



「勝利を共に！」

2020年東京オリンピック・パラリンピック

心を豊かにする源流

マラソンの世界最長記録はスウェーデン「ストックホルムオリンピック大会」での「54年8月6日5時間32分20秒3」。日本人、金栗四三が出した記録である。

1912年、スウェーデンから、ストックホルム夏季オリンピックの参加を求め一通の親書が、講道館創始者、高等師範学校長（東京教育大学を経て現・筑波大学）嘉納治五郎の元に届いた。日本は二人の選手をスウェーデンに送った。その一人が金栗四三、現在NHKで放送中の「いだてん」その人である。日本のオリンピックの幕開け、初参加となるオリンピック、107年前のことだ。

「日本スポーツ界の黎明の鐘となれ」という言葉を胸に、彼はストックホルム大会、マラソンのスタートを切った。だが、大志を抱いて臨んだ大舞台の途中、金栗は脱水症状で倒れてしまう。スウェーデンの農家に命を助けられ、目を覚ましたのは翌日だった。

船とシベリア鉄道で20日もかけて渡瑞。大会当日は気温40度と過酷な状況下、金栗は挑んだのだが、大会は終わった。かのように見えた。

1967年、第5回ストックホルム・オリンピック大会開催55周年を記念する式典が、ストックホルムで開催された。スウェーデンオリンピック委員会が、1912年の記録を発見。金栗四三が「競技中に失踪し、行方不明」という記述に気付いた。オリンピック委員会は金栗をゴールさせようと考え、記念式典に招待した。

大歓声のストックホルム競技場を金栗は走り、そしてテープを切った。

「日本の金栗、ただいまゴールイン。タイム、54年8月6日5時間32分20秒3。これをもって、第5回ストックホルム・オリンピック大会の全日程を終了します」競技長のアナウンスが競技場に響きわたった。

「長い道のりでした。この間に嫁をめぐり、6人の子どもと5人の孫に恵まれました。レース途中、自分を介抱してくれた地元の方々に感謝し、長年に渡り交流を続けてきた時間です」

金栗が答えると、会場は大きな感動の波と拍手、歓声に包まれた。

この出来事は、今もスウェーデンで語り継がれている。スウェーデンオリンピック委員会と日本オリンピック委員会は長い間良好な関係が続いているのだ。

2019年、スウェーデンオリンピック委員会はユニクロとスウェーデンオリンピック・パラリンピックチームのメインパートナー兼選手のウェア提供によるオフィシャル・クロージング・パートナー契約を締結した。これにより、スウェーデンチームは今後4年間にわたり、試合や競技においてスウェーデンの代表選手団と大会関係者にユニクロのアイテムの提供を受けることが決まった。

スポーツを通して、豊かなライフスタイルを

スウェーデンのオリンピック・ムーブメントにおける最高機関は、スウェーデンオリンピック委員会（SOC）である。委員会は41の連盟、オリンピック競技の



熊本県玉名市和水町に生まれた金栗四三は、幼少期はひ弱な子どもであったが、かけ足登校がマラソンランナーとしての基礎となった。上京後にその才能を発揮。1917年には、日本初の駅伝を企画、1920年関東の大学対抗箱根駅伝をスタートさせた。師範学校教師、熊本県体育界(熊本県体育協会)初代会長、熊本県初代教育委員長など、日本のオリンピックの扉を開き、日本マラソン界、スポーツ界発展のためにその生涯を捧げた。

Photo: Centralforeningen för Idrottens Framjande, SCIF

各代表チーム、それに15の認定連盟で構成されている。SOCの使命は、オリンピック大会への参加をサポートし、チームの強化に貢献すること。スポーツを通して国民を勇気づけ、アスリート達の活躍を通じ、オリンピックの価値を広く伝えることを目的としている。

「私たちに『スポーツを通して世界を良くする』という目標があります。選手達を世界と対等に競い合えるレベルに育て、オリンピックで良い結果を残し、メダルを勝ち取るサポートをする目的もあります」

