

『2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会  
レガシー』に関する提言

【第Ⅳ部】

全員が「参加」し、「挑戦」し、「応援」しあう社会へ

2019年3月



プラチナ社会研究会

レガシー共創協議会



## はじめに

2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催がいよいよあと1年強に迫ってきました。かねてより提唱してきたゴールデン・スポーツイヤーズという観点からは、2019年ラグビーワールドカップの開催まではあと約半年です。

思い起こせば、東京開催決定に日本中が歓喜に沸いた2013年9月から早くも5年以上が経過しています。当時「レガシー」の概念やその重要性はまだそれほど浸透していませんでしたが、現在ではマスコミをはじめ各所でレガシーという言葉が使われるようになりました。政府や自治体、企業等の取組みで2020年をマイルストーンにした取組みも生まれています。一方で、レガシーの本当の意味を理解している人は協議会で実施している意識調査結果によれば2割に満たず、アクションに昇華できている人はさらに少ないかもしれません。

今年度の協議会活動としては、いよいよ大会本番が近づいてくる中で、大会後に「祭りの後」になるのではなく、2020年以降に必要なアクションを進めるには何をすべきかという観点から、ポスト2020WGを設立し、提言を検討して参りました。本提言は、レガシー創出方法を改めて考察するとともに、4つの分野（スポーツ施設、経済成長（スポーツビジネス）、健康・アクティブ、地域活性化）において分析・問題提起をしています。

本提言では、「参加」を一つのキーワードとして掲げています。招致決定以降、オリンピック・パラリンピックは、国立競技場やエンブレム、予算などの面で論争を呼んできました。オリンピックもレガシーも「お上」や専門家等に委ねて批評する「他人事」ではなく、今回の東京2020大会に対してどのような意義・息吹を吹き込むかは開催国である我々一人一人が考え、「自分事」として参加・行動をしていくことが期待されます。

私は今回の東京2020大会の最大のレガシーはヒューマン・レガシーだと考えています。ヒューマン・レガシーは人そのもの、意識等を指します。1998年の長野五輪の後にカーリングを通じた町の再興を目指した軽井沢では、1964年の東京大会で感動した方がリーダーとなり、長野大会後に町の住民と力を合わせてまちづくりを推進してきました。ヒューマン・レガシーがスポーツイベントを終えた後の社会を変える起爆剤となるのです。

本提言がレガシー創出ならびに日本がよりよくなるための一助となることを祈念いたします。

2019年3月

プラチナ社会研究会 レガシー共創協議会

会長 間野義之

（早稲田大学スポーツ科学学術院教授、  
東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会参与）

# 目次

<b>Part 1 本編</b> .....	1
1. 目的・位置づけ.....	1
2. 社会潮流.....	5
3. レガシー創出に向けた考え方.....	8
4. ポスト 2020 の課題.....	17
(1) 基本的視座.....	17
(2) 分野課題の抽出（レガシー意識調査より）.....	18
(3) 地方自治体における課題（地方自治体アンケート調査より）.....	19
5. 期待されるレガシー創出.....	23
(1) 検討の枠組み.....	23
(2) 全体提言.....	24
(3) 分野別提言.....	26
6. 検討経過・体制.....	38
(1) WG の検討経過.....	38
(2) インタビュー実施対象.....	39
(3) 検討体制.....	40
<b>Part 2 レガシー創出に向けたメッセージ</b> .....	43
1. 外部有識者.....	44
2. WG メンバー.....	48
<b>参考資料</b> .....	53

※本提言の内容は、各企業・団体の公式見解ではなく、取りまとめの責任は事務局にあることに留意されたい。

# Part 1 本編

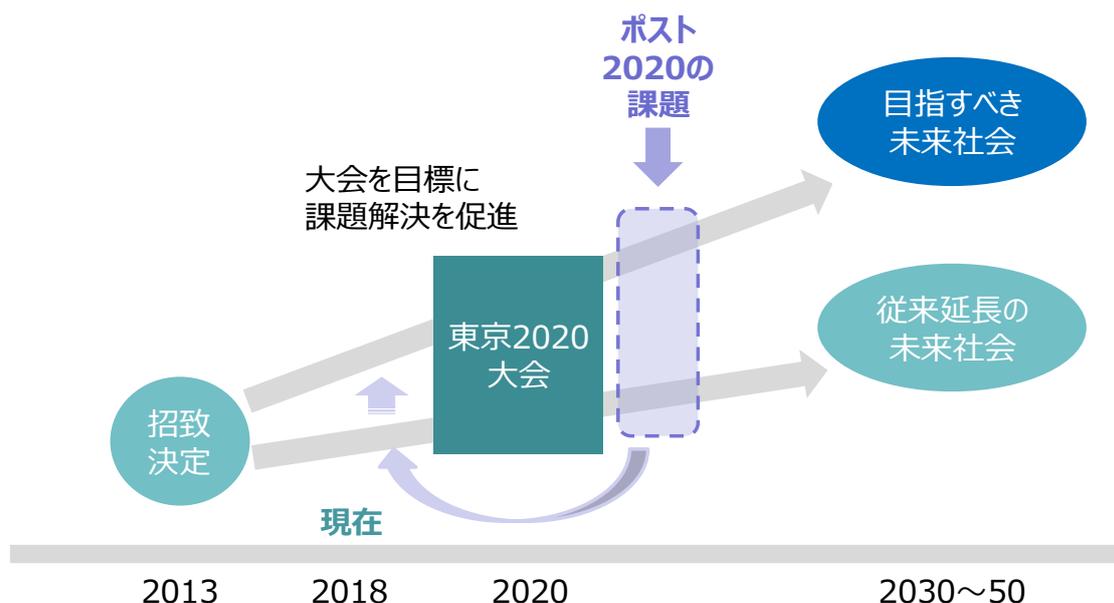
## 1. 目的・位置づけ

---

### <提言の目的>

- ◇ 本提言では、東京 2020 大会の後に見込まれる課題を掘り起こし、目指すべき社会に向けてレガシーを生み出す方策等について問題提起を行う。
- ◇ オリンピック競技大会本番まであと1年強となり、ラグビーワールドカップまでは約半年と迫っている。いよいよ本番であり、大会関係者等は開催に向けた準備に追われ、レガシーまで頭や手が回らないという側面も生まれているのではないだろうか。
- ◇ 仮にそのような状況が生まれているとすれば、逆にレガシーについての問題提起が意味を持つと考える。大会を通じて感動がもたらされ、国民が勇気づけられることは素晴らしいことであるが、大会が一過性のイベントで終わってしまうと、いわゆる祭りの後になってしまう恐れもある。
- ◇ 本提言は、レガシー創出に向けて、大会の事前・事後にできることも意識しつつ、中長期的観点から、具体的行動の奥にある構造、意識(マインドセット)の変容を目指すものである。

図表 1 ポスト 2020 検討イメージ



## <提言の位置づけ・特徴>

- ◇ これまでレガシー共創協議会では、以下の通り 3 回に亘る提言を実施してきた。第 I 部・第 II 部の提言ではプロジェクトの創出と周知等に主眼を置いた提言を発表した。第 III 部では地方展開や持続可能性等に向けた提言を発表した。

図表 2 過去および本提言の概要

	ビジョン	内容
第 I 部 (中間報告) 2014年	夢とチャレンジと敬意を感じられる 持続可能な成熟社会	レガシー共創に向けた40の共創プロジェクトを中心に作成、公表
第 II 部 (本編) 2014年	同上	上記プロジェクト案の詳細およびレガシー創出推進に係る6つの提言
第 III 部 2015年	全員参加で、レガシーを全国 津々浦々に	地域活性化、持続可能な社会、他 個別分野、若者の観点からの提言
第 IV 部 2019年	全員が「参加」し、「挑戦」し、 「応援」しあう社会へ	ポスト2020WGを設置、競技施設、 スポーツビジネス、健康アクティブ、地 域および全体に関する提言

出典:三菱総合研究所作成

- ◇ 今回第IV部の提言の特徴としては、以下が挙げられる。

### ① 「ポスト 2020WG」を設置、共創による提言検討

今回の提言では、協議会から参加者を募りワーキンググループを設置し、あるべき姿・現状・課題・解決策等に関する議論や先進事例・有識者へのヒアリングを通じて分析・検討を進めた。またレガシーの多面性を踏まえ、Part2 として各人からのレガシー創出に向けたメッセージを掲載した。

### ② 4つの課題分野を設定し、深堀検討

今回の提言では、レガシーに関する進捗度・期待度について、協議会で定期的に実施している意識調査を通じて分析し、期待度が高いが進捗が低い領域として 4 つの深堀すべき分野(スポーツ施設・経済成長(スポーツビジネス)、健康・アクティブ、地域活性化)を抽出し、検討した。

### ③ 地方自治体アンケート調査の実施と活用

今回の提言では、2020年オリンピック・パラリンピックの開催都市だけではなく、ホスタウン実施都市および2019年ラグビーワールドカップ、2021年関西ワールドマスターズゲームズの開催都市(地方自治体)を対象とした調査を実施した。これは、オリンピックの事前合宿など地域の取組みに関する全国調査や、2019～2021年を一体的に捉えた地方自治体に関する調査研究がほとんどないためである。

### ④ レガシー創出の方法やプロセスに関する検討

これまでの提言においては、主として何をレガシーとして残すべきかという What の部分に力点を置いたアプローチをしてきたが、今回の提言では、レガシー創出に向けた方法・プロセスという How の部分についても考察を行った。

### ⑤ オリンピックのあり方に関する検討

大会やレガシーに関する様々な検討が進み、レガシー創出に向けた実践等が進んできている中、そもそもオリンピックのあり方・課題についても改めて立ち返り、検討した。

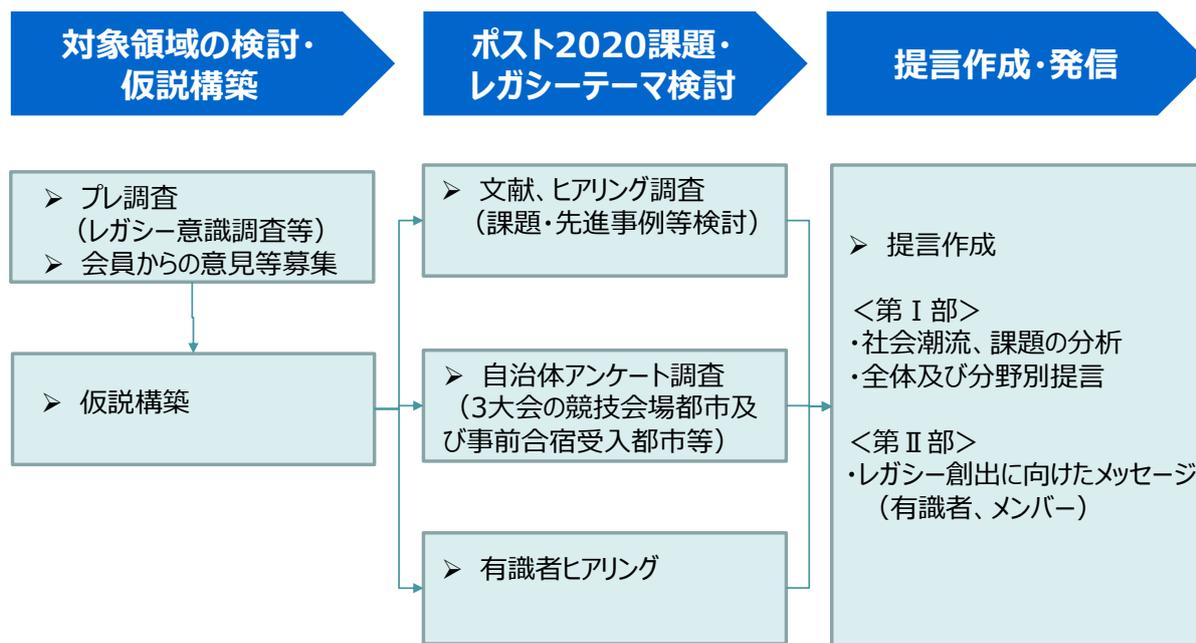
## <提言の構成>

- ◇ 本提言は大きく2部構成となっている。
- ◇ Part1は、本編として社会的潮流、課題、期待されるレガシー等について分析・考察をしている。社会課題解決に向けたレガシー創出の必要性に改めて触れるとともに、レガシーはどのように創出することができるかという考察等を加えている。また、協議会が実施してきた意識調査を踏まえ、4つの課題分野(スポーツ施設、経済成長(スポーツビジネス)、健康・アクティブ、地域活性化)を抽出し、深堀と提言を行っている。
- ◇ Part2では、レガシーの多様性を踏まえ、スポーツ施設、スポーツビジネス、健康・アクティブ、地域活性化の各分野を専門とする有識者およびWGメンバーからのメッセージを掲載している。

## ＜提言検討の流れ＞

- ◇ 今回の提言検討の流れは下図の通りである。
- ◇ まず、検討対象領域の抽出をこれまでに協議会が実施したレガシーに関する意識調査を活用しながら、WG の場で仮説構築を行った。その上で、文献・ヒアリング調査および地方自治体へのアンケート調査を行いながら WG での議論を進めた。

図表 3 ポスト 2020WG 検討の流れ



出典: 三菱総合研究所作成

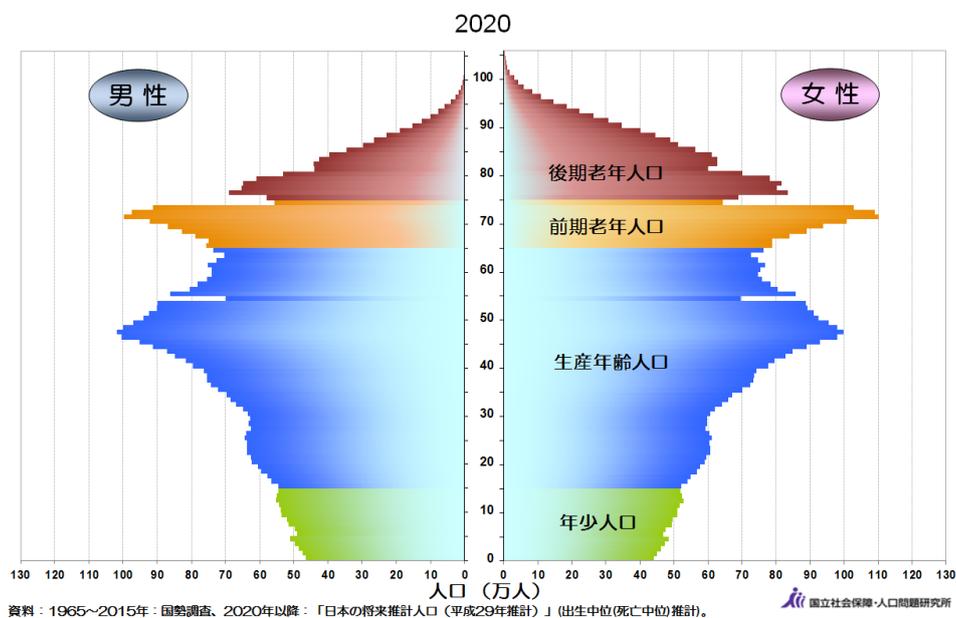
## 2. 社会潮流

オリンピックやそのレガシーを検討する上で、背景となる時代潮流として、ここでは我が国における人口、経済、IT・テクノロジー動向について分析する。

### <人口>

- ◇ 国立社会保障・人口問題研究所の将来人口予測によれば、2020年の日本の人口は約1億2532万5千人(中位推計)となっている<sup>1)</sup>。2010年にピークを迎えて以降、人口減少、および高齢化は今後も進展していく見込みであり、回避を目指すというより、その中でいかに豊かな社会を形成するかが求められる。
- ◇ 高齢化は欧米・アジア諸国等でも見られるが、わが国では高齢化率21%を超える「超高齢化」が進行し、100歳以上人口は世界一である。また急速な人口減少が同時に見込まれるのは、わが国特有の現象である。そうした中においては、これまで以上に一人一人の社会参加を高める参加型社会の構築が重要になる。
- ◇ なお、少子化や高齢者に目が行きがちであるが、レガシーは「次世代への贈り物」と言われるように若い世代や子供たちなど新しい世代にも目を向けていく必要がある。

