研究ノート

中国プロ野球の可能性
—北京五輪会場の観衆への調査から—[†]

石 原 豊 一^{*}

Possibilities of Chinese Professional Baseball:
From an Investigation of the Spectators in Beijing Olympic Stadiums[†]

Toyokazu ISHIHARA^{*}

Abstract

The global expansion of sports has accomplished a transformation from a hegemonic spread, such as people in the colonies received from modern sports in the suzerainty of the colonial era to the diffusion of comodified spectator sports after the World War II. The expansion of baseball after the 1990's can be regarded as a model for the construction of interdependent relations on an earth scale which is based on the existence of a professional league in Latin America and the east Asian nations under the MLB, and the expansion of the market and the network for player recruitment to the baseball barren areas such as Europe and Africa. This article discusses professional baseball in China that started in the 1990's when the globalization of professional baseball was advanced. First, a general view of the history of baseball in this country is related, based on previous work. Then it discusses whether CBL, a particular professional sports league with a certain meaning, which hasn't constructed its earning system yet, will be able to get on the right track as a sports industry in the future and whether the Beijing Olympic Games can provide an opportunity to do so is argued according to the results obtained in 2008 by the questionnaire used at the Beijing Olympic Stadium.

It is difficult to forecast the image of the future of CBL. Optimistic observation can be derived from the high percent of opinion that watching the Olympic baseball game is good chance of playing baseball and watching CBL games. But it is uncertain whether this result reflects the testee's continuous intention. On the other hand, pessimism is derived from the result that the interest in baseball doesn't directly connect with the popularity of a domestic league, according to the development of media.

Key words : China Baseball League, Beijing Olympics, Worldwide Expansion of Professional Baseball

1. は じ め に

中国野球にとって 2008 年 8 月 15 日は記念す

べき日となった。北京五輪予選ラウンドにおいて、中国代表チームが延長戦で台湾代表を下し、プロ選手が加わった国際大会において初勝

[†]原稿受付 2009 年 9 月 14 日

2009 年 7 月日本スポーツ産業学会第 18 回大会（静岡産業大学）にて発表

^{*}立命館大学大学院 〒603-8577 京都府京都市北区等持院北町56-1

^{*}Graduate School of Ritsumeikan University, 56-1, Tojiin-Kitamachi, Kita-ku, Kyoto, Japan (603-8577)

利を挙げたのである。野球の認知度の決して高くない当地にあっても、この歴史的勝利は五輪フィーバーともあいまってテレビのニュースで何度も報道されていた。

スポーツのグローバルな拡大は、かつての植民地主義の時代に宗主国のスポーツを植民地の人々が受容した「文化ヘゲモニー」¹⁾的普及から、第二次大戦後の商品化したスペクテイタースポーツとしての拡大に変容を遂げた。特に1990年代以降の野球の拡大は、MLBによるラテンアメリカ、東アジア諸国のプロリーグの包摂とこれまで野球不毛の地であった欧州、アフリカなどへのマーケットと選手獲得網の拡大という地球規模での連関関係の構築という図式でとらえることができる²⁾。本稿では、この1990年代になってプロリーグを発足させた中国の野球を取り上げ、先行研究によりかの国の野球の歴史を概観、プロ創設の動因ともなった2008年北京五輪会場でのアンケートによって得られた結果から、その現状を探ることによって、スポーツビジネスとしての将来像を探る。

2. 中国プロ野球の概要

2.1 中国野球史

野球が最初に行われたのは他の東アジア諸国同様、19世紀末のこととされる³⁾⁻⁶⁾。その後、上海などの都市部のミッション系の大学に野球部が置かれたが⁴⁾、この時期の米国の中国への影響力の他の列強に比しての弱さは、野球を当地に普及させるには至らなかった。むしろ、中国における野球の進展は、日露戦争(1904-05)以降、東アジア地域にヘゲモニーを構築していった日本によるところが大きかった。20世紀に入って、日本帰りの留学生が野球を母国に普及させたのである⁵⁾。

清朝滅亡後も、「中国革命の父」孫文が、集団競技という点から野球を重視、その後の対日戦争、国共内戦期においても、国共両軍により軍事訓練に利用されるなど、野球の普及は20世紀前半において着実に進んだ⁴⁾。新中国発足後も野球は引き続き発展し、1950年代には全

