

(五十二) 列系載連



日本奧會雙贏策略 吸引企業贊助

記者 高正源／特稿

有了這筆十二億日圓的經費可資運用。

如同國際奧會一樣，

這十二家企業為什麼願意投資？主要在於要取得

為了掌握長期穩固的資

使用日本奧運代表團選手，為該公司拍攝廣告的權

金來源，日本奧會在去

利，雖然他們也都是本著支援體育競技的初衷，才

年與十二家企業，簽定

願意加入日本奧會的這一個贊助行列，但卻引發另

每家為期兩年一億日圓

一個爭議，因為這些贊助廠商與日本奧會簽定契約

的贊助合約，接下來目

標二〇〇四年雅典奧運

助的起步行程，日本奧會希

大宣傳的效果，而這個效果是不是值得一億日圓？

助的起步行程。

卻無人能肯定的回答。

日本奧會與美津濃等十二家日本企業，簽定一項

去年，日本針對加入社會工作的各行業新鮮人的

長期贊助約，為一九九九年一月一日起至二〇〇〇

薪資做過調查，在超過全國性一千家企業的調查報

年十二月三十一日止，每家一億日圓，使日本奧會

告中指出，這一千多家大企業聘用新人的薪資，平

均一家大約是八百四十三萬九千日圓，比前年少了

五十五萬三千日圓，為了提高公司的形象，花一億

日圓值得嗎？是大便宜還是太貴？

這個問題，似乎與公司花費在聘新人的費用上，

不能拿在同一天平上論斤兩。

一九九八年在日本舉行的長野冬運，美津濃製造

的日本代表團夾克，定價一件四萬九千八百日圓，

在冬運期間就賣了二十四億日圓的營業額，兩年投

資一億日圓，即使是四年一周期投資兩億日圓，單

單一件夾克就能做到二十四億日圓的營業額，這樣

的投資會不划算嗎？

這也是日本奧會生財有道，有辦法吸引十二家贊

助廠商願意投資的主因。