

THE ECONOMIC IMPACT OF RUGBY WORLD CUP 2019™

ラグビーワールドカップ 2019™ 日本大会
開催後経済効果分析レポート



RUGBY
WORLD CUP™
JAPAN 日本 2019
PROFESSIONAL SERVICES SUPPLIER



EY

Building a better
working world







THE ECONOMIC IMPACT OF RUGBY WORLD CUP 2019™

ラグビーワールドカップ 2019 大会後経済効果分析レポート

01 大会概要	3
02 大会開催による経済効果	5
03 開催都市の経済効果	13

大会概要

ラグビーワールドカップ史上最高のチケット完売率

ラグビーワールドカップ2019(RWC 2019)アジアでの初のラグビーワールドカップ開催になり、チケット完売率は99%と、ラグビーワールドカップ史上最高のチケット完売率を記録しました。また、チケット販売枚数でも172万枚にのぼり、世界で最も人気があるメガスポーツイベントの一つであることを改めて示すことになりました。



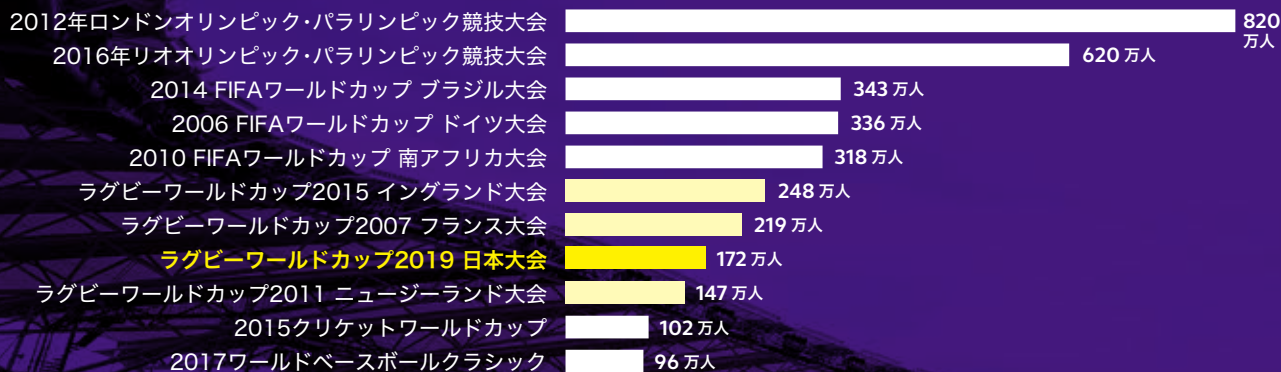
チケット完売率

ラグビーワールドカップ2019 日本大会

ラグビーワールドカップ2015 イングランド大会	98%
ラグビーワールドカップ2011 ニュージーランド大会	94%
ラグビーワールドカップ2007 フランス大会	94%

99%

※大会比較^{※1}



12

開催都市

12



試合会場

16



ファンゾーン

ファンゾーン
入場者数 1,137,288人

55



公認チームキャンプ地

45

試合



16

ファンゾーン

ファンゾーン
入場者数 1,137,288人

大会開催期間

44



日間

2019年9月20日-11月2日



20

チーム

大会ボランティア



約13,000人



チケット販売数(中止試合除く)

1,718,176

枚

ソーシャルメディア動画再生回数が前回大会の5倍強

RWC 2019のソーシャルメディアによる大会関連動画再生回数は前回のラグビーワールドカップ2015 イングランド大会(RWC 2015)と比較し、5倍以上の20.4億回に達し、RWC 2019によってラグビーワールドカップに対する世界中の注目度が飛躍的に上昇しました。

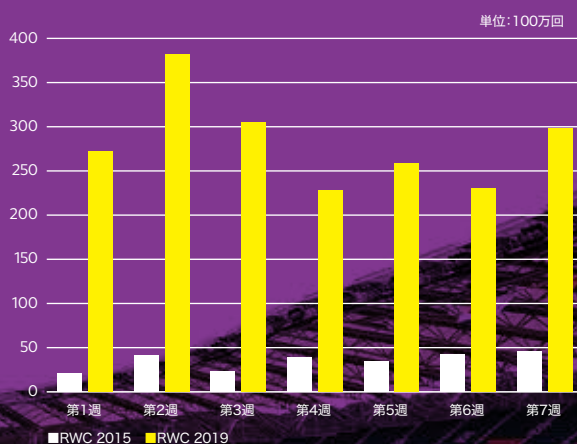


ソーシャルメディア 動画再生回数(大会開催期間中)

20.4 億回

RWC 2015 3.7 億回

大会期間中のソーシャルメディア動画再生回数



ソーシャルメディア別動画再生回数

	再生回数
Facebook	255,866,024
GIPHY	944,512,425
Instagram	75,603,700
Instagram Stories	132,842,079
Snapchat	94,392,000
TikTok	186,086,400
Twitter	240,387,500
YouTube	110,038,272
合計	2,039,728,400

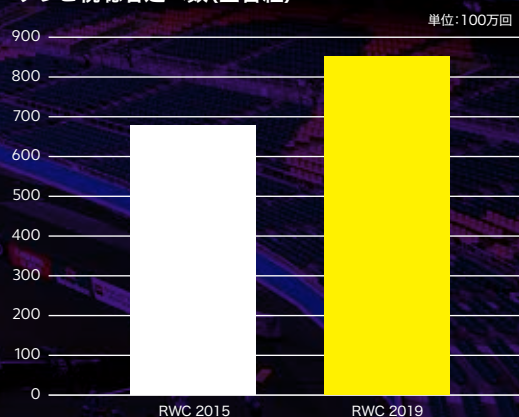


テレビ視聴者延べ数 (試合中継、再放送、ハイライト番組)

8億 5728 万人

RWC 2015 6億 7853 万人

テレビ視聴者延べ数(全番組)



※1 IOC(チケット販売数)、FIFA(観客数)、ICC(観客数)ならびにWBC(観客数)のデータは公式ウェブサイトより参照しています。

ラグビーワールドカップ 過去最大の経済効果

RWC 2019 では、ラグビーワールドカップ 2019 組織委員会 (JR 2019) ならびに各開催都市によるスタジアム等インフラ整備や大会運営に関する支出をはじめ、国内外の観戦客やその同行者 (以下、「観戦客等」) によるスタジアム、ファンゾーン、滞在地や周辺の観光地等で多様な消費活動が行われました。その結果、EY では、RWC 2019 を通じ、これまでのラグビーワールドカップで最大となる 6,464 億円 (4,309 百万ポンド) の経済波及効果が日本国内にもたらされたと算定しました。

経済波及効果 6,464 億円 (4,309 百万ポンド※¹)

直接効果

3,157 億円

(2,104 百万ポンド)

第一次間接効果

2,172 億円

(1,448 百万ポンド)

第二次間接効果

1,135 億円

(757 百万ポンド)

GDP 増加分 3,515 億円 (2,343 百万ポンド)

直接効果

1,768 億円

(1,179 百万ポンド)

第一次間接効果

1,079 億円

(719 百万ポンド)

第二次間接効果

668 億円

(445 百万ポンド)

税収拡大効果

412 億円

(275 百万ポンド)

雇用創出効果

46,340 人

訪日客による消費支出が 経済波及効果に強く影響

経済波及効果全体の54%が訪日客の消費支出による波及効果であり、メガイベントの経済効果では、インバウンドの取り込みが重要であることを再確認する結果になりました。

経済波及効果・GDP 増加分の内訳

観戦客等による消費

観戦客等によるスタジアム、ファンゾーン、ホスピタリティプログラムをはじめ、市街地や観光地での消費による経済効果を表しています。

経済波及効果

3,889 億円(2,593 百万ポンド)

※内訳

国内客による消費

407 億円(272 百万ポンド)

訪日客による消費

3,482 億円(2,321 百万ポンド)

GDP 増加分

2,034 億円(1,356 百万ポンド)

※内訳

国内客による消費

205 億円(137 百万ポンド)

訪日客による消費

1,829 億円(1,219 百万ポンド)

大会運営費

スタジアムなどの会場運営、大会出場チーム、大会ゲスト、メディアなどに提供するサービスに伴う支出などによる経済効果を表しています。

経済波及効果

1,374 億円(916 百万ポンド)