国規模の大会も行われるようになった⁵⁾。

しかし、1960年代の文化大革命により、敵性スポーツとみなされると、野球は暗黒時代を迎える。全国体育大会から排除されるなど弾圧を受けた野球は農村部でひそかにプレーするにとどまった。この時期の競技経験者の少なさは「世代の喪失」を生み、後の時代に指導者不足となって普及の足かせとなっている⁶⁾。

再び公に競技が行われるようになったのは、1970年代の対日米との関係修復以降のことである。続く1980、90年代には、野球は他のスポーツ同様、外交のツールとして台湾、日本、米国などとの友好に利用されるようになった。1986年には統括組織として中国棒球協会(CBA)が発足し、プロ野球発足までに北京、上海など主要都市に10余チームが活動するまでになったが、スペクテイタースポーツとしての認知度は、その歴史的な空白期間からまだ低く、サッカーやバスケットボール、卓球につぐ地位に甘んじている⁷⁾。

2.2 プロ野球リーグ発足以降の中国野球

2001年、五輪の北京開催が決定した。従来からスポーツを人民統制のプロパガンダとして利用してきた中国政府にとって、この一大スポーツイベントの成功は、改革・開放政策の成功を内外に示す格好の機会となった。

その北京五輪に備えての代表チーム強化を目的として2002年にアマチュアの強豪4チームを昇格させて発足したプロリーグが中国野球リーグ(CBL)である。

1年目は全48試合という規模で行われたが、翌2003年以降試合数は72試合に増加し、五輪に向けての強化という点でも、この年、代表監督にメジャーリーグでのプレー、監督経験に加え、日本でのプレー経験もあるラフィーバ(James K. Lefebvre)を代表チーム監督に迎え、五輪までのチーム強化を委ねる一方、MLBと提携を結び、選手のマイナーリーグへの派遣、ナショナルチームのアリゾナ秋季リーグへの参加(2004年)など代表チーム強化の協力を委ねた。

2005年には6球団に拡大、それに伴って総試合数も90試合に増加し、北京五輪を迎えた。

中国プロ野球の特徴は、その発足の目的から、各球団の興行よりも、代表チームの活動に重きが置かれていることにある。北京五輪まで、各球団の地位は代表チームのファームであったと言ってよく、リーグ戦は例年夏までに終了し、その後はリーグ戦の成績により選手が選抜され、代表チームが強化合宿、強化試合、国際大会に臨んでいた（注1）。

国際舞台においては、2003年秋のアテネ五輪予選を兼ねたアジア選手権（札幌）では予選リーグは突破したものの、トッププロ選手でメンバーを固めた日本・韓国・台湾と出場権をかけた決勝リーグでは1勝も挙げる事ができなかった。

2005年大会では、アジア3強がプロ選手を参加させなかったこともあって、銅メダルを獲得し、そのレベルが世界のトップアマに匹敵することを知らしめた。しかし、この年の秋に開催されたアジアシリーズやその翌年春の第1回ワールドベースボールクラシック（WBC）において、中国はアジア各国のプロ中心の代表チーム相手に1勝も挙げる事ができず、同じくプロ選手が参加する五輪に向けてその戦力は不安視された。

それでも、プロリーグ設立と積極的な国外遠征の実施という7年にわたる強化策は確実に成果を挙げ、2008年の北京五輪では、台湾相手にプロ選手主体のチームが参加した国際大会で悲願の初勝利を挙げた。さらに同年秋のアジアシリーズでも、初めて単独チームで参加した天津ライオンズが全敗ながら台湾代表の準優勝チーム、統一ライオンズ相手に接戦を演じるなど、そのレベルの飛躍的な向上を見せた。翌2009年春の第2回WBCにおいても、アジア予選において初勝利を挙げ、その進歩を世界に知らしめた。

