

## 目次

Cool Seniors in Japan ムーブメント事業.....	2
旅行弱者(障がい者・高齢者)支援プラットフォーム構築と地域旅行介助人材づくり .....	6
「おもてなしの心を世界へ」ヘルス&マナーコミュニティ活動.....	9
健康空間プラットフォーム事業.....	11
スポーツ合宿誘致マッチングシステム.....	13
空中自転車道路・ランニング道「R-CYCLE CITY PROJECT」 .....	15
音楽の街づくり（おとまち） .....	16
持続可能なエネルギーネットワークの構築.....	18
安全性と美観性を両立させた恒久的インテリア空間の実現.....	20
モニタリングネットワークを活用した安全・安心で快適なまちづくり .....	23
“楽しめる要素”と“参加インセンティブ”を取り入れた 「サステイナブルヘルスケア」の仕組み検討.....	25
緑化コミュニケーションプロジェクト.....	28

事業・施策名	Cool Seniors in Japan ムーブメント事業	
検討体制	リーダー	日本応用老年学会 LLP(リーダー)
	共同提案者	株式会社三菱総合研究所 株式会社アサツー ディ・ケイ 株式会社 LIXIL
	メンバー	近畿日本ツーリスト株式会社 東急不動産ホールディングス株式会社 株式会社ワコール

### <概要>

世界で一番クールなシニアライフの実現『Cool Seniors in JAPAN』のために、より多くの「クールシニア」創出に繋がる、事業・サービス・イベント・活動の仕組みを、企業・行政・大学・NPO 等とつくり、『Cool Seniors in JAPAN』ムーブメントを、2020 年東京オリンピック・パラリンピックをキッカケに起こし、レガシーとして世界へ発信する。同事業を推進することを目的として、クールシニア人材を育成し、その活躍の場を開拓・提供し、世界へ発信するという活動を積極的かつ恒常的に行うため、公的機関として運営推進する一般社団法人日本クールシニア推進機構(以下、機構という)を 2016 年初めに設立する。

#### ■ Cool Seniors in JAPAN ムーブメント事業の目指すもの

元気なシニアを「資源」と捉え、クールシニアのライフスタイル・活動によって、超高齢社会の日本版成長モデルを世界に発信する。そのためのクールシニア育成を行い、一万人のクールシニアを創出し、2020 年東京オリンピック・パラリンピックを契機にムーブメントを起こす。

#### ■ 「クールシニア」の定義

「クールシニア」とは、健康意識が高く、新しいことにチャレンジし、役割を持って社会に貢献し、多世代・多国民と積極的にかかわり、シンプルで自律的な生活を意識して行動しているシニアのこと(2015 年暫定版定義)

イメージ例:2015 年 10 月公開の映画「マイ・インターン」のロバート・デ・ニーロが演じたベンのような素敵なシニア

### <実現したいレガシー(社会課題解決)>

- ◇ シニアに活躍の場を増やし(脱・無縁社会)、全員参加型の社会を目指す
- ◇ シニアの学び直し、知識・経験の棚卸と補完、チーム形成
- ◇ 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)
- ◇ 可能な限り経常的な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)
- ◇ 一歩踏み出せないシニアの巻き込み(例:孫世代巻き込み、民間・地域クラブ連携)

### <2020年大会の活かし方・2020年までの展開>

- ◇ 「クールシニア」候補のシニアを集める
  1. 企業の退職前社員が「クールシニアになるための基礎講座」に参加
  2. 同窓会、OB会を活用してシニアを集める
  3. 地域やNPO、行政の協力の元、参加するシニアを集める
- ◇ クールシニアを育成する
  1. 「クールシニアになるための基礎講座」を受講
  2. クールシニアになるためにライフスタイルを見直す
  3. クールシニア認定試験に合格した人だけがクールシニアとなる
- ◇ オリ・パラリンピックへのボランティア参加を「クールシニア」に選別されたシニアが担う
- ◇ オリ・パラリンピックへ向けた新規事業で「クールシニア」に選別されたシニアが活躍する場を提供(例:観光ビジネス等…)
- ◇ オリ・パラリンピックへ向けたコンテストやイベントへ「クールシニア」が活躍
- ◇ クールシニアを組織化して、オリンピック成功に向けて活動する

### <実現に向けた課題>

- ◇ 「クールシニア」候補者の募集
- ◇ 当事者参加方式によるクールシニア育成講座の制作と育成の実施
- ◇ 支援企業[機構会員企業]の募集
- ◇ 提携先との協働による活躍の場の創出
- ◇ 効果的な内外への情報発信
- ◇ 個人情報管理に留意した会員組織の運体制の確立
- ◇ 可能な限り補助金・助成金に頼らず持続可能とする事業の開発と運営

<事業モデル(提供価値、顧客、実施主体等)又は調査・提言の訴求ポイント>

◇ 『Cool Seniors in Japan』ムーブメント事業

ムーブメントを起こすため、「クールシニア」が活躍の場で輝いている事例を次々と世界に発信し続けるとともに、2020年までにクールシニア 10,000人と支援企業 500社を組織化(実施主体:機構)

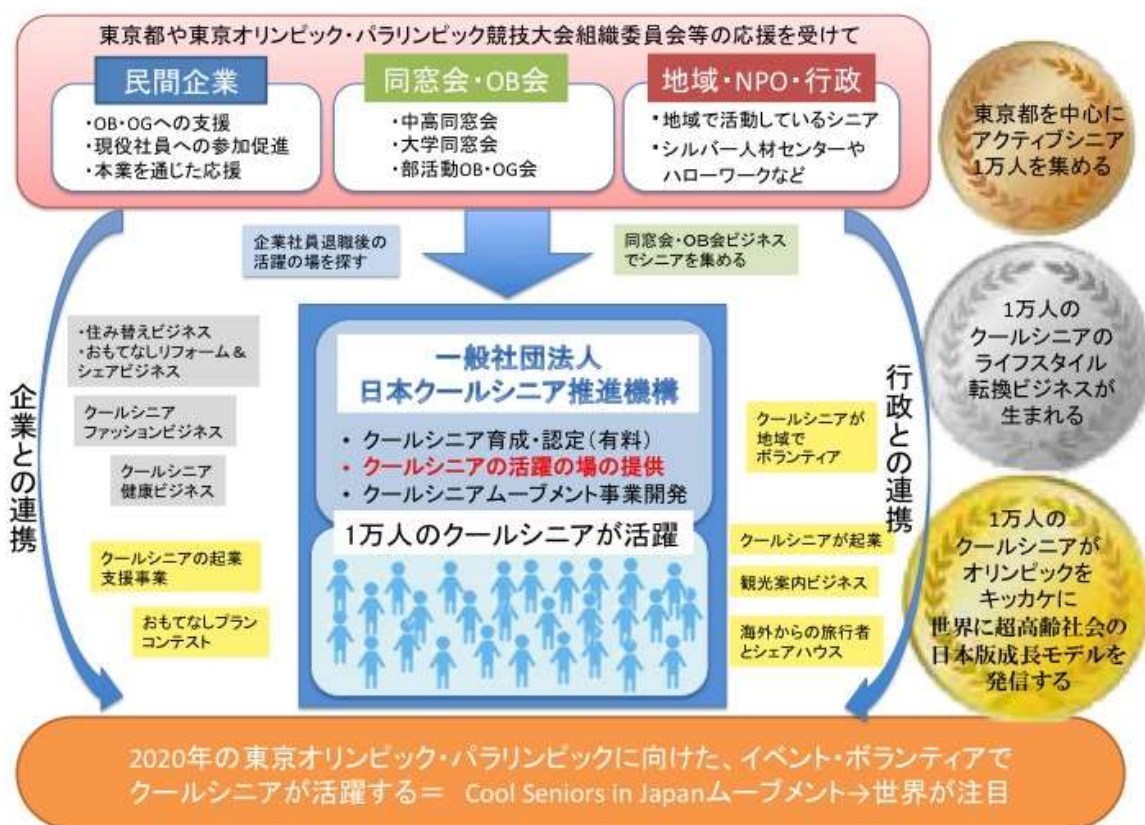
◇ 「クールシニア」育成事業

企業内の退職前研修、同窓会・OB会、地域サークル、同好会、商工会、等々において「クールシニア基礎講座」を開講し、クールシニアを育成(実施主体:機構)

