


『2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会
レガシー』に関する提言（中間報告）

2014年7月

 プラチナ社会研究会
レガシー共創協議会

はじめに

2020年オリンピック・パラリンピック東京大会(以下、2020年東京大会)に向け、本格的な準備が始まりました。

この『2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会レガシー』に関する提言(中間報告)(以下、本提言)は、2020年東京大会が、東京をはじめ日本全国、さらに世界全体により良いレガシー(未来への遺産)をもたらすことができるよう、民間の発意により、産業界・行政・大学・スポーツ団体・NGOなど多様な組織団体が検討に参加し、取りまとめたものです。

オリンピック・パラリンピックは世界最大級のスポーツの祭典として、スポーツを起点に多くの分野で、新たな発展や質的向上をもたらすことが期待されています。こうした成果を国際オリンピック委員会(IOC)は「オリンピック・パラリンピック・レガシー」と呼び、スポーツ、社会(文化、教育)、環境、都市、経済の5つの分野でレガシーを築くことを目指しています。

本提言は、2020年東京大会で実現したいレガシーについて、今後、大会組織委員会や府省、自治体等によって策定されるであろうレガシープランへ提案することを第一義とし、プラチナ社会研究会・レガシー共創協議会の参加者の精力的な取組によって作成されました。プラチナ社会研究会は株式会社三菱総合研究所が2010年に設置し、現在400以上の組織団体が参加し活動しています。レガシー共創協議会はその分科会として本年4月に発足しました。参加団体の総数は164、検討参加者は約2か月の間に延べ1,000人を超えました。民間企業のほか、府省、東京都、自治体、スポーツ団体などに加えて、ラグビーワールドカップ2019組織委員会、関西ワールドマスターズゲームズ2021大会準備委員会から参加いただいたことも大きな特長です。

2020年東京大会は、開催条件から、IOCの掲げるオリンピック・パラリンピック・レガシーの真髄に迫る取組ができる好機だと考えます。

その思いを、大会関係者にお伝えし、レガシープランに反映していただくことをお願いするとともに、私たち自身がその実現に向けて取り組むことを表明します。同時に、それぞれの関係者への働きかけを積極的に行っていく所存です。

本提言は中間報告であり、引き続き検討を進め、本年12月を目途に成案を策定します。

大会開催まで6年。計画づくり・準備の時間は、思いのほか長くありません。本提言の作成に参加、支援いただいた多くの皆様に厚く御礼申し上げますとともに、ここを出発点として、さらに多くの皆様にご参画いただくことをお願いするものです。

共創のプラットフォームを活用し、知恵を出し合いともに行動して、2020年東京大会を契機に、あるべき未来社会の実現に向け貢献したいと考えます。

2014年7月

プラチナ社会研究会・レガシー共創協議会

(事務局並びに取扱い 株式会社三菱総合研究所)

◆ 目 次 ◆

1. 基本方針	1
1.1 課題認識	1
1.2 オリンピック・パラリンピックの意義	2
1.3 重要な視点	3
1.4 2030年ビジョン	5
1.5 レガシープランで想定すべき分野	8
2. 分野別プラン（ポジティブレガシーによる社会課題解決）	11
2.1 全員が能力と個性を発揮し、活躍する社会	11
2.2 皆が健康でアクティブに暮らせる社会	20
2.3 世界に開かれ、ジャパン・クオリティを広める社会	24
2.4 スポーツ・芸術文化が広く浸透した社会	34
2.5 国民も来訪者も安心する世界で最も安全な社会	43
2.6 課題解決に先進的に取り組み、モデル・技術を世界に示す社会	49
3. ネガティブレガシー（負の遺産）最小化	68
3.1 競技会場の大会後利用	68
3.2 大会の持続可能性	68
3.3 地方・被災地や2021年以降の落ち込み抑制	69
4. 全体推進策	70
4.1 レガシープランの実現に向けて	70
4.2 コミュニケーション（多様な主体との関係構築）	73
5. 今後の取組	74
5.1 提言を活用したレガシー共創機運の盛り上げ	74
5.2 レガシー共創協議会における事業・施策具体化の取組	75
6. 明日に向かって	79

1. 基本方針

1.1 課題認識

わが国初のオリンピックとなった1964年の東京大会は、アジアの奇跡といわれた戦後復興後の高度成長の真っただ中で行われた。

その4年後、1968年にわが国は世界第2位の経済大国となり、1970年代以降の2度にわたるオイルショックを乗り越え、製造業の持つ強みを発揮しつつ、1980年代初頭には“ジャパン・アズ・ナンバーワン”と称されるに至った。しかしながら、1980年代末の冷戦の終結に伴う世界経済の大きな構造変化に飲み込まれるなか、バブル経済を経て、長い停滞を余儀なくされてきた。

そして、人口の高齢化、労働人口の減少、需要不足によるデフレの進行、地球環境問題への対応など、気が付けばわが国は「課題先進国」であることが広く認識されるに至っている。また、1995年の阪神・淡路大震災、2011年の東日本大震災は、わが国が厳しい自然条件の上に成り立っていることを改めて示し、災害に強い国土と社会を形成していくことも大きな課題として再認識されている。

「課題先進国」を克服し、「課題解決先進国」となるには、人口構成、経済水準から成熟化したわが国の社会・経済を直視し、必要な方向転換を行うことが求められている。しかし、困難に気を取られ、課題解決を先送りし続けたのが、この四半世紀だったのではなかろうか。

こうした中、2020年東京大会の開催決定は各方面にプラスの影響をもたらした。

三菱総合研究所の調査でも、オリンピック・パラリンピックを契機に社会が良くなることへの国民の期待は高い。スポーツ、英会話、ボランティアなど、具体的な意識や行動の変化も見られる。元気に2020年東京大会を迎えるという目標ができた高齢者も多い。

各府省も、2020年、さらにはその先を見据えた政策立案に動き始めた。民間企業も、数年前まではリーマンショックや東日本大震災対応など守りの姿勢が強かったが、2013年に入り、海外展開、M&A、事業再編、新事業など、攻めの展開が随所に見えつつある。政府・成長戦略とオリンピック・パラリンピックに合わせ、2020年をターゲットにした6年間(通常の2回分)の中期経営計画を策定する動きも耳にする。

明るい兆しの一方、中長期の視点で見れば、世界に類を見ない超高齢社会が確実に到来し、少子化の進行で急速に人口が減少することが予測されている。こうした状況を乗り越え、成熟社会における国民の豊かさを維持していくためには、今、2030年、2050年を見据えつつ、足元から大きな変革のうねりを作り出す必要がある。

1.2 オリンピック・パラリンピックの意義

1964年東京大会は、戦後復興・高度成長の象徴として、発展するわが国の存在を国際社会にアピールする場となった。東海道新幹線、首都高速道路に代表される社会基盤整備、新ビジネスの誕生、国民の自信回復、戦後復興・平和国家のアピールなど、高度経済成長と国民の豊かさを実感する様々なレガシー（遺産）を創り出した。

2020年東京大会は、東日本大地震の被災地の復興も含めて、日本全国の積年の課題を解決し、それをレガシーとして未来に引き継ぐ機会としたい。オリンピック・パラリンピックの開催により世界の衆目が集まる中、2020年という明確な目標が設定されることで、実現のハードルが高い課題の解決やイノベーションを一気に加速する好機になると考える。

2030年や2050年の将来社会を視野に入れながら、2020年までに実現すべきビジョンとアクションプランを策定・推進することによって、バブル経済の後、20年以上もの間、続いてきた停滞から抜け出し、サステナブルな成熟社会への転換を図りたい。

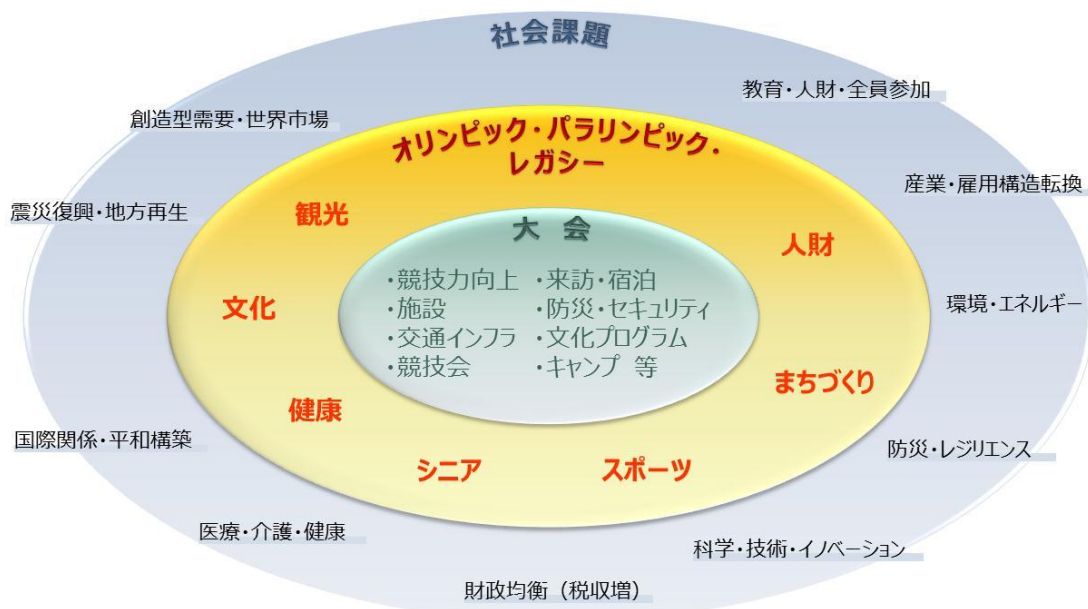
成熟社会となったわが国が、こうした質的向上の成果をオリンピック・レガシーとして世界に提示することで、21世紀の国際社会に貢献することが期待される。

また、2020年東京大会に前後して、2019年のラグビーワールドカップ、2021年の関西ワールドマスターズゲームズなど、世界的規模のスポーツ大会の開催が予定されており、これらの連続するイベントと連携し、成熟国における新たなオリンピック・パラリンピックの形の創造、スポーツの価値向上の機会として有効に活かしたい。

1.3 重要な視点

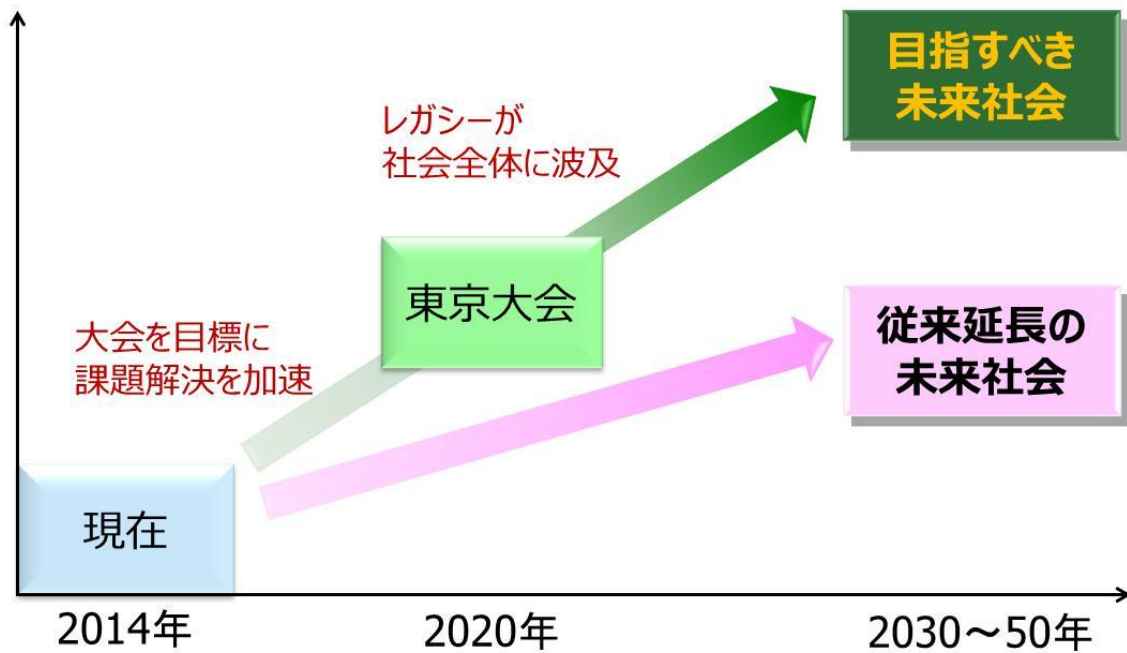
(1) Beyond Sport & Event

本提言では、オリンピック・パラリンピックの大会そのものではなく、大会をきっかけにして、スポーツを超えた様々な社会課題の解決を加速する効果に着目する。民間企業にとってみれば、大会以外の新しい事業機会が創出されることとなり、限られたパイの奪い合いではなく、パイそのものの拡大が期待される。国や自治体、スポーツ団体などにとってみれば、様々な施策を実施する機会やその効果が広がることとなる。一見オリンピック・パラリンピックとは関係の薄いテーマも含めて、一大イベントのもつ求心力と時限性を活用し、難問解決の加速を図るといふポジティブ思考も大いにありえよう。このような視点で捉えることによって、オリンピック・パラリンピックや他のスポーツイベントの社会的価値を高めることもできる。



(2) Beyond 2020

大会開催まで6年しか残されていないため、2020年より先の未来に何を遺すかという視点が重要である。2030年頃のビジョンを展望し、その実現のために必要な事業や施策を2020年までに展開したい。2030年には団塊の世代が80歳を超え、2050年には人口が1億人を大きく割ることが見込まれている。2020年までの6年間を、いわば集中取組期間と位置づけ、長年、躊躇してきた課題解決や新たな取組に産官学民がチャレンジすることで、より大きな効果が生まれる。加えて、現在、様々な政策や事業の計画が2020年を目標に策定されつつあるが、オリンピック・パラリンピックの終了とともに、経済が落ち込むことのないよう、2021年以降への平準化や配慮も必要である。



(3) Beyond Tokyo

大会は開催地中心だが、レガシーは東京だけのテーマではない。東京で先行導入したモデル(レガシー)を地方に展開するなどの波及効果が重要である。また、被災地を含む全国各地も、これを契機にそれぞれの課題解決と地域再生を能動的に進めることが有効である(2012年ロンドン大会では地方もレガシープランを策定)。加えて、オリンピック・パラリンピック夏季大会の2度目の開催という、世界でも非常に希少なチャンスを得たことも鑑みると、アジアや世界に対しても、ポジティブな効果を展開することを目指したい。

(4) Beyond Sector

バブル崩壊から現在に至る四半世紀、いわゆる「失われた20年」は、「成長社会から成熟社会への構造転換に苦しんだ時代」でもある。人口や経済などのトレンドが成熟型に移行することは、随分前から分かっており、成熟社会への構造転換に必要な取組も認識されていたにもかかわらず、実現は進まなかった。その原因の一つが「縦割り」であり、レガシー創出には、連携や横断での取組が非常に重要となる。産官学や異業種の連携はもちろんのこと、同業種でも、限られたパイの奪い合いや価格競争に陥るのではなく、連携して新たな市場を創っていくことが必要だ。地域や自治体も同様であろう。

一方、2016年のスポーツ・文化版ダボス会議、2019年のラグビーワールドカップ、2021年の関西ワールドマスターズゲームズとの一体的なレガシー創出の発想も不可欠である。

1.4 2030年ビジョン

(1) ビジョンの前提

本提言で目指す2030年の社会ビジョンは、以下の認識を前提として想定する。

①社会

人口は、今後、出生率が回復したとしても、大量移民を受容しない限り、当面、人口及び生産年齢人口の減少、高齢化率の上昇は不可避である。将来的には出生率回復による人口規模の維持を目指す。環境は、原発稼働見通しが不明瞭な状況下、政府がエネルギー基本計画(2014年4月閣議決定)に基づくCO₂排出目標を検討中であるが、いずれにしてもCO₂排出削減に対する最大限の努力は必須である。資源は、世界の人口増と経済水準向上に伴い、エネルギー、水、森林、農地(食料)、水産物、希少物質等に関する利用制約が強まる。財政は、国と地方の長期債務が1,000兆円を超え、中期財政計画(2013年8月)では、2020年度までに基礎的財政収支黒字化、その後は債務残高GDP比率の安定的低下を目指しており、社会保障や施設・インフラ維持管理など、今後増加が確実な支出の抑制を含めて、財政支出の自由度は低下する。

「成熟社会では経済成長は不要」、「一人当たりGDPが増えれば、国のGDPは減少してよい」との言説もあるが、本提言では、前述の人口・環境・資源・財政の制約下でも、社会の制度維持や課題解決の必要条件として、国の持続的経済成長を目指すことを将来ビジョンの前提とする。(必要条件としての経済成長であり、目的ではない。)

②個人

多くの国民が経済的・量的な豊かさを実現し、質的な豊かさ、精神的な充足、社会で必要とされ貢献することへの価値が高まりつつある。価値観も多様化している。

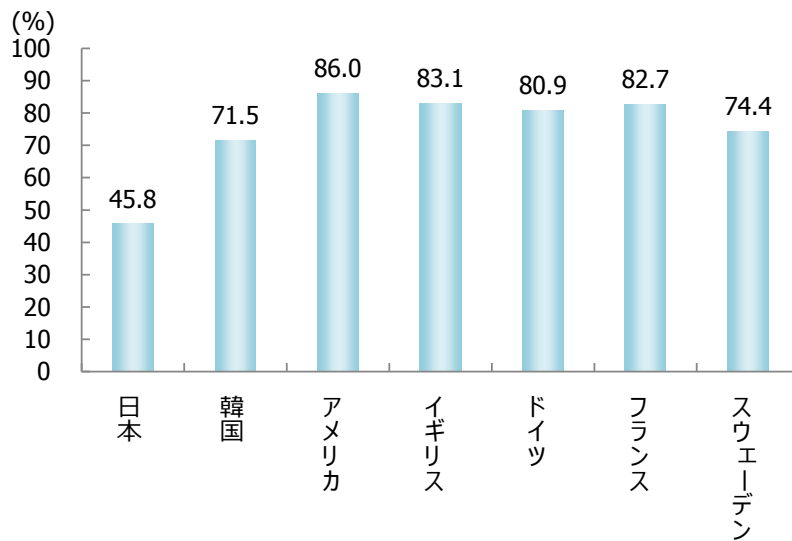
一方、非正規雇用の拡大や年金受給開始年齢の引上げなどに伴い、低賃金・低収入や雇用不安、成長機会の乏しさなど、経済的な困難を抱える若者・中堅・シニアの問題も顕在化している。加えて、「失われた20年」の中で育ってきた日本の若者は、他国に比べて、自己評価が低く、将来に対して悲観的な見方が多い一方、自国の役に立ちたいという割合が高い(内閣府調査)。また、結婚したくてもできない、あるいは、子どもを産み育てたくてもできないなど、期待と現実のギャップに苦しむ人々も多数存在している。さらに、現役就業者も、グローバル競争の激化や採用絞り込み、成果主義評価などの影響で、長時間労働や精神的な負担が増す状況が続いている。

結果として、個人に経済的・精神的な余裕が低下し、世代、貧富、国籍・民族・宗教などの違いへの寛容さ、あるいは、新しいこと・困難なことへのチャレンジの意欲が失われつつある。本提言では、質的な豊かさ、社会での活躍・貢献、経済的な困難の解消、希望出生率の実現など、個人の課題解決を進め、チャレンジへの意欲や、国民相互の信頼・敬意を回復することを将来ビジョンの重要テーマとする。

③世界の中の日本

新興国の台頭とわが国の成熟化により、GDP、人口、貿易など、世界における量的な存在感やシェアの低下は不可避と考えるべきであろう。一方で、世界に良い影響を与える国や国際競争力、観光地等のランキングでは、日本人自身の想定を超えるような高い評価を得ている面もある。

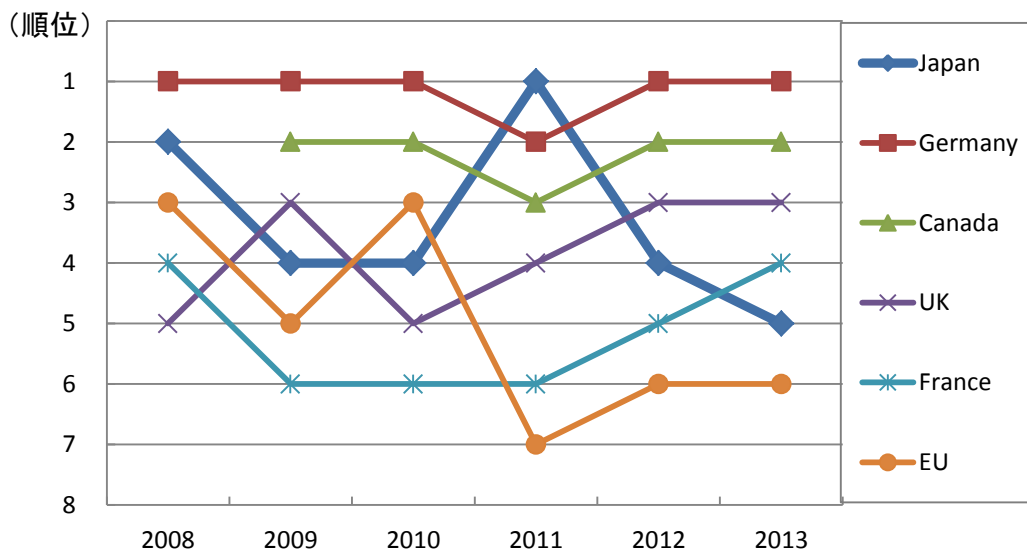
本提言では、わが国の技術・制度や文化、人材等による貢献を強化し、世界の中での質的な存在感を高めることを目指すビジョンとする。



(注)「次のことがらがあなた自身にどのくらいあてはまりますか。」との問いに対し、「私は、自分自身に満足しているに「そう思う」「どちらかといえばそう思う」と回答した者の合計。

(出所)わが国と諸外国の若者の意識に関する調査(平成 25 年度) 内閣府

図 若者の自己肯定感の低さ



(出所) View of Different Countries' Influence (BBC 世論調査)

図 世界に良い影響を与えている国ランキング

(2) 2030年の社会ビジョン

立候補ファイルでの大会ビジョン“Discover Tomorrow”を受け、2020年東京大会のレガシープランで目指す未来の姿として、以下の通り提案したい。

～夢とチャレンジと敬意を感じられる持続可能な成熟社会～

- ◇ 個人・組織の誰もが、夢・希望・目標を持ち続け、実現に向けたチャレンジを繰り返し、果敢な失敗は称賛され、互いに尊敬の念を持って関わりあう社会
- ◇ こうした個々の活動を通じて、人口や財政の制約の下でも、長年山積する課題の解決が進み、持続的な経済成長が実現され、ソフトパワーやヒューマンパワーで世界に貢献する社会＝持続可能な成熟社会

<3つの特長>

①全員活躍・ダイバーシティ・オープンな共創（厚みのある多様な中間層）

- ◇ 国民一人ひとりが社会で必要とされ、自立し、多様な役割で活躍している。
- ◇ 多様な価値観・能力・知識が尊重されつつ、融合し、新たな価値が生み出される。
- ◇ 世界・異分野に開かれ、寛容であり、若者・変わり者・よそ者が自由に集まってくる。
- ◇ 結果として、厚みのある多様な中間層が社会・経済の基盤・成長を支えている。

②伝統と革新の融合による価値や文化の創出・発信

- ◇ 文化、技術、技能、生活、制度などの伝統が大切にされ、世界に発信されている。
- ◇ 常に最先端の文化、技術、制度の創造・導入にチャレンジしている。
- ◇ 伝統に、最新の技術やイノベーションが加わり、新たな価値が生み出される。
- ◇ 結果として、国民が、自分に、地域に、組織に、国に対する誇りを持てる。

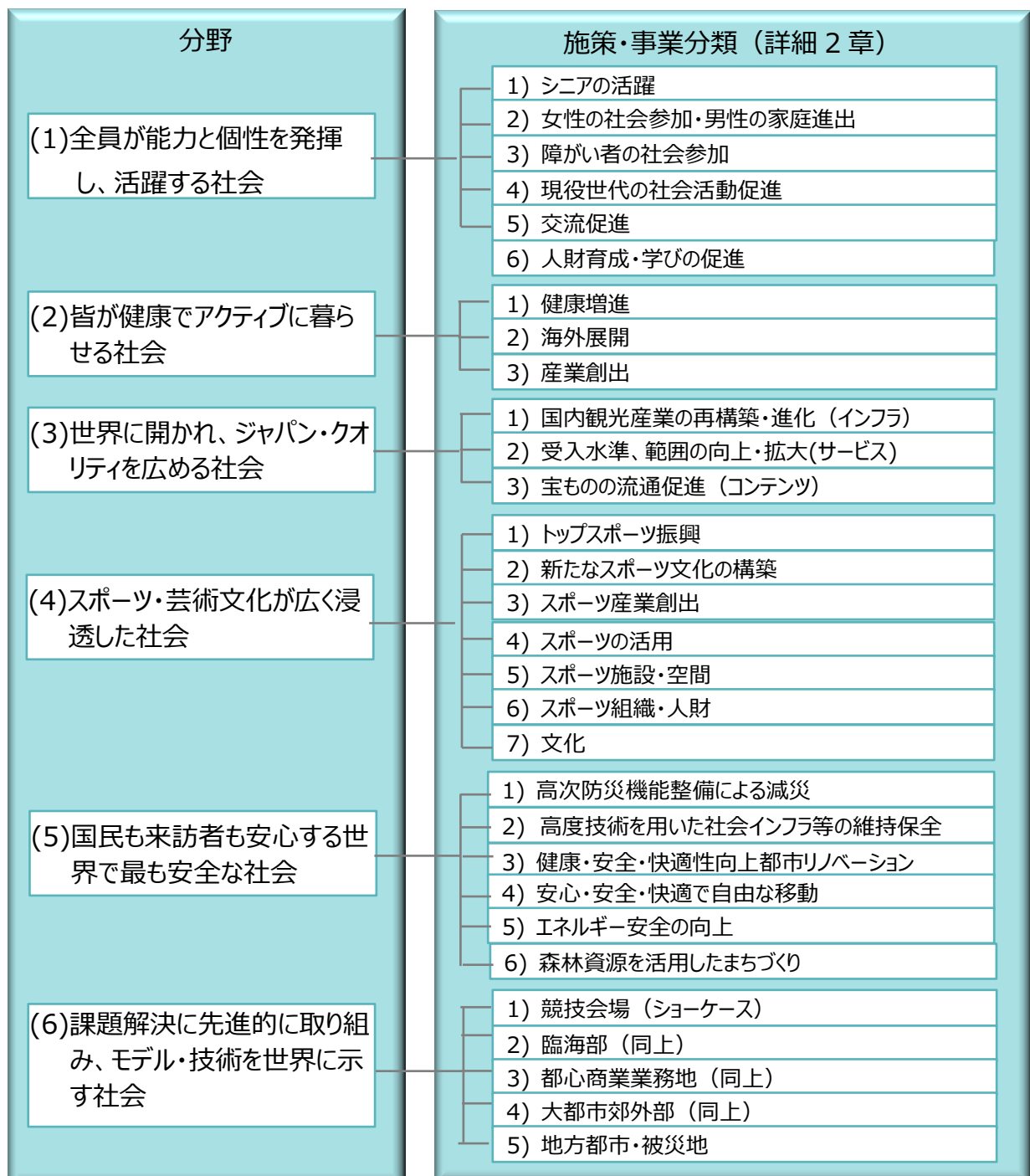
③課題解決による経済・社会活性化と世界貢献

- ◇ 個人や社会の課題解決が進み、生産性や財政負担が改善されている。
- ◇ 課題がビジネスとして解決され、新たな市場が創出・拡大されている。
- ◇ 世界共通の課題の解決に先進的に取り組み、モデル・技術を世界に提供している。
- ◇ 結果として、経済・社会が継続的に活性化し、世界からも尊敬される存在となっている。

1.5 レガシープランで想定すべき分野

目指すビジョンのうち、オリンピック・パラリンピックを契機として、実現に向けた加速が期待される分野をレガシープランとして設定する。

オリンピック・パラリンピックの特徴は、①スポーツと文化の祭典であること、②世界中から関心と来訪者が集まること、③人々の気持ちを前向きにする力があること、である。イベントの成功で完結するのではなく、これらの特徴を活かして成熟社会への転換を実現していくことが重要である。それらが活かしやすい分野として、全員活躍、健康、観光、スポーツ・文化、安心・安全、課題解決の6つが有望である。



(1) 全員が能力と個性を発揮し、活躍する社会【全員活躍】

子どもからシニアまでが前向きな気持ちになり、世界中の人々が集まり、障がい者スポーツの祭典でもあるオリンピック・パラリンピックは、全員が活躍する社会づくりのきっかけとするのに適したイベントである。

