

東京オリンピック・パラリンピック
からスポーツ界発展へ

1740150213

経営学部公共経営学科

4年13組22番

蛭田 萌

目次

- 1 はじめに……2
- 2 東京オリンピック・パラリンピックに対する興味・関心の差……4
- 3 興味・関心を持たせるための施策……9
 - 3-1 活動の種類……9
 - 3-2 短期的活動……9
 - 3-3 長期的活動……13
 - 3-4 短期的活動から長期的活動への橋渡しとなる活動……14
- 4 東京オリンピック・パラリンピックを機にスポーツ界発展へ……16
 - 4-1 現状……16
 - 4-2 実際の活動……16
- 5 おわりに……19
- 6 参考文献……20

1 はじめに

現在日本は2020年の東京オリンピック・パラリンピックに向け、着々と準備を進めている。一生に一度あるかないかの自国でのスポーツの世界大会開催であるため、国民の携わり方も様々だ。ボランティアとして、観戦者として、仕事の一環として、一市民として。しかし全国民が東京オリンピック・パラリンピックに興味・関心¹があり、必ずしも携わりたいと考えているとは限らない。そこでこの論文では、東京オリンピック・パラリンピックに興味・関心がない国民にどうすれば興味・関心を抱かせることができるのか。また大会開催後は、生涯スポーツとして一生楽しむことができるスポーツに出会うようにするためにはどうしたら良いのかということ自治体や組織委員会の施策の事例を基に論じていく。主に前者を短期的活動、後者を長期的活動と考えるが、それらを橋渡しする活動についても論じていく。

また、現在わが国では少子高齢化やスポーツ離れが急速に進んでいる。これらの課題については第4章の現状で参考文献を基に論じていくが、東京オリンピック・パラリンピックを機に国民にスポーツへの興味・関心を抱かせ、生涯様々なスポーツに触れることができるようにスポーツ界を発展させていくことで、スポーツ離れを食い止め高齢者の健康寿命を延ばすなどわが国が抱える課題に向き合っていくことができるだろう。そのために東京オリンピック・パラリンピックをきっかけとし、スポーツ界²を発展させていくために必要な活動についても同時に論じていく。

今回この論文では、公益財団法人東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会の方へのインタビューや文献、各自治体のホームページ、ウェブサイト、ガイドブック等を参考としながら研究を行う。第2章で東京オリンピック・パラリンピックに対する興味・関心の差についてウェブサイトを基に論じていき、第3章で各自治体や公益財団法人東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会などが全国民に興味・関心を持た

¹ ここでは、見るスポーツ・するスポーツなどスポーツに関する興味・関心に対象を限定する。

² 界とは、空間を分けた区切りという意味や範囲を区切った特定の場所という意味を持つ。そのためここでいうスポーツ界とは、スポーツに関わる全ての団体や人々を指す。主にスポーツをより多くの人々に伝え楽しんでもらうために活動している団体やスポーツを楽しむための環境づくりをしている団体、スポーツに興味・関心を抱かせようと様々な活動をしている団体、地域スポーツ発展に向けて活動している団体、スポーツ庁、各自治体のスポーツ課などスポーツを提供する側とスポーツを楽しんでいる人々やスポーツで生計を立てている人々などスポーツを提供される側の両面があると考えられる。

参考：界（カイ）とは一コトバンク

<https://kotobank.jp/word/界-456620> (2019年1月18日アクセス)

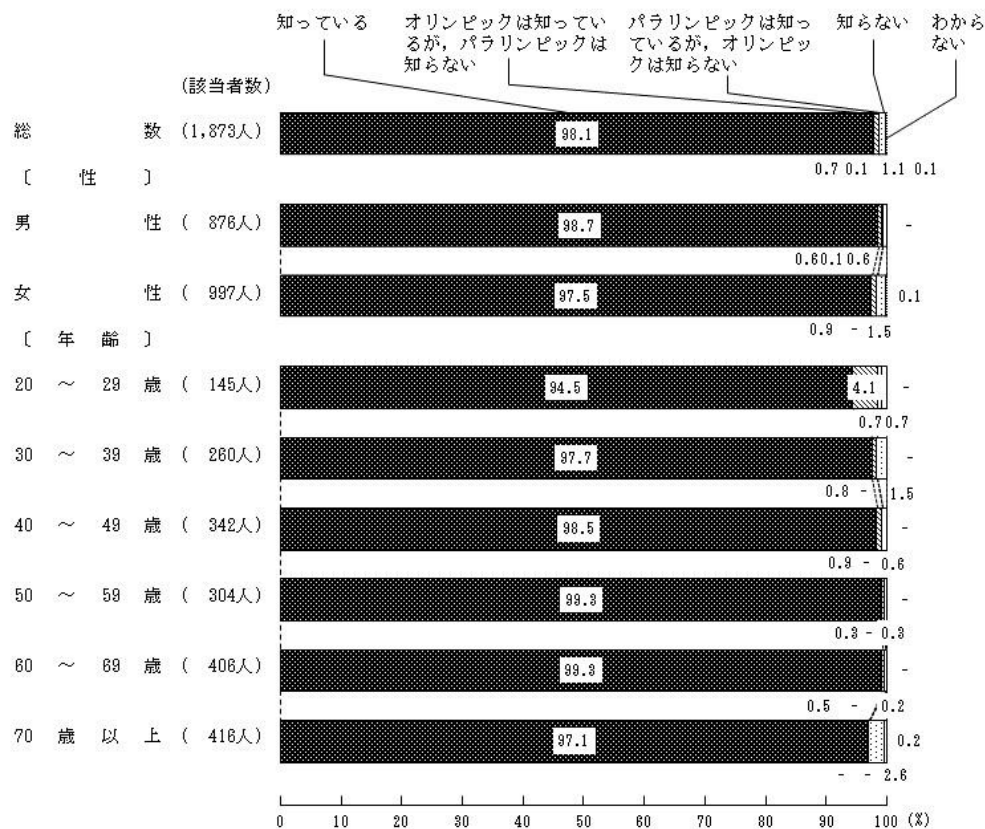
せるために行っている活動について述べ、どの活動が効果的であるのか考察を行う。そして第4章で今後のスポーツ界発展に向けてどのような活動を行っていくべきなのかを論じ、第5章で結論として東京オリンピック・パラリンピックに興味・関心を持たせ、最終的にスポーツ界を発展させるためにはどのような活動が必要であるのかについてまとめ、考察をする。