2.3 CBLの現状

CBLは、社会主義国におけるスポーツのプ

ロパガンダ利用として発足したある意味特殊なプロ野球リーグである。その設立の目的は既存のプロ野球にみられるような興行による利益の追求や、オーナー企業の宣伝にあるのではなく、あくまで北京五輪に向けた選手の強化と野球の普及にあった（注2）。従ってその運営は、国家体育总局配下のCBAが行うことになっている。しかし、現実にはプロスポーツ運営のノウハウをもたないため、外資系のマーケティング会社と契約し、実際の運営をこれに委ねている。リーグ発足当初契約していた日・韓・香港の資本によるダイナスティススポーツマーケティング（DSM）は2005年限りで撤退したが、その後北京五輪までは日本でプロ球団を所有しているメディア企業ソフトバンク社の出資による中国棒球企画が運営を受け継ぎ、スポンサー集め、放映権・グッズ管理のサポートを行ったが、これも五輪終了をもって撤退した。

現状ではCBLの人気は低い。入場料を徴収していないにもかかわらず、1試合あたりの観客動員数が約500人という、プロスポーツとしては危機的ともいえる状況であり（注3）、メディアへの露出という点でも、新聞での扱いも小さく、テレビ放送は、そのほとんどが録画中継で⁷⁾、その上、CBAが国営テレビ局に放送料を支払って放送してもらっている有様である⁸⁾。

入場料収入や放送権の販売という通常のプロスポーツのビジネスモデルを確立していない現状において、CBLの運営資金は政府からの拠出金と日系企業を中心とするスポンサーからの協賛金で成り立っている。

日本企業が「社会貢献」と位置づける一社当たり525万円から5252万円とされる協賛金や⁸⁾、用具の供給は、無論将来のマーケット参入への足がかりとして行っているのだが、野球人気の浸透が進まない現状においては投資の見返りも期待できず、2005年以降2008年までに日本企業のスポンサーは完全撤退し、資金のめどが立たなくなったCBLは、1球団を新たに参入させたものの、1ヶ月でプレーオフを含め全30試合という規模に縮小して行わざるをえなく

なった。

3. 北京五輪から見た中国野球

3.1 スポーツの商品化の舞台としての五輪

アマチュアリズムを排し、コマーシャルズム、巨大メディアと結びついた現在の五輪は集客装置としてのメガスポーツイベントと化している。この商品化した五輪を開催した中国は、スポーツのプロパガンダ利用を行おうとしながらも、金になるイベントとしてのスポーツをいやがおうにも実感することとなった。

中国には、金銭を支払ってスポーツ観戦するという習慣が従来なかったため、CBLにおいても入場料を徴収するシステムの構築は挫折したが、五輪期間中会場前にたむろしていたダフ屋の存在は⁹⁾、スポーツ観戦が金銭を支払う価値のあるものであることを一般市民に知らしめるに十分な出来事であった。

総計 157,714 人を集めた野球競技においても¹⁰⁾、業務提携による MLB の影響からか、場内では米国風の演出が行われ、スポーツの持つエンタテインメント産業としての可能性を中国市民にも知らしめた。

3.2 「官製」オリンピック～社会主義国家のスポーツイベント

一方で社会主義国ならではの風景も北京では見受けられた。全ての試合でチケットが完売したのにもかかわらず空席が目立つスタンドや(注4)、会場周辺で原価の10倍以上の価格でチケットが売られているのとは対照的に一般価格の6分の1の価格のチケットを手にしてスタンドを埋める「人民」達の姿は(注5)、五輪がプロパガンダ利用されていたことを端的に示している。

中国政府の五輪への力の入れようには並々ならぬものがあり、野球に関しても、代表チームは前年の12月から国内で合宿を行った。合宿は場所を沖縄にも移しながら2月まで続いた¹²⁾。リーグ戦は途中で中断し、再び代表チームを召集、5月には米国へ遠征を行い、独立リーグと

3試合をこなした¹³⁾。

このような野球への国家の後押しは、結果としてプロ選手が参加した五輪での初勝利につながり、政府当局の目的は果たしたといえる。しかし、今後プロ野球がこの国でひとり立ちするのにはマイナスに作用しているようにも見える。次項では、五輪会場につどった中国人の観衆へのアンケート調査から、メガスポーツイベントとしての北京五輪が中国プロ野球に及ぼした影響を探っていく。

