

2020 東京オリンピック事業成功に向けた戦略図書
— 東京都、国、民間の協働化によるアクションとプログラム — (試案)

「超党派政策会合」
試案作製：鈴木浩二 総合プロデューサー
顧問：石原信雄 元官房副長官
Revised in Mar./ Feb. 2016

取扱注意

2020年に求められる新しいレガシーづくりは、
“政策を何よりもビジネス（経済底上げ）として成功させる”ことを目標。

2020年 オリンピック・パラリンピック東京大会

大会クライアント 8つのカテゴリー:

- ①選手・各国オリ・パラ委員会NOC/NPC
- ②国際競技連盟 (IF)
- ③マーケティングパートナー(MP)
- ④オリンピック・パラリンピックファミリー/要人
- ⑤オリンピック放送機構(OBS)
／ライツホルダー(放送権者)
- ⑥プレス ⑦観客 ⑧スタッフ

6つの「機能と事業対象」:

- ①大会プロダクトと経験
—競技、セレモニー、都市活動、ライブサイト、文化
- ②クライアント・サービス —放送サービス、マーケティング・パートナー・サービス、NOP/NPCサービス
- ③会場とインフラ —選手村と新国立核マネジメント
- ④大会サービス —宿泊、ホスピタリティ・サービス
- ⑤ガバナンス —レガシー、財政、組織管理
- ⑥コマースとエンゲージメント
—ビジネス開発、ライセンシング、チケット他

マーケティング・パートナー(MP、スポンサー企業):

2016年3月現在

- IOC ワールドワイドオリンピックパートナー 12社
TOYOTA Panasonic ・ Bridgestone Coca-Cola ・ Atos ・ Dow ・
GE McDonald's ・ OMEGA ・ P&G ・ SAMSUNG ・ Visa.
- オリンピック・ゴールド・パートナー 15社
アサヒビール ・ アシックス ・ キヤノン ・ JX日鉱日石エネルギー ・
東京海上日動火災保険 ・ 日本生命保険 ・ 日本電気 ・ NTT ・
野村HLDG ・ 富士通 ・ みずほフィナンシャルG ・
三井住友フィナンシャルG ・ 三井不動産 ・ 明治 ・ LIXIL
- オリンピック・オフィシャル・パートナー 13社
SECOM; ANA; AKSOK; TOKYO GAS; TOTO 日本郵便; JAL;
三菱電機 ヤマトHLDG.
読売新聞; 朝日新聞; 日本経済新聞; 毎日新聞