

「オリンピック・レガシーに関する意識調査」(第6回) 結果概要

2019年6月

 株式会社三菱総合研究所

第6回調査概要

- 調査対象: 全国20-60 歳代の男女3,500 名

- 調査時期: 2019年4 月
 - ・ 第1回意識調査 2013年12月
 - ・ 第2回意識調査 2015年 4月
 - ・ 第3回意識調査 2016年 4月
 - ・ 第4回意識調査 2017年 4月
 - ・ 第5回意識調査 2018年 4月

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

- サンプルング: 東京都1000、関東6県1000、東北3県(被災地)500、その他地域1000

- 集計: 地域別回答数を国勢調査人口比(全国)に基づいて重みづけ(ウェイトバック)

調査結果のポイント

1. 2020年東京オリンピック・パラリンピック大会への関心

～オリパラに対する関心は前年よりも低下。「レガシー」理解度・認知度は横ばいで推移

- 2020年東京大会に関心がある人の割合は約56%。前年よりも9ポイント低下したが、56%という水準は2015～17年と同程度。前年は、ピョンチャン大会で日本人選手が活躍したことで一時的に関心が高まったが、その効果が剥落したものと考えられる。
- テレビや会場での大会観戦意向者は、東京オリンピック大会が約55%、東京パラリンピック大会が約46%。

2. 「オリンピック・レガシー」に対する認識

～「レガシー」の認知度・理解度は横ばいで推移

- オリンピック・レガシーという言葉について、「知っていた」のは約20%、「聞いたことがある」を含めると約45%。レガシーの理解度、認知度は2017年以降、ほぼ同水準で推移。

3. 2020年東京大会を契機に実現してほしい社会(レガシー)の期待度

～「競技会場の有効活用」の実現への期待度が上昇

- 東京大会を契機とした社会変革に期待を寄せている人の割合は約33%。
- 東京大会を通じて実現してほしい社会は、第一位が「安心安全」で、「地域活性化」「競技会場の有効活用」「健康」「経済成長」が続く。特に「競技会場の有効活用」は、2015年調査以降、期待度が向上。

調査結果のポイント

4. 行動変容によるレガシー創出促進

～無関心層・大会関心層にはスポーツとの接点、大会&レガシー関心層には「挑戦」の機会創出・継続の仕掛けが重要

- 大会を契機とした取組みを一過性のものではなく、「レガシー」にするためには、さまざまな市民の大会やレガシーに対する関心度合いに応じて、行動変容を促すことが期待される。
- レガシー創出行動の促進に向けて、「行動変容ステージモデル」の理論を踏まえつつ大会への関心・レガシーへの関心を軸に3つの層を想定し、それぞれにどのような機会を提供することが効果的なのかを分析・検討した。

①大会およびレガシーに無関心な層に対して

- スポーツをする・みる人は一定数存在しており、スポーツと触れる場を通じ、大会への関心を高めることが効果的。
- スポーツ自体に関心がない人には、スポーツの楽しさ等からスポーツへの関心を喚起させる。

②大会関心層(レガシー無関心)に対して

- スポーツをする・みる場への参加意向が高いことから、スポーツ関連の大会イベント等を入口にレガシー創出に向けたアクションを促すのが効果的。
- スポーツを活用した地域活性化の取組み等、自分ごととして社会課題に取り組みアプローチもあることを認識させ、その切り口から「レガシー」への理解を深めることも有効。

③大会&レガシー関心層に対して

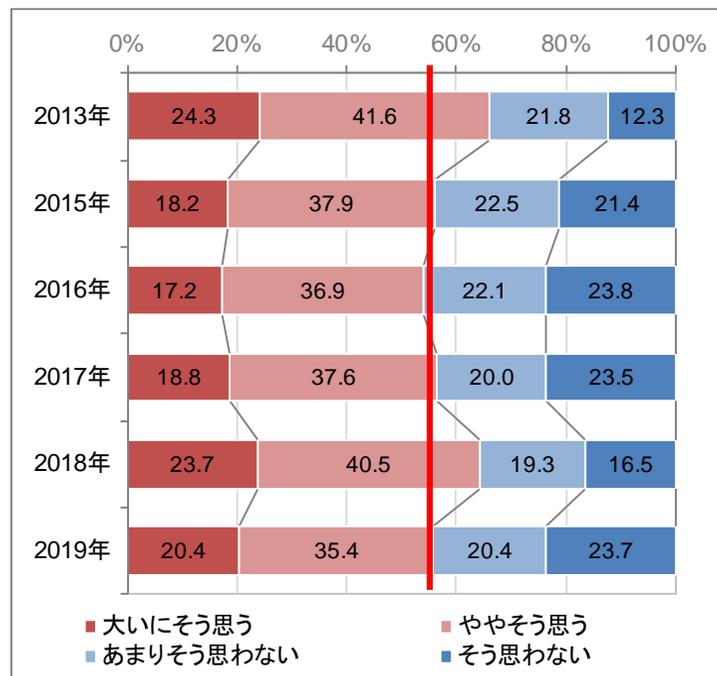
- 運営プログラムの企画やアイデア創出・実践の場への参加など、自分の枠を超える新たな「挑戦」につながるアクションの実施意向が高いことから、挑戦の機会を提供することが効果的。
- ボランティアやホストファミリーの登録制度等の利用意向も高く、挑戦心の維持・レガシー化という観点から、東京2020大会以降もアクションを継続させるための仕掛けを用意することが重要。

1. 2020年東京大会への関心 (1) 関心度

【全体】

■ 2020年大会に関心がある

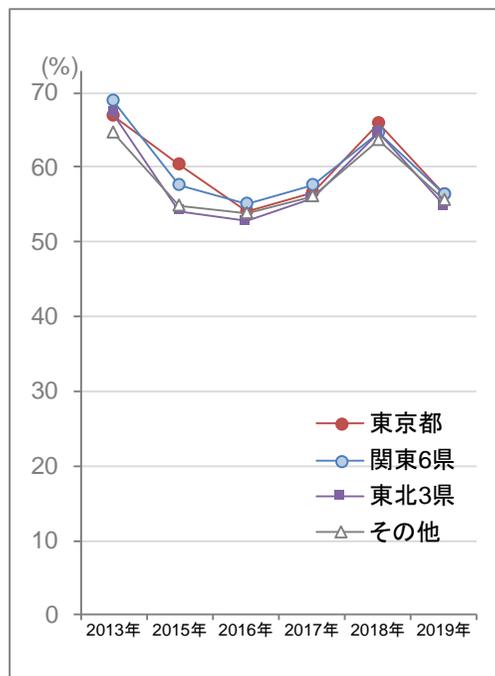
- 2020年大会への関心は、「大いにそう思う」が約20%、「ややそう思う」が約35%。
- 大会への関心度は、昨年調査よりも、9ポイント程度低下。



