

令和3年度共同研究：報告書

海外メディアジャーナリストの視点から振り返る 東京2020大会

～東京の観光プロモーションにどう活かせるか～

令和3年12月21日

TCVB
Tokyo Convention & Visitors Bureau



目的：

東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会（以下「大会」という。）の開催決定以降、東京への関心が世界的に高まることを踏まえ、東京都及びTCVBは観光・ビジネスイベツツ産業振興をより強く推進してきた。大会は、新型コロナウイルス感染症（以下「新型コロナ」という。）の影響により延期・無観客と異例の開催となったが、終了後の「観光面における包括的な評価」はなされていない。そこで、東京観光財団（以下「TCVB」と言う。）はカスタムメディア株式会社と協働し、海外メディアの依頼により大会取材した在京ジャーナリストとの座談会を実施し、大会の海外メディアでの報道内容や評価、レガシー等についてヒアリングした。

本報告書では、座談会で交わされたジャーナリストからの意見を中心に、大会のレガシーとは何かを考察し、インバウンドの本格回復を見据え、今後の東京の「セールス」「プロモーション」に活かすべき要素を提案する。

座談会実施概要：

実施日）	2021年11月16日（火）
参加ジャーナリスト）	5名（いずれも日本在住・フリーランス）
執筆メディア例）	■北米/欧州 Global Finance Magazine/Los Angeles Times/The Times/The Guardian CBS news radio/The Daily Telegraph/The Independent/Deutsche Welle Reuters/BBC/The New York Times/The Mail on Sunday The ACCJ Journal(the magazine of the American Chamber of Commerce in Japan) BCCJ Acumen(the magazine of the British Chamber of Commerce in Japan) ■アジア South China Morning Post in Hong Kong/ Rappler/Tempo

Contents

1. どのような記事を書いたか、海外メディアの関心事
2. ジャーナリストたちから見た大会の印象
3. 大会がもたらしたレガシーとは
4. まとめ：今後東京が観光面でプロモートすべき要素

Appendix

1. どのような記事を書いたか、海外メディアの関心事

新型コロナ流行前は、大会で導入される最新技術について高い関心が寄せられたが、流行後は、コロナ禍での開催に向けて日本がどのような対応をするかという点に関心が集中した。

<新型コロナ流行前>

- ・ 大会開催決定時の日本国民の様子
- ・ 大会に導入される最新技術
- ・ 災害、ヒートアイランド現象対策について等



ジャーナリストコメント

💡日本で最先端の技術が導入されることへ高い期待

💡2019年のラグビーWCは良い試験だった

💡（RWC2019の）観戦で来日した人々は日本は最適な開催地だと考えていた（人々、技術、時間通りの電車運行、食等の多様な魅力、訪れるにも最高の場所）

ジャーナリストコメント

💡「日本が（コロナ禍での開催に）どのように対応したか」にかなりの数の報道でフォーカスがあった

💡大会が、感染拡大を招いたかどうか非常に多くの関心があった

💡感染拡大は大会が原因では？という見方は、現地の編集部からはあまり受けなかった

<新型コロナ流行後>

- ・ 感染状況、ワクチン接種状況、「東京株」の可能性
- ・ 大会に観衆を入れるか、入れないか
- ・ 到着した選手及び関係者の検査状況
- ・ 大会に反対する人たちの声
- ・ パラリンピックに関するもの
- ・ 日本人の障害者への態度や意識
- ・ 新しい技術を使った放送、自動運転の車等の最新テクノロジー、セキュリティ
- ・ 大会中に選手や関係者間で流行したマッチングアプリ