※内訳

JR2019

1,046 億円(697 百万ポンド)

開催都市

328 億円(219 百万ポンド)

GDP 増加分

864 億円(576 百万ポンド)

※内訳

JR2019

658 億円(438 百万ポンド)

開催都市

206 億円(138 百万ポンド)

スタジアム等インフラ整備

スタジアムのグラウンド、スタンド、照明、更衣室、アンチドーピングルームなどの諸室の設置・改修費用などによる経済効果を表しています。

経済波及効果

1,201 億円(800 百万ポンド)

GDP 増加分

617 億円(411 百万ポンド)

合計

経済波及効果

6,464 億円(4,309 百万ポンド)

GDP 増加分

3,515 億円(2,343 百万ポンド)

※ 1 本レポートにおける英国ポンド換算にあたっては、1 ポンド＝150 円(2019 年購買力平価(OECD 統計))とし、四捨五入等による端数調整を行っています。

02 大会開催による経済効果



直接効果の内訳

観戦客等による消費	経済波及効果 1,843 億円(1,228 百万ポンド)	GDP 増加分 957 億円(639 百万ポンド)
	※内訳 宿泊 660 億円(440 百万ポンド) 飲食 414 億円(276 百万ポンド) 交通 224 億円(150 百万ポンド) 買物 109 億円(72 百万ポンド) 娯楽等サービス 436 億円(291 百万ポンド)	※内訳 宿泊 320 億円(214 百万ポンド) 飲食 166 億円(111 百万ポンド) 交通 143 億円(95 百万ポンド) 買物 43 億円(29 百万ポンド) 娯楽等サービス 285 億円(190 百万ポンド)
大会運営費用	経済波及効果 778 億円(519 百万ポンド)	GDP 増加分 548 億円(365 百万ポンド)
	※内訳 JR2019 592 億円(395 百万ポンド) 開催都市 186 億円(124 百万ポンド)	※内訳 JR2019 417 億円(278 百万ポンド) 開催都市 131 億円(87 百万ポンド)
スタジアム等 インフラ整備	経済波及効果 536 億円(357 百万ポンド)	GDP 増加分 263 億円(175 百万ポンド)
合計	経済波及効果 3,157 億円(2,104 百万ポンド)	GDP 増加分 1,768 億円(1,179 百万ポンド)

経済波及効果に関する用語

経済波及効果		(例)
直接効果	開催準備期間から大会期間における、スタジアム等インフラ整備、大会運営費、国内客による消費、訪日外国人客による消費などの新規需要にあてられた国内商品・サービス生産額を表しています。	訪日外国人が日本のレストランで日本酒や国産牛ステーキを飲食した際に支払った金額
第一次間接効果	開催準備期間から大会期間における直接効果によってサービスブランチェンを通じて発生する国内商品・サービス生産額を表しています。	上記飲食に用いられた日本酒酒造メーカーや国産牛畜産農家の生産金額およびそれらに用いられた国産米・飼料等原材料の生産業者の生産額
第二次間接効果	開催準備期間から大会期間において発生した雇用の増加によりもたらされた消費の拡大による国内商品・サービス生産額を表しています。	上記レストラン、酒造メーカー、畜産農家、国産原料生産業者における雇用者給料の増加によって生じた国産商品・サービスおよびその国産原材料の生産額
GDP 増加分	上記経済波及効果のうち付加価値分（日本が本大会の開催準備と大会開催により得た給料や利益など）を表しています。	
税収拡大効果	上記経済波及効果によって増加した国税収入（所得税、法人税、間接税）を表しています。	
雇用創出効果	開催準備期間から大会期間において、直接効果・第一次間接効果・第二次間接効果を通じて創出された雇用者数を表しています。	上記レストラン、酒造メーカー、畜産農家、国産原料生産業者における雇用者数の増加

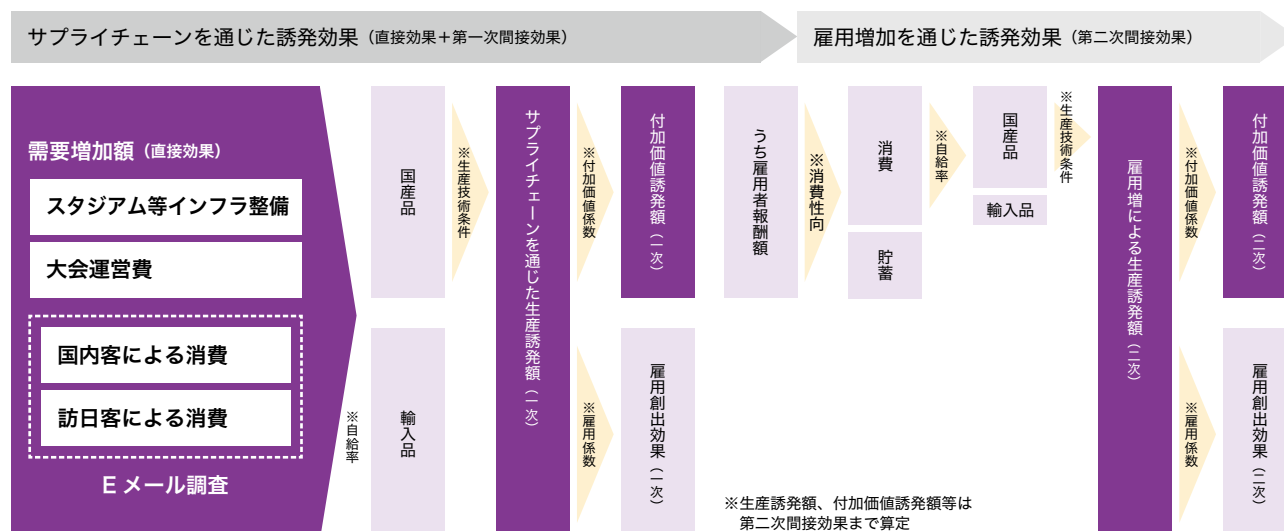
経済効果分析手法

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分析しています。

当分析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 ●大会運営費	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 ●国内客による消費 ●訪日客による消費		
	需要増加額	サプライチェーンを通じた生産誘発額 / 付加価値誘発額	雇用増加を通じた生産誘発額 / 付加価値誘発額