【設問別クロス】

地域別

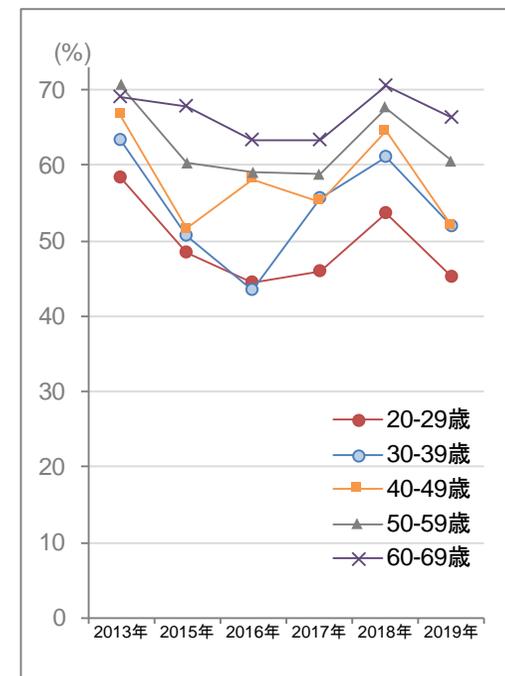
- 2020年大会への関心は、全ての地域で低下。



※「大いにそう思う」+「ややそう思う」の合計値

年代別

- 各年代で関心は低下。依然として、若年層の関心が低い。

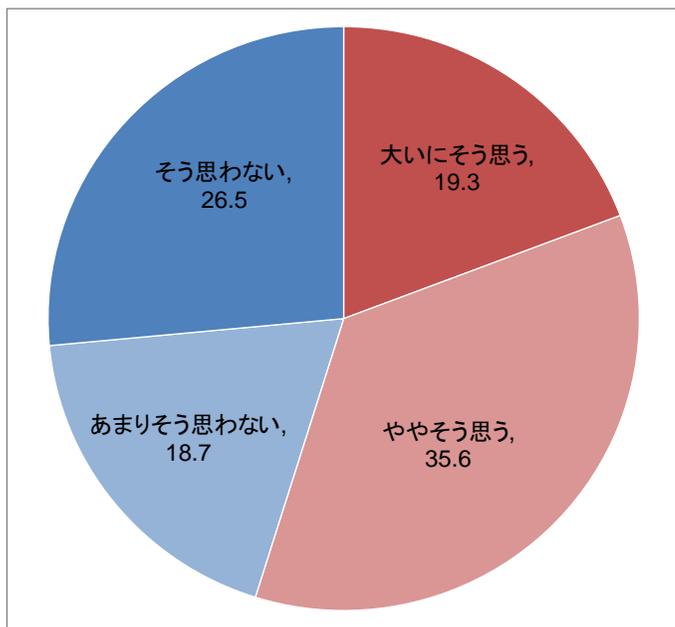


1. 2020年東京大会への関心 (2) オリンピック観戦意向

■ 2020年東京オリンピックをテレビや会場 で観戦して、アスリートを応援したい

【全体】

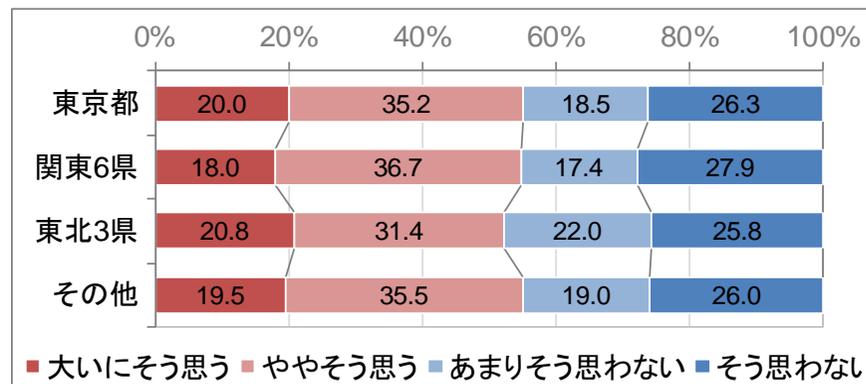
- 東京オリンピックを観戦し選手を応援したいとする割合は「大いにそう思う」が約19%、「ややそう思う」が約36%となっている。



