

# ブランディング委員会

委員長  
副委員長

杉谷 俊輔  
真弓 裕也

## 1) 基本方針

青年会議所の魅力、意義を伝える拡大活動や会員としての資質向上は青年会議所の未来を創るうえで欠かすことができません。しかし、魅力や意義についての理解や共感には個人差があります。より良い未来を創るには、会員同士の協調性を高めて、青年会議所活動に主体性をもって向き合うことが最も重要です。一人ひとりが新しい魅力に気づき、活動意欲を増進し、会員全員が能動的になれる拡大意識や、資質向上が必要不可欠となります。

ブランディング委員会では会員の拡大意識の向上と、個人や組織の資質向上の両輪で会員全員が拡大活動へ主体性を持てるよう努めてまいります。拡大活動における会員の意識、**拡大話法等の手法**において、**形式的な**拡大マニュアルではなく、会員の一人ひとりが青年会議所の強み、存在意義を理解し、**会員同士で魅力**を共感し、青年会議所の想いを多くの方へ発信することが重要です。そして、日々資質向上に努め、「個」のブランディングを確立し組織のブランディングへとつなげます。そこで、会員一人ひとりが**意欲的に活動できることは何かを明確にし、拡大に向けた魅力を発信できるよう意識改革を行います。**2 月度例会では会員の**拡大意識における**視野拡張を行い、拡大活動をすべての会員で助け合える体制を整えます。そして、**会員拡大と資質向上の循環**をより効率化するため、**拡大会議を行い、日々意識改革に努め邁進します。**9 月度例会では、青年会議所でこそ掘める成長や価値を見出し、個人、組織のブランド力を具現化することで、より多くの方々へ私たちの**魅力や可能性を感じていただき、多くの同志を募り、**会員拡大につなげていきます。

ブランディングとはファンをつくることです。**青年会議所は**品位、品格のある青年集団であると一人ひとりが自覚をもち、主体的に行動すれば、組織はより**大きく成長します。**四日市青年会議所は**今以上に**まちに求められ、**人に愛される組織**になると確信しています。

## 2) 事業計画

1. 「個」のブランディングを高め組織で行う拡大活動	通年
2. 2 月度例会	2 月 18 日
3. 9 月度例会	9 月 9 日
4. 対外事業窓口（献血）	1 月、7 月
5. 出向者への支援	通年
6. 同好会への支援	通年

## 3) 事業予算

358,000 円

## 4) 委員会開催予定日

毎月第 2 火曜日

第二回正副理事長予定者会議 2024 年 10 月 10 日(木)

意見 1: ブランディング委員会の課題は会員数が減少することが問題なのでしょうか。

対応 1: 青年会議所活動における主体性や意欲に個人差生じ、拡大への意識が低下していることが課題であると考え訂正しました。

意見 2: L2「減少傾向」にあるのはなぜか、また他 LOM との比較では四日市青年会議所は退会者が多いが、その要因は考えていますか。

意見 2: 他 LOM 比較では多いが、退会者も多いと確認し、その要因として、青年会議所活動における主体性や意欲の差であると考え、減少傾向という表現を訂正しました。

意見 3: 拡大と資質向上の順番について、どちらが先という考えはありますか。

対応 3: 両方ともが大切ではあるので、どちらが先ではありません。拡大活動と資質向上は常にループするものなので優越はありませんが、結果として拡大することが目標のため拡大が先に来ています。

意見 4: 「拡大マニュアル」の記載について、過去の手法を否定しているように見えるので表現を一考してください。

対応 4: 否定はしていませんが、今以上にという意味合いであるので、表現は訂正しました。

意見 5: L9 共感については前文のどこにかかっているのか教えてください。

対応 5: 会員同士の青年会議所の魅力についての共感という意味ですので、前文を分かりやすいように訂正しました。

意見 6: 理事長所信に関わる箇所はどこなのか教えてください。

対応 6: 青年会議自体の問題も社会問題の一つとして捉え、その活動の根幹となる拡大活動へ、主体性が出ていないという部分に関連すると考え L1 から L5 まで訂正しました。

