

1章 大会ビジョン

◆ 大会ビジョン

(1) 東京2020大会のビジョン

- 招致時のスローガン「Discover Tomorrow」を出発点に、オリンピックとパラリンピックの共通の大会ビジョンとして「Tomorrow」を具体化

スポーツには世界と未来を変える力がある。
1964年の東京大会は日本を大きく変えた。2020年の東京大会は、
「すべての人が自己ベストを目指し(全員が自己ベスト)」、
「一人ひとりが互いを認め合い(多様性と調和)」、
「そして、未来につなげよう(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。

(2) 3つの基本コンセプト

① 全員が自己ベスト

- 万全の準備と運営によって、安全・安心で、すべてのアスリートが最高のパフォーマンスを発揮し、自己ベストを記録できる大会を実現
- 世界最高水準のテクノロジーを競技会場の整備や大会運営に活用
- ボランティアを含むすべての日本人が、世界中の人々を最高の「おもてなし」で歓迎

② 多様性と調和

- 人種、肌の色、性別、性的指向、言語、宗教、政治、障がいの有無など、あらゆる面での違いを肯定し、自然に受け入れ、互いに認め合うことで社会は進歩
- 東京2020大会を、世界中の人々が多様性と調和の重要性を改めて認識し、共生社会をはぐくむ契機となるような大会とする。

③ 未来への継承

- 東京1964大会は、日本を大きく変え、世界を強く意識する契機になるとともに、高度経済成長期に入るきっかけとなった大会
- 東京2020大会は、成熟国家となった日本が、今度は世界にポジティブな変革を促し、それらをレガシーとして未来へ継承していく。

(3) 大会ビジョンに基づいた大会運営と様々なアクション

- 大会ビジョンを会場・インフラや、開閉会式等のセレモニーなど、大会運営のあらゆる場面において反映
- 東京2020大会は、分野的・時間的・地域的広がりを持った大会であり、政府や東京都、JOC、JPC、経済団体等を巻き込み、当初の段階から、組織横断的な検討体制を構築 → 2016年に「アクション&レガシープラン」を策定
- IOC総会で採択された「アジェンダ2020」の趣旨を具体的に大会運営に反映
東京2020大会をアジェンダ2020によるオリンピック改革のスタートに

◆ パラリンピックへの取組姿勢

- 東京大会は特に同一都市として初めて2回目のパラリンピック大会の開催であり、大会の成功とパラリンピックムーブメントの発展への貢献が強く期待されている。

(1) 基本認識

- 東京1964大会は、「パラリンピック」という名称の使用やオリンピック会場の活用など、現在の開催様式のルーツとなるとともに、国内の障がい者の社会活動への参画を促し、その後の障がい者スポーツの振興の礎となった。
- 東京2020大会をきっかけとして、パラリンピックムーブメントのさらなる発展と、障がい者スポーツの世界各地での普及振興を喚起し、誰もが身近な地域で一生涯スポーツを楽しめる活力ある共生社会を創造し、レガシーとして継承していく。

(2) パラリンピックムーブメントの発展に向けた戦略的な取組例

- パラリンピックを重視した組織運営
(パラリンピック関係者の参画、パラリンピックへの移行の最小化など)
- パラリンピック競技の認知度向上
(パラリンピック競技観戦、競技体験、パラリンピアンとの交流拡大など)
- 大会に向けた盛り上がりの醸成
(障がい者もアクセスしやすいチケット購入、熱気あふれる会場の実現など)
- パラリンピックのブランド価値の向上と世界への広がり
(マーケティングパートナーとの連携など)

2章 大会のクライアント

◆ クライアントサービスの目標

- ・ 大会前から大会後まで一貫して、各クライアントとコミュニケーションを図り、ニーズ・要望を十分に把握
- ・ 日本人のおもてなしの心を大切にして、クライアントに焦点をあてた計画と運営の確実な実施
- ・ すべてのクライアントに対し、大会のアクティビティに参加できるようアクセシビリティを確保するなど、関係者間で連携して一体的・効果的なサービスを提供
- ・ 特にパラリンピックにおいて、パラリンピッククライアントの多様性など、オリンピックとパラリンピックにおけるクライアントの特性や違いを十分に認識

