当財団では、「中部圏における持続可能なインバウンド観光の推進に関する調査研究」を実施しています。総合的な検討を深めるため、「インバウンド観光研究会」を設置し、有識者による議論を行っています。

今回は、１月28日に開催したインバウンド観光研究会で委員の株式会社ＪＴＢ法人事業本部名古屋事業部営業推進担当部長（観光開発シニアプロデューサー）の平野宣行氏に「ラグビーワールドカップの成果と課題について」ご講演いただきました。講演概要を以下に紹介いたします。

ラグビーワールドカップの成果と課題について

公益財団法人中部圏社会経済研究所企画調査部部長　鈴木　昭彦

１．はじめに

株式会社ＪＴＢ法人事業本部名古屋事業部の平野が、本日はラグビーワールドカップの成果と課題についてお話しする。

ラグビーワールドカップに携わったのは、愛知・豊田開催支援委員会から株式会社ＪＴＢ（以下、「ＪＴＢ」）三河支店が受託した一般観戦者のパーク・アンド・ライドのシャトルバス輸送業務の責任者をしていたことである。豊田スタジアムではなく、スカイホール豊田にずっと滞在して、さまざまなお客様の動きをリアルに見ていたことを中心に講演する。

年度末に向かって愛知県や豊田市、いろいろなシンクタンクが調査データを収集中で、今現在（2020年１月28日現在）分かっている情報で講演する。今後さらにいろいろな情報が出てくると思うが、把握した範囲でお話する。

２．開催前の動き

組織委員会からニュースリリースが2018年３月20日に発表された（図表１）。経済効果は約4,300億円と予想、観戦客は前大会の2015年イングランド大会を参考に最大180万人、訪日観戦客はそのうち40万人の約２割相当で、この40万人の日本で

公益財団法人ラグビーワールドカップ2019組織委員会によるニュースリリース

リリース 2018-08

2018年３月20日

ラグビーワールドカップ 2019™日本大会
開催に伴う経済効果の分析について
― 経済波及効果は約 4,300 億円と予測 ―

公益財団法人ラグビーワールドカップ2019組織委員会は、新日本有限責任監査法人の協力のもと「ラグビーワールドカップ2019™日本大会」において期待される日本国内への経済効果を分析しレポートをまとめました。これは、開催地方の自治体や関連する団体、企業の関係者が経済効果の拡大につなげて頂くことを目的としております。

記

【分析結果（要約）】※1ポンド＝147.12円（2016年購買力平価/OECD統計）で換算

● 大会開催における経済波及効果は 4,372 億円（29.7 億ポンド）と予測される。
内訳は、直接効果 1,917 億円（13.0 億ポンド）、第一次間接効果 1,565 億円（10.6 億ポンド）、第二次間接効果 890 億円（6.1 億ポンド）である。
（直接効果はインフラ投資額 400 億円（2.7 億ポンド）を含んでいます）

● 上記のうち、GDP 増加分は 2,166 億円（14.7 億ポンド）と見込まれ、税収拡大効果 216 億円（1.5 億ポンド）、雇用創出効果 25,000 人によると予測される。

● スタジアムでの観戦者は最大 180 万人、訪日観光客は 40 万人に達する可能性がある。ラグビーワールドカップ 2019 日本大会は開催期間が 44 日間と一般的な国際スポーツイベントと比べ長期間に亘り、会場は日本全国 12 の都市と広範囲におよび、観光などの支出が開催都市を中心とする国内各地の経済活性化につながる。訪日外国人客の消費支出による直接効果は 1,057 億円（7.2 億ポンド）によると予測される。

● 海外からの観戦客の獲得、インフラ整備や大会活用の仕方によっては、大会時のみならず、大会後も継続的な経済効果を創出する機会となる。

● 各開催都市においても様々な取り組みが計画・実施されており、経済効果の拡大につながるものと期待される。

1

【経済効果分析の手法】
この経済効果分析では、まず、スタジアム等のインフラ整備、大会運営、観客による消費需要増加額を積み上げ、次に産業連関分析を用いて第一次・第二次間接効果を含めた経済効果を試算している。
◎当試算で採用した経済効果分析のフレームワーク

	直接効果	第一次間接効果	第二次間接効果
大会開催前の準備段階	●スタジアム等インフラ整備費用 ●大会運営費用	日本のサプライチェーン全体を通じた需要拡大	雇用増加による消費拡大
大会期間中	●大会運営費用 ●国内客による消費 ●訪日外国人客による消費		

【経済波及効果】
◎経済波及効果 4,372 億円（29.7 億ポンド）　◎GDP 増加分　2166 億円（14.7 億ポンド）

直接効果 約 1,917 億円（13.0 億ポンド）→ 第一次間接効果 約 1,565 億円（10.6 億ポンド）→ 第二次間接効果 約 890 億円（6.1 億ポンド）

【直接効果の内訳】

	スタジアム整備費	大会運営費用	国内客による消費	訪日外国人客による消費
経済波及効果	400 億円（2.7 億ﾎﾟﾝﾄﾞ）	300 億円（2.0 億ﾎﾟﾝﾄﾞ）	160 億円（1.1 億ﾎﾟﾝﾄﾞ）	1,057 億円（7.2 億ﾎﾟﾝﾄﾞ）
GDP 増加分	181 億円（1.2 億ﾎﾟﾝﾄﾞ）	208 億円（1.4 億ﾎﾟﾝﾄﾞ）	78 億円（0.5 億ﾎﾟﾝﾄﾞ）	522 億円（3.6 億ﾎﾟﾝﾄﾞ）

【その他で見込まれる効果】

税収拡大効果	雇用創出効果	大会を目的にした訪日外国人客
216 億円（1.5 億ポンド）	25,000 人	40 万人

<「ラグビーワールドカップ 2019™日本大会」概要>
◎開催期間：2019 年９月 20 日（金）～11 月２日（土）
◎参加チーム：20 チーム
◎試合形式：計 48 試合（プール戦 40 試合、決勝トーナメント８試合）
◎試合会場：日本全国 12 会場（19 開催都市）

以上

図表１

の消費支出は直接効果として1,057億円と組織委員会が予測した（図表２）。

12開催都市の地方にインバウンドの観戦客が誘引されるだろう、一般的な大型国際メガイベントの中でも滞在日数が長期化するだろうと当時予測されていた。

図表３はシンクタンクのEY総合研究所株式会社（以下、「EY」）が2015年のイングランド大会の経済波及効果を開催後に分析した結果である。イングランドの11開催都市、13会場での合計チケット販売枚数は247万枚、テレビの視聴者数は約40億人、ツイッターのツイート数は合計500万を超え、204か国で280万回ダウンロードされた、テレビ視聴占拠率は64%を上回った、という結果であった。

アンケート調査からは、72%の方が満足したという満足度が出ている（図表４）。イングランド以外から40万6,000人ぐらいが観戦した。全体180万人ぐらいの観戦客の２割、40万人相当が外国の方だろうと推定し、滞在日数は14日間（図表５）で、イングランド大会では２週間ぐらい滞在している。

イングランド以外では、近隣の欧州の方が多かった。ラグビーが強い南アフリカ、ニュージーランド、オーストラリアからも来ている。

図表２

大会後のレガシーとしては、ラグビーの競技人口が拡大した。日本でも年末年始、代表選手がテレビに露出して、トップリーグの各会場は大変なにぎわいを保っている。地元インフラの改善、知名度の高まりによる観光客の増加、開催都市に対する域外からの投資拡大がレガシーとしてイングランド大会で検証されている。

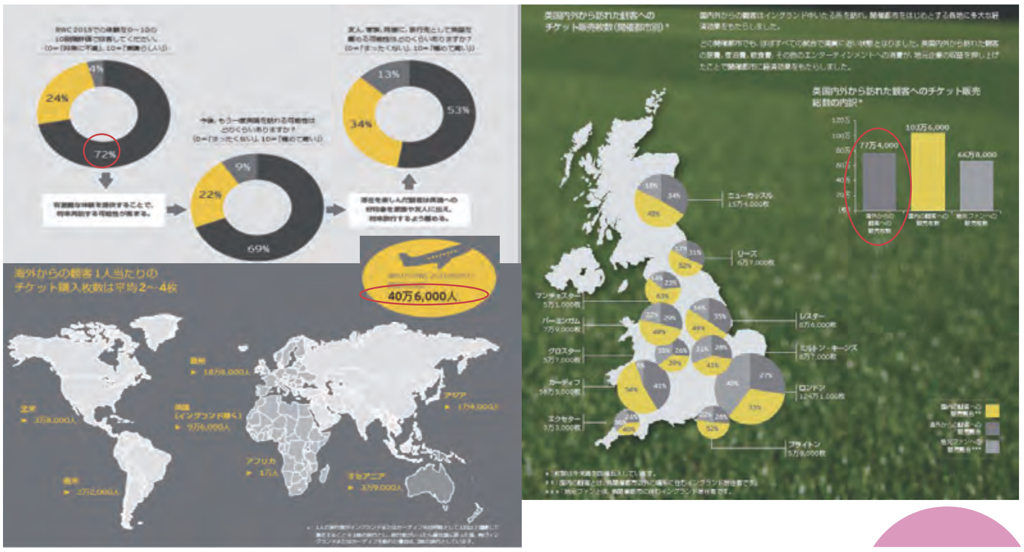
ラグビーワールドカップは、世界三大スポーツイベントの１つである（図表６）。１番は夏のオリンピックで、2012年は観戦客820万人ぐらい。２番目はサッカーのワールドカップで、2010年には320万人ぐらい。イングランド大会のラグビーワールドカップ2015年は247万人ぐらい。世界三大メガ国際スポーツイベントの１つとなっている。

ラグビーワールドカップの第１回は1987年（図

EY ラグビーワールドカップ2015の経済効果 開催後分析より

図表３

EY ラグビーワールドカップ2015の経済効果 開催後分析より



図表 4

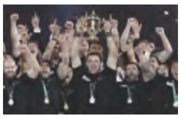
EY ラグビーワールドカップ2015の経済効果 開催後分析より

図表 5

あらためてラグビーワールドカップ™とは 6

・「**世界三大スポーツイベント**」のひとつ

<世界の主要スポーツ大会観戦者>
夏季五輪2012　　（820万人）
サッカーW杯2010（320万人）
ラグビーW杯2015（247万人）
冬季五輪2010　　（150万人）



- 第１回開催は1987年、
  2019年日本大会が9回目
  ①NZ＆豪　②イングランド　③南ア　④ウェールズ
  ⑤豪　⑥仏　⑦NZ　⑧イングランド　⑨日本（アジア初開催）
- 参加20チームが48試合を闘う
- 200万人以上が会場で観戦
- TV視聴者数　**42億人**

