

2014年1月30日 全5頁

《実践》公共インフラ関連ビジネス

オリンピック・レガシーの概念

21世紀のオリンピック開催の長期的効果を考える

コンサルティング・ソリューション第一部

コンサルタント

川 名 剛

[要約]

- 2020年の東京オリンピック開催が決まり、巷間その経済効果やビジネス機会を巡るさまざまな議論がなされているが、インフラも概ね整備され、経済成長も遂げたわが国の首都における二度目のオリンピックは、高度成長を加速した1964年のオリンピックと同じ発想では、意義のある成果を挙げることはできない。それは、21世紀になって二回目以上のオリンピックを開催した先進国に共通して見られる考え方となっている。
- そこで、国際オリンピック委員会（IOC）は、100年を超えた近代オリンピックが開催都市と開催国に長期的・持続的な効果をもたらす「オリンピック・レガシー」という概念を提唱している。
- 「オリンピック・レガシー」では、長期的効果、ハードとソフトの両面、市民参加が鍵となっており、行政の行う公共投資だけでなく、市民や企業の主体的参加による独自の文化やサービス力を意識した活動が重要になる。
- 半世紀ぶりに日本で行われる世界的イベントが一時的な打ち上げ花火のように雲散霧消しないよう、オリンピック・レガシーの考え方を意識して、我が国の持続的成長のきっかけとなるよう真摯に向き合うことが求められる。

前回の論稿¹では、オリンピックの名称への便乗商法の規制が厳しくなる中で、より広い視野を持って世界から注目されるこの機会を活かす必要性を指摘した。今回は、より具体的に今回の東京オリンピック開催を活かす視点を示唆したい。

¹ 拙稿「オリンピック関連商標の使用に関する課題」（大和総研公共インフラ関連ビジネス特別企画「オリンピックにおけるインフラ整備とソフトパワー」）

http://www.dir.co.jp/consulting/theme_rpt/public_rpt/olympic/20140116_008110.pdf

2020年の東京オリンピック開催が決まり、巷間その経済効果やビジネス機会を巡るさまざまな議論がなされているが、インフラも概ね整備され、経済成長も遂げたわが国の首都における二度目のオリンピックは、高度成長を加速した1964年のオリンピックと同じ発想では、意義のある成果を挙げることはできない。それは、21世紀になって二回目以上のオリンピックを開催した先進国に共通して見られる考え方となっている。国際オリンピック委員会（IOC）は、オリンピックが開催都市と開催国にもたらす長期的・持続的効果を「オリンピック・レガシー（遺産）」という概念を提唱している。世界的に注目されビジネス機会も多様化した現代のオリンピックにおいて、この「オリンピック・レガシー」という考え方のもとで、2020年のオリンピックが東京と日本に長期的・持続的な効果をもたらすために、どのような対応が取られるべきであろうか。

オリンピック・レガシーの考え方は、1996年のアトランタ大会の準備過程で、100周年を迎えた近代オリンピックが開催都市と開催国のために何を残せるかが議論されたことを嚆矢とする²。米国ではそれまでに3回の夏季オリンピックが開催されており、特にオリンピックの商業化による大きな転機となった1984年のロサンゼルス大会を経て、オリンピックの捉え方を見直す契機となりえたと言える。2000年のシドニー大会では、環境対策が強く意識され、廃棄物処理場だった地域をオリンピック公園として甦らせ、その後も間断なく整備・拡張が行われることで、10年以上を経た今日でもさまざまな用途・目的で多くの市民に利用されている³。このような長期的視点に基づくオリンピック・レガシーの考え方は2001年にIOC会長に就任したジャック・ロゲ会長によって具体的に推進された。2002年に行われた「オリンピック・レガシー 1984年～2000年」と題するシンポジウムにおいて、今が持続的で有益なオリンピック・レガシーの出発点であるとされ、翌2003年にはIOC憲章に「開催都市と開催国にオリンピックによる積極的なレガシーを促進すること」が明記された。以後、オリンピックの開催立候補都市は、オリンピック・レガシーを組み込んだ提案をするよう求められ、2020年の東京大会でもオリンピック・レガシー委員会を創設し、物理的、社会的、環境、国際的な面でレガシーの取組みを行うことが示されている⁴。

オリンピック・レガシーの概念の細部はなお論者によって異なるところがあるが⁵、その中心となるのは以下の3点である。

² Chapelet, J.-L., “Olympic Environmental Concerns as a Legacy of the Winter Games”, Mangan, J. A. and Dyreson, M. (eds), *Olympic Legacies: Intended and Unintended*, Routledge, 2012, pp.2-3.

