

経済・テクノロジー委員会 委員

資料1

(50音順、敬称略)

委員長	大田 弘子	政策研究大学院大学教授
委員	秋池 玲子	ボストン コンサルティング グループ シニア・パートナー & マネージング・ディレクター
	石黒 一憲	東京大学名誉教授・弁護士
	伊勢 清貴	トヨタ自動車株式会社専務役員(技術開発本部長)
	榎田 竜路	合同会社Earth Voice Project代表社員
	翁 百合	株式会社日本総合研究所副理事長
	キャシー・松井	ゴールドマン・サックス証券株式会社副会長
	久貝 卓	日本商工会議所常務理事
	才藤 栄一	藤田保健衛生大学統括副学長
	篠原 弘道	日本電信電話株式会社代表取締役副社長(技術戦略 担当・国際標準化担当・研究企画部門長)
	首藤 登志夫	首都大学東京大学院理工学研究科機械工学専攻教授
	高田 創	みずほ総合研究所株式会社専務執行役員
	富山 和彦	株式会社経営共創基盤代表取締役CEO
	宮川 美津子	TMI総合法律事務所 パートナー弁護士
	宮部 義幸	パナソニック株式会社専務執行役員CTO
	村井 純	慶應義塾大学環境情報学部長・教授
	矢ヶ崎 紀子	東洋大学国際地域学部国際観光学科准教授



夏へ向けた機運醸成施策

夏へ向けた機運醸成について（概要）

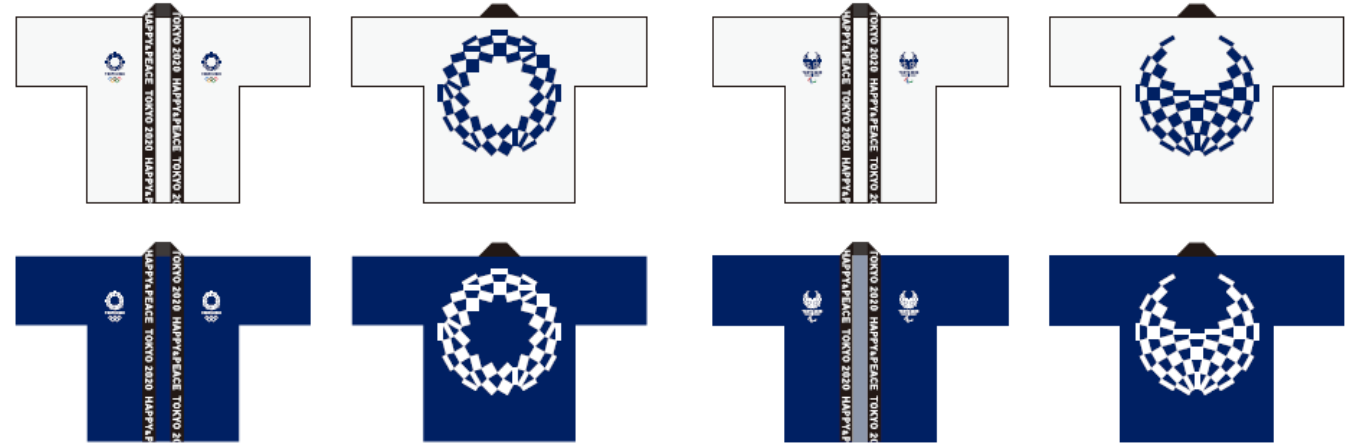
2020年まで、あと夏は3回。今年の夏は、東京都、国、会場関連自治体、スポンサー、その他を含め日本全国で大会に向けた機運醸成を図る。

- 大会エンブレムを使った法被、うちわ、浴衣。
- 全国で行われる夏祭りについて、大会と関連付けた盛り上げ。
- 同時期に各地で行われる3年前イベント、全国フラッグツアーとの横の連携。
- 公式SNS等に、多くの方々に参加頂き情報を発信。

夏祭りの盛り上げ施策（夏祭りグッズの展開）



法被



一般販売価格 1着 5,500円（税込）

浴衣



男性用

一般販売価格 1着 10,800円（税込）

女性用

うちわ



一般販売価格 2本セット 300円（税込）

詳細等については、東京2020オフィシャルオンラインショップ（<https://tokyo2020shop.jp/>）にて案内

TOKYO 2020



アクション&レガシープラン 2 0 1 7 概要と東京2020参画プログラムの現状

アクション&レガシープラン2017概要

1. アクション&レガシープラン2017 概要

■全体概要

	構成	章	詳細
Part A	本文	第一章：はじめに	アクション&レガシープランの全体像
		第二章：スポーツ・健康	各章の基本的な構成 ・レガシー：2020年を契機とした取組により、大会後に何を残すべきか ・アクション：レガシー創出を目指して実施されたアクションおよび今後実施される予定の主なアクション例
		第三章：街づくり・持続可能性	
		第四章：文化・教育	
		第五章：経済・テクノロジー	
		第六章：復興・オールジャパン・世界への発信	（レガシーコンセプトを導き出すために整理した「基本的な考え方」や「現状と課題」については、2016年版を参照として2017年版では省略）
		第七章：東京2020参画プログラム	東京2020参画プログラムについて記述
		第八章：東京2020フェスティバル	東京2020フェスティバルについて記述
Part B	一覧表	アクション一覧	政府、東京都、被災3県、JOC、JPC、経済界、組織委員会等のアクション一覧を記載
Part C	一覧表	参画プログラム認証事業一覧	東京2020参画プログラムとして実施されたアクションを紹介

■2016年版からの主な変更点

- 全体構成として、本文とアクション一覧及び東京2020参画プログラムの事例一覧の三部構成に変更。
- 本文について、各柱の章はレガシー創出を目指したアクションを中心に記載。また、「東京2020参画プログラム」、「東京2020フェスティバル」についての章を新設。
- アクション一覧は大会ステークホルダーの取組を更新。また、東京2020参画プログラムの事例一覧により大会に向けた全国でのアクションを紹介。

<参考> アクション&レガシープラン2017 イメージ

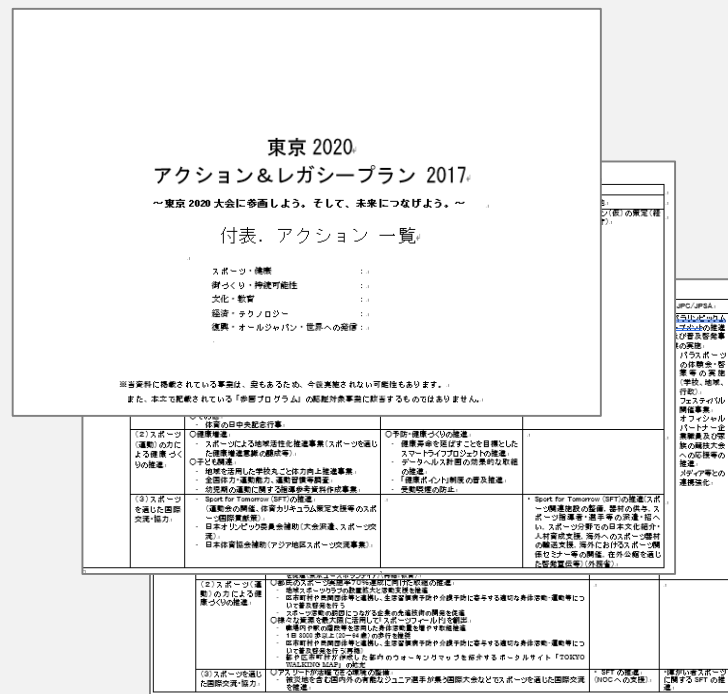
PartA 本文

- 第一章～第八章で構成
- アクション&レガシープランに関する基本的な考え、各分野における残すべきレガシー、東京2020参画プログラム及び東京2020フェスティバル（仮称）について記載。



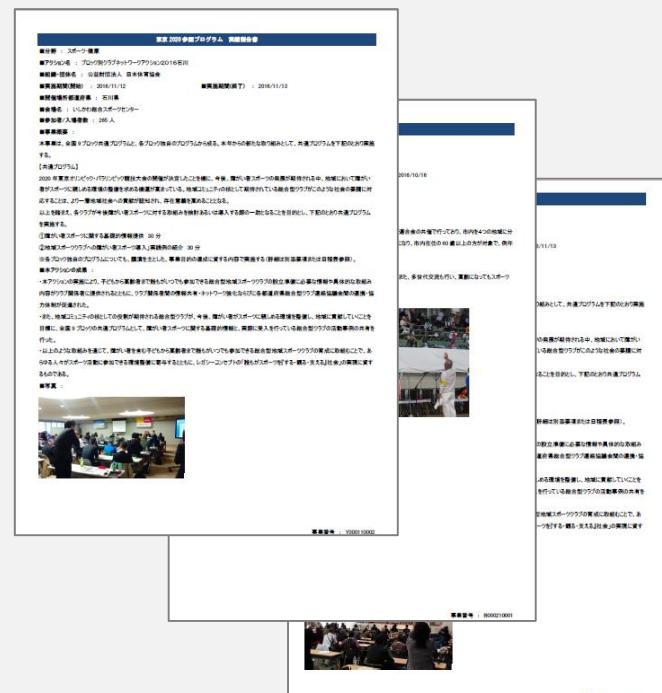
PartB アクション一覧

- 政府、東京都、被災3県、JOC、JPC、経済界、組織委員会等のアクション一覧を記載



PartC 参画プログラム認証事業一覧

- 東京2020参画プログラムの実績を各事業1枚程度に纏め記載



2. 経済・テクノロジー分野のレガシーコンセプト

■レガシーコンセプト

テーマ	経済		テクノロジー	
	レガシーの コンセプト	課題	レガシーの コンセプト	課題
ジャパン ブランド の復権	高性能経済	生産性革命	感動の共有	最先端の映像伝達技術を駆使した魅力ある演出
		生活で実感できる高付加価値		多言語コミュニケーションの推進
		高度な技術力・高品質な製品のアピール		スポーツとICTの融合
		金融インフラ（技術）の整備	For All	先進的なバリアフリー技術の活用
	底力の発揮	地方の魅力全開		ロボットの活用
		起業力・イノベーション力の開花		ロボットやICTを活用した優しくスマートな居住空間・都市空間
		多様な人材の活用	高信頼・ 高品質 の安全	高信頼・高品質なサイバーセキュリティの推進
	高齢化先進国 への挑戦	多言語・バリアフリー対応		電力供給の信頼性
		医療や介助等のアピール		柔軟かつ強固な防災・防犯
			水素社会の 構築	水素技術の活用
				ショーケース等による演出

