

報道関係者各位

～ 2010年スポンサーシップ動向調査発表～

市場見通しは回復傾向、分析・調査を行う企業も増加

メディアの調査・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: 蕪澤美樹)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「2010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>)

2010年市場見通しは前年に比べ回復傾向

2009年、リーマンショックに端を発する世界不況はスポンサーシップ産業に大きな影響を与えました。しかし2010年も半年が過ぎ、世界経済は回復しているように見受けられます。

スポンサーシップ市場の見通しでも、予算削減を予測している回答は22%に留まる一方、2009年のおよそ2倍、36%の回答者が市場の成長を予測しています。2009年最も悲観的な予測が多かったのはアジア太平洋地域でしたが、2010年には逆に最も楽観的な予測が多く、60%以上の回答者が成長を予測しています。

スポンサーシップ市場状況の見通しについて

	全体		EMEA		南北アメリカ地域		アジア太平洋地域	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
より多くの予算削減	33%	22%	32%	22%	28%	18%	43%	15%
多少の予算削減を含んだ停滞	44%	39%	44%	39%	48%	47%	38%	23%
今年の終わりに向けて成長	19%	36%	20%	35%	21%	29%	17%	62%
無回答	4%	3%	4%	4%	3%	6%	2%	-

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

スポンサー獲得の手段として分析・調査の使用が増加

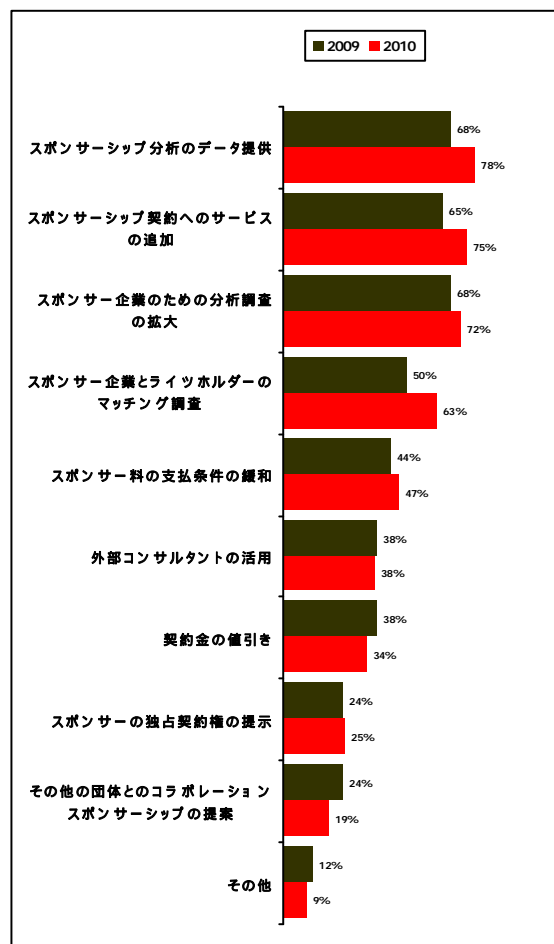
現在多くの講習や学会がスポンサーシップ分野で開催されており、スポンサーシップに関する知識が広がっています。それにつれて、スポンサー投資を促すための取り組みも積極的に行われるようになってきました。

スポンサー企業とのよりよいマッチングを可能にし、長期パートナー契約を結ぶために、ライツホルダーは以下のような取り組みを積極的に行っているようです。

2010年の調査では、分析データの提供、サービスの追加、分析調査の拡大が70%以上の回答を得ました。また、スポンサー企業とのマッチング調査は前年比13%の伸びを見せており、ライツホルダーがスポンサー企業を見つける際の有効な手段になりつつあるようです。

逆に契約金の値引き、コラボレーションスポンサーシップは前年に比べ減少しており、ライツホルダーはこういった取り組みに対してあまり積極的ではありませんでした。

*ライツホルダー：チーム、イベント主催者等



スポンサー獲得のための取り組み

【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

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 堤/伊藤 (tvsp@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>