

最終更新：2023.01.05



Asia Soccer Business Hub 紹介資料

ASBとは

ASBとは「アジア」「サッカー」「ビジネス」の頭文字です。

私たちは以下の4つの活動指針をもとに、アジアサッカービジネスを展開しています。

広範囲に周知

認知 メディアを通してアジアサッカービジネス情報を伝える

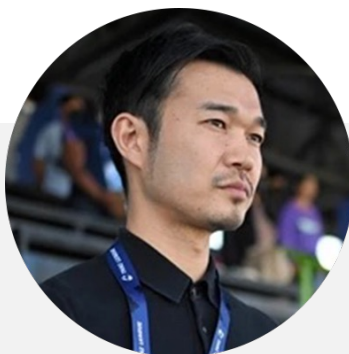
共有 コミュニティを通して参加メンバー同士を繋ぎ情報共有を行う

参加 イベントや企業活動を通して自らがアジアサッカービジネスに関わる

より専門的に

展開 ASBで得た知見を活かし自らがアジアサッカービジネスを考案し運営していく

アジアに拠点を置くメンバーがプロジェクトの企画や実施・情報発信を行います。



真野浩一 Koichi Mano

ASB代表/共同創設者

LaLa Clasico Co.,Ltd. CEO

アジアビジネス歴10年以上。タイとドバイを拠点に会社を経営。代理人としてアジア19ヶ国140人以上の選手の契約に携わる。



Pong Wong

ローカリスペシャリスト（タイ）

Glom Roof Co-Founder

日本とタイ双方の文化に理解が深く、クラブ・選手の遠征のコーディネートや通訳を行う。タイ語と日本語のバイリンガル。



Christian Pradipta

ローカリスペシャリスト（インドネシア）

NAC Strata Asia COO

インドネシアでローカル向けサッカーアカデミーを運営し、同国選手の欧州サッカー留学も支援する。インドネシア語と日本語のバイリンガル。



三宅芽実 Memi Miyake

Webコンテンツプランナー

合同会社Angle Inc. CEO

IT企業のマーケティング業務などに従事。ASBのコンテンツ企画やIT業務全般を担当。タイサッカーメディアの運営も行う。

ASBに関するお問い合わせはメールまたは公式HPのお問い合わせフォームよりお願いします。
原則として3営業日以内にお返事いたします。

運営会社	合同会社Angle Inc. (日本)
	LaLa Clasico Co.,Ltd. (タイ) ※ASBは2企業による合同プロジェクトです。税務申告等は日本企業 (Angle Inc.) が行っています。
代表	LaLa Clasico Co.,Ltd. CEO 真野浩一
Webサイト	https://asia-soccer.biz

メールでのお問い合わせ

asbsalon2021@gmail.com

会社名・氏名・メールアドレスを
ご記入の上、お問い合わせください



公式Twitter(@asbsalon1111)



ASBメディアのご紹介

ASBメディアのご紹介

ホームページ・ツイッター上でアジアサッカー情報を発信

ASBのホームページ・ツイッターでは、情報をほぼ毎日、無料で発信しています。
日本語メディアでは取り上げられないニッチな
ニュースも多く発信しており、アジアサッカービジネスの「ハブ（拠点）」と
なることを目指しています。



無限の可能性を秘めたアジアサッカー市場の動向

欧州と比較をするとまだまだ認知が低いのがアジアサッカーですが、人口や年齢、サッカー熱を考慮すると今後重要なマーケットになることは間違いのないと考えます。ASBは市場の動向をいち早くキャッチし、メディアで発信していきます。

Jリーグ・日本のクラブのアジア戦略

2012年にJリーグがアジア戦略室を立ち上げて以来、サッカーを通じた日本とアジアの距離はとも近くなりました。ASBではこういったJリーグ、そして日本のサッカークラブが行っているアジアでの活動についての情報もお伝えします。

アジア全域のトーナメントや各国のリーグ情報

W杯（アジア予選含め）、アジアカップ、三菱電機カップ、ACLやAFCカップなど、アジアには代表・クラブの両方に魅力的なトーナメントがあります。各国のリーグも含め、こうした情報についても触れていきます。