スウェーデンオリンピック委員会CEO、ピーター・レイネボ氏は言う。

アスリート達が世界で活躍し、子ども達の憧れのロールモデル(模範)となることで、彼らのようにスポーツを愛し、活躍する子ども達が増えていくこと、それがSOCの理想だ。

「東京オリンピック・パラリンピックでは、全競技で14のメダル、その内5〜6個の金メダルを獲得したいと思っています。特に期待しているのは水泳、陸上、高飛び、そして乗馬は、スウェーデンが



Peter Reinebo ◆ ピーター・レイネボ
スウェーデンオリンピック委員会CEO

「一緒に活動することに闘志が湧きます」
2018年、ユニクロがストックホルムに1号店を開いたことも関係している。また、スウェーデンは古くから日本と強い繋がりがあり、生活スタイル、国民性など共通点も多い。このようなバックグラウンドが、今回のパートナーシップを成功へ導いた要因の一つだとレイネボ氏は言う。

「LifeWear」のコンセプトには、強い共感を得ました。そして重要なことは、このコンセプトが他の企業には無いことです。一つの製品が様々な場所で長く使えるコンセプトこそ、持続可能性を実現したものです」

LifeWearの考えは、スウェーデン人の思想と文化に通じるものがあると感じたのだ。

夏季、冬季両方のオリンピックで使用できるシャツや、フォーマルでも日常でも共有できるジャケットなど、ユニクロのアイディアには驚かされたようだ。

「高品質と高い技術。ユニクロは高度な『スマートソリューション』を持っていて、製品の細部にまでこだわって生産し、私たちが一番必要としている『シンプル』であることも叶えてくれます」

ハウフ氏は、ユニクロの妥協を許さないその真剣な姿勢に感激したと言っ

ユニクロとのパートナーシップは、今後両国が何を行なうべきか、とい

得意とする競技ですから可能性が高いです」

マーケティングディレクターのトビアス・ハウフ氏は意気込みをみせる。

ユニクロとの
パートナーシップの背景

「私たちはウエアにおけるパートナー企業を探し続けていました。私たちが希望する三つの条件『持続可能性』『高品質』『革新性』、これらを満たしてくれたのが、ユニクロだったのです」

互いに求める要素が共通し、同じ価値観を持ち、理解し合えるとレイネボ氏は

考えた。

「一緒に活動すること闘志が湧きます」
2018年、ユニクロがストックホルムに1号店を開いたことも関係している。また、スウェーデンは古くから日本と強い繋がりがあり、生活スタイル、国民性など共通点も多い。このようなバックグラウンドが、今回のパートナーシップを成功へ導いた要因の一つだとレイネボ氏は言う。

「LifeWear」のコンセプトには、強い共感を得ました。そして重要なことは、このコンセプトが他の企業には無いことです。一つの製品が様々な場所で長く使えるコンセプトこそ、持続可能性を実現したものです」

LifeWearの考えは、スウェーデン人の思想と文化に通じるものがあると感じたのだ。

夏季、冬季両方のオリンピックで使用できるシャツや、フォーマルでも日常でも共有できるジャケットなど、ユニクロのアイディアには驚かされたようだ。

「高品質と高い技術。ユニクロは高度な『スマートソリューション』を持っていて、製品の細部にまでこだわって生産し、私たちが一番必要としている『シンプル』であることも叶えてくれます」

ハウフ氏は、ユニクロの妥協を許さないその真剣な姿勢に感激したと言っ

ユニクロとのパートナーシップは、今後両国が何を行なうべきか、とい



Tobias Hauff ◆ トビアス・ハウフ
スウェーデンオリンピック委員会
マーケティングディレクター

う協力体制の土台となった。このパートナーシップは、スポーツだけでなく、多くの人との繋がりを持つきっかけとなる。「スポーツの価値とユニクロの服の価値を融合させることによって、新しい物を作り上げる『価値の共有』こそ、未来を目指す大きな目標になると信じています」と両氏は強調した。

