

【提言】

関西は1つ

～2021年に向けて関西全体でビジョンを共有しよう～

2015年（平成27年）5月

一般社団法人 関西経済同友会

関西 2019・20・21 委員会

1. はじめに（基本認識）

近年、政府の観光戦略の強化等を背景に、わが国のインバウンドは拡大を続けている。2014年の訪日外国人旅行者数は1,341万人と、前年対比3割増となったほか、訪日外国人旅行消費額は2兆円を超え、いずれも過去最高を更新した。

関西においては、外国人入国者数の増加率が全国・関東を上回る等、インバウンド拡大が特に顕著であり、地域経済の成長のけん引役としての期待が集まっている。元来、関西は全国で最も多い5つの世界遺産と6つの無形文化遺産が存在しているほか、国宝や重要文化財は全体の約6割を占める等、豊富な観光資源を抱えている。さらに最近では、あべのハルカスのオープン、ハリー・ポッターで勢いに乗るユニバーサル・スタジオ・ジャパン（USJ）、外国人旅客数が過去最高を更新する関西国際空港等、明るい話題が増えている。

こうしたなか、わが国では、2019～2021年にかけて、ラグビーワールドカップ、東京オリンピック・パラリンピック、関西ワールドマスタースゲームズ（以下、「WMG」という。）といった、世界的に注目を集めるスポーツイベントが相次いで開催され、今後、観光インバウンドが更に拡大することが期待される。観光立国実現に向けた政府の継続的な取組み等、観光インバウンド強化に向けた各種施策の実施、IR（統合型リゾート）をといた関西で予定されている各種プロジェクトの進捗等も踏まえると、本委員会の名称である2019・2020・2021年は、わが国だけでなく、関西にとっても大きなチャンスとなる年である。これら三大スポーツイベントを世界に向けて関西をアピールする場とし、さらにその効果を次世代に残していけるような、これらの大会を関西全体の持続的な活性化につなげるための取組みが、今まさに求められている。

本委員会では、三大スポーツイベントが開催される2019～2021年をターゲットイヤーとして、関西のインバウンドを取り巻く状況や各種プロジェクトの進捗の分析を通じて、関西における課題の洗出しを行い、2021年以降も見据えた長期的な観点から、関西全体を如何にして活性化するかについて幅広く議論した。そのなかで、三大スポーツイベントを盛り上げることが、関西の活性化にとってとりわけ重要であるという認識で一致した。そこで今回は、関西へのインバウンド拡大の観点から、スポーツイベントの開催に向けた取組みに焦点を絞り、特に関西で開催されるWMGが地域へ与える影響を最大化するための施策を提言する。

2. 現状分析

本委員会では、三大スポーツイベントによる地域活性化や、それを通じたインバウンド拡大を展望すべく、まず、わが国・関西のインバウンドを取り巻く環境と、2019～21年にかけて関西で実施されるプロジェクト等の整理を行った。その概要は次のとおりである。

(1) わが国及び関西のインバウンドの現状

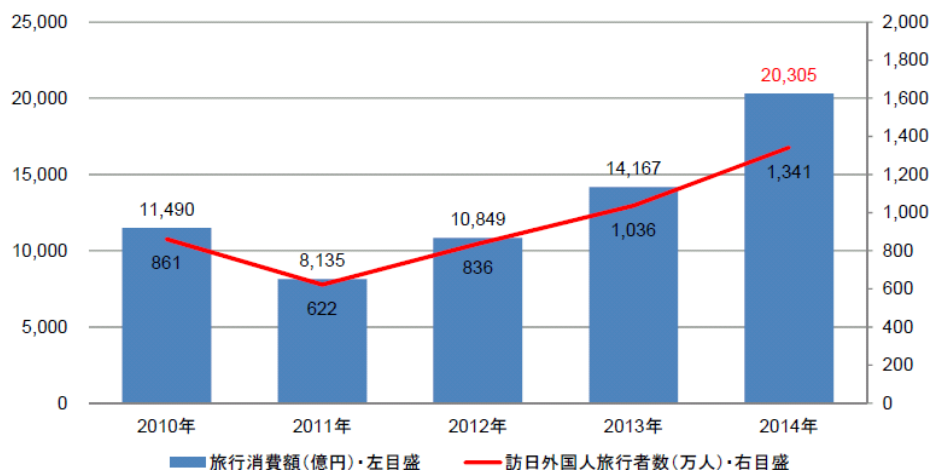
① わが国観光を取り巻く現状

2014年の訪日外客数は1,341万4千人で、前年対比では29.4%増加した。これまで最高だった2013年の記録を300万人余り上回っており、2011年以降、訪日外客数の拡大が続いている（図表1）。また、国・地域別の内訳をみると、中国・台湾・東南アジアを中心に好調が続いており、主要18市場のうち、英国、ロシアを除く16市場で年間の過去最高を記録した。

2014年の訪日外国人旅行消費の総額は、前年（1兆4,167億円）比43.3%増の2兆305億円と推計され、過去最高額となった。また、一人あたりの訪日外国人旅行消費額は、前年（13万6,693円）比10.7%増の15万1,374円と推計され、こちらも過去最高額となった。国・地域別では、中国が、前年対比で2倍を超える約5,600億円となり、総額の4分の1を超える額を占めたほか、タイ、台湾、マレーシアなどが、対前年で大幅な増加を記録している（図表2）。

なお、観光庁の2012年調査によると、観光消費がもたらす生産波及効果（直接効果を含む）は46.7兆円、付加価値効果は23.8兆円で、これにより399万人の雇用効果があった（図表3）。

