

ラグビーワールドカップ2019 ファンゾーン飲食ご出店要綱



熊本国際スポーツ大会推進事務局

ファンゾーン運営受託者

電通九州・電通ライブ・熊本日日新聞社・熊日広告社 特定委託業務共同企業体

ファンゾーンへの飲食等ご出店について

1

熊本県・熊本市はラグビーワールドカップ2019開催都市として大会予選期間中、ファンゾーンを開催します。

ファンゾーンはラグビーワールドカップ2019熊本開催の気運を盛り上げ、県内ラグビーのすそ野を広げるとともに、観戦に来県される多くのラグビーファンをおもてなしするものです。

趣旨にご賛同いただき、熊本の食材、料理でファンゾーン来場者に熊本を堪能してもらえる飲食店舗のご出店をお願いいたします。

ご出店に際して、ご希望者が多数となること、ご出店内容が重複することなどが考えられますので、すべてのご出店希望をかなえられないこともございます。あらかじめご了承ください。また、出店の可否について、ラグビーワールドカップ2019主催者の承認が必要なこともあらかじめご了承ください。

なお、出店ご希望者は公的な団体等を通じて、お申込みいただきます。

ラグビーワールドカップ2019 ファンゾーンとは

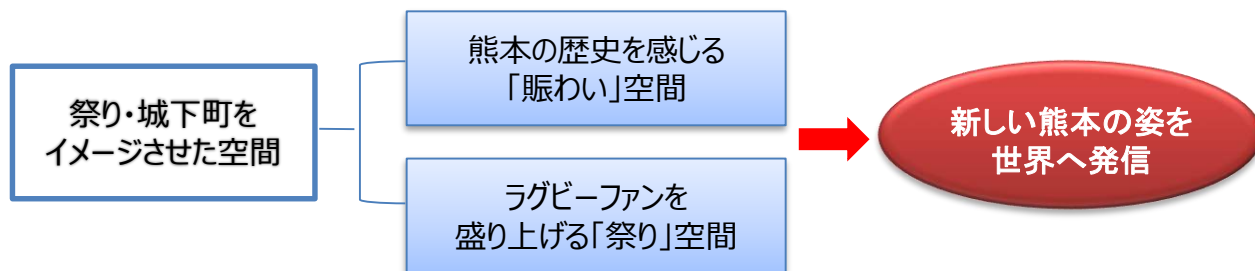
開催都市のなかで、アクセスが容易で多くの集客を見込める場所に設けられる施設です。

ラグビーファンの拡大、大会の盛り上げ、ラグビーファンのおもてなし等を目的に開催されます。

イベント概要は以下の通りです。

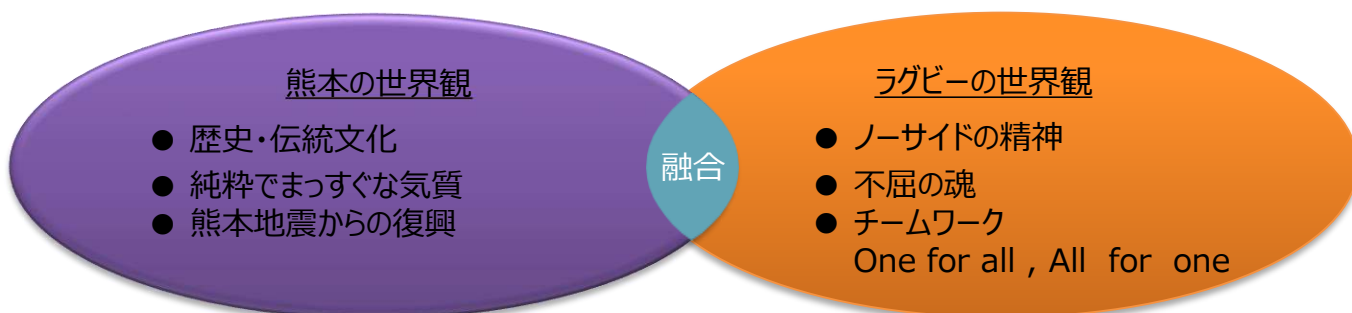
- 全会場の試合のパブリックビューイング
- ステージイベント
- スポンサー出展
- 公式グッズ販売
- 飲食サービス

歴史と未来が融合した空間づくり



全体テーマ

熊本城・城下町 ～熊本・魂のスクラム～



優しさ、たくましさ、純粹でまっすぐな気質、地震にも負けない不屈の魂など、熊本に脈々と受け継がれる気質を育んだのは「熊本城であり城下町」。熊本城では、たくさんの石が組み合い、互いに支えあい、強固な土台となる石垣が城を守る。また、城下町ではたくさんの家々が軒を並べ、人が集まり力を合わせて、熊本の活力とやすらぎを創造してきました。まさに熊本の魂の象徴です。

