

①ディレクトフォース

大きいのは、社屋だけではありませんでした。全世界を股にかける事業、そしてそれを動かす社員一人ひとり、どれも偉大で、輝いていました。2015年8月5日（水）午前9時、私たちは三菱商事を訪れました。ここでは、その中で私が印象に残ったことを4つ記します。

1つ目は、三菱商事のビジネスモデルです。三菱商事を訪問した私たちは、まず事業の説明を受けました。その中で、日本のエネルギーの供給の多くに三菱商事が関わっていることを知りました。その時私は、「国益の追求に、社の利益が付いてくる」ビジネスモデルに感動し、やりがいがあると思いました。

2つ目は、社員の方々の表情です。私たちは事業の説明の後、各部署で働く社員の方々から、より詳細な業務について伺いました。サーモン・アルミニウム・震災復興と、全く異なる分野を担当されている方々でしたが、どの方々にも共通していたのは、表情でした。皆さん生き生きと、そして堂々としているのがこちらにも伝わってきました。これは何故なのか私なりに考えてみたところ、先程のビジネスモデルの話に繋がるように感じました。彼らの表情を作っているのは、日本、そして世界のために働いているという自覚とやりがいだと思いました。

3つ目は、東日本大震災への復興支援活動に関する紹介です。非常にありがたいことに、私は三菱商事協賛の「海外プロジェクト探検隊」の一員として、事前に三菱商事の震災復興支援活動について学ばせていただきました。そのため、紹介のあらかたの内容は頭に入っていました。1つ驚いたことがありました。それは、南三陸町のモアイ像を、三菱商事が輸送していたということです。実は先日、海外プロジェクト探検隊の活動で南三陸町を訪れ、そのモアイ像を見学しました。南三陸町でボランティアとして活動をしている「震災語り部」の方によると、このモアイ像は、チリ地震による昭和3陸津波の発生以来続いている、南三陸町とチリの交流の象徴であるようでした。つまり、三菱商事は南三陸町とチリの交流の架け橋となったと言えます。これは私が想像していた商社の活動とは違ったものであり、新たな一面を見ることできたと思います。

そして、最後に4つ目は、現役の社員と、ディレクトフォースの方々との交流です。ディレクトフォースの方々は、過去に三菱商事で働いていた方で、対話を通して、昔の三菱商事と、今の三菱商事を比較して考える良い機会になりました。このことは、最後に述べたいと思います。また、ディレクトフォースの方々は人生の大先輩でもあり、多くの教えを受けました。私がその中で最も印象に残っているのは、「人間の総合力を育てなさい。」という言葉です。人間なら誰でも、気が向くことと、気が向かないことがあります。しかし、そのような時に自分のやりたいことばかりに熱中してしまうと、視野の狭い人間になってしまいます。それを防ぐためには、世の中の様々な要素を観察し、そこから面白さ・興味深さを発見する力が必要なのではないでしょうか。私はこれから、この言葉を胸に刻んで生活し、幅の広い教養を持ち合わせた人間になりたいと感じました。

このように、驚きと感動の連続だった三菱商事の訪問は、私の1つの疑問に、ヒントを与えてくれました。その疑問とは、三菱商事のキャッチフレーズの変化についてです。三菱商事は、バブル期において、「ラーメンからミサイルまで」、「ラーメンから航空機まで」というキャッチフレーズを掲げていたと、事前調査で学習しました。しかし、これは20~30年前のものであり、現在の三菱商事を的確に表現しているのか、非常に疑問でした。そこで、今回の訪問を通して、自分なりの答えを出そうと考えていました。そして、納得できる答えを見つけました。その答えとは、「モノからココロまで」です。従来の三菱商事は、モノとモノを繋ぐ、一般的な仲介業者・貿易業者のようなもので、私がこれまで想像していた、「ザ・商社」と言うにふさわしい会社だったのですが、現在は違うと感じました。現在の三菱商事は、人と人との繋がり、つまりココロとココロのやり取りを大切にしていました。先程も述べたように、特にそれは復興支援の事業で顕著に見られ、被災地である宮城県に住む者として、非常に嬉しく感じました。

