5-25 コミュニティ

5-25-1 現況

(1) 東京の人口の構成と今後の推移

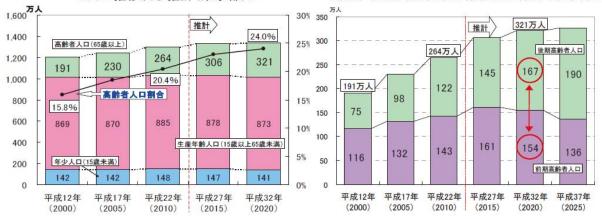
東京都の人口構成と推移を図 5-25-1 に示す。平成 22 年の東京の高齢者は、約 264 万人で、平成 32 年には 321 万人に増加すると推計されており、4 人に 1 人が高齢者というこれまで経験したことのない超高齢社会が到来する。また、平成 32 年には、後期高齢者 (75歳以上)の数が前期高齢者 (65~74歳)の数を上回ると見込まれ、後期高齢者の増加に伴い、介護や見守りを要する高齢者は一層増加する。

このような状況においては介護予防や認知症対策とともに地域での生活継続を支援する施策など、増大する様々な行政ニーズに対してサービスを効率的に提供していくことが求められる。一方で、様々な社会経験を積み、知恵とバイタリティに溢れた団塊の世代は、従来の高齢者のイメージとは全く異なるアクティブな層として社会を活性化することが期待できることから、東京の活力を維持していくためには、こうした元気な高齢者の地域社会を支える役割が重要となってくる側面もみられる(図 5-25-2)。

高齢者を社会的に支える現役世代が減少していく中で、元気で行動意欲の高い高齢者には就労や地域活動などに取り組み、超高齢社会を支える担い手として活躍することが期待されている。

<人口推移及び推計(東京都)>

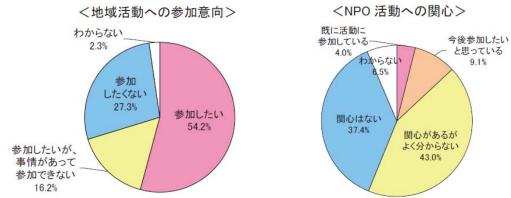
<前期・後期高齢者数の推移及び推計(東京都)>



出典:「2020年の東京~大震災を乗り越え、日本の再生を牽引する~」(平成23年12月、東京都)

資料:「国勢調査」(総務省)より作成

図 5-25-1 東京都の人口構成と推移



出典:「2020年の東京~大震災を乗り越え、日本の再生を牽引する~」(平成23年12月、東京都)

資料:「高齢者の地域社会への参加に関する意識調査」(平成 21 年 12 月、内閣府) より作成

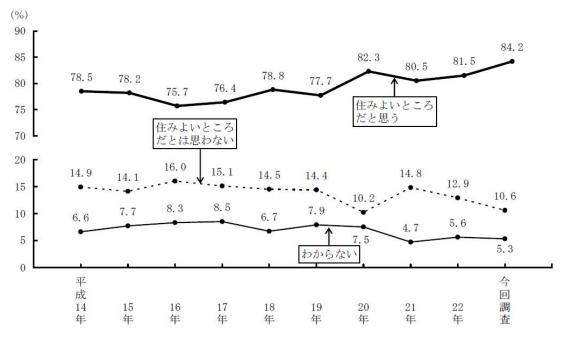
図 5-25-2 高齢者の地域活動及び NPO 活動への関心

(2) 地域コミュニティの現況について

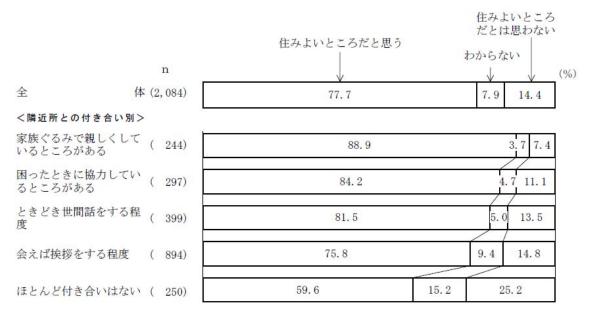
1) 地域の住みよさと地域コミュニティ

東京都が実施した「都民生活に関する世論調査」によると、平成23年調査結果では、今住んでいる地域の住みよさについて、「住みよいところだと思う」は84%、「住みよいところだとは思わない」は11%であった(図 5-25-3)。

平成19年調査結果では、隣近所との付き合いの程度と住みよさとの関連についても整理しており、近所付き合いの濃さと住みよさとが比例している(図 5-25-4)。このことから、地域の「住みよさ」と「地域コミュニティ」は密接していると考えられる。



出典:「都民生活に関する世論調査(平成23年8月調査)」(東京都生活文化局、平成23年11月) 図 5-25-3 地域の住みよさ(過去との比較)



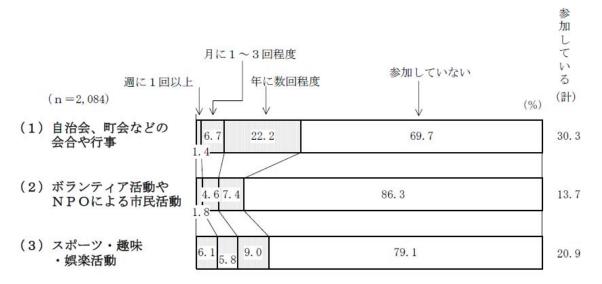
出典:「都民生活に関する世論調査(平成19年9月調査)」(東京都生活文化局、平成19年11月) 図 5-25-4 地域の住みよさ(隣近所との付き合い別)

2) 地域活動への参加状況

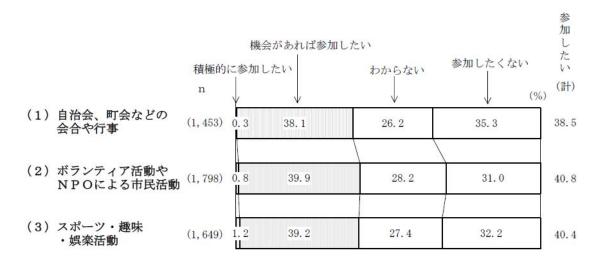
東京都が実施した「都民生活に関する世論調査(平成19年調査)」によると、地域活動への参加状況については「自治会、町会などの会合や行事」、「ボランティア活動やNPOによる市民活動」、「スポーツ・趣味・娯楽活動」ともに、参加している割合は3割程度にとどまっており、参加していない人の割合が多かった(図 5-25-5)。

