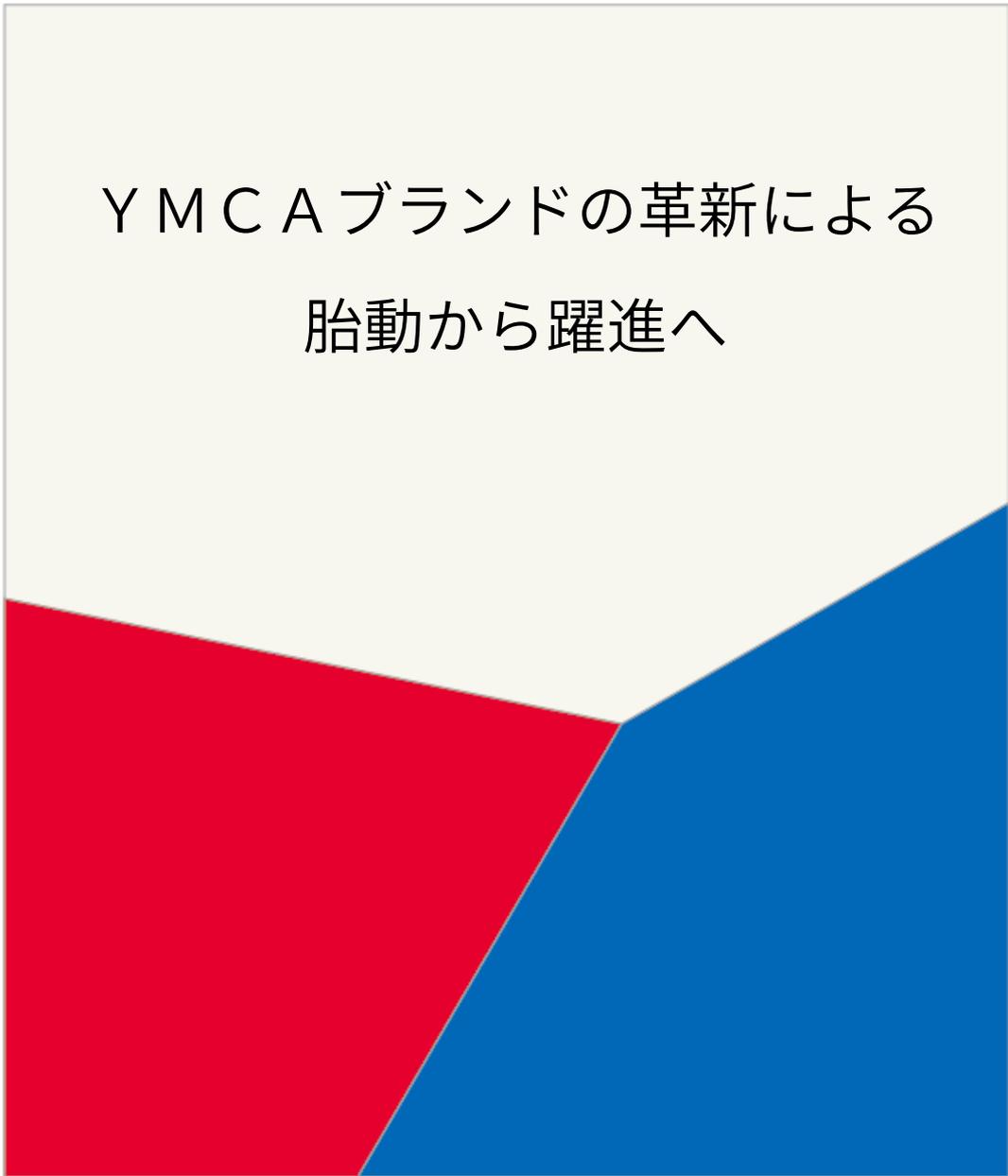


日本Y M C A 中期計画 2020

2017-2020 年度



Y M C A ブランドの革新による
胎動から躍進へ

日本Y M C A 同盟

日本YMCA中期計画 2020

2017-2020 年度 最終案

はじめに

現代のYMCAの課題

日本のYMCAは、創立以来、青少年活動の先駆的な役割を果たし、YMCAブランドを維持してきましたが、現代では「よく知らない、イメージがわからない」(2015年度実施「生活者アンケート」)という団体であり、このままでは、将来にわたって使命を果たしつづけることが困難となり、存立の危機と言わざるを得ません。また、財政的にも課題がより大きくなるものと考えます。

2014年度、日本YMCA同盟はこれを一つのチャレンジと捉え、「YMCAブランドの再生」を求めて日本YMCA同盟中期計画(2014-2016年度)を始動させました。2014年から3年間、YMCA本来の宝を今一度発見し、これからの時代において価値となる「YMCAとは」を考え抜き、コンセプトに仕立て直すことに取り組んできました。その成果として、2016年6月の同盟協議会においてYMCAブランドの土台となる「**ブランドコンセプト**」を発表するに至りましたことは、大きな一歩でありました。

YMCAのチャレンジ

YMCAブランドコンセプト

私たち日本のYMCAは、

バリュー

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。
を提供し、

ビジョン

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。
ことを目標とする、

パーソナリティ

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。
団体です。

* 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。(社会保障の)セーフティネットに代わる概念として、ブランドコンセプトに合わせてYMCAが新たに創造したことば。

