

ゴールドenspóóツィヤーズを 地域活性化にどう活かすか ~レガシーの視点~

2016年9月28日

株式会社三菱総合研究所
レガシー共創協議会事務局長
ビジョン2020推進センター長
仲伏達也

本日のお話の構成

1. レガシー創出に向けた動向
2. ロンドン大会での地域の取り組み例
3. 地域における活用可能性

(参考)リオ大会から何を学ぶか

1. レガシー創出に向けた動向

オリンピック・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

▶▶ レガシー5分類（IOC）

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

2012年ロンドン大会のレガシー

2007年・5つの約束

1.イギリスを世界トップの スポーツ 国家にする
2. East London の再開発
3. 若い世代 の啓発
4. 持続可能 なオリンピックパークの設計
5.イギリスが創造的、協調的であり、また ビジネスチャンス に満ちていると世界にアピール



2013年・実績報告

スポーツ・健康	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 運動する人の増加(140万人以上) ◆ スポーツ国際交流(20ヶ国1500万人)
East London 再開発	<ul style="list-style-type: none"> ◆ オリンピックパーク、住宅整備 ◆ 交通・社会インフラのアクセス向上 ◆ 環境配慮
経済成長	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 経済効果7兆円、雇用創出90万人 ◆ 観光客増(1%)・消費増(4%)
コミュニティ	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 新規ボランティア ◆ 文化プログラム
パラリンピック	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 障がい者のスポーツ参加向上 ◆ パラリンピック支援助成

2020年東京大会組織委員会 アクション&レガシープラン

柱	レガシー
スポーツ・健康	①誰もがスポーツを「する・観る・支える」社会
	②アスリートが活躍する社会
	③パラリンピックを契機とした共生社会
街づくり	①ユニバーサル社会・UD配慮街づくり
	②魅力的で創造性を育む都市空間
	③都市の賢いマネジメント
	④安全・安心な都市
持続可能性	①持続可能な低炭素・脱炭素都市
	②持続可能な資源利用
	③水・緑・生物多様性に配慮した快適な都市環境
	④人権・労働慣行等に配慮した事業活動
	⑤持続可能な社会に向けた参加・協働
文化	①日本文化の再認識と継承・発展
	②次世代育成と新たな文化芸術の創造
	③日本文化の世界への発信と国際交流
	④全国でのあらゆる人の参加・交流と地域活性化
教育	①オリパラやスポーツの価値の理解
	②多様性に関する理解(障害者、外国人・海外)
	③主体的・積極的な参画と大学連携

柱	レガシー
経済	①高性能経済
	②底力の発揮
	③高齢化先進国への挑戦
テクノロジー	①感動の共有
	②For All
	③高信頼・高品質の安全
	④水素社会の構築
復興	①被災地復興と5本柱
	②復興と世界に向けた発信
オールジャパン	①より多くの人、より多くの団体
	②全国での展開
観光	①訪日プロモーション
	②外国人旅行者受け入れ環境
	③日本各地への波及
世界への発信	①様々な世界への発信手法の構築及び継承
	②世界へ発信するコンテンツ
	③世界平和への貢献

2020年に向けた東京都の取組 ー大会後のレガシーを見据えてー

1. **競技施設や選手村のレガシー**を都民の貴重な財産として未来に引き継ぎます
2. 大会を機に、**スポーツ**が日常生活にとけ込み、誰もが**いきいきと豊かに暮らせる東京**を実現します
3. **都民とともに**大会を創りあげ、かけがえのない感動と記憶を残します
4. 大会を文化の祭典としても成功させ、「**世界一の文化都市東京**」を実現します
5. **オリ・パラ教育**を通じた**人材育成**と、**多様性を尊重する共生社会づくり**を進めます
6. **環境**に配慮した持続可能な大会を通じて、**豊かな都市環境**を次世代に引き継いでいきます
7. 大会による**経済効果**を最大限に生かし、東京、そして日本の**経済を活性化**させます
8. 被災地との絆を次代に引き継ぎ、大会を通じて**世界の人々に感謝**を伝えます