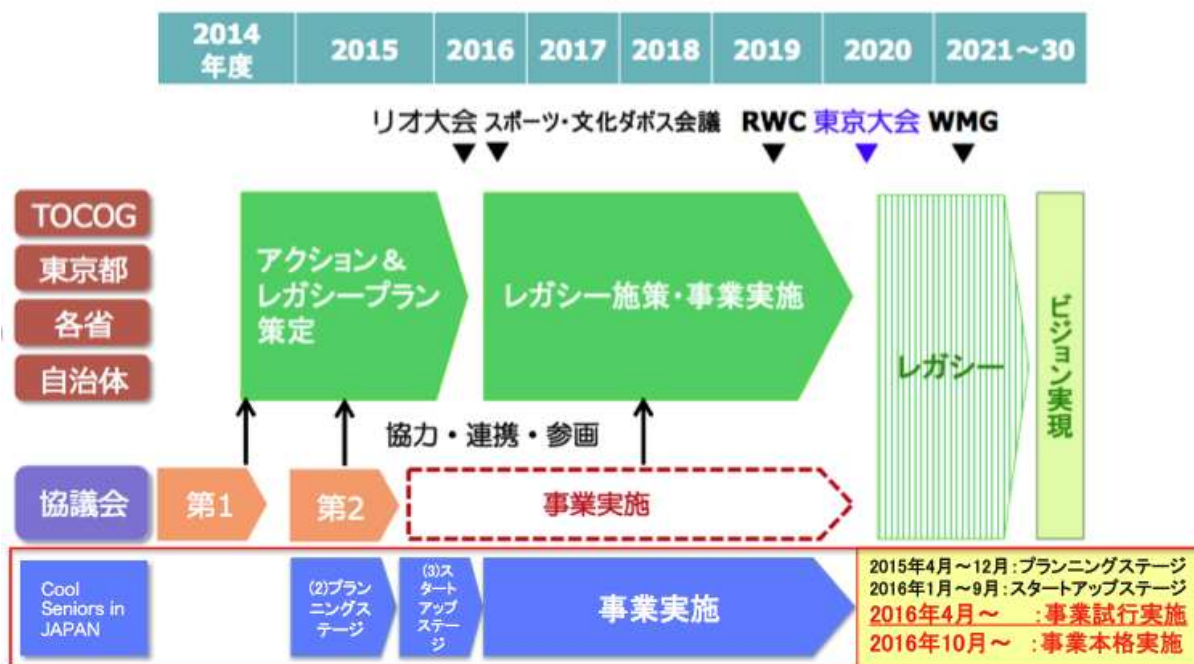
◇ 「クールシニア」活躍の場の創出事業

少子高齢化社会に関わる「地域包括ケアシステム」「生涯活躍のまち(日本版 CCRC)」等の国の施策、健康寿命延伸・ヘルスケア、独居高齢者問題、介護離職問題、子育て支援、中小企業人材不足問題、等々に企業・行政・大学・NPO 法人等と連携して「クールシニア」が課題解決の担い手として積極的に参画する仕組み作り(実施主体:機構+企業・行政・大学・NPO 法人等の協働)

<イメージ図(事業モデル又は調査・提言骨子等)>



<概略工程表>



事業・施策名		オリンピック・パラリンピックを機に世界中からあらゆる旅人を誘致し、日本全国を旅してもらうために 47 都道府県 共通の視点で 旅行弱者(障がい者・高齢者)支援プラットフォーム構築と地域旅行介助人材づくり
検討体制	リーダー	NPO 法人ジャパン・トラベルボランティア・ネットワーク代表 /トラベルデザイナー おそどまさこ
	共同提案者	朝日新聞社 / 三菱総合研究所 (初年度、次年度)
	メンバー	未定

### <概要>

旅は人を癒し、開放し、明日への力を生む。老後は誰でも身体に障害を持つことは否めない。

誰もが排除されずに日本のあちこちを旅するためには、公共の乗り物、建物、道、介助者の技術、人の意識等のユニバーサルデザイン化が求められる。

集約すると、以下の3点を同時に構築することが求められる。

#### ①UD 観光情報データベース構築

誰もがアクセス可能な役立つバリアフリーの地域観光資源を取材し、旅に精通した目で選択。観光案内所 宿、温泉、観光施設、店、交通、病院、バリアフリートイレ情報を9項目で取材・構築、共有すること。

#### ②47 都道府県で旅行介助ガイド育成

有償で地域にICTを駆使できる旅行介助ガイド人材と組織を創る。

A. キックオフ講演会、

B.初級養成講座、

C.中級実践旅の現場講座の3つを地域で開講。組織化、自律自転をめざす。有事には地域救援。現在旅行介助ガイド検定合格者は65名。地域ごとに旅行介助ガイド(プロ、アマ)を養成し、ネットワーク組織をつくり、

#### ③日本全体をプラットフォームで結び、広域連携をめざしていく。インターネットで見える化をはかること。専門家による旅行相談も随時受けられるようすること。

### <実現したいレガシー(社会課題解決)>

日本は史上経験したことのない高齢社会を迎えており、総務省統計局の平成27年6月の確定値によると日本の総人口は1億2692.9万人であり、65歳以上の高齢者人口は過去最高3360万9千人に上る。高齢者は年々100万人ずつ増え続けている。一方、身体障がい者393万7千人、知的障害者74万1千人、精神障害者320万1千人(平成26年版障害者白書)を加えると787万9千人。さらに前記の高齢者数を加えると4150万人に迫る。

総人口の3人に一人が同じインフラ整備を必要としていることになる。人は高齢になっても、障がいをもって、移動及び旅する権利は尊重されなければならない。それが成熟した社会を持つ国のあり方である。

#### <2020年大会の活かし方・2020年までの展開>

2020年のオリンピックパラリンピック開催に際して、世界中から旅人が数多く来日するが、日本のユニバーサルデザインの旅環境はマンパワーでも物理的なバリアフリー環境も不備であることが容易に想像できる。

日本国内でも、障がい者、高齢者もたくさん移動、広域外出するであろう。有償でその人々の旅に同行し、旅をサポートする人材を育成し、共通の介助技術、マナー、ルールなどを決めて共有し、英語化もはかり、日本人だけでなく外国人の介助をできる人材を養成したら、インターネット上でマッチングを計る。できれば、バリアフリー対応の部屋を提供できるケースも募っていきたい。

昼間の旅・車いすを押すだけのサポートができるだけのトラベルボランティアから、排泄、入浴、寝返り等の身体介助もできる人材・旅行介助ガイドを養成し、共通の理念でネットワーク化をはかることをめざす。有償の同行介助である。

#### <実現に向けた課題>

現在20数都府県に限り、旅行介助ガイド検定合格者が存在するが、全国で人数は絶対数が足りない。47都道府県に出向き、所定の旅行介助ガイド育成講座を同じ価値観と同レベルで開講し、各地域の旅行介助ガイド人材の人材を育成、ネットワーク化をはかる。

1県2ヶ所の所定の講座を展開し、人材育成、組織化することに対して、およそ100万円(沖縄はこの予算では出来ない)の概算費用がかかる。47ヶ所×100万円=4700万円

#### <事業モデル(提供価値、顧客、実施主体等)又は調査・提言の訴求ポイント>

世界190以上の国で流行している民泊予約システムがある。インターネットで世界中の民家を紹介し、旅人(ゲスト)と部屋の貸し主(ホスト)を引き合わせ、インターネットで決済、マッチングする仕組みである。アメリカでスタートし、日本でも爆発的な広がりを見せている。この民泊予約システム Airbnb をモデルにして、旅行介助ガイドやトラベルボランティアをマッチングする仕組みを net 上で構築する方向を検討中である。

単にマッチングだけではなく、車いすの旅人、杖や白杖、盲導犬使用者等の視覚に障害がある人、聴覚障がい者、認知症、等の高齢者の外出などにインターネットでアドバイスを与えていくアドバイスセンターの役割も担う方向をめざしている。

社会福祉士、旅行業務取扱主任者、介護福祉士、保育士、看護師、医師、トラベルデザイナー、ジャンルの異なる障がい者の旅精通者も net 上でアドバイザーとして有償で願う。



#### ◆めざす目標

日本地域に旅行介助ガイドの仕組みが整備されると、高齢者、障がい者等の外出が容易になり、温泉大浴場の入浴も可能になる。結果、滞在型旅客が増加し、観光収入をもたらすから観光振興となる。介助ガイドとして、元気シニアが増えるから、医療と介護費、生活保護費も減らせる。外国からの高齢者や障がいのある旅人も安心して日本国内を旅することができる。

#### ◆社会資源のネットワーク

上記3点を同時構築し、身体の障がいの有無を問わず、インバウンド、アウトバウンド、住民観光客を問わず、幸せの源としての旅を、誰でも、いつでも、どこへでもできる日本をつくり、右記URLを基礎に、障害別旅のノウハウ、旅行介助人材、旅情報等のIT連携をめざす。外国語対応も望ましい。

