

第4回経済・テクノロジー委員会 議事録

1. 開催日時 2017年2月13日(月)17時00分～19時00分

2. 開催場所 虎ノ門ヒルズ森タワー9階 会議室TOKYO

3. 出席者(五十音順)

経済・テクノロジー委員

大田弘子委員長、石黒一憲委員、榎田竜路委員、才藤栄一委員、篠原弘道委員、高田創委員、
宮川美津子委員、宮部義幸委員、村井純委員、矢ヶ崎紀子委員、河合大洋氏(伊勢清貴委員代理)

オブザーバー

内閣官房 十時憲司 内閣参事官、経済産業省 俣野敏道 総括課長補佐

東京都 戸谷泰之 計画調整担当部長

組織委員会事務局

武藤事務総長、佐藤副事務総長、古宮副事務総長、
宇陀チーフテクノロジーイノベーションオフィサー、中村企画財務局長、
館テクノロジーサービス局長、平田イノベーション推進準備室長、石川アクション&レガシー担当部長

4. 議事次第

1. アクション&レガシープラン(経済・テクノロジー)

(1)レガシーコンセプトに基づくアクションの報告 (2)アクション&レガシープラン2017の策定方針

2. 東京2020大会の盛り上げに向けて

(1)東京2020参画プログラムの実績と今後の展開 (2)ジャパンプランドの発信に向けたアイデア・方向性

3. 今後の経済・テクノロジー委員会の運営

4. その他

(1)オリンピック・パラリンピックの開閉会式に向けた基本コンセプト (2)大会イノベーションに係る取り組み

5. 配布資料 (※は机上配布のみ)

資料1:経済・テクノロジー委員会 委員名簿

資料2:東京2020大会の準備状況について

資料3:アクション&レガシープラン取組事例

資料4:具体的なアクション(榎田委員、才藤委員、篠原委員※、宮部委員、河合様※)

資料5:組織委員会 テクノロジーサービス局の取組

資料6:アクション&レガシープラン2017について

資料7:東京2020参画プログラムの状況・今後の展開

資料8:東京2020参画プログラム 経済・テクノロジー認証アクション一覧

資料9:開閉会式に向けた基本コンセプトについて

資料10:イノベーションの推進に向けて

6. 議事録

○武藤事務総長

それでは、始めさせていただきます。本日は、大変遅い時間にお集まりいただきまして、ありがとうございます。ただいまより、東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会、第4回の経済・テクノロジー委員会を開催いたします。前回は、昨年のリオ大会前の7月に開催いたしました。アクション&レガシープラン2016の策定に御協力をいただいたところであります。今回は、約半年あけての開催となりますけれども、昨年8月のリオデジャネイロ大会以降、東京2020大会に向けてさまざまな具体的な動きが加速し始めております。後ほど、これまでの動きにつきまして、委員の皆様は御説明をさせていただきますので、忌憚のない御意見を賜れればと思います。

なお、前回と同様になりますが、本委員会はメディアにも公開とし、撮影は冒頭のみでございますけれども、記者の方々は会議中、傍聴、取材可能とさせていただきます。それでは、本委員会の委員長であります政策研究大学院大学の田田弘子委員長から、御挨拶をお願いいたします。

○大田委員長

こんにちは。お忙しいところありがとうございます。リオ大会も終わりました、いよいよ東京2020ですが、もう少しワクワク感を盛り上げたいというところですので、今日はいろんな御意見をよろしく願いいたします。今回は、アクション&レガシープランのコンセプトに基づく具体的なアクション、参画プログラムの状況について御紹介させていただきます。それとあわせて、本年夏ごろに公表予定しておりますアクション&レガシープラン2017の策定方針について、御承認をいただきたいと思っております。東京2020参画プログラムは、昨年10月に開始いたしまして、本年夏には参画プログラムの対象を日本全国の団体・組織に一気に拡大する予定と聞いております。大会へ向けたアクションが数多く行われることを通じて、この機運が醸成されることを期待しております。

それから、経済・テクノロジー委員会が一番のコンセプトは、ジャパンプランドの復権ということですが、このジャパンプランドを世界にどう発信していくかという議論が、まだ十分に行われておりません。高品質、高性能のものの見本市をやっていく。ロンドンオリンピックのときは、This is greatということで、いろいろキャンペーンが張られましたが、それをどうしていくのかということについて、具体的な進め方、アイデアについても今日は意見交換をしたいと思っております。そして、組織委員会でも大会運営に関する具体的な検討が進んでいるようですので、御報告をいただきたいと思っております。では、19時までどうぞよろしくお願いいたします。

○武藤事務総長

大田委員長、ありがとうございました。本日は、大田委員長を始めとする専門委員の方々と伊勢委員の代理で河合様に御出席をいただいております。さらにオブザーバーといたしまして、政府より内閣官房の十時内閣参事官、経済産業省の俣野総括課長補佐、東京都より戸谷計画調整担当部長にお越しいただきまして、総勢で14名御出席していただいております。お手元の出席者名簿を御覧いただければと思います。それでは、これから議事に入りたいと思っておりますので、大変恐縮でございますけれども、ムーブスチールの皆様、御退出をお願いいたします。これから先は、大田委員長に議事進行をよろしくお願いいたします。

○大田委員長

今日の議事は大きく二つです。まず、1番目がアクション&レガシープランについて現状の進捗状況、2番目が東京2020大会の盛り上げに向けてどうするかということです。これら議事に入る前に、事務局より東京2020大会に向けた足許の状況について、事務局より御報告をお願いいたします。

○石川アクション&レガシー担当部長

ありがとうございます。資料2の東京大会の準備状況についての資料を御覧いただきたいと思っております。冒頭、総長からも御説明させていただきましたとおり、約半年あけての専門委員会になりますので、昨年8月以降の主な組織委

員会の動きにつきまして、簡単に御報告をさせていただきたいと思っております。2ページ目を御覧ください。リオ大会におけるJAPAN HOUSEの開催になります。JAPAN HOUSEについては、リオ大会期間中にALL JAPANによる日本の東京のPR、また日本選手団の記者会見場、またはホスピタリティの事務室機能等々を実施いたしまして、日本のPRを行いました。かなり盛り上がりをしています。次のページを御覧ください。フラッグハンドオーバーセレモニーでございます。これは、リオ大会終了後にオリンピック・パラリンピックの旗を引き継ぐ式で、日本では昨年10月をキックオフとして、小笠原、奥多摩地区からスタートいたしまして、年内に被災地地区、2020年までにオリンピック・パラリンピックを日本全国にめぐらす予定になっております。続きまして、ボランティア戦略でございます。昨年7月に、ボランティア戦略の方向性については御説明させていただきましたが、ボランティア基本計画として、昨年末に組織委員会が大会ボランティア、東京都が都市ボランティアとして、全体で大会に向けて9万人のボランティアを募るということを公表させていただきました。実際には、2018年の夏ごろの募集開始を今日指しております。次のページを御覧ください。2017年に入ってから主なトピックスでございます。一つが、大会マスコットの選考方法の検討開始でございます。1月の中旬に第1回目の検討委員会を開始いたしました。座長に宮田亮平文化庁長官、副座長にファッションジャーナリストの生駒芳子氏を始め、あんびるやすこ氏、杉山愛氏、中川翔子氏、夏野氏等、様々な方々に委員になっていただき、具体的なマスコットの今、選考を進めております。次のページを御覧ください。聖火リレーの検討開始ということで、オリンピック・パラリンピックの聖火リレーのコンセプト、また、聖火リレーに関わる重要な決定、ルート作成等の基本方針の検討を開始する予定です。2月末に開始をいたしまして、一、二カ月に1回ぐらいの頻度で検討をしていくと。委員会については、組織委員会の布村副総長、都、国、外部有識者等から委員会をスタートする予定でございます。今年夏ごろ、コンセプト策定を目指して、検討を行っております。続きまして、オリンピック・パラリンピックの開・閉会式の検討を開始です。この開・閉会式の基本コンセプト、方向性につきましては、本日の会議の最後のほうに御説明をさせていただき、委員の皆様から御意見を賜りたいと考えております。一番最後のページでございます。都市鉱山からつくる！ みんなのメダルプロジェクトでございます。これについては、国民全員がメダル製作を行うプロジェクトということと、メダル製造に必要な全ての金属を都市鉱山から調達するという考えでスタートをする予定でございます。携帯電話事業者を通じた回収ということでNTTドコモ、自治体を通じた回収ということで一般財団法人日本環境衛生センターを主軸にしまして、連携しながらこのプロジェクトを開始いたします。また、環境省、東京都にも協力していただき、4月からこのプロジェクトを全体的にスタートしていく予定でございます。以上です。

○大田委員長

ありがとうございました。今の御説明に、何か御質問はありますか。それでは、アクション&レガシープラン2016を昨年、作成いたしました。これに基づいて、いろいろアクションが行われているようですので、御紹介と意見交換をさせていただきます。まず、全体的な動きと組織委員会の検討状況について、事務局より御紹介をお願いします。