◆ クライアントの定義（アルファベット順）

クライアントカテゴリー	定義
選手及び各国オリンピック委員会(NOC)・各国パラリンピック委員会(NPC) Athletes, National Olympic Committees (NOCs) and National Paralympic Committees (NPCs)	選手、チーム役員、NOC・NPCの役員
国際競技連盟(IF) International Federations (IFs)	IFの役員及び事務局員、競技役員等
マーケティングパートナー Marketing Partners	TOPパートナー、ローカルパートナー等
オリンピック・パラリンピックファミリー及び要人 Olympic & Paralympic Families and Dignitaries	IOC委員、IPC理事をはじめとするIOC・IPC関係者、各国の要人等
オリンピック放送機構(OBS)及びライツホルダー(放送権者)-放送事業者 Olympic Broadcast Services (OBS) and Rights Holding Broadcasters (RHBs) - Broadcasters	OBS及び大会の放送権者
プレス Press	大会のアクセディテーションを保有するフォトグラファー、ジャーナリスト及び放送権を保有しない放送事業者等
観客 Spectators	チケットを保有している観客及びチケットを保有していないが、大会の雰囲気を楽しみたいと考えている観客
スタッフ Workforce	大会に従事する有給スタッフ、ボランティア等

3章 会場・インフラ

◆ 会場・インフラ整備の方針

- ・ アスリートが最高のパフォーマンスを発揮できるよう会場配置や輸送に十分に配慮
- ・ ユニバーサルデザインやアクセシビリティ、持続可能性など、多様性と調和を取り入れた会場をデザイン
- ・ その上で、将来の有効活用を見据えながら恒設・仮設会場を整備

◆ 会場配置

- ・ 日本スポーツ振興センター(JSC)では、オリンピック・スタジアムの整備に着手。東京都は、2014年11月、会場計画の状況について東京都議会に報告・公表。
- ・ 具体的な競技会場の配置等については、現在、アジェンダ2020等を踏まえ、レガシーや都民・国民生活への影響、整備コストの増加傾向への対応という観点からレビューを実施中
- ・ 引き続き、競技連盟・IOC・IPCと協議を重ねながら検討

4章 大会を支える機能(ファンクショナルエリア)

- ◆ IOC・IPCが提示する6つの分類の下に、大会運営に必要な52のファンクショナルエリア(FA)を設置し、各々の機能を明確化 ※FAの区分等は別添参照
- ◆ 大会ビジョン等を踏まえながら、安全・安心で確実な大会運営と、アスリートが最高のパフォーマンスが発揮できる環境づくりを目指すとともに、日本や東京ならではのサービス提供の観点も重視し、各FAのミッション、主要目標、主要業務・役割を記載

<6分類ごとのファンクショナルエリアの取組の例>

競技 (①大会プロダクトと経験)

○選手が最高の競技力を発揮できるよう、アスリートファーストを意識した最高水準の競技環境を創造する。
(スポーツプレゼンテーションプログラムの開発、スポーツ人材の育成、テストイベントなど)

文化 (①大会プロダクトと経験)

○東京、日本、世界の文化における最高の要素を取り出し、大会ビジョンから発想を得た多様なプログラムを展開する。
(最高の文化プログラムによって日本の文化を世界に発信、文化交流支援による多様な価値観の共有、文化の未来への継承など)

放送サービス (②クライアントサービス)

○世界最先端の放送技術と通信技術を使い、オリンピック・パラリンピックの感動と日本の魅力を世界に配信できるよう調整する。
(国際放送センター(IBC)や会場の環境整備、輸送・宿泊等のサービス提供、放送のレガシーなど)

人材管理 (②クライアントサービス)

○人材を効果的・効率的に確保・育成し、クライアントに最高の経験を提供する大会を実現する。
(多様な人材の確保、研修、モチベーションの向上、ボランティアの確保・育成など)

エネルギー (③会場とインフラ)