図表 6

ラグビーワールドカップ大会規模の推移 7

		開催国	優勝国	参加数	チケット販売数	TV放送国	視聴者数
第1回	1987年	NZ・オーストラリア	ニュージーランド	16	60万枚	17	2.3億人
第2回	1991年	イングランド	オーストラリア	16	100万枚	103	14億人
第3回	1995年	南アフリカ	南アフリカ	16	110万枚	124	23億人
第4回	1999年	ウェールズ	オーストラリア	20	170万枚	209	31億人
第5回	2003年	オーストラリア	イングランド	20	189万枚	193	34億人
第6回	2007年	フランス	南アフリカ	20	225万枚	200	42億人
第7回	2011年	ニュージーランド	ニュージーランド	20	135万枚	207	39億人
第8回	2015年	イングランド	ニュージーランド	20	247万枚	210	42億人
第9回	2019年	日本	？	20	180万枚？	？	？

図表 7

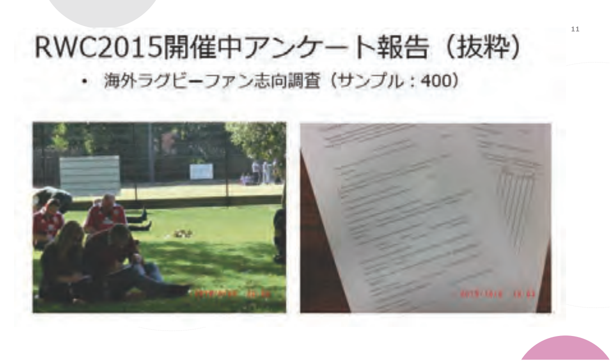
FIFA2002との比較

	2002FIFA W杯（日本のみ）	RWC2019
正式名称	2002FIFA ワールドカップ	ラグビーワールドカップ2019
主催	国際サッカー連盟（FIFA）	WR（ワールドラグビー）
日本での主管	日本サッカー連盟（JFA）	日本ラグビー協会(JRFU)からJR2019が委託
開催期間	02 年5 月31日～6 月30日（ただし、5 月31日はソウルで開会式と第1戦が開催され、日本での試合の初戦は6 月1日）31日間	9月20日から11月2日にかけての44日間
日本での開催地	札幌市、宮城県、茨城県、埼玉県、横浜市、新潟県、静岡県、大阪市、神戸市、大分県の10 カ所	札幌市、岩手県・釜石市、埼玉県・熊谷市、東京都、神奈川県・横浜市、静岡県、愛知県・豊田市 大阪府・東大阪市、神戸市、福岡市、熊本県・熊本市、大分県
日本での試合数	32 試合	48試合
合計入場者数	1,438,637 人(日本開催32試合分)	約2,000,000人
うち外国人:	57,000人	200,000人（JR2019発表は450,000人）
外国人の一日あたりの平均スペンディング	約14,000円	約30,000円（2011大会時）
外国人の平均滞在日数	18日	ヨーロッパ強豪国滞在日数例：イングランド29日、フランス28日
日本での試合国・地域数	19カ国（日本を除く）	19カ国（日本を除く）

図表 8

図表10

図表 9



図表11

表７）、60万枚ぐらいの販売チケット数からスタートして、４年ごとに繰り返して、第９回の2019年、日本ではどうなるか。

2002FIFAワールドカップ・サッカーとラグビーワールドカップと違うところは開催都市の数および開催期間、試合数、合計入場者数（うち外国人の数）である（図表８）。特に外国人の数は、ラグビーワールドカップの日本開催では約20万人だろうと予測をされていたが、組織委員会は45万人ぐらいと予測した。

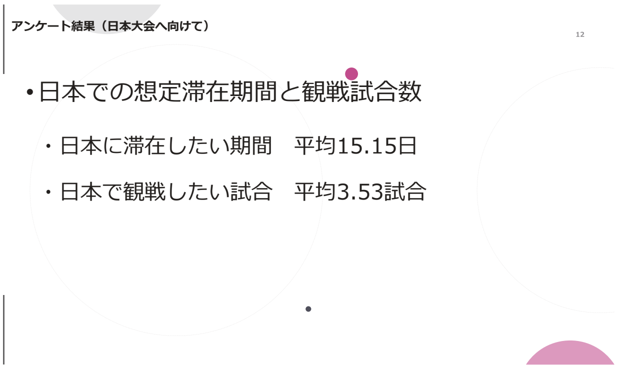
１日あたりの消費額もFIFAワールドカップ・サッカーの方は約１万4,000円で、ラグビーの方は３万円ぐらいと予測した。平均滞在日数は18日に対して28日または29日。サッカーのワールドカップとは違うマーケットの分析をしていた。

次に、ラグビーワールドカップ2019日本大会の概要（図表９）である。2019年９月20日から11月２日の44日間という長期のロングスパンで、参加チームは20か国、試合数は48試合である。特徴は、アジアで初めて、ラグビーの伝統国以外で初めての開催で、ラグビー７人制がオリンピック種目採用後、初の開催で、開催都市は12都市である（図表10）。

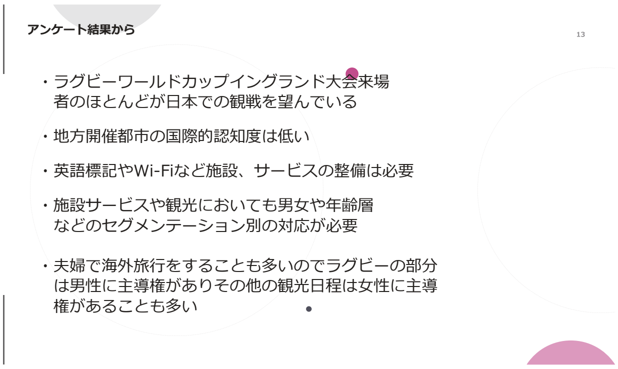
出場国は、ラグビーの強いヨーロッパ勢、イングランドを中心とした英国、フランス、イタリア。あとは、南アフリカ、オーストラリア、ニュージーランド。日本戦が豊田であったのはサモア。これらは一般的な強豪国である。あと、南米のアルゼンチン、ウルグアイも強豪である。

図表11はイングランド大会開催中にアンケート調査したラグビーファンの志向である。サンプルは400ぐらいしか採っていないが、傾向が分かると思う。イギリス居住以外の方を調べた結果、南アフリカの方が多かったり、オセアニアの方が多かったりする。性別は圧倒的に男性が多く、女性は３割ぐらい。夫婦で来られる方も多かったと思う。今回も年配の夫婦の方が多かった。職業は、一般的な会社員がほとんど。自営業、経営者が４分の１ぐらいである。

日本に行きたいかという質問には、90％ぐらい



図表12



図表13

の方が行きたいと回答した。行きたくないと思う人は少数だった。

アンケート結果によると、日本に滞在したい期間は平均15.15日、日本で観戦したい試合は平均3.53試合（図表12）。複数の試合を見て長期滞在することが読み取れる。

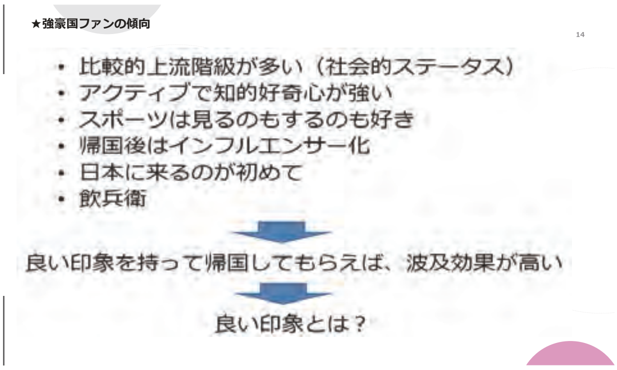
日本国内で移動交通手段は、情報がどこまでイングランドの観戦の方に伝わっていたかどうか、細かいところまでは分析できていないが、大半が鉄道である。新幹線、JAPAN RAIL PASSの情報を知っている方も含めて、鉄道で移動するだろうと推定した。それだけ新幹線が発達しているという情報が認知されているのかもしれない。

「ラクビー観戦以外で日本ではどんなことをされますか」という調査には、温泉、ショッピングで、訪日外国人が日本で行いたいオーソドックスな回答であった。決済環境や外貨両替の整備には不安があったという結果が出ている。他のスポーツ観戦、相撲などにも関心があるという結果であった。

必要な設備およびサービスに関しては、英語の情報が必要である。レストランの受け入れ環境、一般的なWi-Fi、スポーツバー、が必要である。言語や食文化の違う日本開催に関する要因がアンケートから読み取れる。

情報収集ツールは、圧倒的にウェブで、84%ぐらいがウェブから情報収集するということもアンケートから読み取れた。

開催都市の認知度について、東京は圧倒的に知られていて、大阪、横浜、神戸はある程度認知度



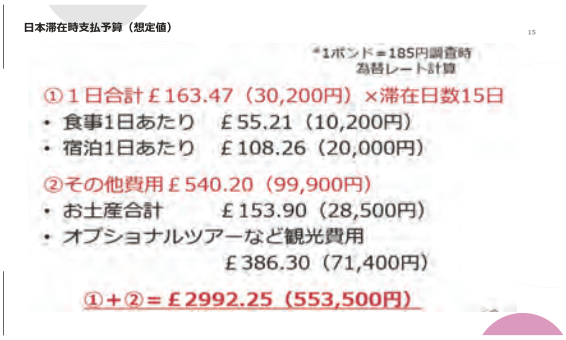
図表14

が高かったが、豊田はトヨタ自動車と関連性があるかどうかを含めて、どこにあるかを含めて、認知度が低かった。引き続きプロモーションが必要であるが、逆に都市を国際的にアピールできる好機ともとらえていた。

日本に対するイメージは、カルチャー（文化）、ビューティフル（美しい）、フレンドリー（親しみやすさ）である。

アンケート結果をまとめると、ほとんどの方が日本での観戦を望んでいるが、地方開催都市の国際的認知度は低い。英語表記やWi-Fiなど施設サービスの整備が必要である。施設サービスや観光においても男女や年齢層などのセグメンテーション別の対応が必要である。夫婦で海外旅行することも多いが、ラグビー観戦は男性に主導権があって、その他の観光日程は女性に主導権があることが多いこともアンケート結果から読み取れた（図表13）。