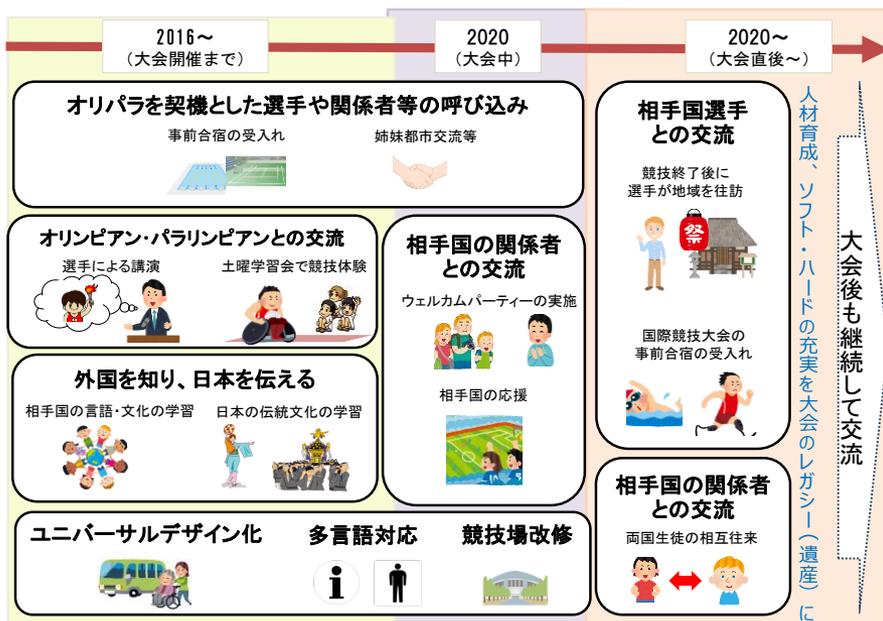
内閣官房

ホストタウン

- 海外選手・関係者や日本選手と、住民の交流を行う自治体の支援
- イベント開催、キャンプ誘致、施設改修などの経費への財政支援
- 第一次・二次登録 91件、第三次10月

文化プログラム

- 平成28年度「文化を通じた機運醸成」試行プロジェクト
- 要件：機運醸成、レガシー、継続計画
- 上限1千万円の経費負担 30件程度
- 一次採択 8件(下表)、二次 19件



(出典)「第2回レガシー共創フォーラム」内閣官房資料から抜粋
 プラチナ社会研究会 レガシー共創協議会

名称(仮称)	実施団体	場所
大相撲beyond 2020 場所	公益財団法人 日本相撲協会	東京都
新作能「水の輪」	公益財団法人 山本能楽堂	大阪府
超人スポーツゲームズ	超人スポーツ協会	東京都、神奈川県
LIGHT UP NIPPON 全国一斉花火	一般社団法人 LIGHT UP NIPPON	国内各地
風とロック芋煮会2016 白河の関ステージ	株式会社 福島民報社	福島県
東京ハーヴェスト	東京ハーヴェスト実行委員会	東京都
共創社会実現のための舞台芸術プロジェクト	スロームーブメント実行委員会	東京都、神奈川県、静岡県、大阪府
障がい者アートフェスタ2016	鳥取県	鳥取県

