

て、東京オリンピック・パラリンピック大会組織委員会（以下「組織委員会」という。）において、大会開催基本計画を策定し、平成27年2月末にIOC及びIPC（国際パラリンピック委員会）に提出した。同計画は、2020年東京大会の礎となる「大会ビジョン」から始まり「アクション&レガシー」など全7章からなっており、その主な部分の内容は以下のとおりとなっている。

第1章には「全員が自己ベスト」、「多様性と調和」、「未来への継承」の3つを基本コンセプトとする大会ビジョンが掲げられ（図表2-3）、また、パラリンピック・ムーブメントの発展や共生社会の実現についても明記されている。東京は同一都市で初めて2回目のパラリンピック大会を開催する都市であり、パラリンピック・ムーブメントのさらなる発展に貢献していきたいという点も強調した基本計画になっている（図表2-4）。

第4章には大会を支える機能として、大会

の運営に必要な52のファンクショナルエリア（FA）を設置し、それぞれの機能や業務を明確化している。

ミッション、主要目標、主要業務・役割について明記されており、「輸送」、「セキュリティ」、「出入国」、「文化」、など政府の役割が期待される事項も多く盛り込まれ、各省庁での取組を加速していく必要がある。

第6章では、「アクション&レガシー」として、大会後の日本や世界全体に様々なレガシーを残すため、「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本の柱を設定し、関係者が一丸となって、包括的にアクションを進めていくとしている（図表2-5）。平成28（2016）年中期には、「アクション&レガシープラン」をとりまとめるとしており、国としてもこの検討に積極的に関わっていく予定である（図表2-6）。

### ■ 図表2-3 大会ビジョン

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。

■ 図表2-4 大会開催基本計画（抜粋）

## 1.2 パラリンピックへの取組姿勢

前述の東京2020大会ビジョンは、オリンピック、パラリンピック両競技大会に共通する基本コンセプトとして位置づけられ、この大会開催基本計画全体を貫く柱となっている。

中でも、コンセプトの一つ「多様性と調和」を実現する上で、パラリンピック競技大会の成功は極めて重要な要素である。パラリンピック大会の評価が、東京2020大会全体に対する国内外からの評価を左右すると言っても過言ではなく、パラリンピック大会の成功に向けた今後の取組姿勢について述べる。

前の東京大会である1964年大会は、「パラリンピック」という名称が初めて使われ、オリンピック会場の活用や車いす利用以外の障がい者の初の参加など、現在の開催様式のルーツとなるとともに、我が国の障がいある人々の社会活動参画を促し、活動支援の体制整備の礎となった。

東京2020大会は、同一都市として初めて2回目のパラリンピックを開催することから、これを契機として、パラリンピック・ムーブメントのさらなる発展に貢献するものと強く期待されている。

パラリンピック競技大会は、その独自の価値により開催都市および開催国にまたとない機会をもたらすイベントであり、成功に向けては、パラリンピックのクライアントはオリンピックとは異なる特有のニーズを持つことをよく理解し、パラリンピックの大会運営に反映する必要がある。東京2020組織委員会としては、例えば、次のような点を強く意識して、戦略的な取組を展開していく。

### (1) パラリンピックを意識した組織運営

東京2020組織委員会は発足当初から、主要なポストにパラリンピック関係者を参画させるなど、大会の計画、準備から運営に至るまで、あらゆる面においてパラリンピックが強く意識されるよう組織づくりを進めている。例えば、アスリートの特性の違いやアクセシビリティへの配慮などを計画段階から組織横断的に検討することにより、パラリンピックの準備をオリンピックと並行して、効率的・効果的に実施している。この結果、オリンピックからパラリンピックへの移行(transition)期間における会場施設等の改修作業の最小化を図っている。

### (2) パラリンピック競技の認知度向上

次に、パラリンピックに関するエンゲージメントを高めることで、パラリンピック競技の認知度向上に取り組んでいく。東京2020組織委員会は、JPC、NF、東京都、国等と連携・協力し、各競技の大会観戦や競技体験、パラリンピアンとの交流の機会等、競技と選手の魅力を伝える取組を大会前から推進し、各競技のファン層の拡大を図る。

パラリンピックの競技観戦は、現時点では、多くの人にとって人生に1度あるかない

かの機会(once-in-a-lifetime event)であり、大会前のパラリンピック競技の観戦や体験機会を積極的に広報し、パラリンピックに関するメディア露出の機会をさらに拡充し、パラリンピック競技の魅力を会場で実感したいと熱望する人々を増やしていく。