○全クライアントのエネルギー需要に応じ、大会を通じて安定したエネルギー供給を実施する。
(必要な設備の検討・設置、不測事態への対応、国・事業者との協業など)

選手村マネジメント (③会場とインフラ)

○選手及び代表団を温かく迎え入れ、競技に向けて集中力を高められるよう、機能的な選手村を提供する。
(高水準の安全性・快適性・アクセシビリティの確保、多様な日本文化の体験など)

※ここに掲げたFAは、一例として記載したものであるが、大会の業務は多岐の機能に分かれており、すべてのFAと関係者が連携を保ち進めていく必要がある。

セキュリティ (④大会サービス)

○オールジャパン体制により安全及びセキュリティを確保し、全ての関係者が実感できる安心を提供する。
(テロ・大規模災害等緊急事態・サイバー空間における脅威への対処、民間警備員及びセキュリティボランティアの準備など)

輸送 (④大会サービス)

○迅速、円滑、安全な移動を可能とし、クライアントの多様なニーズを踏まえたサービスを提供する。
(オリンピック・パラリンピック道路ネットワーク、公共交通網の活用、低公害車の導入、アクセシビリティの向上など)

ドーピングコントロール (④大会サービス)

○クリーンなアスリートが安心して正々堂々と戦える大会とするため、IOC/IPCのガイドダンスと監督のもと適切かつ効率的なプログラムを実施する。
(日本アンチドーピング機関(JADA)との連携、インテリジェンス及びドーピング調査(investigation)プログラムの実施、アジア及び世界のレベルアップへの寄与など)

パラリンピックインテグレーション (⑤ガバナンス)

○障がい者を含む、パラリンピック大会の全てのクライアントに対し、思い出に残る素晴らしい体験を提供できるよう大会準備全般に関わる。
(パラリンピック競技大会の計画・管理・実行、アクセシビリティ・ガイドライン、オリンピックからの移行など)

持続可能性 (⑤ガバナンス)

○環境に配慮し、持続可能なオリンピック・パラリンピック競技大会を運営する。
(大会運営への持続可能性プログラムの浸透と未来への継承、ISO20121の検討など)

