

《研究ノート》

ラグビーワールドカップ2011 ニュージーランド大会におけるレガシー

西 機 真, 上 野 裕 一

The Legacy of Rugby World Cup 2011 New Zealand

Makoto NISHIKI, Yuichi UENO

キーワード：レガシー，ラグビーワールドカップ，ニュージーランド

Key Words: Legacy, RugbyWorld Cup, New Zealand

1. はじめに

ラグビーワールドカップは、オリンピック、FIFAサッカーワールドカップに次いで、世界で3番目に大きな国際スポーツ大会と言われている。2019年には、第9回大会が日本で開催されることが決まっており、本年2015年3月には開催都市が決定し、本格的な準備が始まる。こ

れまでラグビーワールドカップはラグビーの強豪国といわれる、古くからの国際ラグビー評議会の加盟国での開催に限られており、2019年大会はアジアで初の開催となる。

そして、翌2020年には東京でオリンピックが、2021年には5万人を超える参加者が競うワールドマスターズゲームズが関西で開催されるなど、世界的なスポーツイベントが立て続けに本国で

図表1 ワールドカップの歴史

| | 開催年 | 開催国 | 優勝国 | 本戦 参加数 | 予選 参加数 | チケット 販売数 | TV 放映国 | TV 視聴者 |
|-----|------|---------------------|----------|-----------|-----------|-------------|-----------|-----------|
| 第1回 | 1987 | ニュージーランド オーストラリア | ニュージーランド | 16 | 16 | 60万枚 | 17 | 2.3億人 |
| 第2回 | 1991 | イングランド | オーストラリア | 16 | 31 | 100万枚 | 103 | 14億人 |
| 第3回 | 1995 | 南アフリカ | 南アフリカ | 16 | 52 | 110万枚 | 124 | 23億人 |
| 第4回 | 1999 | ウェールズ | オーストラリア | 20 | 69 | 170万枚 | 209 | 31億人 |
| 第5回 | 2003 | オーストラリア | イングランド | 20 | 82 | 189万枚 | 193 | 34億人 |
| 第6回 | 2007 | フランス | 南アフリカ | 20 | 94 | 225万枚 | 200 | 42億人 |
| 第7回 | 2011 | ニュージーランド | ニュージーランド | 20 | 92 | 135万枚 | 207 | 39億人 |
| 第8回 | 2015 | イングランド | | 20 | 80 | | | |
| 第9回 | 2019 | 日本 | | 20 | | | | |

開催される。巨額の税金や寄付を投じて、大きな国際スポーツ大会を開催する国や都市、あるいは中央競技団体などは、そのスポーツの振興に限らず、大会運営を契機に様々な分野に良い影響をもたらすことを期待して大会を招致する。近年では、こうしたスポーツイベントによる影響を「レガシー（遺産）」と称して、様々な取り組みや調査・研究がなされるようになってきた。

しかしながら、ラグビーワールドカップに関する調査・研究は多くない。日本で開催される大会における将来のレガシーについて検討していくためにも、ラグビーワールドカップにおけるレガシーの過去や現状を整理していく必要がある。そこで本稿では、2011年ニュージーランド大会でのレガシーに対する取り組みについて整理していく。

2. 大会計画に求められるレガシー

今日では、大会を主催する国際競技団体が、開催国に対して、レガシーの創出を大会計画

に求める。例えば、「オリンピック憲章」には、2002年から「オリンピック競技大会のよい遺産を、開催国と開催都市に残すことを推進すること」（第1章「オリンピック・ムーブメントとその活動」第2項「IOCの使命と役割」14号）と明記され、レガシー創出に関する具体的なプランが大会計画に求められる。

過去のオリンピックの招致都市立候補ファイルと開催都市最終報告書を整理した次の表のように、近年オリンピックにおける「レガシー」の概念は多様になっている。

ラグビーワールドカップにおいても、2011年のニュージーランド大会からレガシープログラムの導入が本格的に始まった。国際ラグビー評議会と開催国協会が交わす契約Host Union Agreement (HUA) において、ワールドカップ開催の権利が与えられる一方、様々な義務が求められ、レガシープログラムの提供も含まれる。