■今後のアクション&レガシープランの検討方針

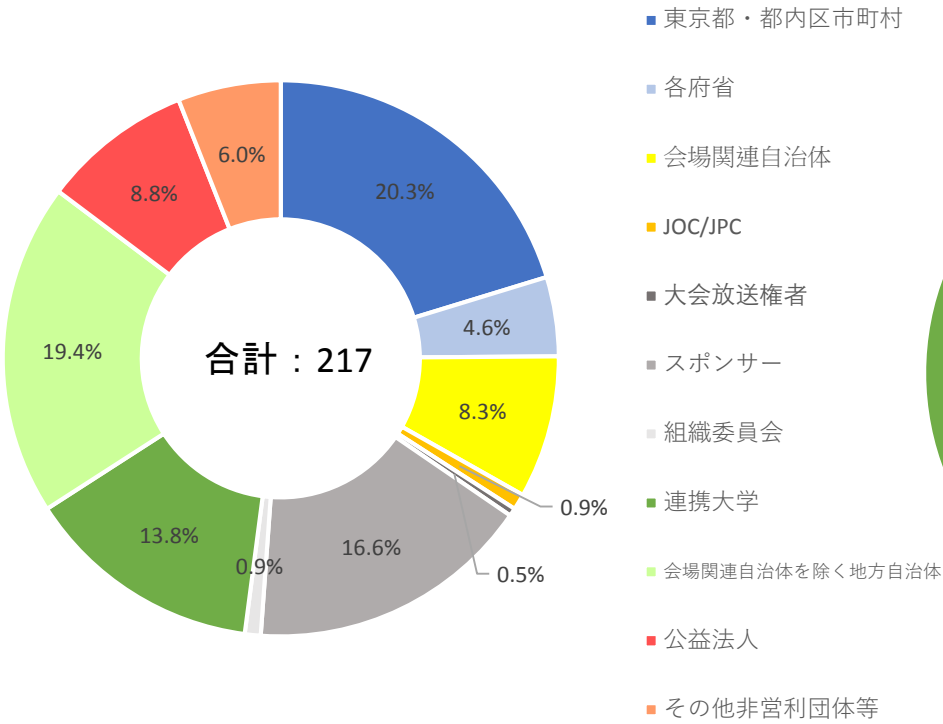
- 今後のアクション&レガシープランの更新においては、各レガシーコンセプトまたは具体的なアクションに対する**定量指標**を用いたモニタリングの導入や**大会に実装されるテクノロジー**についての記述を検討。
- 具体的な進め方については次回以降の経済・テクノロジー委員会にて提示させて頂く予定。

東京2020参画プログラムの現状

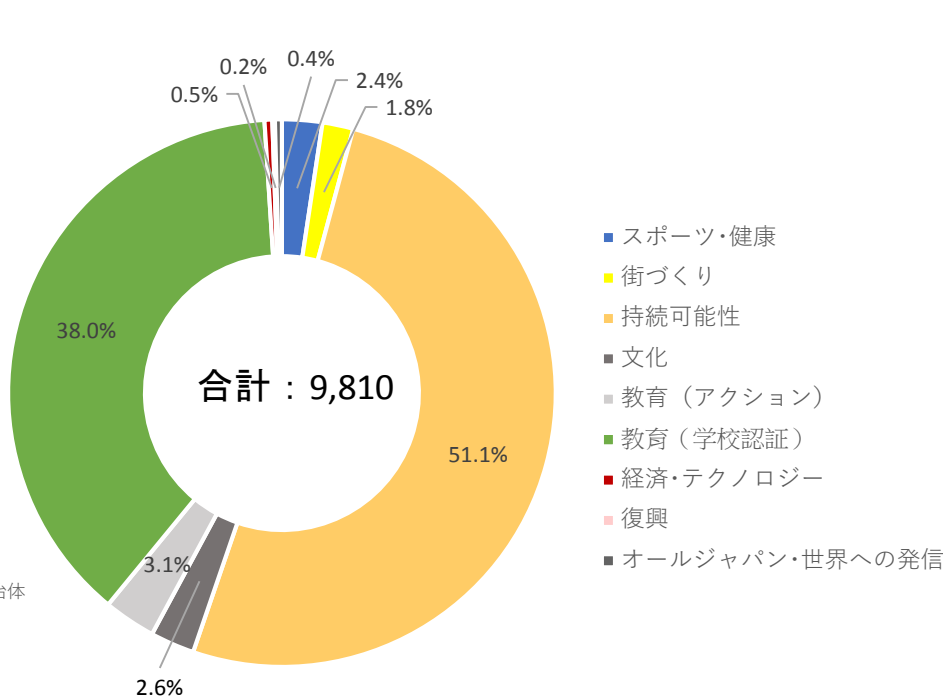
東京2020参画プログラムの現状

- 東京2020参画プログラムは2017年5月末時点で217の団体が主体登録を実施し、全体で約10,000件のアクションを認証。
- 内訳を見ると、アクションの認証は6,079件、教育プログラム実施校は3,731校であり、アクションの参加人数は約280万人。

主体登録数



認証済み件数



＜ご参考＞ 都道府県別学校認証数

都道府県	学校数	都道府県	学校数
岩手県	4	山梨県	6
宮城県	23	静岡県	4
山形県	9	京都府	50
茨城県	12	大阪府	2
栃木県	41	兵庫県	6
群馬県	2	奈良県	1
埼玉県	288	広島県	7
千葉県	207	福岡県	13
東京都	2,327	長崎県	22
神奈川県	680	熊本県	22
石川県	5	合計	3,731

※各データは5月31日時点

東京2020大会に繋がる参画プログラムの事例①

持続
可能性

都市鉱山からつくる！みんなのメダルプロジェクト！



■実施期間： 平成29年4月～平成31年春頃（予定）

■場所： 参加自治体（933自治体）、全国のドコモショップ（約2,400店舗）

■体制： 東京2020組織委員会・NTTドコモ・日本環境衛生センター・環境省・東京都

■内容： 金・銀・銅のメダル製造に、全国から「国民参画」によって回収した小型家電から抽出した金属を使用する取り組み

東京2020大会に繋がる参画プログラムの事例②

教育

東京2020大会マスコットデザイン募集



■募集期間： 平成29年8月1日～14日

■内容： 最終審査として全国の小学校のクラスごとに投票を行い、最も得票の多いデザインで決定。
来年3月頃の発表を予定。（ネーミングの決定は来年夏頃の予定）

今後の参画プログラムの拡大に向けて



参画プログラムは、本年4月現在で約1万件のアクションを認証。2017年7月20日より応援プログラムの対象団体を拡大し、更なる申請拡大を図る。

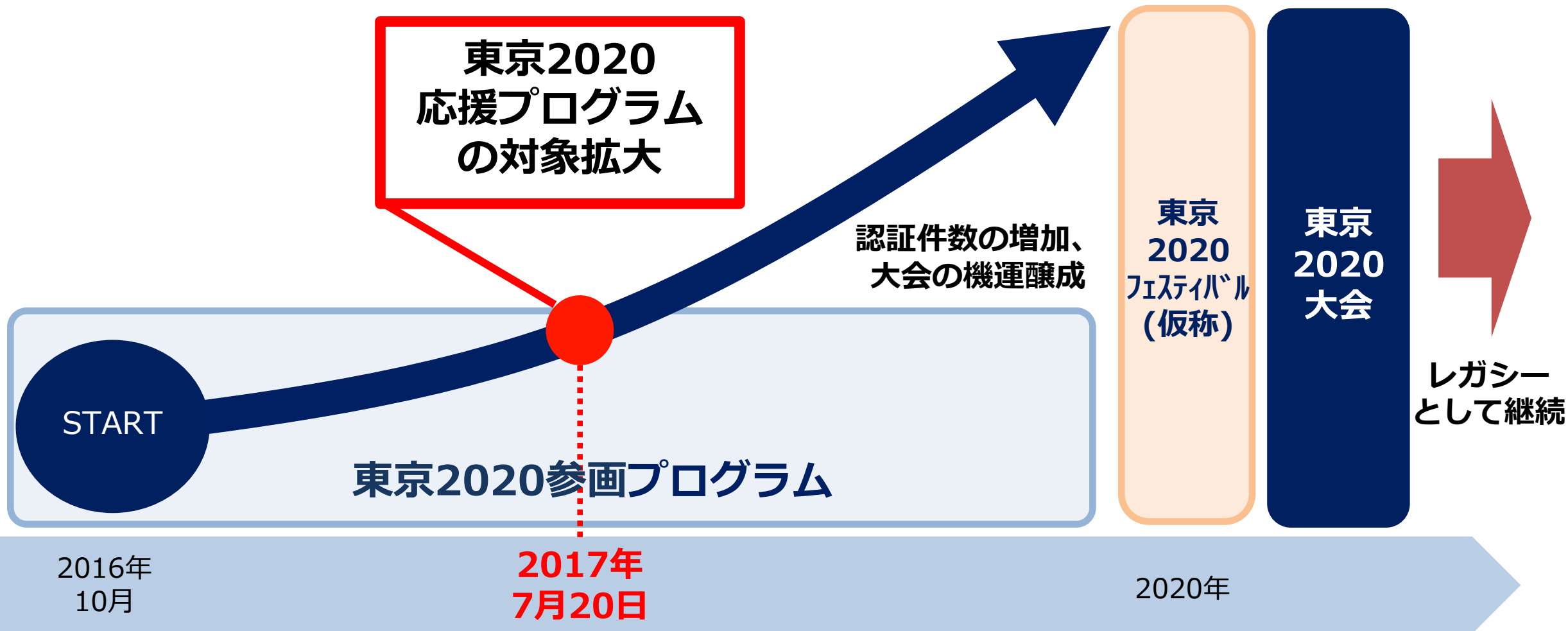


東京2020大会3年前を機に、『3 Years to Go!』入りの参画プログラムのマークを展開（7～9月を予定）。

全国で展開される夏祭り・イベント等に使用していただき、機運醸成に繋げる。

東京2020参画プログラムの対象拡大

7月20日より東京2020参画プログラムの対象が拡大します。



東京2020参画プログラムの対象拡大

現状（約200団体）

〈公認プログラム〉

- 政府（各省庁）
- 開催都市（東京都・区市町村）
- スポンサー
- JOC、JPC
- 会場関連自治体（道県・市町）
- 大会放送権者

〈応援プログラム〉

- スポーツ関連
 - ・ 日本障がい者スポーツ協会
 - ・ 日本スポーツ振興センター
 - ・ 日本体育協会
 - ・ 日本アンチ・ドーピング機構
 - ・ 日本レクリエーション協会
- 文化関連
 - ・ 日本芸術文化振興会
 - ・ 国際交流基金
 - ・ 東京都歴史文化財団
 - ・ 日本芸能実演家団体協議会
- 経済関連
 - ・ 経済界協議会（構成団体※含む）
- 地域関連
 - ・ 会場関連自治体以外の府県、政令市
 - ・ 国・自治体が出資している所管法人
- 学校関連
 - ・ 連携大学



