

提言のポイント

【基本的な考え方】

- ・東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の効果を日本全国に行き渡らせ、地域活性化を力強く実現していくことが重要。
- ・このため、次世代に誇れるレガシーを全国に創出し、大会を地域活性化の起爆剤として最大限活用するべき。

【具体的政策】

1. スポーツを起点とするレガシー

- ・スポーツ参加人口の拡大を東京2020大会のレガシーとするべく、スポーツ実施率の向上に向けて、学校における運動部活動の環境の充実や女性、障害者等がスポーツに取り組みやすい環境を整備。
- ・地方公共団体の施設について、自治体の広域的な連携を促進。また、コンセッションをはじめとしたPPP/PFI等の民間活力の導入、柔軟な運営管理や、リノベーションを含むスポーツ施設の魅力や収益の向上に努める。
- ・スポーツコミッションを中核として、自治体や学校、地元企業等が連携しながら、地域資源とスポーツを掛け合わせた観光を楽しむスポーツツーリズムの推進や地域のスポーツイベントの開催、大会・合宿の誘致等の地域活性化の取組を加速化し、地域のブランド価値の向上やマーケティング等への活用を図る。

2. 地域の強みの発掘・再興と海外発信を通じたレガシー

- 地域の中小企業や多様なベンチャーが活躍できる環境を整備するため、英国 CompeteFor の実績である登録事業者数 17 万超を踏まえつつ、中小企業等が東京 2020 大会関連の入札等に参加しやすい仕組みを全国に普及させる。また、同システムを 2020 年以降もビジネスマッチングの場として継続運用することにより、東京 2020 大会を契機とした地域中小企業等の受注機会拡大を持続的に促進する。
- 東京 2020 大会に物資やサービスを提供したことを世界に発信できる仕組みを構築すべき。具体的には、ロンドン大会における英国オリンピック委員会の例にならい、国際オリンピック委員会と調整の上、スポンサーのマーケティング権に抵触しない範囲で事業者が納入実績を P R できるスキームを構築する。
- 対日直接投資と同時に、輸出戦略の検討も必要。中小企業を含む日本の企業が、海外における高付加価値案件の獲得の仕組みを構築すべき。具体的には、企業特性や海外の調達情報収集ノウハウの確立、マーケティング力の強化、調達内容と企業の相性評価の方法、詳細な調達情報周知のためのウェブサイト構築等を、2020 年に向けた工程表を作成した上で推進する。
- ロンドン大会のレガシーにならい、テレワークの普及・拡大を強力に推進。「働き方改革」として定着。
- 外国企業 CEO 等の招聘、Japan Business Conference(東京)、Regional Business Conference (地域)、グローバルベンチャーサミット等の開催支援を通じて、日本のブランディングを高度化。

3. レガシーとしての地域のグローバル化

- ・地域の中小企業等を架け橋とした国際交流により、自治体や地域による草の根レベルの国際交流を活性化。
- ・全国的に英語教育をより推し進め、子供たちが世界各国とつながり、世界を意識できる環境を構築。
- ・商店街等におけるクレジットカード対応等を普及させ、地域の観光消費を拡大。

4. こうしたレガシーの創出に向けた仕掛け

- ・オリパラを通じた地域活性化推進プラットフォーム（仮称）を構築。官民連携会議とタスクフォースで相補的にレガシー創出を推進。
- ・地域活性化推進官民連携会議（仮称）を通じ、関係省庁の施策情報を一元的に把握し、活用できるようにするとともに、施策間の有機的な連携を図り効果を促進する。構成員として関係府省庁、経済界、地域の関係主体を想定。
- ・オリパラ地域活性化実行タスクフォース（仮称）を、個別の政策テーマごとに意欲ある自治体や民間企業等が連携し推進できる組織として形成。関係府省庁が施策情報の提供などによりこれを効果的に支援することにより、人・モノ・金・情報・ナレッジを集約し、具体的取組み・連携を強力に推進する体制を整備。推進主体として、各種関係団体（オリンピック・パラリンピック等経済界協議会、2020年東京オリンピック・パラリンピックを活用した地域活性化推進首長連合、商工会議所、ジェトロ、クールジャパン機構、DMO等）を想定。