図表 4 2020年の人口ピラミッド



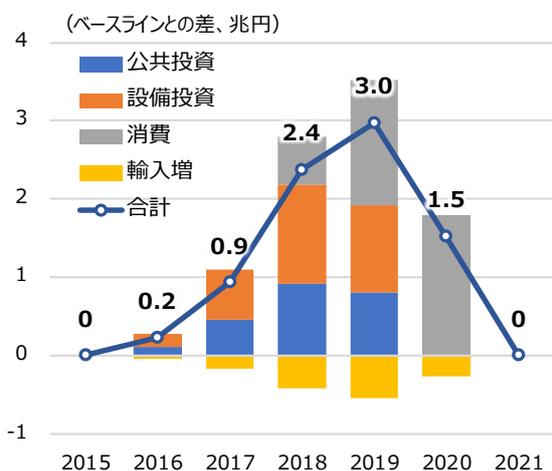
出典：国立社会保障・人口問題研究所ホームページ

## <経済>

- ◇ 我が国の経済は戦後復興から高度経済成長とバブルの崩壊を経て、低成長の時代に入っている。内閣府によれば、実力ベースでの成長力を示す潜在成長率は、1980年代の4.3%から足元では0.9%まで低下している<sup>2</sup>。また、積み重なる社会保障費等により、2017年末の一般政府の債務残高は約1,073兆円(対GDP比197%)となっている<sup>3</sup>。
- ◇ 三菱総合研究所の中長期展望によれば、今後日本経済は自然体(標準シナリオ)では2030年時点で0.2%の実質GDP成長率となるが、改革シナリオに進んだ場合には1.4%の成長が見込まれている<sup>4</sup>。人口減少下において非連続的な経済成長を実現するためには、就業者比率の向上や生産性向上としてのイノベーションなど構造改革等が必要である。
- ◇ 現在の日本経済は「戦後最長の好景気」といわれる一方、生活実感が伴っていないとも言われる。短期的な経済収益のみではなく、精神的な豊かさや主観的幸福感など個人の内面的価値や、リーマンショック後に金融資本主義が見直される中から出てきているESG(環境・社会・ガバナンス)といった社会的側面など、多様な観点から成長のあり方を考えていくことが重要であろう。
- ◇ なお、オリンピックの経済効果について、論者によって波及効果をどこまで見込むかで幅があるが、三菱総合研究所では、5兆円~10兆円と予測をしている<sup>5</sup>。オリンピック開催後に景気が後退すると言われることもあるが、オリンピックがマクロ経済に与える前後影響は±0.3%と必ずしも大きくはない。加えて、反動減を抑えるには、レガシー効果ともいえる新たな取組み効果が期待される。

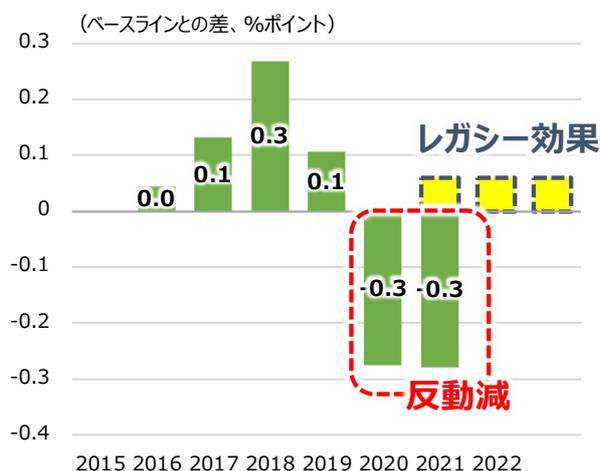
図表 5 オリンピックが日本経済に与える影響

実質GDPの押し上げ幅



資料：三菱総合研究所作成

実質GDP成長率の変化幅



資料：三菱総合研究所作成

## <IT・テクノロジー>

- ◇ 社会や経済の発展と技術の進歩は密接に関連している。工場の機械化に代表される第一次産業革命、分業と電力による大量生産を可能にした第2次産業革命、電子工学や情報技術によるオートメーション化による第三次産業革命を経て、現在は第4次産業革命を迎えていると言われる<sup>6</sup>。
- ◇ 第4次産業革命とは、IoT およびビッグデータ、AI に代表される技術革新を指す。そうした技術により、財・サービスの生産・提供に際してデータの解析結果を様々な形で活用する動き、シェアリング・エコノミー、ロボットの活用、フィンテック(FinTech)の発展等がもたらされている。
- ◇ こうした技術は、一度基盤を形成すると限界費用(追加的コスト)をかけずに、スピード感をもってこれまで人間が行っていた行為を効率的に代替できる、あるいはさらに高度な形で発展できる可能性があり、今後人口減少など社会課題などに対して活用すべき点は多い。一方で、技術導入に際しては既存の価値観や事業からの転換、人間が実施すべき事項との棲み分けなど社会的受容性の観点を同時に検討していく必要がある。
- ◇ なお、東京 2020 大会のスポンサー企業でも、世界中からの注目が集まる東京 2020 大会において新たな技術を PR する動きがある。例えば、トヨタの自動運転技術や次世代電気自動車、インテルの5G、NECの顔認証技術や富士通の体操採点支援システムなど 2020 年大会を契機に技術が社会に実装・浸透していく可能性がある。

### 3. レガシー創出に向けた考え方

#### ①基本的な視点

##### <「課題先進国」としての東京 2020 大会開催>

☆ 1964 年以降のオリンピック競技大会を改めて振り返ると、東京 2020 大会の位置づけが際立つ。人口減少、経済低成長に加え、高い高齢化率と政府債務残高という特徴が表れており、まさに「課題先進国」としての大会開催となっている。オリンピック開催及びレガシー創出のあり方を考えるには、改めてこうした点を認識すべきであろう。

図表 6 過去大会開催国における人口・経済状況等の比較

	人口伸び (%)	実質成長率 (%)	GDPシェア (%)	所得水準 世界平均=1	高齢化率 (%)	債務残高 (GDP比%)
<b>1964 東京 (日本)</b>	1.4	10.3	5	1.5	6	4.4
1968 メキシコシティ (メキシコ)	3.1	7.1	1	0.9	4	
1972 ミュンヘン (西ドイツ)	0.4	3.7	8	3.9	14	
1976 モントリオール (カナダ)	1.7	4.4	3	5.7	9	
1980 モスクワ (ソ連)	0.7				10	
1984 ロサンゼルス (アメリカ)	0.9	3.1	33	6.8	12	33
1988 ソウル (韓国)	1.0	10.8	1	1.2	5	13
1992 バルセロナ (スペイン)	0.3	3.0	2	3.5	14	45
1996 アトランタ (アメリカ)	1.2	3.3	26	5.5	13	48
2000 シドニー (オーストラリア)	1.1	4.4	1	4.0	12	20
2004 アテネ (ギリシャ)	0.3	4.7	1	3.2	18	103
2008 北京 (中国)	0.5	12.0	7	0.4	8	27
2012 ロンドン (イギリス)	0.8	0.1	4	4.0	17	85
2016 リオデジャネイロ (ブラジル)	0.9	-0.9	2	0.8	8	78
<b>2020 東京 (日本)</b>	<b>-0.2</b>	<b>0.3</b>	<b>6</b>	<b>4.0</b>	<b>29</b>	<b>232</b>

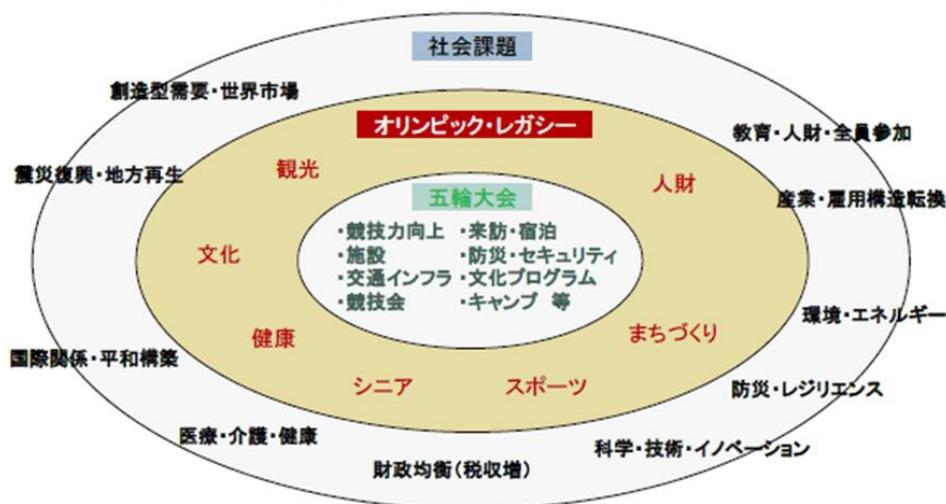
注: GDP シェアは名目ドルベース、所得水準は一人当たり GDP (USドルベース)、高齢化率は 65 歳以上人口比率、債務残高は政府の総債務残高。人口の伸びと実質成長率は開催年を含め過去 4 年間の平均。2020 年の東京は、IMF「World Economic Outlook」の予測。

出典: 世界銀行、IMF より三菱総合研究所作成

## <レガシー創出は社会課題解決・加速のため>

- ◇ レガシー共創協議会では、これまで 3 つの Beyond (Beyond Sports & Event、Beyond 2020、Beyond Tokyo) を掲げるとともに、基本スタンスとして、大会をきっかけにしてスポーツを超えた様々な社会課題解決を加速する効果としてのレガシーを提唱してきた。このスタンスは不変である。

図表 7 オリンピック競技大会・レガシー・社会課題の関係



出典:三菱総合研究所作成

## <オリンピック競技大会の開催はゴールではなく通過点>

- ◇ オリンピック競技大会はゴールではなく、課題解決に向けた通過点である。近代オリンピックの歴史を紐解くと、元々オリンピックはそうのように構想されていた面が伺える。
- ◇ オリンピックの創始者クーベルタンは教育の研究・実践者であり、「三育」(体育・知育・徳育)の一環としてスポーツの有効性を捉えていた。またクーベルタンは、第一次世界大戦前後の戦争が頻発する時代に生きる中、戦争の原因として相互理解の不足があると考えていた。そうした中、戦争を回避する平和実現に向けた手段として、スポーツを通じた国際交流としての古代オリンピックの復興をクーベルタンは構想するに至っている。実際にはクーベルタンの理想と現実には違いもあるが、オリンピックは社会課題解決志向を内在的に有していたといえる。

## ＜社会課題解決とオリンピック・レガシー＞

- ◇ 開催国・都市によって社会課題の中身は異なるが、例えば、かつての東京や発展途上国では増加する人口や経済成長の中でインフラの整備が必ずしも進んでいなかったため、インフラ整備の推進が社会的課題になり得た。一方で、経済発展が一定程度進んだ国・都市では、インフラ整備というよりその運営や維持方法が課題になる。近年招致レポートにおいて社会課題に向けたレガシー意識が高まっている(下表)<sup>7)</sup>。
- ◇ 我が国として先進国・都市としての開催として参考になるのは 2012 年のロンドン大会である。ロンドンでは東ロンドン地区の貧困問題や地域振興が大きな社会課題になっていたが、オリンピックを契機に、公園や住居の整備、商業施設の設置など大きく生まれ変わった。同時に、元々の地域住民を積極的に雇用するなど今もレガシーとしての効果を発揮するための努力を続けている。
- ◇ 社会課題解決の多くは、制度や技術面といった供給側の進展とともに、国民でそれを受容できる意識や行動変容が必要になる。例えば、渋滞や健康について、渋滞を避けるための時差通勤やテレワーク、健康に対する運動の意義などは一般に理解もされ、テクノロジーも様々に出てきているが、それだけでは解決に至らない。政策やインセンティブも含め、人々が実際に動くことが必要となる。
- ◇ オリンピックはその知名度の高さから多くの人々の認識喚起を引く大きなチャンスではないか。その機会をいかに活用できるかというマインド、また生み出すための継続的な努力を社会全体として生み出すことができれば、社会課題解決の契機となり得る。

図表 8 1956～2016 年の招致レポートと最終レポートにおける「レガシー」

レガシーのテーマ	例	94年以前 (n=12)	96年以降 (n=44)
スポーツ	スポーツ振興、スポーツ施設、スポーツ実施率向上、健康改善	67%	84%
都市	スポーツ施設の改修、交通インフラ、都市サービス、都市計画、レクリエーション空間	0%	39%
経済	雇用、観光、資金調達、様々なイベントの開催機会、マーケティング	33%	52%
社会課題	社会発展、健康、大衆あるいは特定の人々への影響、新たな機会、市民参加	8%	57%
オリンピック運動	世界的調和、若者への影響	33%	36%
環境	環境に優しい建築・技術・政策・教育	0%	43%
情報・教育	経験、知識、自己啓発、研究、ガバナンス能力・方法	42%	27%
文化	文化プログラム、文化に触れる機会	42%	23%
持続可能性	長期的に計画され、環境に優しく、経済的に継続可能なレガシー	0%	27%
イメージ	国際的認知、開催地域のイメージ向上	17%	20%
心理	愛国の誇り、熱狂、感動	25%	14%
ノスタルジア	イベントに関連する個人的な経験・記憶	25%	9%

出典: 間野 (2015 年) より作成 (Leopkey & M. Parant (2012) を二次分析)

## ②レガシー創出の方法・プロセス

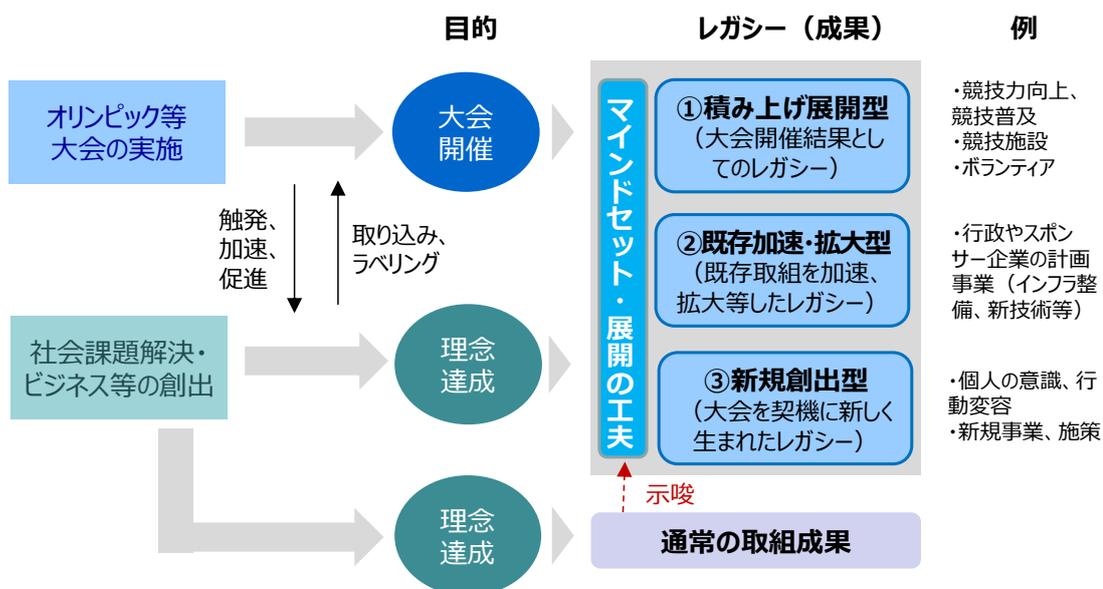
### <レガシーは自律分散で生み出す>

- ◇ このようにすればレガシーが生まれるという方法論は、必ずしも確立されていない。レガシーという言葉がオリンピックに初めて登場したのは 1956 年メルボルン大会の招致文書と言われており、その後 1994 年にオリンピック憲章に取り込まれた。近年では 2012 年ロンドン大会が戦略的に大会を通じてレガシーを創出しようと試み、IOC がレガシーの担当 (FA) を置いて検討し始めているのが今回の東京 2020 大会からである。
- ◇ 東京 2020 大会組織委員会は、「アクション&レガシープラン」を策定し、その考え方や該当するアクションについて一定の整理をしている。しかしながら、そのアクション自体は元々の行政計画等に位置付けられており、国や自治体など各ステイクホルダーの采配に委ねられているのが実情である。一方、ステイクホルダー側は元々のミッション・目的のある中で動いており、オリンピックのために必ずしも行動しているわけではない。こうした構造が一体的にレガシーを推進しにくい要因となっている。
- ◇ こうした点を踏まえると、レガシーはピラミッド型のヒエラルキー構造で生み出すものではなく、多様なステイクホルダーがアクションの主体になり、それぞれの目指すところにおいてレガシーを生み出すという「自律分散」の形を志向することとなる。この緩やかなガバナンス構造下においては、各主体はそれぞれに置かれた目的・状況等に縛られる側面があるが、その目指すところ・課題解決に引き付けてオリンピックを活用するというスタンスからレガシー創出に臨むことが期待される。

## ＜レガシーが生まれるパターン＞

- ◇ 上記を前提に、レガシー創出には 3 つのパターンがあると考えられる。第一に、大会開催そのものに向けた準備・検討の結果として残る「積み上げ展開型」である。例えば、大会開催を通じて競技力向上やマイナー競技の認知度向上等のレガシーである。また大会運営付随活動としてボランティア等も挙げられる。
- ◇ 第二に、「既存加速・拡大型」である。これは元々大会以外の別の目的(社会課題解決やビジネス等)のための既存検討・取組みをオリンピックと関連づけ、加速度的な実施や拡大を図るものである。例えば、64年大会時の首都高等のインフラ整備や、今回の東京 2020 大会を契機としたバリアフリーや多言語対応の推進等、顔認証などスポンサー企業による新技術提供も挙げられる。
- ◇ 第三に、オリンピックに触発されて新しく生まれる「新規創出型」である。例えば、スポーツ・運動や語学の勉強、若者が自ら社会課題解決を企画する活動など新たな個人の意識・行動変容、組織による新規事業・施策の展開が考えられる。
- ◇ 通常レガシーというと①のパターンが想起されることが多いと思われるが、オリンピックにより生じる事象を幅広く捉えると、②や③等もレガシーとして考えられる。ただし、既存活動について全く新たな要素が見られない活動にレガシーの「ラベル付け」をすることには見極めも必要であろう。