2017年7月20日以降（約30万団体）

〈応援プログラム〉

公共関連

市町村（会場関連自治体を除く）

地域関連

自治会・町内会等、商店街
（自治体による主体登録が必要）

スポーツ関連

国内競技団体、体育協会等

学校関連

連携大学以外の大学、高専、専修・各種学校
（国公立、学校法人・準学校法人）

経済関連

商工会議所、商工会

国際関連

国際機関、大使館

公益法人等

公益財団・社団、認定NPO、社会福祉法人、
独立行政法人・特殊法人（除く株式会社）等

その他

一般財団・社団、NPO 等
（公的団体等による主体者確認書の提出が必要）



アクション&レガシープラン取組事例

レガシーコンセプトに基づくアクション

共通テーマ：ジャパnbrランドの復権



アクション：ジャパnbrランドの発信

レガシーコンセプト (経済)	アクション例
高性能経済	■ 規制改革推進会議（東京オリンピックパラリンピック関連規制改革） ■ スマートフォンなどで利用できる多言語音声翻訳技術の研究開発
底力の発揮	■ 高校生を活用した地方の魅力発信プロジェクト ■ ビジネスチャンス・ナビ2020の開設 ■ 大手町・丸の内発 企業合同物産展「九州復興」編の開催
高齢化先進国への挑戦	■ ロボティクススマートホーム ■ 119番通報の多様化に関する検討会の開催

レガシーコンセプト (テクノロジー)	アクション例
感動の共有	■ 東京2020競技会場のWi-Fi整備について ■ 8K大画面パブリックビューイングの開催
FOR ALL	■ 大会用モバイルアプリの検討 ■ 先端ロボット技術によるユニバーサル未来社会の実現（ユニバーサル未来社会推進協議会の開催）
高信頼・高品質の安全	■ サイバーセキュリティに関わる準備 ■ 無料公衆無線LAN環境の整備促進 ■ デジタルサイネージによる災害情報等の提供および言語等属性に応じた情報提供に係る実証実験 ■ 避難支援アプリの機能に関する検討会の開催 ■ デジタルサイネージ標準システム相互運用ガイドライン策定
水素社会の構築	■ 燃料電池バスの導入

高校生を活用した「地方の魅力発信」プロジェクトについて

① パナソニックとの連携アクション（案）～キッド・ウィットネス・ニュース（KWN）とは～

- KWN（キッド・ウィットネス・ニュース）は、パナソニックが1989年にアメリカではじめ、現在ではグローバルに展開する小・中学校・高等学校レベルの子どもたちを対象とした教育支援プログラム。
- ビデオ制作活動を通じて、創造性やコミュニケーション能力を高め、チームワークを養うことを目的として開催。



【KWNの主な内容】

① ビデオ作品の制作活動

② 国内、海外の参加校との交流

③ ビデオ作品コンテストの実施

④ パナソニックによる撮影機材の貸出、作品づくりサポート等



出典：パナソニック KWN日本

<http://www.panasonic.com/jp/corporate/kwn.html>

TOKYO 2020

① パナソニックとの連携アクション（案）～概要～

- パナソニックが主催するKWNの枠組みを活用して高校生が制作した映像を発信。
- 「地方の魅力」をテーマとした特別ワークショップを開催し、東京2020公認プログラムとすることで、高校生と東京2020大会とのつながりや参加意識の醸成を図る。
- ワークショップでは、榎田委員による認知開発力養成講座を踏まえた映像制作を実施。

【「既存のKWNを活用した「地域の魅力」発信」】

【高校生】



- KWNへの応募
- 映像制作

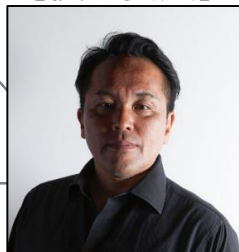
【大会スポンサー】

Panasonic

- 機材提供
- 映像募集テーマの企画
- 映像制作におけるサポート



【榎田委員】



- 高校等への働きかけ
- 映像制作におけるサポート

【「地域の魅力」をテーマとした映像制作ワークショップ】

STEP 1

- KWNの枠組みを活用し、「地域の魅力」発掘、「認知開発力」をテーマとしたワークショップを実施



STEP 2

- ワークショップを踏まえ、映像制作スタート
- テーマは「景観」、「地場産品」、「伝統工芸品」、「匠の技」等

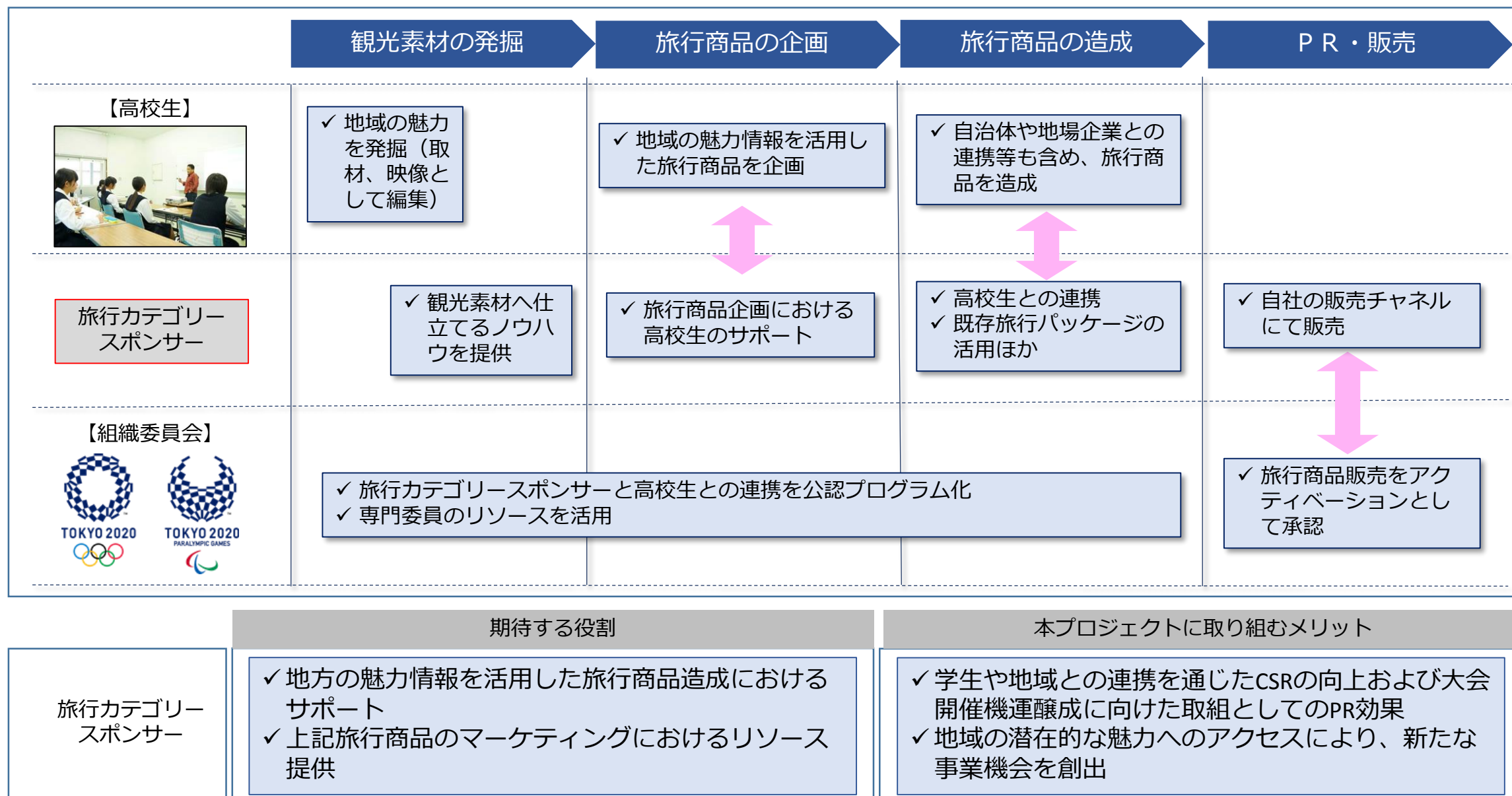


STEP 3

- 本ワークショップを公認プログラムとし、組織委員会のWebページから制作した映像や活動レポートを発信



②旅行カテゴリースポンサーとの連携アクション（案）～概要～



③ホストタウンとの連携

- ホストタウンとは、2020年の大会開催に向け、スポーツ立国、グローバル化の推進、地域の活性化、観光振興等に資する観点から、参加国・地域との人的・経済的・文化的な相互交流を図る地方公共団体を「ホストタウン」として全国に広げる取組。

【ホストタウンの事業イメージ（例）】

- オリンピックとの交流を通じ、スポーツの素晴らしさを学ぶ
 - ・オリンピックの経験を聞く
 - ・大会に参加する外国人選手と競技を楽しむ
- 大会参加国の方々との交流を通じ、外国を知り日本を伝える
 - ・相手国からゲストを招き、歴史や文化を知る
 - ・生徒から日本文化を紹介する
 - ・来日した外国選手や同行スタッフに地元の魅力を体験してもらう
- パラリンピアンとの交流を通じ、共生を学ぶ
 - ・パラリンピアンと一緒に競技を体験する
 - ・バリアフリー、ユニバーサルデザインの大切さを学ぶ



2020年に向けて、大会スポンサー、政府、ホストタウン（自治体）との連携を図り、「地域の魅力発信」プロジェクトを推進

- ✓本プロジェクトの日本全国への展開手法
- ✓地方創生へ向けた本プロジェクトの更なる活用方法
- ✓本プロジェクトへのホストタウンの巻き込み方 等

「ジャパnbrランドの発信」に向けた検討について

2020年を契機としたレガシーテーマは「ジャパンブランドの復権」

- 組織委員会では専門委員の意見を踏まえ、2016年7月にアクション&レガシープランを策定・公表。
- 東京2020大会を高品質・高付加価値の製品・サービスの「見本市」と捉え、ジャパンブランドを統一ブランドとして発信していきたい。

アクション&レガシープラン（経済・テクノロジー分野）における、東京2020大会を契機としたレガシーのテーマは、「ジャパンブランドの復権」

ロンドン2012大会を契機に実施された「Great Britainキャンペーン」を参考に、日本が誇る最先端／選りすぐりのものを“ジャパンブランド”として国内・海外に発信する具体的なアクションを進めたい

<参考> GREATキャンペーンは英国政府が中心となって推進

【概要】

- 2012年から2015年にかけて、約1億1,350万ポンド（約212億円）の予算をかけて実施。
- 観光・ビジネス・教育・文化といったものを一つのブランドで国内外に訴求、セールスすることを企図。
- 月に90以上の露出機会をもうけ、象徴的なシーンを設計したり、王室の支援や英国のコンテンツなどのソフトパワーを活用し、ブランドを展開。

【スキーム】

- 英国政府の国務省、文化メディアスポーツ省が中心となり、英国外務省、英国貿易投資総省、英国政府観光庁、ブリティッシュ・カウンシルなどの在外公館・公的機関を通して、企業・団体などの英国の資産を横断的に紹介。
- さらに民間連携のためのワーキングボード設置や、ロンドン市を含む地方公共団体との連携、海外拠点との連携を推進する体制を構築。

