

報道関係者各位

## ~ 2009年スポンサーシップ動向調査発表 ~

世界同時不況下でも、成長予測が強いアジア・スポンサーシップ市場

テレビ放送の内容調査・効果測定を行うニホンモニター株式会社(本社:東京都港区浜松町、代表取締役社長:菘澤美樹)のテレビスポーツ情報研究所は、グローバルにスポンサーシップ効果測定事業を展開するIFMグループ(本社:イギリス)の実施した「2009年スポンサーシップ動向調査」の結果をまとめ、日本国内に向けリリースいたします。

調査結果の本レポートは弊社ホームページをご覧ください。(http://www.n-monitor.co.jp)

### 2009年市場見通しはアジア・太平洋地域で悲観的観測が強い

2007年のアメリカ・サブプライムローン問題に端を発した世界同時不況は、未だ明確な出口が見えにくい状況にあります。

スポンサーシップ関連業界の2009年市場見通しでも33%の人が「より多くの予算削減」となる悲観的な観測を示しています。エリアでは発端の欧米よりもアジア・太平洋地域企業に悲観的な観測を持つ人が多く、43%に上りました。

#### 2009年市場状況の見通しについて

	合計	EMEA	アメリカ	アジア 太平洋
より多くの予算削減	33%	32%	28%	43%
多少の削減を含む停滞	44%	44%	48%	38%
今年の終わりにかけ成長	20%	20%	21%	17%
無回答	4%	4%	3%	2%

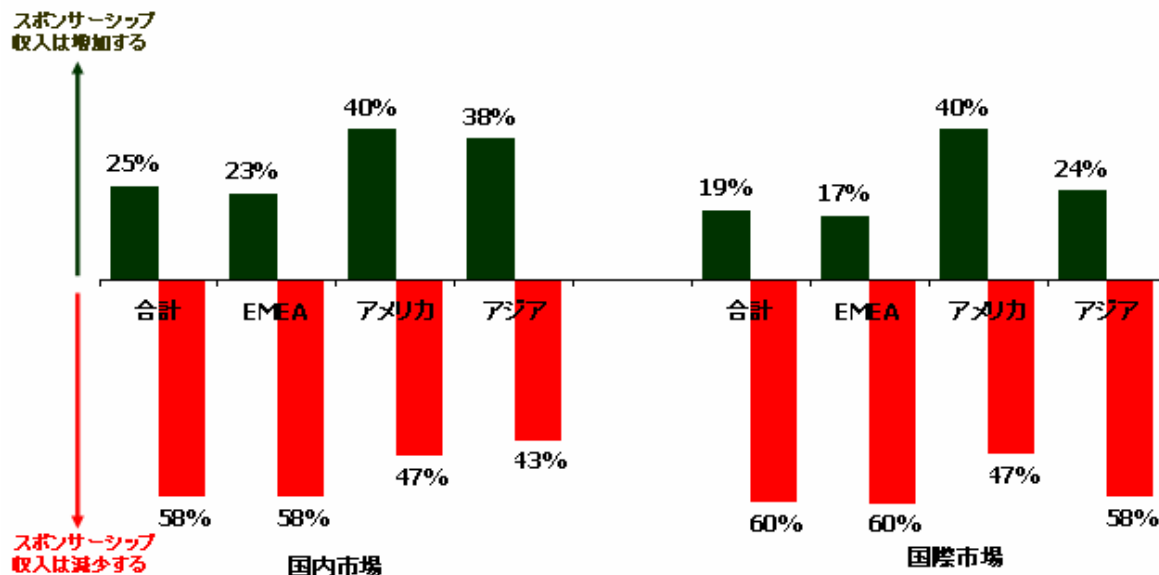
EMEA(Europe・Middle East・Africa)・・・ヨーロッパ、中東、アフリカ地域

## 不況下であっても、スポンサーシップ市場の伸びはアジア・太平洋地域で増加見通しも

世界的不況下にあっても、全般的にスポンサーシップ収入も減少予測がされています。

しかしながらスポンサーシップを実施しているアジア・太平洋地域企業では、国内のスポンサーシップ収入の増加を見込む割合が、国際市場や前記市場状況の見通しと比較して多く、アジア・太平洋地域のスポーツマーケティング市場の開拓余地がまだまだ大きいことを期待している結果ともなりました。

2009年スポンサーシップ収入の前年比較予測



### 【調査概要】

調査方法： イギリス、ドイツ、日本等20ヶ国でスポンサーシップ効果測定を実施する調査会社の顧客へインターネット上でアンケート

調査対象： スポーツ、イベントなどのスポンサーシップに関わる企業・メディア・公共団体などの担当者および学術研究者

調査期間： 2009年6月16日～2009年7月20日

有効回答： 30カ国・約450人

実施会社： グローバルにスポンサーシップ効果測定事業を展開するIFMグループ  
日本国内における調査・レポート翻訳はニホンモニター株式会社が担当

### <本件に関するお問合せ先>

ニホンモニター株式会社 テレビスポーツ情報研究所 高橋(isa@n-monitor.co.jp)

〒105-0013 東京都港区浜松町1-7-3 第一ビル2F

TEL:03-3578-6800 FAX:03-3578-6822

URL: <http://www.n-monitor.co.jp>