



●本ハンドブックは、LOMメンバー皆さままで会員拡大について話し合ってもらうための導入資料として作成しており、各内容は簡潔なものにしております。会員拡大の事例、ツールなど詳細については、公益社団法人日本青年会議所拡大委員会にお気軽にお問い合わせ下さい。

(日本青年会議所HP <http://www.jaycee.or.jp/>より委員会連絡先等が確認できます)

メンバー皆で  
話し合おう

## 会員拡大HAND BOOK

# 拡 大

### 7

の問い「LOMはいま…」

1. 皆が自然と集まる場と言えますか？
2. まちで噂になっていますか？
3. 夢を描ける場と言えますか？
4. 心をくすぐる場と言えますか？
5. 満足の得られる場と言えますか？
6. 感動の得られる場と言えますか？
7. メンバー自身のためになる場と言えますか？

変えるのも、誘うのも、あなた自身!

2014年度拡大委員会

## 今、もう一度、拡大の原点を見つめなおそう。

「常日頃の私たちそれぞれの姿勢こそが、拡大運動の根源である」

あなたは今、“JAYCEE”という商品を胸を張って売りこめますか。  
ビジネスになぞらえれば、どんなに良い商品を作っても、  
売り方を知らなければ、買ってもらうことも使ってもらうことも出来ません。  
JCは、試行錯誤をくり返しながら事業を組み立てる、  
独自のプロセスや経験を通じて、JAYCEEを育て上げてきました。  
唯一無二の存在として、社会変革を起こす素晴らしい人材が、  
私たちJAYCEE自身です。  
混迷の時代だからこそ、  
JAYCEEが、しっかりと自身のJC活動に胸を張って取り組み、  
さらには、その魅力を周りに伝えていくことが求められるのです。

過去15年、私たちの会員拡大数(入会者数)は、卒業人数を上回っています。  
しかし残念ながら、その数を上回る退会者が後を絶ちません。  
年間約2,600名の退会者が発生しているという現実と、  
私たちは真摯に向き合い、  
JCという組織の魅力を見つめなおす時機にきているのではないのでしょうか。

私たちJAYCEEは、  
JCの単年度制ならではの出会い、先輩・友人からの恩義、  
自己変革への気づき、JC活動の魅力を伝えていかなければなりません。  
JCは恩義を次世代につなぐ、いわば『恩送りの組織』です。  
「恩義」「経験」「知見」、  
この財産を自己満足だけで済ますのではなく、  
新たな変革の可能性へ伝え、残していくことが私たちJAYCEEの使命なのです。  
現役メンバーが何よりJCを楽しむ。  
メンバー自身が意気溢れ胸を張り、自信で満ち溢れた組織は、  
必ずや、“まちづくり”に欠かせない、随一のたくましい組織となるのです。

公益社団法人日本青年会議所  
2014年度拡大委員会  
委員長 新美 伸 宏

## <会員拡大のリーダーの方へ: HANDBOOKのねらい>

会員拡大の成否を分ける重要なポイントに、『LOMメンバー全員で拡大に取り組めたか?』という点があります。

まずは組織全体で拡大に取り組む準備として、拡大運動の原点を見つめなおすために、メンバー皆で「地域でJCが期待されていること」「JCの魅力・アピールポイント」などを話し合ってもらいたいと思います。

結束力ある盤石な拡大運動の基礎を整えるためには、このプロセスを通じたメンバーの意識統一は欠かせません。

本HANDBOOKは、その話し合いのきっかけづくり、あるいは活動途中での振り返り・検証の材料として活用頂きたいと思います。

## ワンポイントアドバイス: 『エレベーターピッチ』

起業家が日ごろ意識していることに『エレベーターピッチ』というキーワードがあります。

投資家にエレベーターでばったり出会った時に、自身の事業の魅力を、30秒で簡潔に伝えられるかどうか、事業の資金調達の成否を分けるという考え方は、

JCの拡大運動も同様です。

周りにJCの魅力を簡潔に伝えられるか、一瞬のチャンスを活かせるか。その現場も意識した話し合いをリーダーが導ければ、より実践的な準備を行うことができます。

## みんなで 話し合ってみよう…

### 7 の問い「LOMはいま…」

1. 皆が自然と集まる場と言えますか？
2. まちで噂になっていますか？
3. 夢を描ける場と言えますか？
4. 心をくすぐる場と言えますか？
5. 満足の得られる場と言えますか？
6. 感動の得られる場と言えますか？
7. メンバー自身のためになる場と言えますか？