2 東京オリンピック・パラリンピックに対する興味・関心の差

この章では内閣府が平成 27 年度に行った「東京オリンピック・パラリンピックの周知度・関心度」の世論調査や株式会社日経 BP コンサルティングが 2014 年 9 月 17 日から 21 日にかけて行った「スポーツ・オリンピック意識調査 2014」³の結果を基に、国民の東京オリンピック・パラリンピックに対する興味・関心の差について述べ、どのような点で大きく意識の差が生まれ、今後の課題として挙げられるのかについて考察していく。

内閣府が行った世論調査の結果（図 1）によると、東京オリンピック・パラリンピックの周知度は全体で 98.1%とかなり高く、性別で差を見ても男性は 98.7%、女性は 97.5%と大きな差はない。年齢別に見ると 20～29 歳が全体で一番低く 94.5%であるがどの年代も 90%を超えており、周知度は高いと考えられる。

図 1 東京オリンピック・パラリンピックの周知度

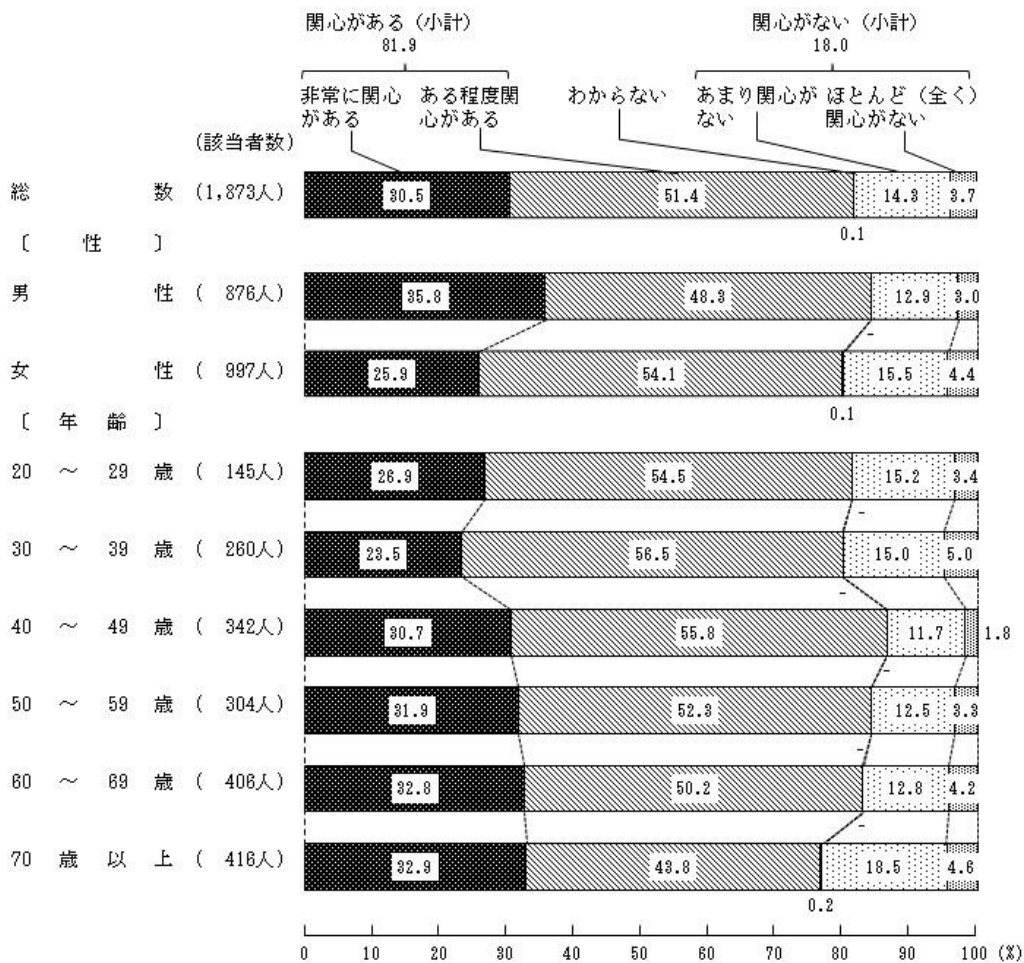


出典：内閣府 世論調査「東京オリンピック・パラリンピックの周知度・関心度」

³ この調査は全国の一般消費者 550 人に対して、2020 年東京オリンピックにおける競技候補を中心に選んだ 31 競技の認知や興味・関心などを調べたものである。

一方でオリンピックの関心度についてだが、図2によると周知度が全体で98.1%と高いのにもかかわらず全体で「関心がある」（「非常に関心がある」+「ある程度関心がある」）とする人の割合は81.9%、「関心がない」（「あまり関心がない」+「ほとんど（全く）関心がない」）とする人の割合が18.0%となっている。性別で見ると女性の方が「関心がない」とする割合が高くなっている。年齢別に見ると40～49歳の関心度が一番高くなっている。

