

# THE YMCA

## 日本YMCA基本原則

私たちは日本のYMCAは、  
イエス・キリストにおいて示された  
愛と奉仕の生き方に学びつつ  
世界のYMCAとのつながりのなかで、  
次の使命を担います。

私たちは、  
すべての人びとが生涯をととして  
全人的に成長することを願い、  
すべてのいのちを  
かけがえのないものとして守り育てます。

私たちは、  
一人ひとりの人権を守り、  
正義と公正を求め、  
喜びを共にし痛みを分かちあう  
社会をめざします。

私たちは、  
アジア・太平洋地域の人びとへの  
歴史的責任を認識しつつ、  
世界の人びとと共に  
平和の実現に努めます。

2016年9月1日発行 (毎月1日発行)  
1947年10月27日 第三種郵便物認可  
本体価格45円(外税) (送料62円)  
発行/公益財団法人 日本YMCA同盟  
〒160-0003 東京都新宿区本町7  
TEL:03-5367-6640 FAX:03-5367-6641  
URL: http://www.ymcajapan.org/  
発行人/島田 茂 編集人/山根 毅  
印刷/あかつき印刷株式会社

## ブランディング、 その意味や価値は？

グラムコ株式会社 代表取締役社長  
山田 敦郎



最近、YMCAで活動する皆さんは「ブランディング」という言葉をよく聞くようになったと思います。それは現在、日本のYMCAがその未来を開くために、「YMCAの宝を見つけ出して、高く掲げよう」との志を持って、ブランディングに取り組んでいるからです。ただ、「ブランド」という言葉は今ではテレビや新聞・雑誌などでよく登場していますが、「ブランディング」ってあまり馴染みのない言葉ですよ。

ブランドには、一流というニュアンスが込められており、高くてもいいものはいい、なぜならブランドだから、といった文脈で語られることも多いようです。しかし、高価なものだけがブランドではありません。120円の缶コーヒーでも、皆に愛されてたくさん売れているものはブランドといえるでしょう。つまりブランドとは、「一流」で「価値」があり、「憧れられ」「愛される」ものなのです。ですので、ブランドの現在進行形(ing)であるブランディングとは、一人でも多くの人たちにブランドと思っていただけにする、顧客目線に立脚したブランド構築作業、つまりブランドをつくるプロセスなのです。

今回、日本のYMCAがブランディングを進めるにあたり、私どもグラムコ株式会社がパートナーとして選定されました。グラムコ株式会社は日系初のブランディングを専業とするコンサルティング企業として、4半世紀以上にわたり200以上の企業・団体・学校・地域行政などのブランド構築を担当してまいりました。

現在、日本のYMCAのブランド度はどうでしょうか。ブランディングを始めるにあたって調査を実施

しましたが、多くの一般の人たちは、YMCAのことを「知名度はあっても、何をやっている団体か分からない」と思っているとの結果が浮かび上がってきました。

そこで第一段階として、「私たちは何者か」をオールジャパンYMCAとして顧客目線に立ち、分かりやすく伝えるための「ブランドコンセプト」を定義しました(本紙中面参照)。これは外に直接発信するものではなく、コミュニケーションの方法や内容、事業を考えたりする際の「基盤」となるもので、当初は内部で共有されるものです。「コンセプトなきブランドはブランドにあらず」と言われているように、コンセプトはすべての活動の基軸となります。

私は全国のYMCAを訪問し、多くのトップリーダーの方々にもお目にかかり、それまで知らなかったYMCAに関わる人の魅力、地域ごとの活動の豊かさ、広がりにも驚かされました。ただ残念ながら、今は事業領域の幅広さや活動内容の豊富さが、却って「分かりにくさ」となり、多様な広報等のコミュニケーションや表現が「ばらばらなイメージ」に見えています。

全国のYMCAがブランドコンセプトを共有し、ベクトルを合わせて情報発信できたら、より早く、より強固なブランドが出来上がることでしょう。これからはいよいよ発信する段階へと進みます。多様性を個性としながらも、一つのコンセプトの下で、情熱的にブランディングに取り組んで行きましょう!

