



## メディア発表グループ4

～WBCの日米間における関心度の違い～



## 概要

2013年に第三回大会が開かれたWBCは開催国であるアメリカと日本の中で全体的な盛り上がりには差があったと一般的にいわれている。そのことをメディアに関する日米比較を通して検証する。



## WBCの概要

WORLD BASEBALL CLASSIC(ワールドベースボールクラシック)とは世界各国の代表チームが世界一をかけて争う、野球のナンバーワン決定戦である。第1回が2006年、第2回が2009年に開催され、第3回大会となる2013年には世界から28の国と地域が参加した。2013年の第3回大会では一次ラウンド、二次ラウンド、決勝ラウンドのうち一次ラウンドと二次ラウンドの一部が日本で開催された。



## WBC開催の背景

大会主催者はアメリカのMLBとMLB選手会の共同設立会社である、「WBC, Inc.」。しかし、日本代表はトッププロが出場するのに対しアメリカ代表は必ずしも多くのトッププロが参加しているとはいえない。そのため、盛り上がる可能性の高い日本代表の価値に頼る収益構造となっている。このことが日米の報道量の差となって現れているのではないかと考えられる。



# 朝日新聞

第3回ワールド・ベースボール・クラシック(WBC)が2日、開幕する。1次ラウンド(R)で日本が戦うA組は福岡・ヤフオクドームで開催。初戦でブラジルと対戦する。大会3連覇を目指す日本の先発は田中(兼)、ブラジルはフェルナンデス(ヤクルト)と発表された。

## きょうブラジル戦



開幕を控えた日本代表は1日、雨のため、福岡市内の屋内練習場で練習を行った。前日に右ひざの痛みで巨人との強化試合を欠場した阿部は打撃練習を行い、鋭い打球を飛ばした。首脳陣は起用法を慎重に考える様子だが、阿部は「普通に打てた。大丈夫。山本監督に行け」といわれたら「行きます」と笑顔で話した。

前日の試合で自打球を左ひざ付近に当てて交代した中田、腰の張りで途中交代した長野も打撃練習やキャッチボールなど予定通り練習をした。

山本監督は「いよいよだな。燃えるものはあります」。先月の代表合宿から結束力を大切に、投手を中心に守れるチームづくりをしてきた。「投手陣は順調にきた。阿部の故障でみんながカバーしようという気持ちがある。普段通りの力を出してくれればという気持ちです」と話した。

## 高ぶる先発・田中

開幕戦で先発する楽天の田中は「いよいよ大会が始まる。気持ちが高ぶっている」。1日は、軽めのキャッチボールなどを済ませて切り上げた。

今大会に向けて広島戦など試合に登板したが、いずれも立ち上がりで失点していただけに、「内容はどうであれ、しっかりゼロを抑えたい」と話した。

中継ぎ要員だった前回とは違い、今回は日本の先発の柱として挑む。「エース？ そんなんですか。できることをやるだけです」と淡々と語った。

フェルナンデス「ぶつつかうのがまじ」と語る。思ただけ「ブラジルの先発に指名されたヤクルトのフェルナンデスは「日本戦を任せてくれて、うれしかった。昨年、日本でプロ初勝利をあげた右腕は、日本の打者について「変化球を打

## 格下だが投手に力 つまずくな

A組は日本にとって恵まれた組とっていい。順当なら、日本とキューバが2次Rへ進出するだろう。

日本がつまずく可能性があるとするれば、初戦のブラジル戦だ。失うものがないブラジルと対照的に、日本は3連覇へ向けた初戦の重を負って戦う。相手は格下とはいえ力のある投手がおり、予選では強豪パナマを破った。この試合を落とせば、6日のキューバ戦に2次R進出をかけることになる。それだけは避けたい。

山本監督が2日に照準を合わせ

てきたのもそのためだ。エース田中を先発に立て、合宿中から安定している杉内、能見の両左腕を2番手以降に準備する方針。序盤に先制点を奪ってリズムに乗れば大丈夫だろう。同点や追う展開になって、打線にあせりが出てきた時が怖い。