💡英国の新聞では、ロンドン五輪以降、パラリンピックへの関心もオリンピックとほぼ同等くらいに高まっていると言われている

2. ジャーナリストたちから見た大会の印象

< ワクチン接種・検査について >

- ・観客を入れるか入れないかを定める前の時点では、観客の検査については何も発表がなく、検査もなしに観客を入れる気か？という驚きがあった。
- ・**日本でワクチン接種が遅れている間に、オリンピックが開催される、ということが驚き**でもあった。
- ・大会を開催するならなぜワクチン接種を進めなかったのか。
- ・家族は大会ボランティアとして英国チームをサポートするはずだったがワクチンは用意されていなかった。
- ・（母国の友人たちから）「なぜ？ **日本はもっと効率的だと思っていた**」という声があった。

< 開催前の様々な事象 >

- ・大会開催の究極の判断はIOCであり、大手グローバルメディアであって、彼らの最優先事項は人々の健康や公衆衛生ではないのではないか、と人々は疑念を抱いた。これは悪いメッセージとして露呈した。
- ・元首相が女性に対して否定的な発言をしたり、IOC会長が言い間違いをするなど、多くの問題があったが、それは構造上のものではなかった。
- ・ロゴの盗用問題等もあったが、**構造上の問題ではなく、ブランディングやミスコミュニケーション（またはミスマネジメント）の問題**であった。
- ・結局のところ、そのような**様々な問題は短期的にしか人々の記憶に残らず、結果的には「どのように運営したか」が記憶に残る。それは日本にとって幸運なことだ。**

2. ジャーナリストたちから見た大会の印象

<大会開催・運営について>

- ・「楽しみにしていた人」と「どんな影響があるのかとネガティブに見ていた人」の2種類いた印象。
- ・反対派は、コスト、環境破壊、新施設建設の影響、何世代にもわたって課せられる税負担などを理由に反対していた。
- ・反対運動を取材したが、穏便なものだった。依頼元のフィリピンメディアはもっとアクティブなものを予想していたため、期待と違ったものだったかもしれない。スタジアムに行くと、反対運動ではなくセレモニーの花火を見に来た観衆がほとんどだった。★1
- ・多くの地元の人々は、大会に対してかなり緊張感を持っており、感染者数が増加し、デルタ株が広がっていたにも関わらず開催されることに納得していない様子だった。
- ・状況を考えれば、成功だった／非常に困難な状況の中で、日本人々は素晴らしい働きをした。
- ・世界的なパンデミックの最中で、しかも1年も延期になってしまったのだから、これ以上に難しい状況はない。
- ・ボランティアはマスクをして、出来る限りのことをし、（暴動などもなく安全で）警察が動くこともなかった。
- ・例えばリオ大会の際はジカ熱の問題などがあったが、東京大会が直面した問題のスケールとは比べ物にならない。
- ・（英国の家族もTVで見えていたが）「日本は非常に悪い状況を与えられた中で、出来る限りのことをしただけだ」と。
- ・他都市の開催であった場合、追加費用やそれに伴う混乱にどう対応できていただろうかと思う。
- ・バブルの中で、来日したジャーナリストたちがやりたいと思っていたことを実施する方法はあったはずでは。
(例えば10人程度のグループでバブル状態の場所に行くための設備を整える等)
- ・バブル内で行動しなくてはならないことは、前もってわかっていたように思う。本当であれば皇居へのバス旅行、富士山、日光、鎌倉への日帰り旅行など様々な機会があったはずだが、行動制限があった。

