

Y M C Aブランドの 再生



日本Y M C A同盟中期計画
2014年度-2016年度

1. “オールジャパンYMCA”の革新を

日本 YMCA 同盟はこれまで繰り返し中期計画を策定し、YMCA 運動・事業の指針として遂行してきました。そこに蓄積された YMCA の先達たちの叡智と努力は、それぞれの時代の YMCA 運動・事業を牽引し、成果を生み出してきました。その精神は今後も引き継がれなければなりません。

いま果たすべき
社会的使命とは



この豊かで強固な基盤に立ちつつも、日本 YMCA 同盟常議員会ならびに全国 YMCA 総主事会議は、日本の YMCA は構造的・財政的問題を迅速かつ抜本的に解決しなければならない局面にあるとの認識にいたっています。全国の YMCA が公益財団を始め法人移行をほぼ終えたいま、「新しい時代に対応した YMCA のありようとは」、「いま果たすべき社会的使命とは」、またそれを「次世代に引き継ぐためになすべきことは何か」という問いに答えていかなければなりません。規模、事業、課題は異なっても、YMCA 組織・運動として問われていることは共通です。それゆえ、名称こそ“日本 YMCA 同盟”中期計画ですが、日本 YMCA 総体、“オールジャパンYMCA”の革新を方向づけ、ビジョンと道筋を示す計画であるべきだと、策定委員会ではそのような理解をもって進めてきました。

2. YMCAブランドの再生こそ

YMCA の宝を再生
させるためには



策定過程において、全国 YMCA 総主事会議・戦略会議、日本 YMCA 同盟理事会・評議員会・常議員会等との意見交換、ヒアリング、また全国 YMCA の中堅若手主事・スタッフへのアンケート等を通じて、YMCA が直面している問題や現状認識をあぶりだしてきました。そこには解決されなければならない課題や問題が山積し、長年の組織風土や制度、個別状況の違いがさらに問題を複雑なものとしていること、喫緊の共通課題としてはスタッフ養成、財政の健全化があることが見てとれました。

しかしそれ以上に、これまで YMCA が、神から、そして先達から受け継ぎ、培ってきた「宝」を発見するプロセスでもありました。



天国は、
畑に隠してある宝のよう
なものである。

人がそれを見つけると隠
しておき、喜びのあまり、
行って持ち物をみな売り
はらい、そしてその畑を買
うのである。

マタイによる福音書
13章 44節

YMCA は、地域に拠点（会館・施設）を構え、会員・ユースボランティア・主事を始めとする多くの人びとが集い協力し、国際的・地域的なつながり、ネットワークのなかで多様なプログラムを展開しています。まさに、この世界において「神の国」を語る、類い希なる、国際的な青少年育成・社会教育団体です。これこそが Y M C A の宝（ブランド）なのです。残念ながら、現在は多くの課題や問題によって、この宝が埋もれ、見えなくなっていると言わざるを得ません。

では、この YMCA の宝を再生させるためには、どうすればいいのか。中期計画の遂行を通して、私たちが持っている宝（ブランド）とその意義（ミッション）をももう一度捉え直し、それを内部の人びと、外部の人びとに共感できるものとして表現すること（リブランディング）が求められています。

YMCA ブランドの再生とは、ロゴ・マークを新しくすることではなく、YMCA としての価値を、すべての場面において機能的・情緒的に高めるように努め、時代の変化にあわせてわかりやすく示すことを通して、関わる人の帰属意識（愛着・アイデンティティ）を育てていく不断の努力に他なりません。

3. 日本 YMCA 運動のガバナンスの強化



わたしたちは、
このような宝を土の器に
納めています

コリントの信徒への手紙第 2
4章 7節

一つ一つの YMCA は決してかつてのような強さを持っていません。しかし、その「土の器」のような Y M C A の中に「宝」が納められていることを意識し、Y M C A のブランドを再生するとき、社会に希望と変革をもたらすのではないのでしょうか。日本 YMCA の制度・構造の革新のための全国的な意思決定力と実行力、それを支え裏付ける日本 YMCA 運動のガバナンスの強化が私たち全員に試されていると言っても過言ではありません。

Y M C A の力と
可能性を結集する



世界の Y M C A では、「眠れる獅子を起こす Waking up the Sleeping Giant」をスローガンに、ユースを主体とした次世代の Y M C A 運動と、その先にある世界平和の構築のために、いまこそ Y M C A の力と可能性を結集し、“目覚めさせよう”としています。

あなたがたは
キリストの体であり、
また、一人一人は
その部分です



いまこそ、自らのうちに持っているそれぞれの多くの「宝」を、キリストの体なる Y M C A 運動として意識し、輝きを取り戻すこと。日本 Y M C A 運動が新しくされる道、YMCA ブランドの再生は、そこにあります。

コリントの信徒への手紙第 1
12 章 27 節

4. 一つの変化がうねりを起こす

これからの 3 年間に於いて、日本の YMCA が直面する多岐にわたる問題をすべて解決することは不可能です。しかし、一つのことの変化することで、影響が波及し、全体を変えていく大きな原動力が生まれます。限られた計画と取り組みであっても日本 YMCA 全体にうねりを起こす革新を期待し、その実現に向けてすべての YMCA が互いの状況や立場を尊重しながら協働していくことを切に求めます。