その一方で、各地域活動に参加していない人の今後の参加意向については、約4割が「積極的に参加したい」、「機会があれば参加したい」と回答している(図 5-25-6)。

また、今後、参加したい地域活動の分野については「清掃やリサイクル・環境保護」、「お祭りや地域行事」、「文化・スポーツ・レクリエーション」が高くなっており、地域活動に関して多分野にわたっている(図 5-25-7)。

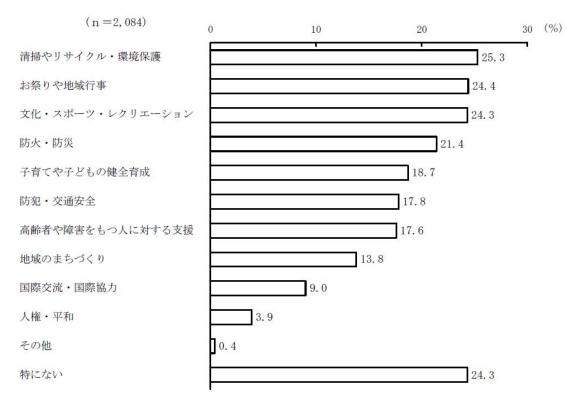


(注) 『参加している(計)』は「週に1回以上」「月に $1\sim3$ 回程度」「年に数回程度」の合計 出典:「都民生活に関する世論調査(平成19年9月調査)」(東京都生活文化局、平成19年11月) 図 5-25-5 地域活動への参加状況



(注) 『参加したい(計)』は「積極的に参加したい」「機会があれば参加したい」の合計

出典:「都民生活に関する世論調査(平成19年9月調査)」(東京都生活文化局、平成19年11月) 図 5-25-6 地域活動に参加していない人の今後の参加意向

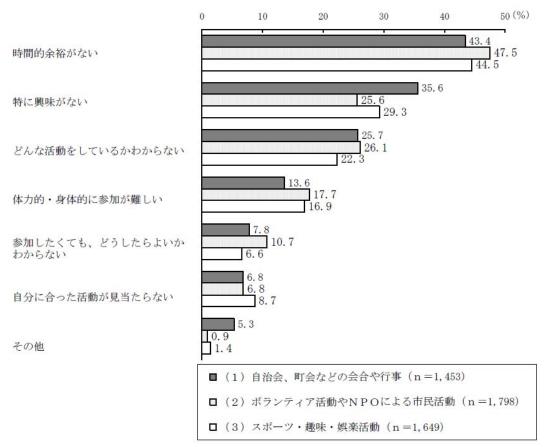


出典:「都民生活に関する世論調査(平成19年9月調査)」(東京都生活文化局、平成19年11月) 図 5-25-7 今後、参加したい地域活動の分野

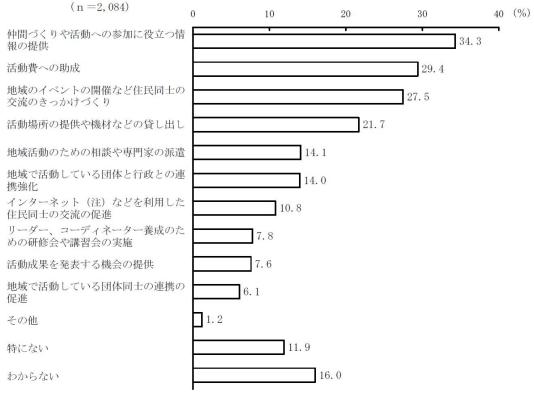
地域活動に参加していない理由については、「時間的余裕がない」が第1位で、「自治会、町会などの会合や行事」、「ボランティア活動や NPO による市民活動」、「スポーツ・趣味・娯楽活動」のいずれも4割を超えていた。その他、理由としては「特に興味がない」、「どんな活動をしているかわからない」が多かった(図 5-25-8)。

また、地域活動を活発にするために必要な支援としては、「仲間づくりや活動への参加に役立つ情報の提供」(約 34%)、「活動費の助成」(約 29%)、「地域のイベントの開催など住民同士の交流のきっかけづくり」(約 28%)が高くなっていた(図 5-25-9)。

これらのことから、現在地域活動に参加していない人でも潜在的な参加意欲を持っており、 情報の提供や活動費助成、交流のきっかけとなるイベント開催などの支援策が地域活動への 参加促進に有効であると考えられる。



出典:「都民生活に関する世論調査(平成19年9月調査)」(東京都生活文化局、平成19年11月) 図 5-25-8 地域活動に参加していない人の参加していない理由



出典:「都民生活に関する世論調査(平成19年9月調査)」(東京都生活文化局、平成19年11月) 図 5-25-9 地域活動を活発にするために必要と思われる支援

(3) スポーツとコミュニティの形成

1) 地域におけるスポーツ振興の効果

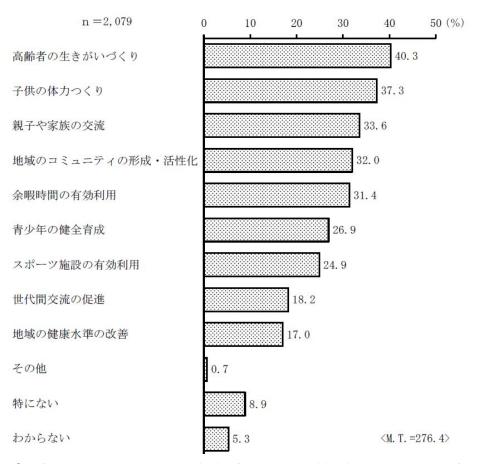
東京都が実施した「スポーツ・運動に関する世論調査」によると、地域におけるスポーツ振興の効果について、「高齢者の生きがいづくり」が約 40%で最も多く、次いで「子供の体力つくり」が約 37%、「親子や家族の交流」が約 34%、「地域のコミュニティの形成・活性化」が約 32%、「余暇時間の有効利用」が約 31%の順となっている(図 5-25-10)。

地域のコミュニティの形成・活性化についてみると、例えば、地域住民が自主的に運営 するスポーツクラブなどが地域コミュニティの担い手となることが期待できる。

地域スポーツクラブには、就学前の幼児から高齢者に至るまで、幅広い世代の地域住民が参加していることから、世代を超えた住民交流の促進につながっている。さらに世代を超えた交流は、地域における事故防止や犯罪抑止力の強化、非行の防止といった、地域の安全・安心の強化につながっている。また、同一世代の交流も盛んになっており、高齢者の生きがいづくりの促進や、子供の学区を超えた交流の発生、子育て世代の悩みや情報の共有・交換の促進といった効果にもつながっている。