#### 実施スケジュール(案) 1年間で7地域(県)可能

現地視察と課題整理

関係者 理念統一徹底

取材構築のしかた等をNPO、関係者に研修する。

#### ◆実施取り組み①

##### キックオフ講演会

かしこい高齢・障がい旅行術(仮)開催

#### ◆実施取り組み②

①初級:旅行介助ガイド養成講座

②中級:旅の現場講座の開催(日帰り、公共交通利用)

講座受講者を核に組織化。情報共有はfacebook等のSNSで情報共有、発信、協議。

#### ◆実施取り組み③

①9項目のUD観光情報データベース、構築 土日・夜間に使える全県バリアフリートイレ情報を取材。PC、IPADまたはスマホで情報を同時に取れるようにする。

講座受講者を核に組織化。

情報共有はfacebook等のSNSで情報共有、発信、協議。UD観光情報、土日・夜間に使える全県バリアフリートイレ情報を構築。①紙媒体、②インターネット、③携帯電話で同時に取れるようにする。

#### たたき台となる実績URL

<http://www.tabicommon.com>

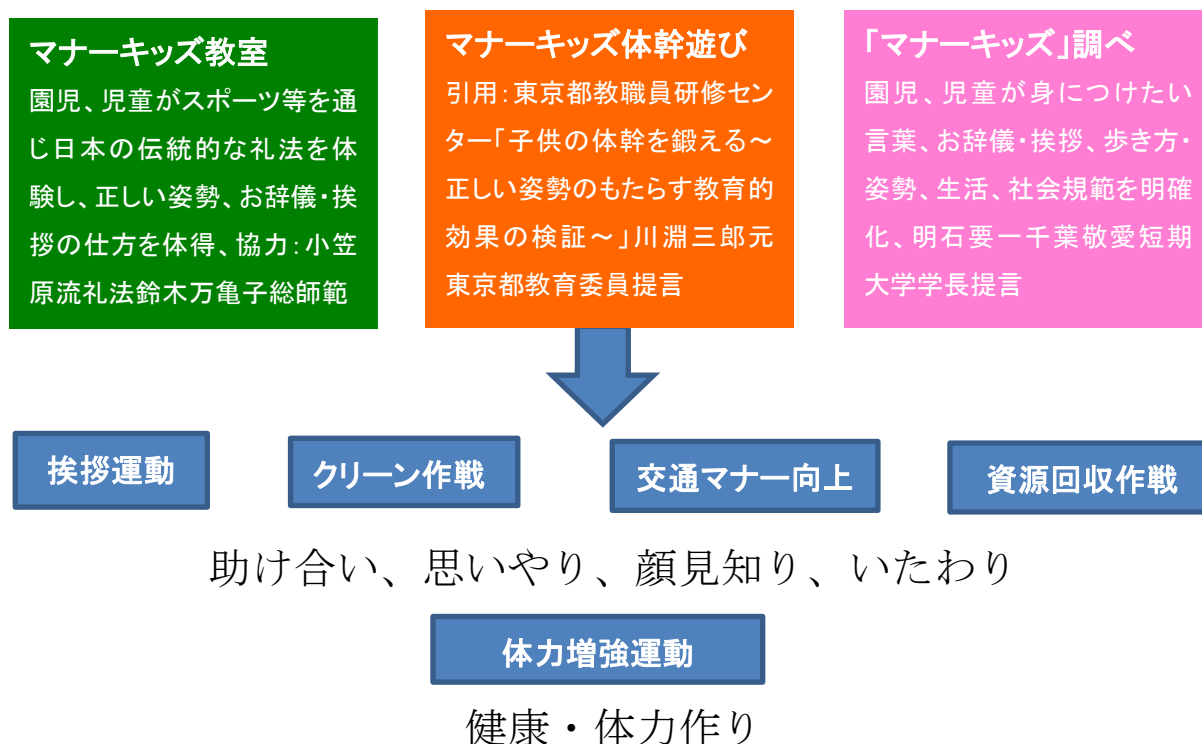
<http://hohohonet.info/main.html>

<http://wakayamahohoho.com>



事業・施策名		「おもてなしの心を世界へ」ヘルス&マナーコミュニティ活動
検討体制	リーダー	公益社団法人マナーキッズプロジェクト
	共同提案者	
	メンバー	墨田区、杉並区、こころの東京革命協会、日比谷花壇、協栄、伊藤園、公益財団法人ラグビーワールドカップ 2019 組織委員会、

<概要>



<実現したいレガシー(社会課題解決)>

- ◇ 子供の体力・運動能力の低下に歯止めをかける。体幹を鍛え、正しい姿勢、お辞儀・挨拶ができるようにする。
- ◇ 地域活性化につなげる。

<2020年大会の活かし方・2020年までの展開>

- ◇ マナーキッズプロジェクトは、約10年間で47都道府県において、13万人を超える幼稚園・保育園園児、小学校児童が参加したが、3才以上の園児、小学校児童は約950万人いることを勘案すると微々たる数字である。2020年までに参加者を飛躍的に増加させる。

<実現に向けた課題>

- ◇ レガシー共創協議会プロジェクト「地域活性交流事業」ヘルス&マナーコミュニティ活動「おもてなしの心を世界へ」を「国民運動」にもっていく必要がある。

&lt;イメージ図(事業モデル又は調査・提言骨子等)&gt;

## プレイヤーの相関図

プレイヤー	役割	ベネフィット
省庁・自治体・教育機関	予算化 旗振り役	地域活性化、地域自立 健康増進による医療費削減 定住化、移住による税収増
企業・公益・NPO団体等	スポンサー契約、講師派遣 プログラム提供 ボランティア派遣	地域貢献 企業イメージ向上
地域・学校・公共施設	場の提供	地元愛の醸成、防災 放課後や土日祝の学校開放に よる交流促進 顔の見える安心な地域づくり 観光、集客促進 世代間交流 ボランティア参加

## 「おもてなしの心を世界へ」ヘルス&amp;マナーコミュニティ活動国民運動展開施策案

推進母体の強化	レガシー共創協議会「おもてなしの心を世界へ」検討チームの 拡充
国民運動協議会の設立	こころの東京革命とヘルス&マナーコミュニティの2活動でスタ ート。
墨田区に続くモデル市区町 村	東京オリパラを活用した地域活性化推進首長連合の会とのコ ラボ
財政基盤強化	行政予算化、地方公共団体予算化、助成金、協賛金、賛助 金、寄附、遺言等を幅広く集めるスキーム作り 2020年までに年間100万人以上参加、年10億以上
啓蒙活動	メディア戦略、特集号10万部を100万部、1,000万部に拡大、 読者1,000人の内3名が変われば成功。
指導者他確保	マナーキッズ講師養成、ボランティア募集、体幹遊びは教師、 保育士が指導できるようにする。トップアスリートの派遣。
他活動とのコラボ	スマートウエルネスシティ(健幸長寿社会)首長連絡会(筑波大 学発ベンチャー主導)、健康日本21(厚生労働省) こころの東京革命他
新しいスキームの構築	テーマ毎の作戦展開(クリーン作戦他)参画インセンティブ 作り、ポイント制(墨田区検討中)

事業・施策名	健康空間プラットフォーム事業	
検討体制	リーダー	(株)竹中工務店
	共同提案者	
	メンバー	共同印刷株式会社、東急不動産ホールディングス株式会社、凸版印刷株式会社、野原産業株式会社、株式会社ルネサンス、大和リース株式会社、日本スポーツ&ボディ・マイスター協会

#### <概要>

- ・空間にセンサーやディスプレイなどを内蔵した健康空間を構築し、ユーザーに健康増進のための情報やサービスを提供するプラットフォーム事業。
- ・空間の中でも、最も運動できる場所として階段に注目し、単なる避難、通行動線から交流・健康の場へ、階段の復権、見直しを意図し、「健康階段キット」を提案。
- ・「健康階段」でプラットフォームを構築した後、廊下などの空間への展開を行う。

#### <実現したいレガシー(社会課題解決)>

- ◇ 2020年のオリンピック・パラリンピック大会を契機に関心が高まっている、病気や介護に至る前の予防や、健康増進ニーズへの対応。
- ◇ 少子高齢社会の進展に伴い増大する医療費や介護費の削減、健康寿命の増進。
- ◇ 企業におけるプレゼンティーズム対策など、従業員の健康増進による生産性向上や、「健康経営」への対応。

#### <2020年大会の活かし方・2020年までの展開>

- ◇ オリンピック・パラリンピックを契機とする健康意識の高まりを活用し、事業の実現を検討する。
- ◇ オフィスでの活動量を増加し、健康増進を図るためのムーブメントを仕掛ける。