国際ラグビー評議会は、レガシープログラムの総称を2013年から「IMPACT Beyond」とし、

図表2 立候補ファイルと最終報告書におけるレガシーの分類

| レガシー | 事 例 (有形・無形の双方を含む) |
|---------------|--|
| 文 化 | 文化的なプログラムや機会 |
| 経 済 | 雇用、観光、金融、主催機会、マーケティング |
| 環 境 | 環境に優しい建築設計、工業技術、環境政策、環境教育 |
| イ メ ー ジ | 国際的な注目、開催都市としてのイメージの向上 |
| 情 報・教育 | 経験、知識、個人の成長、調査研究、ガバナンス |
| ノスタルジー | イベントに関する個人的な経験と思い出 |
| オリンピック・ムーブメント | 国際協調、若者への影響 |
| 政 治 | 政策、政策発展手段 |
| 心 理 | 個人あるいは地域全体での国威発揚、熱狂、情操 |
| 社 会 問 題 | 社会進歩、健康、一般大衆と特定の集団に対する影響、新しい機会、市民の社会参加 |
| ス ポ ー ツ | スポーツ振興、スポーツ施設、スポーツ実施率向上、健康増進 |
| 持 続 可 能 性 | 長期計画、環境保護意識、経済発展 |
| 都 市 化 | スポーツ施設の再活性化、輸送改善、都市サービス向上、都市計画、娯楽施設 |

Leopkey & Parent(2012), 野間(2013)

下記の通り「スポーツ」と「ビジネス」にプログラムを分類して、ラグビーの普及拡大を世界的に推し進めている。

<スポーツ>

- ・ Increase participation (競技者の増加)
- ・ Develop Stronger Unions (協会の強化)
- ・ Schools connect programme (学校連携プログラム)
- ・ Develop the volunteer infrastructure (ボランティアの基盤整備)
- ・ Ensure the tournament develops the game in the host Union

(大会による開催国におけるラグビーの発展)
<ビジネス>

- ・ Develop Union communication tools (協会のコミュニケーション手法の開発)
- ・ Develop Union commercial capacity (協会の商業能力の開発)
- ・ Develop Regional broadcast strategies (地域放送戦略の開発)

また、「IMPACT Beyond」のロゴマークも策定された。2014年にフランスで開催された女子ラグビーワールドカップでも使用され、2015



写真1 女子ラグビーワールドカップ2014年フランス大会でのアイルランド代表



図表3 「IMPACT Beyond」ロゴマーク (ラグビーワールドカップ2015/2019年仕様)

年、2019年のワールドカップでも使用される予定である。なお、独自のロゴマークがあることは、ワールドカップの大会公式スポンサー以外のサポートを受けてレガシープログラムに取り組む場合において、ワールドカップのロゴマークとの使い分けができるという意図がある。

先述の通り、2011年のニュージーランド大会から計画的に取り入れられるようになったレガシープログラムだが、ニュージーランドラグビー協会（NZRU）は、大会終了後に出した報告書において、次の通り課題を挙げている。

- ▶ラグビーワールドカップ2011組織委員会 RNZ2011とNZRUのゴールが異なった
- ▶スポーツレガシーに関する事例や情報がなかった
- ▶大会前から見込まれていた赤字収支
- ▶非営利活動に対する商業ルールの適用
- ▶RWCロゴに関するガイドライン提示が遅