○石川アクション&レガシー担当部長

続きまして、資料3のアクション&レガシープラン取組事例の資料を御覧ください。昨年7月に策定しましたアクション&レガシープラン2016の策定に当たりまして、経済とテクノロジーのレガシーコンセプト、これを実現するに当たっての課題とそのためのアクションということで整理をいたしました。このレガシーコンセプトに基づいたこれまでの、特に主なアクションとして、2ページ目に整理をしております。レガシーコンセプトに基づくアクションということで、本日については、底力の発揮ということで、榎田委員のほうから、地方の魅力発信における高校生の活用のプロジェクト、そして、東京都さんが枠組みを策定いたしましたビジネスチャンス・ナビ2020の開設、そして、テクノロジーの感動の共有の観点から競技会場のWi-Fi整備の関係の検討状況、そして、昨年夏のこの委員会でも意見交換、御議論させていただきました組織委員会におけるサイバーセキュリティに関わる準備の状況につきまして御説明をさせていただき、意見交換をさせていただければと思っております。2枚目以降が、特に主体は行政及び経済協議会になりますけれども、足許のイベント、または実証実験を含めた具体的なアクションの状況について整理をしておりますので、個別具体的な内容につきましては、後ほど御覧いただければと考えております。続きまして、5ページ目でございます。これが後ほどの地方の魅力、底力の発揮のアクションに関わってくる内容となつなるとは思いますけれども、今、全国の高校生を活用して潜在的な地方の魅力、高校生からいろんな地方の魅力を発信してもらって、これをうまく大会スポンサーとの連携を通じて、レガシー創出と大会機運醸成につなげることができないかということアイデアレベルではありますが、先々検討をしていけたらと考えております。例えば、大会スポンサーと連携し、地方の魅力の映像等を活用して様々な商品開発に活用するといったことができないか検討を始めたいと思っております。6ページ目が、先ほど申し上げました東京都の中小企業支援機関によるビジネスチャンス・ナビの運営でございます。これは、中小企業と東京都のポータルサイトのシステムを大会組織委員会にも活用させていただき、大会に係る調達・入札もこの枠組みでスタートをすることが昨年、決定いたしました。実際に、今、中小企業も含めたこのチャンス・ナビの参加企業が約1万社以上になっており、スポンサー並びに全国の中小企業から調達する機会を、まずは整備できた状況でございます。実際に、どういう形でそれが調達に結びつくかというのは、調達の基本方針に沿った形で組織委員会が検討するということになりますので、とりあえずはこの枠組みができたというのが現時点の状況でございます。以上でございます。

○大田委員長

ありがとうございます。それでは、大変楽しみにしております。榎田委員の高校生による地方の魅力発信について、検討状況について、御説明をお願いいたします。

それでは、高校生×認知開発力×6次産業化という、私が今やっていることを少し紹介させていただいて、それがオリンピックでこういうことをやったら地域の底力はめっちゃくちゃ上がるよねというような話をさせていただきたいと思います。僕は、2,000社以上の中小企業の映像を制作することに関わっており、延べ1万人ぐらいインタビューしていますが、その中でやっぱりマッチング力が、日本は本当にないと思うんですね。これはどうしてかということ、何をマッチングしたら人がちゃんと寄ってくるのかということが多分理解できていないんだらうということが原因だと思います。マッチングができていないので、みんな苦しんで就活しても3~5割ぐらいが3年以内に離職してしまうと聞いていて驚いています。つまり、マッチングということをもうちよっとしっかり考えたほうがいいと思います。それと、これは僕の感覚ですけども、何か失敗することにすごく不寛容なために、新しい冒険とか、そういうことが全然できない。アメリカなどにどんどん新しいことをされてしまって、日本は右往左往するというようなことになってしまう。僕が見る限り、恐ろしいほどの潜在力が日本にはありますが、それが全然活かされていない。これはなぜか。僕は、情報の専門として考えますと、やはりマッチングということになります。それを翻って、地域に目を向けると、高校生というのは地域社会の担い手で地域経済の担い手になり得るはずですけども、やはり高校生と地域とのマッチングが全然できていない。自分の地域は一体どんな会社があるのかもわからない、どんな歴史かもわからないので、何かよくわからないけど近所にある大都市に出ていくみたいな、そういう形のパターンになってしまっています。結局、マッチング不全が人口流出や地域経済に非常にすごく影響を与えているというのが僕の印象です。マッチングというのは、大体、能力でマッチングさせるというのが何か基本みたいですけども、実は全然違って、人間はやはり物語としかマッチングしません。物語というのは、一緒に仕事をするということ自体、物語ですし、その中で物語は共有できないと、やはり豊かな時間を共有できないので、どうしても儲けだけになってしまう。日本人はなかなかそういうのはあまり向かない人達だと思いますし、若い世代は特にそうだと感じます。物語の入り口というのは、信頼性なのですけれども、信頼性というものでマッチングするという感覚をやはり日本もそろそろきっちり出していったほうがいいと思っています。ただ、日本の方々は本当に口下手で、あと、自分を語るという習慣がないものですから、これを誰かに語ってもらうのが一番早いよねと考えています。そこで考えたのが高校生に語ってもらいましょうということです。これは資料がありますので、後で読んでもらえれば良いと思いますが、何をやっているかということ、映画の技術を応用して、高校生に割と本格的に情報の構造分析の方法を教えます。取材方法を教えて、それをどういうふうに構造化していくことをさせます。最後に画像と文字と音声という3種類の情報として、2分間の映像で組み合わせるということをやっているんですけども、これは大学のほうでも教えている基本的なやり方です。これでやると、映画の構造を感覚的につかむことができる。それを高校生たちがやってみたら、やはりかなりおもしろいことができる。かなり困難なことをさせるんですけども、その分、物の見方がいっぱいある、いろんなものに対する解釈の方法はいっぱいあるということに気づいて、それと同時にインタビューした企業がやはりきちんと物語を持っていると、それに対して深く共感していく。そうすると、自分の地域にこんな会社があったんだ、自分の地域はこんなだったんだということが起こってくるわけです。ちょっと高校生が見つけた映像を今、お見せします。高校生が見つけた、拙いところもあるんですけども、ちょっと御覧ください。

この映像は高校生が見つけたんですけども、お感じになったと思いますけど、今の理事長は物すごく怖い人で、市の人とかが何かお願いするときに、怖くてお願いできない人なんです。ところが、この映像を撮った後は、その女子高校生たちに頼むと、理事長が何でも言うことを聞いてくれるという、こういう状況ができていまして、こういう副作用もあるんだなと。要は、話を聞いてほしくてしょうがないんです。しかしながら大人はびびっているんで、何ていうかうまくいかない、結局、ミスマッチング、さっき言ったマッチングがうまくいかないことが原因だと考えています。僕はこれを相互認知容易性と呼んでいるんですけど、簡単に言うと、深いレベルで何かよくわかり合っているという状態、これを相互認知容易性と僕は呼んでいて、相互認知容易性の高い集団はパフォーマンスも高いんですよ。大人同士だけではなくて、やっぱり大人の世界と子どもの世界は昔はつながっていたんですけども、近代以降、どんどん切れちゃって、今、もう学年ごとに切れちゃっていますから、これをもう一回紡ぎ直すということでも、これをやっています。こういうことをやっていたら、徳島に徳島商業という高校があるんですけど、そこを指導していたら、その生徒たちが、かなり大胆なことをし始めたんで、ちょっとその映像を見てください。

こういう形で、要は高校生たちですごくやれるんです。それは、偏差値が高い高校生じゃなくてもやれるんです。そのためには、気づかせるということがすごく大事で、気づかせるための講座がさっき言った認知開発力ということで、認知開発力というのは僕の言葉で言わせていただくと、物事の中に新しい関係性を見出して価値化する力です。それを体系的に教えると、こういうことが起こる。僕はこのオリンピックに関わらせていただいて、オリンピックというのがなかなかいろんな地方の人にとって自分事にならないというのは当たり前だと思う。関わらないんだから、自分事にならないに決まっているんですよ。僕は、一石二鳥、一石三鳥を狙って、結局、高校生だったら失敗もできるし、高校生のフィールドを失敗できるフィールドとして捉えれば良いのではと思っています。話は変わりますが、今、カンボジアにJICAの資金を活用して工場を秋頃に向けてつくっているんですね。そこで生徒たちが商品開発したものを製造して販売するところまで持っています。なかなか知られないんで、カンボジアをオリンピックに置きかえたらどうなるかだと思いますね。オリンピックのために、みんなで商品開発しよう、みんなでサービス開発しよう、みんなで地域を使って何かをしようということではできると思います。結局、そういうことをやっつてねと頼むと、手を挙げてくる人たちというのは、先生が優秀だと思いますので、そういう人たちが中心になって、やはり見本を見せていくと、ほかの人たちも目覚めていくということで考えています。この委員会では高校生を中心としたオリンピックという大人たちとの連携体制の構築もできると、高校生の認知開発の向上にもなり、2020年度以降も、この仕組みはレガシーとして残ると思います。そうすると、何が起こるかということ、要は新しい商品やサービスを開発することで、自分事としてのオリンピック・パラリンピックということが全国に共有されるんじゃないかというようなことを考えています。最後に、先生たちの感想が四つほど抜粋してありますので、これはまたお時間のあるときに、見ていただけたらと思います。どうもありがとうございました。

○大田委員長

ありがとうございました。大変いい映像とお話をいただきました。具体的には、これは高校生のつくった映像を大会スポンサーと、このオリパラの委員会がつなぐわけですが、今後、どう発展させていくかというのをもう少し御説明いただけますか。

○石川アクション&レガシー担当部長

冒頭にも申し上げましたけれども、具体的に榎田さんが関わっている全国の高校の高校生が地域の魅力を発信する映像をつくって、それを例えばですけども、全国もしくはグローバルといいますか、海外に発信をしてインバウンド需要にもつながるような仕組みができないかなと考えています。榎田さんもかなり海外メディアとのつながりもありますので、それを報道することによってうまくできると思っています。当然、まだこれは素案の状況で打ち合わせはしているんですけども、具体的な詰めや検討の話までは至っていませんので、具体的なスポンサーとどうするという事は言えませんが、その仕組みをうまく使って、このプロジェクトを動かしていけたらいいなと思っております。榎田さん、何かありますでしょうか。

○榎田委員

ある程度の映像のレベルのところまでは持っていけると思います。ですから、例えば英語へ翻訳をすればそれは海外へ出せるでしょうし、中国訳をしても中国へ出せるでしょうし、そういったネットワークはありますから、そっちに乗せることも可能です。ただ、僕、身一つで今やっているものですから、これはやはり組織的にもっと広くやっていって、できれば高校の先生たちにこれを指導すれば、この高校の先生が指導してくれるという形になれないかなみたいなことは考えているんですけども、なかなか、今、とにかく実験しながらやってきたようなもので、やっとここ2、3年で結果が出てきましたので、まだまだこれからということですね。

○大田委員長

それでは、皆さんから何か御意見・御質問・アイデア等ありますでしょうか。

○村井委員

以前、この6次化の話聞いて、いろいろと私なりに検討しています。私は大学の学部長のため、いい高校生を探らなければならず、SFCはほかと違った大学生を採りたいと思っています。今、高大連携という、これまでの受験と異なり、学問以外の活動を評価して、入試に結びつけようという動きがあります。文科省は、ちょうど2020年までにそういった入試の体制を整えようということをやっています。このことと、今のお話を結びつけられないかなということを考えてみました。学科にこだわらず、入試を高校の先生方や高校生と活動をされている方と一緒に決めていきたいというのが今の文科省の基本的な方針だと思います。高大連携といっても、色々な大学や学部があると思うので、こういった力が大学に向かって伸びていくということ、しかも2020年というのはタイミングが文科省の狙いとも同期しているので大変よいのではないかと思います。我々は私学のため自由にできるところもありますので、また榎田さんと御相談して、連携を進めていきたいと思っています。