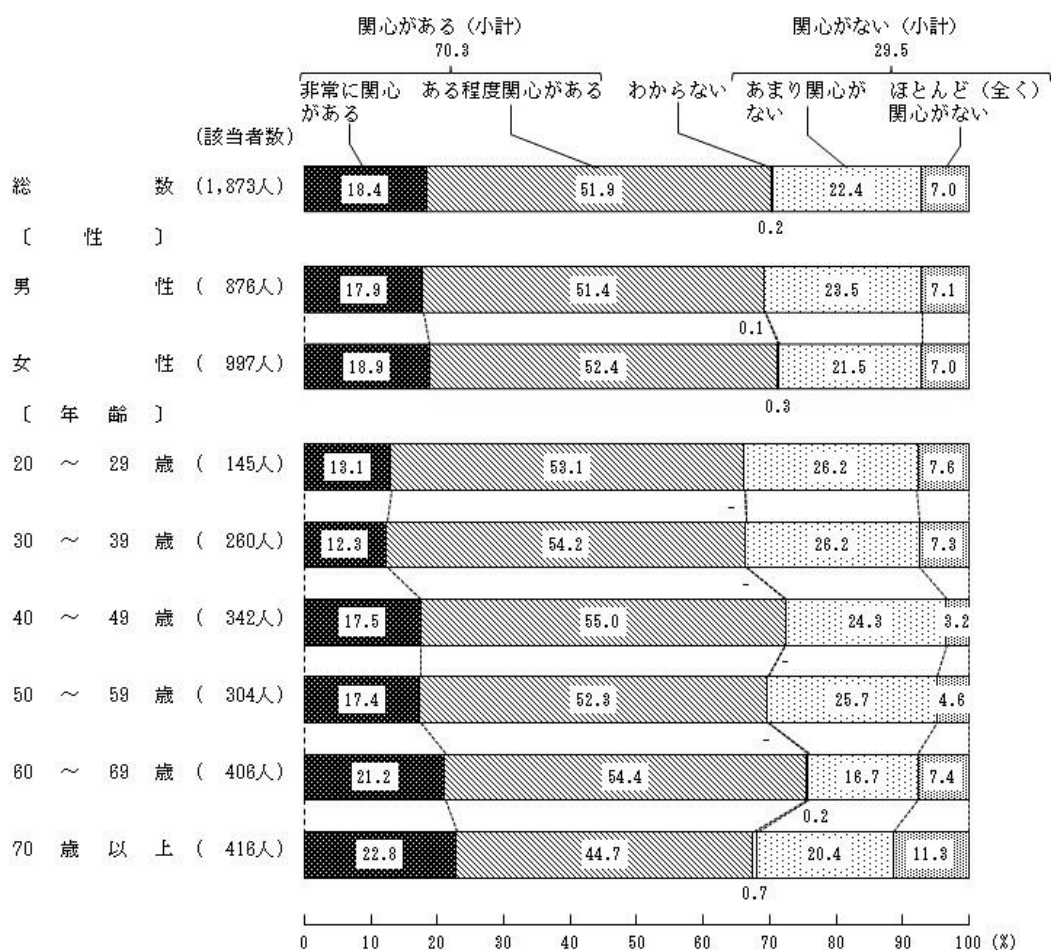
図2 東京オリンピックの関心度



出典：内閣府 世論調査「東京オリンピック・パラリンピックの周知度・関心度」

図3によるとパラリンピックではオリンピックよりもさらに関心度が下がり、「関心がある」とする人の割合は全体で70.3%、「関心がない」とする人の割合が29.5%となっている。性別で見ると大きな差異は見られない。年齢別に見ると60～69歳の関心度が一番高くなっている。

図3 東京パラリンピックの関心度



出典：内閣府 世論調査「東京オリンピック・パラリンピックの周知度・関心度」

以上から全体として周知度は高い割合が得られている一方で、関心度はオリンピック・パラリンピックともに周知度よりも低い割合となっており、特にパラリンピックの関心度の割合が低くなっていることがわかる。性別の差についてはほとんどないものの、オリンピックの関心度に関してのみ女性の割合が低くなっている。年齢別の差については周知度、関心度とともにほかの年齢層よりも高い割合の年齢層が見受けられる一方で、目立って低い割合の年齢層はない。

このように周知度で高い割合が得られた理由として考えられることがいくつかある。1つ目は2020年に東京でオリンピック・パラリンピックが開催されることが決まってからしばらくの間、ニュースやメディアで大きく取り上げられたこと。2つ目は前回大会リオデジャネイロオリンピック・パラリンピックの閉会式での日本のパフォーマンスが話題を呼んだこと。3つ目は各自治体が東京オリンピック・パラリンピックに関連付けてイベントや講演会などを開催していること、などが挙げられる。しかし周知した、認知したとい

う最初の段階止まりで、ここからオリンピック・パラリンピックに興味・関心を持たせることにつなげることができていないのが現状であり、課題であると考えられる。そのために関心度を上げるための活動、施策が必要であるがそれに関しては第3章で取り上げることにする。その前に次は競技ごとの認知、興味・関心について考えていく。

株式会社日経BPコンサルティングが行った2020年東京オリンピックにおける競技候補を中心とした31競技の認知、興味・関心の調査(表1)によると、認知率順位1位の水泳から29位のテコンドーまでは80%を超える高割合で認知されているが、30位のセーリングと31位の近代五種は70%程度の割合となっており、2種目だけ極端に認知されていないことがわかる。一方で興味・関心があるかという質問に関しては一番高い割合の体操ですら64.7%であり、一番低いテコンドーに関しては22.0%である。全体的に興味・関心の割合は認知度から大きく下回る結果となっている。競技が行われている会場で実際に観戦してみたいかというさらに踏み込んだ質問になるとより興味・関心の割合が減り、高くてもサッカーの22.0%、一番低いテコンドーだと3.5%しか興味・関心を示していない。

表1 2020東京オリンピックにおける競技候補31競技の認知度・関心度

認知率順位	競技名	全体	認知者	
		認知(%)	興味・関心(%)	
		知っている	興味・関心がある (右を含む)	競技が行われている 会場で実際に 観戦してみたい
1	水泳	97.1	64.2	16.7
1	バレーボール	97.1	57.5	16.7
3	サッカー	96.9	64.5	22.0
4	体操	96.7	64.7	20.1
5	陸上競技	96.5	64.4	17.7
6	バスケットボール	96.4	39.4	10.8
7	テニス	96.2	61.8	19.7
7	柔道	96.2	50.9	12.5
9	ソフトボール	95.8	47.2	11.8
9	野球	95.8	58.6	20.1
11	卓球	95.5	50.1	12.2
12	バドミントン	95.1	41.9	10.1
13	レスリング	94.5	45.2	7.9
14	フェンシング	93.3	36.8	7.4
15	トライアスロン	93.1	31.4	4.7
15	ラグビー	93.1	35.5	12.3
17	ボクシング	92.4	31.5	7.9
18	ハンドボール	91.6	29.0	5.6
18	ゴルフ	91.6	36.5	8.9
20	アーチェリー	90.7	31.1	6.6
21	馬術	90.5	31.1	8.4
22	自転車	89.6	31.0	6.5
23	ウエイトリフティング	88.5	32.4	4.7
24	ホッケー	88.0	26.0	5.0
25	ライフル射撃	86.0	28.3	7.6
26	クレール射撃	85.3	27.3	7.9
27	ボート	84.2	28.7	4.8
27	カヌー	84.2	23.1	4.3
29	テコンドー	83.5	22.0	3.5
30	セーリング	71.1	27.9	5.1
31	近代五種	70.2	31.1	6.5