(出典)内閣官房WEBサイト掲載資料から抜粋

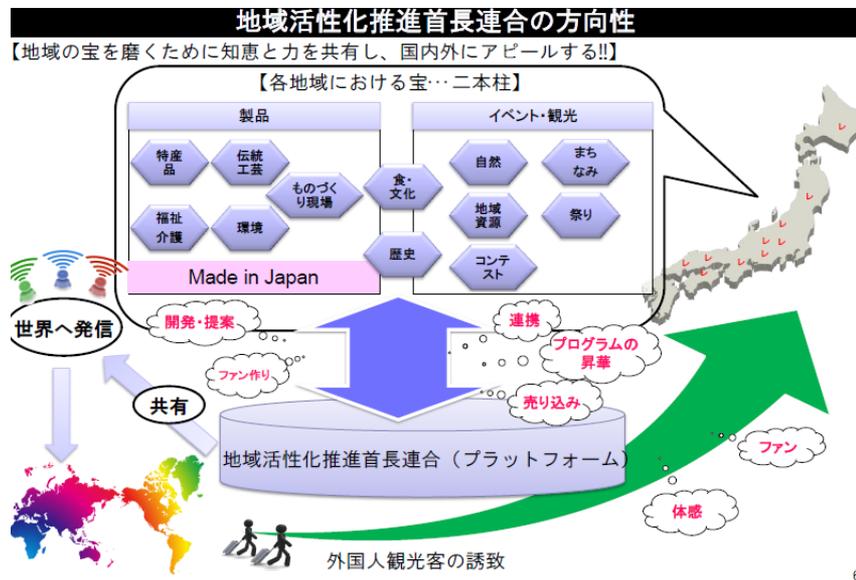
知事会・首長連合

2020年東京オリンピック・パラリンピックを活用した地域活性化推進首長連合

- 350市町村長(うち正会員119)
- クールジャパン、観光振興、組織委セールス、人材育成
- 新虎通りでの文化発信

全国知事会 2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会推進本部

- 海外競技団体と合宿受入希望自治体のマッチング
- 550団体以上、2,100施設以上、宿泊施設情報含む



Sports Camp Japan English

Sports Camp Japan

～最良の合宿地で、最高の準備をするために～

Sports Camp Japanは、全国知事会が提供するスポーツ合宿マッチングサイトです。
本サイトには、日本全国の400を超える地方公共団体から提供されたスポーツ施設・宿泊施設に関する情報が登録されています。
本サイトでは様々な条件に合わせて最適な施設や地域、施設名等から検索できます。ぜひ、お気軽にご利用ください。日本で最良の合宿をお通しください。

競技から検索

430の競技に対応する1,800を超える施設が登録されています。お探しの競技に最適な施設を検索できます。競技を選択して検索をクリックしてください。

地域から検索

地方で検索を行うことができます。下の地図の検索を行い、たい地方の上でクリックしてください。

施設名から検索

お探しの施設が決まりましたら、施設名を入力して検索をクリックしてください。対象施設の一部だけが検索可能です。

選択してください。

検索

施設名を入力してください。

検索

2. ロンドン大会での地域の取り組み例

事前キャンプ 2012年ロンドン大会

- LOCOG支援策：公認600施設のリスト公表、事前キャンプ地に最大25,000ポンド助成
- 英国での事前キャンプ協定締結266件。合宿開催527チーム。
- 直接的経済効果は限定的。キャンプ後のスポーツ振興、国際交流の活発化、地域プロモーションなど多岐にわたる間接的な効果

<事前キャンプ実施地域>



出典) 英・ガーディアン紙公式サイト

- 直接的経済効果 1,120万ポンド
 - 1人当たり消費額 約121ポンド/日(約22000円)
 - チーム人数(選手・コーチ等関係者含む): 平均13.5人
 - 滞在日数: 平均20.9日
 - 1チーム当たり消費額 約4万ポンド(約740万円)
- 間接的効果
 - スポーツにおける効果 76%
 - 社会的効果 「相手国とのつながり強化」「地域の誇り」88%
「ボランティア活動への参加」65%
 - 地域的効果 「プロモーション機会」「国際的な認知度向上」
「地域的な認知度向上」91%
 - 経済効果 「地域ビジネス」78% 「観光」53%

出典) 国立国会図書館 「オリンピックの経済効果を地方にまで波及させた英国」

スポーツ参加イベント 2012年ロンドン大会

- イギリスのスポーツ振興施策を所管するスポーツイングランド (Sport England) は、2012年を契機とした、**地域におけるスポーツ参加促進施策**として、場所・人・競技 (Places People Play) の3つの側面からスポーツ参加を促す政策を展開した。
- そのうち、人 (People)、競技 (Play) の施策として、Sport Make、Gold、Challenge、Sportivateなどの市民参加型スポーツプログラムが**イギリス全土で展開**された。

スポーツ参加機会を創出する ボランティア育成 (Sport Maker)



出所) <http://www.pressred.co.uk/services/personalised-communications/case-study-1>

- スポーツボランティアが地域でスポーツ機会を創出するプログラム。
- レスターでは、2013年1月までに、561名が Sport Makerとして参加し、うち73名が10時間以上の地域活動を実施。

スポーツ体験 (Gold Challenge)



出所) <http://www.inspireleics.org.uk/news/2012/02/monicas-gold-challenge---2012km-target-reached>

- 16歳以上の個人、企業、学校などの団体10万人を対象として、オリンピック種目をはじめとするスポーツ機会を提供するプログラム。
- 合計移動距離2012kmを目指す、2012kmチャレンジには、企業が積極的に参加。例えば、フォード・モーターで、900名の社員が自動車のテスト・トラックをウォーキングするイベントに参加。

スポーツレッスン体験事業 (Sportivate)



出所) <http://www.wesport.org.uk/page.aspx?sitesectionid=412&sitesectiontitle=Sportivate>