図表 9 レガシーが生まれるパターン



出典:三菱総合研究所作成

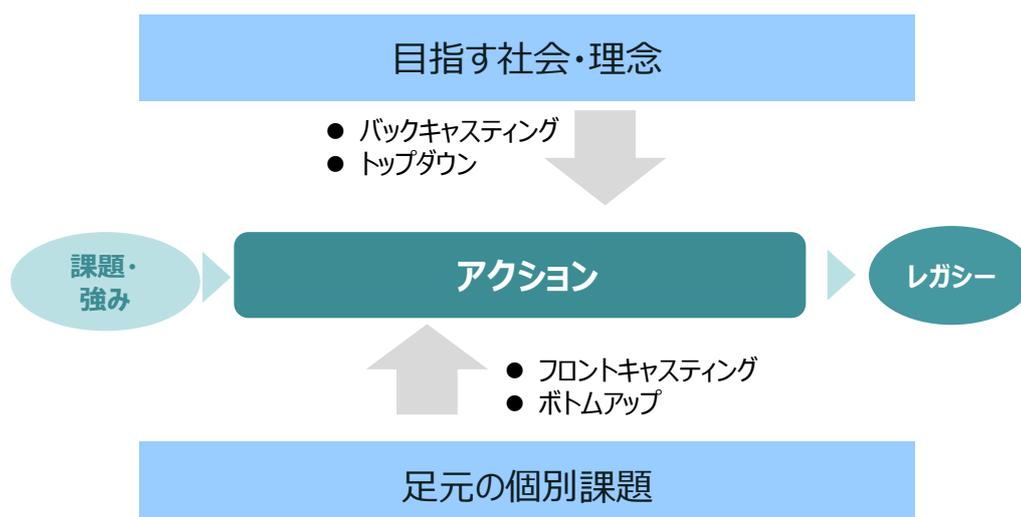
## <求められるマインドセット・展開の工夫>

- ◇ これまでレガシー共創協議会ではレガシーの認知度について 2013 年から 5 年間にわたって定点的に調査をしてきた。当初レガシーの認知度(「意味を知っている」・「聞いたことがある」の合算)は 20.3%であったものが 44.3%まで上昇してきている<sup>8</sup>。メディアや様々な論者が使用するようになり、言葉としての市民権を得てきた一方、その意味するところの理解は約 17.8%と留まるため、更なる浸透が必要である。
- ◇ レガシーは「遺産」とも訳されるが、この場合、過去に生まれたものを受動的に引き継ぐというニュアンスが生まれやすい。むしろレガシーは「持続する効果」ともいうべきもので、主体的に生み出すものであり、自動的に生まれるものではないことに留意が必要である。最もわかりやすい大会取組みの延長上としてレガシー創出が想定される場合(前述のパターン①)についても、例えば競技力向上や認知度向上を長期・継続的に実効あるものにするためには、競技力を引き継ぐ選手の裾野拡大・育成やスポーツ団体の自立化を見据えた工夫が求められる。ボランティアについても、その後何もマッチングの仕組み等が期待される。
- ◇ 例えば 2012 年ロンドン大会では、貧困や環境面で課題のあった東ロンドン再開発によるオリンピック公園の整備が特徴的であるが、単にハードを整備したことで終わらず、そこで地域のマイノリティの人々を積極的に雇用するといった条件を課し、現在も運営の努力をしている。またボランティアについても、大会後に新たな団体が設立され、新たにスポーツ大会などに向けてボランティアをマッチングする仕組みを構築・運営している。
- ◇ なお、ロンドン大会時のオリンピック・レガシー関係者の話を聞くと、一様にオリンピックを「大きな機会」と捉えるマインドが特徴的であった。こうした視点は新規の取組みだけでなく、大会の延長の積み上げ型や既存取組みの加速・修正型の場合であっても必要な要素になる。
- ◇ なお、こうしたマインドセット・展開の工夫を検討するにあたり、本提言では、必ずしも直接オリンピックに関係のない取組みも踏まえ、その示唆を検討する。

## <レガシー創出に向けたアプローチと課題立脚の必要性>

- ◇ 各主体において能動的にレガシーを生み出そうとする場合、アプローチとしては大きく2種類があると考えられる。一つはフォアキャスティング型である。大会準備や機運醸成などの関連活動の積み上げにより、結果としてレガシーが残るというものであり、ボトムアップであることが多い。もう一つは、バックキャスティング型である。あるべき姿や理念に向けて今の状態の改革を目指すものである。これはトップダウン的なスタイルを取ることが多い。
- ◇ 前者は機運醸成イベントなど取組みやすい一方で一過性になる恐れがあるが、レガシーとして現在でも継続している活動として、長野オリンピックを契機として生まれた一校一国運動などが挙げられる。後者は美しいストーリーは描けたとしても実践に向けた一歩を踏み出しにくいという点がある。実践に向けて踏み出している具体的な事例としては、2020年以降を見据えて、観戦のあり方や人材マネジメント等の工夫を始めている日本フェンシング協会の事例等が挙げられる。
- ◇ オリンピックでは外発的・受け身の対応が求められる側面もあるが、それだけでなく自分たちの課題は何か、その解決のために今回の機会をどのように活用できるかという内発的な点から考えて行動していくことが、結果として継続的なレガシーを残すことにもつながるだろう。

図表 10 レガシー創出に向けたアプローチ

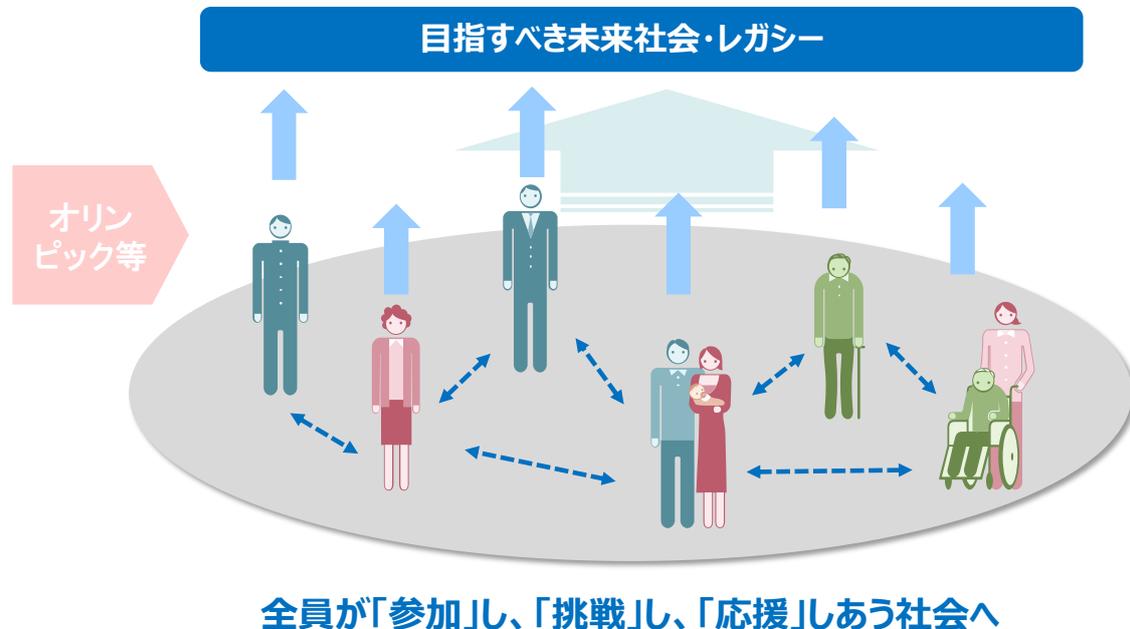


出典：三菱総合研究所作成

### ③本提言のコンセプトと狙い

上記を踏まえ、今回の提言においては、『全員が「参加」し、「挑戦」し、「応援」しあう社会へ』をコンセプトとしたい。

図表 11 コンセプトイメージ



出典:三菱総合研究所作成

- ◇ レガシーは自律分散で生み出すものと想定した場合、突き詰めると一人一人の自己変容(変化)が重要になる。そうした一人一人の変化をここでは大きく「参加」と捉えたい。また、この「参加」は、できる限り多様な人を包摂することを目指し、今後本格化する人口減少社会やSDGs達成に向けた対応の礎となることを期待したい。特に、今後、社会を牽引する役割を担う若者が主体的に参加していくことに注目したい。
- ◇ 参加の第一歩は、関心を持つことであろう。大会そのものや予算や活動内容について少なくとも税金が使われているといった観点等から、社会の関心が高まることは健全なレガシー創出の土台となる。逆に大会関係者はそうした関心に応えられるようできる限り透明性を高めるべきである。
- ◇ 続いてのステップは、実際に体を動かして参加してみること。大会観戦やボランティア、事前合宿や文化プログラム、その他体験イベントなど機会は多くある。そうした中で自分が当たり前と思っていた視点や思考の枠組みに気づききっかけが生まれる。例えば、海外との交流の中で当たり前と思っていた日本食の良さに気が付くかもしれない。ボランティアを通じて、社会活動の楽しさに気が付くかもしれない。障がい者スポーツ体

験を通じて新たな身体感覚が生まれるかもしれない。

- ◇ そうした気づきを活かして、楽しいと思えること、根っこの自分に出会えることもあるだろう。そうすれば持続的な動きとして従来の自分の枠を超えるような新たな「挑戦」につなげていくことができる。一人が動き、またその動きに触発されて、また一人が動く。そうした連鎖により、大きな変化に向けた兆し・うねりが生まれ、日本全体が変化していく契機となる。
- ◇ 企業や行政はできるだけそうした個人の内発性から生まれる挑戦を「応援」することが重要である。参加の場や環境を地方自治体や企業はできる限り整えるところが期待される。例えば、様々な体験イベント、ボランティア休暇やスポーツ休暇、新事業アイデア創発の場の設置、新事業への挑戦など様々考えられる。行政や企業は守りの姿勢で短期の数字を積み上げたり、従来の事業を淡々とこなすということだけでなく、社会を変えることへの新たな投資として「挑戦」していく姿勢が期待される。

## 4. ポスト 2020 の課題

---

### (1) 基本的視座

#### < 具体的行動の奥にある構造・意識の変容を目指す >

- ◇ いわゆるシステム思考における氷山モデルでは、水面上に現れている「出来事」の下に、「時系列パターン」、「構造」、「意識・無意識の前提」が隠れているとされる。今回の提言では、レガシー創出に向けて、この構造や意識のレベルの変革への働きかけを目指したい。
- ◇ したがって短期的な対処療法だけではなく、中長期的に目指す変化の方向について焦点を当てたい。レガシー創出のためには、事前の段階にしかできないこともあると考えられるが、大会中、大会後にもできることがある。

#### < ネガティブ回避を前提にポジティブ創出を図る >

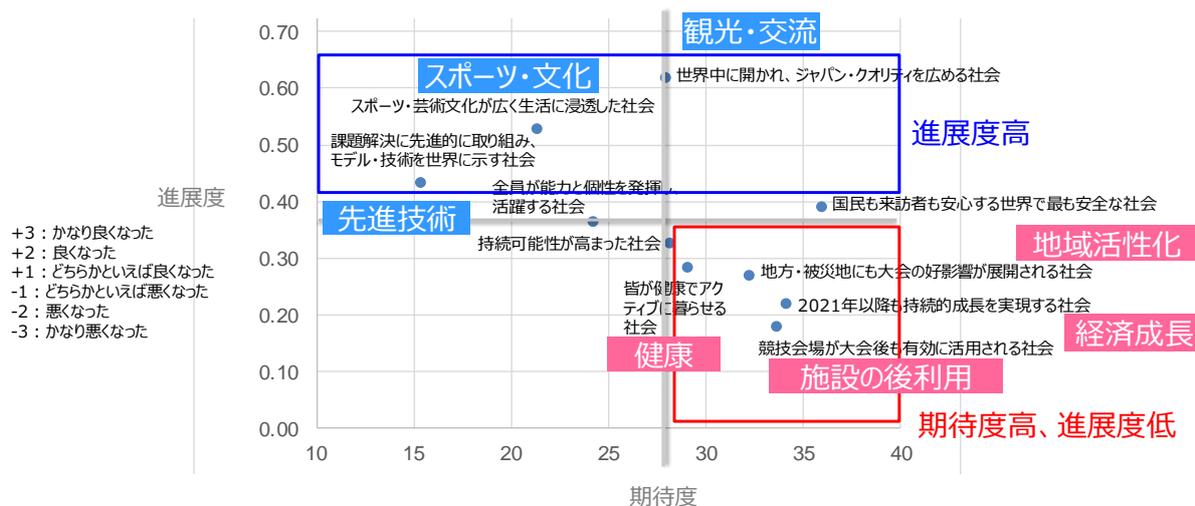
- ◇ レガシーには負の側面とポジティブな側面がある。負の側面としては 4 つの M といわれる過去大会の開催都市（メキシコシティ、ミュンヘン、モントリオール、モスクワ）の頭文字を取った、避けるべき事項がある。メキシコシティ大会におけるデモ死傷事件・人種問題、ミュンヘン大会におけるテロ事件、モントリオール大会における巨額債務、モスクワ大会におけるソ連アフガニスタン侵攻に伴うボイコット事件である。こうした事態は最低限避けなければならない。
- ◇ 一方で、ネガティブ回避だけではなく、大会を契機にいかにポジティブな効果を生み出せるかという点にも思いを馳せる必要がある。いかにポジティブな社会課題解決につなげるかという視点である。ESG 投資の文脈においても、多くの投資マネーが ESG（環境・社会・ガバナンス）の側面を意識するようになってきたといわれるが、その多くはネガティブスクリーニング（負の側面をチェックすること）である。ネガティブを避ける守りの姿勢だけでなく、ポジティブな課題解決に向けた芽を育てていく必要がある。

## (2) 分野課題の抽出（レガシー意識調査より）

### <4つの分野への着目>

- ◇ 今回の提言では、掘り下げる対象としての分野として、スポーツ施設、経済成長（スポーツビジネス）、健康・アクティブ、地域活性化の4つを取り上げる。
- ◇ これは、レガシー共創協議会が実施している意識調査を踏まえ、期待度が高いが、進捗度の低い領域は重要な課題と考えられることから抽出したものである。
- ◇ なお、この4つの分野はポスト2020に向けた「課題」といえるが、これらの分野のみが重要ということの意味しているわけではない。社会課題の解決を志向していくと、課題は複雑に絡み合っており、単一の分野で話が収まることはない。SDGsの17の目標のように、あくまで入り口として捉えるという位置づけである。
- ◇ 課題の4分野の問題点をそれぞれ解消するということも必要であるが、強みとなっている分野を伸ばすという視点も重要である。進展度の高い「強み」がある分野をみると、観光・交流、スポーツ・文化、先進技術となっているが、例えば、訪日外国人観光客による日本国内での消費活動は、地域活性化という課題に活用することが考えられる。また、5GやIoTなどの先進技術を使って、スポーツ施設への誘客を高めること等も考えられる。

図表 12 2020年東京大会を契機として実現してほしい社会とその進展度



出典:レガシー共創協議会「オリンピック・レガシーに関する意識調査」(第5回)より三菱総合研究所作成

### (3) 地方自治体における課題（地方自治体アンケート調査より）

#### <地方自治体アンケート調査の実施>

- ◇ 今回の提言では、地方自治体の課題（ソフト面、ハード面）を探るために、ゴールデン・スポーツイヤーズの競技が開催される地方自治体、東京 2020 大会のホストタウン登録を行った地方自治体等、合計 407 の地方自治体を対象に調査を実施し、176 の自治体から回答を得た（回収率は 43.2%）。

#### <ソフト面の課題>

- ◇ ソフト面については、ゴールデン・スポーツイヤーズを契機に、新規性、継続性、公共性のある取組みを実施したかを聞いた。回答のあった 176 自治体のうち、取組みをしている自治体が 116（全体の 66.3%）、取組みをしていない自治体が 57（全体の 32.6%）であった。
- ◇ 取組みをしている自治体の回答結果をみると、住民の交流促進や、地域の戦略的な地域振興等を先進的に進めるところがある一方で、イベントや事前合宿単体で終了するものも多く、一過性の取組みとなってしまうことも懸念される。
- ◇ また、取組みの実施にあたっての困難なこととして、財源・人員の確保や言語対応、事前合宿に関するノウハウ不足といった自治体のリソースに起因する課題、また、関係者の意識づけ・体制づくりといった関係者の巻き込みに関する課題、アンブッシュマーケティングというオリンピックのルールによる制約といった課題が挙げられている。

図表 13 ゴールデン・スポーツイヤーズを契機にした取組み上、困難となっていること

課題の分類	具体的内容
自治体のリソース等に起因するもの	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 財源、人員の確保</li><li>・ 合宿受入れ国とのコミュニケーション、言語対応</li><li>・ 事前合宿に関するノウハウ不足</li></ul>
関係者のエンゲージメントに関するもの	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 関係者の意識づけ、協力・連携体制の構築</li><li>・ 関連イベントへの集客</li><li>・ 指導者の確保</li></ul>
オリンピックのルールに関するもの	<ul style="list-style-type: none"><li>・ オリンピック・パラリンピックに関するエンブレム、ロゴ、用語、名称をはじめとする知的財産の利用のハードル</li></ul>

出典：レガシー共創協議会「ゴールデン・スポーツイヤーズのレガシーに関する地方自治体アンケート調査結果」より  
三菱総合研究所作成

- ◇ 一方、取組みを実施していない自治体からは、財源・人員等の自治体のリソース不足のほか、取組みの具体的なアイデアがわからないというアイデア創出に関する事、過去から同様の取組みをしていることや、従来になかった創造的な取組みまではできていないこと等が課題として挙げられている。

