

都議会民主党  
五輪招致検証ワーキングチーム

2016 五輪招致活動に対する検証報告書

## はじめに

平成 17 年 9 月 20 日の第三回都議会定例会の所信表明で石原慎太郎知事が五輪招致を表明して以来、政財界、JOC、都庁関係者をはじめ大変多くの方々は激しい招致レースを戦い抜き、ここに心血を捧げられて参りました。心から敬意を表するものです。

一方で、当初から懸念された国内世論の支持率は最後まで上昇が乏しく、都民、国民の盛り上がりには欠ける招致活動だったことは否めません。

他方、開催都市に選出されたりオデジャネイロは国内支持率 80%を超える熱狂的な国民に支えられ、南アメリカ大陸初の開催都市として世界各国に強烈にアピールすることができました。

オリンピック招致運動に国民的理解が不可欠であることの証左であり、ここに東京の敗因を認めずにはられません。

この報告書では都議会民主党が議会活動を通じて知りえた情報をもとに、都が招致活動に投入した 100 億円の税金の事業効果と行方を明らかにし、今後の招致活動において同じ過ちを繰り返さないように、東京の招致活動の問題点と改善点を取り上げてまいります。

今回のオリンピック招致は失敗しました。しかし、この失敗が都民にとって、国民にとって財産となるかどうかは、何を学び、何を教訓とするかにかかっています。率直な反省とその記録こそが次なる招致運動につながるものと信じ、都議会民主党五輪招致ワーキングチームは検証を進めてまいりました。

本書によって今後の招致活動の在り方が見直されることを切に願います。

五輪招致検証ワーキングチーム座長  
花輪ともふみ

## 目次

- 1、 東京が作成した「招致活動報告書」について
- 2、 国内支持率について
  - ① 世論調査の在り方について
  - ② 世論調査時期の把握について
  - ③ 世論対策費と事業効果について
- 3、 区市町村とのオリンピックムーブメント共同推進事業について
  - ① 事業効果について
  - ② 委託事業者選定について
  - ③ アスリート等への出演料について
  - ④ 事業効果の把握について
  - ⑤ 事業の始まりについて
- 4、 招致本部と招致委員会について
  - ① 招致委員会の設置と構成について
  - ② 電通と招致委員会について
  - ③ 招致ロゴについて
  - ④ 情報公開について
- 5、 電通との取引について
  - ① 専任代理店選定経過について
  - ② 競合他社の活用について
  - ③ 電通の招致委員会出向者について
  - ④ 招致ロゴ管理について
  - ⑤ 見積価格の不透明さについて
- 6、 寄付金の募集について
  - ① 東京都監理団体等からの寄付について
  - ② 借入金について
- 7、 まとめ

## 1、 東京が作成した「招致活動報告書」について

招致レース落選から約5カ月が経過した平成22年2月24日に、東京は招致活動の詳細を記録した「2016年大会招致活動報告書」をまとめ、発表しました。

同報告書は河野一郎招致委員会事務総長を委員長とする「招致活動報告書作成委員会」（委員11名）の手によって作成され、全582ページにも上る詳細な記録集であります。

同報告書には「招致活動全体を総括してその課題を明らかにし、今後の提言を行うことで、日本がオリンピック・パラリンピック招致に再び挑戦する際の海図として活用されることを目的とする。」と書かれているものの、報告書の多くは招致活動の意義と成果に書面が割かれており、個々の支出経費や事業効果、コストパフォーマンスを詳細に検証できる構成にはなっていません。

特に課題と反省を盛り込むはずの第二部第4章「招致活動の課題と今後への提言」の中には支出における課題への記載がほとんどなく、多くは成果を強調するものであります。

例えば、国際プロモーション活動の「総括」では、最終プレゼンテーションの映像(10分間)作成見積費用5億円が問題視されたにも拘わらず、次のように結ばれているのは典型的な事例と言えます。