**スポーツこそ平等
「全ての人が参加」**

「人間誰しもが障害を持っている。…ハンディキャップは誰にとっても乗り越えるためにある一つの生きる目標。スポーツこそ勇気を持つ手段となる」

スウェーデンのパラリンピックで活躍した、今は亡きラーシユ・A・ロフストロの言葉である。

「スポーツこそが平等です。誰もがスポーツに参加できることを目指し、パラリンピック大会への参加のサポートとチームの強化に貢献すること、そしてパラリンピックの価値を広く伝えること、それが我々の使命です」

スウェーデンパラリンピック委員会



Photo: Jack Mikrut, SOK



長、オーサ・リナレス・ノーリン氏は述べた。

パラスポーツ連合は三つの組織を持つ。一つは「パラスポーツ・スウェーデン」。二つ目は「スウェーデンパラリンピック委員会」。三つ目は「スペシャルオリンピック・スウェーデン」。

ノーリン氏は、1999年夏季アトラント・パラリンピック大会にセーリングの選手として出場した。アトラントのような高温多湿な環境に身体を慣らすために、毎日サウナを使つたと笑う。

「選手達は、数年前から日本の高温多湿な気候の対策を考え、トレーニングを行なっています。また、高い専門知識を持った人間を派遣し、選手の体調をサポートしようと考えています。課題は、障害者がアクセスしやすいような交通機関のシステム、支援が必要な人への対応です」

障害者が、パラスポーツを通して自立する方法を見つけることができる。参加することで友人ができ、自分への自信へと繋がる。職を見つけ易くなり、様々な方面で良い影響を与えてくれる。互いに尊重し合い、刺激を与え、学び合うこともできる。パラスポーツは人生に喜びをもたらすと、ノーリン氏は話す。

「私たちが一番望んでいることは、パラスポーツによって障害者の自立を助け、社会参画をサポートしていくことです。私もスポーツで自立することを学びました。私自信がその証といえます」

スウェーデンとユニクロのパートナーシップを一つの契機として、両国の企業と協力し合う友好的な関係を保ち続けるという意味でも東京オリンピック

ク・パラリンピックは大きなチャンスになると、オーサ・リナレス・ノーリン氏は言う。

「全ての人のために」

パラリンピック委員会では、伝説の卓球選手アンナ・リカリン・アールクイスト氏とユニクロと一緒にウェアの開発を始めている。

「ユニクロはどんな状況でもマッチしたスポーツラインを開発してくれます。暑さ、寒さ、雨の日でも快適に着用できるウェアです。これはスウェーデンにとって新しい試みです」

スウェーデンパラリンピック委員会マーケティングディレクター、マリア・スネソン氏は話す。

それによって、選手達の様々な要望を取り入れたウェアの製造が可能になった。例えば、車椅子の選手が汗をかいた時に、脱ぎやすい上着をつくるには、どんなデザインが最適な



Åsa Linares Norlin ◆ オーサ・リナレス・ノーリン
スウェーデンパラリンピック委員会 会長

か、また片腕や片足が不自由な選手達の声を聞きながら、開発を進めている。これは大きな挑戦でもある。

「嬉しいことに、この課題に対してユニクロは懸命に取り組んでくれています。販売用ラインには載らない製品ですが、パラリンピック選手のために考えてくれているのです」

両国の文化は異なるが、長い友好関係を築いているその背景には、考え方やライフスタイルの共通点がある。その共通点と、両国間の関係をさらに強くする方法を見つけていきたいと、スネソン氏は言う。

「ストックホルムのユニクロ店に行けば、『Made For All (あらゆる人々のための服)』の考え方が理解できます。お店は、様々な年齢層、経済背景を持った人たちに賑わっています」