分析のフローチャート



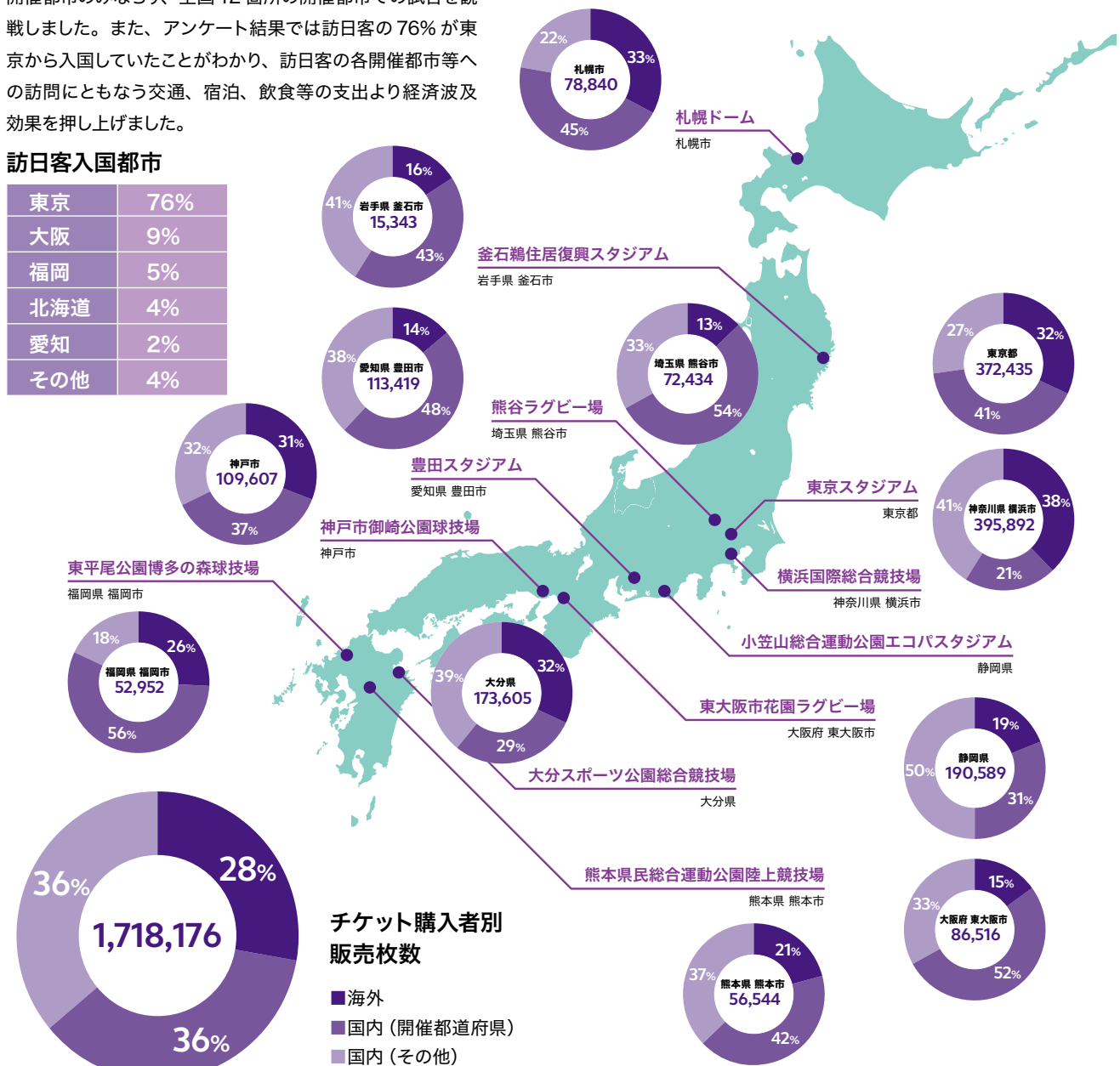
チケット購入者情報

訪日客の大多数が東京から各開催都市へ移動

本大会では、訪日客がチケット販売総数（約 172 万枚 ※中止試合除く）の 28%（約 49 万枚）を購入し、大都市の開催都市のみならず、全国 12 箇所の開催都市での試合を観戦しました。また、アンケート結果では訪日客の 76% が東京から入国していたことがわかり、訪日客の各開催都市等への訪問にともなう交通、宿泊、飲食等の支出より経済波及効果を押し上げました。

訪日客入国都市

東京	76%
大阪	9%
福岡	5%
北海道	4%
愛知	2%
その他	4%



RWC 2019

チケット購入者アンケート

本経済効果分析レポートの経済波及効果の算出にあたり、ラグビーワールドカップ観戦客の消費行動の把握するため、大会チケット購入者を対象としたアンケートを実施し、10 万人を超える方々にご協力いただきました。

調査期間	2019 年 11 月 5 日～2019 年 11 月 27 日
調査目的	ラグビーワールドカップ観戦客等の消費行動の把握
調査対象者	公式ラグビーワールドカップ観戦チケットウェブサイトによるチケット購入者(287,600 名。2019 年 10 月 9 日時点)
実施内容	国内居住者向けアンケート、国外居住者向けアンケート
有効回答者数	国内居住者向けアンケート: 95,081 名 / 国外居住者向けアンケート: 5,391 名
調査方式	国内居住者向けアンケート: Web アンケート / 国外居住者向けアンケート: Web アンケート
調査言語	国内居住者向けアンケート: 日本語、英語 / 国外居住者向けアンケート: 英語

インバウンド情報

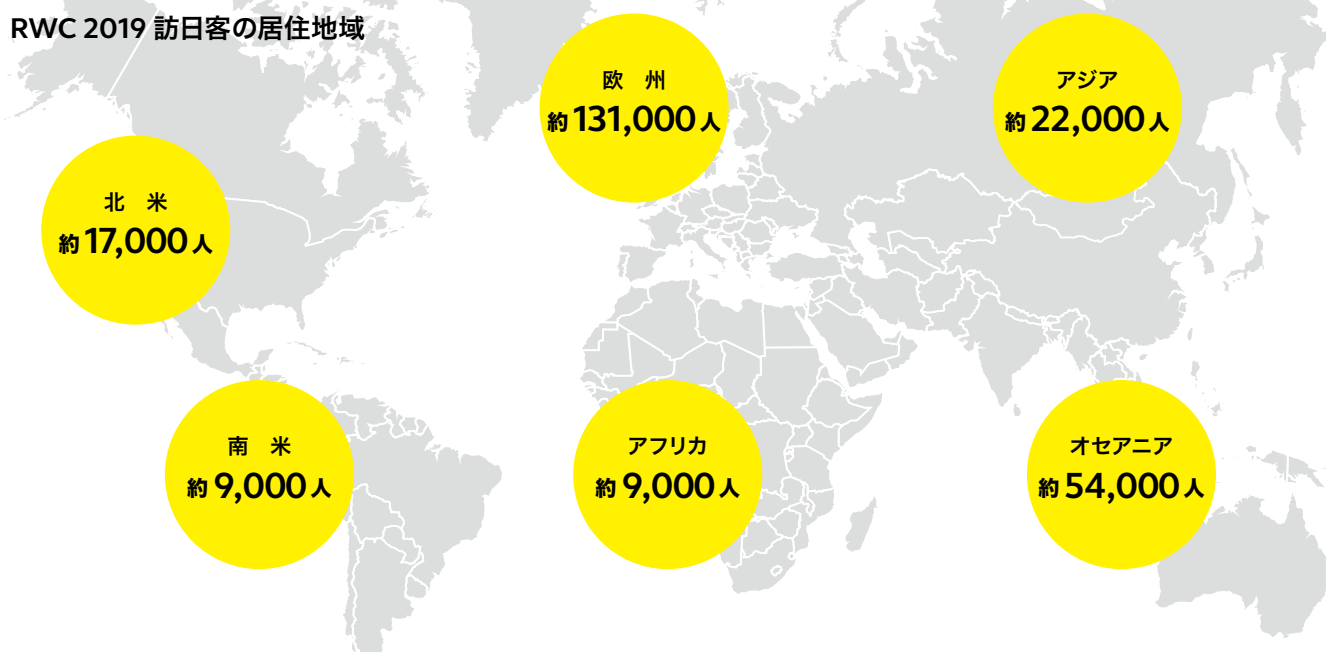
RWC 2019 による訪日客

約 **242,000人** ※1

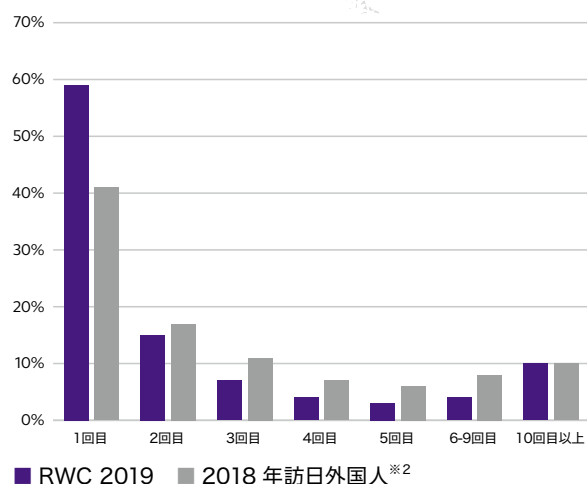
将来のインバウンド効果も生み出す

アンケート結果では、RWC 2019 訪日客の約 60%が初めての日本を訪れ、75%が「必ず来たい」と日本再訪の意向を示していますが、一方 2018 年訪日外国人 ※2 では相応する数字は 57%との結果になっています。これは RWC 2019 が初訪日の誘因となり、将来の再訪日につながる可能性が高いことを示しています。RWC 2019 のようなメガイベントによって、開催時のみならず、将来のインバウンド効果も生み出される可能性があることがわかりました。

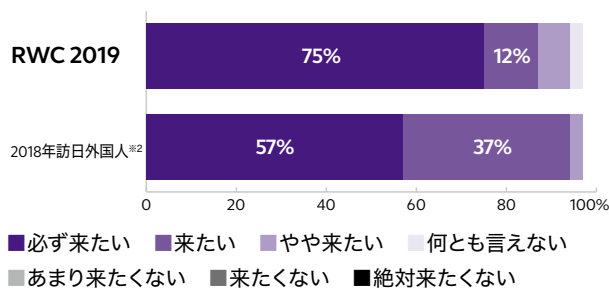
RWC 2019 訪日客の居住地域



海外居住チケット購入者の訪日回数



日本への再訪意向



※1 RWC 2019 訪日客数の算出にあたっての考え方

RWC 2019 公式チケット購入サイトを通じてチケット購入した「海外居住者のチケット購入者数」ならびに E メール調査による「海外居住者のチケット購入者と一緒に訪日した同伴者数の平均」を用いて算出しています。なお、他の購入方法によるチケット購入者についても上述の同伴者平均数を用いて算出しています。