ASBコミュニティのご紹介

アジアサッカービジネスにより深く関わりたい方向けメンバーシップ

ASBではホームページ・ツイッターでは発信できない限定的な情報を、月額3,000円の有料コミュニティ内にてお届けしています。

メンバーの大半はサッカービジネス・アジアビジネス関係者です。
ご興味のある方は、[コミュニティ入会案内](#)からお問い合わせください。

これまでの活動報告



ACL視察

タイ・ブリーラムで開催されたAFCチャンピオンズリーグ（ACL）の視察・取材を行いました。



通訳サポート

コンサドーレ札幌のタイ遠征にてASBメンバーのPongが通訳として参加しました。



クラブヒアリング

川崎フロンターレの皆さんと共にアジアでの活動についてのミーティングを行いました。

ASBコミュニティが目指す2つの「つなぐ」

アジアとサッカーに関わる人を「つなぐ」

近年成長の著しいアジア、世界でもっとも人気のスポーツであるサッカー。ASBはこの2つの市場に携わるビジネスパーソンを繋ぐハブ（拠点）としての役割を果たします。

オンラインとオフラインを「つなぐ」

長いコロナ禍を抜け、海外を行き来するビジネスが再び動き出しています。ASBではオンラインで築き上げたコラボレーションをオフラインに繋ぎ、より大きなものにする事を目指します。



コミュニケーションツールには会員限定のLINEオープンチャットを使用しています

ASBの活動事例

ASBの活動事例① ビジネス交流会 in バンコク

ビジネス交流会 in バンコク

アジア×サッカーを共通の話題とする異業種交流会で協業ビジネスを促進。

SNSで呼びかけを行い、アジアやサッカーに関心を持つ日本人を対象に交流会を実施しました。SNSで呼びかけを行い、アジアやサッカーに関心を持つ日本人を対象に交流会を実施しました。

直前の呼びかけながら10名の方にご参加いただき、趣味の交流だけでなく名刺交換の場としても有意義な時間となりました。



実施前の課題

- タイ在住日本人のアジアサッカーへの需要を把握する機会がなかった。
- コロナ禍でタイ在住日本人の横の繋がりが生まれにくくなっていた。

実施後の成果

- タイリーグの観戦頻度や観戦に際しての課題などの情報収集ができた。
- 「サッカー」という共通の趣味を持つ人々が参加したことで、プライベートでの交流が生まれた。

ASBの活動事例②タイリーグ試合観戦ツアー

タイリーグ試合観戦ツアー

タイリーグの試合観戦ツアーを企画。20人以上の日本人がスタジアムへ。

スタジアムへのアクセスやチケットの買い方など、タイ語がわからないとハードルの高い試合観戦を身近なものとするべく、現地在住の日本人家族を対象にの試合へのアテンドを行いました。

日本人選手3名がプレーするチームということもあり、試合終了後に選手との記念撮影の場を設け、よりタイリーグに親しみを感じてもらうことができました。



実施前の課題

- タイ在住の日本人から「タイサッカーに興味はあるが行く機会がない」という相談を受けていた。
- スタジアムへのアクセスが分からないという声が多かった。

実施後の成果

- マイクロバスを貸し切り、ツアーを敢行することでたくさんの人をスタジアムへ案内することができた。
- 写真撮影や日本語アナウンスを通して、選手とサポーターの距離が近いタイサッカーの魅力を伝えることができた。

ASBの活動事例③フットサル大会への企業誘致

フットサル大会への企業誘致

タイで行われたアマチュアフットサル大会に
10以上の日系企業が商品提供やブースの出店を実施。

ASBオーナー真野が主催するフットサル大会にて、日系企業による商品提供やブース出店が行われました。

当日は選手とその家族を含め約180人が参加する大規模なイベントとなりましたが、複数の企業様の提供により選手家族の皆様にもお祭りのような雰囲気を感じていただけました。売上面では1万円を超えるスパイクの成約も複数件ありました。



実施前の課題

- 会費制のフットサル大会において、競技以外の部分でどのように参加者に価値を感じてもらうか。
- 企業にはどのようにしてスポンサードを行った意義を感じてもらうか。