かった

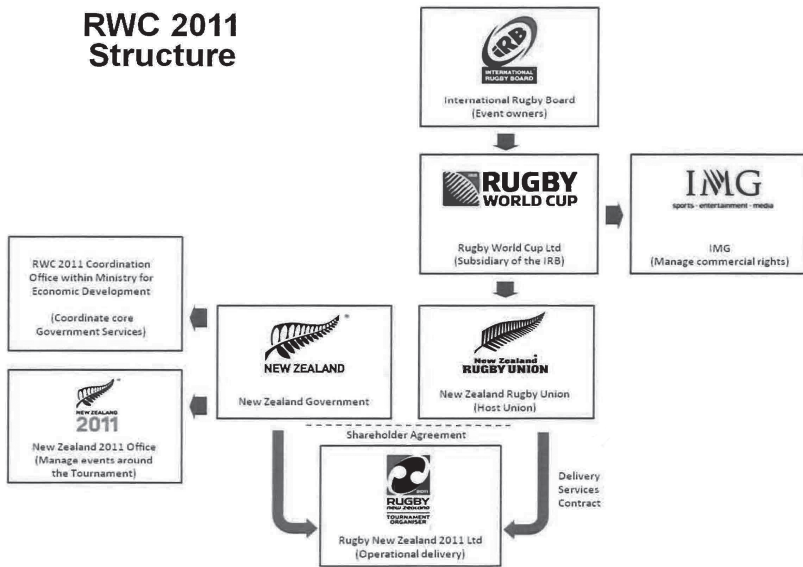
- ▶地方のラグビーコミュニティとの連携不足
- ▶RWCと国内ラグビーシーズンとの間隔

当初の計画を遂行できなかったり、目標を達成するまでに至らなかったりと多くの課題を残した。国際ラグビー評議会もプログラムの体系化やロゴマークの策定などの対策を講じたわけである。

次に、NZRUとニュージーランド政府が取り組んだレガシープログラムの事例を紹介する。

3. ニュージーランド大会におけるレガシー

ニュージーランド大会では、NZRUとニュージーランド政府、そして地方自治体がそれぞれレガシー計画を立てて取り組んだ。「Stadium of four million」というコンセプトを打ち出し



New Zealand 2011 Office: Rugby World Cup 2011 Government Frameworkより

図表4 2011ニュージーランド大会 組織体系図

て招致活動に取り組み2005年に開催が決定すると、経費の半分を出資した政府とニュージーラグビー協会が共同でRNZ2011を2006年に立ち上げた。

まずNZRUは、次の4分野におけるレガシープランを2009年にRWCLに対して提案した。

- コミュニティラグビー
- マオリラグビー
- マーケティングとコマーシャル
- 運営と施設

それぞれ具体的に取り組んだプロジェクトは下記の通り（図表5）。

- ①コミュニティラグビー
 - ▶トロフィーツアー
 - ▶リッパワールドカップ
 - ▶ラグビーボランティア
 - ▶ラグビーコミュニティへのチケット先行販売
 - ▶NZラグビーパスポート
 - ▶教材配布
 - ▶コミュニティラグビーブランド
 - ▶パス・ザ・ボール
 - ▶サイン・ユア・ジャージ
- ②マオリ（先住民）ラグビー
 - ▶マオリラグビーフェスティバル&大会
 - ▶マオリラグビーコンセプト
 - ▶関係構築
- ③マーケティングとコマーシャル
 - ▶オールブラックスマーケティングプラン
 - ▶国内大会マーケティングプラン
 - ▶スポンサーシップ獲得プラン
 - ▶ラグビーデータベース構築
- ④運営と施設
 - ▶運営ベストプラクティスの採用
 - ▶施設関連情報の蓄積

一方政府は、35以上の政府関連組織が関わる大会とあって、2007年に経済開発省内に調整部局（Coordination Office）が設置され、2009年には複数の省庁が連携してNZ 2011 Officeが立ち上げられ、ワールドカップ開催を官民あるいは地域で支援する目的として、以下の4つのテーマを掲げた。

- 世界的なメジャーイベントを開催できる能力を世界に示す
- ニュージーランド経済に2010年、2011年と刺激を与える
- 観光とビジネスの利益を上げるためにニュージーランドブランドを広める
- 国民がイベントに関わることで社会的結束を高める