【設問別クロス】

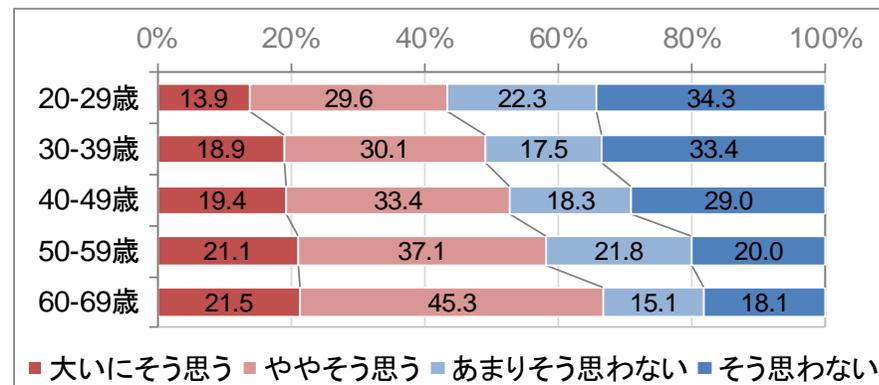
地域別

- 地域別には、観戦意向にあまり差はみられない。



年代別

- 年代別にみると、年齢が高いほど観戦意向が強い。

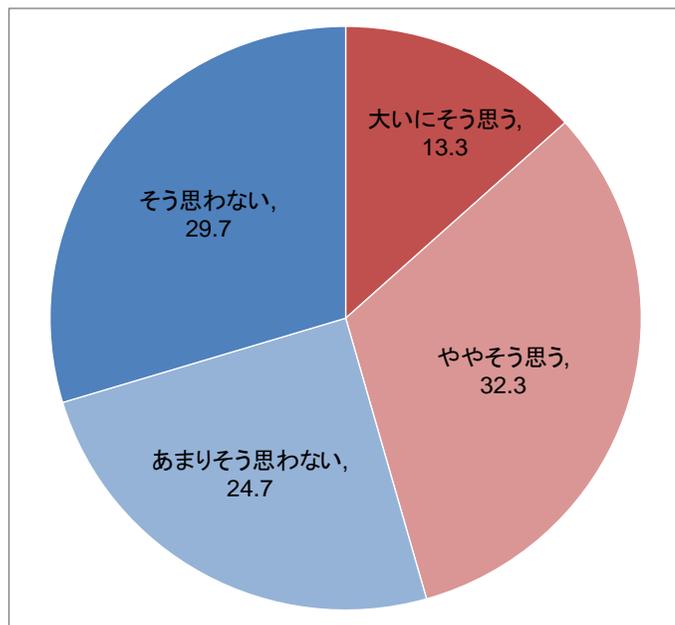


1. 2020年東京大会への関心 (3)パラリンピック観戦意向

■ 2020年東京パラリンピックをテレビや会場で観戦して、アスリートを応援したい

【全体】

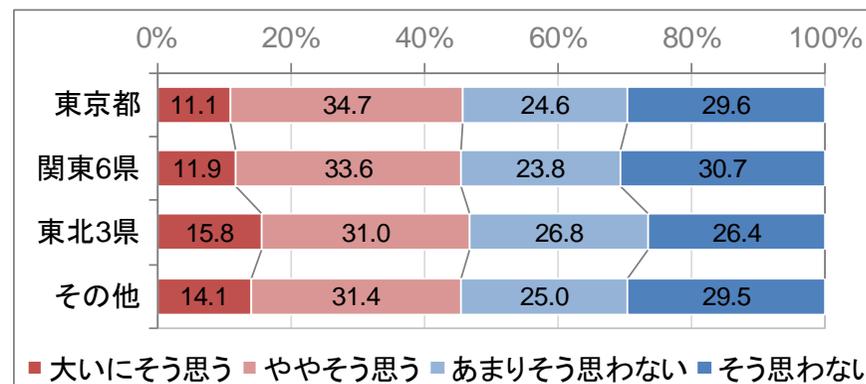
- 東京パラリンピックを観戦し選手を応援したいとする割合は「大いにそう思う」が約13%、「ややそう思う」が約32%となっている。



【設問別クロス】

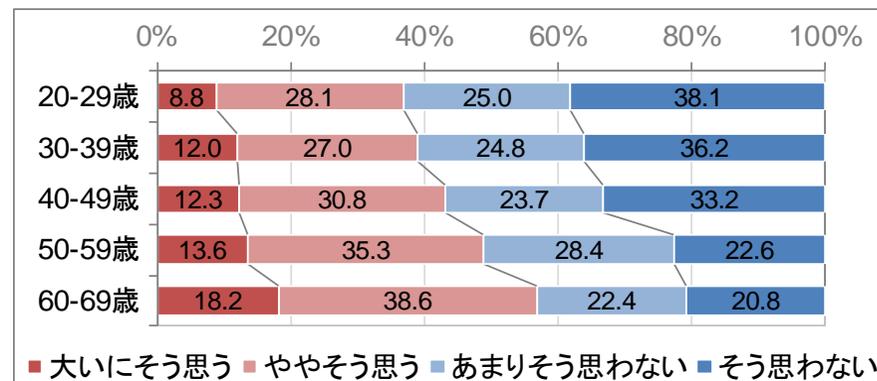
地域別

- 地域別では東北3県で「大いにそう思う」の割合が高い。



年代別

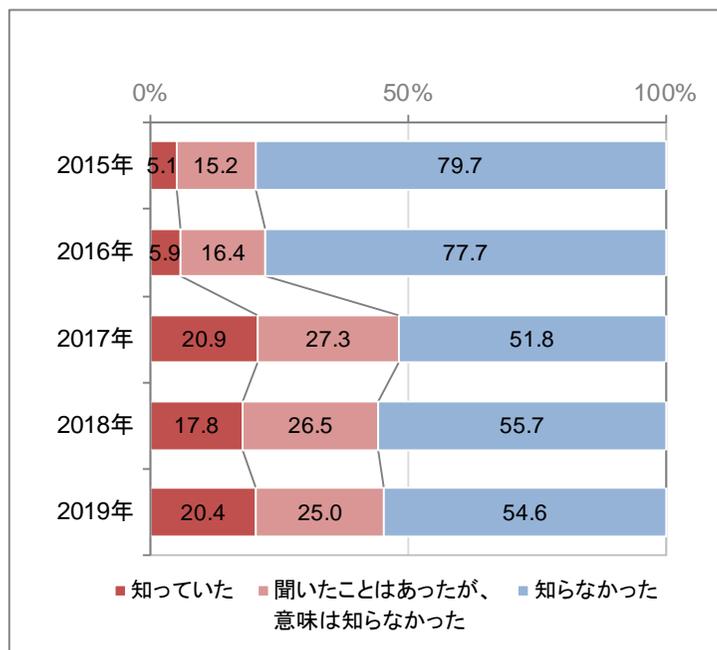
- 年代別にみると、年齢が高いほど観戦意向が強い。



2. 「オリンピック・レガシー」に対する認識

【全体】

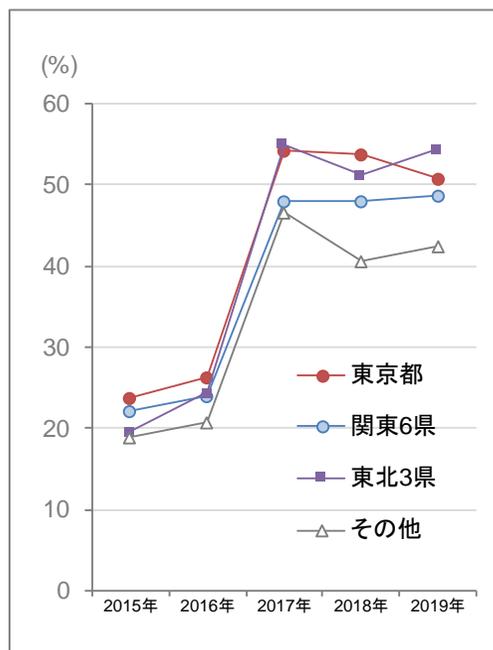
- オリンピック・レガシーという言葉について、(意味も含めて)「知っていた」は約20%、「聞いたことがある」は約25%であった。
- 「知っていた」と「聞いたことがある」を足し合わせた、レガシーの認知度は約45%と昨年調査とほぼ同水準となった。
- 「知っていた」というレガシーの理解度は2017年以降、2割程度で推移している。