- ・さらに、スポーツ分野において、人・モノ・金・情報・ナレッジを集約した情報基盤としてスポーツ DMO ネットワーク (仮称)を構築。

以下の機能を提供し、持続可能な仕組みを構築していく。

人の活用：地域と専門人材や事業者とのマッチングを支援していく機能。

モノの活用：スポーツ施設や自然環境などの地域資源の活用やリノベーションによる高付加価値化、広域連携を促進するための地域情報の集約と情報検索機能。

予算の有効活用：限られた予算で最大限の効果を得るためのノウハウの伝授や、共通で必要となるツールの一括提供。

情報の活用：地域で連携し収集・活用すべきビッグデータ等の情報集約や、データの利活用のための顧客管理ツール、分析ツール等マーケティングツールの提供。

ナレッジの活用：上記の機能を複合的に活用し、効果を最大化させるための知識、ノウハウの伝授や、具体的な事例の横展開。

- ・国の施策で、特にローカル効果、レガシー効果を持つものについては、各種予算措置を含め、地域におけるレガシー創出を支援する。意欲ある地域の主体が、地域に根差したレガシープランを策定しようとする場合、これらのプラットフォームを通じて、国の施策等について、優良な取組事例等を示しつつ情報共有を図ることにより、効果的に支援。

(本文)

1. 地域活性化推進小委員会の目指す方向性

2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向け、招致決定から大会までの折り返しを過ぎ、残すところ早三年を迎えようとしている。東京のみならず、大会の効果を日本全国に行き渡らせることにより、地域活性化につなげることは大会の大きな目標のひとつであり、そのために重要な時期を迎えている。

国民一人一人に東京2020大会を身近な存在として捉えていただき、全国津々浦々で祝福される国民的事業とすることが重要かつ喫緊の課題である。ロンドン大会では、その開催効果として、ロンドン以外のイギリス全土にわたり、海外からの直接投資や外国人観光客の増加等による雇用の拡大等が大会後も含めて実現された。

東京2020大会は、世界の関心が日本に集まることから、単なる大規模スポーツイベントとして捉えるのではなく、日本の地域の魅力を世界に発信し、我が国の経済・産業ポテンシャルを最大限引き出す絶好の機会である。異文化との交流や相互理解、多言語化の推進、セキュリティ対策などのレガシーが全国に残り、日本全体のオリンピック・パラリンピックとなるよう、本大会を通じての地域活性化を力強く実現する。次世代に誇れる有形・無形の経済的・文化的レガシーを全国に創出し、同大会を地域活性化の大きな起爆剤として最大限に活用すべきである。

2. 地域の未来を切り拓くレガシー

(1) スポーツを起点とするレガシー

(1-1) スポーツ参画人口の拡大

- 東京2020大会による国民のスポーツに対する関心の高まりを、スポーツ参加人口の拡大に繋げていくことは、大会のレガシーとなる。従って、スポーツ実施率の向上に向けて、学校における運動部活動の環境の充実や女性、障害者などがスポーツに取り組みやすい環境を整備する取組を推進する。

- 安全で持続的なスポーツ環境の創出・維持のため、地方公共団体の施設について、自治体の広域的な連携を促進するとともに、自治体がスポーツ施設の新改築、運営方法の見直しをする際、コンセッションをはじめとした PPP/PFI 等の民間活力の導入へのノウハウを学び、相談できる体制を整えるべき。また、シェアリングエコノミー等の新たな手法も模索しながら、柔軟な運営管理や、リノベーションを含むスポーツ施設の魅力や収益の向上に努めるべき。