強豪国のファンの傾向としては、比較的上流階級が多く（図表14）、社会的ステータスがあり、アクティブで知的好奇心が強い。スポーツは見る



図表15

のもするのも好きで、帰国後はインフルエンサー化するだろうと思われる。日本訪問は初めての方が圧倒的で、ビールをたくさん飲む酒豪が多いだろうと推定された。

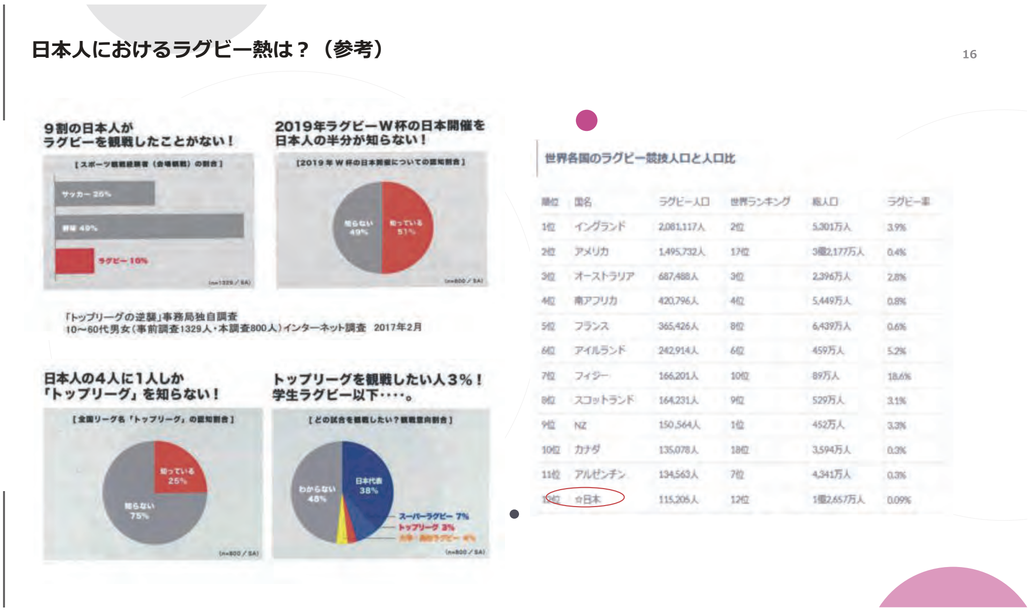
よい印象を持って帰国してもらえれば、波及効果は高いが、「よい印象とは？」ということで、さまざまなアンケート調査を基に分析して、受け入れ環境を整える準備をしてきた。

日本滞在時の支払い予算の想定は（図表15）、１ポンド185円の為替レートで計算すると、１日あたり３万円ぐらい（食事が１日あたり１万円ぐらい、宿泊が１日あたり２万円ぐらい）。一般的な訪日外国人よりは消費額が大きい。その他費用は10万円弱（お土産が２万8,500円ぐらい、オプショナルツアーなどの観光費用が７万円ぐらい）。滞在15日間で１人55万3,500円ぐらい消費するのではないかとアンケート調査から類推していた。

参考として、世界各国のラグビー競技人口と人口比である（図表16）。日本は圧倒的に競技人口が少なかったが、今後は増えていくと思うので、もう少しランクは上がっていくと思う。

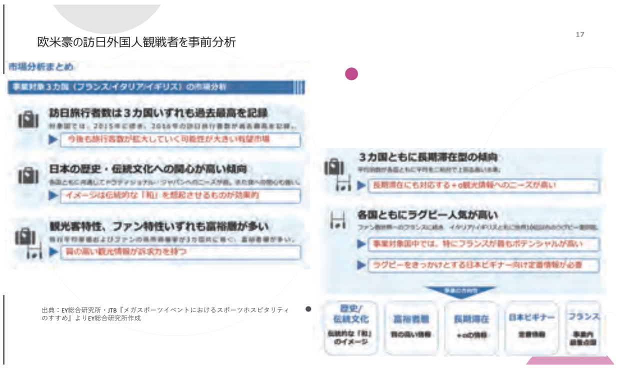
2017年のアンケート調査によると、９割の日本人がラグビーを観戦したことがない、日本の４人に１人しかトップリーグを知らない、トップリーグを観戦したい人はたったの３％しかいなかった。またアンケート調査をすれば、「見たことはないけども、見たい！」、にわかファンの方も含めて意識は高まっていると思う。

図表17はEYやＪＴＢがデータ収集したもので、強豪国でラグビー愛好者が多いフランス、イタリア、イギリスの３か国の市場分析である。観光客数が拡大していく可能性が大きい有望市場である。日本の歴史や伝統に関心が高い国々で、質の高い観光情報が訴求力を持つ。３か国とも長期滞在に対応するプラスアルファの観光情報のニーズが高い。特にフランスが最も ポテンシャルが高いのではないか。ラグビーをきっかけとする日本ビギナー向けの定番情報が必要であり、事業の方向性を歴史・伝統文化、富裕層、長期滞在、日本ビギナー、フランスでまとめた。

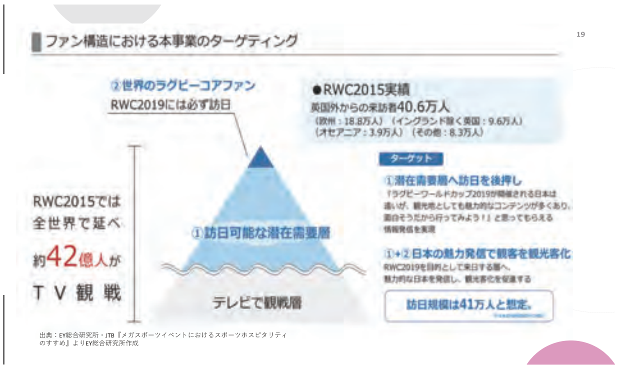


順位	国名	ラグビー人口	世界ランキング	総人口	ラグビー率
1位	イングランド	2,081,117人	2位	5,301万人	3.9%
2位	アメリカ	1,495,732人	17位	3億2,177万人	0.4%
3位	オーストラリア	687,488人	3位	2,396万人	2.8%
4位	南アフリカ	420,796人	4位	5,449万人	0.8%
5位	フランス	365,426人	8位	6,439万人	0.6%
6位	アイルランド	242,914人	6位	459万人	5.2%
7位	フィジー	166,201人	10位	89万人	18.6%
8位	スコットランド	164,231人	9位	529万人	3.1%
9位	NZ	150,564人	1位	452万人	3.3%
10位	カナダ	135,078人	18位	3,594万人	0.3%
11位	アルゼンチン	134,563人	7位	4,341万人	0.3%
12位	☆日本	115,206人	12位	1億2,657万人	0.09%

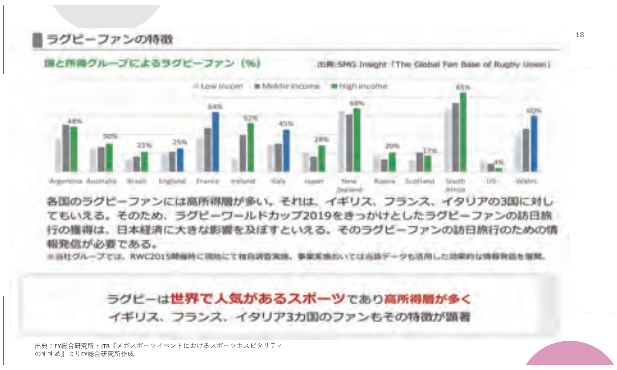
図表16



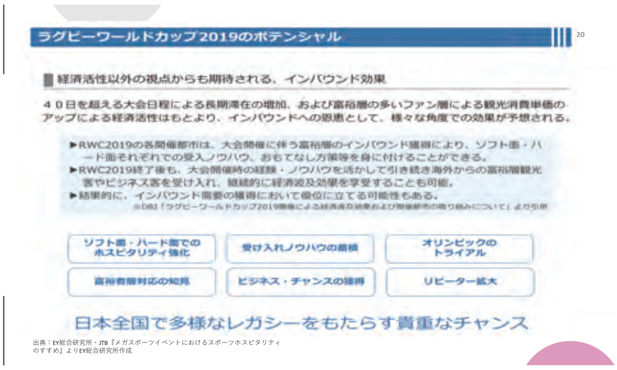
図表17



図表19



図表18



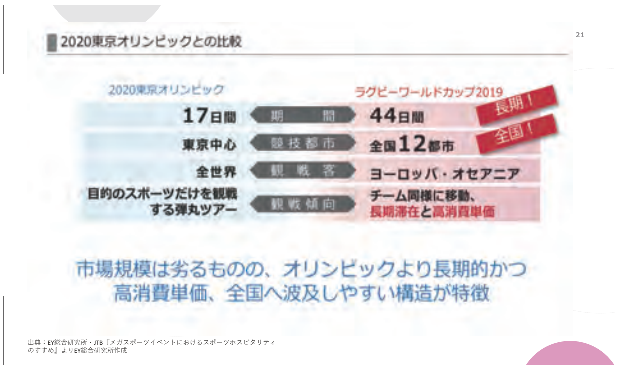
図表20

ラグビーファンの特徴（図表18）として、ラグビーは世界で人気があるスポーツであり、高所得層が多く、イギリス、フランス、イタリアの３か国のファンもその特徴が顕著である。

ファン構造における本事業のターゲティングとして（図表19）、ラグビーワールドカップ、イングランド大会では全世界で42億人がテレビ観戦し、英国外からの来訪者は40万人ぐらいということを踏まえ、潜在需要層へ訪日を後押しするだろうし、日本の魅力発信で観客を観光客化できるのではないかということで、最終的に41万人ぐらいと想定した。

ラクビーワールドカップ2019のポテンシャルとして、インバウンド効果は（図表20）、ソフト面・ハード面でのホスピタリティ強化、受け入れノウハウの蓄積、オリンピックのトライアル、富裕者層対応の知見、ビジネスチャンスの獲得、リピーター拡大ととらえ、多様なレガシーを残すべく準備した。

