

特集 2020年の今、スポーツビジネスを考える

第2章

2020年東京大会をどう生かすか

——地域活性化もレガシーに



林 泰良

東京都中小企業診断士協会三多摩支部 スポーツビジネス研究会

1. 2020年東京大会の概要

(1) ゴールデン・スポーツイヤーズ2年目

2019年のラグビーワールドカップ、2020年の東京オリンピック・パラリンピック（以下、東京大会）、そして2021年のワールドマスターズゲームズ2021関西と世界的なスポーツイベントが開催される3年間は「ゴールデン・スポーツイヤーズ」と呼ばれている。

その幕開けとなる昨年のラグビーワールドカップは、日本中を熱狂の渦に包み込み、大成功を納めた。そして今年2020年は、いよいよ東京大会の開催年である。2020年3月現在、

新型コロナウイルスの感染拡大の影響で、先行きは不透明であるが、これまでの予測では、東京大会における参加選手数は1万人を超える規模となる。これまで日本で開催した大きなスポーツイベントと比較してみても、東京大会の規模が圧倒的に大きいことがわかるだろう（図表1）。

東京大会開催期間中には、スポーツ観戦を楽しむために多くの観光客が日本を訪れる。選手に加えて、大会関係者やメディア、観戦者を含めると、短期間に多くの外国人が訪日するのだ。そして、試合の結果や日本国内の様子が、多くのメディアやSNSを通じて世界に発信される。大会期間中は、世界が日本に

図表1 国内スポーツイベントの実績

開催年	大会	参加国地域数	参加選手数	競技種目	観客数	参照先
1964	東京オリンピック	93	5,152	20競技 163種目	—	https://www.joc.or.jp/past_games/tokyo1964/?mode=pc
	東京パラリンピック	21	378	9競技 144種目	—	https://www.jsad.or.jp/paralympic/what/tokyo1964.html
1972	札幌冬季オリンピック	35	1,006	6競技 35種目	—	https://www.joc.or.jp/column/olympic/history/004.html?mode=pc
1998	長野冬季オリンピック	72	2,176	7競技 68種目	1,275,000	http://inbound-jp.info/wp-content/pdf/winter_olympic_gaiyo.pdf
	長野冬季パラリンピック	31	571	5競技 66種目	151,376	
2002	FIFAワールドカップ (日韓合同開催)	32	736	1種目	2,705,197	https://resources.fifa.com/image/upload/comparative-statistics-1982-2010-519730.pdf?cloudid=o3dx8kjlloptz35v460o https://www.kantei.go.jp/jp/singi/tokyo2020_suishin_honbu/hosttown_suisin/pdf/about_hosttown_suishin.pdf
2019	ラグビーワールドカップ	20	620	1種目	1,704,443	https://www.rugbyworldcup.com/news/538422 https://www.kantei.go.jp/jp/singi/tokyo2020_suishin_honbu/hosttown_suisin/pdf/about_hosttown_suishin.pdf
2020	東京オリンピック	未定	11,090 (上限)	33競技 339種目	—	https://tokyo2020.org/ja/news/news-20170610-01-ja
	東京パラリンピック	未定	4,400 (上限)	22競技 540種目	—	https://tokyo2020.org/ja/news/news-20180806-02-ja

注目することになる。

日本から世界に発信できる大きなチャンスを開催都市である東京近郊だけに限定してしまうことはもったいない。国内のさまざまな地域でも活用するチャンスがあり、スポーツだけでなく日本の文化を世界に発信していくチャンスでもある。

この盛り上がりを経済大会期間中の一過性のもので終わらせてしまうことなく、未来に向けて何を残していけるのかを考えなくてはならない。

(2) 訪日外国人

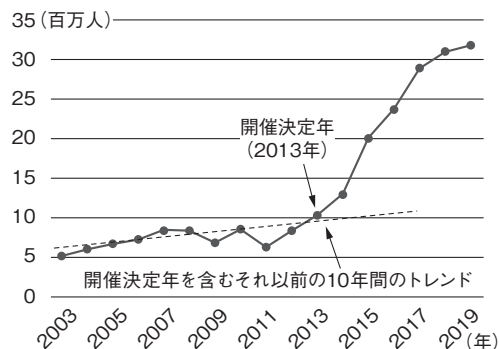
リオデジャネイロ大会には、期間中に485万人が訪れている。試合だけでなく、旧市街ではパブリックビューイングなどの各種イベントも多数開催された。観光消費額は1,400億円、ホテルの稼働率は94%に達している。