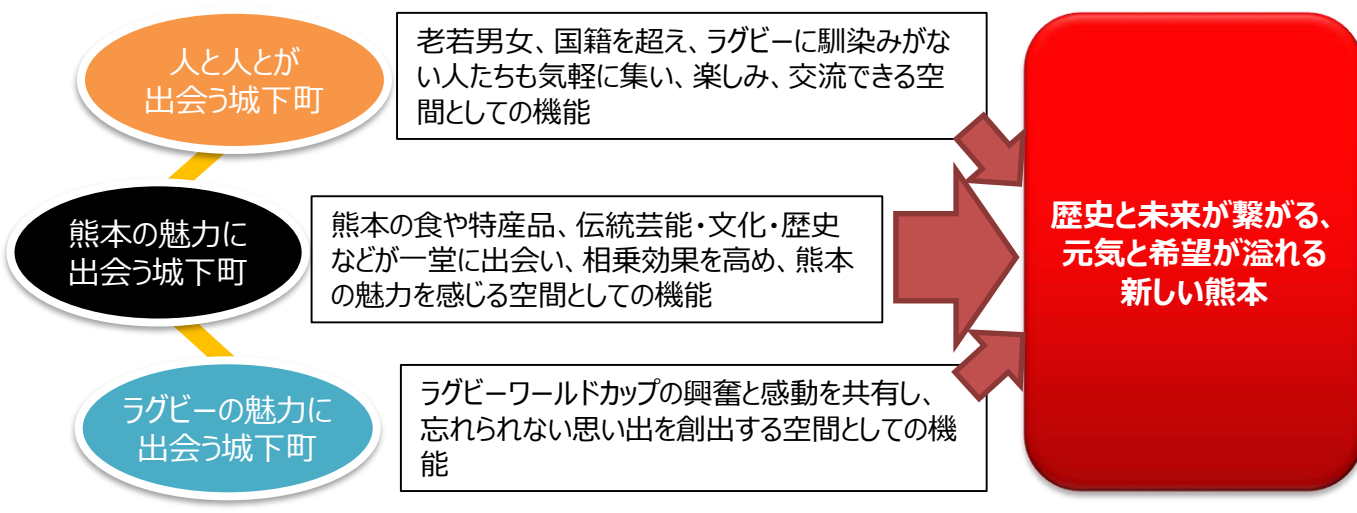
ノーサイドの精神、不屈の魂、チームワークは、ラグビーを見るものに感動を与えます。その点で、チームメイトと力を合わせ、一丸となり前へと進むラグビーの精神は、熊本の魂に相通じます。

そこで、ファンゾーンのテーマを、「熊本城・城下町～熊本・魂のスクラム～」とし、歴史と未来が融合した空間を創出していきます。

コンセプト

熊本の世界観とラグビーの世界観が融合した、新しい熊本を世界へ発信していくため、ファンゾーンのハード面のキーワードを「城下町」、ソフト面のキーワードを「出会い」とし、ファンゾーンを作り上げていきます。このファンゾーンでは、ラグビーを通じて人と人が出会い、時間を共有し、新しい熊本の魅力を楽しむ場を提供します。