○大田委員長

ありがとうございます。レガシーコンセプトの底力の発揮の中に、多様な人材の活用というのがありますので、何らか2020に向けて具体化すれば大変いいなと思います。よろしく願いいたします。矢ヶ崎さん、何かございますでしょうか。

○矢ヶ崎委員

ありがとうございます。素晴らしい取組で、本当に形になっていくと、じわじわと日本の力にきてくるものだなと思って、拝聴しておりました。方向性も枠組みも、これからしっかり詰めていかれるということも、いろいろ工夫のしがいがあることかと思えます。全国の観光を学んでいる高校、あるいは昔で言う総合的学習の時間を使って、優秀な先生が調べ学習から成果までをきちっと指導している高校が幾つもございます。そういうところの高校生から、インバウンド観光のことについて、大学の先生方にアドバイスや指導をしていただきたいということが結構あります。私も、群馬を初め幾つかの高校から、それも高校生から直接、非常に丁寧なお願いのメールが入りまして、協力いたしました。今回のご提案についても、ぜひ応援団をしっかりとつくり、高校生の活動を応援していきたいと思っています。高校生は映像もしっかり制作しますし、本当に力があると思います。ただ、これを海外からのインバウンド誘致で結果を出すものを持っているとなると、やはり少しプロの支援が必要になります。英訳ひとつにしても、日本語をそのまま意識するのでは通じませんので、そういったことも応援団の力をかりて、いいものにしていくという観点がとても重要なことだと思っております。

○大田委員長

ありがとうございます。よろしくお願いいたします。ほか、よろしいでしょうか。榎田さんから、今の二つの御意見を受けて最後ありますか。

○榎田委員

まず、高校生が何か好奇心が閉じている感じがするんです。そんな中、高校生に活動させると気づきが起こり、気づきが起こると、また気づきが起こることになって、何か盛り上がってくる。それで、知らない言葉、例えば工業系の会社取材させたら、わからない言葉だらけなので、それを自分で調べるようになる。でも、そのスペックの部分だけじゃなくて、何でこんなことをこのおじさんはずっとやっているんだらうということとをどんどん聞いていくので、そのスペックに至るまでの道のりみたいなものがちゃんと物語化できるようになっていく。先ほどの村井先生のお話ともちょっと係りませんが、到底無理と言われていた大学に面接で受かったという子が出てきました。こういうことをやって、こういうことをやって、この会社はこうだったというように話したら、受かったそうです。だから、そんなこともあるのだから、逆に後で聞いて思ったんですけども。そういった能力って、我々のほうがちょっと考えを広げてやっていけばいいのかなと思います。

○大田委員長

楽しみにしております。それでは、次に、サイバーセキュリティの状況について、前回の会議でこの委員会で共有化を図っていきたいというお話がありましたので、その件を含めて、テクノロジーの検討状況について、事務局より御説明をお願いいたします。

○館テクノロジーサービス局長

1枚めくっていただきまして、前回同様、サイバーセキュリティ以外のちょっと簡単に進捗状況を報告します。一つ目、スポーツ観戦を進化させるためのテクノロジー活用ということで、実は組織委員会のほうでも11月末に大学生にお声がけしまして、大会用のモバイルアプリの企画に生かすべくオープンイノベーション手法を使った場合で、アイディアソンイベントを行いました。今後、実は来月にも2回目のディスカッションをやる予定ですけども、引き続き大会本番に向けてブラッシュアップしていく活動を継続していきます。それから、二つ目のスポーツ振興のレガシーを目指したCRM基盤ということで、いわゆるチケットシステムの検討とあわせまして、顧客基盤をどう構築していくかというアーキテクチャ設計に着手しています。これは、チケット購入者だけではなく、ボランティア参加者ですとか、いろんな大会に興味を持っていただいている参加者の方に、大会本番にはいろいろな空き席の状況ですとか、あるいは会場に来るまでのナビゲーションですとか、そういった付加価値を提供していくためのシステムの基盤を構築しようという試みです。それから、三つ目が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としまして、今、競技場のWi-Fi整備に関する推奨モデルをもとに、御存じのとおり、各自自治体との協議が始まっておりますので、この中でも提案をさせていただきます。なかなか地方会場にフルスペックのWi-Fiを入れるということは難しいですが、レガシーとしての防災拠点としての活用なども含めて、なるべくコスト負担の少ない方式も含めて、大会に向けた準備、議論をしているところでございます。次のページは、そのための松・竹・梅モデルと我々言っていますが、どうしても、今、競技場のWi-Fi環境といいますが、アメリカのリーバイススタジアムに代表されるような、かなりリッチコンテンツを対象としたような話が出てくるんですけども、実際には、やはり競技場にいらしたお客様は、競技場のどこかのスペースで必ずWi-Fiでインターネットにつなげられることという要件を満たすだけでも、やはりかなり自治体様のほうで判断をしていただく必要がありますので、そういったモデルも含めて、逆に今度は競技会場だけではなくて、例えばキャンプ地の近くですとか、そういったWi-Fiのコネクティビティという意味でフルスペックにこだわらない検討というのも必要かというふうに考えています。次のページが、今、施設所有者様とのWi-Fiに関して交渉している状況でございます。本日、メインの報告でございますサイバーセキュリティに関わる準備状況です。まず、東京2020大会に関わるテクノロジーが何なのかというところで、なかなかちゃんとした説明を外部にしていなかったと思うんですけども、大きく三つのカテゴリーに分かれます。一つは、観戦に関わるテクノロジーということで、これはいわゆる一般の視聴者ですとか、チケットを持っている観客の方にもわかりやすい映像技術であったり、デジタルメディア、それから最近だとバーチャルリアリティのテクノロジーがあります。それから、組織委員会として、実は一番責任を持たなければいけないのが、競技計測システムや競技運営に関わる情報システムです。これは、実は昨年末からトップスポンサーであります、Atosの東京に常駐部隊を送り込んでおりますので、準備が本格化しています。それから、最後に、大会運営を支えるインフラ・テクノロジーですが、これも今の時代、実はインターネットが通じなくなると、放送局のオペレーションでさえほとんど立ち行かなくなるといのが、今、世の中の現実でございます。そういう意味では、やはり日本のインフラ・テクノロジー全般の信頼性の向上、さらには何かあったときの情報共有、連携の体制というのが課題になっていきます。次に簡単に今の説明を分類してあるんですけども、大会運営の観点だけでオリンピックを守るということは、やはり限界があります。ロンドン大会のサイバーセキュリティの責任者の方もおっしゃっていますが、情報システムだけが完璧に動いてもやはりだめで、結局はレピュテーションを守るという観点が必要になりますので、その周辺のパートナー様側のサプライチェーンですとか、あるいは社会全般に関する東京のインターネット、あるいは電力といった環境も含めて連携して守る、レピュテーションを守るという総合的な観点が必要になります。そうしますと、かなり複雑化することが想定されます。まずはリスクの全体像を明らかにするというのが、最初のチャレンジです。実は、ロンドン大会ですとか、あるいはアメリカの毎年スーパーボウルという御存じのとおり大規模なスポーツイベントをやっております。必ず、何年か前に一種のリスク評価のフレームワークという手法を使いまして、想定されるいろんな攻撃や自然災害等、物理的なシステムトラブルといったもの

がどう大会運営に影響するかということ、マインドマップを使って分析しており、こういった体系的な方法論が必要になるというふうに考えています。主に、今、想定しているのが三つあります。同時多発攻撃・複合的攻撃です。これは今までの日本の官公庁様ですとか、ECサイトが狙われていた以上の桁違いの注目度がありますので、一つ一つの組織が体制を組んでいても、実はボリューム的に対処できないという可能性もあります。それから、自然災害にかこつけて河川監視システムですとか、そういったものを攻撃するという組み合わせも考えられます。それから、もう一つは、これはITのさらなる活用ということで、例えば先ほどCRM基盤のお話をしましたけども、こういった外部システムとのシステム連携、サービス連携というものが、やはり今のクラウドの時代、どんどん進みつつあります。そうしますと、実は一つのインシデントが予期せぬ攻撃化、複雑化した影響を及ぼし得るということがありますので、ここはまさにシステム部門が連携して、こういったリスクの洗い出しをやっていく必要があります。それから、最後に、グローバルなオペレーションということで、実際にはインシデント・レスポンスの共有もある程度、英語のコミュニケーション能力がないと、やはり立ち行かないというような観点がございます。ということで、最後でございますが、今現在、実施状況といたしまして、組織委員会内部の活動というのは、この2年ぐらいでかなり少しずつ強化していきまして、組織的な体制もとりつつありますが、実は先ほどのフレームワークにもありましたけども、外部の関係機関との連携という意味では、実はまだまだ出遅れているところがあります。もう既に3年半前になりましたので、2017年度からここを加速すべく、今、政府や関係機関と相談をしているところです。それから、最後に、第三者チェック・監査の観点です。これも大会1年前にはシステム監査というものをやるための業者を入れています、東京大会でもありますので、もう少し早目に第三者的なパートナーも選んで、大きな目で漏れがないかというチェックをやっていきたいと思っています。以上です。