3.3 五棵松から探る中国野球：五輪野球会場のアンケート調査から

3.3.1 研究方法

発足以来7シーズンを経過した中国プロ野球がスペクテイタースポーツとしていかなる地位を占め、今後どのような展望をもてるのか、その一端をうかがうべく2008年8月13日から17日の間に北京五輪会場で中国人観衆にアンケートを行った。五棵松(ウケソン)野球場のメイン、サブ両球場での計8試合において調査用紙を使つての対面調査で、計231人からの回答が得られた。

質問内容は、野球に対する認知度、当該試合の観戦動機、野球経験・習慣、観戦した上でのプレー意志、CBLに対する認知度・観戦経験・五輪後の観戦意志、国内外の野球のうちもっとも興味のあるもの、五輪からの野球削除に対する見解、CBLも参加するアジア地区のプロ野球優勝チームによる選手権・アジアシリーズに対する認知度、野球に対する情報を得るメディアについての14項目であるが、個々の質問に対する総回答数にばらつきがあるのは、各設問に対して回答しない被験者があったためである。

3.3.2 研究結果

以下にその結果を示す(図1)。

野球会場ということもあって、野球に対する認知度は高く、98%の回答者が野球というスポーツを知っており(図1-1)、CBLについても93%がその存在を知っていた(図1-7)。

図 1-1 野球に対する認知度 (N / 201)

図 1-2 試合観戦の動機 (N / 208)

図 1-3 野球のプレー経験 (N / 201)

図 1-4 プレーの開始時期 (N / 42)

図 1-5 現在のプレー習慣 (N / 42)

図 1-6 五輪観戦後のプレー意志 (N / 165)

図 1-7 CBL の認知度 (N / 201)

図 1-8 CBL 観戦経験 (N / 187)

しかし、野球会場に足を運んだ目的は、「中国チームの応援」(31.7%)、「チケット入手」(25%)、「五輪を見たい」(17.3%) など野球そのものの

観戦よりも五輪という一大イベントへの参加に求められるものが7割超を占め、野球自体に観戦理由を求める回答は23.1%に過ぎなかった

図 1-9 CBL のテレビ観戦経験 (N / 187)

図 1-10 五輪観戦後の CBL 観戦の意志 (N / 201)

図 1-11 メディアを通した最も興味のある野球の試合 (N / 185)

図 1-12 野球競技の五輪からの削除についての意見 (N / 201)

図 1-13 アジアシリーズに対する認知度 (N / 201)

図 1-14 野球観戦に関する情報を得る主なメディア (N / 231)

図 1 中国の野球ファンの意識調査 (2008. 8. 13-17, 北京五輪会場・五棵松野球場)

(図 1-2). つまり野球会場の観衆でさえ、野球そのものよりも五輪への関心の方が高いことが窺えた。そのことは、国内リーグ観戦経験の低さ (33.2%, テレビ観戦でも 35.3%) に裏付けられる (図 1-8, 図 1-9)。

この要因の第一が、野球の普及が進んでいないことにあるのは、競技経験の低さ (20.9%), 愛好者の少なさ (23.8%) から推測できる (図

1-3, 図 1-5)。

野球経験者の約半数 (47.6%) が、小学校で経験していることは、今後の普及の最重要がここであることを示しており (図 1-4), MLB が現在中国で展開している草の根プログラム (注 6) は的を得たものであるといえる。五輪での野球観戦による、今後のプレー (45.5%), CBL 観戦 (94%) の意志を持った者 (図 1-6,

図 1 - 10),あるいは五輪競技からの排除に対する否定意見 (80%) の高さ (図 1 - 12) は, 中国代表チームの初勝利のテレビニュースでの大きな採り上げともあいまって, 五輪開催が今後の野球人気向上の起爆剤となる可能性を示しているが, これが継続的なものになるのかどうかは, この調査結果からは窺うことはできず, 今後継続的な調査が必要であるといえる。

また, 北京五輪が野球への注目度を高めたことは確かであるが, メディアの発達した現在, このことが直接 CBL の人気向上に寄与するかどうかは未知数である。

テレビが主要な観戦のツールとなっていることや野球に関する情報源としてのインターネットの役割 (39.8%) (図 1 - 14) は, 国境を越えたメディアの発達した現在, 国内リーグより海外リーグへの関心の高さ (MLB と NPB の合計 83.3%) につながっていると考えられる (図 1 - 11)。つまり, 五輪により野球が普及したとしても, それが必ずしも CBL の繁栄につながらない可能性がある (注 7)。