意見 7: 課題が明確に書かれていないように読み解けるので、一考してください。

対応 7: 対応 1 と同様に課題についてさらに深堀をし、課題を明確化し訂正しました。

意見 8: L1 から L5 まで現状の説明になっており、減少傾向や、一丁目一番地とかは結果しか書いていない。また L4 の多様性についても記載がなくても伝わるのではないかと思いますので、文章を精査してください。

対応 8: 課題について再度精査、深堀を行い、記載を訂正しました。

意見 9: 2025 年度も拡大の意識が非常に高いと聞いているので、基本方針や年間事業概要を読んで、本当に拡大が成功しそうな、思いのある文章にしてほしい。

対応 9: 目的、手法の細部を訂正しました。第一に拡大活動に対しての全員の意識改革が必須ですので、課題である主体性、意欲の個人差を会一丸となるよう軌道修正を行い、全員で行う拡大活動につなげてみせます。また、候補者との面談数なども数値化し、日々目標をもって取り組みます。

意見 10: L1 から L5 内に資質向上に関わる課題が書かれていないので訂正をお願いします。

対応 10: 主体性が持てず、意欲的に活動できていないことが資質向上と拡大意識にも共通する課題であると考え訂正しました。

意見 11: L1 から L5 までの内容が以降の手法や年間事業概要とリンクしていないので記載を一考をお願いします。

対応 11: L1 から L5 の背景を訂正するとともに、手法も訂正しております。年間事業概要も同じく訂正いたしました。

意見 12: 2025 年度の拡大のテーマがあれば教えてください。

79 対応 12:青年会議所活動に対しての主体性、意欲の個人差を埋めて全員で拡大活動ができ  
80 る体制づくりをテーマとしています。

81 意見 13:最後の文章に急に「愛」とあるがどのような意味で記載したのか教えてください。

82 対応 13:L18で「ブランディングとはファンをつくること」と定義しています。ファン  
83 に愛される必要があります。愛なきところにファンは来ません。その思いで  
84 「愛」と表現しています。

85 意見 14:四日市が良くなるために青年会議所がいてと考えて文章を一考してください。

86 対応 14:ブランディング委員会も同じ思いです。四日市がより良くなるためには青年会議  
87 所の活動をより多くの方々へ広め、そのうえで共感を得た方々を同志として募る  
88 拡大活動が四日市をよくすることになると思います。

89 意見 15:L2「上で」は正しくは「うえで」になるので訂正をお願いします。

90 対応 15:「うえで」に訂正しました。

91 意見 16:L3、L19「延いては」は一般的にひらがなで、記載するのが正しいので、訂正をお  
92 願いします。

93 対応 16:「ひいては」に訂正しました。

94 意見 17:L8 手法ではなく、「手段」と記載した理由を教えてください。

95 対応 17:「手法」に訂正いたしました。

96 意見 18:L16「期待」とあるが受動的な言葉であり、青年会議所では自ら能動的に動くこと  
97 が重要であると思うので、訂正をお願いします。

98 対応 18:「青年会議所でこそ手に入る成長や価値」と訂正し、自ら能動的に動くきっかけ  
99 になるよう表現しました。

100 意見 19:L18「ブランディング」と記載されているが、理事長所信には鍵括弧がついていな  
101 いので、理事長所信に合わせた記載にしてください。

102 対応 19:鍵括弧を削除しました。

103 意見 20:L19 句読点が多い文章は読みにくい文章になるので、適切に読点を入れてくださ  
104 い。

105 対応 20:文章を一考し、適切な句点となるように訂正しました。

106 意見 21:年間事業概要の通年議案上程スケジュールを確認してください。

107 対応 21:一部誤記がありましたので、訂正いたしました。

108 意見 22:9 月度例会について、オブザーバーを多く呼びたいのであれば、審議を 2 か月前に  
109 したらどうでしょうか。

110 対応 22:上程スケジュールを訂正し、2 か月前審議としました。

111 意見 23:年間事業概要の通年議案の文章において、区切りが分かりにくい場所があるので  
112 表現一考してください。

113 対応 23:読みやすいように表現を一考し、訂正しました。

114 意見 24:通年議案において、JC プログラムを利用するのであれば、費用は企画演出費では  
115 なく、講師関係費に含まれるので、訂正をお願いします。

116 対応 24:講師関係費に訂正しました。