「優れた大会計画と、練り上げたプレゼンテーションを始めとする国際招致活動の結果、10月2日のIOC総会における開催都市決定投票では、第1回目の投票において22人のIOC委員からの支持票を獲得し、第2回目の投票に進むことができた。」として締めくくり、高額な映像作成費用についての記述もなければ、プレゼンテーションの改善点の記述もありませんでした。都民、国民は第2回投票に進むために税金投入を認めただけではないことを思えば、なぜ最終的に勝利できなかったのかを克明に記す必要がありました。

招致活動の課題と今後への提言をまとめた約50ページにわたる第4章の多くは事業実績の強調であり、勝利した「南米初リオの勢い」を強調するものや、JOCの招致ノウハウの不十分さ、政府の支援充実の必要性を訴えるものであって、都自らの敗因分析が十分ではありません。

日本政府や他国やスポーツ関連団体との問題を克明に記す前に、旗振り役の都が改善すべき点をより詳細に記載する必要がありました。

## 2、 国内支持率について

### 調査の在り方について

都が立候補表明した当初から懸念されていたのが国内世論の低さでありました。そもそも、今回の招致活動は都民、国民から沸き起こった国民運動ではなく、石原知事の発案によるところが大きかったため、都民、国民はホームに取り残されたままでの状態でありました。

その結果、都民の多くは東京での開催理念を飲み込めず、都や国の財政悪化を招くとの疑念や、発展途上国の開催機会を奪うべきではないとの思いに至ったと考えられます。

実際に、都内を対象に行った報道機関の世論調査でも、以下のような結果が出ています。

平成 21 年 4 月	共同通信社	55.6%
6 月	毎日新聞社	57%
7 月	読売新聞社	55.1%
7 月	朝日新聞社	55%

開催都市決定まで 3 カ月を迎えた時点でも、賛否が分かれていたことがわかります。

一方で東京の「招致活動報告書」には、比較的高い支持率の出た報道機関の調査結果や高い支持率の出やすい全国平均を記載している例が目立ちます。

「招致活動報告書」に記載されている共同通信社の調査結果（平成 21 年 4 月実施）では、都内支持率 55.6%と全国支持率 67.8%の両方が発表されているにも拘わらず、敢えて全国支持率の方を記載しているのは、都市と全国支持率を調査する IOC の調査方法を承知している東京の報告書としては故意の欠陥と言わざるを得ません。

また、「招致活動報告書」では IOC の調査方法の詳細が不明だったとしていますが、IOC が発表した東京の支持率 55.5%は上記の各種世論調査結果とも符合するもので、なんら違和感はありません。

それよりも招致委員会が実施した世論調査の在り方こそ問題です。招致委員会は独自に支持率を 3 回調査していますが、その結果は以下の

通りであります。

平成 19 年 12 月	60%	(web 調査 6000 人)
平成 21 年 01 月	68.6%	(web 調査 3000 人)
4 月	73.5%	(電話調査 1000 人)

上記の数字を見てもわかるように、報道機関各社の調査結果や IOC の調査結果とも 10~20% もかい離しています。生活者の肌感覚からしても昨年 4 月の国内世論に 73% を超える支持率があったとは思えません。調査方法に問題がなかったのか、検証するべきでありました。

### 調査時期の把握について

また、IOC の調査時期と都の効果的な事業執行の観点からも疑問があります。IOC が東京の支持率を調査したのは平成 21 年 2 月です。東京の「招致活動報告書」では次のように指摘しています。

「IOC が調査を実施した 2 月に支持率が低下していたのは、IOC が調査時期を公表しておらず、その見通しが立たなかったことから、招致盛り上げ事業を IOC 評価委員の訪問前後（3 月から 4 月まで）をターゲットとして集中的に実施したが、実際には 2 月に調査が済んでおり、その効果が反映できなかったことも影響している。」

IOC の調査時期の把握は効果的な事業計画、事業執行を戦略的に組み立てる上で最重要課題であることから、正確に調査時期を分析できなかったことは致命的です。ましてや、実際の予測調査時期より早い時期に盛り上げ事業を計画するのが妥当な戦略であるといえます。盛り上げ事業を実際の調査時期より 1、2 カ月も遅れて実施したのは失態と言わざるを得ません。

