

Visit Japan RWC 2019 Seminar 実施報告

2017年5月11日（木）14:00～15:50

於：クレア・ロンドン事務所 会議室

ロンドン・リッチモンド・アポン・テムズ区の Ishbel Murray 氏及びミルトン・キーンズ・カウンシルの James Sloan 氏をお招きし、ラグビー・ワールドカップ（以下 RWC という。）2015年イングランド大会の際のホストタウンとしての事例についてお話を伺いました。

本セミナーは、日本の自治体（主に 2019年日本大会ホストシティ）を対象としたセミナーであると同時に、所員に対する研修の一環として実施したものです。

1 イン트로ダクション（クレア・ロンドン事務所 嶋 所長）

基本情報

- ・RWC は、1987年ニュージーランド大会から始まり、日本大会が9回目となる。オリンピック及びサッカー・ワールドカップに次いで世界三大国際大会の一つと言われている。アジアで開催される初のワールドカップであるとともに、ラグビー伝統国以外で開催される初のワールドカップ。アジアでラグビーをメジャーなスポーツにする絶好の機会であると考えられている。
- ・公式キャンプ地については、事前に委員会が条件を決めて募集・審査の上決定した。日本チームのキャンプ地はウォリックスクールとブライトンカレッジであった。

ファンゾーン

- ・ホストシティには、公式ファンゾーンの設置が義務付けられており、パブリックビューイングだけではなくさまざまなアトラクションが用意された。委員会から出されたガイドラインによれば、市中心部に大会期間中10日以上設置し、原則として5,000人以上の収容能力を持つこと（実際設置されたファンゾーンは、2,000人～1万人の収容能力と幅があった）が要件とされ、13ホストシティのほか、ロンドンのトラファルガー広場やラグビー市にも設置された。ラグビー市はホストシティではなかったが、ラグビー発祥の地として特別に公式ファンゾーンが設置された。大会後の公表資料によれば、100万人がファンゾーンを訪れ、海外からの訪問客の65%がファンゾーンを訪れ、ファンゾーンで1人当たり40ポンド消費し、合計1,000万ポンドを消費した。

関連イベント

- ・大会を盛り上げる取り組みとしてトロフィーツアーが催された。トロフィーが回る時に様々な催しが行われ、ただトロフィーを見るだけではなく、計300のプログラムが実施された。

- ・関連イベントは、フェスティバル・オブ・ラグビーというブランドロゴを用いて催された。RWC のブランドロゴは使用できないため、専用のブランドロゴが用意された。団体も個人も企画できるが、地方自治体が企画した関連イベントもすべてこのロゴを用いて実施された。

ボランティア

- ・ボランティアは「The Pack」と呼ばれた。1年半以上前から募集し、合計2万人以上の応募があり、面接を経て選定された。面接やトレーニングセッションに参加できること、英語の読み書きができることなど、様々なボランティアの選定基準も設けられた。
- ・決起集会を開催するなど、ボランティアの方もボランティアとして参加することを楽しめるようなしくみを作り上げた。

経済効果と訪問者数

- ・経済効果については、予測と結果の報告書の双方がある。
- ・247万枚のチケットがほぼ完売（98%）された。
- ・国外から40.6万人のビジターがあった。
- ・グロス経済効果が23億ポンド、ネットGDP押上効果が11億ポンド。ベスト4に南半球のチームしか残らなかったため、事前予測より少なかった模様。
- ・いままでで最も競争的でよく参加され、よく観られて、もっとも社会的にエンゲージがあつて、最も成功したRWCと総括されている。
- ・なお、国外からのビジター数は、UK内のイングランド外（スコットランド、北アイルランドなど）からのビジターも含まれてカウントされている。日本人的な理解に従えば、31万人がUK国外からのビジターだと考えられる。
- ・国外からのビジターの支出は9億5,800万ポンド、1人平均2,400ポンド。UK内のイングランド外からのビジターも含まれているので、UK外からのビジターに限れば平均支出はもう少し多いのではないかと考えられる。

2 リッチモンドの事例（ロンドン・リッチモンド・アポン・テムズ区 Ishbel Murray 氏）

区の体制

- ・区のコミュニケーションチームには2人が従事しており、大会期間前・期間中・期間後に関するすべてを把握していた。

スタジアムの収容人数・その他設備投資

- ・会場のトゥイッケナムスタジアムの2015年当時の収容人数は80,000人であった。

- ・2010年から、RWC2015のための公共設備投資などを行った。道路、歩道、川沿い、鉄道駅など総額600万ポンドで、このうち300万ポンドがカウンシル、300万ポンドがロンドンから拠出された。