(1-2) スポーツを通じた地域活性化・ツーリズムの促進

- スポーツコミッションを中核として、地域資源とスポーツを掛け合わせた観光を楽しむスポーツツーリズムの推進や、地域のスポーツイベントの開催や大会・合宿の誘致等の地域活性化の取組を加速化していくべき。また、地域のスポーツコミッション同士や民間事業者、地方自治体、国を繋げる場を形成するべき。
- 地域におけるスポーツツーリズムの活性化により、地域のブランド価値を高めマーケティング等にも活用していくべき。
- 引退したアスリートに地域スポーツの指導者になってもらうなど、学校教育や自治体と連携しながら、地域スポーツの活性化を図っていくべき。
- 地域の新聞社等による地元のクラブの活動の後援が全国に普及する仕組みが重要。

(2) 地域の強みの発掘・再興と海外発信を通じたレガシー

(2-1) 日本文化・食の魅力の発信

- 観光地や郷土料理等の地域が持っている多様なコンテンツを、訪日外国人をはじめとした地域外の人々へ発信する絶好の機会であることから、インターネット等を通じて海外にもこれらの情報が発信されるよう、ホームページ等の多言語対応化を支援するべき。

- 空港、駅、道の駅、大会が行われる会場付近など人が集まる場所において、訪日外国人向けに、地域の文化や食、ハイテク技術、中小企業のサービスや伝統工芸品等、日本の魅力を発信する場を設けるべき。
- 観光客だけでなく、郵便局や全国農業協同組合連合会など全国に展開している事業体において、地場産品等を紹介してもらうなど、地方自治体の取組をもっと国内に向けて発信していくべき。
- 欧米では、食のツーリズムの概念が普及しているが、日本においても酒蔵ツーリズムなど食を通じた観光振興が重要。

(2-2) 日本の技術力の発信

- 地域の中小企業や多様なベンチャーが活躍できる環境を整備するため、英国 CompeteFor の実績である登録事業者数 17 万超を踏まえつつ、中小企業等が東京 2020 大会関連の入札等に参加しやすい仕組みを全国に普及させる。また、同システムを 2020 年以降もビジネスマッチングの場として継続運用することにより、東京 2020 大会を契機とした地域中小企業等の受注機会拡大を持続的に促進する。
- 東京 2020 大会に物資やサービスを提供したことを世界に発信できる仕組みを構築すべき。具体的には、ロンドン大会における英国オリンピック委員会の例にならい、国際オリンピック委員会と調整の上、スポンサーのマーケティング権に抵触しない範囲で事業者が納入実績を PR できるスキームを構築する。

- 対日直接投資と同時に、輸出戦略の検討も必要。中小企業を含む日本の企業が、海外における高付加価値案件の獲得の仕組みを構築すべき。具体的には、企業特性や海外の調達情報収集ノウハウの確立、マーケティング力の強化、調達内容と企業の相性評価の方法、詳細な調達情報周知のためのウェブサイト構築等を、2020年に向けた工程表を作成した上で推進するとともに、商品やサービスの開発を後押ししていく。
- ロンドン大会のレガシーのひとつとして、テレワークの推進があるが、日本においても、テレワークをより多くの人を使いやすくしていく取組が必要。
- 日本を魅力的な市場としてブランディングすべき。具体的には、外国企業CEO等を招聘し関係閣僚等が応接するとともに、東京でJapan Business Conference、外国企業誘致に積極的な地方自治体でRegional Business Conferenceの開催を支援していく。また、グローバルベンチャーサミットを開催し、各国政府首脳や国際レベルのベンチャーCEO、投資家、ベンチャー育成事業者を招聘する。
- 自動翻訳など2020年に向けて創出されるイノベーションが、東京だけでなく、全国各地で普及・活用されるように努めるべき。

(2-3) ユニバーサルな共生社会の実現

- 夏季パラリンピック競技大会が同一都市で2回開催されるのが史上初となる東京2020大会において、パラリンピアンや高齢者を含む全ての人々が自立し、多様な生き方を実現し、多世代の人々や社会とつながる社会を実現できるような技術的・社会的イノベーションを加速させるべき。そのために、地域における施設などのハード面も見直すべき。