【設問別クロス】

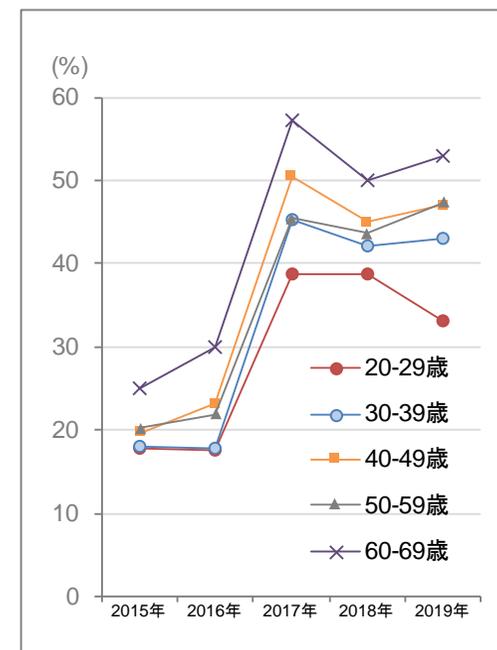
地域別

- レガシーの認知度は各地域ほぼ横ばいで推移。



年代別

- レガシーの認知度は20代以外はほぼ横ばいで推移。

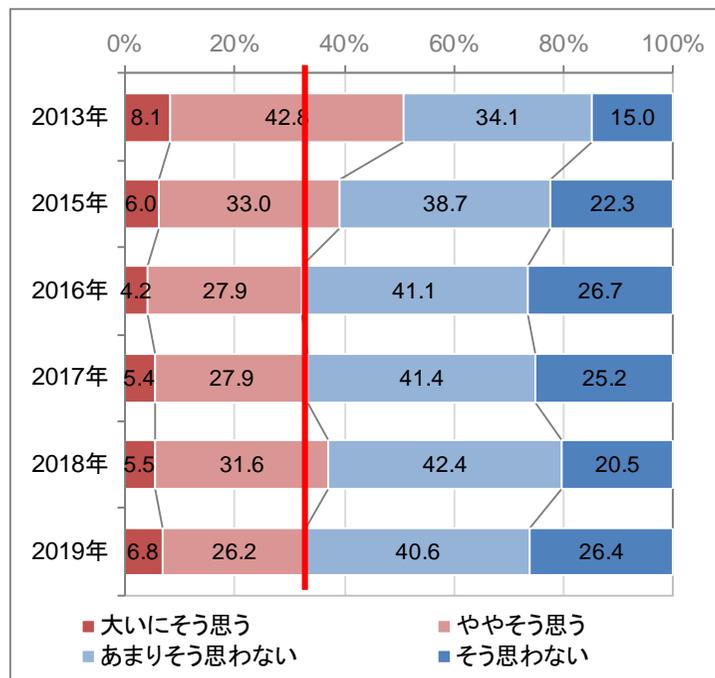


※「知っていた」+「聞いたことはあったが、意味は知らなかった」の合計値

3. 2020年東京大会への期待 (1) 期待度

【全体】

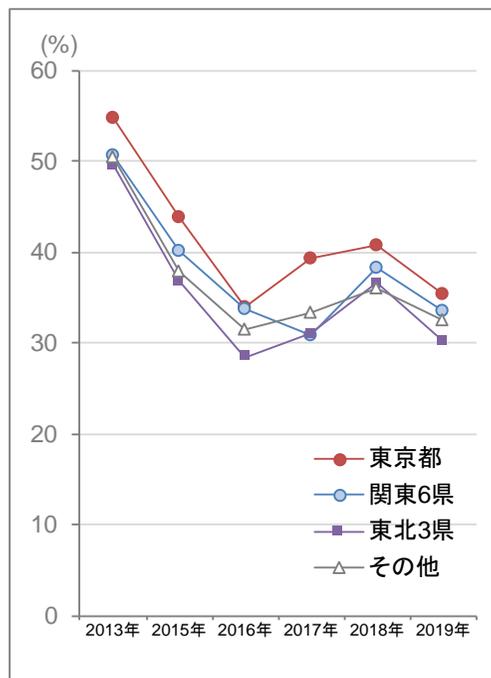
- 2020年大会をきっかけとして社会が良くなる
 - 2020年大会を契機とした社会変革への期待は、「大いにそう思う」が約7%、「ややそう思う」が約26%。
 - 社会変革への期待度は、昨年調査よりも、4ポイント程度低下。



【設問別クロス】

地域別

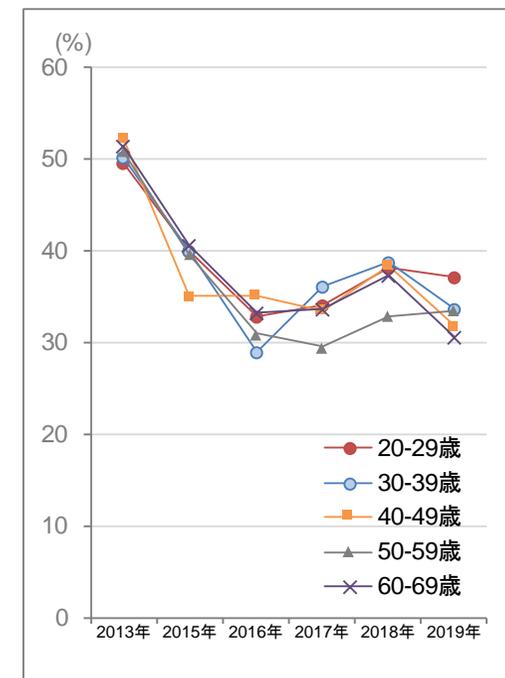
- 2020年大会を契機とした社会変革への期待は、全ての地域で低下。



※「大いにそう思う」+「ややそう思う」の合計値

年代別

- 20代が最も期待度が高い。



3. 2020年東京大会への期待 (2) 実現してほしい社会(レガシー)

