

【資料3】

第52回 ESRI－経済政策フォーラム
オリンピック・パラリンピックを契機とした地域活性化

メガスポーツイベントとツーリズム

2020オリンピック・パラリンピックを活かした地域活性化

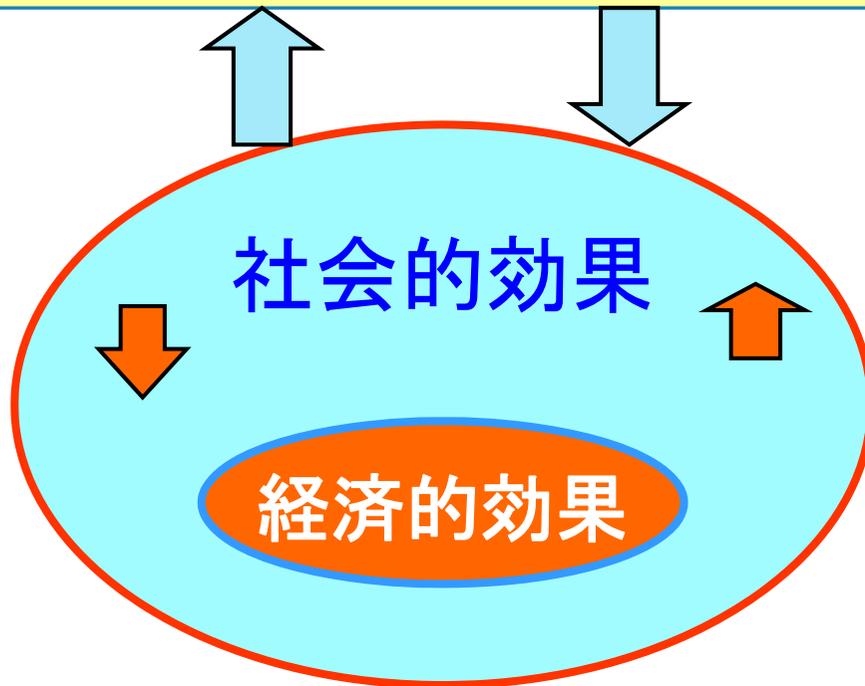
近畿日本ツーリスト株式会社
地域誘客事業部長(兼)スポーツ事業部部長
青木淑浩

2020オリンピック・パラリンピック 東京大会(経済効果)

試算を行った主体	経済波及効果 (生産誘発額)	雇用誘発数	観光関係
東京2020オリンピック・ パラリンピック招致委員会 (2012年6月)	約2兆9600億円	約15万2千人 (東京都:約8万4千人 その他の地域:約6万8千人)	—
みずほ総合研究所株式会社 (2013年9月)	約2.5兆円	約21万人	①観戦客消費 2074億円 ②観光客数 海外80万人を含む505万人
森記念財団 都市戦略研究所 (2014年1月)	約19.4兆円	約121万人	①訪日外国人の増加 (消費拡大)1570億円 ②宿泊施設の建設増加 (建築投資額増大)3950億円

社会的効果の重要性

社会的効果と経済的効果を一体として捉え、
社会的効果が拡大すると経済的効果も拡大する



- 地域コミュニティの形成
- 海外交流等の促進
- 健康の増進
- 地域の文化・芸術の振興
- 人材の育成
- 地域アイデンティティの醸成
- 地域スポーツ振興
- 地域情報の発信
- 地域スポーツ振興
- 地域間交流の促進
- イベント開催ノウハウ等の修得

オリンピック・パラリンピック効果

経済的効果

- 外国人観光客の増加
- 学術会議、グローバル企業国際会議(MICE)の増加
- インフラの整備(競技会場建設、交通、WIFI整備、
- 宿 泊=選手をはじめチーム関係者、マスコミの宿泊
- 移 動=バス、タクシー、レンタカー等の利用
- ツーリズム=観光、地域物産の販売、飲食
- そ の 他=スポーツ関連支出の増加等