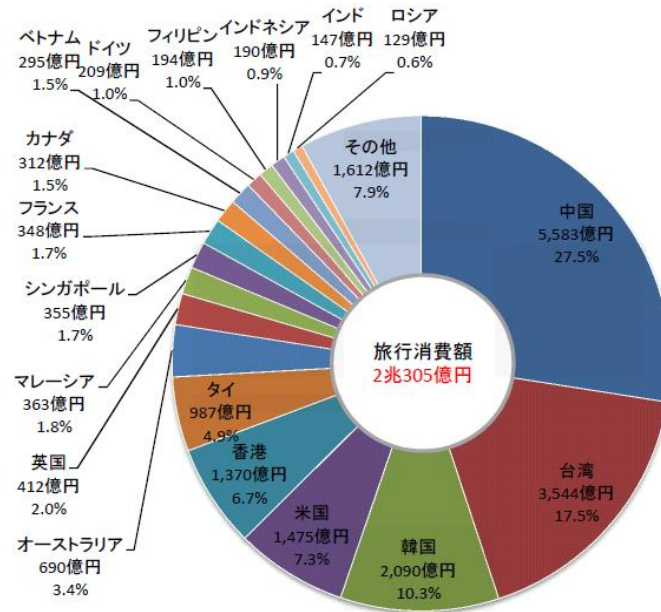
（図表1）旅行消費額と訪日外客数の推移



※2014年の調査より、インドネシア、フィリピン、ベトナムの3ヶ国を調査対象に追加した。

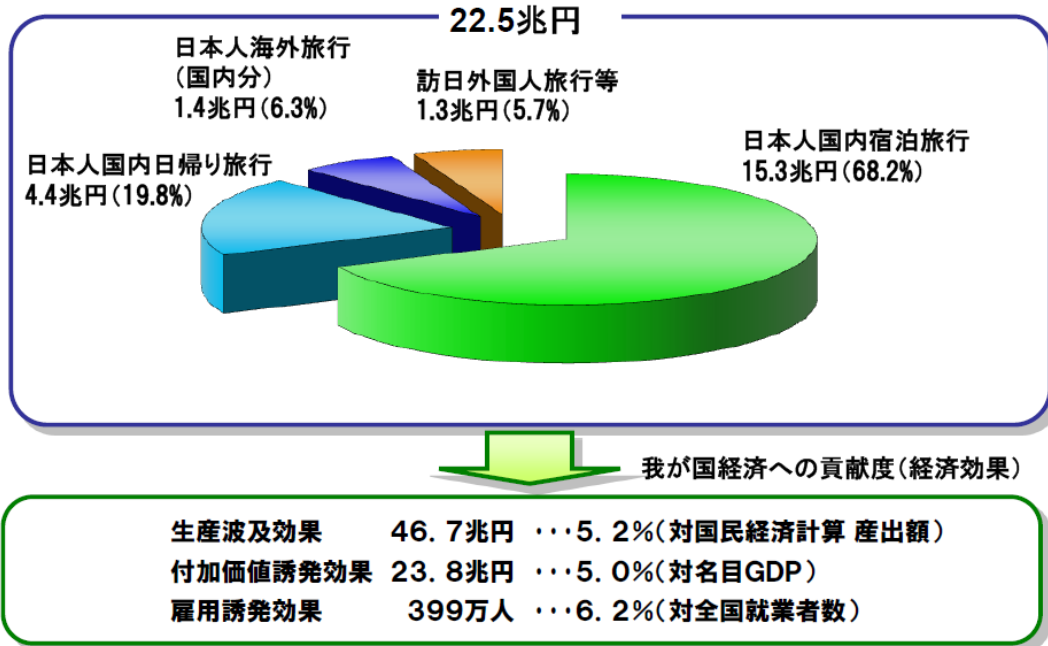
資料：日本政府観光局(JNTO)

(図表 2) 旅行消費額の国別・地域別構成比 (2014 年)



資料: 日本政府観光局 (JNTO)

(図表 3) わが国全体での観光関連の経済効果 (2012 年)



資料: 観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」

② 観光立国実現に向けた政府の取組み

このように、わが国において、観光インバウンドが拡大した要因としては、円高の是正による訪日旅行の割安感といった外部環境の変化による影響もあるものの、政府が中心となって取り組んできた観光戦略と、それに基づく各種施策の実行によるものが大きいと考えられる。

観光戦略強化に向けた、わが国の具体的な対応を整理すると、まず、体制面では、2013年3月に、全閣僚で構成する観光立国推進閣僚会議と、その下部組織として、関係府省庁が横断的に推進すべき施策を検討する観光立国推進ワーキングチームが設置される等、政府一丸となって観光立国を推進する体制が整備された。

そして、本体制の下、2013年6月には「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」を決定し、観光立国の実現に向けた取組みを強化。この結果、2013年は史上初の訪日外国人旅行者数1,000万人を達成した。さらに2014年1月には、同プログラムを改定した「観光立国実現に向けたアクション・プログラム 2014」を決定。安倍内閣総理大臣は、『2020年オリンピック・パラリンピック東京大会』の開催を追い風として、『2020年・2,000万人』の高みを目指す」とし、今後も政府を上げた取組みの強化を図っていくとしている（図表4）。

(図表 4) 観光立国実現に向けたアクション・プログラム 2014 (主要項目抜粋)

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	
<input type="checkbox"/>	「オリパラ」開催国としての国際的注目度を活かした訪日プロモーション
<input type="checkbox"/>	文化プログラムを活用した日本文化の発信
<input type="checkbox"/>	「東京オリパラ」開催効果の全国への波及
<input type="checkbox"/>	道の駅・郵便局・コンビニの活用を含めた、外国人旅行者への観光情報提供拠点の充実
2.インバウンドの飛躍的拡大に向けた取組み	
<input type="checkbox"/>	様々な業種の参画による新たな取組みの創出(エンタメ、ファッション、食、流通、IT 等)
<input type="checkbox"/>	訪日プロモーションの戦略的拡大(中国沿岸部・内陸部、東南アジア、インド・ロシア等への展開)
<input type="checkbox"/>	JNTO(日本政府観光局)を主体とした訪日プロモーションの実施体制の整備
3.ビザ要件の緩和など訪日旅行の容易化	
<input type="checkbox"/>	戦略的なビザ要件の緩和(インドネシア向けビザ免除、フィリピン・ベトナム向け実質ビザ免除等)
<input type="checkbox"/>	OCIQに係る体制整備(地方空港における緊急的な体制整備等)
4.世界に通用する魅力ある観光地域づくり	
<input type="checkbox"/>	多様な広域ルートの開発・提供と発信
<input type="checkbox"/>	地域内の周遊観光をしやすくするための仕組みづくり
<input type="checkbox"/>	魅力ある空間の形成
<input type="checkbox"/>	和食文化の発信、農山漁村での潜在促進
<input type="checkbox"/>	観光振興による被災地の復興支援
5.外国人旅行者の受入環境整備	
<input type="checkbox"/>	免税制度の拡充を契機とした免税店の拡大(全品目に対象拡大、全国で 10,000 点規模へ倍増)
<input type="checkbox"/>	無料Wi-Fiの整備促進、多言語対応の強化
<input type="checkbox"/>	ムスリム旅行者への適切な情報提供
<input type="checkbox"/>	安全・安心の確保(災害や病気・怪我への対応)
6.MICE の誘致・開催促進と外国人ビジネス客の取り込み	
<input type="checkbox"/>	MICEに関する取組みの抜本的強化
<input type="checkbox"/>	ファーストレーンの設置、「信頼できる渡航者」の自動化ゲート対象化
<input type="checkbox"/>	OIRについての検討

資料:観光庁「観光立国実現に向けたアクション・プログラム 2014」より作成。

③ 関西の状況

政府による戦略的取組みが実施されるなか、観光庁「訪日外国人消費動向調査」の結果に基づき推計すると、2014年の関西への訪日外国人旅行者数は、498万人であった。関西では、外国人入国者数が、全国・関東を上回るペースで増加している等、順調にインバウンドが拡大している。こうしたなか、関西国際空港を利用する外国人旅客数は3年連続で前年を上回り、暦年として過去最高となる630万人（前年比+136%）を記録した。この背景には、好調な格安航空会社（LCC）の新規就航や増便の影響があり、特に中国や香港、台湾といったアジア地域からの入国者数の増加が寄与している。（図表5）。また、関西国際空港の2014年度の国際線旅客数は、外国人客が日本人客を上回る見通しとなっている。