図表 14 ゴールデン・スポーツイヤーズに関連した取組みを実施していない理由

課題の分類	具体的内容
自治体のリソース等に起因するもの	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 財源の確保が難しい、人員が不足している</li> <li>・ 取組みを検討する組織づくりができていない</li> <li>・ 各種大会への対応で手一杯になっている</li> </ul>
アイデア創出に関するもの	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 新しく創造的なアイデアが生まれなかった</li> <li>・ 大会との関わりが薄い地域のため</li> </ul>
取組みの新規性に関するもの	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 過去から同様の取組みをしている</li> <li>・ 新しく創造的な取組みまでは実施できていない</li> </ul>
その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 宿泊施設が不足していて、事前合宿の受け入れができない</li> <li>・ 事前合宿の受け入れのみを実施するため</li> <li>・ 今後取組みを行うが、現時点では計画未定のため</li> </ul>

出典：レガシー共創協議会「ゴールデン・スポーツイヤーズのレガシーに関する地方自治体アンケート調査結果」より  
三菱総合研究所作成

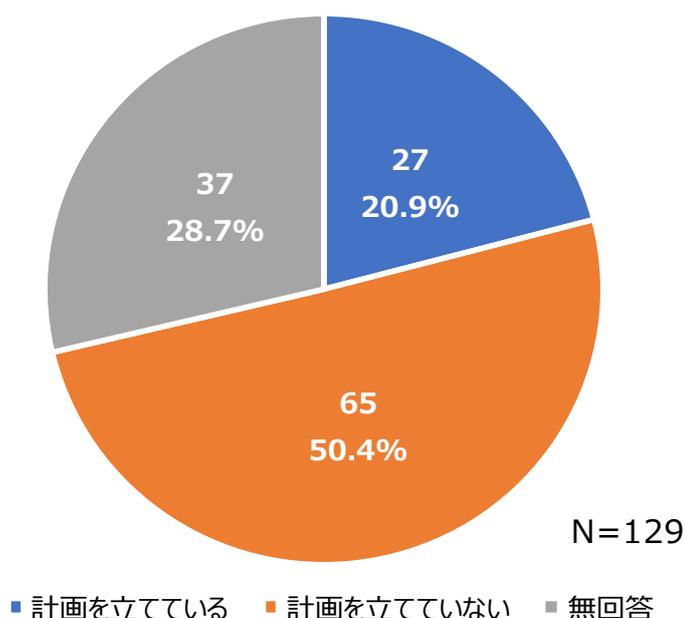
### <ハード面(スポーツ施設)の課題>

- ◇ ハード面については、ゴールデン・スポーツイヤーズに関連して、各種競技会場の整備が行われるが、今回の提言では、海外からの事前合宿の受け入れを行う施設の整備・運営に関する質問を行った。具体的には、海外からの事前合宿の受け入れ予定の有無、予定している自治体については、受け入れを行うスポーツ施設の概要、事前合宿に関連した施設改修の有無、事前合宿後の用途・利用の工夫、稼働・年間収支の実績・計画等について聞いた(結果概要は別途レポート参照)。
- ◇ 回答のあった 176 自治体のうち、事前合宿の受け入れを予定している自治体は 129 (全体の 73.3%)あった。
- ◇ その受け入れに用いる施設について、今後の収支計画を立てているのは 2 割であった。収支計画を立てている施設としては、体育館のような使い勝手がよいもの、指定管理者を導入しているもの、比較的最近建てられたものがあげられる。
- ◇ そもそも公共のスポーツ施設は、スポーツ振興の施策目的のために設置されており、特に、地方都市における体育館や陸上競技場、グラウンドは、市民利用のため無料に近い料金設定となっており、収支計画を策定していないことも多い。また、指定管理

施設では、指定管理料が確定している場合には、行政側で毎年度、収支計画は策定しないケースも考えられる。

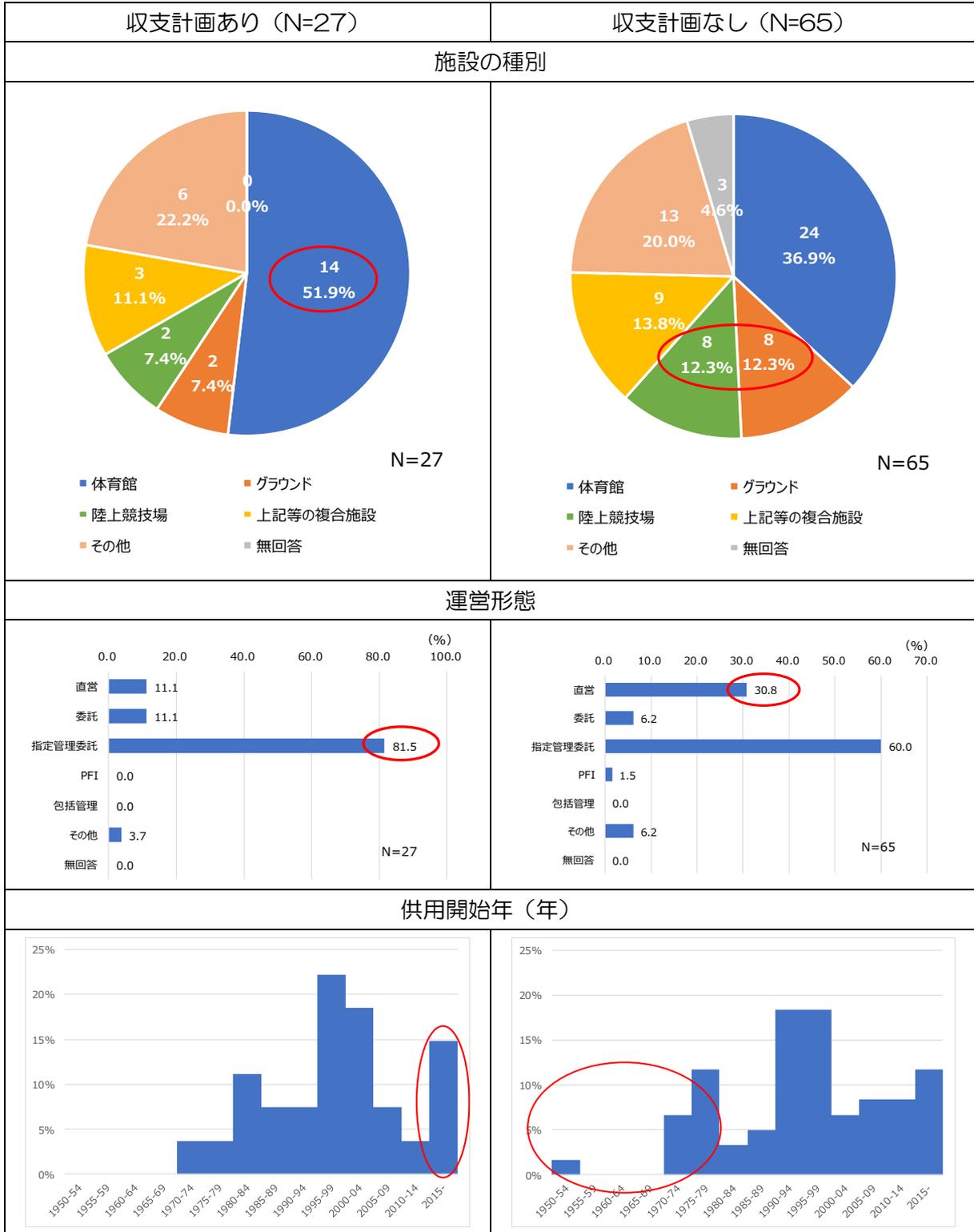
- ◇ しかし、スポーツ庁が提唱する、スタジアム・アリーナ改革では、スポーツ施設が地域で持続するためにはコストセンターからプロフィットセンターへと転換することが必要としており、自治体の財政難のもと、公共施設の整備運営について、費用対効果の観点から収支改善に取り組んでいくことが課題である。
- ◇ また、今後の収支計画を立てていない施設をみると、1980年以前に建てられたものが2割を占める。こうした施設については、地域全般における施設の状況を踏まえ、費用対効果からの検証を行い、場合によっては費用対効果の観点から統廃合し、利用ニーズが高まる高スペックの施設に改築するなどの対応も必要と考えられる。

図表 15 事前合宿受入れ施設における今後の収支見通し計画の状況



出典:レガシー共創協議会「ゴールデン・スポーツイヤーズのレガシーに関する地方自治体アンケート調査結果」より  
三菱総合研究所作成

図表 16 今後の収支見通し計画有無別にみた事前合宿受入れ施設の特徴



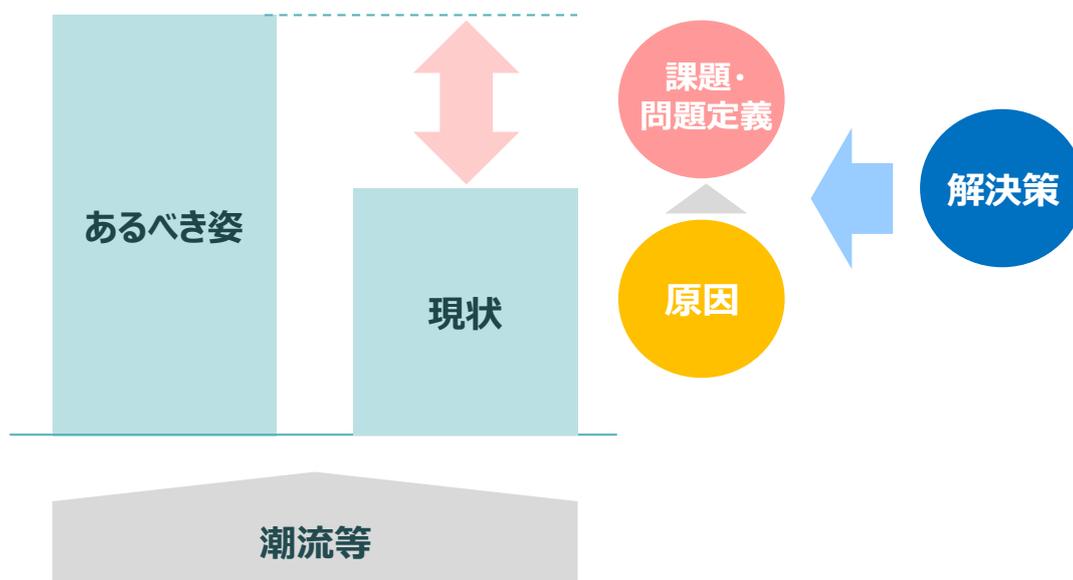
出典:レガシー共創協議会「ゴールデン・スポーツイヤーズのレガシーに関する地方自治体アンケート調査結果」より  
三菱総合研究所作成

## 5. 期待されるレガシー創出

### (1) 検討の枠組み

- ◇ 本提言の分野別検討においては、分析・検討の枠組みとして、下記図の考え方を取っている。
- ◇ 第1章で検討した社会潮流を踏まえたうえで、「あるべき姿(To be)」、「現状(As is)」の差分を「課題」と捉え、その原因等を考察したうえで、「問題定義」をしている。また、その切り口について解決のためのアイデアや事例等を踏まえて検討した。

図表 17 分野別の検討枠組み



出典:三菱総合研究所作成

## (2) 全体提言

### ポイント

- **オリンピックにおける「参加」の受容を拡大すべき。**
- **2019～2021年(ゴールデン・スポーツイヤーズ)を最大限に活用しつつ、その後の社会目標に向けて取組効果を持続的に拡大すべき。**

### <オリンピックにおける「参加」の受容>

- ◇ 2018年にIOCは2024年の開催都市をパリに決定する際に、最終候補都市であったロサンゼルスも2028年大会の開催都市として同時決定をするという異例の措置を取った。推察するに、拡大する大会を高い水準で財政負担も含めて運営・実施できる都市に限られてきているのではないだろうか。オリンピックはこれまで国際的なローテーション方式で実施をしてきているが、膨張化する費用負担を回避するために固定地域で回避すべきではないかという意見も出てきている。また、オリンピックは放映権やスポンサー収入によって成り立っているが、IT・デジタル技術、SNSの台頭によるTVの相対的な地位変化やeスポーツの興隆を踏まえてどのように対応するかも問われている。
- ◇ こうした中、今後検討すべき事項として付け加えるならば、「参加」をどのように取り込んでいくかという点が挙げられる。現在のオリンピックはロサンゼルス大会に端を発するスポンサー方式が取られているが、そのスポンサーの権利を保護するために、オリンピックという言葉やエンブレム等の使用に際して厳格な制限をルールとして設けている(アンブッシュマーケティング)。ビジネスモデルとして成立させるためにはスポンサー企業の保護は必要であるが、善意からオリンピックに関わりたい、応援したいという活動に対しても制限を課し、ブレーキを踏んでいる側面がある。オリンピックやそのレガシー創出には社会全体・個人の機運醸成を図る必要があり、参加型として多くの自発性や創造性のある取組を取り込めるようにできる工夫が期待される。
- ◇ 東京2020大会組織委員会が「参画プログラム」を展開しているが、ルールとのせめぎあいの中で漸進的な取組みをしている状況にある。オリンピックの目的に立ち返り、そもそも何のために開催するのか、またレガシーをどのように生み、広げていくのか、そのために本当に規制すべきアクションは何なのか、などルールのあり方を今後検討すべきである。

### <黄金の3年間の最大限の活用と取組効果の持続的拡大を>

- ◇ これまでレガシー共創協議会では、2020年東京オリンピックとともに、2019年ラグビーワールドカップおよび2021年関西マスターズ大会を「ゴールデン・スポーツイヤーズ」として一体的に捉えるということを提唱してきた。
- ◇ ラグビーワールドカップ、東京オリンピック・パラリンピック、そしてワールドマスターズゲームズ関西という大規模なスポーツ大会が3年連続して同一国で開催されるゴールデン・スポーツイヤーズ方式は、今後、フランス、アメリカにおいても導入が計画されており、今回の日本が世界で初めての試みとなる。ゴールデン・スポーツイヤーズで世界の注目が日本に集まることは、社会課題の解決を促進する絶好の機会になると考えられる。
- ◇ 2025年には大阪・関西万博が決まった。大阪・関西万博は「いのち輝く未来社会のデザイン」をコンセプト都市、2030年のSDGs達成目標も意識をしている。またスポーツについては、2027年には愛知県でのアジア大会の開催が予定されているなど国際的なスポーツ大会も今後開催されていくことになる。
- ◇ このように展望すると、オリンピック単体でレガシーを構想するのではなく、その後のマイルストーンとなり得る機会も活用しながら、その効果の増幅を見据えていくべきである。2019年～2021年の黄金の3年間で最大限に機会として活用しつつ、その後も目線をあげた目標に向けて引き続き効果を持続的に発現・拡大させていくことが期待される。

### (3) 分野別提言

#### <スポーツ施設>

##### ポイント

- **スポーツ施設は、利用目的・位置づけを明確化した上で整備すべき。**
- **ネガティブ回避として、施設の総合的な需要喚起を推進すべき。**
- **ポジティブ推進として、交流空間創造や観客等の育成も意識すべき。**

#### ●あるべき姿

- ◇ ゴールデン・スポーツイヤーズをきっかけに整備される競技会場や事前合宿の施設を単なる財政負担としての負の遺産にさせないようにする。
- ◇ 競技施設を住民等の参加、アクション形成を促進する場とするなど、創造的な有効活用を図り、スポーツにとどまらない多面的なポジティブな効果を創出する。

#### ●現状

- ◇ 東京 2020 大会に向けて、建設費 1490 億円、維持管理費年 24 億円をかけて、オリンピックスタジアム(新国立競技場)を整備するほか、東京都が 6 つの新規恒久施設を整備する<sup>9</sup>。ラグビーワールドカップでは、釜石鶴住居復興スタジアムを整備。うち、収支の黒字が見込まれるのは有明アリーナのみとなっている<sup>10</sup>。
- ◇ 事前合宿対応についても、施設を新設、改修する動きもあるが、地方自治体アンケート調査<sup>11</sup>によれば、事前合宿に用いる予定の施設において、収支計画を立てているのは全体の 2 割にとどまる。
- ◇ 大会後も施設整備の計画があり、「未来投資戦略 2017」<sup>12</sup>では、2025 年までに「稼げる」視点を重視した多機能型・複合型のスタジアムやアリーナを全国に計 20 カ所整備する目標が示されている。
- ◇ 過去の大会では使われずに廃墟となった施設も見受けられる。また、かつて財政負担が問題となったモンテリオールオリンピックでは大会収支は黒字とされるが、その枠外で施設整備コストが発生した。

#### ●課題

- ◇ ゴールデン・スポーツイヤーズや、その後のアリーナ・スタジアム整備計画によって、費用をかけて建設しても、十分有効活用されない施設が発生する恐れがある。
- ◇ まず、国際競技連盟(IF)の基準や、マイナー競技用に対応するため、オリンピック後に利用しにくい施設を整備しなければならないという側面がある。
- ◇ また、自治体においては、単独で施設を揃えるという「フルセット」主義の考えから脱却できないという面がある。公共施設は、収支が赤字となる等収益性が見込めない領域で、地域の公共性を目的に整備運営されるケースも多く、収支管理を行う必然性が低いともいえるが、公的資金の有効活用がより一層求められる中で、いかに、公共施設をマネジメントしていくかが課題となっている。

◇ さらに、多くの施設が、街から切り離され孤立した存在になっているという面も指摘される。スポーツ施設は、スポーツのみならず、住民が参加、交流する場として、より一層活用できる余地は大きいと考えられる。

