ニュースリリース参考資料②

オリンピック・パラリンピックレガシー提言

～ 東京2020大会レガシーの評価と可能性 ～

MRI 三菱総合研究所

2022年1月26日

当社（レガシー共創協議会）の取り組み

設立	2014年4月　※2019年4月以降休会
会員	194社・団体（2019年3月時点）
会長	早稲田大学教授　間野　義之氏
情報発信 機運醸成	● 提言4回　（120以上の事業アイデア） ● レガシー事業提案会　（文科省・経産省・東京都・組織委員会） ● フォーラム　7回 ● レガシー意識調査　6回 ● 出版（執筆協力）2冊、寄稿・講演・TVラジオ出演　多数 ● 公式サイト作成、情報発信 ● 大会組織委員会への出向
プロジェクト	累計58件

Copyright © Mitsubishi Research Institute

なぜ、レガシーに着目するのか

Copyright © Mitsubishi Research Institute

オリパラ・レガシーとは

＜オリンピック憲章＞
オリンピック競技大会のよい**遺産（レガシー）**を、開催国と開催都市に残すことを推進すること

2012年ロンドン大会から、レガシー計画・報告が必須

＜レガシーとは＞
大会を**契機**として**社会**に生み出され、**長期**にわたる**持続的**な効果

開催準備（7年）	大会（2か月）	大会後（？年）

Copyright © Mitsubishi Research Institute

レガシーの種類（IOC・5分類）

スポーツ	■スポーツ施設　■スポーツ振興
社会	■文化・教育　■社会的包摂
環境	■緑化　■生物多様性　■新エネルギー
都市	■都市開発　■交通インフラ
経済	■経済成長　■企業振興・雇用創出　■観光

Copyright © Mitsubishi Research Institute

なぜレガシーなのか

開催都市の負担に見合うメリットが薄れてきた　⇒　立候補減少

＜原因＞

①開催都市・国の費用負担増大（税金）、大会後の施設維持費

②環境破壊、使用されない競技場

③価値観の多様化（スポーツ以外への関心）

④開催に反対する市民の増加

↓

開催都市のメリット訴求（**IOC**）

国民・市民への説明責任（**開催都市・国・JOC**）

Copyright © Mitsubishi Research Institute

東京2020大会で期待されたレガシー

大会組織委員会　アクション＆レガシープラン（2017）

①スポーツの力でみんなが輝く社会（全員活躍、アスリート、共生社会）
②21世紀の都市イニシアティブ（ユニバーサルデザイン、創造空間、安全・安心）
③日本型持続可能社会（脱炭素、資源循環、人権）
④「和」の精神が具現化された日本の文化を国内外に発信
⑤将来の国際社会やわが国を担う人材としての礎を固める
　（オリパラやスポーツの価値、多様性理解）
⑥ジャパンブランドの復権（経済、テクノロジー）
⑦復興・オールジャパン・世界への発信（被災地復興、オールジャパン、観光）

東京都　大会後のレガシーを見据えた東京都の取組－2020のその先へ－（2021.7）

①安全・安心 ②まちづくり ③スポーツ・健康 ④参加・協働 ⑤文化・観光	⑥教育・多様性 ⑦環境・持続可能性 ⑧経済・テクノロジー ⑨被災地復興支援

Copyright © Mitsubishi Research Institute

国民によるレガシーの評価・可能性

- 東京2020大会レガシーの評価と可能性検討に関する国民アンケート調査結果概要**（詳細別紙）**

Copyright © Mitsubishi Research Institute

調査概要

■ **調査目的**

- 2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会（以下、東京2020大会）が実施されたことを踏まえ、国民の認識として何がレガシーとして生み出されたか等を評価し、その可能性を検討するため

■ **調査対象**

- 全国16-69 歳の男女3,000 名
- 各年代×性別のサンプル構成比を厚生労働省人口動態調査（2019年10月1日）に合わせて回収

■ **調査時期**

- 2021年11月

■ **調査方法**

- WEBアンケート（三菱総合研究所「生活者市場予測システム（mif）」を利用）

Copyright © Mitsubishi Research Institute

調査から得られた示唆（キーメッセージ）

- 東京2020大会**開催への賛同（約7割）**が得られた一方で、ポジティブなインパクトや未来社会に向けた**レガシー創出に関する認識は萌芽的**（提示した未来像に対して2～3割程度）