他の自治体との連携

- ・ロンドン市内で同じくホストとなっているブレント区、ニューハム区と協働し、救急車、警察、火災、医療など通常の行政サービスについて話し合いを行った。



交通輸送手段等

- ・リッチモンドでのRWCは6週間にわたって行われ、初日は金曜夜に開催された。
- ・オープニングセレモニーが19時、ゲームは20時開始であり、旅行者や帰宅ラッシュなどと重なり機能しない可能性があったため、2回にわたるリハーサルを8月の金曜夜と、8月下旬の土曜に行った。
- ・交通輸送に関しても課題であった。試合は金曜夜8時に開始するため、早くとも22時までは終わらない上、ファンゾーンもある。楽しんで、お酒に酔っている中、もし駅が閉鎖したら、8万人が家に帰れなくなる一方、通常運行していたとしても、終電が過ぎれば地下鉄は走らなくなる。そのため、公共交通アプリなどで確認してもらうほか、安全なタクシー停車場も設置した。

住民説明

- ・住民、事業者に対しては、RWCによる影響に関する説明会をトーナメント開始12ヶ月、6ヶ月、2ヶ月前に実施した。

経済効果

- ・飲食は好調だったが、RWC観戦目的のビジターがカーペットは買わないし靴も修理しないため、期待していた店舗オーナーは落胆することとなった。

周辺プログラム等

- ・地域住民や観光客、ラグビーファンに対するRWC気運醸成のため、トロフィーツアーやラグビーヨガなどの様々なプログラム・アクティビティを実施したほか、UK各国をイメージした大きなラグビーのモニュメント像も設置した。

ボランティア

- ・ボランティアの方々も非常に重要な役割を果たしていた。彼らは必ずしもラグビーファンではないもののプライドを持って業務を行っており、多くは、今後もボランティアを継続したいと考えてくれていた。

ファンゾーン

- ・ファンゾーンは6週間オープンしていた。
- ・イングランドでは、構造物を30日以上連続して設置してはいけないため、公園の所有者である女王の許可を受ける必要があった。
- ・マスターカードやキャノンなどのスポンサー企業からの関心も高かったが、スポンサーからカウンシルには手数料などは支払われておらず、利益は得ていない。一方で、セキュリティやフード&ドリンクの許可などに係る手数料はカウンシルが支払っている。
- ・イングランドチームは、初期の段階で敗退することになったため、ファンゾーンが思ったほど収益を上げることができなかった。
- ・試合のない日には、映画やコメディ、子どものためのショーを催すなどしていた。

質疑

- ・多くの方が、RWCなどの大規模イベントは、経済効果を得たり、誘客のための好機であると考えているが、リッチモンドは、そういった目的のためだけではなく、地域住民のために開催したということか。
→そのとおりである。
- ・ファンゾーンについて、かかったコストはどの程度か？
→、テント、セキュリティ、スタッフ、パートナー企業などに対し100万ポンド以上が費やされた。収入は、飲食の売上などである。イングランド代表がもっと勝ち残っていれば、もう少し収入が得られたように思う。
- ・イングランド代表が早期に敗退したことにより予想より売上が少なかったとのことだが、その損失はカウンシルの予算でカバーしたのか。
→事前にスポンサーからの協賛金を得ていたため、問題にはならなかった。
- ・このRWCにおいて、経済効果や投資に関するプランや戦略を作ったのか。
→非営利でやっていたため、そのようなプランや戦略は持っていない。
- ・ファンゾーンの対象はどういった層を想定していたのか？
→ラグビーファンではない方々も含めた皆である。そのために、映画やコンサートなども開いた。
- ・いつファンゾーンの会場を決定したのか
→2年前の2013年である。

3 ミルトン・キーンズの事例（ミルトン・キーンズの事例 James Sloan 氏）

地域の概要

- ・ミルトン・キーンズは今年で市制 50 周年を迎える。
- ・中心部はニューヨークのように碁盤の目に区画されており、周辺は緑が多く、中心部は開発されている。また、さまざまな企業の本社がミルトン・キーンズにあるなど経済地域であるほか、たくさんのアーティストもおり、文化的にも栄えている地域である。
- ・ホテルの数は少ないが、ロンドンへのアクセスが良いため、宿泊先はロンドンで、日帰りでミルトン・キーンズに来るプランも可能。また、空港へもアクセスが良い。



RWC2015 に関するミルトン・キーンズの概況

- ・ミルトン・キーンズでは、3つの大きな試合が11日間に開催された。
- ・ミルトン・キーンズはイングランドの中央に位置していることもあり、主にイングランド国内からの観客が多く、スコットランドからの観客もいた。国外からは、フランス人やカナダ人が多く訪れたが、日本 VS サモア戦では、海外からの観客 3,200 人のうち、約 2,500 人が日本から来たと記憶している。
- ・フランス、サモア、フィジーの3ヶ国がミルトン・キーンズでチームベースキャンプを行った。

会場までの交通手段

- ・ミルトン・キーンズでラグビー観戦をしようという方は、多くが中央駅に到着し、そこからファンゾーンまでは歩くことになる。
- ・中心部からスタジアムまでは歩いて約 40 分かかることから、シャトルバスを準備した。自治体としては、シャトルバスの手配と駐車場の管理などに多額の予算を費やした。スタジアムまで歩いて向かう方もたくさんいたことから、案内板の設置や交通規制、約 600 の標識などさまざまな準備を行った。
- ・観客はプラスチックカップ入りの飲み物を購入することが多いことから、新しいゴミ箱を追加設置したほか、道路清掃などにも力を入れた。