このような、スポーツを通じた交流は、地域の一体感や活力を醸成し、人間関係の希薄 化などの問題を抱える地域社会の再生につながると考えられる。

このことから、地域でのスポーツ振興は、地域のコミュニティ形成・活性化への一定の 寄与があるものと考えられる。



出典: 「スポーツ・運動に関する世論調査 (平成 21 年 6 月調査)」(東京都生活文化スポーツ局、 平成 21 年 10 月)

図 5-25-10 地域におけるスポーツ振興に期待する効果

〇事例紹介(北園クラブ)

少子高齢化が進む中、公立小中学校の統廃合が見込まれており、使われなくなった校舎の利活用のあり方を検討することが求められている。また、多くの公共スポーツ施設や学校体育施設は、建築されてから年数が経過し、老朽化や耐震性などの問題から今後改築・改修の必要性に迫られると予想される。長年にわたり学校体育施設等として利用されてきたこれらの施設は、地域住民の認知度も高く、新たな地域社会再生の場として大きな可能性があると考えられる。

北園クラブは「地域が創る豊かなスポーツライフビジョン(北区生涯スポーツ振興計画)」に基づき、「スポーツファミリー構想」のモデル事業として平成17年12月に設立されたクラブである。平成14年に閉校になった旧北園小学校の校舎や体育館を活動拠点とし、職員室をスタジオに、校長室を事務所兼受付にするなど元の学校施設を活かした造りになっており、大人の利用者には懐かしさを覚えるクラブハウスである。1~3歳児の子どもを持つ親子向けのプログラムからヨガ、太極拳、ダンスなどの幅広いプログラムが設置されている。

また、「地域イベント」と称し地域住民へ向け無料でスポーツイベントを実施しており、 地域住民の憩いの場としての機能も果たしている。

2) 企業のコミュニティへの参加

都内には、国内トップリーグに参加している企業チームが多数存在している。

スポーツ分野における企業の参加は、スポーツを行う場所や機会の提供、優れた指導者 や現役選手との交流機会の提供、競技力の向上などへの支援等、地域の一員としてコミュ ニティ形成への寄与が期待できる。

例えば、企業の所有するグラウンド等のスポーツ施設を地域住民に開放し、スポーツイベント等により企業スポーツ選手と地域住民が触れ合いながら楽しむことを発端として、スポーツ分野以外の環境や福祉、教育、文化・芸術、災害支援など、様々な分野での企業参加と併せてコミュニティ活動の活性化が促進されると考えられる。

これまで企業スポーツに支えられてきた日本の多くのスポーツリーグでは、不況による 撤退などで、チームの廃部や休部が相次いだ。一方で、このような状況を克服し、Jリー グ (サッカー)、Vリーグ (バレーボール)、bjリーグ (バスケットボール) などが、以前 のリーグを引き継ぐ形や新たに設立される形で開幕した。これらのリーグは、地域密着型 の運営方針を持ち、それぞれのチームの地元地域での活動を通じて、地域振興の新たな主 体として期待されている。

また、スポーツ施設において、企業などの名称を冠したものが増えており、指定管理者制度の導入などとともに、ネーミングライツ(施設の命名権)を取り入れる動きが多くみられるようになった。公営施設としては、平成15年の東京スタジアム(東京都調布市)が最初であり、味の素スタジアムと命名されている。命名権を得る企業にとっては、施設名がマスコミなどで引用されることに伴う知名度の向上、施設利用などの従業員などへの福利厚生、地域ニーズの掘り起こしとビジネス機会の獲得など、さまざまなメリットがある。

〇事例紹介(スポーツを通じた企業の社会貢献活動)

都内企業では自治体の呼びかけに応じ、企業が所有するグラウンド等のスポーツ施設を 地域住民に開放している事例がある。

また、府中市では、年に一度、企業チームの協力により「ボールとふれあいフェスタ」が開催されている。市内を拠点として活動している東芝プレイブルーパス(ラクビー)、豊田自動車アルバルク(バスケットボール)、NEC ブルーロケッツ(バレーボール)に加え、FC 東京のサッカー及びバレーボールチームが参加している。ボールなどを使って選手と触れ合いながら楽しむイベントが催され、企業スポーツ選手と、市民の交流の場となっている。

3) スポーツイベントによるコミュニティの醸成

大規模スポーツイベントの開催と地域活性化については、①スポーツ施設や、アクセス 道路、公園などの関連施設の整備による社会資本の蓄積、②イベント参加者による宿泊や 飲食物販による消費の誘導効果、③大規模イベントのホストとなる都市住民の地域連帯感 の向上、④イベント開催都市のイメージ向上効果、などが期待できる。

日本でも、1964年の東京オリンピックをはじめ、1985年の神戸ユニバーシアード大会、1994年の広島アジア大会、1995年の福岡ユニバーシアード大会、1998年の長野冬季オリンピック大会、そして 2002年の FIFA ワールドカップ大会など、大規模イベントを開催し、都市の発展に活用してきた。

財団法人地域活性化センターの調査研究によると、国際スポーツイベントを開催した自治体へのアンケート調査結果から、継続して得られている成果として、「知名度・地域イメージの向上」や「国際化の進展」の他、「ボランティア活動の活発化」、「地域ホスピタリティの向上」などの住民意識の変化や「地域スポーツの活性化」といった項目があげられている。これらを国際スポーツイベントによる地域づくりのねらいや課題として、表 5-25-1 のように体系的にまとめている。

表 5-25-1 国際スポーツイベントによる地域づくりのねらいや課題

(大項目)	(中項目)
地域づくりの理念や目標像の理解 促進	・地域アイデンティティの確立・地域からの情報発信、地域イメージの向上
ゆとりや豊かさを実感できる地域 社会の創造	・地域経済、地域産業の活性化・文化、生活環境の整備拡充・地域スポーツの振興・地域の国際交流の推進
新しい時代にふさわしい社会シス テムの構築	・交通通信基盤の整備・住民参加の促進、ボランティアや NPO との協働・環境保全(環境への配慮)・セキュリティ、ホスピタリティの向上