## ＜問題定義＞

◇ 上記課題を踏まえた問題定義として、「どのようにすれば 2020 等を契機に、施設の負の遺産化を回避し、創造的な有効活用が図れるか」と設定した。

## ● 解決策

### ①基本コンセプトの明確化と施設整備後のモニタリング

- ◇ まずは、施設整備にあたっては、施設の利用目的を明確化し、そのコンセプトを固める必要がある。その際には、公共性と収益性のバランスも必要である。収益向上のために多目的化を進めすぎて中途半端な施設にしてしまっては意味がない。
- ◇ 施設の活用方法、ターゲットの明確化も必要である。住民の健康、運動促進のための施設とするのか、選手の育成のための施設とするのか、あるいは、地域の代表的なスポーツ大会を開催するための施設とするのか等を見極めなければならない。
- ◇ なお、施設整備後は、ターゲティングや目的に対して、施設の費用対効果をモニタリングすることも求められる。
- ◇ また、スポーツ施設は、地域コミュニティの形成といった金額では評価できない価値を生み出す面もある。効果検証においては、こうした観点も含めることが望まれる。

### ②ネガティブ面を抑制し、ポジティブ面を伸ばす施策

- ◇ 施設整備に伴う財政負担抑制に向けた既存施設活用、民間事業者活用や、需要の喚起、多目的利用の促進も必要である。一方で、スポーツ施設を有効活用して、エリア開発や地域コミュニティを育成するという施策も重要である。

## ＜既存施設の有効活用＞

- ◇ 施設の新設、改修の判断をする前に、自治体が連携して、既存施設の有効活用を図ることができないか、検討することがまず必要である。施設を新たに整備せずに、既存施設を活用している事例として、Bリーグチームが大学の体育館をホームアリーナとしているケースや東京 2020 大会の事前合宿で近隣大学の体育館を用いるケース等がある。

## ＜民間活用の促進＞

- ◇ 整備運営で民間活用できる施設は、できる限り民間に任せるとすることも必要である。
- ◇ 施設整備においては、PFI・コンセッション方式等の民間活用や、新国立競技場でも採用される ECI という新たな工事手法も有効である。施設運営においては、指定管理事業者のインセンティブを高めるためのプロフィットシェアリングの計画もある。
- ◇ また、名古屋市のテラスポ鶴舞では、民間主導で施設を整備し、運営面では民間事業者が指定管理料なしで業務委託を請け負う(自主事業で収益を確保)という方法で、ス

ポーツ以外も含めた地域コミュニティ形成に力を入れている。従来の指定管理制度の枠組みを超えて、民間の自由度を高めた公共空間形成の取組みとして注目される。

### ＜需要の喚起＞

- ◇ 一方、特にマイナー競技向けの施設は、利用者不足に直面することが想定されるため、需要を喚起することが必要となる。
- ◇ 需要の喚起としては、長野オリンピック後に、カーリングの聖地を目指した軽井沢のように、施設整備のみならず、チームの形成、大会の開催誘致、競技の普及、地域住民も楽しめる環境づくりといった総合的な取組みも求められる。
- ◇ 「する」スポーツの観点では、市民利用を促すことが求められ、学校施設の有効活用や、施設を利用予約しやすくすること等も考えられる。

### ＜需要に対応するための多目的利用の促進＞

- ◇ 箱型の施設など使用用途が広く見込まれる施設は、各種需要に対応するため、多目的利用を促進することが必要である。
- ◇ 多目的利用を促進するための施設整備としては、老朽化した施設を改築する際に、スタジオや会議室を併設し収益性を高めた事例(カルッツ川崎)、大会終了後に多種目対応施設に改修された事例(ロンドン・カッパーボックス)、設計当初から多目的利用を考え可動床と可動式間仕切を設置した事例(宮城県白石市ホワイトキューブ)等がある。

### ＜スポーツ施設の創造的な有効活用＞

- ◇ V・ファーレン長崎の新スタジアムでは、ホテルやマンション、商業施設等の複合施設も建設し、交流空間を整備する計画である。スポーツ施設そのものだけでなく、周辺を含めた複合的な機能をもつエリア開発(「スマート・ベニュー」)という観点から整備を進め、施設の有効活用を促進することも重要である。
- ◇ 施設整備においては、「チームと観客を育てる」という観点も今後重要になると考えられる。スポーツを地域コミュニティに欠かせない存在とするためには、一万人規模だけでなく、五千人規模の施設整備も有効である。各種の規模の施設を整備することによって、コンテンツ(音楽、スポーツ)が育成されたり、大学スポーツ等において、ホーム&アウェイ式のゲームが可能となるといった効果が生まれる。

### ③プロセスの透明化と、地域住民の参加

- ◇ 施設の整備運営に関する一連のプロセスの透明化と、地域住民の関与も求められる。
- ◇ 施設の整備運営を進めていく上では、関連する一連の決定プロセスをオープンに地域住民に説明していく必要がある。プロセスの透明性を高め、地域住民が、施設整備の目的や効果を考え、地域の施設として根付かせていくことが求められる。
- ◇ 一方で、地域住民も、施設整備に対する関心、関与を高めていくことが必要である。広い意味での参加につながり、行政の決定プロセスに対する健全な抑止力にもなる。

## <経済成長（スポーツビジネス）>

### ポイント

- 多様な観戦ニーズやインバウンド、e スポーツ等の需要を取り込み、大会後のビジネスや地域活性化・社会課題解決につなげるべき。
- コアとしてのスポーツの価値を守り活かすために多様な人材活用や透明性のある組織ガバナンスを通じて、自立的な団体運営を図るべき。

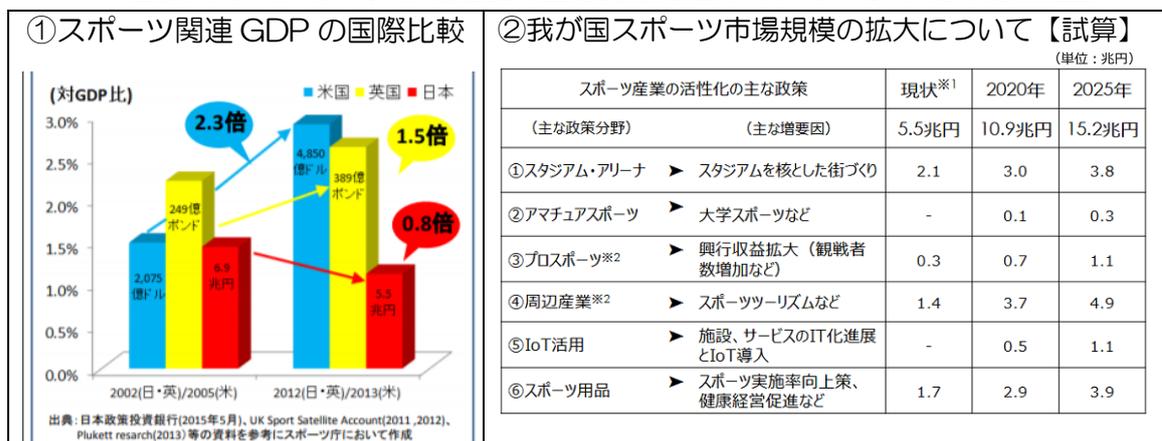
### ●あるべき姿

- ◇ ゴールデン・スポーツイヤーズをきっかけに生まれるレガシー効果を大会後も発現させ、日本のスポーツビジネスを発展させる。
- ◇ そのための基盤として、スポーツ団体が自立し、かつアスリートが安心して競技に打ち込める環境を整備する。
- ◇ それを通じて、各種社会問題の解決を促し、誰もが幸福で豊かな生活が営める社会を実現する。

### ●現状

- ◇ 政府は、「日本再興戦略 2016」において、名目 GDP600 兆円に向けた成長戦略の一つとして、スポーツ市場規模を 2015 年の 5.5 兆円から 2025 年に 15.2 兆円に拡大させるという目標を提示している<sup>13</sup>が、日本のスポーツ関連産業の GDP に占める割合は、2012 年で 1.5%と、米国の 3%、英国の 2.6%と比べて、現状では規模が小さい。

図表 18 スポーツ市場規模の国際比較と日本のスポーツ市場の将来推計



①出典：文部科学省「一億総活躍社会の実現に向けた文部科学省緊急対策プラン」平成 27 年 11 月 12 日

②出典：スポーツ庁、経済産業省「スポーツ未来開拓会議中間報告」平成 28 年 6 月

- ◇ 若者のオリンピックやスポーツに対する関心が低い(「レガシー意識調査」<sup>14</sup>によると、東京 2020 大会に関心があるのは全体で 64.2%に対し、20 代は 53.7%)。
- ◇ 日本のスポーツ団体の多くは、資金・組織面の基盤が必ずしも強くない(「中央競技団体现況調査(2016年)」<sup>15</sup>によれば、収入が最大値の団体を除いた 61 団体の収支の差額は 4 億 8,900 万円の支出超過)。

## ●課題

### <教育の側面が強かったスポーツ>

◇ 欧米では、放映権や商標権による権利ビジネスが拡大するなど、スポーツのビジネス化が進んだが、日本のスポーツにおいては、「体育」として身体や精神を鍛えるという側面が重視されてきたため、スポーツで稼ぐことを良しとしない風潮が残っている面がある。

### <若者への訴求力低下>

◇ オリンピックは国際スポーツイベントとしては随一の認知度があるが、エンターテインメントが少なかった過去とは異なり、現在は若者にとっての関心事が数多くあり、オリンピックの相対的な位置づけが下がっている。

### <スポーツ団体のリソース、体制の脆弱さ>

◇ プロスポーツをはじめ、各種大会やイベントなどのビジネスを拡大させていくためには、それを管理・運営するスポーツ団体が様々な取組みを行い、収益をあげていくことも必要であるが、日本のスポーツ団体の多くは、資金面や人材のリソース、組織体制に課題を抱えている。

◇ こうした団体の課題は、ドーピングやハラスメントなどのスポーツに関する不祥事の一因になっている面がある。スポーツマンシップやフェアプレーといったスポーツ・インテグリティ(高潔性)が求められる中での、スポーツビジネス成長のリスク要因ともいえる。

## <問題定義>

◇ 上記課題を踏まえた問題定義として、「どのようにすれば 2020 等を契機にしたレガシー効果を大会後も発現させ、スポーツビジネスを発展させることができるか」と設定した。

## ●解決策

### <スポーツ観戦者を維持、拡大させる>

◇ ゴールデン・スポーツイヤーズで増加するスポーツ観戦者を維持、拡大させていくことは、スポーツビジネス発展に向けた基本的な解決策として考えられる。

◇ スポーツが人々を熱狂させる根幹には、ゲーム(試合)がある。アスリートが真剣勝負をする試合がベースとしてあったうえで、スポーツ自体がもつ巻き込む力と広める力を使って、スポーツファンや住民、企業等を巻き込み、さらにメディア等を通じてスポーツの価値が広まっていく。スポーツをエンターテインメントとして観戦者を増やし、入場料収入を増加させ、スポンサー料や放映権料、グッズ販売料などを拡大させることができる。

◇ スポーツ観戦者拡大という点では、スポーツビジネス成長の大きな牽引役である OTT と呼ばれるネット配信を効果的に活用することが今後一層重要になってくるといえる。

◇ また、例えば、遠隔観戦(NTTグループ)、スマートフォンアプリを活用した試合観戦(ookami)などは、試合の見せ方を工夫するという面で有効であるといえる。

◇ また、マインドスポーツに分類される e スポーツも、新ジャンルスポーツとして、観戦者の拡大に貢献することが期待される。日本の e スポーツ市場規模は、2017 年の 5 億円程度から、2018 年には、50 億円規模にまで急拡大したといわれている<sup>16</sup>が、今後もメディアでの取り上げの拡大や、大会開催に伴うスポンサー契約、イベント収入の拡大が見込まれる。若者を引き付けるという面でも期待されるスポーツといえる。

### <拡大するインバウンドへの対応>

◇ 大会の開催を控え、近年大きな伸びを見せている外国人観光客数は 2018 年には 3000 万人を超えたと言われ、インバウンド需要は有望な市場となっている。スポーツとの関わりにおいては、外国人観光客の消費の重点がモノからコトへ変化する中で、リバーラフティング、ヒルクライムなどのアウトドアスポーツといったスポーツツーリズムや、大会を通じて空手などの日本伝統スポーツに親しんだ経験を活かし、「武道ツーリズム」の取組みを広げていくことも有効である。

### <スポーツの力で地域活性化・社会課題解決>

◇ 社会課題の解決に向けては人々の意識・行動の拡大が重要になるが、スポーツには人々の意識を引き寄せる力、広げていく力があり、それを活用することも有効である。

◇ 東京 2020 大会を節目に引退するアスリートの増加が見込まれるが、スポーツデータバンクが展開する中学校等の部活動への指導者派遣事業<sup>17</sup>は、アスリートの継続的活躍と、教員の過度な負担という社会課題解決に取り組むビジネスとなっている。

◇ 為末大氏が取締役を務める R.project では、自治体や民間が所有する未活用施設をスポーツを中心とした合宿施設として再生し、地域活性化を図る事業等を展開している。

◇ また、e スポーツについて、若者を巻き込み、地域を活性化させる効果を有するという点が注目される。e スポーツは、例えばマンションの一室に PC 等を数台持ち込めば実施ができるため、地域が多額の資金投資なくイベントができ、自分のチームも持てるという特徴がある。また、e スポーツのイベントは、プレイヤーがオンラインではなく、実際に顔を合わせて、競技することで、コミュニティを形成する効果もある。

### <スポーツ団体の自立>

◇ 上記のようなスポーツビジネスの発展のためには、それを管理・運営するスポーツ団体が、ビジネス経験を有する人材を採用し、組織のガバナンスを向上させるとともに、事業として自立する体制を構築していくことが求められる。

◇ 日本フェンシング協会では、各種目の決勝戦を 1 日に集め、700 人収容という小規模の劇場で行うというエンターテインメント空間づくりを実践している。また、そうした事業展開を支える優秀な人材を副業兼業モデル<sup>18</sup>により採用するという工夫を行っている。

◇ 日本ブラインドサッカー協会では、ブラインドサッカーを活用してチーム作り等を学ぶプログラムを小学生や企業研修を自主事業として展開している<sup>19</sup>。

## <健康・アクティブ>

### ポイント

- 超高齢化社会も見据え、全員参加型スポーツコンテンツの創造・普及とコミュニティの形成を進めるべき。
- 個人の Well-being 実現の観点からの働きかけ、イベント時のデータ取得と事後活用、地域内連携や人材育成等を継続的に実施すべき

### ●あるべき姿

- ◇ スポーツ・運動を通じた健康寿命の延伸により、皆が健康でアクティブに暮らせる社会を実現する。
- ◇ 人生 100 年時代を見据え、アクティブ・自立した生活に向けて運動の量に加え、質にも着目する。

### ●現状

- ◇ 健康とは、WHO によれば、「健康とは、病気でないとか、弱っていないということではなく、肉体的にも、精神的にも、そして社会的にも、すべてが満たされた状態にあること(日本 WHO 協会訳)」と定義される<sup>20</sup>。肉体・精神・社会性の 3 要素が挙げられている。
- ◇ WHO によれば、運動不足は高血圧、喫煙、高血糖に次ぐ第 4 位の死亡危険因子となっている<sup>21</sup>。疾患の主眼は感染症やケガ等から生活習慣病や老化等へ移行している<sup>22</sup>。
- ◇ スポーツ庁によれば、スポーツ実施率は、週 1 回以上が 51.5%、週 3 回以上が 26.2%とされており、「この 1 年間で実施した種目」はウォーキングが最も多い<sup>23</sup>。
- ◇ オリンピック競技大会を契機としたスポーツ実施率の影響については大会によっても状況が異なっており、実施率の変化については必ずしも決まった傾向は見られない。

### ●課題

- ◇ そもそも WHO の定義を鑑みると、健康という状態は総合的な Well-being (幸福)とも言うべきであり、身体機能を向上させただけでは健康状態にはならない。その意味では単純にスポーツ実施率の向上がゴールとは言いにくい。
- ◇ またスポーツの内容・レベルも留意が必要である。トップアスリートクラスに必要な身体負荷と一般人に必要な負荷は異なる。また一般に、加齢とともに体力や特に下半身機能は落ちていくため、幅広い層に実施可能な種目・コンテンツが求められる。
- ◇ わが国の場合、体育や部活動がスポーツ実施の主な場となっており、学校を卒業するとスポーツから離れてしまうことも多い。この点は生涯スポーツの場が地域のスポーツクラブとして発展している欧州等との違いがある。
- ◇ 近年、行動経済学の観点から健康改善に向けたインセンティブ研究も進められているが、食に関するもの等が多く、スポーツや運動に関しては必ずしも研究が進んでいない。また、そもそも、健康は所得など社会的格差とも関連が指摘されており、個人への動機付けのみでの解決は難しい側面もある。

☆ こうした点を鑑みると、運動の質やその精神面や社会面への影響や負荷設定、持続的な動機付け、環境整備などが課題になると考えられる。

## <問題定義>

☆ 上記課題を踏まえた問題定義として、「どのようにすれば 2020 等を契機に、全員がそれぞれのレベルに応じ、楽しみながら(内発的な)運動等の質・量を改善できるか」と設定した。

## ●解決策

### <全員参加型スポーツの創造・普及とコミュニティの形成>

☆ 全員参加型スポーツコンテンツの創造・普及とコミュニティの形成が重要と考える。全員参加型スポーツコンテンツというのは、高齢者や障がい者や子供等も参加できる参加者の間口が広いスポーツを指す。