※2 観光庁訪日外国人消費動向調査 (2018 年年間データ、観光・レジャー目的) 参照

インバウンドによる経済効果の要因

経済波及効果の内訳

訪日客による消費

経済波及効果	3,482 億円(2,321 百万ポンド)
GDP 増加分	1,829 億円(1,219 百万ポンド)

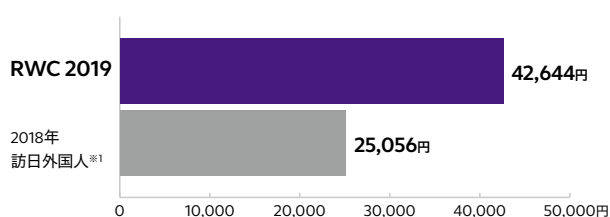
RWC 2019 訪日客の 一人あたり消費金額



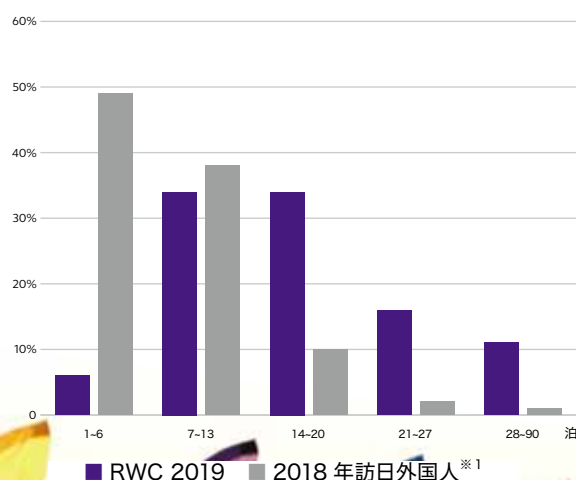
経済波及効果を押し上げた訪日客の消費金額

RWC 2019 訪日客の一人あたり消費金額は 2018 年訪日外国人の 147,907 円と比較すると 4.6 倍となっており、経済波及効果を押し上げる結果になりました。RWC 2019 訪日客の一人あたり消費金額は一人 1 泊あたり消費単価と滞在期間が要素となっておりますが、2018 年訪日外国人と比較して一人 1 泊あたり消費金額が約 1.7 倍、平均滞在期間が約 2.7 倍になっていることから、実際に一人 1 泊あたり消費単価が高かったこと、滞在期間が長期間になったことを示しています。

一人 1 泊あたり消費金額



滞在期間



RWC 2019
平均 16 泊

2018 年
訪日外国人^{※1}
平均 6 泊

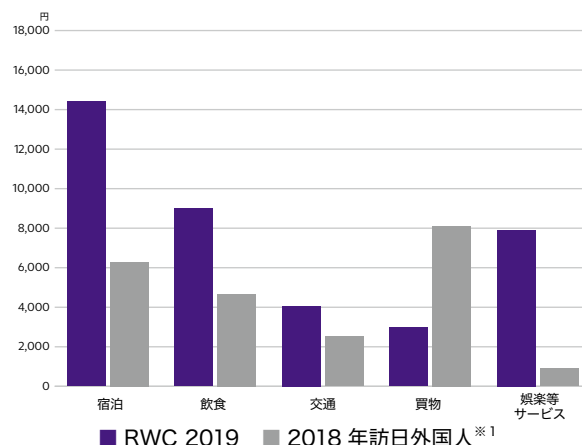
RWC 2015
平均 13 泊

※宿泊数の約 25% は開催都市以外の都市で宿泊したことがわかりました。

エンターテインメント志向が消費単価を押し上げたか？

RWC 2019 訪日客と2018年訪日外国人の消費行動を比較すると、一人1泊あたりの宿泊、飲食、交通、娯楽等サービスの消費単価は高く、買物の消費単価は低い金額となりました。これは宿泊、飲食、娯楽等サービスといったエンターテインメントに対する消費が買物といったモノの消費よりも重視されたと考えられます。

一人1泊あたり消費金額（項目別）

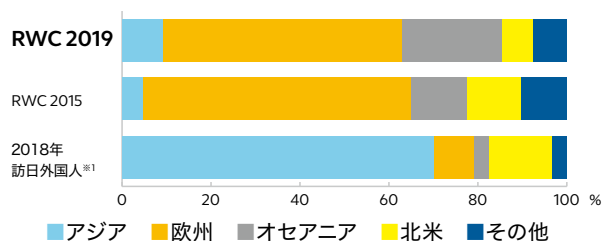


ラグビーの競技特性により平均宿泊数の長期化へ

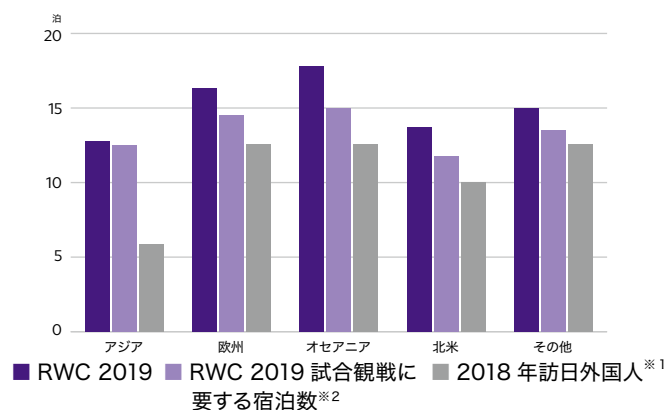
ラグビーはコンタクト競技のため、試合と試合の間には長いインターバルを要し、RWC 2019 訪日客が特定のチームの試合のみを観戦すると仮定すると、その期間と試合観戦数により試合観戦のために最低限要する滞在宿泊数が決まります。RWC 2019では、一人あたりの平均試合観戦数が多い欧州とオセアニアからの訪日客が全体の約76%を占めていたことから、平均宿泊数が長期化したと考えられます。

	試合間インターバル（泊数）	一人あたり観戦数
アジア	7.7	2.7
欧州	6.5	3.2
オセアニア	6.5	3.3
北米	5.7	2.9
その他	6.2	3.2

訪日外国人客居住地割合（2018年訪日外国人は国籍別）



居住地別平均宿泊数（2018年訪日外国人は国籍別）



※1 観光庁 訪日外国人消費動向調査（2018年年間データ、観光・レジャー目的、パッケージツアー参加費内訳含む）参照

※2 RWC 2019 訪日客が自地域の試合のみを観戦すると仮定し、各地域の平均観戦試合数ならびに平均試合間日数（プール戦）を用いて算出。本宿泊数は観戦した初戦から最終戦までの宿泊数の推定値であり、その前後に要する日本入出国等にかかる日数は考慮されていません。



開催都市概要

本大会における開催都市の経済効果はスタジアム等インフラ整備や大会運営費によるものだけではなく、開催都市を訪問した観戦客等による飲食、交通費、買物ならびに娯楽等サービスによって押し上げられました。

ファンゾーン入場者数

1,137,288人

(全国合計)

一人あたり消費額

686,117円

(4,574 ポンド)

チケット販売数

1,718,176枚

(全国合計)

札幌市

経済効果
(札幌市)経済波及効果
120 億円
(80 百万ポンド)GDP 効果
71 億円
(47 百万ポンド)

ファンゾーン

入場者数

52,397人

売上額

32,819,752 円
(218,798 ポンド)

スタジアム

チケット販売数

78,840 枚

東京都

経済効果
(東京都)経済波及効果
1,757 億円
(1,172 百万ポンド)GDP 効果
951 億円
(634 百万ポンド)

ファンゾーン

入場者数

310,500人

売上額

119,858,489 円
(799,057 ポンド)

スタジアム

チケット販売数

372,435 枚

※東京都の経済効果には JR2019 本部経費が含まれています。

岩手県・釜石市

経済効果
(岩手県)経済波及効果
105 億円
(70 百万ポンド)GDP 効果
61 億円
(41 百万ポンド)