出典:「国際スポーツイベントによる地域づくりに関する調査研究事業報告書」((財)地域活性化センター、平成11年)より作成

(独)経済産業研究所の調査で、2002年の日韓共催 FIFA ワールドカップ ™ 開催自治体の「事後評価」のアンケートを整理した結果によると、地域づくりに関する評価結果は表 5-25-2 に示すとおりであり、「住民意識の一体化」、「住民の連帯感の醸成」、「地域の誇りや住民の自信の獲得」等の項目において高評価となった自治体が多く、このようなスポーツイベントの実施が、コミュニティ醸成のきっかけとなることが期待される。

表 5-25-2 W杯における各自治体の地域コミュニティに関する評価

		コミュニティに	関する評価項目	
	住民意識の一体化	住民の連帯感の醸	地域の誇りや住民	地域文化の見直し
		成	の自信の獲得	
	国際的スポーツイベントを地域で開催したことにより、ひとつのことに向けて住民の意識が一体となっていた。	国際的スポーツイベントを地域で開催したことにより、ボラントではいるが連帯をして住民が連帯を	開催として国際的に 知名度も向上し、住民 が地域に対して誇り と自信を持つように なること	大会を通して地域に 根ざした個性のある 文化の創造や歴史、文 化的財産の継承・保 存・再生などを意識す
	ていたこと	持つようになったこ と		るようになったこと
札幌市	2	_	I	_
宮城県	***	* * * *	***	**
茨城県	22222	***	***	Δ
埼玉県	***	* * * *	***	* * * *
横浜市	$\triangle \triangle \triangle$	**	**	_
新潟市	* * * *	\$ \$ \$ \$	22222	☆ ☆
静岡県	2	2	22222	***
大阪市	☆ ☆	2	2	☆ ☆
神戸市	***	* * * *	***	Δ
大分県	***	***	***	***

※「☆」は5段階評価における評価点を示す

☆ : 効果無し☆☆ : ほとんどない☆☆☆ : あった☆☆☆☆ : かなりあった☆☆☆☆ : 効果絶大

△ : 現段階では評価できない

一 :無回答

出典:「W杯開催の事後検証」((独)経済産業研究所、平成 16 年 2 月)

例えば、FIFA ワールドカップ™のような国際スポーツイベントでは、地域づくりを進めていく上で次の3点で貢献すると考えられている。

- ◇ 国際スポーツイベントの有する豊かなメディア性を有効に活用すれば、地域内においては地域の人々が地域づくりの理念や目標像を理解することに促進し、一方地域外には地域が有する優れた魅力を発信することができる。
- ◇ 国際スポーツイベントの開催が地域経済や産業の活性化に寄与し、文化・スポーツについてハード・ソフトの両面の整備により、質の高い生活の享受に貢献するとともに、地域住民の国際意識の醸成と国際理解の促進に役立つことである。

◇ 国際スポーツイベントは、世界が注目すること、期間や場所が限定的であるということで、新しい社会システムの実験や普及の場として適しており、例えば開催理念の世界への発信、まちづくりの理念や目標像の浸透等普及・PRを行ったり、青少年の国際交流・国際理解教育の実践、社会実験の実施をすることもできることに加えて、開催準備を進める上でインフラ整備を行うなど、ハード・ソフト両面のストックの充実を図ることもできる。

出典:「国際スポーツイベントによる地域づくりに関する調査研究事業」 ((財)地域活性化センター、平成11年3月)より作成

1998年の長野冬季五輪が開催されてから14年が経過した。長野冬季五輪への参加国・地域は、史上最大の72か国・地域、参加選手・役員数4,638人、運営要員数44,066人(うちボランティア32,579人)、延べ観客数は実に1,442,700人で、大会運営と長野県民のホスピタリティは、国内外から高い評価を得ている。様々な触れ合いと交流を生み国際親善の輪が広がると同時に、市民のスポーツに対する意識を格段に高める効果があった。

オリンピック誘致に際しては、開催都市住民の高い支持が前提とされている。1998年の長野冬季五輪の誘致運動に際しては、町内会や商工会等の既存組織が大きな役割を果たし、1988年6月の国内候補都市選定に向けて、県をあげての署名活動が展開され、署名は183万人(当時の長野県人口は215万人)に及んだ。長野市内では商店会による「一店一国運動」、町内会による「五輪協力会」設立など、地域コミュニティとの一体的な招致の動きが広った。

長野冬季五輪の開催から 14 年が経過した現在でも、当時のボランティア組織が地域の様々な活動に継続して関わっていることや、平時での自治会・町内会等の地域組織のつながりの強さなど、地域コミュニティの醸成に大きく貢献している。

また、新たに建設された競技施設や運営施設は、必要な改修を行って生まれ変わり、表 5-25-3 のとおり、国際大会や市民スポーツの場としてだけでなく、様々な分野に幅広く利活用され、オリンピックを契機に様々な形でスポーツに親しみ、スポーツを軸とした地域に根差したまちづくりが進められている。

表 5-25-3 施設整備と後利活用の状況

長野市内の主な施設	大会後の利活用方法
開閉会式会場	野球場(収容人員:3万人)
スピードスケート会場 (エムウエーブ)	春期・夏期:コンサート、イベントなどの会場 秋期・冬期:スケート場 400mダブルトラック 30m×60mホッケーリンク
アイスホッケー会場 (男子) (ビッグハット)	春期~秋期:コンサート、イベントなどの会場 冬期:スケート場 30m×60mホッケーリンク・フィギュアリンク
アイスホッケー会場 (女子) (アクアウィング)	総合市民プール 50m×25m (稼動床)、25m、ダイビングプール
フィギュアスケート会場、ショートトラック会場 (ホワイトリング)	総合体育館 メインアリーナ: 2,700㎡ サブアリーナ : 2,300㎡
ボブスレー・リュージュ会場 (スパイラル)	選手強化(ナショナルトレーニングセンター選手別強化拠点に指定)
選手村	市営・県営住宅、住宅供給公社住宅、市・県職員住宅
メインプレスセンター	大型電気店、市民文化ホール
メディア村(2箇所)	県営住宅、住宅供給公社住宅、県職員住宅

出典:「長野オリンピック・パラリンピックが遺したもの」(自治体国際化フォーラム、2012年5月)

(4) コミュニティに関する現況のまとめ

「都民生活に関する世論調査結果」では、現在住んでいる地域の住みよさや今後の地域定住意向は、近所付き合いの濃さと比例する傾向が見られるなか、近所付き合いを活性化する現状での地域活動への参加状況は3割程度と少なかった。一方で、地域活動に参加していない人の約4割は潜在的な参加意欲を持っており、情報の提供や活動費の助成、交流のきっかけとなるイベント開催などの支援策が地域活動への参加促進に有効であることが明らかになった。