☆ 必ずしも新しいスポーツ種目が必要という訳ではない。2021 関西 WMG 大会では、多くの種目に対して幅広い年代の大会参加が見込まれる。従来からある種目に対しても幅広い世代が参加できる場をつくることも重要である。

☆ また、コミュニティの形成が重要である。運動は一人ではなく、集団で行うことが望ましい。JAGES によれば、週一以上でスポーツ組織に参加して運動をしていると要介護になるリスクが下がるという<sup>24</sup>。欧州では地域のスポーツクラブに来て様子を眺めているだけの高齢者もいる。我が国では特に都市部で一人暮らしが増加しており、交友関係がない孤独死も課題になっている。まずは気軽に参加できる場、そしてスポーツ実施・観戦・支援など幅広い関心を受け止められる場づくりが期待される。

### <高齢者を含む幅広い参加が見込まれるスポーツ>

☆ 幅広い層の参加が見込まれるスポーツとして、近年ウォーキングサッカーが広がりを見せている。2011 年にイングランドで発祥し、2018 年には 1052 クラブまで拡大するなど、50 代以上の約 4 万人が平日・週末に楽しんでいる。日本でも以前から歩いて行うサッカーを行う人達はいたが、2016 年 4 月から日本サッカー協会がイングランドの Walking Football Association 発行のルールを参考に、各地で体験会を行うようになった。それをきっかけに 2017 年 5 月から福島県南相馬市の NPO はらまちクラブが 60 歳以上の高齢者を対象に定期開催(週 1 回)を始めた。その後、日本ウォーキング・フットボール連盟や日本ウォーキングサッカー協会が設立され、高齢者だけでなく全ての年代や障害者を対象にするなど、さらに活動が広がっている。2018 年 11 月には NPO はらまちクラブが主催する全国交流会が J ビレッジで開催され、20 代から 80 代まで多年代の人達がウォーキングサッカーを楽しんだ。

☆ ウォーキングサッカーは高齢者や障がい者、親子等も参加できる幅広い間口があり、また単なる運動ではなくチームスポーツとしての「楽しさ」があると言われる。継続性はそうした楽しさ・コミュニティから生まれてくる面があり、精神の充足も含めて健康寿命の延伸にもつながる可能性がある。

☆ ウォーキングサッカーは、競技人口やファンの多いサッカーというメジャーなスポーツのアレンジ版として生まれているため、幅広い層に訴求できる可能性がある。同じようなスポーツとしてグラウンドゴルフ等が挙げられる。なお、グラウンドゴルフ協会によれば、グラウンドゴルフ実施者はロコモティブシンドロームの予防や転倒の予防に繋がる可能性が高いとされる<sup>25</sup>。

☆ またパラリンピック競技体験を通じて、障がい者と健常者がともにスポーツを楽しみ、そこで得られる気づきを踏まえて、共生社会につなげていくということも考えられる。例えば、ボッチャやゴールボールなどは取組みやすいだろう。近年ボッチャについては健常者も参加する企業対抗戦も開催されている。

### <大会後の取組継続に向けたデータ実証の必要性>

☆ 今回東京 2020 大会に向けては数多くの障がい者スポーツの体験会が実施されているが、2020 年以降予算がつかなくなり、活動が途切れることが懸念される。レガシーの観点からは、イベントの効果・データ等をきちんと取得し、その意義づけを 2020 年以降もできるように戦略的に進めていくことが重要である。

☆ なお、2018 年に関西の 1 万人に対してスポーツ QOL 等を調査し、今後継続的に観測する動きが出てきている。さらに諸データを日常生活のデータや健保組合のデータなどと連動ができると、新たなビジネスなどに発展させられる可能性もある。

### <個人の実現したい Well-being に響く参加促進>

☆ 1964 年東京五輪の記憶もある年代層に対して、オリンピックは一定の訴求力はあると考えられる。例えばオリンピック観戦や事前イベントを契機にスポーツや運動実施に触れ合う機会を増やしていける可能性がある。

☆ なお、高齢者はアクティブなシニアとそうでないシニアがいると想定され、エンゲージが難しいのは後者である。その際、単純に運動を促すのではなく、各人の Well-being に立ち戻り、そもそもどのような生活を望んでいるか、そのためには外出や運動が実現に近づくという観点から丁寧な働きかけが期待される。加えて、先を見据えて、より若い世代のうちから訴求が必要であろう。

### <場づくり、地域内連携と地域リーダーの創出>

☆ 新しいスポーツの挑戦を応援するには、場所や指導者の問題が出てくる。場所についてはできる限り既存の施設を有効活用・改築したり、事前合宿を契機に、市民にスポーツを広げていくことも有効であろう。

☆ なお、呼び掛けに際して、行政やスポーツ団体などからの働きかけだけでは限界もある。地域包括支援センターや総合型地域スポーツクラブなどが連携するとともに、市民の中から地域リーダーを育成し、その人がエバンジェリスト(伝道師)となって輪を広げていくことが期待される。また指導者として、体育や生涯スポーツの現場における外部指導者として元アスリートを活用することも有効だろう。

## <地域活性化>

### ポイント

- 単に事前合宿等のイベント実施にとどまらず、地域課題の観点から取り組みの目的を定め、2020 等を解決の能動的な機会とすべき。
- 参加型社会の礎を築くために、中長期的観点から住民等との新たな関係づくりを進め、その後の自立的なアクションの応援を進めるべき。

### ●あるべき姿

- ◇ オリンピックを東京の一過性のイベントとして終わらせるのではなく、レガシーが地方に展開するなどの波及効果を生み出す。
- ◇ 地域課題に立脚しながら、自分たちの地域の方向性を見据え、ゴールデン・スポーツイヤーズ後にもつなげる視野と住民等参加の機会を創出しながら取り組む。

### ●現状

- ◇ 2020 に関する意識・期待等は地域によって温度差があるが、積極的な地域においては、事前合宿の誘致、東京 2020 参画プログラム、ホスタウン事業や Beyond プログラムなどが進められている。
  - 今回の地方自治体アンケート調査結果によれば、事前合宿を予定している地域は 129 である
  - ホスタウン登録地方自治体は 2019 年 3 月現在 310 件である<sup>26</sup>。beyond2020 プログラムは幅広いエンゲージを進めており、2018 年 12 月以降、自己ベストを目指す個人の人々の取組を支援する事業・活動の認証を行う「beyond2020 マイベストプログラム」も展開している。

### ●課題

- ◇ イベント単体や事前合宿単体で終了し、点としての取組みや一過性になる恐れがある。なお、2012 年ロンドン大会における事前合宿に関する分析として、事前合宿単体の消費効果は 1 チームあたり約 4 万ポンドと必ずしも高くないことが指摘されている<sup>27</sup>。
- ◇ 今回実施した自治体アンケート調査によれば、オリンピック関連や事前合宿等に取り組んでいる地域では、財源・リソースの確保、関係者の意識づけ・体制づくり、ノウハウ不足、言語・コミュニケーション、アンブッシュのルール等が実施上の困難として挙げられており、活動に取り組んでいない地域では、財源・人員等のリソース確保、アイデア不足、宿泊施設の不足といった課題が挙げられている。
- ◇ なお、2019 年に被災地自治体向けに実施された河北新報のアンケート調査によれば、62% (26 人) の首長が今も復興五輪の理念が明確ではないと認識している<sup>28</sup>。
- ◇ こうした状況について、オリンピックの仕組みそのものの制約・課題や被災地で対応できる限界等もあると考えられるが、自分たちの地域課題に引き付け、その解決を目的とする観点から機会を能動的に生み出していくというスタンスで臨むことで、リソースや継続性確保に向けた解決の方向性が見えてくるのではないかと考えられる。

## <問題定義>

- ◇ 上記課題を踏まえた問題定義として、「どのようにすれば 2020 等を契機に能動的・創造的・継続的なアクションを創発できるか」と設定した。

## ●解決策

### <地域課題に引き付けた目的・意義付け>

- ◇ まず、活動に際して自分たちの課題や達成したいこと(地域課題)に引き付けて、戦略的な対応をしていくことが重要である(目的の再構成)。例えば、スポーツ関連の活動であれば地域として合宿を振興していく、特定のスポーツの聖地を目指す、地域の食や文化を PR するといった切り口などが考えられる。

### <住民参加・相互交流の推進>

- ◇ その上で、住民を始めとした幅広いステイクホルダーを巻き込み、個人や組織それぞれにとっての意味付けと相互関係性を生み出す場の創出することが期待される。例えば、応援文化の形成や(スポーツ以外も含めた)ボランティアの育成のほか、草の根交流としてホームステイや子供たちの(受け入れだけでなく)相互の交流活動等が挙げられる。
- ◇ こうした住民等へのエンゲージメント活動は、今後の人口減少社会を見据え、参加型社会を生み出すことにもつながる。現在組織を離れ個人の意思で活動するボランティアやクラウドファンディングのプラットフォームができつつあり、今後スポーツの発展や社会課題解決に向けた応援の文化を醸成していくことが期待される。

### <自立化のデザイン>

- ◇ 住民等のアクションを創発する際には、最初の段階から自立化とその応援を設計しておくことが重要である。例えば、ワークショップを実施する際に、設計段階から事後的な自立活動の促進を意識した形にしたり、最初は行政主導で開始しても途中から市民のイニシアティブに切り替えるといった方法などが挙げられる。

### <進め方の工夫等>

- ◇ 進め方に関しての工夫として、全庁横断的な推進として定期的な事業の見直し・調整や施策の重点化・リソースのシフト、横連携の促進などが挙げられる。また財源づくりとして、基金の設置や寄付金、施設の民間企業への貸付、企業からの協賛金、企業版ふるさと納税の活用といった工夫がみられる。
- ◇ なお上記の考え方を理論づけるものとしては、MIT ダニエル・キム教授の提唱する「成功循環モデル」が挙げられる。これは、結果を出すためには関係の質を形成し、思考の質、行動の質を高めていくというものである。レガシーについても同様であろう。
- ◇ 長野県軽井沢町では、長野オリンピックの後にカーリングの聖地を目指した活動を展開し、20 年かけて平昌五輪への代表選手の輩出、大会の開催、地域での普及を続け、花開いた。こうしたレガシーが多くの地域で花開くことが期待される。

図表 19 事前合宿等の有効活用事例

大分類	中分類	事例
戦略的な地域振興	合宿地としての振興	<ul style="list-style-type: none"> <li>・長野県上田市(イタリアのラグビーチームの合宿を誘致し、PR)</li> <li>・北海道士別市(ステップアッププランを策定し、合宿の聖地を目指す)</li> </ul>
	スポーツの聖地	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新潟県柏崎市(水球のまちとしての聖地づくり)</li> <li>・静岡県御殿場市(空手のまちづくりを推進、イタリアの合宿受け入れ等)</li> <li>・大阪府東大阪市(マスターズ花園というレガシーイベントを2022年から始動予定)</li> </ul>
	食や文化のPR	<ul style="list-style-type: none"> <li>・三重県(農林水産物のマーケティング戦略を展開)</li> <li>・新潟県長岡市(縄文文化の発信に向けて全国組織を設立、PR)</li> </ul>
住民等の参加機会の創出	応援文化の形成	<ul style="list-style-type: none"> <li>・神奈川県藤沢市(市民応援団事業として会員登録と関連情報の発信)</li> </ul>
	ボランティアの育成	<ul style="list-style-type: none"> <li>・愛知県豊田市(ラグビーのボランティアを募集、ラグビー以外にも積極的に参加できる体制を整備)</li> </ul>
	行政主導から市民主導への切り替え	<ul style="list-style-type: none"> <li>・東京都府中市(ラグビーに関する市民コミュニティを創出し、市民主導の形で発展中)</li> </ul>
相互交流機会の創出	ホームステイ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・埼玉県(オリンピック出場選手の家族等を対象としたホームステイ事業)</li> <li>・静岡県袋井市(ラグビー観戦客を対象としたホームステイ)</li> </ul>
	子供たちの相互交流	<ul style="list-style-type: none"> <li>・千葉県山武市(事前合宿相手のスリランカの子供たちとの相互派遣交流)</li> </ul>
進め方の工夫	全庁横断的工夫	<ul style="list-style-type: none"> <li>・東京都千代田区(定期的な事業進捗・調整の実施)</li> <li>・兵庫県明石市(継続的な理念周知、施策の重点化とリソースシフト)</li> </ul>
	財源づくり	<ul style="list-style-type: none"> <li>・千葉県山武市(記念基金の設置)</li> <li>・山形県村山市(事前キャンプ活動に独自に企業パートナー・協賛金を収集)</li> <li>・長野県長野市(企業版ふるさと納税等の活用)</li> </ul>

出典:レガシー共創協議会「ゴールデン・スポーツイヤーズのレガシーに関する地方自治体アンケート調査結果」、ヒアリング等より三菱総合研究所作成

## 6. 検討経過・体制

---

### (1) WGの検討経過

ポスト2020WGは、2018年度に発足し、2019年3月までに4回の会合を行った。WG参加団体及び各回の概要は以下の通りである。

#### <WG開催概要>

回数	開催日	主な議事
第1回	2018年 8月27日	・講演 三菱総合研究所 政策経済研究センター 森重 彰浩 ・事務局から話題(議論の敲き台)提供(検討の全体像(目指すところ)、各分野のあるべき姿・現状等<案>) ・ディスカッション(各分野のあるべき姿、課題)
第2回	2018年 10月30日	・全体および分野別の敲き台案 ・各分野の議論(方針・事例・有識者の確定) ・自治体アンケート案
第3回	2018年 12月26日	・ヒアリング結果報告 ・アンケート結果報告 ・今後の進め方
第4回	2019年 2月15日	・レガシー提言案 ・私の考えるレガシー

## (2) インタビュー実施対象

- ◇ 本提言の検討を進める上では、以下の有識者・団体にインタビューを実施した。
- ◇ スポーツ関係について、フェンシング協会会長の太田氏からは2020年以降を見据えた協会の取組等、元アスリートの為末氏からはスポーツビジネスやレガシーのあり方、eスポーツコミュニケーションズ合同会社代表の笈氏からはeスポーツの可能性、日本サッカー協会の松田氏からはウォーキングサッカー等を中心にお話を伺った。
- ◇ 学識有識者について、神戸大学の長ヶ原教授にはマスターズ大会関連、帝京大学福田教授には健康分野における行動経済学アプローチ、追手門学院大学の上林准教授にはスポーツ施設の都市化に関するお話を伺った。
- ◇ 民間事業者について、山崎氏には参加型社会や地域デザイン、(株)クラブビジネスジャパンの古屋社長には健康・フィットネス産業、スポーツデータバンク(株)の石塚氏には中学校等の部活動への指導者派遣等を中心にお話を伺った。
- ◇ 行政について、内閣官房にはホストタウンや beyond2020 プログラム、府中市には2019ラグビーW杯やレガシーに向けた取組み等を中心にお話を伺った。
- ◇ いずれも貴重なご示唆・触発を頂き、提言作成を進めた。なお、提言取りまとめの責任は事務局にあることに留意されたい。

### ■スポーツ関係

- 日本フェンシング協会 会長 太田雄貴氏
- Deportare Partners 代表 為末大氏
- eスポーツコミュニケーションズ合同会社代表 笈誠一郎氏
- 日本サッカー協会技術部副部長兼グラスルーツ推進グループ長 松田薫二氏

### ■学識経験者

- 神戸大学大学院・人間発達環境学研究科教授 長ヶ原誠氏
- 帝京大学大学院 公衆衛生学研究科教授 福田吉治氏
- 追手門学院大学 社会学部准教授 上林功氏

### ■民間事業者

- studio-L 代表 山崎亮氏
- (株)クラブビジネスジャパン 代表取締役社長 古屋武範氏
- スポーツデータバンク(株) 取締役 石塚大輔氏

### ■行政組織

- 内閣官房東京オリンピック・パラリンピック推進本部事務局
- 府中市政策総務部政策課

### (3) 検討体制

- ◇ 2019年3月現在、レガシー共創協議会には会員(民間企業等)、オブザーバ(公的団体等)合わせて196の企業・団体が加入している。その一覧は次頁の通りである。
- ◇ なお、今回の提言作成については、会員の中から「ポスト 2020WG(ワーキンググループ)」の組成を行った。参加企業・団体は以下の通りである。
- ◇ 各企業・団体は検討プロセスに参加したものであり、本提言は事務局が集約・整理したものである。本提言の内容は、各企業・団体の公式見解ではなく、取りまとめの責任は事務局にあることに留意されたい。

#### <ポスト 2020WG 参加企業・団体(五十音順)>

- ・ 愛知県
- ・ 株式会社 ADK マーケティング・ソリューションズ
- ・ 株式会社伊藤園
- ・ KNT-CT ホールディングス株式会社
- ・ 公益財団法人笹川スポーツ財団
- ・ 株式会社セレスポ
- ・ 大日本印刷株式会社
- ・ 株式会社東芝
- ・ 一般社団法人日本健康倶楽部
- ・ 日本コンベンションサービス株式会社
- ・ 株式会社パソナ

<レガシー共創協議会 会員・オブザーバー一覧> 全 196 組織 (会員 94、オブザーバ 102)