ファンゾーン

入場者数

38,982人

売上額

10,456,862 円
(69,712 ポンド)

スタジアム

チケット販売数

15,343 枚

神奈川県・横浜市

経済効果
(神奈川県)経済波及効果
400 億円
(266 百万ポンド)GDP 効果
211 億円
(141 百万ポンド)

(横浜市)

359 億円
(239 百万ポンド)189 億円
(126 百万ポンド)

ファンゾーン

入場者数

153,700人

売上額

134,401,611 円
(896,011 ポンド)

スタジアム

チケット販売数

395,892 枚

埼玉県・熊谷市

経済効果
(埼玉県)経済波及効果
280 億円
(187 百万ポンド)GDP 効果
148 億円
(99 百万ポンド)

ファンゾーン

入場者数

71,791人

売上額

35,358,014 円
(336,742 ポンド)

スタジアム

チケット販売数

72,434 枚

静岡県

経済効果
(静岡県)経済波及効果
204 億円
(136 百万ポンド)GDP 効果
112 億円
(74 百万ポンド)

ファンゾーン

入場者数

113,777人

売上額

22,897,140 円
(152,648 ポンド)

スタジアム

チケット販売数

190,589 枚

愛知県・豊田市

経済効果
(愛知県)

経済波及効果

120 億円

(80 百万ポンド)

GDP 効果

68 億円

(45 百万ポンド)

ファンゾーン

入場者数

60,432 人

売上額

25,222,928 円

(168,152 ポンド)

スタジアム

チケット販売数

113,419 枚

東平尾公園博多の森球技場

福岡県 福岡市

神戸市御崎公園球技場

神戸市

豊田スタジアム

愛知県 豊田市

熊谷ラグビー場

埼玉県 熊谷市

釜石鶴住居復興スタジアム

岩手県 釜石市

札幌ドーム

札幌市

東京スタジアム

東京都

横浜国際総合競技場

神奈川県 横浜市

小笠山総合運動公園エコパスタジアム

静岡県

東大阪市花園ラグビー場

大阪府 東大阪市

大分スポーツ公園総合競技場

大分県

熊本県民総合運動公園陸上競技場

熊本県 熊本市

大阪府・東大阪市

経済効果
(大阪府)

経済波及効果

391 億円

(260 百万ポンド)

GDP 効果

215 億円

(143 百万ポンド)

ファンゾーン

入場者数

38,701 人

売上額

18,382,800 円

(122,552 ポンド)

スタジアム

チケット販売数

86,516 枚

神戸市

経済効果
(神戸市)

経済波及効果

124 億円

(83 百万ポンド)

GDP 効果

68 億円

(46 百万ポンド)

ファンゾーン

入場者数

88,000 人

売上額

40,616,110 円

(270,774 ポンド)

スタジアム

チケット販売数

109,607 枚

熊本県・熊本市

経済効果
(熊本県)

経済波及効果

129 億円

(86 百万ポンド)

GDP 効果

69 億円

(46 百万ポンド)

(熊本市)

101 億円

(67 百万ポンド)

56 億円

(37 百万ポンド)

ファンゾーン

入場者数

50,723 人

売上額

14,661,301 円

(97,742 ポンド)

スタジアム

チケット販売数

56,544 枚

福岡県・福岡市

経済効果
(福岡県)

経済波及効果

154 億円

(103 百万ポンド)

GDP 効果

85 億円

(57 百万ポンド)

(福岡市)

143 億円

(95 百万ポンド)

75 億円

(50 百万ポンド)

ファンゾーン

入場者数

43,384 人

売上額

14,202,170 円

(94,681 ポンド)

スタジアム

チケット販売数

52,952 枚

大分県

経済効果
(大分県)

経済波及効果

199 億円

(133 百万ポンド)

GDP 効果

109 億円

(73 百万ポンド)

ファンゾーン

入場者数

114,901 人

売上額

69,527,000 円

(463,513 ポンド)

スタジアム

チケット販売数

173,605 枚

※開催都市のうち、産業連関表を公表している都道府県・市について経済効果を分析しました。
※経済波及効果等の算出に使用した各開催都市の数値は2019年12月から2020年1月に入手した情報です。

札幌市

札幌ドームでは、2 試合が開催され、大会期間中にはファンゾーンが札幌大通公園西 2 丁目ならびに札幌駅南口広場に設置されました。また、本大会による札幌市の経済波及効果は 120 億円（80 百万ポンド）となり、直接効果の内訳では、特に宿泊、飲食およびインフラ整備・大会運営費による経済効果が大きくなりました。

■対戦結果（札幌ドーム）

プールD（9月21日）	オーストラリア	フィジー
チケット販売数 39,468	39	21
プールC（9月22日）	イングランド	トンガ
チケット販売数 39,372	35	3

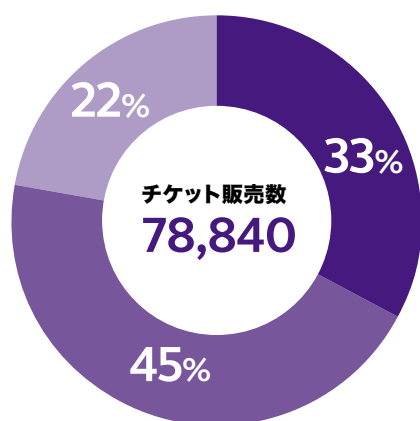


経済波及効果
120 億円
(80 百万ポンド)

GDP 効果
71 億円
(47 百万ポンド)

■直接効果

インフラ整備・大会運営費	16.2 億円 (10.8 百万ポンド)
宿泊	26.0 億円 (17.3 百万ポンド)
飲食	17.1 億円 (11.4 百万ポンド)
交通	5.1 億円 (3.4 百万ポンド)
買物	1.4 億円 (0.9 百万ポンド)
娯楽等サービス	14.8 億円 (9.8 百万ポンド)



■海外	26,158
■国内（開催都道府県）	35,725
■国内（その他）	16,957

■ファンゾーン

- 札幌大通公園西 2 丁目
札幌駅から 1 キロメートル
スタジアムから 7 キロメートル
- 札幌駅南口広場
札幌駅から 0.2 キロメートル
スタジアムから 7.9 キロメートル



岩手県・釜石市

釜石鶴住居復興スタジアムでは、1試合が開催され（台風による中止試合を除く）、大会期間中にはファンゾーンが釜石市民ホールに設置されました。また、本大会による岩手県の経済波及効果は105億円（70百万ポンド）となり、直接効果の内訳では、特にスタジアムの新設を行ったインフラ整備・大会運営費をはじめ、宿泊ならびに飲食による経済効果が大きくなりました。



■対戦結果（釜石鶴住居復興スタジアム）

プールD（9月25日）	フィジー	ウルグアイ
チケット販売数 15,343	27	30
プールB（10月13日）	ナミビア	カナダ
チケット販売数	※試合中止	

経済波及効果

105億円
(70百万ポンド)

GDP 効果

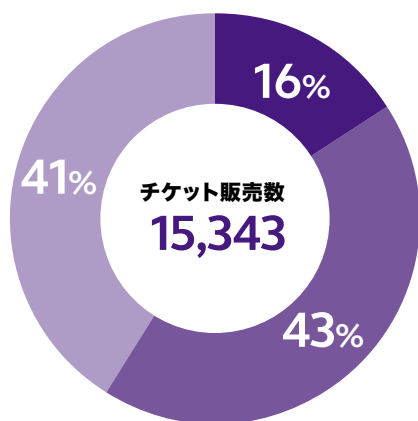
61億円
(41百万ポンド)

■直接効果

インフラ整備・大会運営費	68.2 億円 (45.5 百万ポンド)
宿泊	1.0 億円 (0.7 百万ポンド)
飲食	2.4 億円 (1.6 百万ポンド)
交通	0.2 億円 (0.2 百万ポンド)
買物	0.1 億円 (0.1 百万ポンド)
娯楽等サービス	0.9 億円 (0.6 百万ポンド)