城下町をモチーフにしたビジュアル



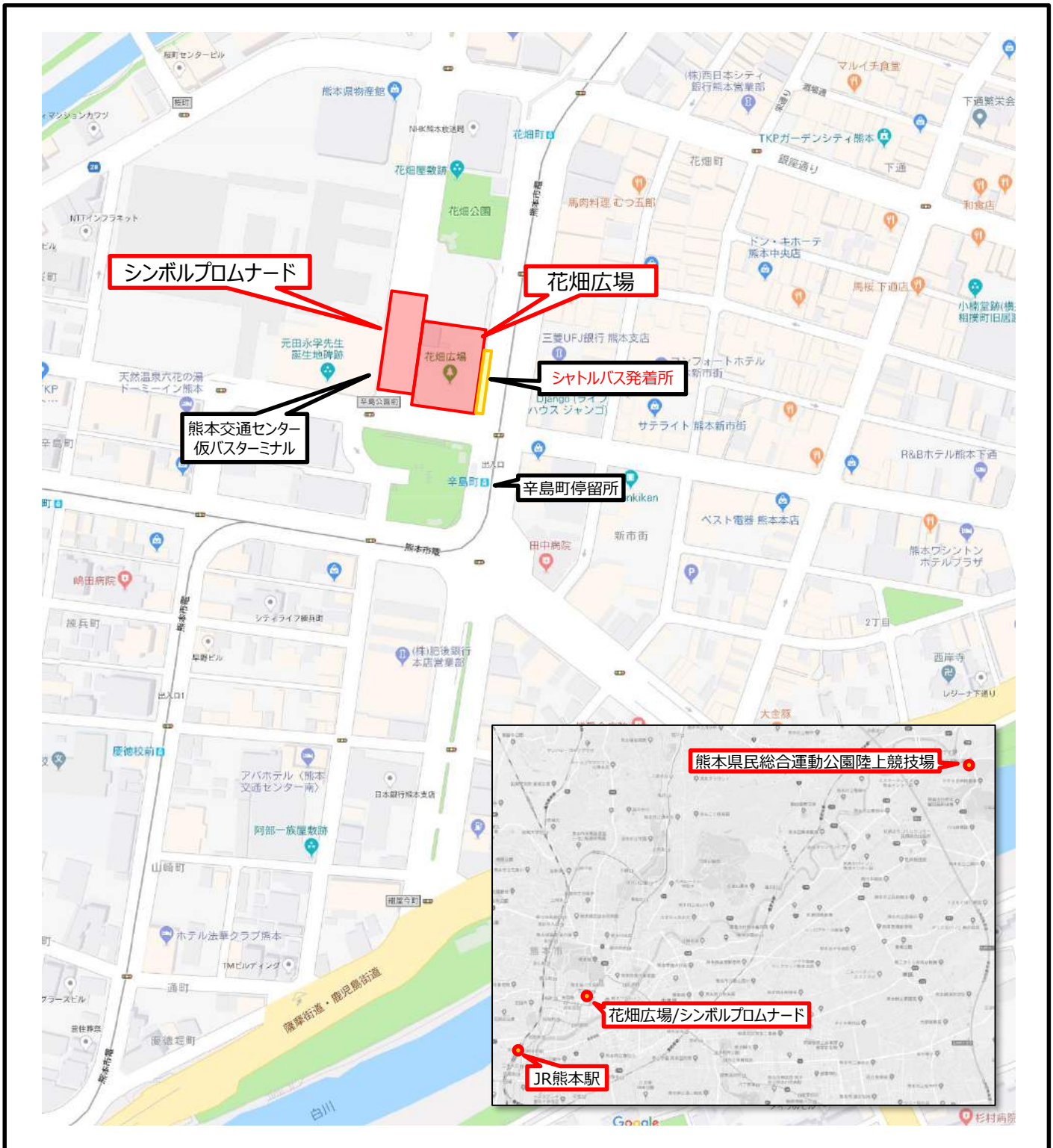
ファンゾーン 会場位置

3

[ファンゾーン会場]

名称	花畑広場 / シンボルプロムナード
所在地	熊本県熊本市中央区花畑町7番地
管理者	熊本市 都市建設局 都市政策部 都心活性推進課
所有者	熊本市

[周辺地図]