- 多様な文化・宗教を理解し、対応することが重要。例えばハラール対応などにより市場をしっかりと形成していくべき。
- 心のバリアフリーについて、リオの会場には多くの子供達が観戦に来ていたが、東京 2020 大会においても、子供たちの競技観戦が重要。実際に体験してみないとわからないこともあり、子供達が障がい者スポーツを実際に見学・体験することが重要。

(3) レガシーとしての地域のグローバル化

- 自治体や地域による草の根レベルの国際交流をより活性化し、日本の「おもてなし」の精神を表現するため、できる限り多くの参加国・地域がホストタウンを通して地域とつながり、歓迎されるべき。例えば、地域における中小企業等を架け橋とした国際交流が考えられる。
- 子供たちが世界各国とつながり、世界を意識できるような教育の取組が重要。また、英語教育を全国でさらに重視していくことが重要。
- 地域における観光消費拡大のため、商店街等におけるクレジットカード等の対応を普及させるべき。
- 東京 2020 大会を契機に、中小企業等がインバウンド需要を積極的に取り込んでいくための政策を打ち出すべき。

今後、各テーマにおいて KPI を設定し、本小委員会で特に重点的に推進を求めていく。

3. レガシー創出に向けた仕掛け

(1) オリパラを通じた地域活性化推進プラットフォーム（仮称）の構築

(1-1) 地域活性化推進官民連携会議（仮称）

- 関係省庁の施策情報を一元的に把握し、活用できるようにするとともに、施策間の有機的な連携を図り効果を促進。

- 構成員として関係府省庁、経済界、地域の関係主体を想定。
※経済界から商工会議所、オリンピック・パラリンピック等経済界協議会、経済団体連合会、新経済連盟等、地域から地方3団体の参加を想定。

(1-2) オリパラ地域活性化実行タスクフォース（仮称）

- 個別の政策テーマごとに意欲ある自治体や民間企業等が連携し推進組織を形成。関係府省庁が施策情報の提供などによりこれを効果的に支援することにより、人・モノ・金・情報・ナレッジを集約し、具体的取組み・連携を強力に推進する体制を整備。

- 推進主体として、各種関係団体（オリンピック・パラリンピック等経済界協議会、2020年東京オリンピック・パラリンピックを活用した地域活性化推進首長連合、商工会議所、ジェトロ、クールジャパン機構、DMO等）を想定。

(1-3) スポーツDMOネットワーク（仮称）の構築

- スポーツを中心とした地域活性化に向け、人・モノ・金・情報・ナレッジを集約した情報基盤を提供し、持続可能な仕組みを構築していく。

- 機能として、以下を想定。

【人の活用】 地域と専門人材や事業者のマッチングを支援していく機能。

【モノの活用】 スポーツ施設や自然環境などの地域資源の活用やリノベーションによる高付加価値化、広域連携を促進するための地域情報の集約と情報検索機能。

【予算の有効活用】 限られた予算で最大限の効果を得るためのノウハウの伝授や、共通で必要となるツールの一括提供。

【情報の活用】 地域で連携し収集・活用すべきビッグデータ等の情報集約や、データを活用するための顧客管理ツール、分析ツール等マーケティングツール。

【ナレッジの活用】 上記の機能を複合的に活用し、効果を最大化させるための知識、ノウハウの伝授や、具体的な事例の横展開。

(1-4) 地域に根差したレガシープラン策定の推奨と支援体制の構築

- 国の施策で、特にローカル効果、レガシー効果を持つものについては、各種予算措置を含め、地域におけるレガシー創出を支援する。これまで小委員会で、東京 2020 大会の機運をどのように地方に波及させるか検討してきた。意欲ある地域の主体が、地域に根差したレガシープランを策定しようとする場合、これらのプラットフォームを通じて、国の施策等について、優良な取組事例等を示しつつ情報共有を図ることにより、効果的に支援。

(2) 予算措置の検討

- これまでになかった組織体制や組織間の連携を想定した予算の配分を実現する。また、国の施策で、特にローカル効果、レガシー効果を持つものについては、各種予算措置を含め、地域におけるレガシー創出を支援する。