■ファンゾーン

- 釜石市民ホール
- 釜石駅から 1 キロメートル
- スタジアムから 7.2 キロメートル



海外	2,411
国内（開催都道府県）	6,636
国内（その他）	6,296

埼玉県・熊谷市

熊谷ラグビー場では、3 試合が開催され、大会期間中にはファンゾーンがコミュニティひろばに設置されました。また、本大会による埼玉県の経済波及効果は 280 億円（187 百万ポンド）となり、直接効果の内訳では、特にスタジアムの大規模改修を行ったインフラ整備・大会運営費をはじめ、飲食および娯楽等サービスによる経済効果が大きくなりました。

■対戦結果（熊谷ラグビー場）

プールA（9月24日）	ロシア	サモア
チケット販売数 23,945	9	34
プールD（9月29日）	ジョージア	ウルグアイ
チケット販売数 24,210	33	7
プールC（10月9日）	アルゼンチン	アメリカ
チケット販売数 24,279	47	17



経済波及効果

280 億円
(187 百万ポンド)

GDP 効果

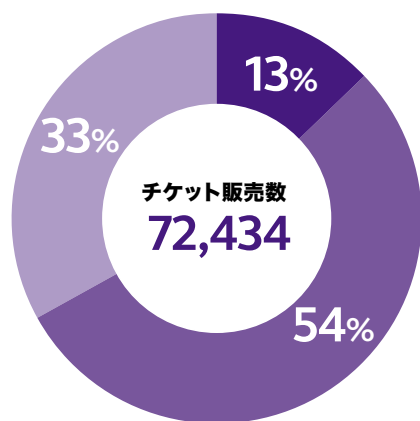
148 億円
(99 百万ポンド)

■直接効果

インフラ整備・大会運営費	180.4 億円 (120.3 百万ポンド)
宿泊	0.9 億円 (0.6 百万ポンド)
飲食	2.0 億円 (1.3 百万ポンド)
交通	0.5 億円 (0.3 百万ポンド)
買物	0.2 億円 (0.2 百万ポンド)
娯楽等サービス	1.8 億円 (1.2 百万ポンド)

■ファンゾーン

■コミュニティひろば
熊谷駅から 0.7 キロメートル
スタジアムから 3.7 キロメートル



■海外	9,481
■国内（開催都道府県）	38,727
■国内（その他）	24,226

東京都

東京スタジアムでは、開幕戦、3位決定戦ならびに準々決勝を含む、8試合が開催され、大会期間中にはファンゾーンが東京スポーツスクエア、調布駅前広場ならびに調布市グリーンホール等に設置されました。また、本大会による東京都の経済波及効果は1,757億円(1,172百万ポンド)となり、直接効果の内訳では、特にインフラ整備・大会運営費、宿泊および飲食による経済効果が大きくなりました。



■対戦結果(東京スタジアム)

プールA(9月20日)	日本	ロシア
チケット販売数 45,615	30	10
プールC(9月21日)	フランス	アルゼンチン
チケット販売数 46,459	23	21
プールD(9月29日)	オーストラリア	ウェールズ
チケット販売数 46,820	25	29
プールC(10月5日)	イングランド	アルゼンチン
チケット販売数 46,802	39	10
プールB(9月20日)	ニュージーランド	ナミビア
チケット販売数 46,863	71	9
準々決勝2(10月19日)	ニュージーランド	アイルランド
チケット販売数 46,725	46	14
準々決勝3(10月20日)	日本	南アフリカ
チケット販売数 46,702	3	26
3位決定戦(11月1日)	ニュージーランド	ウェールズ
チケット販売数 46,449	40	17

経済波及効果

1,757億円
(1,172百万ポンド)

※東京都の経済効果には
JR2019 本部経費が含まれています。

GDP 効果

951億円
(634百万ポンド)

■直接効果

インフラ整備・大会運営費	449.9 億円 (300.0百万ポンド)
宿泊	293.1 億円 (195.4百万ポンド)
飲食	172.2 億円 (114.8百万ポンド)
交通	45.3 億円 (30.2百万ポンド)
買物	9.0 億円 (6.0百万ポンド)
娯楽等サービス	152.1 億円 (101.4百万ポンド)

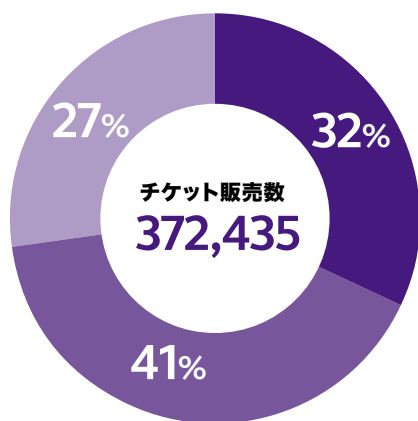
■ファンゾーン

■東京スポーツスクエア

有楽町駅から 0.1 キロメートル
スタジアムから 23.4 キロメートル

■調布駅前広場・調布市グリーンホール等

調布駅から 0.1 キロメートル
スタジアムから 2.1 キロメートル



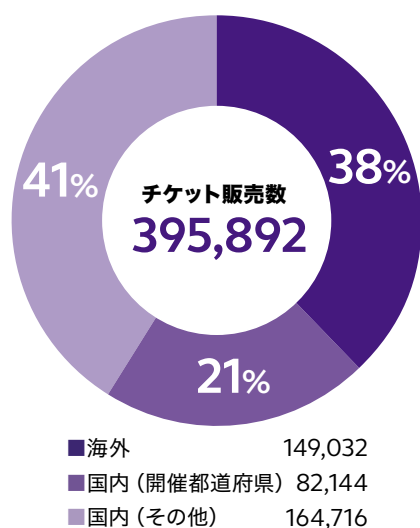
海外	120,902
国内 (開催都道府県)	152,529
国内 (その他)	99,004

神奈川県・横浜市

横浜国際総合競技場では、決勝ならびに準決勝を含む、6試合が開催され（台風による中止試合を除く）、大会期間中にはファンゾーンが臨港パークに設置されました。また、本大会による神奈川県の経済波及効果は400億円（266百万ポンド）、横浜市では361億円（241百万ポンド）となり、直接効果の内訳では、神奈川県ならび横浜市ともに、特にインフラ整備・大会運営費、宿泊および飲食による経済効果が大きくなりました。

■対戦結果（横浜国際総合競技場）

プールB（9月21日）	ニュージーランド	南アフリカ
チケット販売数 65,872	23	13
プールA（9月22日）	アイルランド	スコットランド
チケット販売数 65,937	27	3
プールC（10月12日）	イングランド	フランス
チケット販売数	※試合中止	
プールA（10月13日）	日本	スコットランド
チケット販売数 65,922	28	21
準決勝1（10月26日）	イングランド	ニュージーランド
チケット販売数 66,260	19	7
準決勝2（10月27日）	ウェールズ	南アフリカ
チケット販売数 66,063	16	19
決勝（11月2日）	イングランド	南アフリカ
チケット販売数 65,838	12	32



経済波及効果

神奈川県 **400** 億円
(266 百万ポンド)
横浜市 **359** 億円
(239 百万ポンド)

GDP 効果

神奈川県 **211** 億円
(141 百万ポンド)
横浜市 **189** 億円
(126 百万ポンド)

■直接効果

	神奈川県	横浜市
インフラ整備・大会運営費	172.0 億円 (114.7 百万ポンド)	170.7 億円 (113.8 百万ポンド)
宿泊	36.1 億円 (24.1 百万ポンド)	25.8 億円 (17.2 百万ポンド)
飲食	26.3 億円 (17.5 百万ポンド)	21.8 億円 (14.5 百万ポンド)
交通	8.6 億円 (5.7 百万ポンド)	7.2 億円 (4.8 百万ポンド)
買物	2.0 億円 (1.3 百万ポンド)	0.9 億円 (0.6 百万ポンド)
娯楽等サービス	24.8 億円 (16.6 百万ポンド)	20.9 億円 (14.0 百万ポンド)

■ファンゾーン

■臨港パーク

みなとみらい駅から0.6キロメートル
スタジアムから6.5キロメートル



静岡県

小笠山総合運動公園エコパスタジアムでは、4試合が開催され、大会期間中にはファンゾーンが駿府城公園ならびにソラモ・えんてつホールに設置されました。また、本大会による静岡県の経済波及効果は204億円（136百万ポンド）となり、直接効果の内訳では、特にインフラ整備・大会運営費、宿泊および娯楽等サービスによる経済効果が大きくなりました。