わが国は、シニア、女性、障がい者、外国人に社会参画の余地が大きく、若者の能力も活かしきれていない。労働流動性が低く、潜在能力を十分発揮できない人材も数多く存在している。全員が活躍する社会づくりを進めることで、国民の自己実現やモラル・所得の向上につなげるとともに、人口減少・高齢化の下での経済成長や国民負担(社会保障費等)の軽減など、社会全体としての課題解決も進めたい。

(2) 皆が健康でアクティブに暮らせる社会【健康】

トップアスリートの活躍の場であるオリンピック・パラリンピックを契機に、運動や健康づくりへの関心が高まる可能性があり、翌年に開催される生涯スポーツ世界最大イベントの関西ワールドマスターズゲームズとの連携も含めて、国民の健康活動の活発化が期待される。また、パラリンピアンへのトレーニングや用具などの科学的研究成果を一般に適用することで、シニアや障がい者のアクティブな活動のサポートを充実することも可能である。

わが国は、寿命も健康寿命も既に高い水準にあるが、先例のない高齢化、生活習慣病、新しい疾病(感染症、花粉症、精神疾患等)、難病等への対応には、取組の余地は大きい。健康水準が高まることで、国民の生活の質向上やアクティブな活動の基盤づくりにつながるとともに、消費・労働両面での生産性向上や国民負担(医療・介護費等)の軽減など、社会全体としての課題解決も進めたい。

(3) 世界に開かれ、ジャパン・クオリティを広める社会【観光】

2020年東京大会で見込まれる80~100万人程度の訪日観戦客はもちろんのこと、マスメディアや選手など情報発信力の高い人々が世界から多数来日するとともに、多様なメディアを通じて、東京・日本に世界中の関心が高まる。オリンピック・パラリンピックで東京・日本に集まる人々と関心を最大限活用して、日本の良さ=ジャパン・クオリティを体感・認識してもらうとともに、様々な環境整備を加速することで、訪日外国人2000万人、3000万人の実現につなげたい。

わが国の訪日外国人は世界33位(2012年)で、2013年に1千万人を突破したものの、大きな拡張余地がある。グローバル需要を取り込む観光産業が活性化することにより、人口減少下での雇用創出につながるとともに、日本の良さを世界に広め、日本ファンの拡大、ひいては、安全保障の強化にもつなげたい。

(4) スポーツ・芸術文化が広く浸透した社会【スポーツ・文化】

オリンピック・パラリンピックは、スポーツの祭典であるとともに、文化の祭典でもある。2012年ロンドン大会では、開催4年前から国内各地で多くの文化プログラムを展開し、4,340万人が参加した。大会に向けて、スポーツや芸術文化の各種プログラムを国内各地で展開し、大会後に、スポーツ・芸術文化が浸透した社会となるよう取り組みたい。

わが国では、芸術やスポーツなどの文化が、いまだ生活に浸透・定着していると言いが難い。成熟社会として、芸術・スポーツなどの文化が生活に浸透・定着して、人々の暮らしに深みを与えるとともに、新たな需要・産業の創出にもつなげたい。

(5) 国民も来訪者も安心する世界で最も安全な社会【安心・安全】

世界中から関心が高まり、多くの人を訪れるオリンピック・パラリンピックでは、テロ、サイバー攻撃、地震・津波、異常気象などへの対策は必須項目である。また、今後、来訪者や国民の利便性向上を進める上で必要となる個人情報利活用に関しても、安心して提供できる仕組みやルール、技術の構築が重要となる。加えて、大会開催前までに福島原発事故の収束と安定的なエネルギー供給を実現し、世界の信頼を取り戻すことが至上命題となる。

わが国は、世界の中でも安全な社会との評価が高いが、外部からの攻撃や自然災害への備えには改善の余地が大きく、また、大会開催が、被災地復興や福島原発対策を遅らせるのではないかと懸念もあり、大会中の安全確保をトリガーにして、日本全体の安全性向上につなげたい。

(6) 課題解決に先進的に取り組み、モデル・技術を世界に示す社会【課題解決】

世界から人と関心が集中するタイミングを利用して、様々な社会課題の先進的解決モデルのショーケースを、国内各地域で展開し、海外からの来訪者に、リアルとバーチャルで体感・認知してもらい、モデルの海外輸出のきっかけとして、オリンピック・パラリンピックを活用したい。

わが国の社会課題解決や生産性向上には、科学技術・ICTの先進的な活用やイノベーションが不可欠であるとともに、その成果を世界に還元することが、課題先進国である日本の役割でもある。

2. 分野別プラン（ポジティブレガシーによる社会課題解決）

2.1 全員が能力と個性を發揮し、活躍する社会

(1) ビジョン・目標

ビジョン	全員が能力と個性を發揮し、活躍する社会
	一人ひとりが、性別、年齢、健康状態、国籍に関わらず、能力と個性を高め、發揮する全員参加型の社会
2020年目標	シニア（60～69歳）の就業率：60%（現状 49%） 女性（25～44歳）の就業率：76%（71%） 障がい者の実雇用率：2.0%（1.76%） 男性の育児休業取得率：10%（2.03%） 副業を持っている雇用者の割合：10%（3.63%） ボランティア活動参加率：50%（26%）
2030年目標	シニア（60～69歳）の就業率：70% 女性（25～44歳）の就業率：80% 障がい者の実雇用率：4.0% 男性の育児休業取得率：20% 副業を持っている雇用者の割合：30% ボランティア活動参加率：70%
サブビジョン	組織での多様性と相互補完の推進
	様々な組織の人財の多様性が高まり、交流を通じて潜在能力の発掘や足りない部分の補完が行われ、結果的にイノベーションが推進される
2020年目標	柔軟な働き方を受容する制度や、相互補完を推進する環境が整備され、企業・NPO など、様々な組織の多様性が高まっている
2030年目標	<ul style="list-style-type: none"> ・企業・NPO など、あらゆる組織において多様な人財が活躍している ・多様な人財の交流を通じてイノベーションが生まれている
サブビジョン	一人三役の推進
	家庭と仕事の両立に加え、それぞれがもう一つの世界を持ち、複数の場で活躍している
2020年目標	現役世代が職場と家庭以外にもう1つの世界（別の仕事、地域活動など）を持っている
2030年目標	あらゆる人が職場と家庭以外にもう1つの世界（別の仕事、地域活動など）を持っている

(2) 課題認識

①シニアの活躍(生涯現役)

- ◇ 「第二の就活」「アクティブシニア」の活躍の場・支援の仕組みが不十分
- ◇ 「現役時代のパラレルキャリア促進」退職前後のライフスタイルギャップ克服
- ◇ 「シニア間格差」一歩踏み出せない“パッシブシニア”の巻き込みが不十分
- ◇ 「善意依存」持続可能な活躍基盤(インセンティブ制度)が未整備
- ◇ 「高齢者に閉じたコミュニティ」他世代・社会との交流機会が不足 など

②女性の社会参加・男性の家庭進出

- ◇ 経験・スキルのある女性が、育児・子育て期間に、本来の力を発揮できない
(M字カーブが依然として解消されていない)
- ◇ 仕事と子育ての両立を支える制度の不足
(待機児童問題、体調がすぐれない子どもを一時的に預かる施設の不足等)
- ◇ 女性を活用しようというように、企業風土が変わっていない
- ◇ 男性の意識変化・家事参加が進まない など

③障がい者の社会参加

- ◇ 障がい者の就労、スポーツ等への参加が不十分
- ◇ 障がい者の社会参加にかかる移動のサポート体制、インフラ整備が不十分
- ◇ 障がい者の社会進出をサポートする人材、ノウハウが不足 など

④現役世代の社会活動促進

- ◇ 地縁社会で活躍している現役世代が少ない
- ◇ テーマを持った社会活動(環境運動等)で活躍している現役世代が少ない など

⑤交流促進

- ◇ 既成概念にとらわれ各グループ間の交流がもたれず、硬直している社会
- ◇ 地域コミュニティの人間関係の希薄化
- ◇ 学校と社会の関係性が薄い など

⑥人財育成・学びの促進

- ◇ 社会・世界で求められる人財と学校教育にミスマッチ
- ◇ 異文化体験・修羅場経験の機会が乏しい
- ◇ 就職後の継続的な学び、学び直しが不十分 など

(3) 基本方針

①シニアの活躍(生涯現役)

- ◇ 世界で一番クールなシニアライフの実現
- ◇ 活躍・貢献のインセンティブ・見える化(例:ポイント制、資格化、表彰)
- ◇ 補助金に依存しない仕組み
(例:シニア資産活用、クラウドファンディング、コンテスト形式)
- ◇ 知識・経験の棚卸と補完、チーム形成(例:シニア大学、クラウドワークス)
- ◇ 一歩踏み出せないシニアを巻き込む仕組み
(例:孫世代巻き込み、民間・地域クラブ連携)

②女性の社会参加・男性の家庭進出

- ◇ 育児・子育て期間中も含めた、女性の経験・スキルの発揮の場の整備
- ◇ 仕事と子育ての両立を支える制度の充実
- ◇ 女性の活躍を促進するための企業風土の改革

③障がい者の社会参加

- ◇ パラリンピックを通じた障がい者との交流機会の創出
- ◇ パラリンピック技術を活かした補助用具の開発促進
- ◇ パラリンピアン企業の活用促進
- ◇ 障がい者が活躍しやすい環境づくり など

④現役世代の社会活動促進

- ◇ 地縁社会へ誘う導線を整える(同窓会)
- ◇ 職場のバックアップ体制の強化(兼業規程の緩和など)
- ◇ 社会活動支援制度の構築(情報提供機能など)

⑤交流促進

- ◇ シニア・女性・若者・障がい者・外国人など多様な人々が交流することで、既成概念を打破し、地域コミュニティの活性化、地域固有課題の解決や新たな事業創出などにつなげる「成功事例」を作り出す。

⑥人財育成・学びの促進

- ◇ 学校教育で目指す人財像の再定義、カリキュラム・指導人財の見直し
- ◇ チャレンジや異文化体験の機会の意図的な設定
- ◇ 継続的な学びの多様な機会の提供

(4) 事業・施策体系

テーマ	事業・施策名	
1) シニアの活躍（生涯現役）	A	“スーパーオモテナシニア”養成
	B	シニアボランティア・ポイント制度
	C	おもてなしプランコンテスト&ファンド事業
	D	健康美容長寿立国“パラダイスジャパン”
	E	クールシニア創出・増殖事業
	F	空家活用、住替・リフォーム・共住促進
2) 女性の社会参加・男性の家庭進出	G	ワーキングプレイス提供事業
	H	スポーツ教室つき学童保育
	I	女性マネージャー育成
	J	企業制度のコンサルティング
	K	意識を変えるためのセミナー事業
	L	育児・介護移動・交流支援きつぱ
3) 障がい者の社会参加	M	シームレスなバリアフリー環境創造
	N	周囲に困りごとを知らせるスマホ
	O	移動支援人材創出
	P	こころのバリアフリー推進事業
	Q	パラリンピックを活用したイメージ転換事業
4) 現役世代の社会活動促進	R	同窓会活性化事業・アクティブコミュニティ活性化事業
	S	就業規程の弾力化による現役世代の社会貢献プロジェクト
	T	新スポーツ創造（マイナースポーツリニューアル）コンテスト
5) 交流促進	U	学校施設を拠点とした地域交流促進事業（一校一交流）
	V	一校一共有運動
	W	世代交流ホームシェア
	X	留学生・日本人学生チームによるオリンピック便乗プランコンテスト
	Y	シニアによる保育園事業
	Z	学校体育におけるトップアスリートの学習支援、子どもの態度育成
	AA	ボランティア・サポートプラットフォーム事業
	AB	シニアを中心としたクラウドワークス
	6) 人財育成・学びの促進	AC
AD		留学促進事業
AE		グローバル人財育成特化型高等学校
AF		あなたの人生、ガラガラポン！！（チャレンジ抽選事業）

* 網掛けの事業・施策は、次ページ以降で内容を例示。

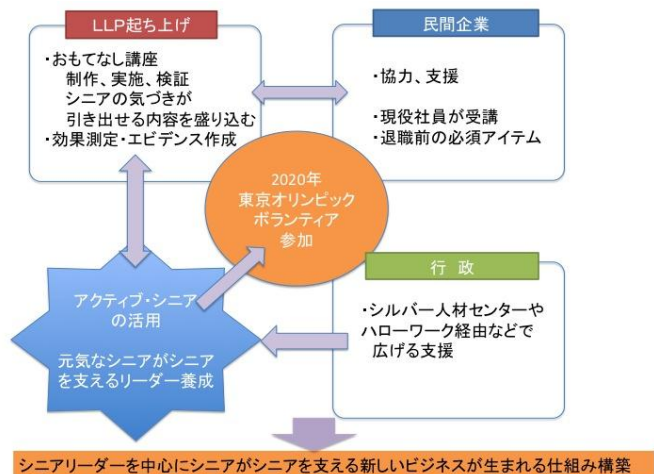
(5) 主な事業・施策 ◇ = 概要 ● = 創出されるレガシー ■ = オリ・パラの活用

① “スーパーオモテナシニア”養成

1) シニア-A

◇ オリ・パラのボランティア参加を目的としながら、おもてなし人財育成プログラムを作成し、シニアを再教育。その効果測定をしてエビデンスを作成し、オリ・パラ終了後も、企業がこのプログラムで退職後に地域コミュニティで活躍出来る人財を輩出していくプログラムとして活用する。その延長線上に新たなシニアがシニアにできるサービス業を創出し、元気なシニアが、弱ったシニアを支える高齢社会の仕組みを構築。

- シニア再教育と元気シニアが支援するシニア向けサービス開発の自立的事業モデル。
- オリ・パラのボランティア参加をきっかけに、新しい事にチャレンジできる仕組みづくり。大会で必要とされている約8万人のボランティアのうち、20%をアクティブシニアの参加とする。

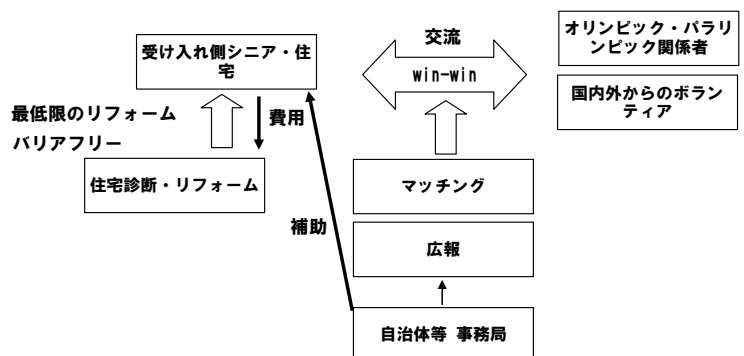


② 空家活用、住替・リフォーム・共住促進

1) シニア-F

◇ シニア層が保有する住居をリフォーム(バリアフリー化)し、若者、外国人、障がい者、高齢者が同居できる環境を整え、多世代・多様な人々との交流の場とする。オリ・パラ関連のボランティア等で多くの人が東京に集まることを契機とし、バリアフリーな住まいと多世代同居を東京各所で展開する。大会後は、リフォームが済んだ家にシニアが住み続ける。

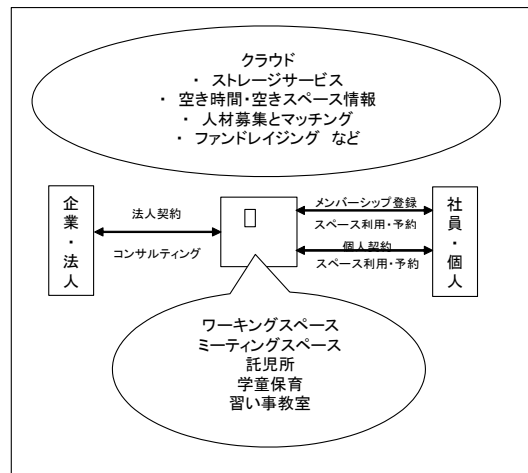
- 省資源、多様な人々の共存を実現する事業モデル。
- オリ・パラを契機に来日する「お客様」を迎えることをきっかけとする。



③ワーキングプレイス提供事業

2)女性-G

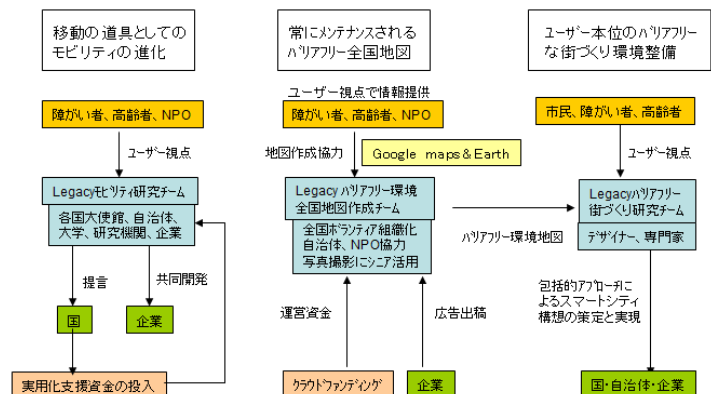
- ◇ 企業のサテライトオフィス機能と、個人事業主のコワーキング・オフィス機能を併せ持つ施設を、首都圏郊外や地方都市に開設する。育休中や非就業の人に仕事の間を提供する。託児サービス、小学生児童のためのアフタースクール機能も併設し、男性でも女性でも、住まいの近くで仕事がしやすい環境を生み出す。デスクや部屋の空き状況はリアルタイムで把握でき、携帯やスマートフォンから簡単に予約できる。求人募集や人材マッチングの機能も提供する。クラウドソーシングによって、地域を超えた業務オファーや受託も可能となる。働き方の変革を、企業と個人に促す。
- 多様性のある社会の実現、一人でも多くの人を働き手として育成することで生産性向上。
- オリ・パラを契機に、社会貢献やボランティア活動に興味を持つ人がさらに増えると予想され、育児介護休業法改訂や兼業禁止規定緩和などが期待される。こうした流れの受け皿となる。



④シームレスなバリアフリー環境創造

3)障がい者-M

- ◇ 障がい者やシニアが、自分で自由に外出できる「シームレスなバリアフリー環境」を創出する。「移動の道具であるモビリティの進化」、「常にメンテナンスされるバリアフリー全国地図」、「ユーザー本位のバリアフリーな街づくり環境整備」の3つに取り組む。
- 車椅子のユーザーである障がい者と高齢者の視点を、モビリティの進化、バリアフリーの街づくりに取り込む。市民、デザイナーを参画させることで、人間中心の生活環境を実現させる。
- オリ・パラ観戦に訪日する多くの外国の障がい者、及び高齢者に優しい「シームレス(街全体)なバリアフリー環境」の街づくりのアピール。ハードなものづくりだけではない、デザイン、ソフト面でも優れた日本を海外にアピール。

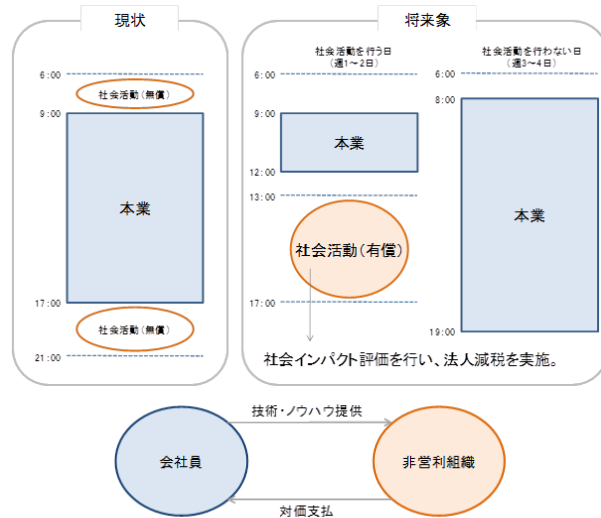


⑤就業規程の弾力化による現役世代の社会貢献プロジェクト

4)現役-S

◇ 裁量労働制導入や兼業規程緩和など、就業規程を弾力化することにより、現役世代の社会参加を活性化させる。

- 現役世代の社会活動の活性化による社会課題解決の進展。多様な働き方を認める就労文化の確立。
- オリ・パラ関連の非営利活動に参加する社員に対して、兼業規制緩和等を検討し、現役世代が参加しやすい仕組みの検討・構築を行う。

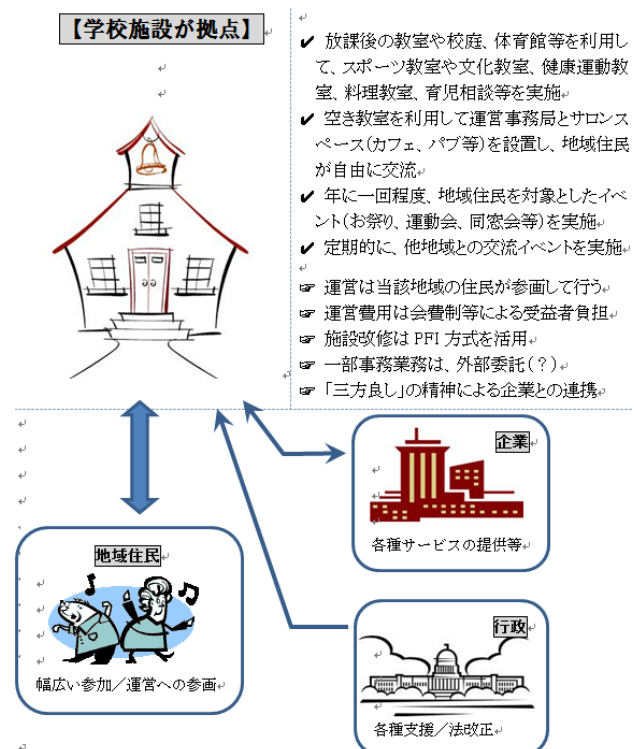


⑥学校施設を拠点とした地域交流促進事業

5)交流-U

◇ 学校施設を活用し、住民・産官学連携によって、多くの地域住民が参加し交流する「場」と「機会(各種コンテンツ)」を提供する。交流を促進する機能として、サロンスペース(カフェ、パブなど)を設置する。各種コンテンツとして、地域住民を多く巻き込んで実施する要素を必ず取り入れるほか、近隣地域や他地域との交流イベントを定期的な実施することにより、全国の各地域単位のコミュニティ活性化を促す。

- 豊かな地域コミュニティの醸成を通じた市民の社会参画への意識向上。世代間の交流促進による様々な孤立(高齢者の居場所、育児の悩み、子どもの放課後活動など)の抑止。高齢者の充実した活動による健康増進→医療費抑制。学校施設の効率的な活用。
- オリ・パラ運営に欠かせないボランティア養成の一助として、市民の社会参画意識の醸成。各国の選手・観客を迎え入れる日本人としての素養(豊かな社会性)を高める。



⑦一校一共有運動

5)交流-V

◇ 組織委員会と大学との連携(協定締結)と同様の取組を、小学校・中学校・高校・地域の図書館・公民館サークルなどあらゆるコミュニティで展開する。都道府県別に地元の課題を決めて、47の共有テーマを持つ(観光、国際化、女性の社会参画、バリアフリー、少子化、若者離れ、農業離れ等)に基づいて、学校やコミュニティがアクションプランを検討・実行する。

- 日本人のグローバル化・ダイバシティ推進。
- オリ・パラを契機に、各地域において、共通テーマに取り組む機運を盛り上げる。

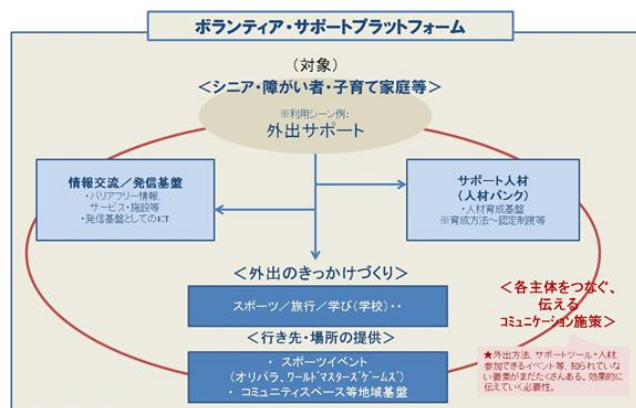


⑧ボランティア・サポートプラットフォーム事業

5)交流-AA

◇ 障がい者、高齢者、子育て世代の社会参画を促すことを目的として、サポートを求めている人への情報・サポートの提供、サポートをしたいと考えている人の掘り起こしとマッチング、そのためのソフト・ハードの整備を行う。外出機会の創出をはじめ、そのためのサポート(支援活動・施設やサービス)の情報集約と周知、外出のきっかけづくり、支援者の育成、ダイバーシティに関する意識改革も行う。

- 障がい者、高齢者、子育て世代等誰もが主役のダイバーシティ社会の基盤整備。
- 障がい者、高齢者等の社会参画のきっかけ(外出のきっかけ等)としてのオリ・パラ。パラリンピックの魅力の伝播。

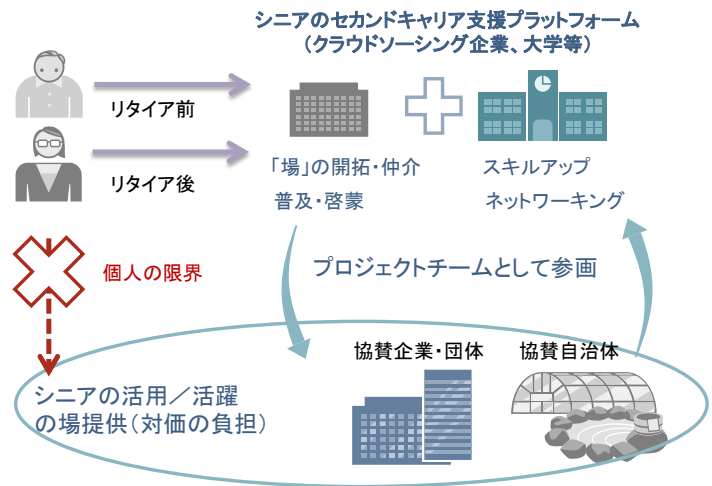


⑨シニアを中心としたクラウドワークス

5)交流 - AB

◇ 企業に所属していないシニア、障がい者、育児中の女性・男性でも、WEBを通じて、自分たちのスキル・サービスを、各々の制約条件の中で提供可能とする仕組みを構築する。

- シニアなどの活力・健康維持・増進。地域課題を解決する人財基盤の育成。
- オリ・パラを契機に、まずはスポット的な有償ボランティアなどをWEBで募ることにより、仕組みが整備され、他のサービス用途にも使用されるようになる。

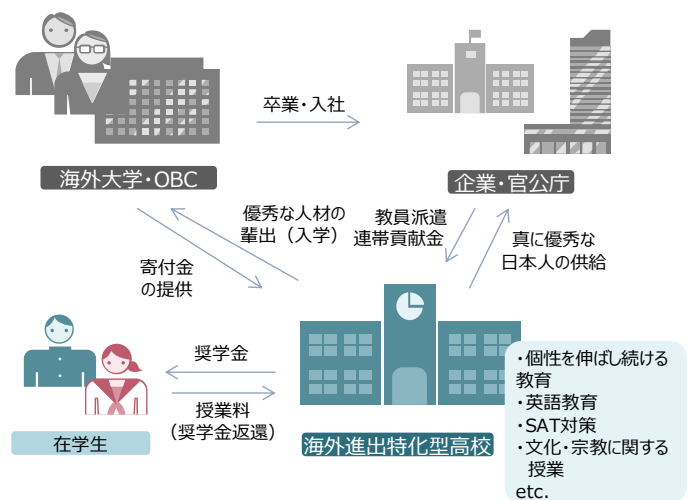


⑩グローバル人財育成特化型高等学校

6)人財 - AE

◇ 世界で活躍する人財を育成することを目的とし、海外の大学への進出に特化した高等学校を運営する。一般的な高等学校のカリキュラムではなく、英語教育や文化・宗教等、世界で活躍するために求められる能力を養う授業を提供。奨学金を学校から提供するほか、出身地等の属性を分散することで、多様な生徒が在籍する学校とする。

- 世界を舞台にした活躍を夢見る子どもの増加。人と異なる夢を持つことを支援する文化の醸成。多くの人が大きく熱い夢を抱いている活気のある社会の実現。
- オリ・パラ開催により醸成される、夢へのチャレンジとグローバル化のマインドを促進させる施策として社会に提案。



2.2 皆が健康でアクティブに暮らせる社会

(1) ビジョン・目標

ビジョン	皆が健康¹でアクティブに暮らせる社会
2020 年目標	自分が健康であると考える人の割合 70%（現状：55.1%） ² 健康に関する投資と消費の増大
2030 年目標	健康寿命延伸 +2.020 歳 （現状：男性 70.4 歳、女性 73.6 歳） ³