### 世論対策費の事業効果

さらに、IOC 世論調査対策費ととれる「ムーブメント推進経費」に総額 84 億円（招致経費全体 149 億円の 56%）を投じたことは、他都市と比べても異常な金額だったのではないのでしょうか。そして、IOC の世論調査が終わった後の平成 21 年度だけでも 19.7 億円の「ムーブメント推進経費」が支出されているのは理解が出来ない上に、リオが選出された

10月2日以降も武蔵村山市で行われた地域イベントに地元の意向を踏まえたといっても「都と区市町村によるオリンピックムーブメント推進事業」予算が充てられていたことは問題であります。

総額84億円もの巨費を投じながら、国内世論を喚起できなかった敗因分析をどのように行ったのかも不明瞭でありました。そもそも都民、国民の支持率を正確に調査できていなかった招致委員会に都民、国民の感情を正確に把握できていたとは考えられず、イベント等への予算執行が世論喚起になると判断していたとするならば、大いなる誤解であると思われます。

### 3、 区市町村とのオリンピックムーブメント共同推進事業について

招致本部は五輪招致気運盛り上げの一環として区市町村との共同事業費を2カ年で12億4千万円予算計上し、都内62区市町村に対し年間上限1千万円の委託金を支払いました。

「招致活動報告書」によれば、「オリンピズムを多くの住民に広く、かつ効果的に普及するためには、住民にもっとも身近な基礎的自治体である区市町村が中心となり、地域の実情に即した手法で事業を実施することが必要である。そのため、事業の実施内容は一律に規定せず、地域の実情に精通した区市町村等の企画・運営を委託し、東京都は共催者として企画立案への助言・支援、招致委員会やJOCとのコーディネート等を行った。」としています。

しかしながら、事業内容は必ずしもオリンピズム普及に効果的なものばかりとは言えません。

#### 事業効果について

本事業は平成20年4月～21年10月の間に実施され、平成20年度は62自治体で合計139事業、平成21年度は57自治体で117事業が実施され、その内、30事業が花火大会での事業となっています。

世田谷区たまがわ花火大会では600万円の予算が計上され、五輪をイメージした花火の実施とPR用帽子の作成に充てられています。

果たして、五輪を象った花火の打ち上げによって、世論支持率が効果的

に上がると考えられるでしょうか、疑問であります。

また、武蔵村山市の「デエダラ祭り」においては、元メダリストの講演の他に用意されていたのは、オリンピックに関連した「クイズラリー」のブースで、簡単なクイズに答えると家庭用洗剤が無料でもらえるというようなものでした。これらの景品代に同事業費が充てられており、事業効果に疑問符が付きます。

### **委託事業者選定の問題**

実施事業者の選定方法にも検証が必要です。

同事業は区市町村にとって極めて異例な委託事業であったため、企画運営を検討する時間が乏しく、従来から行っている地域のお祭りにオリンピックブースを設けるなど安易な企画立案が目立つとともに、新規事業を実施したケースでは、民間スポーツ・イベント会社等の持ち込み企画に飛びつき、十分な見積もり合わせが行われなかった事例が目立ちました。

平成 20 年度に実施された 139 事業のうち、把握できる範囲で少なくとも 92 件が随意契約であったことから窺えます。

都は「招致活動報告書」のなかで、「学識経験者を含む委託事業等選定委員会を設置して事業内容を適正に審査し、効果的な事業の実施を目指した」としていますが、選定委員会で「不適格」となった事業は一つもないばかりか、契約方法等についての規定も設けなかったため、区市町村等で随意契約が頻発する事態になったと考えられます。

また、都が区市町村から「委託可能な会社はないか」等の問い合わせに対し、特定の会社を情報提供していたことは、委託先事業者選定の透明性、公平性の観点から慎むべきでありました。

### **アスリート等への出演料について**

同事業の特徴の一つがイベントに出演するアスリートの存在です。オリンピックの普及を目指す事業だけに、各自治体の事業内容を見ると元メダリスト等のアスリートの出演イベントが多くありました。