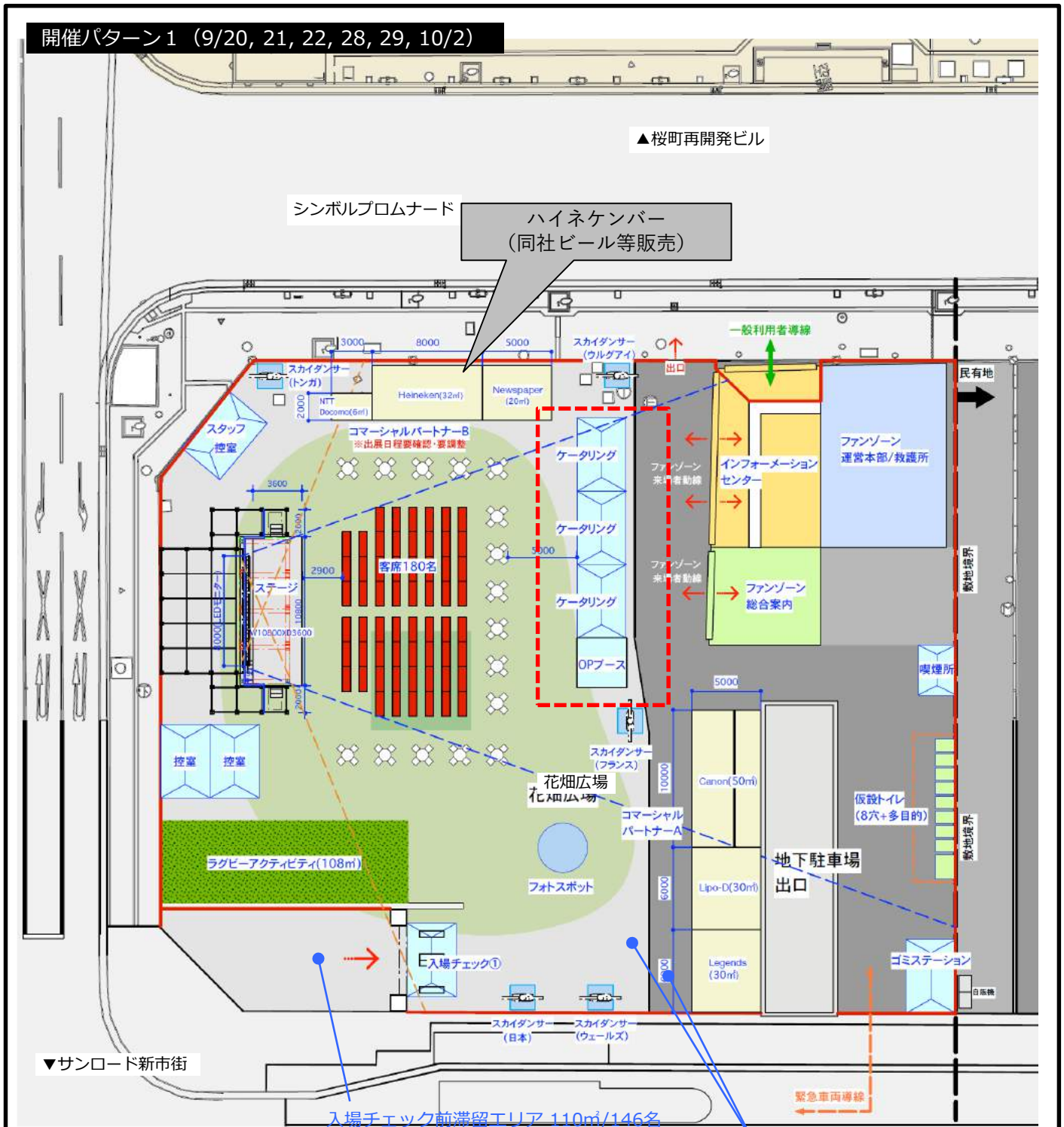
開催日時ほか

	日付	曜日	営業時間	試合	
ファンゾーン 開催日・ 営業時間	1	9月20日	金	16時30分 ~ 22時00分	日本代表戦
	2	9月21日	土	11時00分 ~ 21時00分	
	3	9月22日	日	11時00分 ~ 21時30分	
	4	9月28日	土	11時00分 ~ 21時00分	日本代表戦
	5	9月29日	日	11時00分 ~ 21時00分	
	6	10月2日	水	14時00分 ~ 21時30分	
	7	10月5日★	土	11時00分 ~ 22時00分	日本代表戦
	8	10月6日★	日	11時00分 ~ 21時00分	熊本試合開催
	9	10月7日★	月	16時30分 ~ 21時00分	試合放映なし
	10	10月8日★	火	14時00分 ~ 21時30分	
	11	10月9日★	水	13時00分 ~ 21時00分	
	12	10月10日★	木	16時30分 ~ 21時00分	試合放映なし
	13	10月11日★	金	14時00分 ~ 21時30分	
	14	10月12日★	土	11時00分 ~ 22時00分	
	15	10月13日★	日	11時00分 ~ 22時00分	熊本試合開催 ／日本代表戦
主催構成団体 後援 協力	検討中				
	検討中				
	検討中				
試合開催会場ま でのアクセス	<p>【シャトルバス】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ファンゾーン東側シャトルバス乗り場からスタジアムまで約40分 ・スタジアム降車場からスタジアムまで徒歩で約3分 <p>【公共交通機関】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「熊本交通センター（仮）」からバスで約40分 ・「阿蘇くまもと空港」からタクシーで約15分 ・「JR熊本駅」からタクシーで約35分、バスで約40分 ・「JR豊肥本線 光の森駅」からタクシーで約5分 ・「熊本IC」から車で約10分 				
	<ul style="list-style-type: none"> ・「熊本IC」から車で約25分 ・「JR熊本駅」からタクシーで約10分、路面電車で約15分 ・「阿蘇くまもと空港」からタクシーで約40分、バスで約45分 				
市街地からのア クセス					

★…花畑広場+シンボルプロムナード両会場にて開催
印なし…花畑広場のみで開催

会場レイアウト 1

開催パターン1 (9/20, 21, 22, 28, 29, 10/2)



ベース色は舗装の違いを表す
(結界・段差等はナシ)

- ファンゾーン開催期間中の全試合パブリックビューイング
- ステージイベント (ミニコンサート、トークショー、郷土芸能等)
- ラグビー体験 (簡易なもの)
- スポンサー出展 等

ケータリング（飲食出店）コンセプト等

7


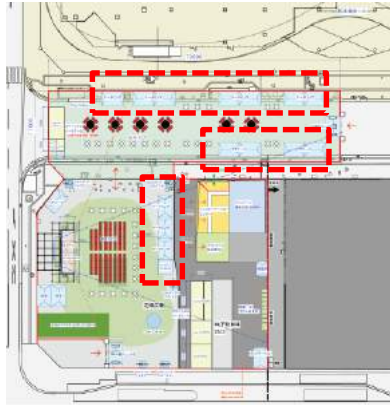
1. コンセプト

- ① ファンゾーンコンセプト「新しい熊本の姿を世界へ発信」「熊本城・城下町～熊本・魂のスクラム～」をおもてなしの心で体現する
- ② 県内はもとより県外海外からの来場者を飲食の魅力で熊本ファンにする
- ③ 飲食の魅力でファンゾーン来場者を誘引する

2. 基本方針

- ① 開催日の特徴に合わせたメニューの開発と提供を行う
- ② 気軽に食べられる価格設定とする
- ③ 熊本県産の食材を使用する
- ④ 出店料は無料とする
- ⑤ 長期出店可能な店舗を優先する