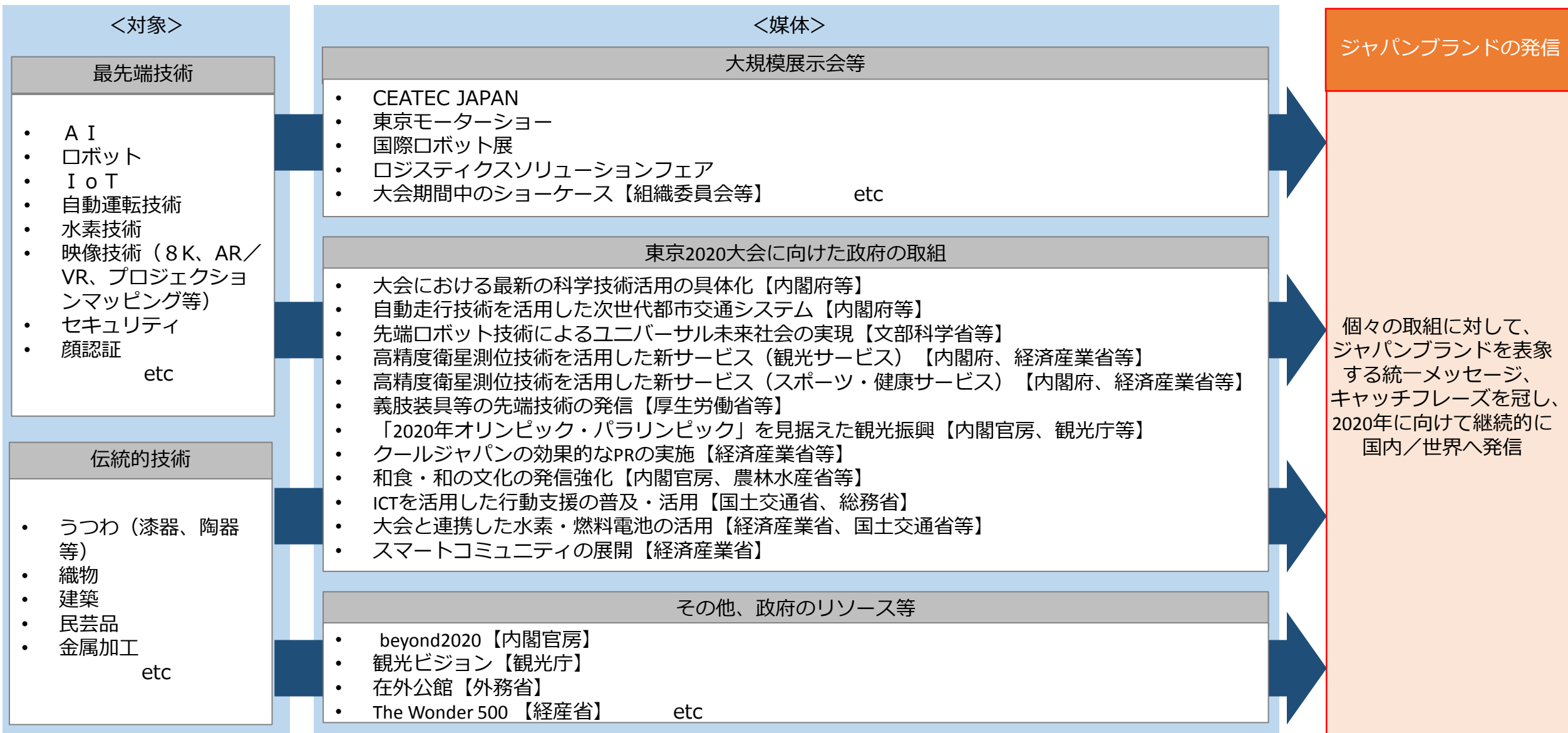
【活動事例】

- 英国貿易投資総省、外務英連邦省などが個別に展開していたプログラムに共通のロゴ、パンフレット、映像等を提供し、イギリスが一体としてブランド展開を図るうえでのツールを整備。

【効果】

- キャンペーン期間中、2013年3月までに、海外からの来訪者が192万人。
- 同期間の海外からの来訪者による消費額9億6,000万ポンド（約1,793億円）以上。
- 2011年～2013年の輸出が157%の拡大。

「ジャパnbrランドの発信」において既存の展示会や政府の取組を有効活用



大規模展示会との連携：CEATEC JAPAN

- CPS/IoT総合展示会でCEATEC JAPANと連携し、本展示会を2020年に向けた最先端テクノロジーを発信するイベントとして位置づけ
- 2016年は、NEC、NHK、NTT、セコム、デンソー、トヨタ自動車、パナソニック、富士通、三菱電機などの大会スポンサー企業も出展



(写真はCEATEC JAPAN 2016)

- 日時： 2017年10月3日（火）～6日（金）
- 会場： 幕張メッセ
- 参加者（2016年実績）：約14.5万名

- 2020年に向けて期待が高まる技術力とその重要性を発信。東京2020大会や近未来社会を形成する分野をテーマごとにコーナー化し、展示とコンファレンスでの訴求を図る

イノベーションで新しい市場を創出する次世代型展示会
CEATEC JAPAN 2017 特別企画展示

Real 2020 Showcase

自動運転／コネクティッドカー

地域創生／戦略的特区

フィットネス／ヘルスケア

Real 2020 Showcase

近未来社会形成に重要要素となる技術毎コーナーを設置

スマートファクトリー

サイバーセキュリティ

エネルギー

農業

フィットネス／ヘルスケア

エネルギー

サイバーセキュリティ

農業

地域創生／戦略的特区

スマートファクトリー

世界を、ここから動かそう。

クルマの進化は、これからどこへ向かうのだろう。その答えは、きっとひとつではない。もしかしたらそう遠くない未来、クルマという概念は今とはまるで違うものになるのかもしれない。けれど、思い出そう。クルマの本質とは何かを。それは人を動かすものだ。ココロを動かすものだ。私たちの可能性をひろげ、自由にするものだ。クルマが変われば、人やモノだけでなくもっと多くのものを動かせる。社会を前進させ、境界を超えて世界をもっと自由にできる。だからこそ東京モーターショーは、クルマという枠を超えて生まれ変わろうと思う。世界最先端のナレッジがぶつかりあい、新たなイノベーションやビジネスを生み出すイベントへと進化する。時代とともに成長しながらモビリティ産業の次のミッションを指し示す。さあ、回転数を上げよう。あらゆる境界を超えて、クルマの未来を拡張していく冒険のはじまりだ。

テーマ



コンセプトイメージ

- 日時：2017年10月27日（金）～11月5日（日）
- 会場：東京ビッグサイト
- 参加者（2015年実績）：約80万名

【beyond2020プログラムとは】

- ✓ 2020年以降を見据え、日本の強みである地域性豊かで多様性に富んだ文化を活かし、成熟社会にふさわしい次世代に誇れるレガシーの創出に資する文化プログラムを「beyond2020プログラム」として認証
- ✓ 右記のロゴマークを付与することで、オールジャパンで統一感を持って日本全国へ展開していく、政府主導の文化プログラム



【beyond2020プログラムの主旨】

日本文化の魅力を発信するとともに、共生社会、国際化に繋がるレガシーを創出します。

営利活動、非営利活動に関わらず、文化に関わる幅広い活動を対象とします。

公的機関のほか、民間事業者、その他任意団体等幅広い方にご参画いただけます。

認証を受けた事業・活動は「beyond2020ロゴマーク」を使用することが出来ます。

- ✓ 個別の展示会等に対して、「ジャパnbrランドの発信」に係る統一感の出し方
- ✓ 「ジャパnbrランドの発信」における政府、東京都、経済界など大会ステークホルダーが担うべき役割 等

その他、レガシー創出、参画プログラム活性化へ向けた取組案

経済・テクノロジー分野における東京2020参画プログラムの状況

➤ 足許まで、55件のアクションを認証

経済

オリパラと経済

調達ポータルサイト

ビジネスマッチング

観光PR

金融教育

公共空間の利活用

中小企業

スポーツビジネス

テクノロジー

テクノロジー
見本市

ロボット

アイディアソン

多言語

エネルギー
(水素)

サイバー
セキュリティ

水素

主なアクション例①

項番	組織・団体名	アクション名
1	株式会社みずほフィナンシャルグループ	〈みずほ〉Oneシンクタンク・日経2020フォーラム「東京2020オリンピック・パラリンピックの成功と日本経済の飛躍」
2	東武トップツアーズ株式会社	第57回電池討論会 市民公開講座「クリーンエネルギー社会の進展」
3	JXTGエネルギー株式会社	横浜綱島水素ステーション
4	野村ホールディングス株式会社	金融・経済教育の普及
5	富士通株式会社	I M A G E 『多様性』 2 0 2 0 : 多様性を考えて I C T が出来ること ～ 2 0 2 0 年に向けて～
6	日本経済新聞社	日経未来投資プログラム
7	東京商工会議所	Jリーグ初代チェアマン川淵氏と共に男子プロバスケット新リーグを立ち上げた葦原氏が教える新分野を切り拓くマーケティング戦略とは
8	東京商工会議所	スポーツイベントでチャンスを掴め ～ 2 0 2 0 年東京大会関係の調達について～
9	東京商工会議所	夏休み特別企画『親子で「声かけ・サポート」体験！In東京駅』
1 0	東京商工会議所	2 0 2 0 年に向けたビジネスチャンス発掘交流会
1 1	東京商工会議所	「羽田クロノゲート」視察会
1 2	一般社団法人 九州経済連合会	第2回 九州チャレンジ・ワークショップ
1 3	オリンピック・パラリンピック等経済界協議会	東京2020大会に向けたムーブメントと、その後に残るレガシーづくりに向けた取組

主なアクション例②

項番	組織・団体名	アクション名
1 4	オリンピック・パラリンピック等経済界協議会	PREMIUM BOCCIA FRIDAY
1 5	内閣府・科学技術イノベーション	2020オリンピック・パラリンピック東京大会に向けた科学技術イノベーションの取組に関するタスクフォース
1 6	内閣府・科学技術イノベーション	SIP防災シンポジウム2017
1 7	総務省	サイバーコロッセオ×SECCON（仮称）
1 8	文部科学省	ユニバーサル未来社会体験プロジェクト
1 9	東京都	道路標識の整備
2 0	東京都	都立公園ガイドサービスの構築
2 1	東京都	中小企業世界発信プロジェクト2020
2 2	東京都	多言語対応・ICT化推進フォーラム
2 3	東京都	河川の魅力発信・プロモーションの推進
2 4	東京都府中市	府中市敬老の日記念大会
2 5	横浜市	創造的ビジネス・コーディネート事業
2 6	東京2020アイディアソン実行委員会	東京2020アイディアソン vol.1 テクノロジーでパラリンピックを盛り上げよう！

- **（経済×オールジャパン）**

地域の魅力を発信する映像作品の募集

- ⇒ 高校生が自分たちの地域の魅力的な景観や匠の技、特産品などを自ら取材し映像として地域の魅力情報を発信
- ⇒ ホストタウンとして大会参加国を受け入れる地域にて映像を撮影・地域の魅力を発信