## レポート

相手と向き合っ  
心を合わせていくこと。  
(仏語: 親和・共感的関係の意)

### 「決まり」の壁を こえるもの

ふじみ野  
バプテスト教会牧師  
大島 博幸

2012年公開の映画「レ・ミゼラブル」が大好きです。ご存知、ピクトル・ユーゴー原作のミュージカル映画。妹の空腹を満たすため、パンを盗んだ罪で19年間服役した主人公ジャン・バルジャン。仮釈放となりますが、過酷な服役生活を経て過去の罪は拭かれることなく彼を苦しめます。パンを盗んだことで、罪人という烙印を押され、人格も人生も奪われ、自分自身を見失う中、再び盗みを働きます。しかしその罪を覆うように彼に向き合った司祭の言動が回心へと導き、彼の人生は大きく変わります。ここには、悩み苦しみながらも、期待され信じられることが生きる力となり、自分に向き合うことで新たにされる、人間の姿が描かれています。

本来、人と人が平和で心安らかに生活するために、秩序としての社会や組織の「決まり」があります。しかし一度つくられた「決まり」が一人歩きしてしまうこともあり、その運用を間違えると、かけがえのない存在であるはずの人間が、ジャン・バルジャンのようにいつでもはじき飛ばされてしまいます。会社や学校などで、「決まり」の壁にぶつかり、傷つき悩

んだ経験のある人は意外と多いのではないのでしょうか。それは、教会でもYMCAでも例外ではないと思います。

人と人がつくり出す共同体全体のあり方を見つめ、対応するのは大切なことです。しかし、かけがえのない命や人生、また「決まり」によってはじき飛ばされた人をしっかりと見つめ、受け取ろうとする心を見失うなら、すべては無意味となってしまいます。そこから、安息日に病人を癒したイエスさまと律法学者たちが対立する聖書箇所を思い出しました。イエスさまは、一人ひとりの命を、何よりも大切にされます。

またイエスさまは、一人の子供を呼び寄せて言われます。「わたしの名のためにこのような一人の子供を受け入れる者は、わたしを受け入れるのである。しかし、わたしを信じるこれらの小さな者の一人をつまづかせる者は、大きな石臼を首に懸けられて、深い海に沈められる方がましである」(マタイによる福音書18章5~6節)。小さな者の命をこそ愛おしむイエスさまの言葉を受け止め、いつでもイエスさまと共にある歩みを始めていきたいと願います。

ブランドコンセプトは、次の3つの項目によって定義されます。

### Vision

YMCAが実現したい世の中の姿

YMCAにつながる「わたし」(個)の意識や行動の変化は、周りにいる人にも影響を及ぼします。一人ひとりが互いを認め合い、共に成長を目指していくことで、誰もが存在を認められる社会、主体性を発揮できる社会を実現していきます。

### Value

YMCAがステークホルダーに提供を約束する価値

「みつける」…YMCAには乳幼児から高齢者まで、あらゆる年代の人たちが関わっています。「さまざまなプログラムがある=入り口が多い」YMCAには、キャンプや国際交流などのアクティブな活動や、フリースクールや介護サービスなどの居心地よい空間があり、誰もが「したい何か」を見つけられます。

「つながる」…日本国内には35の都市YMCA、34の大学YMCA、そして世界には119の国と地域にYMCAがあります。YMCAとつながることは、友達・家族・地域とつながることであり、それは世界のネットワークへと広がってゆきます。

「よくなる」…YMCAでしか得られない、かけがえのない出会いや経験を通して、誰もが変わることができます。「わたし」(個)がよくなることで、わたしの毎日、わたしの人生が変わります。

### Personality

ブランドとして備えているべき個性、らしさ

「ポジティブネット」でつながる私たちは、喜びや痛みをわかち合い、さまざまなチャレンジにも挑み、わくわくしながら未来に向かって進んでいきます。

これからも「人」と「人」の魅力をつなぎ合いながら、周りをさらにひきつけるYMCAの姿を社会に発信していきます。

### 「一人ひとりが自分らしく」を表す言葉

田口 努 (横浜YMCA総主事・全国YMCA総主事会副会長)

