

報道関係各位

2011年3月10日
ニホンモニター株式会社
株式会社メディアインタラクティブ

3万5,000人が目にしたスポンサーアイテム ～ 東京マラソン2011・協賛企業ブランド認知調査 ～

メディアの調査・分析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: 葦澤美樹)とインターネットリサーチを行う株式会社メディアインタラクティブ(本社:東京都渋谷区渋谷、代表取締役: 橋本光伸)は、東京マラソン 2011 における協賛企業のブランド認知調査を共同で行いました。

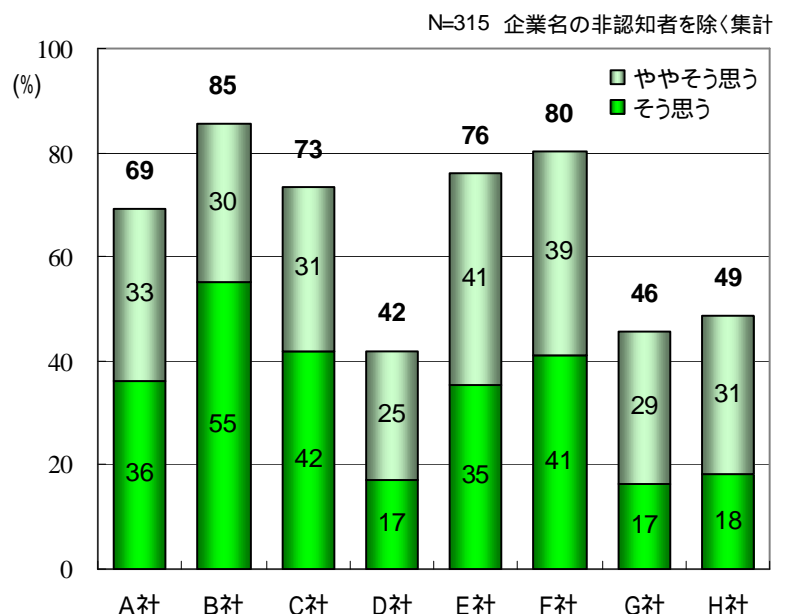
市民参加型の大規模マラソンとして 2007 年に初開催され、今年で 5 回目を迎えた東京マラソン。報道・情報番組などテレビをはじめとした各メディアにおける開催前からの紹介露出、さらに近年の“健康志向～ランニング人口増加”という流れもあってか、今年も 3 万 5,000 人の定員に対し過去最多の 33 万人を超える申し込みが殺到。大会そのものの「ブランド」としての成長も感じさせる盛況ぶりを見せました。果たしてこのビッグイベントに協賛した企業のブランド認知傾向は？(指定 8 社について調査)

【調査概要】

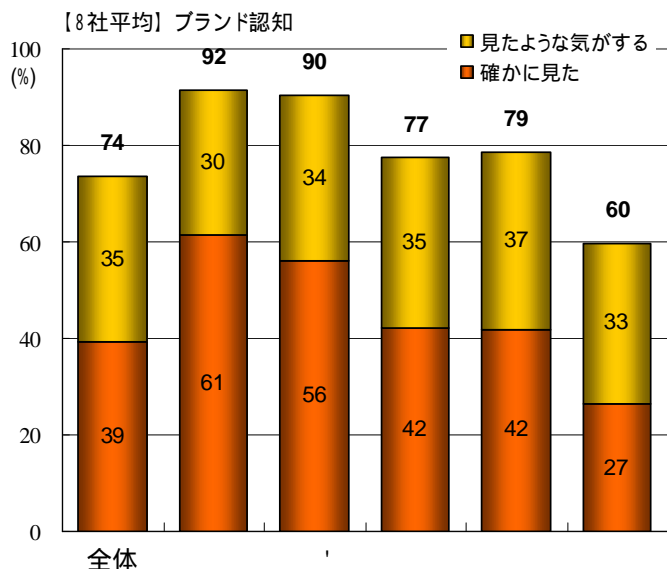
調査項目：東京マラソン 2011(2011 年 2 月 27 日)における協賛企業のブランド認知調査
 調査対象：東京マラソン 2011 大会出場者 / 出場経験者・計 / 沿道応援者・イベント来場者
 公式HPおよびランナーズアップデート・ゴールシーンムービー閲覧者 / テレビ生中継視聴者
 サンプル数：315 人
 調査方法：インターネットリサーチ
 調査企業：東京メトロ / asics / Amino Value / BMW / SEIKO / エアーサロンパス / JTB / TORAY