社会的効果

- スポーツ(身体運動)普及に伴う健康増進
- パラリンピック効果による「バリアフリーの整備(ハード・ソフト両面)
- 報 道=マスコミにより新聞、テレビ等の紹介によるシティーセールス効果
- 継続性=事前合宿誘致による、スポーツ合宿(高校・大学・社会人)の継続
- 育 成=青少年競技力の向上と指導者のレベルアップ
- 教 育=グローバル教育醸成、国際理解の深度
- 活性化=施設及び環境作りによる、今後の有効活用と街づくり・地域活性化
- 持続性=海外(誘致国)との友好関係の構築
- ボランティア経験

サッカーワールドカップ日本大会における キャンプ地別・項目別の社会的効果(19市町村)

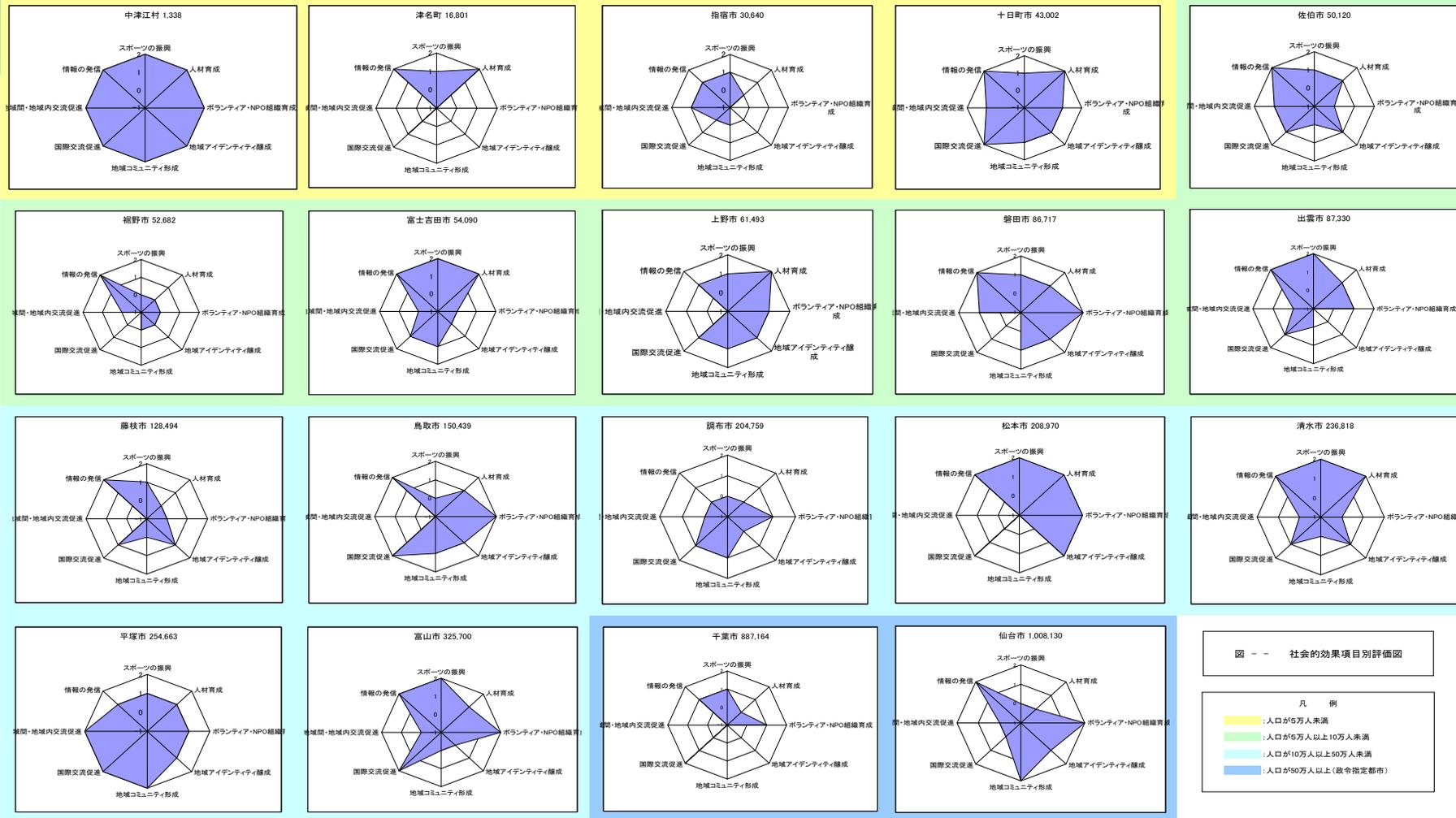


図 社会的効果項目別評価図

凡例

- 人口が5万人未満
- 人口が5万人以上10万人未満
- 人口が10万人以上50万人未満
- 人口が50万人以上(政令指定都市)

出典: 木田悟・小嶋勝衛・三橋博己: サッカーワールドカップキャンプ地の社会的効果に関する研究、日本大学理工学研究報 第118号、pp.83-98、日本大学理工学部、2008,7

1998年長野冬季オリンピック

(一校一国運動)

- ・1994年広島アジア大会における「一館一国運動」が原点
 - ・教育現場からの反発が多く「一校一国運動」実現は容易くなかった
- ①「友好を深める」、「平和への貢献」=オリンピックの教育
 - ②市民に対する作用
 - ・地区単位での協力会、テストイベントの時から
交流会開催
 - ③その後のオリンピックでの採用
- “The One School One Country”

2002日韓ワールドカップ

(新潟県十日町市)クロアチア代表キャンプ地

- ・地域の“もてる力”を最大限に活かした活動
- ・官民一体となった活動(キャンプ地誘致から大会開催まで)
- ・ボランティア組織の設立
住民意識の変化→積極的・自主的に参加
- ・全国・世界からの来訪者との交流
「心とこころのコミュニケーション」、「クロアチアピッチ」、
「クロアチアピッチ・サポーターズクラブ」、「クロアチアピッチ
活用事業実行委員会」の設立

「十日町スポーツコミッション」の設立

『スポーツやスポーツに関連するイベントを開催する事による
社会効果を活用した町・地域づくりを展開していくためのプ
ラットフォーム』

十日町市とクロアチア



2014ブラジルW杯PV



ジャパン・クロアチアフレンドシップハウス



クロアチアピッチ

2012ロンドンオリンピック・パラリンピック エセックスカウンティの事例

Get Set Education Programme

- オリンピック教育プログラム

Cultural Olympiad

- 文化プログラム

Team Essex アンバサダー

- 将来の競技者の発掘

Journey to the Podium

- 競技者の育成

スポーツ振興

- 1792万人/月1回/30分

パラリンピアン魅力向上

- 選手・競技の認知度UP

2020オリンピック・パラリンピック 東京大会(国の動き)