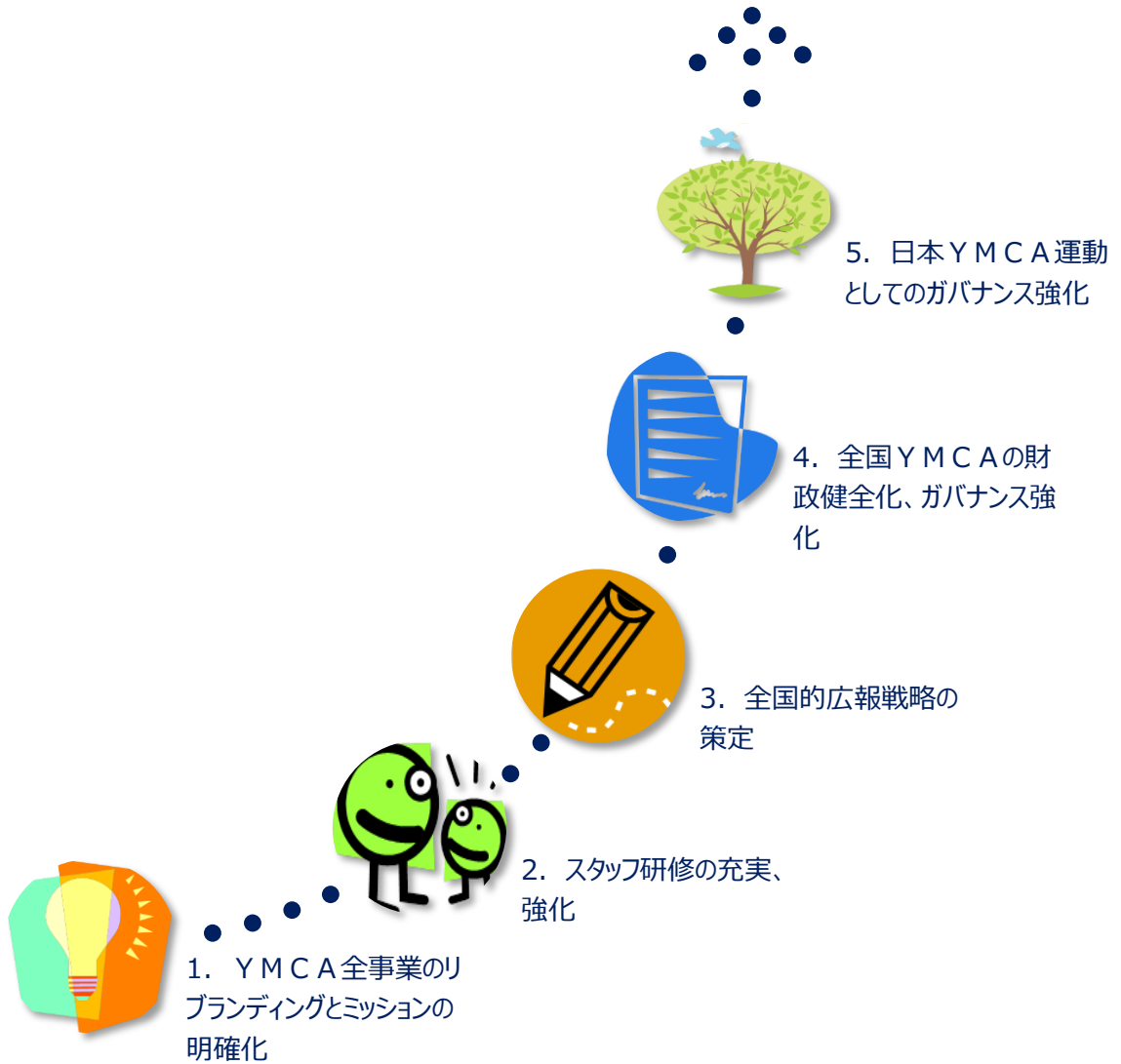
以上のことを、次の 2 つの基本姿勢として提示します。

「全部は出来ない。しかし、全部に通じる」

「新しいことはしない。しかし、新しくする」

次の5つの事柄に重点的に取り組むことを提案します。

Y M C Aブランド の再生



3ヶ年の段階的な計画実行を提案します。

1. YMCA全事業の リブランディングと ミッションの明確化



全事業を、YMCAの使命
および社会的意義（ミッシ
ョン）から捉え直し、すべての
場面において価値の最大化
に努める。

YMCA内外にわかりやすく、
効果的に表出する。

- ① 2014年度から、若手中堅世代のスタッフによる「ブランディング広報戦略タスクチーム」を組織する。
- ② 上記チームに専門家を交え、YMCAブランドのフレーム（活動領域）を作成し、イメージ表出方法（キャッチフレーズ、ビジュアル等）を示す。ロゴ刷新のニーズがあれば刷新する。
- ③ ブランディングに関して、トップリーダーシップの意識変革を促し、研修と共にマニュアル化を進め、現場周知を図る。
- ④ 「YMCA ミッション委員会」を強化し、ブランドの“背骨”となるキリスト教基盤を今日的文脈において確立する。
- ⑤ 寄附（ファンドレイジング）の推進と連動し、目安としてパブリックサポートテスト（PST）*の目標設定と効果測定を進める。

