

2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けた文化を通じた機運醸成策に関する関係府省庁等連絡・連携会議の開催について

平成 27 年 11 月 25 日
2020年東京オリンピック・パラリンピック
競技大会関係府省庁連絡会議議長決定

- 1 2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けて関係府省庁、政府関係機関、自治体等において進められる文化を通じた機運醸成策に関する情報共有及び連携等を目的として、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会関係府省庁連絡会議の下に、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けた文化を通じた機運醸成策に関する関係府省庁等連絡・連携会議（以下「連絡会議」という。）を開催する。
- 2 連絡会議の構成員は、次のとおりとする。ただし、議長は、必要があると認めるときは、関係者の出席を求めることができる。

議長	内閣官房東京オリンピック競技大会・東京パラリンピック競技大会推進本部事務局長
副議長	内閣官房知的財産戦略推進事務局長 文化庁長官
構成員	内閣官房内閣審議官（内閣官房副長官補付） 総務省地域力創造審議官 総務省情報流通行政局長 外務省国際文化交流審議官 国税庁長官官房審議官 厚生労働省社会・援護局障害保健福祉部長 農林水産省食料産業局長 経済産業省商務情報政策局長 観光庁次長 東京都生活文化局長 東京都オリンピック・パラリンピック準備局長 東京都産業労働局長 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副事務総長
オブザーバー	全国知事会事務総長 全国市長会事務総長 全国町村会事務総長 独立行政法人国際交流基金理事長 独立行政法人国立文化財機構理事長 独立行政法人国立美術館理事長 独立行政法人日本芸術文化振興会理事長 株式会社海外需要開拓支援機構代表取締役社長 独立行政法人日本貿易振興機構理事長 独立行政法人国際観光振興機構理事長

- 3 連絡会議の庶務は、内閣官房知的財産戦略推進事務局、文部科学省その他の関係行政機関の協力を得て、内閣官房東京オリンピック競技大会・東京パラリンピック競技大会推進本部事務局において処理する。
- 4 前各項に定めるもののほか、連絡会議の運営に関する事項その他必要な事項は、議長が定める。

2020年以降を見据えた文化プログラムの推進について

平成28年3月2日
内閣官房オリパラ事務局
内閣官房知的財産戦略推進事務局
文化庁
東京都生活文化局

1. 文化プログラムの意義

2020年は、文化プログラムを通じて日本の魅力を発信する絶好の機会である。この機会に、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を創り出すことが求められており、こうしたレガシー創出に資する文化プログラムを「beyond 2020プログラム」として認定し、日本全国に展開する。

2. 「beyond 2020プログラム」の推進体制

「beyond 2020プログラム」の推進にあたっては、国と東京都が一体となって展開することで、日本全国で盛り上げを図ることが重要である。

3. ロゴマークの作成及び事業の認定

オールジャパンで統一感をもって「beyond 2020プログラム」を推進するためにはロゴマークが必要であることから、国と都が連携し、関連事業に付与する「beyond 2020マーク」を国が早急に作成する。事業の認定は、関係行政機関が行う。

4. 「CULTURE & TOKYO」ロゴとの連携について

都内の文化プログラムについては、都のブランドロゴである「CULTURE & TOKYO」と「beyond 2020 マーク」の連携の方法について検討する。

5. 「beyond 2020 プログラム」の運用

「beyond 2020 プログラム」を通じて、我が国の文化の向上に取り組む中で、障害者にとってのバリアや訪日外国人にとっての言語の壁を取り除き（パラリンピック及び国際化への対応）、すべての人が参画できる社会に向け、企業等の行動に変革を促す仕掛けとする。

【参考 1】 英国政府のグレートキャンペーン

- ・ 英国政府が、英国が「最も訪れるべき、投資すべき、取引すべき、留学すべき国であることを示す」ことを目的として、ロンドン大会が開催された 2012 年から 2019 年を見据えて推進する英国 PR キャンペーン。
- ・ 内閣官房が事務局を担い、2012 年からの 4 年間で約 200 億円の予算をかけて実施。英国として統一感のあるブランド展開を図るため、各省庁が共通で用いるロゴマークを整備。
- ・ 英国王室や英国の著名なコンテンツ等ソフトパワーを積極的に活用。企業の支援を得て、144 カ国でキャンペーンを展開。

図 1 グレートキャンペーンのロゴマーク



【参考 2】 日本国政府が幅広くロゴマークを付与している事例

- ・ 日本国政府が、クールジャパン戦略等の推進のため、国際イベント等において統一感を持って我が国の魅力を効果的に発信することを目的として、ジャパンマークを整備。
- ・ 内閣官房が「ジャパンマークに関する運用ガイドライン」を策定。各省庁がそれぞれにジャパンマークの使用許諾を行う。公的機関のみならず、観光関連業種を中心に営利企業にも幅広くジャパンマークを付与。

図 2 ジャパンマークの例



オリンピック・パラリンピック基本方針推進調査について

平成 28 年 7 月
内閣官房オリパラ事務局

1. 概要 【28 年度 3 億円 1 件 1000 万円（上限）×30 件程度】

2020 年オリパラ大会の機運醸成に向けて特別に実施される要素を含む文化イベント等について、試行プロジェクトを全国より公募。機運醸成の効果と課題を分析する。

2. 一次締切（～6/10 まで）分の採択について

応募数 7 1 件

採択数 8 件

分野	団体名	件名
伝統	公益財団法人 日本相撲協会	大相撲国際文化交流イベント「大相撲 beyond2020 場所」(案)
伝統	公益財団法人 山本能楽堂	新作能「水の輪」～水を大切にすゝる気持ちで世界をひとつに (仮称)
現代	超人スポーツ協会	第一回超人スポーツゲームズ
地域	一般社団法人 LIGHT UP NIPPON	LIGHT UP NIPPON 全国一斉花火
地域	株式会社 福島民報社	風とロック芋煮会 2016 白河の関ステージ
地域	東京ハーヴェスト実行委員会	東京ハーヴェスト
障害者芸術	スロームーブメント実行委員会	共創社会実現のための舞台芸術プロジェクト
障害者芸術	鳥取県	東京オリンピック・パラリンピックに向けた障がい者アートフェスタ 2016

3. 二次締切（～7/11 まで）分の採択について

応募数 3 0 0 件以上

8 月中旬までに、2 0 件程度の採択を予定

(応募があった主な分野)

民俗文化、和食、魚食文化、日本酒、伝統芸能、能、観光文化、花火、祭り、地域芸能、温泉、障害者芸術、花、園芸、ファッション、着物、音楽、舞台芸術、科学技術との融合、舞踊、ダンス、写真、アニメ、アイヌ文化、流鏝馬 他