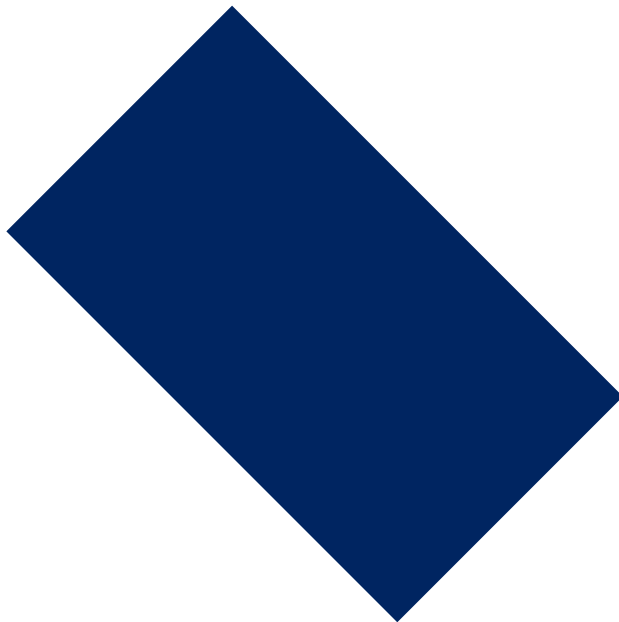




Tokyo 2020 Paralympic Games Brand Book

東京2020パラリンピック ブランドブック

Version 2.1 May 2018



Contents

0. The Paralympic Movement

1. TOKYO 2020 Games Vision

2. TOKYO 2020 Brand

- TOKYO 2020 Brand
- TOKYO 2020 Brand Promise
- TOKYO 2020 Brand Essence
- TOKYO 2020 Brand Architecture
- How to Use the Brand