- 学校体育以外に定期的にスポーツを行う習慣のない14~25歳の若者を対象に、6~8週間のスポーツ指導を受ける機会提供するプログラム。
- ノッティンガムでは、2012年に2,600人もの青少年が、プログラムに参加した。本プログラムは現在も継続しており、対象年齢は11~25歳まで拡大されている。

文化プログラム 2012年ロンドン大会

- オリンピック憲章により、ホスト国には、文化プログラムの開催が義務付けられている。文化プログラムは、大会開催4年前から始まり、大会前数週間はフェスティバルが開催される。
- ロンドン2012では、北京大会終了後から大会までに、イギリス全土1,000カ所以上で18万件近くの活動があり、延べ4,340万人が関与した。プログラムは、演劇、音楽、ダンスなど様々である。
- リーズでは、8つのナショナル・プロジェクトの一つである、“アーティストのリーダーシップ (Artists taking the lead)”を開催。
- 2009年、全国を対象にコンペが実施され、12プログラムが選定された。リーズは、街をキャンバスと見立て、街全体をアート化する、“リーズ・キャンバス (Leeds Canvas)”を企画・提案した。
- 著名な映像作家クエイ兄弟を中心に、様々な芸術監督を招聘し、光・音楽・ダンス・フィルムで、リーズの街をアート化するプロジェクトが2012年5月18～20日に実施された。
- リーズが位置するヨークシャー州全体では、延べ約285万人が文化プログラムに会場した。

リーズ・キャンバス中の街の様子



出所) <http://www.theartsdesk.com/visual-arts/theartsdesk-leeds-overworlds-underworlds>

グラナリーワーフ(地下の運河チャネル)のプロジェクトンマッピング



出所) <http://www.thecitytalking.com/2012522overworlds-and-underworlds-html/>

教育プログラム 2012年ロンドン大会

- オリンピック・パラリンピックの価値についての学習機会を提供することを目的とし、オリンピック・パラリンピック関連の各種教材や指導案をウェブサイト上で無料で提供する、オリンピック価値教育事業(GetSet)を実施。
- 2012年までに、**イギリスの85%以上の学校**が登録し、**約700万人の生徒・学生(11~19歳)**がオリンピック・パラリンピックについて学習した。

Combs Ford Primary School



- 週1度、オリンピック・パラリンピック競技の歴史を調査する授業を実施。
- スポーツ奨励週間(National School Sport Week)中に、学校版オリンピック競技大会を独自に開催。
- Brian Aldiss氏(パラリンピアン:ハンドサイクリング)による講演を開催。

Kesgrave High School



- 教職員、生徒がランニングクラブを結成し、チャリティマラソンに参加。
- 地元サッカークラブ開催のチャリティイベントに参加。
- Able Thorrrington氏(オリンピック・3種競技)による講演を開催。

一校一國運動 1996年長野大会

- 1998年長野オリンピックでは、長野市内の全小中学校75校がそれぞれ72の国と地域を担当し、各校が独自に様々な国際交流を実施。
- 各校において、大会前から相手国についての学習を行い、選手が来校しての文化交流や本番の観戦など、子供の発想を尊重した様々な活動を展開。
- 長野大会後も約半数の小中学校が担当国との交流を継続している。

大会前に進む交流



コスさんに質問する六年生の子どもたち

ノルウェーから
金メダリストの
コス選手が来校

長野を訪れた人
と交流が進む



ボスニア出身の歌手ヤドランカさんを招いて交流会



トルコ民族舞踊団来校

本大会の活動・交流



オリンピック村入村式の国歌斉唱とレセプションの様子(日本選手団と)



パラリンピック聖火リレーと開会式での応援



▲手作りの旗を振って声援 一財会式で(別冊中)

(写真)一校一國運動の様子

出典:オリンピック・パラリンピック教育に関する有識者会議(第3回・平成27年4月) 会議資料1「長野市のオリンピック・パラリンピック教育」長野市長 加藤久雄

ボランティア 2012年ロンドン大会

- 組織委員会公式のボランティアである“**Games Maker**”と、各自治体が観光客をもてなす目的で設置した“**Ambassador**”の2つのボランティア・スキーム
- “Games Maker”は大会後に解散したが、“Games Maker”のボランティア登録者のデータベースを基に、**地域のスポーツ振興を目的としたボランティア組織である“JoinIn”を設立**
- 自治体の“Ambassador”の一部は**大会後も活動を継続**