ホストシティ・タウン構想

- 各地の自治体が参画

スポーツ庁の設置

- 健康寿命の延伸

復興五輪

- 被災地での聖火リレー

スポーツ文化ダボス会議

- 文化芸術振興

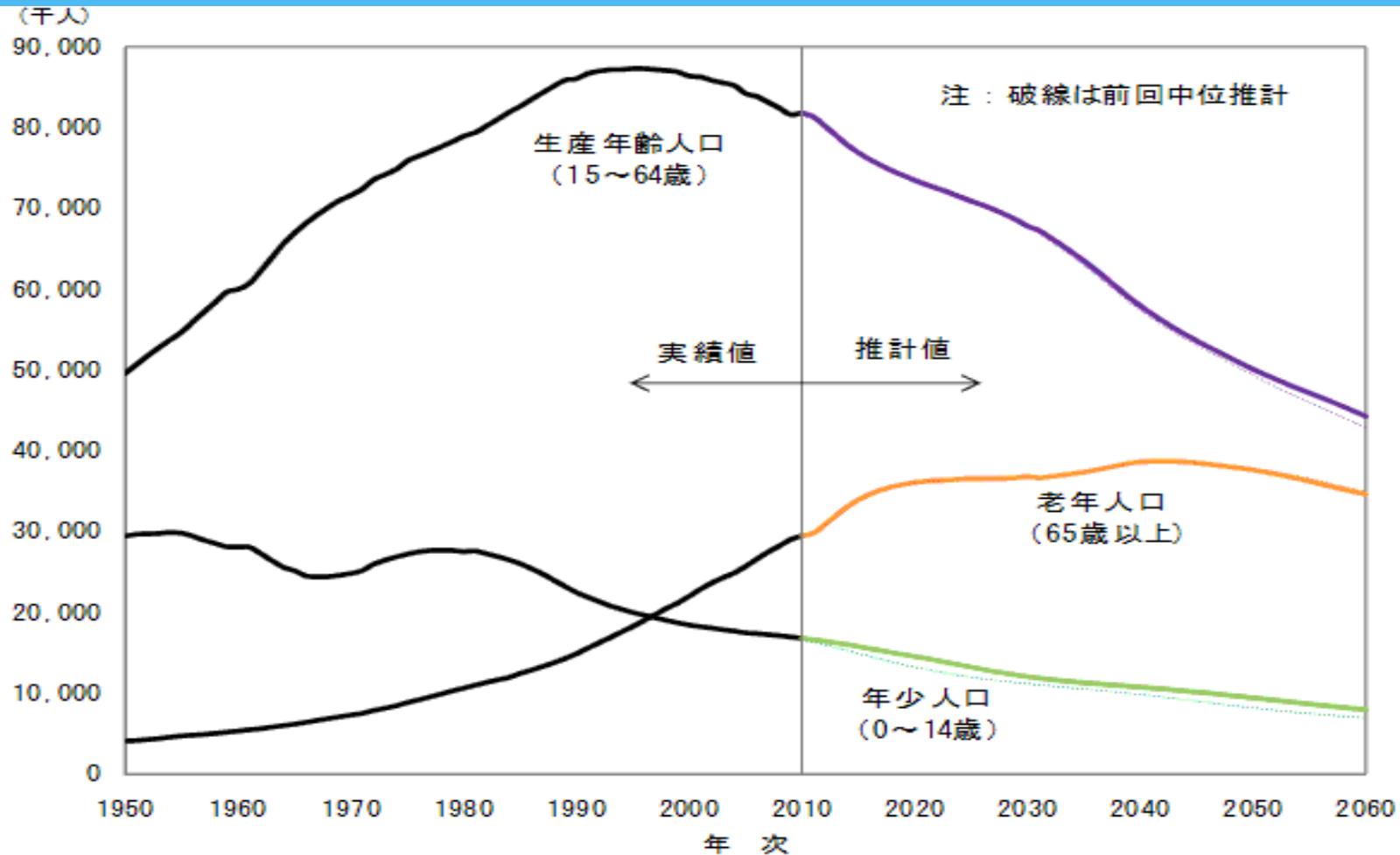
日本全体の祭典

- 国が活力を取戻す弾み

有形・無形文化財活用

- 五輪と連動、地域発展

1964年と2020年の比較



1964年と2020年の比較

	1964年	2020年
総人口	9718万人	1億2400万人
高齢化率	6.2%	29%
生産年齢人口	68%	59%

1964年

・1年間に172万人出生。総人口が毎年10%増加。活力溢れる社会。

2020年

・生産年齢人口が▲500万人以上。少子高齢化・人口減少社会

2020オリパラ東京大会の意義

2020年東京オリンピック・パラリンピックの開催ビジョンは「**Discover Tomorrow** 〈未来をつかむ〉」。この競技大会を一過性のイベントとすることなく、この機を捉え、日本社会再生のための大きなうねりを全国的に巻き起こしていくことが求められている。そこには**日本全国の自治体に、地域の活性化を図る大いなるチャンス**が用意されている。