- **（テクノロジー×オールジャパン）**

高臨場感技術やインタラクティブなコミュニケーション技術を活用した競技観戦

- ⇒ 競技会場内外で観客がTwitterでつぶやいた内容が競技会場の大型ビジョンやライブサイトで流れる等

- **（テクノロジー×スポーツ）**

テクノロジーを活用したパラスポーツ体験

- ⇒ 車椅子競技などでVRを活用した競技体験イベントを開催する等
- トップアスリートの動きを体感
- ⇒ タイガーウッズのゴルフスイングをパワースーツを着用し体感等
- 大会の競技をテーマとしたロボコンを開催
- ⇒ ロボットが競技者となるボッチャ大会、ボルダリング大会等

<ご参考> その他の分野の参画プログラムの活性化アイデア（案）

分野	内容
スポーツ・健康	・ 運動会の活用（パラスポーツ・東京2020大会新種目を取入れた運動会、地域の学校の合同運動会、特別支援学校との共同運動会「地域のオリパラ運動会・応援合戦」） ・ 1人1アスリート運動（アスリートに対し学校で応援メッセージを寄せ書き。選手村で寄贈。ホームページでの掲載。アスリートからの返事。） ・ 自己ベストサイト（あらゆる人の自己ベストを募集するサイト。例えば、初めてマラソンを完走したなど。） ・ 種目別アイデア募集（競技種目を盛り上げるためのアイデア募集。例えば、その競技を知ってもらうための体験教室。） ・ 競技会場に親しみを持ってもらうイベントの検討（競技会場を使用したトライアルゲームなど）
街づくり・持続可能性	・ スポーツゴミ拾い（ゴミ毎にポイントを設定し、ゴミ拾いを競うイベントの呼びかけ例えば、本イベントに専門委員等に任意参加していただき、取組を全国に広めてもらう） ・ ゴミアート（廃棄物でアート作品作成を呼びかけ 例えば、大会時の廃棄物や仮設会場建設での廃棄資材を有効活用し、アート作品を創造） ・ サイネージ（例えば、競技会場周辺の利便性を大会通じてさらに向上させるために地元学生から大会時のサイネージ案を募集） ・ バリアフリーマップ（例えば、競技会場周辺のバリアフリーマップの作成を小中学生に呼びかけ、その後地域の公園に掲載） ・ 大会で使用した資材等の活用（例えば後の大規模スポーツイベント等で、大会で使用したケーブルやごみ箱等の活用）

<ご参考> その他の分野の参画プログラムの活性化アイデア（案）

分野	内容
文化・教育	「都市鉱山からつくる！みんなのメダルプロジェクト」との連動企画。リサイクル金属以外の様々な部品を使い、アート作品を作るワークショップ 「小・中学生ポスター募集」との連動企画。大会と連動し作品を様々な場所で展示。優秀作品作成者がキュレーションし展示会を実施 - オリンピック・パラリンピックをテーマにした作品制作（映像・アニメ・モニュメント等） 1964レガシーである「オリンピック音頭」を活用した事業（音楽や踊りをアレンジ） - 藍色や市松模様をフラッシュモブなどで活用
復興・オールジャパン・世界への発信	- 全国のご当地PR映像の募集・発信（全国都道府県から募集し、大会開催時にジャパンハウスなどで発信） - 県産品活用の検討（会場等での地元産品の活用を検討） - ポスター企画（小中学生からポスターを募集。大会時に選手村等で活用。例えば、各国・競技などをテーマにしたポスターを募集し、選手の部屋に飾るなど） - 子供レポーター（児童・生徒が東京2020大会時にレポーターとして大会の会場内の様子や選手、大会のスタッフなどを取材。例えば、組織委員会HP等で情報を発信） - 被災地から世界に向けたメッセージの発信（被災地の競技会場等で復興支援への感謝のメッセージ、復興の状況、東北の伝統芸能などを発信）

※あくまで本日の議論のたたき台として準備したものです。

- ✓経済・テクノロジー分野におけるレガシー創出、機運醸成（東京2020参画プログラムの活性化）に係る取組の具体的アイデアについて
- ✓経済・テクノロジー分野の東京2020参画プログラムとして、日本全国の方々が参加できるイベント等の具体的アイデアについて 等

委員ご提出資料

- 榎田委員
- 才藤委員(加賀谷委員代理)
- 村井委員

対 話

思考を可視化することで対話する力を上げる

$$A \text{ vs } B \rightarrow A \times B = C$$

高校生と地域の企業との連携が加速

TOKYO 2020 向けの商品・サービス開発

現在の実践校

沖縄水産高校（沖縄）

鶴翔高校（鹿児島）

川内商工（鹿児島）

徳島商業（徳島）

津山東高校（岡山）

TOKYO 2020 の公認プログラム化によりオファーが増大
高校教師を指導者として育成する必要性の発生

高校生ビジネスオリンピック

Legacy：TOKYO 2020 と連動させて
Local Engagement を強化させる

日本から発信する ロボティックススマートホームと活動支援機器

Robotic smart home and activity-assistive technology
- Japanese Way -

藤田保健衛生大学医学部リハビリテーション医学I講座

ロボティックススマートホーム・活動支援機器研究実証センター

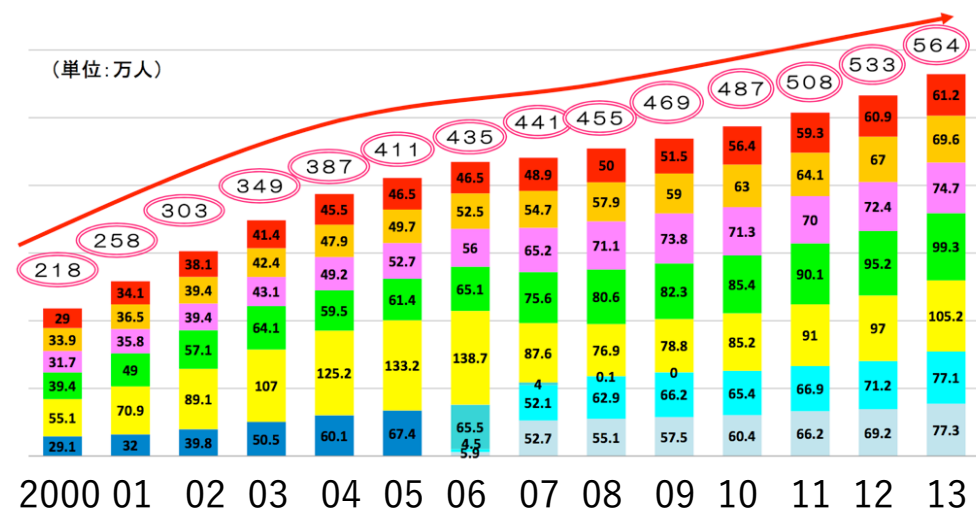
才藤栄一 加賀谷齊

必ず来る未来 超高齢社会



要介護認定者数の推移

高齢障害者の増加

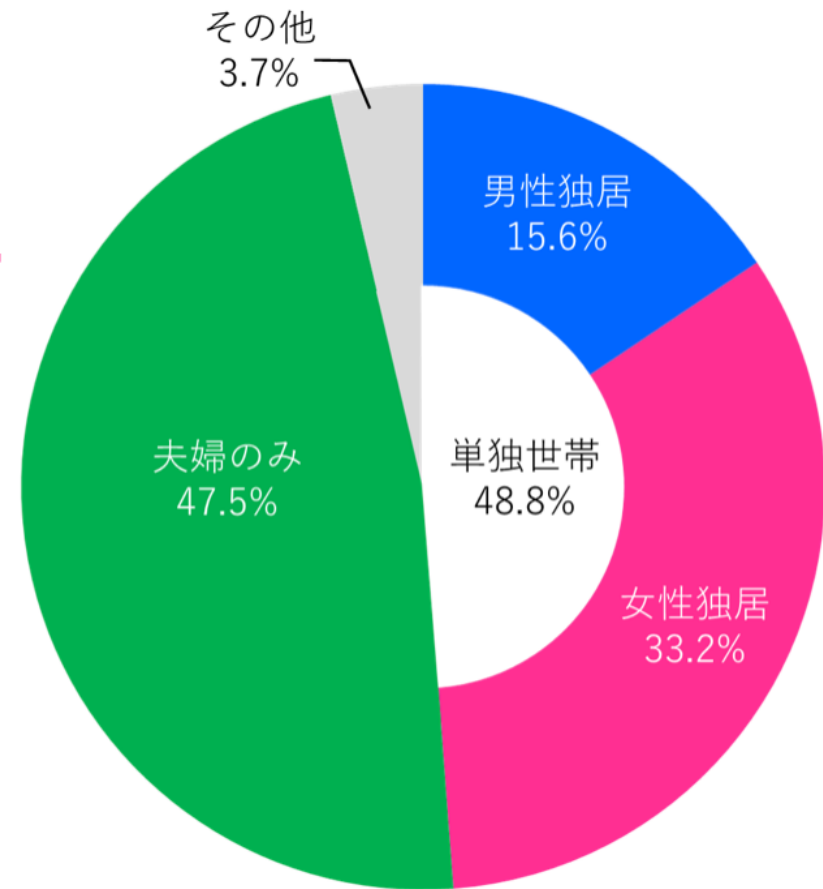


(出典: 介護保険事業状況報告 他)

高齢者世帯の実態

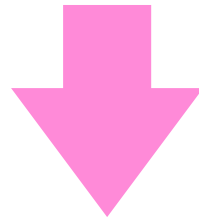
2014: 高齢者世帯: 12,214,000 (総世帯の24.2%)

- ・ 総世帯の 1 / 4
- ・ 半数が老夫婦
- ・ 半数が独居



高齢者のみ世帯が在宅生活を継続するには、「環境支援」が必須

活動の医学であり、医療と福祉の要
であるリハビリテーション医学の見
地から見ると



環境支援にはロボットが必要

ロボティックススマートホーム(RSH)開発

現状のRSH開発の問題点と解決法

- 高齢者ニーズ視点不足
→ 長寿デザイン, ユーザ参加
- 足りないもの
→ 力源付与 (移動, 雑用, 他)
- 介護支援ロボットの課題
→ 空間/共有課題の同時解決

介護支援ロボットの課題

「空間問題」：空間性と共有性



Two



One
“private room”



Two + Robot

空間ごと開発する必要性

豊明団地



- ・ 昭和40年代 (高度経済成長期) に建設
- ・ 55 棟 5 階建て
エレベーター有は2棟のみ
- ・ 団地居住者：4,529人 世帯：2,052戸
外国人居住者：1,000人
- ・ 65歳以上：1,144人
- ・ 65歳以上独居者：約 270人, 25%