ボランティア名	実施主体	活動期間	規模	主な活動内容
Games Maker	ロンドン2012 組織委員会	大会期 間中	70,000人	オリンピック・パラリンピック会場及び関連施設での運営補助
JoinIn	The Join In Trust Limited (公益チャリティ)	大会後 ～現在	24,000人 (登録者) ※2014年10月時点	地域のスポーツクラブやイベントの運営補助。
Team London Ambassador	ロンドン市	大会期 間中 ～現在	8,000人	ロンドン市内の観光名所及び駅などでの案内業務。

各地区	ボランティア 参加人数
Cardiff Ambassador	400
Coventry Ambassador	690
Essex Ambassador	400
Eton Dorney Ambassador	500
Glasgow Ambassador	240
Kent Ambassador	300
Newcastle Ambassador	400
Old Trafford & Manchester Ambassador	700
Surrey Ambassador	450
Weymouth & Portland Ambassador	800
ロンドン以外の合計	4,880
London Ambassador	8,000
合計	12,880

(出所)各種HPより三菱総研作成

外国人観光客誘致 2012年ロンドン大会

- 英国政府観光庁 (Visit Britain) は、世界のメディアがイギリスの地方を報道することが、大会レガシーを地方に波及させる最も効果的な方法であるとの認識の下に、2007年より毎年**1,000名程度**の海外メディアを招聘。
- 2012年には、世界中から**35名の国際的なジャーナリストを招聘**し、イギリス国内の**観光情報や地域情報を提供**するとともに、大会会場や歴史的・文化的な地域や行事を題材にした**32編の短編映像を作成し、海外の放送局に提供**した。

著名人を活用した観光資源のPR

左: Judi Dench (女優)、右: Twiggy (女優・モデル・歌手)



出所) <http://www.insidethegames.biz/articles/13331/qyoure-invitedq-british-celebrities-tell-world-as-tourism-agency-begins-london-2012-marketing-campaign>

都心から離れた田舎、遺産などのPR



出所) <https://www.visitbritain.org/introducing-great-tourism-campaign>

3. 地域における活用可能性

レガシーの視点で大会を地域活性化に活かす

(1) 地域の**課題起点**で戦略を考える

- × 大会・キャンプのメリット・効果をいかに享受するか
- 地域活性化・課題解決のために、**大会・キャンプ**をいかに活用するか

(2) 戦略に基づく**準備と大会後**の取組を重視する

- × 大会中が取組のピーク
- 取組の重点は**準備と大会後**

(3) **持続可能**な事業モデルを模索する

- × 公的資金依存
- **民間ビジネス**としての展開

地域活性化への活かし方(地域の課題×大会の特徴)

地域の課題

- 総合計画
- 地域総合戦略
- 分野別計画



大会の特徴

- 大会共通
- 大会個別



レガシー目標

- 大会から数年後の実現目標
- 大会までの目標

シナリオ

- (1) 大会の特徴をどう活かすか
- (2) 大会前⇒中⇒後の流れをどうつくるか
- (3) 持続可能なモデルをどう実現するか
- (4) 関係者をどう巻き込むか

具体的事業・取組

【対象】

- 地域住民向け
- 地域外向け

【分野】

- スポーツ・健康
- 観光、国際交流
- 文化
- 共生
- 教育・人財育成 など

(1) 大会共通の特徴

世界の注目・来訪

- メディア、VIP・著名人、企業
- 選手・家族、役員・コーチ
- 観客

多数の参画機会

- 事前キャンプ、ホストタウン
- 文化プログラム、イベント、施策
- ボランティア

締切効果・動機付け

- あと3年(締切)
- 選手の挑戦・努力
- わくわく感

(2) 流れ(ストーリー) ～大会の前・中・後～

- オリンピックは、シドニーを舞台に押し上げ世界的ブランドにしたが、聖火が消えた瞬間に仕事が終わったと解して、**その後に必要であった投資やマーケティングの継続等を怠った**(オーストラリア観光局長)
- 観光予算の配分は、大会の前・中・後で2:2:6とし、**五輪後の成果の刈り取り期に資源を集中投入**する(イギリス観光庁長官)

(出所)過去のオリンピック・パラリンピックの経験を踏まえた2020東京オリンピック・パラリンピックを契機としたインバウンド振興策に関する一考察(本保芳明、矢ヶ崎紀子)

