

Title	スポーツ・スポンサーシップがスポンサーの企業価値に与える影響についての研究
Sub Title	The impact of sports sponsorship on the market value of sponsors
Author	武田, 史子(Takeda, Fumiko)
Publisher	慶應義塾大学
Publication year	2023
Jtitle	学事振興資金研究成果実績報告書 (2022.)
JaLC DOI	
Abstract	<p>本研究では、eスポーツのスポンサー契約発表が日本のスポンサー企業の市場価値に与える影響について測定し、そのような影響が新型コロナウイルス発生以降どのように変化したのかを分析した。eスポーツに対するスポンサーシップの効果を検証する先行研究は、実験やアンケート調査に基づくもので、客観的な指標による分析ではなかった。このため、本研究では、株価という、客観的な定量指標を用いて、eスポーツにおけるスポンサー契約の経済効果を検証した。具体的には、スポンサー契約発表日前後のBuy-and-Hold Abnormal Returnを算出し、重回帰分析を用いて、eスポーツのスポンサー契約に対する市場の反応がどのような要因と相関しているのかを分析した。その結果、2015年から2021年に日本経済新聞で発表された72件のeスポーツのスポンサー契約に基づいて、eスポーツのスポンサー契約発表に対する市場反応は、統計的に有意ではないことが示された。しかし、新型コロナウイルス発生後、eスポーツのスポンサーシップ発表はよりポジティブな株価反応を示した。これは、感染予防のため、より多くの人々が自宅で長い時間を過ごすようになった結果、eスポーツを楽しみ、ゲーム内の広告に注意を払う時間が増えたことによるものであると考えられる。フィジカル・スポーツにおける先行研究では、スポーツ・スポンサーシップのメリットとして、スポーツの良いイメージがスポンサーに移転する効果があるとされている。分析の結果、フィジカル・スポーツと同様に、スポンサーがeスポーツ関連ビジネスを行っている場合、株価へのポジティブな効果はより強まることが示された。本研究は、前任校の卒業生との共著という形で論文にまとめ、国際学会での発表と学術ジャーナルへの投稿を行っている。研究計画の段階では、アスリートの戦績に関する研究を先に行う予定であったが、予備的な分析を行った結果、eスポーツの研究を先に行うこととした。</p> <p>This study investigated the effects of eSports sponsorship announcements on the market value of Japanese sponsoring companies and changes in such effects since the COVID-19 outbreak. We calculated the buy-and-hold abnormal returns around the release date of the sponsorship agreements and performed a multivariate regression analysis to examine what factors affect market reactions to eSports sponsorships. Results indicated that market reactions to eSports sponsorship announcements were not significantly different from zero, based on 72 eSports sponsorship contracts announced in Japanese newspapers from 2015 to 2021. However, investors reacted more positively to eSports sponsorship announcements during the COVID-19 pandemic, leading more people to play eSports at home and pay attention to in-game advertising. The positive effects are intensified when sponsors are engaged in eSports-related businesses. Whereas previous studies employed surveys and experiments, this study examined the economic effects of sponsorship contracts on eSports using objective quantitative indicators.</p>
Notes	
Genre	Research Paper
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=2022000010-20220185

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

研究代表者	所属	大学院経営管理研究科	職名	教授	補助額	500（特B）千円
	氏名	武田 史子	氏名（英語）	Fumiko Takeda		
研究課題（日本語）						
スポーツ・スポンサーシップがスポンサーの企業価値に与える影響についての研究						
研究課題（英訳）						
The impact of sports sponsorship on the market value of sponsors						
1. 研究成果実績の概要						
<p>本研究では、eスポーツのスポンサー契約発表が日本のスポンサー企業の市場価値に与える影響について測定し、そのような影響が新型コロナウイルス発生以降どのように変化したのかを分析した。eスポーツに対するスポンサーシップの効果を検証する先行研究は、実験やアンケート調査に基づくもので、客観的な指標による分析ではなかった。このため、本研究では、株価という、客観的な定量指標を用いて、eスポーツにおけるスポンサー契約の経済効果を検証した。具体的には、スポンサー契約発表日前後の Buy-and-Hold Abnormal Return を算出し、重回帰分析を用いて、eスポーツのスポンサー契約に対する市場の反応がどのような要因と相関しているのかを分析した。その結果、2015年から2021年に日本経済新聞で発表された72件のeスポーツのスポンサー契約に基づいて、eスポーツのスポンサー契約発表に対する市場反応は、統計的に有意ではないことが示された。しかし、新型コロナウイルス発生後、eスポーツのスポンサーシップ発表はよりポジティブな株価反応を示した。これは、感染予防のため、より多くの人々が自宅で長い時間を過ごすようになった結果、eスポーツを楽しむ、ゲーム内の広告に注意を払う時間が増えたことによるものであると考えられる。フィジカル・スポーツにおける先行研究では、スポーツ・スポンサーシップのメリットとして、スポーツの良いイメージがスポンサーに移転する効果があるとされている。分析の結果、フィジカル・スポーツと同様に、スポンサーがeスポーツ関連ビジネスを行っている場合、株価へのポジティブな効果はより強まることが示された。本研究は、前任校の卒業生との共著という形で論文にまとめ、国際学会での発表と学術ジャーナルへの投稿を行っている。研究計画の段階では、アスリートの戦績に関する研究を先に行う予定であったが、予備的な分析を行った結果、eスポーツの研究を先に行うこととした。</p>						
2. 研究成果実績の概要（英訳）						
<p>This study investigated the effects of eSports sponsorship announcements on the market value of Japanese sponsoring companies and changes in such effects since the COVID-19 outbreak. We calculated the buy-and-hold abnormal returns around the release date of the sponsorship agreements and performed a multivariate regression analysis to examine what factors affect market reactions to eSports sponsorships. Results indicated that market reactions to eSports sponsorship announcements were not significantly different from zero, based on 72 eSports sponsorship contracts announced in Japanese newspapers from 2015 to 2021. However, investors reacted more positively to eSports sponsorship announcements during the COVID-19 pandemic, leading more people to play eSports at home and pay attention to in-game advertising. The positive effects are intensified when sponsors are engaged in eSports-related businesses. Whereas previous studies employed surveys and experiments, this study examined the economic effects of sponsorship contracts on eSports using objective quantitative indicators.</p>						
3. 本研究課題に関する発表						
発表者氏名 （著者・講演者）	発表課題名 （著書名・演題）	発表学術誌名 （著書発行所・講演学会）	学術誌発行年月 （著書発行年月・講演年月）			
武田史子	Market Reactions to eSports Sponsorship Announcements in Japan: Before and After the Outbreak of COVID-19	Chinese Economic Association 33rd UK / 14th Europe Annual Conference	2022年11月			