

大分県議会海外調査報告書



平成28年2月

ラグビーW杯イングランド大会並びにミラノ万博視察調査を終えて

この度、2015年10月15日から10月22日までの7泊8日間に亘り、広瀬知事を団長として、県議会（田中、嶋、古手川）、県執行部、佐藤大分市長等市執行部、県ラグビー協会、県経済界、別府市、別府市宿泊施設関係者及び報道関係者総勢40名の視察団がイギリス（ロンドン市ほか）とイタリア（ミラノ市）の2カ国を視察し、無事終了、帰国したところであります。

この視察団の目的は、第一に2019年に開催予定のラグビーW杯大分開催の成功を果たすためには何を準備するのか、第二に今回の万博参加により、県産品の輸出戦略と観光客のインバウンド戦略を如何に構築するのかという課題解決へのアプローチを具体的に現地、現場の中で見出すことにありました。

その目的達成のための情報収集や達成方法のアイデアと知恵、経済効果を上げるための組織の在り方、大会イベント実施による経済波及額と終了後のレガシー効果、さらに大会運営のための人的ネットワークの構築など多岐多様な分野を詳細に検討する必要性を痛感したところであります。

そこで、報告書の各論とは別に、特段、今後の課題とする点を列記し、視察提言を下記に記した次第であります。

- ① ラグビーW杯大分開催の開催準備のために既に大分県推進委員会が結成されているが、大会成功のためには、県議会独自の調査活動の場が必要であり、調査委員会の早期設立が望まれる。
- ② ラグビーW杯日本大会は20ヶ所で開催されるが、特に、福岡県と熊本県は、大分県と共に九州ブロックで同時開催されるため、各県との連携、協力体制の構築が重要である。訪日外国人のインバウンド政策として経済波及効果を最大値にするための観光戦略を交通、宿泊、物産品等の分野ごとに十分に検討する必要がある。
- ③ ラグビーW杯大分開催の成功のカギは人づくりであり、ラグビー人口の増加やファン層の拡大によるラグビー人気の気運の醸成が課題となる。そのためには、大分県ラグビー協会の組織強化と、県、市の行政支援はもとより、経済界、報道機関等の物心両面の協力体制を早期に構築することが重要である。
- ④ その他イギリスのおもてなしサービスの特色として、国家資格免許を取得したタクシードライバーの資質が高く、職業的にも高賃金であり、尊敬される職種となっている点である。2019年のラグビーW杯大分開催では、如何に国内外の観光客に対して大分のおもてなしサービスを提供できるかが、大分成功のカギとなるであろう。

又、ミラノ万博視察では、

- ① イタリアには、約600店舗の日本料理店があると言われているが、その大半は中国人が経営調理

する店であり、純然たる日本料理店が少ないのが現状である。そのため、国産の野菜をはじめ牛肉、豚肉、魚介類等の食材が供給されていない。従って今後は、県産食材の輸出の促進、安全で安定供給できる体制づくりが急務となっている。ミラノ万博では、2,000万人の入場者の中、200万人が日本館に殺到し、8時間待ちの行列ができる状況であり、日本食のレストランも大盛況であった。このことから、いかに日本食についての関心が高いかが判断できるのである。T P Pの脅威に萎縮するのではなく、県産ブランド品に自信を持って海外輸出に打って出るべきである。

- ② 特に農林水産物の輸出のためには、E U基準のHACCP(ハサップ)認証取得が必須である。県内加工食品企業の早期認証取得に対し、国及び県の補助金対策が必要である。
- ③ 今回の大分県デーには、乾椎茸、ブリの調理と酒、醤油等の紹介販売を行ったが、継続した売り込み作戦を展開するための拠点と人脈づくりが肝要である。

以上で、今回の海外視察に当たっての所感ならびに提言について申し上げた次第であります。いよいよ2019年ラグビーW杯日本大会も3年有余の準備期間となりましたが、着実に一步一步直面する課題に対して、県議会はもとより執行部をはじめ、視察訪問団が大分開催成功へのミッション（使命）を持って、前向きに取り組むことが大切であります。

平成28年2月29日
大分県議会議長 田中利明

ラグビーワールドカップイングランド大会 現地調査報告

期 間：H27.10.15(木)～H27.10.20(火)

場 所：イギリス（ロンドン等）

調査者：田中 利明 大分県議会議員

嶋 幸 一 大分県議会総務企画委員長

古手川正治 大分県議会議員

《視察概要》

（ラグビーワールドカップイングランド大会関連視察）

2019年のラグビーワールドカップ日本大会（大分開催）に向けて、それぞれの立場でイングランドでの大会運営や大会に関連した取組を視察した。また、座学により大分開催に向けて参考になる取組を学ぶために計画された大分県視察団に参加した。他県からの視察団もあったとのことであるが、現地担当者のお話によると大分県の視察団は最大であり、次期開催に向けての大分県の熱意を伝えることができたと感じた。

○平成27年10月16日（金）

RWC経済効果セミナー

（世界4大会計事務所の一つであるアーネスト・アンド・ヤング社(以下「EY社」)によるセミナー）

◆場所：トウィッケナムスタジアム EY社ホスピタリティ施設



EY社ホスピタリティ施設前にて



セミナー受講の様子

（概要）

- ・EY社はラグビーW杯のビジネスアドバイザーであり、その関係でホスピタリティを運営。また、大会運営、内部組織、開催都市へのアドバイスのほか、経済効果の分析も行っている。2019大会についてもEY社日本支社が組織委員会と一緒に仕事をしている。
- ・ラグビーW杯はサッカーW杯に次いで人気の高い大会。過去3回の大会で、チケットの95%が売れ

ている。開催都市にとっても多くのビジネスを呼び込みができる大会である。

- ・2015大会は、経済効果が高い。参加国は95カ国まで増えた。1987大会に比べるとチケット収入は220万ポンドまで増加。テレビは207カ国で放映されている。

(観光・経済効果)

