

ラグビーワールドカップ、日本で開幕

ハリス・インタラクティブとトルーナの調査により欧州、南アフリカ、ニュージーランドでの
盛り上がりが見事に

世界規模の調査結果により、日本人「大ファン」は15%に留まることが浮き彫りに

イギリス・ロンドンー2019年9月20日ー包括コンサルティング・オンライン市場調査企業の
[ハリス・インタラクティブ](#)とオンデマンド型インサイトを提供する大手消費者インテリジェン
スプラットフォーム企業の[トルーナ](#)（いずれも [ITWP](#) の子会社）は、共同で調査を実施しまし
た。その結果、今年はラグビーワールドカップが日本で開催されるものの、日本人回答者のお
よそ3分の2（64%）はラグビーユニオンに関心がないことが明らかになりました。一方、
51%が全試合を視聴する予定だと答えたイギリスをはじめ、世界のその他地域ではラグビーフ
ァンの興奮度が高まっていることも同調査で明らかになりました。同調査は、世界各地のリー
チしにくいニッチ市場からも回答を得られるトルーナのプラットフォーム「[QuickSurveys](#)」を
用いて実施されました。

同調査は、ヨーロッパ（イギリス、フランス、イタリア）、アジア太平洋地域（日本、オース
トラリア、ニュージーランド）、南アメリカ（アルゼンチン）、アフリカ（南アフリカ）の一
般市民4,400名を対象として行われました。調査の結果、ラグビーユニオンの「大ファン」で
あるという回答者はイギリスでは5分の1程度だったものの、南アフリカ（37%）やニュージ
ーランド（33%）など他の地域ではラグビーユニオンのファンが比較的多いことが明らかにな
りました。一方、開催国の日本では、ラグビーユニオンの「大ファン」と答えた回答者は15%
に留まりました。しかし同大会の開催を知っているという日本人回答者は84%に上り、認知度
は全体的に高いという結果となりました。

「ラグビーファンの数は、世界全体で600万人を超えるとされています。言葉の違いや時差が
ある中で4つの大陸のファンにリーチするのは難しく、幅広い知見と高い技術力が必要です」
とハリス・インタラクティブUKのリサーチディレクター兼スポーツスペシャリストであるリー
・ランフォードは述べています。「ハリスとトルーナは世界3,000万人超の会員コミュニテ
ィを生かし、様々な属性のファンの考えや意見を36時間のうちに集めました。マーケターの
方々はこれを活用することで、大会中の最適な広告費の予算配分について、より正確に知るこ
とができます」

全試合またはほぼすべての試合を見るという人は全体で15%を超え、応援しているチームの試
合はすべて見るつもりだと答えた視聴者は44%に上りました。この数値は、試合の放送時間が
早朝となることの多いイギリスでも51%に上り、南アフリカ（63%）が最も高い結果となりま
した。日本では、同大会中の日本の試合をすべて見るつもりだという人は32%に留まりまし
た。

[FIFA ワールドカップ](#)の場合とは異なり、同大会期間中の世界全体の生産性に支障が出ることは
なさそうです。「ずる休み」（病気と言って会社や大学を休むこと）をするつもりだと答えた
ファンは全体の12%に留まりました。一方、この数値は南アフリカでは16%、オーストラリア
では20%に上りました。ニュージーランドでは、ずる休みをするつもりだという人は8%しか



いませんでした。興味深いことに日本では、同質問に対し社会人回答者の14%以上が1日ずる休みをして日本を応援すると答え、平均を上回る結果となりました。

同大会により世界における日本の立ち位置は向上するだろうと考える日本人回答者は22%に上り、同大会の効果についてある程度前向きな印象があるようです。さらに具体的に見ると、日本はラグビーワールドカップのような世界的大イベントを開催できるという理由から、いつか日本に行ってみたいという気持ちが前よりも強まったと答えた人は、日本以外の地域で17%となりました。同大会による日本への経済効果は2,170億円になると見込まれており、2020年夏に東京で開催されるオリンピック大会に向けて幸先良い結果となりそうです。

詳細は、www.itwpcountry.com、www.harris-interactive.co.uk、www.toluna.comをご覧ください。

ハリス・インタラクティブについて

[ハリス・インタラクティブ](#)は、包括コンサルティング・オンライン市場調査企業です。当社は迅速な対応を実施し、お客さまの成功を第一に考えています。長年にわたり企業の成功を支えてきた実績を持ち、インサイトを得るための新たな手段の開発を続けています。業界に関する知見や受賞歴を持つ調査設計に革新的なツールや技術を掛け合わせて差別化を図ることで、影響力のある実践的なインサイトを提供し、お客さまが常に未来をリードできるよう支援しています。

ハリス・インタラクティブは、調査設計、実施、分析、報告といった各分野のプロであり、特にブランド力、新製品開発、顧客・従業員調査を強みとしています。当社は世界に展開しており、消費者市場とBtoB市場の両方の事業を行っています。

今のハリスがあるのは、当社の歴史や知見、信頼関係があるからこそです。しかし、当社の未来を握るのは技術であり、迅速に対応することで課題の予測が可能になります。簡潔に言い換えると、当社は、大きな成果をもたらす意思決定をより迅速に下せるよう、お客さまを支援しています。

トルーナについて

[トルーナ](#)は消費者インサイトを提供することで、今日の世界のオンデマンド経済における成功を支援しています。いつでもアクセスできる世界最大のインフルエンサーコミュニティ、そこに技術と知見を完璧なまでに融合させることで、トルーナは信頼性が高く充実したリアルタイムのインサイトを大・中小企業や個人に提供しています。

消費者インサイトに特化した当社の自動プラットフォーム「TolunaInsights™」には、当社のすべてが集約されています。お客さまは直接プラットフォームにアクセスしてトルーナのマネージドサービスを利用できるほか、当社の設計したサービスを活用し、デジタルの消費者インサイトプログラムを自由にカスタマイズすることもできます。



トルーナは「オンデマンド型インサイト」の推進に取り組んでいます。オンデマンド型インサイトとは、企業がインサイトを取得し、オンデマンド経済において日々変動する消費者感情や嗜好を理解するための画期的な手段です。トルーナは、オンデマンド型インサイトの理念普及と導入拡大に取り組む国際団体「オンデマンド型インサイト企業会（Insights on Demand Consortium）」の創設メンバーです。当社はヨーロッパ、南北アメリカ、アジア太平洋地域、中東・北アフリカ地域に 24 か所の事業所を持ち、世界中に展開しています。