

## スポーツと広告 ～ スポンサーシップ効果との関連で

浅坂絵美 藤翔理 廣田渉 許誌允 小嶋良一郎

### 1. 課題の説明

課題：「スポーツと広告 ～ スポンサーシップ効果との関連で」

近年、スポーツは広告コミュニケーションやマーケティングと深い関係にあります。

今年是北京オリンピックが開催されるなど、人々の目が一段とスポーツに向かう年です。

そういった意味でもスポーツイベントの公式スポンサーは、今後益々注目を集めることとなるでしょう。

最近では、個々の競技がスポンサーシップの後押しで人気が高まるケースもあります。

また、スタジアム命名権やチームの運営なども、多様なスポンサーシップの形の現れと言えます。

そこでスポーツのスポンサーシップ効果について、独自の視点で分析し、新たなスポンサーシップの効果の可能性について、自由に論じてください。

今年だからこそ可能な新しい議論も期待しています。(電通ウェブサイトより転載)

### 2. これから読む文献(予定)

Soderman, Sten. and Dolles, Harald (2008), "Strategic fit in international sponsorship--the case of the Olympic Games in Beijing 2008," *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*.

Ko, Yong Jae and Kim, Kyoungtae and Claussen, Cathryn L. and Kim, Tae Hee (2008), "The effects of sport involvement, sponsor awareness and corporate image on intention to purchase sponsors' products," *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*.

Westberg, Kate and Stavros, Constantino and Wilson, Bradley (2008), "An examination of the impact of player transgressions on sponsorship b2b relationships," *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*.

Mohr, Iris (2007), "Super Bowl: a case study of buzz marketing," *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*.

Jensen, Ric and Butler, Bryan (2007), "Is sport becoming too commercialised? The Houston Astros' public relations crisis," *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*.

Kim, Yeung-Jo and Na, June-Hee (2007), "Effects of celebrity athlete endorsement on attitude towards the product: the role of credibility, attractiveness and the concept of congruence," *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*.