本調査における被験者の一人も, インターネットにより初めは日本男性タレントグループのファンになり, その後, 同じくインターネットで試合の観ることのできる NPB 球団のファンになった。彼女は国内のプロリーグである CBL には全く興味を示さず, 五輪でも日本チームを応援していた。

また, 自国チームも出場するアジアシリーズの決して高くない認知度 (41.3%) (図 1 - 13) は, 中国の野球ファンの目が MLB へ向きつつあることを示しており, そのことは五輪前に同じ場所で行われた MLB によるオープン戦の盛況に象徴される。

つまり, 五輪によって野球の認知度, 人気は従来に比べ高まるであろうが, そのことが国内プロ野球 CBL の人気向上につながるとは必ずしも言えないことが会場での調査からは窺うことができた。

4. 結 語

以上本稿では, 中国プロ野球の概略を述べた上で, その発足のきっかけとなった北京五輪以降, この現在において収益のシステムを構築していないある種特殊なプロリーグである CBL が, 今後スペクテイタースポーツとして, またスポーツ産業としてひとり立ちしてゆけるのか, 五輪がそのきっかけとなりえるのかを探るべく会場でのアンケート調査の結果を提示した。

その将来像は, 五輪観戦を CBL 観戦や野球のプレーのきっかけにするという意見の多さなどからは楽観論が導かれるが, この結果が被験者の継続的な意思になるのかは不明であり, また, メディアの発達により, 野球に対する関心が必ずしも国内リーグの人気につながっていないという調査結果は悲観論を導かせる。

楽観論の根拠として, 将来の市場としての中国に魅力を感じた日系企業を中心とするスポンサー参入による活性化が挙げられるが⁷⁾, この楽観論の大前提は中国での野球人気の向上である。なるほど, 五輪はこの起爆剤としての可能性をもっているし¹⁴⁾, 調査結果からもそのことは窺えた。五輪という世界中の人々が注目する舞台での初勝利は, メディアにも大きく採り上げられ, このことは一般人民が野球に関心を持つ大きなきっかけとなった¹⁶⁾。

五輪の盛況の影響もあってか, 五輪後に再開された CBL のファイナル, 中国シリーズの最終戦のスタンドは満員になった¹⁷⁾。また中国政府当局者は, 一人っ子政策のひずみとしての「小皇帝」として育った若者の訓練へのチームスポーツの効用を述べており¹⁸⁾, 内陸部四川省成都での草野球チーム設立のニュースは¹⁹⁾, 草の根レベルでの野球の普及の進展を裏付けるものである。これらに加えて 8 チーム制への拡大計画²⁰⁾は, 中国野球と CBL に明るい未来を提供している。

これら五輪をきっかけとした従来の普及努力の成果を見る限りにおいては, MLB 元副会長で

パドレス CEO であるサルディー・アルダーソンの市場としての中国に光明をみるという楽観的展望¹⁴⁾も納得できる。

しかし、現実はこのような楽観論だけでは論じられない。炎天下のデーゲームでは、五輪会場のスタンドに陣取った格安の国内団体用チケットで動員された「人民」は、そのほとんどの者が、試合中盤にもなると、野球への興味のなさからスタンド下で涼んでいた。野球人気が上昇しつつあるという中国側からの情報も、この風景を見る限りにおいては鵜呑みにはできない。

その上、経済成長の裏で国民の間の貧富差が深刻化している現在の状況の中では、五輪によるスポーツへの関心の高まりは、富裕層に限られるとも考えられ、大衆へのスポーツ普及は疑問視される²¹⁾。野球の世界的普及の足かせになっていると指摘されることの多い道具にかかる初期費用の高さを考えると⁷⁾、調査結果から窺えた野球への関心の高まりをもって、野球が大衆に広がっていくとは単純には考えにくい状況が中国にはある。

また、80～200万円というエリートアスリートの引退に際しての一時金は市場経済の導入された現在の中国ではもはや十分な生活保障とは言えず²²⁾、学歴重視の社会制度²³⁾とあいまって、素質のある若者を勉学へと走らせている。