3. スケジュール・レイアウト・メニューの考え方

月日	曜日	営業	試合放映	レイアウト	メニューの考え方	
9/20	金	16:30	22:00		<p>熊本出場国メニュー（メイン） ウェルカム熊本メニュー（サブ）</p> <p>メイン 熊本会場出場国（フランス、トンガ、ウェールズ、ウルグアイ）の郷土料理を提供することで、県市民の大会とファンゾーンへの関心を盛り上げる</p> <p>サブ 熊本の郷土料理で来県者をおもてなし</p>	
9/21	土	11:00	21:00			6店舗 (2K×3Kテントに2店舗)
9/22	日	11:00	21:30			
9/23	月	閉				
9/24	火	閉				
9/25	水	閉				
9/26	木	閉				
9/27	金	閉				
9/28	土	11:00	21:00			日本代表戦
9/29	日	11:00	21:00			
9/30	月	閉			<p>ウェルカム熊本メニュー（メイン） 熊本出場国メニュー（サブ）</p> <p>メイン 県外、海外からの来場者を熊本の郷土料理であたたかくおもてなし</p> <p>サブ 熊本出場国の郷土料理の提供で県市民の大会とファンゾーンへの関心を盛り上げる</p>	
10/1	火	閉				20店舗 (2K×3Kテントに2店舗)
10/2	水	14:00	21:30			
10/3	木	閉				
10/4	金	閉				
10/5	土	11:00	22:00			日本代表戦
10/6	日	11:00	21:00			熊本開催
10/7	月	16:30	21:00			PV無し
10/8	火	14:00	21:30			
10/9	水	13:00	21:00			
10/10	木	16:30	21:00			PV無し
10/11	金	14:00	21:30			
10/12	土	11:00	22:00			
10/13	日	11:00	22:00	日本代表戦 熊本開催		

※原則、土日出店1日につき平日1日の出店が条件

実施概要

1. 主催者

熊本国際スポーツ大会推進事務局

※ラグビーワールドカップ2019自体の主催はワールドラグビー（国際団体）で関連会社ラグビーワールドカップリミテッド社（RWCL）に大会運営の全般を委託しています。

ファンゾーンでの販売行為で承諾が必要な事項は、全て大会組織委員会を通じRWCLへ申請することとなります。

2. 店舗概要

- ① 規模
2K（3600）×3K（5400）テントを、2分割し2店舗での使用とする
- ② 基本設備
店名看板、テーブル、いす等の備品、100V電源の供給を予定 詳細未定
※調理等に必要な器具は、原則出店者持ち込みとする
- ③ 出店位置
主催者で決定する
- ④ 出店料
無料

店舗イメージ
(調整中)

3. 販売制限について

大会には多くのコマースパートナーが協賛しており、パートナーの商業的権利は厳格に保護されています。ファンゾーン内飲食店舗では、パートナーの権利を侵害する物品（他メーカーの同種商品）の取り扱いが出来ません。取り扱えない品目は以下の通りです。なお、現時点で取り扱い可能な物品でも後にパートナーが決定した場合は変更を求めることがあります。

【販売できない商品】

コマースパートナー	スポンサーカテゴリー
ハイネケン	ビールおよびラガー（低アルコール・ビールおよびガー、ノンアルコール・ビールおよびラガーを含む）、サイダー、スタウト、エールおよびこれらすべての組み合わせを含む
大正製薬	エナジードリンク
サントリー	(a) ソフトドリンク（エナジードリンクを除く） (b) ワイン (c) ウイスキーのソーダ割り（いわゆる「ハイボール」） (d) 焼酎のソーダ割り（いわゆる「チュウハイ」） ※(b)～(d)はRWCLの承認を条件に特産品に限り取扱い可能。

【特定の地元特産品（茶・茶葉、日本酒・焼酎・ウイスキー）の扱い】

コマースパートナーのスポンサーカテゴリーに該当しないものの、コマースパートナーの権利を侵害する可能性がある商品については、地元特産品のプロモーションに限り以下のとおりとする。

	販売		サンプリング （保存できる容器（ペットボトルなど）で提供）	テイスティング （コップで提供）
	飲料 （その場で消費するもの）	土産※1		
茶葉	×*2	×	△*3	△*4
日本酒 焼酎*5・ウイスキー*5	○	×	○	○

※1 RWCL2019イベント会場での土産の販売は、RWCLの商業権利であるため不可（茶葉、日本酒・焼酎・ウイスキー以外の商品も同様）。ただし、RWCLが承認した場合に限り、地元特産品の土産販売は可能。

※2 お茶はサントリーのスポンサーカテゴリーであるため、飲料の状態での販売は不可。

※3 茶葉（小分け包装）のサンプリングは要協議。ただし、お茶を保存できる容器にいたった状態でのサンプリングは不可。

※4 お茶はサントリーのスポンサーカテゴリーであるが、日本文化の体験・紹介または特産品のPRを目的にお茶を試飲する場合に限り認めていただくようサントリーと協議予定。