スネソンさんが来日した時、エレベーターの中で礼儀正しい日本人を見て、日本文化の一つを学ぶことができたと言います。



Maria Suneson ◆ マリア・スネソン
スウェーデンパラリンピック委員会
マーケティングディレクター

Photo: Swedish Paralympic Committee



「相互に学び、対話することの大切さを感じました。スポーツは世界中の人々が繋がるための一番の方法です。全ての人々が平等に楽しむことができますからね」
スポーツも全ての人のためにある…とマリア・スネソン氏は言い添えたかったのかもしれない。
2020年、東京オリンピック・パラリンピックへのスウェーデンの意気込みは強い。1912年のストックホルム大

会は、スウェーデン過去最高の24個のメダル獲得の年であり、一方日本はオリンピック初参加、そしてスウェーデンとの友好のきっかけとなった年でもあった。東京オリンピックは両国の一世紀にわたる友好の証ともいえる。
きっかけとなった金栗四三、そしてユニクロ。
「共に勝利を！」
その最高の舞台が待っている。

「僕と私のオリンピック」

ストックホルム王立公園に、フリークライミングの壁が立ち上がる。フェンシング、ハンドボール、ボクシングにカヌー、18種のスポーツに挑戦する子ども達の歓声が響き渡る。

多くの人にスポーツへ関心を持ってもらうために、スウェーデンオリンピック委員会（SOC）は、様々な活動を行なっている。2019年8月10日、ストックホルム王立公園で子ども達を対象とした「オリンピックデー」が開催された。18種の様々なスポーツを一度に体験できることで、子ども達がスポーツに興味を持ち、自分が一番楽しめるスポーツを見つけるきっかけになることを考えたイベントだ。

「外で遊ぶ子どもが少なくなっています。体を動かすことが減り、家でゲームをしたり、室内で遊ぶ子どもが増えているのです。子ども達のアクティブなライフスタイルのために『アーバン・スポーツ』というコンセプトを掲げました」

SOCのトビアス・ハウフ氏は話す。

都市でも楽しめるスポーツを目的とするアーバン・スポーツでは、「3対3のバスケットボール」「スケートボード」なども含んでいる。普段スポーツをあまりしない子どもでも、楽しみながら体を動かすことに興味を示してくれる。このようにスポーツを通して、子ども達にお互いを尊重しあうことを学んでもらいたいと願っている。



**URBAN
OLYMPICS**



ユニクロの想い

スウェーデンに選ばれて

ユニクロがスウェーデンオリンピック・パラリンピックチームのメインパートナー兼オフィシャル・クロージング・パートナーに選ばれたことを「とても光栄」と語るのは、ユニクロの遠藤真廣氏。2020/2022オリンピック・パラリンピックプロジェクト部長だ。

「スウェーデンは幸福度調査など、いろいろな調査で常に上位にランキングされる、豊かな暮らしの代名詞のような国。そのスウェーデンにユニクロが評価されたことは、とても良かったと思います」

ユニクロは、2018年8月にスウェーデンの首都ストックホルムに北欧進出第1号店を出店したばかりだ。出店にあたっては、ストックホルムの商業地でも最上の場所を確保。オープン前の広告、PRでは現地で活躍する女優や音楽家、テニス選手、ダンサーなど7人のローカルアンバサダーを起用し、ユニクロの理念の浸透に努めた。開店初日には開く前から1000人が並ぶ大盛況。その光景に「こんなに支持されているのかと感動しました」と遠藤氏は振り返る。

次期パートナーを探していたスウェーデンオリンピック委員会CEO、ピーター・レイネボ氏も1号店の成功をみてユニクロと組むことへの確信を深めたようだ。

パートナーシップ契約発表の記者会見で、レイネボ氏はユニクロの「サステナビリティ」、「高品質」、「革新性」に対する信頼を表し、ユニクロの柳井正社長は「スウェーデンは我々が模範とすべき国。そういう国と一緒にオリンピックの衣料

