



NEWS RELEASE

2026 年 7 月 27 日

Visa の最新データ、FIFA ワールドカップ 26™がカナダ、メキシコ、米国の開催都市にもたらした経済効果を明らかに

Visa の最新データによると、FIFA ワールドカップ 26™の開催期間中、カナダ、メキシコ、米国の開催都市におけるクロスボーダー取引は前年同期比で約 20%増加

FIFA ワールドカップ 26™の閉幕後、世界中から訪れた多くのファンは忘れがたい思い出とともに帰路につきました。開催期間中の熱狂は、国境を越えて広がる経済活動も生み出しました。大会期間中に行われたタッチ決済の一つ一つが確かな足跡を残し、カナダ、メキシコ、米国の開催都市における加盟店や地域経済の活性化に貢献しました。

Visa の最新データによると、同大会は開催都市におけるクロスボーダー支出、海外からの旅行、デジタルコマースの大幅な成長を後押ししました。今回のデータは、このような世界的な大型イベントが「ポップアップ経済圏 (Pop-Up Economies)」を創出することを示しています。Visa では、ポップアップ経済圏を、文化、エンターテインメント、スポーツなどの大規模イベントを中心に発生する、一時的かつ集中的な経済活動と定義しています。

また、世界中のファンが応援するチームに同行するように各開催都市を訪れたことで、レストラン、交通、エンターテインメント、小売、宿泊など幅広い分野で Visa カード会員の支出が大きく増加したことも明らかになりました。大会による経済効果は、主要な開催都市だけでなく、新たにファンが集う各地にも広がり、スタジアムの外にまで及ぶ幅広い影響をもたらしました。

ポップアップ経済圏としての大会

Visa のデータから、大会期間中に創出された経済活動の規模や広がり、そのダイナミズムが見えてきます。[1]

- FIFA ワールドカップ 26™の開催都市におけるクロスボーダーVisa 取引は、大会期間中に前年同期比で約 20%増加しました。
- 開催都市においてクロスボーダー支出が特に大きかったのは、コロンビア、プエルトリコ、英国、アルゼンチン、ブラジルから訪れたファンでした。
- 海外および国内の Visa カード会員による対面支出の伸びが最も大きかった都市は、サンタクララ／サンノゼ、ボストン、マイアミでした。
- 消費者による支出は交通およびエンターテインメント分野に集中しており、大会を目的とした旅行が幅広い経済効果をもたらしたことを示しています。
- タッチ決済取引は約 12%増加し、旅行中のファンが迅速で安全かつシームレスな決済体験を好んでいることがうかがえます。
- カンザシシティで開催されたエクアドル対キュラソー戦およびコロンビア対ガーナ戦、ならびにフィラデルフィアで開催されたクロアチア対ガーナ戦は、前年比で特に大きな支出額の増加が見られた試合の例であり、キックオフ前後を通じて消費活動が大きく活性化しました。

Visa のグローバル最高マーケティング責任者である Frank Cooper III は、次のように述べています。

「FIFA ワールドカップ 26™は、ピッチ内外の両面で、これまでで最も大きな影響をもたらした大会の一つでした。世界的なイベントが、企業、都市、そして地域社会に幅広い経済価値をもたらすことを示しました。大会期間中、開催都市には新たな来訪者と消費が生まれ、地域企業にとって新たなビジネス機会が創出されました。Visa のネッ

トワークを通じて、こうした経済圏が都市から都市へと広がりながら形成されていく様子を捉えることができました。そして、それらの活動は、世界最大級のスポーツイベントを支える加盟店や地域社会と、数百万のファンを結び付けました。」

スタジアムの外にも広がる経済効果

試合はスタジアム内で行われましたが、その経済効果は地域社会全体に広がりました。ファンが試合観戦に加え開催都市での観光や街歩きを楽しむ中、レストラン、バー、小売店、ホテル、交通機関、エンターテインメント施設など、さまざまな業種で消費活動が活発化しました。カテゴリ別にみると、各都市で特徴的な伸びが見られました。^[1]

