

スポンサーシップ販売方針

目次

- 1 方針概要
- 2 スポンサーシッププログラム
- 3 スポンサーシップ契約概要

1 方針概要

目的

スポンサーシップ（企業協賛）を通じて、
東京2025世界陸上の収入確保や、持続可能な大会の開催に貢献するとともに、
企業や人々を東京2025世界陸上に結び付け、
陸上競技やスポーツの楽しさ・素晴らしさ、開催都市東京の魅力を広めていく

協賛金額

東京2025世界陸上プリンシパルサポーター	： 1社あたり3億円以上※
東京2025世界陸上サポーター	： 1社あたり1億円以上※
東京2025世界陸上サプライヤー	： 1社あたり3,000万円以上※

※プリンシパルサポーター/サポーター/サプライヤーの3区分について、それぞれ協賛基準額（税抜金額）を設定

2 スポンサーシッププログラム

スポンサーシップ制度

世界陸上のスポンサーシップは、WA（ワールドアスレティックス）スポンサーと東京2025世界陸上スポンサーに区分されている

Worldwide

WAスポンサー

WAパートナー

WAサポーター

WAサプライヤー

WAメディアパートナー

Regional

東京2025世界陸上スポンサー

東京2025世界陸上プリンシパルサポーター

東京2025世界陸上サポーター

東京2025世界陸上サプライヤー

※最新のスポンサー一覧については、[こちら](#)をご覧ください。

■ 販売ポリシー

設立時理事会：スポンサー確保では、公募など透明性の高い手法を検討



スポンサーシップ販売方針

- 財団による直接販売
- 公募・入札の実施により透明性の高いオープンで新しい手法を採用
- 原則 1 カテゴリー（業種） 1 社
※カテゴリー：スポンサー企業が自社を東京2025世界陸上に関連付けて広告宣伝することができる製品又はサービス
- 公募のうえ、協賛金額による入札を実施（入札額が大きい企業を選定）
※協賛金額には、財団が公募条件で示した場合、調達物品やサービスの現物対価（VIK）を含めることも可能

販売プロセス

① カテゴリーリリース契約

WAとカテゴリーリリース契約を締結し、スポンサーシップ販売権利及び販売カテゴリーを取得

② 公募（スポンサーシップの販売）

右記の情報を東京2025世界陸上財団のホームページに掲載

- 販売カテゴリー（製品又はサービス）
- 協賛基準額
- スポンサーの権利

③ 協賛金額の入札方式によりスポンサー候補企業を選定（原則1カテゴリー1社）

④ 東京2025世界陸上財団と候補企業にて契約書の内容を確認

⑤ WAによる承認ののち、財団理事会による承認を経て決定

⑥ 契約者及び入札参加者数を公表

販売方式

【原則】

- スポンサー権利の行使期間を十分に確保できるよう、協賛基準額の高い**東京2025世界陸上公式プリンシパルサポーター**から販売を開始
- カテゴリーごとに**公募**のうえ、**協賛金額による入札**を実施（入札額が大きい企業を選定）
※協賛金額には、財団が公募条件で示した場合、調達物品やサービスの**現物対価（VIK）を含めることも可能**
- スポンサー契約にあたっては、外部有識者も含む財団内の**契約・調達委員会**において、入札前・入札後の状況を確認し、**契約手続きの妥当性・公正性を担保**したうえで、**全件を理事会で決定**

【例外】

- **特別契約（個別契約）に移行**する場合
 - 1）WAからの条件が付された場合（例：WAスポンサー等への権利販売）
 - 2）入札の結果、応札者がいない場合
- **早期に大会までの調達規模を提示**できるカテゴリーについては、**協賛金額と調達金額を同時に入札**（この場合、スポンサーとなった企業の調達金額を公表）