○大田委員長

ありがとうございました。では、何か御意見がございませんでしょうか。

○村井委員

私も色々関わるところがありまして、これは大変深刻な問題なので、ぜひ守れるように私も含めて頑張りたいと思います。レガシーという視点から考えると、サイバーセキュリティに関しては、二つ大きな課題があります。1つ目は、国民がサイバーセキュリティに対してどういう意識や考え方を持つようになるのかという点であり、2つ目は、産業やサービス、行政等のオペレーションそのものがきちんと安全なものになるかという点です。日本では、この2つが結構遅れているところがあると言われています。つまり、一人ひとりの意識です。サイバーセキュリティはネットワークを使っていますが、何となく紙を使っていることが多いとか、まだインターネットを使っていないことが多いといったこともあります。先日、エストニアの元大統領と話をしましたが、やはりすべての行政サービスで紙の使用をやめてみたら、こういうことが起こったという説明を沢山受けました。日本は進んでいる部分もありますけれども、遅れている部分もある。国民全体のサイバー空間に対するリテラシーであるとか、企業経営者がどういう意識でサイバーセキュリティの問題を考えるのか、これも統計的には日本は非常に低いということが言われています。もちろん行政サービスを担う人間が、どのようにサイバーセキュリティのことを考えていくかも重要です。こういう文化論的あるいは文明論的な意味でのサイバーセキュリティの捉え方を、2020年に向かってどうやってつくり上げるのか、この視点がレガシーに関わってくるのだと思います。日本が安心・安全な国になるということがオリンピックを機会にできるということであれば、それをターゲットにしたアクションを用意しないといけないと思います。私自身、この分野に関わっているので、反省を含めて、やはり守ることは大事だけれども、レガシーという視点ではそういったアクションも大事であり、そういうところは少し準備不足だった気がしていますので、これからまた考えたいと思います。次の世代の中学生・高校生がどういう意識を持てるかなども含まれてくると思います。

○大田委員長

ぜひ、よろしく願いいたします。今の点は、まだ十分に時間ありますので、受け止めていただければと思います。

○館テクノロジーサービス局長

しっかり受け止めて準備したいと思います。

○大田委員長

では、また御相談の上、よろしく願いいたします。それでは、経済界から資料をいただいておりますので、検討状況の報告をお願いいたします。NTTの篠原委員、パナソニックの宮部委員、それからトヨタの河合様の順によろしくお願いいたします。

○篠原委員

NTTの篠原でございます。これまでやってきたことの振り返りでございますけれども、まず深い感動とか新しい体験ということで、伝統芸能と何か一緒にやっていきたいと思います。松竹さん、それからドワンゴさんを含めて、あと、ラスベガスについてはパナソニックさんも御一緒に、三つの取組をしております。ラスベガスでは市川染五郎さんが羽田空港で3Dでインタビューに答えたとか、4Kの映像を9面つなげて、前後左右天井、それを全部映像で生中継したとい

ったようなことをやりました。また真ん中は去年の連休中にこれは中村獅童さんと初音ミクが共演するということに、Kirari!という新しい技術を入れて、この下の写真にあるような分身の術を実現したというものです。他に、ラスベガスの講演の題材に、いろんな新しいICTの技術を使って歌舞伎シアターバーチャル座というのを熊本でやっていこうということで、NTTとしては初めてオリンピックの公認プログラムとして来月実施します。次に、スマートスタジアムということで、スタジアムのいろんなビジネスをつくっていったり、お客様に感動を体験するとことを検討しています。例えば野球の場合でいきますと、右バッターボックスだろうが左バッターボックスだろうがキャッチャーだろうが好きなのところに立つことによって、その視点の映像が再現できるというスポーツ人視点合成技術というのを作りました。もともと、若い子どもたちにプロの技術というものを見てもらおうということでスタートしましたが、野球について言うと、楽天イーグルスさんが実際のトレーニングに使ってくださっています。今、我々としては、例えばサッカーのバナナシュートはどんなものなのかとか、あと、錦織選手のいわゆるドロップショットはどんなものなのかということを実際に体験できるということで、子どもたちに新しい夢を与えたいと思い、取組を進めております。次、スタジアム関係で、スタジアムの座席案内ということで、ちょうど今、横浜国際競技場でやっていますサッカーのところで使っていますが、お客様の座席まで自動的に案内するというに加えて、2.5D地図という平面地図ではなくて、立体が見えるような地図というものを準備することによって、迷わずに移動できるというふうなこともやっています。また国交省との実証実験の中では、バリアフリー情報をこの中に入れて、例えば車椅子の方であればこっち方向を回ればいいよというふうな、バリアフリーのナビゲーションも今、実験中です。次は、これは今、東京メトロさんと一緒にやっているもので、スマホでその位置を自動的に認識して、その位置に適したような関係するような2.5Dの地図を提供することによって、初めて行った駅でも迷わずに移動できるといったようなことを、今、表参道でやっています。他に、いろんな看板にスマホをかざすことによって、この場合はクーポンを手に入れて、それを売っているお店に持っていきと何か安く買えるというふうなものをやっていますが、今、並行して看板の多言語化、例えば駅の看板にスマホをかざすとクーポンが出てくるのではなく、それが多言語化して出てくるというような実験も、今、東京メトロさんとやっています。次も、グローバルに來られた方を意識したのですが、おにぎりにスマホをかざすとそのおにぎりの中身が多言語(15カ国語)と書いていますが、例えばサケが入っているとか、アレルギー情報はどうかといったようなものを出すということ、セブンイレブンさんと去年の末から実証実験をやっています。これは、セブンイレブンだけで使えるということでは意味がないので、ある程度、セブンイレブンさんとやった後に、日本中のコンビニに広げていくということをやっているということで、今、進めています。サイネージを使った多言語一斉情報配信もやっています。今、いろいろな企業さんがサイネージの取組をやっていますが、今、東京の中にもさまざまなメーカーさんのサイネージがあります。そのような様々なメーカーさんのサイネージに対して、一斉に緊急情報を流せるようにしようということで、相互運用基盤というものを準備し、NTTグループが置いているサイネージ、それから他社さんが置いているサイネージ、このシステムをまたいで一斉に災害情報を配信することを進めています。その配信後に、サイネージとお手持ちのスマホをWi-Fiでつなぐことによって、多言語でそれを表していくということを今、竹芝地区で実証実験をやっています。その次が、セキュリティの関係です。先ほど、村井先生の方からありましたが、やっぱり我々オリンピックの一過性というよりも残していくということを考えており、いわゆる情報系だけではなくて、いろんな重要インフラを支える企業の方々で現在48社集まっていますが、48社が集まってお互いでの情報共有の仕組み、それから人材育成のスキームというのを作っています。同じように、次のページにセキュリティ関係があります。セキュリティのときに問題なのは、しっかり分析できるようなプロがやることに加えて、やはり企業の場合ですと経営者、経営層、管理層というものがしっかり状況を把握して判断するということが求められてきます。ここでは、全体を俯瞰して見られるような仕組み、それに基づいてプランをつくる仕組み、それからそれを実践する仕組み、それがうまく動いているかどうかをまた見るという一連のことが横断的にできる、我々の中ではKADANと言っていますが、このようなものを作りました。実は去年の伊勢志摩サミットの場合には、NTTの内部では実際にこのシステムを使って情報連携に役立てたということでございますので、リアルとサイバーの両方のセキュリティを守っていくという観点でこういうものをブラッシュアップして、オリンピックでも使っていければと思っています。

○大田委員長

ありがとうございます。では、宮部さん、よろしく願います。

○宮部委員

私から、この委員会で検討してきました四つの方向性の残すべきレガシーという軸で、私たちの取組の幾つかの例を御紹介したいと思います。まず、多言語自動翻訳というところですが、今、メガホン型と据え置き型について取り組んでおりますので、御紹介します。緊急時のアナウンスなども多言語で発信できるメガホン型のメガホンヤクというのは、公共交通機関である空港や駅だけではなく、スポーツイベントや花火大会など、さまざまな場所で実証実験をいたしました。昨年12月からは実ビジネスとして、具体的には成田空港様に導入しています。据え置き型については、JTB様と協力してホテルや旅館のフロントや施設カウンターでの対面接客、観光案内の実証実験をいたしました。今後、増加が見込まれる訪日外国人の方々の利便性の向上だけでなく、労働力確保の困難な地方においても、ますます活用が見込まれています。対応言語については、現在、日本語、英語、中国語、韓国語、タイ語の5カ国語に加えて、今後、10カ国語に拡大させていきたいと考えています。二つ目の例は、人のかわりに搬送作業を行うロボット、HOSPIと呼んでいるものです。あらかじめ記憶させた地図情報に基づいて、高性能センサーと障害物回避アルゴリズムにより、移動環境を認識しながら走行して、歩行者や障害物に接触することなく、安全かつ効率的にさまざまなものを搬送することができます。先月、1月にホテルのロビーと空港ラウンジで実証実験をしました。ホテルのロビーでは、来訪されたお客様をおもてなしするため、巡回移動によりお客様にドリンクの提供をしました。加えて、ホテルの業務支援として、バスの出発時刻が迫ると、このHOSPIがロビー内を動き回り、バスの出発案内を行い、お客様

へのバス乗車を促しました。空港ラウンジの実験においては、お客様の食事が終了した後、使用された食器をカウンターまで運ぶ下げ膳を実施いたしました。今後は、ロビーの掃除やお部屋の御案内、ルームサービスの提供など、ホテル業務のサポート役となれるロボットが提供できるように引き続き改善を行ってまいります。次に、暑さ対策ソリューション、すなわち熱中症対策としてのグリーンエアコンを御紹介です。このグリーンエアコンでは、当社のマイクロミスト技術を採用しており、濡れないのが最大の特徴です。一般的にイメージするミストは、水のみを噴射する一流体ノズルです。当社のものは、水と空気を混ぜて同時に噴霧する二流体ノズルですので、100分の1ミリのぬれない細かなミストをつくり出します。新聞や眼鏡も濡れませんし、お化粧の気になる女性の方も安心して御利用できます。マイクロミストに加えて、エアーカーテンを組み合わせることで、屋外の風にも流されにくい冷却空間ドームをつくり上げています。さらに床面には、水の蒸発を防ぐ保水ブロックを敷き詰めることで、内水効果を発揮させ、体感温度を下げます。保水ブロックは、真夏でも1週間保水する繊維質の特殊なブロックです。バージョンも増えており、昨年の夏に新橋駅前を実証実験をしたパーゴラタイプ、フジ棚のようなタイプのほかに、バスステーションなどにも活用できるタイプも開発をしています。四つ目は、新しい防犯システムの運用について御紹介します。ウェアラブルカメラなどICT機器を装備した警備員などを競技場内に配備します。異常を検知した場合に、監視設備と連動で事象箇所や状況を迅速に察知して、現場のリアル映像を共有することで、よりの確で迅速な対応を行うシステムです。特に、無線伝送で簡単設置が可能な仮設型監視カメラシステムを構築し、スタジアムや屋外公道競技会において実証実験を行いました。このように、パナソニックとして、レガシーにつながるようなさまざまな実証実験を行ってまいりました。2020年を通過点として、よりよい生活、よりよい世界となるように引き続き皆様の御支援をよろしくお願いいたします。