ベラルーシの首都ミンスクで開催されたヨーロッパ競技大会の開会式にユニクロのウェアで登場したスウェーデンの選手団。



パートナーシップの成功と

を提供するのは、我々にとって新しいライフスタイルをつくっていくことに通じるのではないかと、パートナーシップを通じた想いを語った。

クオリティと

イノベーションへの期待

持続可能で豊かな暮らしを送るためには、本当に品質が良く、長く使えるものをつくり出す知恵がいる。そして、その知恵をつくるためにはイノベーションが必要になる。

遠藤氏によれば、レイネボ氏は、ストックホルムの出店より以前からユニクロのことも、「LifeWear」についても知っていて、驚かされたという。

スウェーデンが日本のユニクロを選んだのは、ユニクロの服作りのポリシーに共感したからに他ならない。人々の毎日の生活から発想したシンプルなデザインで、ベーシックだが工夫に満ちて完成度が高く、誰にも飽きられずに長く着られて、日常をより良くする服を目指す。そうしたポリシーを、イノベーションを通して追求していく企業活動が認められたのではないかと、遠藤氏は考えている。

「スポーツと日常を分け隔てなく、リラックスして過ごせる服。いま手にかけているものは、多分、未来のLifeWearになっていくと、そう信じています。その意味では、スウェーデン発のLifeWearを着た選手が、オリンピック、パラリンピックでパフォーマンスを出してくださることにより、それが評判となって世界にユニクロが知られていけば、と思っています」
パートナーシップの先も遠望する。

ミンスク(ベラルーシ)でのヨーロッパ選手権、パジュラーティ(フィンランド)で開催されたヨーロッパパラユース競技大会でユニクロのウェアを着用。2大会で16個のメダルを獲得した。



東京2020、最大の課題は暑さ

「至上命題は、選手とにかく服を気に入ってもらおうことです」と遠藤氏。

この服は世界最高。人生を賭けた舞台をこの服で闘いたい、開会式を歩きたい——選手達からそう思ってもらい、気持ちに作用し高揚させる服を作ることが目標だ。

一部の競技用ウェアに加えて、大会中に選手やチーム関係者が着る衣料はすべてユニクロが提供する。つまり、24時間誰もが快適に過ごせるための服を提供するのだが、来年の東京オリンピックでは、「暑さ」が最大の課題になる。

スウェーデン側も「暑さ対策」には大きな関心を寄せ、委員会の関係者が既に何度か来日して自分達で暑さを検証しているという。

「真夏の東京で選手達は2、3週間暮らすわけですから、その間着る服は文字通りLifeWearとして快適に過ごせるように作っていききたい。我々が持っている速乾性素材やエアリズム、UVカットといった機能素材、新素材をフル動員します。選手や関係者の方々へ可能な限り快適さを保て、且つパフォーマンスの向上を目的とし、開発を進めています」

まさにイノベーションが求められている。さらに、国際的な大会でのナショナルカラーの表現と、デザインのオリジナリティへも一般の関心は高い。スウェーデンといえばブルーとイエローが代表色だ。そうした「らしさ」はどう取り入れるのだろうか。

「色の使い方など、今までとは違うユニ

クロらしいアプローチで、いろいろ考えています」と遠藤氏。「いい意味でのナショナルカラー、応援したいという気持ちをかき立てなきゃいけない。そのバランスをよく考えなくては」と続けた。

一人ひとりに、寄り添うことから始まる

スポーツ選手の体格や体型は常識の範囲に収まらないことも多いはず。数百人規模に上る選手や役員がストレスなく着てくれるウェアを提供することが大切だ。

ユニクロのコアメンバーは現地スウェーデンを訪れた。オリンピック・パラリンピック画委員会のメンバーにユニクロの服作りを説明すると共に、持参したウェアサンプルに触ったり試着したりしてもらい、意見を収集するための。