取組の種類	取組・成果の機会			特徴
	開催前	大会	開催後	
(A)大会準備・運営				確実に発生一過的
(B)レガシー創出				能動的共創持続的

(3) 持続可能 民間事業モデル

税金に依存しない事業モデル ～経済的サステナビリティ～

<行政>

- 民間の**事業機会・収益機会**の確保(地域の競争力)
- コンセッション等**自由度の高い運営モデル**

<民間>

- **社会課題解決型事業**(CSV: Creating Shared Value)
- 機会・市場創出のための**共創(≠競争)**

地域における取組機会例

海外PR

(観光・産品・技術・生活)

- 観光: 訪日外国人、産品
- 企業: 輸出・提携・商談、域内投資・立地
- ひと: 留学・移住

スポーツ振興・産業 (スポーツで稼ぐ)

- スポーツ実施率向上、健康寿命延伸・医療費削減
- 国内外からの合宿のまちづくり
- スポーツ施設ビジネス、見る・支えるスポーツ

人材育成・コミュニティ

- 地域リーダー育成
- コミュニティ形成、地元意識・誇りの醸成
- 全員参加・共生社会づくり

国際交流・貢献

- 継続的な国際交流(姉妹都市強化)
- 課題解決モデル提示(アクティブシニア等)
- 大会未出場・メダル未獲得国支援、パラ支援

海外PR

(1) PRの主要ターゲットは、海外メディア・VIP・選手・ブロガー

- 世界の注目が集まる機会に、発信力の高い相手を通じて情報発信
- 開催時のみならず、大会の数年前から継続的に発信
- 観戦客の他地域への観光の可能性は低い(RWC・WMG除く)

(2) 戦略策定と事前準備

- ターゲット国とゴールの設定(オリパラ・WMG以外は出場国が限定的)
- ターゲットへの戦略的PR
(対象国のメディアツアー、著名ブロガー招致、番組放映 等)
- 締切効果を活かして短期間で環境整備
(多言語、WiFi、キャッシュレス、ハラル、入墨、入管・税関・検疫等)

(3) 大会後の成果の刈り取り

- 対象者別・ニーズ別の継続的な情報発信
- 観光をトリガーに、買物、飲食、宿泊、アミューズメントに波及
- 周遊ルート開発、スポーツツーリズム(継続的な開催)

事前キャンプ

(1) チャンスはこれから十分に

- 組織委員会 キャンプ候補地をリオ大会で紹介
- 内閣官房 ホストタウン 登録済91件
- 全国知事会 「Sports Camp Japan」サイト 550団体・2,200施設以上
- レガシー共創協議会 「事前合宿誘致を契機としたまちづくり勉強会」138団体・12社
- ロンドン大会(266件)より増える可能性大(地政学的観点+パラ)

(2) 誘致・開催目的を明確に

- 直接経済効果は限定的(ロンドン大会1チーム平均14人・21日・700万円)
- 選手との交流も限定的
- 海外PR、合宿事業、人財育成、アイデンティティ、共生、国際交流・貢献
- 出場未経験や合宿予定のない国、パラ種目なども狙い目

(3) 持続可能なモデルに

- 企業スポンサー(相手国への市場参入・拡大への期待)、大学活用
- 継続的な強化合宿・一般合宿の開催
- スポーツコミッションの設置

強豪国・大国以外のキャンプ誘致事例

青森県今別町

- 高齢化率48%・人口3,000人弱の町
- モンゴル・フェンシングチームの合宿受入が決定
- 出場権獲得に向けた強化合宿、5年の長期的関係構築
- 北海道新幹線新駅としての知名度向上のための誘致
- 町で盛んなフェンシングに絞って誘致(町長・国体優勝)
- 青森や北海道の高校生らと合同練習を実施予定
- 交通費・宿泊施設・競技施設は町が無償提供
- フェンシングによるスポーツ振興で町の活性化も目指す



新幹線開業16年3月ジュニアチーム強化合宿(出典:Web東奥)

千葉県山武市

- 競技連盟水準の競技場・宿泊施設なし
- スリランカ選手団のキャンプ地に決定
- 大会有無に関わらず、グローバル戦略強化の必要性
- 大会活用をまち・ひと・しごと創生総合戦略の柱に
- 国際理解・交流相手としてふさわしい国の選定
(①対日感情、②治安、③歴史・文化・宗教、④経済発展可能性、⑤対応可能な規模 ⇒ スリランカ)
- 山武市オリパラ戦略推進アクションプラン策定
キャンプ、青少年相互交流、スポーツ用品送付等
- ふるさと納税活用