○大田委員長

ありがとうございました。では、河合さん、よろしくお願いいたします。

○河合様

水素社会の構築ということで、現在、取り組んでいる内容を御紹介させていただきます。

まず、1ページ目は、水素の利活用です。現在、FCバスを2017年初めと書いてありますが、近々、トヨタブランドで発売開始をしまして、2台東京都で走らせる予定です。2018年から、さらに台数を拡大し、オリンピック・パラリンピックのときには東京を中心に100台以上のFCバスが走っているという状況をつくりたいと計画しています。それから、二つ目が、FCのフォークリフトです。昨年、FCのフォークリフトの販売が開始されました。こういったものがさまざまな工場などで使われるという状況をつくってまいりたいと思います。また、FCVですが、MIRAIを発売したのはちょうど2年ほど前ですけれども、昨年末の時点で、国内で約1,500台のFCVが走っております。2020年のオリンピック・パラリンピックのときには、次世代のFCVが会場周辺で走っているという状況をつくりたいと考えております。

それから、発電といった見方ですと、定置型の家庭用の燃料でエネファームをアイシン精機が出しておりますが、これは世界で最大効率のものです。パナソニック、東芝も方式違いのものを発売しています。国内で3社が製品として各家庭に配置をしていただいています。もう一つ、大きいほうですが、水素を活用したガスタービンの発電機能を開発もされています。これは、水素専焼タービンということで、CO₂が全く出ない火力発電を検討いただいています。

次のページ、2番目が水素を製造して輸送するというのですが、一つは利用価値のない資源、例えば下水処理場の汚泥から水素をつくって活用しようという動きが福岡市で検討されています。それから、褐炭という非常に使い勝手が悪い石炭をオーストラリアで水素に変えて、排出されたCO₂はCCSで埋めるということで、その液体水素をタンカーで日本に運んでくるという実証実験が検討をされているところです。

それ以外に、再生エネルギー活用のCO₂フリー水素ということで、例えばですけれども、横浜、川崎地域で風力発電によって製造した電力を活用したCO₂フリー水素をフォークリフト等へ供給するというような実証実験を始めています。また、東京都と福島県が連携し、国とも連携しながら、福島県で発生させる風力あるいは太陽光発電を活用したCO₂フリー水素をオリンピック・パラリンピックでも活用しようというような検討がなされているところです。

最後のページですが、東京オリンピック・パラリンピックの会場周辺で、一部とはいえ、ここに書いてあるようなさまざまなFCVやバス、フォークリフト、ステーション、家庭用燃料電池、あるいは次世代型の大型燃料電池、あるいはCO₂フリー水素といったものが登場するわけですが、最大の課題は、これらを国とか都、企業と連携し、どのようにして世界中のお客様にアピールして見せるか、あるいは見ていただくか、この横断的な仕組みがまだできていないので、関係各国、都、企業を横断して協力していけるような体制をつくっていくのが必要と考えています。

○大田委員長

ありがとうございます。それでは、次にアクション&レガシープラン2017の策定に向けてということで、事務局より説明をお願いします。

○石川アクション&レガシー担当部長

資料6のアクション&レガシープラン2017についてを御覧ください。

昨年の7月にアクション&レガシープラン2016を策定しました。アクション&レガシープランにつきましては、2020年の大会終了後に、2016年から2020年までの5年間の取組について整理をし、東京大会に向けて何をレガシーとして残したかということファイナルレポートとして整理する予定です。2017、2018、2019年と年次改訂の方向性を整理したいと思います。プランそのものは基本的には大きな改訂をせず、環境を踏まえた変化点なり視点があれば、内容

を精査したいと思います。もしこの点につきまして御意見等ありましたら、いただければと思います。また、さまざまなステークホルダーが実施するアクションについては改めて整理をするとともに、後ほど御説明させていただきますレガシーコンセプトに基づいたアクションの仕組みであります、東京2020参画プログラムの認証案件についても整理をしていきたいと思ひます。

また、2020年大会の直前3カ月ほどで、いろんな5本柱のアクションを一気に集約させ、盛り上げを図るイベントや事業、当然、レガシーの観点も含めたイベントや事業になると思ひますが、そういったものを東京フェスティバルとして集約化したいと考えていますので、この辺りの考え方についても整理をしていきたいと考えています。

○大田委員長

これは事務局でアクション&レガシープラン2017を御検討いただいて、私どもも検討するということになりますか。

○石川アクション&レガシー担当部長

次回の専門委員会は、夏ごろの開催を検討したいと思いますので、それまでに整理をして、一度御審議をしていただけたらと思ひます。

○大田委員長

わかりました。何か御意見ありますでしょうか。それでは事務局に、このアクション&レガシープラン2017の検討をお願いしたいと思います。では、よろしいでしょうか。では、どうぞよろしくお祈ひします。その後、また夏ごろ私どもも共有させていただきます。

それでは、二つ目の議題に入ります。東京2020参画プログラムの進捗状況について、事務局より説明をお願いします。

○石川アクション&レガシー担当部長

続きまして、資料7の東京2020参画プログラムの状況と今後の展開を御覧いただきたいと思ひます。昨年の10月から東京2020参画プログラムがスタートしました。公認プログラムと応援プログラムという2種類がございます。公認プログラムは、各省庁、開催都市、スポンサー、JOC、JPC等々、大会のエンブレムが使える対象団体の事業を認証する仕組みです。応援プログラムについては、ロンドン大会のインスパイアプログラムに代表されるように、裾野を広げて日本全国でこのマークをつけた事業を実施していただき、盛り上げを図ろうというもので、非営利団体が実施する事業やイベントを対象としています。東京2020参画プログラムの分野ですけれども、アクション&レガシープランの5本の柱を8つに整理しまして、各分野ごとに事業やイベントを認証しています。

2ページ目は足許の認証実績です。主体別認証アクション数、分野別認証アクション数を見ていただくと一目瞭然ですけれども、文化とスポーツ・健康に関わる事業やイベントが7割程度占めております。また、経済・テクノロジーも、いろいろなシンポジウムですとかテクノロジー系のイベントを中心にアクションが実施されています。また、一番右に学校の認証数がありますが、東京都を中心に小・中・高校を2,300校ほど学校認証という形でオリンピック・パラリンピック教育を実施している学校を、このマークをつけて認証しています。学校認証については、今後全ての自治体の小・中・高校にも、この対象を広げる予定です。

3ページ目を御覧ください。全体のアクション数は、学校認証を除くと約400件あります。このうち14件が経済・テクノロジーです。次のページ以降が、事例紹介です。一つが、みずほフィナンシャルグループと日本経済新聞社で経済分野でのフォーラムを実施していただきまして、みずほフィナンシャルグループの佐藤社長や日本経済新聞社の岡田社長、高田委員、武藤総長、中村CFOも登壇していただきました。今後、定期的にフォーラムを開催していただくということもお聞きしていますので、引き続き大会の盛り上げをお願いします。

続いての事例紹介はCEATEC JAPAN2016です。CEATEC JAPANは2020年に向けてオリンピック・パラリンピックの見本市として位置づけ、イベントを開催していただけるという方向で話が進んでいます。今年から一番下に記載していますとおりNECから三菱電機まで多くのスポンサー企業も参画をしていただきました。このような見本市を活用し、日本が誇るテクノロジーを世界に発信していきたいと思ひます。その他にも、組織委員会の中の話になりますが、車椅子バスケットボールをテクノロジーを活用してどのように見せていくかというテーマで開催したアイデアソンも、経済・テクノロジー分野のイベントとして認証し、盛り上げを図りました。

次のページは、このプログラムの展開スケジュールですが、この応援プログラムを今年の夏以降、全ての非営利団体に対して拡大していく予定です。足許の対象団体は約250団体ですけれども、夏以降には数十万団体まで対象を拡大し、一気に盛り上げていきたいと思ひます。具体的には、8ページ目で公共関連からその他まで記載しています。このような非営利団体をこのプログラムの対象として事業やイベントを認証して盛り上げを図ってきたいと思ひます。

9ページ目は、東京2020フェスティバルです。冒頭で少し触れさせていただきましたとおり、2020年大会の3カ月から4カ月ほど前に、全ての柱の事業やイベントを集約して、一気に大会を盛り上げていきたいと考えています。足許、文化にて検討をスタートしていますけれども、全ての分野において、このフェスティバルに参画できるよう調整を図ってきたいと思ひます。

最後の10ページ目はジャパンプランドの発信に向けてです。この参画プログラムは、日本全国に裾野を広げて盛り上げを図るという活動が中心ですけれども、本委員会ですらいろいろと議論していただきました日本の経済の強さですとか、

日本の素晴らしいテクノロジー、いわゆるトップ・オブ・トップをどのように発信していくかということが、大変重要かと思えます。この辺りは関係機関、各省庁とも御相談をさせていただきながら、ロンドン大会のGREATキャンペーンも踏まえ、具体的にどのようなやり方ができるかということ、今日御意見いただければと考えています。

○大田委員長

ありがとうございます。今の御説明に対して御意見をいただきたいと思えます。特に最後のページのジャパンブランドをどう発信していくのかについて、この委員会でも議論しました高性能経済、あるいはFor Allのためのロボット、バリアフリーの技術、このようなものをどのように発信し、ジャパンブランドというものをレガシーとして残していくのかというところで、広い観点から御意見いただければと思えます。

○高田委員

先ほど少し紹介していただいたのですが、皆様のお手元にあります、みずほOneシンクタンクレポート「2020年東京オリンピック・パラリンピックの経済効果」というのを最近つくらせていただきました。