3. TOKYO 2020 Paralympic Emblem



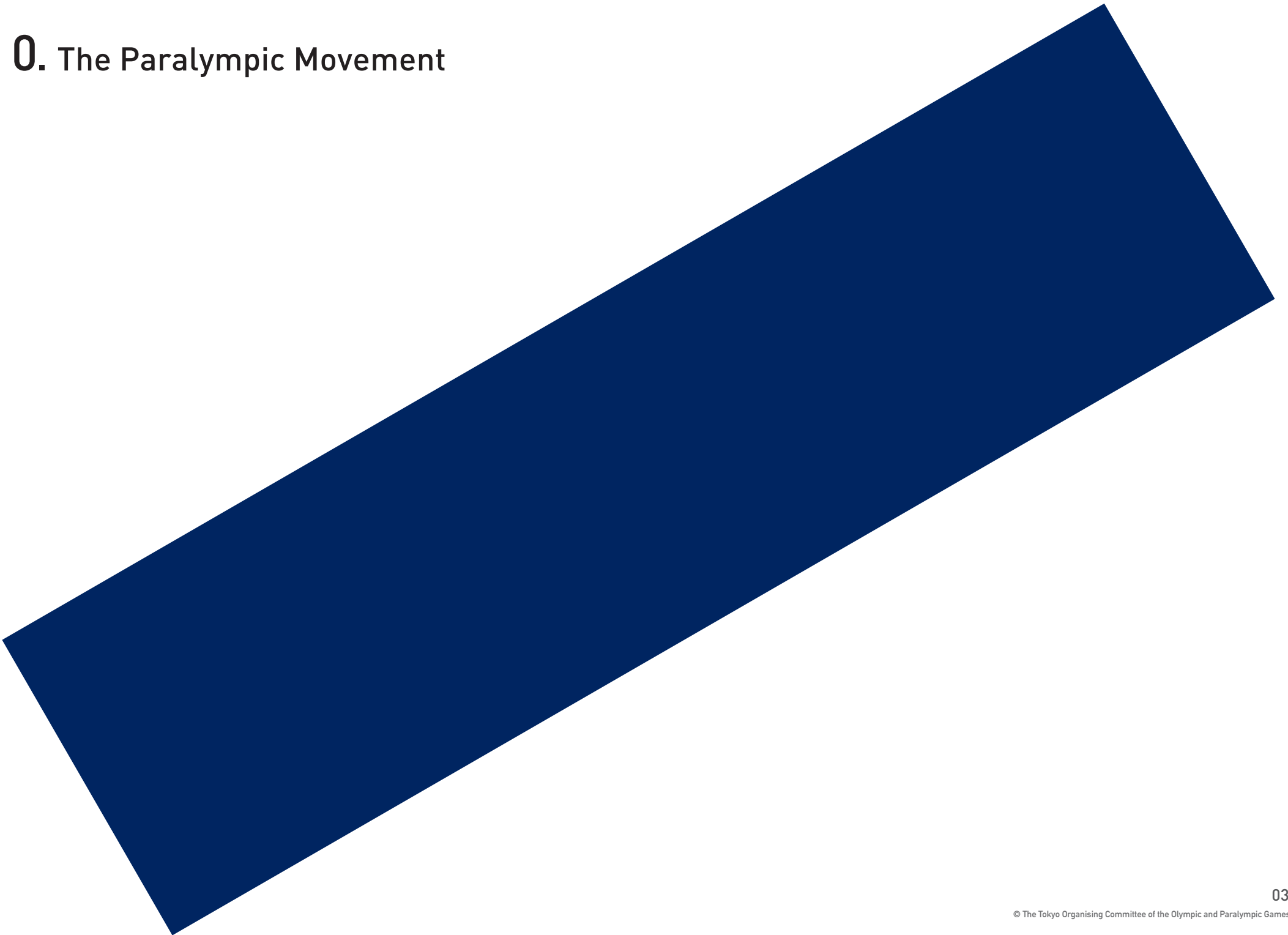
はじめに

東京2020パラリンピックブランド戦略は、
パラリンピックムーブメントの価値を高め、パラリンピズムの伝達に貢献するためのものです。
東京・日本の文化、景観、情熱を反映させ、世界中の人々の共感を集めるためにつくられています。

東京2020パラリンピックは、
日本や世界に対し、スポーツはもちろん、それ以外の様々な分野でもポジティブな変化を引き起こし、
レガシーを残す歴史的意義のある大会となります。

東京2020パラリンピックのブランディングに携わるすべての人が、
このブランドの考え方を理解し、想いに共感し、一体となって、
一貫したブランドコミュニケーションを実現すること。そして、
世界中の人々を鼓舞し、多くの勇気と希望を生み出すこと。
それが、このブランドブックのゴールです。

0. The Paralympic Movement



0. The Paralympic Movement / Paralympic values



Athletes in the Paralympic Movement demonstrate courage and determination and they inspire all mankind to believe that anything is possible. The Paralympic brand is a bridge which links sport with social awareness to challenge stereotypes and ultimately leads to equality.

Courage

Para athletes through their performances showcase to the world what can be achieved when testing your body to its absolute limits.

Determination

Para athletes have a unique strength of character that combines mental toughness, physical ability and outstanding agility to produce sporting performances that regularly redefine the boundaries of possibility.