2. ジャーナリストたちから見た大会の印象

<東京の露出・その他報道面>

- ・日本はテクノロジーを駆使してイベントを円滑に運営し、生活をポジティブに送っていることを示した。
- ・オリンピックがあったからと言って英国人の日本に対するイメージは変わらず、むしろポジティブ。
なぜなら、この状況下での運営もそうだが、スタジアム、夜のライトアップされたパノラマビュー、花火等東京を「見ること」ができた。広大な都市とはわかっていても一般の英国人は、東京のランドマークはほぼ知らないのではないかな。
- ・日本は本当に素晴らしい旅行先。日本に初めて来て、楽しくなかったという人に会ったことがない。
歴史芸術、文化、料理、自然等、どんな興味にも応じることが出来る。日本でできることはたくさんあるのに、もう少し上手く伝えられるのではないかなと思う。（東京は）秋葉原や六本木のような場所だけではない。
- ・将来来てくれるかもしれない人たちのために、ある程度、街をアピールすることが出来たのでは。
- ・特に会場の様子や新しい技術が盛り込まれたことで、これまで使われたことのない数々のシステムの導入があった。
放送技術が新しいだけでなく、360度水中カメラや、耐久性のある水中カメラ等の新しい技術をすべて活用し、オンラインで転送され放送された。★2
- ・メディアの反応は聞いた限り非常にポジティブで、世界の人々は「日本は非常にインクルーシブで多文化を受け入れる社会」だと思っただろう。ただそれは、特に人種や背景が異なるアスリートのストーリーや写真が注目されているからであって、日本はまだそこまでいっていないと思う。
- ・Tinder、Bumble、Grindrなどの出会い系アプリが突然、外国人ジャーナリストやアスリートの間で爆発的に広まった。★3
- ・メディアは行動制限等で話題がなく、出会い系アプリや、コンビニエンスストアの魅力について書かざるを得なかった。★4
- ・多くのアスリートが、非常に多くのSNSフォロワーを持ち、経験を自ら発信できる。（インフルエンサー化）★5
- ・通常メディアの枠を超えてアスリート自身やジャーナリストが視聴者と直接コミュニケーションをとる方法が際立った。

3. 大会がもたらしたレガシーとは

これまで経験のない困難な状況の中、大会開催には最善を尽くしたという評価が多数であったが、それらを総合すると、どのようなレガシーがもたらされただろうか。ジャーナリストたちのコメントを集約すると、「テクノロジー」「もてなしの心」「多言語化」の3つのキーワードが導き出された。

テクノロジー

- ・技術、顔認証、水中カメラや360度カメラの話、無人バス、燃料電池バス等、非常にスマートな印象を与えた。
- ・東南アジアの編集者が驚いていたのは、開会式と閉会式取材したときに、スタジアム周辺の人たちが5GなどのWi-Fiを使って開閉会式をライブニュースで見っていたこと。（東京の優れた情報・通信インフラ）
- ・国際的には、多くの人々が日本はテクノロジー面で非常に進んでいると考えている。

もてなしの心

- ・今回、ボランティアをやっている人たちは皆満足そうだった。★6
- ・イスラエル選手にヘブライ語であいさつしたボランティアがいて、選手は感激してプレゼントを渡したほどである。
「言葉を覚えるために努力してくれたこと」へ感謝していた。
- ・競技会場に向かうバスを間違えた選手にタクシー代を支払ったボランティアがいたこと。★7
- ・このようなボランティアの態度や大会を支えるスタッフの働きは世界中で報道されていた。★8

3. 大会がもたらしたレガシーとは

街中に英語を始めとする多言語表記がここ10年ほどで明らかに増えたことがポジティブに受け止められている一方、利便性が高い環境が整いすぎていることが、日本人との英語のコミュニケーションに影響を与えているという指摘もあった。

多言語化

- ・バリアフリー面のレガシーでいうと、最大は「言語」。

いまは英語、中国語、韓国語など街中の表記も多言語だが、2006年の来日時は英語表記は少なかった。

- ・2002年のサッカーワールドカップ以前は、英語表記はほとんどなかった。
- ・地下鉄の災害対策アプリが英語化された。
- ・政府も小学校への英語ネイティブ教員の配置増強に向けて取り組んでいるようだ。

- ・言語の問題だけを理由に旅行先として選ばない、ということはないと思うが、

一部の人たちは（東京滞在中に）英語を使えないことに対して敬遠するかもしれない。★9

ただ、例えば、東京には多くの地下鉄や鉄道が走っているが、実際に来てみると非常に合理的なシステムになっていることがわかる。それをもっと伝えていく必要がある。

- ・日本の良い面は課題でもある — システムが良すぎて、言語を話さなくても問題がなく、生活が出来る。
- ・言語を話さずとも生活できる唯一の国。例えばパリでは同じことが想像できない。
- ・多国籍対応やサービス、システムが良すぎることで、日本人はその環境に頼ることが出来るが、それは諸刃の剣でもある。

