

令和 3 年 6 月 16 日現在

機関番号：12613

研究種目：若手研究(B)

研究期間：2017～2020

課題番号：17K13137

研究課題名（和文）文化・制度的環境がスポンサーシップ関係に与える影響の検証

研究課題名（英文）Examining the impact of cultural and institutional environments on sponsorship relationships

研究代表者

中村 英仁（NAKAMURA, Hidemasa）

一橋大学・大学院経営管理研究科・准教授

研究者番号：30700091

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費） 2,500,000円

研究成果の概要（和文）：本研究の目的は、スポンサーシップ契約にかかる関係性に、文化・制度的環境があたえる影響の程度を明らかにすることである。既存研究は、業界や地域文化といった、組織が受ける外的環境の影響を見過ごしていた。本研究では、定量および定性的分析を実施し、業界や地域文化といった外的要因にスポンサーシップ契約が影響を受けること、そうした影響を回避するマネジメント方法を明らかにした。

研究成果の学術的意義や社会的意義

本研究の分析結果は学術的には、これまで問題と認識されていなかったメゾ要因がスポンサーシップ契約にあたえる影響を明らかにすること自体に意義があるとともに、その問題の解決方法に光を当てたことでスポーツスポンサーシップ契約研究の視野を広げることにつながるものである。また実務的には、スポンサーシップ契約を通じて受けている親会社からの影響がどのようなものかを明らかにすることで、日本プロサッカーリーグに所属するクラブ（以下「Jクラブ」）をそうした影響から解放する道順を示す役割を果たす。

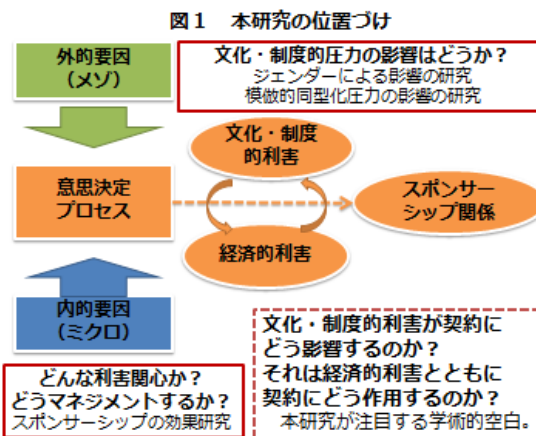
研究成果の概要（英文）：The purpose of this study is to determine the extent of the influence of cultural and institutional environment on the relationship for sponsorship contracts. Existing studies have overlooked the influence of external environment such as industry and local culture on organizations. In this study, quantitative and qualitative analyses were conducted to clarify (1) the influence of external factors such as industry and local culture on sponsorship contracts, and (2) management methods to avoid such influence.

研究分野：スポーツ経営学

キーワード：スポーツスポンサーシップ 文化・制度的環境からの影響 新制度主義

1. 研究開始当初の背景

国内外の研究動向における本研究の位置づけは図1の通りである。スポンサーシップ研究ではこれまで、企業の利害関心にはどのようなものがあるか、それを踏まえて契約成立・関係性向上にはどのようなマネジメントが重要かといった研究があった。スポンサーシップとはマーケティング活動の一環で、企業ブランドイメージや特定製品の認知といった、内的動機に基づく経済的投資である[1]。しかし既存研究はミクロレベル分析に偏っていた。



その一方で、一部の例外的な研究では例えば、男性スポーツしかスポンサーの対象にしないというジェンダー観や、同じ地域の別企業のスポンサーシップ契約を模倣的に促す企業間競争心の存在など、組織の置かれた文脈 メゾレベルの組織外的要因 がスポンサーシップ契約意思決定に重要だと指摘している[2]。元来、メゾ要因が組織の意思決定に与える影響に着目したのは、社会学の「新制度主義」という立場である。この立場では、ある環境下には「 することは当然だ」と人々に受け入れさせる文化・制度的利害関心があり、その影響(圧力)により組織の意思決定が行われると考える。既存研究の一部はこの立場を踏まえてきたが、それでもなお、研究としては未成熟だった。つまり、あくまで文化・制度的利害だけに注目してるだけで、このような文化・制度的利害関心が、経済的利害とどのように相まってスポンサーシップ契約に至るのか、という包括的な視点を欠いていた。

[1] Demir, R., & Söderman, S. (2015). Strategic sponsoring in professional sport: a review and conceptualization. *European Sport Management Quarterly*, 15(3), 271-300.

