

# 大分県議会海外調査研究報告書

訪問先 オーストラリア連邦、フィジー共和国、ニュージーランド  
期 間 平成30年2月3日～10日



平成30年3月

## 海外調査研究を終えて

平成30年2月3日から10日までの8日間、私を団長とする8名の議員からなる海外調査団が、オーストラリア連邦（以下オーストラリア）、フィジー共和国（以下フィジー）及びニュージーランドを訪問し、主にラグビーワールドカップ（以下RWC）2019大分開催に関する課題等についての調査研究を実施しました。

今回の海外調査研究に至る経緯について申し上げますと、昨年9月に、会派からの申出を受け、各会派代表者会において海外調査研究の実施について検討することといたしました。

それを受け、全会派から選出された委員で構成する政策検討協議会において、海外調査研究の実施について複数の案を含め検討していただきました。結果として、官民一体となった積極的な誘致活動が奏功し本県で5試合が開催されることになったRWC2019を中心テーマとし、出場国であるオーストラリア、フィジー及びニュージーランドを調査先とすることが適当である旨の議長あての報告がなされました。

これを受け、第4回定例会最終日の本会議において、議員派遣の議決がなされたものであります。

参加議員は、全会派を対象とし自主的な意思を尊重して決定しましたが、「文化・スポーツを活用した地域づくり特別委員会」からは濱田洋委員長が、協議調整の場である「ラグビーワールドカップ大分開催協議会」からは木田昇委員が参加をいたしました。

調査研究の主要テーマとしては、

- ① RWC2019の開催準備
- ② RWC2019を契機とした誘客対策
- ③ 農林水産物・食品の輸出

とし、調査内容が充実したものとなるよう、3回にわたる事前研修会を実施し、企画振興部ラグビーワールドカップ2019推進室をはじめ、キャンプ地誘致を進める大分市、別府市両市の取組について実地調査を交えながら確認し、今後の課題などについて意見交換を行いました。また、調査箇所ごとにあらかじめ質問事項を設定し、主に担当する議員の割り振りを行うなど、成果を上げるための事前の準備を行ってまいりました。



事前研修会

また、今回の調査研究を実り多きものとするため、調査先の関係者に対し本県のPRを積極的に行うとともに、オーストラリアのラグビー協会及びフィジーのラグビー協会に対しては、議長及び知事からの親書を手渡し、本県としての熱い歓迎の気持ちを伝えたところであります。

調査結果の詳細はそれぞれの報告に譲りますが、現地での調査研究を通じて強く感じたことは、調査先の国々においては、大分県はもとより、九州もほとんど知られていないこと、そして誘客のためにはまず大分県、九州を知ってもらうことが前提であり、そのためには多様かつ地道なPR活動が必要であるということでした。RWC2019を大分県にとって真に実のあるものにするためには、オセアニア地域をはじめ本県で試合のある国々に対し、集中的にPRを行っていく必要があります。

結びにあたり、今回、貴重な海外調査の機会を与えていただいた議員諸氏、調査研究にご協力いただいた調査先の皆様方及び旅行社をはじめとした関係者の皆様方に深甚なる敬意と感謝を申し上げます。

平成30年3月

海外調査団団長  
大分県議会副議長 御手洗 吉生

## 目 次

◆大分県議会 海外調査行程表	1
◆大分県議会海外調査団 名簿	2
(オーストラリア連邦)	
◆ヴィクター・チャーチル食肉店	3
◆ミラクルスーパーマーケット・シティスーパー	7
◆JTBシドニー支店	12
◆日本政府観光局シドニー事務所	19
◆オーストラリアラグビー協会	25
(フィジー共和国)	
◆フィジーラグビー協会	29
◆フィジー共和国青年スポーツ省	34
◇在フィジー日本国大使館表敬訪問	38
(ニュージーランド)	
◆オールブラックスツアーズ	39
◆ATEED (オークランド観光・イベント・経済開発局)	43
◆イーデン・パーク	48

## 大分県議会 海外調査行程表

月日	地名	現地時刻	スケジュール <宿泊地>
1 2 / 3 (土)	福岡 ソウル	15:40 17:10 18:45	空路、ソウルへ ソウル着 乗り継いで、空路、シドニーへ <span style="float: right;">&lt;機中泊&gt;</span>
2 2 / 4 (日)	シドニー	06:55 09:00 13:30	シドニー着 ●ヴィクター・チャーチル食肉店 ●ミラクルスーパーマーケット、シティスーパー <span style="float: right;">&lt;シドニー泊&gt;</span>
3 2 / 5 (月)	シドニー	11:00 14:00	●JTB シドニー支店 ●日本政府観光局シドニー事務所 <span style="float: right;">&lt;シドニー泊&gt;</span>
4 2 / 6 (火)	シドニー ナンディ	08:30 13:45 18:40	●オーストラリアラグビー協会 空路、フィジー(ナンディ)へ ナンディ着 <span style="float: right;">&lt;ナンディ泊&gt;</span>
5 2 / 7 (水)	ナンディ スバ ナンディ	06:30 07:00 09:00 11:00 12:45 17:30 18:00	空路、スバへ スバ着 ●フィジーラグビー協会 ●フィジー共和国青年スポーツ省 ○在フィジー日本国大使館公邸表敬訪問 空路、ナンディへ ナンディ着 <span style="float: right;">&lt;ナンディ泊&gt;</span>
6 2 / 8 (木)	ナンディ オークランド	08:45 13:45 15:15	空路、オークランドへ オークランド着 ●オールブラックスツアーズ <span style="float: right;">&lt;オークランド泊&gt;</span>
7 2 / 9 (金)	オークランド	11:00 14:00	●ATEED ●イーデン・パーク <span style="float: right;">&lt;オークランド泊&gt;</span>
8 2 / 10 (土)	オークランド ソウル 福岡	10:05 18:00 18:45 20:00	空路、ソウルへ ソウル着 乗り継いで、空路、福岡へ 福岡着

## 大分県議会海外調査団 名簿

団 長 御手洗 吉 生（自由民主党）

副団長 濱 田 洋（自由民主党）

副団長 二ノ宮 健 治（県民クラブ）

幹事長 木 田 昇（県民クラブ）

衛 藤 博 昭（自由民主党）

木 付 親 次（自由民主党）

末 宗 秀 雄（自由民主党）

藤 田 正 道（県民クラブ）

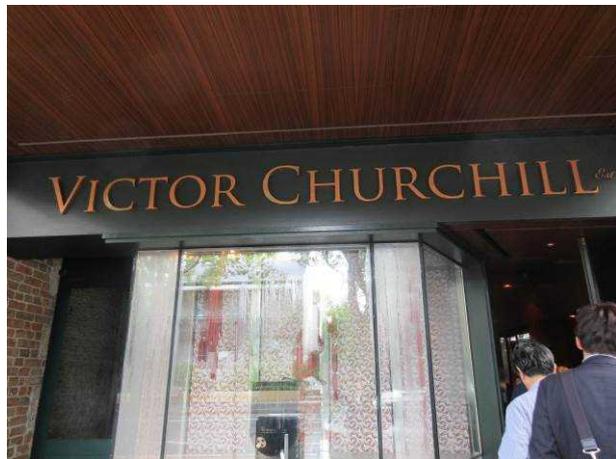
## ◆ヴィクター・チャーチル食肉店

### ◎調査日

平成30年2月4日

### ◎調査の目的

- ・現在、日本産牛肉の輸出がアジアを中心に伸びている。本県の豊後牛の輸出も、タイやマカオなどのアジア及びアメリカを中心に増加傾向にあり、輸出量は2016年度には3,700kgに上っている。
- ・他方、アメリカやオーストラリアでは、日本産和牛の血統を現地で育成した「WAGYU」が生産されており、第三国にも輸出されている。
- ・オーストラリアのWAGYU産業の始まりは、日本からアメリカに渡った和牛の子孫や遺伝子が、1990年代に持ち込まれたこととされる。
- ・オーストラリアでは、和牛血統の交配割合が50%を超えるものがWAGYUと分類され、2014年時点で約25万頭が飼養されていると推計される。なお、日本の和牛生産では一貫して穀物肥育されるのに対し、オーストラリアのWAGYUは育成までは放牧主体で行われることが多い。
- ・同国産WAGYUの年間生産量は3万2,000トンで、うち8割～9割は韓国、中国などアジア圏を中心として輸出されているほか、オーストラリア国内でも大都市を中心に消費されている。
- ・このため、今後、本県の豊後牛のアジア等への輸出に当たって同国産WAGYUと競合となる可能性や、TPP11発効(※)を機に同国産WAGYUが日本に輸入される可能性等を踏まえ、その流通状況を調査する。
- ・またRWC2019を控え、本県への誘客対策の一環として、オーストラリア人の食肉に関する嗜好について調査する。
- ・ヴィクター・チャーチル食肉店はシドニーの高級住宅街に立地しており、同国産の高級WAGYUを取り扱っている。



※ 2017年度のオーストラリア産牛肉の関税は、既に発効している日豪EPAにより冷蔵29.9%、冷凍27.2%であり、最終的(2031年4月以降)には冷蔵23.5%、冷凍19.5%となることになっているが、TPP11が発効すると、16年の削減期間を経て9%まで削減されることとなる。なお、日本産牛肉のオーストラリアへの輸出については、現在、検疫上の理由から常温保存可能品を除いて認められ

ておらず、解禁について政府間で協議中である。

### ◎調査相手方職氏名

店長 アンソニー氏

### ◎調査の概要

(店舗の概要について)

ヴィクター・チャーチル食肉店はシドニー市内の高級住宅街に立地していることもあり、近隣に住む富裕層を主な顧客としている。店内は高級ブティックのような内装で、加工肉を作る過程もガラス張りで見られるようになっていた。店員もシャツにネクタイを着用するなど、日本でイメージする食肉店とは全く異なっていた。訪問したのが日曜日ということもあり、店内は常時3～5名ほどの来客で、ゆったりと店内を見て回ることができた。



(WAGYU等の流通状況について)

オーストラリアでは1990年代初頭からWAGYUが流通するようになったが、同店では2009年よりWAGYUの取り扱いを始めた。最近では黒豚も取り扱うようになったが、飼育農家もまだ1か所しかなく、同店でしか取り扱っていない。オーストラリアでは牛肉と鶏肉が主に食されるが、最近では黒豚も少しずつ人気が出てきたとのこと。



現地ではWAGYUは赤身肉に比べ、単価が数倍ということもあり主に富裕層を中心に買われている。WAGYUもかなり認知され人気が出てきたが、やはり同店でも売れ行き主流は赤身肉であるとの話であった。オーストラリアでは、牛肉は一般的にはステーキなどで一度に大量に食することが多いため、高価で脂身の多いWAGYUは自宅で日常的に食べる牛肉としては適さず、大都市での外食を中心に広まってきたとのことである。

近年はシンガポールや香港といったアジア地域から訪問しWAGYUを買い

求める客も増えているとのこと。現在、日本からオーストラリアへの食肉輸出は禁止されているため、オーストラリアで流通しているWAGYUは全てオーストラリア産となっている。

(ハラル対応 (※) について)

オーストラリアでは牛肉と鶏肉が人気ということもあり、イスラム教徒向けのハラル対応もしっかりと行っている。ヴィクター・チャーチル食肉店もハラル対応しているとの話であった。

※ハラル対応：ハラルとは、「イスラム法で合法であること」を意味し、イスラム教徒にとって、ハラル対応の食品のみを口にすることは神の教えに忠実に従うことであるとされる。牛肉の場合は、専用の処理ライン、用具などのほか、専用の輸送車両などが必要とされる。

### ◎意見交換の内容

Q オーストラリアでは WAGYU はどの程度ポピュラーな食材なのか。

A オーストラリア人は、基本的には脂身がない肉を好むので、WAGYU が入ってきたのが90年代初頭で、今、だいぶポピュラーにはなってきているが、まだまだ一般には出回っていない。

Q しゃぶしゃぶとして食べる文化はあるのか。

A 最近そういった食べ方も広がっており、この店でも薄くスライスして販売している。3、4週間ドライエイジングすると、固まるので、薄く切れるようになる。

Q オーストラリアでは、どの肉がよく食べられているか。

A 牛肉と鶏肉が人気がある。羊肉は最近値段が高く、豚肉はあまり食べられていない。

Q 日本でいう焼き肉屋はあるのか。またそこでは WAGYU は使われているか。

A 韓国系の焼き肉屋が数多くあり、地元の住民もよく行っている。おそらく、純粋な WAGYU は高いのでほとんど使われていないのではないかと。交配した WAGYU やアンガス種のもので値段が安くなるので使われていると思われる。