五輪招致活動を通じて市民とアスリート等との交流を深め、スポーツへの関心を深めることは決して悪いことではありませんが、問題となるのは出演料です。



講演とスポーツ教室に出演したアスリート等に関係経費も含め 100 万円前後の出演料が支払われていたケースも多く、実態を知らない参加者たちからは「素晴らしいイベントだった」との声も多数ありましたが、税金から支出されている出演料を聞けば驚くに違いありません。

同事業や招致委員会主催の事業においてアスリート等に支払われた出演料等の総額は 3 億 3 千 300 万円に上ることがわかりました。

しかしながら、JOC が主催するイベントでは通常、アスリート等は 5～10 万円前後の車代で出演するケースも多く、五輪招致活動という公共的性格を考えれば、都は JOC を通じてアスリートに車代での出演料を要請してもよかつたのではないかと考えられます。

都議会で都は「選手にも生活がございますので…」と答弁しましたが、これは選手たちの生活のために五輪招致活動があるかのような誤解を招くため、選手の生活と社会運動的の五輪招致活動を切り離して考えるべきでありました。

#### 事業効果の把握について

同事業について都は「招致活動報告書」のなかで、「参加者は、平成 20 年度が合計約 750 万人、平成 21 年度は合計約 520 万人と多数に及び、オリンピック・ムーブメントを幅広い層に浸透させるとともに、住民間での交流の活性化、相互理解の進展など地域に大きな価値をもたらした。」と結んでいます。

しかし、参加者の合計については花火大会の一般参加者を含めるなど誇張が目立ちます。中野区が行ったサッカー教室では 358 万円の事業費に対して参加人数は 101 人であったことから、一人当たり 3 万 5 千円かかった計算になったこと等は触れられていません。

また、「招致活動報告書」の巻末に加えられている「資料集」の中には、同事業の一覧が掲載されていますが、事業費用や参加人数が記されておらず、事業効果を検証しにくい作りになっているのは問題です。

#### 事業の始まりについて

東京オリンピック・パラリンピックの開催計画を見れば、江東区、中央区、港区、千代田区等を中心とした半径 8 キロメートル圏内での競技が予定されており、その他の地域では競技が一つも予定されていない自治体もあり、特に三多摩の自治体には白けた雰囲気があったといわれています。

同事業はこうした地域への配慮から立ち上げられた「思いやり予算」ではなかったでしょうか。

#### 4、 招致本部と招致委員会について

2016年招致活動の一つの特徴が東京都招致本部と招致委員会の役割分担です。東京都招致本部は申請ファイル・立候補ファイル等の大会開催計画の原案作成をするとともに、IOCへのプレゼンテーションに関する調整や都内区市町村、他の自治体等と連携して招致機運の盛り上げを図る目的で都庁内部に新設されたセクションであり、人員は全て都庁職員、予算75億円も全額都税でありました。

対して招致委員会はIOCに対する窓口となるとともに、大会開催計画の決定を行い、国際的な招致活動を展開する。また、NPO法人である特色を活かし、柔軟で機動力のある運営を行い、民間団体としての創意工夫により、都内はもとより、全国的な招致気運の盛り上げ事業を展開していくことを目的に設立されたNPO法人であり、人員は都と電通など民間企業からの出向者の混合チームとなっています。財源は都からの補助金25億円と民間からの寄付金50億円でした。

##### 招致委員会の設立と構成について

招致委員会設立はIOCの定めに応じるものであるため、設立は必然ですが、招致委員会の運用にあたっては留意すべき点が認められます。

第一に、民間企業からの出向者の扱いです。招致委員会にはプロパー職員の他にJOC、電通、JAL、ANA、みずほ銀行、近畿日本ツーリスト、JTBなど民間企業・団体からの出向者が加わり、基幹業務を担ってきました。

特に電通は4名の社員を派遣し、その貢献度は他社を凌ぐものでありました。一方で、民間企業からの出向者が招致気運盛り上げ事業や国際プロモーションの企画・立案に携わるケースは想定され、委託事業者選定に影響が及ばないとも限りません。