（図表5） 関西国際空港外国人出入国者数（合計）



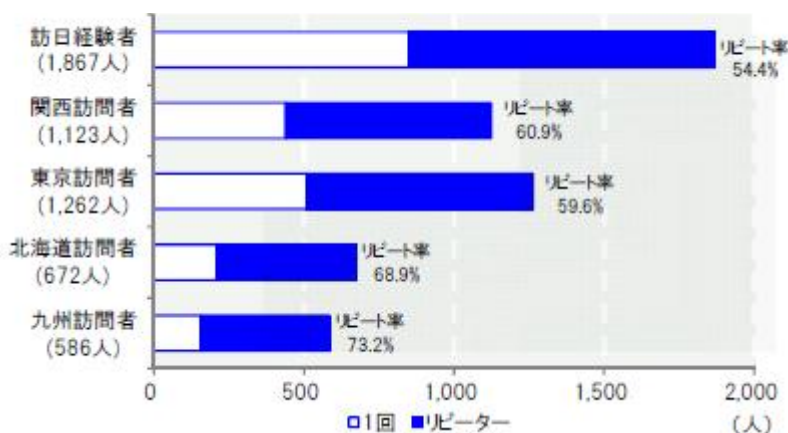
資料：日本政策投資銀行「アジア8地域・訪日外国人旅行者の意向調査」

このようなインバウンドの拡大は、関西経済にもプラスの影響を与えている。例えば、2014年7月に新エリアを開業したユニバーサル・スタジオ・ジャパン（USJ）では、国内外からの入場者拡大が続いており、2015年2月には年間入場者数の最高記録を13年ぶりに更新した。また、大阪市内主要13ホテルの2014年の平均客室稼働率は88.5%と、2009年以降で最高を更新した。さらに、旺盛なインバウンド消費を取り込むべく、関西国際空港では免税店エリアの拡張を行った他、各百貨店では免税制度を活用した外国人向けの割引サービス等の拡充、「空港型免税店」の大阪市内への開設に向けた動きも進んでいる。

一方で、日本政策投資銀行の調査によると、関西を訪問した外国人旅行者のリピーター率は60.9%と東京を上回るものの、北海道や九州に比べて低い。関西においては、インバウンド需要の取込みを継続させるために、再訪客を増やすための戦略・仕組みも求め

られている（図表 6）。

（図表 6）訪日外国人旅行者数とリピート率



資料：日本政策投資銀行「アジア 8 地域・訪日外国人旅行者の意向調査」

④ 関西圏全体での目標設定と戦略的な取組み

このような状況の下、関西広域でのさらなる観光振興に向けた施策の検討及び具体的施策の実行に向けた動きも見られ始めている。例えば、2013 年 11 月、関西広域連合や関西経済連合会等で構成される「広域観光研究会」が設置され、2015 年 2 月には本研究会の活動成果として「関西広域観光戦略」が公表された（図表 7）。また、2015 年 3 月には、奈良県が防災、観光・文化振興に限り、部分的に関西広域連合に参加する方針を発表しており、一地域だけでなく、関西全体で観光を考える動きが足元で加速している。

（注）オブザーバー参加も含む。

（図表 7）「関西広域観光戦略」について

1. 関西がめざすべき目標の設定		
	2013 年（実績）	2020 年（目標）
訪日外国人旅行者数	345 万人	800 万人
外国人延べ宿泊者数	817 万人泊	2,000 万人泊
訪日外国人旅行消費額	4,675 億円	1 兆円
2. 目標を達成するための取組み		
【関西への誘客のための情報発信】	【魅力的な関西観光圏の整備推進】	
○「はなやか関西」シンボルマークの活用	○無料 Wi-Fi 利用環境の整備	
○観光ポータルサイトの創設	○関西統一交通パスの創設	
○海外メディアの活用	○広域観光ルートの策定	
3. 推進体制		
○上記取組みを進めていくための広域観光振興の推進体制の検討を継続し、早期の体制確立へ		

資料：関西経済連合会「関西広域観光戦略」より作成。

(2) 三大スポーツイベントの開催

2019～2021年にかけて、わが国では国際的なスポーツイベントが相次いで開催される。これらの大会は、インバウンドの拡大及び経済の活性化に向けた絶好の機会となりうる。そこで、それぞれのスポーツイベントの概要や特徴並びに現在の取組み状況等について、概要を整理する。

① 2019年 ラグビーワールドカップ日本大会

4年に1度行われる国際大会であり、スポーツ界ではオリンピック、サッカーワールドカップに次ぐ大規模な世界大会である。1987年に第1回大会がニュージーランドで開催され、今年で7回目を迎える。

ラグビーは試合による体力的消耗が激しいことから、試合日程に余裕が必要となる。そのため、ワールドカップの開催期間は6週間と長く設定されており、それに応じて海外からの参加者・観光客の滞在日数も長くなることが想定される（図表9）。関西では東大阪市・神戸市で開催されるが、関西以外の都市で開催される試合の方が多いため、長期滞在型ツーリズムや観光周遊ルートの提案等により、これらの滞在者の観光需要を取り込む施策が必要となる（図表8）。

(図表 8) 2019 年 ラグビーワールドカップ日本大会について

項目	概要
大会ビジョン	<ul style="list-style-type: none"> ○ 「ニッポン全体でスクラムを組もう。Scrum Japan for 2019」 1. 「強いニッポン」で世界の人々をおもてなししよう。 2. すべての人が楽しめる大会にしよう。 3. ラグビーの精神を世の中に伝えよう。 4. アジアにおけるグローバルスポーツの発展に貢献しよう。
開催期間	○ 2019 年 9 月 6 日～10 月 20 日(予定)
開催都市	○ 全国 12 都市 (札幌市、岩手県・釜石市、埼玉県・熊谷市、東京都、神奈川県・横浜市、静岡県、愛知県・豊田市、大阪府・東大阪市、神戸市、福岡市、熊本県・熊本市、大分県)
観戦者数	<ul style="list-style-type: none"> ○ 来日観戦者数予想: 30～40 万人 ○ 視聴者: 207 ヶ国・地域で 40 億人との推計
レガシー	○ 大会を通じたラグビーの普及等
組織委員会等支援体制	○ 2013 年: 公益財団法人ラグビーワールドカップ 2019 組織委員会発足 会長: 御手洗富士夫氏(経団連名誉会長) 事務総長: 島津昭氏(財団法人地域総合整備財団顧問)

資料: 委員会講演資料等をもとに作成。

(図表 9) ラグビーワールドカップの過去 3 大会の開催概要

年	開催国	開催期間	観客動員数	TV 視聴者	海外参加者	滞在 日数	経済効果 (需要発生額)
2003	オーストラリア大会	10 月 10 日- (6 週間)	184 万人	34 億人	6.5 万人	21 日	4.94 億 AUD (385 億円)
2007	フランス大会	9 月 7 日- (6 週間)	230 万人	40 億人	35 万人	8 日	2-8 億 GBP (469-1876 億円)
2011	ニュージーランド大会	9 月 9 日- (6 週間)	148 万人	40 億人	13.3 万人	13 日	7.8 億 NZD (478 億円)
(参考比較: 2010 サッカーワールドカップ)							
2010	南アフリカ サッカーW杯	6 月 11 日- (4 週間)	318 万人	48 億人	31 万人	11 日	36.4 億 ZAR (426 億円)

資料: EY 総合研究所

② 2020年オリンピック・パラリンピック東京大会

東京大会は、2013年9月にブエノスアイレスで開かれた第125次IOC総会にて開催が決定された。それ以降、2020年に向け、官民を挙げた推進体制の構築、具体的計画の策定が進捗している。

このうち、政府の取組みとしては、2013年10月、内閣官房に「2020年オリンピック・パラリンピック東京大会推進室」が設置され、大会に向けた準備を円滑に進めるため、関係省庁の所管事務を総合調整している。

また、2015年2月末、2020年東京オリンピック・パラリンピック組織委員会は、国際オリンピック委員会（IOC）と国際パラリンピック委員会（IPC）に「大会開催基本計画」を提出。同計画書には大会ビジョンが示されているとともに、レガシーを残すための取組みについても言及されている（図表10）。