約2時間という非常に短い時間でしたが、そこから得たものは大きく濃密なものでした。まさにこれこそ「人間の総合力」を身につける絶好のチャンスで、これからも同様の好機があれば、積極的に参加したいです。そし

て、このような機会を与えてくださった全ての方々に感謝を忘れず成長したいです。私もいつの日か、三菱商事で働く方々のように、魅力であふれた人間になってみせます。

## ②企業大学訪問

汐留メディアタワーは、日本テレビ、朝日新聞社、電通に囲まれた、まさにメディアの聖地に立っています。そして私は、「報道記者になりたい。」という夢を叶えるため、これらの会社について調べることもありました。しかし、正直に言うと、共同通信社は調べたことがありませんでした。「ニュースの中で名前は聞いたことあるな。」という程度でした。ところが、見学してみると、これが大きな間違いだったと気付かされました。共同通信社は、まさに「メディアの王様」でした。

東京大学見学会の一部として設定された、「企業・大学訪問」。報道記者や、雑誌の編集者を目指す私たちの班は、テレビ局に訪問を依頼しましたが、ことごとく断られ、訪問先探しに苦労していました。そこに救いの手を差し伸べて下さったのが共同通信社でした。私たちは訪問先が決まり、安堵した一方で、次の一言は、「共同通信社って新聞社だけ？あれ、通信社って何だ？」という始末でした。こうして大急ぎで事前学習が始まりました。

調べてみると、共同通信社は新聞社やテレビ局にニュースを配信していることが分かりました。つまりそれは、「縁の下の力持ち」のような存在なのだろうと感じました。そして、それを世間に伝える各メディアが光の当たる表舞台、そう思い込んでいました。

しかし、訪問を通してその考えは一変しました。共同通信社の2本の紹介ビデオを見て、驚きの連続でした。1本目のビデオは、共同通信社の業務を紹介するものでした。そのビデオには、地元宮城県の新聞社である、河北新報も登場しました。河北新報社が共同通信社の記事を使用する様子を動画で見ることで、共同通信社が一気に身近なものに感じました。

2本目のビデオは、共同通信社と東京オリンピックの関係についてのものでした。東京オリンピックの開催決定を伝える瞬間の映像は、鳥肌が立ちました。「伝えるって、かっこいい。」と身に染みて実感しました。また、共同通信社が東京オリンピックの公式報道社になったという点から、共同通信社の信頼度の高さを感じるとともに、「共同通信社の仕事は、国民に正確な情報を伝える第一歩であり、これぞ表舞台だ。」と確信しました。

ビデオを鑑賞し終えた後、私はあることに気づきました。床がまるで仮設のようで、歩くと下に空間があるような反響音が聞こえました。そこで社員の方に「このフロアは工事中なのですか。」と質問したところ、思いがけないフロアの工夫を知ることができました。このフロアは、大きなニュースが起こった際に本部となるそうで、各機器のケーブルが床下を通して設置できるようになっているとのことでした。1分1秒を争う世界では、さすがに細かな配慮まで行き届いているなど感心しました。その際に、私は「君は良いところに目を付けるね」と声をかけていただき、嬉しかったです。やはり、自分が目標としている人から褒められると、喜びはひとしおでした。その後私たちは、各報道フロアの見学に移りました。汐留メディアタワーは、土地の都合なのでしょうか、1つひとつのフロアが三角形になっており、決して広いとは言えません。しかし、それをカバーするため、共同通信社の報道フロアは、非常に面白い構造をしていました。数多くの報道フロアを縦横無尽に動けるよう、ビルの真ん中を貫くように、大きな階段が設けられていたのです。私はこれを見て、「1フロアが広いに越したことはないだろうに…」と初めは感じましたが、情報保護の観点や、全員の情報共有の速さなど、实例を交えてお話をいただき、フロア構造のメリットを理解できました。そして各部の見学では、現在報道の現場で働いている方々と少しでもお話ができて良い経験になりました。大学生でバイトとして働いている方もいて、私も東京の大学に進学することができたら、ここで働きたいと思いました。このように、今回の訪問では、短い時間の中でも、大きく濃密な収穫を得ることができました。私の中では、ますます記者になりたいという思いが強まり、この経験は、夢の実現に向けた努力の原動力になると確信しています。今回は、このような機会をいただきありがとうございました。いつか恩返しができますように。