### ◎調査を終えて

近年はシンガポールや香港といったアジア地域から訪問し WAGYU を買い求める客も増えているとのことで、大分県もアジア向けに豊後牛の輸出を推進

しているが、今後は日本からアジア地域に和牛を輸出する際には、オーストラリア産 WAGYU が日本産和牛の競合先になる恐れを感じた。

また、オーストラリアではイスラム教徒向けのハラール対応もしっかりと行っている。この点は豊後牛をアジア地域に輸出する際、競争上の不利になりえる。和牛自体はオーストラリアでの認知度も上がってきているので、他国産 WAGYU との競争優位をどのように確保するかといった視点からも豊後牛を売り込んでいく必要を感じた視察であった。

(自由民主党 衛藤 博昭)

(自由民主党 濱田 洋)



## ◆ミラクルスーパーマーケット・シティスーパー

### ◎調査日

平成30年2月4日

### ◎調査の目的

- ・国内では人口減少による農林水産物・食品の需要縮小が懸念されており、経済成長が著しいアジアをはじめとして海外市場を開拓することが求められている。本県でも、本県の特色ある農林水産物の輸出先の拡大に取り組んでおり、2016年度の輸出額は、過去最高の16億5千545万円を記録した。
- ・日本産農林水産物・食品の2016年のオーストラリア向け輸出額は124億円（輸出先の国・地域別で第9位）で、リーマンショック後も増加傾向にある。主な輸出品目は、清涼飲料水、ソース混合調味料、アルコール飲料、ホタテ貝、醤油などで、日本酒の市場規模も拡大傾向にある。また麺類、海苔など汎用品は中国、韓国などの廉価製品や日系企業の第三国産との競争が激化している。
- ・本県からオーストラリアへの農林水産物の輸出については、乾しいたけなどを行っているが、輸出額は少額に留まっている。
- ・については、オーストラリアにおける日本産農林水産物・食品の取扱状況を調査し、県産品の輸出の可能性を調査する。
- ・またRWC2019を控え、本県への誘客対策に関連して、オーストラリア人の日本産農林水産物・食品に関する嗜好を調査する。
- ・調査先のミラクルスーパーマーケットは、台湾出身のオーナーが経営するアジア系のスーパーマーケットで、シドニー市内に6店舗を展開するチェーン店である。日本産の食品や食料雑貨などのほか、中国、韓国、台湾、ベトナム、タイなどの商品を取り扱っている。シティスーパーも、アジア系のスーパーマーケットで、日本食の惣菜や、日本から輸入した日用雑貨なども販売している。これらアジア系スーパーマーケットは、地場大手スーパーと比較して価格が比較的高い日本産食材の品揃えが充実しており、日系の輸入・卸売り業者との取引も多いことから、地場大手スーパーと比較すると取引可能性が高いとされる。



## ◎調査相手方職氏名

ミラクルスーパーマーケット エリック ツアイ 氏  
五徳企業集団 CEO 定松 勝義 氏

## ◎調査の概要

(アジア系スーパーマーケットについて)

- ・シドニーには、約250軒のアジア系のスーパーマーケットがある。日本食だけを集めたスーパーマーケットもシドニーにはあるが、その店の顧客は日本人中心。ミラクルスーパーマーケットには、日本人を含むアジア系の顧客が多く訪れる。



- ・ミラクルスーパーマーケットで扱っているのは日本食だけではない。中国、

韓国、インドネシア、マレーシア、シンガポールなど多民族がシドニーに住んでおり、それらの国の食品を取り扱っている。

(現地住民の嗜好について)

- ・日本のお菓子（グリコのポッキーなど）は、若い住民から人気があり、受け入れられている。



- ・RWC2019を契機とした誘客の関係で言うと、オーストラリア人は日本の白いパン、菓子パンはあまり好まないと考える。好むのは、粉がもう少し荒く、小麦の香りがするようなもの。日本のパン

は柔らかく、噛んだときの歯ごたえがない。大分でもそういったパンを焼いて、こだわりのバターとともに出せばそれだけで喜ばれると思う。

- ・また、日本の会席料理のように少ない料理を小出しにする出し方も苦手であると思われる。当地では、オントレイ（前菜）、メイン、デザートという形で来て、ボリュームのあるメインを食べる。なので、会席料理でも、小出しにするのではなく、一度に複数の料理が出てくる方がよい。

- ・日本のポン酢も売れてきているが、日本でのもとは少し違い、だしの入った甘めのものが好まれている。

(オーストラリアへの輸出について)

- ・検疫は、やはりその国の農林水産業を守るための防波堤として使われている。食の安全という建前と、自国の産業維持という本音がある。しかし、缶詰、レトルトパックというのが、検疫を突破する一つのノウハウである。例えば大分の魚を輸出したいという場合に相談したら良いのが、焼き肉のタレなどをつくる日本の大手のタレ会社（例：エバラ、日本食研など）である。検疫を突破できる方法を開発してくれる。
- ・日本の大手外食チェーンもオーストラリアに進出しているが、日本食はヘルシーという売り込みで売っている。漬物、みそなどの発酵食品が特に注目されている。



- ・日本の焼酎は、今はあまり売れていないが、今後広まると思っている。
- ・あと数ヶ月後には、オーストラリアが日本産牛肉（冷蔵、冷凍）の輸入を認めると言われている。
- ・自分としては、オーストラリア産をはじめとしたWAGYUは、日本の和牛には50年経っても追いつかないと考えている。こちらでの最高級のデビッド・ブラックモアというブランドでも、3,500頭を11名の従業員で見ている。日本であれば、はるかに多い人数で1頭ずつ育てている。このため、海外産のWAGYUとともに焼き肉、すき焼き、しゃぶしゃぶなどの食べ方が世界に広まっていくのは日本としてはむしろ歓迎すべきと考える。その中で日本の和牛は、例えばフランスワインのようにブランドを確立していけばよい。



- ・単純に大分県産の食材のプロモーションをオーストラリアで行っても、継続的に売っていくのは難しい。大手の流通会社が熾烈な競争をしており、結果としてこちらのスーパーで売っている日系の大手メーカーの調味料は、人件費等の安い第三国に工場を建設して輸入することで、価格を抑えている。仮に日本から地元の調味料を取り寄せた場合、3倍から4倍の価格になる。
- ・食材を活かすには、料理の仕方、接客の仕方が重要。なので、大分の肉を海外に輸出する場合には、外食業と合わせて進出することがよいと思う。その場合、あまり高級路線を取るのではなく、1千万円程度でできる屋台といっ

た簡単なものでやってはどうか。九州各県が連合してそういった店舗をやってみるのもよいと思う。

### ◎意見交換の内容

Q この店では酒類は取扱っていないのか。

A 酒類の販売はライセンス制で、ライセンスを取ることがむずかしいため、販売していない。

Q 焼酎が広まるという根拠は。

A いま世界中で「居酒屋」という言葉や、焼き鳥が流行している。多くの人が居酒屋に慣れてくると、飲み物としては、炭酸、水、ウーロン茶などで割ってずっと飲むことができる焼酎の人気が出てくるのではないかと。

Q 仮に1千万円で屋台を作った場合、投資を回収するのにどれくらいかかるか。

A それはいろいろな可能性があり、3ヶ月で回収できる可能性もあれば、赤字が出る可能性がある。ただ、メディアをうまく使って、短期間で元を取るといったやり方もあるかもしれない。



### ◎調査を終えて

以前、県産農産品の輸出の可能性について自主研究したとき、各国とも自国の産業（農業）や自然保護のために高い検疫規程（検疫制度）が設定されており、輸出の難しさを痛感していた。また、インバウンド対策として現地住民の嗜好にも関心が強かった。

今回、オーストラリアの市井のスーパーマーケットでどのようなものが売られ好まれているか、関係者に直接聞くことができたが、開口一番、オーストラリア人は日本（日本人、景色、日本食など）に好感をもっているが、検疫制度が大きな壁となって輸入が制限され日本製品と接する機会が少ないとのことであった。

しかし日本のタレ会社がこの検疫をクリアする研究を行っており、生ではなく缶詰やレトルト食品という形で輸入量を伸ばしており、調査先のスーパーでも多くの商品を扱っているとのことであった。また日本の発酵食品（酒、味噌、醤油、漬物など）は健康志向やうまみなどから今後も大きな市場になるが、輸出に当たっては、その国の嗜好に合った工夫（甘めのポン酢、堅い歯ごたえ

のあるパンなど) が必要とのアドバイスも得た。

今回の調査は、大分県産の農水産物輸出の活路を探るものであったが、国家間の協定、そして検疫制度をクリアする取組がなければ大きな伸びは期待できないことを痛感した。

このため、本県が進めている広域観光と同じく、最低でも九州全体での広域化や、民間のタレ会社との共同研究に取り組むことが急務であり、このことにより、大分県産の素晴らしい産物を世界に提供できることを強く確信した。

(県民クラブ ニノ宮 健治)

(自由民主党 木付 親次)



## ◆ JTBシドニー支店

### ◎調査日

平成30年2月5日

### ◎調査の目的

- ・本県を訪問するインバウンド（訪日外国人旅行者）は、年々増加しており、2017年の県内宿泊者は131万人に上り全国2位の伸び率を示したところである。
- ・国・地域別で見ると、アジアからの観光客が9割以上を占め、それ以外の地域は約2%に留まっている。遠距離にある国ほど一回の旅行当たりの消費額が高い傾向にあり、欧米豪の観光客を増やしていくことが課題となっている。
- ・RWC2019では、オーストラリア、ニュージーランド、フィジーというオセアニア地域の代表チームの試合が本県で組まれることとなっており、当該地域から本県への観光客を増加させる絶好の機会である。
- ・このため、RWC2019におけるオーストラリア人向けの旅行商品の詳細や、同国からの観戦客に本県での観戦・観光を楽しんでもらうための方策、課題等について調査する。
- ・JTBは、RWC2019における日本で唯一の公式旅行会社（オフィシャル・トラベル・エージェント：OTA）に指定されている。また同社は、英国に親会社を持つ外資系専門会社に出資し、スポーツホスピタリティ（観戦券に上質な食事やエンターテインメントを組み合わせた高級志向の商品）事業を実施することを表明している。



### ◎調査相手方職氏名

アウトバウンド事業部長 ハーディー 久美子 氏  
同 副部長 新開 珠貴 氏

### ◎調査の概要

- ・名刺交換の後、御手洗団長より謝辞と趣旨説明の挨拶を行い、自己紹介の後に以下の説明を受けた。

(JTBの業務について)

- ・アウトバウンド事業部は、①レジャー、②企業渡航、③教育旅行・インセンティブ旅行(※)の3部門を扱っており、マーケット調査、WEBによる情報発信、パンフレット・BtoB(事業者向け)のフリーマガジンの作製・配布等を実施している。
- ・昨今オーストラリアでは訪日が非常にブームになっており、追い風が吹いている中で仕事ができている。
- ・RWC2019に係るオーストラリア国内の公式旅行会社は5社(シドニー3社、メルボルン2社)でいずれもスポーツ・イベント・オーガナイザー(スポーツイベントに特化した旅行会社)である。
- ・JTBは、そのうちの1社であるキングダム・スポーツ社のサブ・エージェントとして認定されている。キングダム・スポーツ社はラグビーファンの顧客データを多数持っているが、多数のチケットを購入しており、それを売り切るためJTBをサブに指名した。このため、JTBは、オーストラリア国内ではキングダム・スポーツ社が作った商品を売るという立場となっている。



※インセンティブ旅行：企業が、販売コンテストやキャンペーンでの成績優秀な社員や販売店などを対象に、報奨(インセンティブ)として行う旅行のこと。

(商品開発における大分について)

- ・昨年11月、キングダム・スポーツ社の商品の下見のような形で、オーストラリアチームの試合会場(北海道、東京、大分、静岡)及び交通手段を調査した。
- ・商品作りは既に昨年11月から始まっているが、大分の宿泊施設が確保できず、福岡泊で大分に回すことになっている。大分の競技場周辺(大分・別府)は、すでに選手団などで宿が押さえられてしまっているという話を聞く。
- ・ただし、それは個人旅行の話で、インセンティブ旅行についてはこれからマーケット調査を行うところである。キングダム・スポーツ社のホスピタリティ・パッケージ(観戦券に上質な食事やエンターテイメントを組み合わせた高級志向の商品)に、JTBが独自に宿泊や食事を加えて売ろうと考えている。マーケット調査の結果として、大分での試合に対するニーズ・需要があるということであれば、大分周辺での宿泊を加えることになる。
- ・レジャーの顧客は、やはり東京、京都、広島などのゴールデンコースに対す

