーは学生教育，クラブとのつながりの強化，宣伝効果，パートナー同士の相互発展の 4 つを，スポンサーシップの主要メリットとして求めていることが明らかになった．本研究が，教育機関におけるスポーツ・スポンサーシップに着目した研究の一助となることを願う．

主な引用参考文献

辻洋右(2011) スポーツスポンサーシップ研究概説．スポーツマネジメント学研究，3(1)：23-34