#### <実現に向けた課題>

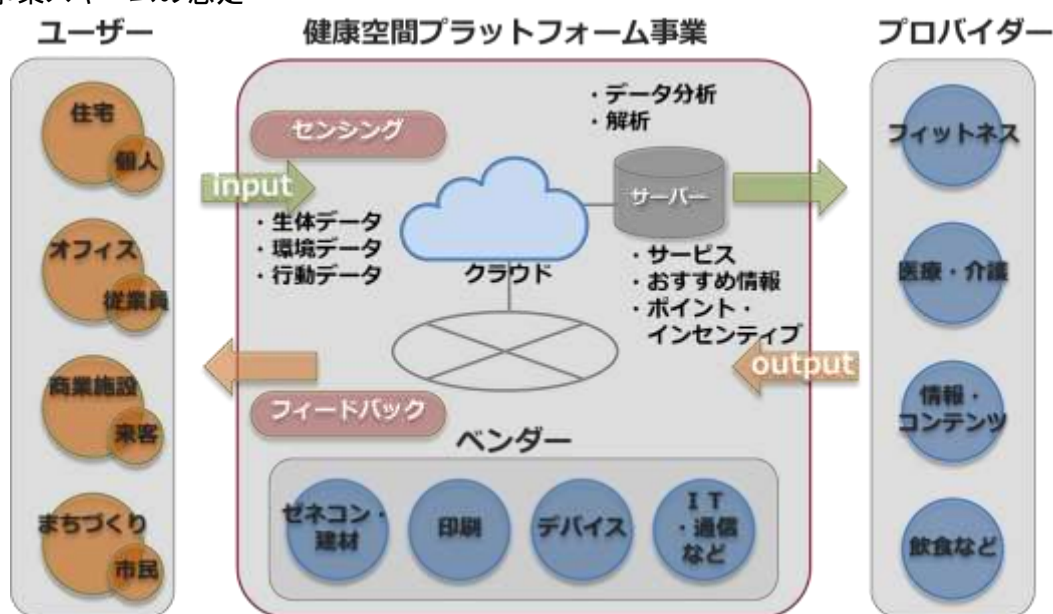
- ◇ システムの実現可能性、健康増進効果の検証、事業性の検証等。
- ◇ 運動を誘導するプログラム・コンテンツの開発。飽きさせないプログラムの検討。
- ◇ 来年度は「健康階段キット」の導入による効果を確認するため、協議会参加企業の協力を仰ぎ実証実験を行いたい。

<事業モデル(提供価値、顧客、実施主体等)又は調査・提言の訴求ポイント>

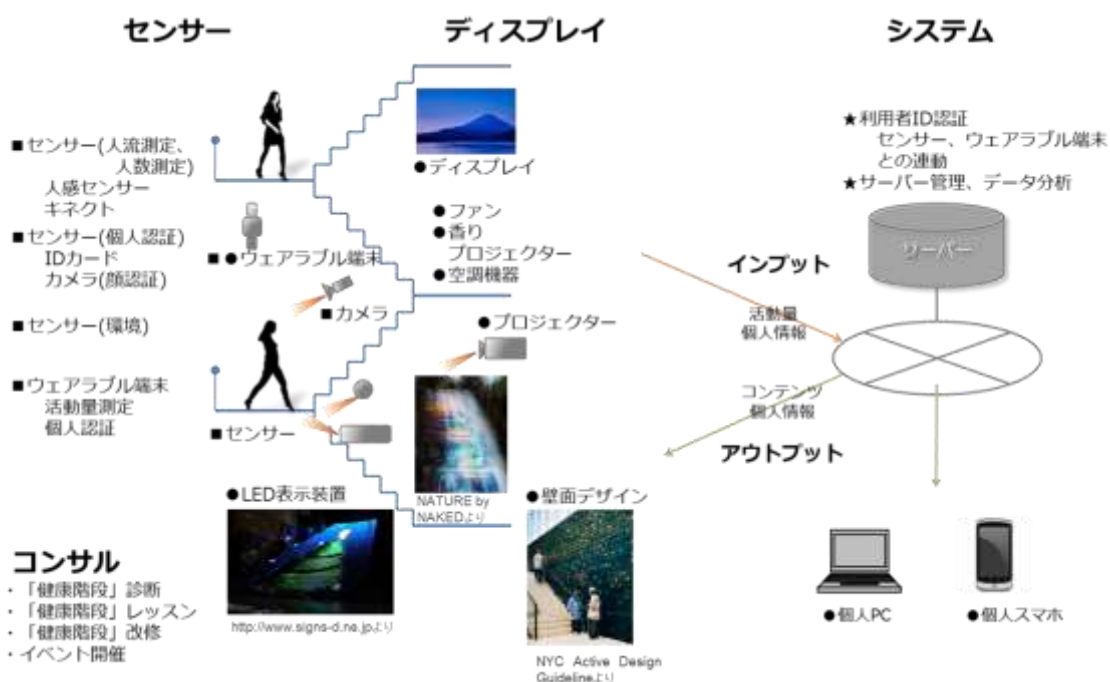
- ◇ 【提供価値】プラットフォームを利用しサービスを提供することで、日常生活の中で空間を利用する人の健康増進を図り、企業における生産性の向上や、医療費や介護費の減少などを図ることを想定。
- ◇ 【顧客】健康経営の進展に伴い、従業員の健康増進を図るオフィスの階段を中心に考え、健康をキーに顧客の獲得を図りたい商業施設や公共施設、公共の通路空間、学校などへの展開も図る。
- ◇ 【実施主体】企業コンソーシアムによる新規プラットフォーム事業主体を想定。

<イメージ図(事業モデル又は調査・提言骨子等)>

■事業スキームの想定



■健康階段キットの構成



事業・施策名		スポーツ合宿誘致マッチングシステム
検討体制	リーダー	三菱総合研究所
	共同提案者	—
	メンバー	近畿日本ツーリスト ジェイティービー セレスポ 大成建設 大和リース 丹青社 日本アイ・ビー・エム 富士ゼロックスシステムサービス マイスター60 ミズノ ラグビーワールドカップ 2019 組織委員会 流通経済大学

#### <概要>

第2フェーズでは、全国知事会を支援して、スポーツ施設データベースサイトを構築し、11月30日にサイト名称「Sports Camp Japan」をリリースした。同サイトには、オリパラの事前キャンプ誘致に関心がある約400の地方自治体からスポーツ施設の登録があった。

第3フェーズでは、データベースサイトの国外への普及を図るとともに、データベースサイトを活用したスポーツ合宿誘致に向けた官民プラットフォームのあり方を引き続き検討する予定。

#### <実現したいレガシー(社会課題解決)>

- ◇ わが国におけるスポーツ合宿の継続的な誘致・効果的な実施
- ◇ 合宿誘致を契機とした地方創生(交流人口の増加、合宿関連産業の振興、地域文化の創造)に向けた基盤の形成

#### <2020年大会の活かし方・2020年までの展開>

- ◇ RWC、オリパラ出場チームの誘致を進める自治体への専門的情報の提供
- ◇ 地域での合宿受け入れ体制の構築支援

#### <実現に向けた課題>

- ◇ 第1フェーズで構築したスポーツ施設データベースサイトの海外への普及
- ◇ プラットフォームの構築・運用にあたっての収益源の確保、独立採算型のビジネスモデルの構築

<第2フェーズの成果>



図 スポーツ施設データベースサイト「Sports Camp Japan」

出典) <http://sportscamp.jp/>



事業・施策名	空中自転車道路・ランニング道「R-CYCLE CITY PROJECT」	
検討体制	リーダー	東急不動産ホールディングス株式会社
	共同提案者	
	メンバー	大成建設株式会社、三菱重工業(株)、(株)三菱総合研究所 パナソニック株式会社、アディダスジャパン(株)、ユアサ商事(株) 株式会社エムオーテック、(株)東急スポーツオアシス、(株)東急エージェンシー、(株)東急コミュニティー、(株)丹青社、東亜道路工業(株)

#### <概要>

既存の交通インフラの未活用空間に有料の自転車専用道とランニングコースを設置することにより、通勤や買物などの街中の移動を便利にするのみならず、環境負荷の低減や移動時間を健康な体作りのために有効活用することもできる。またニューヨークのハイラインのように観光スポットとして都市の魅力向上に貢献する。