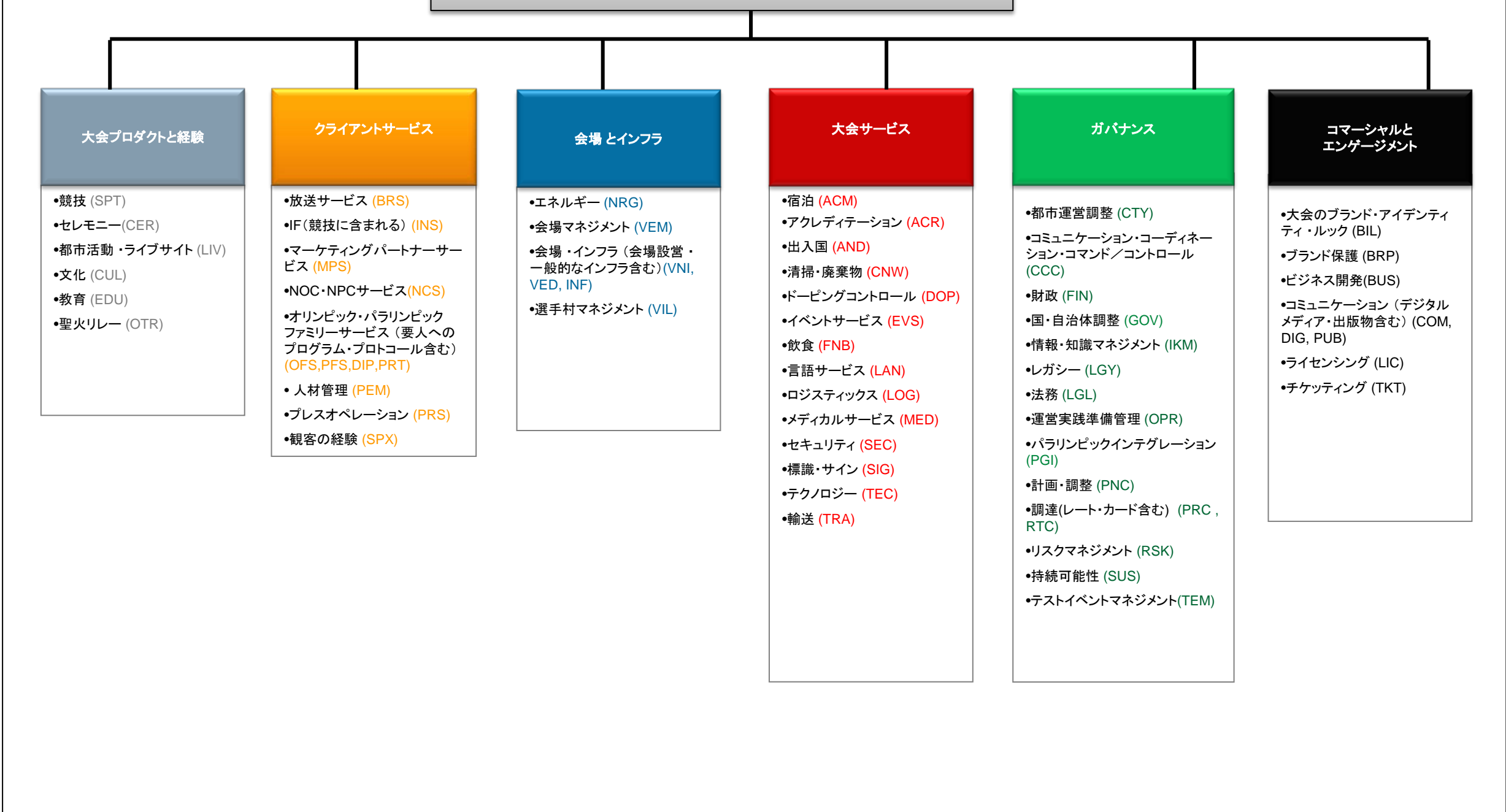
ブランド保護 (⑥コマーシャルとエンゲージメント)

○東京2020大会のエンブレム・マスコット・ピクトグラム・ルック等の知的財産を保護し、適切な管理を通じてブランド価値を向上させる。
(国・自治体など対象者別のブランド使用許諾基準、アンチ・アンブッシュマーケティングキャンペーン、屋外広告スペースの管理など)

チケットング (⑥コマーシャルとエンゲージメント)

○観客とアスリートが一体となった競技会場を創出し、チケット販売収益を通じて健全な大会運営を支える。
(チケットングプログラム、公式のチケット交換・未使用チケットの販売システムなど)

ファンクショナルエリアの一覧



5章 推進体制

◆ ロードマップ

- 大会開催準備から終了・解散までを5つのフェーズに分類し、大会成功に向けた道標として活用

- ① 基礎フェーズ : 開催都市決定後、大会開催準備を始める基礎段階
- ② 計画立案フェーズ : 大会運営上の具体的準備に着手するとともにリオ大会を踏まえ計画を改善する段階
- ③ 実践準備フェーズ : 計画立案から実行へと移行する段階
- ④ 大会運営フェーズ : オリンピック・パラリンピック大会の運営段階
- ⑤ 解散・レガシーフェーズ : 法人を清算しレガシーを継承する段階

◆ 関係者との連携・組織内の連携

- 関係者との連携・役割分担の明確化
 - 東京オリンピック・パラリンピック調整会議
 - 実務責任者協議
 - 各種連絡調整会議(セキュリティ・輸送など)
 - 広報連絡会 など
- 組織内の連携
 - エグゼクティブ間の意思共有(定例会議)
 - FA間の連携(運営セクション会議、ワーキンググループ)
 - 情報・知識の組織的蓄積・共有 など

◆ 計画立案の進め方

- 組織横断的な統合されたアプローチ
- ステークホルダーやパートナーとの強力な連携体制の確保
- 過去大会の教訓の活用(デブリーフィング、オブザーバープログラムなど)
- 情報知識マネジメント(IKM)の活用

