

「東京オリンピック・パラリンピック競技大会に関する意識調査」のポイント

東京商工会議所が2019年5月9日発表した、「東京オリンピック・パラリンピック競技大会に関する意識調査」の結果の概要を紹介します。「社内や地域における盛り上がり」では、「盛り上がりを感じる」のは22.8%（とても感じる1.3%+感じる21.5%）、一方「あまり感じない」は37.5%となっています。また、「大会を通じて世界にアピールしたい日本の魅力」は、「治安の良さ」67.5%や、「伝統文化・芸術」57.9%、「食文化」57.1%などが多くなっています。

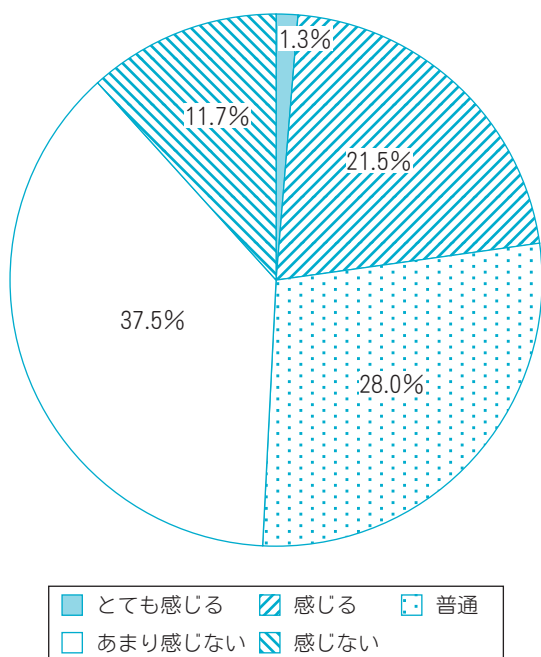
※調査概要：調査対象は東商会員企業のうち東京23区に所在する企業10,148社、有効回収数623社（回収率6.14%）

1. 東京2020大会の盛り上がりについて

（1）社内や地域における盛り上がり

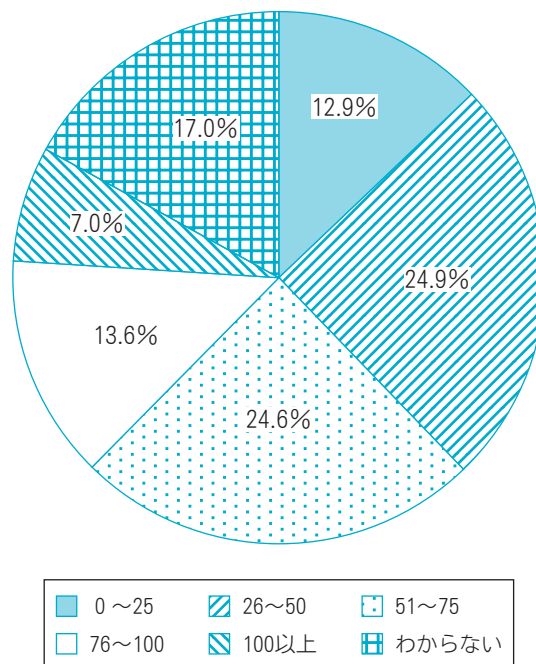
社内や地域で、東京2020大会の盛り上がりを感じるか聞いた結果、「とても感じる」1.3%、「感じる」21.5%を合わせ22.8%が社内や地域における盛り上がりを感じているとなっている。一方、「あまり感じない」と回答した企業が37.5%と最も多く、「感じない」11.7%となっている。（図1）

図1：社内や地域における盛り上がり (n=618)



地域や企業での盛り上がりを100とすると、現在の盛り上がりはどのくらいだと感じるか聞いた結果、「26～50」24.9%で最も多く、次いで「51～75」24.6%となっている。「100以上」と回答した企業は7.0%と最も少なくなっている。（図2）

図2：2013年の招致決定時と現在との地域・企業での大会機運の盛り上がり状況 (n=618)



（3）機運醸成に向けて有効な取り組み（複数回答）

各地域で大会の機運が盛り上がるためには、どのような取り組みが有効だと思うか聞いた結果、「各種メディアを通じた情報発信」45.8%が最も多く、「企業・市民が参加しやすい参画プログラム」36.9%、「アスリートとの交流イベント」34.7%となっている。（図3）

（2）2013年の招致決定時と現在との地域・企業での大会機運の盛り上がりの状況

2013年に東京2020大会の招致が決定した際の

図3：機運醸成に向けて有効な取り組み（上位10項目）
（複数回答）
(n=613) (%)