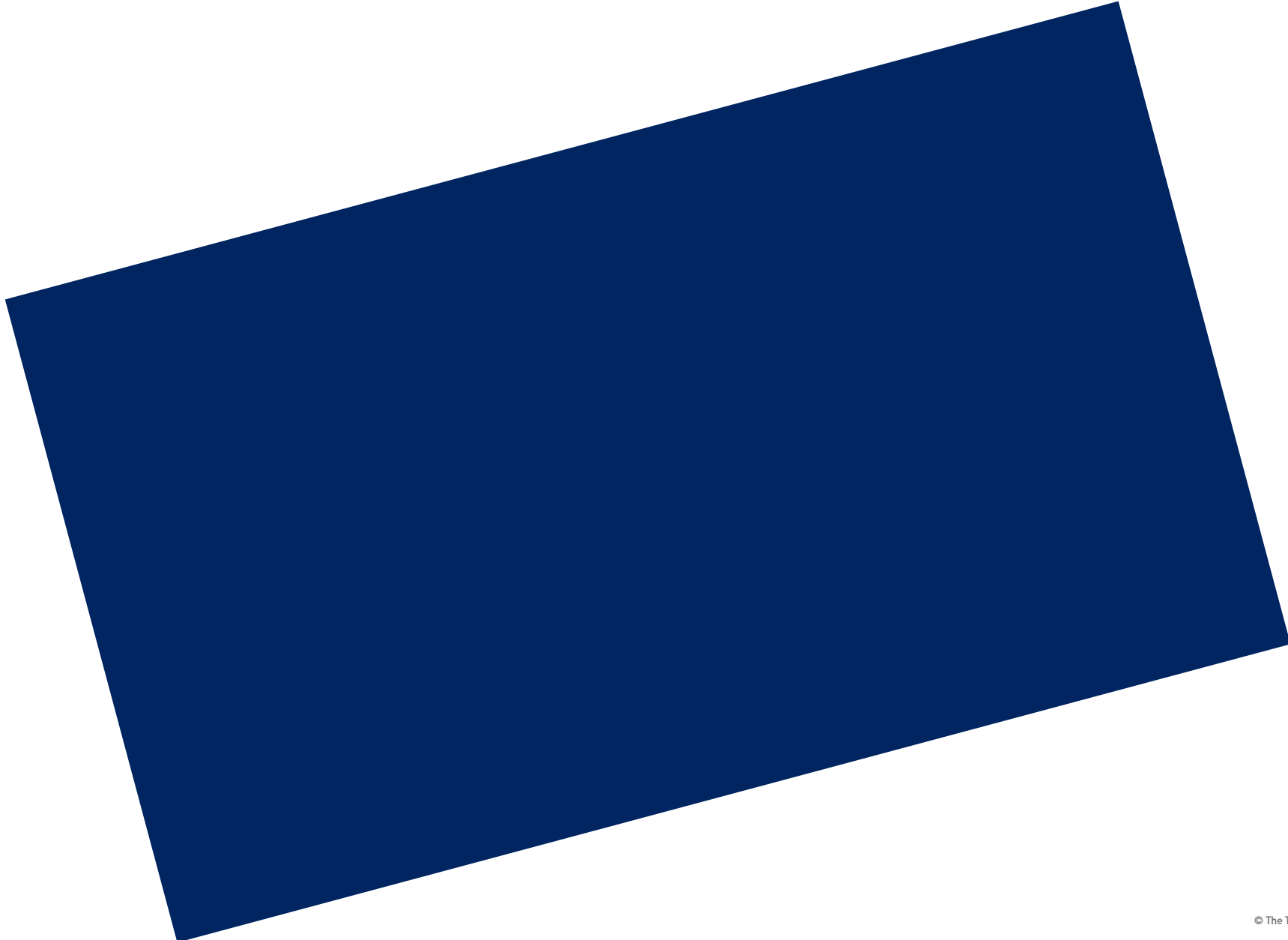
Inspiration

As role models, Para athletes maximise their abilities, thus empowering and exciting others to participate in sport.

Equality

Through sport Para athletes challenge stereotypes and transform attitudes, helping to increase inclusion by breaking down social barriers and discrimination towards people with an impairment.