(2) 課題認識

- ◇ 健康に対する意識の醸成、健康的なライフスタイルの普及・定着
- ◇ ストレス社会における新たな疾病（精神疾患など）への対応
- ◇ 増加する医療費への対応
- ◇ 高齢者の社会参加率の向上
- ◇ 医療の国際化対応、海外展開
- ◇ 健康、予防医学、医療分野におけるデータやICT活用、技術イノベーション など

(3) 基本方針

①健康でアクティブな新しいライフスタイルを創造するための産業創出を活性化

- ◇ 健康でアクティブな新しいライフスタイルを創造するために、人々の健康水準を高める新たな商品やサービスの開発を活性化する。【産業創出】
- ◇ 先端科学や先進技術の活用、情報やデータの共有など、産業創出を後押しするための共通の環境、インフラを業種横断、分野横断で整備する。

②分野間・業種間の連携を促進し健康分野における新たな価値を共創

- ◇ 健康の新産業創出においては、業種横断による包括的なアプローチが不可欠である。
- ◇ 産官学連携、同業他社・異業種・業界の協業により、健康分野における新たな価値の共創を目指す。

¹ WHO の健康の定義：「健康とは、病気でないとか、弱っていないということではなく、肉体的にも精神的にも、そして社会的にも、すべてが満たされた状態にあることをいいます。」（日本 WHO 協会訳）

² 文部科学省 体力・スポーツに関する世論調査（平成 25 年 1 月調査）

³ 厚生労働科学研究費補助金 健康寿命における将来予測と生活習慣病対策の費用対効果に関する研究

(4) 事業・施策体系

テーマ	事業・施策名	
1)健康増進	A	スポーツ科学の予防医学への活用
	B	先端技術の医療・介護への活用
	C	自治体におけるライフスタイル改善事業の推進
	D	地域における運動・スポーツ活動中の安全管理の充実
	E	健康経営の手法開発及び普及促進
	F	ねんりんぴっく、ワールドマスターズゲームズと連携した健康寿命延伸意識の醸成
2)海外展開	G	外国語に対応した高度医療及び医療ツーリズムの推進、医療サービスの国際化
	H	日本の健康・予防文化の海外展開 (生活習慣、食文化、検診等)
3)産業創出	I	ICTを活用した健康増進&ライフスタイルデータマネジメント
	J	新たな健康コンテンツ（美容、食、技術活用）の開発、普及
	K	スポーツ・ヘルスケアポイントを利用した健康行動促進と地域活性化
	L	ビジネス地区における企業、ビジネスパーソンの健康投資拡大

* 網掛けの事業・施策は、次ページ以降で内容を例示。

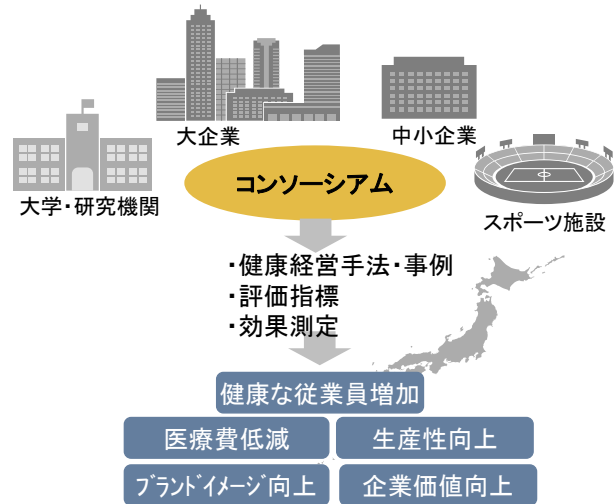
(5) 主な事業・施策 ◇ = 概要 ● = 創出されるレガシー ■ = オリ・パラの活用

①健康経営の手法開発及び普及促進

1)健康増進 - E

◇ 健康経営に関心を持つ企業及び健康経営を研究テーマとする大学等研究機関から構成されるコンソーシアムを組織し、従業員にとって無理なく取り組み、企業(経営層)にとっても受け入れやすい健康経営手法や評価指標、効果測定のあり方等について検討するとともに、健康経営に関する先進的取組の収集・共有及び普及啓発を行う。

- 企業にとっては、生産性向上、健保組合の医療費低減、ブランドイメージ向上、企業価値向上などの効果がある。さらには、国の医療費の低減、健康寿命延伸、アクティブシニアの増加に貢献する。
- 個人や企業の健康、スポーツに対する関心の高まりにより、取組が加速する。

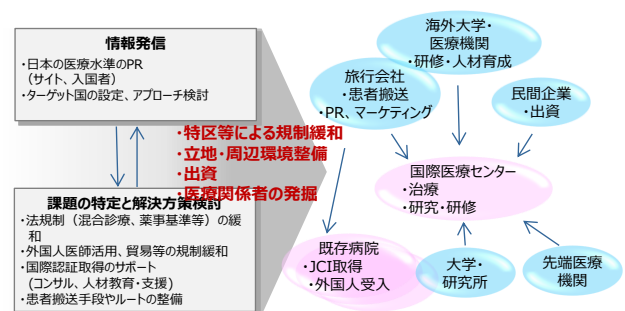


②外国語に対応した高度医療及び医療ツーリズムの推進、医療サービスの国際化

2)海外展開 - G

◇ 日本の医療、医療機器技術等の国際的認知度を高め、外国人向けの高度医療を「新たな産業」とする。日本の医療水準や高度医療について外国語で情報発信を行ったり、医療の国際化にあたっての課題(JCI 認定病院増加、既存病院での外国人の受け入れ体制整備、法規制等)の解決策を検討し、将来的にはアジアにおいて外国人向けの高度医療の拠点(治療・研究・研修)となる国際医療センターを設立、既存病院での受け入れ体制を充実する。

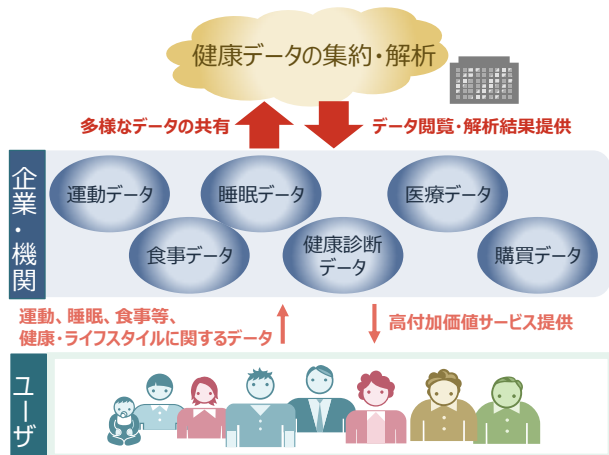
- 日本が世界(特にアジア)の高度医療の中心となることで、国内外の人々の健康寿命延伸に貢献する。医療レベルの更なる向上により、新たな外貨獲得産業となる。
- オリ・パラに関する海外での報道を PR 機会として活用する。大会期間中は、見本市を開催。



③ICT を活用した健康増進&ライフスタイルデータマネジメント

3)産業創出-I

- ◇ ウェアラブルデバイス等を活用して企業、学校、医療機関等が収集した運動、食事、睡眠等、生活に関する様々なデータを一元的に管理するプラットフォームを構築する。集約したデータの解析により、科学的アプローチによる健康的なライフスタイルを確立、発信する。参加企業は全データを活用でき、適切な分析を加えることで、高付加価値の商品・サービスを開発し、新たなマーケットを創出する。
- 健康産業が活性化するとともに、健康でアクティブなライフスタイルが人々に浸透する。日本版健康ライフスタイルの海外への輸出、アスリート育成におけるデータに基づく科学的な指導等も可能。
- 2020 年に向けた気運の高まりにより、業種横断でデータを共有する仕組み、データ利用に関する規制緩和を推進。



2.3 世界に開かれ、ジャパン・クオリティを広める社会

(1) ビジョン・目標

ビジョン	世界に開かれ、ジャパン・クオリティを広める社会
------	-------------------------

2020 年目標	○訪日外国人旅行者 2,020 万人 (現状 1,036 万人、政府目標 2,000 万人) ⁴ ○国別好感度ランキング世界 1 位 (現状 : 5 位) ⁵
2030 年目標	○訪日外国人旅行者 3,030 万人 (現状 1,036 万人、政府目標 3,000 万人) ⁶ ○ソフトパワーランキング世界 1 位 (現状 : 5 位) ⁷

(2) 課題認識

①国内観光産業の再構築・進化(産業基盤)

- ◇ 徹底したマーケットリサーチに基づく効果的な海外プロモーション
- ◇ 鉄道・交通網のワンストップサービスへの再整備
- ◇ 訪日外国人に加えて日本人も使える決済機能の普及
- ◇ Wi-Fi ネットワークの充実化
- ◇ Hub となる都市圏と地方との連携・ネットワーク化
- ◇ 多様なニーズにマッチする民泊施設(空き家、公共施設等の利活用)
- ◇ 地方の主体性を引き出すメリットの明確化 など

②訪日客の受入水準、範囲の向上・拡大(サービス)

- ◇ 訪日外国人へのインセンティブ・ポイントサービスの一元化
- ◇ 「おもてなし」の見える化・標準化(ブランド簡易認証)
- ◇ 訪日外国人の文化、宗教、ニーズ、消費動向などの見える化
- ◇ 成功事例の横展開によるサービスの底上げ
- ◇ 多言語化や明瞭性が高く統一された標識・記号などを用いた情報発信
- ◇ 外国人苦手意識の改善
- ◇ 学生・留学生・アクティブシニアなど人財活躍の場づくり など

⁴ 日本政府観光局(JNTO)「訪日外国人旅行者数」訪日外客数(2013 年暦年値)

観光立国推進閣僚会議「2020 年 訪日外国人旅行者数」観光立国実現に向けたアクション・プログラム

⁵ BBC World Service「国別好感度調査」(2014 年)

⁶ 「2030年 訪日外国人旅行者数」日本再興戦略改訂2014(閣議決定)

⁷ MONOCLE “Soft Power Survey”(2013 年)

③日本の「宝もの」流通促進(コンテンツ)

- ◇ 日本の文化、有効な資源の再定義・再認識
- ◇ 埋もれた「宝もの」の発掘(地方、第三者の目線)
- ◇ 「宝もの」のカテゴリー化・DB化
- ◇ 多様な情報発信手段の有効活用(メディア、留学生、ロコミなど)
- ◇ 情報発信手法の最適化(一元化するもの、独自性を持たせるもの)
- ◇ 「宝もの」を最新の情報に維持できる仕組みづくり など

(3) 基本方針

①2020年以降の日本の立ち位置の共有～ジャパン・クオリティ～

- ◇ 2020年東京大会の準備・対応そのものではなく、2020年以降の日本の立ち位置を示すものとして、ジャパン・クオリティを定義・共有し、その磨き上げ、発信、浸透を目的とするインフラづくり、サービスづくり、コンテンツづくりを行う。

②世界最高水準の観光産業の実現

- ◇ 既存の観光産業に新たなプレーヤーを加えてウイングを広げ、訪日外国人による経済効果を最大限に享受する。
- ◇ 常に海外に目線を開くため、海外市場の動向を産学官で共有・活用できる情報プラットフォームを整備する。海外の事業者や関係者とも連携・ネットワークを構築していく。

③2020年で息切れしない持続的な観光交流の仕組みづくり

- ◇ 瞬発的な誘客対応に終始するのではなく、持続的に資源を発掘・磨き上げ・発信するとともに、2020年を契機に形成した国際・国内関係の継続発展(リピーター確保)を図る。

(4) 事業・施策体系

テーマ	事業・施策名	
1)国内観光産業の再構築・進化	A	エリアプロモーション事業
	B	訪日市場動向モニタリング DB 構築・運用事業
	C	観光ボランティア DB 整備 & マッチング事業
	D	スポーツ合宿マッチングシステム事業
	E	MICE 関連事業（海上拠点創出含む）
	F	復興レガシー関連事業
	G	まちの魅力創出関連事業（エリア全体、夜間等）
	H	臨場感溢れるエンターテインメント技術活用事業
	I	水辺空間を活用した海水運活性化事業
2)受入水準、範囲の向上・拡大	J	訪日外国人決済利便性向上プロジェクト(“J-カード”決済関連事業)
	K	おもてなし認証事業
	L	観光情報提供事業（多言語アプリ等）
	M	ウェアラブル端末を活用した先進ナビゲーション事業
	N	イベント・サステナビリティ普及事業
	O	CO2 削減促進交流関連事業（エネルギー、交通等）
	P	ユニバーサル移動関連事業（移動システム、旅行介助人財育成）
	Q	既存施設を有効活用した体験型ゲストハウス事業
3)宝ものの流通促進	R	食文化コミュニケーション関連事業
	S	食×健康関連事業
	T	文化ツーリズム拠点形成関連事業
	U	アート創生事業
	V	ジャパン・クオリティ発掘・発信関連事業 （家電等先進技術・まちづくり、芸術・文化体験、情報発信等）
	W	民間企業による日本の芸術家 PR 事業

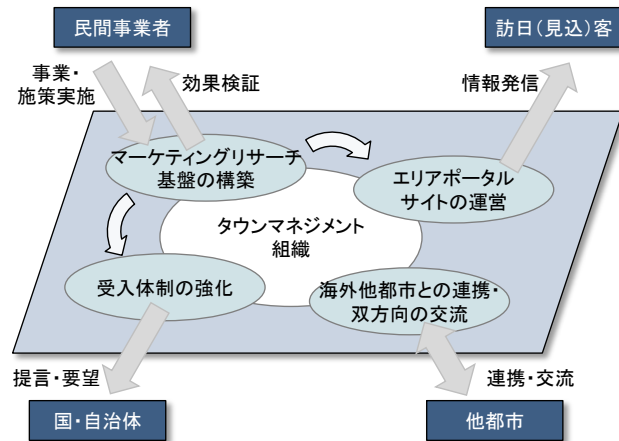
* 網掛けの事業・施策は、次ページ以降で内容を例示。

(5) 主な事業・施策 ◇ = 概要 ● = 創出されるレガシー ■ = オリ・パラの活用

① エリアプロモーション事業

1) 産業 - A

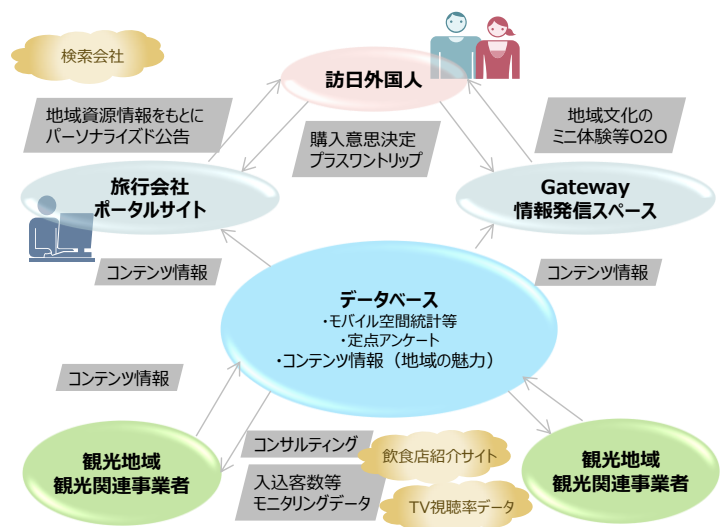
- ◇ 民間主導でプロモーションを行うタウンマネジメント組織を立ち上げ、同組織を中心に、インバウンド向けのマーケティングリサーチ基盤を整備して、エリア内の事業者で共有できるようにし、インバウンド事業の実証実験や施策の検証が各社自由に行えるようにする。エリアのポータルサイトを立ち上げ、情報発信する。親和性の高い海外他都市とのつながりを強化し、インバウンド・アウトバウンド双方向の交流を増幅する。
- タウンマネジメント組織を中心にインバウンド事業に取り組むことで、地域の活性化を図るとともに地域観光資源のブランド向上を実現する。
- オリ・パラ観戦客をターゲットに、エリアプロモーションを強化することで、特に首都圏以外への誘客を促す。



② 訪日市場動向モニタリング DB 構築・運用事業

1) 産業 - B

- ◇ 訪日市場の動向をまとめたデータベース(DB)を構築し、産学官どのような主体にも提供していく。DB 情報源としては、本事業で定点的に実施する市場アンケート調査結果に加え、各市場の消費に関する統計やネットでの発信情報、また雑誌の出版部数やTV視聴率等々の様々なものを取扱い、速報性の高いものとする。
- 観光誘客に欠かせない市場情報の入手を、わが国各主体がテンポラリーかつ個別にコストをかける必要がなくなる。情報ソースの収集、既存情報の提供などにあたり、各市場のプレーヤーとの連携が進む。
- 大会開催時には地方誘客を進めるための市場情報として活用。

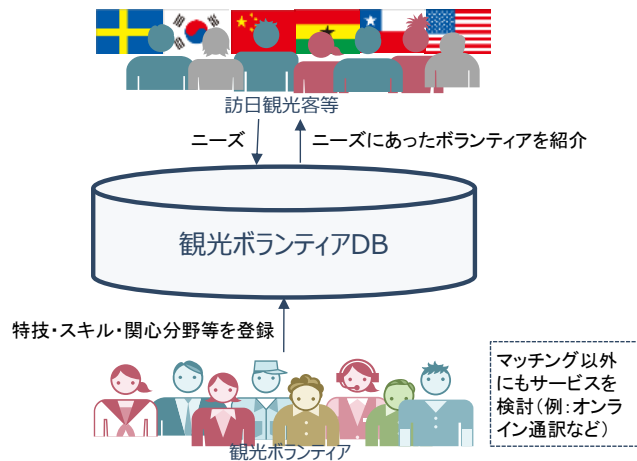


③観光ボランティア DB 整備&マッチング事業

1) 産業-C

◇ 満足度の高い観光には、情報だけでなく「人」が重要。対面で案内する「観光ボランティア」への期待は大きい。観光ボランティアの特技・スキル・関心分野(○○語が話せる、寺社に詳しい、○○国の方を案内したい等)をデータベースにし、訪日観光客等のニーズとマッチングを行う。「近くの○○語が話せる観光ボランティアを探す」など、スマートフォンの活用も検討(斬新な機能アイデアを盛り込めば、人気アプリとなることも考えられる)。

- 観光ボランティアの基盤、ボランティア文化の醸成、訪日外国人等との対面の交流の活性化。
- 「オリンピック・パラリンピックで何か役に立ちたい」と思っている層(特にアクティブシニア等)の観光ボランティアへの参加。

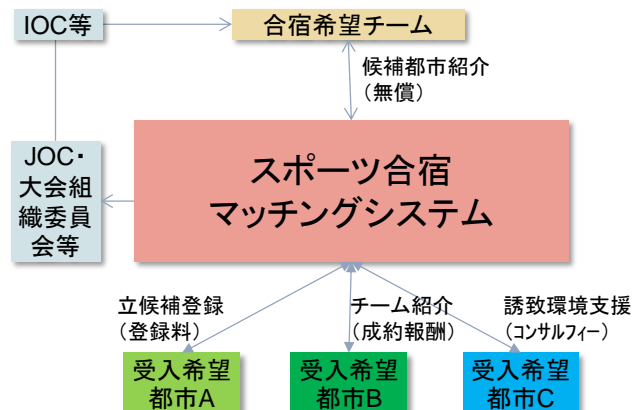


④スポーツ合宿マッチングシステム事業

1)産業-D

◇ 国内でオリンピック合宿誘致を希望する都市・地域に提供施設、宿泊施設、交通インフラ等をまとめた“受入環境ファイル”を登録してもらい、JOC、大会組織委員会等を通じて、国内で合宿を希望するチーム(各国)にマッチングシステムを紹介してもらい、希望するチームから合宿要望をもらい、要望に合致する候補都市を複数紹介して誘致を支援する。

- 誘致ノウハウを持たない地方都市のハードルが下がり、誘致の裾野が広がり、スポーツツーリズム振興につながる。合宿誘致のマッチングシステムが構築される。競合都市との相对比较により誘致環境のレベルアップが促進。
- 大会開催時には多数の合宿ニーズが発生し、誘致環境を整えるきっかけとなる。

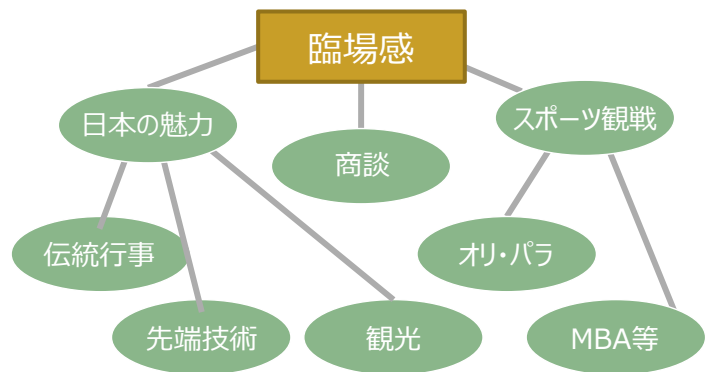


⑤臨場感溢れるエンターテインメント技術活用事業

1)産業-H

◇ 既存の祭・花火等の伝統行事とプロジェクションマッピングや AR(拡張現実)等先進技術をコラボレーションさせて、伝統行事の更なる魅力を創出するとともに、新たなファン層と後継者の開拓に取り組む。8K スーパーハイビジョン映像をパブリックビューイングに放映し、迫力の大画面でスポーツ観戦が楽しめるようにする。個人や企業が手軽に超鮮明映像を撮影、伝送できるようにする。(病気・高齢・障がい者など)外出が困難な人が、実際に屋外を散歩したり、旅行している気分を味わえるようにする。

- 日本の魅力(先進技術・伝統行事・国民性等)を全世界に向けて発信できる。日本に来たことがなくても、日本に行ったことがあるかのような親近感を擦りこむことができる。
- 訪日観戦客に日本人らしい魅力を臨場感溢れる映像で伝える。



⑥水辺空間を活用した海水運活性化事業

1)産業-I

◇ 船舶を活用した、エコで利便・快適、災害に強い人流・物流体系を構築する。競技開催時には人やモノの大量輸送を担い、終了後は観光客や日常物流に活かし、災害対策用バックアップ機能も兼ねる。将来的には、都内河川(日本橋川など)との連携を進め、運行範囲を拡大する。港湾・運河・河川の水路・ターミナルなどインフラの整備促進、燃料電池推進船・電池推進船の開発を行う。2030年時点での無人自動運行も視野に技術開発も進める。

- 水上大量輸送による道路渋滞緩和、低CO2実現。災害時バックアップシステム。江戸の再発見事業。
- インフラは競技会場との一体整備。競技会開催への貢献(輸送)→陸上輸送のネック解消。来訪客へのアピール、認知度向上→“水辺の街東京”イメージの訴求。



⑦訪日外国人決済利便性向上プロジェクト（“J-カード”決済関連事業）

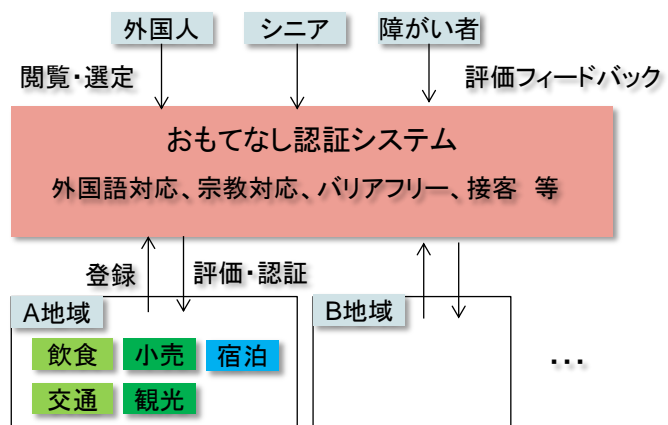
2)受入-J

- ◇ 訪日外国人が日本滞在で感じる課題の一つである決済の利便性向上を図る。ソリューションのあり方は、複数の選択肢があり、今後さらに検討を進める。現時点での選択肢の案は、1)交通系 IC カードの外国人向け短期利用サービスの拡充(交通利用＋少額決済＋五輪入場チケット＋ログ活用)、2)ジャパン・コンシェルジュ(サービスプラットフォーム)の構築(交通＋決済＋滞在生活サポート支援)、3)外国人向け決済利便性向上プロジェクト(クレジット/デビットカード普及、外国系カードに対応可能なATM・リーダライタ普及促進)等。
- 外国人対応をきっかけとした日本の決済システム等のグレードアップ、グローバル対応。
- 2020 年を当面の目標に、入場チケットとの連携で、当該ビジネスモデルの普及を促進。

⑧おもてなし認証事業

2)受入-K

- ◇ 飲食、小売、宿泊、交通、観光等の各種集客施設のハード、ソフト、人財、情報等を対象に、外国人やシニア、障がい者などが利用しやすい環境の水準(おもてなし度)を評価・認証するサービスを提供する。外国語対応(写真付メニュー等も含む)や宗教対応、バリアフリー対応、接客などを、外国人やシニア、障がい者等の評価員や利用者が評価・認証する。地域としてのおもてなし度の評価も行う。事業収入としては、対象施設の登録料、認証サイトの広告料、CSR・寄付(例:ミシュラン)などが想定される。
- 日本のおもてなし度の向上、見える化による、外国人、シニア、障がい者などの利便性向上、集客増加。
- 大会を観戦に訪れる外国人やシニア、障がい者などを想定し、対応及びシステム整備を加速。

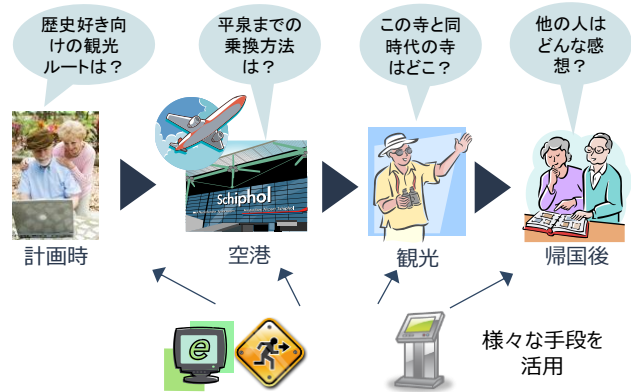


⑨観光情報提供事業

2)受入-L

◇ 観光情報は、情報自体がないのではなく、散在していることや見つけにくいことが課題。来日前の計画時から、訪日観光時、帰国後までの全てのプロセスにおいて「どこでどのような情報が手に入ると良いか」を考え、スマートフォン・デジタルサイネージ・サイン(標識)といった多様な手段をどのように連動させ、活用すれば良いかを検討する。

- 観光情報提供の基盤、観光の利便性向上。
- 訪日観光客を対象に、多様な手段を一体として整備し、連動させる契機、「旅行しやすい国」としてのPR。

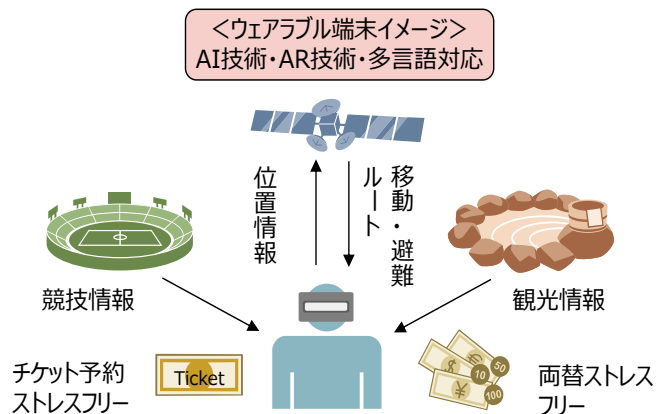


⑩ウェアラブル端末を活用した先進ナビゲーション事業

2)受入-M

◇ 利用者の嗜好を学習する AI(人工知能)が付加されたウェアラブル端末を開発する。AIが競技情報や地方部の観光情報を自動的に選択し、多言語で提供する。端末でチケットの予約、決済も行えるようにする。訪日外国人旅行者向けに、通貨両替ストレスフリーなものとする。チケットインギと連動して、地方部観光用バウチャーを割り当て、観光地への移動、観光施設利用、ホテル宿泊等を支援する。AR(拡張現実)技術を活用し、競技施設や観光施設等でウェアラブル端末をかざすと、多言語で情報を受け取れるようにする。ウェアラブル端末の利用者のリアルタイム位置情報を収集し、おすすめ移動ルートを提示することで渋滞・混雑を調整する。併せて、災害時の避難ルートも提示できるようにしておく。