### **(3) 大会に向けた盛り上がりの醸成**

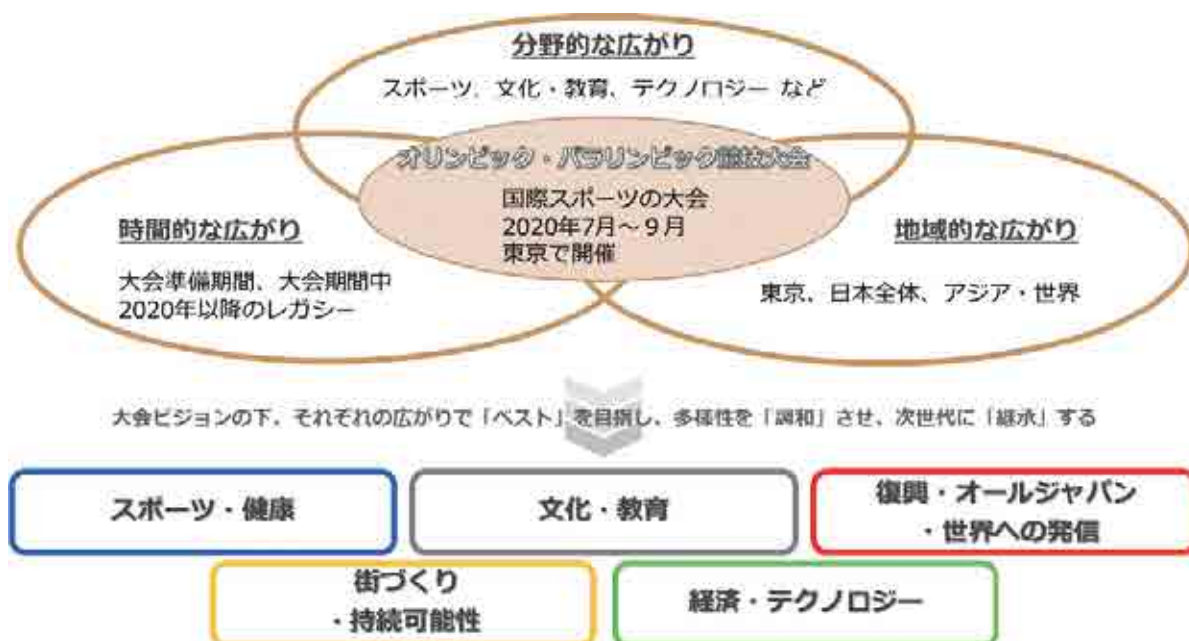
アスリートが最高の舞台で自己ベストを目指すためにも、観客による大会の盛り上がりは不可欠である。チケット販売に当たっては、過去大会の分析、調査やNF、IF、NPCを通じた需要予測をもとに、競技ごとの的確な購入予測を行い、障がいのある人も含めてアクセスしやすい購入機会を提供する仕組みを構築する。また、あらゆるチケット保持者が安心して来場し、大会観戦を通じて最高の体験を楽しむことができるよう、素晴らしいスポーツプレゼンテーションとともに、大会運営のあらゆる面において、パラリンピックの観客の特性やニーズを踏まえたサービスを提供し、観客とアスリートが一体となった熱気あふれる会場の実現につなげる。

### **(4) パラリンピックのブランド価値向上**

パラリンピック大会の成功は、会場でアスリートや観客、大会関係者などが、更に映像などを通じて世界中の人々が、素晴らしい競技やセレモニーの瞬間を共有することを通じて、パラリンピックのブランド価値のさらなる向上に資するものである。加えて、マーケティングパートナー各社やメディアの協力のもと、準備段階の様々な場面でパラリンピックの意義や競技の魅力を計画的に紹介することで、パートナー各社のエンゲージメントの向上と、一般から関係者まで幅広い層のパラリンピックへの理解の深化につなげ、結果として東京パラリンピック競技大会のブランド価値がより一層高まることを期待する。

東京 2020 組織委員会は、1964 年大会やその後積み重ねた実績と経験を最大限生かすとともに、観客を含めた幅広い大会関係者と連携し、2020 年大会に向けた取り組みを通じ、パラリンピック・ムーブメントのさらなる発展を実現し、その効果を世界各地に波及させて、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の実現に貢献する。

■ 図表2-5 5本の柱



■ 図表2-6 「アクション&レガシープラン」の検討スケジュール