1. TOKYO 2020 Games Vision 東京2020大会を通して、実現したいこと



1. TOKYO 2020 Games Vision



1. TOKYO 2020 Games Vision



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ました。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、史上最もイノベティブで、世界にポジティブな改革をもたらす大会とします。

1. TOKYO 2020 Games Vision



全員が自己ベスト

万全の準備と運営によって、安全・安心で、
すべてのアスリートが最高のパフォーマンスを発揮し、
自己ベストを記録できる大会を実現します。

世界最高水準のテクノロジーを競技会場の整備や大会運営に活用し、
また、ボランティアを含むすべての日本人が、
世界中の人々を最高の「おもてなし」で歓迎します。

1. TOKYO 2020 Games Vision

多様性と調和

人種、肌の色、性別、性的指向、言語、宗教、政治、障がいの有無など、あらゆる面での違いを肯定し、自然を受け入れ、互いに認め合うことは、社会の進歩・繁栄につながります。

その考えのもと、東京2020パラリンピックは、世界中の人々と調和の重要性を改めて認識し、共生社会をはぐくむ契機となるような大会とします。

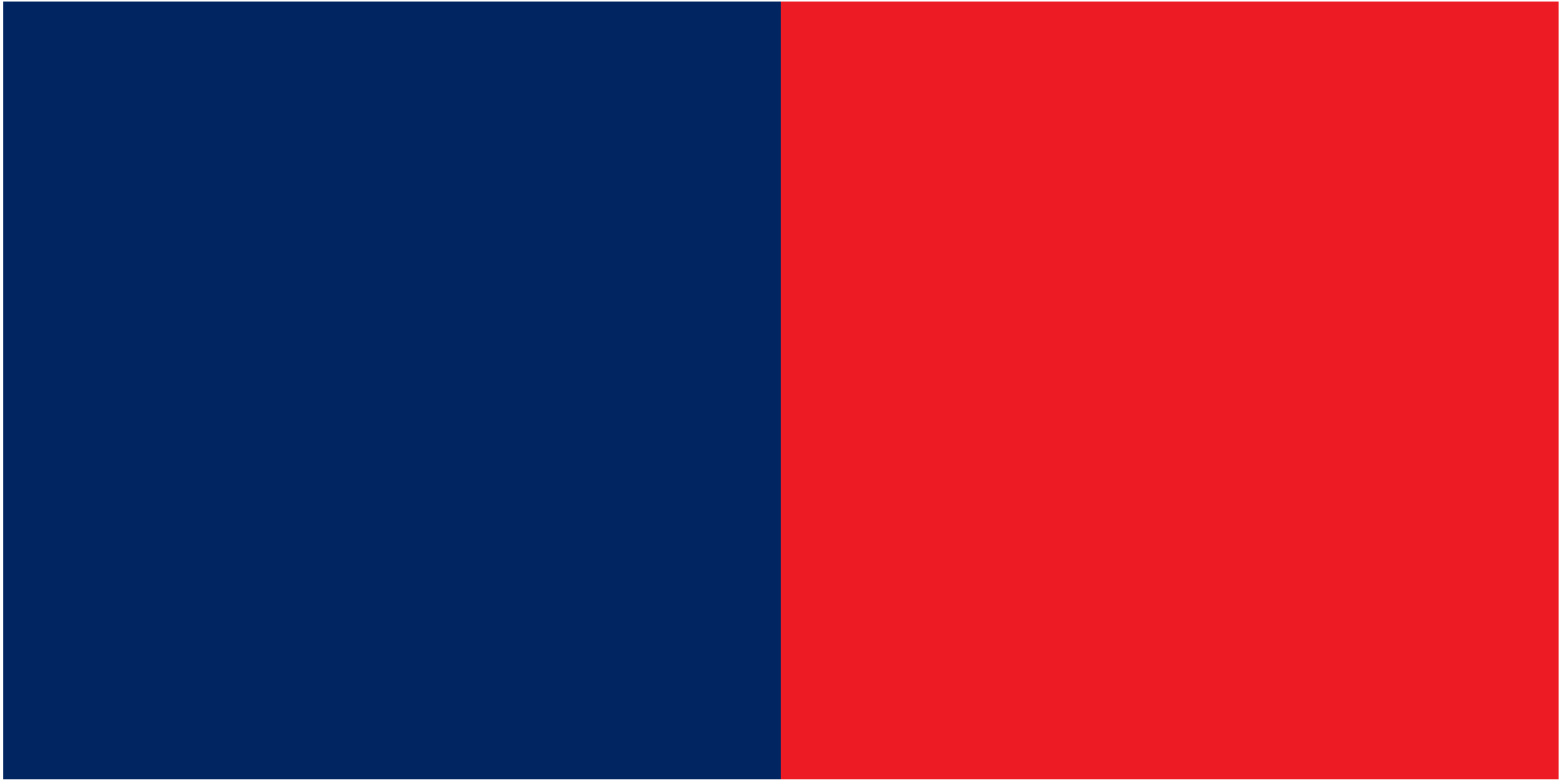
1. TOKYO 2020 Games Vision



未来への継承

1964年の東京大会は、日本を大きく変え、世界を強く意識する契機になるとともに、高度成長期に入るきっかけとなった大会でした。2020年の東京大会は、成熟国家となった日本が、今度はポジティブな改革を促し、それらをレガシーとして未来へ継承していきます。