課題

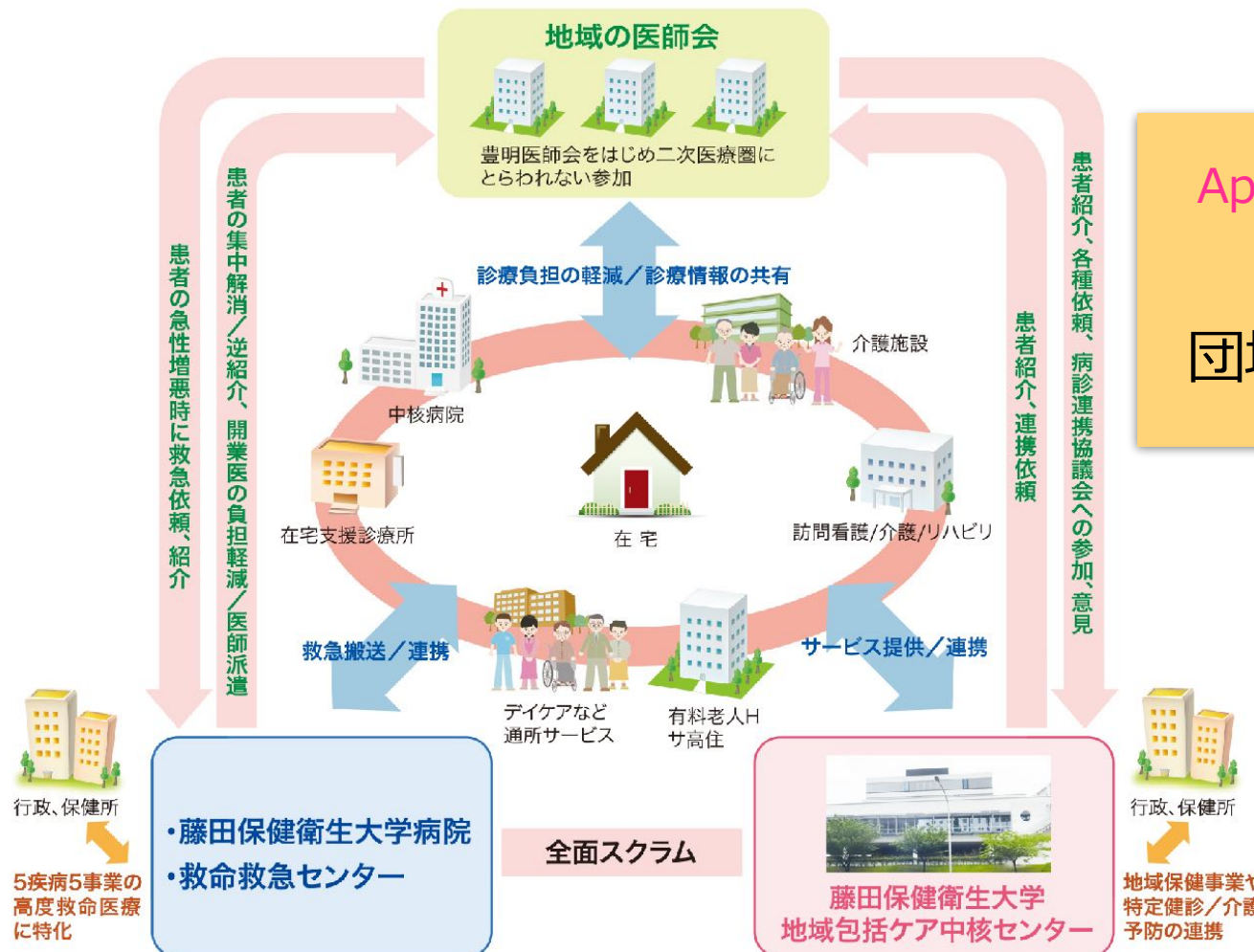
- ・ コミュニティ希薄化、若者減少
- ・ 空店舗、空室増加
- ・ 今後、老老世帯、高齢独居世帯の増加

藤田保健衛生大学地域包括ケア中核センター

Fujita Comprehensive Community Care Center (F4C)



2013年スタート
新しい医療福祉のあり方
リハビリのあり方
大学のあり方



Apr, 2015 FHU / UR / 豊明市 提携
まちかど保健室
団地内に学生と教職員が居住



FHU・UR・豊明市・住民が連携して豊明団地で新コミュニティ創生

UR豊明団地内にRSH建設

Apr, 2015 FHU / UR / 豊明市 提携

まちかど保健室

団地内に学生と教職員が居住



2016年 8 月

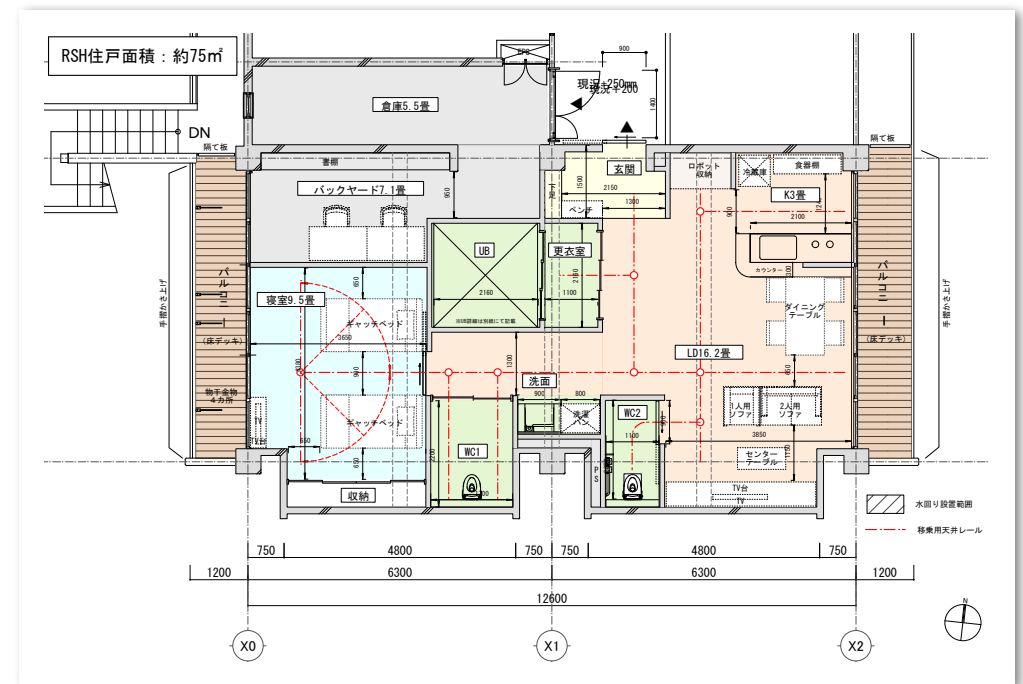
UR豊明団地内にRSH実証

施設設置決定

2017年 9 月

RSH実証施設

オープンセレモニー



RSH & AAT Center

Robotic Smart Home & Activity Assistive Technology

- 愛知県：
知の拠点

高齢者が安心快適に生活できるRSH(H28-30)

- 国土交通省：

スマートウェルネス住宅等推進モデル事業
長寿社会に求められるRSHの開発(H28-30)

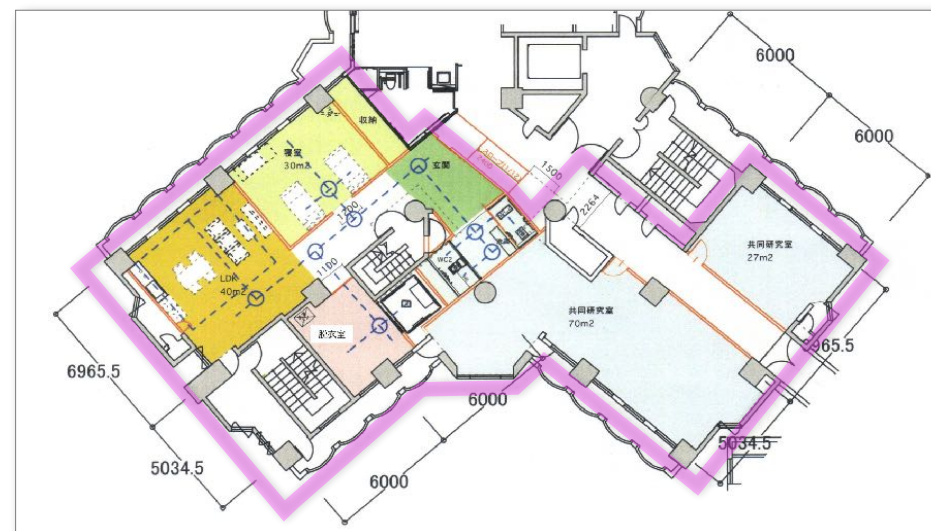
- 愛知県：
実施委託業務

リハビリ遠隔医療・ロボット実証事業(H28)

- 文部科学省：

地域科学技術実証拠点整備事業
高齢者の安心快適実現：ロボティクススマート
ホーム研究実証拠点(H28補正)

2017.6 RSH&AAT Center: FHU

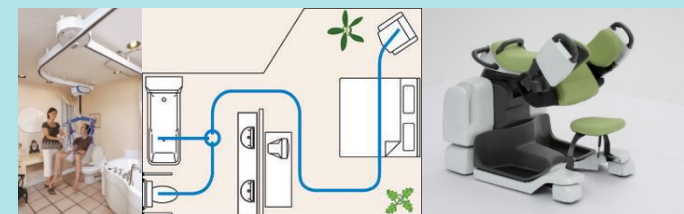


実施計画

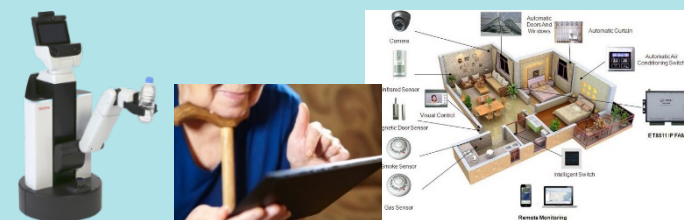
ロボットが活躍できる
空間性をデザイン
団地住人に居住してもらい実証



介護支援ロボットのうち
必須かつ難課題である
移乗介助ロボットを製品化



総合支援のための
操作代行とIoT連携役となる
サーバントロボットを製品化



居ながらにして外界に繋がり
参加型健康増進を支援する
テレビ型機器を製品化



健康長寿支援ロボットセンターが
ポータルとなりロボット開発者に
真の在宅実証機会を提供



支援ロボットと住まいの豊富で現実的なパッケージを創出

藤田リハのロボット開発研究



対麻痺者歩行自立支援 WPAL (c Aska Co, 2005-)

NEDO助成 2005-2007, 2008-2009
WPAL-G 販売開始 2013

●麻痺者歩行自立支援 IGAR



ToFuture Toyota-Fujita Technology Utilization for Rehabilitation Evolution (c Toyota M Co, 2007-)