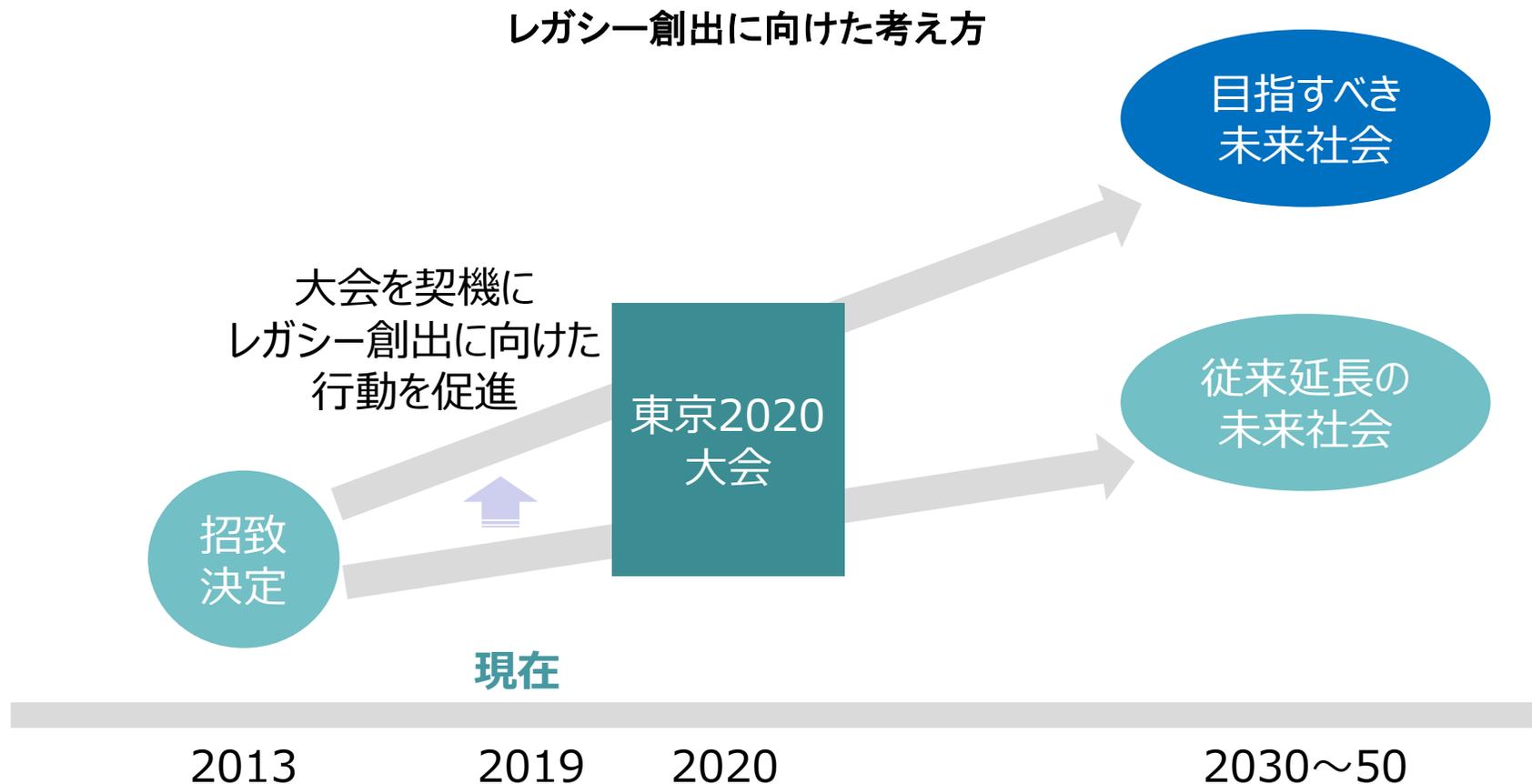
■ 2020年大会を契機として実現してほしい社会(レガシー)

- 2020年大会を契機に実現してほしい社会像の第1位は「安全な社会」。同項目は、2015年から1位をキープ。
- 2015年調査との比較で、より上位になったのは「競技会場の大会後の有効活用」。
- 他方、「持続的成長を実現する社会」「ジャパン・クオリティを広める社会」は順位が低下。

	2015年(第2回調査)		2019年(第6回調査)	
1位	国民も来訪者も安心する世界で最も安全な社会	39.4%	国民も来訪者も安心する世界で最も安全な社会	34.9%
2位	地方・被災地にも大会の好影響が展開される社会	35.7%	地方・被災地にも大会の好影響が展開される社会	31.7%
3位	2021年以降も持続的成長を実現する社会	35.1%	競技会場が大会後も有効に活用される社会	31.3%
4位	皆が健康でアクティブに暮らせる社会	29.5%	皆が健康でアクティブに暮らせる社会	30.4%
5位	世界中に開かれ、ジャパン・クオリティを広める社会	29.3%	2021年以降も持続的成長を実現する社会	30.0%
6位	持続可能性が高まった社会	26.8%	持続可能性が高まった社会	24.2%
7位	競技会場が大会後も有効に活用される社会	26.8%	世界中に開かれ、ジャパン・クオリティを広める社会	22.3%
8位	全員が能力と個性を發揮し、活躍する社会	23.9%	全員が能力と個性を發揮し、活躍する社会	21.9%
9位	スポーツ・芸術文化が広く生活に浸透した社会	16.3%	スポーツ・芸術文化が広く生活に浸透した社会	19.3%
10位	課題解決に先進的に取り組み、モデル・技術を世界に示す社会	15.7%	課題解決に先進的に取り組み、モデル・技術を世界に示す社会	15.5%

4. 行動変容によるレガシー創出促進 (1)レガシー創出に向けた考え方

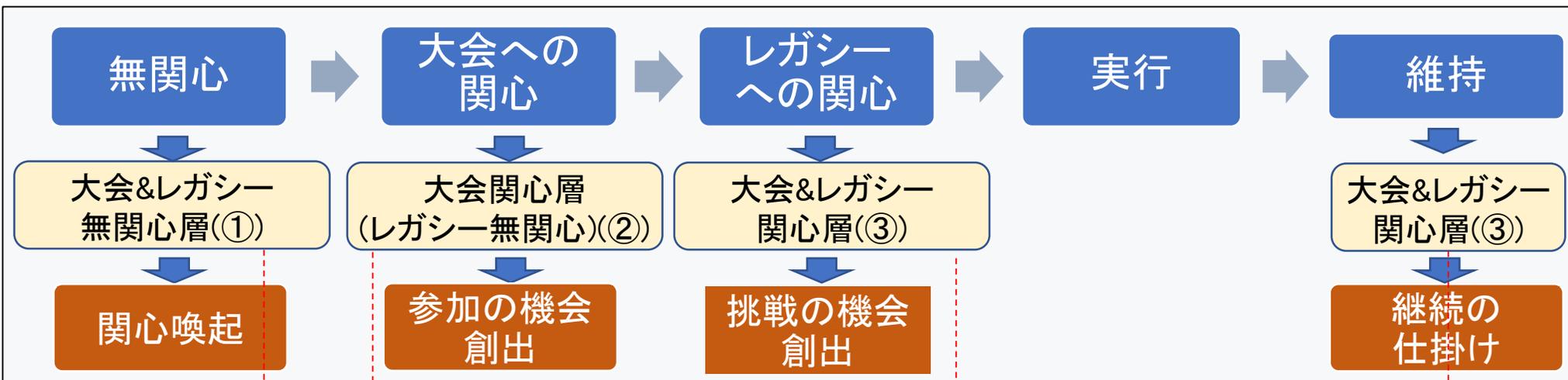
- 東京大会まで1年となる中で、政府・自治体・企業・団体等による大会やレガシー創出に向けた取組みが加速
 - 他方、現状では、市民の東京大会やレガシーへの関心度合いは様々
 - 各種の取組みを一過性に終わらせずに、レガシーにするためには、市民それぞれの状況に応じてレガシーに結びつくような行動への「参加」や「挑戦」の機会を設け、行動変容を促すことが求められる
- ⇒ どのような機会によってレガシー創出行動が促進されるか、「行動変容ステージモデル」理論を踏まえて検討した