る希望が強い。それはやむを得ないと思うが、リピーター客に対し、ゴールデンルートやスキー旅行以外にも素晴らしい旅行先があるということをどう理解してもらって売っていくかが最大の課題。

- ・九州にも足を運んでももらいたいということで、2年前から、セルフ・ドライブ・パッケージという、レンタカーを借りて九州を回る商品を販売している。まだ規模は小さく実績も多くはないが、今後もゴールデンルート以外の旅行先を発信していきたい。

## ◎意見交換の内容

Q 別府、由布院についてはどのような販売方法が考えられるか。

A あまり大きなグループではなく20人から30人の小グループを誘導できればよいと思う。なお、インセンティブ旅行の場合は、家族ではなく一人で行く場合も多いが、そうなった場合には、温泉地の旅館・ホテルにシングルで泊まることになる。そうすると例えばシングルで10部屋必要といっても断られることが多く、

温泉地では困る点である。また、オーストラリア人は入れ墨をしている方が多く、入浴を断られる所もあるので、外国人ということで目をつむっていただくか、個室の温泉を利用してもらえないかといけない。

Q 宿泊施設に関しては、どのような希望が多いか。

A 例えば、京都の旅館に泊まりたいが、旅館は1泊でその他はホテルを希望するというケースがある。大分でも、試合前日、当日、翌日と3泊として、試合が終わってあまり混んでいない3泊目を温泉旅館とするという考え方もできる。そのときに、大分県全体として、ホテルと旅館の組み合わせができるということをご提案いただくとこちらとしては使いやすいと思っている。

Q 現在、オーストラリアから日本への直行便は。

A シドニーからは成田・羽田と関空のみ。あとはメルボルン→成田、ブリスベン→成田、ゴールドコースト→成田、ケアンズ→成田・関空がある。

Q そうすると東京か大阪からしか九州に入れないのか。

A オーストラリア人は直行便を非常に好む。ただ、新幹線乗り放題の「JRパス」を使って好きな駅で下りるという旅行形態が非常に多くなってきており、九州に直行便がないということは、あまりネックにはならないと思う。アジアの顧客向けの商品は5泊6日くらいが多いが、オーストラリアでは1



0日から14日間など長期間が主流。当社で最も良く売れている商品が14日間と21日間のツアーで、21日間の方は、九州から北海道まで縦断する。

Q ラグビーだけではなく、体験型の観光も混ぜてはと考えるがどうか。

A オーストラリア人は、旅行先に行ってから、どの観光地に行くか調べて決める傾向がある。また、アジア人と比べて、食事よりも観光・体験を重視するという文化的、習慣的な違いがある。

Q 大分についてはどのような売り方になるのか。

A 予選4試合を入れた一般向けの商品と、決勝トーナメント戦だけを入れた商品の2つに分けている。決勝トーナメント戦はチケットも非常に高価になるので、富裕層と、自国にこだわらないラグビー大好きな人がターゲットとなる。全部を含むとなると、47日間となり、さすがに顧客が限られるので当社では扱っていない。ただ、そういった商品を作っている公式旅行会社もある。

Q インセンティブ旅行の対象企業・対象者は。

A ほとんどが、日系企業（例えば、トヨタの販売店など）などで働くオーストラリア人。

Q 他の公式旅行会社でも、日系の旅行会社がサブ・エージェントになっているのか。

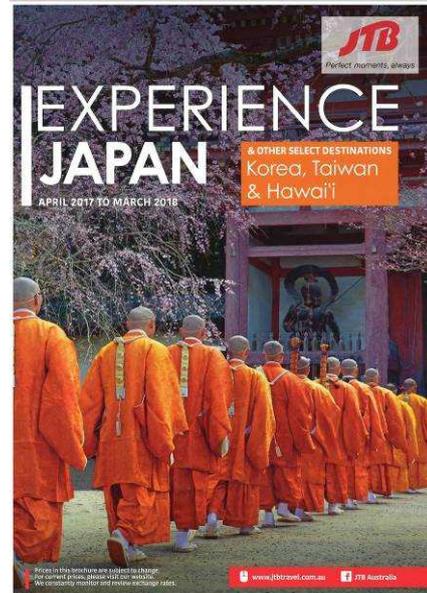
A それはないと思う。なお、公式旅行会社はスポーツ・イベント・オーガナイザーのためあまり日本に関する知識を持っておらず、試合前後の観光旅行の部分に関しては、JTBとして入り込める余地があるのではないかと考えている。

Q RWC頃からフグ料理が旬に入るし、おおいた豊後牛も日本一をとったので、ぜひ、大分の食をアピールしてほしい。

A 了解した。

Q RWC2019期間中の訪日客はどれくらいを見込んでいるのか。

A 大分のスタジアム4万人のうち半分くらいは外国人観戦者となるのではないかと踏んでいる。2016年のオーストラリアから日本への出国者数は、9月4万1千人、10月3万7千人、11月3万3千人となっている。現実には、九州の自治体は、これまで数の多いアジアをターゲットとしており、オーストラリアには一切目を向けてこなかった。そのためどうやって誘客するかという具体的な話も一切なかったが、今回、当社ではドライブパッケージという、レンタカーを使って地方を回る商品を作った。観光客が新幹線で





相談に来る。添乗員付きツアーは、安いもので8,000ドルくらいするので、OB世代の富裕層が中心。

Q ニセコ、金沢など注目を集めているところがブレイクしたきっかけは。

A ニセコは爆発的に人気が出たが、最初はロコミで雪質（パウダースノー。オーストラリアは雪がべたつく）が非常に良いということから広がった。そのときニセコのホテルの予約が取れない状況になり、それで本州、つまり長野を売り出していったが、6、7年取り組んで徐々に売れていった。2～3年では難しい。あと長野は、雪の中で温泉に入っている野生の猿が見られる野猿公苑があったのも良かった。

また、金沢の人気は新幹線開通というよりも地道な取組の効果である。

基本的に、地方都市はオーストラリアではほとんど知られていないので、少なくとも3年～6年の継続した取り組みが必要である。

※ トリップアドバイザー：ホテル等の旅行に関するロコミ・価格比較を中心とする、ウェブサイトおよびアプリ。旅行ロコミサイトとしては、世界最大の閲覧数を持つ。

## ◎調査を終えて

調査によると、RWC2019大分試合時の期間は大分のホテルは試合関係者が先に確保しており、一般観戦客用のホテルが大分で予約できない状況にあるらしい。現在のところ、大分の試合観戦に関しては、福岡から大分へ移動させるのが基本パッケージで、大分泊の商品造成はこれからになるとのことであった。JTBは10～14日間の日程で予選プールと決勝トーナメントのパッケージを別々に造成し、ゴールデンルートといわれる「東京→京都→広島」以外にも力を入れるようであり、長期の旅行日程を活用した大分への誘客に取り組む必要がある。

なお、和室の団体部屋の宿泊施設はシングル利用の予約を受け付けてもらえず、JTBとしても一般観戦客用の大分での宿泊が可能となるよう、これから交渉していくとのことであった。

日本へのインバウンドに関しては、2020年に4,000万人、2030年に6,000万人と政府が目標設定しており、大分では圧倒的にベッドルームの宿泊施設が不足している点について対策する必要がある。また、一回は旅館に泊まりたいというニーズにも応える必要もあるし、欧米豪については身長の高い人が多いことも考慮しなければならない。

また、オーストラリアは日本と同じく自動車が左側通行なので、レンタカーパッケージも造成しているとのことであり、カーナビを活用した九州・大分周遊モデルを積極的に提案することも有効になるのではと感じたところである。

北海道のニセコにしろ、長野の白馬村にしろ、ロコミにより海外で「ブレイク」したわけであり、来年のRWC2019を大分にとって最高のチャンスと

して活かし、今後につながる演出（景観・食・アクティビティ）をしていく必要がある。

オーストラリアにおいては九州の観光アピールが少なく、九州をどのように周遊すれば良いのかが分かりづらい状況となっているようである。RWC後の対策も含め、大分あるいは九州としてもっと積極的かつ継続的なプロモーションに取り組まなければならないと感じた。

（県民クラブ 木田 昇）  
（自由民主党 木付 親次）



## ◆日本政府観光局シドニー事務所

### ◎調査日

平成30年2月5日

### ◎調査目的

- ・RWC2019では、オーストラリア、ニュージーランド、フィジーといったオセアニア地域の代表チームの試合が本県で組まれることとなっており、当該地域から本県への観光客を増加させる絶好の機会である。
- ・このため、オーストラリアからの訪日旅行者の現状や、増加に当たっての課題等について調査する。
- ・日本政府観光局（JNTO：Japan National Tourism Organization）（正規名称：独立行政法人国際観光振興機構）は、世界の主要20都市に海外事務所を持ち、日本へのインバウンド・ツーリズムのプロモーションやマーケティングを実施している。



### ◎調査相手方職氏名

所長 若林 香名 氏  
次長 田中 麻里香 氏

### ◎調査の概要

- ・名刺交換の後、御手洗団長より謝辞と趣旨説明の挨拶を行い、自己紹介の後に以下の説明を受けた。

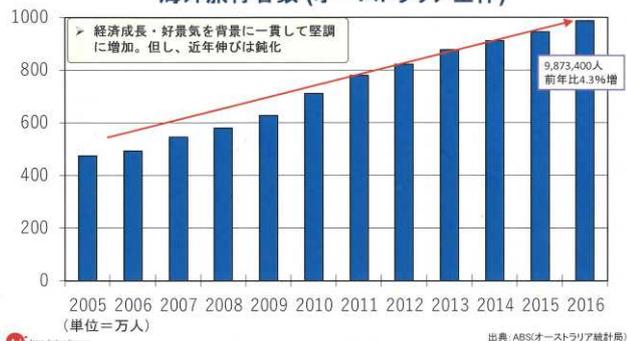
(シドニー事務所の担当地域及び体制)

- ・シドニー事務所の担当地域は、オーストラリア、ニュージーランドを含む大洋州地域で、スタッフは日本人3名及び現地スタッフ3名である。
- ・若林所長は昨年3月、田中次長は一昨年3月に赴任。

(オーストラリア人の訪日旅行の現状)

- ・オーストラリアの経済は26年間ずっと右肩上がりであり、好景気を背景にして同国からの海外旅行者数は一貫して増加している。
- ・日本への旅行者数も増えており、2011年の東日本大震災のときに若干落ち込んだものの、その後は一貫してプラス成長している。2017年のオーストラリアからの訪日旅行者数は過去最高の49万5,100人を記録した。

豪州市場概要及びJNTOの事業展開  
日本政府観光局（JNTO）シドニー事務所  
海外旅行者数（オーストラリア全体）



- かつては日本から多くの旅行者がオーストラリアを訪れていたが、シドニーオリンピック前の1997年頃に81万人とピークを迎えた後は落ち込んでいる。逆にオーストラリアからの訪日旅行者数が増加し逆転しており、50万人目前という市場となっている。
- 季節に関して、1月から12月までの月別の動きを見ると、オーストラリア人は年間を通じて海外旅行に出ているが、オーストラリアでは夏休みに当たる12月と1月に、スキーを目的に数多く来日している、また、桜が目的で3月、4月も増加傾向にある。また、9月は教育旅行が多く、10月、11月の紅葉の時期も比較的伸びているが、逆に5月から8月が少ない。オーストラリア人はこの時期にも海外に出ているので、逆に言えば日本はこの部分を取りこぼしているという状況である。

- オーストラリアからの訪日客は、ビジネスではなくて、ホリデー、レジャーの目的がかなり多いという特徴がある。

- オーストラリアからの海外旅行者を国別に見ると、2016年のデータで1位は隣国のニュージーランド、2位はバリ島が人気のインドネシア、次いでアメリカ、イギリスとなるがこれには里帰り需要も含まれる。5位のタイは観光地として人気がある。6位は中国で、中国移民も多いため里帰り需要が含まれているものの、観光地としても人気がある。

## オーストラリアからの海外旅行者数（2016年）

順位	国名	人数(千人) 前年比	順位	国名	人数(千人) 前年比
1	ニュージーランド	1326.1 (4.3%増)	9	フィジー	347.6 (0.4%減)
2	インドネシア	1254.3 (13.7%増)	10	インド	322.6 (10.6%増)
3	米国	1056.3 (4.7%増)	11	ベトナム	246.8 (1.1%増)
4	英国	588.3 (0.6%減)	12	マレーシア	259.3 (2.6%増)
5	タイ	529.1 (4.2%減)	13	香港	217.2 (1.5%増)
6	中国	455.0 (6.1%増)	14	フィリピン	213.0 (2.3%減)
7	シンガポール	381.2 (4.4%増)	15	イタリア	195.3 (4.4%増)
8	日本	358.5 (16.4%増)	16	カナダ	155.5 (16.7%増)