●転倒予防バランス練習支援 BEAR

多施設研究開始 2015

●片麻痺歩行練習支援 Welwalk

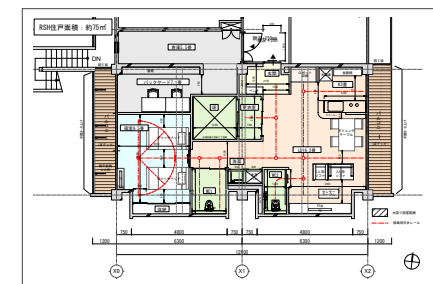
多施設研究開始 2015

薬事承認 2016

●移乗介護支援 TCAR

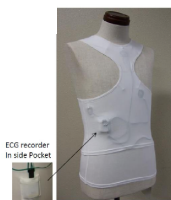


UR豊明団地内RSH 2017.7-



ロボティクススマートホーム RSH (2016-)

移乗移動ロボ: モリト

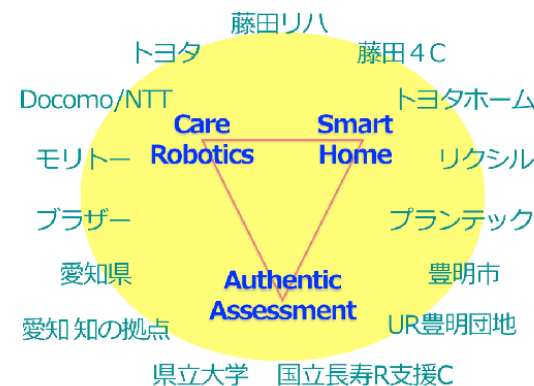


Hitoe: NTTドコモ

- ・高齢者世帯をターゲット
- ・支援機器と空間を同時開発
- ・50平米住宅に対応
- ・移乗, 操作, 情報支援
- ・長寿デザイン

研究助成

- 愛知県: 知の拠点重点プロ (H28-30)
- 国土交通省: スマートウェルネス住宅等推進モデル事業 (H28-30)
- 愛知県: リハビリ遠隔医療・ロボット実証事業 (H28)
- 文部科学省: 地域科学技術実証拠点整備事業 (H28補正)



HSR: トヨタ



コミュニティ: ブラザー

RSH プロジェクト

藤田リハ

県立大学 トヨタ

藤田 4C

NTT Docomo

トヨタホーム

モリトー

リクシル

ブラザー

など

豊明市

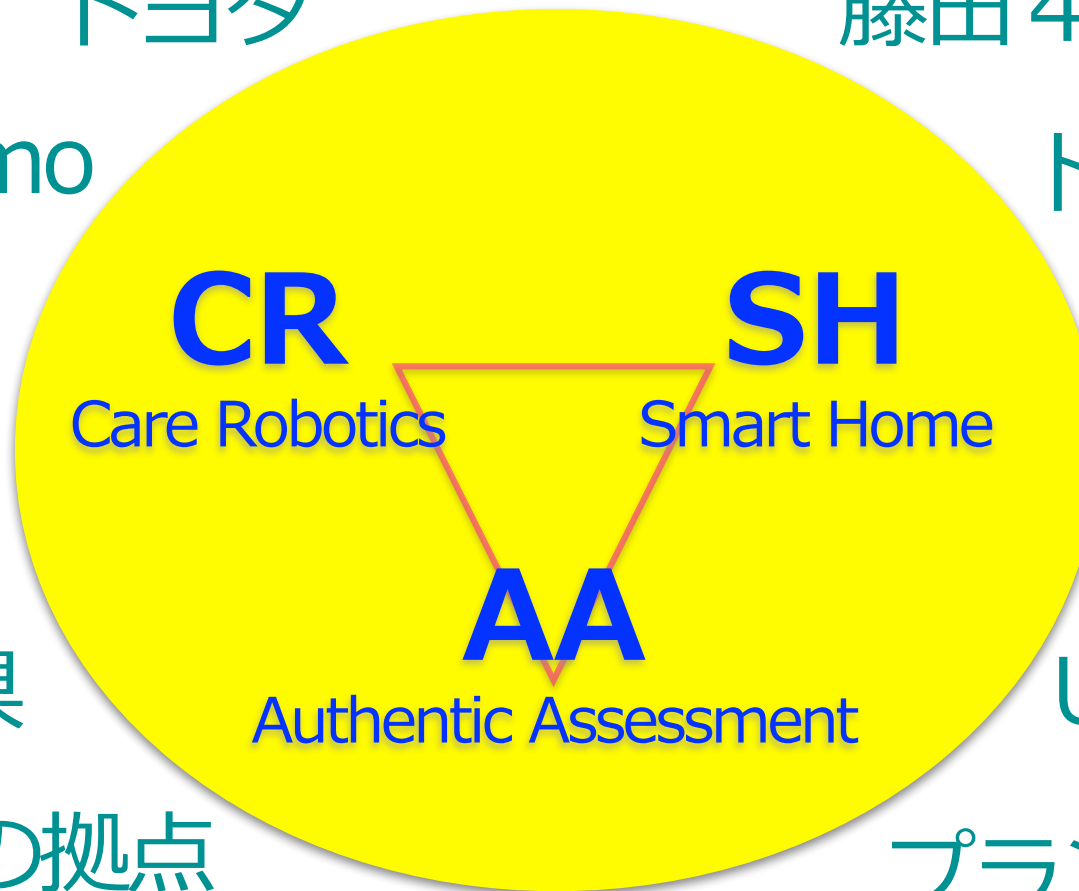
愛知県

UR豊明団地

愛知 知の拠点

プランテック

国立長寿R支援C



World Robot Summit 2020



会場：愛知県国際展示場

会期：2020年10月上旬の1週間程度

主催：経済産業省, NEDO



まとめ



- 日本のロボット技術の発信
- ロボティックスマートホーム(RSH)は高齢少子社会の
長寿家庭を支援
- 日本の生活ロボットと高齢者標準住宅をアピール
- アジア市場がターゲット
- 選手村にRSHモデルルームを配置して, ユニバーサル
社会の未来体験フィールドを構築

2020年をアンカーとし, 2025年問題へ繋げる

屋外広告に関連する主な関係法令（東京都の例）

屋外広告は、計画から実施（掲出、撤去）まで多くの法律・条例が関係し、その担当官公庁・自治体に許可を取る必要がある

計画段階

- 屋外広告物法/条例
掲出方法、大きさ、面積、色彩など
多岐にわたり規制

- 国土交通省都市局
- 東京都都市整備局
- 区役所土木清掃部

- 景観法/景観条例
広告禁止区域などの規制

- （同上）

- 工作物確認（建築基準法）
高さ4m制限等

- （同上）

計画・イベント実施や 広告掲出段階

- 道路法
道路占有許可

- 国土交通省道路局
- 東京都建設局
- 区役所土木清掃部

- 道路交通法
道路使用許可

- 警察庁
- 警視庁
- 所轄警察署

イベント実施や 広告掲出・撤去段階

- 警備業法
- 廃棄物処理法

屋外広告に関連する主な関係法令：東京都 (プロジェクションマッピングについて)

- プロジェクションマッピングは「広告板」または「広告塔」の一種として規制対象になっており、面積や手数料は「板」「塔」に準じる他、下記の制限があります。
 - ① 禁止区域には掲出不可
 - ② イベントなどでの映像内に企業名、団体名、商品名などが含まれず、一時的な利用に留まる場合には、「屋外広告物」に該当せず規制対象外である
 - ③ 道路等の禁止区域を越えての投影は不可



テクノロジーサービス局の取組み

平成29年7月14日

公益財団法人 東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会
テクノロジーサービス局

1. レガシーに関わる検討テーマの状況

① スポーツ観戦を進化させるためのテクノロジー活用

➤ 大会用モバイルアプリ・プロジェクトを立上げ中。

- ・「カスタマイズされた観客体験のさらなる向上」「デジタルメディアによる顧客接点の活用」「あらゆる人々への情報アクセシビリティの向上」などを目指して、オープン・イノベティブなモバイルアプリ・プロジェクトを立上げ中。【参考①-1,①-2】

② スポーツ振興のレガシーを目指したCRM基盤

➤ 貴重な活動記録・参加記録が、サービス毎・システム毎にバラバラに管理されないための情報管理の仕組みを調整・構築中。

- ・「ボランティアプログラム参加」「関連イベント参加」「チケット購入・観戦」などの情報を、できる限り統合的に引き継ぐために、まずは統合ID基盤（Tokyo2020 ID）を昨年から導入し、今後のCRM基盤整備を視野に順次拡大予定。【参考②-1,②-2】

③ 競技会場で整備すべきICT環境とレガシーとしての利活用

➤ 関係機関どうしでの費用分担に一定の整理がついたことから、競技場Wi-Fi整備等に関する関係機関どうしでの協議体を準備中。

- ・協議体で想定される議論：組織委員会としての利用計画の共有（モバイルアプリによる観戦補助、緊急時の情報提供など）／必要スペック・費用概算に関する情報共有（期間中の全会場をまたがる安全なユーザ認証連携の仕組み／比較的低コストで構築・運用する方法など）／大会後のレガシーとしての活用に向けた議論、など。

【参考①-1】 組織委員会モバイルアプリケーションのコンセプト

- 大会毎のモバイルに対するニーズの高まりは、観客向け情報提供チャネルとしてだけでなく、大会運営スタッフの業務アプリにも及んでいます。
- 東京大会としてそのメリットを最大限に実現・活用するために、過去大会にも増して、より包括的なモバイルアプリケーションのプロジェクト化を準備中です。

Personalized Experience "Omotenashi"

個人ごとにカスタマイズ
されたおもてなし体験

- ✓ 個人個人のニーズ・関心に応じたおもてなしサービス
- ✓ インバウンドの観光客、障がい者、高齢者などに対する情報アクセシビリティの向上

Innovative TouchPoint

イノベーティブな顧客接点

- ✓ 各種センサー情報、デジタルサイネージ、SNSなどを活用し、よりイノベーティブでデジタルな顧客接点を通したユーザ体験
- ✓ スポーツプレゼンテーションの進化に対応したユーザ体験