図表21は、2020東京オリンピックとラクビーワー

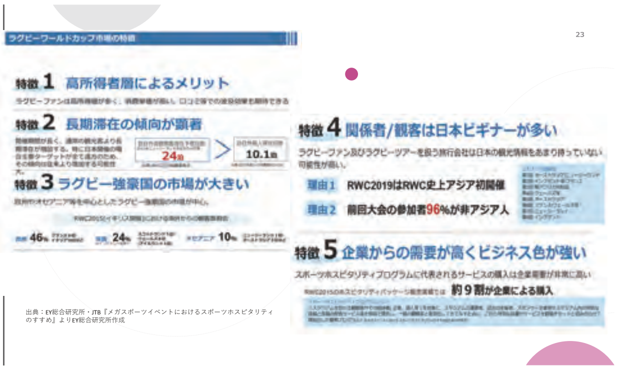


図表21

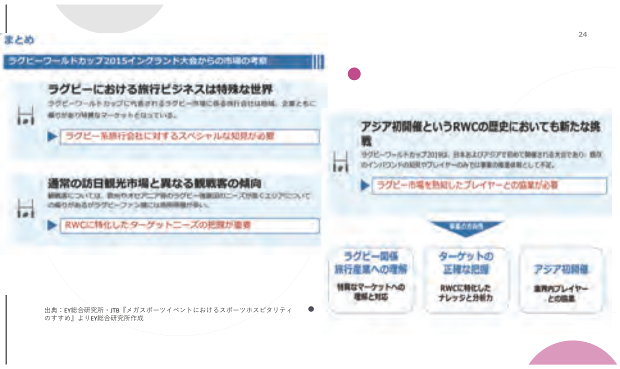
ルドカップ2019の比較である。ラクビーワールドカップ2019は長期の44日間で、開催都市は東京中心ではなく、地方を含めた全国12都市で、観戦客はヨーロッパ・オセアニアとコアなマーケットで、観戦傾向はチーム同様に移動して長期滞在と高消費単価で消費する。オリンピックは東京一極集中の目的のスポーツだけを観戦する弾丸ツアーの方が多いのではないかということで、かなり差別化をしていた。

競技会場が地方都市から地方都市、都市部も含

図表22



図表23



図表24

図表25

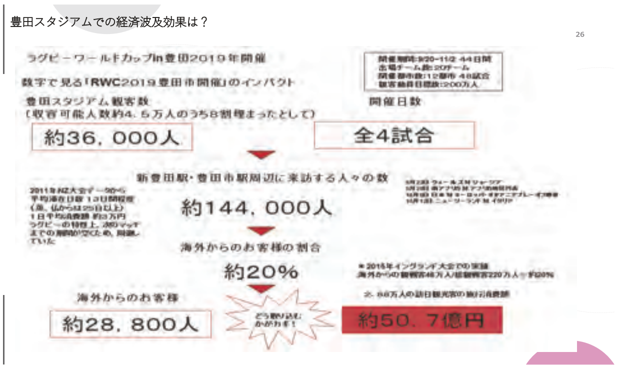
めて、会場から会場に移動する。１人3.5試合ぐらい観戦するということで、試合の間隔がラグビーは１週間ぐらいあるので、長期にわたって全国を回遊して、その間観光地を周遊したり、宿泊したり、地域の方と交流する、ということにすごく期待していた（図表22）。

図表23のラグビーワールドカップ市場の特徴を見ると、高所得者層が来日する、長期滞在が期待される、ラグビー強豪国の市場は大きい、日本は初めての人が多い。企業からの需要が高く、ビジネス色が強い。ＪＴＢではスポーツホスピタリティプログラムという、専用空間での飲食をパッケージにしたサービスの提供を試みた。

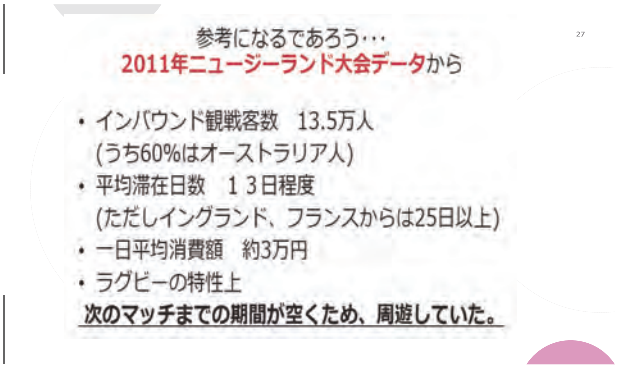
ラグビーワールドカップ2015イングランド大会からの市場の考察としては、ラグビー系の旅行会社に対するスペシャルな知見が必要である（図表24）。ニュージーランドにはオールブラックスという有名なチームがあるが、オールブラックスだけを扱うオールブラックスのトラベルエージェンシー、専門旅行会社が存在する。ラグビーの観戦ツアーだけを扱う特殊な旅行会社ともお付き合いしていく必要がある。ラグビーワールドカップに特化したターゲットニーズの把握も重要で、ラグビー市場を熟知したプレイヤーとの協業が必要ということで事業の方向性をまとめていた。

以上のような事業の方向性に、観光庁が定める３つの価値（気質、作品、生活）や、欧州におけるビジット・ジャパン事業のコアコンセプトをまとめて、ラグビーワールドカップをきっかけとした新たな訪日需要を開拓するべく、関係者の方と開催都市の自治体も含めて受け入れ体制を整備するということでスタートした（図表25）。

図表26は、「豊田スタジアムの来訪者が試合前後でどのような動きをするか？」と緻密に予測したものである。豊田ではウェールズ対ジョージア戦が１試合目、２試合目は南アフリカ対ナミビア戦、３試合目は日本対サモア戦という週末・祝日含めて大変いいカードが４試合そろっていたので、ここに来た横浜のお客様が次にここに来て、次はこう動くだろうと、すごくアナログだが、関係者



図表26



図表27

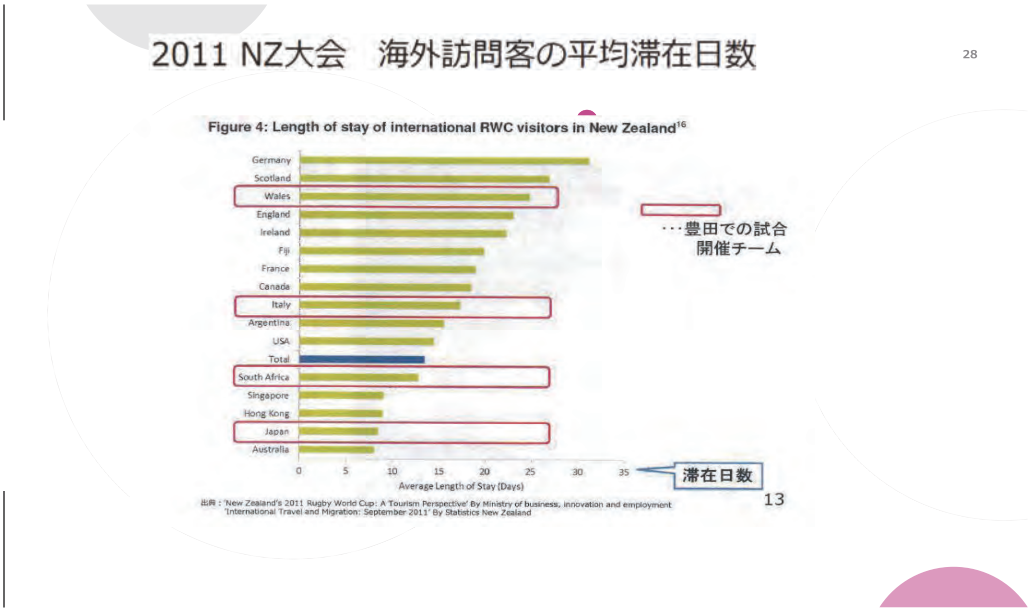
で喧々諤々（けんけんごうごう）と議論した。

皮算用であるが、豊田の収容人数４万5,000人の８割、１試合平均３万6,000人が埋まると、訪日外国人は20％ということで２万8,800人ぐらいである。先ほどの消費単価を掛け算すると、50億円ぐらい消費するのではないか、どう取り込むかと豊田市の方や愛知県の方と検討した。

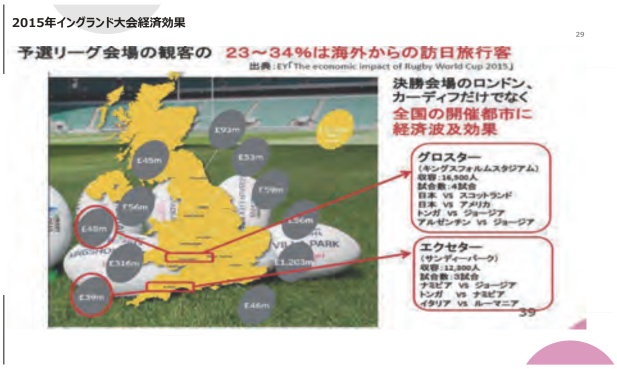
一般観戦者の輸送の責任者をしていたので、外国の方が１試合目のウェールズ対ジョージア戦は3,800人ぐらいで、ほとんどの方が公共交通機関で移動し、自家用車で移動する人はほとんどいないだろう。２試合目、南アフリカ対ナミビア戦もほとんどが公共交通機関を利用して、6,000人ぐらいではないか。３試合目は日本戦なので、日本人の方が圧倒的だろう。豊田スタジアムには公共交通機関を利用するだろう。４試合目も公共交通機関を利用するだろう。ニュージーランド対イタリア戦は雰囲気も盛り上がり、機運が醸成されるので、最も多い観戦客だろうと予測した。

2011年のニュージーランド大会を検証すると（図表27）、２割弱、13.5万人がインバウンドの観戦客で、平均滞在日数は13日間ぐらい、１日平均消費額は３万円ぐらいということで、先ほどイングランド大会と大体同じようなデータが出ていた。

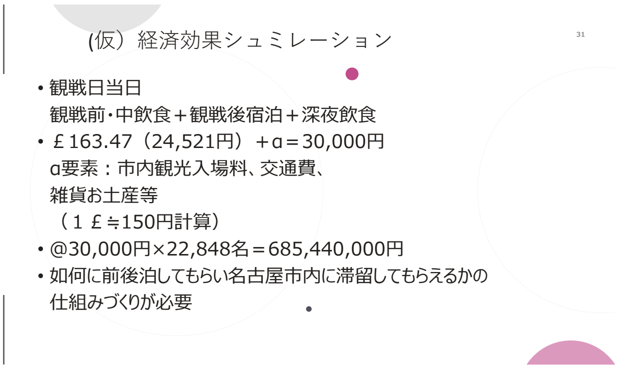
ニュージーランド大会でウェールズ、イタリア、南アフリカ、日本は、今回の豊田スタジアムでの開催チームが、滞在日数が多かった（図表28）。ニュージーランド大会でのデータでは、イタリアの人は滞在日数が２週間、ウェールズの人は３週間ぐらいであった。