2. スタッフ研修の 充実、強化



次世代のYMCA運動
の担い手養成に注力する。
とくに、社会が必要とする
働きを、課題発見から解
決まで、主体的にコーデ
ィネット、ファシリテートでき
るスタッフを育てる。

- ① 2015年度を目標に「新・日本YMCA研究所」（仮称）を立ち上げる。
- ② 同研究所ではステップⅠ～Ⅲを捉え直し、各種専門職（保育・学童・高齢者事業等）の研修システムや、外部団体及びキリスト教会（界）等との研修協力、海外留学研修等、研修を統合的に再構築する。
- ③ YMCA規模や性別等の諸条件に関わらず、すべてのスタッフが働きやすい環境を作り、研修に参加できる支援の仕組みを整える。
- ④ 並行して、次世代担い手として若手役員候補者の発掘と養成、ユースボランティア研修の充実も検討する。

3. 全国的広報 戦略の策定



ブランディングの観点と
スケールメリットに基づき、
広報戦略を立案し、恒
常的かつ機動的に実行
できる体制を作る。

ニュース性を備えたタイ
ムリーな企画実行と発信
を行う組織風土を確立す
る。

- ① 統一的なブランドイメージに基づいて、広報の効果的な共同化を可能なところから進める。
- ② “ニュースを創る努力”を事業開発から展開までに盛り込む。
- ③ 若い世代に求心力をもつ広報を研究し、多様なメディアをタイムリーに活用する。
- ④ アドボカシー（政策提言他）機能を再認識し、国内外のYMCA オピニオンを受発信する。（東北アジアの平和、子どもの貧困、環境・人権問題 等）
- ⑤ 広報専従スタッフの配置を進める。同盟、各事業分野、各地区、各 Y 等、順次検討する。

4. 全国 YMCA の 財政健全化、 ガバナンス強化



すべての YMCA が持続・
発展可能となるようサポー
トに務め、財政の健全化を
進める。

法人移行後のガバナンスの
整備と強化、コンプライア
ンスを遵守する風土を作る。

- ① 2014 年度より「全国 YMCA コンサルテーションチーム」を専門家及び近隣 YMCA 総主事、同盟より組織し、すべての YMCA を巡回する。
- ② 「加盟・退除基準 YMCA ガバナンスチェックリスト」を設け、すべての YMCA において実施する。
- ③ 全国協力及びブランド管理の観点から、個別の運営及び事業体質に関して、必要に応じて助言・指導を個別に行える体制を整える。
- ④ 地域や規模に応じて、総務・財務等の事務共同化・効率化等の道筋、提案を示す。
- ⑤ 若い人が担いたい、作りたいと思う、新しい YMCA の姿を探る。

5. 日本 Y M C A 運動としての ガバナンス強化



**YMCA の多様性を生
かしつつ、全国運動として
の一致と協力のための意
思決定の仕組み、仕掛
け作りを進める。**

**日本 YMCA 同盟中
期計画を確実に遂行す
る。**

- ① 同盟協議会、日本 YMCA 大会を、全国運動の課題と方向性について共有し、協議、決定する機会とする。
- ② 全国 YMCA 総主事会議・戦略会議、同盟常議員会、同盟各種委員会等の各意思決定・執行機関の機能・位置づけの見直しと関連づけを行う。
- ③ 「日本 YMCA 同盟中期計画推進委員会」（仮称）を設置し、適宜本計画の実施・評価・軌道修正を行う。
- ④ 本計画の目的と遂行状況に照らし合わせて、同盟機能機構の段階的改編を行う。
- ⑤ 2017 年度以降の次期中期計画策定に関しては、各 YMCA の計画との連動性を考慮して、2016 年 6 月の第 5 回同盟協議会にて共有する。

*パブリックサポートテスト(PST)

広く市民から支援を受けているかどうかを判断するための基準で、公益社団法人・公益財団法人に寄附した場合の所得税額の特別控除（税額控除）の適用が認められる法人は、実績判定期間において以下の 2 つの要件のうち、いずれかを満たす必要がある（行政庁から要件を満たしている旨の証明が必要）（措令 26 の 28 の 2、措規 19 の 10 の 4）。

<要件 1> 3,000 円以上の寄附金を支出した者が、平均して年に 100 人以上いること。

<要件 2> 経常収入金額に占める寄附金等収入の割合が、1/5 以上であること。

■日本 Y M C A 同盟中期計画策定委員会

中道基夫（委員長）、黄 崇子、神崎清一、太田直宏、菅谷 淳
事務局：島田 茂（総主事）、横山由利亚（全国協力）

2014 年 3 月 22 日

第 306 回理事会・第 335 回同盟常議員会・第 7 回評議員会 承認

（2014 年 4 月 25 日版）