##### 電通と招致委員会について

実際に、平成19～21年度に招致委員会が委託した1000万円以上の招致活動イベントの受注企業を見ると、「開催決定応援大パレード」「東京大マラソン招致PRイベント」など8件の業務を電通が受注しており、受

注件数も際立っています。

招致委員会の電通への支払総額（平成 19～21 年度）も 34.5 億円に上ることが分かり、契約に偏りがあったことは明らかです。

また、招致委員会の業務発注時に適正な発注見積もりが積算されていたのかも疑問が残ります。最終プレゼンテーションの映像費用 10 分で 5 億円の発注見積もり一つとっても、常識的な金額とは言えず、招致委員会のなかでどのような議論があり、実際に誰が見積もりを積算したのかも不透明でした。

### 招致ロゴについて

各種印刷物やグッズ作成販売において招致ロゴの存在は欠かせません。招致ロゴは全て招致委員会の知的財産となり、協賛企業に対する「ロゴ使用权」も招致委員会が付与することになるため、ロゴをデザインした会社とその後のデザイン管理のしやすさを特命理由に印刷物等の業務を随意契約するケースが目立ちました。IOC が定める招致ロゴ管理の規約は決して複雑ではなく、これを遵守し得るのはデザインした会社に限ったものではないことから、招致ロゴのデザイン管理を理由に偏った随意契約を結ぶのは慎むべきであったと考えられます。

### 情報公開について

招致委員会の情報開示についても問題が残ります。前述したように招致委員会には 25 億円の税金が投入されており、その支出は透明性が確保されるべきものでありますが、招致委員会が NPO 法人という性格から、個々の契約に係る詳細を情報開示する責務を負わず、都議会などから特別な求めがあるときのみ招致委員会の判断に基づき情報開示が行われる仕組みでした。

ことにコペンハーゲンでの最終プレゼンテーション代（約 7 億 700 万円）やローザンヌでのプレゼンテーション代（約 2 億 500 万円）のほぼ全額が都からの分担金＝税金であるにも拘わらず、電通と交わしたこれらの見積書、契約書、明細書、領収書等の全てについて開示義務を招致委員会が負わないのは都民の理解を得られるものではありません。

都は招致委員会設置において同委員会を都と同レベルの情報開示義務を負う監理団体等に指定し、その後の情報公開に努めるべきでした。

## 5、 電通との取引について

電通が 2016 年五輪招致活動に参加したのは、2005 年秋に東京都が実施した「オリンピック招致準備にかかる基礎調査」の競合コンペで電通案が採用されたためであります。さらに、2007 年 2 月、東京オリンピック招致委員会による「東京オリンピック招致 専任代理店」を決定する競合コンペが実施され、電通がマーケティング専任代理店に指名されています。

その背景として過去の五輪招致における電通の実績があります。電通は東京大会（1964 年）においてマーケティング関連業務を一部お手伝いしたようですが、本格的にはオリンピックの商業化が始まったロサンゼルス大会（1984 年）より、様々なマーケティング活動や民放連からの委託による民間放送の番組販売などを継続して実施してきました。招致活動への関わりは、以下の通りです。

- ◆名古屋（1988 年ソウル）⇒主に国内キャンペーンなどを担当
- ◆長野（1998 年長野）⇒国内キャンペーンやプレゼンテーションの制作などを担当
- ◆大阪（2008 年北京）⇒国内キャンペーンやプレゼンテーションの制作などを担当

以上の実績からも、日本国内で国際的な五輪招致レースを戦い抜くにはノウハウのある電通をおいて他にないとの結論が出たことは妥当な判断であったと考えられます。

しかしながら、五輪招致可能な国内唯一の企業との認識のもとで、同業他社の入り込む余地を極端に狭めたことは否定できず、各種業務における見積もりの甘さが生じたのも、事実上の広告代理店 1 社体制の影響ではなかったでしょうか。