また、地域活動への参加のきっかけやコミュニティ形成気運の醸成には、地域におけるスポーツ振興が一定の効果を持っていると考えられている。

地域におけるスポーツ振興の効果について、「高齢者の生きがいづくり」と答えた人が 40% と最も高く、「地域コミュニティ形成・活性化」と答えた人も 32%と高い結果であった。

さらに、地域の一員としての企業の参加は、スポーツを行う場所・機会の増加、優れた指導者や現役選手との交流機会の増加、競技力の向上などだけでなく、地域の一員としてコミュニティ形成への寄与が期待できる。

例えば、企業の所有するグラウンド等のスポーツ施設を地域住民に開放し、スポーツイベント等により企業スポーツ選手と地域住民が触れ合いながら楽しむことを発端として、スポーツ分野以外の環境や福祉、教育、文化・芸術、災害支援など、様々な分野での企業参加と併せてコミュニティ活動の活性化が促進されると考えられる。

コミュニティ形成とスポーツとの関連において、スポーツイベントの開催による地域コミュニティの形成への寄与事例としては、2002 年 FIFA ワールドカップ ™ があり、開催地域において「住民意識の一体化」「住民の連帯感の醸成」「地域の誇りや住民の自信の獲得」「地域文化の見直し」等の効果をもたらしている。

最近では、国際的な大規模スポーツイベント以外にも、地域密着型のプロスポーツチームやクラブの立ち上げに熱心な地域が増えている。これらのチームやクラブは、地域が主導して誕生した内発的なコミュニティビジネスであり、地元のファンや企業、そして行政といった多様なステークホルダーに支えられている。Jリーグの中には、浦和レッズや新潟アルビレックスのように、常時3万人から4万人の観客動員数を誇るクラブもあり、地域名を冠したチームと、高いロイヤルティを持つ多くのファンの存在、そして多くの地元企業に支えられている。

国際的な大規模イベントから地域密着型のプロスポーツ、参加型のスポーツイベントまで、 地域の活性化に資するスポーツイベントは数多くある。

5-25-2 予測評価 (全体計画)

(1) 評価の指標及び目安

コミュニティの形成への寄与、企業のコミュニティ参加に対する、全体計画の検討における評価の指標及び目安は、表 5-25-4 に示すとおりである。

 評価の指標	評価の基準	評価の目安									
計価の指係	計価の基準	- 2	- 1	0	+ 1	+ 2					
コミュニティ形成への寄与	コイ性与(テ組大二・の有ュの策コインをの有ュの策)	既往コミュニティの崩壊		現況と変わ らない	コミュニティでの取組 支援策有り	I					
企業のコミュ ニティ参加	企業のコミニティ の の まま の の で で で で で で で で で で で で で で	_	企業のコミュニティ活動への参加、 貢献支援策、 いずれも無し	現況と変わらない	企業のコミ ュニティ活 動への参加、 又は貢献支 援策有り	-					

表 5-25-4 評価の指標及び目安

(2) 予測評価の方法

コミュニティ形成への寄与及び企業のコミュニティ参加の予測評価の方法は表 5-25-5 に示すとおりである。

	予測評価の時期		予測評価の方法
招致・PR 活動に 開催前			①コミュニティ形成・活性化への寄与の有無(コミュニティで
	用惟刖	よる影響	の取組支援策の有無等)、②企業のコミュニティ活動への参加、
	開催中	競技の実施に	貢献支援策の有無について、東京都の世論調査結果やこれまでに
	用准甲	よる影響	実施された大規模スポーツ大会におけるコミュニティの形成の
	開催後	後利用による	実績等を基に定性的に評価した。
	用惟饭	影響	

表 5-25-5 予測評価方法(全体計画)

(3) 予測評価の結果

1) 開催前(招致・PR活動による影響)

① 一次評価

(イ) コミュニティ形成への寄与

コミュニティ形成については、コミュニティでの取組を支援する施策を実施しなければ、 現況と変わらないと予測されるため、全体計画の評価結果は「0」とした。

(ロ) 企業のコミュニティ参加

企業のコミュニティ参加については、企業のコミュニティ活動への参加や貢献を支援する施策を実施しなければ、現況と変わらないと予測されるため、全体計画の評価結果は「0」とした。

② ミティゲーション

2020 年東京大会のコミュニケーション・プログラムは、コミュニティの関与を最大限に引き出し、オリンピック・ムーブメントの価値を普及させ、スポーツの力を示すことに焦点が当てられ、コミュニティ主体の祭典となることが計画されている。

そのプログラムは、2020 年東京大会の"Discover Tomorrow"のメッセージを中心に展開され、都内の地域コミュニティは、街頭装飾やイベント展開により、地域の特性を活かして大会の祝祭の雰囲気を盛り上げ、来訪者を温かく迎え入れる。また、非常にコンパクトな開催計画によって、東京の中心で行われる競技やフェスティバル(文化プログラム、ライブサイト、ファントレイルなど)を通じ、オリンピック・ムーブメントと 2020 年東京大会、東京のコミュニティが一体となる。

このようなコミュニティの形成・活性化を目指し、東京都は2016年オリンピック競技大会の国内立候補都市に選定されたことをきっかけに、2006年12月、今後10年間の都市戦略である「10年後の東京」を策定し、環境、安全、文化、産業など様々な分野でより高いレベルの成熟を遂げていく姿を描き出している。

コミュニティ形成に関しては、地域社会の活力の源として元気な高齢者の多様な社会参加を促進し、高齢者像を「社会を活性化する存在」へと転換していく必要があると考え、 超高齢社会に対応した取組が進められてきた。

また、地域の課題を主体的に解決していく地域力の向上や、地域の防犯・防災、福祉、教育などの公共的課題の解決の担い手となるNPOやボランティア、町会・自治会などの多様な主体との協働などの取組が進められており、主に①高齢者の多様な社会参加、②地域力の向上、③多様な主体との協働の3つの視点からコミュニティ形成に寄与する施策展開を図っている。

企業のコミュニティ参加に関しては、団塊の世代・元気高齢者の社会参加の促進について企業と連携した取組を推進するとともに、企業のスポーツ施設の地域への開放や、企業スポーツにおける優れた指導者によるスポーツ教室や指導者講習会などの実施への理解と協力を求める取組を進めている。また、時間的余裕がないことが地域活動への参加の妨げとなっていることから、企業におけるワーク・ライフ・バランスの普及による意識改革や環境整備を推進する。