³ 奥山稔「シドニーオリンピックのレガシー」『自治体国際化フォーラム』271号（2012年5月）12-13頁。

⁴ 東京2020オリンピック・パラリンピック招致委員会『立候補ファイル』7-8頁。

⁵ 論者によっては、20世紀に開催されたオリンピックを今日のレガシー論から捉え直したり、「レガシー」という語感から負の側面を強調したりするものもある。また、21世紀のオリンピックでも、先進国で開催される場合は正負両面の効果を長期的に考えているが、2008年の北京大会や2014年のソチ大会ではなお国威発揚の側面が強く見られる。今後、新興国でのオリンピック開催が増えることが予想されるのを考えると、100年を超えるオリンピック開催の蓄積を一層有効に活用することが望まれる。

- ① 長期的効果：オリンピック開催前後数年だけでなく、10年以上先の長期的・持続的効果を考慮すること
- ② ハード面とソフト面の考慮：交通網や施設整備などのハード面だけでなく、開催都市の世界における位置の認識、スポーツ・文化振興、環境意識など、ソフト面も考慮すること
- ③ 市民・国民の参加：政府・自治体や競技関係者に加えて、市民・国民も観戦だけでなく、ボランティア、スポーツ活動、国際交流などを通じて参加すること

IOCの「オリンピック・レガシー2013」によれば、オリンピック・レガシーを〔図表1〕のような5つの類型に分類している。

〔図表1〕IOCのオリンピック・レガシーの類型と内容

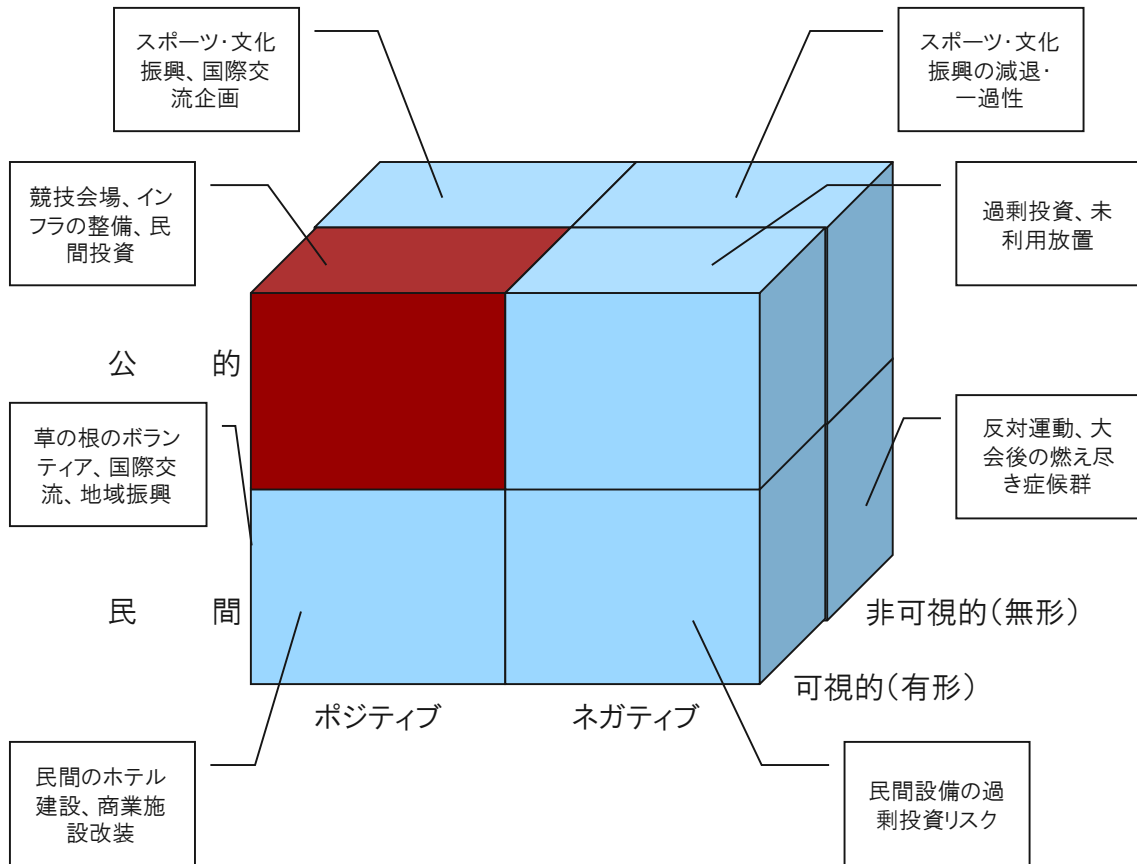
スポーツレガシー	<ul style="list-style-type: none"> ・ スポーツ施設の整備 ・ 国民のスポーツへの熱気 ・ 国民のスポーツ参加と健康
社会的レガシー	<ul style="list-style-type: none"> ・ 開催都市の世界における位置 ・ 教育、文化、民族、歴史認識の向上 ・ 市民の大会参加と協力
環境レガシー	<ul style="list-style-type: none"> ・ 環境型都市への再生 ・ 新エネルギーの利用 ・ 行政の環境政策との融合
都市レガシー	<ul style="list-style-type: none"> ・ インフラの整備 ・ 都市開発 ・ 交通網の整備
経済的レガシー	<ul style="list-style-type: none"> ・ 経済活動の活発化 ・ 雇用の増加 ・ 消費活動の増加 ・ 観光客の増加