■対戦結果（小笠山総合運動公園エコパスタジアム）

プールA（9月28日） チケット販売数 47,112	日本 19	－	アイルランド 12
プールB（10月4日） チケット販売数 47,771	南アフリカ 49	－	イタリア 3
プールA（10月9日） チケット販売数 47,832	スコットランド 61	－	ロシア 0
プールB（10月11日） チケット販売数 47,874	オーストラリア 27	－	ジョージア 8



経済波及効果

204 億円
(136 百万ポンド)

GDP 効果

112 億円
(74 百万ポンド)

■直接効果

インフラ整備・大会運営費	71.7 億円 (47.8 百万ポンド)
宿泊	21.1 億円 (14.1 百万ポンド)
飲食	15.8 億円 (10.5 百万ポンド)
交通	6.1 億円 (4.0 百万ポンド)
買物	2.2 億円 (1.5 百万ポンド)
娯楽等サービス	16.2 億円 (10.8 百万ポンド)

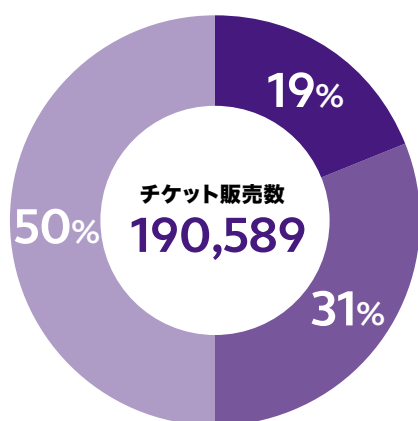
■ファンゾーン

■駿府城公園

静岡駅から 1.6 キロメートル
スタジアムから 55.9 キロメートル

■ソラモ・えんてつホール

浜松駅から 0.3 キロメートル
スタジアムから 24.3 キロメートル



海外	35,467
国内（開催都道府県）	60,023
国内（その他）	95,099

愛知県・豊田市

豊田スタジアムでは、3 試合が開催され（台風による中止試合を除く）、大会期間中にはファンゾーンがスカイホール豊田に設置されました。また、本大会による愛知県の経済波及効果は 120 億円（80 百万ポンド）となり、直接効果の内訳では、特にインフラ整備・大会運営費、宿泊および飲食による経済効果が大きくなりました。

■対戦結果（豊田スタジアム）

プールD（9月23日）	ウェールズ	ジョージア
チケット販売数 37,624	43	14
プールB（9月28日）	南アフリカ	ナミビア
チケット販売数 37,695	57	3
プールA（10月5日）	日本	サモア
チケット販売数 38,100	38	19
プールB（10月12日）	ニュージーランド	イタリア
チケット販売数	※試合中止	



経済波及効果

120 億円
(80 百万ポンド)

GDP 効果

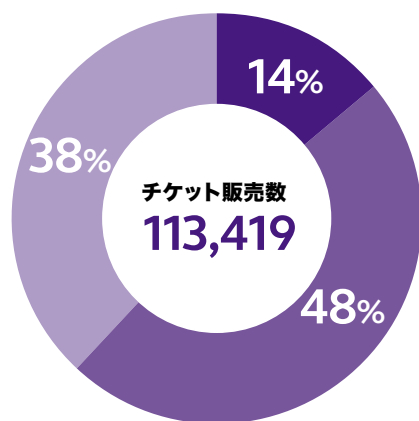
68 億円
(45 百万ポンド)

■直接効果

インフラ整備・大会運営費	47.2 億円 (31.4 百万ポンド)
宿泊	8.8 億円 (5.9 百万ポンド)
飲食	7.8 億円 (5.2 百万ポンド)
交通	3.9 億円 (2.6 百万ポンド)
買物	1.3 億円 (0.9 百万ポンド)
娯楽等サービス	7.2 億円 (4.8 百万ポンド)

■ファンゾーン

■スカイホール豊田
豊田市駅から 1.2 キロメートル
スタジアムから 0.8 キロメートル



海外	15,243
国内（開催都道府県）	54,718
国内（その他）	43,458

大阪府・東大阪市

東大阪市花園ラグビー場では、4 試合が開催され、大会期間中にはファンゾーンがてんしばならびに花園中央公園野球場に設置されました。また、本大会による大阪府の経済波及効果は 391 億円 (260 百万ポンド) となり、直接効果の内訳では、特にスタジアムの大規模改修を行ったインフラ整備・大会運営費をはじめ、宿泊および飲食による経済効果が大きくなりました。



■対戦結果 (東大阪市花園ラグビー場)

プールB (9月22日)	イタリア	ナミビア
チケット販売数 21,519	47	22
プールC (9月28日)	アルゼンチン	トンガ
チケット販売数 21,612	28	12
プールD (10月3日)	ジョージア	フィジー
チケット販売数 21,703	10	45
プールC (10月13日)	アメリカ	トンガ
チケット販売数 21,682	19	31

経済波及効果

391 億円
(260 百万ポンド)

GDP 効果

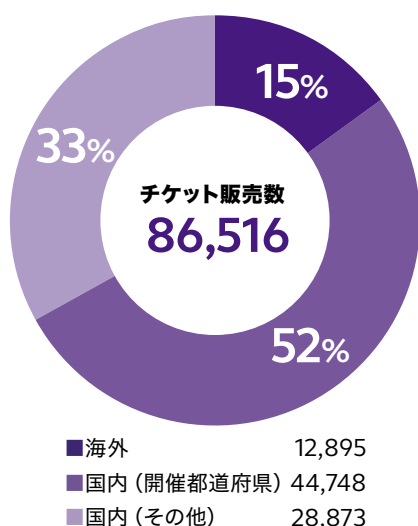
215 億円
(143 百万ポンド)

■直接効果

インフラ整備・大会運営費	112.7 億円 (75.1 百万ポンド)
宿泊	50.2 億円 (33.5 百万ポンド)
飲食	36.6 億円 (24.4 百万ポンド)
交通	14.0 億円 (9.3 百万ポンド)
買物	1.6 億円 (1.1 百万ポンド)
娯楽等サービス	33.7 億円 (22.5 百万ポンド)

■ファンゾーン

- 大阪天王寺公園エントランスエリア (てんしば)
天王寺駅から 0.6 キロメートル
スタジアムから 12.1 キロメートル
- 花園中央公園野球場
東花園駅から 1.2 キロメートル
スタジアムから 0.6 キロメートル



神戸市

神戸市御崎公園球技場では、4試合が開催され、大会期間中にはファンゾーンがメリケンパークに設置されました。また、本大会による神戸市の経済波及効果は124億円（83百万ポンド）となり、直接効果の内訳では、特にインフラ整備・大会運営費、宿泊および飲食による経済効果が大きくなりました。



■対戦結果（神戸市御崎公園球技場）

プールC（9月26日）	イングランド	アメリカ
チケット販売数 27,353	45	7
プールA（9月30日）	スコットランド	サモア
チケット販売数 27,397	34	0
プールA（10月3日）	アイルランド	ロシア
チケット販売数 27,440	35	0
プールB（10月8日）	南アフリカ	カナダ
チケット販売数 27,417	66	7

経済波及効果

124 億円
(83 百万ポンド)

GDP 効果

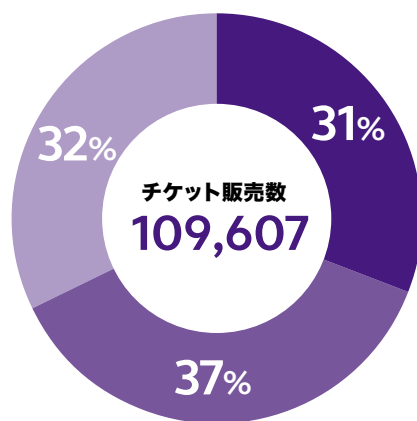
68 億円
(46 百万ポンド)

■直接効果

インフラ整備・大会運営費	43.9 億円 (29.3 百万ポンド)
宿泊	14.8 億円 (9.9 百万ポンド)
飲食	11.1 億円 (7.4 百万ポンド)
交通	4.1 億円 (2.7 百万ポンド)
買物	0.7 億円 (0.4 百万ポンド)
娯楽等サービス	10.6 億円 (7.1 百万ポンド)