これらの政策は、平成 23 年に策定された「2020年の東京」にも引き継がれ、「少子

高齢社会における都市モデルを構築し、世界に範を示す」という目標を掲げ、高齢者が社会の担い手として活躍できる環境を創出するとともに、子供を産み育てる家庭を社会全体で支援し、誰もが共に安心して暮らせる都市を実現するという方向性を示している。この目標達成に向け、今後10年間で戦略的に展開していく取組として、「生涯現役プロジェクト」を位置づけている。

「2020年の東京」に掲げられた施策を通じて、各種の施設やアスリートの活躍によりコミュニティ、特に次世代を元気づけ、スポーツの力によって人々が健康でスポーツとともに生きることができる活力あるまちをつくり上げていくことを目指している。

コミュニティに関するミティゲーションの内容は、表 5-25-6 に示すとおりである。

表 5-25-6(1) コミュニティに関するミティゲーションの内容

	表 5-25	-6(1) コミュニティに関するミティゲーションの内容
予測評	価の時期	ミティゲーションの内容
開催前	招致・PR お る 影響	『10年後の東京』(2006.12) における取組 「地域」と「技術」で支える超高齢社会の都市モデルを創造 ・ 元気高齢者による地域活性化 元気な高齢者が、介護、子育て、環境など社会的課題解決の担い 手として活躍できるように、支援を必要とする側とのマッチング 等の仕組みの構築に向けて、行政・事業者等で構成する協議会を 設置するとともに、モデル事業を実施する。 ・ 団塊の世代等の就業支援と社会的企業家の育成 団塊の世代が退職後、その経験や能力を中小企業で発揮できるようにするための育成プログラムやセミナーの実施などにより、就業を支援する。 高齢者を含め、社会的企業家の育成・支援のため、起業方法や事業計画作成などに関するセミナーを開催する。 「団塊の世代・元気高齢者地域活性化推進協議会(仮称)等による 気運の醸成 団塊の世代・元気高齢者の社会参加の促進、認知症高齢者支援、 地域ケア体制の整備について、それぞれの推進会議において都民 や企業と連携した取組を推進するとともに、シンポジウムの開催などにより気運を醸成していく。 ○ 地域の体感治安の改善 ・ 子ども見守りシステムの構築・運用 地域の防犯ボランティアのほか、宅配便や無線タクシー等の民間 事業者の協力を得て、危険な状態にある子どものもとへ駆けつける「子ども見守り駆けつけ隊」の体制整備に向けた準備を進める。 ・ 通学路の安全対策の推進 区市町村や防犯ボランティア団体による青色回転灯装着車を活用した地域の見守り活動を促進していく。 ・ 落書き消去活動の展開 治安悪化の要因ともいわれる落書きの消去活動を展開し、犯罪が発生しにくい地域へと変えていく。 また、地域安全マップの作成や都内 640 台の青色回転灯装着車による見守りなど、地域におけるこれまでの取組と落書き消去活動とを組み合わせることで、地域住民の自主的な防犯力向上への参加意欲を高めていく。

表 5-25-6(2) コミュニティに関するミティゲーションの内容

予測評	価の時期	ミティゲーションの内容
開催前	招 致 ・ PR 活 る 影 響	 ○ 地域を担う多様な主体の育成 ・ NPOとの協働マッチングの推進等 NPO法人情報管理・提供システムを構築し、都民のNPO活動等への参加支援と、行政が抱える公共的課題の解決に向けたマッチングによる協働の推進を図る。 NPO法人情報のデータベース化により、迅速かつ適切な指導監督を実施する。 ・ 地域力の向上(モデル事業等の展開)平成20年度は、町会・自治会、学校、NPO等の地域活動の担い手と、地域と密接なかかわりを持つ区市町村、及び広域調整の役割を有する都の三者が、相互に連携、補完しあい、防犯、防災、福祉、観光、青少年健全育成、地域の底力向上、スポーツに関する地域の実情に合わせた方策を展開する。 ○ 地域利用を考慮した体育施設等の改修・東京都は、学校体育施設等を地域スポーツクラブの拠点や、地域
	よの影響	住民の交流の場とすることを推進するため、モデル事例をホームページで情報提供するなどの支援を行い、地域共同利用型を視野に入れた施設の改修に向けて、区市町村へ働きかける。 ○ 未利用都有地の区市町村への貸し付け ・ スポーツ振興に取り組む方針を明示した区市町村に対して、当面利活用計画がない都有地を運動場等として暫定的に貸し付けることを検討する。 ○ 企業スポーツ資源の活用 ・ 都民がいつでもどこでもスポーツ活動が実施できるよう、公共スポーツ施設の有効利用の他に、企業に対し施設開放への理解と協力を求める。また、企業スポーツにおける優れた指導者によるスポーツ教室や指導者講習会などを実施できるよう働きかける。

表 5-25-6(3) コミュニティに関するミティゲーションの内容

→ \n.ı	表 5-2	, , , , , , , , , , , , , , , , , , , ,
予測評.	価の時期 	ミティゲーションの内容
		<u>『2020年の東京』(2011.12) における目標と取組</u>
		 目標6 ・少子高齢社会における都市モデルを構築し、世界に範を示す政策の方向性 ・高齢者が社会の担い手として活躍できる環境を創出するとともに、子供を産み育てる家庭を社会全体で支援し、誰もが共に安心して暮らせる都市を実現する 2020年の東京を支える12のプロジェクト(今後10年間で戦略的に展開していく取組)・⑩生涯現役プロジェクト 『2020年の東京』(2011.12) におけるこれからの政策展開
開催前	招致・PR 活動等に よる影響	 ○ 「東京都版シルバーハローワーク (仮称)」を創設 ・ 雇用就業形態や労働時間等に対してさまざまなニーズを持つ高齢者を就業につなげるため、東京しごとセンターの機能を拡充し、高齢者専門の就業支援窓口である「東京都版シルバーハローワーク (仮称)」を創設する。 ・ 「東京都版シルバーハローワーク (仮称)」では、地域に密着した強みを最大限活かし、求人の掘り起こしを行うとともに、きめ細かな相談、能力開発、職業紹介、起業・創業への支援などサービス提供を更に拡大する。 ・ こうした取組を通じ、職業紹介機能を自治体が持つことのメリットを実証し、ハローワークの全面移管につなげていく。
		 ○ 高齢者の地域活動や社会交流を支援 ・ ボランティアやNPOに関する情報の発信や地域活動への支援などにより、高齢者の積極的な社会参加を促進する。 ・ 文化・スポーツ活動や生涯学習等に関する情報提供を推進し、高齢者の雇用や社会参加が促進され、「生きがい」を実感できる都市を実現する。
		創 高 業 齡 支 の 援 起 戦 や 都 内 中 小 企 業 や 東京都版 シルバー ハローワーク (仮称) 就業支援 シルバー 対応した相談、能力 開発、職業紹介等
		図 5-25-11 新しい高齢者向け就業支援のイメージ
		○ 世界に先駆けて超高齢社会の都市モデルを創造する・ 世界に先駆けて超高齢社会を経験する東京が、その姿を新たな「都市モデル」として示し、今後急速に高齢化が進むアジアの諸都市にとって先導役を果たす。