No.	企業・団体名	属性	No.	企業・団体名	属性
1	株式会社アイ・ティ・ワン	会員	51	TSP太陽株式会社	会員
2	あいおいニッセイ同和損害保険株式会社	会員	52	東亜道路工業株式会社	会員
3	株式会社アイネス	会員	53	東急不動産ホールディングス株式会社	会員
4	株式会社ADKマーケティング・ソリューションズ	会員	54	株式会社東京ドームスポーツ	会員
5	株式会社朝日新聞社	会員	55	東京美装興業株式会社	会員
6	株式会社安藤・間	会員	56	株式会社東芝	会員
7	株式会社伊藤園	会員	57	凸版印刷株式会社	会員
8	株式会社イトーキ	会員	58	株式会社豊田自動織機	会員
9	井本建設株式会社	会員	59	トヨタファイナンス株式会社	会員
10	株式会社イルカ	会員	60	西松建設株式会社	会員
11	EYアドバイザー・アンド・コンサルティング株式会社	会員	61	日本アイ・ビー・エム株式会社	会員
12	株式会社エスエスケイ	会員	62	日本応用老年学会有限責任事業組合	会員
13	株式会社NHKグローバルメディアサービス	会員	63	株式会社日本ケアコミュニケーションズ	会員
14	株式会社エムオーテック	会員	64	一般社団法人日本健康倶楽部	会員
15	株式会社大林組	会員	65	日本コンベンションサービス株式会社	会員
16	小田急電鉄株式会社	会員	66	日本電気株式会社 中央研究所	会員
17	鹿島建設株式会社	会員	67	一般社団法人日本能率協会	会員
18	株式会社カナデン	会員	68	日本ヒルティ株式会社	会員
19	株式会社カナモト	会員	69	株式会社ニュース・サービス・センター	会員
20	関西電力株式会社	会員	70	野原産業株式会社	会員
21	株式会社九電工	会員	71	株式会社博報堂	会員
22	株式会社協栄	会員	72	パシフィックコンサルタンツ株式会社	会員
23	共同印刷株式会社	会員	73	株式会社バスポート	会員
24	株式会社協和日成	会員	74	株式会社パソナ	会員
25	株式会社熊谷組	会員	75	パナソニック株式会社	会員
26	KNT-CTホールディングス株式会社	会員	76	株式会社日比谷花壇	会員
27	コーレンティア株式会社	会員	77	フイック モリス ジャパン合同会社	会員
28	株式会社ゴルフダイジェスト・オンライン	会員	78	株式会社フジクラ	会員
29	株式会社コングレ	会員	79	富士ゼロックスシステムサービス株式会社	会員
30	医療法人社団紺整会	会員	80	株式会社ポディチューン・パートナーズ	会員
31	株式会社産業経済新聞社	会員	81	株式会社マイスター60	会員
32	株式会社CF-Station	会員	82	美津濃株式会社	会員
33	株式会社ジェイティービー	会員	83	株式会社三井物産戦略研究所	会員
34	株式会社JTBコミュニケーションズ	会員	84	三井不動産レジデンシャル株式会社	会員
35	一般財団法人自治体国際化協会	会員	85	三菱地所株式会社	会員
36	株式会社常陽産業研究所	会員	86	三菱総研DCS株式会社	会員
37	シンジエンタ ジャパン株式会社	会員	87	株式会社三菱総合研究所	会員
38	住友電気工業株式会社	会員	88	三菱電機株式会社	会員
39	住友林業緑化株式会社	会員	89	株式会社Minoriソリューションズ	会員
40	株式会社セレスポ	会員	90	株式会社ヤクルト本社	会員
41	株式会社ゼンリンデータコム	会員	91	株式会社ヤマハミュージックジャパン	会員
42	総合警備保障株式会社	会員	92	株式会社読売新聞東京本社	会員
43	ソニービジネスソリューション株式会社	会員	93	株式会社ルネサンス	会員
44	損害保険ジャパン日本興亜株式会社	会員	94	ワタミファーム&エナジー株式会社	会員
45	大成建設株式会社	会員	95	経済産業省	オブザーバー (省庁)
46	大日本印刷株式会社	会員	96	国土交通省	オブザーバー (省庁)
47	大和リース株式会社	会員	97	総務省	オブザーバー (省庁)
48	高砂熱学工業株式会社	会員	98	法務省	オブザーバー (省庁)
49	株式会社竹中工務店	会員	99	文部科学省	オブザーバー (省庁)
50	株式会社地球快適化インスティテュート	会員	100	全国知事会	オブザーバー (自治体)

No.	企業・団体名	属性	No.	企業・団体名	属性
101	愛知県	オブザーバー（自治体）	151	横浜市	オブザーバー（自治体）
102	青森県	オブザーバー（自治体）	152	四日市市	オブザーバー（自治体）
103	足立区	オブザーバー（自治体）	153	和歌山県	オブザーバー（自治体）
104	厚木市	オブザーバー（自治体）	154	筑波大学	オブザーバー（大学）
105	石岡市	オブザーバー（自治体）	155	東京大学	オブザーバー（大学）
106	石川県	オブザーバー（自治体）	156	東洋大学	オブザーバー（大学）
107	茨城県	オブザーバー（自治体）	157	立教大学 立教セカンドステージ大学	オブザーバー（大学）
108	大阪市	オブザーバー（自治体）	158	流通経済大学	オブザーバー（大学）
109	大阪府	オブザーバー（自治体）	159	一般社団法人アスリートネットワーク	オブザーバー（スポーツ関連）
110	香川県	オブザーバー（自治体）	160	公益財団法人健康・体力づくり事業財団	オブザーバー（スポーツ関連）
111	鹿児島県	オブザーバー（自治体）	161	公益財団法人笹川スポーツ財団	オブザーバー（スポーツ関連）
112	鹿児島市	オブザーバー（自治体）	162	公益社団法人スポーツ健康産業団体連合会 事務局	オブザーバー（スポーツ関連）
113	川越市	オブザーバー（自治体）	163	千代田区サッカー協会	オブザーバー（スポーツ関連）
114	川崎市	オブザーバー（自治体）	164	一般社団法人日本アスリート会議	オブザーバー（スポーツ関連）
115	京都府	オブザーバー（自治体）	165	公益財団法人日本スポーツ協会	オブザーバー（スポーツ関連）
116	岐阜県	オブザーバー（自治体）	166	一般社団法人日本パラリンピアンズ協会	オブザーバー（スポーツ関連）
117	熊本県	オブザーバー（自治体）	167	日本パラリンピック委員会	オブザーバー（スポーツ関連）
118	神戸市	オブザーバー（自治体）	168	特定非営利活動法人日本ビッチ文化振興協会	オブザーバー（スポーツ関連）
119	埼玉県	オブザーバー（自治体）	169	公益財団法人日本陸上競技連盟	オブザーバー（スポーツ関連）
120	相模原市	オブザーバー（自治体）	170	特定非営利活動法人MIPスポーツプロジェクト	オブザーバー（スポーツ関連）
121	滋賀県	オブザーバー（自治体）	171	一般社団法人UNITED SPORTS FOUNDATION	オブザーバー（スポーツ関連）
122	静岡市	オブザーバー（自治体）	172	公益財団法人ラグビーワールドカップ2019組織委員会	オブザーバー（スポーツ関連）
123	杉並区	オブザーバー（自治体）	173	公益財団法人ワールドマスターズゲームズ2021関西組織委員会	オブザーバー（スポーツ関連）
124	墨田区	オブザーバー（自治体）	174	2020東京オリンピック・パラリンピックキャンプ地等富士北麓誘致連絡会議	オブザーバー（その他）
125	仙台市	オブザーバー（自治体）	175	The Leisure Database Company	オブザーバー（その他）
126	立川市	オブザーバー（自治体）	176	特定非営利活動法人海ロマン21	オブザーバー（その他）
127	千葉市	オブザーバー（自治体）	177	オーストラリア大使館	オブザーバー（その他）
128	つくば市	オブザーバー（自治体）	178	株式会社海外需要開拓支援機構	オブザーバー（その他）
129	東京都	オブザーバー（自治体）	179	経済人コーポラ会議日本委員会	オブザーバー（その他）
130	当別町	オブザーバー（自治体）	180	一般社団法人食農共創プロデューサーズ	オブザーバー（その他）
131	鳥取県	オブザーバー（自治体）	181	特定非営利活動法人 スポーツコミュニティ軽井沢クラブ	オブザーバー（その他）
132	豊田市	オブザーバー（自治体）	182	Sport For Smile	オブザーバー（その他）
133	豊橋市	オブザーバー（自治体）	183	一般財団法人長寿社会開発センター	オブザーバー（その他）
134	長崎県	オブザーバー（自治体）	184	公益財団法人東芝国際交流財団	オブザーバー（その他）
135	長野県	オブザーバー（自治体）	185	学校法人新潟総合学院 FSGカレッジリーグ国際部	オブザーバー（その他）
136	奈良県	オブザーバー（自治体）	186	一般社団法人日本経済団体連合会	オブザーバー（その他）
137	新潟市	オブザーバー（自治体）	187	公益財団法人日本財団	オブザーバー（その他）
138	浜松市	オブザーバー（自治体）	188	株式会社日本政策投資銀行	オブザーバー（その他）
139	日野市	オブザーバー（自治体）	189	日本政府観光局	オブザーバー（その他）
140	藤沢市	オブザーバー（自治体）	190	NPO法人 日本ホスピタリティ推進協会	オブザーバー（その他）
141	府中市	オブザーバー（自治体）	191	公益財団法人日本レクリエーション協会	オブザーバー（その他）
142	文京区	オブザーバー（自治体）	192	一般財団法人ニューメディア開発協会	オブザーバー（その他）
143	前橋スポーツコミッション	オブザーバー（自治体）	193	NPO法人はらまちクラブ	オブザーバー（その他）
144	町田市	オブザーバー（自治体）	194	一般社団法人福島復興ソーラー・アグリ体験交流の会	オブザーバー（その他）
145	松戸市	オブザーバー（自治体）	195	米国医療機器・IVD工業会	オブザーバー（その他）
146	三重県	オブザーバー（自治体）	196	公益社団法人マナーキッズプロジェクト	オブザーバー（その他）
147	港区	オブザーバー（自治体）			
148	目黒区	オブザーバー（自治体）			
149	山形県	オブザーバー（自治体）			
150	山梨県	オブザーバー（自治体）			

## Part 2 レガシー創出に向けたメッセージ

- ◇ 本 Part では、レガシー創出に向けた様々なメッセージを掲載する。レガシーは多面的な概念であり、その創出に向けては多様な観点が必要であると考えためである。そのため、外部の専門的知見を有する有識者 4 名および共に提言検討を進めた各ポスト 2020WG メンバーからメッセージを頂いた。

### <外部有識者>

- ◇ 最初に、上林氏は建築をバックグラウンドとするスポーツ施設に関する専門家で過去には「広島市民球場 (Mazda Zoom-Zoom スタジアム広島)」等を手掛けている。今回、施設をポジティブレガシー化に向けて「スポーツ施設の都市化」という観点からメッセージを頂いた。
- ◇ 次に、為末氏は元アスリート(陸上競技 400m ハードル日本記録保持者)であり、現在は Deportare Parters 代表として、Sports×Technology に関する事業のインキュベーションを進めている。レガシー創出に向けては、わが国が「日本のセカンドキャリア」として過去からの脱却する必要性と世界への視点として少子高齢化対応が必要というメッセージを頂いた。
- ◇ 次に、長ヶ原氏は、スポーツ・健康に関する専門家で、関西 WMG2021 のレガシー委員会委員長を務めている。今回、オリンピックと WMG の連続性を踏まえ、WMG によるスポーツレガシーの事例と成熟したスポーツレガシーの可能性に関するメッセージを頂いた。
- ◇ 最後に、山崎氏は、住民参加やワークショップなど地域デザインに関する専門家であり、東京 2020 大会組織委員会レガシー委員会の委員も務めている。今回、少子高齢化を踏まえた「縮充」社会に向けて、2020 年が様々な分野での参加が進むきっかけになることへの期待をメッセージとして頂いた。

### <WG メンバー>

- ◇ ポスト 2020WG に参加した各参加メンバーから、それぞれ重要と考えるレガシー創出に向けた多彩なメッセージを掲載した。

## 1. 外部有識者

追手門学院大学 社会学部准教授

上林 功

### スタジアム・アリーナからはじまる共創都市

スタジアム・アリーナなど大規模スポーツ施設の整備において、これまでの施設は街から切り離されたスタンドアロンな存在になっていた。これからは、施設周辺のオープンスペースや動線を組み込み、地域とのシームレスなつながりをもつハード・ソフトの両面において、共創的な「スポーツ施設の都市化」が必要となる。日本ハムの新球場の整備や、横浜市の関内駅前エリアでの横浜スタジアムの周辺開発は先進的事例となるだろう。

「スポーツ施設の都市化」において施設運営の在り方は変化する。官民連携によるエリアマネジメントなどのスキームが重要となってくる。従来の地方自治体など行政関係者やその関連団体だけでなく、担い手そのものについて、地域プロスポーツクラブなどホームチームが運営に関与することが基本となる。スポーツ施設運用に係わるオーセンティシティを如何に官民連携で構築できるかがポイントとなる。

「スポーツ施設の都市化」は都市再開発事業に従来のマンション開発などに加え、新たなコンセプトを与え、地域の健康や活力の付与を具体化する。地域のアセットとなる人材や環境などを踏まえた多様な関係者・分野による共同利用を基本構想に盛り込むことが重要となる。これまで過剰なスペックとされてきた可動屋根や可動席、可動間仕切りなどの機能やIoT/IcT化などについても、地域利用者を想定することで最適化が図られ、稼働率の高い都市環境と一体となった施設につながる。

## 日本のセカンドキャリア

レガシーというどうしても作ることをイメージするが、2度目の五輪を迎える日本にとって最も重要なのは過去のレガシーから脱却することだと考えている。1964年は日本が戦後復興し、世界の中心に躍り出る夜明け前のタイミングだった。一方で、現在はテクノロジーにより世界が凄まじい勢いで変化し、相対的な世界での立ち位置も変わった。高齢化も進んでいる。その中で、ルールや仕組み、そしてマインドが変わりきれないで見える。

もう一つ重要なのは、日本が行う五輪は世界にとってどんな意味があるのかということだ。世界にとっても必要なレガシーという視点で考えると、例えば五輪を行うような大規模な都市は、どこも遅かれ早かれ少子高齢化を迎える。世界がいずれ高齢化に対応しなければならぬとして、東京が五輪で都市を変えるきっかけを作るということはあり得るだろう。五輪で東京を変え、東京で五輪を変えることも可能だ。

幸いなことに現在では社会を変えようとたくさんのNPOやスタートアップが生まれてきた。高齢化社会に対応して新しいコミュニティや街のありようの萌芽も見られる。私は、日本自体が新しい形に適応する上で阻害要因となっているルールや古い慣習を壊すことが最も重要なレガシーになると考えている。それはアスリートが次のキャリアに進み、違う形で自分の能力を発揮し社会の中に立ち位置を見つけていくことに似ている。前のやり方とは違うが、新しいやり方で日本が世界に存在感を示し、それによって自信を得ることができるとすればそれが何よりのレガシーではないだろうか。

ゴールデン・スポーツイヤーズを通じたスポーツレガシー

2024年の五輪大会以降、同国・同都市を原則として、ワールドマスターズゲームズ(WMG)が五輪大会の翌年に開催されていくことが確定し、日本の連続開催によるスポーツレガシーへの注目度が高まっている。

2021年 WMG は、2020年までに開催される国際スポーツ大会への「観る」「応援する」スポーツの関心を、個人自らが国際大会で「する」スポーツに繋げていくレガシーイベントの役割を持つ。また過去の WMG は、スポーツ実施、組織化、ボランティア、観戦、消費等の個人のスポーツ参画と共に、地域スポーツ推進事業の活性化を含めたスポーツレガシー創出効果が報告されており、開催地のそれらの成果をレガシーイベントとして継続させ、開催効果の長期的持続に成功した事例も見られる。

わが国では2019年から計91箇所にあつたホストシティが存在しており、中でも2019RWCと2021WMGのラグビー開催地となる東大阪市は、高校ラグビー部が同窓会チームを結成し、再び聖地花園を目指す「マスターズ花園」というレガシーイベントを2022年から始動する準備を開始した。他のホストシティでも、開催種目を中核に成熟した生涯スポーツ文化拠点を目指す可能性も考えられる。

史上最高齢化率での国際スポーツ大会の連続開催と、開催後も高齢化が進展していく中で、個人と地域の両方におけるアクティブエイジング(活動的高齢化)を視野に入れながら、成熟したスポーツレガシーの可能性を、ゴールデン・スポーツイヤーズの成果として次世代に継承していくことが期待される。

## 縮充社会の実現に向けて

「参加することに意義がある」のはオリンピックやパラリンピックの大会だけでなく、大会終了後の地域づくりにとっても重要なことである。もちろん、選手だけでなく地域住民にとっても大切な考え方だ。

人口は減少するが、地域づくりに参加する人は増える社会。縮みながら充実していく「縮充社会」を実現させるためには、さまざまな社会参加の機会が必要となる。また、参加した人たち同士が良質な関係性を構築できるような事業が重要になる。人々がつながり、協力し、ともに幸せな人生や地域をつくりあげていくこと。次世代を担う若者たちが、自分たちで地域をつくっていくのが当たり前だと考えるようになること。そんな社会に向けて、さまざまな「参加の手法」が開発され、広がることを期待する。

公共施設は利用者参加型で設計されるべきである。教育も生徒参加型になるべきだし、医療も患者参加型になるべきだろう。地域福祉や環境保全も住民参加型で進めるべきだろう。

人口が増え、税収が増え、地域の課題はなんでも役所が解決してくれた時代から、人口が減り、税収も減り、地域の課題は地域の人たちが楽しみながら解決する時代へ。2020年がその契機になることを願う。