出典：日経BPコンサルティング スポーツ・オリンピック意識調査2014

以上のことから、いくつかの課題を見つけることができる。1つ目は種目別に分けて見ても認知はされているものの興味・関心を持たせることにつなげることができていないということ。2つ目は種目ごとにメジャーで誰もが一度は経験したことのあるスポーツとマイナーで名前しか聞いたことがないようなスポーツで認知や興味・関心の割合に大きな差があること。3つ目は、認知度は高くメジャーなスポーツであるにもかかわらず興味・関心の割合が低い種目があること。4つ目はマイナーなスポーツであるがゆえに興味・関心の割合が低いこと。これらの課題のほとんどが興味・関心を持つきっかけがないこと、例えばそのスポーツに触れたことがないことやそのスポーツについて深く知る機会がないことが原因で起こっていると考えられる。そのため第3章では興味・関心を持たせるための施策や活動について各自治体や公益財団法人東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会が行っている事例を基に考えていくことにする。

3 興味・関心を持たせるための施策

3-1 活動の種類

第3章では国民に興味・関心を抱かせるために国、自治体や組織委員会等が行っている活動について事例を基に論じていくが、主に2種類の活動に分けて論じていく。

一つ目は短期的活動である。この活動は主に、東京オリンピック・パラリンピックに興味・関心を抱かせるために行われている活動とする。ここでいう興味・関心とは見るスポーツ、応援するスポーツに限定し、国民がスポーツを見て東京オリンピック・パラリンピックを楽しむ、応援者として東京オリンピック・パラリンピックに参加することを最終目標として行われている活動に焦点を当てる。

二つ目は長期的活動である。この活動は主に、東京オリンピック・パラリンピックを機にスポーツに興味・関心を抱かせるために行われている活動とする。ここでいう興味・関心とはするスポーツに限定し、国民が東京オリンピック・パラリンピック開催後にも自らスポーツを楽しむことができるよう、するスポーツに興味を抱かせることを最終目標として行われている活動に焦点を当てる。

また、同時に短期的活動から長期的活動への橋渡しとなる活動についても論じていく。

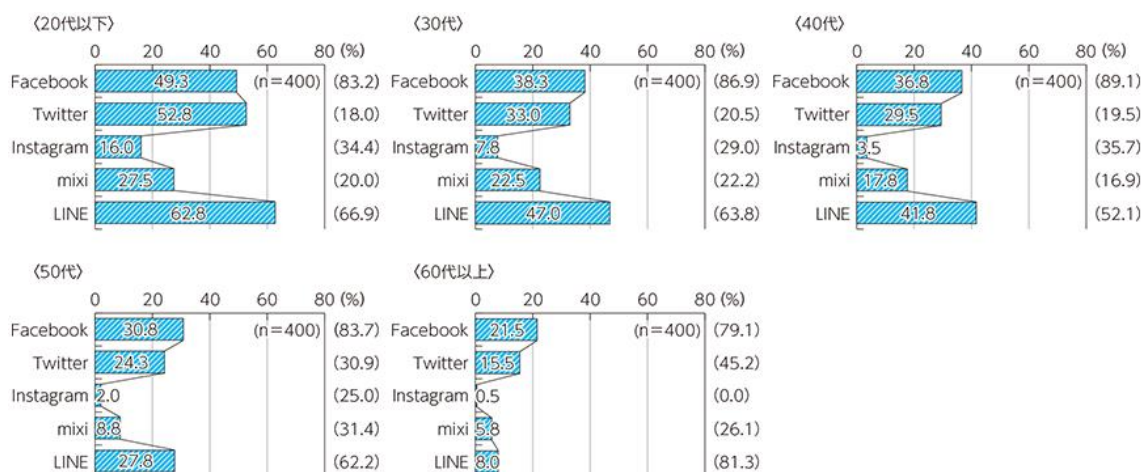
3-2 短期的活動

短期的活動を行っていく中でまず初めに大切なことはとにかく知ってもらうということだ。第2章で述べたように認知度は現段階で高く、組織委員会の方の話⁴でも徐々にではあるものの認知度は高くなっているということだった。もちろん何もせずに認知度が高くなったわけではない。ここまで認知度を高めるために行ってきた活動で一番効果的な活動がSNSを使ったものだった。

総務省が平成27年度に発表したSNS利用率の表(表2)を見ると20代ではFacebookやTwitterの利用率が約半数を占めており、年代が上がるにつれて減少していくものの40代までは約30%の人が利用していることがわかる。

⁴ 2018年12月21日 新宿パークタワーオフィスにて、公益財団法人東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会の方々にヒアリングを実施。

表2 SNSの利用率



出典：総務省 平成27年度版情報通信白書 SNSの利用率

以上のことから SNS を利用した情報発信が現在では効果的であることがわかるだろう。しかしただ投稿すれば良いということではなく、より多くの人により多くの情報を知ってもらうために工夫を凝らした利用が必要であり、組織委員会は大きく SNS と言ってもそれぞれ特徴があり、その特徴に合わせた投稿が必要であると語る。例えば、一番新しく登場した Instagram では若い世代でインスタ映え⁵という言葉が流行るように、映える写真を使って東京オリンピック・パラリンピックを前面に出していくようにする。一方で比較的幅広い年代に利用されている Facebook では写真とともにわかりやすくメッセージ性のある言葉で伝えていくようにする。このように組織委員会ではそれぞれの SNS をうまく使い分けて利用していくことでより多くの年代の人に東京オリンピック・パラリンピックを知ってもらい、興味・関心を抱かせるための活動を行っている。

そして知ってもらった次の段階として行うべき活動が東京オリンピック・パラリンピックを自分事としてとらえてもらうことである。いくら認知度が上がったからといっても、東京オリンピック・パラリンピックを自分事としてとらえることができなければ見ることや応援することにつながることはない。そのために行っている活動として「都市鉱山からつくる！みんなのメダルプロジェクト」や大学との連携、東京2020 参画プログラム、2020 年より⁶の発行などが挙げられる。

⁵ 写真共有 SNS「インスタグラム (Instagram)」に写真をアップロードし公開した場合にひときわ見栄えよくステキに見える (映える) という意味で用いられる表現

参考：Weblio 辞書「インスタ映え」 <https://www.weblio.jp/content/インスタ映え> (2018年12月23日アクセス)

⁶ 2020 年よりとは東京2020オリンピック・パラリンピックに「今」をお知らせする組織委員会オフィシャル通信のことである。

「都市鉱山からつくる！みんなのメダルプロジェクト」とは国民から携帯電話をはじめとした小型家電等を回収し、そこから抽出されるリサイクル金属を活用して東京オリンピック・パラリンピックの入賞メダルを作成するという活動である。使用済みの小型家電製品を提供することで東京オリンピック・パラリンピックのメダルの一部に使われるということから、東京オリンピック・パラリンピックを自分事としてとらえやすいプロジェクトの一つであると考えることができる。