出典：ABS オーストラリア統計局

- 7位がシンガポールで、8位が日本となる。日本はかつては15位程度だったが年々順位を上げており、2017年の統計ではシンガポールを抜く可能性もある。日本の伸び率は非常に高く、2015年比16.4%増で伸び率は第1位である。

- アメリカはトランプ政権の不人気、イギリスはテロの影響などもある中、日本はマイナス要因が相対的に少なく、北朝鮮のミサイルの報道があったときに若干影響を受けたが、それも最近落ち着いており、好調を維持している。
- 航空便も増加傾向にあり、2017年9月にJALがメルボルンー成田線に就航し、12月からはカンタス航空がシドニーー関空便（週3便）に就航し、関西への直行便ができたということで非常に盛り上がっている。
- 州別の訪日者数を見ると、シドニーを含むニューサウスウェールズ州からが

最も日本に来ており、次にブリスベンを含むクイーンズランド州、次にメルボルンを含むビクトリア州という順。パースを含む西オーストラリア州は、直行便がないが、比較的富裕層が多く、現在はシンガポールや香港経由で日本に来ているが、もし直行便が就航すれば有望な市場である。

JNTO

- オーストラリア人の訪日旅行者の特徴としては、まずは消費額が高く、1人当たりの旅行支出額は中国について2位である。オーストラリア人の給料額はおよそ日本の1.5倍から2倍近くであり、豊富な資源を背景に経済の状況もよく、所得も増加傾向にある。また、滞在期間が平均で13.2日と長い。また、スキー客を中心に、閑散期である12月・1月に訪日旅行が多い点からも優良な顧客であると言える。また、訪日旅行の満足度を調査したところ、オーストラリア人の非常にポジティブな国民性もあり、大変満足との回答が82%（全市場平均では50%程度）に上り、ほとんどクレームがなく優良な顧客と言える。

## オーストラリア人旅行者の特徴

■消費額が高く、滞在期間は長く、閑散期に訪日してくれる優良顧客

◆1人当たり旅行支出額225,866円は全市場中第2位

◆平均泊数 平均13.2泊（全市場 9.1泊）

◆50.2%が14日間以上滞在

◆訪日旅行の満足度

大変満足82.9%

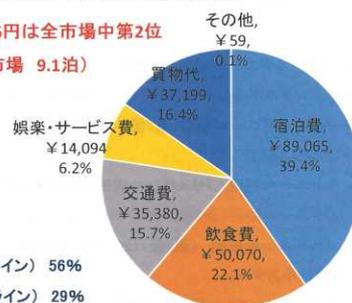
（全市場：50.4%）

◆ロコミにより情報収集を行う

・友人・家族からのロコミ(オフライン) 56%

・友人・家族からのロコミ(オンライン) 29%

・ロコミサイトやブログ 23%



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向H28年年次報告書  
訪日外国人消費動向調査平成29年分調査(速報)  
JNTO 平成27年度オーストラリア・カナダ市場におけるFIT旅行に関する市場調査

- 都道府県別に見ると、訪問されているのはゴールデンルートと呼ばれる東京、京都、大阪が中心であるが、特徴的な点として、長野や北海道がスキーリゾートとして人気がある点と、約2週間と長期に滞在するため、広島（宮島や原爆ドーム）まで足を伸ばす客が一定数いる点が挙げられる。しかしそれ以外となると、北陸、高山、和歌山の高野山などが近年人気が出ているが、九州はほとんど知られていない。

## オーストラリア人の訪日旅行の傾向(その2)

オーストラリア(全目的)			全市場(全目的)		
順位	都道府県名	訪問率	順位	都道府県名	訪問率
1	東京	84.2%	1	東京	48.2%
2	千葉	77.4%	2	千葉	39.7%
3	京都	47.2%	3	大阪	39.1%
4	大阪	44.0%	4	京都	27.5%
5	広島	18.4%	5	福岡	9.9%
6	長野	17.1%	6	神奈川	9.6%
7	北海道	11.4%	7	愛知	9.5%
8	神奈川	9.2%	8	北海道	7.8%

その他、岐阜(7.2%)、石川(4.8%)、和歌山(4.0%)などに全市場と比べて多く来訪。  
◎ゴールデンルート(東京、京都、大阪、広島)、これに続くルート(高山、白川郷、高野山、熊野) + スキーリゾートに特徴。

出典：観光庁 訪日外国人の消費動向H28年年次報告書

- 教育旅行が非常に盛んで、日本語学習者が世界で4番目に多いことや日本に姉妹都市が多いことを背景に、多くの小～大学生が日本を訪れている。

(JNTOシドニー事務所の活動)

- ニュースレターの配信（一般消費者向け隔月配信先約20,000、旅行業界向け毎月約2,400）

- ・イベント (MATSURI in SYDNEY、主な出展者：自治体国際化協会、和歌山県、香川県、福島県、阪神堺USJ 関空、ANA、JALなど)
- ・招請事業 (旅行会社やメディアを日本に招聘)
- ・毎年2回、現地旅行会社向けのセミナー兼商談会を開催 (今回は30を超える自治体、企業が参加)。
- ・その他、現地の大手旅行会社が一般消費者向けに開催するイベントに出展するなど、シドニー、メルボルン、ブリスベンを中心にプロモーションを実施。
- ・ソーシャルメディア (フェイスブック、インスタグラム) による情報発信。
- ・日本の食の魅力を発信するため、現地で大変人気のある料理番組「マスターシェフ」に日本で取材してもらい、オーストラリアをはじめイギリスなど世界各地で放送。

JNTO



## ◎意見交換の内容

Q 九州の知名度が低いということだが、こういった営業が足りないと思われるか。

A 九州の関係者でオーストラリアにプロモーションに来る方が少ない。九州へのメディアの招致や、こちらでのイベントへの参加など、九州や温泉の魅力を知らってもらうための地道な活動が大切である。

今回、大分県議会に来てもらったことはありがたい。一度日本に行ったことがある方や、日本に詳しい旅行会社には、大分県をピンポイントで売り込むこともできるが、そうではない多くの方々に知ってもらうためにどうすればよいか、悩みどころである。まずは話題にしてもらう必要があり、話題になっていないところを売り込むのは難しい。

Q どういった形で大分を売り込むのがよいと思われるか。

A やはり、入口として押し出すべきは温泉であると思う。食についても魅力的である。

Q 宿泊施設については、どのような施設が好まれるか。本県の温泉地では、団体部屋になっているところが多いが、個室のほうがよいのか。

A 個室がよい。温泉についても、公衆の面前で裸になることに抵抗がある方もいるので、個室に温泉があることが望ましい。また、旅行会社からは、畳の部屋であってもベッドがなければツアーに組み込むのは難しいと聞く。日本文化の体験として1泊くらいはよいが、基本的にはベッドである。

Q オーストラリア人の日本食の好みはどうか。

A いろいろな日本食が受け入れられている。生魚も大丈夫だが、日本に来て生魚が続くとつらいという声もあり、洋食を混ぜるなどの工夫が必要である。

また、日本では居酒屋やコンビニの食料品もおいしいと評判である。なお、アレルギー対応がオーストラリアでは厳しく、その対応も必要。

Q 旅行者にとって居酒屋はどうか。飛び込みで入って、自分で注文することが可能か。

A 居酒屋はよいと思う。スキー客をたくさん受け入れている長野などでは、英語のメニュー、英語のアレルギー対応の説明などを整備していると聞くので、そういった整備が望ましい。



Q 別府の地獄めぐりなどは観光先としてどうか。

A そういったものを旅行雑誌で目にするようになれば、当然行ってみたいということになると思うが、まずは知ってもらわないといけない。

また、トレッキングなどの体験型観光も人気があり、九州オルレなども、せっかくアジア向けに開発されたので活用すべき。

Q 全国の自治体のうち、オーストラリアでの売り込みに力を入れているのはどこか。

A ここ数年力を入れているのは石川県で、長野県、北海道、新潟県などもスキーの関係で力を入れている。石川県からは、旅館の方なども来ている。九州では、去年、福岡観光コンベンションビューローが当事務所主催のセミナーに参加したが、継続的に活動している県はない。

Q 教育旅行については、どこにアプローチするのがよいのか。教育委員会的なところか、又は学校の校長レベルか。

A 学校の校長が最も力があると言われている。しかし、当事務所としても学校とのコネが多くないので、教育旅行専門の旅行会社とセミナーを共催するなどの取組を行っている。

Q 教育旅行の規模はどの程度か。

A 日本のような修学旅行ではなくて、20人程度の比較的小さなグループが多い。なお、姉妹都市に行くケースが多いので、大分に姉妹都市、姉妹校などがあれば訪問すると思われる。

Q RWC 2019では、オーストラリアとニュージーランドからどの程度の訪日客が予想されるか。

A 人数は分からないが、かなり動くと思われる。人口比でいくと、オーストラリアよりはニュージーランドのほうが多いと思われる。ニュージーランドではラグビーは第二の宗教のようなものとまで言われており、生活の一部となっている。オーストラリアでは、ラグビーは3種類あり、RWCの「ラグビーユニオン」はあまり人気がないが、ワラビーズ（オーストラリア代表チ

ーム) は人気が高い。

Q オーストラリアから九州への直行便が就航する見込みはあるか。

A かつて日本人がオーストラリアに多く旅行していた時代にあった福岡空港や中部国際空港などの直行便が廃止されていた中、ようやく関空便が復活したところである。次はパースとの直行便、シドニー線の増便、中部国際空港、そして福岡空港と期待される路線は多いが、今現在、すぐに増便という話は聞かないので、時間がかかると思われる。

## ◎調査を終えて

オーストラリアから日本への旅行者数は毎年延びており、行先として15位程度であったものが、すでに8位まで上昇するなど確実に日本に対する関心度は高くなっていると言える。オーストラリアから日本への直行便も成田と羽田に加え、やっと関空便が復活したところだが、もっと日本からのPR(宣伝活動)・プッシュ(直行便の増便)があつて良いのではと現地では感じているようであり、間近となったRWC日本開催を契機に、戦略的なプロモーションと航路の充実が求められる。

日本への旅行者の大半は、東京・千葉・京都・大阪・広島のほか、長野や北海道は訪問するようだが、九州にはほとんど入っている様子がない。また、日本への訪問時期はスキーや桜のシーズンが多く選ばれており、逆に5・6月の旅行が落ち込む時期の取り込みを図ってみてはとの提案があつたところだが、4月以降から梅雨時期前までの九州・大分の気候は過ごしやすく、新緑の美しい時期でもあり、より工夫した誘客対策が求められるところである。

オーストラリア人は2週間程度の長期旅行で行くので、九州や大分の良さを知りさえすれば、必ず訪問するだろうとのことである。また、オーストラリア人は「トライ精神」が強いようで、温泉体験やトレッキング(オルレ)を楽しんでもらうほか、海の幸・山の幸など、大分の素材は魅力があるので現地の人にまずは知ってもらうことが第一である。なお、食品アレルギーの対応(表示・除去)も標準的に求められるようであり、大分の受入れ側(サービス提供事業者)に啓発する必要がある。

日本政府観光局シドニー事務所としてもオーストラリアで日本の観光プロモーションの場を設けているが、福岡を除き九州からの出展は少ない(和歌山県や香川県は複数出展)ようであり、大分県としてもRWCを契機に出展に取り組むべきである。また、オーストラリアでも近年は友人からの口コミやSNSによる情報収集で旅行先を選んでいる傾向が強く、景観や食の紹介のほか、旅先での多言語対応にも力を入れておく必要があると感じた。

(県民クラブ 木田 昇)

(自由民主党 衛藤 博昭)

## ◆オーストラリアラグビー協会

### ◎調査日

平成30年2月6日

### ◎調査の目的

- ・オーストラリア代表チームは、RWC2019において本県でウルグアイとプール戦を行うことが決まっており、また決勝トーナメントに勝ち進んだ場合には、準々決勝戦も行うこととなる。
- ・同国は過去2回RWCの開催国となっており、また同国代表チームは「ワラビーズ（小型カンガルー）」の愛称を持ち、過去2回RWCで優勝している強豪国である。
- ・このため、県として試合開催に向けて準備すべきことや、観戦のために本県を訪れた同国のラグビーファンに本県に滞在、観光してもらうための方策について調査する。
- ・加えて、RWC2019に向け、本県におけるラグビー競技の振興に向けた取組等の参考とするため、同国におけるラグビー事情を調査する。
- ・また、本県の概要やスタジアムの説明並びに観光PRを行うとともに、議長と知事から会長に宛てた親書を手渡し、本県の熱い歓迎の気持ちを伝える。