※5 ソーダ割りはサントリーのスポンサーカテゴリーにあるが、RWCLの承認を条件に特産品に限り取扱い可能。

4. カード決済について

マスターカードがコマーシャルパートナーであり、ファンゾーン内の飲食物販の販売においてマスターカードでの決済がおこなえなければなりません。

(他のカードでの決済を排除しません)

カード決済端末を出店者でご準備していただく必要があるため、出店者はカード決済事業者と原則個別にご契約を締結する必要があります。主催者はカード決済事業者を紹介いたします。既に契約を締結し決済端末をお持ちの場合は、新規契約は不要です。

なお、契約には審査があります。

決済端末は、有料ですがマスターカードからの補助と公的助成を受けられる予定です。(詳細未定)

カード決済に必要なインフラ (Wifi、電源) は主催者で整備します。

5. 店名・商品名表示について

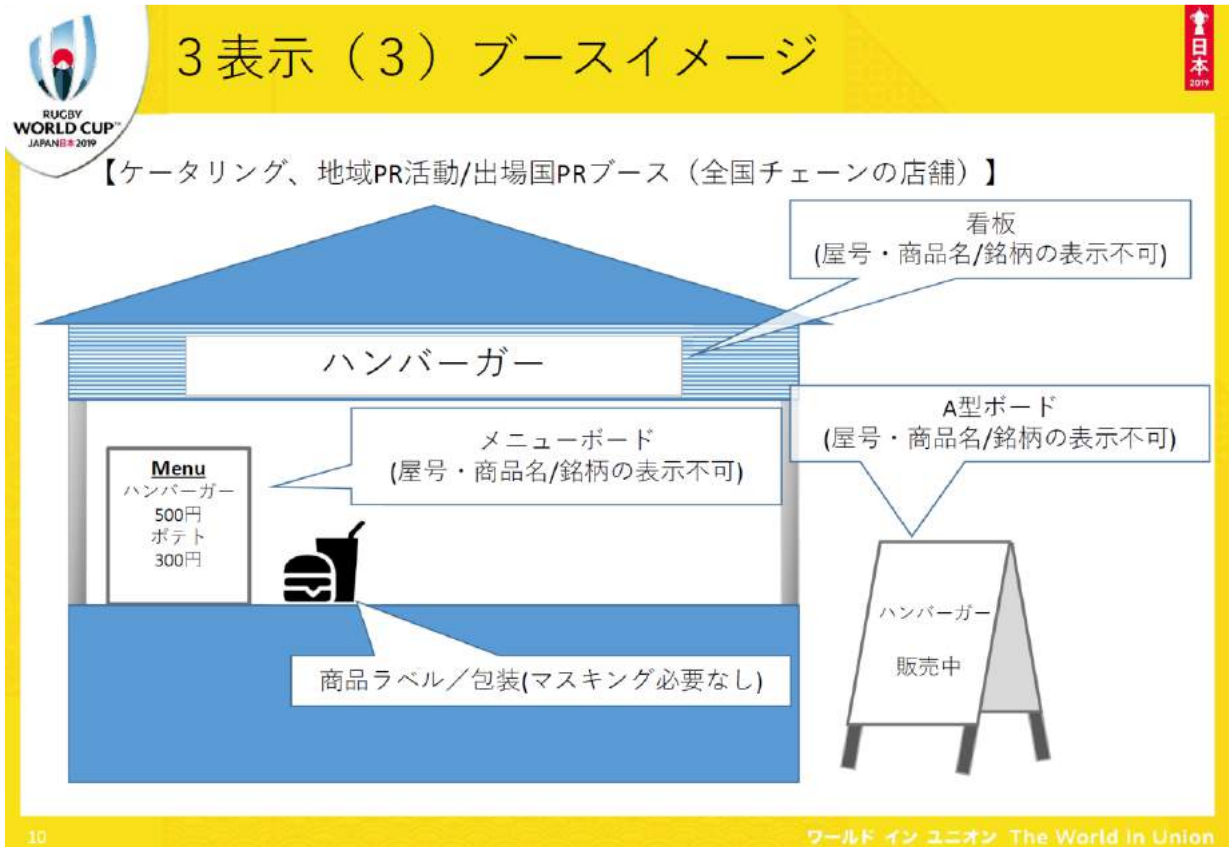
コマーシャルパートナーになりえる規模、知名度 (全国チェーン等) の出店者は、店名、商品名等の表示に制限があります。地元商店等はそれにあたりません。

	ケータリング、 地域PR活動/出場国PRブース	
	全国チェーンの店舗	全国チェーンでない店舗 (地元の商店など)
看板	×	○
A型ボード/ サンドイッチボード	×	○
メニューボード	×	○
商品ラベル/包装	○	○

実施概要

11

6. 店舗イメージ



3表示 (3) ブースイメージ

【ケータリング、地域PR活動/出場国PRブース (全国チェーンの店舗)】

看板
(屋号・商品名/銘柄の表示不可)