表 5-25-6(4) コミュニティに関するミティゲーションの内容

予測評	価の時期	ミティゲーションの内容
		 ○ 企業における子育てと仕事が両立できる雇用環境の整備やワーク・ライフ・バランスの普及による働き方の改革を推進する。 ・ 父親、母親ともに積極的かつ主体的に育児ができるよう、子育てと仕事の両立に向けた「ワーク・ライフ・バランス」の推進のため、都民への普及啓発や企業の取組促進及び都庁自らの率先行動等を通じ、働き手と企業双方の意識改革と機運醸成を促進する。 ・ 企業における両立支援に向けた取組を支援するとともに、事業所内保育施設等の設置支援など、より多くの企業での環境整備を推進する。
開催前	招致・PR 活動等に よる影響	 ○ 都民のニーズを満たす地域に密着したサービスの提供など、新ビジネスの創出を支援 ・ 防災、環境・エネルギー、安全・安心の確保など、国内外において市場の拡大が期待され、社会が抱える課題の解決に役立つ産業への中小企業の参入を促進するため、中小企業の参入が可能なニッチ市場に関する情報提供や技術支援、優れた技術・製品の認定などさまざまな施策を展開する。 ・ 地域の福祉、高齢者の生きがい創出等、都民ニーズに対応したビジネスや、地域特有の産業資源・観光資源を活用したビジネスなど、ニッチ市場を発見・発掘し、都民のきめ細かいニーズに対応したビジネスを展開する中小企業に対し、経営面や資金面から支援を実施する。
		○ 多様な企業が集積する東京の強みを活かし、企業に対し、施設開放や 企業スポーツ選手によるスポーツ教室や指導者講習会などの開催等と ともに、地域コミュニティ活動への参加について、積極的に働きかけ る。

資料:「2020年の東京~大震災を乗り越え、日本の再生を牽引する~」(平成23年12月、東京都)より作成

③ 二次評価

(イ) コミュニティの形成への寄与

現況で整理したとおり、「都民生活に関する世論調査」では、現在住んでいる地域の住みよさや今後の地域定住意向は、近所付き合いの濃さと比例する傾向が見られるなか、近所付き合いを活性化する現状での地域活動への参加状況は3割程度と少なかった。一方で、地域活動に参加していない人の約4割は潜在的な参加意欲を持っており、情報の提供や活動費の助成、交流のきっかけとなるイベント開催などの支援策がが地域活動への参加促進に有効であると明らかになった。

また、地域活動への参加のきっかけやコミュニティ形成気運の醸成には、地域におけるスポーツ振興が一定の効果を持っていると考えられている。スポーツイベントの開催による地域コミュニティの形成への寄与については、2002 年 FIFA ワールドカップ ™ の開催地域において「住民意識の一体化」「住民の連帯感の醸成」「地域の誇りや住民の自信の獲得」「地域文化の見直し」等の効果をもたらしている。

これらのことから、2020 年東京大会の開催は、またとない国際スポーツイベントであり、開催前からの招致・PR 活動において、オリンピック開催に伴う豊かなメディア性を有効に活用すれば、地域内においては地域の人々が地域づくりの理念や目標を理解することに促進し、地域外には地域の有する優れた魅力を発信することができる。また、異なった文化、芸術、伝統や習慣にも触れる機会は、国際的協調性や社会参加の感覚を育み、相互理解を促進する。

これに加え、招致・PR 活動に伴う表 5-25-6(p5-25-14)の施策を実施することにより、 多様な世代の社会参加が促進され、地域課題の解決力の向上にもつながり、現存する地域 活動を活発化することが考えられる。さらに地域における招致・PR 活動がきっかけとなり 新たなコミュニティとして成長することも期待できる。

このようにコミュニティでの取組支援が展開されることにより、コミュニティ形成に寄 与することができると予測されることから、全体計画の評価結果は「+1」とした。

(ロ) 企業のコミュニティ参加

現況で整理したとおり、地域におけるスポーツ振興の効果について、「高齢者の生きがいづくり」と答えた人が 40%と最も高く、「地域コミュニティ形成・活性化」と答えた人も 32%と高い結果であった。

スポーツ分野における企業の参加は、スポーツを行う場所・機会の増加、優れた指導者 や現役選手との交流機会の増加、競技力の向上などだけでなく、地域の一員としてコミュ ニティ形成への寄与が期待できる。

招致・PR 活動に伴う表 5-25-6 (p5-25-14) の施策を実施することにより、企業のコミュニティ参加が容易となる。例えば、企業の所有するグラウンド等のスポーツ施設を地域住民に開放し、スポーツイベント等により企業スポーツ選手と地域住民が触れ合いながら楽しむことを発端として、スポーツ分野以外の環境や福祉、教育、文化・芸術、災害支援など、様々な分野での企業参加と併せてコミュニティ活動の活性化が促進されると考えられる。

このように企業のコミュニティ活動への参加、貢献支援策が展開されることにより、企業のコミュニティ参加に寄与することができると予測する。

したがって、全体計画の評価結果は「+1」とした。

2) 開催中 (競技の実施による影響)

① 一次評価

(イ) コミュニティ形成への寄与

開催前(招致・PR活動による影響)と同様に、コミュニティ形成については、コミュニティでの取組を支援する施策を実施しなければ、現況と変わらないと予測されるため、全体計画の評価結果は「0」とした。

(ロ) 企業のコミュニティ参加

開催前(招致・PR活動による影響)と同様に、企業のコミュニティ参加については、企業のコミュニティ活動への参加や貢献を支援する施策を実施しなければ、現況と変わらないと予測されるため、全体計画の評価結果は「0」とした。