4. 行動変容によるレガシー創出促進 (2) 行動変容ステージモデルによる検討

- ▶ 行動変容ステージモデルは、人が行動を変える際には、「無関心期→関心期→準備期→実行期→維持期」という5つのステージをたどるという理論に基づくもの（プロチャスカ(Prochaska, J.O.)らが提唱した健康理論）
- ▶ 今回の分析では、上記モデルを「無関心期→関心期(大会・レガシー)→実行期→維持期」というステージにあてはめ、次の3つの層を導出して、それぞれに対してどのような機会の創出が効果的かを検討
 - ① 大会&レガシーに無関心な層 ⇒ 大会への関心を高める
 - ② 大会に関心のある層 ⇒ 大会への関心を行動につなげる
 - ③ 大会&レガシーに関心のある層 ⇒ レガシーへの関心を行動につなげ、さらにその行動を維持・継続させる

レガシー創出に向けた行動変容ステージモデル



		レガシー	
		関心なし	関心あり
大会	関心なし	① 41.1%	3.0%
	関心あり	② 25.6%	③ 30.3%

← 大会、レガシーへの関心度の分布
(今回調査対象者)

4. 行動変容によるレガシー創出促進 (3)実施意向 ①回答者全体

- 各層において、どのような機会を提供することが効果的なのかを把握するため、レガシー創出に向けたアクションの実施意向を聞く設問を設定した。
- 運動・スポーツは5割程度の実施意向、その他の実施意向が15%～30%弱(既に実施は1～5%程度)。

各アクションの実施意向(回答者全体) ※値の大きい順

レガシー分野	アクション	実施・意向者の割合	内)すでに実施している割合
健康	健康のために、運動・スポーツを実施*	48.1%	-
市民参加	大会や関連イベントの情報を発信するWeb、SNSに登録し、情報を収集	27.3%	5.2%
スポーツ・文化	大会関連のスポーツ観戦イベントに参加	26.4%	3.5%
持続可能性	交通渋滞緩和のため、時差通勤、テレワーク等に協力	25.1%	2.5%
健康	ポイントがためられるアプリを使って、運動・スポーツを行う	24.3%	3.5%
スポーツ・文化	東京大会期間中にかけて開催される大会関連の文化イベントに参加*	22.7%	-
スポーツ・文化	学校体育施設等の身近の場で、スポーツを行う	22.1%	4.0%
地域活性化	地域支援のために、ふるさと納税等の寄付やクラウドファンディングに参加	21.8%	3.2%
持続可能性	チームでごみ拾いを競い合うスポーツイベントに参加	20.5%	2.1%
スポーツ・文化	大会等のスポーツ、文化イベントの運営プログラムの企画に参加	20.3%	2.3%
市民参加	市民応援団に登録し、街ぐるみで大会を盛り上げる活動に参加	19.9%	2.4%
全員活躍	障がい者スポーツ体験イベントに参加	19.3%	2.1%
観光・交流	障がい者へのおもてなしを向上させるための講習会に参加	19.2%	1.8%
観光・交流	日本を訪れる海外の人をおもてなしするため、語学ボランティア育成講座に参加	19.0%	2.1%
地域活性化	東京大会の盛り上げや地域活性化に向けて、アイデアの創出や実践の場に参画	18.7%	2.1%
観光・交流	大会に向けた調整のための宿舎で地元を訪れる外国人選手との交流イベントに参加*	18.5%	-
持続可能性	勤務先や国・自治体の支援金を使って、自己実現のために取組む	18.0%	1.9%
全員活躍	自治体等のボランティア制度に登録し、各種のスポーツイベントにボランティア参加	17.7%	1.8%
市民参加	東京大会特別仕様の自動車ナンバープレートを取り付けて、大会の盛り上げを行う	17.6%	2.3%
スポーツ・文化	地域住民が自主的に運営するスポーツクラブに参加	17.6%	3.0%
観光・交流	自治体等のホストファミリー制度に登録し、大会観戦者や選手家族等の受け入れ	16.1%	1.8%
全員活躍	勤務先のボランティア休暇制度を利用して、大会関連のボランティアを行う	16.0%	1.8%
観光・交流	東京オリンピック・パラリンピック関連のボランティアスタッフとして大会に参加*	15.8%	-
スポーツ・文化	各種のスポーツ大会に、選手として参加	15.4%	3.3%

注：*の項目は実施意向の値(「あてはまる」「ややあてはまる」の合計値)。無印の項目は、「すでに実施している」「現在実施していないが今後実施したい」の合計値。

4. 行動変容によるレガシー創出促進 (3)実施意向 ②無関心層

- 運動・スポーツの実施以外のアクションの実施意向が総じて低い。
- また、mifデータによれば、同層の47%はスポーツ番組を視聴しており、スポーツに触れる機会もある。
⇒運動・スポーツを「する」「みる」機会を通じて、大会への関心を高めることが効果的。
運動・スポーツ自体に関心がない人には、運動・スポーツの楽しさや効果の理解度を高めることが考えられる。