大学との連携や東京 2020 参画プログラムは主に大学生や非営利団体、自治体等の方に東京オリンピック・パラリンピックを自分事としてとらえてもらう活動である。大学と連携することで大学での講演会やボランティアの説明会などの開催を可能にし、学生でも行うことができる活動を紹介する。そこで自分事としてとらえてもらったうえで東京オリンピック・パラリンピックに向けた参加型のプログラムである東京 2020 参画プログラムの活動も紹介し、スポンサーや選手ではない大学生や非営利団体、自治体等でも東京オリンピック・パラリンピックを盛り上げていく一員になれることを意識付けする。これらの活動は効果が目に見えて表れる活動ではない。しかし辛抱強く行っていくことで、無力だと思っていた人々が自分の力で東京オリンピック・パラリンピックを盛り上げる喜びを感じ全体の士気を高めるための活動の一つとなっていることがわかるだろう。

2020 年よりの発行に関しては第 2 章で挙げた課題の一つでもあるメジャーなスポーツとマイナーなスポーツの興味・関心の差を減らすための活動にもつながっている。2020 年よりでは東京オリンピック・パラリンピックに関する数多くの情報を掲載しており、その中でもこの論文で取り上げたい内容は、現地観戦を促進するための現地観戦ガイドである。メジャーなスポーツからマイナーなスポーツまで差をつけることなく観戦プランを掲載しており、時に観光や旅行もかねて楽しむことができる宿泊プランや仕事後に楽しむことができる夕方から競技終了までのプランなどそれぞれの楽しみ方に合わせたプランを紹介している。スポーツの開催日程だけを掲載するのではなく旅行やちょっとした楽しみ方を同時に掲載することでマイナーなスポーツが開催されている会場にも足を運んでもらえるような工夫を凝らしていることがわかるだろう。

最後に短期的活動の事例として取り上げる活動は音楽を利用した活動である。今や若者だけでなく子供からお年寄りまでどの年代の人も一日に一度は必ず音楽を耳にする世の中である。もちろんそれは CD や音楽プレイヤーから聴く音楽だけでなくテレビの CM で流れている音楽や街中を流れる音楽、ドラマの主題歌、スポーツの応援歌、最近発売された新曲の宣伝なども含まれるが、音楽を耳にしない日がないほど音楽に溢れた世の中であるからこそ興味・関心を持ってもらうための初めのアプローチとして音楽を利用した活動が効果的であると考えることができる。

東京オリンピック・パラリンピックに興味・関心を持ってもらうために音楽を活用した事例として組織委員会と自治体が協力して行っている活動と NHK の活動の事例がある。前者の事例としては、「東京 2020 音頭」という曲を作り自治体へ CD として渡すという活

動である。これは各自治体がイベントなど多くの人が集まる会場で流すことで東京オリンピック・パラリンピックを身近に感じてもらうという仕組みである。この活動は自治体が独自にイベントを行うことに比べレベルが高くなく比較的取り組み安い活動であると考えられ、効率よく宣伝するのに良い活動であるだろう。また、自治体がイベントを行う際に毎回この曲を流すことで一貫性のある活動としてとらえてもらうことができ、自治体の連続的な活動を後押しする一つとなるだろう。

一方後者の活動としては、米津玄師がNHKの2020年応援ソングを手掛けたという活動である。2018年7月13日の日刊スポーツ紙「米津玄師、NHKの2020年応援ソングを手掛ける」によると、NHKは12日、2020年に向けて頑張る人を応援する「<NHK>2020 応援ソング プロジェクト」⁷が東京2020公認プログラムとして認証されたとし、シンガー・ソングライターの米津玄師が手がける楽曲「パプリカ」を活用すると発表した。これは公式ソングではないがNHKの番組やイベントで使われるもので、東京オリンピック・パラリンピックに向け機運を高めるとされている。米津玄師を起用した理由としてはいろいろな楽曲が若い世代に人気があり、子供を始め若い世代に聴いてほしいからだと説明した。このように人気がある歌手とタッグを組み東京オリンピック・パラリンピック関連の活動に利用する楽曲を作っていくことが東京オリンピック・パラリンピックを知ってもらうきっかけにつながることから、音楽を利用した活動も効果的であると考えられる。ただし、曲によっては年代に偏りが見られることや人気が急激に落ちることがあるため、できるだけ幅広い年代に愛される歌手とタッグを組むことが理想とされるだろう。

最後に挙げた音楽を活用した活動の効果に関しては音楽ダウンロード数やテレビの視聴率でしか測ることができないが、日常生活において話題の一つとしてこれらの曲が上がるのであれば東京オリンピック・パラリンピックに興味・関心を持ってもらうきっかけとなるはずだ。

このように短期的活動の例は様々な分野に広がっているが、まだほかにも数えきれないほど例を挙げるができる。例えばボランティアの募集や各スポンサー企業によるオリンピック・パラリンピック啓発活動、アスリートによるオリンピック・パラリンピックのイベントなど挙げ始めたらきりがないだろう。しかしこれらの活動を根気強く行い、人々に東京オリンピック・パラリンピックについて知ってもらい自分事としてとらえてもらうことで東京オリンピック・パラリンピックに参加するという短期的活動の最終目標につなげていくことが大切である。

⁷ NHKが東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会の参画プログラムに申請し、認証を受けたNHK独自の事業である。2020年に向けて頑張っている人を応援するプロジェクト。

3-3 長期的活動

長期的活動の事例としてまず初めに取り上げる活動は、渋谷区で行っている活動⁸だ。これは区内で開催される競技を間近で観戦し選手の迫力や躍動感を体験すると同時に、ゲストによる体験会を開催するというものである。競技としてはパラバドミントンや卓球、ハンドボール、パラ卓球、ウィルチェアーラグビー等である。渋谷区では区内で開催される競技に目を向けイベント開催をしているため、メジャーなスポーツであるのか、それともマイナーなスポーツであるのかというイベント開催において一番差のつきやすい部分の心配をしなくて済んでいるのだ。その結果、区民は今まで興味・関心を持ったことのない競技や認知していない競技を体験するきっかけを得ることができ、それが新たにスポーツを始めるきっかけとなる可能性が高くなっているのだ。長期的活動において国民が求めることは、今まで経験したことのない競技に触れ合う機会を得ることと数多くのスポーツを簡単に体験することができる場所やイベントの開催であると思う。そのために、人気があるにかかわらず各自治体で行われる競技に目を向けイベントを開催することで、国民は新たなスポーツとの出会いを果たし自分に合ったスポーツを探していくことができるようになるだろう。また、これらの活動を東京オリンピック・パラリンピックまでと限定するのではなくこの先も気軽に様々なスポーツを体験できる場として継続して提供していくことでさらなる発展が見込まれるだろう。