レガシーという関係で申し上げますと、レポートの19ページに、1964年の東京大会と今回の東京大会というのは、かなり位置づけが違っているのではないかとということで、ここにありますように1964年は新しい技術ということで戦後の復興をアピールしたところから、今回は、日本の文化やブランドをアピールする、その中にはダイバーシティですとか、先ほど御紹介があったようなさまざまな技術、観光、また、健康など高齢化社会への対応といった日本において課題と言われていたところを逆手にとってPRし、新たな日本の成熟社会というものを世界に示していくというのが重要ではないかなと思えます。ですから、先ほど御紹介いただいた技術というものと両輪で新たな高齢化社会みたいなものを含めて、新たな日本の像みたいなものを先進国だけではなく、新興国等に向けても一つのジャパンモデルということで取り上げることができるのではないかと考えます。この観点から言いますと、20ページ目のところにありますダイバーシティ、或いは、共生社会というような内容の部分があります。また、先ほどからいろいろ議論がありましたが、この21ページのところのさまざまな技術力という部分も、御指摘いただいたようなハードだけではなくて、金融や認証、多言語などのソフトの部分について、おもてなしも含めたものをどんどんPRしていくことができると思えます。

それともう一つは、この後半部分、26ページ目以降にスポーツを産業として位置づけていくということを書かせていただいています。そこでのキーワードが、スポーツをする・見る・そして支えるという、新たなスポーツをめぐる産業、こういうものを経済として位置づけていくというような発想は、意外と日本になかった部分ではないかなと思えます。

先ほどから御議論がありましたスタジアムの中でということもありましたけれども、プレーヤーだけではなくて、見るもの、見る人、またそれを全体的に担う人というような幅広い位置づけとして、いろいろなものを発信できればと考えています。

○大田委員長

ありがとうございます。その発信の手法、アピールのやり方を含めて何か御意見お願いいたします。

○矢ヶ崎委員

私が一番重要と思ったのは、体制です。ジャパンブランドを発信するのは、誰がコントロールしてやるのかということですね。

資料の10ページにもGREATキャンペーンの例が出ておりまして、英国の取り組みは成功事例だと思います。中心的な役割を担ったVisit Britainは、このキャンペーンを集中的に進めることができるように余計な仕事をほかの省庁につけかえるということまで行き、しっかりした組織体制をつくりました。事前のキャンペーンと大会最中のキャンペーンと、それから五輪大会が終わった直後というのが一番重要なところでしたので、ここに「Memories are GREAT」というのを実施しました。キャンペーンの予算配分は大会の前、中、後で2:2:6でした。大会が終わった後にCountryside is GREAT、それからInnovation is GREATというキャンペーンを続けながら、非常に展開性やバリエーションがあるキャンペーンを行いました。五輪開催はロンドンだが英国全体にはいろいろな強みがあるという多様性をPRするところまでやりました。このようなこと全体を統括してやるという体制を、日本の中でどのようにつくっていくのだろうかということが重要かと思えます。

日本のプロモーションをしている日本政府観光局というところがありますけれども、これはやはり観光に特化したことでありますし、ジャパンブランド全体、テクノロジーの強さまでということまでは、体制的になかなか厳しいのではないかなと思えます。そうしますといろいろところが連携するというのが大変重要かと思えますが、誰が司令塔として責任を持つのかということが、大変心配と思えます。

○大田委員長

おっしゃるとおりですね。この一連のブランドづくりをどこが担い、キャンペーンの企画、プロモート、そして高田さんが言われた何を訴求し、その後どう産業として活かしていくのかというのが重要と思えます。事務局としては、そういう司令塔はどこにあると考えているのでしょうか。

○中村企画財務局長

正直申し上げて、組織委員会がそこまで担えるかという、二つの意味で厳しいところがあります。一つは、我々は2020年になくなってしまいう組織でありますので、今、矢ヶ崎委員のおっしゃっていただいたように、その後に責任を持つところが物理的に難しい。あとはマンパワー的にも、なかなかそこまで手が回らないというのが実情です。この辺りは、申し訳ないのですが、今日、経済産業省の俣野さんに来ていただいています。何かアイデアがありましたら、御紹介いただけますでしょうか。

○俣野総括課長補佐

ジャパンブランドの発信ということで、経済産業省はクールジャパンをはじめ、文化・経済の情報発信や輸出を担っています。オリンピックだからこそ、オリンピックのために国家のPRをするのかという議論と、オリンピックというものを使って、より一層、今、進めている政策を加速化させるという議論など、さまざまあるかと思えます。少なくとも文化発信の文脈では外務省がおやりになられていて、経済面だと経済産業省がやっています。先ほど御指摘がありましたけれども、インバウンドの文脈だと観光庁がやられています。ただ、これだけ世界中からいろいろな注目が集まっているので、何らかの一つのメッセージでつなぎながら、それに組織が必要かどうかというのは、またこの後議論かもしれませんが、この機会を捉えていくのは、既存の政策を推進していく上でも非常に大切なのかなと思います。

もう一つは、先ほどブランドというお話もありましたけれども、一つハンドオーバーのところでは日本のブランドというか、一つのセンス、色をあそこで出したわけですので、どういう品質というか、どういうクオリティー、トーン＆マナーをどういうものにあわせていくのかというのは、それを政府が考えるのか、オリンピックに向けてなので組織委員会のハンドオーバーのカラーにあわせていくのか、そういう辺りはまた議論をしていくことかと思えます。いずれにしても既存の施策を進めていく上で、このオリンピックというのをどういうふうに使っていくのかというのは、必ずプラスになると思っていますので、うまく連携をとってやっていければと思っております。

○中村企画財務局長

先ほど石川から御説明申し上げましたけれども、2020年のまさに聖火リレーが開始される辺りから、東京2020フェスティバルということで、いろいろな分野で盛り上げていこうと思っています。そこには海外から何百万人単位で、観光客がいらっやいますし、海外のテレビも日本や東京のことを必ず映像化しますので、そのときに何を見せるかということは、非常に大事な視点だと思っています。それを2020年になって急に考えるわけにはいきませんので、この委員会でもいろいろなアイデアをいただければと思います。

参画プログラムも、イベントで盛り上げようというのが一つ柱ではございますけれども、今日御説明いただいたパナソニックであるとかNTTであるとかトヨタの方々の技術自体も参画プログラムの対象だと思っています。人が集まるイベントだけが参画プログラムではなくて、参画プログラムの裾野を企業の最先端の取組なども取り上げて、それをPRに使い、さらには2020年の技術のショーケースにつなげていければいいなと思っています。その過程では、ぜひ経産省とか内閣官房、あるいは東京都のお力も借りながら、進めていければと思います。

○大田委員長

省庁間の連携ができたことはないですよ。これは、やらないということに等しいので、やはり、そこには司令塔がないといけません。ここで議論してきたのは、このオリンピックを使って、オリンピックという機会にジャパンブランドというものを、もう一度私たちも共有し、発信しようということです。いろいろな角度から中身は議論してきたわけですが、それをキャンペーンとして結実させるためには、まずブランドメッセージというものを明らかにし、どういうキャンペーンをやるかという、これはプロの力が必要なものだと思います。これは聖火リレーのときにできるような話ではなくて、やはり今の時点で何か専門家の方に集中的にまず議論していただいて、ロンドン大会でのGREATキャンペーンというのが日本の場合は何なのか、GREATがイギリスのブランドであるとしたら、日本のブランドは何なのか、その中にいろいろな高性能の製品も入れれば、文化も入れれば、おもてなしのサービスも入れれば、あるいは地方も入るといことだと思えます。その辺りで、皆さんからもアイデアをいただいて、御検討いただきたいと思います。

○村井委員

かたい話とやわらかい話を1つずつしたいと思います。私も今、大田さんと同じことを言おうと思っていましたが、本当に縦割りだと、このジャパンブランドの話はできないのです。先ほど、内閣、外務省、経産省などいろいろと出てきましたが、ブランドというのは本来、文化庁の所管です。つまり、文化庁がうまく機能していかないとだめだと思います。日本の国際的なブランディングを進めていくためには冗談半分ですが、文化庁をオリンピックまでに文化省にするというぐらいの気持ちでやるのも必要だと思います。

やわらかい方の話ですが、実は2月1日にIDPFという組織とW3Cというワールド・ワイド・ウェブの組織が統合すると正式にアナウンスされました。IDPFというのは、EPUBという電子出版の標準化を進めている組織です。W3Cというのは、ワールド・ワイド・ウェブの根幹となる技術の標準化を進めている組織です。この二つの組織が統合することになりました。3年かかりましたが、2月1日から公式にメンバーシップが一緒になります。このことは、紙で印刷していたものと、スクリーンの中のウェブ上で表示されていたものが、電子表現において同一の標準を進めていこうということに合意したということの意味します。ウェブで一番苦労していたのは、日本語の表示と縦書きです。これを何とかやろうということで、

文化庁を舞台に色々な議論をしてきました。

現在、一番のマーケットは漫画です。漫画は世界中にインパクトを与えていて、世界中でたくさんコピーされていたのですが、今、イリーガルコピーが回収期に入っているとされています。海外の漫画は左開きだったのですが、2年前に日本の漫画の影響で、ついに右開きになるという、つまり、文化そのものを変えてしまいました。日本の漫画はすごい力を持っています。「ヒカルの碁」という漫画が流行ったから、世界中で囲碁プレーヤーが増えました。漫画が電子化されていくことで、これからの4年間で、漫画の出版によるインパクトがさらに大きくなると思います。

ところで、漫画のキャラクターというのは、それぞれ有名なものがあります。どのキャラクターを使うかというのは、おそらく組織委員会でも考えていたと思います。ゲームのキャラクターも有名です。ところが、ストーリーとしての漫画とかパブリケーションとしての漫画というのも、今、電子出版や縦めくりの漫画がスマホ用にできてまいりまして、こういうものが世界に大きなインパクトを与えたいと思います。何が言いたいかというと、現在、出版社が漫画を世界中に売ることに関心を示しており、しかもかなりの文化的な力を持っているこの漫画産業を、ジャパンプランドの発信と絡めて考えると、さきほどの電子化も含めて何かいいタイミングではないかなという気がしました。

○高田委員

結局、こういう発信というのは、今、いろいろな省庁の中にもございましたけれども、私はサービス業の輸出そのものではないかなと思います。そういう意味では、新たな産業の輸出だというぐらいの観点で、国自体の成長戦略というような発想ぐらいで臨んでいただいてもいいのではないかなと思います。従来の経済や文化ということにとどまらず、サービス全体をパッケージとしてどんどん世界に輸出し、それで富を稼いでいくという、そのぐらいの意識で臨んでもいいのではないかなと感じました。