	1964年大会	2020年大会
課題	戦後復興、経済発展	高齢化・少子化、環境・エネルギー、経済再生、災害復興、国際紛争
目標	先進国入り	様々な課題解決に向けた新たな指標・価値観を構築
レガシー	新幹線、高速道路などのインフラ	成熟した先進諸国が共通に抱える課題に対し、新たな解決のモデルを提示し、スポーツと文化に支えられた新しい社会のあり様・価値観を体現する

観光立国 アクションプログラム2014

- ① 「2020年オリンピック・パラリンピック」
を見据えた観光振興
- ② インバウンドの飛躍的拡大に向けた取組
- ③ ビザ要件の緩和など訪日旅行の容易化
- ④ 世界に通用する魅力ある観光地域づくり
- ⑤ 外国人旅行者の受入環境整備
- ⑥ MICEの誘致・開催促進と外国人ビジネス
客の取り込み

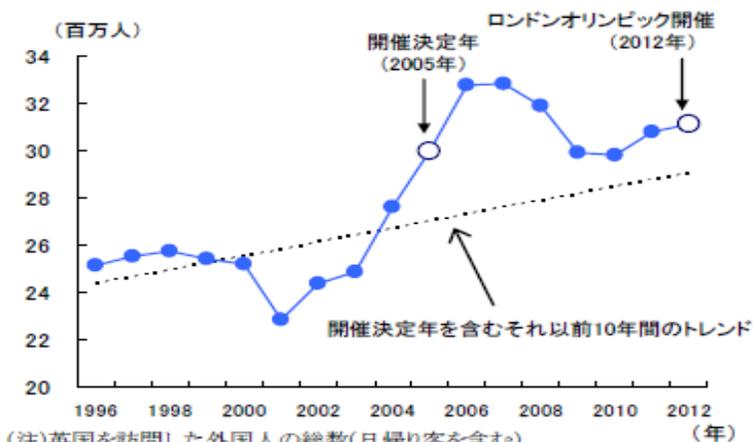
インバウンド統計数値(観光庁)

2013年/2014年 7月～9月 訪日外国人 訪問率推移

	2013	2014		2013	2014		
北海道	13.5	11.3	-2.2	三重県	0.9	0.4	-0.5
青森県	0.5	0.7	0.2	滋賀県	0.6	0.4	-0.2
岩手県	0.5	0.3	-0.2	京都府	25.9	29.8	4.0
宮城県	0.9	0.5	-0.3	大阪府	32.2	35.1	3.0
秋田県	0.2	0.2	-0.1	兵庫県	6.8	6.4	-0.3
山形県	0.3	0.1	-0.2	奈良県	5.6	6.2	0.6
福島県	0.1	0.1	-0.0	和歌山県	1.8	2.0	0.2
茨城県	0.1	0.3	0.2	鳥取県	0.1	0.2	0.1
栃木県	1.3	1.2	-0.1	島根県	0.0	0.2	0.1
群馬県	0.5	0.3	-0.2	岡山県	0.4	0.9	0.5
埼玉県	0.6	0.9	0.3	広島県	2.6	4.1	1.5
千葉県	13.1	15.3	2.2	山口県	0.0	0.2	0.2
東京都	44.1	51.9	7.8	徳島県	0.1	0.2	0.1
神奈川県	11.8	13.0	1.2	香川県	0.3	0.9	0.6
新潟県	0.1	0.1	0.0	愛媛県	0.1	0.5	0.4
富山県	0.8	1.0	0.1	高知県	0.1	0.2	0.0
石川県	1.2	1.5	0.3	福岡県	12.9	10.6	-2.2
福井県	0.0	0.1	0.1	佐賀県	0.5	0.2	-0.3
山梨県	8.9	6.3	-2.6	長崎県	4.4	2.8	-1.6
長野県	2.9	2.7	-0.2	熊本県	5.7	4.9	-0.9
岐阜県	2.4	2.4	0.0	大分県	5.3	5.4	0.1
静岡県	1.9	6.4	4.5	宮崎県	0.3	0.3	0.0
愛知県	7.7	10.9	3.2	鹿児島県	0.9	0.5	-0.4
				沖縄県	6.2	7.6	1.4