一人ひとりが自分らしく生き、誰かと連帯し、自分が目指すものがみつける。YMCAは、そういうかけがえのない場所です。

そして、ポジとネガ、光と影というように、真にポジティブに生きるということとは、ネガティブな問題をしっかり直視して生きるということではないでしょうか。社会の中で、「この解決のために共に提案や活動をしていこう」と呼びかけ、そこで本当に自分の仲間だと思えるつながり、ネットワークが生まれること。これこそが、YMCAが広めるポジティブネットだと考えます。

◆「YMCAブランディングプロジェクト」は、日本YMCA同盟中期3カ年計画(2014~2016年度)に位置付けられます。2014年7月に結成されたブランディング広報戦略タスクチーム\*が中心となり、グラム株式会社をパートナーに進めています。

\*「ブランディング広報戦略タスクチーム」  
・メンバー：星野太郎(東京)、池田直子(横浜)、小林直樹・船戸輝久(大阪)、坂本孝司(神戸)、三浦友里江(広島)、秋光輝輝(熊本)  
・コーディネーター：太田直宏(せとうち)、小川健一郎(北九州)、横山由利亜(同盟)

## ブランドコンセプト - 「これが日本のYMCAです。」

### Vision

YMCAが実現したい世の中の姿

互いを認め合い、高め合う  
「ポジティブネット」のある豊かな社会を創る。

「ポジティブネット」

互いの存在や個性を認め合い、高め合うことのできる、善意や前向きな気持ちによってつながるネットワークのこと。課題の多い社会の中で、それは、生きるためのひとつの選択肢となっていく。私たち日本のYMCAは、グローバルなネットワーク基盤を活かしてポジティブネットを広げ、希望あるより豊かな社会を創ります。