こうしたワールドカップがもたらす良い影響を最大化するため、レガシープランという名目で計画されたわけではないが、政府主導で次の通り様々な取り組みが展開された。

① ボランティアプログラム

ボランティアプログラムに必要な840万NZドルの経費に対し、600万NZドルを政府が負担した。約18,000人の申し込みがあり、8,000人に対して面接をした結果、5,564名のボランティアが採用されトレーニングを受けた。ボランティアの活躍は、国内におけるボランティアに対するイメージや参加する意識を高め、プログラム運営のノウハウやデータベースは、ボランティアやスポーツの振興機関に引き継がれた。

② REAL New Zealandフェスティバル

ニュージーランドの芸術、文化、遺産、スポーツ、食、物語、風景、産業などをテーマにした1,236のフェスティバルが全国で開かれた。その後も毎年開催されたり、

図表5 ニュージーランドラグビー協会が取り組んだレガシープログラム

| レガシープログラム | 目的 | 内容 | 成果 |
|--|-----------------------------------|---|--|
| Community Rugby | | | |
| Trophy Tour | 選手、コーチ、レフリー、ボランティアなどの増加。 | ワールドカップ優勝トロフィーの巡回ツアーを全国展開し、登録手続きを促した。 | 2011年選手登録数は増加させることができず、現在も減少傾向にある。 |
| Rippa World Cup | リップラグビー（日本でいうラグビー）の普及。 | リップラグビーの全国大会を開催し、各地域で予選会を行い583チームが参加した。 | 現在も継続開催されている。当初の目標では中学生や女子の大会も計画されていたが実現していない。 |
| Rugby Volunteers | ラグビーの専門ボランティアのスキルと認知の向上。 | RNZ2011に対して、既存のラグビー専門ボランティアを大会で採用する枠を事前に確保させる。 | RNZ2011と採用の方針が合わず合意できなかった。 |
| Priority Ticket Offer | 既存のラグビーコミュニティの早期参加に対する報酬。 | 18万人のラグビー関係者のデータをRNZ2011に提供し、一般販売より1週間早く先行販売を行った。 | 先行販売を実施することができ、大会のチケット購入者のデータベースも確保できた。 |
| NZ Rugby Passport | ラグビークラブの施設向上とクラブへの関心・関与の向上。 | 全国のラグビークラブが、施設の改修と、クラブ訪問を促すパスポートを発行した。 | 103のクラブが6,000部のパスポートを発行し、全国のクラブに訪問者が訪れ、施設の改修も行われた。 |
| School Education Units | 学校の生徒や教師へのラグビー及びワールドカップに対する認識向上。 | 全国の小学校に、ラグビー教材を配布し、専用のウェブサイト立ち上げた。 | 2,300校に教材が配布され、40万人を超える小学生が教材を手にし、ウェブサイトと併せて活用された。 |
| NZRU Community Rugby Brand | コミュニティラグビー独自のブランドを確立する。 | ワールドカップでラグビーへの関心が高い時期に、コミュニティラグビーのブランドを確立する。 | 2010年にブランドを立ち上げ、コミュニティラグビーの事業イメージを高めた。 |
| Pass the Ball | ラグビーの認知度向上を図り、子供たちを大会に参加させる。 | 開会式に向けて、全国のジュニア選手が全国各地で記念ボールをパスリレーでつなぐ。 | RNZ2011が異なるツアープログラムを実施し、予算もなく実施することができなかった。 |
| Sign Your Jersey | 開会式に参加している気分を持たせ、大会や登録への関心を高める。 | 全国のクラブや学校がサインしたジャージが開会式で活用され披露された。 | 全国26ある地域協会のうち22協会から、サインされたジャージ290着が提供され、開会式で披露された。 |
| Maori Rugby | | | |
| Maori Rugby Festival & Tournament | ニュージーランドのユニークな先住民によるラグビー文化の認知度向上。 | マオリラグビーの全国大会やフェスティバルを開催した。 | 地震の影響で一部の地方大会が中止となり、全国大会が開催できなかった。現在も継続して取り組んでいる。 |
| Maori Rugby Concepts | マオリラグビーのコンセプトを確立し、先住民の参加率を高める。 | 3つの新しいマオリラグビーのコンセプトを提案し、広く参加者の拡大を図ろうとした。 | 予算や事業計画が組めず、実施できなかった。 |
| Maori Relationship Building | マオリラグビーのステークホルダーとの関係構築。 | マオリ文化のイベントと運動して新たなスポンサーの開拓や関係構築を図った。 | マオリラグビーの戦略計画を新たに策定し、現在も継続的に取り組んでいる。 |
| Marketing and Commercial | | | |
| All Blacks Marketing Plan | オールブラックスのサポーターとして国民を巻き込み団結させる。 | 大会前にオールブラックス選手が地方都市を訪れるなど、様々なマーケティング活動を実施した。 | 全国規模で行われたマーケティング活動は成功し、ジャージなど高いグッズ売り上げを記録した。 |
| Marketing Plan for 2012 Domestic Competition | ワールドカップを活用して国内大会の認知度を向上させる。 | 翌年の国内大会のマーケティング計画を策定し、プロモーション活動を積極的に行った。 | 翌年の大会（スーパーラグビー）における観客動員が40%、テレビ視聴者が25%増加した。 |
| Sponsorship Acquisition Plan | ワールドカップを契機としたスポンサーシップの獲得。 | 恒常的なスポンサー獲得を目指した計画を策定し、政府と連携してネットワークの構築に努めた。 | スポンサー収入の増加には至っていないが、大会前と同様のスポンサーを獲得できている。 |
| Rugby Database | 今大会の観客やボランティアをラグビーコミュニティとして取り込む。 | RNZ2011からチケット購入者とボランティアのデータベースを獲得し、チケット販売につなげる。 | チケット購入者のデータベースを獲得し、チケット販売に活用している。 |
| Operations and Facilities | | | |
| Operations Best Practice | 大会運営で得た知識や経験を引き継ぐ。 | 大会運営に関する知識や経験を蓄積できるようにRNZ2011から関係資料などを引き継いだ。 | 大会の計画や運営に関わった協会職員やマニュアルによって引き継がれた。 |
| Facilities Dossier | 各試合会場における情報を国際・国内大会で活用する。 | 試合・練習会場など施設運営に関する資料を整理し、各地域協会に提供する。 | 情報を活用できるように加工して各地域協会に提供された。 |