- 高齢者、障がい者の活動範囲拡大。訪日外国人の利便性向上。日本全体で訪日外国人旅行者数の増加(地域活性化)。交通、移動の最適化、避難の迅速化。
- ウェアラブル端末の試験的運用。(競技会場近辺での貸し出し、無料体験)。(地方部の観光情報を提供し、誘導)。ウェアラブル端末の一部の機能(多言語対応、両替等)を有するアプリを開発し、発信。

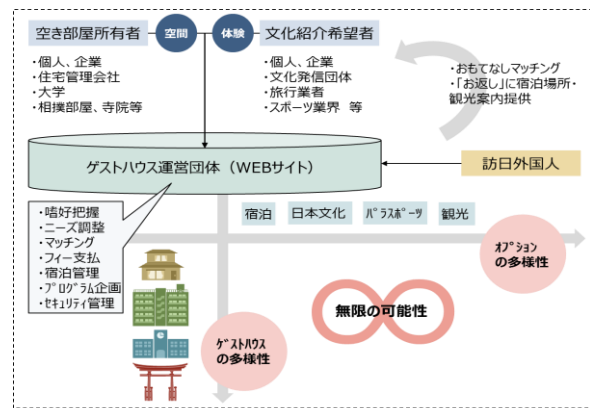


⑪ 既存施設を有効活用した体験型ゲストハウス事業

2) 受入 - Q

◇ 既存の建物・施設(空き部屋、大学寮、廃校舎、相撲部屋、寺院等)をゲストハウスとして活用し、訪日外国人旅行者に提供する(日本人も宿泊可)。宿泊者には以下のオプション等を提供。1) 日本文化: 相撲部屋での相撲体験、寺院での瞑想体験、大学生の学校生活等、2) パラスポーツ(ボッチャー、DID、車いす陸上等): 廃校舎での多国籍競技大会、3) 観光: テクニカルビジット・工場見学、被災地訪問、農村・山村・漁村体験、名所等。期間は1週間以上の長期滞在を想定。もてなした日本人は海外旅行時に「もてなされる側」に。リピーターの増加による地域経済の活性化、多様な人財との交流による地域住民の生きがいと QOL 向上、ひいては地域食品の輸出にも寄与。

- 住宅ストックの有効活用、地域活性化に寄与するとともに「日本ファン」増加、パラスポーツの大衆化を実現。
- 事業をエンターテインメント化することで持続性を担保し、パラスポーツ競技市場の拡大とともに関連技術を高齢者・介護市場へ展開。

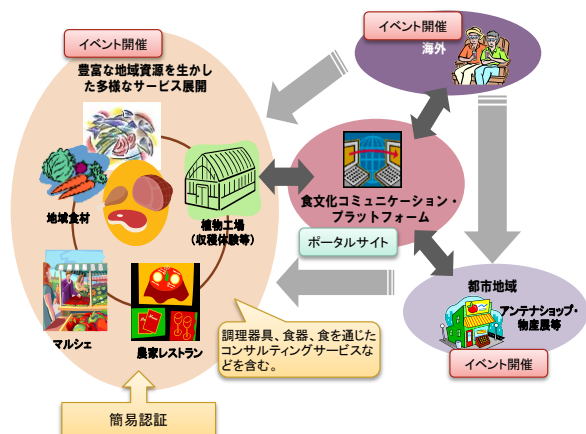


⑫ 食文化コミュニケーション事業

3) 宝もの - R

◇ 訪日外国人(国内在住者含む)に対して、日本の食文化をキーワードにした様々なコンテンツの情報収集・発信及びマッチングを行うプラットフォームを構築する。コンテンツは、レストラン、調理器具、食器、食材、農業・漁業体験、食を通じた健康コンサルティングサービスなど。オリジナルポータルサイトを立ち上げ、全国から情報を収集。現地でこそその食体験ができる PR イベント等を実施。

- リピーターの増加による地域経済の活性化、多様な人財との交流による地域住民の生きがいと QOL 向上、ひいては地域食品の輸出、にも寄与。
- オリ・パラを契機に訪日外国人の関心の対象である地域の食及び食文化の良さを世界に広める。訪日外国人への和食文化の普及促進による親日ファンとの持続的交流。訪日外国人のみならず都市地域住民との交流促進による他事業展開による地域活性化。

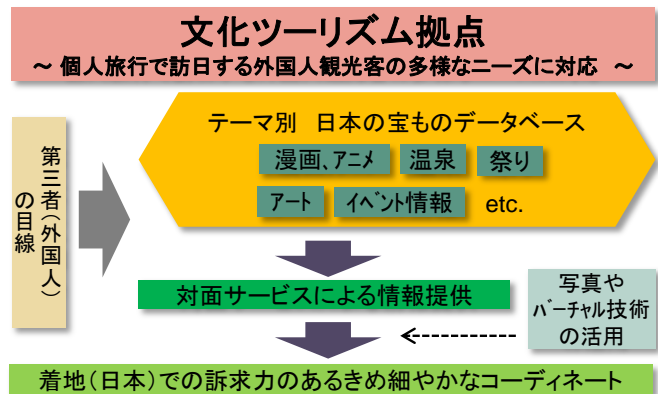


⑬文化ツーリズム拠点形成関連事業

3) 宝もの-T

◇ 個人旅行で訪日する外国人観光客の多様なニーズに応えられる、観光情報提供の拠点を東京都心に整備。アジアからの来日観光客は現状マストツーリズムが多いが、今後、欧米と同様に個人旅行化することが予想される。ペルソナ・マーケティングの手法を用いて第三者(外国人)の目線から、漫画、アニメ、温泉、祭り、アート、ウェディング等のイベント開催情報など、テーマ別に日本の宝ものをデータベース化し、対面サービスにより情報提供を行う。若手写真家の写真やバーチャル技術なども活用しながら、日本での訴求力のあるきめ細やかなコーディネートを実現する。

- インバウンドの持続的振興、インバウンドの裾野の拡大、国内関連産業の振興。
- オリ・パラを契機に、初めて日本を訪れる外国人観光客も多く、日本ファンの増加・育成の絶好の機会となる。

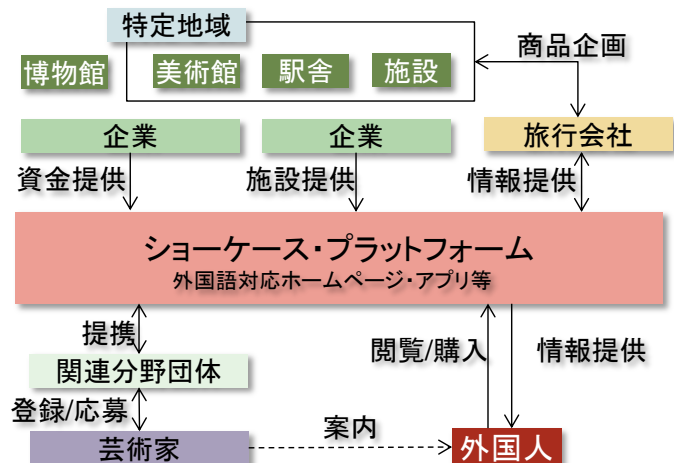


⑭民間企業による日本の芸術家 PR 事業

3) 宝もの-W

◇ 全国の美術館・劇場をはじめ、民間企業の有する駅舎・施設等において、日本人の(若手)芸術家が特定テーマに基づいた作品を展示/発表し、訪日外国人の認知の機会を提供する。現在活動する芸術家の作品を対象とし、美術・舞踏の他、工芸・民俗芸能等も含む。展示情報を一元的に発信するホームページやアプリを制作し、日本全国どこで何が行われているかが伝わるようキュレーションして発信する。日本の旅行代理店/ランドオペレーターとの協力のもと、特定の地域において芸術家による案内を含む着地型旅行商品の企画実施を行う。

- 日本人芸術家に発表の場と、パトロン(企業)獲得の機会を提供し、新たなファンドレイジングの仕組みを構築。プロジェクトを通じた、地方へのインバウンド促進と定着。
- オリ・パラを契機に訪日外国人に対する企業の PR の機会を活用し、日本の芸術家のファンを創出する。



2.4 スポーツ・芸術文化が広く浸透した社会

(1) ビジョン・目標

ビジョン	スポーツ・芸術文化が広く浸透した社会
------	---------------------------

サブビジョン	スポーツ文化が広く浸透した社会 アスリートが引退後も広く活躍する社会
--------	---

2020 年目標	2020 年オリンピック・パラリンピックへの全員参加 * 応援、観戦、ボランティア、おもてなし、文化イベント等を含む関わり
2030 年目標	○成人の運動・スポーツ実施率（週 1 回以上）：70%（現状：47.5%） ⁸ ○子どもの運動・スポーツ実施率（週 1 回以上）：現状以上（現状：10 代 76.7%、4-9 歳 96.3%） ⁹ ○直接スポーツ観戦率：50%（現状：31.7%） ¹⁰ ○スポーツボランティア実施率：30%（現状：7.7%） ¹¹

サブビジョン	芸術・文化が浸透し、心豊かで創造的な生活を実現 ジャパン・クオリティが世界に広がり、誇り創出・尊敬向上
--------	--

2020 年目標	○博物館等入館者数 5.0 億人（現状 2.7 億人） ¹² ○文化芸術活動（創作・習い事）年 1 回以上 30%（現状 7%台） ¹³
2030 年目標	○「生活満足度」80%（現状：53.4%） ¹⁴ ○ソフトパワーランキング世界 1 位（現状：5 位） ¹⁵

(2) 課題認識

①生涯スポーツ

- ◇ 年代ごとのスポーツ参加の課題への対応（子ども、若者、中高年など）
- ◇ スポーツを楽しむ時間の確保、ライフスタイルの確立
- ◇ スポーツを行う多様な機会とコミュニティの創出
- ◇ 子どもの体力低下、スポーツをする子ども・しない子どもの二極化への対応
- ◇ 学校体育、学校運動部活動の改革、活性化
- ◇ 運動・スポーツ中の安全確保
- ◇ スポーツ施設の収益性の向上
- ◇ 公共スポーツ施設の老朽化対応 など

⁸ 文部科学省 体力・スポーツに関する世論調査（平成 25 年 1 月調査）

⁹ 笹川スポーツ財団 子どものスポーツライフ・データ 2013、青少年のスポーツライフ・データ 2013

¹⁰ 笹川スポーツ財団、スポーツライフ・データ 2012

¹¹ 笹川スポーツ財団、スポーツライフ・データ 2012

¹² 文部科学省「社会教育調査」（2011年）

¹³ 内閣府「文化に関する世論調査」（2009 年）

¹⁴ 内閣府「社会意識に関する世論調査」（2013 年）

¹⁵ MONOCLE “Soft Power Survey”（2013 年）

②競技スポーツ

- ◇ パラリンピック競技、障がい者スポーツの認知度向上
- ◇ パラリンピックアスリートの競技環境整備
- ◇ マイナー競技の普及、強化、集客
- ◇ アスリートのセカンドキャリア形成
- ◇ トップスポーツのエンターテインメント化、産業化 など

③文化

- ◇ 子どもの頃から文化芸術に触れあう環境の形成
- ◇ 文化芸術の担い手の裾野拡大(若手等)
- ◇ 世界最高品質の日本のこだわり(文化芸術、技能等)の海外への発信
- ◇ 文化・コンテンツを活かした新たな民間マーケットの創出
- ◇ 文化的アイデンティティ・多様性の確保
- ◇ 文化芸術を支える基盤(税制度等)の強化

(3) 基本方針

①2020年以降のスポーツの持続的な発展を見据えた基盤形成を推進

- ◇ 2020年東京大会の準備や強化そのものではなく、2020年以降のスポーツの発展を見据えた仕組みづくり、環境整備を行う。【政策提案、制度構築】
- ◇ 2020年に向けた公的予算やスポンサー企業の増加など、特需的な支援のみに依存せず、それらを効果的に活用しながら、2020年までに持続的な発展のための基盤を形成する。

②分野間・業種間の連携を促進しスポーツ分野における新たな価値を共創

- ◇ スポーツの基盤形成においては、国や自治体、スポーツ団体・アスリート、民間企業、ボランティア等が連携し、支え合うことが不可欠。
- ◇ 産官学連携、同業他社・異業種・業界の協業により、スポーツ分野における新たな価値の共創を目指す。

③日本人による文化・芸術の理解深耕と世界に向けた発信・交流の促進

- ◇ 日本人自らが和食、おもてなし、伝統文化、生活に根ざした知恵など日本の文化・芸術を再定義し、それらの“宝もの”に触れ、学ぶ機会をつくる。
- ◇ 世界最高品質の日本のこだわり(ジャパン・クオリティ)の世界に向けた発信と、それを契機とした新たな交流を促進する。

(4) 事業・施策体系

【スポーツ】

テーマ	事業・施策名		
1) トップスポーツ振興	A	競技力向上における Big Data の活用	
	B	パラリンピック版タレント発掘	
2) 新たなスポーツ文化の構築	C	新スポーツ創出プラットフォーム構築事業 (スポーツ×[テクノロジー、アート、フード、etc])	
	D	先端スポーツ科学を活用したコンディション・栄養・運動能力向上プログラムの開発	
	E	マイナー競技、ニュースポーツ等を活用したプログラムの開発	
	F	健康増進、生涯スポーツにおけるデータ、履歴管理・活用	
	G	企業 CSR、寄付文化醸成によるスポーツ振興 (税制優遇)	
	H	パラリンピック競技の認知度向上と障がい者スポーツ振興	
	I	スポーツ嫌いの子どものための学校体育のカリキュラム開発	
	J	学校体育・運動部活動の発展、改革	
	K	スポーツを通じた国際交流の推進	
	L	スポーツ実施率が低い層 (女性、30 代男性、肢体不自由者など) への対応	
	3) 産業創出	M	先端技術の活用やエンターテインメント化による新たなスポーツビジネスの創出
		N	パラアスリートと連携した一般向け商品・サービス開発マネジメント
4) スポーツの活用	O	スポーツを活用した教育プログラム開発、輸出	
	P	スポーツによる地域産業・コミュニティ活性化	
	Q	各年代におけるスポーツを通じた社会参加促進	
5) 施設・空間	R	新たなスポーツ施設モデル構築 (複合型、交流拠点、収益性、IT、ソフト一体、都心)	
	S	集合住宅のコミュニティスペース、学校施設等を活用した地域コミュニティの醸成	
	T	既存施設の効果的活用や学校、公園の規制緩和・活用による地域スポーツ振興	
	U	日常的にスポーツ体験・スポーツ観戦ができる良好な環境の整備、空間創出	
	V	健康・スポーツ施設を設置した集合住宅やオフィスへの容積率緩和制度導入	
	W	スポーツ利用を前提としたインフラ整備 (サイクリング道、歩道等)	
	X	オリ・パラ共用強化施設、合宿施設の在り方の研究、整備	
	Y	地域のスポーツ資源を活かす「プロデューサー」の育成	
6) 組織・人材	Z	スポーツ「アントレプレナー」の発掘・育成	
	AA	地域スポーツクラブ、クラブチーム、支援組織の再構築、マネジメント人材育成	
	AB	企業における休暇制度の拡充 (スポーツ休暇、スポーツボランティア休暇等)	
	AC	スポーツ活動を支える人材の育成 (審判、指導者、ボランティア)	
	AD	アスリートのセカンドキャリアマネジメント (企業採用の推進)	
	AE	パラアスリートのキャリア形成 (雇用×セカンドキャリア)	

* 網掛けの事業・施策は、次ページ以降で内容を例示。

【文化】(2.3 の一部を再掲)

テーマ	事業・施策名	
1) 食文化	A	食文化コミュニケーション関連事業
	B	食×健康関連事業
2) 文化交流創出	C	文化ツーリズム拠点形成関連事業
	D	アート創生事業
3) 文化発掘・発信	E	ジャパン・クオリティ（日本の良さ・こだわりの発掘・発信）関連事業 （家電等先進技術・まちづくり、芸術・文化体験、DB・発信等）
	F	民間企業による日本の芸術家 PR 事業

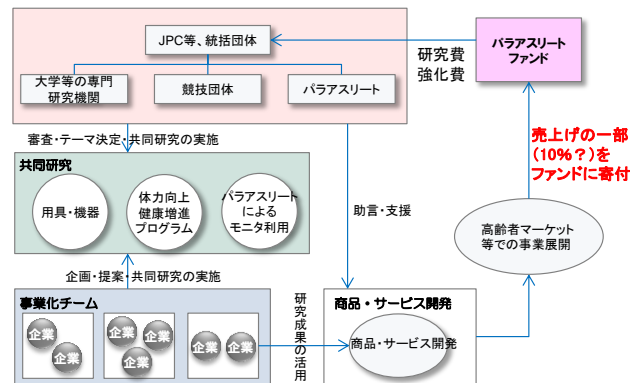
* 網掛けの事業・施策は、次ページ以降で内容を例示。

(5) 主な事業・施策 ◇ = 概要 ● = 創出されるレガシー ■ = オリ・パラの活用

①パラアスリートと連携した一般向け商品・サービス開発マネジメント 3)産業-N

◇ 近年、パラリンピックが急速に競技化しており、パラアスリートのパフォーマンスをより高めるための科学的研究に期待が高まっている。パラアスリートのパフォーマンスを極限まで高める科学的研究の成果を転用し、一般の高齢者や障がい者向けの商品、サービス(介護予防プログラム、車椅子・義肢装具等)開発を行う。また、売上の一部でファンドを設立し、事業による収益をパラアスリートの強化、研究に還元し、継続的なサイクルを構築する。

- 高齢者のライフスタイルがアクティブになり、社会全体の活力を生む。また、パラアスリートの強化を継続的に支援する仕組みができる。
- パラリンピックの強化に向けて、今後、加速することが予想される科学的研究の成果を活用する。



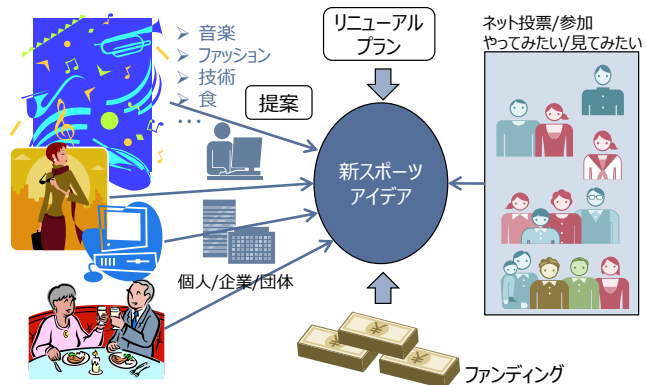
②新スポーツ創出プラットフォーム構築事業 (スポーツ×(テクノロジー、アート、フード、etc))

2)スポーツ文化-C

◇ 「スポーツ」=運動という固定概念が、運動が苦手な人や体力に自信のない人がスポーツを敬遠する原因となっている。食事や休息、息抜きやリラックス、仲間作りなど、運動以外の多様な面が含まれるスポーツの概念を普及させるために「技術」、「ファッション」、「音楽」などと組み合わせた新しいスポーツを産み出す仕組みを構築する。

例)スポーツ×技術「スポーツタイムマシン」データを蓄積し過去の自分と対決、今の運動習慣から未来の体型を予測
 スポーツ×音楽「太鼓の達人」のようなオンラインゲームで世界大会を開催、YouTube 上での神業対決
 その他、スポーツ×ファッション「コスプレ競技」、スポーツ×食事「フードファイト(ref.早食い)」

- 運動嫌いのスポーツ好き増加。スポーツビジネス市場の拡大。起業家マインドの醸成。
- 2020年に世界大会同時開催、アスリートのゲスト参加による知名度向上。

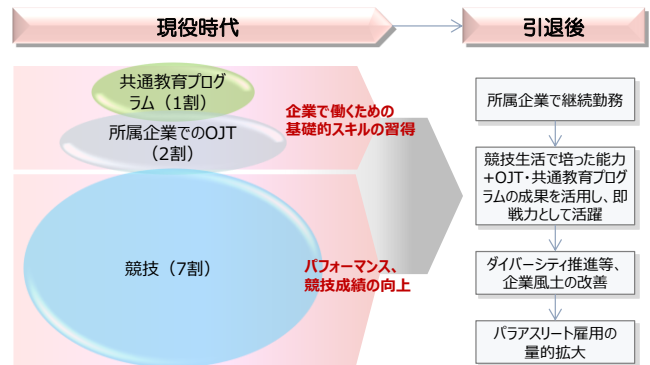


③パラアスリートのキャリア形成（雇用×セカンドキャリア）

6)組織・人財－AE

◇ 2020 年開催決定以降、パラアスリートの雇用が進んでいるが、広告塔としてのトップ選手の雇用だけではなく、障がい者スポーツの裾野拡大を目指して、パラアスリート雇用の大幅な量的拡大を図る。量的拡大に向けては、現役引退後の雇用継続を前提とし、かつ、引退後のパラアスリートが企業で即戦力として活躍するモデルを構築することが不可欠である。現役アスリートも週に数日は入社し、引退後の業務のためのトレーニングを受けるとともに、雇用する個々の企業の負荷を軽減するために、共通教育プログラムを開発、提供する。

- 障がい者スポーツの全体的なレベルアップ。ダイバーシティ環境の浸透によるグローバル化への対応能力向上等、企業風土の改善。
- 企業のパラアスリート雇用への関心の高まりを捉えて、モデル的に推進。

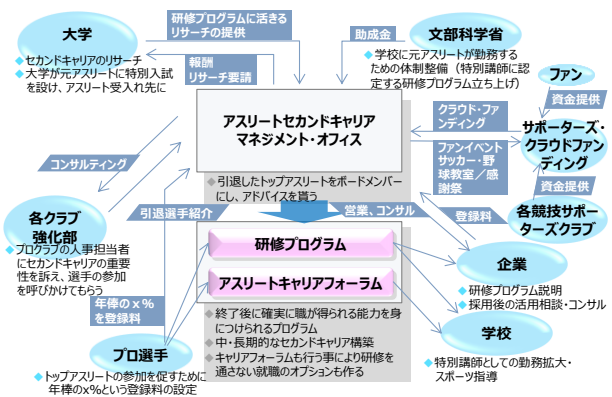


④アスリートのセカンドキャリアマネジメント（企業採用の推進）

5)組織・人財－AD

◇ アスリートのセカンドキャリアを統合的に支援する人財バンク型ビジネスを実施する。トップアスリートがビジネスに役立つ能力（リーダーシップ、判断力等）を身につけて、「引退後の生活を心配する」のではなく、「能力を活かして企業の課題を解決する」前向きなセカンドキャリアを構築する。アスリートに対しては研修、企業とのマッチングを行い、企業に対してはニーズに応じた人財供給、活用支援を行う（例：海外でプレー経験のある選手が現地で顧客開拓を行う等）。

- トップアスリートが様々なビジネスシーンで活躍することにより、アスリートの人財価値が高まり、社会として人財の有効活用が進む。また、スポーツを始める子どもが増える。
- オリ・パラ報道の中で広報を行い、企業や大学等を巻き込む機会として活用する。

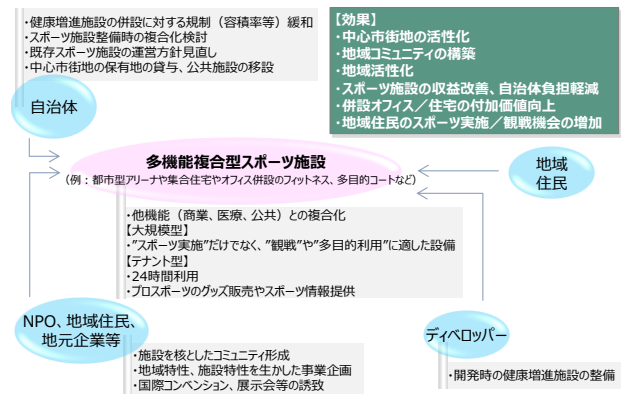


⑤ 新たなスポーツ施設のモデル構築（複合型、交流拠点、収益性、IT、ソフト一体、都心）

5) 施設・空間 - R

◇ 多機能型、複合化、交流拠点、収益性等をキーワードに、新たなスポーツ施設のモデルを構築する。例えば、施設の多目的利用、24時間営業、商業・公共施設や医療機能との複合化、大規模オフィスや集合住宅のテナント化、地域の活性化につながる事業企画や事業誘致(例:スポーツ×ワインツーリズム)等を行う。スポーツ施設を地域の交流拠点化することで、地域の付加価値を高め、施設の利用効率向上により維持管理負担を軽減する。

- 収益性が高く、持続可能な施設のモデルができる。新たなスポーツ施設を核に、まちづくり、コミュニティ形成、地域活性化、住民のスポーツ文化の形成が促進する。
- 競技会場として整備する恒久施設及び周辺地域においてモデルを構築し、地方に展開する。

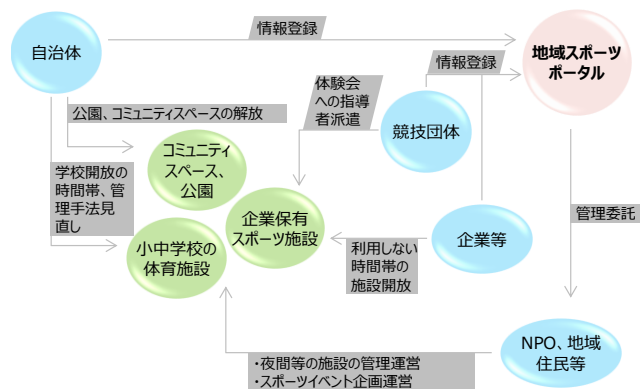


⑥ 既存施設の効果的活用や学校、公園の規制緩和・活用による地域スポーツ振興

5) 施設・空間 - T

◇ 地域でのスポーツ施設の不足や予約困難を解決するため、学校の校庭・体育館や企業等で夜間や休日に利用しないスポーツ施設や空き地を登録、解放する。施設開放時間の延長とスマホ等からの簡易な予約システムの整備により、地域住民が気軽にスポーツをできる施設を増やす。また、同システム内で、マイナースポーツの指導者派遣やスポーツサークルのマッチングシステム、スポーツイベント情報の発信を行い、スポーツの振興とスポーツを通じた新たな地域コミュニティ形成を行う。

- 施設の利用利便性を高めることで、スポーツ実施率、実施頻度を高め、地域住民の健康増進を図る。また、スポーツを通じた地域コミュニティが形成される。
- 地域住民のスポーツへの関心の高まり、自治体、企業等のスポーツによる地域貢献の意欲を活用。

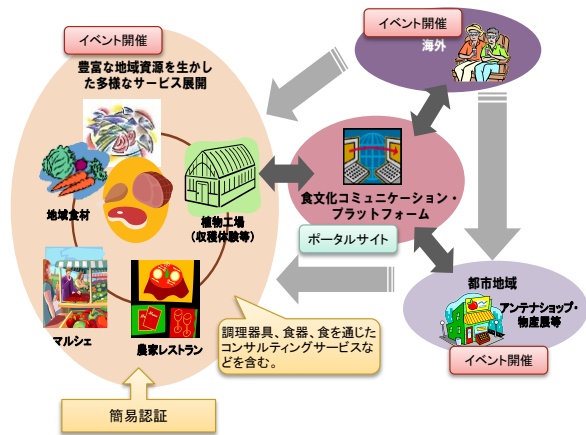


⑦食文化コミュニケーション関連事業（再掲）

文化1) 食文化-A

◇ 訪日外国人(国内在住者含む)に対して、日本の食文化をキーワードにした様々なコンテンツの情報収集・発信及びマッチングを行うプラットフォームを構築する。コンテンツは、レストラン、調理器具、食器、食材、農業・漁業体験、食を通じた健康コンサルティングサービスなど。オリジナルポータルサイトを立ち上げ、全国から情報を収集。現地でこそその食体験ができるPR イベント等を実施。

- リピーターの増加による地域経済の活性化、多様な人財との交流による地域住民の生きがいとQOL向上、ひいては地域食品の輸出、にも寄与。
- オリ・パラを契機に訪日外国人の関心の対象である地域の食及び食文化の良さを世界に広める。訪日外国人への和食文化の普及促進による親日ファンとの持続的交流。訪日外国人のみならず都市地域住民との交流促進による他事業展開による地域活性化。