ハンバーガー

メニューボード
(屋号・商品名/銘柄の表示不可)

A型ボード
(屋号・商品名/銘柄の表示不可)

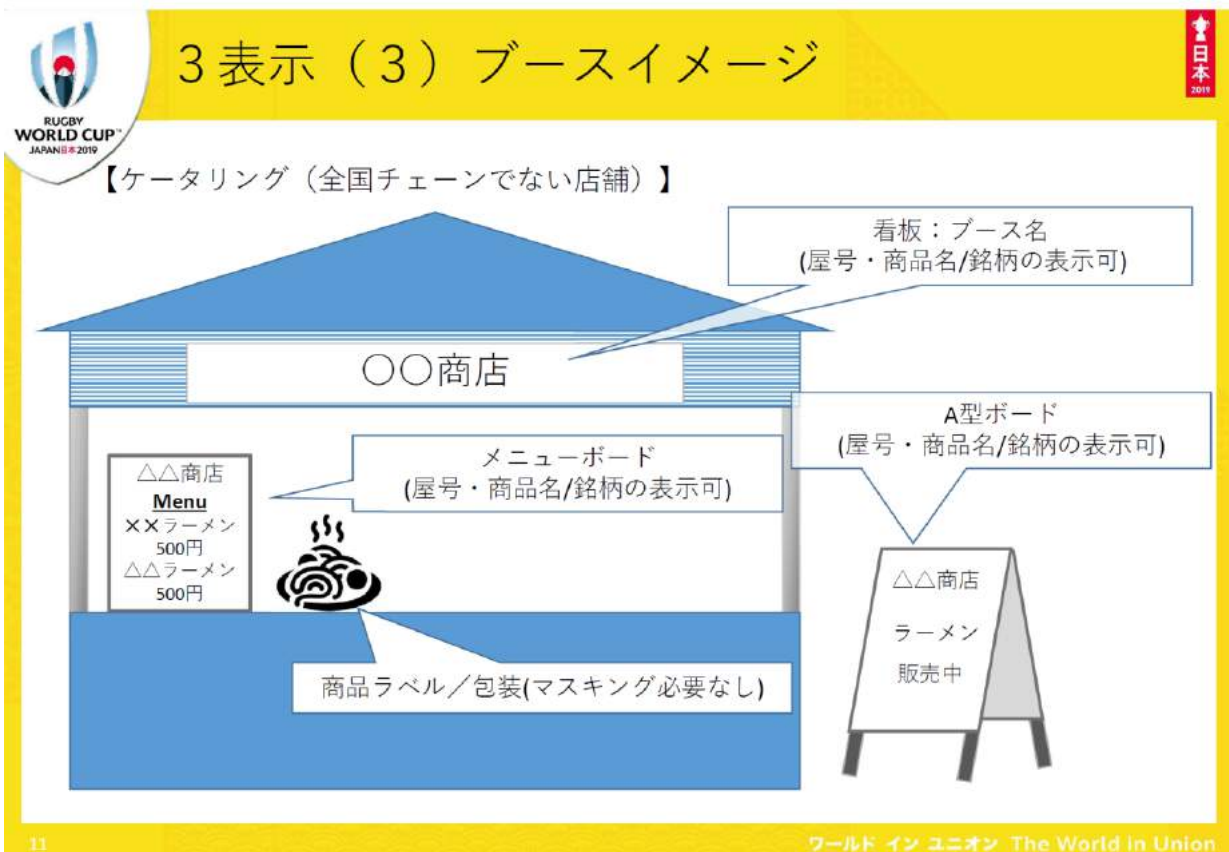
Menu
ハンバーガー
500円
ポテト
300円

商品ラベル/包装(マスキング必要なし)

ハンバーガー
販売中

10

ワールド イン ユニオン The World in Union



3表示 (3) ブースイメージ

【ケータリング (全国チェーンでない店舗)】

看板：ブース名
(屋号・商品名/銘柄の表示可)

〇〇商店

メニューボード
(屋号・商品名/銘柄の表示可)

A型ボード
(屋号・商品名/銘柄の表示可)

△△商店
Menu
××ラーメン
500円
△△ラーメン
500円

商品ラベル/包装(マスキング必要なし)