- ・イングランド大会には46万6千人の外国人観戦客が世界中から訪れる。4割が欧州、残りはそれ以外のラグビー人気の高いオセアニア（豪州やニュージーランド）などから来る。
- ・一例として、あるオーストラリアからの観戦客の場合、24日間滞在し、3～4試合を観戦し、その間にいろんな地域を観光するようだ。
- ・ラグビーW杯の開催は、開催期間中だけでなく開催後にも効果が及ぶ。
- ・経済効果としては、インフラ投資、地方にチームが訪れるための施設整備、スタジアム以外にもファンゾーンへの投資、観光客の消費などの効果がある。
- ・大会期間中は300人の常勤雇用を生むほか、35,000人の雇用創出効果がある。
- ・2015大会では、ボランティアに約6,000名が参加、観光客への御案内などを行っている。
- ・経済的利益は非常に幅広い。訪問客へのアンケートでは、93%がまた来たいと回答。また、企業アンケートでは、50%の企業がネットワークが拡大したと回答するなど、数値に現せない「幸福感を与える」効果も非常に大きい。
- ・大会開催期間中は、開催都市が利益を享受することはもちろんのこと、その周辺都市も利益を受ける。開催都市は、それぞれ観戦客を観光客として誘致するための計画を持っている。
- ・経済効果の試算では、2015大会と2019大会では経済効果に大きな差はない。経済効果の内訳では、観客による売上がかなりの部分を占める。観客による経済効果をいかに大きくするかが問題。観客による売り上げは海外からの客がほとんどを占める。地元住民は、チケット以外の消費を控える傾向があり、地元住民による経済効果はあまり大きくない。
- ・客の数だけではなく、来ていただいた人の1人当たりの消費額をいかに大きくするかといった金額も大事であり、競技場以外にも、ファンゾーンを作って、お金を落としてもらう仕組みを作ることも大切。
- ・ラグビーW杯ではチケットを2枚3枚と買い求める人が多い。日程的に試合と試合の間隔が長いので、長い距離を観光で移動する人も多い。地元の観光協会なども協力して、観光パッケージを作っている。

(レガシー効果)

- ・企業や開催都市では、直接の経済効果以外にも、最近ではレガシー効果に対する関心が高まっている。ただし、過大な設備投資は負の遺産。ピーク時に対応できるホテルや飲食店を持たなければ、経済効果を実現できない。
- ・レガシーとしては施設などの物質的なものに目が行きがちだが、環境面、主体的なボランティア育成、外国語サインージ(標示)などへの投資は、その後の観光面でも役立つし、良いレガシーを残せれば経済効果も持続できる。

《質疑応答》

Q. 次回の2019大会は初めて東洋で開催されるが、メリットとデメリット、デメリットを克服するための方策などがあれば教示願いたい。

A. ラグビーW杯観戦客は、遠いヨーロッパ中から出かけてきて、期間中はあちこち旅行する。重要なことは、アジアで最初に行われるW杯として、これまでのW杯とは違うものにならないといけないと思う。

ヨーロッパからの観戦客が快適に過ごせる環境の整備が必要。ボランティアをたくさん配置して、観戦客に生じるいろんな問題が簡単に解決できるようにすることが大切だろう。

Q. 観戦客が快適に過ごせるように気をつけなければならないことは？

A. 多言語のボランティアの参加、観光客が集まる公共の場を設けること、一緒に楽しめてお金を使える場所を設けることが大切。開催都市では、規制を緩和して、観光客が楽しめる環境を整備することが大事。

日本-南アフリカ戦が行われたブライトンのスタジアムは収容人員25,000人。ブライトンのある地域は、他の地域に比べてラグビーがそれほど盛んではない。同試合終了後も、日本の勝利を祝うために、多くの観戦客が1時間以上スタジアムに残っていた。ファンゾーンでは、33,000人の人が試合終了後も残ってお祝いをしていた。このような、観戦客同士がお祝いを行えるような、そういった場所を設けることは非常に大事。

Q. 大会を成功させるキーワードは？（選手やファンのおもてなし、地元住民が楽しむ仕掛け、大きな大会を行う際の情報発信など。）

A. 地元の人々がチームとかかわりを持つようにすることが大事。もうひとつ重要なことは、24日間の滞在期間中の機会を提供すること。2019年は東京が中心となると思うが、どこでどんなことを観戦客に提供できるのかを示すことが必要。また、地元の学校やラグビースクールなど活用してサポーターボランティアを確保すること。ボランティアには「自分も大会運営に参加している」という感覚を持ってもらうことが大事。高いレベルから簡単なレベルまで、あらゆるレベルのホスピタリティを用意することも必要。

Q. ロンドンのような大きな都市ではない地方都市で開催する場合に参考となる取組みを教えてください。

A. 小さな都市では、大都市へのアクセスが大事。開催前からの宣伝も大事。仮にアクセスがよくない地域であっても、ラグビーが盛んな地域では、人気のない対戦カードであってもチケットは完売した。そのような地域では、開催よりずいぶん前から、道路沿いなどに多くの広報看板を掲示していた。これにより、人々はここが開催地である事を実感できていた。チケット価格決めも重要な戦略。非常に高い価格設定で、非常にレベルの高いおもてなしを行うか、複数のチケットを買う人や地元の人に買い求めやすいディスカウント価格で設定し、スタジアムを満席にする作戦もある。

Q. メジャーどころの試合を誘致できればいいが、ジョージア対ナンビアのようなマイナーチーム同士の試合しか誘致できなかつたら心配している。同試合の観客数とチケット販売数がわかれば教えて

欲しい。

A.確かに同試合は小規模な試合だった。会場のエクスター市は、市民が楽しめるようにという視点で投資を行ったようだ。結果として、25,000枚のチケットは売り切れた。チケットは15～16ポンドという価格設定も効果的だった。価格設定は家族観戦するのに非常に重要。

Q.マイナーチームばかり来る会場があるのは、何か理由があるのか？

A.大きな試合を開催しようとするなら、大きなスタジアムと、それを満杯にする保証ができることが必要だろう。

Q.日本でラグビーと言えば「ALL FOR ONE、ONE FOR ALL」という言葉があるが、本場のイギリスでは、ラグビーに対してどのような考えを持っているのか？