○篠原委員

こういう議論をしていますと、テクノロジーという言葉は出てくるのですが、リサーチという言葉はなかなか出てこないですね。去年、大隅先生がノーベル賞をとったときに、昔そういうことをやっていたから、今のノーベル賞があるんだ。ただ、今、そういうことがだんだん軽視されていって、これから先、危ないという観点で言うと、ぜひリサーチという側面も何らかの格好でアピールしていただきたいと思います。

一例でお話ししますと、東京大学の先生で、これまでの一番正確な時計は、3,000万年に1秒狂ってしまうと言われます。その先生がつくった時計は、30億年に1秒しか狂わないんです。これが何を意味するかというと、アインシュタインの相対性理論を確かめることができるということです。例えば、地表とスカイツリーの上で時間の進み方が違うというのを測定できるんです。今、我々が考えているのは、例えばオリンピックの開会式の1年前に時間をずらしておいて、1年たった開会式の日には高さの違いで時間がぴったり合うというようなことができないかということを考えています。今のは余談でしたが、リサーチということを何らかの格好で入れていただきたいというのが、思いとしてあります。

それともう一つは、先ほど館さんから、アプリをオープンにつくっているという話があったのですが、日本に来る方から見ると、オリンピックのアプリというのがあって、地下鉄に乗ろうと思ったら地下鉄のアプリというのがあって、JRに乗ろうと思ったらJRのアプリがあるというのは、どう考えても便利じゃないと思います。本当はそれがビジット・ジャパン・アプリみたいな格好で全部一つになっているといいのですけれども、そういうものを国として指導していいのかどうかというところがよくわからないです。ただ、今のまま放っておくと、絶対にばらばらになることは目に見えているので、そこをどうしていくのだろうということが心配です。

あと、先ほど、高田さんからは、ロボットとかAIとかというのが、これからキーワードだと話がありましたけれども、では、例えば、本当にジャパン・イズ・グレートというのであれば、日本の全ての最先端の技術を組み合わせたロボットというのをつくればいいのかと思います。しかしながら、どれが最先端かというのは、誰が判断するのかということ、しっかりと冷静に見ていかないとけない。これは個人的な考えですけれども、世界中のロボットの研究者というのはやはり鉄腕アトムが一番憧れです。だから一番いいのは、お金がかかるかもしれませんが、鉄腕アトムを用意してきて、そこに日本中の一番いい、例えば、言語系のエンジンとか、いわゆる翻訳のエンジンとか、そういうものを全部組み合わせて、これがジャパン・イズ・グレートというふうに言えばいいのですけれども、そういうのを誰が決めたらいいいのかというのは、非常に難しいなと思います。これは国に決めてくださいと言われると、産業界の私の立場から言うと、そんなこと決めないでくださいと言いたくなるのですけれども、そこをどうするのかということをお聞かせ願いたいと思います。

○大田委員長

この議論が出たときは、どれが最先端かということよりも、ショーケースとして、見本市として、いろいろ出していこうということでしたので、イメージとしてはいろいろなすぐれたものに何らかのマークなどを付けて、それをいろいろなところで見せていこうということでした。

○篠原委員

そういうことでしたらいいのですけれども、前者のいわゆるアプリみたいなものがばらばらになっていて、使う側から見ると非常に不便だというのは、やはりお客様のことを考えると、そこは何らかのガイドラインみたいなものがないと不便になるのかなというようなことを心配しています。

○大田委員長

今の点、大変重要だと思います。まだ御検討いただけますか。

○館テクノロジーサービス局長

実は、その点も内々には検討しております、特にやはりWi-Fiの認証のところでは海外の方はSSID選ぶと簡単につながってしまいますので、認証アプリをなかなかダウンロードしていただけません。大会用のモバイルアプリというのは、リオ大会でも組織委員会へ提供しているのですけれども、そのダウンロードに合わせてセキュアな認証アプリも一緒にインストールさせるなどの、トリガーは活用すべきだと思っており、新国立競技場だけではなくて、地方の競技場や、できれば地方のキャンプ場も含めて同じ認証で連携できればと思っています、ただ、ある競技場のあるスペースに行けばシングルサインオンでつながるといことは、多分海外の方にとっても一種の驚きにつながるのではないかなと思っており、それはできなくはないかなと、作戦を考えています。

○大田委員長

このジャパンブランドをどう発信するかというのは、大事な議論ですので、また夏にもう一度やりたいと思いますのでお考えいただき、事務局にも御検討をいただけますでしょうか。以前、集まれる委員長だけ集まるということ、宮田先生と小宮山先生と私が集まって、GREATキャンペーンのGREATに代わるものは何だろうか、訴求するものはやはり江戸ではないかという議論を行いました。江戸のからくり人形もあれば、堂島の米市場もあります。江戸の粋はアピールできるのではないかという議論だったのですが、そのような議論をもう少しプロの方にやっていただき、何らかのキャンペーンを形にできればいいと思います。中身はいろいろ揃いつつあるのだらうと思います。また夏に向けてぜひ皆さんの御意見をいただきたいと思っております。

それでは、最後の議題ですけれども、東京2020大会の施策について議論をさせていただきます。まず、セレモニーについて事務局より説明をお願いいたします。

○中村企画財務局長

2月1日に組織委員会の理事会が行われまして、そこで開・閉会式の式典について検討する委員会を立ち上げようということになりました。これは春に立ち上がるわけでございますけれども、実際に開・閉会式に向けた議論を組織委員会としてスタートさせようということになりました。開・閉会式のほかに聖火リレーであるとか、マスコットなど、具体的な取り組みが進んでいるところでございますけれども、今回は開・閉会式につきまして、この委員会で皆様の御意見をお聞きしたいと思います。

まず、オリンピック・パラリンピックの開・閉会式とはということでございますけれども、資料にありますとおり、参加者数、観客数、視聴者数、テレビ放映国数、予算のどれにおいても世界最大規模のセレモニーでございます。その都市、その国の国民、文化などをプレゼンテーションする場であって、大会の成功を表す一つの指標と言われております。過去の開会式のアウトラインが下にありますが、1984年のロサンゼルス大会では開会式のショーアップ化、空飛ぶ人間が出たというところをご記憶にあるかと思います。2000年のシドニー大会では現地人のアボリジニーに焦点を当てまして、その国の創生や歴史のアピールが行われました。2012年のロンドン大会は、ちょうど産業革命前後のイギリスを表現しまして、そこから国が発展し、世界にポジティブな影響を与えたというところをプレゼンテーションいたしておりました。先のリオ大会では、ブラジルの美しい自然や民族の多様性などが表現されまして、ブラジルの歴史、また、環境会議がリオで行われたことを捉えまして、環境に焦点を当てた開・閉会式のプレゼンテーションが行われました。

3ページ目はIOCが定めている開・閉会式の基本的な流れでございますけれども、いわゆる芸術パートのほかにいろいろなプロトコルがございます。大きな注目を当てるのはやはり芸術パートと選手の入場と最後の聖火点灯でございます。ここでIOCから開・閉会式についてまとめたビデオを、3分ほどのビデオでございますので御覧いただけますでしょうか。

先ほど申し上げたとおり、この春から式典委員会を設立いたしまして、この資料の次のページにありますとおり、まずは基本方針の検討から入っていきたく思っております。その後、いろいろ演出に関わる者の選定などの制作体制の決定に入るわけでございますけれども、まずは基本方針として、2020年の開会式で日本の何を見せるのか、東京の何を見せていくのかといったところの基本方針に関する検討を、この式典委員会をお願いするわけですが、それに先立ちまして、各委員会でもいろいろな御意見を頂戴しまして、それを式典委員会のほうにフィードバックし、4月からの議論に役立てたいということでございます。

最後のページに幾つか切り口を載せておりますけれども、「1. 開会式・閉会式は誰のために実施するのか?」。アスリートのためなのか、国民のためなのか、都市や国のためなのか。「2. 開会式・閉会式は何のために実施するのか?」。アスリートや観客を歓迎するためか、スポーツ大会オープニングのためか、日本のテクノロジーを全世界にアピールするためか。「3. 開会式・閉会式のレガシーは何であるか?」。開催都市や国のプレゼンスアップ? アスリートを含む見た人への感動? 若者へテクノロジーへの興味を抱かせること? 「4. 開会式・閉会式で何を伝えるか?」。日本の歴史? 伝統芸能? 日本の四季の美しさ? 最先端のテクノロジー? 重複するところもございまして、4番などを中心に御意見をいただければと思います。よろしくお願いたします。

○大田委員長

それでは、御意見をいただきたいと思います。

○石黒委員

誰のために、アスリートのため、国民のため、開催都市や国のためなんてことは、今のIOCからの映像を見ても、何も考えていないからこそすばらしいと思います。それで、何のためにというのも、アスリートや観客のためというのは、現場的過ぎます。スピリットがないとか、心がないとか。

経産省から今日配布された未来開拓部会の資料に、「オリンピック・パラリンピックは古代オリンピズムの精神に基づき、いかなる差別もなく平和な社会を推進する社会的装置としての意義をもつ」と書いてあるじゃないですか。クーベルタン男爵だって古代オリンピックの平和実現の理想ということで、「エケケイリア」というらしいですけど、それに着目してオリンピックを復活させたのでしょうか。全ての問題はそこに収斂するはずなのに、なぜオリンピック組織委員会が2017年2月において、このような発想をしてしまうのだらうと、その矮小さに私は信じがたい気持ちがあります。毎回毎回、オリンピック・パラリンピックの開会式・閉会式、すごい感動を全世界に与えるじゃないですか。その感動をどうやるかというのは、その式典委員会のほうで具体的に詰めて、演出で頑張っしてほしいけれども、演出するのだから心がなかったら何にもできないというのは当たり前だと思います。こういう議題を出す前に、これ恥ずかしいから撤回したほうがいいと私は思うぐらいなので、お考え直してくださいませようお願いします。