しかし新たなスポーツとの出会いを果たし今後スポーツを続けていくために国民が次に求めることはスポーツ施設の充実である。これに関しては中央区の活動の事例を取り上げる。中央区では大会後のスポーツ活動普及に向けて、選手村をスポーツ施設として活用することを検討している。もちろんこの活動については大会開催後の活動であるが、今後国民がスポーツを続けていく上でスポーツ施設の普及、発展は欠かすことのできないことであるため、ある程度設備の整った選手村をスポーツ施設として活用することができるのであれば良いのではないだろうか。

また、ほかの自治体の活動事例としては「障害の有無にかかわらずだれもがスポーツに親しめる環境の整備」という台東区での活動を挙げる。これは、パラリンピック競技の認知度を向上させ障害者スポーツの普及と理解を促進するものである。主な活動内容は、パラリンピアンを招いてのスポーツレクリエーションの実施や学校教育におけるパラリンピアンとの交流、競技体験の実施、障害者向けのスポーツ教室の開催、障害者スポーツをす

⁸ 渋谷区オリンピック・パラリンピック推進事業

区の取り組み「オリンピック・パラリンピック競技リアル観戦事業」

<https://www.city.shibuya.tokyo.jp/bunka/olypara/20170629.html> (2018年12月25日アクセス)

ることができる環境の整備、福祉会館等の利用者が継続して取り組むことができるプログラムの実施等である。何か一つを行うのではなく、きっかけを与えることから環境の整備まで一貫して活動を行うことでこの先ずっとスポーツをしていくことが可能な環境づくりができていると考えられる。一見すると短期的活動のようだが、環境を整備することは長期的にスポーツに携わる機会を作っていることになり、東京オリンピック・パラリンピックのレガシーとなる活動である。台東区ではこれらの活動を障害者に限定して行っているが、健常者においても同じような取り組みをすることで筆者が考える長期的活動へとつながっていくはずだ。

以上のように長期的活動は短期的活動と比べと一つ一つが大きな活動になってくるが、これらの活動を行っていくことで今後の日本におけるスポーツの在り方が変わってくると筆者は考える。上記で挙げた活動以外にも東京オリンピック・パラリンピックを機にスポーツ少年団への入団の促進を行うことや新たなスポーツチームを発足させ入団者を集めることもするスポーツに興味・関心を持たせることにつながるだろう。また、現代の進んだ技術（VR等）を用いてゲーム感覚で様々なスポーツに触れ合うことができる施設を作ることでスポーツに携わるきっかけを与えることもできると考えられる。このようにするスポーツに興味・関心を抱かすための活動には様々な可能性が広がっている。

しかし多くの活動で問題視されていることもある。それは費用の増大や人手不足である。活動規模が大きくなればなるほど費用がかさみ、人手が必要となる。また活動によっては初めからある程度、環境が整備されていることが必要となるなど、可能性とは反対に問題も数多く残されているのだ。そのため一つの自治体ですべての活動を行おうとするのではなく、自治体と自治体とがうまく連携を図りながらお互いの足りないところを補足し合い、2020年に開催される東京オリンピック・パラリンピックを良い機会として国全体で様々なことに取り組んでいくべきなのだ。

最後に短期的活動から長期的活動への橋渡しとなる活動について論じることにする。

3-4 短期的活動から長期的活動への橋渡しとなる活動

上記で短期的活動と長期的活動について個々に述べてきたが、見るスポーツ・応援するスポーツからするスポーツにつなげる活動についても同時に考えていく必要があるだろう。なぜなら、短期的活動によって東京オリンピック・パラリンピックに興味・関心を抱き観戦や応援を楽しむようになった人々に、さらにするスポーツに興味・関心を抱かすことができれば、今後のスポーツ界を発展させることにつながると考えることができるからだ。

これらの活動についても事例を挙げつつ論じていく。まず必要な活動として東京オリンピック・パラリンピックに出場する日本人選手の強化を挙げる。これは国民が短期的活動により東京オリンピック・パラリンピックを見たり応援したりするようになった際に生じ

る問題から考えることができる活動である。問題の一つが、応援する日本人選手が活躍している場面を見ることができなかった場合や興味・関心を抱いた競技に日本人選手が出場していなかった場合に、国民の興味・関心はそれっきりになってしまう可能性があるということである。やはり母国の選手の活躍を見て応援するからこそその競技、そのスポーツ自体に興味・関心を持つものであると考えることができるため、日本人選手の強化が国民のスポーツへの興味・関心をさらに高めるための活動につながっていくと考えることができるだろう。

またほかの活動としては、組織委員会が行っている活動⁹にもあるようにパブリックビューイングを行う会場の隣で体験スペースを設ける活動を挙げる。短期的活動によって東京オリンピック・パラリンピックに興味・関心を抱いた人々はパブリックビューイングの会場へと足を運び観戦する可能性が少なからずあると考えることができる。その際に近隣でその競技の体験スペースがあるとないとはするスポーツへの興味・関心に大きな差が生まれるはずだ。しかし体験スペースと言っても本格的な競技体験スペースのようなものではなく、子供から大人まで年齢や性別に関係なく楽しむことができるゲーム感覚の体験スペースを設けることで比較的低いハードルのきっかけを作り出すことができるだろう。

このようにするスポーツへの興味・関心を高めるためには短期的活動から長期的活動への橋渡しとなる活動が必要不可欠であるが、これらの活動は短期的活動や長期的活動の個々の活動よりも難しく事例が少ないことが現状である。東京オリンピック・パラリンピック開催までに必要な短期的活動と東京オリンピック・パラリンピック開催後においても必要な長期的活動。その橋渡しとなる活動について考えていくことが今後のスポーツ界発展につながる第一歩かもしれない。

⁹ ライブサイト：組織委員会が行っている活動で、大会期間中ライブサイト会場内に設置される大型ビジョンで、競技会場での白熱する試合の生中継を楽しむことができる。また、ステージイベントや競技体験会等も行われる。