- ポストンでは、ファンが地元のバーやレストランで自国代表を応援したことにより、飲食関連取引の前年比の伸びが最も大きくなりました。
- グアダハラでは、世界中からファンがスタジアムに向かったことで、交通関連支出の伸びが最も大きくなりました。
- アトランタでは、ファンによる祝賀イベントや文化イベントを背景にエンターテインメント関連支出が伸長し、ニューヨーク市では小売支出が増加しました。

これらの動きは、ポップアップ経済圏による恩恵が開催都市全体へ広がることを示しています。その恩恵は、大会と直接関わる事業者だけでなく、地域のレストランや独立系小売店、ホテル、交通事業者、グローバルブランドなど、来訪者の日常的なニーズに応える幅広い加盟店にも及びました。

市場を動かした大会の瞬間

大会で記憶に残る瞬間の中には、人々の注目を集めただけでなく、世界各地で経済活動の波を生み出したものもありました。ノルウェー代表が予想外の快進撃で準々決勝まで進出したことを受け、世界中のファンが同代表を応援し、ノルウェー国内だけでなく世界各地で消費支出や取引活動が大きく増加しました。ノルウェー国内では、試合開催中の Visa 取引件数が約 2 倍に増加しました。また、ノルウェー代表が勝ち進むごとに取引活動の増加が確認される国の数も拡大し、最終的には同代表の試合開催時に世界 60 カ国以上で支出の増加が見られました。これは、ファンの情熱や応援がポップアップ経済圏を生み出す力となることを示しています。^[2]

こうした事例は、ファンの関心が経済活動に即座に影響を与え得ることを示しています。注目度の高い対戦、予想外の結果、あるいは大会での躍進は、旅行動向を変え、需要を押し上げ、次なる都市で新たなポップアップ経済圏を生み出します。

観光、地域ビジネスの成長から、デジタル決済の普及に至るまで、同大会は、人々が熱狂を共有する瞬間が、かつてない規模の消費活動と経済効果を生み出すことを示しました。Visa のデータは、FIFA ワールドカップ 26™ が単一の世界的イベントにとどまらず、ファンの移動、情熱、支出によって生まれた、相互に連動する複数のポップアップ経済圏であったことを示しています。これらは開催地域に経済機会をもたらすとともに、企業が世界的な需要に迅速かつ大規模に対応するうえで、シームレスなデジタル決済が果たす役割を示しました。

^[1] 出典: VisaNet 上で処理された Visa カード会員の取引データ。本データには、米国およびカナダにおける Visa カードの対面取引額(カード提示取引)と、メキシコにおける Visa カードのクロスボーダー対面取引額(カード提示取引)が含まれます。2025 年の同期間との比較を行っています。対象期間は、米国およびカナダが 2026 年 6 月 11 日から 7 月 19 日まで、メキシコが 2026 年 6 月 11 日から 7 月 5 日までです。

^[2] 分析手法: 本レポートの分析は、エンターテインメント施設、小売店、食品専門店・食料品店、クイックサービスレストラン、フルサービスレストラン、バー、カフェにおける国内取引の集計データに基づいています。増加率は、

各試合のキックオフ前後 12 時間に発生した Visa 取引件数を、大会開始前の 5 月下旬から 6 月上旬における、各国の同一曜日・同一時間帯の通常的な取引水準と比較して算出しています。

###

【Visa について】

Visa は電子決済の世界的リーダーとして、世界 200 以上の国と地域における決済取引によって消費者、事業者、金融機関や政府機関をつないでいます。Visa のミッションは、最も革新的かつ利便性や信頼性が高く安全な決済ネットワークで世界を結び、個人や企業、そして経済の繁栄に貢献することです。私たちは、世界中のすべての人にとっての包括的な経済こそが、世界中の人々の生活を向上させ、経済へのアクセスが決済の未来へつながると信じています。詳しくは、[Visa.com](https://www.visa.com) (英語サイト) または www.visa.co.jp (日本語サイト) をご覧ください。