## 2. WGメンバー

一般社団法人日本健康倶楽部	市川 亨
「スポーツを文化として捉える、インテグリティって？」	
<p>2019年からのゴールデン・スポーツイヤーズに広く世界中から直接日本を訪れる人々、そして報道、媒体を通じて応援や観戦を楽しむ人々は数多に上るだろうと想像した時、学生時代によく聞いた小泉信三の「スポーツにおける3つの宝」を思い出した。</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・第一の宝 「不可能を可能にする練磨」</li><li>・第二の宝 「フェアプレーの精神」(正しく戦え、卑怯はするな、無礼はするな)</li><li>・第三の宝 「生涯の友を得る」</li></ul> <p>昨今「コンプライアンス」「ガバナンス」「インテグリティ」「SDGs」「多様性」など、流行り言葉のように蔓延する時代だが、「3つの宝」を軽く読み替えてみた。</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・第一の宝「不可能を可能にする不断のイノベーション」</li><li>・第二の宝「コンプライアンス、ガバナンス、インテグリティを重視した経営」</li><li>・第三の宝「世界中の信頼のおけるアライアンス、パートナーシップなど」</li></ul> <p>文化とは長い年月を経て培っていくものだが、私にとってのレガシーは、「温故知新」なのかもしれない。</p>	

株式会社 ADK マーケティング・ソリューションズ	稲葉 光亮
「スポーツ＝幸福」の意識醸成	
<p>ゴールデン・スポーツイヤーズの3年を経て「スポーツをする人は幸福である」という意識が国民に強く残ればよいと思う。当社「ADK生活者総合調査2018」で測定している様々な趣味・スポーツの項目で「(何らかの)スポーツを日常的にしている人」とそうでない人に分け、その幸福度を比べると明らかに「スポーツをしている人」の幸福度が高い。これは年齢に関係なく同傾向である。今更驚くことでもないが、「スポーツをしている人」の割合は10代の若者に次いで60歳代、70歳代のシニア層に多い。今のシニア層は55年前の東京オリ・パラを若くして迎えた。そこで得た心身の元気と活力で、昭和から平成に至る激動の時代に幸せを求め努力し活躍してきたことと無関係ではないと思う。従って次の新時代は、特に2020東京オリ・パラを実体験する現役世代が、スポーツから得られる幸福感に対して食欲になり、日常生活の中にスポーツを採り入れ幸せを獲得・維持して行ってもらいたい。</p>	

日本コンベンションサービス株式会社	宇山 浩司
新たな地域コミュニティのあり方を見直す機会として期待する	
<p>グローバルに関心の高いスポーツイベントをホスト国としてどう受け入れ有意義に開催してゆくのか、またその意義を将来にどう繋げてゆくのか、その命題は極めて重要である。</p> <p>個別のイベント成果に留まらず、このイベントを取り巻くグランドデザインやビジョンを関係者だけでなく開催地域の人々が参画者のひとりとして共有してゆくことが求められるべきだろう。さらに参画することを通じてそれぞれの地域特性を情報コンテンツとして様々な領域に発信する機会にもなることと確信している。</p> <p>こうした情報発信は地域と中央や日本とグローバルの間ばかりでなく世代を超えたコミュニケーションへの拡がりにも繋がり、地域での人材育成の視点はもちろんのこと独自の価値創造にも発展する可能性を持つ。</p> <p>成熟期を迎えている現社会において、これまでの成長神話とは異なる新しい社会的価値や誰もが住みやすいコミュニティの在り方についての議論を生むきっかけとなるだけでなく、解決に向けた提言や合意に進展することを期待している。</p>	

愛知県	大町 望
ゴールデン・スポーツイヤーズ後のレガシーに向けて	
<p>愛知県では、名古屋市と共催で2026年に第20回アジア競技大会を開催します。アジア競技大会は、オリンピックに次ぐ参加選手数を誇るアジア地域最大の総合スポーツイベントであります。</p> <p>本大会においても、大会を活用してレガシーの創出を図ることが重要であると考え、大会を契機とした本県における地域活性化の方針を取りまとめた、「アジア競技大会を活用した地域活性化ビジョン」を策定しております。</p> <p>2026年のアジア競技大会は、2020年の東京オリンピック・パラリンピックなどの開催によるスポーツへの関心の高まりを引き継ぐとともに、ゴールデン・スポーツイヤーズでのレガシーを一過性に終わらせることなく、さらに発展させていく機会となり得ると考えます。</p> <p>「アジア競技大会を活用した地域活性化ビジョン」の下、2026年のアジア競技大会でも、ゴールデン・スポーツイヤーズでの取組も参考にしながら、多くのレガシーが創出され、地域の活性化が促進されるよう、取り組んでいきます。</p>	

株式会社パソナ

大村 万夢里

遺す為のレガシーではなく、活かす為のレガシーを

レガシーの議論において、遺す事を前提に話が進められていると感じる。すなわち、後付けで理由や理屈をひねり出しているのではないか。

そうではなく、本質的には、遺したレガシーによって何を為すべきか、またどのように活かせるのかという視点で考えるべきである。

では、活かす為のレガシーとは何か。それは、開催国だけではなく、全世界・人類共通の資産として位置付けられるべきものである。今までは、テクノロジー等のハード面・技術面が注目されており、分かりやすいものであった。人類の進歩の象徴とも言えるものであった。

これからは、人間の内面、すなわちソフト面に目を向け、それが今後の人類の発展にどのように活かし得るのかという視点を持つべきではないだろうか。

「遺す為のレガシーではなく、活かす為のレガシーを」、今こそ考えていきたい。

株式会社セレスポ

越川 延明

スポーツを超えていこう

従来、イベントは社会実験機能としての意味合いも強く、新しい社会の姿を提示することを期待されてきました。ゴールデン・スポーツイヤーズが決まる前と後の変化の1つに、スポーツイベントが社会課題と密接に語られるようになり、社会にどれだけの影響を与えられるかに関心が集まったことがあります。課題に取り組むためにコラボレーションがあちこちで巻き起こり、既存の立場などを超え、課題を起点にした共創が日常的になったことも大きな変化のように感じています。

奇しくも国際社会が一致団結してSDGsの目標に向かい始めたこの時期に、ゴールデン・スポーツイヤーズがあり、それ以降も多くの国際スポーツイベントの日本開催が続きます。私達は、これまでの取り組みによりレガシー共創のプロセスの質を高めることができました。「ポスト2020」はこの成果を土台として、スポーツの力をスポーツ界を超えて社会にアプローチしていくものとして活用し、持続可能な社会をつくっていきましょう。

株式会社伊藤園

鷹野 昇

この国と企業の持続可能な成長のために

この国が持続可能な成長を続け、素晴らしい未来を迎えるために、ポスト2020年後に予想される経済の停滞を乗り越えることは必須である。この課題に焦点を、負のレガシーを残さないための施策を検討する機会をえることが出来たことにまずは感謝したい。

前回の東京オリンピックの後に起こった大不況の波は、若かった日本が、総力で乗り越えることが出来た。しかしながら、今の日本は若くない。どうしたら、乗り越えられるか？今回は、WSのメンバーの方々と共に、日本有数のシンクタンクの情報で状況を分析し、対策を共に考える貴重な機会を得た。

当社は、お客様第一主義という経営理念のもと、全国に200近い拠点をもち営業活動を行っている。それゆえ、地方での活性化が重要である。各地で、稼ぐ力の創出・ライフスタイルの変革・学びに場を創出し、地域を巻き込んでの企業活動がポイントとなる。本提言を会社にフィードバックし、日本の継続した発展という社会課題の解決に向けて、一層の成果が出せるよう活動を行っていく。

KNT-CTホールディングス株式会社

平沼 潤一

スポーツを生きがいとしよう

スポーツ庁が唱えるスポーツ(する・みる・ささえる)のうち、する・みるはこれまでも実施されてきているが、ゴールデン・スポーツイヤーズを契機にささえるスポーツを残しましょう。DEPORTARE スポーツの語源は気晴らし、楽しむ、遊ぶの意味です。する・みるは好きだから実施することが多いと思いますが、ささえるスポーツは主にスポーツに関するボランティア「大会やイベントの運営や世話」「運動・スポーツの指導」「スポーツクラブ・団体の運営や世話」など。ボランティア参加の動機としては「好きなスポーツの普及・支援」「地域での居場所・役割・生きがい」「出会い・交流の場」です。スポーツを支えることでスポーツを身近に感じ「生きがい」や「やりがい」が感じられる社会を醸成し、高齢化が進む社会に入り肉体的・精神的・社会的に良好な状態が維持発展できる社会のためにささえるスポーツをレガシーとしましょう。

大日本印刷株式会社

武藤 英樹

### スポーツの概念をアップデートしよう

ゴールデン・スポーツイヤーズを契機にスポーツ業界が盛り上がっていく中で、eスポーツなどの新しいジャンルも活況となっています。また、AR・VRなどの新しいテクノロジーによって、VR空間に居ながら現実世界でも実際に動き回るなど、これまでスポーツを苦手としていた人も新しい体験をする時代となりました。自分に合ったスポーツを探し出し、これであれば自分でも活躍できる、誰かに伝えたい、一緒にプレイしたいという想いが沸いてくるのが大切です。健康のために仕方なくスポーツをするのではなく、楽しいから自然と身体を動かしてしまうことで健康になれるという好循環を生む。そのためには、最先端技術を多く取り入れることも一つの手段だと考えます。新しいスポーツは自分がスポーツをしているという意識すら薄いものになるかもしれません。伝統的なスポーツを体感する楽しみも素晴らしいことですが、次世代に残る新しいスポーツにチャレンジしてみませんか？ スポーツの概念そのものをアップデートする時です。

株式会社東芝

依田 賢人

### ラグビーを日本の文化に

とうとう今年、ラグビーワールドカップが日本にやってくる。20年間ラグビーをやってきたものとして触れずにはいられない。前回大会、南アフリカに勝った「ブライトンの奇跡」が記憶に新しい。今回も日本代表が勝てばラグビー人口もファンも増えるだろう。札幌市や熊谷市、東大阪市など12会場の開催地、公認キャンプ地として内定した59の自治体は一時的には盛り上がり、地域経済も活性化することは間違いない。問題は大会後どのように「継続」していくか。開催地やキャンプ地がラグビーを地域資源として捉えて活用し、まちの活性化や住民の健康増進、子供たちの育成支援などに貢献することができる産官学民連携の継続的な仕組みをつくることができるかが重要である。それには、たくさんのステイクホルダーをまとめるリーダーシップが必要不可欠であり、東芝のような長年ラグビーと共に歩んできた企業のリーダーシップが期待される。日本ラグビーを一過性の人気ではなく文化にするため、できることを探していきたい。

## 参考資料

- 1 国立社会保障・人口問題研究所ホームページ「日本の将来推計人口（平成 29 年推計）」（2017 年）  
[http://www.ipss.go.jp/pp-zenkoku/j/zenkoku2017/pp\\_zenkoku2017.asp](http://www.ipss.go.jp/pp-zenkoku/j/zenkoku2017/pp_zenkoku2017.asp)
- 2 内閣府ホームページ「月例経済報告（月次）」<https://www5.cao.go.jp/keizai3/getsurei/getsurei-index.html>
- 3 内閣府ホームページ「2017 年度国民経済計算（2011 年基準・2008SNA）」  
[https://www.esri.cao.go.jp/jp/sna/data/data\\_list/kakuhou/files/h29/h29\\_kaku\\_top.html](https://www.esri.cao.go.jp/jp/sna/data/data_list/kakuhou/files/h29/h29_kaku_top.html)
- 4 三菱総合研究所ホームページ「内外経済の中長期展望 2018-2030 年度」（2018 年）  
[https://www.mri.co.jp/opinion/column/uploadfiles/nr20180709pec\\_all.pdf](https://www.mri.co.jp/opinion/column/uploadfiles/nr20180709pec_all.pdf)
- 5 三菱総合研究所「内外経済の中長期展望 2015-2030 年度」（2015 年）  
<http://www.mri.co.jp/opinion/column/uploadfiles/pr20150528pec011.pdf>
- 6 内閣府ホームページ [https://www5.cao.go.jp/keizai3/2016/0117nk/n16\\_2\\_1.html](https://www5.cao.go.jp/keizai3/2016/0117nk/n16_2_1.html)
- 7 間野義之編『2019・2020・2021 ゴールデン・スポーツイヤーズが地方を変える』（2015 年）、徳間書店
- 8 レガシー共創協議会「オリンピック・レガシーに関する意識調査」（第 5 回）（2018 年）  
[https://www.mri.co.jp/opinion/legacy/uploadfiles/legacy\\_survey\\_05\\_201806.pdf](https://www.mri.co.jp/opinion/legacy/uploadfiles/legacy_survey_05_201806.pdf)
- 9 東京都オリンピック・パラリンピック準備局ホームページ  
<http://www.2020games.metro.tokyo.jp/taikaijyunbi/torikumi/riyou/uneikeikaku/index.html>
- 10 東京都オリンピック・パラリンピック準備局「新規恒久施設の施設運営計画」（2017 年）  
[http://www.2020games.metro.tokyo.jp/623ebfa0f2dc461f0e2d44f79ee3f4df\\_2.pdf](http://www.2020games.metro.tokyo.jp/623ebfa0f2dc461f0e2d44f79ee3f4df_2.pdf)
- 11 レガシー共創協議会「ゴールデン・スポーツイヤーズのレガシーに関する地方自治体アンケート調査結果」（2019 年）
- 12 首相官邸ホームページ [https://www.kantei.go.jp/jp/singi/keizaisaisei/pdf/miraitousi2017\\_t.pdf](https://www.kantei.go.jp/jp/singi/keizaisaisei/pdf/miraitousi2017_t.pdf)
- 13 首相官邸ホームページ [https://www.kantei.go.jp/jp/singi/keizaisaisei/pdf/2016\\_zentaihombun.pdf](https://www.kantei.go.jp/jp/singi/keizaisaisei/pdf/2016_zentaihombun.pdf)
- 14 レガシー共創協議会「オリンピック・レガシーに関する意識調査」（第 5 回）（2018 年）
- 15 笹川スポーツ財団「中央競技団体現況調査」（2016 年）  
<http://www.ssf.or.jp/report/category3/tabid/1319/Default.aspx>
- 16 株式会社 Gz ブレインプレスリリース <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000005308.000007006.html>
- 17 スポーツデータバンク株式会社ホームページ <http://www.s-databank.com/news/2016/01/post-18.html>
- 18 株式会社ビズリーチホームページ <https://www.bizreach.co.jp/pressroom/pressrelease/2018/1004.html>
- 19 日本ブラインドサッカー協会ホームページ <http://www.biz.offtime.jp/index.html>
- 20 日本 WHO 協会ホームページ <https://www.japan-who.or.jp/commodity/kenko.html>
- 21 WHO "GLOBAL HEALTH RISKS" (2009)  
[https://www.who.int/healthinfo/global\\_burden\\_disease/GlobalHealthRisks\\_report\\_full.pdf](https://www.who.int/healthinfo/global_burden_disease/GlobalHealthRisks_report_full.pdf)
- 22 経済産業省「予防・健康づくりの意義と課題」（2019 年）  
[http://www.meti.go.jp/shingikai/sankoshin/2050\\_keizai/pdf/003\\_02\\_00.pdf](http://www.meti.go.jp/shingikai/sankoshin/2050_keizai/pdf/003_02_00.pdf)
- 23 スポーツ庁報道資料「平成 29 年度「スポーツの実施状況等に関する世論調査」について」（2018 年）  
[http://www.mext.go.jp/sports/b\\_menu/houdou/30/02/\\_icsFiles/afieldfile/2018/05/02/1401750\\_01.pdf](http://www.mext.go.jp/sports/b_menu/houdou/30/02/_icsFiles/afieldfile/2018/05/02/1401750_01.pdf)
- 24 JAGES プレスルーム「運動は一人より仲間とするのがお勧め」  
[https://www.jages.net/pressroom/?action=cabinet\\_action\\_main\\_download&block\\_id=455&room\\_id=919&cabinet\\_id=16&file\\_id=96&upload\\_id=240](https://www.jages.net/pressroom/?action=cabinet_action_main_download&block_id=455&room_id=919&cabinet_id=16&file_id=96&upload_id=240)
- 25 日本グラウンドゴルフ協会『『グラウンド・ゴルフ』が健康に及ぼす効果について』  
<http://www.groundgolf.or.jp/Portals/0/download/PDF/kenkou.pdf>
- 26 内閣官房ホームページ [https://www.kantei.go.jp/jp/singi/tokyo2020\\_suishin\\_honbu/hosttown\\_suisin/](https://www.kantei.go.jp/jp/singi/tokyo2020_suishin_honbu/hosttown_suisin/)
- 27 Report 5: Post -Games Evaluation Meta-Evaluation of the Impacts and Legacy of the London 2012 Olympic Games and Paralympic Games SPORT EVIDENCE BASE  
[https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/224144/Report\\_5\\_Sport\\_Evidence\\_Base\\_FINAL.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/224144/Report_5_Sport_Evidence_Base_FINAL.pdf)
- 28 河北新報ホームページ [https://www.kahoku.co.jp/tohokunews/201902/20190219\\_73052.html](https://www.kahoku.co.jp/tohokunews/201902/20190219_73052.html)

プラチナ社会研究会 レガシー共創協議会 事務局

<http://www.mri.co.jp/opinion/legacy/index.html>

E-Mail : [p42legacy-info@ml.mri.co.jp](mailto:p42legacy-info@ml.mri.co.jp)

TEL : 03-6858-0145