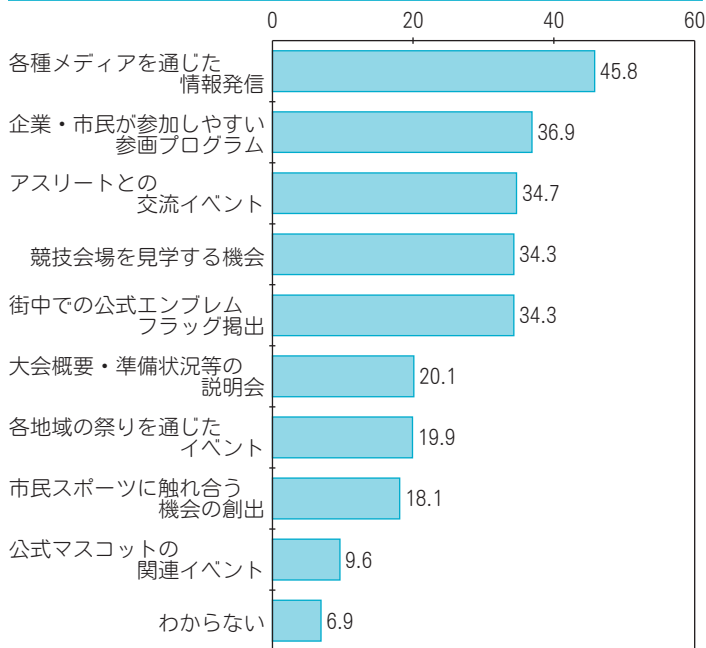
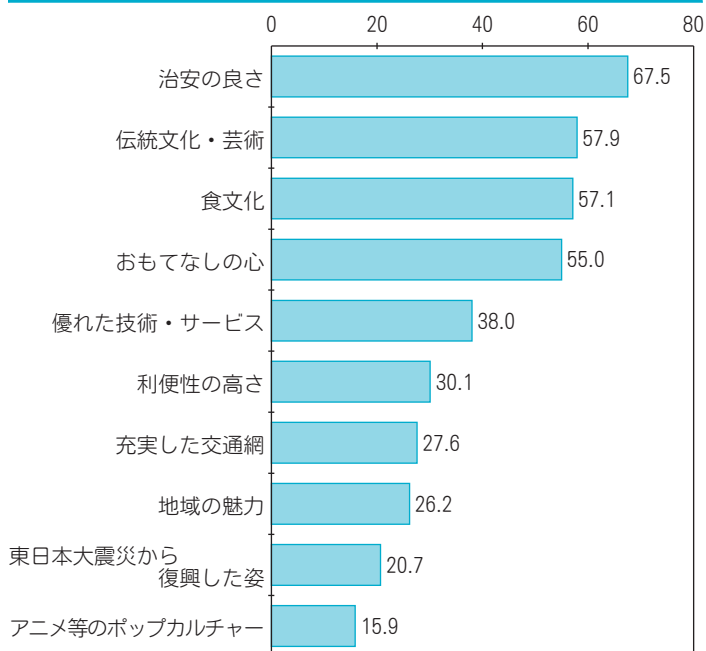


図4：大会を通じて世界にアピールしたい日本の魅力（上位10項目）（複数回答）
(n=615) (%)



2. 大会を契機とした効果、取り組みについて

（1）大会を通じて世界にアピールしたい日本の魅力（複数回答）

大会を通じて世界にアピールできたら良いと思う日本の魅力は何か聞いた結果、「治安の良さ」67.5%が最も多く、次いで「伝統文化・芸術」57.9

%、「食文化」57.1%、「おもてなしの心」55.0%となっている。（図4）

（2）大会開催の効果として期待すること（複数回答）

大会の開催による効果として期待することは何か聞いた結果、「経済波及効果」57.6%が最も多く、以下「交通インフラの利便性向上」37.7%、「地域活性化」36.6%、「日本・東京の国際的地位の向上」35.4%、「訪日外国人の増加」34.8%、「スポーツの振興（障がい者スポーツを含む）」30.9%、「バリアフリー・ユニバーサルデザイン化の促進」28.6%、「日本人の国際化」23.1%となっている。（図表不掲載）

（3）大会を契機とした企業の取り組み（複数回答）

大会を契機に、企業として取り組んでみたいことがあるか聞いた結果、「働き方改革（テレワーク、時差出勤の導入等）」33.7%が最も多い。「特になし」23.7%に続いては、「物流の効率化」15.6%、「インバウンド対応の促進（多言語対応等）」14.3%、「キャッシュレス化」「スポーツを通じた社員交流」とともに13.1%、「グローバル人材の育成・採用」12.8%となっている。（図表不掲載）

東京オリンピック・パラリンピックの開催まであと1年ほどとなりました。今回の調査では盛り上がり欠けるようにも感じられます。オリンピック等のために来日する選手や観光客は、競技を観戦するだけでなく、東京や日本の各地を観光して自分の国に帰ります。

この来日してくれる機会を有効に活用するためにも、開催地の東京だけでなく日本全体で訪日外国人を歓迎し、訪れた各地で良い体験をして帰ってもらうことが、リピーターの獲得につながると考えます。

（奥 桂子）