

## 質疑応答

質問者①：スポンサーとなっていない企業において、大会中の看板や製品等に企業名を入れていいものなのか。

久田氏：協賛スポンサー以外の企業においては、恐らく組織委員会に申請をして、判断を仰ぐ形になるのではないかと。例えば、マラソンなどの中継で街中看板などに企業名等がでてしまう場合、TOP パートナーの権利を保護するような対応がとられると思う。

質問者②：「レガシー」とは、ソフト面も含まれるのか。

功能氏：レガシーは、ハード面・ソフト面の両方が含まれる。ハード面においては、大会期間終了後、どのように活用していくのかを考えていくことが重要である。一方、ソフト面においては、ボランティアの育成・定着が重要である。

質問者③：道路案内など ICT やスマホを活用した観客向けのアプリなどはあったのか。

事務局：乗換え案内アプリはあったが、道路案内まで含まれていたかわからない。

久田氏：現地では、屋外でスマホを使用していると略奪されるので使用しないように言われていた。

質問者④：リオ大会では、グリーンを基本色としていたが、サインの文字はみやすかったのか。

事務局：日本感覚の色使いではなかった。BRT の車体色も目立つようにするため、非常に強い色彩のブルーであった。ロンドン大会ではマゼンタが使われており、日本でも色を統一していくことは重要だと思う。

功能氏：大会中は、色が統一されてサインがわかりやすくすることは重要である。ただし、リオでは屋外ではグリーンは街中に映えたが、コントラスト自体は高くなかった。また、期間が限られているため、汚れまでは考慮していなかった。

### ●講師の現地調査を行い、特に印象的だったこと

白井氏：日本人に比べ、ブラジル人はやさしく、さりげなく対応することができていた。

現状の日本では、難しい課題である。障害者に対応するためにも、理解を深めていくしかない。ANA では、全社員の 3.6 万人に対して、それらの研修を開始した。通常のハンドリングだけでなく、日常生活でも実施できるようにしていきたい。また、これを日本全国に広げていくことが重要である。

功能氏：日本では、サインなどはそれぞれの企業が取組んでおり、統一的に、横断的に進めていく場がないので、そのような場を作る必要性があるのではないかと。また、仮設物も街中に多数増えていくのに、統一感がなければ、街全体がちぐはぐにな

ってしまうのではないか。また、ホスピタリティの精神づくりも必要だと思う。

久田氏：ロンドン大会はロンドンらしい、リオ大会はリオらしい大会であったと思う。それでは東京大会をどうするのか。エンブレムや競技場問題があり、盛り上がり  
に欠ける部分があるので、今一度オールジャパンの体制に戻るべきで、素晴らしい大会開催に向けてオールジャパンで取組む必要があると思う。

松原：リオ大会のすばらしかったところを日本は取り入れるべき。例えば、地下鉄の評価に前大会地のロンドンの方をリオが招致し、評価してもらったように、東京も  
リオの方を招致し、評価してもらい、改善することが必要である。

澤田：新たに導入されたBRTは、破壊行為により窓ガラスが割られたりしている。そこで事業者は、地域の小学生に対して環境改善の教育を実施し、地道な活動を行っている。日本においても、よりよい公共交通について、考え、教育していく必要がある。