- **将来的な国際スポーツイベント**誘致・開催に対して**消極的**（開催賛同者は2～3割程度）

- 今後の大規模スポーツ大会等に向けて、**アスリート活躍の場**づくりとともにハード・ソフトの**レガシー活用**、**社会変革**への貢献が重要

- **税金投入の最小化**と**ESGR**（環境・社会・ガバナンス・レジリエンス）への配慮の必要性

Copyright © Mitsubishi Research Institute

調査結果のポイント①

図表は別紙参照

Ⅰ. 大会等全般

1. 東京2020大会開催への賛否

～7割弱が肯定評価

- オリンピック、パラリンピックともに、「開催して良かった」が約3割、「どちらかといえば開催して良かった」が4割弱を占めた。【図表_6,7】
- 10代、新型コロナウイルス感染症の拡大でむしろ良い影響があった人、スポーツファン、大会に関わっていた人・観戦していた人において、大会開催肯定派が多い。【図表_8～12】

2.東京2020大会関連組織・人物への信頼度

～アスリートへの信頼度6割、関連組織2～3割

- 信頼度は、アスリートが6割であるのに対し、関連組織は2割～3割程度にとどまる。IOCを信頼している割合は18%。【図表_13】
- IOCへの信頼度は全般に低いが、特に、東京都居住者、東京2020大会開催否定派、新型コロナによる悪影響があった人で信頼度が低い。【図表_15～17】

Copyright © Mitsubishi Research Institute

調査結果のポイント②

図表は別紙参照

Ⅱ. 大会の影響(インパクト)と未来社会への貢献(レガシー)

1. 東京2020大会による自身や社会への影響

～多くの人は、ネガティブな影響を与えたと評価

- 東京2020大会が自身や社会に与えた影響は、新型コロナ感染拡大のリスク増、開催経費の負担増等ネガティブな評価が多い。女性、60代でネガティブな評価が目立つ。【図表_18～20】
- ポジティブな評価は、10代、スポーツファンにおいて、日本のイメージ・認知度向上、ナショナルアイデンティティ向上、快感情が相対的に多くあげられている。【図表_18,20,34】

2.「オリンピック・レガシー」に対する認識

～レガシー認知度は約5割。2017年以降、同水準で推移

- オリンピック・レガシーという言葉を「知っていた」のは19%、「聞いたことがある」を含めると48%。レガシーの理解度、認知度は2017年以降、ほぼ同水準で推移。【図表_45, 46】
- 50-60代、東京都居住者、大会開催肯定派、スポーツファンは、レガシーの認知度が高い。【図表_47～50】

Copyright © Mitsubishi Research Institute

調査結果のポイント③

図表は別紙参照

Ⅱ. 大会の影響（インパクト）と未来社会への貢献（レガシー）

3. 東京2020大会がレガシー創出のきっかけになったか

～未来社会に向けたレガシー創出の契機になったとする人は3割にとどまる

- 東京2020大会が未来社会に向けた**レガシー創出のきっかけになったとする人**は、未来社会像として示した**10項目すべてで2～3割**程度にとどまる。【図表_51】
- レガシー創出のきっかけになったという割合が**最も高い**社会像は**「スポーツ・芸術文化が広く社会に浸透した社会」**であった。他方、**最も低い**社会像は**「地方・被災地にも大会の好影響が展開される社会」**であった。【図表_51】

Copyright © Mitsubishi Research Institute

調査結果のポイント④

図表は別紙参照

Ⅲ. 将来に向けて

1.今後実現を目指すべきレガシー（社会）

～　安全、持続可能、健康、全員活躍、競技会場活用が上位

- 東京2020大会のレガシーとして今後**実現を目指すべき社会**として上位は、「**世界で最も安全な社会**」「**持続可能性**が高まった社会」「**健康でアクティブ**に暮らせる社会」「**全員が能力と個性を発揮し活躍**する社会」「**競技会場が大会後も有効に活用**される社会」。【図表_52】
- **60代で健康、安全**、大会**開催肯定派でジャパンクオリティやスポーツ・芸術文化の浸透**が、**レガシーを理解している人で、課題解決モデル提示、競技会場の有効活用、持続可能性**が多くあげられている。【図表_53】