各アクションの実施意向(無関心層) ※同層の値の大きい順

レガシー分野	アクション	実施・意向者の割合	内)すでに実施している割合	回答者全体での実施・意向者の割合	回答者全体でのすでに実施している割合
健康	健康のために、運動・スポーツを実施*	24.3%	-	48.1%	-
健康	ポイントがためられるアプリを使って、運動・スポーツを行う	9.9%	1.0%	24.3%	3.5%
持続可能性	交通渋滞緩和のため、時差通勤、テレワーク等に協力	8.8%	1.2%	25.1%	2.5%
スポーツ・文化	学校体育施設等の身近の場で、スポーツを行う	8.0%	1.5%	22.1%	4.0%
地域活性化	地域支援のために、ふるさと納税等の寄付やクラウドファンディングに参加	6.4%	1.1%	21.8%	3.2%
スポーツ・文化	大会関連のスポーツ観戦イベントに参加	6.1%	0.3%	26.4%	3.5%
持続可能性	チームでゴミ拾いを競い合うスポーツイベントに参加	6.0%	0.3%	20.5%	2.1%
観光・交流	障がい者へのおもてなしを向上させるための講習会に参加	5.6%	0.2%	19.2%	1.8%
スポーツ・文化	地域住民が自主的に運営するスポーツクラブに参加	5.6%	0.7%	17.6%	3.0%
持続可能性	勤務先や国・自治体の支援金を使って、自己実現のために取組む	5.4%	0.3%	18.0%	1.9%
全員活躍	障がい者スポーツ体験イベントに参加	5.3%	0.5%	19.3%	2.1%
観光・交流	自治体等のホストファミリー制度に登録し、大会観戦者や選手家族等の受け入れ	5.1%	0.7%	16.1%	1.8%
市民参加	大会や関連イベントの情報を発信するWeb、SNSに登録し、情報を収集	5.0%	0.4%	27.3%	5.2%
観光・交流	日本を訪れる海外の人をおもてなしするため、語学ボランティア育成講座に参加	4.9%	0.3%	19.0%	2.1%
スポーツ・文化	各種のスポーツ大会に、選手として参加	4.8%	0.5%	15.4%	3.3%
全員活躍	自治体等のボランティア制度に登録し、各種のスポーツイベントにボランティア参加	4.6%	0.2%	17.7%	1.8%
地域活性化	東京大会の盛り上げや地域活性化に向けて、アイデアの創出や実践の場に参画	4.5%	0.3%	18.7%	2.1%
市民参加	東京大会特別仕様の自動車ナンバープレートを取り付けて、大会の盛り上げを行う	4.3%	0.3%	17.6%	2.3%
市民参加	市民応援団に登録し、街ぐるみで大会を盛り上げる活動に参加	4.2%	0.2%	19.9%	2.4%
スポーツ・文化	大会等のスポーツ、文化イベントの運営プログラムの企画に参加	4.0%	0.4%	20.3%	2.3%
全員活躍	勤務先のボランティア休暇制度を利用して、大会関連のボランティアを行う	3.9%	0.4%	16.0%	1.8%
スポーツ・文化	東京大会期間中にかけて開催される大会関連の文化イベントに参加*	2.2%	-	22.7%	-
観光・交流	大会に向けた調整のための合宿で地元を訪れる外国人選手との交流イベントに参加*	1.6%	-	18.5%	-
観光・交流	東京オリンピック・パラリンピック関連のボランティアスタッフとして大会に参加*	1.0%	-	15.8%	-

注：*の項目は実施意向の値(「あてはまる」「ややあてはまる」の合計値)。無印の項目は、「すでに実施している」「現在実施していないが今後実施したい」の合計値。

4. 行動変容によるレガシー創出促進 (3)実施意向 ③大会関心層

- 運動・スポーツの実施やスポーツ観戦イベント参加といったスポーツと直接関連したアクションに対するニーズが高い。
⇒スポーツと関連した大会イベント等を入口にレガシー創出に向けたアクションを促すことが効果的。
スポーツを“活用”した地域活性化の取組み等、自分ごととして社会課題に取り組むというアプローチもあることを認識させることが重要。

各アクションの実施意向(大会関心層) ※同層の値の大きい順

運動・スポーツ
関連のアクション

レガシー分野	アクション	実施・意向者の割合	内)すでに実施している割合	回答者全体での実施・意向者の割合	回答者全体でのすでに実施している割合
健康	健康のために、運動・スポーツを実施*	55.7%	-	48.1%	-
市民参加	大会や関連イベントの情報を発信するWeb、SNSに登録し、情報を収集	27.6%	4.6%	27.3%	5.2%
スポーツ・文化	大会関連のスポーツ観戦イベントに参加	26.8%	2.5%	26.4%	3.5%
持続可能性	交通渋滞緩和のため、時差通勤、テレワーク等に協力	26.3%	2.0%	25.1%	2.5%
健康	ポイントがためられるアプリを使って、運動・スポーツを行う	22.0%	1.9%	24.3%	3.5%
スポーツ・文化	学校体育施設等の身近の場で、スポーツを行う	21.3%	2.7%	22.1%	4.0%
地域活性化	地域支援のために、ふるさと納税等の寄付やクラウドファンディングに参加	20.2%	2.0%	21.8%	3.2%
スポーツ・文化	東京大会期間中にかけて開催される大会関連の文化イベントに参加*	19.1%	-	22.7%	-
スポーツ・文化	大会等のスポーツ、文化イベントの運営プログラムの企画に参加	18.6%	1.6%	20.3%	2.3%
持続可能性	チームでごみ拾いを競い合うスポーツイベントに参加	17.7%	1.1%	20.5%	2.1%
市民参加	市民応援団に登録し、街ぐるみで大会を盛り上げる活動に参加	17.3%	1.4%	19.9%	2.4%
全員活躍	障がい者スポーツ体験イベントに参加	16.2%	0.4%	19.3%	2.1%
観光・交流	障がい者へのおもてなしを向上させるための講習会に参加	16.2%	1.0%	19.2%	1.8%
地域活性化	東京大会の盛り上げや地域活性化に向けて、アイデアの創出や実践の場に参画	15.6%	0.5%	18.7%	2.1%
全員活躍	自治体等のボランティア制度に登録し、各種のスポーツイベントにボランティア参加	14.9%	0.9%	17.7%	1.8%
観光・交流	日本を訪れる海外の人をおもてなしするため、語学ボランティア育成講座に参加	14.6%	1.4%	19.0%	2.1%
持続可能性	勤務先や国・自治体の支援金を使って、自己実現のために取り組む	14.1%	0.7%	18.0%	1.9%
市民参加	東京大会特別仕様の自動車ナンバープレートを取り付けて、大会の盛り上げを行う	13.7%	1.5%	17.6%	2.3%
スポーツ・文化	地域住民が自主的に運営するスポーツクラブに参加	13.3%	1.5%	17.6%	3.0%
観光・交流	大会に向けた調整のための合宿で地元を訪れる外国人選手との交流イベントに参加*	12.8%	-	18.5%	-
全員活躍	勤務先のボランティア休暇制度を利用して、大会関連のボランティアを行う	11.9%	0.8%	16.0%	1.8%
スポーツ・文化	各種のスポーツ大会に、選手として参加	10.4%	3.3%	15.4%	3.3%
観光・交流	自治体等のホストファミリー制度に登録し、大会観戦者や選手家族等の受け入れ	9.7%	0.3%	16.1%	1.8%
観光・交流	東京オリンピック・パラリンピック関連のボランティアスタッフとして大会に参加*	8.9%	-	15.8%	-