3. 大会がもたらしたレガシーとは

大会は、「全員が自己ベスト」「多様性と調和」「未来への継承」の3つのコンセプトが掲げられていた★10。
また、“Be better, together”を持続可能性コンセプトに掲げ★11、資源を一切ムダにしない等の方向性を掲げた運営等、開催を通じて持続可能な開発目標への貢献も目指してきた。これらの内容に関するジャーナリストたちの特筆すべきコメントを紹介する。

Sustainability

- ・リサイクル金属でメダルが作られた等、**サステナブルな運営**も話題だった。★12
- ・テニスコートもエコマテリアル、表彰台も再生プラスチックが使われた。
- ・これらの取り組みは**リユースのイメージ**を打ち出した
- ・ロンドン大会の際、**イーストロンドン等の工業地帯が開発されたのはレガシーの好例**。★13
例えばスタジアム周辺の代々木が大会でどう変化するか。

“レガシー”の捉え方

- ・フィリピン選手が史上初めて金メダルを取ったのが今回の東京大会。★14
- ・金メダルが、悪いニュースばかりのフィリピンに良い空気・影響をもたらした
- ・東南アジアは欧米に比べ、全般的に日本に対して尊敬のようなイメージを持っている。
メダル獲得は運営面とは別の話だが、**このような東京に対する良いイメージは活用しなくてはならない**。
- ・今回は新型コロナ等の課題もあり**レガシーの特定は時期尚早**ではないか。
- ・レガシーというとき、日本はすでに成熟し、まったく違うステージのため、1964年のようなものは期待出来ない。
- ・レガシーは、**大会中に「世界に発信された印象」という意味で重要**。ただしそれについてまだ正確には分からない。

3. 大会がもたらしたレガシーとは

ジェンダー平等・多様性については大会を通して一定のポジティブなイメージが発信され、例えば大坂なおみ選手の聖火点灯等は重要で印象に残ったが、実社会における人々の意識や寛容さについてはまだ発展途上であるという意見が多数を占めた。

ジェンダー平等・多様性

- ・パワーリフティングに**初めてトランスジェンダー選手が参加**した。（生まれた性別とは別の性別で参加した）★15
これらの功績は、日本が少しオープンで寛容であるといったイメージを定着させた。
- ・東京でのレインボーパレードは数年前はたった100人程度だったがいまは参加者が数千人規模となっている。
- ・**新競技**があったのもレガシー。スケートボードやBMXは成功例。スケートボードなど、**女性の活躍**が人気を博した。
- ・**女性のスポーツは（ジェンダー平等の）強力な推進になる。**
- ・熱心な親日家であっても、「日本がジェンダー多様性等への認知が進んでいる」には、現時点では異論があるだろう。★16
少しずつ正しい方向に向かっているとは思いますが、非常に遅い。
- ・まだ非日本人に対するバリアがあると感じる。★17
- ・ダイバーシティも一種のバズワードになっているが、実際の社会の変化は遅い。★18
- ・日本の変化は非常にゆっくりとしたものであることが多いが、そこに到達するととても良いものになる。
- ・元首相の女性に関する発言は、ある種ウェイクアップコールのようなものになった。
これが日本社会にどの程度の変化をもたらすかわからないが。
- ・世代が上の男性だと、例えば東南アジア地域等に対して見下す傾向にある場合も。 **多様性への寛容は世代による。** ★19

4. まとめ：今後東京が観光面でプロモートすべき要素

ここまで、ジャーナリストたちのコメントを中心に大会を振り返ってきたが、今後インバウンドの本格回復に向けて世界から誘客するにあたり、東京が持つ強みとしてプロモートできる要素は以下である。