スリランカオリンピック委員会との覚書調印(出典:朝日新聞)

住民のスポーツ活動(する・見る・支える)

(1) 大会・キャンプへの「関心」をスポーツ「実施」につなげ、「継続」を図る

- 過去大会では必ずしも実施率は上昇せず ⇒ 新規参加と継続の促進策
- 身近な環境整備(ウォーキング・自転車専用コース等)、パラ競技体験
- 運動以外の入口: 美容・健康、食、睡眠、旅行、三世代交流、社会貢献
- 活動継続支援: 健康ポイント、運動記録アプリ、SNSコミュニティ
- 住民でチーム編成し、関西WMGへ参加(19年見る、20年見る、21年する)

(2) スポーツ観戦・応援の日常化

- 大会・キャンプ施設のホームチーム誘致・設立、大会・合宿の継続的開催
- 地元企業・産業との連携によるチーム運営 ⇒ 若者(選手)の移住
(例: 熊本ゴールデンラークス、フレッサ福岡 等)
- スタジアム・アリーナ等の観戦環境整備(飲食、交流、移動式客席 等)

(3) スポーツボランティア

- 大会・合宿支援ボランティア ⇒ スポーツボランティア登録・育成
- 地域ボランティアへの展開、他地域との相互交流(ボランティアツーリズム)

スポーツ施設ビジネス

- スタジアム・アリーナ 築30年以上27%、赤字86% (日本政策投資銀行調べ)
- スポーツ未来開拓会議 **スポーツで稼ぐ鍵はスタジアム・アリーナ**
- 公共スポーツ施設の稼働率・収入up、利便性up
 - ① **機能複合**: 公共系、飲食・物販、エンターテイメント、ビジネス関連
 - ② **民間委託**: コンセプション等創意工夫の自由度の高い仕組み
 - ③ **ICT活用**: 利用者サービス、施設運営支援(経費・料金等最適化)

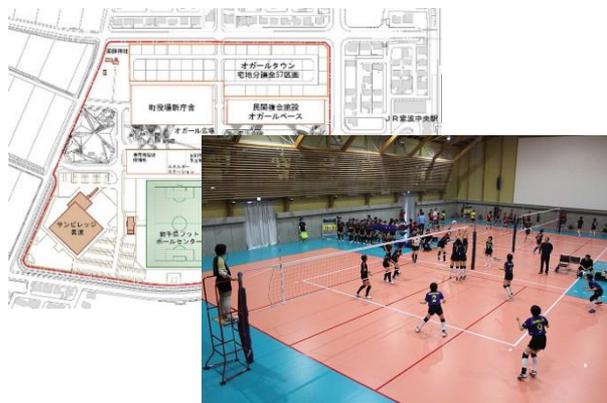
アオーレ長岡 (新潟県)



- アリーナと、市役所・議場、広場、シアターなどの複合施設(駅直結)
- NPO法人による運営
- 人の流れの増加

(写真はアオーレ長岡HPからの抜粋)

オガール紫波 (岩手県)



- 第三セクター等による公民連携開発
- 町役場、図書館、飲食、住宅、ホテル、バレーボール専用体育館など
- 体育館、図書館を含むオガールプラザは町負担なしで運営

(紫波町資料、オガールプロジェクトHPより)

ゼビオアリーナ仙台 (宮城県)



- 長町駅前開発の一部
- 20年間の定借・民設民営
- アリーナのほか、隣接地にスポーツ用品店、テニス・フットサル・バスケットコートなど

(写真はゼビオアリーナ仙台HPからの抜粋)

文化プログラム

(1) 多様な推進主体

- 文化庁：文化カプロジェクト、20万件・5,000万人
- 組織委員会：アクション&レガシープラン、東京2020参画プログラム
- 東京都：アーツカウンシル東京、東京キャラバン
- 内閣官房：文化プログラム試行事業(30件)、beyond 2020プログラム
- 文部科学省：スポーツ文化ワールドフォーラム
- 企業メセナ協議会：2021芸術・文化による社会創造ファンド

(2) レガシーの観点からのポイント

- ①大会後の継続性：参加型イベント、民間資金・クラウドファンディングの活用
(過度な税金依存はサステナビリティに欠ける)
- ②文化の産業化：文化関連消費拡大、企業マーケティングへの訴求
- ③波及効果：コミュニティ・まちづくり、他地域イベントとの相互連携

