

東京2020大会のシティドレッシング・大規模展示物の概要（案）について

都は、開催都市の役割として、大会の祝祭の雰囲気を盛り上げるとともに、開催都市の魅力を世界に発信するため、シティドレッシング及び大規模展示物を、下記のとおり展開する。

1 シティドレッシングの概要

- (1) 実施方針
 - ・競技会場・ライブサイト会場等の周辺を中心に、選手や大会関係者、観戦客が通行する道路、空港、駅などを統一的なデザインで装飾
 - 大会を盛り上げるとともに、東京2020大会を国内外に印象づける。
 - ・装飾には、コアグラフィックス（8月17日、組織委員会発表）を展開させたデザインを用いる。
- (2) 実施期間
大会直前（2020年4月頃）から大会終了まで
- (3) 装飾物
街路灯フラッグ、フェンスバナー・壁面バナー等
- (4) 実施箇所
 - ・ラストマイル（最寄駅～各競技会場・ライブサイト会場）
 - ・主要幹線道路（選手村～各競技会場等）
 - ・空港、主要駅
- (5) 今後の主な検討事項
 - ・具体的な実施箇所の検討・調整
 - ・鉄道事業者や空港事業者等関係者との連携
 - ・区市町村や大会パートナー等の協力



街路灯フラッグ（ロンドン大会）



フェンスバナー等（リオ大会）

2 大規模展示物の概要

- (1) 実施方針
 - ・空港・ライブサイト会場など国内外の観戦客等が訪れる場所や主要観光地など都内の象徴的な場所に展示物を効果的に配置し、開催都市の魅力を世界に発信する。
- (2) 実施期間
大会200日前頃（2020年1月頃）から大会終了まで
- (3) 展示物
 - ・オリンピック・パラリンピックシンボル
 - ・ワードマーク（TOKYO2020等）
 - ・大会マスコット など
- (4) 設置箇所
 - ・空港やライブサイト会場等、観戦客が多く訪れるシンボリックな場所にオリンピック・パラリンピックシンボルやワードマーク等を設置
 - ・主要観光地等に大会マスコット像を設置
- (5) 今後の主な検討事項
 - ・具体的な設置箇所の検討・調整
 - ・気運醸成や開催都市PRにつながる効果的な配置の検討



オリンピックシンボル（リオ大会）



大会マスコット（ロンドン大会）



3 今後の進め方

- 今後、関係機関等と連携・調整し、シティドレッシング及び大規模展示物の設置箇所や設置物等について具体的に検討
- 平成31年2月頃、「シティドレッシング及び大規模展示物基本計画」を策定予定