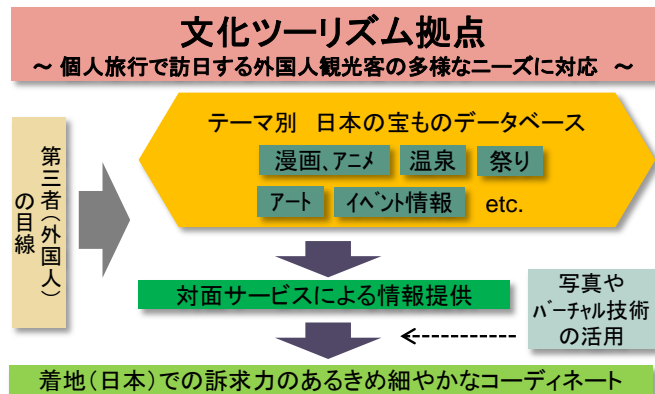


⑧文化ツーリズム拠点形成事業（再掲）

文化2) 文化交流-C

◇ 個人旅行で訪日する外国人観光客の多様なニーズに応えられる、観光情報提供の拠点を東京都心に整備。アジアからの来日観光客は現状マストツーリズムが多いが、今後、欧米と同様に個人旅行化することが予想される。ペルソナ・マーケティングの手法を用いて第三者(外国人)の目線から、漫画、アニメ、温泉、祭り、アート、ウェディング等のイベント開催情報・・・など、テーマ別に日本の宝ものをデータベース化し、対面サービスにより情報提供を行う。若手写真家の写真やバーチャル技術なども活用しながら、着地(日本)での訴求力のあるきめ細やかなコーディネートを実現する。

- インバウンドの持続的振興、インバウンドの裾野の拡大、国内関連産業の振興。
- オリ・パラを契機に、初めて日本を訪れる外国人観光客も多く、日本ファンの増加・育成の絶好の機会となる。

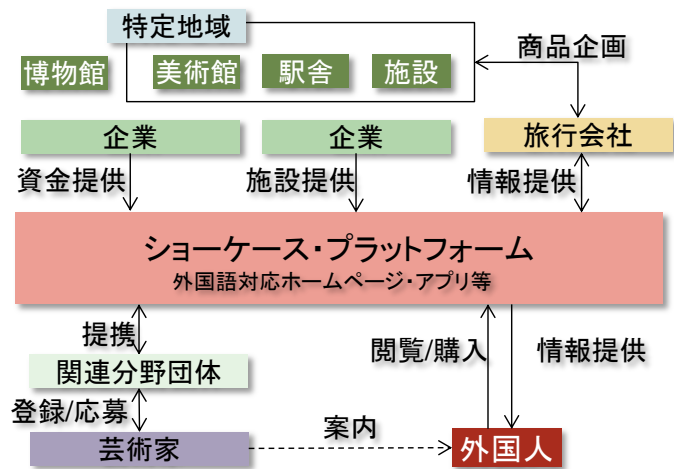


⑨民間企業による日本の芸術家 PR 事業（再掲）

文化 3) 文化発信－F

◇ 全国の美術館・劇場をはじめ、民間企業の有する駅舎・施設等において、日本人の（若手）芸術家が特定テーマに基づいた作品を展示/発表し、訪日外国人の認知の機会を提供する。現在活動する芸術家の作品を対象とし、美術・舞踏の他、工芸・民俗芸能等も含む。展示情報を一元的に発信するホームページやアプリを制作し、日本全国どこで何が行われているかが伝わるようキュレーションして発信する。日本の旅行代理店/ランドオペレーターの協力のもと、特定の地域において芸術家による案内を含む着地型旅行商品の企画実施を行う。

- 日本人芸術家に発表の場と、パトロン(企業)獲得の機会を提供し、新たなファンドレイジングの仕組みを構築。プロジェクトを通じた、地方へのインバウンド促進と定着。
- オリ・パラを契機に訪日外国人に対する企業の PR の機会を活用し、日本の芸術家のファンを創出する。



※文化関連事業は 2.3 の一部を再掲

2.5 国民も来訪者も安心する世界で最も安全な社会

(1) ビジョン・目標

ビジョン	国民も来訪者も安心する世界で最も安全な社会
	<ul style="list-style-type: none"> ・災害、事故から住民や社会を守る ・高齢者・障がい者・外国人を含む多世代、多様な人々が安心して暮らし、移動し、コミュニケーションできる
2020年目標	災害・事故等による人的・社会的被害の半減
2030年目標	災害・事故等による人的・社会的被害の7割減

(2) 課題認識

① 自然災害、事故・犯罪等への対応

- ◇ 災害等のリスクに対し、強靱な社会の構築
- ◇ 震災・洪水等の自然災害からの人命、社会機能の被害の軽減
- ◇ 治安レベルの維持、交通事故の抑制

② 社会インフラ、建物等の維持保全

- ◇ 社会インフラ、建物等の経年劣化への対応。保全と更新のバランスの考慮。

③ 人口動態対応、防災対応のための都市のリノベーション

- ◇ 安心・安全の観点からの都市の面的なリノベーションの必要性
- ◇ オリ・パラを契機とした都市リノベーションの促進

④ エネルギーの安定確保

- ◇ 必要条件としての省エネ、再生可能エネルギー活用、エネルギー効率的利用
- ◇ オリ・パラを契機としたスマートエネルギーシティの社会実装と国内外展開

⑤ 森林資源の活用

- ◇ 森林の保全、木材自給率向上、再生可能エネルギー利用促進からみた、森林資源の活用の必要性
- ◇ わが国の木材利用文化の世界へのアピールと継承
- ◇ オリ・パラの競技場・周辺地域の木材利用ショーケース活用

⑥ サイバーセキュリティの確保

- ◇ サイバーテロやシステムダウンなどへの対応力の強化
- ◇ 個人情報の利活用と安全管理の両立

(3) 基本方針

① 高次防災機能整備による減災

- ◇ 震災、洪水等から住民と社会機能を守ることは安心・安全の基本であり、地域強靱化計画や防災・減災アクションプランの策定・実践は、レガシー創造の前提となる。
- ◇ より実践的な取組として、災害後の復興を事前に検討し、地域の将来の在り方を描く中で、新たなレガシー創造の契機とする。
- ◇ 他分野でのレガシーを防災まちづくりや自助共助の推進にも積極的に役立てる。

② 高度技術を用いた社会インフラ等の維持保全

- ◇ 道路、橋梁等のインフラの老朽化を防ぎ、適切に維持・保全するために、センサー等を用いた安全管理システムを構築する。
- ◇ 震災時の建物崩壊危険度、降雨時の斜面崩壊危険度等について、センサーを活用した危険度判定システムを構築し、緊急時の避難等の行動決定の支援態勢を整える。

③ 健康・安全・快適性向上へ向けた都市リノベーション

- ◇ 人口減少、高齢化進展、木造密集市街地等で都市の更新が求められる地域は、健康・安全・快適性向上を念頭にした移転、コンパクトシティ化を進める。
- ◇ これらの事業に、五輪選手村の整備／転用、競技場の跡地活用の技術・ノウハウ・事業機会を積極的に活用する。

④ 安心・安全・快適で自由な移動を保障するまち・地域づくり

- ◇ パラリンピック開催にふさわしい、安心・安全・快適で自由に移動できるまち・地域づくりを確実に進める。
- ◇ ハード(交通インフラ)整備に加え、シームレスな移動が可能となるように、多様な快適な移動手段を円滑に選択できるよう、機器開発やソフト面の整備を並行して進める。

⑤ エネルギー安全の向上

- ◇ 省エネ、再生可能エネルギー・水素活用、さらにエネルギー有効利用を徹底するスマートエネルギーシティの検討を、制度改革、ビジネスモデル構築までひろげ、社会実装の段階に移す。
- ◇ オリ・パラを契機に設置する先進エネルギーショーケースを拠点に、国内外への展開を目指す。

⑥ 森林資源を活用したまちづくり

- ◇ 地域循環資源である「木材」は二酸化炭素排出において中立であり、用材・燃料としての活用拡大が期待されており、オリ・パラを契機に利用拡大を進める。
- ◇ オリ・パラの各種競技場とその周辺地域を、木材利用のショーケースとして活用し、建物の内装、外構設備への利用を促進する。

⑦ サイバーセキュリティの向上

- ◇ オリ・パラの大会運営や観戦客へのサービスにおいて、最新の技術・ノウハウ・ルールを導入し、安全性や利便性を高める。
- ◇ 大会関連で得られた知見や教訓を踏まえた技術・ノウハウ・ルールを、他の地域やサービスに展開する。

(4) 事業・施策体系

テーマ	事業・施策名	
1) 高次防災機能整備による減災	A	地域強靱化計画による地域レジリエンスの向上
	B	防災・減災アクションプランの策定・実践
	C	事前復興計画の策定
2) 高度技術を用いた社会インフラ等の維持保全	D	センサーネットワークによる道路・橋梁の安全管理
	E	危険度判定センサーによる大規模地震時の建物倒壊危険度の早期診断
	F	斜面崩壊センサーによる住民避難情報の有効活用
3) 健康・安全・快適性向上都市リノベーション	G	健康・安全機能を備えた都市へのリノベーション
	H	駅前の公共・民間施設の医療・福祉施設・住宅への転用による住替促進
	I	木造密集市街地居住者の希望者による五輪後の選手村への優先住替
	J	市街地更新に際してのコンパクトシティ／歩きたくなるまちづくり
	K	有料自転車専用道路・ランニングコース整備事業の検証
	L	リアル・バーチャル融合の新たなコミュニケーション・スペースの創出
4) 安心・安全・快適で自由な移動	M	移動手段、建物等のバリアフリー化、ユニバーサルデザインの徹底
	N	都心におけるシームレスな移動を支援する多様な移動手段整備
	O	地方都市・郊外におけるシームレスな移動を支援する多様な移動手段整備
	P	健康・安全に有効なパーソナルモビリティの提供
5) エネルギー安全の向上	Q	ビル・住宅、地域における省エネルギー事業
	R	スマートエネルギーシティの実現
6) 森林資源活用	S	森林資源をフル活用したまちづくり
7) サイバーセキュリティの向上	T	サイバーテロやシステムダウンに関するリスクマネジメント計画の策定
	U	サイバーセキュリティ W 杯の開催

* 網掛けの事業・施策は、次ページ以降で内容を例示。

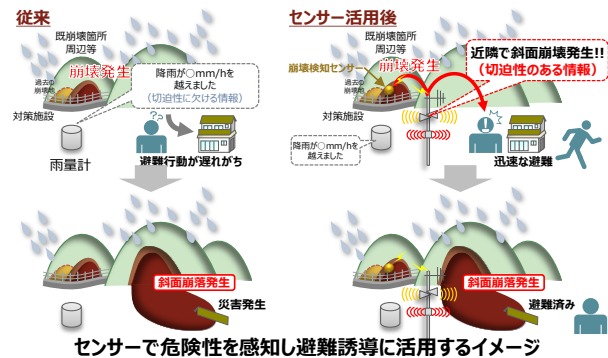
(5) 主な事業・施策 ◇ = 概要 ● = 創出されるレガシー ■ = オリ・パラの活用

① センサーネットワークによる道路・橋梁の安全管理

2) 維持保全 - D

◇ 道路・橋脚等はセンサーネットワークにより、損傷しやすい部分、ストレスがかかっている個所のモニタリングを行い、早期に危険個所を発見する。建物等は大規模地震などが発生した際、安全なのか、倒壊の危険がないかを判断するセンサーにより、危険性を判断。倒壊の危険がなければ帰宅困難者の待機場所などに活用する。土砂崩れは斜面に設置したセンサーで斜面崩壊発生を検知し、自治体や周辺住民が、避難の判断に有効となる切迫性をもった情報を得る。

- インフラ点検作業の効率化。適切なインフラ管理によるコスト削減。危険なインフラの察知による、建物倒壊や土砂崩れ等の危険回避。地震など災害に備えた監視 など。
- 大会期間中の道路等インフラの安全管理。

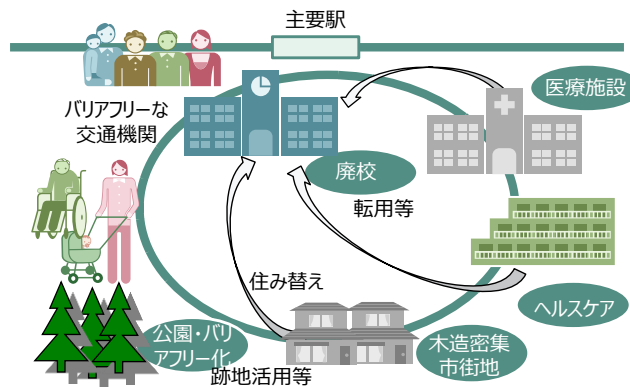


② 健康・安全機能を備えた都市へのリノベーション

3) 健康・安全 - G

◇ 五輪に向けた選手村の整備／転用、競技場の跡地活用などを通じて技術やノウハウを PR し、次のような事業に適用することで、全国の都市での健康かつ安全でコンパクトな都市への転換に貢献することを目指す。駅前の公共・民間施設を医療・福祉施設や住宅等に転用してまちなかへの住替を促進。木造密集市街地や郊外部の居住者で希望者に、五輪後の選手村・跡地開発で優先的住替を可能とし、木造密集市街地の更新、都市のコンパクト化の一助に。市街地の更新に際しては、周辺道路や歩道の緑化、ユニバーサルデザイン化をさらに進め、医療施設を中心としたコンパクトシティ/歩きたくなるまちづくり、地域コミュニティづくりを実現。

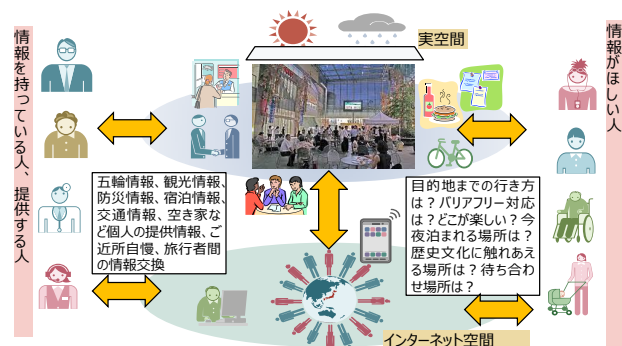
- 歩いて暮らせるまちづくりの実現。独居老人問題の改善。空き建物転用による有効活用。木造密集市街地の改善で火災の抑制。外国人から高齢者、子どもまでが集えるまちづくり。
- 大会で導入した先端技術の活用。大会後の関連施設の転用。



③リアル・バーチャル融合の新たなコミュニケーション・スペースの創出 3)健康・安全-L

◇ 古来、街には広場や市場があり、訪問者や居住者の情報交換の場所となっていた。今この街で何が起き、知りたいことがあれば誰かに聞ける、そんな空間をリアルでもバーチャルでも創造する。屋根があり、椅子やミストがあって快適で過ごしやすい空間を街中に創出する。自由に分割利用できる室内スペースを設け、ミーティングや自由な ICT コミュニケーションも行えるよう支援する。NPO を中心にスペースの運営組織を立ち上げる。オリンピック期間中はオリンピック関連情報の提供や宿泊に利用可能な空き家の情報、観光情報提供なども行い、来街者のワンストップ拠点となる。スペースの利用者を中心に、インターネット上のコミュニティを創出する。

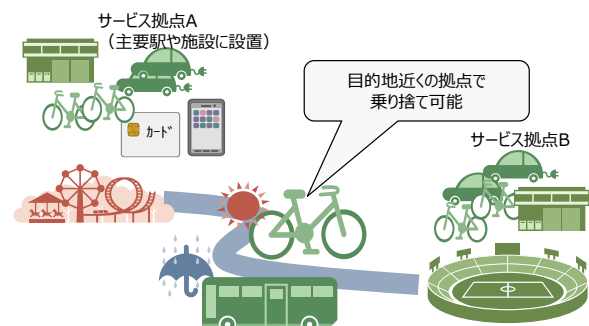
- 東京を来街者にやさしく、住民に楽しい街にし、イメージを一変させる。草の根の国際外交を深める。
- 来街者にワンストップで情報やコミュニケーションの場を提供し、快適な滞在を提供する。パラリンピックの精神を活かし、障がい者の社会参加を促進する。



④都心におけるシームレスな移動を支援する多様な移動手段整備 4)安心・安全-N

◇ 誰もがいつでも行きたい場所にシームレスに行くことができるよう、徒歩・鉄道・バス・車などのほか、多様な移動手段を快適に選択できる姿を目指す。都心では、健康増進につながる自転車や、高齢者でも安心な電動付自転車、自動運転車(二輪、三輪)や小型モビリティなど、多様なパーソナルモビリティを選択できるためのハードとサービスを提供する。

- 多様な移動手段による QOM (Quality of mobility) 向上。外出機会及び運動量増加による健康増進。道路交通渋滞の解消 など。
- 大会期間中を利用した、パーソナルモビリティレーンの社会実験。オリンピックを契機に制度改正(自動運転関連)。パーソナルモビリティシェアサービスの実用化 など。



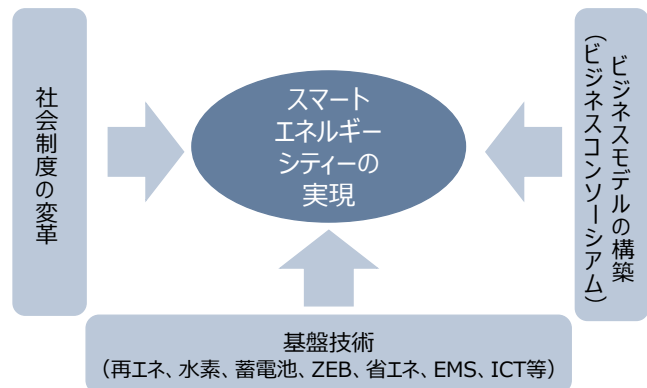
⑤スマートエネルギーシティの実現

5)エネルギー安全-R

◇ 再生可能エネルギーや水素、蓄電池、ZEB(ネット・ゼロ・エネルギー・ビル)、省エネルギー、EMS(エネルギー・マネジメント・システム)、ICT等のハード技術、ソフト技術を活用して、スマートエネルギーシティの構築を目指す。社会制度の変革、ビジネスモデルの構築などにより、実際の社会展開を目指す。オリンピック・パラリンピックでのショーケース化を元に、国内・海外への展開を目指す。他のテーマ(交通や生活支援、ビッグデータの活用等)

等)と連携して、街全体でのタウンマネジメントも視野に入れる。

- 持続可能性、強靱性、省エネルギーの高いエネルギーシステムが実現する街。他テーマとの連携による快適性、利便性などが向上した街。
- 選手村やメディアセンター、会場などを活用したショーケース化。

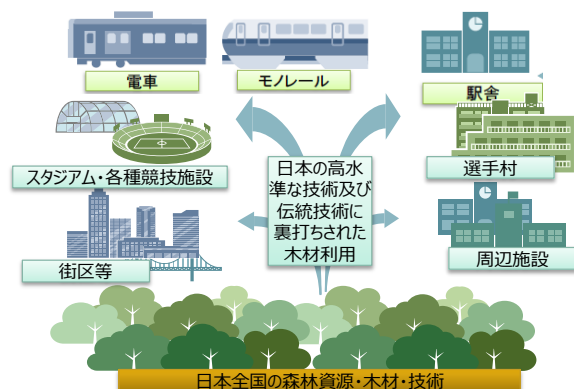


⑥森林資源をフル活用したまちづくり

6)森林資源活用-S

◇ 地域循環資源である「木材」を活用した競技場、選手村、周辺施設・空間の整備・演出。緑や生物多様性、防災性を考慮した、まちづくりや大会施設整備。大会関連施設において、木材を積極的に活用。伝統技術・工芸から新技術まで「森林資源の活用」に係る技術・製品によるショーケースに(日本各地の森林資源の産地/事業者を総動員)。ショーケースとして「鉄道駅・鉄道インフラ」(列車車両など含め)を代表格に据えて展開(東京は世界トップレベルの鉄道先進都市)。関連施設とともに、それらをつなぐ街区(歩道上の庇・柵・デッキ・陸橋・ベンチなど)に木製品を活用・演出。

- 森林資源・木製品を活用する日本の高水準技術の再認識。東京での地方木材の需要を喚起。名産地の伝統技術・匠の掘り起こしと地域産業の活性化。「木による上質な空間」の価値の再認識。
- 訪日観戦客やマスコミに対してショーケースを通じて森林資源の活用をアピール。



2.6 課題解決に先進的に取り組み、モデル・技術を世界に示す社会

(1) ビジョン・目標

ビジョン	課題解決に先進的に取り組み、モデル・技術を世界に示す社会
	<ul style="list-style-type: none"> ・先進モデルと技術を世界に示す社会 ・サステナブルな日本流ライフスタイルを世界に発信
2020年目標	先進技術・社会モデルのショーケース 20か所
2030年目標	先進技術ショーケースの全国での実用化と海外輸出

(2) 課題認識

- ◇ 近未来(2030年)に実現したい暮らしの共通イメージの必要性・重要性
- ◇ 国内外の人々が、先進モデルに容易に触れることのできる環境づくり
- ◇ 成功事例の創出とその横展開の機動力の導出
- ◇ 失敗を恐れず、新しい試み、課題の解決に挑戦できる環境の創出
- ◇ 実践に踏み出せない弱点や課題解決、目標実現を先送りしたがる傾向の克服

(3) 基本方針

① 2030年の暮らしの実現に向けたショーケースの展開

- ◇ 近未来(2030年)に実現したい暮らしと社会を、モデル地域で実現し、それをショーケースとして提示することで、レガシー創出の起点、情報発信源とする。
- ◇ 海外の人々がショーケースを訪れ、多様な分野における先進技術、社会モデルに身近に触れてもらうことで、世界へ向けた技術移転の拠点とする。

② 国内各地域での展開(競技会場、臨海部、都心、郊外、地方・被災地)

- ◇ オリ・パラの競技会場を起点に、レガシー効果の外延化を念頭において、臨海部、都心、郊外、地方とショーケース立地場所を設定する。
- ◇ 臨海部、都心、郊外は東京以外の大都市部への横展開を意識してショーケースの検討を行う。
- ◇ 地方は東日本大震災の被災地への適用も視野に入れた検討とする。

③ ショーケースのネットワーク化

- ◇ 各地域に立地するショーケースをネットワーク化し、テクニカルビジットの対象地域とすることで、国内外からのアクセス性を向上させ、ショーケースとしての情報発信力をより高いものにする。
- ◇ ショーケースネットワークのハブ機能を、オリ・パラ競技会場近傍に設置することで、2020年基点のレガシーの象徴とする。
- ◇ ショーケースは、先端技術を用いて、海外(特に新興国・途上国)でもバーチャルに体感できる場を提供するなど、グローバルなネットワークも形成し、効果を高める。

(4) 2030年の暮らしのイメージ

A. 快適・賑わい

①買物

- ◇ 病院や商業施設等、日常的によく利用する施設・サービスが徒歩圏内に何でも揃う。
- ◇ 自分が買いたい商品を店舗が汲み取って自動的に提案してくれる。
- ◇ ほしいものをネットで注文すると、自分で簡単につくることができる(3Dプリンタ等)。
- ◇ 世界中の食材がいつでも安価で手に入り、多様な国・文化の人々が安心して暮らせる。

②仕事

- ◇ 個人のライフスタイル、ライフサイクルに合わせて職場を選べる。家にいながら、会議出席等も在社時と同様にでき、居住地や生活時間が仕事場に制約されなくなる。
- ◇ 就業時間を自由に決定でき、家族との時間を多く持てる。長期休暇も取りやすくなる。
- ◇ 高齢者等が地域の子どもの面倒を見てくれて、子育て世帯の女性が働きやすくなる。

③観光・レジャー

- ◇ 初めての観光地でも、好みに合わせておすすめルートやイベントを提示してもらえたり、施設や移動手段の予約ができる。外国人は、それぞれの言語で対応してもらえる。
- ◇ 絵やデザインで、観光地や国内の案内が一目でわかり、誰もがストレスなく移動・訪問できるようになる。
- ◇ 外国人観光客と地元の日本人とが言語の壁なく、自由にコミュニケーションが取れる。
- ◇ 子どもだけでも遊べる公園・散歩道等が都心にたくさんあり、気軽に自然と触れ合える。都心の緑が多く、オフィス街も涼しくなる。
- ◇ 被災地に観光客が集まり、スポーツ・文化等による交流がたくさん行われる。外国人観光客にも加わってもらうことで、日本の安心・安全が世界に伝わる。
- ◇ 老若男女・多国籍の人々が、マルチランゲージでコミュニケーションが盛り上がる場やフェスティバルがある。

④交通

- ◇ 交通状況などもふまえて、最適ルートと移動手段が提案され、渋滞にあわずに安全に目的地までスムーズに移動できる。高齢者・障がい者、子どもなどが、自力で車や自転車を運転できなくても、快適・安全に移動できる。
- ◇ 外出先や観光地などでも、好きなところで車や自転車などを借りて乗り降りができる。

⑤日々の暮らし全般

- ◇ 街中で、温度・湿度・光度・におい・音・花粉・PM2.5等がコントロールされ、快適に暮らせる。
- ◇ 目や耳の不自由な障がい者でも、誰とでもスムーズに意思疎通したり、街の状況を認識することができる。

B. 健康・長寿

①医療

- ◇ 体温、脈拍等の日々の健康状態から、心身の異常を早期に検知してアラートを出してもらえ、病気の早期発見ができる。
- ◇ 個人の病歴や治療歴、薬の処方歴、遺伝情報、現在の健康状態などが一元的に管理されている。医療機関に情報が共有されていて、一人ひとりが最適な医療を受けられる。ペットも同様に健康管理ができる。
- ◇ 場所を限定せず、高度医療を含め、必要な診察・治療を受けられる
- ◇ 自宅にいながらにして 24 時間 365 日適切な診察・治療を受けることができる。
- ◇ 外国人観光客も、言語の支障なく診察・治療を受けることができ、自国の医療機関等から病歴やアレルギー情報などの情報を得ながら、適切な診察を受けられる。逆に、日本人が海外に行ったときには、日本人の医師からバーチャルに診察を受けられる。

②スポーツ・運動

- ◇ 住んでいる地域や働いている場所の近くで、手軽に様々なスポーツを楽しむことができる。子どもから高齢者まで、アスリートとの交流が生まれたり、高齢者向けなどのスポーツイベントが日常的に開催される。
- ◇ スポーツ活動やボランティア労働等健康運動の実績が「健康ポイント」として評価され、それに応じて税金の減免等を受けられる。
- ◇ 仮想的に、トップアスリートや他の会場の人と一緒に、スポーツ体験ができる。
- ◇ 自分にあったスポーツイベント等が自動的に案内される。
- ◇ 自分にあったスポーツ用品や遊具を手軽に作成できるようになる。
- ◇ 就業の合間や就業後など、働いている大人が運動する時間が格段に増える。

③就労・生きがい

- ◇ リタイア後の高齢者が、大学に通ったり、仕事をしたり、地域のために活動したり、プロジェクトをしたりして、社会とのつながりを強く感じながら暮らすことができる。

④移動

- ◇ 高齢者や障がい者等が、自分が行きたい場所まで安全に、スムーズに移動できるようになり、アクティブな日常生活を送ることができる。
- ◇ 健康維持のため、適切な運動になるように移動経路等が提案される。徒歩や自転車による移動がしやすい街になる。
- ◇ アスレチックのように、移動しているだけで運動になるような仕掛けが街中にある。

⑤食事

- ◇ 買い物先や外食先で、健康状態やアレルギーや生活習慣病など、個人・家族それぞれの、その時その時に適した食事の提案を受けられる。
- ◇ 新鮮で栄養価の高い食事・食材をどこでも手軽に手に入れることができる。

C. 安心・安全

①防災・減災

- ◇ 災害時でも家で電気が使え、普段通りの生活ができる。地域でエネルギーをシェアできる。
- ◇ 津波・地震等の災害時に避難すべき場所、取るべき行動等の情報を受け取ることができる。あわせて、就学中の子どもや地方の親の居場所、安否情報をリアルタイムに入手できたり、連絡ができる。

②健康・文化

- ◇ 健康状態や適切な食事量・運動量の情報が簡単に手に入る。子ども・妊婦・高齢者・中高年など、自身の体の状態にあった助言も受けられる。
- ◇ 店舗の食料品の原材料・産地・カロリー等の情報が簡単に確認でき、購買のアドバイスをしてもらえる。
- ◇ ムスリム等の外国人観光客は、宗教・文化に合わせて商品・食べ物を選んでもらえる。

③交通・移動

- ◇ 交通事故発生件数が0になり、高齢者・障がい者も自動車の運転ができる。
- ◇ 徒歩や自転車による移動がしやすい街になる。街中のバリアフリー化が進み、高齢者・障がい者も安心して出歩ける。

④防犯・コミュニティ

- ◇ 子ども・女性・高齢者であっても安心して一人歩きができる。犯罪にあったり、迷子になったりしないように24時間見守りサービスが受けられる。
- ◇ 元気な高齢者による子育て・保育への参画が進む。保育所不足・学童保育不足が解消され、子育て世代も安心して就業できる。
- ◇ 子どもたちが外に安心して遊びに行けて、高齢者等が地域の子どもたちに遊び方を教えながら、見守ってくれる。
- ◇ 高齢者同士や多世代での、趣味や学び、地域活動などが活発になり、地域でのコミュニティが強固になる。
- ◇ 若者からシニア、外国人に至るまで、仕事や地域活動など、社会参画が進み、コミュニティの治安が保たれている。