A.聞く人によって回答が違おうだろう。私の知り合いがU11の監督をしているが、子どもに向かって南アフリカ対日本戦の試合を何度も見せていた。終わるまで止まらない、これがラグビー。最後の5分間の日本チームの戦いは非常に勇敢でクールだった。これぞラグビー。重要なことは、試合後には皆で一緒になってお祝いをしたことだ。

Q.英国の皆さんから見て、日本チームをどう思うか？

A.日本チームはイングランドより1勝多いので、イングランドより強いと思う。中国、マレーシア、スリランカ、香港、フィリピンなども観客の注目を集めている。アジアにおいてラグビーが台頭してきつつあることが、ラグビー7人制が東京オリンピックから正式種目となった背景と理解している。日本はもちろん、日本の周辺においてもラグビーの人気は高まっている。ラグビーは既に国際的なスポーツであり、日本大会も多くのファンから期待されている。

Q.開催地の大分市の隣の別府市は国際的に知られた温泉地であるが、魅力的か？

A.数年前に10日間ほど日本に滞在したが、最も面白い経験は温泉だった。答えはYesだ。

日本代表チーム宿泊ホテル視察（対南アフリカ戦の際に日本代表チームが宿泊したホテル）

◆場所：ヒルトンブライトンメトロポールホテル

日本チームのミーティング部屋について、全体で300人程度が食事できるぐらいの広さのバンケットルームを日本チーム専用に貸出。同室を4つに区切り、①体操・ストレッチ室、②マッサージ&リラクゼーション室、③メディア対応室、④食事兼ミーティング室として使用した。南アフリカ戦以降はメディアの数が急に増えたことから、②+③をメディアルームとした。



①



②



③



④

- ・日本チームは50人ぐらいが10日間滞在したが、必要なトレーニングマット等の用具類は、全て日本チームが準備し持ち込んだ。
- ・ホテルにはプールとトレーニングルームが整備されていた（撮影禁止）。
- ・滞在期間中、日本代表は4～5回、朝5時半からトレーニングルームを利用した。
- ・トレーニング後はアイスバスを利用した。アイスバスは筋肉の再生に役立つ。
- ・ファンやメディアが押しかけて大変だったと言うようなことはなく、ホテル側で特に外来者の整理等を行ったことはなかった。ただ、日本が南アフリカ戦に勝利した後はメディア対応スペースを拡げた。
- ・日本チーム滞在中もホテルは普段どおりに営業し、一般客の受入や結婚披露宴も行った。
- ・食事は日本チームが用意したレシピに基づいて ホテルが提供した。特別な対応としては、おにぎりを提供した程度。
- ・受入に必要なものは、とにかく笑顔である。



ホテルの外観



レッドカーペットを敷いたホテルロビー

- ・日本代表がホテルを離れる際には、ホテルのロビー前にレッドカーペット(写真右)を敷き、従業員皆でお見送りをした。

ブライトン・コミュニティスタジアム視察（日本対南アフリカ戦が行われたスタジアム）

◆場所：ブライトン・コミュニティスタジアム



スタジアムの外観

地元サッカーチームのホームスタジアムとして建設した2011年完成の新しいスタジアムで、収容人員は30,750人、総工費約9,300万ポンド（約186億円）。

スタジアム全体にフリーWi-Fiを完備し、記者室はより高速のWi-Fiとインターネットを整備している。

普段はサッカー専用で利用しているスタジアムであるため、ラグビー仕様に変更。火曜日の夜にサッカーの試合があり、その終了後から金曜日の朝までにラグビー用に変更しなければならなかったため、その変換作業が大変であった。

観客が試合前に食事を摂る、あるいは食事を摂りながら観戦できるホスピタリティールーム。同様の部屋がスタジアム内に8箇所あり、全体で3,000人が同時に食事を摂ることが可能(キッチン8箇所)。



ホスピタリティールーム

メインスタンド下には、サッカーの試合開催時に売店を出す。観客の6割がここを通過して入場しており、1回の試合で、ビール85,000杯、パイ10,000個、ホットドッグ5,000個が売れる。



メインスタンド下の売店ゾーン

ホーム側更衣室の設備は比較的充実していたが、アウェー側更衣室は簡素な設備となっていた。シャワーはホーム側アウェー側とも間仕切りは無く、ホーム側には、アイス用とホット用のバスタブが設置されていた。



ホーム側更衣室内





アウェー側更衣室内



ウォーミングアップルーム



記者会見場



メディアセンター



同左

ラグビーW杯の開催準備には約2年を要しており、メディアセンター増設や更衣室改修などのW杯仕様にするための費用として、約50万ポンド（約1億円）を費やしている。

完璧な準備ができたと自負しており、加えて、日本が対南アフリカ戦で勝ってくれたおかげで、準備に要した2年間の苦勞が報われたとの感想があった。



人工照明による育苗の様子

サッカーとラグビーでは芝の長さが異なるため、人工照明を当てて芝を長くした。48時間でサッカー仕様の芝から、足の長いラグビー仕様の芝に変える必要があり、どうしてもこの設備が必要であった。

ブライトン市表敬

◆場所：ブライトン市役所

○リング市長、ジェフ助役、市ラグビーW杯担当者からそれぞれ話を伺った。

- ・ラグビーW杯はエキサイティングな経験。次のW杯に向けて準備が大変だろうが、それだけの価値がある経験だ。
- ・日本戦はブライトン市にとっても初めてのW杯の試合。最後の数分間に見せた日本代表選手の勇気に感動した。日本チームから貰った「ミスターラッキー」（だるま）は我々の宝物である。
- ・芝の変更、プレスルーム増設、更衣室増設など、50万ポンド（1億円）ほど要した。



ブライトン市庁舎

- ・ブライトン市は人口約30万人で、今も増え続けている。IT産業が盛んで、多くのIT関連中小企業が立地している。
- ・ブライトン市は観光の街でもある。新しい産業が伸びていくときには、若い人が中心となるものだが、今の若い人にとってはブライトン市は魅力的な街だろう。
- ・日本代表戦は、今まで見た数多くのラグビーの試合の中で最もすばらしいものだった。