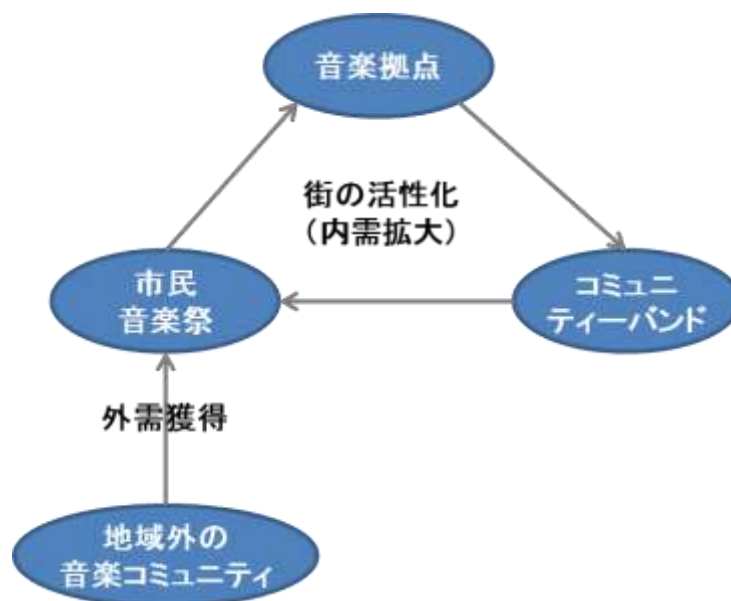




事業・施策名	音楽の街づくり(おとまち)	
検討体制	リーダー	株式会社ヤマハミュージックジャパン
	共同提案者	株式会社三菱総合研究所
	メンバー	

### <概要>

- ◇ 音楽の力を使って、社会関係資本(ソーシャルキャピタル:人と人との絆)を蓄積していく。
  - 音楽の力: 音楽は、性別・世代・年代・出身・国籍を超えて、感動・共鳴・共感・鼓舞・情操涵養をもたらし、青春・ロマン・思い出等の媒体となる。
- ◇ 次の4つの手法の組み合わせで街の活性化(内需拡大と外需獲得)に取り組む。
  - わが街が誇る「市民音楽祭」をつくる
  - わが街の顔となる「コミュニティーバンド」を養成する
  - わが街ならではの「音楽活動拠点」をつくる
  - SNSで地域外の人々をつながる



### <実現したいレガシー>

- ◇ 地域に持続可能なコミュニティーが育まれることがレガシー。
- ◇ コミュニティーへの帰属による安心感、コミュニティー内での相互承認、コミュニティー活動を通じた自己実現の機会がもたらされる。

### <2020年大会の活かし方>

- ◇ 2020年の「文化プログラム」としての採択(あるいは「文化プログラム」との連携)を目指す。
  - 2015年は、市民参加型音楽祭「渋谷ズンチャカ!」「春日野音楽祭」を立ち上げ。
- ◇ 過去・未来の大会開催国等と連携して、海外にも展開していく。



写真：春日野音楽祭イベントにおけるフィナーレ「奉納大合奏」  
(演奏参加者約150名、合唱約100名、観客約1,550名 計約1,800名)

### <実現に向けた課題>

- ◇ 市民音楽祭の継続開催を担保する事業計画
- ◇ 陳腐化しないコンテンツの開発(含む、地域固有のコンテンツ開拓)
- ◇ 企業の投資を呼び込む仕組みと実績づくり

### <訴求ポイント>

- ◇ 街の音楽コンテンツは地域の観光資源となり得る。
- ◇ 地域の飲食コンテンツやスポーツコンテンツ等と連携することで観光資源としての価値を高めることも可能。

事業・施策名		持続可能なエネルギーネットワークの構築
検討体制	リーダー	三菱総合研究所
	共同提案者	
	メンバー	鹿島建設、清水建設、住友電気工業、東京ガス、富士電機、三菱重工環境・化学エンジニアリング、横河ソリューションサービス、菱電商事 (五十音順)

### <概要>

2020年大会に向け、全国各地で構築されつつあるコミュニティエネルギーネットワークや各家庭内や個人のスマート化の仕組みを有効活用し、大会期間中の増CO<sub>2</sub>( $\Delta$ CO<sub>2</sub>)や増エネルギー( $\Delta$ P)をキャンセルする(マイナスにする)取り組みを進める。

その際、省CO<sub>2</sub>や省エネを測定・定量化・蓄積する様々な仕組みに基づき、個人や団体が積み上げたCO<sub>2</sub>やエネルギーの削減量を、それぞれが支援したい特定の競技やイベント、施設に紐付けていくものとし、地理的ギャップ(海外からでも可)、時間的ギャップ(数年後でも可)を超えて支援対象を選択できる「ふるさと納税」と同様の仕組みを構築していく。

大会期間中は省CO<sub>2</sub>や省エネの状況をリアルタイムにモニタリングするとともに、当該システムを構成する「世界に誇るべき最新技術」を内外に対し最大限にアピールしていく。

本事業によって構築された仕組みは大会終了後も活用していくものとし、2020年大会で建設された特定の施設やそこで実施されるイベントのみならず、翌年の関西ワールドマスタースターズ等の全国各地で行われるイベントに継続的に省CO<sub>2</sub>や省エネを適用し続けることで持続可能な社会システムを構築することを目指す。

同時に省エネ行動の「定量化・見える化」を行うことにより、国民の間において一般的な活動(文化・習慣)となるような行動を示す。

### <実現したいレガシー(社会課題解決)>

- ◇ 2020年大会を契機として、開催時に適用可能なエネルギー技術を結集し、エネルギーやCO<sub>2</sub>を融通し合う仕組みを構築することで、2020年大会以後の低炭素型社会の実現に寄与する。
- ◇ 大会に向けた期間、及び大会期間中の取り組みを通じ、緩慢になりつつある省CO<sub>2</sub>や省エネの取り組みを強化し、新たな国民運動(省エネがかっこいいと思う意識や)を巻き起こす。
- ◇ ハード面の整備と同時に、開催期間中の様々な取り組みをアピールすることで、日本の低炭素技術の導入促進に向けた内外の意識醸成を図る。

### <2020年大会の活かし方・2020年までの展開>

- ◇ 2015年 システム構想の詳細化
- ◇ 2016年 概念設計
- ◇ 2017~2019年 システム・設備構築
- ◇ 2020年 稼働

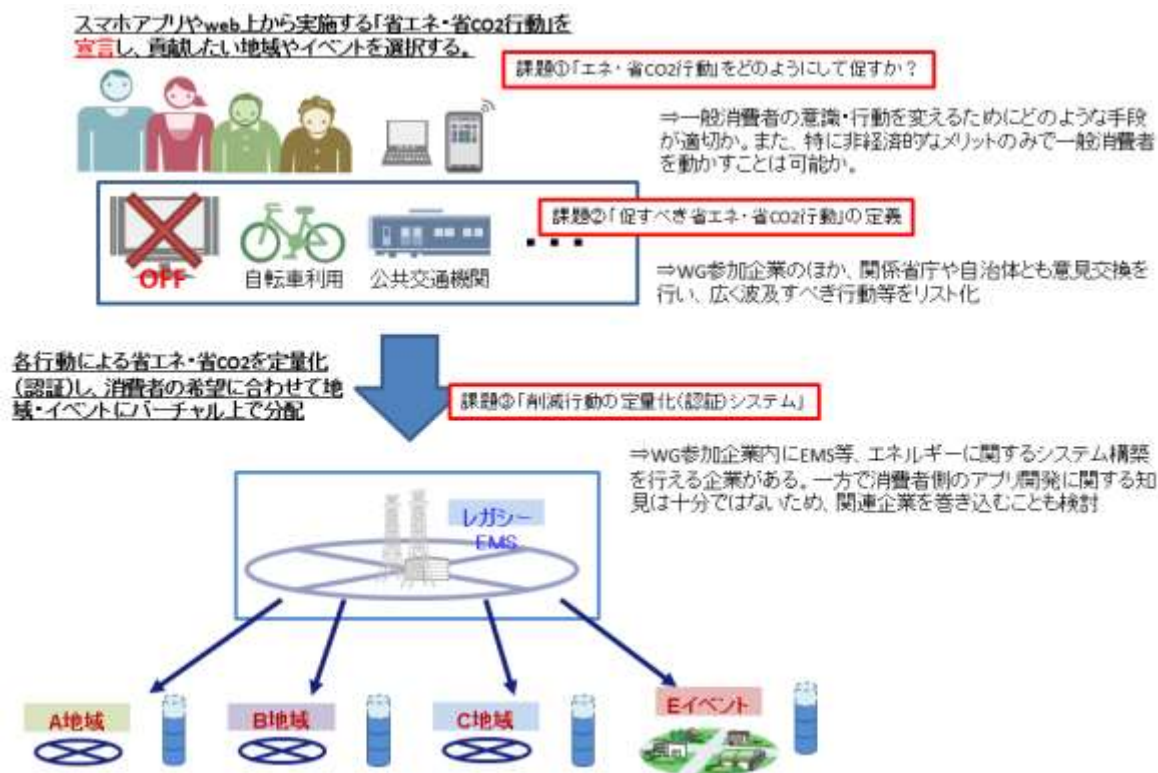
<実現に向けた課題>

- ◇ 省CO2 や省エネの定量化・認証・蓄積の仕組みの構築。「ふるさと納税」のような東京-地域間、地域-地域間を繋ぐ枠組み
- ◇ 最新技術動向を踏まえた「促すべき・省エネ・省CO2 行動の設計」や産官学共同での事業実施体制の構築。
- ◇ イベントやスマートフォン等と連動させることによる国民に対してわかりやすい形での情報提供、非経済的なメリットによる行動促進・参加意識の醸成。