ボランティア

- ・ボランティアについては駅からファンゾーンまでの誘導など、とても熱心に働いてくれ、RWCの気運の醸成にも一役買っていた。

ファンゾーンと周辺イベント

- ・リッチモンドのような大きな予算はなく、ミルトン・キーンズの歴史も浅いため、それほど人を引きつけられるとは考えていなかったが、ファンゾーンには結果として2万人の来場があった。特に最初の週末にはかなりの人出があった。
- ・11日間で40ほどのイベントを行った。ラグビーの試合がない日には、家族向けのイベントを実施した。週末には有名な80年代のシンガーを招き、フリーイベントを開催したほか、ドラムのパフォーマンス、花火なども実施した。
- ・そのほかビアフェスティバル、バーベキューなどさまざまな周辺イベントも開催された。周辺イベントは自治体として管理していなかったため、数は把握していない。

課題

- ・特に、ミルトン・キーンズとして観光に関するマーケティングプランを持つべきであったと感じている。ホテル、観戦チケット及び他のアクティビティと連携したパッケージプランもあったほうが良かった。
- ・そのほか、マーケティングや宣伝に関する制約や、スポンサーになってもらうハードルの高さ、イングランド代表が予想より早く敗退したこと、政治家や市民の期待値の高さなど、さまざまな課題があった。

経済効果・レガシー

- ・ミルトン・キーンズへの経済効果は、予測では5,600万ポンドと言われていたが、実際には3,900万ポンドに留まった。国外からの旅行者が消費した金額に基づく直接的な経済利益は600万ポンド（チケット代や交通費等を除く）。
- ・このRWC2015を契機として、新しいシティマーケティングを行い、街をより良くすることを目的に、コミュニケーションチームがカウンシルに設立された。
- ・今後の大規模イベントの招致についても協議中である。
- ・事後のフィードバックによれば、住民の84%がRWCによって地域に良いイメージを持ち、88%はミルトン・キーンズが試合の開催地となったことに誇りを持ち、94%は今後のイベントでもホストシティになって欲しいと感じている。

質疑

- ・横浜は東京の隣に位置していて、30分で都心にアクセスできるというミルトン・キーンズと似た地理的状況にあるが、試合観戦に来た方が横浜に宿泊せず東京に帰ってし

まうことを懸念している。何かアドバイスはないか。

→ (ミルトン・キーンズ) ミルトン・キーンズでは、ホテルのキャパシティが大きくないため、そもそも3万人を宿泊させることができるとは考えていなかった。また、スタジアムからファンゾーンが離れていたが、もしファンゾーンで経済効果を高めたいのなら、スタジアムに近接させたほうが良い。そのほか、地域に何があるかをPRするために、シティガイドを作成し、観戦に来る方に周知した方が良い。

・ファンゾーンがスタジアムから離れていた理由は、ただ他に近接した会場がなかったためか？

→ (ミルトン・キーンズ) スタジアムの近くに設置することもできたが、地域住民のためのファンゾーンを考えた際には、人口が集中しているシティ・センターの近くが良いと考えたためである。

→ (リッチモンド) スタジアム周辺では、オフィシャルスポンサーを保護するためにラグビーユニオンによる規制があり、スタジアムから一定の距離以内ではオフィシャルスポンサーしか活動ができなかった。

・試合の後には観客はロンドンに戻ることを想定していたということは、初めから観客を地域に宿泊させるような計画は持っていなかったという理解で正しいか。

→ (リッチモンド) その通り。リッチモンドはそんなに多くのホテルは持っておらず、リッチモンド内の他の観光地に行きたい場合でも、スタジアムからは離れていることから、他の日に改めて訪問することが想定された。

・ベースキャンプについて、チームのために地元自治体は何か行った活動や気運情勢のために実施したイベントはあるか。

→ (ミルトン・キーンズ) 市民セレモニーの実施やファンゾーンに招いた程度で、特別なことはしていない。

・ホストシティになったことによる最大の成果は、地域住民が自分の地域を誇りに思ったり、このような大規模イベントを開催できるという自信に繋がったことか。

→ (ミルトン・キーンズ) そのとおりである。物理的な、具体的なレガシーはないものの、住民はこのような大きなイベントの開催地となったことをとても幸せに思っている。

・何人くらいの自治体職員が関わっていたのか？

→ (リッチモンド) 例えば、自分はファンゾーンを担当していたし、1人は交通、1人はライセンスを担当していた。そのほか、コミュニケーションチームとして2人、アドミニストレーションとして他に2人、パートナー団体で働いている者もいた。ただし、RWCへの専任ではなく、同時に通常業務も担当していた。

→ (ミルトン・キーンズ) リッチモンドと同様で合計10人程度で、ファンゾーンの管理は他の組織が行っていた。