○中村企画財務局長

大変失礼いたしました。おっしゃるとおり、オリンピック・パラリンピックはオリンピズムの精神ということで、友情であるとか平和、スポーツを通じて世界を変えていこうということがメインになりまして、パラリンピックも障害を乗り越えて頑張っていく姿をそれぞれの国や社会の発展に結びつけようというところが出発点でありまして、その観点に立ちつつ、枝葉のところは先に出てしまっていて、そこはお詫び申し上げます。大変失礼いたしました。

○榎田委員

開会式について、先ほどブランドメッセージと言いましたけれども、そもそも日本とは何なのかということをやはり共有しなければいけないと思っていました。あと、ブランドとは何なのかということ、僕は僕なりに生徒に教えるときに、ブランドというのはデザイン化された哲学だという言い方をします。昨年、九州の地震の支援で、中国からのインバウンド客が激減したということで、中国の大学の先生たちを呼んできました。12日間、高名な映画監督も含めて旅して写真撮ってもらったんですけども、そのときにどこが一番よかったと聞いたら、部活と言われたのです。観光で呼んでいたんですけども、部活が一番よかったという話になって、何で部活がいいんだと言ったら、道(ダオ)を感じると言われたのです。道です。彼らは日本人の優秀さの秘密がわかったと言ったのです。僕らが忘れていた、その道という感覚が実際に部活の中であって、少し見ていただければわかりますけれども、これは野球部なんですけれども、彼らからして見るとこんなふうに見える。誰もいないグラウンドにおじぎして入ってきておじぎして出ていくというのは世界で珍しいのですよ。他にもいろいろ見てみると、例えば、中小企業のおじさんがほんとうに一所懸命に仕事をしている、何か道とか言えないようなものを感じるし、被災地でみんなが自分の命の危険を省みず相手を助け合うというのは、これは人の道という言葉がやはり出てくるし、そういったものが日本人の特徴というふうに思います。

だから、GREATなのか道なのかよくわかりませんが、そういったものをしっかりと理解して、もう一回整理したほうがいいです。ですから、開会式でしたら、道に外れるものが世界にあふれているわけです。差別であるとか、いろいろなものが。例えば、聖火リレーの人が会場に入ってくるときに、バーチャルなウォールがあって入れない。バーチャルなウォールをよく見ると、例えば差別とか、妬みとか恨みとか、そんな言葉が他国言語であって、その言葉がウォールをつくっている。そうしたら、会場に侍が出てくる。例えば古武道の先生とかを呼んできて、それが一回刀を抜くたびに何かが消えていく。例えば、女性がなぎなたでえいっとやったら何かが消えていく。それで最後に壁が崩れ落ちてやっと聖火リレーの人が入っていくみたいなイメージがあって、それは道というものは、やはり日本人の特徴だと思います。だから安全だし、頑張っている。だから日本人はずるいことをするとすごく怒るのです。といったことをもう一度考えて、すごくベーシックなところを一回皆で共有しないと、日本人で何なのかといっても、高性能で高テクノロジーというのは、それはそうなのだけれども、それは表層的なもののイメージになってしまっていて、何でこうなったのというところの元にあるかだと思います。日本人の哲学は何かということがやはり表現されたほうがいいと思うし、そういう意味だったらいつそ外国の方に任せてもいいかなと思ったぐらいです。

○大田委員長

ありがとうございます。先ほどのキャンペーンメッセージとつながる話ですが、もう一度お考えいただけますでしょうか。

○矢ヶ崎委員

今、御指摘ありましたように、4番目の何を伝えるかということについてですが、全体的には感動を伝えるのですけれども、その要素として日本人という要素がちよっと足りてないなと思います。そして、その伝え方はやはりプロがきちっと考えていくのだと思います。

それと、メディアの方々に、伝えるための支援ツールを御用意されるのかどうかということについて、今ではなくてもいいのですけれども、また次の機会までに教えていただければと思います。これから東京五輪だよということを世界中のメディアが発信していきます。メディアの皆様がいらっしゃるのでも申し訳ないのですが、世界のメディアの皆様方がすべからず日本に対する一定以上のリテラシーを持って、きちっと正しく伝えていただけるかということは甚だ疑問なのです。少なくとも誤解を生じさせないように、メディアの皆様方に日本を記事にするならこういうものを使ってください、こういう資料がありますよ、東京ならこうですよ、日本とはこうなんですよというメディア向けのキットやアーカイブのようなものが要ります。英国ではつくっております。そういうものの作り込みは時間がかかることから、今からやっておいたほうがよいと思います。東京五輪の開会式の解説を各国でしながら、変な解説ではなくて深い解説をしていただけるという、その場面を想像いただければと思います。

○宮部委員

どういふものを訴えるかということじゃない話ですけれども、実際の開会式のプロトコルとして13個書いてある中で、時間的に圧倒的に長いのは選手入場なのです。最初から最後まで見ていると、この部分がもっと工夫ができるのではないかなと思います。テレビで見ているといろいろな間でエピソードがあったり、その国が紹介されたりして、つながりあるのですけれども、現場では延々と旗だけが遠くを歩いていくというのに何時間もかかります。ここの工夫というのは何かできないのかなというのは強く感じるところです。

○宮川委員

熱い議論でなかなか発言をするきっかけをつかめずにおりましたが、今の開・閉会式のお話ですが、私はリオ2016大会閉会式のフラッグハンドオーバーセレモニーでの東京大会プレゼンテーション、すごく気に入っています。とてもおもしろかったです。映像にも感動しましたし、コンパクトにうまくできたセレモニーだったととても良い印象を持っています。これだけのセレモニーができた我がオリンピック・パラリンピック組織委員会なら、東京2020大会でも素晴らしい開・閉会式ができるということを期待しております。

それから、また先ほどから、何を伝えるか、感動を伝えるというところですが、ロンドン大会の開会式を見ておりました、少し難しいなと思いました。英国の歴史や文化を一所懸命いろいろな表現で見せてはいると思いますが、すごく難しくなっていてしまっていて、これは好みだと思いますが、それに比べると、リオ大会の開会式・閉会式、何かあまりお金はあまりかかっていないのかなとは、これはわかりませんが、とても楽しい、気持ちが伝わる良いセレモニーだった。そういう意味では私たちのこの東京2020大会は、先ほど多くの委員がおっしゃったように、日本の良いところ、シンプルに日本人の良いところって何なのだろうというところをわかり易く伝えるような、そのようなセレモニーになればと思っております。

○俣野総括課長補佐

さまざま、御意見、サービスの海外展開、スポーツとかいろいろ出たので、よろしければ一度経済産業省でキャンペーンの部分は持ち帰らせていただいて、今後また御報告にお伺いします。

○大田委員長

よろしくお願ひいたします。
では、今日の議論を踏まえて、また次回の議論につなげていきたいと思ひます。大会におけるイノベーションの推進について事務局より御説明があるのですが、その前に、うっかりしておりました才藤委員がこのロボティクススマートホームを出してくださっていますので、1分ぐらいしか時間がないのですが、よろしくお願ひします。

○才藤委員

ロボティクススマートホーム(RSH)については、去年、総額5億の研究費をとって進めております。ハンドアウトにあるように、トヨタ、NTTドコモ、ブラザー、等とのあいだで基本概念の共有が進み、拠点も2カ所に造ることが決まりました。関連して、2020年に第1回ワールドロボットサミットが愛知県で開催されます。オリンピックの直後ですが、そこでこのスマートホームをアピールしていこうと思ひています。

今のスマートホームは、スマートな人の家であって、高齢者がうまく使えない。ロボットもない。これを解決する50平米でロボットが2台入るスマートホームができればと思ひます。もし前倒しでオリンピックの機会に、RSHを世界に示すことができれば、いわゆる長寿社会の高齢者のための長寿デザインというコンセプトをアピールできると思ひます。ぜひ継続して議論いただければと思ひます。

○大田委員長

ありがとうございます。また夏に継続した御報告をお願ひいたします。
それでは、時間がなくてすみません。イノベーションの推進に向けてを簡単に御説明お願ひできますでしょうか。

○平田イノベーション推進準備室長

お時間過ぎておりますので、イノベーション推進準備室長の平田のほうから御説明させていただきます。資料10を御覧ください。簡単に御説明するためには、真ん中に青いところ書いてございますが、これ東京2020大会ビジョンでございます。史上最もイノベティブで世界にポジティブな変革をもたらす大会とするという理念を掲げております。

今まで御存じのとおり、いろいろと予算であるとか、いろいろと片づけることがありました。リオ大会もございました。ようやく時遅しの感は若干ございますけれども、これから東京大会をイノベティブにするために、専任の検討組織、イノベーション推進室を設立すると武藤のほうで決めました。設立は4月1日を予定しておりますけれども、それに向けて、どういったことがイノベティブであるのか、どういう変革を残すのか、そういったことについての議論を始めております。それで現在準備室というものを設立いたしまして、3月いっぱいかけまして検討し、計画をつくるという作業に取り組んでおります。先生の皆様方にも全員ではございませんけれども、御意見をいただきながら進めてまいりたいと思っておりますので、ぜひ御協力よろしくお願ひしたいと思います。

○大田委員長

ありがとうございます。御意見ありましたら、今日はもう時間なくなりましたが、また事務局に今後お寄せいただければと思います。それでは最後に今後のスケジュール、事務連絡についてお願いいたします。

○石川アクション&レガシー担当部長

本日さまざまな御意見、また御指摘ありがとうございました。次回に向けて具体的に対応できるものは検討してまいりたいと思います。

私から今後のスケジュール等3つほどございます。一つは議事録の公開ということで、本日の議事内容については原則公開とさせていただきますので御了承いただきたいというふうに思います。もう一つが、次回の委員会の開催でございます。先ほど、委員長のほうからもありましたとおり、今年の夏、7月ごろを予定しておりますので、スケジュール等については別途調整させていただきたいと思います。

最後に、新聞広告の件でございます。現在、4月上旬に新聞各紙、朝日・毎日・読売・日経の4紙、スポンサー企業でございますけれども、前段広告、15段広告にて各専門委員会の委員長に御登場いただきまして、オリンピック・パラリンピックに向けた思いをコメントいただく予定でございます。引き続き委員会の運営に御協力いただきますようよろしくお願いいたします。以上でございます。本日はありがとうございました。

○大田委員長

ありがとうございました。今日も中身の濃い有意義な議論をいただきましてありがとうございました。また夏によりしくお願いします。

以上