1) テクノロジー

新型コロナ流行前の報道では、大会で導入される各種最新技術に多くの注目が集まり、東京が最先端のテクノロジーに触れられる観光地であるイメージが形成されている。

無観客の開催で、都民であっても実感に乏しく、感染拡大が懸念される中の異例の開催であったが、海外においては、大会を円滑に運営するために導入された様々な技術や、最新設備、優れたインフラ等が予想以上に報道されたため、大会は「技術の進んだ日本」のイメージをさらに強固なものとしたようだ。よって、「最先端の技術が生活に溶け込む東京で、快適な滞在を楽しむ」という訴求は、大会を経て世界で形成された東京のイメージに合致する。

2) もてなしの心

数々の制限がある中でベストを尽くさなくてはならない選手たちを温かく迎え、激励をしたり、時には機転を利かせた対応等で大会を支える様々なボランティアのエピソードは、世界的に多く報道された。

きめ細やかで人間味あふれる対応や、「お疲れ様」という日本語に代表されるような、相手の立場に立ったもてなしの心や日本文化の印象は大会でも、良い印象を醸成した。よって、この好意的なイメージを補強するようなサービスやメッセージングはビジターの東京へのイメージと合致するものであると言える。

4. まとめ：今後東京が観光面でプロモートすべき要素

「テクノロジー」「もてなしの心」がポジティブに打ち出せる訴求要素である一方、以下についてはまだ発展途上であり、さらなる取り組みの強化が期待される。

◆多言語（英語）化

街中のサイネージ、観光案内システム等での多言語表記はかなり進んでいるものの、face to faceのコミュニケーションにおける英語活用にはまだ発展が望まれると言える。

交通インフラや街中の案内等、外国人旅行客等が滞在に支障のないような多言語化の取り組みが施されているが、整い過ぎていることが、日本人とのコミュニケーションなしでも十分に滞在できることにつながり得るという指摘がなされた。

実際にサービスを提供したり、案内するスタッフ、滞在中に関わる街中の人々との英語等を通じた多言語のコミュニケーション力を高めることが、ビジターのさらなる満足に繋がる可能性がある。

◆ジェンダー平等・多様性

大会理念の「多様性と調和」に代表される、ダイバーシティへの取り組みは、活躍したジェンダー・マイノリティの選手たちの発信や、アスリートの49%が女性で史上初の「ジェンダーバランスの取れた」大会とIOCが評したことなどから、東京に一定のポジティブなイメージが生まれた。しかし、実社会を見ると、まだ成熟しているとは言い切れず、多様な旅行者に開かれた都市、というイメージを打ち出すにはやや時期尚早感がある可能性がある。しかしながら、国内外での持続可能な観光促進の流れを受け、今後取り組みを加速し、多様なビジターに対して効果的に訴求していく必要がある。

Appendix

★1 【Rappler】 As Olympics ends in high spirits, Tokyo faces new challenges AUG. 9,2021 [As Olympics ends in high spirits, Tokyo faces new challenges \(rappler.com\)](https://www.rappler.com/sports/olympics/2021/08/09/as-olympics-ends-in-high-spirits-tokyo-faces-new-challenges)

★2 【South China Morning Post】 Cloud technology brings Tokyo 2020 to billions of viewers worldwide, and launches the Olympics into a new digital era Aug,6,2021

<https://www.scmp.com/native/tech/topics/tokyo-2020-showcases-digital-future/article/3144032/cloud-technology-brings>

★3 【NBC NEWYORK】 This Tinder User's Plan to Match With Athletes at the Olympic Village Might Have Actually Worked Jul. 23,2021

<https://www.nbcnewyork.com/news/sports/tokyo-summer-olympics/this-tinder-users-plan-to-match-with-athletes-at-the-olympic-village-might-have-actually-worked/3169761/>