会員拡大の原点、それはメンバーそれぞれがJCの魅力を感じ取り、周りに語りかけ巻き込んでいくことです。

冒頭の「7の問い『LOMはいま…』」は、“拡大＝人が集まる”という原点に立ち返るために欠かせない問いです。

更には、この問いに入る前に、メンバー同士で“地域においてJCが求められているもの・期待に応えられるもの”をしっかりと整理し共有することが重要です。

次ページ以降のQ&Aは、決して“これだけ”という解答ではありません。

ぜひ同様のテーマについて、オリエンテーションなどでみんなで話し合いをくり返し、JCの魅力について周りに語りかけ巻き込むためのきっかけづくりに活用してもらいたいと思います。

**Q 1 . なぜ“まちづくり”が  
求められるの？**

**Q 2 . 20～30代は  
“まちづくり”で  
何を求められるの？**

**Q 1**

“まちづくり”という言葉はよく聞くけど、何がねらいなの？ どうして必要なの？

**A 1**

開発などが進む中で、もともと受け継がれてきた地域のつながり・個性・魅力などが薄まりつつある傾向にあります。地域の様々な魅力は、かたち無く、それに引き寄せられる人々の間で語り継がれるものです。そのため、時代・市民が変わるに従い、その魅力を見つめ直し残していくことが求められます。この取り組みが“まちづくり”の原点です。

**Q 2**

20～30代の私たち世代は“まちづくり”で何を期待されるの？ 何を得られるの？

**A 2**

幅広い人々を巻き込み、過去をひも解き、新しい想いを注ぎ込む。こういった“まちづくり”の取り組みには、大きなエネルギーが求められます。求められるのは、したり顔の評論家でなく、一生懸命な行動者の姿です。そして、この取り組みで得る、業種も年齢も越えた“裸の付き合い”が、私たちの今後の成長の大きな糧(かて)になるのです。

### Q3. “まちづくり”で、 JCには何が 期待されるの？

一方で…

### Q4. LOMは 期待されている姿に なっていますか？

#### Q3

“まちづくり”の取り組みで、JCに期待されることは何なの？どんな強みを発揮できるの？

#### A3

JCの強み、それは若いパワー・アイデアと、取り組みとして実現する組織力です。そして、“手弁当(自費での取り組み)”という独自性が、粘り強さを生み出します。「あと少しだけやってみよう」という粘りと「なんとかしてやろう」という前向きな楽観主義。長年つみ上げてきた実績と信頼が、地域の期待に応えられる基礎になっています。

#### Q4

一方で、LOMは期待されている姿になっていますか？なりたい姿(=ビジョン)はありますか？

#### A4

地域での期待は分かった。一方で、LOMのビジョンは固まっているでしょうか？いくら良い取り組みをあみ出し実行しても、その存在感や発信力が小規模であればその効果も限られてしまいます。地域に変化を生み出すためには、それなりの規模が求められます。「〇年後には〇〇だけの存在感が欲しい！」これをみんなで見定めましょう。

**Q5. なりたい姿  
=ビジョンは  
メンバーに理解  
されていますか？**

**Q6. 地域の人に  
伝わっていますか？**

**Q5**

なりたい姿=ビジョンはメンバーに理解されていますか？具体化されていますか？

**A5**

なりたい姿、これがリーダーの頭の中にあるだけではビジョンになりません。みんなに発信し、理解され、行動を引き起こしてこそそのビジョンです。「〇〇までに、〇〇な規模で、〇〇なメンバーと、〇〇な変化を地域に起こしたい!」。根拠は強引でもいい。リーダーには、これをつくるプロセスからみんなを巻き込んで欲しい。悩まずに今から!

**Q6**

地域の人に伝わっていますか？巻き込む準備はできていますか？

**A6**

メンバーの次は、地域です。“まちづくり”の醍醐味(だいごみ)は、より多くの人を巻き込み、地域に大きな変化を生み出すことです。行政・団体との協働によって化学反応が起き、より大きなパワーが生まれます。その第1歩が、ビジョンを理解してもらうこと。伝えるのはメディアではなく、個々のメンバーです。みんながビジョンの語り手になりましょう!