### Value

YMCAがステークホルダーに提供を約束する価値

したい何かが見つかり、誰かとつながる。  
私が高くなる、かけがえのない場所。

### Personality

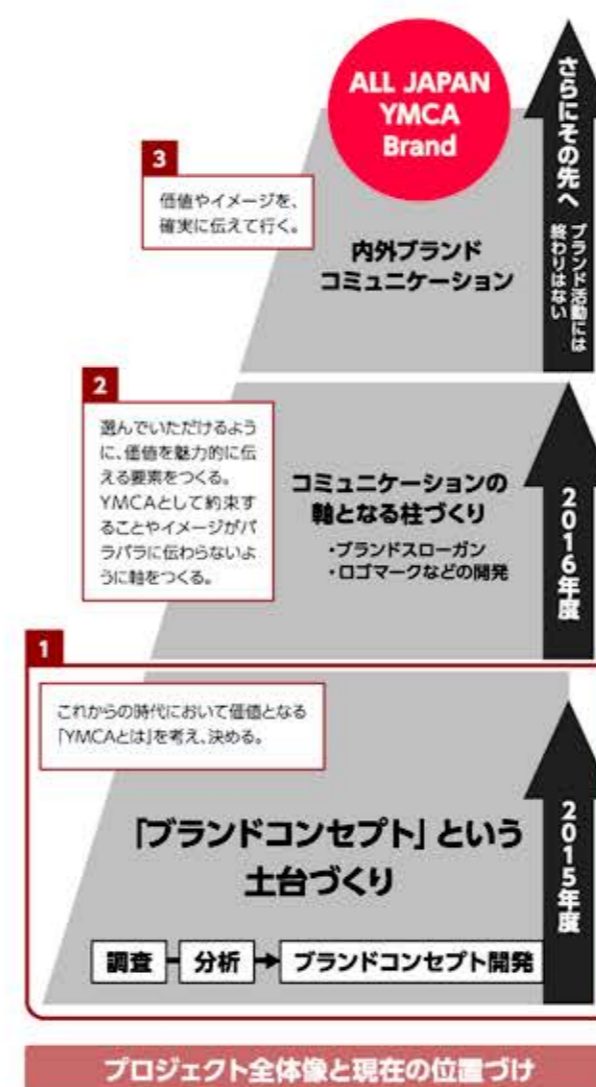
ブランドとして備えているべき個性、らしさ

みつける  
Discover Something  
つながる  
Meet Someone  
よくなる  
Be Good

心をひらき、わかち合う。  
前向きで、まわりを惹きつける  
魅力を持つ。  
Open & Sharing, Proactive & Attractive

### Q&A - 「ブランディング、ここが知りたい!」

- Q** 「ブランドコンセプト」と、「日本YMCA基本原則」の関係は?
- A** ブランドコンセプトは、「日本YMCA基本原則」の理念を、より伝わりやすい言葉に言い換えたものです。みなと同じ表現でYMCAを語るようになることで、まだYMCAをよく知らない人たちに私たちも大切にしている価値が伝わり、多様な社会課題の解決に寄与できるYMCAであることを明確にすることができます。
- Q** 全国共通の「スローガン」や「ロゴマーク」ができましたか?
- A** 「スローガン」や「ロゴマーク」は、ブランドコンセプトをベースに、その団体の存在意義を社会に表明するものです。ところが、現在、YMCAではさまざまなタイプのスローガンやロゴマークが使われ、統一されたメッセージが見えません。私たちは今、YMCAらしさを明確にする必要があるのです。そのため、ブランディングの専門企業であるグラム株式会社と協議を行い、未来を見据えたスローガンとコンセプトを鋭意開発中です。2017年6月に発表を予定していますので、どうぞご期待ください。
- Q** 今後、YMCAのブランディングは、どのように全国で推進されていくのですか?
- A** ブランディングを推進するのは、活動に関わる私たち一人ひとりで、それぞれがブランドコンセプトの意味を咀嚼し、互いにわかち合うことで「自分たちのもの」とする作業に取り組んでください。活動と照らし合わせることで、課題や可能性が発見されることでしよう。2018年4月からは、コミュニケーションツール(パンフレット、ポスター、WEBサイトなど)、会館(看板、掲示物等)から、事業・活動(事業やプログラムの内容・コンセプト、スタッフのあり様等)にまで浸透させ、全国展開していきます。今後、このための役員・スタッフ・リーダー研修、担当者会なども実施します。



プロジェクト全体像と現在の位置づけ

# YMCA

## ブランドコンセプト

### 私たちと社会の約束

「YMCAブランドコンセプト」が、第5回日本YMCA同盟協議会(6月18・19日)にて発表されました。YMCAが社会と行う約束、それがブランドコンセプトです。これに基づき、YMCAの価値を内外に明確にするブランディングの取り組みを、全国で本格的に展開していきます。大規模な内外調査結果の抜粋報告と合わせて紹介します。



### イメージ調査・アンケート結果 - 「YMCAは、何をしている団体?」

①内から見たYMCA:「生活者アンケート」(2015年11月16日~12月14日)

YMCA関係者を対象に行われたこの調査に、全国11,301人の方々のご協力いただきました。「内から見たYMCAのイメージ」とは、

YMCAの現在のイメージ

- スポーティー 76.8%
- 親しみやすい 75.1%
- 社交的な 71.0%

イメージ調査のまとめ

- 受け継いでいきたいイメージ: 洗練された, 革新的な, 社交的な, さわやか
- 変えていきたいイメージ: 安定的な, 地味な, 楽しい, 外向きな
- 強めていきたいイメージ: 積極的な, 情熱的な

YMCAの今後獲得すべきイメージ

- アクティブな 75.5%
- さわやか 74.2%
- 外向きな 73.0%

②外から見たYMCA:「生活者アンケート」(2015年12月11日~12月13日)

YMCAを認知してはいるが、利用経験のない3千人と、過去1年以上前に利用経験のある1千人、計4千人を対象にアンケート調査を実施しました。「外から見たYMCA」とは、