<事業モデル(提供価値、顧客、実施主体等)又は調査・提言の訴求ポイント>

- ◇ 沢山の外国人やメディアが集まる機会に世界に誇れる仕組みをアピール
- ◇ 需要家側の選択については「見える化」のアイデアを適用
- ◇ 大会を皆で支えている意識を醸成し、今後の日本のエネルギーシステムの在り方を提示
- ◇ 2020年大会のみならずその後に各地で実施される各種イベントに適用可能なシステムとしてレガシー活用
- ◇ 2020年大会以後も国民の間において一般的な活動(文化・習慣)となるような、誰もが自分のライフスタイルに合わせて行える省エネ行動の提示

<イメージ図(事業モデル又は調査・提言骨子等)>



以上

事業・施策名		安全性と美観性を両立させた恒久的インテリア空間の実現
検討体制	リーダー	一般社団法人 日本インテリアコーディネーター協会
	共同提案者	
	メンバー	日本ヒルティ株式会社 (株)三菱総合研究所 レジリエンス戦略グループ

#### <概要>

- \* 地震時の家具転倒防止策＝家具固定を取り巻く状況は複合的課題を抱えたまま、各家庭任せ・個々任せで、普及率・固定品質が一定以上には上がらないのが現状である。地震予知や加速する高齢化、住環境を取り巻く状況から、より安全性高く、固定率・普及浸透率アップ標準化等に繋がる、新たな家具固定策は急務である。
- \* 家具固定を取り巻くハード・ソフト面の課題解決は、複合要因を抱える為、一企業だけでの真の実現普及は難しく、関連業界全体の足並み揃った改善取組と様々なアプローチ、ソフト面の充実等が不可欠であり、相乗効果から、社会課題解決へと進める事が出来る。
- \* 地震大国日本TOKYOでのオリパラ開催を好機と捉え、家具固定の新スタンダードの具現化・普及促進を目指す
- \* インテリアを楽しむことが一般化しつつある現代において、家具転倒防止を阻む・躊躇する要因の一つが美観性。定量化できない「美観品質」を、停滞している家具転倒防止の課題解決のブレイクスルーポイントにすることで、複合的要因の解決、ソフト面の充実、意識・イメージ刷新をも図られ新たなムーブメントから普及浸透化、更なる発展へと繋がる

#### <実現したいレガシー(社会課題解決)>

- ◇ 家具固定のハード・ソフト両面の整備・充実・刷新向上等により、誰もが安全空間を享受できる社会
- ◇ 様々な世帯・来訪者、居住・滞在空間、生活変化や嗜好に応じて、自由、自在、容易に家具固定が可能な、美観性にも優れた魅力ある空間の実現と享受

#### <2020年大会の活かし方・2020年までの展開>

- ◇ 2020年海外来訪者・オリパラ関係者が集まるTOKYOで、地震大国日本の安全性を、美観性と安全品質に優れた室内【インテリア】空間の実現・普及化により、より安全安心をPR出来るチャンス
- ◇ 2020年以後の第2ステージとして、よりフレキシブルな進化系家具固定・安全空間の具現化を目指す
- ◇ 初年度、試行に入った案件での地域・建物・ターゲット層に応じた次の方策を2016年度以降、検討・試行実施していき、種々サービスの事業化・ワンストップ化、コンサ

ル事業など、家具固定を取り巻く環境整備や具現化・浸透化への足掛かりとしたい。  
又、種々・多方面での試行を行い、事業化への中で改善改革に取り組み、新しいスタンダードへ繋げる。

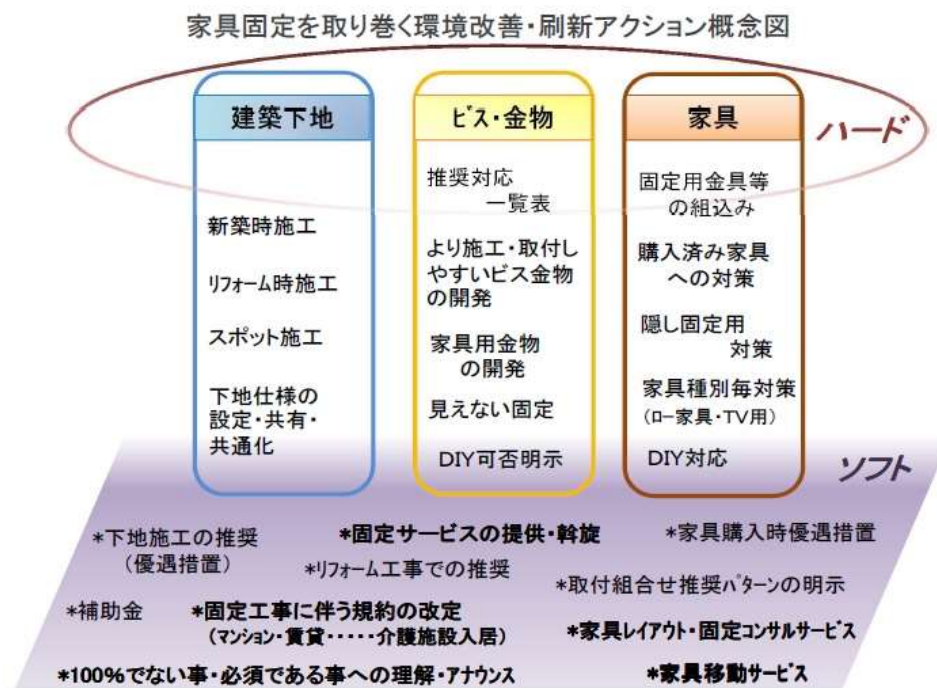
<実現に向けた課題>

- ① 家具固定を取り巻くハード面(建築下地・ビス金物・家具側対策)の改善・刷新と連動した情報整備等による情報・意識の共有化と提供
- ② 家具転倒防止に対する**従来イメージ刷新**とDIY以外の**選択肢提供**による意識改革
- ③ 家具固定に関わる**制度・環境・従来からのマイナス意識の改変**
- ④ 家具固定に関する技術基準や仕様規格・安全品質等の整備・見える化
- ⑤ 家具固定の**採算性のある事業実現化**とニーズにマッチしたサービス提供による、**新たなマーケットの掘り起し**、既・停滞中マーケットへの**打開・浸透推進**
- ⑥ 試行先(エリア・建物・ターゲット毎など)、実施事業者(各方面)・支援協働者の開拓

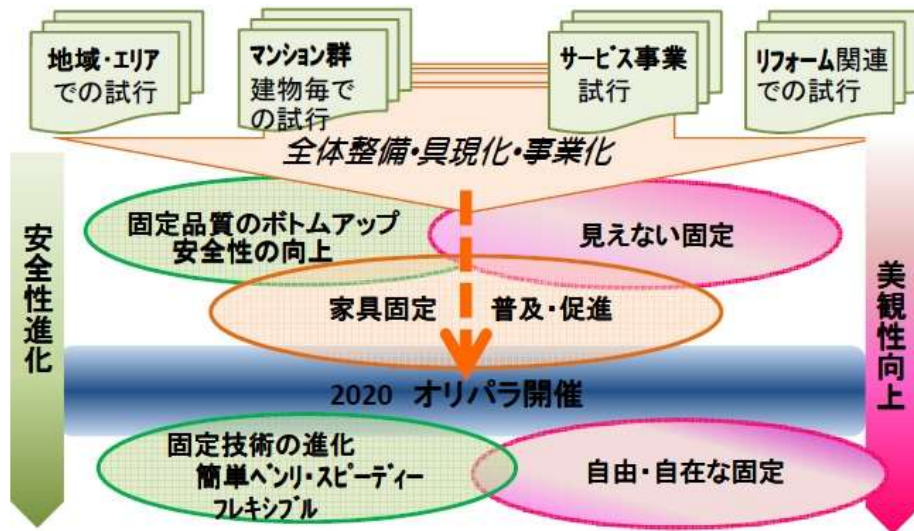
<事業モデル(提供価値、顧客、実施主体等)又は調査・提言の訴求ポイント>

◇ 家具固定の試行・サービス事業化の中で課題解決や改善を図りながら、具現化できる事からスピーディーに取り組みつつ、全体機運を高め、トータル足並み揃えに繋げる

<イメージ図(事業モデル又は調査・提言骨子等)>









事業・施策名	モニタリングネットワークを活用した安全・安心で快適なまちづくり	
検討体制	リーダー	株式会社三菱総合研究所
	共同提案者	
	メンバー	清水建設株式会社 横河ソリューションサービス株式会社 東急不動産ホールディングス株式会社 三菱重工業株式会社

