

橋をかけ、扉をひらく

経団連消費者政策委員長
三菱地所会長

よしだ じゅんいち
吉田淳一



三菱地所が「ラグビーワールドカップ2019日本大会」に協賛したご縁で、糸井重里氏と知己を得た。ラグビーは伝統あるスポーツの一つで、世界的に競技人口も多い。しかし、開催当時の日本においては、国民的スポーツとまでは言えない状況だった。ラグビーファンの方々にいかに巻き込み、日本全体で大会を応援するムードをどう醸成するか、それがスポンサーとしての最大の課題だった。

そんなとき、糸井氏が口にしたのが「にわか(ファン)でいい」という言葉だった。ルールがよくわかっていなくても、以前からのコアなファンでなくても、大会を機に知って応援の輪に加わればいい。糸井氏の一言は、人々の心理的ハードルを下げ、無関心層に橋をかける、それまでラグビーを知らない人々にとって新たな扉をひらく言葉だったように思う。糸井氏には、「にわかラグビーファン」の代表として、三菱地所のラグビー応援プロジェクト「丸の内15丁目PROJECT」の企画に携わっていただい

た。

スポンサーになることを決断した当初は、事業との直接的なシナジーはイメージできなかったが、「丸の内ラグビー神社」の建立など、街を挙げて大会を応援し、東京・丸の内のにぎわいづくりに寄与することができた。ちなみに神社はその後、大会の試合会場の一つであった釜石^{うのすまい}禰住居復興スタジアムの隣接地に「釜石ラグビー神社」として移設されている。

糸井氏の言葉とともに生涯忘れられない光景がある。それは、東京・丸の内の目抜き通りである「丸の内仲通り」で行われた日本代表選手による「感謝パレード」だ。史上初のベスト8入りをした日本代表に感動を伝えようと、約5万人の大観衆が集まった。観衆も選手も涙を浮かべていた。

街には、人々と生^{なま}で感動を分かち合うことができる「リアル^{リアル}の価値」がある。社業はまちづくりだが、大きなムーブメントと感動を生み出した言葉の力を改めて実感した。