

2020年東京オリンピック・パラリンピック等の気運盛り上げに関する要望

2016年3月3日
日本商工会議所
東京商工会議所

東京商工会議所は、地元・東京の地域総合経済団体として、オリンピック・パラリンピックの2016年招致、2020年招致に対して特別委員会を設置し、多岐にわたる招致支援活動に取り組んできた。特に2020年招致は実現に向けた最大の課題であった国内支持率の向上に向け、東京都及び招致委員会、さらには日本商工会議所と緊密に連携し、招致PRイベントの開催や25万枚に及ぶポスター掲出、IOC総会等公式行事への参加など、組織を挙げて活動を展開した。さらに、23支部においても、合計150事業で招致PRを実施するなど、23区全域においてあまねく活動を展開した。

一方、日本商工会議所においても、女性会や青年部を含む全国会議で招致PRを実施し、全国の商工会議所に対してバッジ着用・ポスター掲出を働きかけたほか、東北六県商工会議所連合会による招致決議の採択、各地商工会議所による地元の祭り（東北六魂祭、仙台七夕まつり、金沢百万石まつり）での招致PRなど、全国514商工会議所から力強い支援をいただいた。そうした活動が一つの要因となり国内支持率が飛躍的に向上し、招致成功に至った。

2013年9月のIOC総会で2020年オリンピック・パラリンピックの東京開催が決定してから2年半が経過したが、昨年11月に政府が「大会の準備及び運営に関する施策の推進を図るための基本方針」を閣議決定したことに加え、昨年末に東京都が「2020年に向けた東京都の取組」を、さらに本年1月に大会組織委員会が「アクション&レガシープラン2016中間報告」を策定するなど、関係機関における取組が明確になったことで、準備がさらに加速していくことが期待されている。また、経済三団体が中心となって設立した経済界協議会においても、特に非スポンサー企業や各地の中小企業の参画を通じた全国的な気運盛り上げを主たる目的に、具体的な取組を検討しているところである。

一方、各地商工会議所や会員企業は、2020年大会を通じた経済活性化や地域振興に期待や関心を寄せているものの、2020年大会の準備状況の全体像が分かりづらい、進捗状況に関する情報が不足しているといった声が多く寄せられている。さらには、気運盛り上げについて、主体的に取り組みたいとの声も寄せられているものの、各地商工会議所や非スポンサーの会員企業はエンブレムや五輪マークの使用、「オリンピック」や「五輪」等の名称およびそれらを連想させる表現が使用できないことから、具体的な活動を行うことができない状況となっている。

リオ大会終了後は、次の開催地である東京に世界の期待と注目が一気に集まることから、東京大会の成功に向けた全国的な気運盛り上げの重要性がますます高まることは、想像に難くない。招致の時と同様に、東京商工会議所および日本商工会議所さらには全国514商工会議所が、大会組織委員会をはじめとした関係機関と緊密に連携し、全国的な気運盛り上げの一翼を担っていくために、2020年大会に対する基本認識と要望を下記の通り申しあげる。

1. 2020年オリンピック・パラリンピックに対する基本認識

- ①「史上最高のオリンピック・パラリンピックの実現」に向けて、ラグビーワールドカップ2019に向けた取組と一体となって、大会組織委員会、政府、東京都等関係機関および経済界など各界が一丸となった「オールジャパン体制」のもとで、大会までの約4年半で着実に準備を進め、大会を成功に導かなければならない。
- ②大会の成功に向けた重要な要素である気運盛り上げや、会場案内・誘導、競技運営など大会運営のサポートを担う「大会ボランティア」をはじめとした各種ボランティアなど、あらゆるステークホルダーが主体的かつ積極的に参画できる大会にすべきである。
- ③2020年大会を起爆剤に、中小企業の受注機会の拡大等を通じた経済活性化や、大会関連イベント、文化プログラム、事前キャンプの誘致、聖火リレー、さらには大会に多くの地域資源・文化資源を積極的に取り入れていくことで、都内はもちろんのこと各地との連携により全国的に気運を盛り上げ、地域を活性化していくことが重要である。併せて、何よりも被災地の早期かつ本格的な復興につなげていかなければならない。
- ④そのためには、経済・社会全般にわたる有形無形のレガシー形成を見据えて、大会組織委員会をはじめとした関係機関が着実に準備を進めていくとともに、その進捗状況を国民に対してタイムリーかつ積極的に情報発信していくことが求められる。
- ⑤東京は世界で初めて二回目のパラリンピックを開催する都市であり、パラリンピックの成功なくして2020年大会の成功はあり得ない。また、パラリンピックを一つの契機としてハード・ソフト両面のバリアフリーに資する取組を推進し、「インクルーシブな社会」を形成していくことが肝要である。