2.レガシー実現を目指すべき理由

～今後の日本社会にとって重要な変革であること

- レガシー実現を**目指すべき理由**の1位は**「今後の日本社会にとって重要な変革」**であること。次いで、**「自身の重視したい点と一致」「大会が良いきっかけを提供した」**の順。【図表_54】

Copyright © Mitsubishi Research Institute

調査結果のポイント⑤

図表は別紙参照

Ⅲ. 将来に向けて

3.将来のスポーツ大会誘致・開催の賛否

～今後の大会開催賛成は3～4割、居住地域への誘致賛成は3割弱にとどまる

- 将来のスポーツ大会の**開催賛成は3～4割**、**居住地域**への誘致賛成は**26%**。【図表_55】
- 2030年札幌冬季大会は、誘致肯定者が多いのは、**10代**、**東京2020大会開催肯定派**、新型コロナ感染症拡大でむしろ**良い影響**があった人、**スポーツファン**であった。【図表_56～60】

4.スポーツ大会誘致・開催をする際に求める目的・条件

～目的は「アスリート」「レガシー」「社会変革」、条件は「税金最小化」「ESGR」

- スポーツ大会の誘致・開催の目的は「**アスリートがパフォーマンスを披露**する場を提供」が最も多く、ハード・ソフト両面での**レガシー活用**や**社会変革への貢献**等も多い。開催条件は「投入する税金の最小化」が最も多く、ESGR（環境・社会・ガバナンス・レジリエンス）への配慮も重視されている。【図表_61】
- 投入する税金の最小化は、**60代**、**東京2020大会開催否定派**、**レガシーを理解**している人であげる割合が高い。【図表_68～73】

Copyright © Mitsubishi Research Institute

レガシーの可能性

- 東京2020大会レガシー及び今後のスポーツイベントへの提言

Copyright © Mitsubishi Research Institute

前提

＜レガシー＞

大会前・大会中の取り組み・活動の結果で生まれたインパクトが、大会後、個人や企業、組織、社会等にもたらす中長期的な影響

↓

＜本提言＞

大会終了から4ヶ月後までに発現している効果や影響から、将来のレガシーにつながりうる可能性や兆しを評価

Copyright © Mitsubishi Research Institute

東京2020アクション＆レガシーレポートより抜粋（大会組織委員会、2021.12.22）

スポーツ・健康	①スポーツ実施率向上、②健康寿命延伸、生活の質向上、③アスリートの育成・活躍、スポーツ・インテグリティ、④障がい者スポーツのファン拡大、環境整備、共生社会に向けたアプローチ
街づくり・持続可能性	①街のバリアフリー化、②多言語対応、③省エネ・再生可能エネルギー、④3R（都市鉱山、プラスチック、木材等）、⑤食材調達（GAP認証等）、⑥ジェンダー平等、多様性との調和
文化・教育	①文化イベント体験・交流の拡大、②日本文化の認知度向上、③オリパラ教育実施基盤、④児童・生徒の心のレガシー（「自信と勇気」「多様性の理解」「主体的・積極的な社会参画」）、⑤若者の参画
経済・テクノロジー	①映像・多言語対応（5G、AI、翻訳アプリ等）、②バリアフリー（ロボットを活用した遠隔観戦）、③セキュリティ（顔認証、サイバー）、④水素（燃料電池車、聖火リレートーチ）
復興・オールジャパン・世界への発信	①被災地の発展・子供たちの成長、②記憶の風化防止と更なる産業振興、③全国各地での地域の繋がり、④心のレガシーの創出と新たな文化の定着、⑤観光産業の発展及び交流機会の継続、⑥情報発信のノウハウの継承