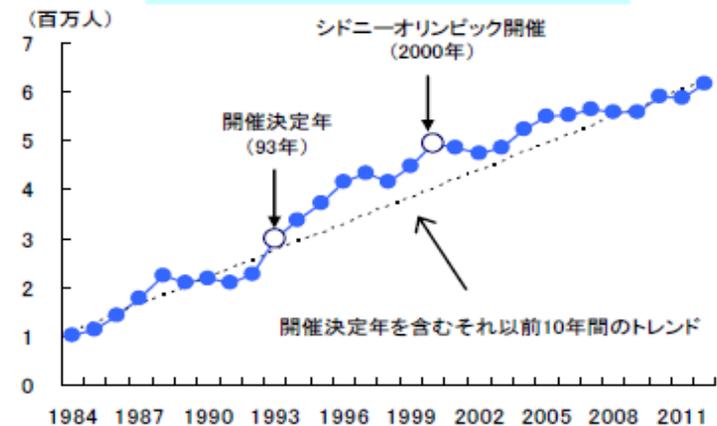
過去のオリンピック・パラリンピック開催によるインバウンド傾向

英国(2012)



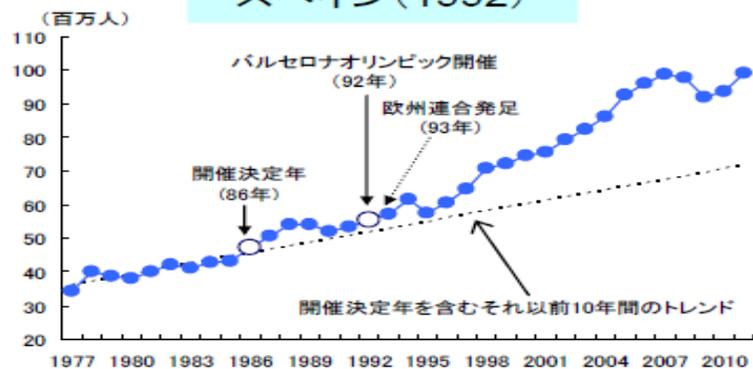
(注)英国を訪問した外国人の総数(日帰り客を含む)。(資料) Office for National Statistics

オーストラリア(2000)



(注)1年以内の滞在を目的とした外国人到着数。(資料) Australian Bureau of Statistics

スペイン(1992)

