

## メールマガジン（ラグビーW杯時のカーディフの取り組み）

日本代表チームの大活躍が記憶に新しいラグビーワールドカップ2015イングランド大会においては、これまでのワールドカップ史上最多となる247万枚を超えるチケットを売り上げ、期間中に海外から訪れたファンも推計で約46万人に上りました。

こうした国際大会のチャンスをとらえ、ラグビーの試合にあわせて、地域のさまざまな魅力を楽しんでもらう取り組みが各地で行われました。今回はその中からウェールズの首都カーディフ市の取り組みをご紹介します。

準々決勝を含む8試合の開催都市となったカーディフでは、試合を見に来た人に観光も楽しんでもらうことを目的に、市の観光名所のカーディフ城にワールドカップ開催を記念したモニュメント「Ball in the Wall」を設置しました。作業はワールドカップ開幕前日の夜11時頃に行われ、開幕日当日の朝、城の前を通りかか



カーディフ城に設置された「Ball in the Wall」

った市民は驚きとともにワールドカップの開幕を祝ったそうです。設置のねらいについて、市の担当者は、「市を訪れる大勢の人に市の魅力を味わって欲しかった。旅行者らが撮った写真がソーシャルメディアで拡散することによって、さらに多くの人が市を訪れるきっかけになることを期待した」と話されていました。

ワールドカップ期間中、市内はたいへんな賑わいを見せ、カーディフ城を訪れた人の数は1万人を超え、「Ball in the Wall」の人气が予想以上に高まったことから、当初10月下旬に予定していた撤去日を、11月3日に延期したそうです。



市内装飾された市中心部の様子

市内ではメインストリートを中心に美しい装飾（City Dressing）が施されたほか、36時間でカーディフの魅力を満喫するモデルプラン「36 Hours in Cardiff<sup>1</sup>」も紹介されるなど、ラグビーワールドカップの機会をとらえたさまざまなプロモーション活動が行われていました。

ロンドン事務所 榎本所長補佐

<sup>1</sup> <http://www.visitcardiff.com/blog/36-hours-in-cardiff/>