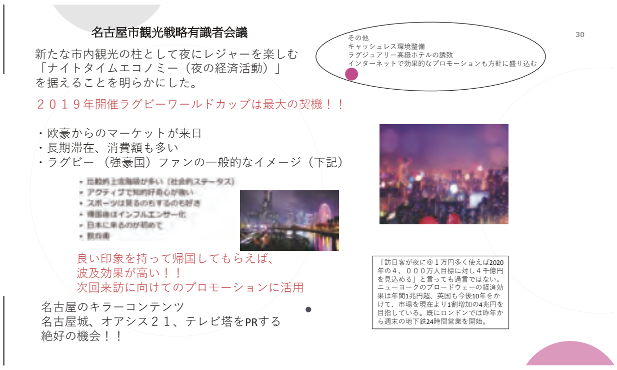
図表28



図表29



図表31



図表30

2015年のイングランド大会でも地方都市にさまざまな経済効果が及んだということである（図表29）。

図表30は、ＪＴＢが2019年の春先に愛知県や名古屋市に提案した内容である。資料を基に、「経済波及効果が大きいので、訪日外国人を夜、受け入れできる環境整備をお願いします。ナイトタイムエコノミーの受け皿を整備してください」と提案した。

図表31は２万人近く欧米豪の方が来て、前後泊して名古屋市内に滞留してもらうときの消費額をシミュレーションして、「ぜひナイトタイムエコノミー、深夜飲食ができる空間をつくってください。いちばんいいのはオアシス21である。栄でインスタ映えし、雨風しのげる空間をできるだけ深夜まで開放して、機運醸成できるようなパブリックビューイングとか、飲食ができる空間にしてください。トークショーにおもてなし武将隊のパフォーマンスもして、なおかつ、名古屋城をライトアップして、プロジェクションマッピングもして、テレビ塔も改修工事前でいろんなPRをされたらどうですか」と提案した。残念ながら実現はできなかった。

３．開催後の考察

開催前に関係者の方とシミュレーションして、40万人近くのインバウンドの方、特に富裕者層の方が来日し、特に豊田スタジアムは週末祝日を含めて好カードで、普段欧米豪の方が来ないようなエリアに来るだろうと予想していたので、さまざまな受け入れ環境整備を提案した。実際に試合は大変盛り上がった。

図表32は最後に組織委員会から発表されたワールドラグビーのビル・ボーモント会長の「大変成功裏に終わった」とのコメントである。

「レガシーが醸成されたのではないか、2023年のフランス大会にしっかりバトンをつなげられる大変記憶に残る大会」という組織委員会の事務総長のコメントもあった。

◆ワールドラグビー　ビル・ボーモント会長コメント

ラグビーワールドカップ2019は、最高の大会の1つであり、私たちが愛するラグビーに新たな観客をもたらしたという点で非常に画期的でした。

全世界のラグビーファンを代表して、このような素晴らしく、謙虚で、歴史的なホスト国であった日本と日本人に、心の底から感謝したいと思います。

南アフリカ代表は傑出したラグビーを続け、ウェブ・エリス・カップを掲げるに相応しいチームでした。そして、日本代表の驚くべきパフォーマンスも、間違いなく大会の最も記憶に残る瞬間でした。

台風ハギビスという非常に困難な災害に対する日本の対応は、この素晴らしい国の人々の回復力と復興への決意の表れであると感じます。我々は、この悲劇的な出来事の影響を受けた全ての人々について思い続けています。

最後に、ラグビーワールドカップ2019が記憶に残る大会であるために全力を尽くした全20チームと関係者の皆様に感謝したいと思います。日本大会は様々な意味で記録を破り、ラグビーの印象を劇的に変えたのです。

◆ラグビーワールドカップ2019組織委員会　嶋津昭事務総長コメント

今大会における数々の熱戦、名勝負は、世界中から注目を集め、日本中を夢中にさせました。ラグビーワールドカップ2019日本大会は、多くの人にとって永く記憶されるであろう素晴らしい大会となりました。この大会を本当に特別なものにしていただいた全ての選手、海外そして日本のファンの皆様にあらためて感謝を申し上げます。

今大会の盛り上がりは、ラグビーのゲームの魅力とともに、これらの選手の振る舞いなど、ラグビーの持つ"品位""情熱""結束""規律""尊重"という5つの価値が日本人の心に響いたことによるのではないでしょうか。

日本中のファンゾーンの盛り上がりも驚くべきものでした。各試合会場周辺の盛り上がりも含めて、これは12会場19自治体の全ての皆様が主催者意識を持って取り組んでいただけた結果だと考えています。

この大会が多くの日本人、アジアの人々にとってラグビーへの理解や関心を深めることにつながり、今後の世界的なラグビーの普及発展に結びつきますことをお祈りいたします。

私ども組織委員会は、2023年フランス大会の組織委員会に向けて、しっかりとバトンをつないで参ります。

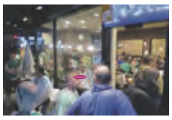
ラグビーワールドカップ2019™日本大会についてのご報告
（公財）ﾗｸﾞﾋﾞｰﾜｰﾙﾄﾞｶｯﾌﾟ2019組織委員会より

図表32

W杯盛況支える外国人ファン　産経ニュース(2019/10/8地方版/神奈川)

33

長期滞在する人はざらで、ロバート・エドワーズさん（７４）は３週間かけて、１次リーグのウェールズの全試合を観戦予定。英国から来日し、４週間いるというダン・ウォーさん（２４）は「一生に一度の機会だから、お金に糸目は付けない」と話し、イングランドの全試合を追い掛ける。



ラグビーをきっかけに日本を旅する人もいる。英国人のクリスティーン・アームストロングさん（６１）は、東日本大震災で被災した岩手県釜石市を訪れ、ウルグアイ－フィジーを観戦した。「ここは特別な場所。以前から来たいと思っていた」と感慨に浸っていた。

「昨日は高松で旅館に泊まって温泉に入った」と話すのは、カナダの応援のため福岡市に来たブライアン・カスバートソンさん（２８）。観戦後は鹿児島の屋久島にも足を延ばす。イタリアから初来日したネッロ・デルーカさん（３２）は「試合の合間に京都や沖縄にも行くよ」と話した。

トライが決まると、両陣営入り乱れて大はしゃぎ。ウェールズ出身のリス・トーマスさん（３７）は「ラグビーとお酒があれば、こうなるんだ。これがW杯だよ！」と上機嫌だった。

図表33

インターネット、マスコミのニュースにもあったが、地方都市も訪日外国人で大変にぎわった。さまざまな方が日本の施設に宿泊し、消費し、日本人の観戦客とも交流したといったニュースが出ていた（図表33）。

ただ、特に東京や横浜のホテル関係は潤ったと思うが、豊田市内は一部空いていたビジネスホテルもあったし、名古屋の駅前も関係者の宿泊されたホテル以外はあまり大きな効果がなかったとも聞いている。結構温度差があったと思う。

ただ、豊田の駅前は普段見かけない欧米の方でいっぱいになったし、駅前に１軒あるスポーツバーは常ににぎわっていたので、消費額が増加したことは確実である。

図表34は11月３日付けで出した組織委員会の発表である。今大会期間を通じた観客動員数は170万人を突破した。台風の影響で豊田は４試合目が取りやめになったので、その影響も考慮すると、180万人に近かったのではないかと推定される。

それぞれの試合を見ると、スタジアムは全て満席ですごく盛り上がった。最終戦の横浜国際総合競技場のイングランド対南アフリカ戦は７万人近く、目いっぱい入った。それぞれ、ほぼフル状態であった。予想をはるかに超えたと思う。

ファンゾーンが各開催都市でつくられた。豊田スタジアムではスカイホール豊田にファンゾーンが設置されたが、３試合目の日本戦は午前11時頃の段階で入場制限がかかった。ファンゾーンもかなり盛り上がった。全体で113万人ぐらいである。

日本政府観光局（JNTO）による訪日外客数、10月の推計値（図表35）によると、出場国の訪日外客数は軒並み伸びている。９月の訪日外客数と10月の訪日外客数が出ている。普段来日されない南アフリカの９月の対前年の伸び率は404％、ナミビアは614％、アルゼンチンは191％、トンガは222％、フィジーは225％、ジョージアは549％であった。ジョージアは特に知名度が高まった。開催前はアメリカのジョージア州かと言う人が多く、缶コーヒーのイメージもあって、どこの国か分からなかったが、力士の栃ノ心が大使になって機運

ラグビーワールドカップ2019™日本大会についてのご報告　（公財）ﾗｸﾞﾋﾞｰﾜｰﾙﾄﾞｶｯﾌﾟ2019組織委員会より

34

リリース2019 - 28

2019年11月3日

ラグビーワールドカップ2019™日本大会についてのご報告

ラグビーワールドカップ2019日本大会は、11月2日（日）の決勝において南アフリカ代表の優勝で、全試合日程を終了いたしました。今大会について、以下の通りご報告いたします。

◆観客動員数およびチケット販売

今大会期間を通じての観客動員数は延べ170万4,443人、1試合の平均観客数は37,877人となりました（ともに中止となったプール戦3試合を除く）。

プール戦での最多観客動員は横浜国際総合競技場で行われた日本対スコットランド戦の67,666人、決勝トーナメントでの最多観客動員は決勝のイングランド対南アフリカ戦の70,103人で、これは同会場の歴代最多動員数を記録しました。

チケットの販売数については、最終的に約185.3万枚を販売可能席とし、約184万枚（販売率は約99.3%：中止の3試合を含む）となりました。

これらの実績は、ラグビーワールドカップ2019日本大会が、日本国内はもとより、世界中から高い関心と注目を集めたことを示しています。

«観客動員数»

日付	会場	対戦	観客動員数
9月20日（金）	東京スタジアム	日本 v ロシア	45,745人
9月21日（土）	札幌ドーム	オーストラリア v フィジー	36,482人
9月21日（土）	東京スタジアム	フランス v アルゼンチン	44,004人
9月21日（土）	横浜国際総合競技場	ニュージーランド v 南アフリカ	63,649人
9月22日（日）	東大阪市花園ラグビー場	イタリア v ナミビア	20,354人
9月22日（日）	横浜国際総合競技場	アイルランド v スコットランド	63,731人
9月22日（日）	札幌ドーム	イングランド v トンガ	35,923人
9月23日（月・祝）	豊田スタジアム	ウェールズ v ジョージア	35,545人
9月24日（火）	熊谷ラグビー場	ロシア v サモア	22,564人
9月25日（水）	釜石鵜住居復興スタジアム	フィジー v ウルグアイ	14,025人
9月26日（木）	東平尾公園博多の森球技場	イタリア v カナダ	16,984人
9月26日（木）	神戸市御崎公園球技場	イングランド v アメリカ	27,194人
9月28日（土）	東大阪市花園ラグビー場	アルゼンチン v トンガ	21,917人