⑤見守り

- ◇ 一人暮らしの高齢者等の健康状態や活動状況を離れている家族がいつでも把握できる。
- ◇ 高齢者の徘徊等を防止できる、徘徊してしまった場合には早期に発見・保護できる。

(5) 主な事業・施策（まちまるごとショーケース）

オリンピック・パラリンピック開催中は、競技会場を中心に多くの人々が世界中から訪れ、開催都市全体がショーケースとしての機能を発揮することになる。すなわち、まちがまるごとショーケースとなる。

本提言では、競技会場とその周辺を中心に、競技会場が多く立地する臨海部、来訪者の多くが足を運ぶ都心商業業務地をショーケースとして設定した。さらにオリンピック・パラリンピックを契機に、レガシー効果の波及が期待される大都市郊外部、地方都市・被災地もショーケースの立地場所として見立てた。

それぞれのショーケースにおいて、どのような施設・技術・サービスなどを展示することが効果的か、アイデアを出し合い、一覧としてまとめ、より象徴的なものを各ショーケースのイメージ図に反映した。

①競技会場

- ◇ 選手や観客に便利・快適で環境に良い生活や活動・移動の環境を提供し、先進性を PR。
- ◇ 競技会場内や入退場時管理など、観客向けに便利なサービスを PR。
- ◇ 会場間の人の移動や物流など、効率的な運営を PR。

誰に？	何を見せるか？	どのようなレガシーにつながるか？
選手	<ul style="list-style-type: none"> • 選手を運ぶ公共交通やタクシーに、最先端エコカーとして電気自動車（EV）やプラグインハイブリッド（PHV）、燃料電池車を活用する。 	【交通】 • 快適で環境により移動手段の実現
	<ul style="list-style-type: none"> • 各種センサーやウェアラブルデバイス等を用いることで健康状態に関するデータを取得し、また食事のメニュー、カロリー、栄養素等も管理し、食事メニューを多言語で助言するサービスを提供する。 	【健康】 • ヘルスケア技術・サービスの国内普及、輸出促進
	<ul style="list-style-type: none"> • 日光や温度を調整し、快適を保つ壁紙等も利用して、選手村やスタジアム等の中での快適なエコ空間の創出する（宿泊部屋、休憩室等）。 	【健康】 • ヘルスケア技術・サービスの国内普及、輸出促進
	<ul style="list-style-type: none"> • 海外からの参加者にアウェー感を感じさせない、おもてなしの心を体現する受け入れ態勢をつくり、サービスを提供する。 	【観光】 • 日本のファンづくり
観客	<ul style="list-style-type: none"> • 真夏でも快適なスポーツ・観戦環境を創出する。（熱くならない施設・道路、ミスト、木陰、風が通る施設等） • 障がい者、高齢者の移動のしやすさに配慮した競技施設を整備する（ユニバーサルデザイン）。 	【健康・環境・まちづくり】 • 自然を有効活用した都市の暑さ対策 【まちづくり・高齢者等】 • 徹底したユニバーサルデザインの実現
	<ul style="list-style-type: none"> • 競技会場、最寄りの鉄道駅舎等に、高品質な木材の優れた加工品を活用する。 • 森林認証ロゴマークの導入、PRを行う。 	【環境・産業振興】 • 未利用木材資源の利活用・加工技術の向上、林業の活性化
	<ul style="list-style-type: none"> • スマホやウェアラブルデバイス等を用いることで競技情報を多言語でナビゲーションする。（競技のスケジュール、当該会場や他会場の結果等） • コンコース・施設周辺でのパブリックビューイング、ウェアラブル端末へ多言語で配信を行う。 • 高齢者、障がい者等を対象に、競技場付近でパーソナルモビリティのシェアリングサービスを提供する。 	【イベント・交通・高齢者等】 • 訪日外国人の利便性向上、観光客数増加 • 大規模イベントでの利便性向上 • 多様な移動手段の確保、渋滞の解消 • 高齢者・障がい者等の活動範囲拡大
	<ul style="list-style-type: none"> • 視覚・聴覚障がい者向けに、音声解説サービスを提供する。 • 騒音が大きい場所では骨伝導も利用する。 	【イベント・高齢者等】 • 障がい者が楽しめるイベントづくり
	<ul style="list-style-type: none"> • ワンセグなどを用いて子供向けに解説サービスを提供する。 	【イベント】 • 楽しめるイベントや案内・誘導
	<ul style="list-style-type: none"> • 子ども向けにキッズニアのオリンピック・パラリンピック版を開催する。 • 選手と一緒に競技を疑似体験する場を設け、イベントを開催する。（選手の映像の横で一緒に走る、跳ぶ等） 	【スポーツ・産業振興】 • スポーツ振興
	<ul style="list-style-type: none"> • 子どもの迷子、誘拐対策を強化する。（離れるとアラームが鳴る、携帯電話等で子供の位置が分かる等） 	【イベント・防犯】 • セキュリティ対策
	<ul style="list-style-type: none"> • マルチな決済端末・カードにより、外国人等の利便性が向上する。（携帯、チケット等があれば、交通、入場、自動販売機での購入等が可能になる等）。 	【観光・まちづくり】 • 住民や来街者にとって利便性の高い街の実現

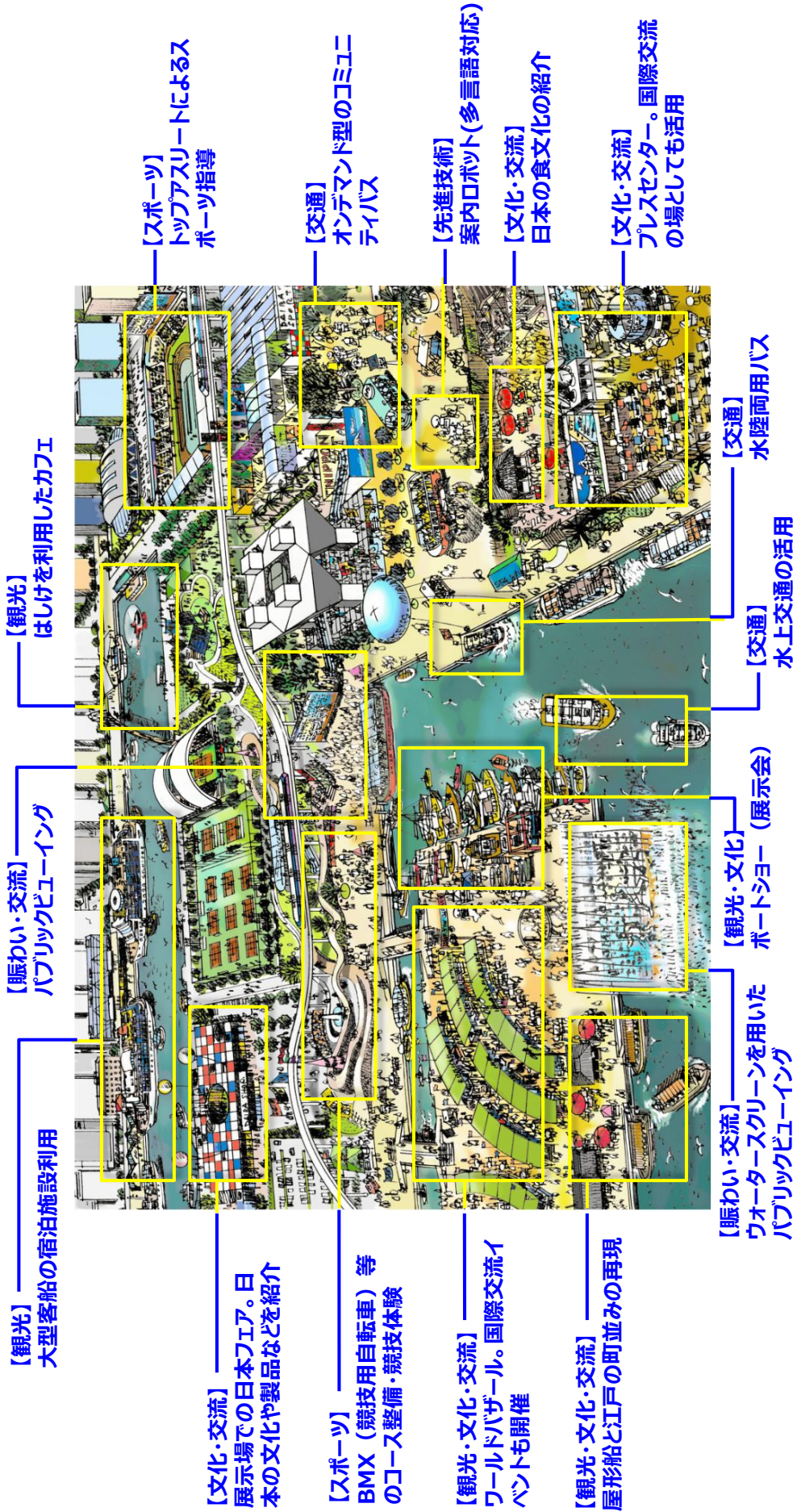
誰に？	何を見せるか？	どのようなレガシーにつながるか？
	<ul style="list-style-type: none"> Wi-Fi、ウェアラブル等により、会場での情報入手（座席、経路、混雑状況等）を支援する。 ポータブル Wi-Fi ステーション。スタッフが Wi-Fi 基地局を背負って歩く。 	<p>【イベント・まちづくり】</p> <ul style="list-style-type: none"> イベント・集客施設での利便性向上 Wi-Fi が繋がりがやすい街の実現
会場運営者	<ul style="list-style-type: none"> ICT を用いて、常時、選手やスタッフの居場所が確認でき、タグや顔で認証を行い、管理・誘導等に役立てる。 観客の位置情報を利用して、安全で効率的に観客等を誘導する。 	<p>【イベント】</p> <ul style="list-style-type: none"> イベントにおける的確な案内・誘導 イベントにおけるセキュリティ管理
	<ul style="list-style-type: none"> 炎天下の案内など、人にとって過酷な場所での案内・誘導などは、ロボットが行う。 	<p>【イベント】</p> <ul style="list-style-type: none"> 都市の案内・誘導
	<ul style="list-style-type: none"> 競技会場でのコジエネ採用。節電して競技会場に電力を優先してくれた企業を PR。 人の行動で発電し、競技会場の電気を賄う。観客席の振動、離れた場所でのスポーツなど。 	<p>【イベント・エネルギー】</p> <ul style="list-style-type: none"> イベント時の節電対策・省エネ。
	<ul style="list-style-type: none"> 省エネ、創エネ、畜エネを積極的に活用し、EMS, ICT 等を用いて、競技場、選手村をスマートシティ化する（エネルギーマネジメント）。 競技場、選手村、ホテル、交通等、稼働時間帯の異なる施設間でエネルギーを相互融通する。 地震発生時に当該施設が避難所になる（上下水道、通信、エネルギーの確保、食料備蓄）。 	<p>【イベント・エネルギー・安全安心】</p> <ul style="list-style-type: none"> イベント時の節電対策・省エネ。 災耐性、環境持続性を備えた街の実現
	<ul style="list-style-type: none"> 一過性のボランティアではなく、阪神淡路や東日本大震災以降の経験の積み上げを踏まえたボランティアサービスを提供する。 ボランティアサービスは、2019 年ラグビーワールドカップ、2021 年関西ワールドマスターズゲームズと連携して行い、ボランティア文化をいっそう根付かせ、文字通りのレガシーとする。 	<p>【文化】</p> <ul style="list-style-type: none"> 次の大会運営にも応用



②臨海部

- ◇ 数多くの競技会場や選手村などが立地する臨海部で、選手・観客向けの PR。
- ◇ 大会後、各種先進技術が集中立地する場として、居住地や技術輸出用のショーケースに活用。

誰に？	何をjせるか？	どのようなレガシーにつながるか？
観光客、観客	<ul style="list-style-type: none"> 競技場の大半が立地する東京ベイゾーンの水辺環境を活かし、エコで利便・快適、災害に強い人流・物流体系として船舶を活用する。 日本らしい美しい船を活用したクルーズを運航する。 	【まちづくり・観光・交通】 <ul style="list-style-type: none"> 強靱性、持続可能性を備えた街の実現
	<ul style="list-style-type: none"> ロープウェーや水陸両用バスを整備する。羽田のターミナルから船に乗り換えることなくダイレクトにアクセスできるようにする。 駅から競技場等への移動を容易にし、高齢者等の負担を和らげるための動く歩道を整備する。可搬型（動く動く歩道）としておくことで、オリンピック後もいろいろなイベントにも有効活用する。 観客/観光客を運ぶ公共交通やタクシーに、最先端エコカーとして電気自動車（EV）やプラグインハイブリッド（PHV）、燃料電池車を活用する。 	【観光・交通】 <ul style="list-style-type: none"> 快適な移動手段 高齢者等にやさしい街 観光資源
	<ul style="list-style-type: none"> 多言語対応、交通・観光案内のナビゲーションを行う。 ウェアラブル端末の利用者のリアルタイム位置情報を収集し、海上交通を含めたおすすめ移動ルートを提示する。災害時には避難ルートを提示する。 	【観光・交通】 <ul style="list-style-type: none"> 訪日外国人の快適な観光 快適で安全な移動手段の提供（交通混雑の解消）
	<ul style="list-style-type: none"> 宿泊所不足の解決、臨海部の水辺の良さを味わってもらうため、客船を船着き場に並べて、臨時的海上宿泊所を整備する。 メガフロートを浮かべて簡易宿泊所を整備したり、イベント拠点や防災拠点とする。 	【まちづくり・観光】 <ul style="list-style-type: none"> 安全・安心な街 観光資源
	<ul style="list-style-type: none"> おもてなしの心、江戸情緒といった日本らしさをショーケースとして伝えていく。 昔ながらの街（月島等）、先進都市（晴海等）両方を PR する。 お台場日本未来館を活用し、特に外国人、日本の子ども向けに先進技術を紹介する。 	【観光】 <ul style="list-style-type: none"> 日本の伝統文化の継承、PR 先進技術の PR、教育
	<ul style="list-style-type: none"> 祭・花火等の伝統行事とプロジェクトマッピングや AR 等先進技術をコラボレーションさせたエンターテインメント等の上映により、東京の新たな魅力を伝える。（水辺空間なども活用） 	【観光】 <ul style="list-style-type: none"> 新たな賑わい形成・集客手段開発 日本の伝統文化の継承、PR
	<ul style="list-style-type: none"> 清掃ボランティア等のおもてなしを街全体で展開し、適切な運営がされていることを PR する。 	【文化】 <ul style="list-style-type: none"> 次の大会運営にも応用
	<ul style="list-style-type: none"> ビルや建物に耐震マーク、津波対策マークをつけて、観光客等の安全・安心を高める。 多様な施設（例：スポーツクラブ等）を防災拠点とする。 河川水熱の利用やスマートビルを整備する。 	【まちづくり】 <ul style="list-style-type: none"> 安心・安全な街 低炭素、省エネルギーの街
地域住民	<ul style="list-style-type: none"> 海辺の心地よい空間にベンチや遊歩道、ミストなどを整備し快適で過ごしやすい憩いの場を整備する。 	【まちづくり・観光】 <ul style="list-style-type: none"> 住民や来訪者にやさしい街の実現
	<ul style="list-style-type: none"> 地域住民同士が集うスポーツ拠点やアスレチック的な歩道空間の整備等により、「地域まるごとスポーツクラブ」のモデルを示す。 	【健康・長寿】 <ul style="list-style-type: none"> 運動機会の増大、生活習慣病や要介護化の防止
国・自治体・企業勤めの外国人（ビジネス）	<ul style="list-style-type: none"> 輸出、商談につながるよう先進技術を紹介する観光（テクニカルビジット）を推進する。 	【観光・商業】 <ul style="list-style-type: none"> 先進技術の PR、海外輸出の推進
	<ul style="list-style-type: none"> オリンピックと合わせてロボットのオリンピックを開催する。日本ならではの平和利用（ロボットスポーツ五輪等）や課題解決型のオリンピックとして、軍事利用とは一線を画す。 	【先進技術】 <ul style="list-style-type: none"> 様々な技術の実現

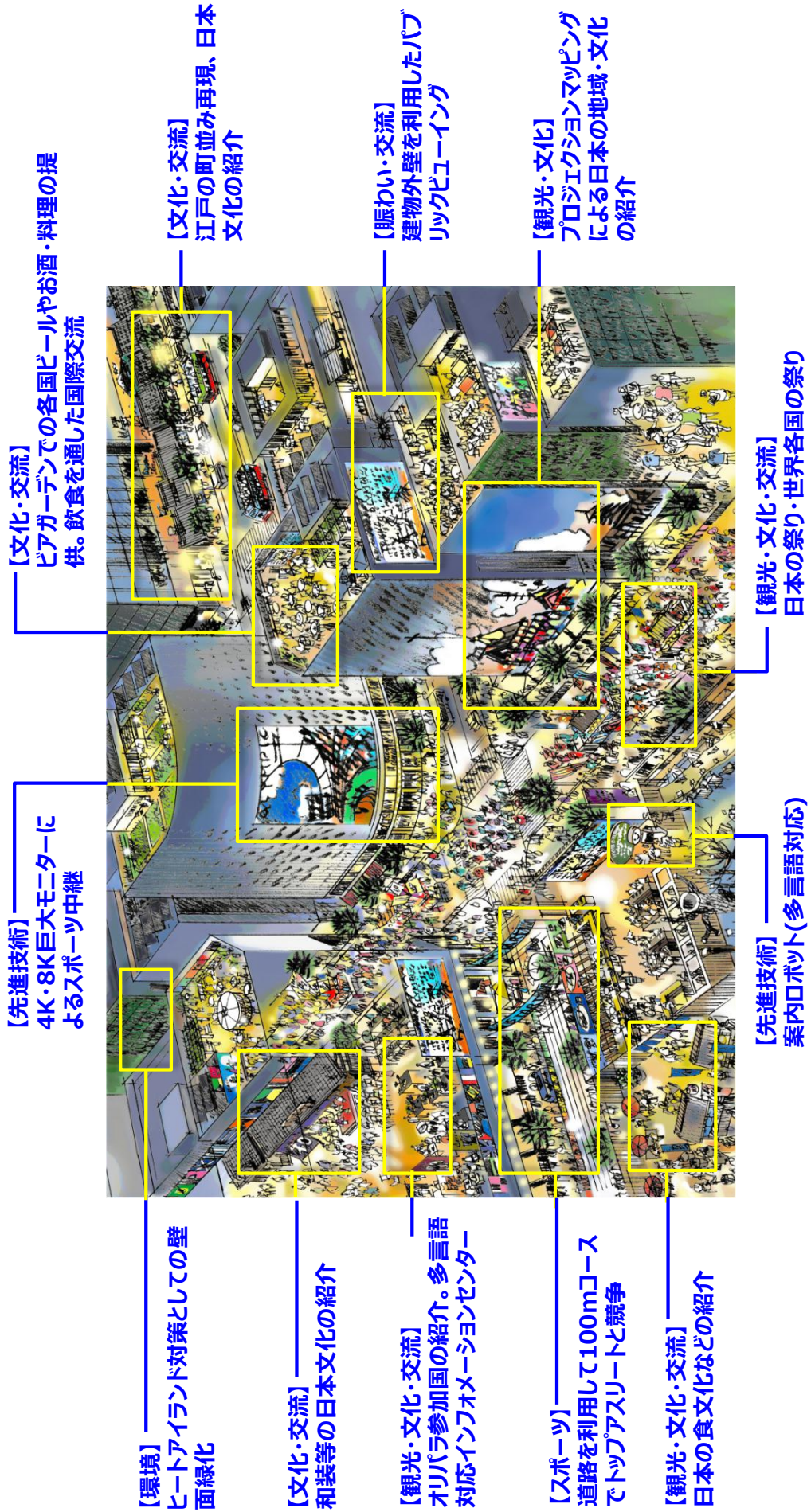


③都心商業業務地

- ◇ オリンピック・パラリンピック等を契機に日本を訪れる観光客が回遊・滞在する都心地域で先進技術等をPR。
- ◇ 就業者による健康意識を高めるライフスタイルの体験。
- ◇ 多様な人の活動を支援したり、交流できるまちであることをPR。
- ◇ 日本(東京)が安全かつ利便性の高いまちであることをPR。

誰に？	何を見せるか？	どのようなレガシーにつながるか？
買い物客全般	<ul style="list-style-type: none"> ・ あちこちで、大型ハイビジョンを用いたパブリックビューイングイベントが一日中行われ、日本だけではなく、各国の様々な競技が見られるようになっている。 ・ 机やベンチ、カフェなどが併設され、多国籍な人々の交流拠点となっている。 ・ イベントを通じ日本文化を伝える手段としても活用する。 	【商業】 <ul style="list-style-type: none"> ・ 新たな賑わい形成や来街者同士の交流・日本の伝統文化のPR
	<ul style="list-style-type: none"> ・ デパートや路面店などが集積するエリアでは、ウェアラブル端末にお薦めの商品、店舗の広告やクーポン、イベント情報のほか、街中のサイン情報や経路案内などが提供される。 ・ これにより、屋外広告などを撤去、きれいな景観をつくりあげる。 ・ また商品の購入を決めると端末で決済、自宅への配送手続きができ、買い物袋なしで快適に買い物を楽しめる。 	【商業】 <ul style="list-style-type: none"> ・ 新たな広告手段の開発 ・ 新たな賑わい形成・集客手段の開発
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 各メニューにスマートフォンをかざしたり、ウェアラブル端末を使うことで、多言語対応でメニューの詳細（使われている食品やその産地、アレルギー情報など）を見ることができる。 	【安全安心】 <ul style="list-style-type: none"> ・ 安全安心な食事の提供
就業者全般	<ul style="list-style-type: none"> ・ 街なかの人の滞留・移動情報、イベント情報などをもとに移動ニーズを予測し、ダイヤを柔軟に変更したり、移動手段に関するアドバイスをする。 	【交通・健康】 <ul style="list-style-type: none"> ・ 快適で安全な通勤・移動手段の提供（交通混雑の解消）
	<ul style="list-style-type: none"> ・ ウェアラブル端末による健康管理機能などにより、個人の健康・疲労状況を分析し、食事や運動・休憩などの的確なアドバイスをする。 	【企業】 <ul style="list-style-type: none"> ・ 企業における従業員の発症に伴うリスクの軽減・従業員のQOLの向上
	<ul style="list-style-type: none"> ・ パーソナルモビリティのシェアサービスを提供する。まとまった就業集積エリアにある各オフィスビルの貸し出しステーションにより、オフィスビルからオフィスビルへの直接的な移動が可能となる。予約や決済はすべてスマートフォンでできる利便性の高いサービス。 	【交通・環境】 <ul style="list-style-type: none"> ・ タクシー移動からの切り替えによる環境負荷低減と交通混雑の解消
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 首都高の高架下などの都心ならではの空間をジョギングコースとして活用できるようにする。 ・ 健康管理の一環として、仕事中に気軽に参加できるジョギング・サイクリングコースを設置。 	【交通・環境】 <ul style="list-style-type: none"> ・ 就業者の健康維持・増進
	<ul style="list-style-type: none"> ・ オリンピック開催中の交通規制（交通集中を解消するため、勤務時間のピークシフト等）に協力した場合、オリンピック関係の特典が協賛社からもらえる。 	【交通】 <ul style="list-style-type: none"> ・ 交通混雑の解消
外国人	<ul style="list-style-type: none"> ・ ウェアラブル端末によるコンシェルジュ機能などにより、日本に初めて来訪した人でも、安心して、移動やコミュニケー 	【観光・交通】 <ul style="list-style-type: none"> ・ 海外からの観光客の増加（年間 2,020 万

誰に？	何を見せるか？	どのようなレガシーにつながるか？
	<p>ション、買い物等を楽しんでいただけるように情報提供をする。ジオフェンシング機能で、商業エリアに入ってきた人を自動認識し、情報提供を開始する。</p>	<p>人受け入れ体制整備）、地方や海外への展開</p>
	<ul style="list-style-type: none"> ハラールやベジタリアン、アレルギーなど食に関するデータを、予約時や注文時に、利用者から提供いただくことで、制約条件に配慮した食事を提供する。 	<p>【観光・健康】</p> <ul style="list-style-type: none"> イスラム圏などからの観光客増加、食に関するトラブル等の防止
	<ul style="list-style-type: none"> クレジットカードと連動した1枚のICカード「ビジットジャパンカード」をにより、交通サービスや買い物や食事、観光施設利用料等のすべての決済を行うことができる。 	<p>【観光・交通】</p> <ul style="list-style-type: none"> 海外からの観光客の増加（年間2,020万人受け入れ体制整備）
	<ul style="list-style-type: none"> 大井競馬場のような施設を総合リゾート施設化する。例えば、相撲など他の日本文化も楽しむことができる施設を統合・集約し、大規模な観光施設としてリニューアルする。 	<p>【商業】</p> <ul style="list-style-type: none"> 新たな賑わい形成と日本文化のPR
	<ul style="list-style-type: none"> 日本人の礼儀正しさ（整列する文化やおもてなしサービス）を直接体感できるように、観光情報の中に、おすすめスポット情報として盛り込む。 	<p>【観光】</p> <ul style="list-style-type: none"> 日本文化の再発見
	<ul style="list-style-type: none"> 駅などの交通拠点に、おもてなしの充実した「ビジターセンター」を設置。（まちなかの交番イメージ） 	<p>【観光・まちづくり】</p> <ul style="list-style-type: none"> 海外観光客の増加
	<ul style="list-style-type: none"> 治安のよさをPRするため、市民参加型の安全なナイトイベント（例：プロジェクトマッピング）を企画し、情報提供する。 	<p>【観光・まちづくり】</p> <ul style="list-style-type: none"> 新たな観光スポット開発。海外観光客の増加
海外及び地方からの来訪者	<ul style="list-style-type: none"> 現在の東京の先進性と文化を育んだ、江戸文化と風情に親んでもらうツアーやイベントを企画する。 最新技術を駆使して、タイムトラベルを体感してもらう。 	<p>【観光】</p> <ul style="list-style-type: none"> 新たな観光スポット開発
高齢者	<ul style="list-style-type: none"> 都心には増加する単身高齢者などが、癒しを求めて集まる場所や、高齢者同士、また多世代間の交流を促進するため場所が必要となる。セラピー効果のあるペットと触れ合える広場や、自然いっぱいの森林公園・水辺公園を整備する。 	<p>【まちづくり・健康】</p> <ul style="list-style-type: none"> 三世代交流の促進 健康増進
都心生活者	<ul style="list-style-type: none"> 最新技術を搭載した電気自動車、燃料電池車などに自由にだれでも体験できるコースを整備する。 自動運転の体験コースを整備する。 	<p>【交通・まちづくり】</p> <ul style="list-style-type: none"> 移動手段の高度化