2. TOKYO 2020 Brand 大会ビジョンを伝えるブランドコミュニケーションの方針



2. TOKYO 2020 Brand

東京・日本には二つの顔があります。それは一見、相反するようで、完璧な調和のもと共存しています。例えば、近代的な建物と、古く貴重な寺社。



2. TOKYO 2020 Brand

エンターテインメントでは、最新のテクノロジーも、伝統的な娯楽も楽しんでいます。



2. TOKYO 2020 Brand

高度な技術によるオートメーションと職人の手仕事が、どちらも否定することなく共存し、重要な役割を果たしています。



2. TOKYO 2020 Brand

林立するビル群も、世界遺産の伝統的な住居も、この国を象徴する風景の一つです。



2. TOKYO 2020 Brand

“かわいい”というカルチャーにおいても、最先端と伝統のスタイルが共存しています。



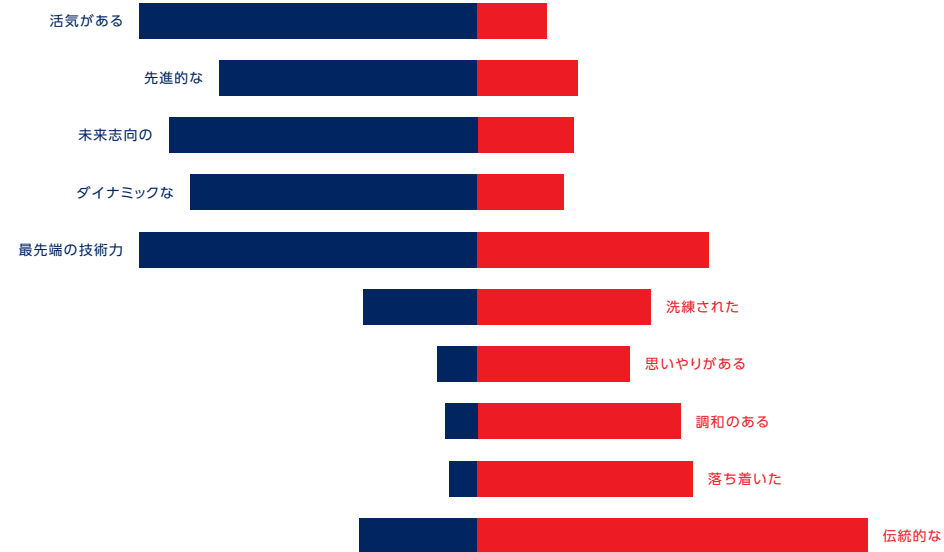
2. TOKYO 2020 Brand

東京・日本の独自性とは何か。海外の人へのリサーチから「東京」と「日本」には異なるイメージがあることが見えてきます。

■ 東京 = 「先進」「活気」「ダイナミック」……。 ■ 日本 = 「伝統」「思いやり」「洗練」……。

このような多様な魅力が存在し、互いの良さを打ち消し合うことなく共存する。

これこそが TOKYO の独自性であり、ブランド戦略の根幹をなすものです。



【出典】インターブランドによる調査（海外22ヶ国の日本在住経験のある115名 / 2016年7月）

2. TOKYO 2020 Brand

東京・日本の独自性

東京・日本は、
先進性と伝統が互いを否定することなく調和し、共存する稀有な都市・国です。
それは、日本人が歴史的、文化的に大切にしてきた“和/WA”の精神が原点となっています。
東京2020パラリンピックはこの調和の精神によって、
人々や社会を前向きにするイノベーションを起こすでしょう。
イノベーションとは、単に最先端の技術やハードレガシーだけを指すのではなく、
人々に新しい視点を与え、日常に新しい価値を生み出すものです。

東京2020パラリンピックは、
アスリートや観客を含めた大会に関わる世界中すべての人々の思いを調和し、