新たな地域のフェスティバルとして発展したりするイベントもある。

③ コミュニティプログラム

地域住民や学校、企業が大会を盛り上げるプログラムに参加できるよう、地方自治体などと連携して、参加国を応援する「Adopt a Second Team programme」や住宅地を装飾して競う「Best-dressed Street competition」、学校への教材配布などを行った。

④ Real New Zealandショーケース

農業、映画、船舶、林業、食、ワインなどユニークなビジネスや産業をはじめ16業種による200を超すイベントが行われた。

⑤ NZ 2011ビジネスクラブ

大会期間中に、オンラインを活用してビジネスネットワークを構築できるようにビジネスクラブを設置した。

⑥ ファンゾーン

屋外スクリーンで試合観戦ができるファンゾーンを開催都市全てに設置した。オークランドでは、国と市がQueens Wharfのウォーターフロントを4,000万NZドルで買収し、イベント施設「Cloud」の建設や周辺の開発を行い、1万人を収容できるファ

ンゾーンを整備した。

⑦ マオリ（先住民）パートナーシップ

マオリの文化やコミュニティは開会式から閉会式までなくてはならない存在として大会を盛り上げた。

また、試合会場となった10都市（12会場）を含む24市町村がホストとして、各地の自治体を中心に様々な体制を整備して、世界から集まった20カ国のチームを迎え入れ、さらには開催都市各地で48試合が行われ約148万人の観客を迎え入れた。

