

オリンピックと都市景観の社会学

マークの不正利用からエンブレムの商業利用へ

東海大学 加島卓

1. 目的

本報告の目的は、オリンピックの開催がいかなる都市景観を可能にしてきたのかを検討することである。なかでも IOC や大会組織委員会のスポンサーだけが利用できるマークおよびエンブレムに注目し、それらの不正利用がいかに取り締まられ、またそれらの商業利用がどのような景観を作り出してきたのかを歴史的に比較しながら、オリンピックの開催都市における景観秩序を明らかにする。

2. 方法

そこで本報告は、これまで開催されてきたオリンピックのマークおよびエンブレムの「使い方」に注目し、便乗商法などの不正利用が社会問題になっていた時代と、大会関係者の利益保護を目的に強い規制と監視が導入されるようになった近年を比較する。具体的には、ベルリン大会（1936年）、東京大会（1964年）、ミュンヘン大会（1972年）、ロサンゼルス大会（1984年）、アトランタ大会（1996年）、長野冬季大会（1998年）、北京大会（2008年）、ロンドン大会（2012年）、東京大会（2020年）などのデータを用いて、開催都市の景観秩序がどのように変わってきたのかを歴史社会的に明らかにする。

3. 結果

マークの不正利用はロサンゼルス大会（1932年）で大きな問題となり、ベルリン大会（1936年）では日本でもマークを使った便乗商法が多発した。東京大会（1964年）になるとマークを保護する体制が作られる一方、商人による不正利用が相次ぎ、法的な対応を求められるようになった。マークの商業利用を認めたのはミュンヘン大会（1972年）だが、しばらくは不正利用を防ぐことはできなかった。ところがロサンゼルス大会（1984年）でオリンピックと広告代理店の距離が近づき、マークはエンブレムと呼び変えられ、その「使い方」を管理する体制が整い始める。そしてアトランタ大会（1996年）ではエンブレムの不正利用が徹底的に取り締まられ、そのやり方を引き継いだ長野冬季大会（1998年）はかなり強い景観規制を導入することになった。また北京大会（2008年）ではエンブレムの不正利用が大きな問題となり、ロンドン大会（2012年）では「ロンドンオリンピック・パラリンピック大会法」を時限立法で定めて景観規制を行うことになった。東京大会（2020年）はこうしたロンドン大会の景観秩序を参考にして準備を進めているのだが、誰でも利用可能な市松模様をモチーフにした新エンブレム（野老朝雄案）はこうした今までの強い管理をすり抜けるような展開も可能にしている。

4. 結論

オリンピックの商業化に伴い、エンブレムの「使い方」は徹底的に管理されるようになり、開催都市は景観秩序の最適化を強めるようになった。こうしたスポンサーのための「排他的な」街づくりが、オリンピック、万国博覧会、ワールドカップのような巨大イベントを招致するグローバル都市の開発や再生といかに関わるのかは、今後も注目が必要である。

文献

難波功士「広告化する都市空間の変容」、吉見俊哉（編）『都市の空間、都市の身体』勁草書房、1996年

北田暁大『広告都市・東京』廣濟堂出版、2002年

川原靖弘・斎藤参郎『ソーシャルシティ』放送大学教育振興会、2017年