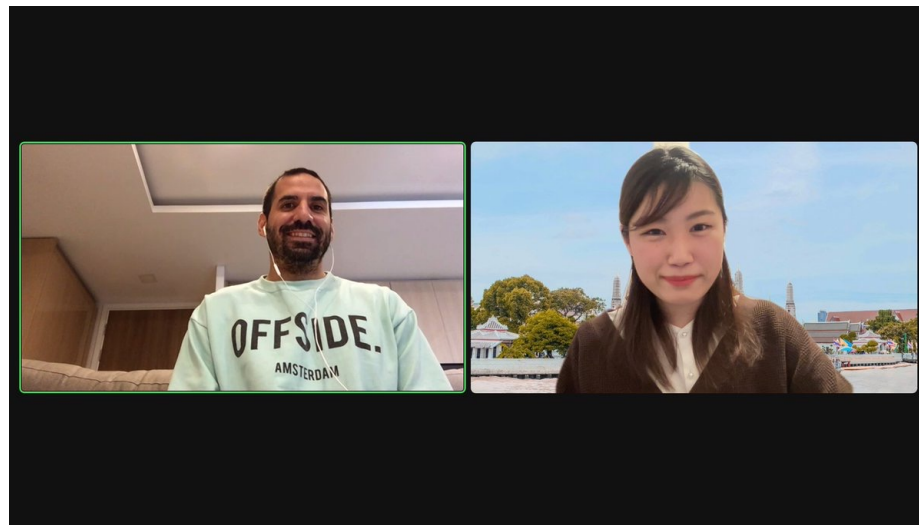
実施後の成果

- 飲料水やスポーツケアグッズなどスポーツと親和性の高いスポンサーを誘致した事により、参加者、企業の双方に好印象を与え、特に企業からは継続した支援の申し出もあった。

サッカー選手・監督へのインタビュー

アジアで活躍する日本人サッカー選手、監督へインタビューを敢行。日本人の活躍を発信。

ASBオーナー・三宅が運営するメディアにてアジアのサッカー界で活躍する日本人選手や監督へのインタビューを掲載しました。日本のサッカーメディアでは東南アジアで活動する選手にはスポットライトが当たりにくい構造となっていますが、この発信により多くの日本人ファン・サポーターからの応援メッセージが届き、双方にとって良い効果が生まれました。



実施前の課題

- アジアで活動する日本人選手・監督の情報は日本語ではほとんど発信されておらず、ファン・サポーターがその活躍を知る機会がなかった。

実施後の成果

- 日本語メディアでインタビューを行い選手の生の声を届けることができた。
- コロナ禍で渡航しての応援が難しかった中で、SNSでの拡散を通してファン・サポーターの応援の声を選手にも届けられた。

ASBの活動事例⑤ 学生向けウェビナー開催

学生向けウェビナー開催

学生にアジアサッカー界での就職という選択肢を。
様々な進路を紹介するオンラインセミナーを実施。

フィジカルコーチ、選手通訳など、サッカー業界には選手以外にも様々な仕事があります。アジアでも多くの日本人がそのような仕事に就いていますが、その情報が日本に流れてくることは少ないのが現状です。本ウェビナーではエージェントとしてコーチなどの契約も行うASBオーナー・真野から学生のみさんにどのような職業があるか、またその職業への就き方をご紹介します。

実施前の課題

- 選手以外でも多くの日本人がアジアサッカー界で仕事をしているが、その情報が日本国内であまり知られていない。
- 専門学校などに通っていない限り、サッカー界にどのような職業があり、どのような人が向いているのかを一般の学生が知る機会が少ない。

サッカー×アジア進路相談会 **ASB** アジアへの挑戦

サッカー業界、アジアでの活躍を目指す学生向けウェビナー

2月24日(木) 21:00

オンライン開催・参加無料

主催：アジアサッカービジネスサロン

申し込み：

<https://forms.gle/2ZiRcxseKbqJ7b9p9>



プレゼンター：真野浩一

2009年よりタイ在住。
LaLa Clasico Co.,Ltd(タイ)、Goal Sports
Consultancy FZE(ドバイ)代表として
エージェント業を展開。これまでアジア19カ国
140選手以上の契約実績がある。

サッカー業界、アジアビジネスに関わる様々な
職業、キャリアパスを提案します。



指導者



エージェント



記者



クラブスタッフ

実施後の成果

- 質疑応答を通し、進路を考える学生が不安に思っている事のヒアリングを行うことができ、今後の人材紹介を行う際に活かせる知見を得た。
- 「公開進路相談」の時間を設けたことにより、進路を考える学生が不安に思っている事にピンポイントでアドバイスを贈ることができた。