（図表10）2020年オリンピック・パラリンピック東京大会について

項目	概要
大会ビジョン	○ スポーツには、世界と未来を変える力がある。 1964年の東京大会は日本を大きく変えた。2020年の東京大会は、「すべての人が自己ベストを目指し（全員が自己ベスト）」、「一人ひとりが互いを認め合い（多様性と調和）」、「そして、未来につなげよう（未来への継承）」を3つの基本コンセプトとし、史上最もイノベティブで、世界にポジティブな改革をもたらす大会とする。
開催期間	○ オリンピック：2020年7月24日～8月9日 ○ パラリンピック：2020年8月25日～9月6日
競技数	○ オリンピック：28競技 ○ パラリンピック：22競技
観戦者数	○ オリンピック大会期間中の会場来場者総数：1000万人超（日本総研試算）
レガシー	○ 組織委員会に、レガシーを残すためのアクションを推進するために、以下5つの柱に対応した「実務検討会議（Working Team）」と「専門委員会（Commission）」を設置。2020年までの具体的なアクションと2020年以降のレガシーを「アクション&レガシープラン」として2016年中期に取り纏め予定。 ①スポーツ・健康 ②街づくり・持続可能性 ③文化・教育 ④経済・テクノロジー ⑤復興・オールジャパン・世界への発信
経済効果	○ 招致委員会試算：全国で約3兆円（生産誘発額）
組織委員会等支援体制	○ 2014年：東京オリンピック・パラリンピック組織委員会発足 会長：森喜朗氏（元内閣総理大臣） 事務総長（専務理事）：武藤敏郎氏（株式会社大和総研理事長） ○ 2015年3月：経団連、日本商工会議所、経済同友会が共同で支援組織を設立。⇒「オリンピック・パラリンピック等経済界協議会」 会長：豊田章男氏（経団連スポーツ推進委員長、トヨタ自動車社長）

資料：委員会講演資料等をもとに作成。

(図表 11) オリンピックのチケット販売総数・販売額

開催年・都市	チケット販売総数	チケット販売額
2000年シドニー	760万枚	6.7億USドル
2004年アテネ	380万枚	3.8億USドル
2008年北京	650万枚	6.5億USドル
2012年ロンドン	880万枚	8.2億USドル

資料:OLYMPIC MARKETING FACT FILE 2014 等をもとに作成。

なお、オリンピック・パラリンピックでは、一部競技について地方開催も議論されており、例えば、IOC はバスケットボールについて、事務交渉で候補に大阪を提案したことを明らかにしている。しかしながら、このような動きがあるものの、大半の競技・試合は原則として東京近辺で集中開催されることから、関西としてはオリンピック・パラリンピックを目当てに来日した観光客を、いかに東京(関東)から関西に呼び込むか、といった努力が必要となる。

また、オリンピック・パラリンピックはスポーツの祭典であるが、開催国自身の文化や魅力を世界に発信するまたとない機会でもある。実際、オリンピック憲章には、「スポーツと文化と教育を融合させること」が明記され、「短くともオリンピック村の開村期間、複数の文化イベントを計画しなければならない」と記されている。2012年のロンドン大会開催後も、英国での文化プログラムの成功が大きく取り上げられる等、文化プログラム自体への注目度が高まっている。2020年の東京大会においても、文化プログラムは全国で開催されることが見込まれるため、各地でこれを活用したインバウンド拡大策の実施が期待される。

③ 関西ワールドマスターズゲームズ 2021

ワールドマスターズゲームズ(WMG)とは、4年に1度行われる生涯スポーツの世界最高峰の国際総合競技大会である。参加基準は年齢のみ(概ね30歳以上)であり、約30競技から成るプログラムに複数エントリーすることが可能となっている。1985年に第1回大会がカナダのトロントで開催されてから、過去8回で延べ14万人以上が参加している。2021年の関西大会はアジア初開催であるとともに、通算10回目となる記念大会でもある。

WMGの最大の特徴は、誰もが「競技者として」参加できる国際総合スポーツ競技大会という点である。すなわち、2019年のラグビーワールドカップや2020年のオリンピック・パラリンピック東京大会において、代表選手以外の人々は、アスリートとして参加できず、テレビなどを通じて観戦することしかできない。一方で、WMGは一般アスリートであっても、概ね30歳以上という年齢基準さえ満たしていれば誰でも選手として競技に参加できる。

つまり、2021年のWMGは「するスポーツ」の祭典であり、ラグビーワールドカップやオリンピック・パラリンピックといった「観るスポーツ」の祭典とは目指すものが異なっている。関西としては、「するスポーツ」としてのWMGの認知度を高めていくことにより、生涯スポーツの聖地としての地位を確立できれば、国内はもとより、世界中から多くの一般アスリートを関西に呼び込む契機となり得る。

また、スポーツイベントを目的に来訪する国内外からの参加者を、関西圏内での観光等と結びつけることで、WMGはスポーツ・ツーリズムの拡大にも寄与すると考えられる。「関西」について、既存の観光資源だけでなく、生涯スポーツの開催に伴い蓄積される、イベント・施設等のスポーツ資源の発信を行っていくことは、これまで関西を訪れたことのない層の取込みにもつながることから、前述したようなインバウンドのさらなる拡大に寄与することも期待されている（図表12, 13）。

（図表12）2021年 関西ワールドマスターズゲームズについて

項目	概要
開催期間	○ 2021年5月中旬(10日間)
開催都市	○ 関西各地域(各競技開催地は、2016年10月を目途に決定予定)
目標参加者数	○ 5万人 【内訳】国外参加者:2万人、国内参加者:3万人
経済効果	○ 関西広域連合試算:約140億円
競技数	○ 陸上、サッカー、トライアスロン等のコア必須16種のほか、野球、ゴルフ、テニス等のオプション競技を検討中 (競技(種目)については、2016年10月を目処に決定)
組織委員会等支援体制	○ 2014年:関西ワールドマスターズゲームズ2021組織委員会発足 会長:井戸敏三氏(関西広域連合長、兵庫県知事) 森詳介氏(公益社団法人関西経済連合会会長) 事務総長:木下博夫氏(公益財団法人立京都国際会館館長)

資料:委員会講演資料等をもとに作成。

（図表13）ワールドマスターズゲームズの開催地と大会規模

開催年	開催国	開催都市	参加人数	参加国数
第1回 1985年	カナダ	トロント	8,300	61
第2回 1989年	デンマーク	ヘアニング、オールボー、オーフス	5,500	76
第3回 1994年	オーストラリア	ブリスベン	25,000	71
第4回 1998年	アメリカ	ポートランド	25,000	100
第5回 2002年	オーストラリア	メルボルン	26,000	97
第6回 2005年	カナダ	エドモントン	22,000	88
第7回 2009年	オーストラリア	シドニー	32,000	95
第8回 2013年	イタリア	トリノ	19,000	107
第9回 2017年	ニュージーランド	オークランド	(目標)25,000	-
第10回 2021年	日本	関西	(目標)50,000以上	-