史上最もイノベティブで、アスリートが最高のパフォーマンスを発揮できる大会となります。



2. TOKYO 2020 Brand Promise

ブランドプロミスとは、東京2020パラリンピックブランドの中核であり、大会を通じ、世界に約束することを表しています。



Getty Images

Licensed by TOKYO TOWER

Innovation from Harmony

東京2020パラリンピックは、東京と日本がもつ先進性と伝統が融合し、調和し、新たなイノベーションが生まれる場。人々は歓喜に包まれ、「調和からイノベーションが生まれる」という概念は、この大会を通じて世界中に伝わり広がっていく。東京2020パラリンピックは、スポーツの力によって調和を促し、多様なイノベーションを実現させる大会となる。

2. TOKYO 2020 Brand Essence

ブランドエッセンスとは、ブランドプロミスを実現させるために大切にすべき要素です。パラリンピックの精神を象徴するエッセンスと、東京・日本が有するエッセンスで構成され、高次元で“Innovation from Harmony”を実現させる原動力です。



Resilience 折れない心、跳ね返す力

Inclusive Society 分け隔てのない社会

Harmony 調和

Innovation 革新

2. TOKYO 2020 Brand Essence : Paralympic Spirit



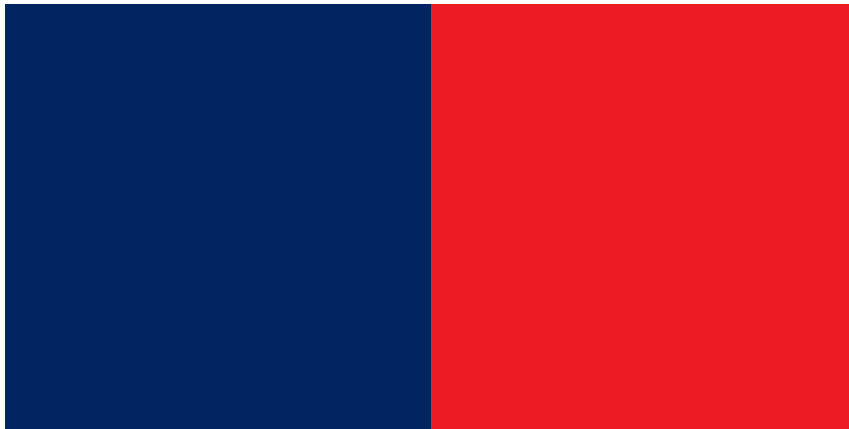
Resilience 折れない心、跳ね返す力

東京2020パラリンピックは、折れない心をもって
逆境を跳ね返したアスリートたちに触れる最高の機会となります。
アスリートたちのストーリーやパフォーマンスを目の当たりにして触発され、
世界中の観客たちはポジティブな気分になります。

Inclusive Society 分け隔てのない社会

パラリンピックは非常にハイパフォーマンスなスポーツイベントです。
その姿を目にすることによって、人々の障がい者に対する印象は激変します。
観客は心から東京2020パラリンピックを楽しみ、感動し、共感し、
やがて分け隔てのない社会への関心を抱くこととなります。