人財育成・コミュニティ形成

(1) 企画・運営段階からの参画

- 大会・キャンプに関連するイベントや事業の企画・運営への市民参加
「多数のボランティアが活躍したものの、決められたことを実行したに過ぎず、本来、若者の社会参画や人材育成を目的として企画やマネジメントに参加させたかったが、至らなかった(ロンドン大会関係者)」
- 若者・シニア・障がい者・外国人の社会・地域参画
- 失敗経験が重要：リーダーや意思決定の経験、依頼側の寛容さ

(2) 地域リーダー人材確保の仕組み化

- 大会後、地域でリーダーとして活躍できる人材(=新たな「公」の担い手)
- 学校・大学のアクティブラーニングとしての活用
- イベントや事業への参画を通じた地域リーダー人材育成の仕組み

(3) コミュニティ形成・アイデンティティ醸成

- 参加型のイベント・事業を通じたコミュニティの再生・深化
- 企画・運営への参加メンバーによる濃密なコミュニティ形成
- 企画・運営段階からの参加による地元アイデンティティの醸成・深化

共生社会づくり

(1) パラリンピックへの関心を「共生社会」づくりに活かす

■きっかけづくり

- パラリンピアン交流、パラ競技体験、パラリンピック観戦・応援
- パラリンピック競技の事前キャンプ誘致
- 障がい者アート(文化プログラム)

■持続する環境づくり

- 一市町村一種目(パラリンピック種目)の大会
- バリアフリー化、体育館・フィットネスクラブ等の障がい者利用
- 障がい者・パラリンピアン雇用、企業研修での競技活用
- 障がい者スポーツ支援ボランティア、旅行(移動)弱者支援

(2) レガシーの観点からのポイント

- ① 学ぶ・知る: パラ教育(学習指導要領)、図書館・公民館、公報
- ② 参加する: 様々な体験・交流イベント、
- ③ 支える: ボランティア、ふるさと納税、クラウドファンディング

(参考)リオ大会に対する評価

<プラス面>

- 大統領弾劾、国民の反対、財政危機に伴うコスト削減、治安問題などの大逆風の中、国際スポーツ大会としての最低限の運営は実現
- 仮設会場の低コスト化・リサイクル、施設整備の民間資金活用、ボランティア削減、案内表示の簡素化、会場内での販売品目削減など、低コスト化への努力
- 100点にこだわらず、60-70点で良しとする運営側及び観客(国民)
- 公共交通(特にBRT)での移動は想定以上に便利・円滑・安全

<マイナス面>

- リオ市内でも、競技会場以外での盛り上がりは今ひとつ
- ハード以外のレガシーや、開催都市以外での盛り上がりは低調
- 最大の負の遺産は「危険な都市」というイメージが世界に広がったこと(海外からの観戦客は、ロンドン大会より減少の見込み)
- そもそも世界へのPRという戦略・取り組みが不十分

2020年東京大会への示唆 ～リオ大会から何を学ぶか～

①引き算(削減・抑制)

- 大会運営は、「アスリートファースト」と「安全」を除いて、簡素・効率化
- 仮設会場等の低コスト化・再利用、既存施設の有効活用
(大会需要には一時的な対応)

②足し算(追加・強化)

- 明確なメッセージ(リオ大会ビジョン=A new world)
- 開催都市以外での盛り上がり・参画
- 大会後のレガシーづくり
- ホストとしての貢献(何を得るかではなく、何を提供できるか)

2020年東京大会への示唆 ～東京・日本は何を遺すべきか～

①社会変革（成熟した市民社会・共生社会）

- 情報公開 ⇒ 建設的な議論 ⇒ 意思決定への市民参画
- 全員活躍、インクルージョン、人権
- 人財育成、若者の登用

②海外戦略（情報発信・貢献）

- 日本の技術・ビジネス・文化・自然・地域のPR
- 世界的な課題の解決策（貧困、衛生、教育、高齢、健康、防災 等）
- 各地域と世界の直接的・持続的関係構築（ホストタウン、キャンプ等）

③イノベーション（締切効果）

- 水素、自動運転、自動配車、AI・ロボット、暑熱緩和、セキュリティ 等
- 働き方改革、民泊、キャッシュレス、リサイクル（メダル、会場） 等
- スポーツ・健康産業、文化産業、MICE（2025年大阪万博）

ご清聴ありがとうございました。