資料:委員会講演資料等をもとに作成。

(3) 関西圏で進捗する様々なプロジェクト

スポーツイベント以外にも、関西では2020年前後に向けて、各種インフラ整備が進捗する予定である（巻末参考「関西のイベントスケジュール」）。

今後、特に注目されるプロジェクト等の現状と課題について、本委員会での議論をもとにまとめると、以下の通りである（図表14）。関西のポテンシャルをより高めるために、三大スポーツイベントに加えて、その他のプロジェクト等を有機的に結び付けながら推進していく必要がある。

（図表14）主要プロジェクト等の現状と展望・課題

項目	現状	展望・課題
三大スポーツイベント	<ul style="list-style-type: none"> 各地域が個別対応 	<ul style="list-style-type: none"> オール関西実現のターゲットに みる⇒するスポーツへの拡大 WMG:障がい者が参加できるプログラムの検討
歴史・芸術・文化	<ul style="list-style-type: none"> 豊富な観光資源（世界遺産5ヶ所、国宝6割、重要文化財5割）。美術館・博物館・動物園等も関西全体に多数 日本文化の発祥地： “KANSAI is JAPAN. JAPAN is KANSAI.” 	<ul style="list-style-type: none"> オリンピック文化プログラムの活用 インバウンド拡大に対応した魅力の洗出し
IR	<ul style="list-style-type: none"> 2014年7月：内閣官房にIR検討チーム設置 基本法（推進法）及び関連法案の審議入り延期 依存症等の社会問題への注目 	<ul style="list-style-type: none"> 周辺環境や地域経済全体への影響もふくめて、関西が求めるIRのあり方を議論、明確化
関空	<ul style="list-style-type: none"> 外国人旅客数が日本人を上回って推移し、過去最高を更新 コンセッション：国内外で約80社が応札に向けた動き 	<ul style="list-style-type: none"> LCCの中核空港としての発展 利用者にとって魅力的な空港のあり方
特区	<ul style="list-style-type: none"> 国家戦略特区：2014年9月、関西圏の第1回区域計画認定。医療関連の2項目を指定 関西イノベーション国際戦略特区：全国トップの認定件数（ライフ・グリーン等） 	<ul style="list-style-type: none"> 医療産業など、強みの強化 その他分野（雇用、都市等）への波及
イノベーション	<ul style="list-style-type: none"> 豊富な技術力のある中小企業、産業のすそ野の広さ オープンイノベーションに向けた動き 	<ul style="list-style-type: none"> 新技術の実験場としての関西 大企業と中小企業の連携 プラットフォーム（目利き）構築
インフラ	<ul style="list-style-type: none"> ミッシングリンク、港湾施設整備 多言語対応、無料Wi-Fi、統一交通パス創設、ホテル、深夜の交通アクセス等 リニア中央新幹線：東京-名古屋間の計画認可 	<ul style="list-style-type: none"> 不足しているリソースへの対応（規制緩和も同時進行で） 関西・名古屋・東京の一大経済圏

資料：委員会での議論をもとに作成。

(4) 小括

わが国では、観光立国の実現に向けた様々な施策が実施されており、円安影響等の外部環境の変化と合わせて、インバウンドの拡大が続いている。この動きは関西において特に強く表れており、2020年前後に向けて、この効果を関西経済の活性化と有機的に結びつけるためにも、観光分野以外のプロジェクトについても一体的な推進が必要である。

また、わが国では2020年の東京オリンピック・パラリンピックの開催に大きな注目が集まっているが、スポーツイベントという観点から視野を広げてみると、2019年のラグビーワールドカップ、2021年の関西 WMG と、国際的なスポーツイベントが2020年前後に相次いで開催されることになる。これらのスポーツイベントには大会関係者含めて、多数の集客が見込まれているほか、各スポーツイベントの特徴を踏まえた地域全体での取組みと機運の高まりは、地域経済の活性化にも寄与するものと見込まれる。

一方で、関西からみると、ラグビーワールドカップや東京オリンピック・パラリンピックは、関西以外の地域が主な開催場所であり、ビジネスチャンスという意味では WMG に劣る。この観点からは、WMG の成功に尽力することが関西活性化にとって非常に重要と考えられる。さらに、WMG の「するスポーツ」という性質を踏まえると、①2019・20年のスポーツイベントで刺激を受けたアマチュアのアスリートが多く参加し、「観るスポーツ」とは異なる盛り上がりを見せる可能性があることに加えて、②「支えるスポーツ」という観点からは、2019・20年のスポーツイベントで培われた人材やノウハウを活用できるというメリットもある。加えて、関西では2019～2021年に向けて、インフラ整備等の様々なプロジェクトが進行しており、これらを有機的に結び付けて関西全体で一体的に取り組んでいくことが必要である。

もっとも、関西はこれまで、各地域の個性が強いことから、地域が一体となった対応があまり行われてこなかった。本章で述べたように、政府の観光戦略が強化されることに加え、関西のインバウンドを取り巻く環境が良好であり、2019～21年にはビッグチャンスが訪れるといった今こそ、関西が一丸となった対応が重要となる。そのためには、細かい戦略の寄せ集めではなく、理念やプラットフォーム等、大きな枠組みを考えていくことが不可欠である。

こうした認識のもと、2019～2021年に向けて関西が取り組むべき課題は多岐にわたるが、本提言では、様々なプロジェクト・イベントのうちの1つである、2021年に関西で開催される WMG に焦点を絞り、大会の開催を地域の活性化につなげるために求められる施策について、次の3点を提言する。

3. 提言

関西ワールドマスタースゲームズ 2021 に向けて、関西が1つになってビジョンを策定・共有し（提言 1）、地域が主体となった取組みを実行（提言 2）することで、関西全体としてのレガシー創出を（提言 3）

（提言 1）2021 年の WMG に向けて、オール関西で共通の理念を策定・共有しよう

ビジョン

○ 関西全体で理念を共有する仕組みの構築

前章で述べたように、関西のインバウンドについては、政策対応や関西でのビックプロジェクトの進展等の追い風が吹いており、三大スポーツイベントをうまく活用することで、この追い風をより強められる可能性が大きい。もっとも、そのためには、地域が一体となり、WMG の成功に向けた機運を高めていくことが不可欠である。しかしながら、これまでの関西では、結果的に各地域・団体がバラバラな対応に終始してしまい、こうしたチャンスを活かせなかった歴史がある。こうしたことを繰り返さないためにも、まずは、関西全体で理念等を共有することから始める必要がある。

すなわち、WMG の開催にあたっては、スポーツイベントの開催・運営について、過去の成功と失敗の各要因に基づき、「ビジョン」を明確化し、長期的な視点で取り組むことが重要である。様々な施策の実行に先立ち、関西全体で統一された、大会に向けたビジョンを策定すべきである。

WMG は関西圏に試合会場が分散して開催される予定である。したがって、1つの大会としての統一感をいかに醸成していけるかが大会成功の鍵を握る。単に開催期間中だけでなく、準備段階から関西が共通の方向性に沿って進み、提言 3 で述べるようなレガシーを、関西全体で残していくことで、WMG 開催による経済効果を最大化していくことが重要である。そのための具体策として、まずは行政、経済界等によるオール関西のメンバーを構成員とする、ビジョン策定及び残すべきレガシーの共有に向けた検討委員会を設立し、議論を進める。