注：*の項目は実施意向の値（「あてはまる」「ややあてはまる」の合計値）。無印の項目は、「すでに実施している」「現在実施していないが今後実施したい」の合計値。

4. 行動変容によるレガシー創出促進 (3)実施意向 ④大会&レガシー関心層

- 総じてアクション意向が高く、運営プログラム企画や語学ボランティア育成講座への参加等、挑戦行動意向が4割。
- ボランティア制度への登録等、大会後も実施可能なアクションへの実施意向も3割強。
⇒自分の枠を超える新たな「挑戦」につながるような場への参加意向が強いため、取り組み機会の提供が効果的。
また一過性に終わらせないために、大会以降も「挑戦」を持続させる仕組みを提供することが重要。

各アクションの実施意向(大会&レガシー関心層) ※同層の値の大きい順

レガシー分野	アクション	実施・意向者の割合	内)すでに実施している割合	回答者全体での実施・意向者の割合	回答者全体でのすでに実施している割合
健康	健康のために、運動・スポーツを実施*	75.1%	-	48.1%	-
市民参加	大会や関連イベントの情報を発信するWeb、SNSに登録し、情報を収集	57.7%	12.7%	27.3%	5.2%
スポーツ・文化	大会関連のスポーツ観戦イベントに参加	54.2%	9.1%	26.4%	3.5%
スポーツ・文化	東京大会期間中にかけて開催される大会関連の文化イベントに参加*	53.9%	-	22.7%	-
観光・交流	大会に向けた調整のための合宿で地元を訪れる外国人選手との交流イベントに参加*	46.8%	-	18.5%	-
持続可能性	交通渋滞緩和のため、時差通勤、テレワーク等に協力	46.3%	4.7%	25.1%	2.5%
健康	ポイントがためられるアプリを使って、運動・スポーツを行う	45.9%	8.0%	24.3%	3.5%
スポーツ・文化	大会等のスポーツ、文化イベントの運営プログラムの企画に参加	44.3%	5.2%	20.3%	2.3%
地域活性化	地域支援のために、ふるさと納税等の寄付やクラウドファンディングに参加	44.0%	7.0%	21.8%	3.2%
市民参加	市民応援団に登録し、街ぐるみで大会を盛り上げる活動に参加	43.5%	5.8%	19.9%	2.4%
持続可能性	チームでごみ拾いを競い合うスポーツイベントに参加	42.8%	5.4%	20.5%	2.1%
スポーツ・文化	学校体育施設等の身近の場で、スポーツを行う	42.4%	9.0%	22.1%	4.0%
観光・交流	東京オリンピック・パラリンピック関連のボランティアスタッフとして大会に参加*	42.1%	-	15.8%	-
観光・交流	日本を訪れる海外の人をおもてなしするため、語学ボランティア育成講座に参加	41.8%	5.2%	19.0%	2.1%
全員活躍	障がい者スポーツ体験イベントに参加	40.5%	5.5%	19.3%	2.1%
観光・交流	障がい者へのおもてなしを向上させるための講習会に参加	40.5%	4.6%	19.2%	1.8%
地域活性化	東京大会の盛り上げや地域活性化に向けて、アイデアの創出や実践の場に参画	40.2%	6.1%	18.7%	2.1%
市民参加	東京大会特別仕様の自動車ナンバープレートを取り付けて、大会の盛り上げを行う	38.5%	5.8%	17.6%	2.3%
持続可能性	勤務先や国・自治体の支援金を使って、自己実現のために取組む	37.9%	5.2%	18.0%	1.9%
全員活躍	自治体等のボランティア制度に登録し、各種のスポーツイベントにボランティア参加	37.7%	4.6%	17.7%	1.8%
スポーツ・文化	地域住民が自主的に運営するスポーツクラブに参加	37.2%	7.5%	17.6%	3.0%
観光・交流	自治体等のホストファミリー制度に登録し、大会観戦者や選手家族等の受け入れ	36.4%	4.6%	16.1%	1.8%
全員活躍	勤務先のボランティア休暇制度を利用して、大会関連のボランティアを行う	36.3%	4.5%	16.0%	1.8%
スポーツ・文化	各種のスポーツ大会に、選手として参加	34.5%	7.1%	15.4%	3.3%

「挑戦」のアクション

大会後も実施可能なアクション

注：*の項目は実施意向の値（「あてはまる」「ややあてはまる」の合計値）。無印の項目は、「すでに実施している」「現在実施していないが今後実施したい」の合計値。

4. 行動変容によるレガシー創出促進 (5) 結果まとめ

- 無関心層・大会関心層にはスポーツとの接点、大会&レガシー関心層には「挑戦」の機会創出・継続の仕掛けが重要
 - 大会に向けた機運向上を一過性にするのではなく、その芽を大会後にも伸ばす機会を社会として提供していくことでレガシー化につながると考えられる
- ①大会およびレガシーに無関心な層
 - スポーツをする、みる機会を通じた大会への関心向上。スポーツの楽しさ、効果の理解促進による関心喚起。
 - ②大会関心層(レガシー無関心)
 - スポーツと関連した大会イベント等を入口に参加促進。スポーツを切り口にしたレガシーへの理解向上。
 - ③大会&レガシー関心層
 - 自分の枠を超える新たな「挑戦」につながる機会への参加促進。「挑戦」を持続させる仕組みの提供。

各ステージのレガシー創出行動促進に向けて効果的と考えられる機会・仕組み

大会&レガシー 無関心層(①)

- ＜関心喚起機会創出＞
- 運動・スポーツをする、みる場での大会関連情報発信
 - 運動・スポーツの楽しさ、効果の理解促進

大会関心層 (レガシー無関心)(②)

- ＜参加機会創出＞
- スポーツと関連した大会イベント等を入口とした参加促進
 - レガシーに対する認識向上(⇒スポーツを活用して自分ごととして社会課題解決ができることを認識させる)

大会&レガシー 関心層(③)

- ＜挑戦機会創出＞
- 従来の自分の枠を超える新たな「挑戦」につながる場への参加促進
 - 運営プログラムの企画
 - 障がい者へのおもてなし向上講習会
 - 外国人おもてなし語学ボランティア育成講座
 - アイデア創出・実践の場

＜継続の仕掛け＞

- 「挑戦」を持続させる仕掛け
 - ボランティア休暇
 - ボランティア登録制度
 - ホストファミリー登録制度
 - 地域スポーツクラブ育成
 - 学校体育施設の開放
 - 自己実現支援金