リンダ ブライトン市長

- ・ブライトン市はもともといろいろなイベントのホストシティとして有名であるが、ラグビーW杯のホストシティとなることで、プロスポーツの知名度を上げていきたいと考えている。
- ・地元のラグビーチームは、新しく素晴らしいスタジアムを持っていることから、チーム関係者と市が一緒になってラグビーW杯の誘致に動いた。今回のラグビーW杯の開催都市となることによって、ブライトン市が国際的なスポーツ大会を運営できる能力があることを示したかったが、日本代表戦のおかげで、それを示すことができた。
- ・W杯の開催により、全体で8億3千万ポンドの経済効果、22,000人の雇用創出。
- ・ブライトン市のプロモーションの一つとして、南アフリカの放送局が2階建てバスをスタジオにして、1週間前から放送を流した。これは素晴らしい効果があったと思う。我々がお金を出してもできないことだった。
- ・ブライトン市では、若い人や学校の生徒の間でラグビーが盛んになりつつあるようだ。W杯に向けて皆で一緒にやってきた効果だろう。ブライトンの人々は、ビーチサイドに設けたファンゾーンなどの準備に3年間にわたって参加してくれた。日本戦がそれに華を添えてくれた。
- ・経済効果を上げるためには、地元のホテルに泊まってもらって、レストランなどで食事をとってもらうことが重要となる。
- ・スタジアムが街のはずれにあることから、ファンゾーンは中心部のビーチサイドの風景が美しいところに設置した。ファンゾーンからスタジアムまでのアクセスとしてシャトルバスを運行し、33,000人を運んだ。
- ・スタジアムの開場時間、シャトルバスに乗るためにはどこに集まって、どこで降りるといことは、事前にかなり宣伝した。
- ・パークアンドライドのバスは駅から15～20分おきに運行した。
- ・観客の多くがかなりのビールを飲んでしたが、騒動等は発生しなかった。
- ・地方都市のブライトンから大分へのアドバイスとしては、とにかく大分の一番良いところをメインにして売り出すことだ。そうすることで、観戦客が大分に長く宿泊してくれる。



○平成27年10月17日（土）

RWC杯キャンプ誘致・観光誘客セミナー（英国在住経営コンサルタント西川千春氏によるセミナー）

◆場所：ヒルトンロンドンオリンピックホテル

（ロンドンオリンピック・パラリンピックの目的）

- ・イギリスをスポーツ先進国として発展させること、ロンドン東部地域の再開発（インフラ整備）、次世代を担う青少年に夢と希望を与える（子どもたちにわかりやすいメッセージ）。
- ・イギリスはPRやアピールが上手く、日本がこれから学ばねばならない部分である。イギリスは、創造性にあふれ、多様性を認め、ホスピタリティを持った、生活・観光・ビジネスにとって魅力的な国であることをアピールしていた。

（ボランティアの概要）

- ・応募24万人の中から7万人を選出。
- ・会場案内、競技、ロジスティクス、交通など、860種類にもわたる役割を担い、80以上の会場や施設に振り分けて配置。
- ・事前に最低3日のトレーニング、期間中に最低10日間のボランティア業務に従事したが、ボランティアには、ユニフォーム、交通ICカード、食券を支給し、謝礼等はなく感謝状のみ。
- ・目に見えないものとして、ボランティアにはオリンピックを成功させたという充実感・達成感がある。



講師の西川氏

（日本開催の課題）

- ・標識は読めないし、英語は通じないなど、東京ほど「外国」だと感じる街はない。
- ・日本は「おもてなし」が独り歩きしている感じ。おもてなしだけではコンテンツとは成りえない。
- ・相手がどういふことを欲しているかを理解することが必要。日本人の観光客を相手にするのなら、日本人同士だからわかっている。外国人との文化の違いを理解したうえで、おもてなしをすることが必要である。日本は日本人が98%を占める国であり、外国人とはおもてなしに対する感覚の違いもあるし、勘違いもある。例えば博学をひけらかすようなボランティアガイドは押し売りのようなものである。
- ・日本はかなり特殊な国だということを理解する必要がある。例えば街中のATMでデビットカードを使って現金を下ろすことがほとんどできない。日本人なら当然知っているのに、説明の必要は無いが、外国人にとってはATMでデビットカードを使って現金を引き出せることのほうが常識。アフリカの小国でもできるのに、日本ではできないなど、そんな事例がたくさんある。
- ・観光は2週間から3週間滞在して、観戦のみならず、食事をしたり、文化を感じたりすること。安



全なだけでは決して観光客は来ない。

- ・日本は1泊2日の旅行程度しか楽しまないが、世界中の裕福な人々は楽しみ方が違う。日本は食事が終わった後の大人の楽しみが不足している（カジノなど）。そういった夜の観光を考慮しなければならない。日本の観光地の夜は意外とお店が閉まっている。夜景を楽しむクルーズやカジノのような娯楽が必要。日本文化を楽しめるイベント、例えば着物の着付けなどの企画の検討を。
- ・大分県はコンテンツがとても充実している。率先してがんばって欲しい。
- ・世界中の人は、日本語で情報収集していない。全て英語で情報収集。ただ、ラグビーは競技人口が広がっており、英語対応だけではダメだろう。日本大会では英語、中国語、韓国語が必要ではないか。
- ・ハラル対応については、極端な人については無視してもよい。そのような人たちは、どこに行くにも自分の食べ物を必ず用意してくる。ただし、必ずベジタリアンのメニューをオプションとして用意し、メニューに載せておくこと。ベジタリアンの場合は、鰹節の出汁はダメだがしいたけの出汁なら良いので、そのような細かいことも記載しておくこと。肉料理についても、何の肉か必ず記載しておくこと。

ジャパンパビリオン視察（日本を紹介するパビリオン）

◆場所：ロンドン市内

場所はウエストミンスター寺院前の緑地にあり、付近にはビッグベンなどの観光名所もあり、非常に交通アクセスの良い立地環境にある。



パビリオンの外観



近隣のウエストミンスター寺院

パビリオンはこじんまりとしたプレハブの仮設建物で、ガラス張りで中は明るいですが、周囲にはラグビーW杯開催中であることを思わせるような幟旗等の装飾品は一切無かった。

日本対南アフリカ戦で日本が勝利した後とあってか、視察したお昼前の時間帯には、まずまずの人が訪れていた。周囲には中国人観光客も多数いたが、日本に興味が無いのか、それともラグビーに興味が無いのか、パビリオンに入ろうとする人はいなかった。