Copyright © Mitsubishi Research Institute

レガシー創出　4パターン

レガシー創出の可能性のあるパターンを当社にて4つに分類

(A)開発・提供されたインフラ、技術、制度等
⇒ レガシー：社会で利用・普及・浸透

＜例＞
- 競技会場、選手村⇒有効活用、転用
- 施設・交通等のユニバーサルデザイン、海外対応
- 水素エネルギー、都市鉱山、木材再利用⇒普及・拡大
- 食品安全、ESG調達⇒普及・浸透
- 映像・通信（5G・8K）⇒実用化・普及

(C)参画経験を通じた学びや成長
⇒ レガシー：社会での人材の活躍

＜例＞
- 挑戦したアスリート⇒引退後に地域・社会で活躍
- ボランティア参加者⇒地域・社会で活躍
- 行事等に参画した子どもや若者⇒地域・社会で活躍
- 多様性や透明性を求められたスポーツ関係者・団体⇒多様性や透明性を重視した団体運営

(B)大会を通じた個人・企業の意識変容
⇒ レガシー：多数の人々・企業の行動変容

＜例＞
- スポーツ・文化に触れる⇒スポーツ・文化実施率向上、地域スポーツ振興、スポーツ産業拡大
- 海外選手等との交流⇒交流継続、異文化理解
- 日本情報に接した外国人⇒訪日観光客拡大
- パラ観戦⇒種目・選手の認知度・理解度向上
- 企業のスポーツ支援⇒継続・拡大
- 被災地での活動・発信⇒復興促進

(D)過程で発生した出来事
⇒ レガシー：意識・社会潮流の変化

＜例＞
- パラリンピアンやパラ競技への理解⇒社会・組織でのダイバーシティ＆インクルージョンの進展
- 組織委員会や競技団体のガバナンス問題⇒社会・組織の意思決定構造転換や透明性・公平性強化
- ソーシャルメディアでの誹謗中傷⇒防止策の導入・浸透
- ソーシャルメディアでの合意形成⇒成熟化・社会浸透
- コロナ禍の大会⇒スポーツ団体・IOCへの不信感

Copyright © Mitsubishi Research Institute

レガシー創出への制約

- コロナ禍での開催
- 過去大会や事前計画に比較して制約が多く、限定的な運営
- 国内外の参加者・関係者の関心が低下（コロナ対応に関心）

レガシー創出の可能性も限定的。但し、大会前も含めて活かせる芽は多数。

	実績
入場者	オリ4.3万人、パラ1.6万人
視聴率	国内　オリ56.4%、パラ23.8%
デジタルメディア	サイト1億9,730万人、アプリ550万DL、SNS987万人
ボランティア	7万人
ホストタウン	533自治体・185か国、事前合宿241自治体・118か国、事後交流28自治体・19か国
参画プログラム	2,500団体・16万件・1.7億人参加
文化オリンピアード	プログラム5,657件、参加者3,700万人
大学連携	締結801校
学校授業	オリパラ教育19,005校
エンブレム	応募14,599作品、意見4万人
マスコット	応募2,042件、投票16,769校・205,755学級

出所）組織委員会理事会資料、NHKサイト他

Copyright © Mitsubishi Research Institute

(A)開発・提供されたインフラ、技術、制度等 ⇒ レガシー:社会で利用・普及・浸透

- 国内外へのPR機会が限定的、一部の取り組みは中止 ⇒ 効果は想定比で限定的
- レガシー前提に開発・提供 ⇒ 今後の取り組み次第で社会実装・普及
- 競技会場は負の遺産化の懸念 ⇒ 財務面(税負担)だけでなく、非財務面での社会的効用の最大化

＜レガシー可能性＞

競技会場、選手村	有効活用による負の遺産化の防止、社会価値・非財務価値の最大化 例:TOKYOスポーツレガシービジョン
環境技術・システム	大会開催で加速したインパクトのレガシー化を期待 例:水素(燃料電池車)、都市鉱山、木材再利用
ICT・システム	大会開催で加速したインパクトのレガシー化を期待 例:5G、顔認証、ジャパンウォークガイド
制度・インフラ	社会・経済制度としての普及・定着を期待 例:食品安全、ESG調達、交通・施設等のユニバーサルデザイン・アクセシビリティ保証