★4 【CBC】 It's 7-11 almost 24/7 when it comes to Olympic fine dining Jul,2024,2021 <https://www.cbc.ca/sports/olympics/summer/olympics-postcard-july24-1.6115561>

★5 多数のメディアが選手によるSNS発信について取り上げた。その多くがTikTokの利用であり、有名選手においては100万以上ものフォロワーを持つなど、インフルエンサーとしての選手にも注目された。

【NBC】 Olympians bring fans closer to Olympic village than ever before ... via TikTok Aug,8,2021

<https://www.nbcnews.com/news/olympics/olympians-bring-fans-closer-olympic-village-ever-tiktok-n1276205>

【USATODAY】 Instagram and TikTok are making some Tokyo Games Olympic athletes social media superstars Aug,5,2021

<https://www.usatoday.com/story/tech/2021/08/05/tokyo-olympics-games-tiktok-instagram-twitter-facebook-pandemic/5506408001/>

【BBC】 Tokyo 2020: TikTok becomes the unofficial behind-the-scenes Olympic channel Aug,4,2021 <https://www.bbc.com/news/world-australia-58053519>

【NZ Herald】 Tokyo Olympics 2020: How TikTok is winning the Olympics Jul,29,2021

<https://www.nzherald.co.nz/sport/tokyo-olympics-2020-how-tiktok-is-winning-the-olympics/XOHMV3GSMN5TG7JVPTRYRT42U/>

【South China Morning Post】 The TikTok-Tokyo Olympics: how athletes like Tom Daley and Liu Shiwen became social media influencers at a Games with no fans Aug,5,2021

[The TikTok-Tokyo Olympics: how athletes like Tom Daley and Liu Shiwen became social media influencers at a Games with no fans | South China Morning Post \(scmp.com\)](https://www.scmp.com/sport/olympics/article/3144032/tokyo-olympics-how-athletes-like-tom-daley-and-liu-shiwen-became-social-media-influencers-at-a-games-with-no-fans) 他多数

★6 【NHK】 東京五輪・パラのボランティア 70%以上が“参加理由を達成” 2021年10月29日 <https://www3.nhk.or.jp/news/html/20211029/k10013327081000.html>

【日本財団ボランティアサポートセンター】 2021年11月22日 <https://vokatsu.jp/documents>

「調査報告：東京2020大会 大会ボランティア、都市ボランティアに関するアンケート調査結果(大会直前、大会直後)」

★7 【INDEPENDENT】 Jamaican gold medalist tracks down Tokyo 2020 volunteer who saved him from missing Olympic final Aug,12,2021

<https://www.independent.co.uk/sport/olympics/hansle-parchment-volunteer-hurdles-tokyo-2020-b1901310.html>

Appendix

★8 ボランティアの働きについては、数々のエピソードや選手からのボランティアへの謝意についての報道があり、IOCの公式ウェブサイトでも取り上げられている。

【IOC】Athletes from around the world offer praise and thanks to Tokyo and Japan Aug,8,2021

<https://olympics.com/ioc/news/athletes-from-around-the-world-offer-praise-and-thanks-to-tokyo-and-japan>

★9 【Time Out Tokyo】9月に実施した読者へのアンケート調査によれば、「大会を終えて、日本が改善すべきこと」について40%が「国際的な言語サポートを全国的に増やす必要がある」と回答。

<https://www.timeout.jp/tokyo/ja/news/survey-tokyo-paralympics-100121>

★10 公益財団法人東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会ホームページより転載 <https://www.tokyo2020.jp/ja/games/games-vision/index.html>

★11 公益財団法人東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会ホームページより転載 <https://www.tokyo2020.jp/ja/games/sustainability/index.html>

★12 シンガポールメディアは大会後の記事において複数の視点から大会を評価、グリーン対策は＜A＞とし、メダル、表彰台や電気自動車の採用、木材を多用した新国立競技場等について挙げている。