これら悲観論の中でも最大のものは、野球の五輪競技からの削除である。CBLの発足自体が、五輪に向けての代表チーム強化を目的としたものであったことを考えると、次回五輪から野球競技が実施されなくなったことは、中国当局としてはこれ以上プロリーグを運営する必要性はなくなったことを意味するとも考えられる。仮に将来的に野球が五輪競技に復活したとしても、野球後進国という現状においてはメダルに手が届くどころか、自国以外の開催ともなれば、世界的に野球のレベルの高いアジアという状況を考えると、出場すら現実的ではない。また、団体競技という特性からどれだけ強化に力を注いでも獲得できるメダルは1つという効

率の悪さを考えると、北京五輪での初勝利以上のプロパガンダ機能を野球に求めるのは不可能に近く、従って今後の国からの支援は期待しにくい¹⁹⁾。

国家からの支援と並ぶもうひとつの支援である外資系企業のスポンサーも、世界的不況と野球の中国での宣伝効果への疑問から2008年限りで日系企業は全て撤退している(注8)。また、今後景気が回復しても、プロスポーツが商品経済やメディアとの密接な結びつきの中で発達してきた歴史²⁴⁾を考えると、コピー商品の横行²⁵⁾や、メディアへの過剰な規制²⁶⁾は、外資による今後のスポーツ産業資本参入の障害となる。

これらの状況はこれまで代表チームへの支援、五輪前のオープン戦の開催などを通じて中国に対する投資をしてきたMLBの期待を裏切るものである。このため、MLBの中国への関心が低下してきたという報道もなされている²⁷⁾。

アジアプロ野球の中心的存在であるNPBの関心が低下してきていることは、第4回大会(2008)において2億円の赤字を出したアジアシリーズの廃止が検討されていることから明らかである。未勝利の中国チームを参加させても、勝敗の明らかなこのカードには集客が見込めず、NPBは注目を集めることができ観衆・スポンサーともに見込める日韓の優勝チームによるカップ戦をこのシリーズに替わるものとして開催しようとしている(注9)。

2003年以来中国代表チームを指導し、北京五輪で歴史的1勝を挙げた前監督ラフィーバは中国を去るにあたってCBLと中国野球の発展に必要なこととして、試合数の増加と政府からの更なる支援を挙げた²⁸⁾。しかし、市中心部に建てられた五輪会場がショッピングセンターに生まれ変わるという現状⁶⁾は政府の野球軽視を象徴しており、CBLをとりまく現状は決して明るいとは言えない。

今回の調査結果からは五輪をきっかけとした野球への注目の高まりは確かに窺えた。また、米国華人企業家によるCBL支援というニュースも入ってきている。観戦料を払ってスポーツ

を観に行くというこれまで中国にはあまり見られなかった娯楽モデルを示した五輪直後の現在において、チケット、放送権の販売というプロスポーツの基本となるビジネスモデルを構築し、政府からの支援に頼る「官製プロ野球」から脱却することが、CBLならびに中国におけるスポーツ産業発展の鍵となるものと思われる。

謝 辞

本稿は、2008、09年度立命館大学大学院国際的研究活動研究費による研究の一部である。

(注1) プロ発足以降、2005～2007年シーズンの終了後には、選抜チームが来日し、プロ2軍や社会人チーム相手に日本国内を転戦した。また2007年9月には個別チームが来日、クラブチームと親善試合を行っている。

(注2) CBLでは、野球普及活動の一環として、試合中、観客向けに場内放送によるルール説明が行われている⁷⁾。

(注3) 上海球団の数字⁸⁾

(注4) フィールドワークでの観察 (2009.8.13-17)。
五輪開幕前に全ての競技でチケットは完売したにもかかわらず、野球会場では、人気カードの日本、韓国戦以外は空席が目立った。また、本来興行の目玉となるべきネット裏スタンドの観客席は一般には開放されず関係者席となり、ほとんど無人の状態であった。この一点からも現在の中国におけるスポーツビジネスの後進ぶりが窺える。