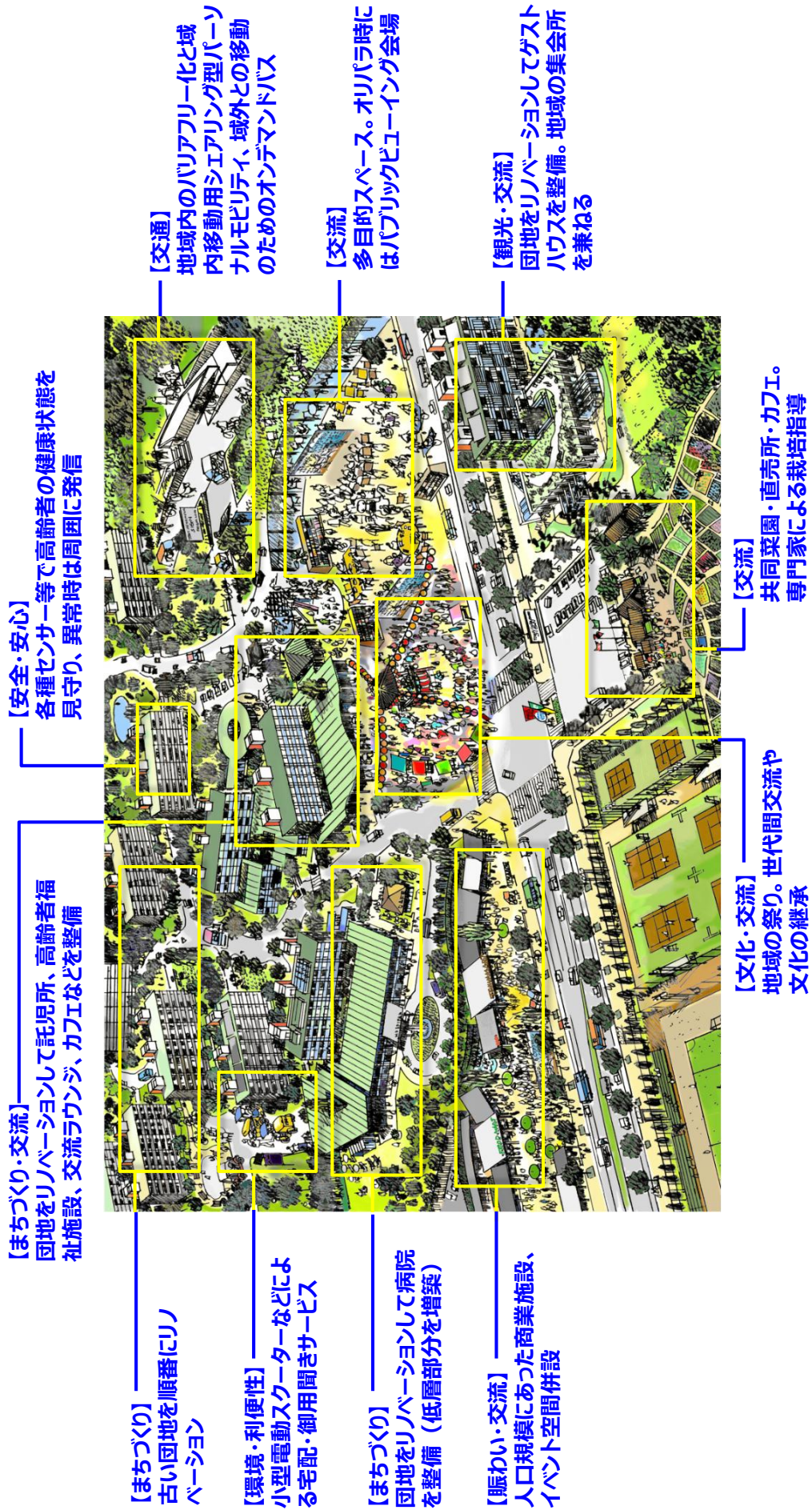


④大都市郊外部(ニュータウン等)

- ◇ 高齢化が著しい地域での、これからのコミュニティ維持のあり方や、安全で生きがいを感じられる暮らし方の体験。
- ◇ 高齢化で重要性が高まる移動手段の多様な確保のあり方を提示。
- ◇ 人口減少で使われなくなる家、施設、公共空間等の転用による新たな価値の提供。
- ◇ 住民、行政、企業が連携して地域を運営していく新たな郊外でのまちづくりのモデルを提示。

誰に？	何を見せるか？	どのようなレガシーにつながるか？
地域住民	<ul style="list-style-type: none"> ・ 競技会場にはなかなか行けない高齢者等の住民に、地域のスポーツ拠点で、パブリックビューイングなどを用いて、オリンピック・パラリンピックの競技場の臨場感を体感してもらう。 	【まちづくり】 <ul style="list-style-type: none"> ・ 遠隔の人々とのリアリティのある交流 ・ 高齢者等の外出機会の増大、健康増進
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地域交流拠点や商店街などを核とする、スポーツ体験イベントを開催する（地域に宿泊するオリ・パラ選手や観光客の応援団と一緒にミニ・パブリックビューイング、簡単なプレー体験コーナー、「一町会一国応援」活動）。 	【まちづくり】 <ul style="list-style-type: none"> ・ 遠隔の人々とのリアリティのある交流 ・ 高齢者等の外出機会の増大、健康増進 ・ 新しいスポーツへの参加機会の提供
	<ul style="list-style-type: none"> ・ まちかどで EV の電源を使った“ミニ”パブリックビューイングを行い、各地で住民と来訪者の交流コミュニティづくりを行うとともに、EV の多様な使い方を広める。 	【まちづくり】 <ul style="list-style-type: none"> ・ コミュニティ形成の促進 ・ 非常用電源の確保
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 住民、行政、企業が連携し、自治会を発展させ、マンション管理組合のように費用を徴収して、地域でのサービスを提供していく仕組みを構築する。 	【まちづくり】 <ul style="list-style-type: none"> ・ 郊外部でのエリアマネジメントの仕組みの構築
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 小型EVのシェアリングサービスや、生活拠点各地の充電スタンドの設置により、環境にやさしく快適な郊外型移動サービスを提供する。 	【交通】 <ul style="list-style-type: none"> ・ 快適で安全な移動手段の提供
	<ul style="list-style-type: none"> ・ エリア限定の自動運転車を導入し、車が運転できなくなった高齢者が、坂道の多い丘陵地のニュータウンでも安心して外出することができる。 ・ 交通量の減少した道路空間の一部を自転車道に転用するなど、自転車で安心して走れる空間づくり。 	【交通】 <ul style="list-style-type: none"> ・ 安全安心な移動手段の提供 ・ 高齢者の外出機会の増大、利便性の向上 ・ 空き空間の有効活用
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 各種交通機関が提供する情報をベースとした ICT を活用し、スマホで最適な経路選択を可能にするだけでなく、自宅前に止まるオンデマンドバスを実現。 	【交通】 <ul style="list-style-type: none"> ・ 移動の利便性の向上
	<ul style="list-style-type: none"> ・ クリーンエネルギーを活用したハウス栽培、木材を活用したまちづくりを進め、こうした場を活用して環境教育を行う。 	【環境】 <ul style="list-style-type: none"> ・ 自然エネルギーの活用促進 ・ 子どもの環境教育への活用
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 各種センサー等が高齢者の健康状態等を収集し、医療機関から指導を受けられたり、異常があった場合に駆けつけてくれるサービスを提供する。 	【健康】 <ul style="list-style-type: none"> ・ 高齢者の安全・安心な暮らしの実現
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 高齢者によるニュースポーツのイベントを拡大、廃校を地域スポーツの拠点として活用。 	【健康】【まちづくり】 <ul style="list-style-type: none"> ・ スポーツによる地域住民の健康増進
<ul style="list-style-type: none"> ・ 歩くほどポイントがたまる、お店の前までくるとクーポンが配信される、場所に合った観光情報が提供されるなど、スマホやウェアラブル機器を活用した、歩きたくなるまちづくりの実現。 	【健康】【まちづくり】 <ul style="list-style-type: none"> ・ ICT を介した健康増進 ・ 商店街の活性化 	

誰に？	何をjせるか？	どのようなレガシーにつながるか？
	<ul style="list-style-type: none"> 集合住宅で空き部屋を活用し、ホームステイや来訪者を日常的に迎え入れられる良質なゲストハウスを整備する。 これを機に、エネルギー、安全安心、情報通信等、最新の技術を実験的に盛り込んだモデルハウスや、住宅以外への活用（診療施設、保育・学童施設、植物工場、等）への転用可能性を示す。 	<p>【まちづくり】</p> <ul style="list-style-type: none"> 住宅市街地でのにぎわいの提供 住宅のスラム化防止
選手（合宿等）・観客/観光客	<ul style="list-style-type: none"> 団地の空き部屋を合宿に来た選手や観客・観光客向けのゲストハウス等として活用し、日本の郊外の自然豊かで地域コミュニティにより支える暮らし方を体験してもらう。 オリ・パラ後には、希望する高齢者と若者がともに助け合って暮らす家として新たな世代間交流を促進。 	<p>【まちづくり】</p> <ul style="list-style-type: none"> 団地を多世代/外国人などの多様な人々が住み、交流する拠点として再生するモデルの確立
	<ul style="list-style-type: none"> 合宿等で訪れる選手向けに、多言語に対応した情報提供やナビゲーションにより、円滑な滞在を支援する。 「国名」「競技名」「所在地」「時刻」から、関連されている大小の各種イベントとそこへの交通経路を検索できる情報サービス・パッケージを、多言語で提供する。 	<p>【まちづくり】</p> <ul style="list-style-type: none"> 多言語に対応した情報提供等の手段の確立
	<ul style="list-style-type: none"> 地域交流拠点や商店街などを使った祭・花火等の伝統行事とプロジェクションマッピングや AR 等先進技術をコラボレーションさせたエンターテインメント等の上映により、日本の文化を伝える。 	<p>【商業】</p> <ul style="list-style-type: none"> 新たな賑わい形成・集客手段の開発 日本の伝統文化の継承、PR
	<ul style="list-style-type: none"> 初めて訪れたまちでも、自転車や電動機付き 3 輪車などを、誰もがいつでも行きたい場所に楽に行ける移動手段として活用できるように、道路や情報支援サービスなどを面的・一体的に整備する。 	<p>【まちづくり】</p> <ul style="list-style-type: none"> 多様なパーソナルモビリティの整備
パラリンピック選手/地域住民	<ul style="list-style-type: none"> パラリンピックの事前合宿誘致により、「障がい者、高齢者に優しいまち」にむけた整備、住民サポートのあり方を提示する。 	<p>【まちづくり】</p> <ul style="list-style-type: none"> 高齢者等誰にでも住みやすい街への転換モデルの構築
	<ul style="list-style-type: none"> 案内サインや移動手段など、完全ユニバーサルデザインのまちをつくり、高齢者・障がい者、外国人にも優しいまちのモデルを提示する。 	<p>【まちづくり】</p> <ul style="list-style-type: none"> 誰にとっても移動しやすいまちのモデルを構築
	<ul style="list-style-type: none"> オリ・パラの大会後の合宿（滞在）を誘致し、スポーツ体験イベント運営の支援・参加を通じて、地域住民と交流してもらう。 	<p>【まちづくり】</p> <ul style="list-style-type: none"> 異文化交流（国際交流、障がい者等との交流）を日常化させる意識醸成

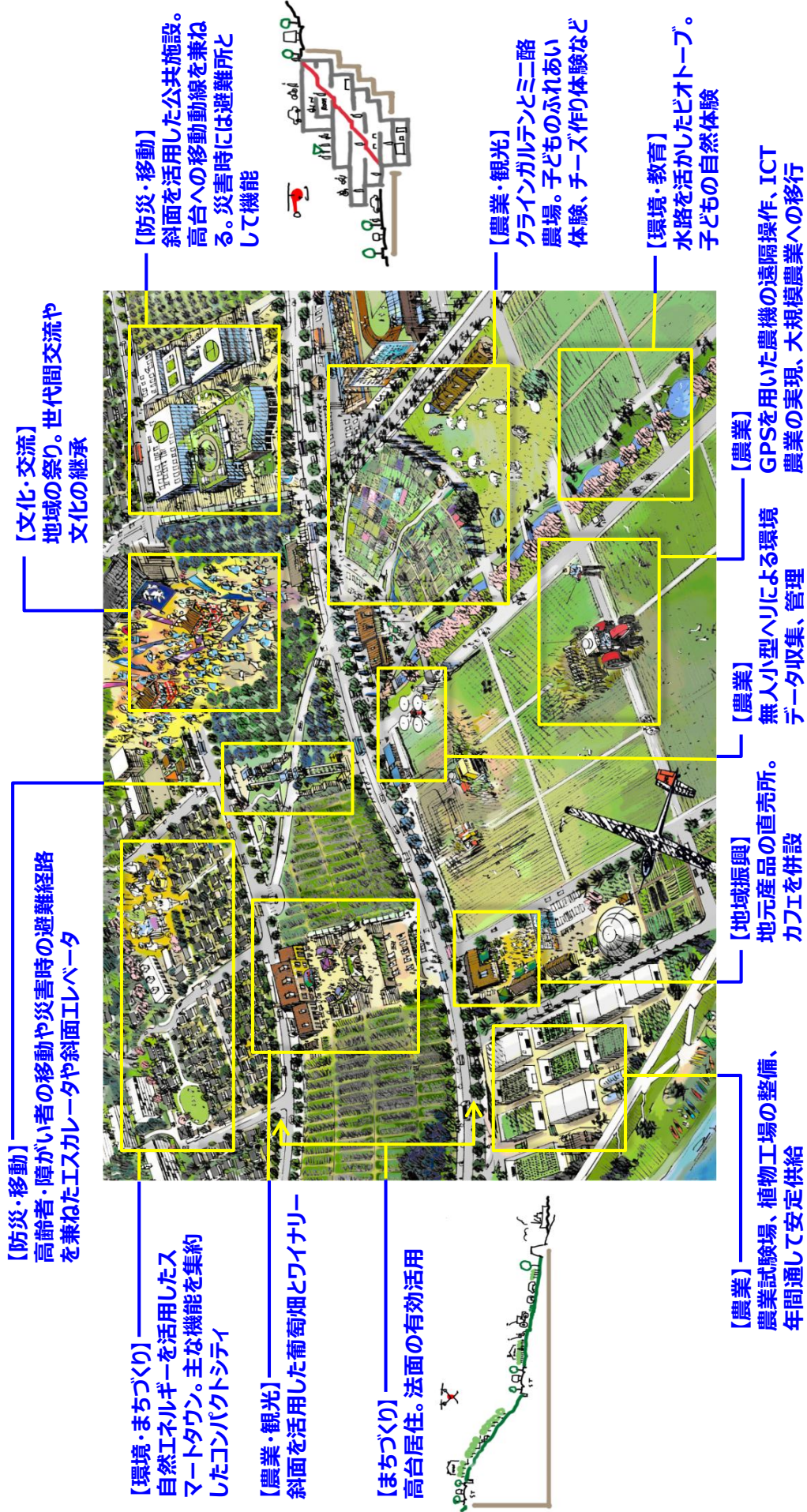


⑤地方・被災地

- ◇ オリンピック・パラリンピックを契機として課題解決先進国をPRする。
- ◇ 人口減少・高齢化が深刻な地域での生活機能の維持・再生をPR。
- ◇ 都会・海外から地方都市・被災地への観光客の誘致や移住、被災地復興につながるPR。

誰に？	何を見せるか？	どのようなレガシーにつながるか？
選手（合宿等）・ 観客/観光客	<ul style="list-style-type: none"> ・合宿等で訪れる選手向けに、多言語に対応した情報提供やナビゲーションにより、円滑な滞在を支援する。 	<p>【まちづくり】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・多言語に対応した情報提供等の手段確立
パラリンピック選手 ／地域住民	<ul style="list-style-type: none"> ・案内サインや移動手段など、完全ユニバーサルデザインのまちづくり、高齢者・障がい者、外国人にも優しいまちのモデルを提示する。 	<p>【まちづくり】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・誰にとっても移動しやすいまちのモデルを構築
地域住民、都市 住民（移住予備 軍）、外国人訪 問者	<ul style="list-style-type: none"> ・一村一スポーツ事業。地域にゆかりのあるスポーツを選定し、オリンピックまで徹底的に応援する。ローカルクラブ設立や国内・国際大会開催等、多様な形で地域をアピールする。 ・パブリックビューイングを設置して、地方から臨場感のあるスポーツ観戦ができるようにする。 ・地方都市や被災地の子ども達を対象としたトップアスリートによるリモートレッスンを実現する。 ・パラリンピックを契機として高齢者スポーツを普及させ、地方都市や被災地を盛り上げる。 	<p>【まちづくり、健康・福祉】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域の対外アピール、観光客・合宿客等の増加 ・地域住民の健康増進、福祉向上
	<ul style="list-style-type: none"> ・リノベーション公共施設や空き家・古民家等を活用し、MICE 事業を展開する。従来、国際コンベンションは大規模な施設、キャパシティの多い宿泊施設の存在が前提であったが、あえて、ありのままの地域での開催により、日本の地域の魅力をアピールする。 	<p>【まちづくり】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・遊休施設の活用、地域振興 ・地域の対外アピール、観光客増加
	<ul style="list-style-type: none"> ・幾つかの地方都市において、①都市に劣らない利便性、②その街にしかない特徴を持った、コンパクトシティ・ショーケースを構築し、来訪者に体験してもらって、高齢化対応の日本モデルを示す。 - 中心部：公共交通整備・バリアフリーが完備し、行政サービス等が手厚く配置 - 近郊・郊外：公共交通による一定の利便性が確保され、地域拠点を中心にコンパクト居住 - 周辺部：新たな農業、観光等の展開 	<p>【まちづくり】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・人口減少時代において将来的に持続可能な地域構造への転換 ・住民福祉の向上 ・国内外からの移住者増加、地域活性化
観光客	<ul style="list-style-type: none"> ・モデル地域を設けて、内外の観光客に対して、伝統料理、イベント情報、交通アクセス情報、短期・長期滞在可能な空き家・古民家情報等を一体的に提供する。地域の人とのふれあいの機会を設けて、人的交流と温かいもてなしを提供する。 	<p>【観光】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・訪日外国人の利便性向上 ・地域の対外アピール、観光客増加 ・遊休施設の活用、地域振興 ・地域の国際化の進展
行政	<ul style="list-style-type: none"> ・監視センサーを設置し、インフラ構造物の安全点検、地域住民の避難誘導を効率的に行う。 	<p>【防災】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・インフラ点検の効率化、避難の迅速化
選手（合宿等）・ 観客/観光客	<ul style="list-style-type: none"> ・六魂祭に登場する東北の祭り・文化などを展示・実演する場を形成。 ・オリンピック競技場周辺にサテライト会場を設置し、観客とも交流。パブリックビューイングによる、東北現地とサテライト会場の交流も実現。 	<p>【観光】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・東北の祭りへの関心の高まり。観光客の増加

誰に？	何を見せるか？	どのようなレガシーにつながるか？
選手（合宿等）・ 観客/観光客 海外の政治家・行政関係者、被災地関係者	<ul style="list-style-type: none"> 震災（復興）メモリアルパークを中心に震災被害と復興を紹介するサイトを一体で地域指定し、テクニカルビジットを編成 	【復興支援】 <ul style="list-style-type: none"> 被災体験の共有化と復興推進
選手（合宿等）・ 観客/観光客 海外の政治家・行政関係者、被災地関係者	<ul style="list-style-type: none"> ライブサイトで競技場周辺との双方向コミュニケーションを実施（オリンピック・パラリンピックのリアルな映像を鑑賞し、同時に震災と復興の現状を伝える映像を配信） 	【復興支援】 <ul style="list-style-type: none"> 被災体験の共有化と復興推進



3. ネガティブレガシー（負の遺産）最小化

3.1 競技会場の大会後利用

立候補ファイルによれば、競技会場として新設されるものが 22 施設で、そのうち 11 施設が仮設（大会終了後撤去）、11 施設が恒久利用される計画となっている。建設費の高騰に伴って、一部施設の計画見直しが進められているが、レガシーの観点からは、大会終了後の利用やコストを想定した施設計画が重要である。過去には、大会後の利用が低調であったり、運営・維持コストが嵩むなど、負の遺産（ネガティブなレガシー）となった競技会場も少なくない。一方、2012 年ロンドン大会のメイン会場では、大会後、一部観客席を撤去し、利用ニーズに見合った運営・維持コストとする工夫もされている。

2020 年東京大会においても、大会後の利用ニーズや周辺の類似施設の状況を十分考慮することはもちろんのこと、運営方法や管理技術に関する民間企業からの事業提案を設計に反映したり、スポーツ以外の集客機能を複合化するなど、計画段階での創意工夫を重視したい。

加えて、新設する競技会場での利用が、既存施設の利用を奪うものであれば、社会全体としての負担増に変わりはない。新設競技会場の負の遺産化を回避するためには、個別施設の利用需要確保のみならず、「新たなスポーツ文化の構築」というプラスのレガシーを生み出すことで、地域・社会全体における施設利用の需要拡大に取り組むことが重要な視点となる。スポーツ大会の誘致・新設、文化イベントの企画・マーケティング、当該施設を拠点とする大会記念クラブの創設・育成などに取り組むべきである。

新設された競技会場が、ネガティブなレガシーとして都民・国民の負担増となることのないよう、大会後ではなく、現時点から重要課題として認識し、多くの知恵やリソースを集めて、解決策を見出すことが重要である。

<施策例>

- ◇ 運営方法・管理技術に関する民間提案の反映
- ◇ 複数施設の一体的運営マネジメント
- ◇ スポーツ以外の集客機能の複合化
- ◇ 施設利用需要の創出・拡大（大会誘致・新設、イベントマーケティング、クラブ創設等）

3.2 大会の持続可能性

世界中が注目する大会であることは、持続可能なイベントとしての社会的責任が厳しく問われることを意味する。過去の大会でも、環境影響の観点から会場を変更したり、大会で使用される商品の製造過程で不当労働や児童労働が指摘され、当該企業が厳しい追及を受けるなどしてきた。2012 年ロンドン大会は、イベントの持続可能性に関するマネジメントシステムの国際規格 ISO20121 及びその規格の元となった BS8901 に沿って準備・開催され、

特に環境面での持続可能性に対して高い評価を受けた。2020年東京大会の立候補ファイルにも、ISO20121に沿って持続可能な社会・環境・経済に関する基準を遵守すると記載されている。

重要なことは、できるだけ早い段階から、検討プロセスの透明性を高め、厳しい指摘をする団体も受け入れて、コミュニケーションを図ることである。枠組みとして、ISO20121の活用は効果的である。まずは、競技会場の建設開始前に、環境・人権・労働などに配慮した調達ポリシーの策定を急ぐべきである。

加えて、2020年東京大会において持続可能性に配慮することは、大会準備・開催に関わる日本企業が事業との関連性のなかで、社会的責任(CSR)を捉え、実行する絶好の機会となる。日本企業のCSRは、一部のグローバル企業を除き、環境面での対応に比重が置かれ、人権や労働の面に改善余地が大きいと指摘されこともあるが、今後、本格的にグローバル展開を進める際には、それらへの対応も強く求められることとなる。2020年東京大会をきっかけにして、日本企業のグローバル展開の基盤整備を促進することは、重要なレガシーにもなりうる。

<施策例>

- ◇ ISO20121に沿った透明性の高いプロセス、ステークホルダーの参画
- ◇ サプライチェーンを対象とする調達ポリシー策定

3.3 地方・被災地や2021年以降の落ち込み抑制

2020年東京大会の開催が、被災地復興の遅延や地方経済の落ち込みを招かないよう、十分な配慮と対応が必要である。大会の影響で復興計画・ロードマップに遅れが生じないことは当然として、大会を契機に実行を加速し、前倒しすることも考えたい。また、地方経済の変調を素早く把握するためのモニタリングを強化し、対策を予め用意しておくことも必要である。あるいは、各地方でもレガシープランを策定し、負の影響を最小化するとともに、それらを補うポジティブな効果を創出したい。

一方、多くの分野の政策や計画が2020年を目標に再編成されており、それらが完了する2021年以降に極端な落ち込みがないよう、例えば、公共事業の2021年以降への先送りによる平準化などを検討すべきである。

<施策例>

- ◇ 復興計画の進捗管理強化、前倒し実現
- ◇ 地方経済のモニタリング強化と事前対策
- ◇ 地方版レガシープランの策定
(ロンドン大会では、スコットランド、ウェールズ、ノーザンアイランドなどの地方が策定)
- ◇ 公共事業の2021年以降への分散化・平準化

4. 全体推進策

4.1 レガシープランの実現に向けて

(1) 基本方針

企業では、研究開発と実用化の狭間に様々なアイデアが陥り、日の目を見ない「デスバレー(死の谷)」という現象が指摘されてきた。レガシーの将来ビジョンと事業化の間にも同様に大きな谷が存在する。将来ビジョンや事業例を画餅に終わらせず実現するためには、谷を飛び越える道(レガシーパス(Legacy Path))も創る必要がある。

(2) レガシーパス構築の取組

① レガシーPDCA

レガシープランの対象分野は多岐にわたり、実施主体は多様で、中期的な視野で取り組む必要があることから、全体としての PDCA (Plan-Do-Check-Act) のサイクルとフレームワークの構築が不可欠である。また、構築されたレガシーPDCA そのものが、今後のオリンピック・パラリンピックや大規模イベントで活用可能なレガシーとなりうる。

Plan 2012年ロンドン大会の例を踏まえると、レガシープランは、組織委員会、府省、自治体など、多様な主体が作成する可能性が高い。また、本提言では、レガシーの対象範囲を幅広く捉えている。したがって、レガシープラン全体を貫く共通の方針や目標を設定するとともに、個々のプラン作成を包括的にマネジメントする主体(機能)が必要となる。この全体統括機能及び共通方針の下で、組織委員会、各府省、自治体、民間企業・団体がレガシープランを策定する体制が望ましい。

加えて、プランの検討は、国内外の多様な主体(産官学、個人)の参画を得て、知恵を結集・創出するオープン・イノベーション型の仕組みで進めることが期待される。

Do レガシー事業・施策は、産官学や異業種・同業種、法人・個人の協働で取り組む必要のあるものが多く、協働のためのプラットフォームが必要となる。具体的には、個々の事業・施策と、その推進に必要なリソース(人財、資金、技術・ノウハウ、情報等)をマッチングする仕組みや、成果・負担を共有・分散するルールなどの整備である。

Check レガシー事業・施策の成果を最大化(負の遺産を最小化)するとともに、今後の大会への教訓を残すために、モニタリング・評価の仕組みが重要である。モニタリング・評価を担当する第三者機関(Critical Friends)を設置し、プラン策定から実行に至るまで、オリンピック・パラリンピック・レガシーのコンセプトに沿った指導・助言を行うことが必要である。

Act モニタリング・評価結果に基づき、個々の事業・施策の改善や制度的なボトルネックの解決を進めるとともに、レガシーPDCA のサイクルやフレームワークそのもの見直しを行う。

2012年ロンドン大会では、レガシーに関する目標設定・事後評価がなされたが、初めての取組ということもあって、PDCA全体としての一貫性や民間を巻き込んだ体制は必ずしも十分ではなかった。2020年東京大会では、ロンドン大会での成果をベースにしつつ、新たなPDCAのサイクルとフレームワークを構築したい。

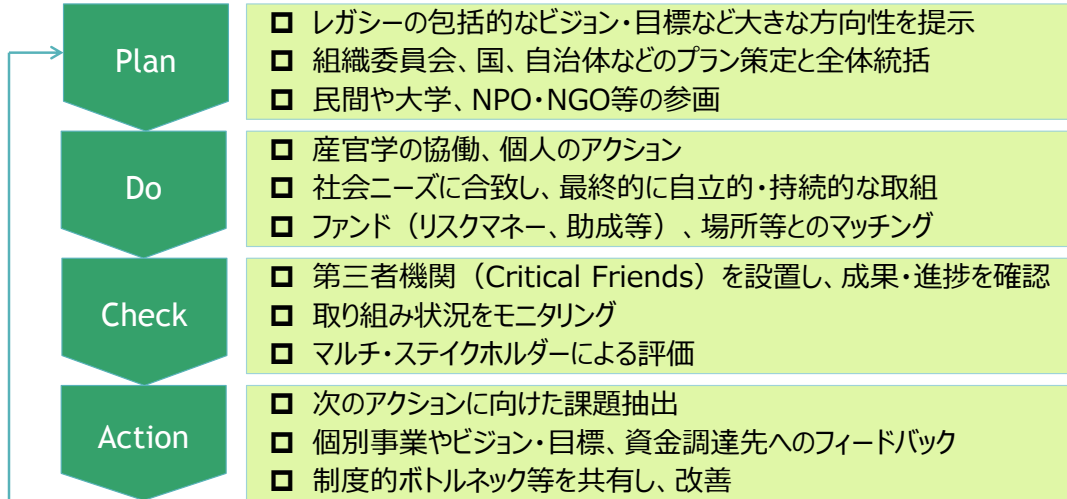


図 レガシーPDCA

② レガシー共創ファンド

レガシー事業・施策の実現性を高める仕組みとして、レガシー共創ファンドの創設が望まれる。国内外のあらゆる主体からレガシー事業・施策の提案を募集し、一定の基準をクリアしたプロジェクトに対して、適切な形態・規模の資金を提供する仕組みである。評価のみならず、専門家あるいは異分野からの知恵によってプロジェクトの熟度を高めたり、人財・ノウハウを提供する機能も備えたい。

一方、ファンドとしては、クラウドファンディング等による個人、企業、公益法人、自治体、府省、金融機関、官民投資ファンドなど多様な資金提供主体から、寄付、委託、助成、出資、融資など様々なタイプを組み合わせ、営利・非営利等、多様なニーズに対応できる仕組みが望ましい。