### <概要>

地域の安全・安心や快適性を支える次世代のモニタリングネットワークの実装をテーマとし、検討を進めている。

災害時に建物の継続使用性を迅速に判定する技術として「構造ヘルスマニタリング」は既に実用レベルにあるが、地域の面的な判断・対応に役立ち、かつそれが平時の付加価値向上に寄与するような「エリアモニタリング」の事例や社会的な仕組みはほとんどない。

今後、モニタリングの対象を単体建物から建物群へ、さらにはエリア(街区)へと拡大していく上では、建物の健全性をはじめ、群衆の滞留状況、電力・通信等のインフラ状況、道路の通行可能性、店舗の営業状況など実に多様な地域情報を重ね合わせるとともに、それが災害時・平時の双方にメリットをもつ必要がある。技術的な専門家だけでなく、利用側の関係者が集まり、IoT・AI 社会の到来を見据えたデータの取得・共有・活用のあり方や課題を本音で話し合うことが必要である。

本プロジェクトは 2015 年 5 月に立ち上げ、安全安心モニタリングの取組み事例と課題、本プロジェクトで目指すモニタリングの要件等について議論してきた。10 月から利用側のメンバーも新たに加わり、今後、ニーズ起点での意見交換を行っていく予定である。

### <実現したいレガシー(社会課題解決)>

- ◇ 【災害時】 地域対応の最適化、迅速な復旧
- ◇ 【平時】 地域のPR、不動産価値の向上

### <2020 年大会の活かし方・2020 年までの展開>

- ◇ 2015 年度 事業モデルの提言
- ◇ 2016 年度～ 実証事業の計画策定
- ◇ 2017 年度～ 実証事業
- ◇ 2020 年度～ 大会関連施設・エリア及び全国への展開

### <実現に向けた課題>

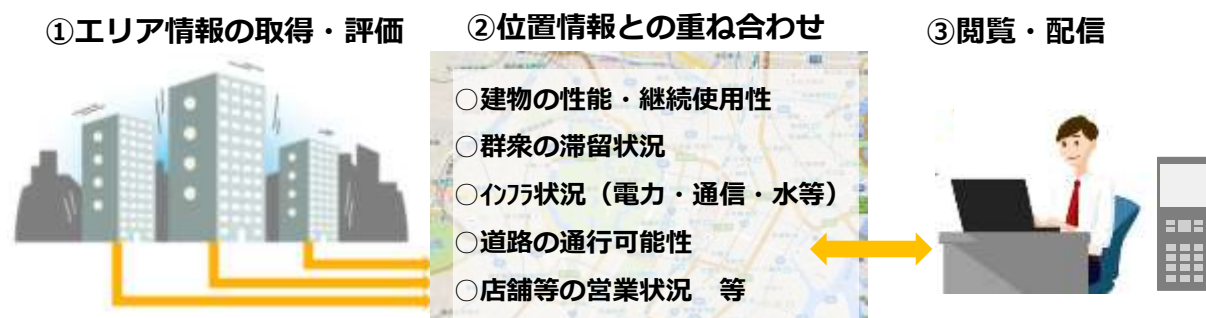
- ◇ ニーズ起点による取得情報・データの設計
- ◇ 取得した情報・データの管理及び発信に関わるルール策定
- ◇ 社会実装を後押しする制度設計

<事業モデル(提供価値、顧客、実施主体等)又は調査・提言の訴求ポイント>

- ◇ 実装主体: 不動産開発事業者、地方公共団体、地域・まちづくり協議会
- ◇ 運用上の関係主体: センサ会社、電気機器メーカー、情報通信事業者、建設会社、気象予測会社、住民(滞留者・通行者含む) 等

<イメージ図(事業モデル又は調査・提言骨子等)>

### ■事業実施イメージ



### ■提言

- ◇ 地域の安全安心や快適性に関わる情報・データの取得ニーズ
- ◇ 事業の成立条件
- ◇ 実現・推進に向けた課題と対応策

事業・施策名		“楽しめる要素”と“参加インセンティブ”を取り入れた「サステイナブルヘルスケア」の仕組み検討
検討体制	リーダー	宮本旭人(富士ゼロックスシステムサービス) 中平健二郎(日野市地域戦略室) (ほか参加者共同リーダー)
	共同提案者	富士ゼロックスシステムサービス、日野市 (順不同)
	メンバー	ルネサンス、日本GE、GEヘルスケア・ジャパン 共同印刷、アサツーディ・ケイ 富士ゼロックスシステムサービス、日野市 (順不同)

#### <概要>

国民が健康に活躍できる社会に貢献できるシステム、プラットフォーム

健康活動(運動や食事など)による効果が大いだと想定される30代~50代のプレシニアを対象とし、必要かつ適切な情報、インセンティブ、ゲーミフィケーション(ゲーム的要素)による楽しさの提供により、健康活動を行うよう行動変容を促し、また持続できる仕組みとして構築する。

- ・スマートフォンやウェアラブルデバイスを使った活動データ、バイタルデータの取得
- ・データを活用し、アバターを生成、ゲーミフィケーションによる、健康活動を「楽しむ」仕組み、要素を導入
- ・併せて、ポイント等の「インセンティブ」により、持続できる健康活動を誘引する。

#### <実現したいレガシー(社会課題解決)>

- ◇ 健康度の向上に向けたポピュレーションアプローチの視点から、ゲーミフィケーションを取り入れ、健康活動や運動行動の意識的なハードルを下げ、行動変容を促す。
- ◇ 合わせて、健康活動に楽しさ、得である感覚、意識を浸透させ、持続的できる仕組みを構築する

#### <2020年大会の活かし方・2020年までの展開>

- ◇ 今年度に活動内容を絞り、実施計画を策定
- ◇ 来年度以降に特定エリアでのフィールド実証を行い、プラットフォーム化を検討
- ◇ 2020年までにプラットフォームの展開~浸透を図る
- ◇ 2020年のオリンピックの時点で国民が日常的に運動・健康活動に楽しんで取り組める仕組みを構築し、エビデンスとともに世界に発信する。

#### <実現に向けた課題>

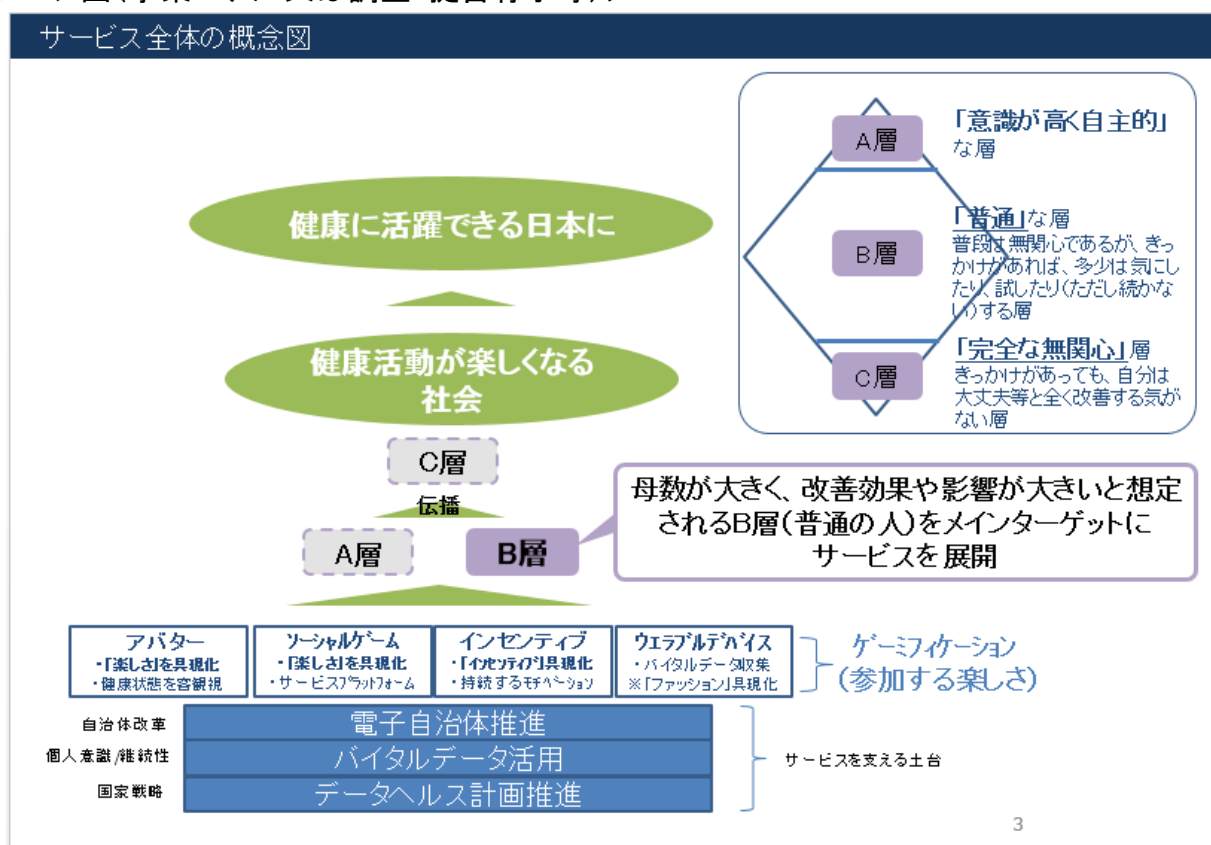
- ◇ パーソナルデータのビッグデータ活用に関する規定の明確化(共通ルール、匿名化など)
- ◇ パーソナルデータをセキュアかつ責任をもってサービスに活用するためのデータプラットフォーム
- ◇ 効果的にインセンティブに結び付けるための多様なサービス主体の参画