日付	会場	対戦	観客動員数
9月28日（土）	小笠山総合運動公園エコパスタジアム	日本 v アイルランド	47,813人
9月28日（土）	豊田スタジアム	南アフリカ v ナミビア	36,449人
9月29日（日）	熊谷ラグビー場	ジョージア v ウルグアイ	24,895人
9月29日（日）	東京スタジアム	オーストラリア v ウェールズ	47,885人
9月30日（月）	神戸市御崎公園球技場	スコットランド v サモア	27,586人
10月2日（水）	東平尾公園博多の森球技場	フランス v アメリカ	17,660人
10月2日（水）	大分スポーツ公園総合競技場	ニュージーランド v カナダ	34,411人
10月3日（木）	東大阪市花園ラグビー場	ジョージア v フィジー	21,069人
10月3日（木）	神戸市御崎公園球技場	アイルランド v ロシア	26,856人
10月4日（金）	小笠山総合運動公園エコパスタジアム	南アフリカ v イタリア	44,148人
10月5日（土）	大分スポーツ公園総合競技場	オーストラリア v ウルグアイ	33,781人
10月5日（土）	東京スタジアム	イングランド v アルゼンチン	48,185人
10月5日（土）	豊田スタジアム	日本 v サモア	39,695人
10月6日（日）	東京スタジアム	ニュージーランド v ナミビア	48,354人
10月6日（日）	熊本県民総合運動公園陸上競技場	フランス v トンガ	28,477人
10月8日（火）	神戸市御崎公園球技場	南アフリカ v カナダ	28,014人
10月9日（水）	熊谷ラグビー場	アルゼンチン v アメリカ	24,377人
10月9日（水）	小笠山総合運動公園エコパスタジアム	スコットランド v ロシア	44,123人
10月9日（水）	大分スポーツ公園総合競技場	ウェールズ v フィジー	33,379人
10月11日（金）	小笠山総合運動公園エコパスタジアム	オーストラリア v ジョージア	39,802人
10月12日（土）	豊田スタジアム	ニュージーランド v イタリア	中止
10月12日（土）	横浜国際総合競技場	イングランド v フランス	中止
10月12日（土）	東平尾公園博多の森球技場	アイルランド v サモア	17,967人
10月13日（日）	釜石鵜住居復興スタジアム	ナミビア v カナダ	中止
10月13日（日）	花園ラグビー場	アメリカ v トンガ	22,012人
10月13日（日）	熊本県民総合運動公園陸上競技場	ウェールズ v ウルグアイ	27,317人
10月13日（日）	横浜国際総合競技場	日本 v スコットランド	67,666人
10月19日（土）	大分スポーツ公園総合競技場	イングランド v オーストラリア	36,954人
10月19日（土）	東京スタジアム	ニュージーランド v アイルランド	48,656人
10月20日（日）	大分スポーツ公園総合競技場	ウェールズ v フランス	34,426人
10月20日（日）	東京スタジアム	日本 v 南アフリカ	48,831人
10月26日（土）	横浜国際総合競技場	イングランド v ニュージーランド	68,843人
10月27日（日）	横浜国際総合競技場	ウェールズ v 南アフリカ	67,750人
11月1日（金）	東京スタジアム	ニュージーランド v ウェールズ	48,842人
11月2日（土）	横浜国際総合競技場	イングランド v 南アフリカ	70,103人
		合　計	**1,704,443人**

◆ファンゾーン来場者数

各開催都市が全国16か所に開設したファンゾーンは、期間を通して全会場ともたいへん多くのお客様が訪れ、大会期間中の全会場合計（速報値）で約113万7千人の方にご来場いただきました。

図表34

JNTO 訪日外客数（2019年10月推計値）

【参考資料】

ラグビーワールドカップ2019日本大会　出場国からの訪日外客数（JNTO推計値）

Visitor Arrivals from Rugby World Cup 2019 participating countries for Sep. 2019 (Preliminary figures by JNTO)

	国・地域	Country/Area	総数 Total（再掲） 2018年9月	2019年9月	伸率（%）	総数 Total 2018年10月	2019年10月	伸率（%）	総数 Total（累計） 2018年9〜10月	2019年9〜10月	伸率（%）	備考
出場国総数		Participating Countries Total	254,859	347,200	36.2	335,417	416,900	24.3	590,276	764,100	29.4	
プールA	日本＊	Japan										
プールA	アイルランド＊	Ireland	1,775	9,200	418.3	2,105	12,000	470.1	3,880	21,200	446.4	
プールA	スコットランド	Scotland										英国に含める。
プールA	サモア	Samoa	19	100	426.3	20	100	400.0	39	200	412.8	
プールA	ロシア	Russia	7,555	10,500	39.0	10,778	14,300	32.7	18,333	24,800	35.3	
プールB	ニュージーランド＊	New Zealand	6,975	11,300	62.0	7,596	15,700	106.7	14,571	27,000	85.3	
プールB	南アフリカ＊	Republic of South Africa	833	4,200	404.2	1,075	5,300	393.0	1,908	9,500	397.9	
プールB	イタリア	Italy	12,273	13,400	9.2	15,064	14,700	−2.4	27,337	28,100	2.8	
プールB	ナミビア	Namibia	14	100	614.3	29	100	244.8	43	200	365.1	
プールB	カナダ	Canada	23,100	28,500	23.4	33,753	37,700	11.7	56,853	66,200	16.4	
プールC	イングランド＊	England										英国に含める。
プールC	フランス＊	France	20,143	26,500	31.6	34,320	39,500	15.1	54,463	66,000	21.2	
プールC	アルゼンチン	Argentina	1,650	4,800	190.9	1,941	3,300	70.0	3,591	8,100	125.6	
プールC	トンガ	Tonga	31	100	222.6	25	100	300.0	56	200	257.1	
プールC	米国	U.S.A.	104,637	127,200	21.6	143,977	153,400	6.5	248,614	280,600	12.9	
プールD	ウェールズ＊	Wales										英国に含める。
プールD	豪州＊	Australia	48,617	60,500	24.4	47,444	51,600	8.8	96,061	112,100	16.7	
プールD	フィジー	Fiji	123	400	225.2	112	300	167.9	235	700	197.9	
プールD	ジョージア	Georgia	77	500	549.4	172	200	16.3	249	700	181.1	
プールD	ウルグアイ	Uruguay	133	300	125.6	156	200	28.2	289	500	73.0	
（参考）	英国	United Kingdom	26,904	49,600	84.4	36,850	68,400	85.6	63,754	118,000	85.1	

◆注1：本資料を引用される際は、出典名を「日本政府観光局(JNTO)」と明示してください。
◆注2：訪日外客数（訪日外国人旅行者数）は、法務省の出入国管理統計からJNTOが独自に算出した数値である。
◆注3：2018年の数値は確定値、2019年の数値は推計値である。なお、推計値は10人単位で四捨五入している点に注意が必要。
◆注4：訪日外客とは、国籍に基づく法務省集計による外国人正規入国者から、日本を主たる居住国とする永住者等の外国人を除き、これに外国人一時上陸客等を加えた入国外国人旅行者のことである。駐在員やその家族、留学生等の入国者・再入国者は訪日外客に含まれる。なお、上記の訪日外客数には乗員上陸数は含まれない。
◆注5：＊は決勝トーナメント出場国。

◆Note 1. If reproduced, your credit line to JAPAN NATIONAL TOURISM ORGANIZATION is mandatory.
◆Note 2. Visitor Arrivals are compiled by JNTO (source: Ministry of Justice).
◆Note 3. Above figures for 2018 are definitive , while figures for 2019 are the preliminary ones estimated by JNTO. Figures are rounded to the nearest hundred.
◆Note 4. "＊" means the coutries playing in the knockout stages.

図表35

醸成したこともあり、どこの国かが分かった人が多いと思う。10月の推計値も図表35のように、サモア、南アフリカ、ナミビア、トンガの方が、非常に増加した。

スタジアムの観戦客数は170万人、各競技場のキャパの97%以上、チケット販売率は99.3%とおおむね完売した。

ＪＴＢは公式旅行会社としてライセンスを取得していて、ＪＴＢしか観戦ツアー、観戦チケットを付けたツアー商品化はできなかった。たくさん販売できたが、組織委員会とのルールで片道40キロ以上離れた会場へ行くツアーしか組めなかったので、名古屋市内からは豊田スタジアムまで40キロ未満になってしまうので、観戦ツアーを組めなかった。運用で、名鉄や地下鉄のチケットを付けてツアー化して商品化した。観戦チケット単品では売れず、バスとか交通や食事を付けてパッケージをしなければいけないルールなので、豊田スタジアムはすごく販売しづらかった。「チケットは欲しいが、バスは要らない。宿も要らない。でも、ＪＴＢしかチケットを保持していない。売ってくれ」と問い合わせがあり、ここら辺にミスマッチが生じた。

次は、海外の観戦客数である。チケット購入者の居住地情報に基づく海外購入率は約34%で３分の１ぐらいが国外居住者の方が購入したチケットである。予想どおり、国内のマーケットよりも海外の、特に欧米豪の方が多数購入して、来日した。

次は、テレビの視聴者数では、国内テレビ放送の瞬間最高視聴率は53.7%を記録した。マスコミ等々で発表されている。やはり盛り上がった。テレビにくぎ付けで、大会期間中を通したテレビ観戦人数は約9,000万人である。日本が２試合目にアイルランドに勝利してから、非常に多くのにわかファンが出てきて、誰も彼もがラグビーを見なければいけないような状況となった。

ラグビージャージも１試合目の頃は結構余っていたが、２試合目に勝利してから一気にスポーツデポやスポーツオーソリティから１万円近くと高価なラグビージャージが消えた。山のように余っていたのが、一気に完売になった。プレミア商品になって、メルカリで山のように販売されているとか。日本人の特性である。

テレビの瞬間最高視聴率は53.7%で、スコットランド戦はすごくいい試合であった。南アフリカ戦は、日本は敗れたが、41.6%、観戦者全体で9,000万人（国内人口比74%）。日本テレビ系列で放映するということで、中京テレビは去年の春先、「なかなかスポンサーが付かない。ラグビーは人気がない。どうしようかな」とすごく悩んでいた

が、実際はすごく盛り上がった。

デジタル視聴、SNSの実績である。全言語デジタル視聴回数、ビデオ再生回数、SNS、ウェブ、アプリ等々、件数21億。ウェブサイトページビューは１億5,300万。日本語のSNSのアカウント指標も公式アカウントフォロワー数が61万。いいね数が1,400万。大会公式ハッシュタグ投稿が580万。いろいろと拡散された。

ファンゾーン、公式パブリックビューイングも各地で行われた。豊田スタジアムはスカイホールにファンゾーンがあり、中京テレビの社屋の下の芝生広場でも行われた。大変盛り上がった。ファンゾーンの来場者数の全会場合計は113万人ぐらい。ファンゾーン以外の公式パブリックビューイング、中京テレビの社屋の下でも行っていたし、東京都内もいろんなところで行っていたが、動員数は17万人ぐらいであった。