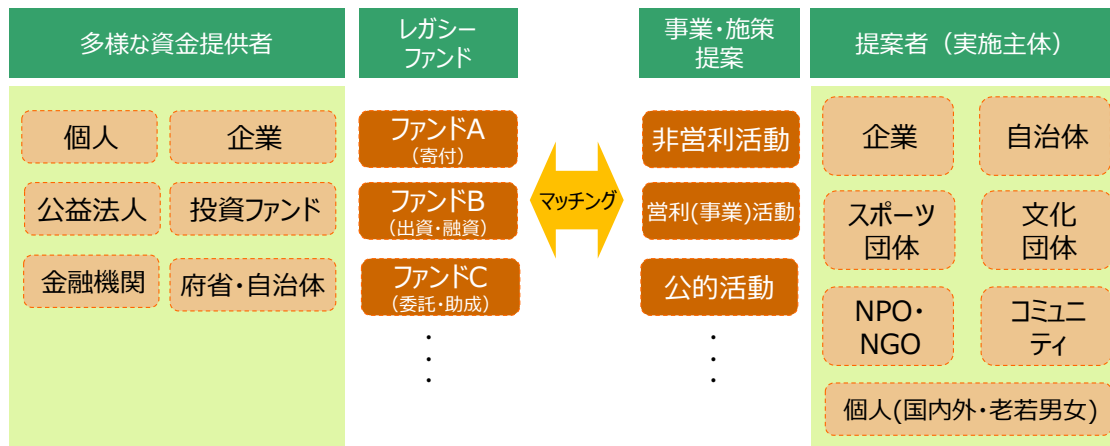


図 レガシー共創ファンド

③クラウド型マッチングシステム

レガシー事業・施策の推進には、個人の取組・参画も重要である。個人が自らのスキルや時間的制約に応じて、仕事あるいはボランティアとしての参加を選択できるマッチングの仕組みの構築が期待される。こうした仕組みをオンラインプラットフォームとして構築し、地方・海外在住者を含む幅広い層の参加と様々な団体の連携を実現するとともに、その仕組みをレガシーとして別のスポーツ大会等にも応用・展開したい。

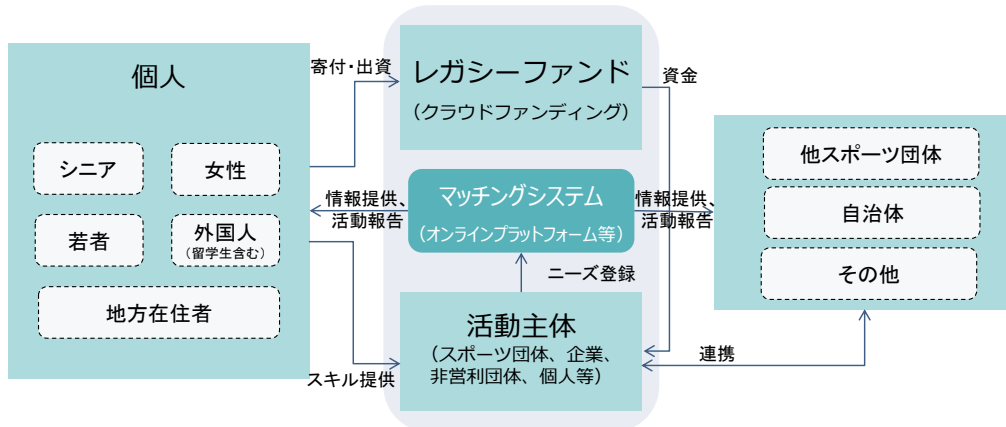


図 クラウド型マッチングシステム

(3) レガシー創出に向けたロードマップ

オリンピック・パラリンピックの準備は、開催決定から2年で計画・4年で整備・1年で試行し、本番を迎えるのが理想的と言われている。最初のマイルストーンとなるのが、2015年2月にIOCに提出予定の大会基本計画である。この中に、レガシープラン第一版を盛り込むとともに、併せて、早期に第三者評価機関やレガシー共創ファンドを創設し、PDCA サイクルを回していくことが望ましい。また、クラウド型マッチングシステムをはじめ、多くのレガシー事業・施策は、2019年ラグビーワールドカップ、2021年関西ワールドマスターズゲームズにも適用する前提で、計画・準備を進めたい。

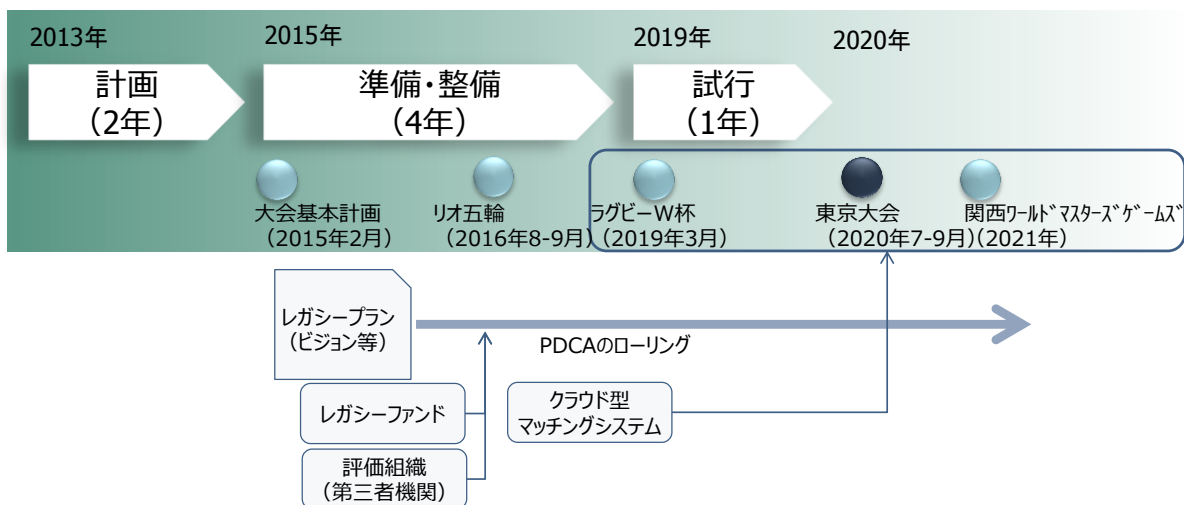


図 レガシー創出に向けたロードマップ

4.2 コミュニケーション（多様な主体との関係構築）

広く社会にレガシーを生み出し、浸透させるためには、限られた主体が限定的に計画・実施するのではなく、多様なステークホルダーが様々な形で参加し、ボトムアップで活力を生み出し、オールジャパンとしての気運を高めていくことが重要である。結果として、2020年を超えて多様性・活力のある社会の実現にもつながる。

① 国民各世代との対話、参画

レガシーによる効果を社会に波及するためには、多くの国民が、計画段階から参画し、自分事として取り組むことが重要である。また、より良いレガシー事業・施策を展開するには、多様な立場からの知恵を結集し、異論をぶつけ合うことが不可欠である。異なる立場やものの見方に気付くことで、変化や新しい価値が生み出される、真のダイバーシティ社会の実現につながる。

こうした観点から、レガシープランの検討・実行には、個人・組織を問わず、シニア・女性・障がい者・若者・外国人など、様々な人々が参画できるよう、リアル&ネットでの多様な手段でのコミュニケーション機会を確保したい。また、文化プログラムなど、2020年に向けて開催される、多数のプロジェクトをその機会として活用することが期待される。大会組織委員会や国・自治体が全てのコミュニケーションを主導するのではなく、国民各世代や大学、NPO・NGO等の自発的な動きをつくり出すかたちが望ましい。（大会組織委員会は、既に全国の大学との連携協定を締結）

② 産官学・地方の連携

同じ趣旨で、産官学や地方との連携も不可欠である。

レガシープランの検討・実行に、産業界や大学などが自発的に参画できるような仕組みを、大会組織委員会や政府が用意するとともに、地方版レガシープランの策定・実行を促進したい。オールジャパンでの取組とする上で、民間企業に関しては、大会公式スポンサー企業の権利を侵害しない形でのレガシー事業・施策への参画が可能となる仕組みも重要となる。地方に関しては、できれば、都道府県・市町村を超えた地方ブロック単位での検討・推進組織の設置が望ましい。

③ 関連イベントの連携（レガシーの一体的検討・推進）

レガシーの波及効果を最大化するうえでは、2019年ラグビーワールドカップ、2021年関西ワールドマスターズゲームズなどのイベントと連携したレガシープランの検討・実行も重要である。3つの大会組織委員会の連携会議を設置するなどして、協働で取り組むべきレガシー事業・施策の検討・推進が期待される。（例：ボランティア・システム、健康まちづくり、人財育成、国際交流 等）

5. 今後の取組

5.1 提言を活用したレガシー共創機運の盛り上げ

本提言を関係者に提案し、レガシー共創機運を盛り上げるとともに、関係者とのコミュニケーションを通じて提言の内容をブラッシュアップし、2014年12月の最終報告とする。

■大会関係者への働きかけ、コミュニケーションの推進

レガシー共創協議会は、本提言を中間報告として、広く大会関係者への働きかけを行い、2020年東京大会で期待されるレガシーの共創へ向けた連携を提案したい。

2020年東京大会組織委員会には、本提言をレガシー創造への取組の参考としていただければ幸いである。同時に、民間発意の産官学協働による本協議会のレガシー創造の活動は、オリンピック・パラリンピックの歴史においても大きな意義をもつものと思われ、提案内容とあわせてアピールしたい。

開催都市である東京都は、最も大きなレガシーが期待される地であり、都としてのレガシー創造への取組の参考としていただくとともに、私たちの提案する主要事業・施策の実現に向けて連携・協力を頂ければ幸いである。(例:ショーケース等の場の提供)

国では、内閣官房2020年オリンピック・パラリンピック東京大会推進室や文部科学省に、より幅広い範囲でのレガシー創造や全体マネジメントなど、本提言の意を汲み取っていただき、国としてのレガシーへの取組の参考としていただければ幸いである。主要事業・施策の実現に関しては、関連する各府省に積極的に提案申し上げたい。

■広範な人々とのコミュニケーション

レガシー共創協議会の会員・オブザーバはもとより、広く民間企業、スポーツ・文化関連団体に本提言を知っていただき、レガシー創造の重要性、具体的な内容について共通の認識を広げ、レガシー共創への取組の広がり、基盤づくりを進めていきたい。

2012年ロンドン大会では、地方版レガシープランが策定された例もあり、レガシー効果を全国に広げるうえで、地方自治体も重要な存在と認識している。地方版レガシープラン策定に向けた働きかけ、協力をしていきたい。

本協議会には、2019年ラグビーワールドカップ大会組織委員会及び2021年関西ワールドマスターズゲームズ大会準備委員会にオブザーバ参加いただいております。両大会と、2020年東京大会のレガシープランの連携に関しても、微力ながら、ご支援ができれば幸いである。

5.2 レガシー共創協議会における事業・施策具体化の取組

本提言は12月に最終報告を作成し、初年度の取組を完成させる予定としている。

■事業・施策の具体化とその目標

本提言で取り上げた主な事業・施策は、今後、2014年12月を目途に、レガシー共創協議会会員・オブザーバを中心として、事業化に向けた具体的な検討を進める。

事業・施策によって、具体化の内容や熟度は様々なレベルになるが、到達点として少なくとも2015年1月以降の取組の方向性を明確にすることを目標とする。

以下を、1月以降の方向性の目安とする。

1) 事業化に向けたコンソーシアムの編成

民間主体の事業で、事業参画意志を持つものが明確な場合、秘密保持協定の締結等を前提に、コンソーシアム結成に向けた検討を進める。

2) フィージビリティスタディの実施

事業体制や実現可能性について、引き続き検討が必要と判断される事業は、検討体制の絞り込み・見直し等を行い、検討を継続する。

3) 国等への施策提案・働きかけ

国や地方自治体の施策として実現すべきと考えられる事業・施策は、関係府省・自治体を対象に、予算化へ向けた提案・働きかけを実施する。早ければ平成27年度事業、遅くとも28年度事業として具体化できるようなスケジュールで臨む。

4) 検討会の継続

検討すべき範囲が広く、すぐには事業化が困難な事業は、勉強会等の形態で引き続き検討を進める。

5) 検討中断

事業化を前提にした場合、実現可能性が低いことが判明した事業に関しては、レガシー共創協議会としては一旦検討を中断する。

■事業化検討リーダーの選定と検討メンバー

事業・施策の具体化検討は、協議会会員から選定された事業化検討リーダーが主導して進める。ここで言うリーダーは、2014年12月までの具体化検討を担う役割であり、事業実施フェーズは別途2015年1月以降に選定されることを前提とする。

メンバーとして検討に参加する会員・オブザーバは、主体的にリーダーに協力し、具体化検討に貢献することが期待されている。加えて、事業・施策によっては、現時点で協議会会員・オブザーバではない企業・団体の皆様の参画も要請する予定である。

レガシー共創協議会に参画するリーダーとメンバーの共創により、2020年東京大会にふさわしいレガシーの創造の一助となることを期待したい。

<参考>

(1) 検討経過

レガシー共創協議会では、2014年4月23日に第1回となる全体会(発足会)を開催し、4つのタスクフォース(TF)に分かれて各4回ずつのグループ討議による事業・施策アイデア出しを行った。各TFの開催日、参加者数の一覧は以下の通りである。

表 全体会・タスクフォース開催状況

	第1回		第2回		第3回		第4回	
	開催日	参加者数	開催日	参加者数	開催日	参加者数	開催日	参加者数
全体会	4/23	300人	7/8	190人	—	—	—	—
健康・スポーツ	5/19	90人	5/28	61人	6/3	55人	7/3	62人
観光・文化	5/21	77人	6/3	65人	6/13	56人	7/2	48人
全員参加・人財育成	5/15	34人	5/29	25人	6/12	27人	7/3	17人
まちづくり・先進技術	5/21	103人	6/4	79人	6/19	71人	7/1	74人

(2) 検討体制

7月8日現在、協議会には会員(民間企業)、オブザーバ(公的団体)合わせて164の企業・団体が加入している。その一覧は次頁の通りである。

なお、各企業・団体は検討プロセスに参加したものであり、本提言はグループ討議を通じて各企業・団体から寄せられた様々な意見を基に事務局が集約・整理したものである。本提言の内容は、各企業・団体の公式見解ではなく、取りまとめの責任は事務局にあることに留意されたい。

表 協議会・タスクフォースの参加企業・団体数

		会員	オブザーバ	合計
協議会		104	60	164
分野別 タスクフォース	健康・スポーツ	50	32	82
	観光・文化	51	36	87
	全員参加・人財育成	21	26	47
	まちづくり・先進技術	70	21	91

＜レガシー共創協議会 会員一覧＞

全 164 組織(企業等 104、オブザーバ 60)

【民間企業等】

組織名	
株式会社アイ・ティー・ワン	高砂熱学工業株式会社
あいおいニッセイ同和損害保険株式会社	株式会社竹中工務店
株式会社アサツー ディ・ケイ	株式会社地球快適化インスティテュート
アディダス ジャパン株式会社	千歳興産株式会社
株式会社アルファフォーラム	株式会社電通
株式会社安藤・間	株式会社電通パブリックリレーションズ
株式会社イトーキ	株式会社東急イーゼンシー
株式会社イルカ	東急不動産ホールディングス株式会社
株式会社ウィズウィット	東京ガス株式会社
エームサービス株式会社	東京建物株式会社
SGSジャパン株式会社	株式会社東京都民銀行
NECネットエスアイ株式会社	東京美装興業株式会社
株式会社EMオーテック	株式会社東芝
大阪ガス株式会社	株式会社ドコモ・インサイトマーケティング
株式会社大林組	凸版印刷株式会社
小田急電鉄株式会社	日建設計総合研究所
鹿島建設株式会社	日産自動車株式会社
株式会社カナデン	日本アイ・ピー・エム株式会社
株式会社カナモト	日本応用老年学会有限責任事業組合
川崎重工業株式会社	日本コンベンションサービス株式会社
キャンマーケティングジャパン株式会社	日本GE株式会社
株式会社九電工	日本電気株式会社
共同印刷株式会社	日本電気株式会社 中央研究所
近畿日本ツーリスト株式会社	野原産業株式会社
株式会社熊谷組	株式会社乃村工藝社
クリナップ株式会社	株式会社博報堂
広友ホールディングス株式会社	バンフィックコンサルタンツ株式会社
株式会社コスモスイニシア	株式会社パスポート
医療法人社団紺整会	パナソニック株式会社
サントリーパブリシティサービス株式会社	びあ株式会社
株式会社CF-Station	株式会社日立製作所
株式会社ジェイティービー	株式会社日比谷花壇
株式会社JTBコミュニケーションズ	株式会社フジクラ
清水建設株式会社	富士通株式会社
一般社団法人生涯学習普及協会	富士電機株式会社
株式会社情報通信総合研究所	丸藤シートパイル株式会社
シンコースポーツ株式会社	三菱地所株式会社
シンフォニアテクノロジー株式会社	三菱重工環境・化学エンジニアリング株式会社
住友電気工業株式会社	三菱樹脂株式会社
住友不動産エスフォルタ株式会社	三菱電機株式会社
株式会社セールスフォース・ドットコム	株式会社三菱東京UFJ銀行
株式会社セレスポ	株式会社Minoriソリューションズ
総合警備保障株式会社	明豊ファシリティワークス株式会社
ソニー株式会社	コアサ商事株式会社
株式会社損害保険ジャパン	横河ソリューションサービス株式会社
株式会社大伸社	株式会社読売新聞東京本社
大成建設株式会社	株式会社 LIXIL
大日本印刷株式会社	株式会社ルネサンス
大和リース株式会社	他

【オブザーバー】

組織名	
＜中央省庁＞	
経済産業省	
国土交通省	
総務省	
文部科学省	
＜自治体＞	
青森県	
茨城県	
大阪府(商工労働総務課・大阪産業経済リサーチセンター)	
香川県	
川崎市	
神戸市	
静岡市	
杉並区	
仙台市	
千葉市	
東京都	
新潟市	
山梨県	
横浜市	
＜スポーツ関連団体＞	
一般社団法人アスリートネットワーク	
関西ワールドマスターズゲームズ2021大会準備委員会	
公益財団法人健康・体力づくり事業財団	
公益財団法人笹川スポーツ財団	
一般社団法人日本アスリート会議	
公益財団法人日本体育協会	
一般社団法人日本バスケットボールリーグ(NBC)	
一般社団法人日本パラリンピアンズ協会	
特定非営利活動法人日本ビーチ文化振興協会	
公益財団法人日本陸上競技連盟	
特定非営利活動法人MIPスポーツプロジェクト	
一般財団法人UNITED SPORTS FOUNDATION	
公益財団法人ラグビーワールドカップ2019組織委員会	
＜大学＞	
流通経済大学	
＜その他＞	
特定非営利活動法人海ロマン21	
経済人コー円卓会議日本委員会	
特定非営利活動法人ジャパントラベルボランティア・ネットワーク	
一般社団法人食農共創プロデューサーズ	
一般財団法人長寿社会開発センター	
公益財団法人東芝国際交流財団	
公益財団法人日本財団	
株式会社日本政策投資銀行	
クールジャパン機構(株式会社海外需要開拓支援機構)	
日本政府観光局(JNTO)	
公益財団法人日本レクリエーション協会	
一般財団法人ニューメディア開発協会	

※2014年7月現在、五十音順

他

<TF 別参加会員・オブザーバー一覧>

健康・スポーツ TF(計 82 組織)	
会員 (50)	あいおいニッセイ同和損害保険、アサツー ディ・ケイ、アディダス ジャパン、アルファフォーラム、エムサービス、大阪ガス、大林組、キャンノンマーケティングジャパン、共同印刷、近畿日本ツーリスト、熊谷組、広友ホールディングス、コスモスイニシア、医療法人社団紺整会、ジェイティービー、JTB コミュニケーションズ、生涯学習普及協会、シンコースポーツ、住友不動産エスフォルタ、セールスフォース・ドットコム、セレスポ、ソニー、大日本印刷、高砂熱学工業、竹中工務店、地球快適化インスティテュート、電通パブリックリレーションズ、東急不動産ホールディングス、東京美装興業、凸版印刷、日本 GE、日本電気、日本電気 中央研究所、野原産業、乃村工藝社、博報堂、パシフィックコンサルタンツ、ぴあ、日比谷花壇、フジクラ、富士通、三菱地所、三菱樹脂、三菱東京 UFJ 銀行、Minori ソリューションズ、明豊ファシリティワークス、ルネサンス ほか
オブ (32)	経済産業省、国土交通省、総務省、文部科学省、川崎市、杉並区、東京都、山梨県、横浜市、健康・体力づくり事業財団、笹川スポーツ財団、日本アスリート会議、日本体育協会、日本バスケットボールリーグ(NBC)、日本パラリンピアンズ協会、日本ビーチ文化振興協会、日本陸上競技連盟、MIP スポーツプロジェクト、UNITED SPORTS FOUNDATION、ラグビーワールドカップ 2019 組織委員会、流通経済大学、長寿社会開発センター、日本政策投資銀行、クールジャパン機構(海外需要開拓支援機構)、日本レクリエーション協会 ほか
観光・文化 TF(計 87 組織)	
会員 (52)	アサツー ディ・ケイ、アルファフォーラム、SGS ジャパン、NEC ネットズエスアイ、小田急電鉄、キャンノンマーケティングジャパン、共同印刷、近畿日本ツーリスト、熊谷組、クリナップ、広友ホールディングス、コスモスイニシア、サントリーパブリシティサービス、CF-Station、ジェイティービー、JTB コミュニケーションズ、清水建設、生涯学習普及協会、住友不動産エスフォルタ、セールスフォース・ドットコム、セレスポ、ソニー、大伸社、大成建設、大日本印刷、竹中工務店、電通パブリックリレーションズ、東急エージェンシー、ドコモ・インサイトマーケティング、凸版印刷、日本アイ・ビー・エム、日本コンベンションサービス、日本電気、日本電気 中央研究所、野原産業、乃村工藝社、博報堂、パシフィックコンサルタンツ、パナソニック、ぴあ、日比谷花壇、丸藤シートパイル、三菱電機、三菱東京 UFJ 銀行、読売新聞東京本社、ルネサンス ほか
オブ (36)	経済産業省、国土交通省、総務省、文部科学省、青森県、香川県、静岡市、東京都、新潟市、山梨県、横浜市、健康・体力づくり事業財団、日本バスケットボールリーグ(NBC)、日本パラリンピアンズ協会、日本ビーチ文化振興協会、MIP スポーツプロジェクト、ラグビーワールドカップ 2019 組織委員会、流通経済大学、経済人コー円卓会議日本委員会、ジャパン・トラベルボランティア・ネットワーク、食農共創プロデューサーズ、長寿社会開発センター、東芝国際交流財団、日本政策投資銀行、クールジャパン機構(海外需要開拓支援機構)、日本政府観光局(JNTO)、ニューメディア開発協会 ほか
全員参加・人財育成 TF(計 47 組織)	
会員 (21)	アサツー ディ・ケイ、アルファフォーラム、ウィズウィット、広友ホールディングス、コスモスイニシア、サントリーパブリシティサービス、高砂熱学工業、電通パブリックリレーションズ、東京建物、東京都民銀行、日本アイ・ビー・エム、日本応用老年学会、日本電気、日本電気 中央研究所、博報堂、ぴあ、日比谷花壇、三菱東京 UFJ 銀行、LIXIL、ルネサンス ほか
オブ (26)	経済産業省、国土交通省、総務省、文部科学省、杉並区、東京都、関西ワールドマスタースゲームズ 2021 大会準備委員会、健康・体力づくり事業財団、日本アスリート会議、日本体育協会、日本バスケットボールリーグ(NBC)、日本パラリンピアンズ協会、ラグビーワールドカップ 2019 組織委員会、流通経済大学、海ロマン 21、クールジャパン機構(海外需要開拓支援機構)、経済人コー円卓会議日本委員会、ジャパン・トラベルボランティア・ネットワーク、長寿社会開発センター、東芝国際交流財団、日本財団 ほか
まちづくり・先進技術 TF(計 91 組織)	
会員 (70)	アイ・ティー・ワン、あいおいニッセイ同和損害保険、アサツー ディ・ケイ、アルファフォーラム、イーキ、イルカ、SGS ジャパン、NEC ネットズエスアイ、エムオーテック、大林組、鹿島建設、カナデン、カナモト、キャンノンマーケティングジャパン、丸電工、共同印刷、クリナップ、広友ホールディングス、コスモスイニシア、CF-Station、ジェイティービー、清水建設、情報通信総合研究所、シンフォニアテクノロジー、住友電気工業、住友不動産エスフォルタ、セールスフォース・ドットコム、総合警備保障、ソニー、大成建設、大日本印刷、大和リース、高砂熱学工業、千歳興産、電通パブリックリレーションズ、東急不動産ホールディングス、東京ガス、東京建物、東京美装興業、東芝、凸版印刷、日建設計総合研究所、日産自動車、日本アイ・ビー・エム、日本 GE、日本電気、日本電気 中央研究所、博報堂、パシフィックコンサルタンツ、パナソニック、ぴあ、日立製作所、日比谷花壇、フジクラ、富士通、富士電機、丸藤シートパイル、三菱重工環境・化学エンジニアリング、三菱樹脂、三菱電機、三菱東京 UFJ 銀行、Minori ソリューションズ、明豊ファシリティワークス、ユアサ商事、横河ソリューションサービス、読売新聞東京本社、ルネサンス ほか
オブ (21)	経済産業省、国土交通省、総務省、文部科学省、東京都、健康・体力づくり事業財団、日本パラリンピアンズ協会、日本ビーチ文化振興協会、MIP スポーツプロジェクト、ラグビーワールドカップ 2019 組織委員会、流通経済大学、海ロマン 21、日本政策投資銀行、クールジャパン機構(海外需要開拓支援機構)、ニューメディア開発協会 ほか

※2014 年 7 月現在、法人格名は省略

6. 明日に向かって

この4月から2020年のオリンピック・パラリンピックに向けた有形・無形のレガシーをどのように創り、持続的に発展させるかについて、多くの皆様と議論してきました。素晴らしいこと、良いこともそれを為すには資金が必要であり、民間企業の創意工夫とビジネス化が必要です。ビジネス化が出来れば、持続できる良いことも世の中には多々ありますが、それが容易でない事は誰もが知っています。

今回の中間報告では、開催地東京でのレガシーはもとより、日本全体でのレガシーを産官学民で検討して参りました。8月以降、総計35事業の具体化を進めます。残された6年間に、できれば全てのレガシーを創り出し、ビジネス化が出来ればと思います。そのためにも、誰もがレガシーを創ることができる自分たちを信じて力を合わせる事が重要です。プラットフォームとしての当協議会を上手く利用していただき、後世に誇れる有形・無形のレガシーを創っていきましょう。

一方、オリンピック・パラリンピックのレガシーは開催都市・国だけでなく、世界の人々とも共有し残さなければなりません。IOCには204の国と地域が加盟していますが、30回目となったロンドン大会までにメダルを一つも獲得できていない国と地域が73あります。1/3以上の国と地域は、これまでメダルと無縁でした。わが国がロンドン大会で史上最多の37個を獲得し、50万人を集めた凱旋パレードに酔いしれたのは皆様の記憶に残るところです。さらに、2020年にはメダル数世界3位を目指して、競技団体を中心にタレント発掘・一貫指導を強化している事も周知のとおりです。

しかし、果たして競技会を安全・安心に運営し、メダル数を過去最多にして、課題解決先進国として、都市開発や技術発展を成し遂げれば、それだけで私たちが創出するレガシーが世界に喜ばれるのでしょうか。他の国々の人々にも無形のレガシーを残すことが私たちの使命だとも思います。自国の盛り上がりはもちろんのこと、他の国々の多くの皆様に喜んでもらい記憶に残るオリンピック・パラリンピックとしたいと考えますが、いかがでしょうか。

例えば、これまでメダルを獲得していない国々を多方面から援助し、2020年にメダルを獲得できるように応援してはどうでしょうか。すでにスポーツ分野でも青年海外協力隊やODAが行われていますが、さらに積極的に他国を応援してはどうでしょうか。2020年に初めてメダルを獲得した国民は生涯この競技大会を忘れないでしょう。

世界に7つの文明があるといわれるなか、1文明1国は日本しかありません。「おもてなし」の言葉に表されるように相手を思いやり、相手に喜んでもらえることを良しとするのも日本文明の特徴の一つだと思います。そうした日本の良さを世界各国に理解していただくなかで、メダル至上主義に傾斜しがちな競技大会に新たなイノベーションのヒントを与えるのも日本らしさかも知れません。

自国中心ではなく、他国の発展にも思いを寄せ、とりわけ発展途上国の人々のなかに、2020年のヒーロー・ヒロインを生み出し、人々に語り継がれるような競技大会が開催できれば、それはオリンピズムの理想の実現でもあります。それが日本の世界への貢献となり、結果として、わが国のソフトパワーの向上にもつながり、世界平和に寄与できるのではないかと思います。

レガシー共創協議会は、これから第二フェーズに移ります。さらに知恵を出し合い、日本のみならず世界の人々と共有できるレガシーを皆さんとともに考えていきたいと思っています。

2014年7月
レガシー共創協議会
会長 間野義之

プラチナ社会研究会 レガシー共創協議会 事務局

<http://www.mri.co.jp/opinion/legacy/index.html>

E-Mail : p42legacy-info@mri.co.jp

TEL : 03-6705-6009 (プラチナ社会研究会事務局)

03-6705-6098 (レガシー共創協議会事務局)