【調査結果】

東京マラソンのスポンサーとしてのふさわしさ「ややそう思う」、「そう思う」の合計値(%)上位にスポーツ関連企業が多いという結果が確認できました。このデータには、ランナーや来場者しか目にしない(テレビ中継画面には露出しない)数々の大会関連アイテムの影響が含まれています。一部アイテムを除き看板の設置スペースがスタート/ゴール地点やコース内の一部に限られる特色のあるマラソン競技にも、参加者への商品提供や会場内における積極的なイベント展開など、大会イメージとのマッチングや企業イメージそのもののアップを図れるチャンスが存在しているといえます。



ブランド認知(再認)、イメージ/好意度のアップ、商品・サービス利用意向のアップ【8社平均】



全般的に、大会出場者や過去出場経験者といった大会への関与が高い属性ほど数値が高くなる傾向が表れました。

全体 (N=315)

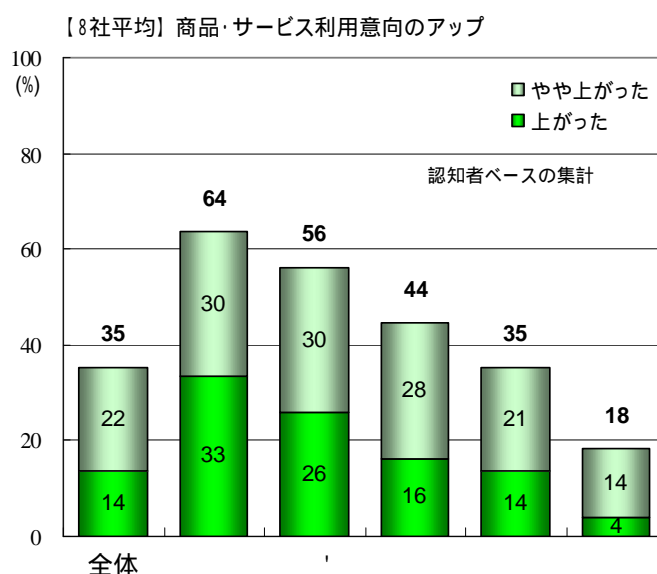
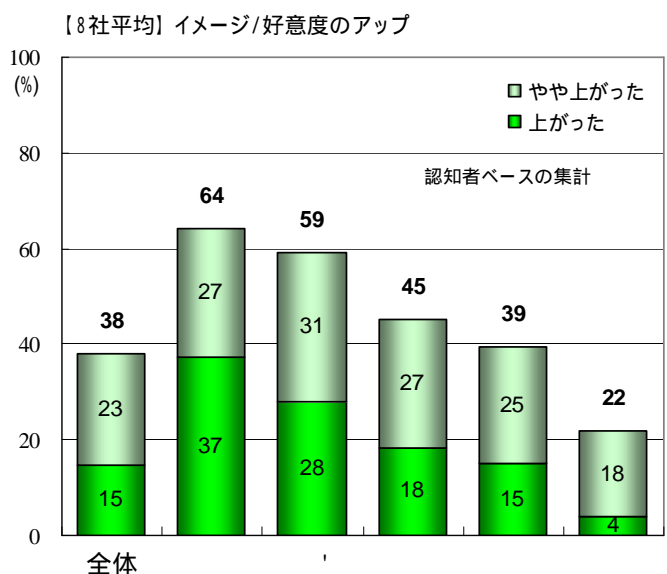
2011大会出場者 (n=34)

出場経験者・計 (n=73)

沿道応援者・イベント来場者 (n=81)

公式HP及び関連HP閲覧者 (n=100)

テレビ生中継視聴者 (n=100)



～「参加型」の特性が数値にも～ 出場者/出場経験者の9割以上がスポンサーを認知

3つのグラフには近い傾向がありながらも、属性による数値差に着目すると、「ブランド認知」(上)に比べ、「イメージ/好意度のアップ」(左下)、「商品・サービス利用意向のアップ」(右下)には、その差がより顕著に表れています。

ボランティアの着用ジャケットや商品提供など、大会に関与が高い人々に向けたブランド露出が活かされ、スポンサーの認知や好意、購買意欲の形成に繋がりました。スポーツテレビ中継における看板露出という形で認知を上げる一般的なパターンに対し、東京マラソンには市民参加型大会ならではのブランディングがあるといえます。

ニホンモニター株式会社と株式会社メディアインタラクティブは、メディアモニタリングとインターネットリサーチを融合させることで、より多面的なスポンサーシップの効果測定をお手伝いいたします。スポンサーシップの露出調査・ブランド認知調査に関しては下記までお問い合わせください。

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/平山 (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>

株式会社メディアインタラクティブ
飯村 (pr@i-research.jp)
〒150-0002 東京都渋谷区渋谷 3-26-18 矢倉ビル 6F
TEL:03-6826-5000 FAX:03-6419-8375
URL: <http://www.i-research.jp>