

東南アジアのクラブと提携協定を結び、主に育成部門で交流しているJクラブは多いが、その関係を事業面で生かしているクラブは限られる。

横浜Mは13年にスペイン・フリー(タイ)に続き、ヤンゴン・ユナイテッド(ミャンマー)と提携した。スペインフリーのオーナーは政界に、ヤンゴンUのオーナーは財界に強



フットボールの熱源

力なネットワークを持つ。ここに目を付けた横浜Mはその力を借り、アジアに進出する日本企業と現地企業をつなぐスキームを築き、「アジアパートナー」というスポンサー枠を設けた。

医療機器商社の協和医療器(青森・八戸)が今年、アジアパートナーとして契約。ミャンマー支店を開設し、ヤンゴンUの支援を受けて初めて海外に進出する。ヤンゴンUのオーナーは航空、観光、金融などを手掛けるミャンマー有数の財閥、

企業のアジア進出 アシスト

トゥーグループ。昨年末、ヤンゴンを視察した協和医療器の役員がスムーズに2つの病院を訪問できたのはトゥーグループの仲介があったからだ。

同社のミャンマー事業で経常利益が出たら、固定の協賛金とは別に、横浜MとヤンゴンUに一定割合のボーナスを支払う契約になっているところに興味深い。横浜Mが企業へのスポンサー説明会で協和医療器の事例を紹介したところ、アジアパートナーに関心を示した企業があるという。

広告看板の掲示だけでは企業がスポンサーメリットを感じなくなってきた。横浜M・グローバル戦略事業部の森川晃課長は「Jクラブが54に増え、スポンサーの取り

合いにもなっている。だからこそ横浜Mならではのスポンサーメリットをつくり出さなくてはならない。その一つがアジアパートナーと話す。クラブがクラブの方で企業に何をもちらせるのかを考えると、新たなビジネスモデルが見つかる。

(吉田誠一)