- ◇ ヘルスケア、バイタルデータの標準化
- ◇ インセンティブの付与にかかるマネタイズの仕組み

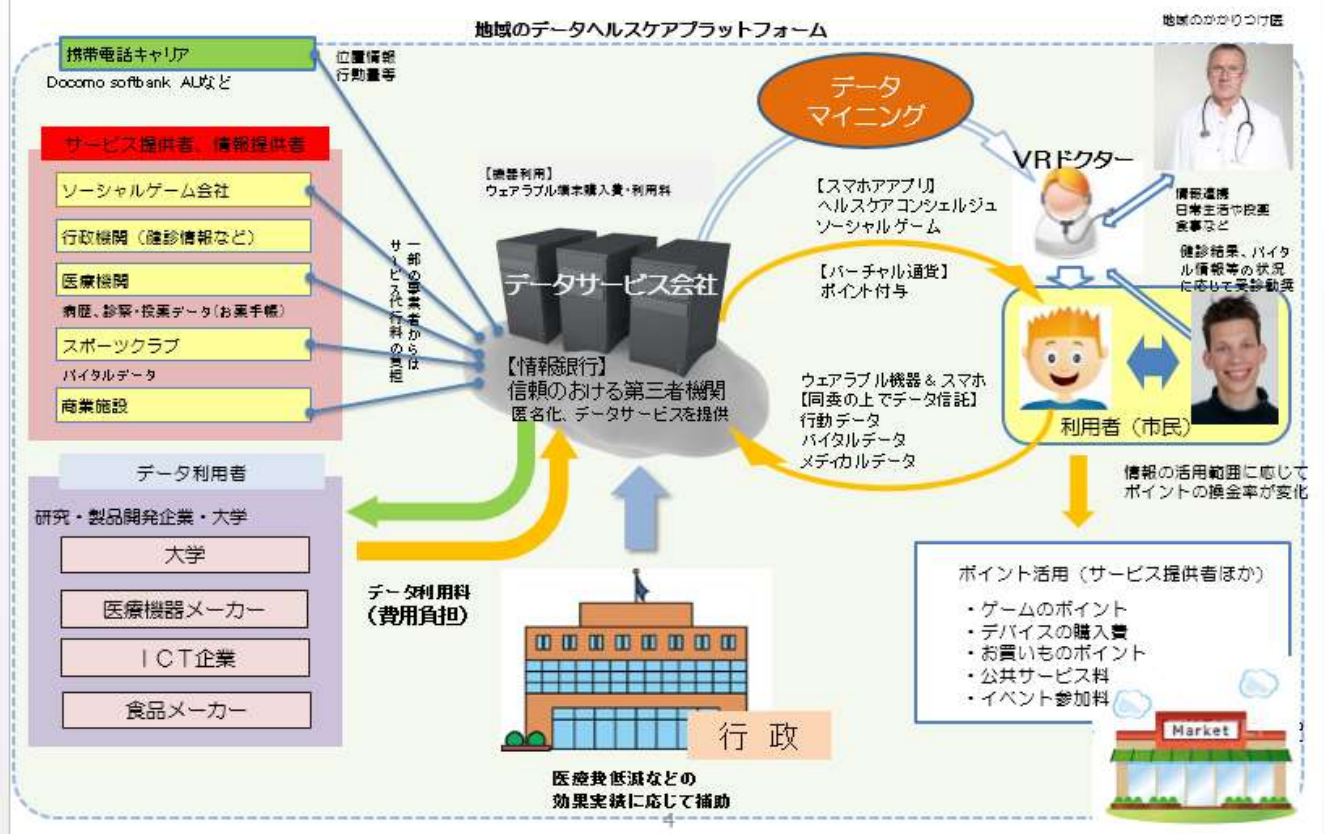
<事業モデル(提供価値、顧客、実施主体等)又は調査・提言の訴求ポイント>

- ◇ 提供価値  
誰もが“健康”を自らの価値として意識し、楽しみ持続できる環境を提供する
- ◇ 顧客  
プレシニア、ネクストシニア層(現30代~50代をターゲットとした現役世代)を中心とした多世代
- ◇ 実施主体  
企業、地方自治体、大学など
- ◇ 提言の訴求ポイント  
技術先進国であり、課題先進国である日本から、オリンピックの先にある2025年、2040年の高齢課題を克服できる「持続可能な高齢化社会・健康創造地域」のモデルを世界に向けて発信する。

<イメージ図(事業モデル又は調査・提言骨子等)>



【Appendix】検討初期のイメージ: 事業モデル案



事業・施策名	緑化コミュニケーションプロジェクト	
検討体制	リーダー	住友林業緑化
	共同提案者	セレスポ 日本ヒルティ アサツーディ・ケイ スポーツ&ソーシャル総合研究所

### <概要>

幕末から明治にかけての東京(江戸)は、世界に誇る園芸都市でした。しかし、現在の東京は、一人当たりの公園面積で言えば、ニューヨークの30%、ロンドンのわずか20%しかなく、世界の大都市に大きく水をあけられているのが現状です。今回のオリンピックで、「緑」を通じて作られる「枠組み」、「施設」をレガシーとして残し、かつての緑溢れ、海外から訪れた人々を驚嘆させた魅力ある東京を復活させます。その象徴として、マラソンコースと関連施設を緑化、ネットワーク化し、世界の人々に21世紀の大都市のあるべき姿を提示いたします。

### <実現したいレガシー(社会課題解決)>

- ◇ 緑を通じた様々な「環境コミュニケーション」の実現
- ◇ 緑(花を含める)を主体としたエコロジカルネットワーク(生き物ネットワーク)の形成
- ◇ 地域住民・勤務者による緑の維持管理・運営を行なう持続可能な文化・仕組の確立
- ◇ 東京をショーケースとした、「緑化モデル」の地方発信及び地方とのコラボ
- ◇ 緑を通じて若手アーティスト等の発掘・活躍機会の場を創出
- ◇ 上記を運営・管理する「法人」の創設

### <2020年大会の活かし方・2020年までの展開>

- ◇ マラソンコース及び関連する施設を緑化
- ◇ 各種助成制度を活用、寄付金集めの仕組みを確立し、スポンサーを確保
- ◇ つくる緑・はぐくむすぶ緑<sup>※1</sup>を担う人材、団体の確保  
⇒ボランティア団体、企業、各種団体他
- ◇ 運営管理を行なう法人の設立  
※1:「育む」+「結ぶ」による造語。2020までにつくられた緑地を育て、つなげていくことを意味する。

### <実現に向けた課題>

- ◇ まとまった緑化を行なう場所、施設建設費の確保
- ◇ 持続可能な大会後の緑地メンテナンスの仕組み
- ◇ 人員の確保(植付、維持管理、運営他)
- ◇ スポンサー企業・個人の確保
- ◇ 緑化数値目標の設定



- ◇ <事業モデル(提供価値、顧客、実施主体等)又は調査・提言の訴求ポイント>
- ◇ 緑化を通じて、グレイな街からグリーンな街へ変貌した東京を世界に示し、真に国際競争力のある美しく魅力ある街・東京を創出し、都市としての価値向上に寄与する。
- ◇ 持続可能な緑地メンテナンスシステムを確立し、その中で緑を通じた様々な環境コミュニケーション活動を継続的に行ない、新たな文化を形成する。

<イメージ図(事業モデル又は調査・提言骨子等)>

2020年プロジェクト構想図





事業モデル