ラエレン キャッスル会長

### ◎調査相手方職氏名

会長（Chief Executive）ラエレン キャッスル 氏（Raelene Castle）

ワラビーズ・チーム・マネージャー

パトリック モリハン 氏（Patrick Molihan）

プロラグビー統括 アンソニー フレンチ 氏（Anthony French）

オーストラリアラグビー基金上級役員

ピーター マーフィー 氏（Peter Murphy）

ガリバー・スポーツ・トラベル営業部ゼネラルマネージャー  
ピーター ギブソン 氏 (Peter Gibson)

### ◎調査の概要

- ・ センテニアル・パーク内にあるラグビー・オーストラリアビルにあるオーストラリアラグビー協会を訪ね、案内役のガリバー・スポーツ・トラベルのピーター ギブソン氏と玄関で合流し、館内に入った。
- ・ 館内では、ラグビー基金上級役員のパーター マーフィー氏が出迎え、館内を案内してくれた。
- ・ ラグビー・オーストラリアビルは、オーストラリアラグビーの記念館、選手のウェイト・トレーニング場、リハビリ室、協会事務局などの複合施設になっており、協会では、15人制、7人制男女の3クラスを統括している。
- ・ その後、ミーティング・ルームに通され、ナショナルチーム・マネージャーのモリハン氏、プロラグビー統括のフレンチ氏、ロジスティック担当の女性マネージャーとわれわれ調査団で名刺交換および自己紹介を行い、意見交換を行った。
- ・ 冒頭、御手洗団長より対応受入への感謝と訪問の趣旨を説明する挨拶を行った。
- ・ パトリック マネージャーからは、代表監督はアメリカ訪問中で同席できないことのお詫びの言葉と以下のような説明があった。
- ・ 来月、ワールドカップ会場を視察するため訪日予定であり、特に準々決勝戦の会場である大分は良く調査・視察したい。
- ・ 試合前後の国内移動を最も重視している。拠点となるキャンプ地は、代表チームが現在日本の何県かとやりとりをしているが、まだ決定していない。



- ・今年の10月27日には、伝統のブレディースロー・カップ（オーストラリアとニュージーランドの代表チームによる対抗戦）が横浜の日産スタジアムで行われるので、その試合後に大分に立ち寄りたい。これには、選手・チームだけでなく、熱狂的なファンも同行する予定なので、ファンにも大分を案内したい。



- ・また、フレンチ氏からは、大分での対戦チームもウルグアイに決まったので、ぜひ大分の情報を教えてほしい、との発言があったため、当方から大分県及び会場である大分銀行ドームの説明を行い、予選、準々決勝とぜひ2度大分に来てほしいと伝えた。その後、大分県の観光PR動画を見てもらった。
- ・意見交換の途中、4週間前に就任したばかりの新任CEOであるラエレン会長が参加し、RWC2019に向けて選手だけでなくファンも大分を訪問するのを楽しみにしているとの挨拶をいただいた。
- ・10月のブレディースロー・カップ後には、そのまま日本国内でキャンプを張る予定とのことで、大分市、別府市とも最高の環境で受け入れ準備をしていることを伝えた。

## ◎調査を終えて

オーストラリア代表チームはRWCで過去2回優勝している強豪国であり、過去3回優勝のニュージーランド代表とはライバル関係にある。また、第1回大会（1987年）及び第5回大会（2003年）の開催国であり、2027年の大会誘致も表明している。

同国からの訪日旅行者数は年々増加し、2017年には約49万人に上っている。滞在日数も約90%以上が1週間以上と長い。また、関東、関西などのゴールデンルートが大半で九州への訪問は少ないので、今大会を契機に九州への誘客に力を入れるべきである。今回は、参加議員全員がおんせん県おおいの法被を着用し、大分県のPR動画やパンフレットにより大分銀行ドーム、観光（おんせん県おおい、南蛮・キリシタン文化）、本県のブランド



食材などを紹介し、会長に対して直接、大分県を力強くアピールできた。是非、多くのオーストラリアの人々に来て頂きたいと考えている。

(自由民主党 濱田 洋)

(県民クラブ 木田 昇)



## ◆フィジーラグビー協会

### ◎調査日

平成30年2月7日

### ◎調査の目的

- ・フィジー代表チームは、RWC 2019において本県でプール戦を行うことが決まっており、また決勝トーナメントに勝ち進んだ場合には、準々決勝戦も行うこととなる。
- ・同国代表チームは世界ランキング9位で、7人制ラグビー（※）ではリオデジャネイロオリンピックで金メダルを獲得した実績もある。
- ・また、大分市がRWC 2019のキャンプ地の誘致活動を行っている。
- ・このため、県として試合開催に向けて準備すべきことや、観戦のために本県を訪れた同国のラグビーファンに本県に滞在、観光してもらうための方策について調査する。
- ・加えて、RWC 2019に向け、本県におけるラグビー競技の振興に向けた取組等の参考とするため、同国におけるラグビー事情を調査する。
- ・また、本県の概要及びスタジアムの説明並びに観光PRを行うとともに、議長と知事からCEOに宛てた親書を手渡し、本県の熱い歓迎の気持ちを伝える。



※7人制ラグビー：ラグビーワールドカップは15人制で「ラグビーユニオン」と呼ばれるスポーツであるのに対して、7人制は1チームあたり7人の選手でより短時間（前半7分、後半7分の合計14分）で行われる競技。セブンズ（Sevens）とも呼ばれる。2016年のリオデジャネイロオリンピックから正式種目として採用された。

### ◎調査相手方職氏名

最高経営責任者（CEO） ジョン オコナー 氏（John O'Connor）

### ◎調査の概要

- ・名刺交換の後、御手洗団長より受入れのお礼と趣旨説明の挨拶を行い、議長と知事からの親書を手渡した。

- ・オコナーCEOからは、歓迎の言葉とともに、ちょうど先ほどまで国際ラグビー連盟スタッフと次回大会の打ち合わせを行っていたとの話の報告の後、以下のような説明があった。
- ・15人制の代表チームの監督は、オーストラリアで開催される国際試合に参加しており不在であるが、プール戦と準々決勝を大分で戦うことを楽しみにしている。
- ・今月か来月には、監督とチームマネージャーが、大分を含め会場等の調査に行く予定である。
- ・準備やプレ・オペレーションは順調に進んでいるので、あとは多くのファンにチケットを買ってもらい、今年7月に就航する成田直行便（週3便）で日本に試合を見に行ってもらいたいと思っている。
- ・大分県のPR動画を見ていただいた後、大分県及び大分銀行ドームの紹介を行った。
- ・オコナーCEOからは、フィジーラグビー協会の会長は首相であること、RWC2019だけでなく、2020年の東京オリンピックでのキャンプ地も探していると補足があった。
- ・RWCの数ヶ月前には、「ワールドラグビーパシフィックネーションズカップ」(※)が日本で開催され、フィジー、日本のほか、サモア、アメリカ、カナダなどが参加するが、大分県で試合があるかどうかはまだ分からないとのことであった。



オコナーCEOと

※ワールドラグビーパシフィックネーションズカップ (World Rugby Pacific Nations Cup): ワールドラグビー公認の国際大会。2016年と2017年大会は、RWC2019のオセアニア地区予選も兼ねて開催され、フィジー、トンガ、サモアが参加。

### ◎意見交換の内容

Q フィジーから日本に観戦に来る人たちは、試合以外に何を期待しているか。また、大分には何を期待しているか。

A 多くのフィジー人にとっては、日本訪問は初めてとなるので、温泉や日本人の生活体験等を経験してみたいと思うだろう。

昨年は大分市の訪問団が来てくれ、スタジアムや病院、グラウンドなどの施設・設備を紹介してくれて良かったと思っている。大分の人たちには、ぜ

ひRWC2019で私たちの試合を観戦し応援してほしい。

Q 青少年のラグビーの指導・育成はどのように行っているのか。

A 学生時代は、主に学校の教師が児童・生徒を指導し、ラグビー協会の指導員が教師たちを指導している。高校（4年制）には、年齢ごとのチームがあり、昨年には17歳チームが大分を訪問した。

Q ラグビー人口はどれくらいか。

A 約10万人。

Q ラグビー以外に盛んなスポーツは。

A サッカーやバレーボールで、ナショナルチームの試合がテレビで放映されれば全国民が見る。

Q 高校生チームなどが海外遠征する際には、政府からの費用補助などを受けられるのか。

A 政府からの補助がある。

Q フィジーの方々に、大分を知ってもらい、大分に来てもらうためには何が必要と思うか。

A 大分に実際に行ってみて考えたい。

Q これまで、（RWC2019関連で）大分以外に訪問があった日本の都市は。

A 秋田県、香川県、佐賀県。

Q 前回のイングランド大会では、フィジーからどれくらいの人が応援に行ったのか。

A イングランドはフィジーから遠く、航空券が高額なので多くは行けなかったが、現地のフィジー人が応援してくれた。

Q 日本はイングランドより近いが、より多くの方が来ることができるか。

A 来年の大会では、日本への直行便を運航する航空会社「エア・フィジー」が本チームのメイン・スポンサーなので、割安なチケットが販売されると思う。

Q 代表チームの選手はどこでプレイしているのか。また、15人制と7人制での力の入れ方の違いは。

A 15人制の代表チームの選手は、日本をはじめ世界中のチームに所属している。国内でプレイしているのは2～3人のみで、あとは海外でプレイしている。代表チームのトレーナーも、以前日本チームにいたことがある。7人制は、国内組中心である。



Q 日本に応援に来る人はどれくらいと思うか。また、来る際には家族とか、友人とか。

A 多くのファンは全試合見たいと思っている。また、家族で行くと費用が高額になることから、働いている友人同士が多いだろう。

Q フィジーにはラグビーリーグがあるのか。

A シーズンは4月から7月で、この中から選手を35人選抜し、毎年オーストラリアで開催される大会に臨んでいる。

Q RWC 2019で優勝した際の賞金35億円の使い方は考えているか。

A ラグビー競技場などの施設整備と、この事務所も見ての通りなので改修したい。

Q ファンは1試合の観戦中にビールをどれくらい飲むのか。

A たくさん飲む。

## ◎調査を終えて

・フィジーには、かつては日本からの観光客も多く、直行便も運航されていたが、近年は減少傾向にあり、誘客ターゲットも中国、香港にシフトしている。

・今回、現地を実際に見て感じたことは、人口も面積も狭い島国で、GDPも低く、国民所得も決して高くない国であり、ラグビー協会や青年スポーツ省の建物からも決して財政的に豊かではないことが分かる。

・よって、ナショナルチームである「フライング・フィジアンズ」のほとんどのメンバーは海外チームに所属しており、チームとしての遠征費用などの調達も、協会として苦勞が多いのではないかと推察する。

・誘客に関しては、富裕層に限られることから期待できないが、今後も大分市として友好交流を進めていくのであれば、青少年の交流事業として、RWC 2019にフィジーの子どもたちを招くことも一考に値する。

・そうした財政事情もあることから、事前キャンプ地や公認キャンプ地では、現在交渉している複数の候補地の中から、最も条件の良いところを選択することになると思われる。

・しかし、観光誘客に関して、可能性が全くない訳ではなく、フィジーはオーストラリアやニュージーランドからの身近な短期の海外旅行先として定着しており、今後、大分市を中心に交流を進めながら、この国の経済発展を支援



することで、将来的な観光需要を開拓する足掛かりになると同時に、フィジーのリゾート地で大分に関わる露出を増やすことができれば、オーストラリアやニュージーランドからの旅行者に対し、バカンスでの訪問先としての日本・大分・九州を情報発信するアンテナショップ的な役割も期待できると感じた。

(県民クラブ 藤田 正道)

(自由民主党 末宗 秀雄)



## ◆フィジー共和国青年スポーツ省

### ◎調査日

平成30年2月7日

### ◎調査の目的

- ・フィジー代表チームは、RWC2019において本県でプール戦を行うことが決まっており、また決勝トーナメントに勝ち進んだ場合には、準々決勝戦も行うこととなる。
- ・2017年9月には、大分県RWC2019推進委員会の招きにより、フィジーからラトゥ・カダブレブ高校のチームが来県し、大分県高校選抜チームとのラグビー交流試合が行われた。
- ・大分市は同国のキャンプ地誘致を進めており、2016年11月に市長が同国を訪問しているほか、2017年10月にはフィジー共和国青年スポーツ省とスポーツ分野での協力に関する覚書を締結している。