東京大会においても、組織委員会の予想によると、大会期間中にオリンピックは780万人、パラリンピックは230万人が観戦のために東京を訪れる。東京の人口は1,400万人であるが、オリンピック開催中には、実に800万人も増えることが予想されている。平日に開催される競技は、通勤ラッシュと重なる可能性もあり、通勤客・観客どちらにとっても注意が必要となるだろう。

2012年のロンドン大会では、ロンドン市内の企業の8割がテレワークを実施し、交通網の混乱を回避した。東京でも昨年、東京都と関連団体が連携して約3,000団体がトライアルに参加したテレワーク・デイズを開催した。東京大会期間中も同様の対策が取られることが想定されるとともに、飲食店などは普段とは異なる客層への対応の検討が必要となる。

また、過去の大会の傾向としてオリンピック・パラリンピック開催決定後は、開催国のインバウンド需要が長期間にわたって喚起される傾向がある。日本においても過去と同様に、2013年の開催決定以降、増加傾向が続いていることが図表2から読み取れる。

図表2 増加する訪日外国人



出典：JNTO 訪日外客数統計データより作成

(3) 文化イベントの開催

オリンピックというと、スポーツの大会のイメージが強いかもしれないが、近年は「スポーツと文化の祭典」になってきている。

文化プログラムは、規模・質ともに増加傾向にあり、ロンドン大会では過去最大規模の文化プログラムが実施された。オリンピック憲章には、短くともオリンピック村開村中は文化イベントのプログラムを計画しなければならないことが明記されている。

東京大会でも全国津々浦々で多くの文化イベントを開催する予定となっている。

(4) オリンピックのレガシー

オリンピックなどの世界規模のイベントが開催される際に、「レガシー」という言葉がよく使われる。これは遺産のことであるが、オリンピック憲章には次のような記述がある。

「オリンピック競技大会の有益な遺産を、開催国と開催都市が引き継ぐように奨励する」

「遺産」とは、スタジアムやアリーナのような有形なものだけではなく、さまざまな無形の遺産も含まれる。オリンピックによって残される遺産は、東京だけではない。東京以外の地域においても、オリンピックをきっかけとして創出された無形のレガシーを未来に残していくことが重要なのだ。

また、1964年の東京大会よりオリンピックとパラリンピックが併催されるようになった

ため、東京はパラリンピックを2回開催する初めての都市となる。障害者スポーツの振興や人々の意識改革・共生社会の実現などパラリンピックの残すレガシーは、今後の高齢化社会に活用されていくことが期待される。

2. オリンピックにおける権利

(1) スポンサーシップ

オリンピックのスポンサーは、国際オリンピック委員会（IOC）が管理するワールドワイドオリンピックパートナーの下に、東京2020スポンサーを位置づけている。

東京2020スポンサーシッププログラムには、3段階のパッケージが用意されている（図表3）。

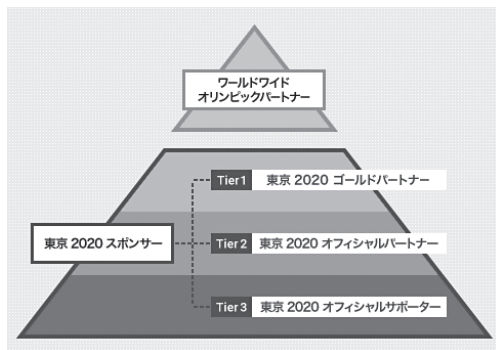
①ワールドワイドオリンピックパートナー

自社ブランドの広告をオリンピック競技大会とリンクさせることが認められ、世界中で大規模な広告キャンペーンの展開が可能。

②東京2020スポンサー

日本国内に限定したキャンペーン活動を行うことができる。呼称の使用権、マーク類の使用権などの権利が与えられる。

図表3 オリンピックスponsor



出典：東京2020ホームページ

(2) 東京2020応援プログラム

スポンサー以外の活動用として東京2020応援プログラムが用意されている。8つのテーマに分類された活動が、2つのマークの下で実施されることとなる（図表4）。

大会組織委員会は、東京大会をきっかけに社会が変わったといわれるような大会を目指しており、東京大会後のレガシーの創出に向けて多様なイベントや事業の開催が予定されている。