2. 全国的な気運盛り上げに関する要望

今後、大会関連イベントや文化プログラム、事前キャンプの誘致及び事前キャンプと連携した内閣官房「ホストタウン」の取組、聖火リレーなどが全国的に展開されていくことが予定されている。加えて、2020年大会では、都外の会場を使用する競技もあるほか、サッカーについては札幌、宮城、埼玉、横浜で予選大会が開催される予定である。

これらを契機として、全国的な気運盛り上げや地域活性化を図っていくことが重要であるが、非スポンサーの団体や企業が気運盛り上げを実施していく際に制約があることに加えて、参画の機会や方法が周知されていないのが現状である。

従って、東京商工会議所および日本商工会議所さらには全国514商工会議所や会員企業が、2020年大会に積極的に参画・関与し、気運盛り上げの一翼を担っていくためにも、下記を実現されたい。

①第二エンブレムの設定

2012年のロンドン大会では気運盛り上げの方策として、非スポンサーの非営利団体等が非営利の気運盛り上げ活動等をする際に使用可能なロゴマークである「インスパイア・マーク」を大会組織委員会が設定した。この「インスパイア・マーク」は、教育、ビジネス、文化、スポーツ、持続可能性、ボランティアの6分野に関する事業において、パンフレット、ポスター、ウェブサイト等の媒体で使用可能であり、当初の目標であった2、

012事業を大きく上回る2,713事業で活用されるなど、気運盛り上げに大きな効果を発揮した。

従って、商工会議所および会員企業をはじめとした非スポンサーの団体や企業が非営利の気運盛り上げ活動や地域の既存の祭りを活用したPR等を実施していくにあたり、2020年大会においても「インスパイア・マーク」を参考にした第二エンブレムをリオ大会前までに設定すべきである。

②「オリンピック・パラリンピック」や「五輪」に代わるキャッチコピーの設定

商工会議所および会員企業をはじめとした非スポンサーの団体や企業は、エンブレムや五輪マークの使用、「オリンピック」や「五輪」等の名称およびそれらを連想させる表現が使用できないことから、気運盛り上げ活動や地域の既存の祭りを活用したPR等を実施していくにあたり、「オリンピック」や「五輪」等の名称に代わるキャッチコピーをリオ大会前までに設定すべきである。

なお、上記の第二エンブレムやキャッチコピーを設定する際には、経済界など各界から広く意見や提案を募集していくことが肝要である。

③気運盛り上げ活動を実施する際のルールの特示

上述の通り、商工会議所および会員企業をはじめとした非スポンサーの団体や企業が主体的に気運盛り上げを実施していく際に制約があることから、全国的に気運を盛り上げていくには、気運盛り上げに関するルール（してもよいこと、してはならないこと）を明確にして、広く情報発信していく必要がある。

④気運盛り上げ活動に対する「認証」スキームの構築

上述の通り、非スポンサーの活動に対する制約がある中で、2020年大会の気運盛り上げに資する多くの企画・イベントを全国で実施し、できるだけ多くの団体や企業、自治体が主体的かつ積極的に参画、関与していくためには、去る1月に大会組織委員会が策定・公表した「アクション&レガシープラン2016中間報告」にその必要性が記載されている第二エンブレムやキャッチコピーの設定とともに、大会組織委員会が各地域の気運盛り上げ活動を幅広くかつ速やかに「認証」していくスキームを早急に構築することが不可欠である。

なお、「認証」を受けた気運盛り上げ活動に対しては、エンブレムや五輪マークの使用、「オリンピック」や「五輪」等の名称の使用を許諾することが望ましい。

⑤PRグッズの貸与スキームの構築

各地域で気運盛り上げ活動を実施するには、のぼりや横断幕など見た目で大会をPRできる全国共通のグッズ類が不可欠であるため、貸与スキームを構築されたい。また、上記の「認証」とともに、大会組織委員会におけるワンストップ窓口を設置されたい。

⑥PRポスター、バッジの配布

招致段階のPR活動の一環として、日本商工会議所は全国514商工会議所に対してバッジ着用、ポスター掲出を働きかけたほか、東京商工会議所においても役員・議員・支部会長をはじめ広く配布したことで、2020年大会招致への参画意識が醸成され、気運盛り上げに大いに寄与した。従って、全国共通のPRポスター、バッジが作製された際には、

