

スポーツマーケティングが重視される背景・効果

1. 重視される背景

企業がスポーツマーケティングを重視する背景には、スポーツが大前提として、生活者に感動を与えられる共感力の強いコンテンツであるということが挙げられる。

日本で今日のようにスポーツマーケティングの重要性が注目されるようになったのは、1964年に開催された東京オリンピックの影響がある。これをきっかけに国内のマスメディアが発展し、スポーツ放送の増加によって生活者がスポーツに注目するようになると、企業もスポーツをマーケティングに活用するようになり、大会をスポンサーしたり、試合中継の合間にCMを放映する企業が増えていった。

また1990年代に入ると、Jリーグの開幕や人気漫画の影響もあり、スポーツに慣れ親しむ生活者が増加。健康志向の高まりにより、生活者がスポー

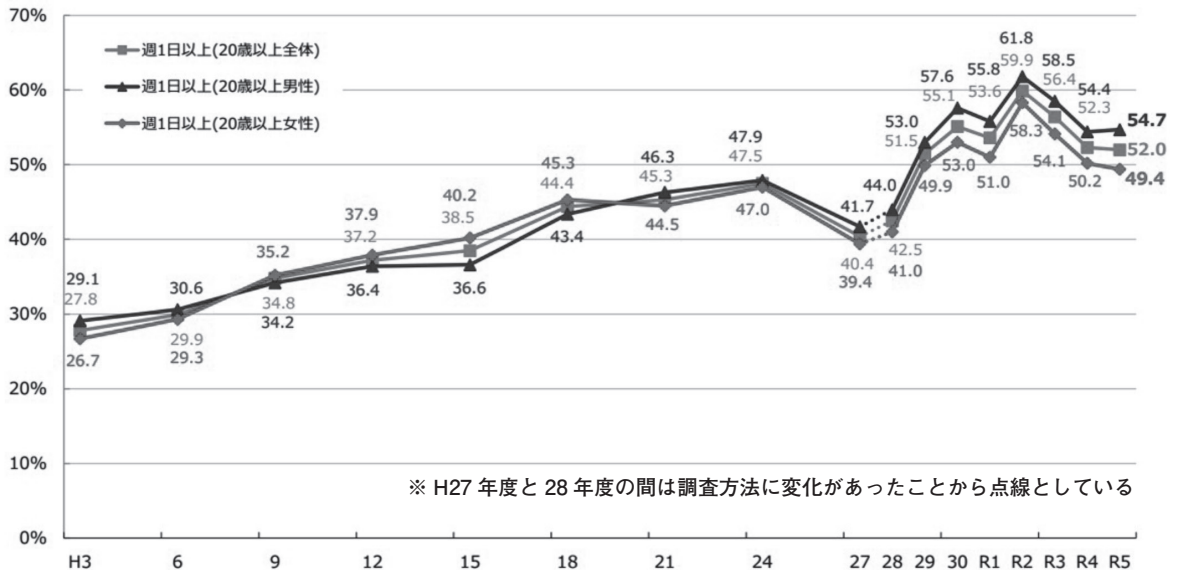
ツやフィットネスに積極的に取り組むようになり、スポーツ関連商品やサービスの市場が拡大。これにより、スポーツマーケティングが企業のブランド戦略において重要な役割を果たすようになってきたのである。

一方で、地域特有のスポーツイベントやチームを活用し、地域活性化や観光振興を図る取り組みも増えている。

さらに2000年以降、インターネットやSNSの普及により、スポーツコンテンツの配信やファンとの交流が容易になってきたことから、企業がスポーツを通じて広範な消費者にリーチできるようになってきたことも、スポーツマーケティングの重要性が増してきた一因と言える。

生活者の心理を利用する新たなマーケティング手法として、スポーツマーケティングはますます重視されてきている。

■図表 日本における20歳以上のスポーツ実施率の推移



出所：スポーツ庁「スポーツの実施状況等に関する世論調査」

2. スポーツマーケティングの効果

①ブランドの認知・イメージの向上

スポーツマーケティングを行う一般企業が最も期待しているのは、ブランドやサービスの認知度アップである。これはスポーツイベントのスポンサーシップやチーム、選手との提携を通じて、ブランドロゴやメッセージがメディア等で広範囲に露出されることによる。

また、有名アスリートや社会的に影響のあるチームとの提携は、ブランドに信頼性や社会的な信用を与える。特にスポーツが持つ公平性やスポーツマンシップの価値観と関連付けられることは、ブランドイメージの向上につながる。その上で、アスリートやチームがブランドのイメージを支持することで、商品やサービスをそのアスリートやチームを応援する人に対して大いにアピールすることができる。

もちろんその結果として、企業収益の拡大にも貢献するのである。

②広範で的確なアプローチが可能

スポーツは、年齢や性別を問わずに感動を分かち合ったり、共感したりできるコンテンツである。ファンやサポーターとしてスポーツに注目する生活者も、幅広い年齢や性別の人々が存在している。そのため特にメジャースポーツでは広範囲にわたって、アプローチできる可能性がある。

プロ野球やJリーグなどの国内プロリーグはほぼ年間を通じて試合が開催されているため、競技のシーズンを通じて、幅広いファンに対して継続的に接点をつくることができる。例えば、スタジアム内の看板広告は、現地での観戦者はもちろんのこと、テレビ放映を通じて多くの生活者の目に触れる回数を増やすことができる。

また、競技によっては特定のファン層が存在し、それによりマーケティング活動がターゲット層的にアプローチできるという利点がある。例えば、若年層や特定の地域に人気のあるスポーツにスポンサーシップを行うことで、その層に直接アプローチすることが可能となる。

海外進出を図る企業にとっては、海外に対してアプローチを行うことで、国際的な認知度を上げることが期待できる。スポーツは国や地域を超えて愛されるコンテンツである。国際大会や海外でも放映される競技大会などでスポンサーシップを行うと、国際映像を通じて国内外の人々の目に触れる機会がつかれる。

グローバルなスポーツマーケティング展開が、海外での新たな市場開拓やビジネスチャンス創出のきっかけとなる可能性もある。国内に対しても、グローバルな展望を持つことを訴求することで、競合他社との差別化を図ることができる。

③ファンや地域との関係強化

スポーツの感動や共感を生む力を利用して、企業やブランドとファンとの強いエンゲージメントを築くことができる。例えば、特定のスポーツイベントとブランドが結びつくことで、そのイベントに興味を持つ人や楽しみにしているファンがそのブランドにポジティブな感情を抱く効果が期待できる。また、SNSでの対話、コンテストや投票など、ファンを積極的に巻き込むことで、ブランドへの愛着が向上する。

一方、地域社会への貢献や社会的活動を通じて、スポーツチーム等が地域コミュニティとの強い結びつきを築くことも可能である。これにより、地域からの支持が高まり、長期的な成功につながる。