② ミティゲーション

開催前(招致・PR 活動による影響)と同様に、表 5-25-6(p5-25-14)に示すミティゲーションを実施する。

③ 二次評価

(イ) コミュニティ形成への寄与

開催前(招致・PR活動による影響)と同様に、ミティゲーションに示したようなコミュニティでの取組支援が展開されることにより、コミュニティ形成に寄与することができる。特に、2020年東京大会の開催は、地域社会との協働によるコミュニティ主体の祭典となることから、地域における緑化活動やホームステイの受け入れなど、地域単位での取り組みを促進・支援し、地域コミュニティを再生すると予測する。

したがって、全体計画の評価結果は「+1」とした。

(ロ) 企業のコミュニティ参加

開催前(招致・PR活動による影響)と同様に、ミティゲーションに示したような企業のコミュニティ活動への参加、貢献支援策が展開されることにより、企業のコミュニティ参加に寄与することができると予測する。

したがって、全体計画の評価結果は「+1」とした。

3) 開催後(後利用による影響)

① 一次評価

(イ) コミュニティ形成への寄与

開催前(招致・PR活動による影響)と同様に、コミュニティ形成については、コミュニティでの取組を支援する施策を実施しなければ、現況と変わらないと予測されるため、全体計画の評価結果は「0」とした。

(ロ) 企業のコミュニティ参加

開催前(招致・PR活動による影響)と同様に、企業のコミュニティ参加については、企業のコミュニティ活動への参加や貢献を支援する施策を実施しなければ、現況と変わらないと予測されるため、全体計画の評価結果は「0」とした。

② ミティゲーション

開催前(招致・PR 活動による影響)と同様に、表 5-25-6(p5-25-14)に示すミティゲーションを実施する。

③ 二次評価

(イ) コミュニティ形成への寄与

開催前(招致・PR活動による影響)と同様に、ミティゲーションにより、多様な世代の社会参加が促進され、地域課題の解決力の向上にもつながり、現存する地域活動を活発化することが考えられる。

また、2020年東京大会の開催により、これまで地域活動に参加したことがなかった人に

も容易にきっかけを提供することができ、コミュニティの若返りや新たなコミュニティと して成長する可能性も期待できる。さらに、「住民意識の一体化」、「住民の連帯感の醸成」、 「地域の誇りや住民の自信の獲得」等の効果をもたらすと考えられる。

このように、開催後も引き続きコミュニティでの取組支援が展開されることにより、コミュニティ形成に寄与することができると予測する。

したがって、全体計画の評価結果は「+1」とした。

(1) 企業のコミュニティ参加

開催前(招致・PR活動による影響)と同様に、ミティゲーションに示したような企業のコミュニティ活動への参加、貢献支援策が展開され、2020年東京大会の開催を契機として、その後も企業のコミュニティ参加が促進されると予測する。

したがって、全体計画の評価結果は「+1」とした。

(4) 評価結果の総括

1) コミュニティ形成への寄与

全体計画に対するコミュニティ(コミュニティ形成への寄与)の評価結果は表 5-25-7 (p5-25-21)に示すとおりである。

開催前(招致・PR活動による影響)、開催中(競技の実施による影響)、開催後(後利用による影響)ともに、コミュニティ形成に関して、「元気高齢者による地域活性化」や「NPOとの協働マッチングの推進」等のミティゲーションの実施により、多様な世代の社会参加が促進され、地域課題の解決力の向上にもつながり、現存する地域活動を活発化する。

特に、2020年東京大会の開催は、またとない国際スポーツイベントであり、地域社会との協働によるコミュニティ主体の祭典となることから、開催前からの招致・PR活動において、オリンピック開催に伴う豊かなメディア性を有効に活用すれば、地域内においては地域の人々が地域づくりの理念や目標を理解することに促進し、地域外には地域の有する優れた魅力を発信することができる。さらには、地域単位での取り組みを促進・支援し、地域コミュニティを再生や新たなコミュニティの形成の機会につながる。

また、これまで地域活動に参加したことがなかった人にも容易にきっかけを提供することができ、コミュニティの若返りや新たなコミュニティとして成長する可能性も期待できる。開催後においても、「住民意識の一体化」、「住民の連帯感の醸成」、「地域の誇りや住民の自信の獲得」等の効果をもたらすと考えられる。

その結果、コミュニティ形成に寄与すると予測され、評価結果が「+1」となる。

表 5-25-7 全体計画に対するコミュニティの評価結果総括表 (コミュニティ形成への寄与)

評価対象	評価点(一次)							評価点(二次)					
	開催前		開作	開催中		開催後		開催前		開催中		崔後	
	工事 影響	招致等 の影響	存在 影響	競技の 影響	工事 影響	後利用 の影響	工事 影響	招致等 の影響	存在 影響	競技の 影響	工事 影響	後利用 の影響	
全体計画		0		0		0		+1		+1		+1	

※評価点の目安は以下のとおりである。

+2: 大きなプラスの影響

+1: ある程度のプラスの影響

0: 中立

-1: ある程度のマイナスの影響

-2: 大きなマイナスの影響

- : 予測評価の検討において対象外とした影響

■:網掛けは非該当項目のため対象外とした影響

2) 企業のコミュニティ参加

全体計画に対するコミュニティ(企業のコミュニティ参加)に対する評価結果は表 5-25-8 に示すとおりである。

スポーツ分野における企業の参加は、スポーツを行う場所・機会の増加、優れた指導者や現役選手との交流機会の増加、競技力の向上などだけでなく、地域の一員としてコミュニティ形成への寄与が期待できる。

開催前(招致・PR活動による影響)、開催中(競技の実施による影響)、開催後(後利用による影響)ともに、企業のコミュニティ活動への参加、貢献支援策として、「企業におけるワーク・ライフ・バランスの普及による雇用環境の整備」や「団塊の世代等の就業支援と社会的企業家の育成」、「企業スポーツ資源の活用」等のミティゲーションが展開されることにより、企業のコミュニティ参加に寄与すると予測され、「+1」となる。

表 5-25-8 全体計画に対するコミュニティの評価結果総括表(企業のコミュニティ参加)

評価対象	評価点(一次)							評価点(二次)					
	開催前		開催中		開催後		開催前		開催中		開催後		
	工事 影響	招致等 の影響	存在 影響	競技の 影響	工事 影響	後利用 の影響	工事 影響	招致等 の影響	存在 影響	競技の 影響	工事 影響	後利用 の影響	
全体計画		0		0		0		+1		+1		+1	

※評価点の目安は以下のとおりである。

+2: 大きなプラスの影響

+1: ある程度のプラスの影響

0: 中立

-1: ある程度のマイナスの影響

-2: 大きなマイナスの影響

- : 予測評価の検討において対象外とした影響

■ : 網掛けは非該当項目のため対象外とした影響