Elastic & Agile Ecosystem

柔軟性と迅速性のある
エコシステム

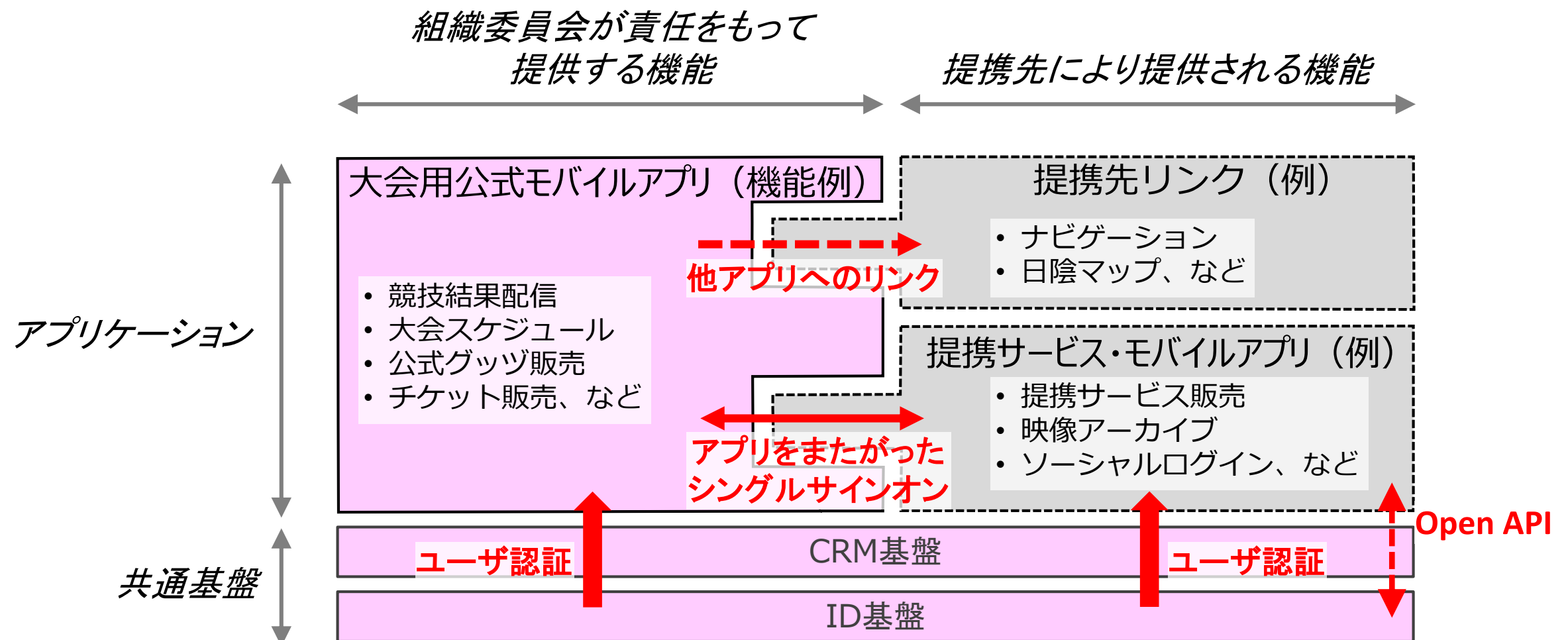
- ✓ より多くのステークホルダが、より参加しやすいエコシステム
- ✓ 業務アプリケーションへの導入も視野に、必要な機能をスピーディに拡充できるプラグインのアーキテクチャ

【参考①-2】オープン・イノベーティブな開発プロジェクト

- 組織委員会が開発・提供するコア機能（競技結果配信、チケット販売など）に加え、提携先の各種サービスともシームレスに連携できるよう、共同の開発体制を整備する予定です。

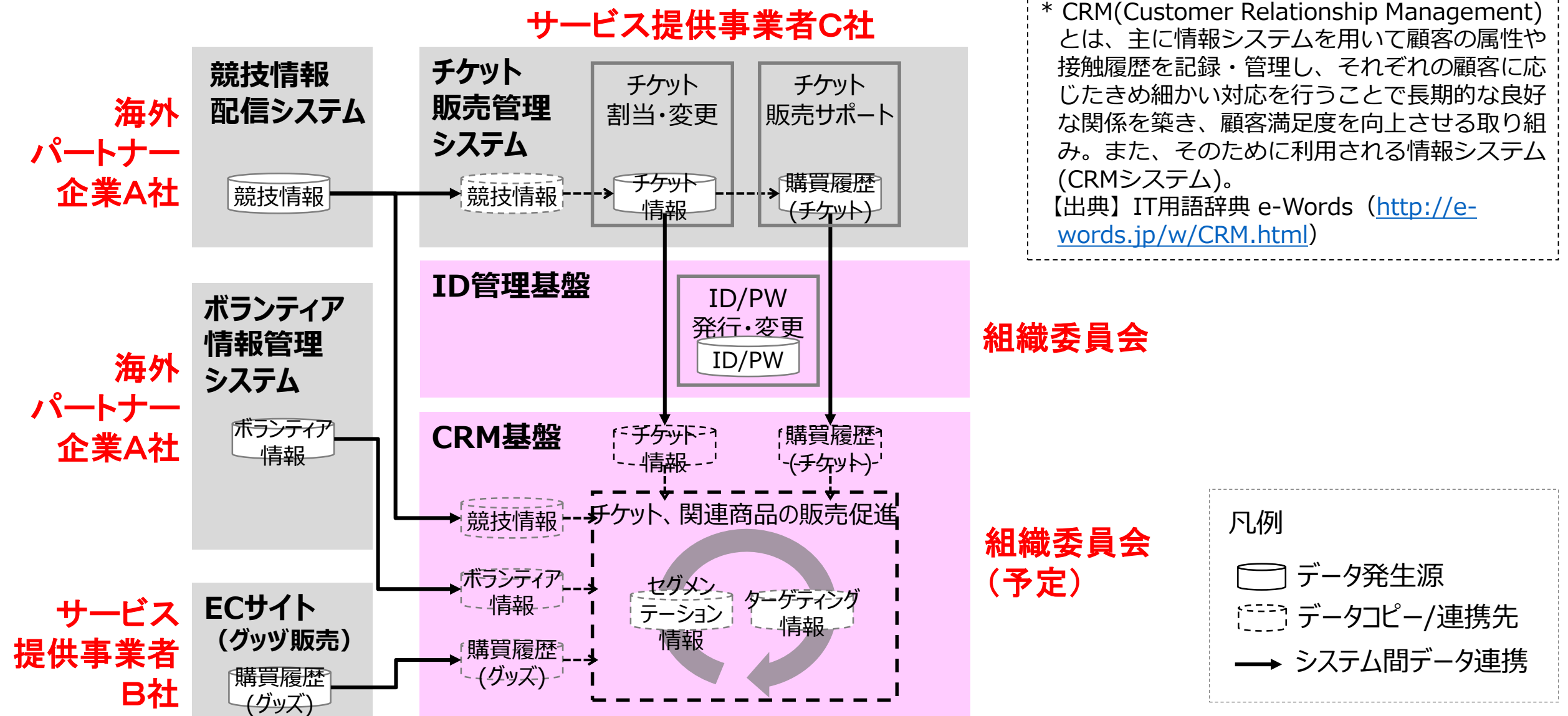
(1) システム共通基盤およびシステム間接続ルールの導入

(2) 一部APIの公開による開発分担



【参考②-1】 東京2020大会のCRM*と顧客データベース

- CRMでは、チケットやグッズの購買データ、ボランティアの登録データなどを集約管理（顧客データベース化）し、必要な分析・見える化を行います。
- 接続される個々のシステムは、別々の事業者によって構築・運営されるものが多く、いかに情報を一元集約できるか、が大会後のレガシーとしての活用のための課題です。



【参考②-2】 ロンドン大会のレガシーとしての顧客データベース

- ロンドン組織委員会が、530万人の顧客データベース（チケット購入者、ボランティア参加者など）を大会後にSport England* に、**スポーツ振興のための新たな会員サービスとして引き継ぎました。**
- 現在、データベースはSport Englandのビジネスパートナーシップ部門によって管理されています。Sport Englandのビジネスパートナーとは、UK Sport*²、ロンドン市、ロンドン市のプロモーションに関わる企業です。
- 会員登録者に提供されるサービス
 - 2週間ごとのメールマガジン配信（コミュニティのスポーツ・イベントに関するニュースレター、Sport Englandが支援するスポーツ団体からの案内、スポーツ映像コンテンツなど）
 - 読者の地元コミュニティのスポーツイベントへの参加、ラグビーワールドカップ2015の特別観戦チケットなど
- アナウンスされたその他の事業計画
 - スポーツイベントと文化イベントが融合した大会の開催と会員の招待
 - 組織委員会が実施したボランティア募集プログラムの継承

* Sport England：英国の文化・メディア・スポーツ省の配下の公的機関で、コミュニティスポーツを促進し、スポーツ人口を増やすための活動を行っている。英国大蔵省の予算および宝くじの収益で運営されている。

【出典】“Written Ministerial Statement: Sporting legacy,” Department for Culture, Media & Sport, The Rt Hon Hugh Robertson, 21 May 2013

“Being Best Prepared for an Olympic Games ? A pre-Games Major Events Strategy,” London 2012 – UK Sports – A pre-Games Major Events Strategy



東京2020大会におけるイノベーション施策について

イノベーション推進室
Innovation promotion office

2017年7月14日

イノベーションの推進に向けて

東京大会を『史上最もイノベーティブな大会』とし、レガシーとして残していくために、組織委員会内・外で、横断的に課題検討、各種施策立案を行う専任の「イノベーション推進室」を設立。

スポーツには、世界と未来を変える力がある。

全員が自己ベスト)

多様性と調和)

未来への継承)

を3つの基本コンセプトとし、**史上最もイノベーティブで
世界にポジティブな改革をもたらす大会とする。**

東京2020大会ビジョン

■ TOKYO 2020イノベーション施策方針

➤ 大会ビジョン（3つのコンセプト）とイノベーション・メッセージとの関係

「全員が自己ベスト」

の実現にむけた
イノベーション施策

①すべての人々にかつてない「スポーツ体験」をもたらす。

▶ スポーツの新しい楽しみ方を提案し、大会後のスポーツ社会環境に変革をもたらす

「多様性と調和」

の実現にむけた
イノベーション施策

②あらゆる垣根をなくした「ボーダーレスな大会」を実現する。

▶ 人々があらゆる違いを認め合える契機を得て、共生社会実現への進歩をもたらす

「未来への継承」

の実現にむけた
イノベーション施策

③日本の「ソフト力」を全世界に次世代に発信する。

▶ 課題先進国として、日本のテクノロジー・文化・慣習と共に、世界や次世代にメッセージを発信していく

■ メッセージ①：すべての人々にかつてない新しい「スポーツ体験」をもたらす。

かつてない観戦 を体験	センシング技術などを活用して、新しい見せ方、競技の解説など、史上最高のオリンピック・パラリンピック観戦を体験できる。
すべての応援が 届く	会場以外のすべての人々もSNSなどで参加し、史上最大の応援ができる。
自己ベストを 讃えあう	アスリート自身の持てる力を最大限に出しあい、讃えあう仕組み等を導入する。

■ メッセージ②：あらゆる垣根をなくした「ボーダーレスな大会」を実現する。

どこでも体感	まるで会場に居るように，どこでも観客と同じように臨場感を楽しめる (360°映像・カメラ・VR)。
だれでも参画	自分は参画できないとあきらめている人(高齢者・障がい者)でも全員参画できる。
だれとでも交流	海外の人や、だれでもだれとでも安心してコミュニケーションをとることができる（多言語翻訳の活用等）。

■ メッセージ③：日本の「ソフト力」を全世界に次世代に発信する。

新たな世界標準	日本発の新たな「世界標準」を生み出す。 (参考：1964年のピクトグラム等)
おもてなしで お出迎え	最大限の日本らしい「おもてなし」と「もったいない」を具 現化して、来訪者をお出迎えする。
夢物語を現実	日本の先進技術を利用することにより、夢物語であった 「未来」が「現実」になる。