(注5) 例えば、1次予選のチケット原価30～50元に対し、本大会屈指の人気カードであった日本対キューバ戦の「市場価格」は300～1000元にも高騰していた。それに対し、中国対韓国戦の中国人団体用のカテゴリーB（いわゆる外野席）のチケット価格は5元であった（フィールドワークでの観察）。また、他の競技においても大会盛り上げのため多くの「人民」が動員されたことについては、マラソンコースの沿道を埋めつくす中国人観衆の多くが自国選手の名も知らないのに対し、外国から来た一般観衆はコースに近寄ることすらできなかったことが報道されている¹¹⁾。

(注6) MLBはCBAの了承の下、野球人口の裾野を広げるべく、2006年以降、10万人以上の児童、400人以上の体育教員に対して野球の講習を行っている¹⁴⁾。

(注7) 一方で日本人の2～3倍にあたる1日平均2時間半もパソコンに向かうという中国人の若者層の存在を考えるとインターネットが今後、CBLの人気向上に貢献するという予測も立てられている¹⁵⁾。

(注8) 但し、用具などのサプライヤーとしては数社がCBLを支援している。

(注9) 実際2009年のアジアシリーズは開催されず、日韓クラブチャンピオンシップが長崎で行われた。

参 考 文 献

- 1) グットマン, アレン, 谷川稔ら訳; スポーツと帝国: 近代スポーツと文化帝国主義, 昭和堂, 1997.
- 2) Klein, Alan. M.; *Growing the Game: The Globalization of Major League Baseball*, Yale University Press, 2006.
- 3) Gems, Gerald R.; Sport, Colonialism, and United States Imperialism, *Journal of Sport History*, 33, 3-25, 2006.
- 4) Reaves, Joseph A.; *Taking in a Game: A History of Baseball in Asia*, University of Nebraska Press, 2002, 30-31.
- 5) Reaves; *China: Silk Gowns and Gold Gloves*, Gmelch, George ed., *Baseball without Borders: The International Pastime*, University of Nebraska Press, 2006, 43-64.
- 6) MLBの真実: 大市場・中国③～球場確保、普及の障害。読売新聞, 2008.9.26.
- 7) 加藤鉦; トヨタが「プロ野球」を持たない理由, 宝島社, 2005.
- 8) 温故創新・中国 期待と現実③: 野球普及に壁, 毎日新聞, 2008.6.21.
- 9) 日刊スポーツ北京五輪サイト (<http://beijing2008.nikkansports.com/news/f-sp-tp0-20080827-401760.Html>), 2009.4.5.
- 10) CBL ニュース日本語版, Vol.21, CBL ホームページ (www.cbl.org.cn/news/jpen/html), 2009.1.17.
- 11) 冷めた「文明的応援」, 産経新聞, 2008.8.18.
- 12) CBL ニュース日本語版, Vol.1, 2008.1.30.

- 13) 同上, Vol.9, 2008.5.27.
- 14) MLB の真実：大市場・中国①～野球人口増加への仕掛け, 読売新聞, 2008.9.13.
- 15) 温故創新・中国 期待と現実④：野球版の姚明発掘, 毎日新聞, 2008.6.22.
- 16) CBL ニュース日本語版, Vol.21, 2008.8.26.
- 17) 同上, Vol.27, 2008.10.15.
- 18) MLB の真実：大市場・中国④～五輪除外国の支援遠のく, 読売新聞, 2008.11.3.
- 19) CBL ニュース日本語版, Vol.17, 2008.7.28.
- 20) 同上, Vol.28, 2008.10.29.
- 21) 温故創新・中国 期待と現実①：スポーツ市場急成長, 毎日新聞, 2008.6.19.
- 22) 温故創新・中国 期待と現実⑤：揺らぐ強化システム, 毎日新聞, 2008.6.23.
- 23) 北京五輪総結（ゾンジエ）3：スポーツ大国足固め, 毎日新聞, 2008.8.27.
- 24) Smart, Barry ; Not playing around : global capitalism, modern sport and consumer culture, Global Networks, 7, 2007.
- 25) 温故創新・中国 期待と現実②：横行するコピー商品, 毎日新聞, 2008.6.20.
- 26) 北京五輪と取材規制, 読売新聞, 2008.8.23.
- 27) アメリカよ：新ニッポン論・世界のみ込む大リーグ, 毎日新聞, 2009.6.29.
- 28) CBL ニュース日本語版, Vol.21, 2008.8.26.