中国は前回大会より投打ともに力が落ちており、番狂わせを演じる可能性は低い。それだけに、まずブラジルに勝つことが大事になる。「手に汗を握って」という試合展開は、2次Rからでもいい。

(吉村良二)



### ■ 1次ラウンド日程 (日付は現地)

A組 (福岡・ヤフオクドーム)	
2日	ブラジルー日本 (19:00)
3日	ブラジルーキューバ(12:30) 日本ー中国 (19:00)
4日	キューバー中国 (16:30)
5日	中国ーブラジル (17:00)
6日	キューバー日本 (19:00)
B組 (台湾・台中)	
2日	台湾ー臺州 オランダー韓国
3日	台湾ーオランダ
4日	臺州ー韓国
5日	オランダー臺州 韓国ー台湾
C組 (プエルトリコ・サンファン)	
7日	ドミニカ共和国ーベネズエラ
8日	プエルトリコースペイン
9日	スペインードミニカ共和国 ベネズエラープエルトリコ
10日	ベネズエラースペイン プエルトリコードミニカ共和国
D組 (米アリゾナ州・フェニックス)	
7日	メキシコーイタリア
8日	イタリアーカナダ 米ーメキシコ
9日	メキシコーカナダ イタリアー米
10日	カナダー米

# 試合翌日の一面

朝日新聞 2013年3月3日 朝刊 1ページ 東京本社

## 日本、白星発進 WBC

野球の国・地域別対抗戦、第3回ワールド・ベースボール・クラシック(WBC)が2日、開幕した。1次ラウンドA組は福岡・ヤフオクドームで開催され、大会3連覇を目指す日本はブラジルを5―3で下し、白星発進した。7回まで1点のリードを許す重苦しい展開だったが、8回に代打井端(中日)の適時打で同点とすると、右ひざを痛めてベンチスタートだった代打阿部(巨人)の二ゴロの間に勝ち越し。松田(ソフトバンク)も適時打で続き、リードを広げた。▼21面 侍の意地で続き、リードを広げた。

1次ラウンドで日本はブラジル、キューバ、中国と同じA組で、2チームが2次ラウンドに進む。日本は3日午後7時から中国と対戦する。





# 朝日新聞

- 開幕戦当日の朝刊のスポーツ面の一面に掲載。
  - 画像が大きく使われている。
- 今後の試合日程なども掲載され、詳細な内容を報道している。
- 試合翌日は一面にも掲載され、スポーツ面の一面でカラーで掲載されている。



## 読売新聞

- 開幕戦の翌日は、スポーツ一面に掲載。一方、朝日新聞は一面では小さめで文字のみの掲載。
- 福岡一次ラウンドは、読売新聞社が主催していると掲載。

# 比較

- 2紙とも試合当日はスポーツ1面で報道されている。しかし、翌日は読売新聞が1面でカラーで大きく報道しているが、朝日新聞は小さめの報道。この差には、WBC福岡一次ラウンドは読売新聞社が主催しているということが影響していると考えられる。（記事内にも、主催の記載あり。）
- 記事量は読売新聞の方が圧倒的に多い。

## 朝日新聞、読売新聞から見える日本紙の特徴

- 一面に掲載され、注目度の高さが分かる。
- 今後対戦が予想される相手国の試合結果も報道している。
- 試合結果だけでなく、選手のコメントや評論家などの意見など多角的に報道されている。



## NewYorkTimes

2013.3.8

- 球数制限について

2013.3.9

- ある選手(米国)の特集
- オランダ特集
- 試合結果 キューバ対台湾  
ドミニカ共和国対ス  
ペイン



## WBC 日米の広告比較

WBC公式サイト

<http://web.worldbaseballclassic.com/index.jsp>

日米のスポンサーの広告による比較

【日】

アサヒビール

[http://www.youtube.com/watch?feature=player\\_embedded&v=4jFxQi5YmBk](http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=4jFxQi5YmBk)