2. TOKYO 2020 Brand Essence : TOKYO JAPAN Flavour



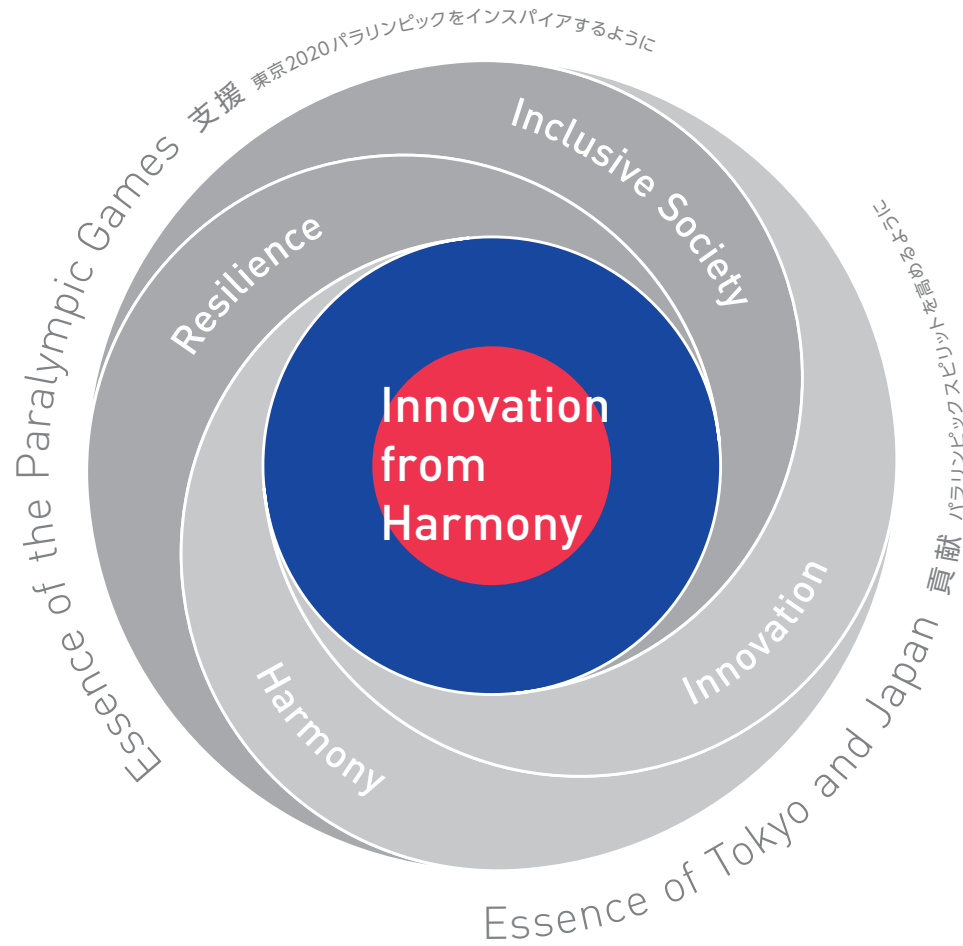
Harmony 調和

東京と日本には、多様な魅力を受け入れ、
調和させていく“和/WA”の精神が宿っています。
東京2020パラリンピックを通じて、
この“和/WA”の精神を世界中のすべての人々と共有していきます。