この検討委員会を設置するにあたっては、これらの観点からの検討を一体的に行えるような体制を構築すべきである。その際、関西広域連合や官民連携組織である WMG 組織委員会等の傘下に設置する等、スポーツ・文化・観光振興に関する検討組織・プラットフォームが乱立することがないように考慮すべきである。また、国際的なスポーツイベントの開催は、観光インバウンドの拡大にも寄与しており、スポーツ振興はもちろんのこと、観光振興の観点も踏まえた対応を行うことで、地域に与える影響をさらに拡大することが

できる。したがって、新たに設置される検討委員会は、関西全体でのインバウンド拡大に向けた取組みを推進する「広域観光研究会」とも積極的に連携していくべきである。

○ ビジョンによる一体感の醸成・大会に向けた機運を高める

策定されたビジョンについては、関西全体で共有し、様々な機会に活用すべきである。例えば、各地が開催する既存のスポーツ大会・プレマスターズ大会にも積極的に使用していくことが考えられる。

ビジョンは、目指すべき関西の将来像であり、これを関西の各都市・地域が使用することで、WMG に向けた関西全体の一体感の醸成や機運を高めることが期待できる。また、関西全体でビジョンを継続的に共有することで、本大会に付随して開催される複数のイベント全体に横串を通すことができる。これまで、「関西は1つ1つ」と揶揄されることが多かったが、まずはビジョンを共有することから、関西が1つとなって、WMG の機運を盛り上げる必要がある。

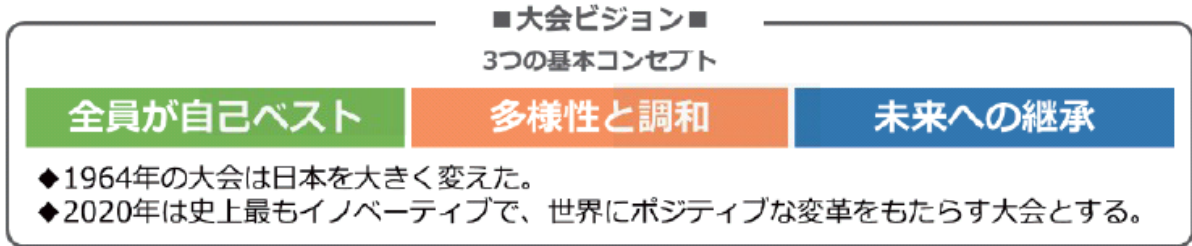
具体的なビジョンの内容については、今後、検討委員会での議論を通じて決定していくことになるが、「ビジョン」を考える前提として、スポーツには以下2つの可能性があると考え。第一に、「スポーツ」の定義について、従来から言われているような体を使った競技としての「するスポーツ」にとどまらず、「観るスポーツ」や「支えるスポーツ」といった、より広い概念でスポーツを捉えることで、スポーツを関西におけるさらなる成長ドライバーにできるという点である。第二に、高齢社会の進展や、それに伴う医療・社会保障費の増大といった社会的な課題を、生涯スポーツの普及等を通じて克服していくことで、「スポーツを通じた課題解決都市」としての関西を実現し、新たな関西の魅力として世界に発信していくことが可能であるという点である。

このような前提の下、本委員会では、ビジョンの一例として、「性別・年齢・国籍・障がい等を問わず、みんなが参加し、社会が支える」というコンセプトで、「Share & Social」というビジョン案が挙げられた。

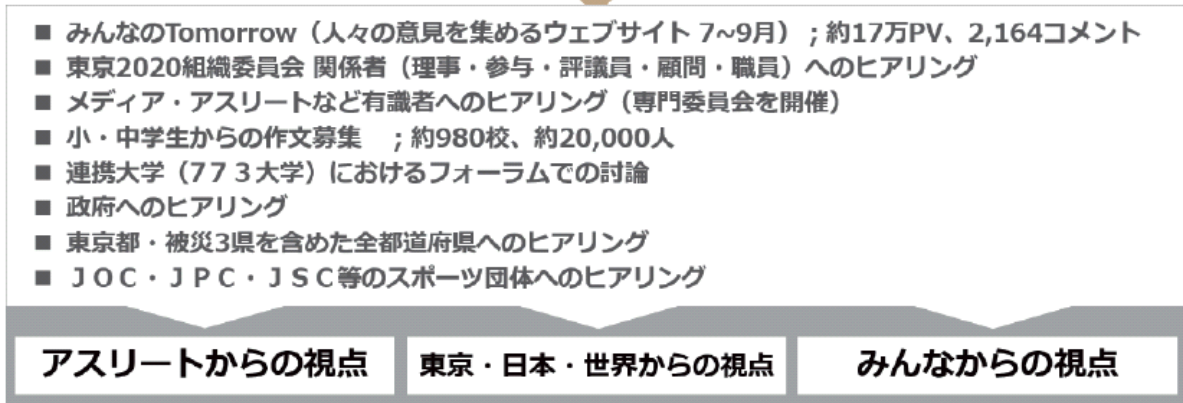
なお、参考として、2020年に開催される東京オリンピック・パラリンピックのビジョン及びその策定プロセスは以下の通りである。東京オリンピック・パラリンピック組織委員会では、招致活動において掲げていたスローガン「Discover Tomorrow」を具体化。そのプロセスでは様々な分野の人々から意見を聴取し、検討を進めた（図表15）。

WMG に向けたビジョン策定においても、このように多数の意見を集約できるよう、検討委員会のメンバーには官民が連携し、関西全域から構成すべきである。

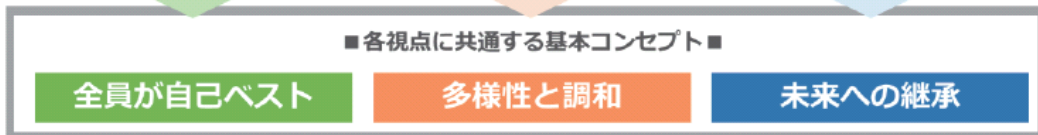
(図表 15) 2020 年東京オリンピック・パラリンピックのビジョン



「Discover Tomorrow」を具体化、進化し、大会ビジョンを構築



1. アスリートからの視点	アスリートが自己ベストを達成できるような大会運営	オリンピックやパラリンピックの精神の浸透	大会後における更なるスポーツの普及
2. 東京・日本・世界からの視点	大会運営に最高水準のテクノロジーを活用	日本的価値観の発信	伝統や文化を未来へ引き継ぐ
3. みんなからの視点	創意工夫をこらしたおもてなし	個人のアイデアを活かした大会運営	東京1964大会の興奮を東京2020大会に伝える



資料: 2020 年オリンピック・パラリンピック東京大会基本計画

○ 「場」と「輪」と「和」の提供に向けて、地域の企業・住民が主体的に関わる取組みの実行

共通のビジョンに基づいて、スポーツイベントの開催に向けた取組みを、地域の企業・住民が主体となって実行に移すべきである。本大会開催に向けて取り組むべきことは多岐にわたるが、『「場」と「輪」と「和」の提供』という概念を用いて、具体的内容を整理した(図表16)。このような整理を踏まえながら、大会に向けた準備作業を具体化するとともに、官民を問わず、自らの業界が関わることができる部分を明らかにし、地域の企業や住民が主体的に関わっていくことが重要である。