パビリオンの中では、着物の着付け、畳、書道などの日本文化の紹介のほか、ボールを穴の中に投げ込むチャレンジゲームコーナーや、日本戦でのトライシーンを再現した写真を撮影できるコーナー（右下写真）なども設けられており、いずれも待機列ができるほどの盛況ぶりだった。



着物の着付けや書道の体験コーナー



けん玉やガチャガチャなどの紹介コーナー



ボール入れゲームコーナー



トライシーンの撮影コーナー

ファンゾーン視察（トゥイッケナムスタジアム近くに設けられたラグビーファンのための施設）

◆場所：オールド・ディア・パーク

ファンゾーン会場のオールド・ディア・パークは、トゥイッケナムスタジアムから約4kmの距離に位置している。ファンゾーンは柵で囲まれており、専用の入口が設けられていた。入口ではカバンの中まで検査されたほか、ボディチェックを受けるなど、警備は厳重に行われていた。ファンゾーンは極めて広大な敷地で、各種飲食売店、オフィシャルショップ、コンサートやパブリックビューイングができる大型スクリーンを備えた大型テント、トイレ、観覧車などの遊園地などを仮設で設置していた。会場内のオフィシャルショップでは、多くの人々がグッズを購入しており、支払いはほとんどクレジットカード（ビザ、マスターカード）を利用していた。

大型テント内では、地元のグループによるコンサートが開催されていた。内部には売店も設けられ、テーブルについてビールを飲んでいる人が多数おり、またテント後方には観覧席も設けられているなど、かなり大型のテントである。

敷地内にはラグビーピッチが設けられ、視察した時間帯には、地元のラグビーチームが試合を行っており、多くの人々がビールを飲みながら観戦していた。



ファンゾーン看板



ファンゾーン入口



ファンゾーン



仮設遊園地



オフィシャルショップ



大会紹介のテント



大型テント内部の様子



同左



ゾーン内のラグビーピッチ



仮設トイレ

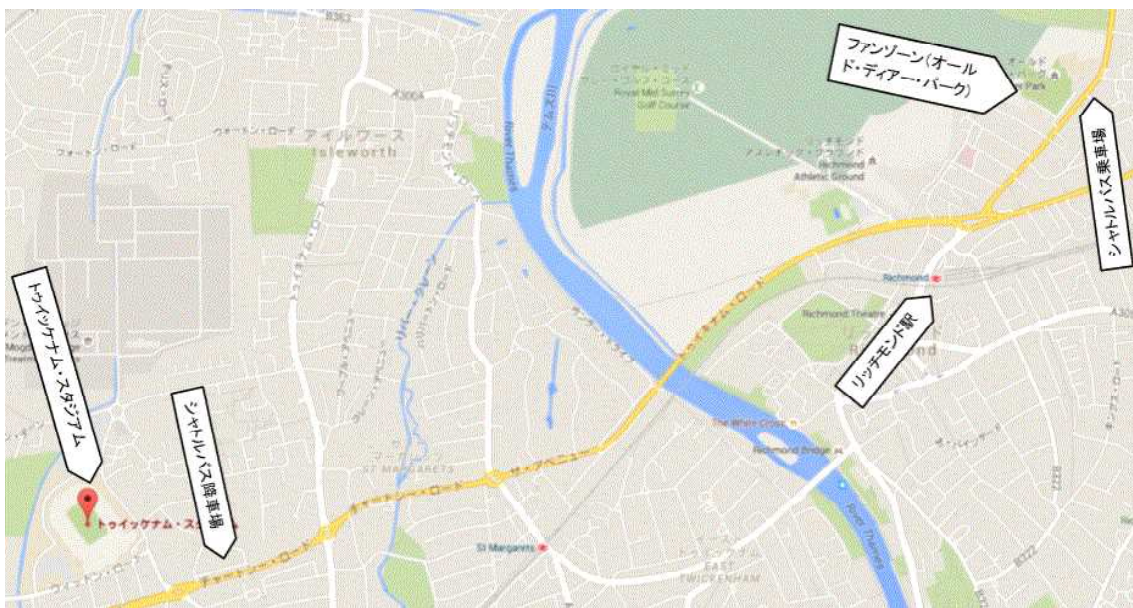
トウイッケナムスタジアム周辺及び試合視察

◆場所：ファンゾーン周辺～トウイッケナムスタジアム周辺

(スタジアム周辺)

スタジアムとファンゾーンの間は、無料のシャトルバスで連絡している。

観客の多くはロンドン市街地から鉄道にて来場。リッチモンド駅で降車し、ファンゾーンもしくはスタジアムまで徒歩で移動していた。(アップダウンは一切なく、徒歩での移動は容易。ファンゾーンでビールを購入し、歩きながら飲んでいる人が多い。)



マイカー用の駐車場は特に設けられている様子にはなかったが、トウイッケナムスタジアムは住宅街にあるため、住宅街の街路に路上駐車する観戦者も多いとのことであった。

シャトルバス乗車場付近の道路は、試合開始前後3時間半まで、一般車両の通行を禁止しており、シャトルバスの運行はスムーズであった。シャトルバスは全て2階建てバスで運行され、1台当たりの輸送人員が多く輸送効率が良いと思われるが、乗降には時間を要していた。シャトルバス乗車場の駐車場は一般車両乗り入れ禁止し、ここまでマイカーで来てシャトルバスへの乗り換えはできないようだった。

シャトルバスに乗らず、乗り場を素通りしてスタジアムに向かう人も多い。写真は試合開始2時間

前だが、利用者が思いのほか少ないため、乗車待ちの待機列はできていなかった。



ファンゾーン及びスタジアムへの案内板



シャトルバスの車列



乗車場:利用者が少なく待機列がない



シャトルバスを利用しない人々

シャトルバス降車場付近は、バスの利用者が少ないためか、混雑している様子はない。鉄道利用者は、この道路沿いではなく、住宅街の中を歩いていると思われる。



シャトルバス降車場の様子



シャトルバス降車場からスタジアム方向

スタジアムに入る直前の通路の幅が狭いため、鉄道利用者の列と合流したとたんに大混雑となる。右も左も人だらけで、ただ人の波の流れる方向に進んでいる。だが、足早に先を急ぐ人はおらず、流れはゆっくりしていたので、危険を感じるような場面はなかった。また、案内板等がほとんど目に付かないため、どこに流されているのか不安感があったが、交通整理員や案内員は見当たらなかった。