Mizuno

<http://www.youtube.com/watch?v=hg2lbEeCBoM>

<http://www.mizunoballpark.com/samuraijapan/>

KONAMI

<http://news.livedoor.com/article/detail/7495221/>

【米】

Discover America.com

DELTA

Majestic(ユニフォーム)

[http://www.majesticathletic.com/WBC-Apparel-1090558750\\_PG.html](http://www.majesticathletic.com/WBC-Apparel-1090558750_PG.html)

ESPN(米のスポーツケーブルテレビ)

<http://espn.go.com/mlb/worldclassic2013/index>

# WBC 視聴率による考察

アメリカ VS プエルトリコ

(米国内で最も多くの視聴者数を集めた試合)

視聴者数:883,000人



日本 VS オランダ

(TBS系で放送 平均視聴率34.4% 瞬間最高視聴率44.6%)

日本の総人口を130,000,000人として計算すると、約44,200,000人が視聴

日本 VS ブラジル

(テレビ朝日系で放送 関東地区の平均視聴率25.4%)

関東地方の人口を40,000,000人として計算すると、約10,000,000人が視聴

~~~~~その他~~~~~

日本の新聞では『WBC』という単語が『日本代表』『世界に通用する』というようなポジティブな意味で多く用いられていた。それに対して、米記事では『WBCで怪我をした場合の所属チームに与える損失』『なぜメジャーリーガーはWBCにでたがらないのか』というようなネガティブ要素として多く取り上げられていた。



# 今大会のグローバルスポンサー プレスリリース比較



# WBC2013のグローバルパートナー

- ・コナミ

- ・メットライフ

(日本国内では日本法人のメットライフアリコ表記)

- ・ブランドUSA (DiscoverAmerica.com)

- ・デルタ航空

①大会についての記述(概要や説明)

②日本チームについての記述

③各社についての記述(企業紹介等)

④協賛内容についての記述

# KONAMI

**KONAMI**

» Global Home | **Japan**

▶ English ▶ サイトマップ ▶ お問い合わせ 文字サイズ **大** **中** **小**

企業情報

株主・投資家情報

**ニュース**

CSR (企業の社会的責任)

採用情報

KONAMI News ch

検索

ホーム > ニュース > 2013年 > 野球で世界を熱くする！ KONAMI、「WBC」に協賛

2013年

2012年

2011年

2010年

2009年

2008年

2007年

2006年

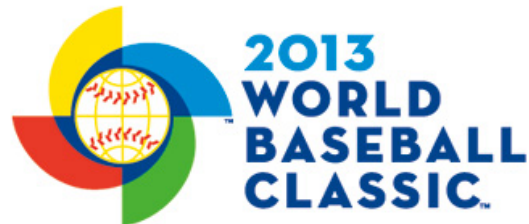
## NEWS RELEASE

### 野球で世界を熱くする！ KONAMI、「WBC」に協賛

2013年01月22日  
コナミ株式会社

コナミ株式会社は、野球の世界一を決める『2013 WORLD BASEBALL CLASSIC™』(以下、WBC)に協賛します。WBCへの協賛は本大会で3回連続となります。

■大会マーク



# KONAMI

① WBCは、一般社団法人日本野球機構(以下、NPB)やメジャーリーグベースボール(MLB)などのプロ野球選手を含めた28の国と地域の代表チーム※が、野球の世界一を目指し対戦する、国・地域別対抗戦です。WBCに参加する各チームは、各地で行われる1次、2次ラウンドを経て、米国サンフランシスコで行われる決勝ラウンドを目指します。弊社はWBCすべてのラウンドで大会を支援します。

② なお、プロ野球日本代表チーム「侍ジャパン」は、初開催の2006年、第2回目の2009年大会で優勝しており、本大会では3連覇の期待がかかっています。弊社は、「侍ジャパン」の世界一に向けた挑戦を長期的にサポートしています。

③ コナミグループは、『実況パワフルプロ野球』シリーズやソーシャルコンテンツ『プロ野球ドリームナイン』など、野球をテーマにしたさまざまなコンテンツを制作・提供しているほか、NPBパートナーとしての活動や、『コナミ日本シリーズ』への協賛などを通じて、野球と深く関わっています。今回で3回連続となるWBCへの協賛を通じて、野球の国際的な普及と発展に貢献するとともに、スポーツを愛する世界の人々に、夢と感動をお届けできるよう全力で応援していきます。

## ① 大会概要

# MetLifeAlico



プレスリリース

[PDF版\(約1.71KB\)](#)

2013年2月19日

## メットライフ アリコ、『2013 WORLD BASEBALL CLASSIC™』に協賛

メットライフアリコ生命保険株式会社(代表執行役社長 高橋和之)は、親会社である米国メットライフ(MetLife, Inc.)とともに『2013 WORLD BASEBALL CLASSIC™』(以下、WBC)に協賛いたします。

メットライフ アリコは、米国最大の保有契約高を持ち(\*1)、9千万人のお客さまに保険、年金、従業員福利厚生サービスを提供するグローバルリーディングカンパニーであるメットライフの一角です。今回、メットライフとグループ会社が一丸となってWBCというグローバル規模のスポーツイベントを応援します。