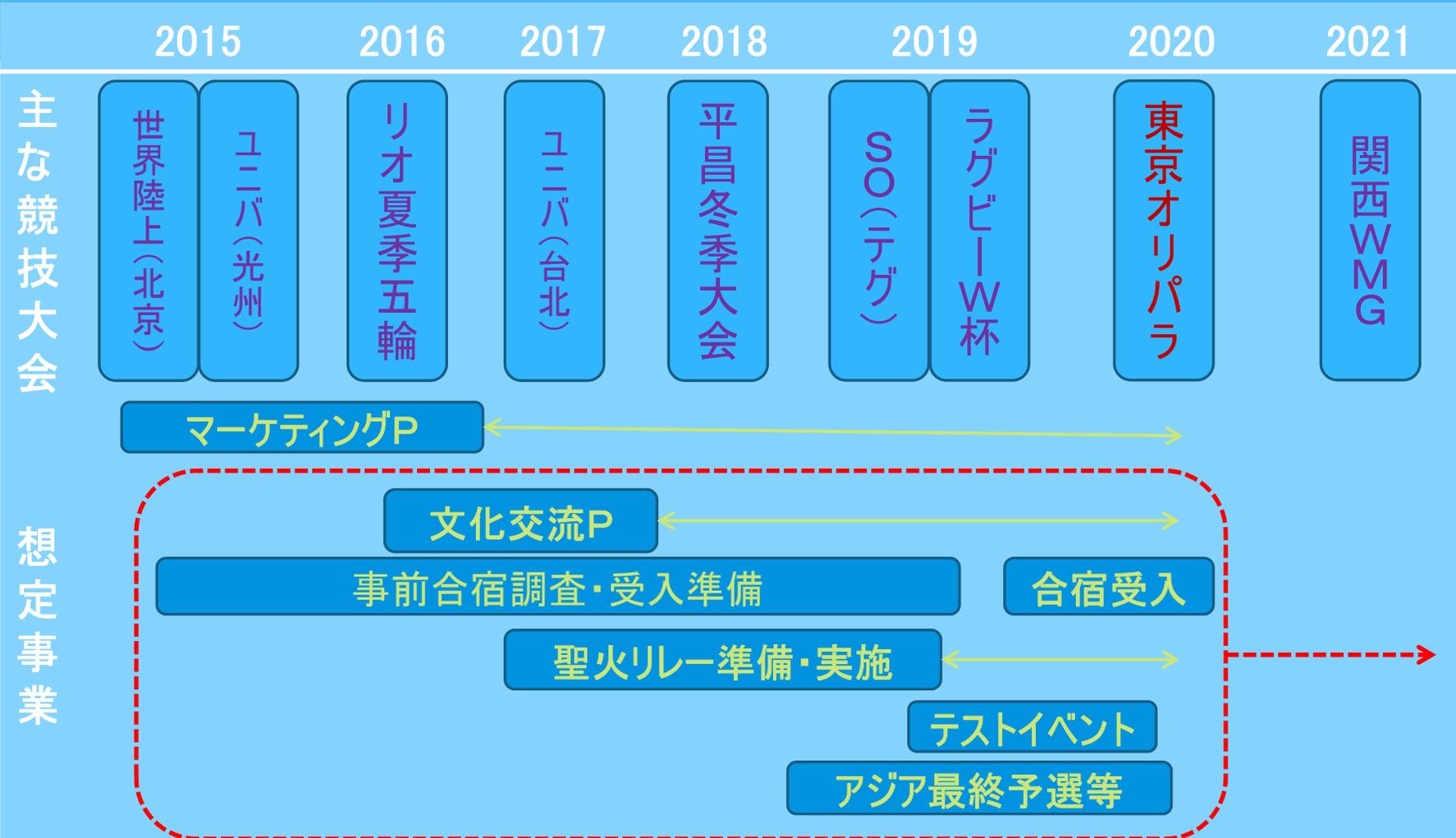


(注)スペインを訪問した外国人人数(日帰り客を含む)。(資料) Venancio Bote Gómez (1994)、Instituto de