



ドイツ・サッカーワールドカップスタジアム「アリアンツアレナ」(ミュンヘン)

担当講師：佐藤由夫

メガ・イベントの波及効果

1. 経済的な波及効果

直接的な経済波及効果

公共事業投資効果

イベント運営費発生効果

入場者の直接消費効果 など

間接的な経済波及効果

生産誘発効果

個人所得形成効果

雇用創出効果

税込増大効果 など

メガ・イベントの波及効果

2. 文化的、社会的な波及効果

地域CIの創造

コミュニティ・アイデンティティ

国際化の伸展、国際交流の促進

スポーツ情報発信機能の拡充

地域産業の振興、活性化

地域文化の振興

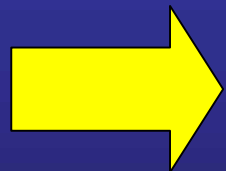
メガ・イベントの波及効果

1. 経済的な波及効果

直接的な経済波及効果

間接的な経済波及効果

2. 文化的、社会的な波及効果



メガ・イベントの招致活動

2016年オリンピック大会招致

スポンサー

企業の目的

1. 長期的な企業イメージの創出(イメージアップ)
2. 商品の広告・宣伝・販売促進(セールスプロモーション)
3. 社内における社員の士気高揚(モラルアップ)
勤労意欲の向上
4. 利益の社会還元(メセナ)
5. 地域との協調(コラボレーション)

オリンピックのスポンサー

1983年 ISL社設立

インターナショナルスポーツカルチャ & レジャー マーケティング
スポーツ(アディダス)51% 電通49%

倒産×
01年4月
債務超過

サマランチ会長がオリンピックを改革

1986年 IOCとISLが独占的契約

FIFAマーケティング社を設立し
引き継ぐ

TOP (The Olympic Program)

TOPはオリンピック運動全体をバックアップ

TOPは4年契約 多国的な産業にメリット

TOP 88年カルガリー ソウルオリンピック

TOP 92年アルベールビル、バルセロナ

TOP 94年リレハンメル、96年アトランタ

TOP 98年長野 2000年シドニー

TOP 02年ソルトレークシティ 04年アテネ

TOP 06年トリノ 08年北京

IOC(国際オリンピック委員会)

1 . TOP (06年トリノ 08年北京)

12社 ワールドワイドパートナー

1社 40億円

2 . インターナショナルスポンサー

1社

JOC(日本オリンピック委員会)

3 . JOC選手肖像権パートナー

3社

4 . JOCオフィシャルパートナー

26社 ゴールドスポンサー 1社 3億円

TOP VI (2005-2008)

| | |
|-----------------|--|
| Coca-Cola | Non-Alcoholic Beverage |
| Atos Origin | Information Technology |
| GE | Select products and services from GEgroupe |
| Johnson-Johnson | Health care products |
| Kodak | Film/Photographics and Imaging |
| lenovo | Computing Equipment |
| Manulife | Life Insurance/Annuities |
| McDonald's | Retail Food Services |
| OMEGA | Timing, Scoring and Venue Results Services |
| Panasonic | Audio / TV / Video Equipment |
| SAMSUNG | Wireless Communication Equipment |
| VISA | Consumer Payment Systems |

企業名は正式
ロゴではありません。

インターナショナルスポンサー



JOC選手肖像パートナー

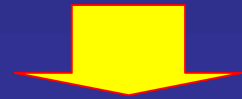


JOCオフィシャルパートナー



選手の肖像権とシンボルアスリート

これまではJOCが**肖像権**を一括して管理し、オフィシャルスポンサーのみに出演を認め、収入(協賛金)を選手強化に活用してきた。



2005年から「JOCシンボルアスリート制度」がスタート。肖像権はJOCが管理するが、出演者にはJOCから**協力金**(年間1000～2000万円程度)支払われる。

「自社プログラム出演選手」

「特別強化指定選手」

「強化指定対象除外選手」

加盟競技団体への強化費用の提供が減額

2008年 シンボルアスリート

夏季競技選手

末續慎吾(陸上競技)
柴田亜衣(水泳)
富田洋之(体操)
浜口京子(レスリング)
吉田沙保里(レスリング)
福原愛(卓球)
井上康生(柔道)
谷亮子(柔道)
小椋久美子(バドミントン)
潮田玲子(バドミントン)

冬季競技選手

岡崎朋美(スピードスケート)
高橋大輔(フィギュアスケート)

2005年 主なシンボルアスリート

室伏広治 (ミズノ)
末続慎吾 (ミズノ)
井上康生 (総合警備保障)
谷 亮子 (トヨタ自動車)
浜口京子 (ジャパンビバレッジ)
福原 愛 (ミキハウス)
葛西紀明 (土屋ホーム)
荒川静香 (プリンスホテル)
村主章枝 (AVEX)
安藤美姫 (中京大付属高)
岡崎朋美 (富士急行)

2006年 主なシンボルアスリート

末続慎吾 (ミズノ)
井上康生 (総合警備保障)
谷 亮子 (トヨタ自動車)
浜口京子 (ジャパンビバレッジ)
福原 愛 (ミキハウス)
柴田亜衣 (チームアリーナ)
加藤条治 (日本電産サンキョー)

FIFAのスポンサー



2006ワールドカップサッカー ドイツ大会

オフィシャルパートナーズ
オフィシャルサプライヤーズ

15社
6社

adidas

Anheuser-Busch Bud.

AVAYA

Coca-Cola

Continental

Deutsche Telekom

Fly Emirates



YAHOO!

FUJIFILM

Gillette

HYUNDAI

MasterCard

McDonald's

PHILIPS

TOSHIBA



FIFA 2006

FIFAワールドカップ公式スポンサー 2007年～2014年

オフィシャルパートナーズ 6社

アディダス ヒュンダイ コカ・コーラ
VISA エミレーツ航空(約215億円)

SONY(約330億円)

ワールドカップスポンサーズ 6社

アンホイザー・ブッシュ(バドヴァイザー)ほか

ナショナルサポーターズ 6社

冠(かんむり)大会

スポーツ大会などの大会名に、協賛会社(スポンサー)名を冠した大会

- 野球 日本生命セ・パ交流戦(日本生命)
サンヨーオールスターゲーム(三洋電機)
- サッカー FIFAクラブワールドチャンピオンシップ
トヨタカップ(トヨタ自動車)
キリンチャレンジカップ
(麒麟麦酒・キリンビバレッジ)
- Jリーグヤマザキナビスコカップ
(ヤマザキナビスコ)
- JリーグJOMOオールスターサッカー
(ジャパンエナジー)

テニス BNP PARIBAS デビスカップ 
(BNP PARIBAS)
東レパン・パシフィック・テニス (東レ)

陸上競技セイコースーパー陸上 (SEIKO)

ゴルフ ダンロップフェニックストーナメント
(住友ゴム工業)

ブリヂストンオープンゴルフトーナメント
(ブリヂストン)

三井住友VISA太平洋マスターズ
(三井住友VISAカード)

メガイベントビジネスの成立

(放映権・商標権・肖像権の拡大とパートナーの獲得)

スポーツマーケットの拡大

スポーツにおけるメディア価値の向上

巨額資金の安定的確保と需要の顕在化

巨大マスメディアと資金力のある代理店による
資金の流入

循環と相乗効果によるシステムの拡大