WBCは、16の国と地域の代表チームが、野球の世界一を目指し対戦する、国・地域別対抗戦です。WBCに参加する各チームは、各地で行われる1次、2次ラウンドを経て、米国サンフランシスコで行われる決勝ラウンドを目指します。

メットライフグループは、メジャーリーグベースボールや日本野球機構などのプロ野球選手も含めた世界各国の代表チームが真の世界一をかけて争う4年に一度のWBCを通して、「世界最高峰のプレーやチームワーク」「その選手たちを国を挙げて応援するサポーター」が作り出す熱狂と興奮、そして喜びや感動の瞬間を一人でも多くのお客さまに分ち合っていていただくためのサポートを行ってまいります。

なお、日本では、球場でスヌーピーが来場者をお出迎えしたり、第2ラウンドとなる3月8日～12日の東京ドームでの試合時には、日本で唯一の有人飛行船「スヌーピー号」を飛行させ、東京の上空からもWBCを応援する予定です(\*2)。

WBCへの協賛について社長の高橋は次のように述べています。「当社は多くのお客さまをはじめとする全ての関係者の皆さまの温かいご支援とご支持により、今年、創立40周年を迎えることができました。そして、この記念すべき年に、WBCへの協賛の機会を得られたことを非常に喜ばしく思っております。WBCを通じて日本中が一つになる瞬間をしっかりとサポートし、少しでも日本が元気になることができればと考えております」。

■ 大会ロゴ



■ WBC スヌーピー



©PNTS

# MetLifeAlico

メットライフアリコ生命保険株式会社(代表執行役社長 高橋和之)は、親会社である米国メットライフ(MetLife, Inc.)とともに『2013 WORLD BASEBALL CLASSIC™』(以下、WBC)に協賛いたします。

3

メットライフアリコは、米国最大の保有契約高を持ち(\*1)、9千万人のお客さまに保険、年金、従業員福利厚生サービスを提供するグローバル・リーディングカンパニーであるメットライフの一員です。今回、メットライフとグループ会社が一丸となってWBCというグローバル規模のスポーツイベントを応援します。

1

WBCは、16の国と地域の代表チームが、野球の世界一を目指し対戦する、国・地域別対抗戦です。WBCに参加する各チームは、各地で行われる1次、2次ラウンドを経て、米国サンフランシスコで行われる決勝ラウンドを目指します。

3

メットライフグループは、メジャーリーグベースボールや日本野球機構などのプロ野球選手も含めた世界各国の代表チームが真の世界一をかけて争う4年に一度のWBCを通して、「世界最高峰のプレーやチームワーク」「その選手たちを国を挙げて応援するサポーター」が作り出す熱狂と興奮、そして喜びや感動の瞬間を一人でも多くのお客さまに分かち合っていたくためのサポートを行っています。

4

なお、日本では、球場でスヌーピーが来場者をお出迎えしたり、第2ラウンドとなる3月8日~12日の東京ドームでの試合時には、日本で唯一の有人飛行船「スヌーピー」号」を飛行させ、東京の上空からもWBCを応援する予定です(\*2)。

4

WBCへの協賛について社長の高橋は次のように述べています。「当社は多くのお客さまをはじめとする全ての関係者の皆さまの温かいご支援とご支持により、今年、創立40周年を迎えることができました。そして、この記念すべき年に、WBCへの協賛の機会を得られたことを非常に喜ばしく思っております。WBCを通じて日本中が一つになる瞬間をしっかりとサポートし、少しでも日本が元気になることができればと考えております」。

# Discover USA

Connect



Language ▾



[Sign up](#) | [Log in](#)

Search site...



[Explore](#)

[States and Cities](#)

[Travel Journals](#)

[USA Travel Information](#)

[Tune Your Trip](#)



**2013**  
**WORLD**  
**BASEBALL**  
**CLASSIC™**

2013 World Baseball Classic

# Discover USA

1

Discover America is proud to be an Official Sponsor of The World Baseball Classic, the premier international baseball tournament, sanctioned by the International Baseball Federation, and features the best players in the world competing for their home countries and territories. More than 1.5 million fans from all over the world have attended the tournament games, held in March 2006 and 2009. **Team Japan is the reigning World Baseball Classic Champion, taking home both the inaugural and 2009 titles.**

2

1