経済界をはじめとした各界へ広く配布し、気運盛り上げを図っていくべきである。

⑦文化プログラムの要件の明示

文化プログラムの開催は、日本の文化を国内外に発信する絶好の機会であり、全国的な気運盛り上げの重要な要素となるばかりか、訪日外国人観光客の増加にも大いに寄与すると思われる。2012年のロンドン大会では、大会の4年前である2008年から英国全土1千カ所以上で音楽や演劇、ダンス、美術、映画、ファッションなどの多角的な文化や魅力を紹介する文化プログラムが約18万件、総事業費は約220億円とかつてない規模や内容で実施され、参加者数は約4,340万人と、気運盛り上げに極めて重要な役割を担った。

また、東京商工会議所が会員企業を対象に実施した大会関連の各種説明会においても文化プログラムに対する高い関心が寄せられていることから、文化プログラムの要件を明示し、各地域が主体的かつ積極的に取り組める環境を早急に整備すべきである。

3. 全国的な経済波及に関する要望

オリンピック・パラリンピックを東京のみならず日本全体の大会とし、成功させるためには、特に、各地の積極的な参画を得ることが不可欠であり、各地の経済活性化、被災地の復興につながる参画の意義付けやインセンティブを分かりやすく明確に示すことが必要である。

従って、2020年大会を契機に、全国的な経済活性化や地域振興、被災地の早期かつ本格的な復興を図っていくために、下記を積極的に取り組まれない。

①中小企業の受注機会の拡大

東京都は、2020年大会等を契機としたビジネスチャンスをもとより、日本全国の中小企業に波及させ、その優れた技術や製品等を世界に発信していく「中小企業世界発信プロジェクト」について、去る2月12日にキックオフフォーラムを開催した。東京商工会議所は本プロジェクトの推進協議会の一員として参画しており、企画検討段階から協力している。

このキックオフフォーラムには多くの中小企業関係者が駆け付けるなど、本プロジェクトは大きな期待と注目を集めていることから、本プロジェクトの主要な要素であるビジネス情報ポータルサイトに大会組織委員会の調達情報をあまねく掲載するなど、本プロジェクトの積極的な展開に向けて、東京都と連携を密にして取り組まれない。

②事前キャンプの誘致を通じた地域活性化

大会組織委員会は、日本国内の事前キャンプ候補地情報を取り纏め、各国のオリンピック委員会やパラリンピック委員会、国際競技団体に紹介するために「事前キャンプ候補地ガイド」を策定し、リオ大会時に公表することになっている。

また、内閣官房は2020年大会に向け、スポーツ立国、グローバル化の推進、地域の活性化、観光振興等に資する観点から、参加国・地域との人的・経済的・文化的な相互交流を図る地方公共団体を「ホストタウン」として全国各地に広げる取組を推進しており、事前合宿の誘致・実施（ボランティア養成、警備、宿泊、輸送）をはじめとした取組に対して、必要な経費を支援することになっている。

こうした中、全国で事前キャンプの誘致が決定し始めていることに加えて、本年1月に

は「ホストタウン」として44件が登録され、その多くが商工会議所の設置地域となっている。

「ホストタウン」は今後も増加していくと見込まれているが、事前キャンプの誘致が決定した地域や「ホストタウン」として登録された地方公共団体と、地元の商工会議所が連携して、気運盛り上げ活動を実施していくことが十分に想定されることから、事前キャンプの誘致に関する情報はタイムリーかつ積極的に発信されたい。

③全国各地の地域資源・文化資源の積極的な活用

全国各地には多くの地域資源（伝統工芸品、卓越技術、観光資源、服飾および素材など）や文化資源（祭り、伝統芸能、食文化など）が存在している。全国的な経済波及には、大会関連イベント、選手村、開閉会式などにおいて地域資源や文化資源を積極的に活用し、これらを国内外に発信することによって、地域活性化につなげていくことが極めて重要である。従って、2020年大会に全国各地の地域資源・文化資源を積極的に取り入れていただきたい。

なお、日本商工会議所には各地商工会議所から上記に関連した提案がすでに寄せられている。このほか、日本商工会議所は全国の商工会議所を通じて「食」、「技」、「旅」に関する地域資源を活用した新たな特産品や観光商品の開発、販路拡大を支援する「地域力活用新事業∞全国展開プロジェクト」を実施しており、累計で900件以上のプロジェクトを推進していることから、2020年大会に全国各地の地域資源・文化資源を活用していくにあたり、日本商工会議所のこうした取組を是非、参考にされたい。

以上