例えば、「場＝ロケーション」については、WMGの開催に際して必要となる競技施設、ホテル等の宿泊施設といった既存のインフラがどれくらいあるのか洗い出し、必要なインフラを確保することが求められる。また、「輪＝コミュニティ」については、大会への参加者がエントリーを行うポータルサイト等を整備するのに合わせて、宿泊予約や観光情報の収集、さらに参加者同士の情報交換等を行うSNS等を、同サイト上でワンストップで提供するとともに、参加者全体での交流の場としての機能を持たせるといった工夫が求められる。「和＝サービス」については、WMGに合わせて、文化・芸術イベントを行うといった、スポーツ以外で参加者を楽しませるコンテンツの提供等が考えられる。

(図表16) 「場」と「輪」と「和」の具体例

項目		具体例
場	ロケーション	○ 大会やイベント、事前キャンプ、練習会場の確保・準備 ⇒ 既存利用可能施設の洗い出し等
輪	コミュニティ	○ 運営団体、スポンサー、クラブ運営 ○ 学校教育との連携 ○ 大会エントリーシステム(ポータルサイト等)の整備 ⇒ ワンストップでのサービス提供、交流の場としての機能
和	サービス	○ 一市町村一国フレンドシップ事業 ○ 既存の祭りやイベントを活用し、大会を盛り上げる芸術・文化イベントを実施 ⇒ WMGでも文化プログラム実施(オリパラで終わらせない)

資料: 委員会での議論をもとに作成。

○ スポーツイベントの開催を通じた社会問題の解決

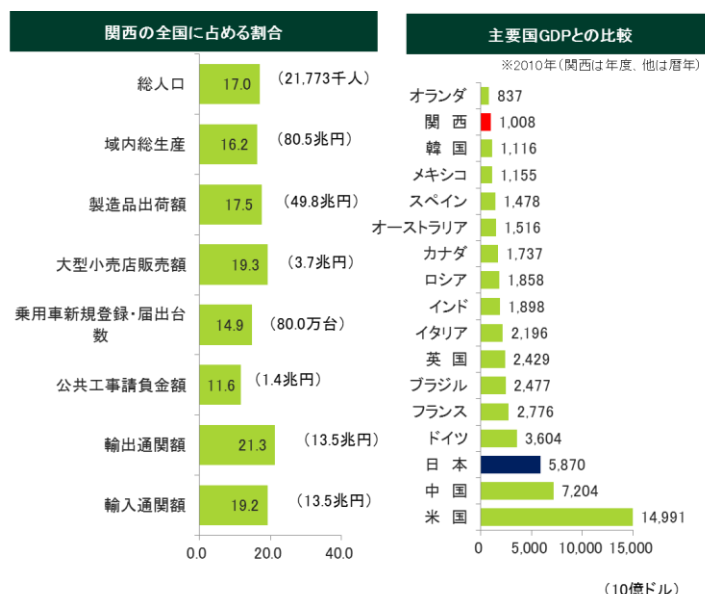
国際的なスポーツイベント等、大規模な大会を運営するにあたっては、大会の開催自体が社会環境へ与える影響も大きいことから、ゴミ問題等の負の側面にいかに対応するのか、その対策等も求められる。

WMG に向けて、スポーツコミッション関西は 2014 年 12 月に「インターカレッジコンペティション 2014」を開催した。このイベントは、WMG を核に関西経済を活性化させるアイデアについて、大学生が大学対抗形式でプレゼンテーションするもの。実際に、都市・環境等の社会問題を WMG の開催によっていかに解決していくべきかといった視点からのユニークな提案もみられた。これらの視点を活かしながら、ゴミのリサイクル等による環境配慮型の大会運営や、宿泊施設としての空き家活用に取り組むことで、コストを抑制した大会運営の実現を目指す必要がある。

○ 緩やかながらも、継続性・包括性を持った連携

これまで、関西は様々な分野で各都市・地域間の連携がうまく取れず、「関西は 1 つ 1 つ」と揶揄されることが多かった。但し、各都市間競争は必ずしもマイナスに働くだけでなく、お互いが競い合うことで、地域の活性化施策が向上するといったプラスの効果も期待できる。各都市が個別施策で競い合う部分は今後も尊重しつつも、関西全体でまとまるべきこと、やるべきことは協力する、という姿勢が重要である。実際、関西は人口・域内総生産等で日本全体の 2 割弱のシェアを持ち、世界各国の GDP と比べても韓国と同程度の規模を持っている。関西全体が連携し、そのポテンシャルを活かすことが、関西経済活性化に不可欠である(図表 17)。

(図表 17) 関西経済の大きさについて



すなわち、全ての分野について連携を強固にして取り組むということではなく、関西が進むべき方向性については、全体で一致・継続的に共有し、そこで決定したビジョンのもとで、各都市・地域が競争しながら独自性を発揮するといった、緩やかながらも継続性・包括性を持った連携を行うべきである。

このような緩やかかつ継続的な連携の具体例としては、今後実施されるプロジェクト（プレ大会等）の実施に合わせて、オール関西で策定したビジョンと「はなやか関西」を連携・継続的に活用していくことが挙げられる。

○ 推進組織・実行体制の整備・協力と、チェック機能の発揮

大会に向けたアクションを具体化し実現していくために、経済界と行政が連携して、受け皿となる推進組織・実行体制を整備していく必要がある。関西経済同友会としても、このような全体の動きに積極的に協力していく。

一方で、実際の体制整備に当たっては、各地域が独自に組織を作ることによって、結果的に、類似する組織が複数立ち上がり、それにより戦略が分散し、具体的施策の実行が難航することが懸念される。まずは、京都・神戸・大阪の同友会が継続的に対話しながら、関西全体に徐々に動きを拡大すべきである。その上で、長期的には、関西全体で関連施策の進捗を定期的にチェックし、次のアクションへ向けた課題提起等を行うような運営が求められる。

○ WMGにおける文化プログラム

文化プログラムはオリンピック・パラリンピックに関係するものが注目されるが、WMGでも文化プログラムが実施される予定である。この点、東京オリンピック・パラリンピックにて開催される文化プログラムとの連携等も考慮する等、その制度設計についても関西全体が連携して取り組むべきである。

文化プログラムについては、2012年のロンドンオリンピック・パラリンピックが成功事例として取り上げられており、WMGにおいても参考にできる部分が多い（図表18）。約18万件にもおよぶ多数のイベントが英国全土で開催されたロンドンオリンピック・パラリンピックのように、各地域ごとに実施する文化プログラムの運営全てを組織委員会が一元管理することは難しいが、各地域の主体性に全てを任せているだけでは、関西全体としての統一性に欠ける可能性がある。そこで、各地で行われる地域毎の独自プログラムの中から、組織委員会があらかじめ定めた基準に合致するものを認証し、WMG組織委員会公認プログラムとして開催。これにより、関西全体での一体感を醸成していくといった方法を検討する必要がある。

(図表 18) 2012 年ロンドンオリンピック・パラリンピックの文化プログラム概要

項 目	内 容
会期	○ カルチュラル・オリンピアド:2008 年 9 月～(4 年間) ○ ロンドン 2012 フェスティバル:2012 年 6 月 21 日～9 月 9 日(12 週間)
テーマ	○ 英国の誰もがロンドン 2012 に参加するチャンスを提供し、あらゆる文化に共通する創造性を、とりわけ若者たちに、喚起させること
ビジョン	○ Once for a Life time (一生に一度きり)
イベントの総数	○ 約 18 万件
開催地	○ 英国全土 1,000 ヶ所以上
参加者数	○ 4,340 万人
総事業費	○ 220 億円 (約 1 億 2,700 万ポンド)