そして、実際にユニクロの競技用ウェアを着る可能性がある競技の選手一人ひとりに



2019年1月24日、ユニクロとスウェーデンオリンピック委員会のパートナーシップの契約締結がファーストリテイリングの柳井正代表取締役会長兼社長(中央)、桑原尚郎グループ上席執行役員(左)、スウェーデンオリンピック委員会ピーター・レイネボCEO(右)によって発表された。

とりにボタンナードがついて、採寸とフィッティングを繰り返し行ない修正を施す。一般に販売しているユニクロ商品と同様なプロセスを経て、出来るだけ多くの希望や意見も十分にヒアリングした上で修正を重ねて製品を作り上げていく。



ストックホルムの王立公園に面した北政1号店「ユニクロ クングストラッドゴードン店」が2018年8月にオープンした。



会話の中で選手からユニクロのグローバルアンバサダーである錦織圭選手やロジャー・フェデラー選手のソックスを見て欲しいと希望されることも。

遠藤氏は、かつて錦織選手との契約を担当していたことがある。その時の経験で、採寸するバタンナーたちが信頼されるようになって初めて選手とユニクロの関係も良好になるといふ。だからこそ、こうした作業にも、日本とスウェーデンの距離のハンデを感じさせないようにしたいと気を配る。

「採寸やフィッティングは直接お会いして実施することが大事です。選手一人ひとりのリアリティを直視したユニクロの服を着た時に、ああこんなに快適な服は着たことがない、と納得してもらえるところを願っています」

「スウェーデン流」とのコラボ

スウェーデン人が備えている価値観のなかで、遠藤氏は「ちょうど良い」を意味する「ラゴーム」という言葉に注目した。常にいいバランスを保つことを大切

にする感覚だ。何事もバランスが大切で、働き過ぎず、遊び過ぎず、「ラゴーム」は、和を求める日本人の感覚にも通じるところ、と遠藤氏は言うのだ。

「日本人は調和を重視する。スウェーデン人は、上手くバランスを取って心も体も豊かに、という。スウェーデンと日本は、そういう人として一番大事なところに共通点がある。その意味で、本当に、今まさに組むべき相手と組ませていたのだのではないかと思います。運命的なモノを感じますよ」

ゆっくり、という環境も仕事を快適と感じる一因になっているようだ。

「スウェーデンのスタッフからは『スポーツを通して、世の中にいいことがしたい』という思いをすごく感じます。私たちは『服を通して、世の中にいいことがしたい』。その私たちの早く早くという気持ちも、むしろゆっくり焦らずに迎えてくれるようで、とてもやり易いと感じています」

パートナーシップは人間らしい関係から

直接的な服作り以外にも、ユニクロとしてのサポートが考えられている。それは、スウェーデンという国の素晴らしさを、もっと多くの日本人に知ってもらいたいということだ。

「スウェーデンという国の存在を知らない人はいないと思いますが、どんな国？という点について語られることはあまりないでしょう。ですから、スウェーデンという国や文化の良いところを積極的に宣伝しようと思っています」

特に来年の前半にそれをするということによって、大会が始まったときにスウェーデン国旗を背負った選手がユニクロのマークを付けていることの意味が増すだろうと語る。

あと一年を切った東京大会への準備は着々と進む。その一方、2年先の冬の北京大会も当然視野に入れる。来年1月にスイスのローザンヌで開かれるユース冬季オリンピックには、選手たちのヒアリングに向かうつもりだ。

サポーター契約の締結から本番のオリンピックまでおよそ1年半。プロジェクトが動きだして半年余で最初のサンプルを提案した。スウェーデンの担当者には「この短期間にここまでやってくれたとは」と驚かれたが、彼らも妥協はない。提案にはかなり厳しいリクエストもあった。

「お互いに厳しい姿勢がない限り、絶対に最高のパフォーマンスはでない。本



当に良い関係は作れないと思っています」スウェーデンチームのパフォーマンスが少しでも高まるように、ユニクロチームはフル稼働を続けている。