■ファンゾーン

■メリケンパーク
神戸駅から 1.2 キロメートル
スタジアムから 4.2 キロメートル



■海外	33,835
■国内（開催都道府県）	41,167
■国内（その他）	34,605

福岡県・福岡市

東平尾公園博多の森球技場では、3試合が開催され、大会期間中にはファンゾーンがJR博多駅前広場に設置されました。また、本大会による福岡県の経済波及効果は154億円（103百万ポンド）、福岡市では143億円（95百万ポンド）となり、直接効果の内訳では、福岡県ならび福岡市ともに、特にインフラ整備・大会運営費、宿泊および飲食による経済効果が大きくなりました。

■対戦結果（東平尾公園博多の森球技場）

プールB（9月26日）	イタリア	カナダ
チケット販売数 17,294	48	7
プールC（10月2日）	フランス	アメリカ
チケット販売数 17,873	33	9
プールA（10月12日）	アイルランド	サモア
チケット販売数 17,785	47	5



経済波及効果

福岡県 154億円
(103百万ポンド)

福岡市 143億円
(95百万ポンド)

GDP 効果

福岡県 85億円
(57百万ポンド)

福岡市 75億円
(50百万ポンド)

■直接効果

福岡県

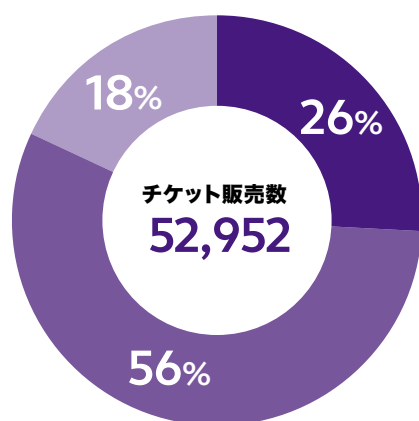
福岡市

インフラ整備・大会運営費	40.2 億円 (26.8 百万ポンド)	40.0 億円 (26.6 百万ポンド)
宿泊	20.0 億円 (13.3 百万ポンド)	18.5 億円 (12.3 百万ポンド)
飲食	16.4 億円 (10.9 百万ポンド)	15.2 億円 (10.1 百万ポンド)
交通	5.9 億円 (4.0 百万ポンド)	5.4 億円 (3.6 百万ポンド)
買物	1.9 億円 (1.3 百万ポンド)	0.4 億円 (0.3 百万ポンド)
娯楽等サービス	14.4 億円 (9.6 百万ポンド)	13.0 億円 (8.7 百万ポンド)

■ファンゾーン

■ JR 博多駅前広場

博多駅から 0.1 キロメートル
スタジアムから 5.9 キロメートル



■ 海外	13,794
■ 国内（開催都道府県）	29,656
■ 国内（その他）	9,502

熊本県・熊本市

熊本県民総合運動公園陸上競技場では、2試合が開催され、大会期間中にはファンゾーンが花畑広場・シンボルプロムナードに設置されました。また、本大会による熊本県の経済波及効果は129億円(86百万ポンド)、熊本市では101億円(67百万ポンド)となり、直接効果の内訳では、熊本県ならびに熊本市ともに、特にインフラ整備・大会運営費、宿泊および飲食による経済効果が大きくなりました。

■対戦結果(東京スタジアム)

プールC(10月6日)	フランス	トンガ
チケット販売数 28,199	23	21
プールD(10月13日)	ウェールズ	ウルグアイ
チケット販売数 28,345	35	13



経済波及効果

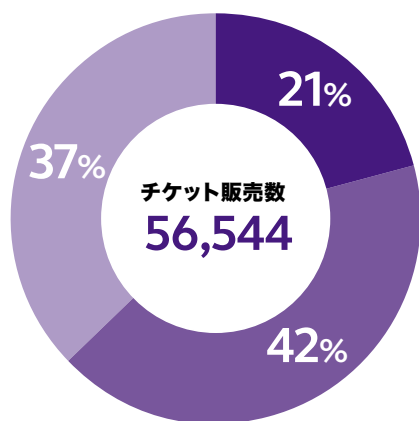
熊本県 129億円
(86百万ポンド)

熊本市 101億円
(67百万ポンド)

GDP 効果

熊本県 69億円
(46百万ポンド)

熊本市 56億円
(37百万ポンド)



■海外	11,958
■国内(開催都道府県)	23,703
■国内(その他)	20,883

■直接効果

	熊本県	熊本市
インフラ整備・大会運営費	47.4 億円 (31.6 百万ポンド)	47.4 億円 (31.6 百万ポンド)
宿泊	10.4 億円 (6.9 百万ポンド)	9.0 億円 (6.0 百万ポンド)
飲食	8.3 億円 (5.5 百万ポンド)	7.3 億円 (4.9 百万ポンド)
交通	3.8 億円 (2.6 百万ポンド)	1.0 億円 (0.7 百万ポンド)
買物	1.4 億円 (0.9 百万ポンド)	0.3 億円 (0.2 百万ポンド)
娯楽等サービス	6.7 億円 (4.5 百万ポンド)	5.8 億円 (3.9 百万ポンド)

■ファンゾーン

■花畑広場・シンボルプロムナード
熊本駅から 2.1 キロメートル
スタジアムから 11.3 キロメートル



大分県

大分スポーツ公園総合競技場では、準々決勝を含む、5 試合が開催され、大会期間中にはファンゾーンが大分いこいの道広場に設置されました。また、本大会による大分県の経済波及効果は 199 億円（133 百万ポンド）となり、直接効果の内訳では、特にインフラ整備・大会運営費、宿泊および飲食による経済効果が大きくなりました。



■対戦結果（大分スポーツ公園総合競技場）

プールB（10月2日）	ニュージーランド	カナダ
チケット販売数 34,719	63	0
プールD（10月5日）	オーストラリア	ウルグアイ
チケット販売数 34,893	45	10
プールD（10月9日）	ウェールズ	フィジー
チケット販売数 34,652	29	17
準々決勝1（10月19日）	イングランド	オーストラリア
チケット販売数 35,174	40	16
準々決勝3（10月20日）	ウェールズ	フランス
チケット販売数 34,167	20	19

経済波及効果

199 億円
(133 百万ポンド)

GDP 効果

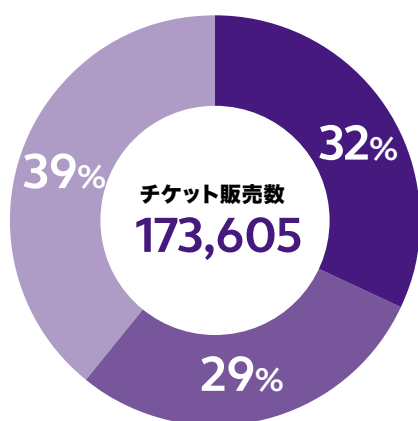
109 億円
(73 百万ポンド)

■直接効果

インフラ整備・大会運営費	54.0 億円 (36.0 百万ポンド)
宿泊	38.6 億円 (25.7 百万ポンド)
飲食	22.0 億円 (14.7 百万ポンド)
交通	6.1 億円 (4.1 百万ポンド)
買物	1.0 億円 (0.7 百万ポンド)
娯楽等サービス	18.6 億円 (12.4 百万ポンド)

■ファンゾーン

- 大分いこいの道広場
- 大分駅から 0.1 キロメートル
- スタジアムから 7.4 キロメートル



海外	55,656
国内（開催都道府県）	50,472
国内（その他）	67,477



免責事項

- ・本ラグビーワールドカップ 2019 日本大会開催後経済効果分析レポートの発行元は公益財団法人ラグビーワールドカップ 2019 組織委員会であり、本組織委員会に著作権が帰属します。
- ・本書は、一般的な参考情報の提供のみを目的に作成されており、会計、税務及びその他の専門的なアドバイスを行うものではありません。当組織委員会は、本書記載の情報の正確性・確実性を保証するものではなく、皆様が本書を利用したことにより被ったいかなる損害についても、一切の責任を負いません。本書の内容について具体的なアドバイスが必要な場合は、個別に専門家にご相談ください。
- ・本レポートにおける経済効果分析は、(委託者) 公益財団法人ラグビーワールドカップ 2019 組織委員会ならびに(受託者) EY アドバイザリー・アンド・コンサルティング株式会社の間での業務委託契約に基づき、ラグビーワールドカップ 2019 の大会開催による日本国内の社会経済活動への効果を分析することを目的とし、同社が作成しました。