また、認証されたプログラムにはマークが付与され、利用することが可能となる。

図表4 応援プログラム分類テーマ



出典：東京2020ホームページ

3. 地域活性化の手段

(1) ホストタウンの登録

開催都市以外のオリンピック活用手段として、事前合宿の誘致やホストタウンの登録がある。

事前合宿とは、大会の前に時差や気候に順応し、選手のパフォーマンスの維持・向上のために行われるもので、各国の選手団や競技団体が種目ごとに実施する。

ホストタウンは、参加国・地域の選手や人々とスポーツ、文化、経済などを通じて交流し、地域の活性化などに生かしていく取り組みを行う。政府は、オリンピックの効果を全国に波及させるための取り組みを行っており、ホストタウンは重要な政策の1つである。現在、北海道から沖縄まで全国で約400もの自

治体がホストタウンとして登録している。

(2) ホストタウンの取組み

いち早くスリランカのホストタウンとなった千葉県山武（さんむ）市の事例を紹介する。

政府は2016年1月に44件をホストタウンの一次登録として決定したが、その中に千葉県から唯一、山武市が選ばれた。山武市は、スリランカのキャンプ地にも決定している。

千葉県の東部に位置する山武市は、九十九里浜のほぼ中央に面している。人口は5.5万人で、スリランカ人の住民登録数は297人（2017年11月時点）。山武市は、毎年秋にスリランカフェスティバルを開催したり、高校生をスリランカに派遣したりするなど、以前からスリランカと結びつきがあった。

私自身も調査をするまで山武市がスリランカのホストタウンになっていることを知らなかった。しかし、実際に山武市内で聞いてみると、飲食店で働く主婦の方は、学校に通う子どもからオリンピックに向けてスリランカと交流していることを聞いていた。コンビニ店員の大学生もキャンプ地の告知を街中で見かけたことがあるなど、認知度は高いようだ。

ところで、これまでのスリランカはオリンピックで目立った結果は残せていない。1948年のロンドン大会と2000年のシドニー大会で獲得した銀メダル2個だけであり、大会への参加人数も少ない。

山武市の場合は、有名選手を呼ぶことが目的ではなく、ホストタウンになることを契機として、地域として国際教育を育むことを目的としている事例といえる。ホストタウンになることで、よりいっそうスリランカとの交流が増え、強い結びつきが生まれていくこと



山武市の位置（出典：山武市ホームページより引用）

が予想されるのだ。

また、山武市は、障害者と健常者の交流を目的としてボッチャの大会を行うなど、積極的に多様な人々との交流する活動も行っている。

4. 東京大会後に何が残るか？

1964年の東京大会では、新幹線や首都高速道路などインフラの整備が進み、近代都市の社会基盤を整備することに成功した。国民のスポーツに参加する意欲は高まり、水泳・体操を中心とするスポーツクラブは全国に波及し、子どもから主婦、中高年に至るまでスポーツに親しむ文化を育んだ。

スポーツ庁は、成人の65%程度が週1回以上のスポーツを実施することを目標にしているが、現状は、成人の半分近くがほとんどスポーツを実施していない。東京大会によって再び国民にスポーツに親しむ機運をもたらすことも、レガシーの1つとなる。

東京大会を成功させるために、国内がオリンピックで盛り上がることや、訪日外国人を「おもてなし」の心で迎え、素晴らしい経験をしてもらうことは重要である。しかし、それは成功の一部であり、本当に大会が成功したかどうかは残されたレガシーで決まる。東京大会を経て日本に何が残るのか。オリンピック後のレガシーに注目したい。

林 泰良

（はやし やすよし）

2009年中小企業診断士登録。コンサルティングファームにて、主に業務改善のプロジェクトに従事。スポーツビジネス研究会会員。