あわせて、グッズもかなり販売された。

あと、ボランティアの方に協力をいただいた。ボランティアの登録者数１万3,000人で、参加者は２万6,000人ぐらいで、当日の参加率は92%であった。

これは次の大型国際メガスポーツイベントに必ずレガシーとして残るかと思う。愛知・名古屋地区には2026年に第20回夏季アジア競技大会という大型メガスポーツが来るので、こういったレガシーを受け継いでいただければと思う。

アジアラグビー招待プログラム・国内教育プログラムを展開し、アジア各圏各国および国内から、多くの学生ユースの方の受け入れをした。あまり公表されていないが、アジアから164人とか、こういった役割で来日していた。教育プログラムでも国内の自治体から５万6,000人ぐらいの方が来ていたと聞いている。

代表チームのオンタイム到着について、日本は時間にうるさい国である。輸送にＪＴＢが携わっていたが、45試合２チームのスタジアム到着が予定時間15分以内に行われており、道路事情やホテルとの距離感にかかわらず、オンタイムの到着となったことは誇れるのではないか。一般的な渋滞が土日祝日には各地区、地方都市でもあるが、それに応じて輸送計画をち密に立てて、地元警察の方にもご協力いただいて、一部交通規制もかけた。車両計画の緻密さに関して日本は知見を持っていると思うので、夏の東京オリンピック・パラリンピックに関しても、ＪＴＢも入っているが、輸送計画は優れていると思う。2026年の第20回夏季アジア競技大会にも輸送業務にＪＴＢは関わりたいと考えているので、その際は、緻密に行っていきたいと思っている。

入場料収入は373億円、平均チケット価格は２万円以上を記録した。予想どおりである。ラグビーのチケットは高かった。安いのでも１万円ぐらいで、高いのは10万円単位だった。公式ホスピタリティは、いちばん高いスイートクラスで横浜会場200～300万円のチケットも販売していた。

オフィシャルストアの販売については、特にスポンサーがハイネケンなので、ハイネケンのビールの販売実績データも出ている。オフィシャルストアのグッズは2,906万ユーロ、日本円で35億円、グッズ販売個数が122万個である。日本代表ジャージは20万枚ぐらい出荷された。ほとんどの方が着ていた。ハイネケンビールのスタジアム販売は214万缶、350ミリリットルの缶が販売され、75万1,300リットルとなった。９月の出荷量は前年比340%である。雰囲気もよかったので、ちょっと多めに飲んだのではないか。

豊田市の駅前の飲食店に何軒かヒアリングしたが、肌感覚で通常よりもたくさんビールが販売された。ハイネケンを扱わない飲食店もあったが、ビールはかなり販売されたと聞いている。

2019年ユーキャン新語・流行語ノミネート30個の中、ラグビーワールドカップ関連キーワードが５個選出され、年間大賞は「ONE TEAM（ワンチーム）」である。早く商標登録を取られた方がいるかもしれない。ノミネートされたのは「ジャッカル」。結構流行った。あと、「にわかファン」。ハッシュタグを付けた「#にわかファン」という大きいモニュメントがつくられた会場もあった。「４年に一度じゃない。一生に一度だ」、「笑わな

関市ラグビー南アフリカ代表チーム　公認チームキャンプ合宿

36

【新聞記事】 9月1日(日) 公開練習・ファン交流

ラグビーのワールドカップ(W杯)日本大会に出場する南アフリカ代表「スプリングボクス」の練習が1日、岐阜県関市塔ノ洞のグリーン・フィールド中池で公開された。押し掛けた2千人を超すファンらを前に、強豪ならではの切れのある動きを見せた。
　日本代表との大会前最後のテストマッチ(6日・埼玉県熊谷市)に向けた事前キャンプ(4日まで)の一環。
　公開練習には31人の全選手が顔をそろえた。約1時間半、パスや筋力トレーニングなどを精力的にこなした。シヤ・コリシ主将は「良い雰囲気の中でトレーニングができた。日本のファンにも楽しんでもらえたことが、とてもうれしい」と話した。

【岐阜新聞Web　9月2日】

ラグビーワールドカップ(W杯)に出場する、世界ランク5位の強豪・南アフリカ代表(愛称・スプリングボクス)の関市内の合宿が4日、終了した。滞在期間中、選手らは激しい練習とともに、地元での交流会にも積極的に参加し、"ラグビーのまち"に確かなレガシーを残した。市民らも一生に一度の夢のような時間に、胸を熱くした。
　グリーン・フィールド中池(同市塔ノ洞)で行われた公開練習では、速いテンポでのパス回しなど迫力あるプレーのたびに、歓声が上がった。（一部抜粋）

【岐阜新聞Web　9月5日】

今月開幕するラグビーのワールドカップ(W杯)日本大会に出場する強豪の南アフリカ代表が1日、約2千人が詰め掛けた岐阜県関市のグラウンドで練習を公開した。コリシ主将は「日本でもラグビーが人気になっている。大勢の観客が来てくれた」と感謝の言葉を述べた。
　練習前には岐阜市内で記者会見が開かれ、エラスムス監督は「日本に行ったことのある人から、いい印象は聞いていた。来られてうれしい」と笑顔で語った。チーム首脳のウェッセルズ氏は「関市は小さい町ですが、十分な施設があっていい場所だった」と練習場に選んだ理由を説明した。
　選手たちは練習後に観客のサインや写真撮影に応じ、今後は地元の学校を訪問する予定。6日には埼玉県熊谷市で日本代表と壮行試合で対戦する。

【日本経済新聞　9月1日】

（他、全国各地の新聞社に掲載）
北海道新聞・上毛新聞・東京新聞・神奈川新聞・静岡新聞・福井新聞・京都新聞・神戸新聞・山陰中央新報・山陽新聞・中国新聞・徳島新聞・佐賀新聞・熊本日日新聞・南日本新聞・琉球新報）

【新聞記事】 9月3日(火) 関市立瀬尻小学校訪問

ラグビーワールドカップ(W杯)日本大会に出場する南アフリカ代表チーム「スプリングボクス」は3日、事前キャンプ地の関市の小中学校や高校、瑞穂市の大学を訪問し、児童、生徒らと交流やラグビーの指導をした。岐阜市内では県内のラグビー指導者向けの技術指導もあった。
　関市小瀬の市立瀬尻小学校には、シヤ・コリシ主将ら選手8人らが訪問。出迎えた全校児童456人が南アフリカの国旗を振り、ハイタッチで歓迎した。児童からは選手の活躍を祈って千羽鶴などが贈られ、コリシ主将は「日本の皆さんの応援を受けて、力になる。今日は子どもたちに会えてうれしかった」。
　5年生の間宮大葵君(11)は「選手は足が太くて強そうだった。W杯では南アフリカチームを応援したい」と話した。
　南アフリカ代表は6日に日本とのテストマッチ(埼玉・熊谷)があり、W杯では21日にニュージーランドと対戦する。（板倉吉延）

【朝日新聞デジタル　9月4日】

図表36

い男」とは稲垣という代表選手のこと。

日経MJヒットでも東の横綱に「ラグビーW杯」が選出され、かなりレガシーを残したといわれている。

日本の代表の世界ランクは、2019年12月に８位になった。2018年の初めは11位なので、３つランクを上げた。ベスト８に入って主要国の仲間入りをした。スコットランドよりも上だとは信じられないが、見事日本は８位に浮上した。

メンバー構成は、国籍は日本といえども、顔は日本の人ではない人ばかりであった。特殊なスポーツである。多様性がある。ノーサイドといわれるが、観客席もアウェーと自国で分かれるサッカーと違って混ざっていた。ユニークなスポーツである。

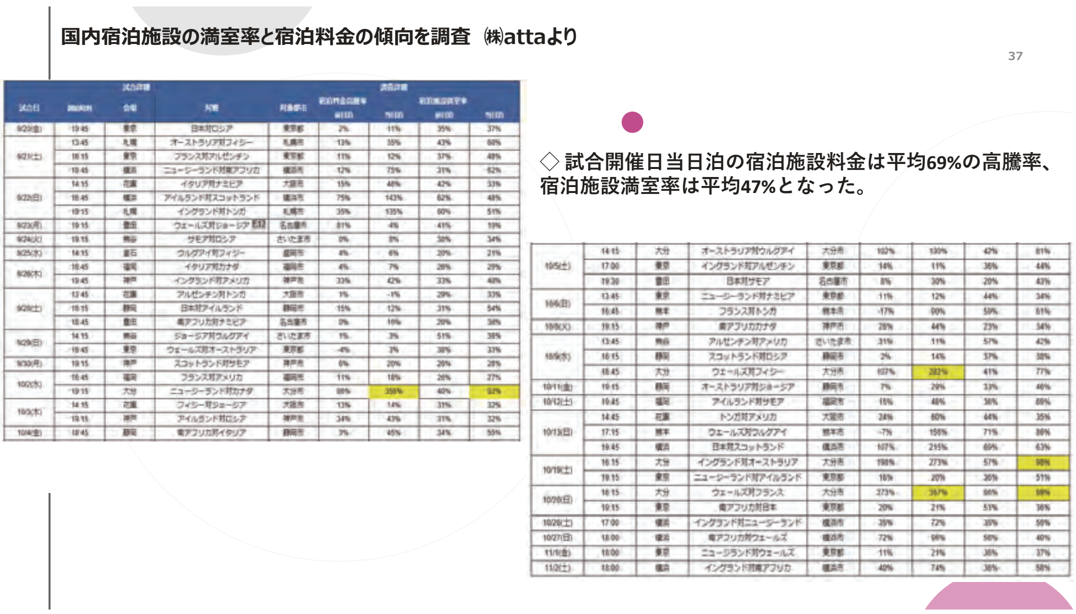
中部の地元では岐阜県関市で南アフリカのチームがキャンプ合宿をしていた。実はＪＴＢの岐阜支店が受け入れをした。交流試合をしたりして、学生や子どもたちとかなり交流を深めていた。岐阜県関市はレガシーとしてラグビーのいろいろなものを行っていくのではないか。

公認チームキャンプ地（図表36）は、自治体がどれだけ手を挙げても、選ぶのは組織委員会なので、政治力を使ってもなかなか誘致できない。一般的な事前合宿キャンプは自治体がすべて費用負担して誘致するもので、キャンプは２種類あった。公認チームキャンプ地に選ばれると、ラグビーのいろいろな権利、露出する権利を持つ。