ASBの活動事例⑥ゲストを招いたウェビナー開催

一般向けウェビナー開催

アジア×サッカービジネスに携わる組織からゲストを招き、トークセッションを開催。

ASBのキックオフイベントとして、株式会社Jリーグ・アジアサッカー連盟に從事されているお二方をお招きしてトークセッションを開催しました。

Jリーグのアジア戦略立ち上げ当初のお話や、アジアサッカー界から見た日本サッカーのロールモデルとしてのあり方などを伺うことができました。



ASB キックオフイベント

アジアサッカービジネスを知る

- ASB説明会 & トークセッション -

特別ゲスト



小山恵氏
株式会社JリーグにてJリーグの国際展開、アジア戦略を担当。ASEANを中心に幅広くマーケティングを手がける。



梶山正弘氏
アジアサッカーに関わる組織に從事する傍ら海外スポーツ留学・就職をサポートするSPORTS GLOBALを運営する。

開催日時：11月10日(水)日本時間21:00-
開催場所：Zoom
参加費：無料(会員の方以外も参加可能)
主催：ASB(アジアサッカービジネスサロン)

ASB
アジアへの挑戦

実施前の課題

- 「Jリーグのアジア戦略」という言葉は知られてきているものの、その裏側については知られてこなかった。
- 一般向けの「アジアサッカービジネス」に特化したイベントはこれまでほとんど無かった。

実施後の成果

- 組織の第一線で活躍されている方の話を通して、ニッチな分野である「アジアサッカービジネス」の実際を広く周知することができた。
- ASBのキックオフイベントとしてこのセッションを展開することで、メディアの方向性を印象づけることができた。

参考資料

アジアでのサッカーの存在感（1）

国家首脳レベルのサッカー外交

ベトナム



アジア諸国ではサッカー外交という言葉が盛んに使用されます。写真はベトナムのブー・ホン・ナム駐日大使が岸田首相へのプレゼントとしてベトナムサッカー選手のサイン入りボールを寄贈した時のものです。

王族や政治家がサッカークラブを所有

マレーシア



日本とは異なり、王族や政治家がサッカークラブを所有するケースも数多くあります。マレーシアで8連覇中のJDTのオーナーはトゥンク・イスマイル皇太子などはその代表的な人物です。

国の有力者が数多くサッカー業界に参入

アジアでのサッカーの存在感（2）

アンダー世代に国中が熱狂

ラオス



AFF U19チャンピオンシップ決勝はマレーシア対ラオスの戦いでした。ラオス国内では熱狂的な代表サポーターがパブリックビューイングを行い、アンダー世代の大会とは思えないほどのお祭り騒ぎとなりました。

サッカーの試合に15万人が来場

インドネシア



写真はインドネシアのスタジアム「Gelora Bung Karno」です。現在の収容人数は約7.7万人ですが、改修前には15万人が入場した記録があります。国民のサッカー熱は熱く、ダービーマッチに7万人が来場することもあります。

衰えを知らない国民のサッカー熱

アジアでのサッカーの存在感（3）

アジア20以上の国と地域で放映

アジア
全土



人口13億人を超えるインド、人口2.8億人のインドネシアを含め、Jリーグは20以上のアジアの国と地域で放送されており、その数は年々増え続けています。

パブリックビューイング

タイ



チャナティップをはじめとしたタイ人Jリーガーの影響力は凄まじく、現地ではJリーグのパブリックビューイングが頻繁に行われています。

日本サッカーのアジア戦略の拡大

日本企業×アジアサッカーの取り組み（1）

大塚製薬

ポカリスエットを看板にアジアスポーツ界への投資を継続中

医薬品、食料品の製造・販売を行う大塚製薬。アジア進出の歴史は古く、1976年のタイを皮切りに、中国、韓国、シンガポール、インドネシアなどアジアの多くの国へ進出している。

そんな大塚製薬が、徳島ヴォルティスとの協業として今年6月にて発表されたのが「POCARI SWEAT × TOKUSHIMA VORTIS Football Dream Project」だ。アジア・アラブ地域でのサッカーをはじめとするスポーツ振興・健康維持増進などを目的とし、様々な企画を行なっていく。最初の取り組みとして発表されたのは、カンボジアのプロサッカークラブ「アンコールタイガーFC」と協力したジュニアユース世代のサッカー留学プロジェクト。カンボジア国内でセレクションを行い、選ばれた選手を徳島ヴォルティスのジュニアユースに招待する。徳島での活動の様子はSNSやヴォルティスのWebサイトなどで配信される予定。

他にも、大塚製薬はインドネシアで定期的に行われるマラソンイベント「ポカリスエットラン」などを開催している。今後も東南アジアを中心に積極的に活動を行うことが予想されるため、引き続き注目していきたい。