五輪招致レースを勝ち抜くためには、特定の会社による迅速な企画・立案・実行の必要性は認めるものの、招致活動への都民、国民の理解なしには成功しえないことを考えれば、招致本部ならびに招致委員会の中に同業他社の社員を参画させ、契約事務及び見積もり額、契約方式の検証をさせるべきではなかったでしょうか。

## 競合他社の活用について

また、世界に目を転じれば電通以外にも五輪招致レースに勝ち抜いた実績をもつ国際的な広告代理店やコンサルティング会社は存在しており、必ずしも電通に限るものではありません。

招致本部ならびに招致委員会は主体的な戦略を練るためにも、早い段階で国際的なコンサルティング会社や広告代理店を使い分けることが必要だったのではないかと考えます。

## 電通の招致委員会出向者について

電通は他社よりも多くの社員を招致委員会に出向させています。

以下は招致委員会での業務内容です。

電通関連の出向社員は5名(延べ6名)でした。

### A 企画・広報部門 事務次長

2007.5.15～2009.12.31 招致戦略立案補佐

### B 企画・広報部門 ディレクター

2007.10.1～2008.7.17 国内外 PR (途中交代)

### B 企画・広報部門 ディレクター

2008.7.28～2009.10.31 国内外 PR (途中交代)

### C 企画・広報部門 ディレクター

2007.5.15～2009.4.15 招致マーケティング

### D 国際部門 マネージャー

2008.6.15～2009.12.31 IOC 招致担当の連絡窓口

### E 企画・広報部門 マネージャー

2007.5.15～2009.12.31 IF 競技承認責任者の連絡窓口 勤務

Aについては招致委員会事務次長を担っていたことがわかります。招致委員会の組織図を見れば事務総長がJOC理事の河野一郎氏であり、その下に事務次長(2～4名)が位置していたことがわかるので、電通出向

者が要職を占めていたと言えるでしょう。

電通は 149 億円の招致活動経費のうち約 67 億円の業務を受注している企業であるため、決済区分を分けているとはいえ、受注社の社員が発注者の事務次長として出向しているのは不適切ではなかったでしょうか。

### 招致ロゴ管理について

招致本部または招致委員会と電通が随意契約を結ぶ際にたびたび特命理由になるのが、招致ロゴのデザイン管理です。これは招致ロゴを電通が制作したため、その後のデザイン管理も電通が適任であるとするものですが、これは必ずしも実態に即していません。

例えば、平成 20 年に招致本部が五輪招致活動を PR するため都営バス 100 台にラッピング広告を出したケースでは、受注した電通がラッピングのフィルム化制作、貼り付け、撤去を下請け会社に回していたことがわかりました。電通はデザインおよびデザイン管理をおこなったといいますが、デザインはシンプルそのもので、電通でなければ請け負えない仕事ではなかったはずですが。

なお、随意契約で電通に支払われるバス 100 台の契約額は 8100 万円でありましたが、同時期に警視庁が競争入札で発注したバス 10 台の契約額は 340 万円であったことから、1 台あたりのコストが倍以上になっていたことがわかります。

### 見積価格の不透明さ

特に招致委員会と電通との間で行われた契約事務の工程は未だに明らかになっていません。

通常、都が民間に発注する業務については担当部局が積算見積もりを立て、これをベースに入札予定価格を設定するのに対して、招致委員会の場合、業務発注時に具体的な見積を積算していたのか不透明です。

ローザンヌでのプレゼンテーション用に制作された映像の中に、麻生太郎首相のビデオメッセージが含まれていますが、1 分半の映像制作費用に 410 万円もの支出がありました。出演料が無料にもかかわらず 410 万円もの制作コストを招致委員会が見積もったとすれば、積算能力を問題視せざるを得ません。

## 6、 寄付金の募集について

当初、都は 150 億円の招致活動費用のうち 50 億円は民間からの寄付金・協賛金で賄うとしていました。しかしながら、最終的に集まったのは寄付金 35.9 億円と協賛金 5.7 億円の合計 41 億 6 千万で 8 億 4 千万円の収入不足となりました。