【THE STRAITS TIMES】Tokyo 2020: Hits and misses in an Olympic triumph against adversity <https://www.straitstimes.com/asia/east-asia/hits-and-misses-of-the-tokyo-2020-olympic-games>

【euronews】The Tokyo Olympics will merge ancient heritage with modern innovation Jul.24.2021

<https://www.euronews.com/green/2021/07/24/the-tokyo-olympics-will-merge-ancient-heritage-with-modern-innovation>

★13 【森記念財団都市戦略研究所】2019年9月4日(水)開催 Beyond Tokyo 2020: ロンドンに学ぶオリンピック・レガシーの軌跡セミナー内容報告 <https://mori-m-foundation.or.jp/ius/icf/20190904b.shtml>

★14 【Rappler】Take a bow: Philippines' golden campaign in the Tokyo Olympics Aug,12,2021 <https://www.rappler.com/sports/Philippines-golden-campaign-Tokyo-Olympics/>

【Rappler】Anatomy of Philippines' first Olympic gold medal Nov,4,2021 <https://www.rappler.com/sports/anatomy-philippines-first-olympic-gold-medal/>

★15 【BBC】Laurel Hubbard: First transgender athlete to compete at Olympics Jun, 21,2021 <https://www.bbc.com/news/world-asia-57549653>

【ABC NEWS】Laurel Hubbard is an extraordinarily ordinary person struggling with her place in history Aug,3,2021

<https://www.abc.net.au/news/2021-08-03/laurel-hubbard-struggling-with-place-in-history/100346038>

★16 世界経済フォーラムによる「ジェンダー・ギャップ指数2021」によれば日本は120位、先進国の中で最低レベル、アジア諸国の中で韓国や中国、ASEAN諸国より低い結果に

https://www.gender.go.jp/public/kyodosankaku/2021/202105/202105_05.html

【World Economic Forum】Mar,30,2021 <https://www.weforum.org/reports/global-gender-gap-report-2021>

Appendix

★17 NIKEが2020年11月にリリースした動画広告は日本における人種差別を題材にし、大きな反響を呼んだ。

【The Washington Post】 Nike ad showing racial discrimination faced by Japanese girls provokes backlash Dec.01,2021

[Nike advertisement showing racial discrimination faced by Japanese girls sparks backlash - The Washington Post](#)

【BBC】米ナイキの多様性示す広告、日本で大きな反発 なぜ？ 2020年12月2日 [米ナイキの多様性示す広告、日本で大きな反発 なぜ？ - BBCニュース](#)

【NHK】賛否両論のナイキCMこう考えた 2020年12月28日 <https://www3.nhk.or.jp/news/html/20201228/k10012788111000.html>

以下の英国商工会議所サイトでは大会中の設備提供等に携わった英国企業代表者の取り組みを掲載。その中には「言葉の壁があったからこそ、トレーニングが難しかったのだと思います」

「目上の人に質問してはいけないという日本の文化や、面目を失わないという日本社会の考え方は、西洋人には理解しがたいものがあります。これらは、迅速な意思決定が必要な場合に問題となることが

あります」といったコメントも紹介されている。【The Magazine of the British Chamber of Commerce in Japan】Adversity brings out the best of British Business at Tokyo 2020

[Adversity brings out the best of British Business at Tokyo 2020 - BCCJ Acumen](#)

★18 【REUTERS】Multicultural Olympic team shows Japan's diversity growing pains Aug,6,2021

<https://www.reuters.com/lifestyle/sports/olympics-multicultural-olympic-team-shows-japans-diversity-growing-pains-2021-08-06/>

★19 日本財団は、11月末に2021年度版「ダイバーシティ&インクルージョンに関する意識調査」結果を公表、東京2020オリンピック・パラリンピックの開催前後における世代別の意識の変化等を比較した。

【日本財団】<https://www.nippon-foundation.or.jp/who/news/pr/2021/20211130-64961.html>