◆ 組織構造

- 組織委員会の組織体制(評議員会、理事会、監事等):意思決定プロセスの明確化
- 組織委員会事務局の組織体制:役割分担の明確化と連携の強化

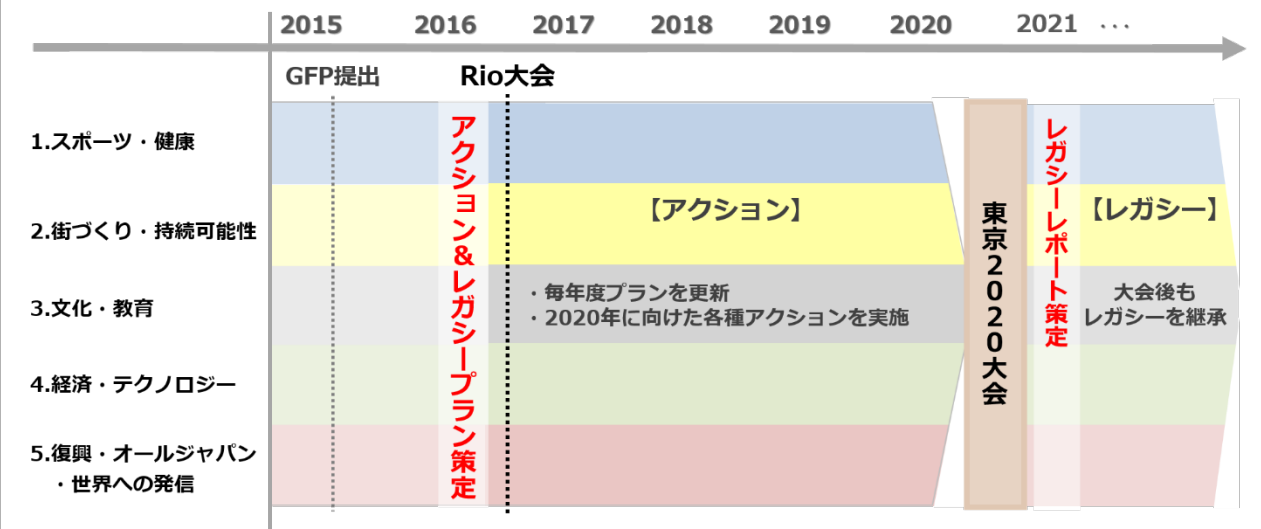
◆ 予算

- 限られた予算と、限りないアイデアで、最高の大会を実現
- 52のFA単位で予算を管理・調整

6章 アクション&レガシー

◆ アクション&レガシープラン

- 単に2020年に東京で行われるスポーツの大会としてだけでなく、2020年以降も含め、日本・世界全体に対し、様々な分野でポジティブなレガシーを残す大会とする。
- 「スポーツ・健康」、「街づくり・持続可能性」、「文化・教育」、「経済・テクノロジー」、「復興・オールジャパン・世界への発信」の5本の柱ごとに、組織委員会、政府、東京都、JOC、JPC、経済団体などのステークホルダーが一丸となって、計画当初の段階から包括的な取組(アクション)を推進
- 2016年に「アクション&レガシープラン」をとりまとめ
 - 多様なステークホルダーの責任と役割を明確化
 - 2016年から2020年までの具体的なアクションを記載
 - 2020年以降につながるレガシーを概括



7章 エンゲージメント

◆ 達成目標

- 東京2020大会に向けて国内外の多くの人々が参加できる多種多様なプログラムを実施して、共に大会を作り上げる応援者を最大化し、大会ビジョン達成に向けた意識を広く醸成していく。
- プログラムに参加した人々の心に生まれる、共に大会を成功させたという実感を新たなレガシーとして次世代につなぎ、オリンピック・パラリンピックの価値を高めていく。

◆ エンゲージメント戦略の策定

- 大会ビジョンを浸透させながら、多くの人々とともに大会をつくり上げていくという、オリンピック・パラリンピックのエンゲージメント活動をより一層推進するため、東北復興の際に発揮された思いやり、助け合いという“絆”意識も取り込みながら、独自のエンゲージメント戦略を策定していく。