通り沿いの中古車販売店の敷地から



スタジアム付近の混雑状況

会場周辺にも装飾等は少なく、ここがW杯の試合会場とは思えないほどであった。既にビールを飲んで酔っている人が多くいた。ビールを飲むのが当たり前の様子であり、試合前からお酒を飲んで雰囲気を楽しむようだった。



入場ゲート前



入場ゲート前のオフィシャルショップ

入口のゲート数はかなり多かったため、手荷物検査を行っているにもかかわらず、ゲート前が混雑しているようなことはなかった。

観客席への動線は主として階段利用でエスカレーターも設置されていたが、人が多すぎて近づく状況ではなかった。エレベータは車椅子の観戦客を見かけたので、どこかに設置されているものと思われる。



入口ゲート



スタンドへの階段

ゲートを抜けると混雑は多少緩和しているものの、2階席、3階席に上がるための階段に人が集

中しているため大混雑しており、転倒・将棋倒しの危険も感じた。また、混雑が酷いため、スタジアム内の設備等は見ることができなかった。



入場ゲートの内側



同左

(試合観戦の様子)

8万2千人を収容するスタジアムはラグビー専用であるためかプレーする選手が近く感じられ、2階席中段での視察であるにもかかわらず十分に迫力があつた。

サッカーと違い、両チームを応援する人が混在して座っているが、トラブル等は一切なし。

多くの人がビールを飲んでおり、ビールをシートや床にぶちまけるなど、一部の観客のマナーは悪い。トイレやビールの購入に立つ人がいれば、その列の人はさっと立ち上がって移動しており、その点の観戦マナーは高い。

既に何試合が行われていたが、遠目には芝が傷んでいる様子は見受けられず、芝を根付かせる工夫がされていると感じた。



スタジアム内全景



2階席の様子



ピッチ内芝生の様子



同左

試合終了後は我先に外に出ようとするような人はおらず、極めてゆっくりと人が流れていた。スタジアム内やスタジアム前広場のあちこちで、陽気に歌ったり、ビールを飲んだり。我々が日本人だとわかると話しかけてきて、日本代表を称えてくれる人も多かった。



試合終了後のスタジアム前



同左

(ホスピタリティ施設)

ホスピタリティ施設（トゥイッケナムパビリオン）は意外と閑散としていた。スタジアム内にはまだ多くの観客が残って余韻を楽しんでいたもので、我々の退場した後に客が入ったのかもしれない。中で食事を楽しんだりすることができるガラス張りの美しい仮設施設であったが、有料のため、中に入ることはできなかった。

帰りのシャトルバスでは、利用者はさほど多くはなかったものの、バスがなかなか来ずに少々待たされた。シャトル乗り場までの混雑もさほどではなく、8万人の観戦者はどこに行ったのかと感じた。日本開催時も、試合後に観客をうまく分散させる工夫が必要である。



ホスピタリティ施設前



シャトルバス乗車の様子

○平成27年10月18日（日）

大英博物館視察

- ・大英博物館の観覧料は無料。
- ・運営費の多くは寄付金によって賄われているとのことであり、これだけの施設を寄付金主体で運営できていることに驚いた。
- ・展示物は大英帝国時代に世界各国から集めてきたものである。



ロゼッタストーン



モアイ像

○平成27年10月19日（月）

ニューハム特別区訪問（ロンドンオリンピック及びラグビーW杯開催地）

◆場所：ロンドン市ニューハム区役所等

（概要）

ニューハム区はロンドン市に32ある特別区の1つでニューハムはロンドンの東側に位置し、第2次大戦では非常に激しい爆撃を受けている。40年前のニューハムは何もなく、訪れる人もいない地区だったが、ロンドン市長が都市再生の重点地区に指定し、2000年に最初の再開発が始まり、自動鉄道の新設や空港の建設が行われた。主に中国の会社が再開発を行い、アジア中からさまざまな企業が進出してきており、空港開港のおかげで欧州中の都市と結びつくことができるようになった。



ニューハム区役所

オリンピックの開催のために、バスターミナルの新設等の交通システムの改善に莫大な費用を投じており、ラグビーW杯のファンゾーンの費用は全てニューハム区が負担した。

（ロンドンオリンピックについて：ジョン・カウス氏）

- ・オリンピックについては、6年前から開催準備を開始した。
- ・レガシーを作るための部署をロンドン市長が設置し、その中でどのようなレガシーを作っていくかを検討し、レガシーとして残そうと決めたのは、都市の再生、スポーツの振興、施設の新設の3つに決定した。
- ・重要なポイントは、景気後退期にもかかわらず再開発を一緒に行ったことで、オリンピック施設については、ほとんど再利用できる施設、あるいは恒常的に利用できる施設として建設するよう配慮した。
- ・代表的な施設については、その後の利用に過剰でない程度に規模を縮小するなどの工夫をした（スタジアムは80,000人→53,000人、サイクリングセンターやスイミングセンターは観客席を撤去して椅子は学校で再利用など）。また、通信設備なども、オリンピック後の利用を考慮して整備した。
- ・その後の住民利用が安価なものとなるよう、高価なものとして整備しなかった。設備整備に当たっては、セキュリティや安全性も重要視したポイントである。
- ・これらの施設を作るために、コストのことを意識した。トップアスリートが利用するだけでなく、むしろ住民の利用を考えて作った施設である。
- ・もう一つのレガシーは、住民がオリンピックに参加したという意識を持ってもらうこと。参加意識を持たせるためのボランティア参加、テストイベント参加、オープニング参加などを呼びかけたほか、チケ