Copyright © Mitsubishi Research Institute

（B）大会を通じた個人・企業の意識変容
⇒　レガシー：多数の人々・企業の行動変容

- イベント・参画機会が大幅減少　⇒　意識変容のきっかけが限定的
- 大会後のコロナ対応継続（新常態）　⇒　レガシー化へのネガティブ影響
- 限定的なレガシーの可能性・兆しを大切に活かす（一時的⇒継続的なレガシー）

＜レガシー可能性＞

スポーツ・文化実施率向上、地域スポーツ振興、スポーツ産業拡大	可能性は限定的も、具体的な動きの**継続・発展**を期待 例：笠間市（スケートボード、スポーツコミッション）
地域・学校等と海外交流継続、異文化理解	可能性は限定的も、具体的な動きの**継続・発展**を期待 例：成田市（アイルランドとレガシー協定締結）
訪日観光客拡大	オリパラレガシー**以外での対策**が必要
パラ種目・選手の認知・理解度向上	**大きなインパクトをレガシー化**する取り組みが重要
企業のスポーツ支援継続・拡大	**大きなインパクトをレガシー化**する取り組みが重要 例：参天製薬（ブラインドサッカー協会10年協賛契約） 新リーグ（ハンドボール、ラグビー、女子サッカー等） 支援企業40%が縮小・打切検討（日本トップリーグ連携機構調査）
東日本大震災復興の促進	インパクト限定的であり、本質的には**オリパラレガシー以外での対策**が不可欠

Copyright © Mitsubishi Research Institute

（C）参画経験を通じた学びや成長
⇒　レガシー：社会での人材の活躍

- イベント・参画機会が大幅減少　⇒　学び・成長の機会が限定的
- 参加者・関係者の学習成果・継続意向は高い　⇒　レガシー化へ
- 人材不足・需給ミスマッチ解消という課題解決に向けて大きな期待

＜レガシー可能性＞

引退アスリートの社会・組織での活躍	地元開催で**多数のオリ・パラリンピアン**輩出 延期・無観客・批判などの**貴重な経験**を活かし、人材不足・イノベーション不全の**社会・企業課題解決**に期待
ボランティア参加者の社会・組織での活躍	高い**継続意向（前90%⇒後95%）を活かす** 例：TOKYOスポーツレガシービジョン、東京ボランティアレガシーネットワーク
参画した子どもや若者の地域・社会で活躍	対象者数は限定的も、具体的な動きの**継続・発展**を期待 例：学生団体おりがみ、学芸大附（レガシー評価）
スポーツ関係者・団体の多様性や透明性を重視した運営	大会開催で**加速したインパクト**のレガシー化を期待 例：スポーツ団体ガバナンスコード定着、JOC女性理事

Copyright © Mitsubishi Research Institute

（D）過程で発生した出来事
⇒　レガシー：意識・社会潮流の変化（社会変革）

- 大会前・期間中の出来事　⇒　多数の人々の意識や社会の潮流の変化
- 多くの国民や意思決定にかかわる人々の意識変容や具体的なアクション次第
- 日本でのメガスポーツイベントの開催意義として社会変革が不可欠（後述）
- 後に、オリパラを契機に社会が変わったと言われる状況が最大のレガシー

＜レガシー可能性＞

社会・組織でのダイバーシティ＆インクルージョンの進展	スポーツイベント・団体から社会全体への進展を期待
社会・組織の意思決定構造転換や透明性・公平性強化	スポーツイベント・団体から社会全体への進展を期待
ソーシャルメディアでの誹謗中傷防止策や合意形成の導入・浸透	スポーツイベント・団体から社会全体への進展を期待
IOC・スポーツ団体への不信（負の遺産化の可能性）	スポーツ団体・アスリートによる社会変革・社会課題解決へのアクションや参画の拡大を期待

Copyright © Mitsubishi Research Institute

レガシー創出のために

＜もう一度レガシーの原点に＞

- 多数の関係者の理解・協力を無駄にしない
  ⇒ ネガティブレガシー最小化、ポジティブレガシー最大化は、**日本に課せられた宿題**
- レガシーは、大会後10年、20年を見据えたものであり、**今後の活かし方・取り組み方次第**
  ⇒ 行動変容や社会潮流は、レガシーの原点に立ち戻り、一過性にしない継続的な取り組みが必要
- 組織委員会、東京都、国等は、**正確な記録、誠実な総括、オープン＆継続的なレガシー議論**