#### 【覚書の内容】

- ・体育教育及びスポーツ分野での協力を促進
- ・文化等に対する相互理解及び理解を促進
- ・各学校の生徒間における交流を調整及び促進
- ・このため、RWC2019に向け、本県におけるラグビー競技の振興に向けた取組等の参考とするため、同国におけるラグビー事情を調査するとともに、今後の同国との交流促進の方策について調査する。
- ・また、今回の機会を活用して、本県の概要及びスタジアムの説明並びに観光PRを行う。
- ・同省は、青少年の育成・能力開発と、スポーツの推進を所管しており、前事務次官は、RWC2019の事前キャンプ地選定に向けた候補地視察のため、岡山県、佐賀県等を訪問している。

### ◎調査相手方職氏名

事務次官 イワネ チコ 氏 (Iowane Tiko)

### ◎調査の概要

- ・名刺交換の後、御手洗団長より受入れのお礼と趣旨説明の挨拶を行った。
- ・事務次官からは、まだ2週間前に就任したばかりで名刺もできていないとの話の後、歓迎の言葉と昨年の高校生チームの受入れに対する感謝の言葉に続き、以下の説明があった。
- ・私は四国の鳴門教育大学で教育システムについて勉強したことがある。当時大分を訪問したことがなく残念である。
- ・今日は、学校関係のスポーツ担当者も同席しているが、もしできれば彼らスタッフにも大分で勉強してもらいたい。

- ・私たちは、トレーニングスキルに関する日本の考え方、特に南アフリカに勝った日本の考え方を学びたい。
- ・（担当者から大分市との「青少年活動やスポーツ分野での交流促進に関する覚書」を手渡され）仕事はまだ勉強中だが、今後、大分市との交流を深めていきたい。
- ・その後、大分県のPR動画を事務次官に見てもらった。



イワネ チコ事務次官

### ◎意見交換の内容

- Q ラグビーを広めるために国としてどのように取り組んでいるのか。
- A 基本は学校教育を通じて行っている。学校の教師が指導者を兼ねるケースが一般的であるが、フィジーは小さな島も多くあるため、そのような場所に対しては青年スポーツ省のスタッフが訪問して普及を行う。
- Q 事務次官は鳴門教育大学で学んだとのことだが、大分県には立命館アジア太平洋大学もあり貴国の留学生も10名学んでいる。今後もぜひ大分県へ留学生を派遣してほしい。
- A ぜひそうしたい。将来は留学生に日本でスポーツスキルのみならず、経済やロボット工学も学ばせたい。
- Q 青年スポーツ省の位置づけや省の役割、取り組みはどのようになっているのか。
- A 教育省とは別組織で、青少年の育成、能力開発、スポーツの推進を担当しており、青少年に対するスポーツ推進は、主に学校教育の中に組み込んで行っている。
- Q 空港からこちらへ向かう際、通学途中にバス停に並ぶ貴国の子どもたちを見かけたが、整然と並んで、規律正しい振る舞いに感銘を受けた。こうしたマナーはどのように学んでいるのか。
- A 学校と家庭の両方で教えている。学校では「道徳」に関するカリキュラムがある。
- Q ラグビー協会から近く大分に来られるとのことだが、政府関係者も来られるのか。
- A ぜひ、私も行きたいと考えている。
- Q (チコ事務次官からの逆質問) 大分県にはスポーツ関係の大学はあるのか。
- A 大分県には専門学校しかないが、九州には鹿屋体育大学などいくつかの大学がある。
- Q RWC 2019、特に大分で行われる貴国対ウェールズ戦では、貴国の国民、青少年が日本に来るための貴国政府からの支援をお願いしたい。
- A 検討したい。

Q 前任の事務次官も日本のキャンプ候補地を見て回られているが、キャンプ地にはどのような要素を求めているのか。

A 基本的にはラグビー協会がキャンプ地のロケーションを調査し、協会が決めることになる。

Q 貴国の行政、学校の年度はどのようなになっているのか。

A 以前は1月から12月だったが、現在の行政年度は7月から6月である。学校は1月から12月のままである。



### ◎調査を終えて

フィジー共和国青年スポーツ省を訪問し、同省事務次官と面談を行った。今般の大分県議会議員団の訪問に先立ち、2016年11月には大分市と大分市ラグビー協会関係者他がフィジーを訪問し、2017年10月にはアリソン・バーチェル前事務次官が大分市を訪問し青少年活動やスポーツ分野での交流促進を目指す覚書を結んでいる。

現次官は2週間前にバーチェル氏から交代したばかりで名刺の準備も整っていないとのことであった。次官自身が四国の鳴門教育大学への留学経験を有し、日本へのスポーツ留学を積極的に進めていきたいとの意向を示されていた。就任して間もないこともあり、2016年のフィジーでの大分市訪問団との面会及び2017年の大分市への訪問団のどちらにも参加していないとの話であった。今回の大分県議会議員団の訪問にあたり、関係スタッフより大分市との覚書締結のレクチャーを受けたこともあり、交代間もないタイミングの訪問は大分市との覚書を認識していただく良い機会となった。大分県のPR動画もご覧いただき、大分県への訪問を楽しみにしているとのコメントをいただいた。

ラグビーの普及について伺ったところ、基本は学校教育を通じて行っているとのことであった。学校の先生が指導者を兼ねるケースが一般的であるが、フィジーは小さな島も多くあるため、そのような場所に対しては青年スポーツ省のスタッフが訪問して普及を行うなど、きめ細かく普及活動を行っている印象を受けた。

他の自治体もフィジーとの交流に積極的に取り組んでおり、2017年10月にはバーチェル前次官が岡山県を訪問し事前キャンプ地の視察を行っている。また、同月に佐賀県ともスポーツ発展に向けた協力に関する覚書を締結しており、佐賀県も事前キャンプ誘致に向けて取り組んでいる。また、フィジーラグビー協会によれば、フィジー人ラグビーコーチがいる関係で秋田県とも交流が活発とのことであった。

事前キャンプの誘致については、大分市がフィジーの誘致を目指して取り組んでいるが、他の自治体は県レベルで動いているので、本県も他県の動きを意識し、関係構築を深めていく必要を強く感じた。

(自由民主党 衛藤 博昭)  
(県民クラブ 藤田 正道)



## ◇在フィジー日本国大使館表敬訪問

### ◎訪問日

平成30年2月7日

### ◎対応者

特命全権大使 大村 昌弘 氏

参事官 羽田 貢由 氏

一等書記官 玉光 慎一 氏

警備対策官（二等書記官兼一等空尉） 山中 浩史 氏

### ◎訪問の経緯

- ・ 調査研究の準備を進めていく中で、在フィジー日本国大使館から、「大分県議会の調査団がフィジー訪問を検討しているということを知り、大使館で何か力になれることはないか」との連絡を頂いた。その後、やりとりをする中で、同大使館の大村昌弘特命全権大使から大使公邸訪問のお誘いを頂いたため、表敬を兼ねて訪問することとした。
- ・ 同大使館は、太平洋島嶼国の中で人口や経済力などの点で卓越した地位を占めるフィジーに所在し、キリバス共和国、ナウル共和国、ツバル、バヌアツ共和国を併せて管轄している。

### ◎訪問の概要

- ・ 昼食をとりながら、大村大使ほか3名から、フィジーの産業、経済、ラグビーをはじめとしたスポーツの状況等について説明を受けるとともに、意見交換を行った。
- ・ また、調査団から、本県の農林水産物、工芸品等の特産物や、観光資源などについてPRを行った。



## ◆オールブラックスツアーズ

- ・ニュージーランド代表チームは、RWC 2019において本県でプール戦を行うことが決まっている。
- ・同国代表チーム（愛称：オールブラックス）は世界ランキング1位であり、RWCでは最多となる過去3回優勝していることなどから非常に高い人気を誇り、RWC 2019でも同国から多くのラグビーファンが日本を訪れることが予想される。
- ・また、別府市はキャンプ地の誘致活動を行っており、本年2月には姉妹都市であるロトルア市の高校生と地元高校生との交流試合が行われるなど、交流が活発となっている。
- ・このため、県として試合開催に向けて準備すべきことや、観戦のために本県を訪れた同国のラグビーファンに本県に滞在、観光してもらうための方策について調査する。
- ・オールブラックスツアーズは、ラグビー専用の旅行会社で、RWC 2019のニュージーランド国内における唯一の公式旅行会社である。



### ◎調査相手方職氏名

調達マネージャー グレグ バーベック 氏 (Greg Birbeck)

### ◎調査の概要

- ・名刺交換の後、御手洗団長より受入れのお礼と趣旨説明の挨拶を行った。
- ・バーベック氏より歓迎の言葉と要旨以下の説明を受けた。

(ニュージーランドにおける大分県の知名度等について)

- ・ニュージーランド人は、日本で開催されるRWC 2019にとっても関心を持っている。
- ・大分県はあまり有名ではないが、別府市とロトルア市が姉妹都市であり、ニュージーランドには豊富な温泉もあることから、ニュージーランド人にとってなじみやすいと思う。
- ・大分県がまずどこにあるのかということや、温泉が豊富にあることなどを周知しながら誘客していきたい。

(現在発売中のツアーについて)

・現在当社から発売中のツアーは、以下の2タイプである。

- ① 添乗員付き (エスコート) ツアー
- ② 独立 (インディペンデント) ツアー

・①添乗員付きツアーは、観戦チケット+宿泊+観光のパッケージ。

添乗員付きツアー			
商品	C1	C2	C3
期間	10月17日～11月3日	10月17日～11月3日	10月17日～11月3日
試合	準々決勝・準決勝 3位決定戦・決勝	準々決勝・準決勝 3位決定戦・決勝	準々決勝・準決勝 3位決定戦・決勝
宿泊	東京・金沢	東京・大阪・金沢	東京・名古屋・京都
商品	D1	D2	D3
期間	10月24日～11月3日	10月24日～11月3日	10月24日～11月3日
試合	準決勝・3位決定戦 決勝戦	準決勝・3位決定戦 決勝戦	準決勝・3位決定戦 決勝戦
宿泊	東京	東京・金沢	東京・京都

・試合がない日の観光プランは、JTBと連携して立てており、宿泊都市や近郊を回る。

・②独立ツアーは、観戦チケット+宿泊のみ。

独立ツアー			
商品	Pool 1 package 1	Pool 1 package 2	Pool 2
期間	9月19日～23日	9月19日～23日	10月1日～3日
試合	オープニングセレモニー、開会 試合、対南アフリカ戦	オープニングセレモニー、開会試 合、対南アフリカ戦	対敗者復活戦勝者 (大分開催)
宿泊	東京	東京	福岡
商品	Pool 3	Pool 4	All Finals
期間	10月5日～7日	10月11日～13日	11月17日～11月3日
試合	対アフリカ1位戦	対イタリア戦	準々決勝・準決勝 3位決定戦・決勝
宿泊	東京	名古屋	東京

・Pool 2は大分での試合を対象とした商品だが、大分県内の宿泊が既にチーム、レフェリー、関係者などの予約で埋まっているため、客は福岡に宿泊させ大分まで通わせる計画となっている。今後、大分の宿泊が確保できるようになれば変更する予定だが、それがはっきりするのは数ヶ月後になる。

**Independent Pool 2: NZ vs Repechage - Oita**  
Land only Tour Start date: 1<sup>st</sup> October - 3<sup>rd</sup> October

**Tour Overview**  
Thinking of planning your own trip around Japan? Be sure to fit in a trip to the beautiful Oita! Travel off the beaten track and take in this unique rugby-mad city! Oita (referred to as the sister city to Rotorua, Oita is best known in Japan for its thermal activity and natural hot springs. This is the perfect opportunity for a weekend away from the hustle bustle of Tokyo and relax. Oh and did we mention there is an All Blacks game as well!

**Package Overview**  
This package is an independent tour meaning it is completely separate from our escorted packages. We will provide you with the essentials including 2 nights of 4 star accommodation at Hotel New Otani hotels, official match tickets and a SUICA rail card but the rest is up to you! Add this into your trip, we recommend pairing with a trip to Hiroshima.