[2] Berrett, T. and Slack, T. (1999). An Analysis of the Influence of Competitive and Institutional Pressures. *Journal of Sport Management*, 13(2), pp. 114-138.

2. 研究の目的

本研究では、この学術的空白を埋めるべく、スポンサーシップ契約にかかる関係性、とくに契約の維持期間の長さに対して組織の外的要因がどの程度影響するのかを、Jリーグの胸スポンサーの長期的契約という日本特殊な事例を基に分析する。J1リーグの胸スポンサーの平均契約年数は、イギリスプレミアリーグの約2.5倍である。その理由として、これら契約期間の長いJ1クラブが、もともとスポンサー企業が長年にわたって所有した企業スポーツだった、という歴史的・文化的背景がある。当該背景は、他国では例をみない日本特殊な事情であり、文化・制度的圧力の影響の大きさを予想させる。また、スポンサーシップ契約は通常、スポンサー料の支払いとその対価をうける形で完結するものであるけれども、Jリーグにおいてはそれが発展して、胸スポンサーシップ契約をしている会社がクラブの経営にまで影響を及ぼしている。その影響がJクラブの経営に与える影響はどのようなものか、という点についても明らかにする。

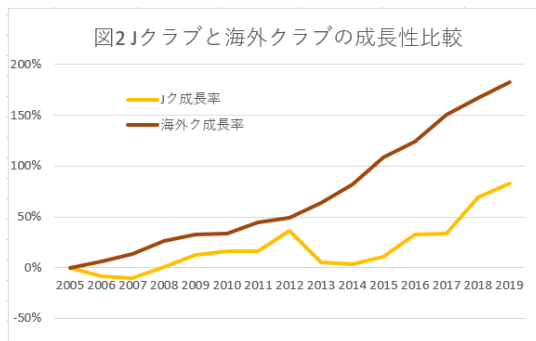
3. 研究の方法

本研究を進めるにあたり、以下の3種のデータ収集とデータ分析が具体的な研究作業となる。データ収集に関し、第一に、財務諸表やマスメディアなど二次資料を用いて、スポンサー組織の特徴を整理した。特に海外クラブの財務諸表については、ヨーロッパの会計会社と交渉し、サッカークラブの会計データを入手した。このデータ入手は日本で初めてのことであった。第二に、Jリーグが公開する資料等を用いてスポンサーを受けるクラブ組織の特徴を整理した。第三に、スポンサー側/される側両方の契約担当者にインタビュー調査を実施した。インタビュー調査では、仲介者となってくれる人脈を活用しラポールを形成するという工夫をし、Jクラブのエグゼクティブ層にインタビュー調査を10件進めることができた。集めた量的データは、SPSSなどの統計ソフトを利用して統計的に分析した。またインタビューデータをはじめとする定性データについては、MaxQDAなどの定性データ分析ソフトによってコーディングした。

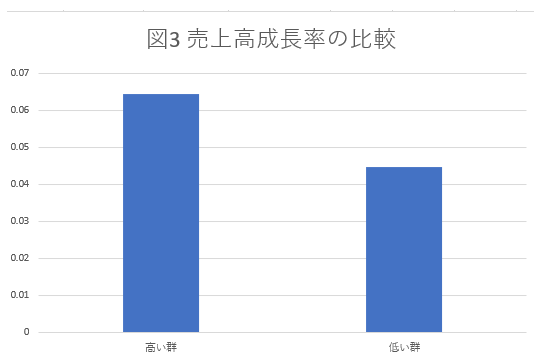
4. 研究成果

まず、ヨーロッパの会計会社からデータを購入した分析については、購入に際して守秘義務契約を締結する必要があったため、公開が困難となってしまった。しかしこの分析から、Jクラブが長期的に同じ会社と契約をし続ける要因が、総資産回転率に表れている可能性が高いということ特定した。以下、その総資産回転率を重要な要因として分析した結果を記載する。