Estudios Turisticos等

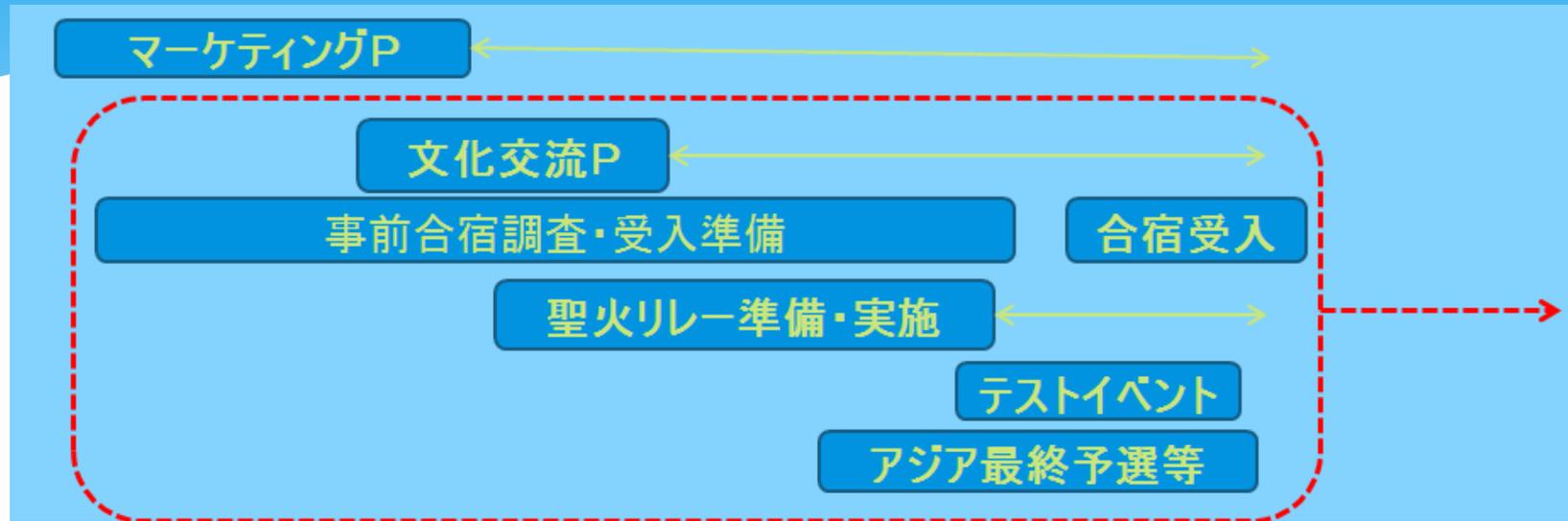
オリンピック・パラリンピック開催決定後は開催国のインバウンド需要が長期間にわたって喚起される傾向がある