**Inclusions**

- 2 nights of 4-star accommodation, Hotel New Otani Hakata, Fukuoka (In: 1 Out: 3 Out)
- Daily buffet breakfast
- Official Match tickets (Category B) for 1 match as listed
- All Blacks Tours Merchandise
- SUICA Rail Pass for Tokyo with \$30 New Zealand dollars pre-loaded (you can top-up at any time)
- All administration and ticket handling fees

**Match Tickets Included:**

- New Zealand v Repechage

20 | Presentation Title ワールド・イン・ユニオン The World in Union

- ・独立ツアーでは試合が行われる週末と週末の間が数日間ずつ空くので、大分はその間の行き先としてプロモーションをかければ良いと考える。
- ・以上の説明を受け、大分県のPR動画を見てもらい、大分県と大分銀行ドームなどの説明を行った。

### ◎意見交換の内容

- Q ツアーの宿泊は、添乗員付き・独立ともに、旅行期間中全て固定となっているのか。
- A そうである。ただし独立ツアーは試合の前後3日のみのツアーとなるため、次の試合までの4日間の宿泊については、客が自分で手配するか、客から当社のパートナー会社であるJTBや、ニュージーランドのフォータスツアーという会社に頼むことになる。
- Q 大分での試合は、敗者復活チームとのカードだが、割当されたチケット全て売り切れるか。
- A その心配には同意する。下位のチームとの試合はそれほど人気はなく、プール戦ではオープニングの南アフリカ戦以外は、もともとそんなに売れるとは思っていない。ただ、イングランド大会にニュージーランド人が行ったときには、純粋にラグビーを見に行くだけだったが、日本の場合は観光地として人気が高いので、家族で行くという形が多くなると見ており、その場合には、試合の相手というのも大切だが、旅行先としての魅力があれば行くと思う。
- Q ツアー料金はいくらくらいか。
- A 独立ツアーの準々決勝・準決勝・3位決定戦・決勝戦の商品で9千ドル～1万ドル。添乗員付きツアーの準々決勝・準決勝・3位決定戦・決勝戦で19日間から21日間の商品は、2万ドルから2万5,000ドルとなる。イングランド大会のときと比較する若干高いが、これは東京の宿泊料金の高さによるもので、航空運賃は日本の方が近いために安い。
- なお、休暇が取りやすい国なので、3週間くらいのツアーが多い。
- Q このツアーは、どの位の所得層が対象となるのか。
- A この商品自体がプレミアムな商品なので、余裕のある客向けとなる。基本的には、50歳～60歳代でセミリタイアしている酪農家の富裕層といった客。だが、ニュージーランドのファンは、RWCのために4年間、イングランド大会をパスした人は8年間貯金をしているのので、必ずしも富裕層だけが対象になるわけではない。
- Q 代表チームの選手の所属は。



A まず、ニュージーランドのプロのラグビー選手は全てラグビーユニオンに所属している。そして選手とクラブチームが個々に所属先について契約するが、ラグビーユニオンがそれを仕切っているという形である。オール・ブラックスのメンバーには、ニュージーランド国内のクラブチームに所属していなければ選出されない。

Q ニュージーランド代表チームは、試合後、次の試合開催都市にどれくらい前に入るのか。

A 通常、ニュージーランド代表チームは早めに次の会場に移動するようだ。早く現地に入ることによって、選手がリラックスし、その土地に慣れて落ち着いた頃に試合をすることになるため。

Q 今回、大分戦での福岡の宿泊先はどれくらい確保しているのか。

A 当社は2011年設立で、イングランド大会での経験しかないため、手探りの状態で予測しているにすぎない。

Q イングランド大会での貴社の送客数は。

A 約4,500人。

## ◎調査を終えて

オールブラックスツアーは、ラグビー専用の旅行会社で、RWC2019のニュージーランド国内における唯一の公式旅行会社である。調査に併せて、大分県の紹介を動画、パンフレット等で行い、また全員が法被姿でおんせん県おおいたの宣伝を行った。

RWC2019におけるニュージーランドのラグビーツアーは21日間程度のコースが主であるので、観戦日を中心に、①観戦に観光を加えた添乗員付きのツアー②観戦チケットとホテルのみの独立ツアーで組んでいる。

東京、大阪、京都、金沢を中心に組んであるが、大分の試合では観戦客は福岡に泊まることになる予定であるという。前回イングランド大会ではニュージーランドから約4,500人を案内した。ニュージーランドの観戦客は50～60代の酪農家などが4年から8年積み立てをしており、準決勝、決勝戦が観戦の中心になる。

大分への誘客については、独立ツアーの試合間の客を対象とすることになるが、家族旅行が多くなるので、観光地として魅力のある所に行くようになるだろうと言う。大分の温泉や食のPR、おもてなしの準備に力を入れて、多くのニュージーランドの人に大分に来て頂きたい。



(自由民主党 濱田 洋)  
(県民クラブ 二ノ宮 健治)

## ◆ A T E E D (オークランド観光・イベント・経済開発局)

### ◎調査日

平成30年2月9日

### ◎調査の目的

- ラグビーワールドカップでは、大会を契機に様々な分野に及ぶ好影響「レガシー（遺産）」を残すことを目的として、ラグビー協会、政府、自治体などにより、レガシープログラムが策定される。
- RWC 2019については、ワールドラグビー、アジアラグビー、日本ラグビーフットボール協会の三者が「IMPACT Beyond 2019」（※）という名称のレガシープログラムを発表している。
- 本県としても、大会を一過性のものでしないうちに、開催自治体として、レガシーの視点を持つことが求められる。
- このため、RWC 2011の開催都市におけるレガシーの取組について調査する。
- オークランド市は、人口161万人のニュージーランド最大の都市であり、RWC 2011では開会式、決勝戦などが行われた。
- A T E E D(オークランド観光・イベント・経済開発局)は、RWC 2011開催直前にオークランドが7つの市町村と合併した際に発足した市行政の外郭団体の一つ。その名称のとおり、ツーリズム、イベント及び経済開発に関する機関であるが、同時にオークランドという都市あるいはオークランドで開催される大規模イベントの宣伝を担当している。



※ 「IMPACT Beyond 2019」の主要なポイントは次のとおり。

- 1 日本におけるラグビー振興  
ラグビー登録人口を20万人以上にする（＝日本ラグビー戦略計画2016-2020におけるKGI）
- 2 アジアにおけるラグビー振興  
アジアで新しいプレーヤーを100万人以上増加、プレーヤー人口を200万人以上にする

- 3 アジアにおける放送網の拡大  
アジア全土のプラットフォームでラグビーが広く放送される
- 4 世界におけるラグビー振興  
RWC 2019のインパクトを最大限活かして世界のプレーヤー人口を1,100万人以上にする

### ◎調査相手方職氏名

パートナーシップ担当 ジョナサン ジョーンズ 氏

※説明予定の広報担当職員の身内に不幸があったため急遽代役となった。

### ◎調査の概要

- ・名刺交換の後、御手洗団長より謝辞と趣旨を説明する挨拶ののち、ジョーンズ氏より以下の説明を受けた。

(ATEEDの取組について)

- ・RWC 2011では、ATEEDは以下の5つのビジョンと目的を掲げて取り組んだ。
  - ① 最良のスタジアムでのイベントにする
  - ② 最大限の経済効果
  - ③ 観戦客に思い出に残る経験を提供する
  - ④ 前向きなレガシーをハード、ソフト両面で残す
  - ⑤ オークランドの連帯と団結（合併した7つの市町村をまとめる）
- ・この目的のため、ATEEDは、スタジアム外のポスター・バナー（旗）の掲示、プロモーションビデオを流すなどのいわゆるシティ・ドレッシングとチーム及び観戦客のおもてなしを行った。おもてなしの具体的活動は以下のとおりである。
  - ① 歓迎セレモニー
  - ② 4つの地域へのファンゾーンの設置
  - ③ ファンゾーンでのエンターテイメントやイベント
  - ④ ファントレイル（スタジアムまでの道に目印をつけ、途中にエンターテイメント的な要素を入れて、観戦客が楽しみながらスタジアムまで歩くイベント。約4.5キロメートルで実施）。
- ・また、事前準備として、パブリック・トレーニング（市民全体が観客及びチームを歓迎し受け入れるためのトレーニング）を行った。例えば、学校でのカリキュラム・テキストをATEEDが作成して提供するなど。
- ・ボランティアを募集し、全体で2,500人が集まった。ボランティアは延



べ15万時間活動し、その後のイベントでも同様の活動ができるようになった。

(レガシープランについて)

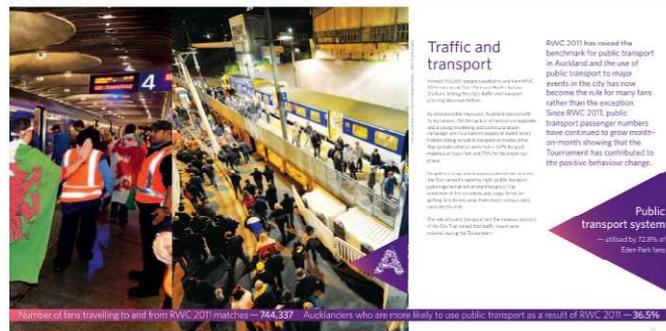
- レガシープランでは、以下の5つのゴールを掲げた。
  - ① ウォーターフロントを開発・活用する
  - ② オークランドを世界に知らしめる
  - ③ 自分たちの街に誇りを持つ
  - ④ 公共交通機関を使う習慣をつける
  - ⑤ メジャーイベントに最適な都市と位置付けられ、ラグビー以外のメジャーイベントを行う

(ハード面及びソフト面のレガシーについて)

- ハード面のレガシーとしては、ウォーター・フロント（クイーンズ埠頭）のファンゾーンの整備、ウィン・ヤード（旧・オイルタンク・ヤード）の再開発、イベントセンターの建設などがある。調査結果では、79%の住民が、ウォーターフロントの開発は、オークランドにとって長期的な利益をもたらすものと考えている。



- ソフト面でのレガシーとしては、公共交通機関の利用について、それまでほぼマイカー中心であったものを、駅の新設などを行った結果、37%の市民がより公共交通機関を使いたいというように意識が変わり、その後実際にバスや電車の乗客数が毎年増加している。



さらに、ラグビー以外のメジャーなスポーツイベントとして、近いところでは昨年、ワールドマスターズゲームズ（4年に一度行われる生涯スポーツの国際総合競技大会）の開催地も務めた。

また、RWC中のオークランドの取組に対してプライドを感じたという市民は、86%に上った。

## ◎意見交換の内容

Q 37%の市民が公共交通機関を利用したいと意識が変化したことにより、渋滞解消緩和などの効果が出ているのか。

A 駅の整備（増設）やルートの変更などによる利便性の向上や定時運行で利用者は年々増加しているが、人口増加（毎年2%）により、車が毎週800台増加しているため、道路整備も行っているが追いつかない状況。

Q レガシープログラムについては、開催のどれくらい前に構築され、どの範囲まで共有されていたのか。

A ワールドカップ自体は国の管轄であり、オークランドの整備に関する計画（オークランドプラン）は中央政府のプランであり、これは5年以上前には出来ていたはずである。オークランド市の取り組みについても、中央政府の同意がなければ進まないものも多い。また、たとえば開催年には、スタジアムがある地域では影響があるということで、学校の学期をずらすなどの変更が行われた。

## ◎調査を終えて

オークランド市が掲げたRWC2011におけるレガシープランのゴールは、以下の5点であった。

- ① ウォーターフロントを開発・活用する
- ② オークランドを世界に知らしめる
- ③ 自分たちの街に誇りを持つ
- ④ 公共交通機関を使う習慣をつける
- ⑤ メジャーイベントに最適な都市と位置付けられ、ラグビー以外のメジャーイベントを行う

RWC2019でのレガシープランとして、大分では特に、④と⑤を提案したい。

まず④については、RWC後のオークランド市民の調査では、37%の市民がバスや電車などの公共交通機関を使いたいと答えたとの結果であった。また、ラグビー試合会場のイーデン・パークに電車の駅を新設している。しかし、今では人口増でインフラ整備が追い付かず、毎週800台もの自動車が増えており渋滞が発生している。大分市でも通勤時の渋滞は日常化しており、ラグビーワールドカップを契機に公共交通機関への誘導、インフラ整備の加速が求められる。

次に⑤については、昨年、オークランドではワールドマスターズゲームズが開催された。説明によると総参加者数3万4876人、ボランティアやサポーターとしての参加も1万人近くあった。参加者のうち半数が海外からの参加で、オーストラリア、米国、カナダからの参加が目立った。また、