ットを住民用にある程度確保した。また、児童がオリンピックから刺激を受けるよう、児童のテストイベント参加や施設の学校利用に配慮した。

- ・何を住民に与えるかを考えるとともに、住民が何を持って住民がオリンピックに参加できるかを考えた。2005年に誘致の名のりをあげた際、区長は「住民がこのオリンピックに最大限参加できるかどうかのカギ。それがレガシーになる。」と言っていた。
- ・1950年代以降のこのエリアは忘れ去られたような地区で、産廃施設などが集中していたが、ロンドンオリンピックの再開発により生まれ変わった。
- ・住民とのコミュニケーションが非常に重要。オリンピックに向けて何が行われているか、それにより住民がどのような影響を受けるのかを丁寧に説明することが必要。
- ・ニューハムの地価がロンドンの他地区より安かったことが、再開発を容易にした。その結果、再開発により新たなビジネスを呼び込むことに成功した。

(ラグビーW杯について：ゴードン氏)

- ・大会48試合のうち5試合がニューハムで開催される。
- ・12開催地のうち、ラグビー専用スタジアムが4、サッカーとの兼用スタジアムが7、多目的スタジアムが1。ニューハムは多目的スタジアムであり、このスタジアムをオリンピック仕様からラグビーW杯仕様に変えることが必要となった。もともとは25,000人規模の陸上競技場として整備されたもの。これを80,000人規模に変更する必要があった。
- ・全てが恒久的なものでもなく、全てが仮設でもない。周囲に架かる橋のうち1本を撤去し、階段を新たに設置。屋根は天使の輪のような形をしたナイロン製のもので、欧州のスポーツ施設としては最大級のものである。前方の席はトラックのところまで移動することが可能。これにより、陸上競技場としても使えるとともに、ピッチを使用する競技のスタジアムとしても使える多目的施設となっている。

《質疑応答》

Q.芝の種類は。

A.ハイブリッドターフでDesso社製。20cmの深さまで人工芝を埋めて、その上に天然芝を植えると、人工芝に天然芝の根が巻きついて、はがれにくくなる。このため、連続して試合を行うことが可能。

Q.オリンピック会場からラグビーW杯会場への変更に要したコストは。

A.オリンピック終了からこれまでに、約2億ポンド

(約400億円)のコストを要しているが、この中に変更コストが含まれている。変更コストだけで幾らかは把握していない。変更コストは主として屋根のコストである。

Q.再び陸上競技場に戻すにはどのぐらいの時間が必要か。



オリンピックスタジアム外観

A.可動席を戻して人工芝を撤去し、もともとの陸上競技場に戻すには、約7日間必要。

Q.大会の運営組織の主体は行政か、それとも組織委員会か。

A.運営は組織委員会が責任を負い、スタジアムについては行政が責任を負っていた。

キャンプ地訪問（W杯に出場したイタリア代表とナンビア代表のキャンプ施設と宿泊施設）

◆場所：サリー州コバム

①コバムラグビーフットボールクラブ

ロンドンから南に位置する町にあるコバムラグビークラブは地元のアマチュアラグビーチームで、チームベースとなるための活動は2012年末から開始した。123項目にも及ぶアンケートに回答したことから始まる。

チームベースとなる資格を与えられた2014年以降、各国のラグビーユニオンの代表者が視察にきたが、そのうちのイタリアとナンビアが、コバムをチームベースとすることを決定した。

クラブハウスには2つの更衣室、トレーニング室、複数面のピッチがあり、国際ラグビー基準を満たしている。プールとホテルは近隣の施設で、基準により5マイル以内になくはならなかった。また、ウエイトトレーニング室はなかったが、チームベースの立候補に併せて整備した。



クラブハウス内



意見交換の様子



キャンプの様子の放映



クラブ所有のピッチ

《質疑応答》

Q.イギリスにはコバムクラブのようなアマチュアクラブがたくさんあるのか？

A.たくさんある。W杯では、チームベースとなった40箇所のうち6箇所が、コバムのような地元クラブの施設だった。

Q.誘致はコバムクラブが直接交渉したのか？

A. 組織委員会からの紹介。コバム側から選ぶことはできず、出場チーム側が選んだ。ランクの高いチームから選んでいったようだ。コバムには、ニュージーランド、アイルランド、フランスのヘッドコーチやアシスタントコーチが視察に来た。アンケートには84の施設が回答したようだが、そのうち40の施設がチームベースとなった。チームベースは全て組織委員会が決定し、決定後の詳細はそれぞれのチームベースで決定していった。

Q. ウェイトトレーニング施設の整備のタイミングは？その予算は？

A. チームベースとなることが決定してから整備した。費用は全て組織委員会が負担した。

Q. チーム滞在中の見学者対応は？マスコミ対応は？

A. 2チームとも部外者の来場禁止だったが、両チームとも1回はオープントレーニングを行ってくれた。その時だけ、地元の子どもたちとの触れ合い等ができた。マスコミの対応は全て組織委員会のセキュリティに任せていたので詳しくは不明だが、マスコミOKの日を示し、その日の15分間だけ、チームの広報が対応した。

Q. 滞在期間は？

A. イタリアチームは10日間、ナンビアチームは5日間。

Q. コバムラグビークラブの規模は？

A. 5～12才が500人、12～18才が250人、大人が140人ぐらい。

Q. キャンプ誘致は主としてクラブがやったのか、それとも行政がやったのか？

A. 誘致はクラブが行い、チームベースとなることが決定してから行政が協力してくれた。内容は、歓迎レセプションや歓迎装飾など。

Q. 誘致にあたって一番大事なことは？

A. ピッチだ。

Q. 受入対応で一番大変なことは何だったか？

A. チーム側の急なスケジュール変更に合わせてるのが大変だった。チームベースとなる前にスケジュールは貰っていたが、トレーニングの都合で急は変更要求が多く、対応が大変だった。

Q. チームの世話のためにずっと付いていたのか？

A. ほぼ付いていた。チーム規模は最大時で選手とスタッフで48名 + セキュリティスタッフが5名。これを受入側スタッフ6名、組織委員会1名、セキュリティガード2名で世話をした。

Q. 事前キャンプを受け入れて良かったことは？

A. 一生に二度とない経験をさせて貰った。チームと地元の交流は素晴らしいことだった。

Q. これから誘致を進める我々にアドバイスを。

A. 取り掛かりの早さ。早ければ早いほどいいだろう。2013に届いたアンケートには、全てのチームの要望が書かれているので、これを全てまかなえることが必要だろう。

Q. これだけ素晴らしい施設は、日本代表チームでも持っていない。地方のアマチュアクラブがこれだけの施設をどうやって運営しているのか？

A. 我々がこのレベルに持ってくるまで10年かかった。大事なものはピッチ。トレーニング室やプールは借りることで対応できる。プールは近ければ近いほど良い。メンバーが1,000人で運営費を負

担し、メンバーシップ料もいただいている。スポンサー料（ピッチサイドに広告掲出）、Tシャツの販売、クラブハウスの貸出料などの収入でまかなっている。8年前にクラブハウスを建設した際には、政府から30万ポンドの補助金もいただいた。ピッチの整備には50万ポンドを要した。

