



今日のキーワード 運用者の視点：中国と『ラグビーW杯』

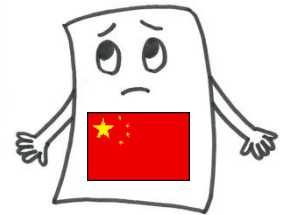
「マーケット・キーワード」では、弊社のアジア株式運用者が運用業務を通して気付いたり、感じたことを“運用者の視点”として定期的にお届けしています。急速かつダイナミックに変革が進む、中国・アジア地域の経済やマーケットの“今”を、独自の視点でお伝えできれば幸いです。今回のテーマは、日本で大変な盛り上がりを見せている『ラグビーワールドカップ（W杯）』に絡めた、中国のラグビーに向けた視点です。

ポイント1 日本で熱を帯びる『ラグビーW杯』

- 日本で開催中の『ラグビーW杯』が11月2日の決勝に向けて盛り上がりを増しています。予選プールで日本代表は強豪のアイルランドに勝利するなど快進撃を続けており、開催国として国全体にラグビー熱が広がっている印象です。初のアジア開催となった日本大会には、全20チームが参加しています。しかし、アジアから出場しているのは日本だけです。ここにはオリンピックなどスポーツのビッグイベントで常に大きな存在感を示す中国の名前はあります。

ポイント2 中国のラグビーに対する熱量は低い

- 昨年ロシアで開催されたサッカーワールドカップでも、出場チームの中に中国の名前はありませんでした。それでも、スポンサーには複数の中国企業が名を連ね、試合会場は中国人と中国企業の広告で溢れるなど、プレー以外の部分で中国の存在感は際立っていました。ところが『ラグビーW杯』では、どこを見ても中国の姿は全くと言っていいほどありません。
- 官民あげて強化に取り組んでいるサッカーに比べると、ラグビーに対する中国人の熱量はかなり低いのが現状です。ラグビーの世界ランキングをみるとラグビー界での中国の位置がよくわかります。中国は10月10日現在、世界80位で、香港（24位）や台湾（66位）よりもかなり下の順位となっています。



今後の展開 中国でラグビーがメジャースポーツとなる可能性は低い

- 中国にもラグビー協会がありますが、競技人口が極めて少なく、サッカーの中国スーパーリーグのような巨大ビジネスにつながる道筋は簡単には描けません。加えて、ラグビーは同じチームスポーツのサッカーよりも一段と大きな自己犠牲が求められることから、比較的個人主義の色合いの強い中国人の気質には馴染まないとの見方もあります。こうした点を踏まえると、中国でラグビーがメジャースポーツに駆け上がる可能性は低いと感じます。
- 近年、経済やスポーツなど様々な分野で中国に追いつかれ、あるいは差を広げられている日本ですが、少なくともラグビーではアジアの盟主の座が脅かされる心配は当面無用かもしれません。

ここも
チェック! 2019年10月 3日 『国慶節』の海外旅行は日本が一番人気
2019年 9月10日 運用者の視点：米『コストコ』が上海に上陸

■当資料は、情報提供を目的として、三井住友DSアセットマネジメントが作成したものです。特定の投資信託、生命保険、株式、債券等の売買を推奨・勧誘するものではありません。■当資料に基づいて取られた投資行動の結果については、当社は責任を負いません。■当資料の内容は作成基準日現在のものであり、将来予告なく変更されることがあります。■当資料に市場環境等についてのデータ・分析等が含まれる場合、それらは過去の実績及び将来の予想であり、今後の市場環境等を保証するものではありません。■当資料は当社が信頼性が高いと判断した情報等に基づき作成しておりますが、その正確性・完全性を保証するものではありません。■当資料にインデックス・統計資料等が記載される場合、それらの知的所有権その他の一切の権利は、その発行者および許諾者に帰属します。■当資料に掲載されている写真がある場合、写真はイメージであり、本文とは関係ない場合があります。