4 東京オリンピック・パラリンピックを機にスポーツ界発展へ

4-1 現状

これまでは東京オリンピック・パラリンピックやスポーツへ興味・関心を抱かせる活動について論じてきたが、最後に東京オリンピック・パラリンピックを機にスポーツ界を発展させていくことができる、発展させていくべきであるということについて論じていく。そのために、まず現在わが国ではスポーツ界でどのような問題が生じているのかについて考察していくことにする。この論文では、スポーツ界をスポーツに関わる全ての団体や人々と定義したため、スポーツ界における問題はスポーツに関わる全ての問題とする。

スポーツ界における問題は地域スポーツの振興やスポーツ離れ、指導者によるパワハラ、環境の悪さなど挙げ出したらきりが無い。今回はこれらの中でも特に東京オリンピック・パラリンピックを機に改善していくことができる可能性のある地域スポーツの振興とスポーツ離れの問題について取り上げる。

原田（2016）は「少子高齢化が進み、地域活力が減衰する中、スポーツによる地域復興は急務の課題である。その中でも特に地域スポーツの振興は、地域住民の健康づくりやスポーツ参加機会の増大において重要な政策課題であり、今後ポスト 2020 に向けた具体的方策が必要とされる。」と論じている。また、北村（2002）は以下のように論じる。青少年の体力低下の原因の一つとして、体育嫌いやスポーツ離れが指摘される。その原因として取り巻く社会の変化やそれに伴うライフスタイルの変容などが挙げられる。笹川スポーツ財団のまとめによれば、わが国の青少年のスポーツ実施率は、1週間当たり1回未満のほとんど実施しない者が31.9%見られる一方で、週5回以上のほとんど毎日実施している者が40.2%にのぼり、二極化している（SSF,2002）。

このように少子高齢化による地域スポーツの振興やスポーツ離れが問題視されているわが国においては2020年東京オリンピック・パラリンピックという4年に一度、世界で一番注目される世界大会をきっかけに、国民にスポーツへの興味・関心を抱かせ、生涯様々なスポーツに触れることができるようにスポーツ界を発展させていく必要がある。

4-2 実際の活動

上記で現在直面している課題について論じてきたが、実際にスポーツ界を発展させていく活動として行われるべき活動について考えていく。組織委員会によると、組織委員会自体は大会開催後解散という形をとるため開催期間中に国や自治体との連携を強化していく必要があると述べていた。国つまりスポーツ庁や自治体のスポーツ課との連携を図り、2020年東京オリンピック・パラリンピック大会が開催された後も積極的にスポーツ環境の整備やスポーツ施設の見直しを検討していく必要がある。これは東京オリンピック・パラ

オリンピックを機にスポーツへ興味・関心を抱いた人々が今後一生涯スポーツに何かの形で携わっていきやすい世の中を作っていくためだ。産経ニュース「政府・与党、「1億総スポーツ社会」構想 介護予防や医療費抑制」(2016.4)によると、政府・与党が、すべての国民がスポーツに携わることで健康長寿社会の実現を目指す「1億総スポーツ社会」構想を検討していることが分かった。高齢者が要介護状態に陥るのを防ぐ運動・レクリエーションメニューを盛り込んだ「介護予防プログラム」の策定などが柱であり、医療費抑制の狙いもある。具体的な制度設計は、スポーツ庁が中心になって進める方針である。このように国の活動が報告されており、これは直接的に東京オリンピック・パラリンピックと関係があるわけではないが、国を挙げてスポーツ社会を構想していることから、少なからず2020年の東京オリンピック・パラリンピックにおいて国と連携を取りやすいことが考えられる。そのために今後、国や自治体、スポーツ団体が連携を図っていき東京オリンピック・パラリンピックを成功させることはもちろん、これらの連携をスポーツ界の柱にしていくべきだと考えることができる。

また、ほかの活動としてロンドン大会時の成功事例を挙げる。クレア海外通信の海外事務所だより(2014.11)によると以下のように活動報告がされた。オリンピックを機に英国内でのボランティアの意識が高まったことは、オリンピック・レガシー¹⁰に該当する。ロンドンの調査によると、ロンドン市民の半数以上がオリンピックを契機にボランティアに対する意識が高まり、市民の42%がオリンピックをきっかけに人生で初めてボランティア活動を行ったという結果が出ている。また、オリンピック開催から1年の間に何かしらのボランティアに携わった数は市民全体の68%以上にのぼった。このような状況の中、ボランティアへの気運をオリンピック終了後も継続していくため、オリンピック・レガシーとして、オリンピックでボランティアに従事した人々が大会終了後も引き続きボランティア活動ができる機会を提供するという取り組みが行われている。登録した人たちに対し、大きなスポーツイベントから学校・地域 コミュニティーでのイベントまで各種ボランティアの情報を提供し、またホームページでは簡単にボランティア情報を検索できるようにしている。

この活動はオリンピック以降も登録人数は増え続けており、組織委員会の中でも成功事例として取り上げられている。そのため2020年東京大会でも似たようなボランティアの仕組みを作っていきたいと考えている。東京オリンピック・パラリンピックのボランティ

¹⁰ オリンピック・レガシーとは、オリンピック終了後に開催都市に残され得る社会的、経済的、環境的な利益のこと。例えば、大会のために建設・改修されたスポーツ施設、スポーツ人口の増加・競技力の向上、開催都市の知名度向上など。

参考：大庭達哉・桜井千尋(2014)『ロンドンオリンピックで活躍したボランティア』クレア海外通信 http://www.clair.or.jp/j/forum/forum/pdf_301/05_kaigai01.pdf

アに登録をしている人々は少なからずスポーツに興味・関心があり、東京オリンピック・パラリンピックを自分事としてとらえている人々である。これらの人々はスポーツ界において貴重な人材であるため、大会終了後もスポーツ界発展のための中心人物として活動していくことができる仕組みを考えていくべきなのだ。ロンドン大会のように大会開催後にボランティアの情報を引き継いで国内のボランティア情報をいち早く届ける仕組みを作ることはもちろん、ほかにはこれらの人物を中心としてスポーツイベントの開催を行ったり、スポーツ支援施設の運営を行ったりしてもらう仕組みにすると、国民の中でもスポーツを自分事としてとらえている人々からの目線を得ることができ今後のスポーツ界発展に大きく貢献することになるだろう。