よく知らない

イメージわからない

国際団体

若者向け

キリスト教

関連団体

その土台となるものが「ブランディング」です

もっと情熱的で、楽しい、革新的なYMCAになりたい!という思い

そこから見えてきたものは、

◆上記以外にも、YMCAのトップや企業へのインタビュー、関係者対象のワークショップなどを実施しました。

# NEWS

各地の動きをご紹介します。

## ●熊本地震支援活動報告

—熊本YMCA

県内で最も被害の大きかった益城町で熊本YMCAが指定管理者として運営する総合運動公園内の体育館は、一時1,600人近くが身を寄せる最大規模の避難所になりました。時間の経過とともに日常を取り戻す人がいる一方で、立ち上がる気力を失い、明日をも思い描けない人たちもいます。



仮設住宅への引っ越しを手伝うボランティア(阿蘇)

5月半ば、地震による天井板の崩落で使用不能だった総合体育館のアリーナ部分の改修を終え、紙管製の間仕切りが設置されました。カーテンで仕切った空間に段ボールベッドや畳を置き、それまでロビーや通路、車中で生活していた避難者の多くが生活の場を移されました。その後、施設内には洗濯機や物干し場、中高生のための学習コーナー、ペットホテルやコミュニティハウスなどが設けられ、生活環境の整備が進んでいきました。

7月に入り、避難所から仮設住宅への入居も始まる中、避難所生活を続けざるを得ない人たちの気持ちを後押ししようと、他団体からサポートとテーブルやソファなどの提供を受け、施設内の共有部分を大幅に変更しました。この取り組みは、居住エリアとは別に食事のスペースを確保するというだけでなく、住人同士のコミュニケーション促進にも役立ちました。

「前震」「本震」という耳慣れない言葉や、「被災地」として報道されることに戸惑いながら、YMCAの支援活動は始まりました。過去に幾つもの災害を経てYMCAで培われてきた知恵と経験、そして各地からの物資などが益城、御船、阿蘇といった被災地域に集まり、繰り返す余震や豪雨で不安を抱えたままの人びとを支えてくれました。そんな全国から駆け付けてくれた仲間たちの姿に、私たちも、どれほど励まされたか知れません。

「まさか熊本で…」誰もが口々に、こう話しました。私たちの想像を上回った、二度の震度7。この悲しみを乗り越え、被災された方々と共に歩みを進めていこうと、YMCAは寄り添う活動を続けています。

熊本YMCA 因幡 亮治

\*熊本地震募金は、日本YMCA同盟ホームページのサイト内でも受け付けています。  
<https://srv.asp-bridge.net/yymca/index/>

## アジア・世界のYMCAから

### ◆洪水被災者のためのスリランカYMCAの緊急支援

—アジア・太平洋YMCA同盟、スリランカYMCA

5月15日、スリランカにサイクロンが上陸し、広範囲にわたって洪水や土砂崩れを引き起こしました。約24万人が避難した大規模な水害です。

スリランカYMCAは、水害発生直後から、被害が大きい地区に足を運んで、水、食品、医薬品や衛生用品を配りました。また、文具がなくて困っている子どものために、教科書、スクールバッグ、文具セット、水の提供をし、これまでに1,000人以上の子どもに支援を行いました。

### ◆ベラルーシの青少年センター —ヨーロッパYMCA同盟

東欧のベラルーシYMCAは新しい青少年センターの設立準備を進めてきました。この取り組みは、UNDP(国連開発計画)などから支援を受け、YMCA、NGO、企業、地元の人びとの連携と協力によって推進されています。



キャンプには毎週10代の若者50人が集う(ベラルーシYMCA)

教育と文化の拠点となるこの青少年センターで、誰もが参加できる祭りやスポーツが開催され、多くの人が学びを深め、地域に根付いた素晴らしい場所になることが期待されています。

### ◆YMCAキャリアEXPO —アフリカYMCA同盟

毎年開催しているYMCAキャリアEXPO。今年は、11月25、26日にケニアYMCAで実施します。テーマは、「才能と機会をつなごう」です。若者が第一線で活躍する企業人と会い、就職相談を行い、求人情報を得る場です。起業のサポートも行います。このEXPOへの参加によって、若者は自分の才能に気づき、企業とつながりを深め、さらには革新的なビジネスの起業につなげていきます。

●上記トピックの詳細(毎月PDF)は、日本YMCA同盟HPの「世界のYMCA」ページよりご覧いただけます。<http://www.yymcajapan.org/world/index.html>

