

インタビュー

伊藤忠商事 次世代育成を担うキッズニア 「総合商社パビリオン」

伊藤忠商事株式会社 伊藤 義仁
サステナビリティ推進室長 田部 義仁



伊藤忠商事株式会社は2012年より、子ども向け職業・社会体験施設「キッズニア東京」のオフィシャルスポンサーを務めており、このたび2019年4月19日に、世界とつながる面白さを体験できる「総合商社」パビリオンにリニューアルオープンしました。次世代育成に力を入れるサステナビリティ推進室長の田部義仁さんに新しいパビリオンを創るに至る経緯などをお伺いしました。

パビリオンのリニューアルに至る経緯

2012年からキッズニアにパビリオンを出していますが、最初の7年間は「エコショップ」というパビリオンでグローバルな商社活動から環境やエコを訴えようという企画でした。その後、社内外から商社の仕事を体験できる内容にできないかという声が少しずつ聞こえてきたのです。

エコショップは長い間パビリオンを続けてきたので、次は商社の仕事に特化したものにして決めました。しかし、実現するには難しさもありました。

そもそも現在の商社の仕事とは何かを表現するのは大変難しいと思います。もちろん輸出入といった貿易はありますが、国内外で投資をし、多種多様な事業経営も行っています。当室の社員もさまざまな経験をしてきており、それぞれの商社観を持っていました。また、特定の事業会社や商品でのパビリオンにすると、その会社やメーカーのパビリオンにもなりかねず、いかに商社らしさを打ち出す

かが難題でした。

ミーティングを重ねる中で、私たちの商社としての活動は繊維製品の輸出から始まっているという話になりました。貿易は商社の原点でもあり、輸出を取り上げると日本で作ったものが外国に出ていくということで子どもたちにも分かりやすく、また国際的観点もあります。さらに、それにどう付加価値を付けるかということも議論しました。その結果、デニムの輸出が格好の事例になると考えました。エドウインのデニムは、環境やエコを考慮し製造されています。それを商社を経由して海外に売り込むというコンセプトの中で、環境やエコの重要性も子どもたちに伝えられるのです。また、このビジネスを通し、伊藤忠の創業の精神である「三方よし（売り手によし、買い手によし、世間によし）」も伝えたいと思いました。それらを考慮し、今回のパビリオンにすることに決めました。

また、子どもたちには商社の国際性を感じてもらいたいと思いました。海外とのテレビ

電話を通して英語でやりとりをすることを体験してもらいます。その経験は、参加する子どもにとって初めての英語でのコミュニケーションになるかもしれません。それがエキサイティングな経験になり、将来につながることを思い浮かべました。とにかく子どもたちのモチベーションにつながる良い思い出にしたかったのです。

商社の業務の表し方、体験の形態、使う商材、子どもに伝えるテーマ、これらを絞り込み、キッズニアのパビリオンという形にしていくのに約1年かかりました。

新しくなった商社パビリオンへの反響

エコショップへの思い入れがある方もおられ、またやってほしいという希望もありました。一方、社内の体験者では、自分の子どもがここに来て親の仕事を感じられてうれしかったという声や、私たちの期待通り、初めて外国の人と英語のやりとりをしたのは緊張したが、とても良い思い出あるいは刺激になったという話も聞きました。商社パビリオンはよくできていて、テレビ電話を通してストーリー上の海外担当者と実際にコミュニケーションをとっているような感覚になるのです。

保護者の存在も大きいです。伊藤忠商事のロゴは子どもにはあまりなじみがないですが、保護者は伊藤忠商事を知っているので、子どもを連れてパビリオンを訪問してくれるようです。キッズニアはリピーターも多いので、私たちのパビリオンが面白かった、感動した、また行こうということになればうれしいですね。夏は屋外の遊園地などに行くと暑くて大変ですが、キッズニアは天候に左右されないのが、親子でいつ来ても安心な点もよいです。

商社ビジネスの違うバージョンもやってみ



パビリオンオープン記念イベントにて写真を撮る子どもたち

たいという声も聞かれるので、将来パビリオンを更新する機会があれば考えたいと思います。

プロとしてのキッズニアとの共通点

私が室長をしているサステナビリティ推進室には社会貢献基本方針として「次世代育成」「環境保全」「地域貢献」の三つがあります。次世代育成はわれわれが何かをすることによって子どもがよい形で成長していくお手伝いをするということです。商社としてどう支援するかを考えたときに、商社が持つ特徴として「グローバル」「外国語」「商社ビジネス」がありますが、パビリオンを経験してもらうことで、例えば、海外関係の仕事をしたい、外国語をマスターしたい、と思うきっかけになるなら、青少年の育成の観点でも大変喜ばしいと思います。キッズニアはまさにそういった思いを具現化できる施設であり、キッズニアと伊藤忠の基本方針に共通点を感じました。キッズニアは子ども向け職業体験のプロ、商社は国際的なビジネスのプロです。お互いに協力して良いパビリオンができたと感じています。

社会貢献活動、次世代育成もいろいろやっています。例えば伊藤忠記念財団を通じて読み聞かせ団体、^{しょうがいじ}障害児施設などに絵本や電子図書などを寄贈したりもしています。大変評価され、感謝されている活動です。一方、キッザニアの商社パビリオンは、まさに自らの仕事体験を通じ、子どもたちに何かを伝え、豊かな未来を育成したいという、われわれの仕

事と直接密接に関係する点で特別だと思っています。たくさん子どもたちが喜び、伊藤忠商事社員もその子どもたちも喜び、世間にも喜んでもらえる。そういう意味でも当社の方針に合致し、今後も大切な活動として位置付けていきたいと思っています。

(聞き手：広報・CSRグループ 野田知里)

キッザニア東京 総合商社パビリオンを見学しました！

キッザニア東京は楽しみながら社会の仕組みを学ぶことができる職業・社会体験施設として2006年10月5日にオープンしました。体験できる仕事やサービスは約100種類あり、本格的な設備や道具を使って、子どもたちは大人のようにいろいろな仕事やサービスを体験することができます。キッザニアはどこから来たかということなんとメキシコ発祥。現在は世界21ヵ国で子どもたちに楽しい職業体験を提供しており、今後は名古屋にもオープン予定です。

伊藤忠商事株式会社がスポンサーの総合商社パビリオンのテーマは「日本の製品を海外へ売り出そう！」。伊藤忠グループである株式会社エドウィン製、MADE IN JAPANのデニムバッグの海外への商談体験です。1度の職業体験には5人の子どもが参加でき、キッザニアのスタッフが体験を進行・サポートします。子どもたちはネクタイ付きのフォーマルな制服を着込んで、気分は商社パーソン。英語で書かれた資料を見ながら製品を画面向こうの海外担当者に紹介します。見学の際にはどの紹介パートをやるかで次々に手を挙げて、張り切る子どもたちの姿が印象的でした。プレゼンテーションが成功した記念に、紹介したデニムバッグとプレゼンテーションで使用したシートは家に持ち帰ることができます。パビリオンの外で待機している保護者に、もらったデニムバッグをうれしそうに渡す子もあり、充実した時間を過ごしていることを感じました。



総合商社パビリオンで職業体験する子どもたち