このことについて「招致活動報告書」で、

「100 年に一度とも言われる世界的な金融危機とそれに伴う景気後退の影響により寄附金、協賛金収入に不足が生じたため、6.9 億円の民間資金を借り入れることとした。」と触れるのみで、収入不足に陥った見通しの甘さや問題点、関係者の責任、反省が全く記されていないのは無責任極まりないものです。

結果責任について明記するべきでありました。

#### 東京都外郭団体からの寄付金について

民間からの寄付金を募ると言いながら、都の外郭団体から寄附を集めていたことも明らかになりました。

一部報道は都の監理団体 15、報告団体 14 の計 29 団体が少なくとも総額 1 億 930 万円の寄附を行っていたと伝えています。特に東京都歴史文化財団などは自主事業があるとはいえ、都から運営費補助を受けている団体であり、税金の還流と批判されても仕方ない行為であります。

これらの団体の多くは都からの天下りを受けている団体であり、一般の民間企業でないことは一目瞭然であります。民間からの寄附と言いながら、都の外郭団体から寄附金を募っていたことは苦し紛れにしてもお粗末であったと言わざるを得ません。

外郭団体の寄附金約 1 億円を差し引けば民間から集まった寄附金は 40 億 6 千万になり、当初見込み額に比べると約 10 億円の収入不足があったといえます。

#### 借入金について

招致委員会は収入不足の 6.9 億円を電通からの借入金という形で処理しました。これは、収入不足がほぼ確定した時期までに、コペンハーゲンでの最終プレゼンテーション代金（約 7 億円）が未払いであったため、招致委員会が電通に交渉を持ちかけた結果であると思われます。

そのため、6.9 億円の債権は電通に存在し、招致委員会は 2016 五輪招致

の役目を終えたものの、債務を抱えた状態で存続することとなりました。NPO 法人である招致委員会の場合、債務を負うのは法人ですが、法人を構成する知事をはじめ理事メンバーの離任は容易に行うことができることから、実際の債務者が不特定になる恐れがあります。

また、返済については、事業収益で賄うというものの、五輪招致が失敗した後の招致委員会に巨額の利益を生み出す見込みがあるとは思えず、7億円の利益を生むことは雲をつかむような話であります。

電通は見通しの立たない債権を保有ことになりました。今後、不透明な形で債権放棄が行われなくても限りません。都議会は招致委員会や都と電通の契約の在り方に注視する必要があります。

以上



## 7、まとめ

五輪招致活動は都民、国民をあげたナショナル・ムーブメントでなければなりません。ある都市は街をあげ、国を挙げ、大陸をあげて熾烈な招致レースを戦い抜きます。

かたや東京の満たされた都市住民の関心は、喧騒な五輪開催より快適で穏やかな都市生活の営みにこそ向きがちで、途上国の開催機会を奪ってまで五輪を開催する動機が沸いてこなかったように思えます。

ならば、東京での五輪開催が不毛であるかと言えば、決してそのようには捉えていません。

五輪開催はいつ、いかなる時も開催都市の魅力とそこに住まう住民の息づかいを全世界に伝え、古い都市の埃を払い、新しい都市に伝統を与える比類なき世界の祭典です。

東京もまた 1964 年の五輪開催以来、世界有数の成熟した都市になりました。しかし、昨今のアジア諸都市に目を転じれば、ソウル、上海、台北、シンガポール、クアラルンプール、ニューデリーといった諸都市は東京を抜き去ろうとしています。

石原知事が息切れしそうな東京にとって、五輪開催こそアジアのトップランナーに返り咲くための呼び水になると捉えたならば、熾烈な都市間競争にさらされている東京の現状を都民に正確に伝える必要がありました。

そうした試みもなく、トップダウンで五輪招致が見切り発車された上に、84 億円のオリンピックムーブメント推進費が五輪の賑わいを演出したばかりで、かかる理念を伝えられなかったことは残念というほかありません。成熟した都市には成熟した都市住民がいます。

次なる五輪招致立候補の際には、東京が向かうべき都市像を都民、国民が共有し、賢明な都市住民からのボトムアップで招致活動が広がっていくことを切に願うものであります。

以上