参考に図表37を見ると、株式会社attaというデジタルマーケティングする旅行社が国内宿泊施設の満室率と宿泊料金の傾向を調査した内容である。一般的に試合開催日当日泊の宿泊施設料金は平均69%高騰し、宿泊施設満室率は平均47%。名古屋市の駅前のホテルは該当しないかもしれないが、料金は軒並み高騰して、地方都市で開催した周辺の宿泊施設は満室になった。インターネットのデータを取得して実施しているということなので、一応客観的データである。

図表38は豊田市のホームページに出ている開催状況の最終的な報告である。１試合目の９月23日、ウェールズ対ジョージア戦は豊田スタジアムに３万5,545人入場している。９月28日の南アフリカ対ナミビア戦は３万6,449人入場している。満席で４万5,000人のキャパシティだが、通常は３万8,000人ぐらいがフルといわれているので、ほぼフル状態である。予想どおり10月５日の日本対サモア戦は４万人弱の３万9,695人入場している。超満員である。

連動したファンゾーン、スカイホール豊田の入場者数もどんどん増えた。開幕戦もやっていたが、



国内宿泊施設の満室率と宿泊料金の傾向を調査 ㈱attaより

37

試合日	開始時刻	会場	対戦	対象都市	宿泊料金高騰率 前日泊	宿泊料金高騰率 当日泊	宿泊施設満室率 前日泊	宿泊施設満室率 当日泊
9/20(金)	19:45	東京	日本対ロシア	東京都	2%	11%	35%	37%
9/21(土)	13:45	札幌	オーストラリア対フィジー	札幌市	13%	55%	43%	60%
	18:15	東京	フランス対アルゼンチン	東京都	11%	12%	37%	48%
	18:45	横浜	ニュージーランド対南アフリカ	横浜市	12%	75%	31%	62%
9/22(日)	14:15	花園	イタリア対ナミビア	大阪市	15%	48%	42%	33%
	16:45	横浜	アイルランド対スコットランド	横浜市	75%	143%	62%	48%
	19:15	札幌	イングランド対トンガ	札幌市	35%	135%	60%	51%
9/23(月)	19:15	豊田	ウェールズ対ジョージア 豊田	名古屋市	81%	4%	41%	19%
9/24(火)	19:15	熊谷	サモア対ロシア	さいたま市	0%	8%	38%	34%
9/25(水)	14:15	釜石	ウルグアイ対フィジー	盛岡市	4%	6%	20%	21%
9/26(木)	16:45	福岡	イタリア対カナダ	福岡市	4%	7%	28%	29%
	19:45	神戸	イングランド対アメリカ	神戸市	33%	42%	33%	48%
9/28(土)	13:45	花園	アルゼンチン対トンガ	大阪市	1%	-1%	29%	33%
	16:15	静岡	日本対アイルランド	静岡市	15%	12%	31%	54%
	18:45	豊田	南アフリカ対ナミビア	名古屋市	0%	16%	20%	38%
9/29(日)	14:15	熊谷	ジョージア対ウルグアイ	さいたま市	1%	3%	51%	38%
	16:45	東京	ウェールズ対オーストラリア	東京都	-4%	3%	38%	33%
9/30(月)	19:15	神戸	スコットランド対サモア	神戸市	6%	20%	28%	28%
10/2(水)	16:45	福岡	フランス対アメリカ	福岡市	11%	18%	26%	27%
	19:15	大分	ニュージーランド対カナダ	大分市	88%	358%	40%	92%
10/3(木)	14:15	花園	フィジー対ジョージア	大阪市	13%	14%	31%	32%
	19:15	神戸	アイルランド対ロシア	神戸市	34%	43%	31%	32%
10/4(金)	18:45	静岡	南アフリカ対イタリア	静岡市	3%	45%	34%	55%

◇試合開催日当日泊の宿泊施設料金は平均69%の高騰率、宿泊施設満室率は平均47%となった。

10/5(土)	14:15	大分	オーストラリア対ウルグアイ	大分市	102%	130%	42%	61%
	17:00	東京	イングランド対アルゼンチン	東京都	14%	11%	36%	44%
	19:30	豊田	日本対サモア	名古屋市	8%	30%	20%	43%
10/6(日)	13:45	東京	ニュージーランド対ナミビア	東京都	11%	12%	44%	34%
	16:45	熊本	フランス対トンガ	熊本市	-17%	90%	59%	61%
10/8(火)	19:15	神戸	南アフリカ対カナダ	神戸市	28%	44%	23%	34%
10/9(水)	13:45	熊谷	アルゼンチン対アメリカ	さいたま市	31%	11%	57%	42%
	16:15	静岡	スコットランド対ロシア	静岡市	2%	14%	37%	38%
	18:45	大分	ウェールズ対フィジー	大分市	107%	282%	41%	77%
10/11(金)	19:15	静岡	オーストラリア対ジョージア	静岡市	7%	29%	33%	46%
10/12(土)	19:45	福岡	アイルランド対サモア	福岡市	15%	48%	38%	69%
10/13(日)	14:45	花園	トンガ対アメリカ	大阪市	24%	60%	44%	35%
	17:15	熊本	ウェールズ対ウルグアイ	熊本市	-7%	158%	71%	86%
	19:45	横浜	日本対スコットランド	横浜市	107%	215%	69%	63%
10/19(土)	16:15	大分	イングランド対オーストラリア	大分市	198%	273%	57%	98%
	19:15	東京	ニュージーランド対アイルランド	東京都	16%	20%	36%	51%
10/20(日)	16:15	大分	ウェールズ対フランス	大分市	273%	367%	66%	99%
	19:15	東京	南アフリカ対日本	東京都	20%	21%	51%	36%
10/26(土)	17:00	横浜	イングランド対ニュージーランド	横浜市	35%	72%	35%	59%
10/27(日)	18:00	横浜	南アフリカ対ウェールズ	横浜市	72%	98%	56%	40%
11/1(金)	18:00	東京	ニュージランド対ウェールズ	東京都	11%	21%	36%	37%
11/2(土)	18:00	横浜	イングランド対南アフリカ	横浜市	40%	74%	38%	58%

図表37

当時はまだあまり興味がなくて3,000人弱しか入っていなかったが、１試合目は１万2,000人であった。ここからどんどん増えて南アフリカ戦は１万5,000人ぐらいとなった。朝からずっと夜まで観戦している人も多かった。日本戦はちょっと少ない。入場制限をかけたので、増やせなかったというジレンマである。

豊田市の駅前のおもてなしイベントにもたくさん来ていた。１万数千人の規模で実施していた。

ボランティア活動の方は200人弱で、非常に盛り上がっていた。

10月13日の日本対スコットランド戦はパブリックビューイングをスカイホール豊田で、ファンゾーンで実施していたので、7,000人ぐらいが来訪した。効果が出ていたと思う。

開催前、中部経済新聞社は、豊田市内で27億円から38億円、県全体では79億円から113億円ぐらいの経済波及効果があるのではないかと新聞発表していた。

愛知県豊田市の来訪者属性は、約８割が男性。30代が約２割、40代、50代がそれぞれ３割となっている。

居住地の内訳を考察する。１試合目は、９月23日、ウェールズ対ジョージア戦、２試合目は南アフリカ対ナミビア戦、３試合目は日本対サモア戦、

ラグビーワールドカップ2019™の豊田市における開催状況について

38

入場者数等一覧

	豊田スタジアム入場者数	ファンゾーン来場者数	駅前おもてなしイベント入込客数	大会公式ボランティア活動者数	開催都市独自ボランティア活動者数
9月20日（開幕戦）	–	2,780人	–	88人	–
9月23日（ウェールズｖジョージア）	35,545人	12,674人	10,600人	168人	106人
9月28日（南アフリカｖナミビア）	36,449人	15,090人	15,200人	211人	100人
10月5日（日本ｖサモア）	39,695人	11,272人	17,300人	207人	101人
10月12日（ニュージーランドｖイタリア）	中止				
10月13日（日本ｖスコットランド）	–	7,192人	–	81人	–

1. 「駅前おもてなしイベント」の入込客数は、試合開催日に実施した以下のイベントの入込客数の合計です。
駅前通り：WELCOMEとよたフェスタ（9月23日）、Toyota Street Market（9月28日、10月5日）、GAZA南広場：飲食エリア
2. 大会公式ボランティア活動者数にはスタジアム内での活動者数は含んでいません。
3. 経済波及効果等は、今年度中に計測し、公表する予定です。

参考：【豊田】愛知県と豊田市が２日に「ラグビーワールドカップ２０１９」の開催都市の一つに決定したことを受け、市教育委員会は開催に伴う経済波及効果を、市内で２７億～３８億円、県全体では７９億～１１３億円と試算した。2015年3月4日の中部経済新聞社　記事より

図表38

４試合目はニュージーランド対イタリア戦である。組織委員会の販売実績のチケット購入者の属性から、リアルデータを見てみる。

国内の方が圧倒的だが、海外の方を見ると、１試合目は４試合の中で一番数が多く、約４分の１が訪日インバウンドの観戦者であった。イギリスで購入した人が52%である。あとは、オーストラリア、アメリカ、スペイン、フランス、イタリアとなっている。現場に入っていた感じでは、１試合目は「かなり欧米系の方が来たな」という印象でした。駅前の松坂屋の下のスターバックスは欧米系の人たちで占拠されていた。

２試合目は、やはり南アフリカの方が結構来ていた。17.5%ぐらい。

３試合目は、圧倒的に日本人だった。関係者も

多かった。なぜかドイツの方が多かったらしく、昔サモアはドイツの占領下にあったからであると言われる方がいた。

４試合目は、ニュージーランドであるが、残念ながら、台風で流れたが、ニュージーランドの方が多かったのではないか。

豊田市が発表したリアルにスタジアムに来た人の分母と、先ほどの属性の、海外のパーセンテージを掛け算したのが実際に来た人となる。１試合目の３万5,545人に23.6％掛け算すると、8,336人ぐらいが訪日観戦者である。２試合目は３万6,449人、割合が17.5％で、掛け算すると6,378人となる。３試合目は３万9,695人で、4.5％の訪日観戦者の割合を掛け算すると、1,786人ぐらいとなる。チケット購入者の属性から計算した結果である。

肌感覚でいくと、１試合目は大体当たっているかなと思う。かなり訪日インバウンドの割合が多かったように記憶している。３試合目の日本戦は圧倒的に日本人が多かった。これも当たっているかなと思う。１試合目、２試合目は訪日外国人の方が２割から25％、４試合目も台風がなければ、20％弱は来ていたのではないか。台風で流れてしまったので分からないが、これらが最終的な内訳であると思われる。

以上ラグビーワールドカップは成果が大きかったが、いろいろと課題もあることがわかった。