△△商店
ラーメン
販売中

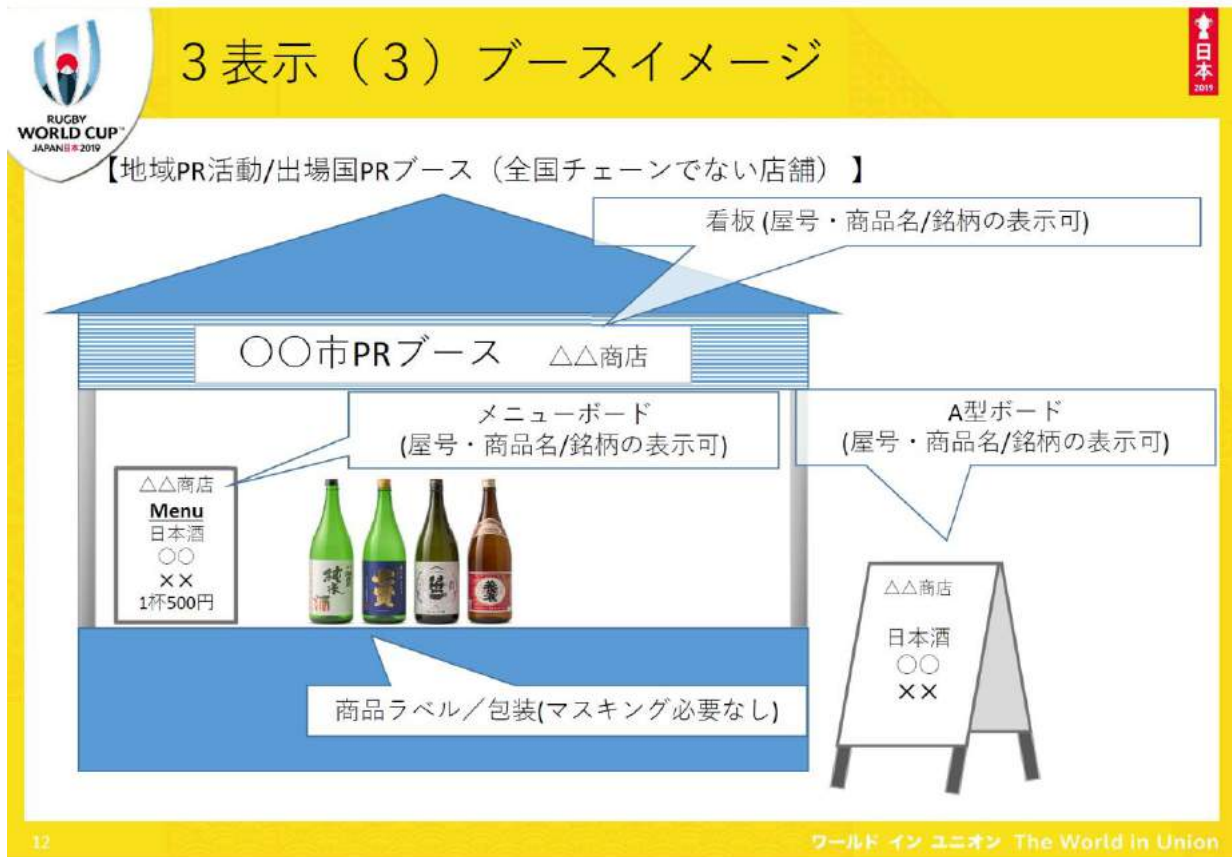
11

ワールド イン ユニオン The World in Union

実施概要

12

6. 店舗イメージ



7. 今後のスケジュール



出店者説明会などの詳細は今後決定します。ご出店に関わる連絡等は主催者から委託を受けた事業者と各団体様とで行います。

補足；地元特産品等の販売

13

8. 販売の対応一覧

前述（P9、3. 販売制限について）にありますように、コマーシャルパートナーの権利を侵害する物品の販売は原則禁じられています。ただし、地元特産品に限り、一部認められています。現時点での組織委員会からの見解は下記の一覧表のとおりです。



5 参考 地元特産品取扱い一覧表

日本
2019

品目		取扱いの可否	備考
①スポンサーカテゴリーと競合する品目	ビール、ソフトドリンク ワイン、ハイボール、チューハイ エナジードリンク	取扱い不可	コマーシャルパートナーの商品は取扱い可能 ワイン、ハイボール、チューハイについてはRWCLの承認を条件に特産品に限り取扱い可能
②スポンサーカテゴリーと競合しないものの、コマーシャルパートナーの権利を侵害する可能性がある品目 ※地元特産品に限る	茶葉	飲料の状態（スポンサーカテゴリーと競合）及び土産（RWCLの商業権利）の販売は不可。 サンプリング、テイスティングについては要協議。	ただし、RWCLが承認した場合に限り地元特産品の土産販売は可能。
	日本酒・焼酎・ウィスキー ※焼酎・ウィスキーのソーダ割りはスポンサーカテゴリー	地元特産品に限り取扱い可能 （販売、サンプリング、テイスティング） ただし、土産販売は、RWCLの商業権利であるため不可	ただし、RWCLが承認した場合に限り地元特産品の土産販売は可能。
③その他		取扱い可能 （販売、サンプリング、テイスティング） ただし、土産販売は、RWCLの商業権利であるため不可	ただし、RWCLが承認した場合に限り地元特産品の土産販売は可能。

9. パンフレットの配布



4 パンフレットの配布



- 地元特産品PR等のパンフレットはRWCLの承認を条件に配布可

【承認の基準】

公的な団体が作成するもので①RWC2019と関連付けず、②コマーシャルパートナーの権利を侵害しないもの
※ただし、上記の要件を満たしても商業要素が強いものは認められない可能性あり




13

ワールド イン ユニオン The World in Union