特に開会式、準決勝、決勝などが行われたオークランド市では、次の5つのゴールを掲げたレガシープランを策定した。

- ① ウォーターフロントを最大限に活用する
- ② オークランドを世界に知らしめる
- ③ 自身が住む街にプライドを持つ
- ④ 公共交通機関を利用する習慣をつける
- ⑤ メジャーイベントの開催に最適な都市として位置付ける

市行政を中心に協働グループが組織され、そのグループが取り組んだプロジェクトは139にも上る。市は1億NZドルを投資し、約6500万NZドルは地下鉄駅やイーデンパークスタ

AUCKLAND'S TIGHT FIVE



LEGACY GOAL 1 -
MAKING THE MOST
OF AUCKLAND'S
WATERFRONT



LEGACY GOAL 2 -
TELLING THE WORLD
AUCKLAND'S STORY



LEGACY GOAL 3 -
TAKING PRIDE IN
OUR PLACE



LEGACY GOAL 4 -
MAKING PUBLIC
TRANSPORT
A HABIT FOR
AUCKLANDERS



LEGACY GOAL 5 -
POSITIONING
AUCKLAND AS A
MAJOR EVENTS
DESTINATION

図表6 オークランド市のレガシーゴール

ジアムの増改築などインフラ整備に使われた。Queens Wharfのファンゾーンには、大会期間中100万を超える人々が訪れた。

他の市町村においても、空港や鉄道、道路、スタジアムなどのインフラ整備、国内外からの観光客による経済効果など、様々な良い影響が報告されている。また、空港やスタジアムの増改築が行われた国内で3番目、南島最大の都市クライストチャーチでは、2011年2月に起きた大地震により試合会場から外れたが、ファンゾーンが設置され様々なイベントが催され、また出場国チームが訪問したり、寄付をしたりして交流が図られた。

4. 2019年ラグビーワールドカップに向けて

これまでに開催されたラグビーワールドカップで印象的なレガシーを遺した大会を挙げるとすると、1995年の南アフリカ大会が挙げられる。それまで人種差別問題でスポーツ界においても制裁措置が取られ、国際大会への出場が許されなかった南アフリカで初めて開催され、その南アフリカが初出場、初優勝を遂げた大会である。前年1994年に、問題の解決に向けたリーダーであったネルソン・マンデラ氏が大統領に就任し、ラグビーワールドカップを黒人と白人の融和の象徴として取り上げた物語は「インビクタス／負けざる者たち」として映画化された。しかし、これは計画的に築かれたレガシーではなく、偶発的なレガシーである。また、そもそもレガ

シープログラムは、有形であれ無形であれ効果を検証することが難しく、また即効性のあるものばかりではなく、大会終了後5年、10年経ってからでなければ成果を検証することができないことも多くある。

2019年に本国でラグビーワールドカップを開催するにあたり、レガシーを計画的に構築するには、ニュージーランドにおけるレガシープロジェクトや日韓共催の2002年FIFAワールドカップのその後を検証する必要がある。また、本年2015年に開催されるイングランド大会における取り組みや2020年東京オリンピックのレガシープランについても調査する必要がある。今後は、こうした情報を集約しながら、日本国民がラグビーワールドカップを開催して良かったと思えるレガシーの構築に向けた提案ができるよう、調査・研究を積み重ねていきたい。

参考文献

- 問野義之：オリンピックレガシー 2020年東京をこう変える！. ポプラ社：東京, 2014
- International Rugby Board: RWCL Summary Report IRB Council: Dublin, 2012
- Rugby World Cup Limited: Rugby World Cup Delivery Guide —Rugby Legacy—: Dublin, 2014
- New Zealand Rugby Union: NZRU RWC 2011 Legacy Project Review: Wellington, 2012
- Ministry of Business, Innovation and Employment: The Stadium of Four Million - Rugby World Cup 2011 - The New Zealand Experience: Wellington, 2012
- New Zealand 2011 Office: Rugby World Cup 2011 Government framework: Wellington, 2010.
- Auckland Council: Rugby World Cup 2011 - Evaluation Report: Auckland, 2012