Innovation 革新

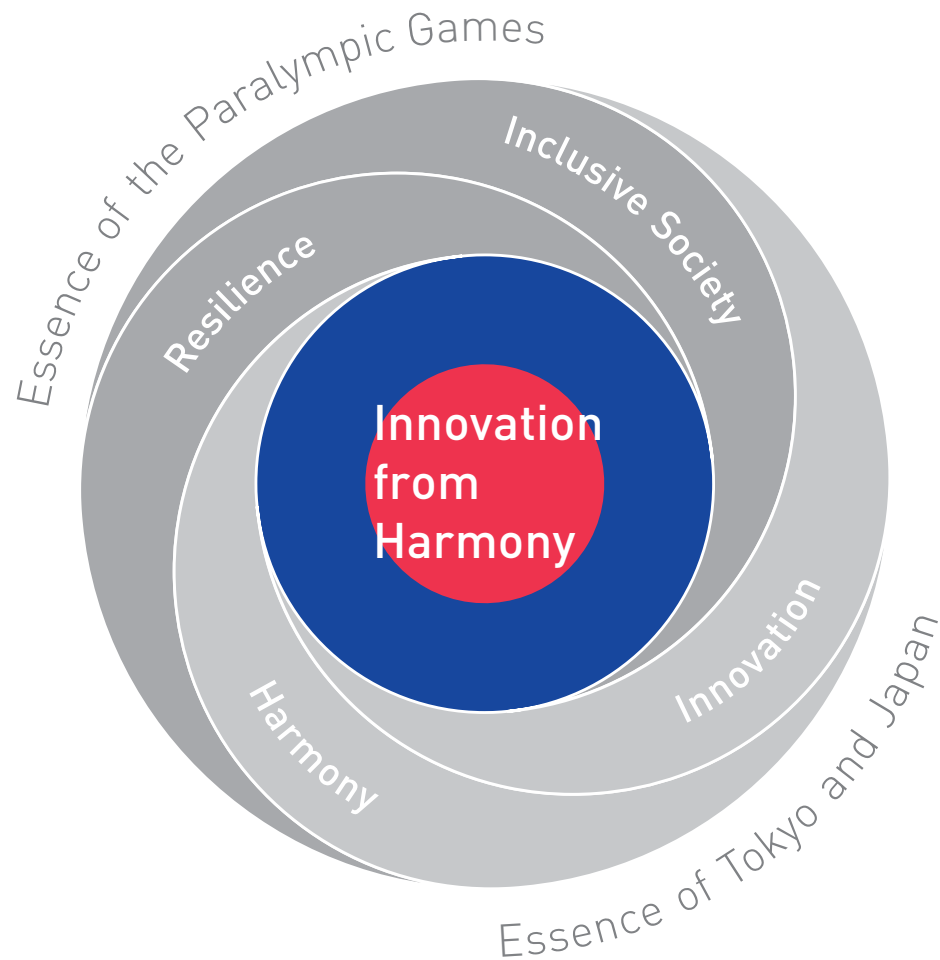
東京2020パラリンピックがもたらすイノベーションは、
東京と日本の相反するものを調和させることによって
生み出されるものです。
これまでにない新たな可能性と体験に満ちた、
史上最もイノベーティブな大会が実現します。

2. TOKYO 2020 Brand Architecture



パラリンピックの精神を象徴するエッセンス
「Resilience = 折れない心、跳ね返す力」と
「Inclusive Society = 分け隔てのない社会」。
そして、東京と日本が有しているエッセンス
「Harmony = 調和」と「Innovation = 革新」。
それらが相互に支援し貢献することでシナジーを生み出し、
“Innovation from Harmony”を創出していきます。

2. How to Use the Brand



東京2020に関連する、あらゆるブランドツールやアクションを開発する際は、必ずこの Brand Architecture を意識しなければなりません。東京2020大会が実行するすべてのことには、ここに記されているパラリンピックのエッセンスと、東京・日本のエッセンスが少なくともそれぞれ一つずつ含まれる必要があります。そして、どのエッセンスを特に注力して表現し、発信するかをあらかじめ設計することが求められます。

3. TOKYO 2020 Paralympic Emblem



3. TOKYO 2020 Paralympic Emblem



歴史的に世界中で愛され、日本では江戸時代に「市松模様（いちまつもよう）」として広まったチェッカーデザインを、日本の伝統色である藍色で、粋な日本らしさを描きました。形の異なる三種類の四角形は、国や文化・思想などの違いを表し、違いはあってもそれらを超えてつながり合うデザインに、「多様性と調和」のメッセージを込めています。