情報の取扱い

【公表】契約者、カテゴリー、権利概要、協賛基準額、入札参加者数

- 公正で信頼される、新しい国際スポーツ大会を実現していくため、新たな仕組みとして公募・入札方式を採用するとともに、スポンサーの協賛基準額や、入札における参加者数等を公表し、公平性・透明性を確保していく。

【非公表】契約金額及び各社入札額並びに契約者以外の参加者

- 契約金額及び各社入札額：協賛金額は、各企業が様々な要素を踏まえた経営戦略に基づき入札する金額であり、公表することによって企業経営に影響を及ぼす恐れがあるため。
- 契約者以外の参加者：入札の結果が明らかになることで、各社の企業イメージ及び経営に影響を及ぼす恐れがあるため。

※ 非公表情報に係る妥当性・公正性の担保

外部有識者も含む財団内の**契約・調達委員会**において、入札前・入札後の状況を確認し、**契約手続きの妥当性・公正性を担保**したうえで、**全件を理事会で決定**

3 スポンサーシップ契約概要

■ スポンサーシップ契約概要

契約期間	契約締結日～2025年12月21日
領域	日本国内
カテゴリー	契約書において規定 ※原則として1カテゴリー1社
付与権利	詳細後述
対象大会	東京2025世界陸上競技選手権大会（2025年9月13日～9月21日）
協賛金額	東京2025世界陸上プリンシパルサポーター : 3億円以上 ※ 東京2025世界陸上サポーター : 1億円以上 ※ 東京2025世界陸上サプライヤー : 3,000万円以上 ※

※プリンシパルサポーター/サポーター/サプライヤーの3区分について、それぞれ協賛基準額（税抜金額）を設定

※協賛金額には、財団が公募条件で示した場合、調達物品やサービスの現物対価（VIK）を含めることも可能

スポンサーシップ販売方針 3 スポンサーシップ契約概要

凡例：東京2025世界陸上プリンシパルサポーター権利★ サポーター権利★ サプライヤー権利★

(1) 東京2025世界陸上に関する呼称使用权

東京2025世界陸上に関する呼称を、契約したカテゴリーの製品・サービスの広告やプロモーションに使用することができる。

- 東京2025世界陸上公式プリンシパルサポーター ★
- 東京2025世界陸上公式サポーター ★
- 東京2025世界陸上公式サプライヤー ★

※権利を行使する場合は、原則契約カテゴリーの表示が必要

(2) 大会ロゴ（イベントマーク）使用权

東京2025世界陸上の大会ロゴを、契約したカテゴリーの製品・サービスの広告やプロモーションに使用することができる。

- 大会ロゴ（イベント呼称との併記による） ★★
- 複合ロゴ ★★

※大会ロゴガイドラインの規定に従って使用

※商品化に関しては、別途ライセンス契約の締結が必要

例 WAパートナーの複合ロゴ▶



(3) ビデオスクリーンへの広告出稿権 ★

各セッションの前後に表示される最大30秒の広告枠に、スポンサーの広告を出稿することができる。

(4) 大会公式ホームページへのロゴ・リンク掲載権 ★★☆☆

東京2025世界陸上大会公式ホームページにスポンサーのロゴとリンクを掲載することができる。

(5) 公式印刷物への広告・ロゴ掲出権

公式プログラム等の公式印刷物へスポンサーの広告やロゴを掲出することができる。

① 公式プログラム

○カラー広告



○他のスポンサーとの複合ページ上のロゴ掲出



※環境に配慮し電子化の方向

※サプライヤーはロゴの代わりに社名（/ブランド名）をニュートラルなフォントで文字掲出

② その他公式印刷物（ポスター等）

○他のスポンサーとの複合ページ上のロゴ掲出



※ロゴの大きさは、WORLD ATHLETICSパートナーの2/3

※サプライヤーはロゴの代わりに社名（/ブランド名）をニュートラルなフォントで文字掲出



(6) 競技会場等における企業ロゴ掲出権

競技会場等における広告ボードにスポンサーのロゴを掲出することができる。

① メインスタジアム ★★

- トラック外周LEDボード
- ゴール直線上での共同掲示



©Getty Images for World Athletics

② ウォームアップエリア ★

- 静止ボード (6m×1m)



