

2006年2月25日

# 僕は何故トリノに行ったのか？ トリノで何をしたのか？

吉峯英虎

1. イントロダクション  
ー「アミノバイタル」という製品と僕の仕事
2. 企業とスポーツ
3. 味の素とオリンピック
4. トリノオリンピック

## 1、筋肉疲労に効くアミノ酸、アミノバイタル

- ・ アミノ酸てナニモノ？
- ・ 「アミノバイタル」ってナニモノ？
- ・ どこに、どう、何故効くのか？
- ・ 愛用しているスポーツパーソン達
- ・ ドーピング

## 2、企業とスポーツー何故企業はスポーツにお金を使うのか？

- ・ 企業にとってのスポーツ
  - ースポーツを育成しようという崇高な志から支援している
    - (特に地方のオーナー社長の道楽的サポート)
    - 例：ショートトラック 勅使河原 (赤塚所属)
  - ー会社の福利厚生としての社内スポーツ
    - (昔の紡績企業、鉄鋼企業のリクリエーション)
    - 例：新日鉄釜石ラグビー部、日紡貝塚

ースポーツ自体をビジネスとしている

例：野球の球団

ー普及媒体としてのスポーツ

(スポーツに切り離せない用具、器具のマーケティングとして)

例：Mizuno がイチローに野球グローブ提供することによる予備軍、アマチュアへの普及

ー広告媒体としてのスポーツ、パーソン

(ネーミングライツ、各種競技大会のスポンサー、広告のタレントとしての起用等)

例：味の素スタジアム、ニチレイレディス

・ ところが・・・契約でぎちぎちになっているスポーツ業界

企業と個人

個別契約による広告露出、ロゴの露出、発言

北島康介：CCJC

企業と各種競技団体(陸連、水連等)

団体として

柔道連盟＝明治製菓ザバス

個人競技

高橋尚子＝バーム

## 企業スポーツ

旭化成駅伝チーム

大会のみのスポンサー契約

2006年シンクロ世界選手権＝ヤクルト

## JOC と企業

オリンピック、ユニバシアード、アジア大会など

を取り仕切っている JOC

彼らの MKTG としてのサポートシステム

→さてこれらが一同に会する大会では何がおきるか？

## 3、味の素とオリンピック

- ・ 我々はオリンピックを何のためにサポートしているか  
→より多くのスポーツパーソンに「アミノバイタル」  
を好きになってもらうように  
(トップアスリートのファン作り)
- ・ 「アミノバイタルビクトリープロジェクト」  
食とアミノ酸のトータル管理のサポート  
例：荒川への食事指導（アメリカ合宿時）  
オリンピック村での日本食供給

#### 4、トリノオリンピックトピックス

- ・ トリノはどうだったのか

  - ホテル事情

  - 日本食レストラン

  - 選手村の空気

- ・ 閑話休題

  - 高橋大輔、岡崎朋美、上村愛子、遅塚団長

  - 女子フィギュア選手たち