集計対象となったJクラブの約9割が、いわゆる親会社を有しており、そこを胸スポンサーシップの契約をしていた。また、これらのクラブの総資産回転率を分析すると、海外クラブの約3倍であった。これは、親会社の存在により営業効率性が非常に高くなっていることを示唆している。すなわち、親という関係性の強い企業と契約交渉をすることで、少しの営業努力で大きな契約金を獲得している、ということである。しかしそれは、国際的な成長性という観点で見れば必ずしも十分とはいえないレベルの効率性である。図2は、Jクラブと海外クラブの成長性を比較したものである。具体的には、2005年を基準とした売上高の成長力を表している。Jクラブと海外クラブの差は、親会社の存在によって生じている可能性がでてきた。



次に分析したのは、その親企業の影響力がどの程度なのか、ということである。資産回転率が相対的に高いJクラブと低いJクラブの、売上高成長率を比較した(図3)。その結果、総資産回転率が高い企業ほど、売上高成長率が低いという結論を得た。これは、親企業からの支援が大きければ大きいほど、Jクラブの成長力を低減させてしまう可能性があることを示唆するデータである。



なお、本研究ではインタビュー調査を実施し、上記のような親企業からの影響を回避するマネジメント方法についても調査したが、これについては守秘範囲を調整しているため、現在データを開示することができない。調整後に公開することとしたい。

以上の分析結果は学術的には、これまで問題と認識されていなかったメゾ要因がスポンサーシップ契約にあたる影響を明らかにすること自体に意義があるとともに、その問題の解決方法に光を当てたことでスポーツスポンサーシップ契約研究の視野を広げることにつながるものである。

本研究の特色は、新制度主義の立場で、スポンサーシップ契約という経済活動のあり方を分析する点であった。このようにスポンサーシップ契約を文化・社会的側面から分析する研究は、これまでのスポーツスポンサーシップ研究では注目がされなかった。文化の違いによって経済活動も異なり、その違いを考慮しないとその国での経済活動が立ち行かないという理解は、新制度主義では一般的である。しかし、まだスポーツマネジメント領域は契約という経済活動に対して、そうした文化・社会的な相違点を考慮するまで発展していない。こうした既存研究の間隙を、本研究では日本特殊的事例を用いることで埋めることができた。

本研究の議論は、実際にスポーツと企業との間の経済的関係は、必ずしも組織の内的な利害関係だけでは説明できない、というものである。この議論がもたらす理論的貢献は、スポーツとビジネスの間の経済的関係性の土台として、文化や歴史といった文脈の重要性を浮かび上がらせることである。欧米の文脈を前提とした理論は日本のスポーツビジネスの現状を説明する上では限界があった。そこで、本研究において日本のスポーツビジネスの社会的土台の性質を明らかにすることで、独自の文化を持つ社会におけるスポーツと企業との関係性を説明できる理論について、知見が深まった。実際に親企業との特殊な関係性を利用したスポンサーシップ契約が締結されていた。しかしその関係性が深すぎるとクラブの成長性を弱めてしまう。本研究は、親会社の影響によって成長性が低くなっているJクラブを、そうした影響から離れて成長性を向上させる道を切り開くものとなった。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計2件（うち査読付論文 0件 / うち国際共著 0件 / うちオープンアクセス 2件）

1. 著者名 中村英仁	4. 巻 38
2. 論文標題 日本的ビッグクラブの実現に重要な3つの論点	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 一橋大学スポーツ研究	6. 最初と最後の頁 35-41
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） 10.15057/31070	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -

1. 著者名 中村英仁	4. 巻 37
2. 論文標題 横浜Fマリノス 嘉悦朗氏による改革の分析：制度的リーダーシップ概念の活用	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 一橋大学スポーツ研究	6. 最初と最後の頁 53-58
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） 10.15057/30094	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -

〔学会発表〕 計0件

〔図書〕 計0件

〔産業財産権〕

〔その他〕

-

6. 研究組織

氏名 (ローマ字氏名) (研究者番号)	所属研究機関・部局・職 (機関番号)	備考
---------------------------	-----------------------	----

7. 科研費を使用して開催した国際研究集会

〔国際研究集会〕 計0件

8. 本研究に関連して実施した国際共同研究の実施状況

共同研究相手国	相手方研究機関
---------	---------