経済効果は約24億円、来訪者の総宿泊数は24万4千泊と推計している。

このように、オークランドではRWC2011のレガシープランが実現している。なお、2021年には関西地区でワールドマスターズゲームズが開催される。大分でもラグビーワールドカップ開催のノウハウを生かし、メジャーイベントを誘致してもらいたい。

(自由民主党 木付 親次)

(県民クラブ 二ノ宮 健治)



## ◆イーデン・パーク

### ◎調査日

平成30年2月9日

### ◎調査の目的

- ・RWC2019の試合は、大分銀行ドームで開催される予定となっているが、芝生の整備が大きな課題となっているほか、様々な面で会場整備を進めていく必要がある。
- ・このため、RWC2011において試合が開催されたスタジアムにおいて、必要とされる施設整備やその他必要な準備について調査する。
- ・イーデン・パークはRWC2011で開会式、決勝戦などが行われたスタジアムである。
- ・1987年の第1回RWCでの会場でもあり、2011年の大会を前に大改修が行われ、仮設スタンドを含め計6万席を確保した。
- ・行政の所有ではなく、独立したトラスト（Trust）で、受益者はオークランド・ラグビー及びオークランド・クリケットという組織である。



### ◎調査相手方職氏名

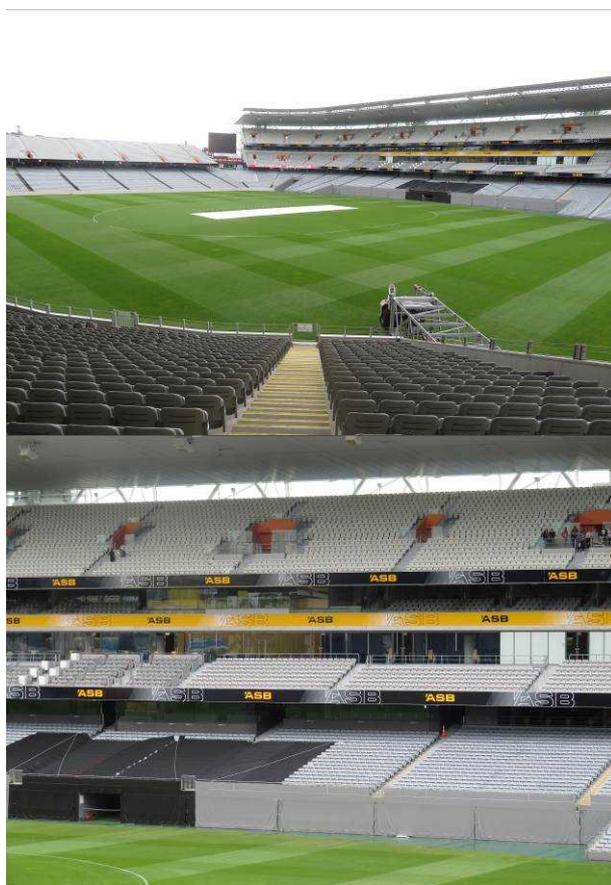
オペレーションジェネラルマネージャー  
マット マクハーディー 氏 (Matt McHardy)  
アカデミージェネラルマネージャー  
アント ストレイチャン 氏 (Ant Strachan)

### ◎調査の概要

- ・到着後、マクハーディー氏よりスタジアム内を見学しながら、観客席で以下の説明を受けた。
- ・マクハーディー氏はRWC2011ではイーデン・パークで行われた全ての試合（プール戦5試合、準々決勝2試合、準決勝2試合、3位決定戦、決勝の計11試合）でマッチ・オペレーション・マネージャーを務めた。

(スタジアムの整備等について)

- スタジアムは、ラグビーとクリケットの併用仕様となっている。(訪問時はクリケットの大会前でクリケット仕様となっていた)
- スタジアムの収容人員は4万8千席であったが、国際ラグビー評議会(※)からの要請で、仮設足場によるスタンド増設とフィールド内への座席張り出しで、6万2千席へ増設した。(現在は、スタンドは撤去されているが、フィールド内の可動式仮設席は残っている)
- 大会運営でのキーポイントは、ゲーム進行と運営に関わる全ての関係者が一体となり、警察や救急も含めて全員が自分の担当以外の動きも把握しておくこと。そのためには、事前に綿密なプランニングを行うに限る。



※国際ラグビー評議会 (International Rugby Board) : 世界のラグビーの統括団体。2014年に名称を「ワールドラグビー (World Rugby)」に変更した。RWCを主催。アイルランドのベルリンに本部を置いている。

(インター・ナショナル・アカデミーについて)

- その後、バックヤードでVIPルームやロッカールーム、オペレーションルーム、メディカル・ルームなどを見学しながらスタジアム内のトレーニング・センターに移動し、数名の選手がトレーニングに励んでいる中で、ストレイチャン氏より施設とアカデミーに関して以下の説明を受けた。
- イーデン・パークを本拠地とするオークランド・ブルースには、プロフェッショナル、セミ・プロフェッショナルを合わせて65名の選手が登録されており、ここはジムとフィールドを併設した数少ない施設で、事務の1階下にはコンサル・ルーム、メディカル・ルームがある。(ラグビーの選手寿命は短いため、早い段階から引退



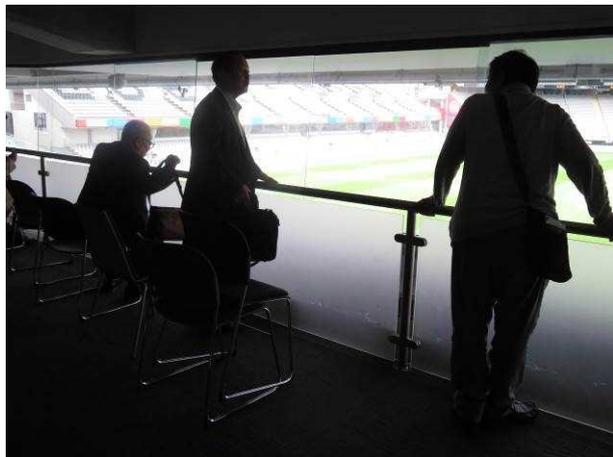
後の進路をコンサル・相談・指導する体制が設けられている)

- ・インター・ナショナル・アカデミーには、世界中から性別、年齢に関係なく年間3千～3千5百人のプレーヤーが週30時間×最低4週間等のコースで受講し、期間中は地元の家庭にホームステイしている。
- ・イーデン・パークのスタジアムやジムなどの設備を使えるこのシステムは世界的にも珍しく、ビジネスとして成長しており、協会の中でも最も忙しいセクションとなっている。
- ・選手たちは、ここで世界のトップ選手たちと触れ合うことで、モチベーションも上がる。日本からも大学生や高校生が参加しており、今月も日本の大学生25名が参加する予定。3月と7月には日本の高校生向けのプログラムを準備している。

### ◎意見交換の内容

Q VIP（貴賓）対応はどのように行ったのか。

A 国際ラグビー評議会からVIPのリストが来たので、警察と協議して、基本的には警察のエスコートを付けて、一般人が通れないルートを通した。VIPのリストをもらうときに、VIPの前後の旅行プランなどを入手して準備した。座席の配置だけでなく、緊急時の脱出ル



ートも設定しなければならなかった。VIPルームでは、座席も広くて柔らかいものに取り換えた。また、セキュリティを徹底するため、IDカードもはっきりと見えるよう大きいサイズにした。

Q 国際ラグビー評議会からのリクエストで大変だったことは。

A まずは収容人員。国際ラグビー評議会からは6万人以上と言われたために観客席を増設したこと。2点目は、スタジアム内および周辺500m以内のスポンサー広告や企業名表記を全て撤去または見えなくしなければならなかったこと。これは徹底しており、たとえばパナソニックから無償で提供されているスタジアムのモニターに表記されているブランド名も消さなければならず、そうしたスポンサーの理解を得るための交渉でとても苦労した。

Q 芝生の種類と管理は。

A ライ・グラスで、シーズンの終わり毎に全て張り替えている。（三層になっており、最下部にメッシュのコア、中間に砂の層、表面にターフという天然の芝の板。メッシュを通して根が張るのでしっかりしている。）

Q 日本ではハイブリッド芝（※）も使われているが、ニュージーランドでも

使っているスタジアムがあるのか。

A ダリーニャというところにある屋根のあるスタジアムでは、ハイブリッドを使っていると聞いている。ハイブリッドの良い点は強いこと。しかし、ここイーデン・パークでは芝はそれほど頻繁には使われないので、必要がない。

Q 交換した芝は再利用されるのか。

A 前回交換したときには、一般に公開して、一般の方が自宅の庭に使うために持ち帰ったりした。これは大変人気があった。

Q RWCの試合では、公式スポンサーのビールしか売れないとのことだが、ビールが足りなくなることはなかったか。

A 幸い公式スポンサーのビール工場が近郊にあったため、足りなくなることはなかった。

Q RWC 2011でのマッチ・オペレーション・マネージャーの役割は。

A 各チーム公平に規則と時間を守らせる、トーナメントのルールを徹底する。また、レフリーからボールボーイ、メディカルスタッフまで、全てのセクション、関係者が事前に定めたとおりに動いているかを統括する。

Q 決勝戦のニュージーランド対フランス戦での8対7という試合でも平常心で対応できたか。

A 公平に対応したから試合が成立した。

Q 開閉式の屋根のあるスタジアムが欲しいと思うか。

A あったら良い。

Q イーデンパーク・スタジアムの優れた点または改善が必要な点は。

A ラグビーとクリケットの併用仕様（クリケットは円形の競技場、ラグビーは長方形）なので、ラグビーの試合の時には観客席とフィールドが遠い。できれば別々のスタジアムが欲しいが、建設当時の1900年代初めからラグビーとクリケットで併用することが政治的に決められているため、今のところ変えられない。一番の売りは、このスタジアムがラグビーの原点であること。

Q スタジアムでは年間何試合が行われるのか。



- A ラグビーとクリケットで年間約20試合だが、最近ではそれ以外にも使用する動きがあり、昨年はゴルフを行い3日間で3千人がプレーした。
- Q クリケットのビッグゲームでも満席となるか。
- A オールブラックスのゲームでは必ず満席となるが、クリケットでは半分ほどしか埋まらない。
- Q アカデミーについては、大学生や高校生もホームステイできるのか。
- A 家のサイズにより1軒に1～3人ステイし、ローカル・クラブ・チームに参加することもできる。滞在は最低4週間、最長20週間まで。
- Q アカデミーには個人でも参加できるのか。
- A 個人でも可能で、現在、世界中の旅行会社を窓口として申込を受付けており、日本ではJTBと契約している。私も訪日し、東京、大阪、福岡のJTB事務所を訪問し説明してきた。
- Q コースの内容は。
- A 最初の1週間はテスト期間となっており、英語能力、テクニカル、フィジカルなどをテストしている。そして、その参加者にあったプログラムを個々に組んでいく。終了時には、そうしたテストの結果やトレーニングの記録など16ページにわたるカルテを渡している。
- Q 日本からはどのような学校が参加しているか。
- A 明治大学、早稲田大学、帝京大学をはじめ、北海道や九州などの地方の高校からも参加している。

※ハイブリッド芝：天然芝に人工繊維を組み合わせたもので、耐久性が高いとされる。RWC2019の準備として、大分銀行ドームにも導入が予定されている。

## ◎調査を終えて

- ・RWC2011の準備で大変だったのは、①観客席の増設、②公式スポンサー以外の看板や商標を撤去・消去するための折衝、とのことであり、ファンゾーンも含めて、事前にワールドラグビーの要請を把握し、早め早めの対応が求められる。
- ・また観戦客は、駅周辺でビールを飲み、会場に缶ビールを5～6本持ち込み、なくなれば会場内の売店で補充し、試合後はファンゾーンや宿泊地でビールを飲む、と事前研修でも指摘を受けていたが、2011年大会でのイーデン・パークのスタジアムでは、競技場内の観戦客スペースのコーナーごとにビールスタンドが設置されており、幸い公式スポンサーのビール工場が近郊にあったため助かったとのことだった。かつて、ビールがなくなり暴動騒ぎになりかけたこともあるというラグビー観戦でのビール文化への対応、特に、会場周辺500m以内とファンゾーンでは、公式スポンサーであるハイネケンしか販売できないので、その供給ルートは、日本の代理店であるキリンと

の間に、綿密に打ち合わせて準備する必要がある。と同時に、県内の地ビールや酒、焼酎などの提供方法についても、関係業界も含めて事前に打合せを行い、綿密に準備しておくことが望まれる。

(自由民主党 末宗 秀雄)

(県民クラブ 藤田 正道)