資料:COBM(オリンピック・文化プログラム理事会)公表資料をもとに作成。

○ WMG オークランド大会が開催される 2017 年からの対応加速

2017 年にはニュージーランドにおいて、WMG オークランド大会が開催される。この大会から、2021 年の関西 WMG に関する出展、PR 活動が本格化していく (図表 19)。これらの組織委員会の対応が加速するのに合わせて、上記アクションも一体となって推進できるよう、大会までの工程表を早期に策定すべきである。

(図表 19) 2021 年大会までのスケジュール

平成 26 年度 (2014)	
12 月	組織委員会 設立
12 月	開催地契約 締結
平成 27 年度 (2015)	実施種目の決定・開催地検討開始
～	競技実施要項の作成
平成 28 年度 (2016)	地区別実行委員会設立 等
平成 29 年度 (2017)	ワールドマスターズゲームズ 2017 (ニュージーランド) オークランド大会への出展・PR
(平成 31 年度 (2019)	ラグビーワールドカップ 2019 開催)
(平成 32 年度 (2020)	東京オリンピック・パラリンピック開催)
平成 33 年度 (2021)	関西ワールドマスターズゲームズ 2021 開催

資料:WMG 組織委員会資料をもとに作成。

○ 2021年以降も国際的なスポーツイベントを持続的に誘致できる地域となるための
取組みを強化

様々なアクションを通じて培ったものを、2021年以降も地域に残していく取組みが必要。この点、関西は「生涯スポーツ」の聖地としての位置づけを明確化。「関西」といえば「生涯スポーツ」というイメージを定着させ、医療と合わせたアピールにより、「健康都市」としてのイメージも醸成していくことができると考える。

具体的なレガシーとしては、運営ノウハウの蓄積、ボランティア・通訳等の人材養成を、ラグビーワールドカップや東京オリンピックを通じて進め、それらを継続的に活用できる仕組みを、三大スポーツイベントの集大成である WMG で確立する必要がある。

また、非常に大きな大会であっても、時間の経過とともに記憶が風化することは避け難い。記憶の風化を少しでも食い止めるためには、大会終了後、年に一度、記念日（例：マスターズデー、マスターズウィーク）を制定すること等が考えられる。同期間中には、スポーツイベント等を集中・継続開催する等、生涯スポーツへの取組み拡大や、意識向上を継続的に図るべきである。

さらに、レガシーについては、大会前に目標値を設定・明確化して取り組むべきである。この点、2012年のロンドンオリンピック・パラリンピックでも、大会前に目標を設定して取り組んでいる。その結果、これまでに以下のようなレガシーが残されており、WMGのレガシー作りにおいても参考になる（図表20）。

(図表 20) 2012 年ロンドンオリンピック・パラリンピックのレガシー

項 目	成 果
スポーツ・健康生活	<ul style="list-style-type: none"> ○ スポーツ選手への助成増強(13%増) ○ 運動(週 1 回)する人の増加(140 万人以上) ○ 学校スポーツへの 1.5 億ポンド/年の助成(23013 年以降) ○ スポーツ国際交流(20 カ国 1,500 万人の参加)
東ロンドン再生	<ul style="list-style-type: none"> ○ オリンピックパーク・施設の整備 ○ 交通整備への投資(65 億ポンド) ○ 1 万 1,000 戸の住宅整備、1 万人の新規雇用創出
経済成長	<ul style="list-style-type: none"> ○ 280~410 億ポンドの経済効果、62~90 万人の雇用創出(2020 年まで) ○ 失業者への雇用創出(7 万人) ○ 2014 年ワールドカップ、2016 年リオオリンピック・パラリンピックに向けた新規契約の獲得(1.2 億ポンド) ○ 観光客増(1.0%)、観光消費増(4.0%)
コミュニティ強化	<ul style="list-style-type: none"> ○ ボランティア意欲向上、参加者の増加 ○ 10 万人の新規ボランティア(2013 年) ○ 文化プログラムへの参加(4,300 万人) ○ 環境配慮(オリンピックパークの土壌洗浄、ISO20121 等)
パラリンピック	<ul style="list-style-type: none"> ○ 障がい者のスポーツ参加向上 ○ パラリンピック支援助成の増加 ○ 交通、社会インフラにおけるアクセシビリティの向上

資料:観光庁「観光白書」2014 年より作成。

4. おわりに

本提言では、三大スポーツイベントの中でも、特に WMG に焦点を絞り、スポーツイベントによる地域活性化について何をすべきかを提言した。本提言で示した方向性に基づき、関係組織等が長期的視点に立った具体的な取組みを、早期に実行に移していく必要がある。

さらに、他のスポーツイベントの活性化策や、スポーツイベント以外に関西で進んでいるプロジェクトの一体的な推進・整備に向けた施策等の残された課題については、今後も官民が連携して議論し、具体策を早急にまとめる必要がある。一例として、2019年に開催されるラグビーワールドカップについては、全国 12 会場のうち、関西からは神戸市と東大阪市が選定された。今後、各自治体で本格的な準備が進行していくが、会場等のインフラ整備だけでなく、大会に向けた地域の機運をいかに高めていくか、そのために具体的にどのような取組みを実行していくのかが極めて重要となる。神戸市・東大阪市で開催される試合において空席が目立つ状態であれば、スポーツ全般に対する関心の低さも疑われかねず、関西が生涯スポーツの聖地であると主張しても、説得力に欠ける。今こそ、関西が一丸となり、関西での試合を成功させることで、2021年の WMG に向けてスポーツ振興・ツーリズム振興の機運を高めるべきであり、具体的な対応について早急に議論を深める必要がある。

また、別紙「【参考】関西のイベントスケジュール」に示したように、2019～2021年のターゲットイヤーに向けて、様々なプロジェクトが進行している。今回の提言では WMG を中心に議論を行ったが、今後は、これらのプロジェクトに合わせて実施される取組みも展望して、関西の活性化に向けて、中期ビジョンを作っていく必要がある。具体的には、①東京オリンピック・パラリンピックと WMG での関西における文化プログラムのあり方（関西らしさを如何に出していくのか、東京や他の地域のプログラムとどのように差別化を図るのか）、②スポーツ・ツーリズム、メディカル・ツーリズムといった新たなツーリズムの振興、③関空のコンセッションの成功やミッシングリンクの解消等による交通インフラの整備促進、④4K/8K、多言語対応、セキュリティー技術、ビッグデータの活用といった新技術の実用化に向けた動き等が考えられ、それぞれについてオール関西で対応を強化する必要がある。

本提言で中心的に取り上げた WMG は、ターゲットイヤーである 2019～2021年の最終年に開催される。大会後も見据え、様々な取組みを通じて 2020年までに蓄積してきたノウハウ等を活かして、関西全体の活性化を実現させるきっかけとしなければならない。さらに、観光やスポーツイベントは地域が纏まりやすいテーマであることを踏まえると、インバウンド拡大の追い風が吹き、三大スポーツイベントが開催される 2019～21年は関西が 1つになり持続的な取組みを実現するための最後のチャンスである。本提言で対象とした三

大スポーツイベントに加え、インバウンドの一段の拡大に向けた取組みや、インフラ整備等、関西が直面する積み残しの課題について議論を一層深め、関西経済活性化の戦略・工程表を早急に纏める必要がある。ターゲットイヤーまであと 5 年前後しかない。今こそ、オール関西で行動する時である。

以 上