(出所) IOC, Olympic Legacy 2013 をもとに筆者作成

さらに、C. Gratton と H. Preuss は、オリンピック・レガシーを捉える視点として、「レガシー・キューブ」という3次元の見方を提示している(図表2)⁶。レガシー・キューブは、主体、効果、可視性の3つの軸で区分されている。主体では、行政が中心となって計画的に行う公的施策に対し、草の根的に企業や市民が行う民間活動が対比される。効果では、さまざまな活動の効果が良い面(ポジティブ)として出るか、負の面(ネガティブ)として出るかで対比される。可視性では、目に見える有形のものか、目に見えない無形のものかで対比される。

⁶ C. Gratton and H. Preuss, Maximizing Olympic Impacts by Building Up Legacies, Mangan, J. A. and Dyreson, M. (eds), *Olympic Legacies: Intended and Unintended*, Routledge, 2012, pp.40-42.

〔図表 2〕 レガシー・キューブ



(出所) C. Gratton and H. Preuss をもとに筆者作成

(注) 「公的」「民間」は出所では“planned”, “unplanned”とされているが、その本旨を汲んで筆者において読み替えた

オリンピックを含むこれまでの大規模スポーツイベントでは、〔図表 2〕の 8 つのキューブの中で、公的でポジティブな効果があり目に見えるもの（〔図表 2〕の赤いボックス）に着目したものが多く、具体的には、競技会場を新增設し、交通インフラを整え、公共施設を改装するなどの施策である。これらは、都市の利便性を増し都市生活を快適にする正の効果が期待されるが、その効果は往々にして過剰に見積もられ、過剰投資や未利用施設といった負の効果をもたらすことも少なくない。特に、ある程度インフラや都市施設の整った先進国におけるスポーツイベントでは、新設と仮設の併用や、バリアフリーやユニバーサルデザインの組み込みなど民間の知恵を活かすのが有効である。また、目に見えない非可視的効果については、公的に計画されるスポーツ・文化振興や国際交流のほか、民間レベルの草の根のボランティアや国際交流、地域振興の効果が期待される。もっとも、民間レベルの活動も、過剰投資や一過性ブームに終わる負の側面も考えられる。従って、両者が有機的な相乗効果を生むよう、行政と民間の双方の積極的な参加意識が重要になるのである。

これまでの 21 世紀以降のオリンピックにおいて、レガシーの概念がどのように機能し、あるいはしなかったかについては、本連載の後の論稿に譲るとして、ここでは東京オリンピックを見据えて、ビジネス面に関する示唆を示すこととしたい。

まず、企業の主体的対応の重要性である。インフラを含む基本的設備が整った東京において、1964 年のような大型都市開発を中心とした公共事業に過度に期待するのは難しい。国立競技場のように一部、新規に建設されるものもあるが、多くの競技施設は仮設ないし改修が中心となる。交通インフラについてもオリンピックがあるから整備されるものは会場周辺の一部に留まる見込みである。むしろ各企業独自の視点でオリンピックの機会に顕在化が見込まれるビジネスチャンスを捉える姿勢が重要である。

その中で、特に海外からの注目への対応は必須である。オリンピックを契機として、日本の技術、サービス、文化への関心はいやおうなく集まる。その機会の中でオリンピック自体とは直接関係しないとしても自らの強みをいかにアピールするかが重要である。ここでは英語とインターネットを中心としたアピールが軸となろうが、単に日本語サイトを英語化するだけでなく、動画等による「魅せるアピール」や外国語での問い合わせへの対応体制なども必要となってくるであろう。

さらに、オリンピック後も意識した、より広範なオリンピック効果への関与も考えられる。オリンピックは東京だけでなく日本全体が期待するイベントである。しかし、物理的な制約で地方への直接的な波及効果は限定的にならざるを得ない。そこで、東京への効果を日本各地へ広げる橋渡しを在京企業が担える可能性がある。例えば、外国人旅行者の国内旅行へのアクセス支援、外国人ビジネス客の地方の技術や文化への仲介などが考えられる。そこで地域の良さが理解されれば、オリンピック後の持続的なビジネスや観光産業の形成をつなげる可能性がある。

「レガシー（遺産）」という言葉は、イベントが終わった後に遺されたものに対して、正負両面の意味で用いられる。その両面を意識してオリンピックの長期的効果を考えるのが「オリンピック・レガシー」の要諦である。半世紀ぶりに日本で行われるこれだけの世界的イベントが一時的な打ち上げ花火のように雲散霧消しないよう、失われた 20 年を取り戻す持続的成長のきっかけとなるよう真摯に向き合うことが求められる。