出典:みずほ総合研究所株式会社

2020年までの主要スケジュール



ホストシティ・タウン構想



- ・文化プロジェクト
- ・事前キャンプ
- ・聖火リレー
- ・テストイベント/アジア最終予選



“点”を“面”にする

ホストシティ・タウン構想

ホストシティ・タウン構想

日本全国の自治体と参加国・地域との人的・経済的・文化的な相互交流を図るとともに、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、政府全体で推進する取り組み。

(1) 教育交流:

- ①在京大使館と連携し参加国に関する学習を実施(一校一国運動)
- ②大会後にパラリンピアンを招き、共生社会について学習

(2) スポーツ交流:

- ①事前合宿等を通じて、選手・指導者と交流
- ②パブリックビューイング設置等により、地域を挙げて該当国を応援

(3) 文化交流

- ①「文化交流プロジェクト」の活用
- ②該当国でのイベント参加(伝統行事、アート、食など)
- ③大会期間中或いは大会前後に地元開催の「〇〇祭り」を体験

(4) パラリンピックに関する交流

- ①大会後にパラリンピアンを招いて、健常者と障がい者によるパラリンピック競技体験
- ②バリアフリー教育

(5) 経済交流

- ①該当国での「物産展」、「見本市」等の開催
- ②地域の特産品等の輸出促進

オリパラを活用した地域活性化

ホストシティタウン

- ・ 自治体と参加国・地域との相互交流
- ・ 教育・スポーツ、経済、行政交流

事前合宿

- ・ シティセールスとして内外にアピール
- ・ ボランティア、地域アイデンティ醸成

文化プログラム

- ・ 文化による地域活力の創出
- ・ 文化による超高齢社会のモデルを発信

レガシーの創出(課題解決)

高齢化・人口減

- ・ 交流人口の拡大
- ・ 高齢者の生きがい＝世界にアピール

健康・医療

- ・ スポーツを楽しむ環境づくり
- ・ 健康寿命の延伸

人材育成

- ・ 多様性の受入(ボランティア)
- ・ グローバル人材の育成

地方版総合戦略への反映

第1フェーズ

- ・ 2015年～2017年
- ・ 2020年以降を見据えた基本計画策定
- ・ 国際スポーツ大会合宿誘致
- ・ ホストシティ・タウン構想の検討

第2フェーズ

- ・ 2018年～2020年(ホストシティ・タウン構想)
- ・ 文化プログラム実施
- ・ テストイベント等の活用(合宿誘致、交流)
- ・ 事前合宿実施→**本大会**

第3フェーズ

- ・ 2021年～2023年(BEYOND 2020)
- ・ 効果測定(主に社会的効果)
- ・ 基本計画の確認・修正
- ・ オリパラ効果を活用した町づくりの実践

ご清聴ありがとうございました。