For the first time, four Qualifiers were held for the 2013 World Baseball Classic, which expanded the competitive field from 16 to 28 countries. Brazil, Canada, Chinese Taipei and Spain emerged from the Qualifiers to earn spots in the March 2013 event. Those four Qualifier teams will join the teams of the 12 countries/territories – Australia, China, Cuba, Dominican Republic, Italy, Japan, Korea, Mexico, Kingdom of the Netherlands, Puerto Rico, United States and Venezuela – that received automatic invitations based on their performances in the 2009 tournament.

3

Discover America will support the “MLB Fan Cave: World Baseball Classic Edition” where 16 fans, one representing each of the participating National Teams, will watch all 39 games of the tournament live from the MLB Fan Cave in New York City. Discover America will be helping the “Cave Dwellers” ‘Discover America’ during their stay. Watch the “Cave Dwellers” explore New York below and for more videos, visit our YouTube channel. Follow along on our Instagram account along with our Facebook and Twitter accounts.

4

# DELTA AirLines

## **DELTA PARTNERS WITH NINE MAJOR LEAGUE BASEBALL TEAMS FOR 2013 SEASON**


Mar 28, 2013

ATLANTA, March 28, 2013 /PRNewswire/ -- Delta Air Lines begins the 2013 baseball season enjoying relationships with nearly half of the league's 30 teams.

Delta serves as the official airline of the Atlanta Braves, Cincinnati Reds, Detroit Tigers, Minnesota Twins, New York Yankees, New York Mets, Pittsburgh Pirates and St. Louis Cardinals and is a proud partner of the San Diego Padres. Delta also operates team charters for the Braves, Reds, Twins, Yankees, Mets, Pirates, Padres and Cardinals as well as the Baltimore Orioles, Boston Red Sox, Los Angeles Angels of Anaheim, Philadelphia Phillies and Tampa Bay Rays.

"Delta's customers include millions of baseball fans around the world and we're pleased to be able to work with so many teams," said Tim Mapes, Delta's senior vice president – Marketing. "Our MLB partners are a key component of how we support and reflect the passion of our customers."

Delta has been partnering with Major League Baseball teams for more than 40 years, beginning with its longstanding partnership with the Atlanta Braves.



In addition, Delta served as the official airline of the 2013 World Baseball Classic. Delta was the tournament's preferred carrier for the more than 3,000 commercial flights needed for players, team personnel and tournament staff and provided 15 charter flights to transport teams between each round of the tournament.