Vol.18

## We All Belong to YMCA

YMCAの活動に参画するユースからの発信

### ◆九州ルーテル学院大学YMCA

◆内容：熊本市内にある九州ルーテル学院大学にて、2008年ごろより活動を開始し、2011年に正式加盟。現在部員5人が、大学教職員の協力を得ながら、学内での聖書研究をはじめ、地区・全国の学Y活動に参加している。

私は入部を迷っていた時、先輩の熱い勧誘を受けて初めて学Yの聖書研究に参加しました。九州ルーテル学院大学YMCAでは、週1回、部員の空き時間(90分)にチャペル室で3~4人が集まり聖書研究を行っています。私は高校もキリスト教主義学校だったので、聖書を読むことに抵抗はなかったのですが、学Yの聖書研究では、一人ひとりから聖書のメッセージを理解しようとし、今まで考えもしなかった視点や真実に語り合える時間があり、とても新鮮に感じました。自分にはこんな時間がきっと必要だと直感的に思い、それから毎週参加するようになりました。



上段右端が吉田さん

ぶどう園の労働者のたとえ(マタイによる福音書20章1~16節)を読んだ時、働いた時間が違う人たちが同じ報酬を受けることは不公平だと思っていました。けれど、最後に来た労働者が今までどんな思いで何をしてきたか想像してみようと言われて、初めてその労働者の一日中仕事がなく不安だった気持ちに気がきました。聖書を読む時には、自分に近い立場の人に焦点を当てて読んでしまおうけれど、いろんな背景を持つ人がいるのだと気付くことができ、自分の視野が広がったと感じました。

7月九州にある5大学Yのメンバー28人が集まり、新入生歓迎と交流を行いました。学Y紹介では、学生寮と大学サークル活動の違いや特色がよく分かりました。また、YMCAオリエンテーションでは、「学Yとは何か」をあらためて考え、とても印象に残りました。

私にとって学Yとは「自分と向き合う時間」です。それは、聖書の言葉を通して、自分の生き方や考え方を見つめ考える時間だと思っています。学Yで始まったつながりを大事にして、これからたくさん学Y活動に参加していきたいです。

吉田 詩帆(九州ルーテル学院大学人文学部3年)

## 第19回日本YMCA大会 参加者募集中!

—ユースエンパワメントを加速する—

「第19回日本YMCA大会」が開催されます。今回のテーマは「ユースエンパワメントを加速する~私たちの活動が社会を変える~」。これまで「世界YMCA同盟チェンジエージェント」や「アジア・太平洋YMCA同盟ユース・レプス」としてトレーニングを受けてきたユースが中心となって、大会の企画、運営を担当します。



第18回大会で意見を交わし合う参加者たち(2014年11月)

大会のメインは、3日間を通して積み重ねていくセッション。「ユースエンパワメントって何?」からスタートし、ユースの現実、未来に描くYMCAや社会との関係、アクションプランなど、参加者の経験や思いを持ち寄り、形にしていきます。

ユースの方々はもちろん、多くのシニア世代の方々の参加も期待しています。お互いの意見に耳を傾け、議論を交わし、何ができるか、どんな協力が可能かを見だし、一人ひとりが変革の機会を与えられることで、「ユースが主体となって社会を変えていくYMCA」として強力な推進力を得ることになります。

皆様のご参加を心から歓迎いたします。

日時 2016年10月8日(土) 14時 受付開始~10日(月・祝) 13時 解散

場所 日本YMCA同盟 国際青少年センター 東山荘(静岡県御殿場市)

\*お問い合わせは、日本YMCA同盟 事務局まで

### 一般財団法人日本宝くじ協会から寄贈

一般財団法人日本宝くじ協会より、全国YMCAの行う地域奉仕プログラムのために集会用テント48張、および青少年教育プログラムのために宿泊用テント70張を寄贈いただきました。

テントは全国16YMCAの41のキャンプ場および施設に配置され、地域に根差したそれぞれの活動に、また活動に取り組む青少年の育成に用いられます。



「山の冒険キャンプ」で初めてのテント泊を体験(神戸YMCA)