©Getty Images for World Athletics

③ マラソン・競歩コース沿道 ★★

- 静止ボード (6m×1m)

④ スタンディングコンポジットタワー ★★★

※ロゴの大きさは、WORLD ATHLETICSパートナーの2/3
※サプライヤーはロゴの代わりに社名 (/ブランド名) を
ニュートラルなフォントで文字掲出



(7) 東京2025世界陸上競技チケット

東京2025世界陸上の競技チケットを無償で取得することができる。

○VVIPチケット ★

○VIPチケット ★★☆☆

※セッションによっては、希望に添えない可能性あり
※VVIP/VIPアクレディテーションがチケットの機能を兼ねる場合は、アクレディテーションのみの提供



※イメージ

(8) チケット購入オプション ★★☆☆

空席状況により、公式販売開始前に、チケットを購入することができる。

※セッションによっては、希望に添えない可能性あり

(9) アクレディテーション受領権

アクレディテーションを受領することができる。

○VVIPアクレディテーション



○VIPアクレディテーション



○業務用アクレディテーション



(10) 駐車許可証受領権

駐車許可証を受領することができる。

○VIP駐車許可証



○業務用駐車許可証



(11) 大会公式交通システムへのアクセス権 ★★

アクレディテーション保有者が、大会会場からホテルまでの往復において、無料の送迎システムを使用することができる。

(12) VIPホスピタリティスペースの取得オプション(提供される場合) ★

WAパートナー申込後に空きがあった場合、他のローカルスポンサーと共用で、VIPホスピタリティスペースを使用することができる。

(13) 公式社交行事への参加権 ★★

大会期間中に開催される公式社交行事がある場合、空き状況に応じて参加することができる。

(14) 公式社交行事の開催権 ★

スポンサーの費用負担で社交行事を開催することができる。

(15) 記者会見の開催・出席権 ★★

東京2025世界陸上に関連する独自の記者会見を開催する権利、及び、公式記者会見に出席する権利がある。

(16) メディアセンターでの企業情報の配布権 ★☆☆

メディアセンターにおいて、契約したカテゴリーの製品・サービスに関する資料や企業情報等を頒布することができる。

(17) プレミアム (※) の配布権 ★☆☆(★)

プレミアムを配布することができる。

※プレミアムガイドラインの規定に従って配布

※プレミアムの配布には事前の承認が必要

※東京2025世界陸上サプライヤーはプレミアムをキャンペーンには利用できない

※プレミアムとは？

販売を目的とせず、広告やプロモーション等のために無償で配布されるアイテム

(18) 商品のデモンストレーション、展示、サンプリングの権利 ★☆☆

競技会場において、契約したカテゴリーの製品・サービスに関するデモンストレーション、展示、サンプリングを行うことができる。

※関連するガイドラインの規定に従って実施

(19) ギフトの配布権 ★☆☆

アスリート、チーム、ゲスト、報道関係者等に対して、スポンサーブランドの名称／ロゴが入ったギフトを1点配布することができる。

例 ブダペスト2023世界陸上のギフト▶



(20) 供給優先権 ★★☆☆

- 東京2025世界陸上財団がスポンサーシップ・カテゴリーに該当する製品／サービスを必要とする場合、スポンサーから製品／サービスの提供を受ける（供給にかかる優先権）。
- ただし、スポンサーが納期、仕様、価格において東京2025世界陸上財団の求める水準を満たすことができない場合、東京2025世界陸上財団は第三者から当該製品/サービスを使用することができる。この場合、当該第三者のブランドは、削除またはカバーされるとともに、当該第三者は、当該商品に関してイベントマークを使用することができないものとする。