また、2019年のラグビーワールドカップや2021年のワールドマスターズゲームズ2021 関西との連携も重要であると考え。3年連続で大きな世界大会が日本で開催されるとなれば自然とスポーツのニュースを耳にする機会が増え、自分事としてとらえやすくなっていくはずだ。特に2021年に開催が決定しているワールドマスターズゲームズは国際マスターズゲームズ協会（IMGA）が4年ごとに主催する概ね30歳以上のスポーツ愛好者であれば誰もが参加できる生涯スポーツの国際競技大会である¹¹ため、世界大会の中で一般国民から一番距離が近くスポーツへの興味・関心を抱くきっかけとなりやすい大会であるだろう。これら3大会のそれぞれの特徴を生かしつつ国民にスポーツを自分事としてとらえてもらうことができれば、東京オリンピック・パラリンピックの成功と大会開催後のスポーツ界発展に大きくつながっていくはずだ。

上記で3大会の連携と論じたが、もちろん世界大会の中で一番大きな大会であるのがオリンピック・パラリンピックであり、その分2020年には世界各国から様々な競技の選手が東京に集まることになる。そのため東京オリンピック・パラリンピックを軸として、国全体でスポーツを楽しむことはもちろん、同時に多様な文化と触れ合い、人と人とのつながりを感じることでスポーツの奥深さを学び、スポーツをより楽しむことができるようになるだろう。

¹¹ ワールドマスターズゲームズ 2021 関西：World Masters Games
<https://www.wmg2021.jp/>（2018年12月28日アクセス）

5 おわりに

これまで東京オリンピック・パラリンピックの興味・関心の差から考えられる課題を見つけ出し、国民に興味・関心を抱かせるために組織委員会や自治体の活動事例を交えつつ必要な活動について論じてきた。また、東京オリンピック・パラリンピックを機にスポーツ界を発展させていくために現状の課題を確認しながら、考えることができる活動についても筆者の見解とともに同時に論じてきた。もちろん、東京オリンピック・パラリンピックやスポーツに関する活動は上記で挙げてきたものだけに限らず、他にも無数の可能性がある。特に東京オリンピック・パラリンピックはこれから開催される大会であるため、大会が近づかなければわかってこないことや大会開催後にしか動くことができない活動も多くある。そんな中で今回は、公益財団法人東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会の方々へインタビューをしに行き、一番近くで携わっているからこそ見えてくる視点についてお話を伺うことができた。そこでのお話を基に多くの活動事例を取り上げながら興味・関心を抱かせることについて主に論じていく中で見えてきた大切なことは、「まず知ってもらうこと。そのあとで自分事としてとらえさせること。」であった。とにかく無知では何も始まらず、知ってもらうことで興味・関心を抱かせるきっかけを作ることができる。そして様々な活動を経て自分事としてとらえてもらうことができれば、継続的に興味・関心を抱いてもらうことにつながるということが明らかになった。

少子高齢化やスポーツ離れの問題が提起されている世の中で、スポーツに興味・関心を持ってもらうことは課題解決の大きな一歩につながることであるが、大変難しいことでもある。世界が注目する一大大会である東京オリンピック・パラリンピックを機に、国民には興味・関心を抱いてもらい自分事としてとらえてもらうことが期待され、国や自治体、スポーツ関連団体には上手く連携をしていき今後のスポーツ界発展に貢献していくことが期待される。

6 参考文献

ウェブサイト

- ・内閣府 世論調査「東京オリンピック・パラリンピックの周知度・関心度」
<https://survey.gov-online.go.jp/h27/h27-tokyo/2-1.html>
(2018年11月28日アクセス)
- ・日経BPコンサルティング 2020年東京オリンピックへの興味・関心は全体の6割…
<https://consult.nikkeibp.co.jp/info/news/2014/1010sp/>
(2018年11月30日アクセス)
- ・総務省 平成27年度情報通信白書 SNSの利用率
<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h27/html/nc242220.html>
(2018年12月23日アクセス)
- ・Weblio 辞書「インスタ映え」
<https://www.weblio.jp/content/インスタ映え>
(2018年12月23日アクセス)
- ・日刊スポーツ 「米津玄師、NHKの2020年応援ソング手掛ける」
<https://www.nikkansports.com/entertainment/news/201807130000037.html>
(2018年12月23日アクセス)
- ・渋谷区オリンピック・パラリンピック推進事業
区の取り組み「オリンピック・パラリンピック競技リアル観戦事業」
<https://www.city.shibuya.tokyo.jp/bunka/olypara/20170629.html>
(2018年12月25日アクセス)
- ・2020年東京オリンピック・パラリンピック活用
地域活性化戦略プラン(23区プラン集) 平成27年6月 特別区長会
http://www.tokyo23city-kuchokai.jp/katsudo/pdf/sonota_katsudo/270616.pdf
(2018年12月25日26日アクセス)
- ・2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けた台東区の取り組み方針
<http://www.city.taito.lg.jp/index/kusei/olympic/torikumihoushin.files/torikumihousin.pdf>
(2018年12月25日26日アクセス)
- ・産経ニュース 2016年4月19日
「政府・与党、「1億総スポーツ社会」構想 介護予防や医療費抑制」
<https://www.sankei.com/politics/news/160419/pl1604190009-n1.html>
- ・ワールドマスターズゲームズ2021 関西: World Masters Games
<https://www.wmg2021.jp/> (2018年12月28日アクセス)

論文

- ・北村尚浩（2002）「子どもを取り巻くスポーツへの社会要因：機能か逆機能か」『日本体育学会大会号』53(0)
- ・原田宗彦（2016）「ポスト 2020 に向けた新しい地域スポーツの復興方策」『Suruga Institute report』第 141 号

書籍

- ・大庭達哉・桜井千尋（2014）『ロンドンオリンピックで活躍したボランティア』クレア海外通信
http://www.clair.or.jp/j/forum/forum/pdf_301/05_kaigai01.pdf
- ・公益財団法人東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会（2016）『東京 2020 参画プログラム START』
- ・公益財団法人東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会（2018）『2020 たより vol.10』
- ・公益財団法人東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会・東京オリンピック・パラリンピック準備局（2018）『TOKYO2020GUIDEBOOK 東京 2020 大会ガイドブック』

新聞記事

- ・「2020 東京五輪 聖火リレー47 都道府県 121 日ルート決定 NHK2020 応援曲」『日刊スポーツ新聞』2018 年 7 月 13 日朝刊

ヒアリングにご協力いただいた方々

- ・公益財団法人東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会
広報局 広報部 戦略広報課 国内広報チーム 矢代様
企画財務局 アクション&レガシー部 大畑様
菅野様
福田様