＜東京2020大会の重要なレガシー＞

- 特に重視して創出すべきなのは、**社会課題解決・社会変革**につながる3つのレガシー
- レガシーの**従来の枠を超えて**、大会開催の価値・意義を高める可能性

①アスリート等の社会での活躍 ⇒ **アスリートセカンドキャリア事業（当社検討中）**
②ダイバーシティ＆インクルージョンの浸透・新常態化
③社会・組織の意思決定プロセスの多様性・透明性

Copyright © Mitsubishi Research Institute

今後の大会・大規模イベントに求めるレガシー視点

(1)大会開催の大義・目的(パーパス)

- 誰のために開催するのか
  - 税金投入し、市民・企業協力を仰ぎ、負の遺産化リスクもある大会
  - アスリート・スポーツ界・主催者・スポンサーのためでは説明困難
  - 開催地住民のためであるはず
- 何のために開催するのか
  - エンターテイメント ⇒ 税金投入せず、ビジネスでの開催が原則
  - スポーツ普及 ⇒ なぜスポーツなのかという問いに合理的な説明困難
  - アスリートやスポーツの求心力・発信力を活かした社会変革 ⇒ 大義が説明可能
- 2024年パリ大会
  - 開催ありきではなく、レガシーとしての社会変革目的が明瞭
  - 社会の中のスポーツ、包摂社会、環境(CO2排出削減)が3大戦略
  - ソーシャルビジネス市場拡大(グラミン銀行・ユヌス氏とタイアップ)
- 万博などの税金投入型メガイベントも同様
  - 企業も、財務価値のみならず、社会価値・非財務価値が求められ、SDGs重視
  - スポーツ大会やメガイベントが社会課題解決トリガーとなることは必然

Copyright © Mitsubishi Research Institute

今後の大会・大規模イベントに求めるレガシー視点
（2）開催（誘致）の合意形成

- 大会の効果が明確であれば良いか
  - どんな大会もポジティブ効果はゼロではなく、それだけで開催の根拠・大義の説明にならない
  - **税金投入や市民・企業等負担と効果の関係**が、他の手段に比べて適切か
  - 目指す効果（レガシー）の**社会的・政策的な優先度**は高いか
  - 但し、厳密な費用対効果やEBPM（証拠に基づく政策立案）は非常に困難
- 重要なのは**透明性の高い合意形成**プロセス
  - 専門家による精緻な分析や首長・議会での判断だけではなく、**多様な市民やステークホルダー**の参画（特に若者）
  - 情報公開、オープンな討議

Copyright © Mitsubishi Research Institute

今後の大会・大規模イベントに求めるレガシー視点

(3)開催方法(ESGRの視点) ⇒ 今後の大会招致の必要条件

①Environment(E)

- CO2排出削減・カーボンニュートラル、ゼロエミッション、都市鉱山メダル
- 大会後のレガシー化(社会への浸透・普及)

②Social(S)

- ダイバーシティ&インクルージョンは当然(若手、女性・LGBT、障がい者、外国人等)
- 招致是非や開催方法の意思決定プロセスへの多様な人材の参画
- ESG調達、食品安全、アスリートの人権・健康

③Governance(G)

- 幅広い市民・ステークホルダーの議論、多数の納得後に招致方針決定
- 開催計画も多様な関係者が参加し、公開性と納得性の高い合意形成
- 主催者や首長・議会は、労を惜しまず、合意形成プロセスを大切に

④Resilience(R)

- 東京2020大会は「パンデミック下での世界的メガスポーツイベント開催」
- 貴重なノウハウ・経験・教訓を踏まえたパンデミック対応プランを用意
- ハード新規開発の最小化、規模縮小、分散開催などによる負のレガシー抑制

Copyright © Mitsubishi Research Institute

未来を問い続け、変革を先駆ける

MRI 三菱総合研究所