Q.チームベースに立候補するきっかけは？

A.立候補を考えてもいない時に、サモアチームがチームベースに使えるかと見に来た。それがきっかけで、チームベースに立候補する手続きを調べ始めた。



記念品交換の様子

②コバムACSインターナショナルスクール

コバムにある私立学校で裕福な家庭の子どもが通っており、全寮制、年間授業料が約480万円、寮費が約400万円必要となっている。コバムラグビーフットボールクラブから約3マイルに位置し、スポーツに力を入れており、体育施設が充実、ゴルフコースまで備えている。

ラグビーW杯イタリアチームとナンビアチームのキャンプでは、プール(温水)とウエイトトレーニング施設を提供した。



グラウンド



体育館



プール



トレーニング施設

③ウッドランドパークホテル

コバムにある、かつてチャーチル首相も宿泊したことがある1888年建築の高級ホテルで、コバムラグビーフットボールクラブから約3マイルに位置している。普通の部屋で1泊4万～6万円(朝食のみ)である。

両チームとも気に入って、部屋のサイズもちょうどよいサイズだと言っていた。チームオーガナーザー、コーチ、運営側はスイートルームに宿泊、選手は普通のシングルルーム等、選手一人ひとりの体格を事前に聞いて、必要なサイズのベッドを用意した(視察したダブルルームは、日本のホテルの一般的なダブルルームのサイズと大差ないように感じられた)。

24時間態勢で選手のリクエストに応じられるようにしており、特に選手から多かったリクエストは、家族と一緒に過ごしたいとの希望で、その場合は家族で泊まれる部屋を用意した。

全57室しかない小さなホテルなので、急な増員等の対応は不可能であり、増員等が予想される日には、ホテル側で念のために部屋を空けておいた。ルームサービスについては、昼間も練習に参加せずにホテルでくつろいでいる選手もいたため、24時間対応したとのこと。



ホテル看板



ホテルの外観



スイートルーム



ダブルルーム

ミラノ万博（大分県デー）視察 現地調査報告

期 間：H27.10.20(火)

場 所：イタリア（ミラノ）

調査者：田中 利明 大分県議会議長

《視察概要》

（ミラノ万博関連視察）

日本館で開催された大分県デーの開催に合わせて会場内を視察。大分県デーでは広瀬知事の大分県の魅力プレゼンテーションを補佐し、プレゼン終了後には広瀬知事とともに来場者に竹鈴のプレゼントを行った。また、本万博では最も人気が高かった日本館の視察も行った。

○平成27年10月20日（火）☆ミラノ万博大分県デー

日本館視察

ミラノ万博は終盤を迎えて活況であった。

建物内外に日本の木材を使い、演出では人が触ると写真が流れるように動くようになっており、パビリオン内のデジタル演出にも配慮するなど、ハイテクを用いて日本らしさをうまく演出している印象を受けた。

日本館は1番人気で、視察を行った日も朝から7～8時間待ちとなっており、イタリア人にここまでの行列を作らせる演出は大変素晴らしかった。



入場ゲート



入場ゲート内



日本館入館待ち時間の表示



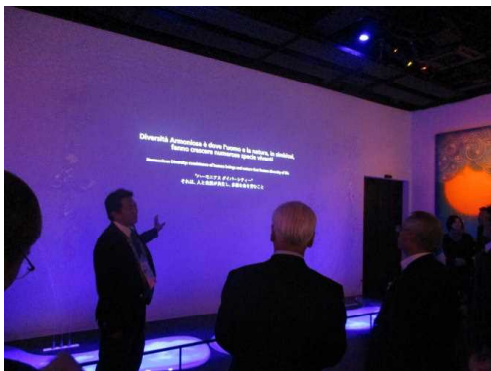
日本館入口



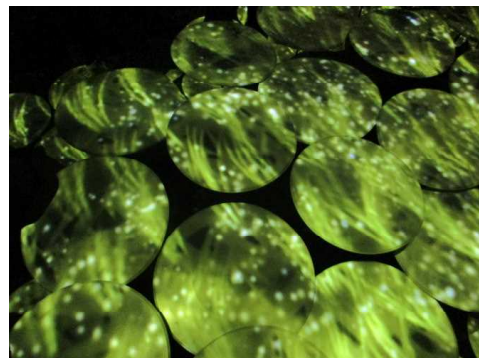
日本館建物内



日本館外部の木材による装飾



日本館の演出



日本館の演出



日本館の演出



日本館の演出



日本館内：食の紹介



日本館内：映像による演出



体験型演出(日本館内)



体験型演出(日本館内)

大分県デー

大分県デーでは竹細工の実演や料理の実演が行われ、観客は日本の文化を熱心に見ていた。ちらし寿司の実演では、試食の配布が行われ、観客からは好評であった。また、大分県のプレゼンでは、知事から国東半島宇佐地域世界農業遺産や温泉や歴史遺産などの観光資源についての紹介が行われ、プレゼン後は、広瀬知事、田中議長ほか経済界からの参加者による来場者へ竹鈴が配布され、瞬く間に竹鈴が無くなった。

イベントステージ後方の日本館の和食レストランも大人気であった。



大分県デー参加者



大分県デーでの竹細工の実演



大分県デーでのちらし寿司の実演



実演を熱心に見入る観客



知事による大分県のプレゼンテーション



来場者への竹鈴配布の様子