タイカ

カンボジアで継続的な地域貢献活動を行うタイカ

株式会社タイカはシリコンを主原料とした衝撃吸収素材aGELの製造を行う企業。スポーツ業界ではランニングシューズのクッション剤やサッカーの脛当てなどに素材が活用されている。



同社は清水エスパルスのユニフォームスポンサーになり、クラブと共にカンボジアデーを開催したりと、サッカーを通じてカンボジアとの繋がりをより濃くするための活動をしているが、そのタイカが継続して行っているのが、生産拠点でもあるカンボジアへのフットサルコートへの寄贈である。

この活動は、フットサルコートを1年に1つ学校に寄贈するという取り組みで、今年で4つ目となる。また、清水エスパルスの年間ゴール数と同じ数のサッカーボールの寄贈も行っており、カンボジア人の清水エスパルスファンを増やし、関心を高めることに大きく貢献している。

スポーツ以外にもタイカは丸亀製麺のカンボジア進出のサポートを行っており、幅広い活動を行なっていることが分かる。

三菱電機

東南アジア「サッカーの祭典」の冠スポンサーに就任

三菱電機はエレベーターなどの昇降機、タービン発電機、鉄道車両用電機品、パワー半導体、人工衛星などの産業用電機器で日本国内トップシェアを誇る企業。東南アジアを中心に製造拠点を多く持つ。

東南アジアの最強国を決する東南アジアサッカー選手権（AFF CHAMPIONSHIP）の冠スポンサーに、新たに三菱電機（Mitsubishi Electric）が就任することが決まった。5月23日、ハノイ市内でASEANサッカー連盟（AFF）と三菱電機との間でスポンサー契約の調印式が開催され、2022年大会より正式名称が「AFF Mitsubishi Electric Cup 2022」に改称されることも発表された。

東南アジアサッカー選手権は、1996年にタイガービールが冠スポンサーを務める「タイガーカップ」として誕生し、2008年にスズキ株式会社が冠スポンサーとなってからは「AFFスズキカップ」として開催されてきた。

AFF Mitsubishi Electric Cup 2022は、今年12月に開催される予定だ。調印式に出席したAFFのKhiev Sameth会長は、「三菱電機を大会の新たな冠スポンサーとして紹介できることをうれしく思う」とコメントしている。



P.20

- ・ [外務省MofaJapan×SPORTS \(@MofaJp Sports\)](#)
- ・ [岸田首相にベトナムサッカー選手のサイン入りボールを寄贈](#)
- ・ [【ACL2022】いまジョホールバルが熱い！新たなアジアサッカーの主役候補・JDTに注目せよ！！](#)
- ・ [皇太子の登場がすべてを変えた マレーシア最強クラブ「ジョホール・ダルル・タクジム」の躍進](#)
- ・ [Continue to lead JDT, sultan tells TMJ](#)

P.22

- ・ [The MEIJI YASUDA J.LEAGUE is available for viewing in the following regions and broadcasters.](#)
- ・ [2022 明治安田生命 J リーグ 海外での放映追加のお知らせ](#)
- ・ [Jリーグが人口13億超インドでも放映が決定、海外での放映は全世界60か国以上に](#)
- ・ [Jリーグアジア戦略10年～川崎フロンターレ編](#)

P.23

- ・ [大塚製薬と徳島ヴォルティスの協業「POCARI SWEAT × TOKUSHIMA VORTIS Football Dream Project」開始 海外におけるスポーツ振興・健康への貢献と徳島県の地域活性化を支援](#)
- ・ [東南アジアサッカー選手権にオフィシャルサポーターとして協賛安全な大会運営と選手・関係者のコンディショニングをサポート](#)

P.24

- ・ [黒子に徹して、カンボジアにスポットライトを当てるつもりです | 株式会社タイカ/鈴木 大登さま](#)
- ・ [タイカ、カンボジアで飲食事業に新規参入](#)
- ・ [2019/12/06 カンボジアの高校にフットサルコートを寄贈しました](#)
- ・ [2021/02/15 カンボジアの高校にフットサルコートを寄贈しました](#)

P.25

- ・ [東南アジア選手権の冠スポンサーに三菱電機が就任…大会名はAFF Mitsubishi Electric Cup 2022に改称](#)

更新日	更新内容
2022年11月20日	初版リリース
2023年1月5日	スライド情報更新