ブランドスローガンとロゴ

さらに、この土台に基づいて、

ブランドスローガン

みつかる。つながる。よくなっていく。

を掲げ、ロゴマークを刷新いたしました。新しいロゴは、伝統的なYMCAスピリッツに基づき、日本YMCA基本原則が謳う「平和」をめざし、未来へ羽ばたいていこうとする日本のYMCAを象徴するものです。

さらなる協力・連帯を目指して

2017年度は、このブランドコンセプトに基づいて、もう一度YMCAの事業や運動を見直し、各YMCAが協力・連帯する躍進の時です。これまでの成果に基づいて、従来の「日本YMCA同盟中期計画」を改め、オールジャパンYMCAのさらなる協力・連帯を目指して、「日本YMCA中期計画」といたしました。

「**日本YMCA中期計画 2020**」は、ユースが主体となるYMCA運動を再構築し、その事業の質を高め、人びとからの共感、支援・寄附、賛同する会員の増加を目指すものです。しかし、それは単に事業成績としての目標ではなく、「ポジティブネット」の実現の指標の一つであると考えます。

「神の国の拡張」としての ポジティブネット

「ポジティブネット」のある豊かな社会を創ることは、パリ標準*において謳われたYMCAのミッション「神の国の拡張」につながるものです。イエスは、

神の国は、からし種のようなものである。土に蒔くときには、地上のどんな種よりも小さいが、蒔くと、成長してどんな野菜よりも大きくなり、葉の陰に空の鳥が巣を作れるほど大きな枝を張る（マルコ 4:31-32）

と言われました。わたしたちはYMCAから「ポジティブネット」が世界に広がっていくビジョンを共有し、この空の鳥が集い、互いに寄り添って巣を作るように、人びとを惹きつけ、そこにかげがえのない場所を見出すことを目指していきます。

ユース育成のビジョンこそ力

「葉の陰の巣」は、こどもとユースを中心にすべての人が安心して育まれていく場所の象徴です。YMCAは、ユース自ら社会の課題をみつめ、自己と社会の変革のためのアクションに向かっていく場となることを目指しています。イエスによって示された「神の国」に導かれる総合的なユース育成のビジョンこそ、YMCAのブランディングを推進する力です。

このブランディングをさらに推進し、「ポジティブネット」の創造と拡張を目指し、2017年度からの4年間の中期計画を策定いたしました。
ここに、日本のYMCAに連なる人びとに参画と協力を呼びかけます。

* “Paris Basis”は現在日本YMCA同盟では「パリ基準」と日本語に訳されているが、ここでは現在の「パリ基準」の日本語訳と、それ以前の訳を区別して「パリ標準」としている。“The extension of his Kingdom amongst young men”は、「パリ基準」では「イエス・キリストの精神が広く青年の間に活かされる」と意識がなされているが、「パリ標準」では「青年の間に神の国を拡張する」と直訳されている。

I. 基本方針

日本のYMCAは、以下のことを進めていきます。

1. ブランディングを推進し、ミッションを明確にする

社会との約束であるブランドコンセプトに基づいて、YMCA全事業の見直しを進め、その価値を高める。YMCAの姿が明確に伝わることで、社会から共感と信頼を得る。

YMCAのキリスト教使命（ミッション）を明確にする。

2. 全国的な広報戦略を策定する

広報戦略を立案し、恒常的かつ機動的にスケールメリットを生かして、社会に発信ができる体制と体質を作る。

社会に貢献する働きを明確にすることによって、賛同や寄附を得る組織風土を確立する。

3. リーダーシップ研修の充実を図り、強化する

次世代の日本YMCA運動のリーダーシップ像を、スタッフ、ボランティア、ユースリーダーにおいて明らかにする。全国で行うすべての研修を捉え直し、カリキュラムを整え体系化する。

4. YMCAマネジメントを強化し、確立する

すべてのYMCAの発展に資するよう、マネジメントの強化を徹底して図り、システムの確立を目指す。全国的な視野で事業強化を推進して財政基盤を強固にすると共に、コンプライアンスを遵守する組織となる。

5. 日本YMCA運動を組織変革する

日本YMCA運動としての一致と協力、将来にわたる推進のため、組織構造を変革する。

日本YMCA同盟は中期計画推進機能をより「見える化」し、新たにブランド・マネジメント機能を確立する。

6. “ポジティブネット” 実現の姿を示し、ユースエンパワーメントを推進する

“ポジティブネットのある豊かな社会”を創造することを決意し、働きを通して社会に示し続けていく。グローバルな基盤を活かしてユースが自ら考え行動するネットワークを広げ、ユースエンパワーメントを推進する。

II . 具体的な展開策

1 . ブランディングを推進し、ミッションを明確にする

日本YMCA同盟

1. 2017年6月に、新しいロゴ・スローガンを発表する。スタッフ、ユースリーダー、会員、メンバー等の内外関係者に向けたブランドブックを作成する。
2. 「ブランディング推進室」を設け、ブランディング及びYMCA運動・事業の強化発展に資する機能を推進する。
3. キリスト教使命・基盤(ミッション)をブランドコンセプトとの関連性において捉え直し、ミッションをわかりやすく解説したブックレットを作成する。

加盟YMCA

上記2.「ブランディング推進室」に連動し、

1. 2017年10月より順次、ブランドガイドラインに則って統一したブランドイメージを発信する。
2. ブランドコンセプトに基づいて、全事業・活動の検証を行い、その価値を磨き高める。
3. ブランドブックの活用を通して、内外にブランドイメージの浸透を図る。

上記3.のブックレットを活用し、

4. ブランドの基盤となるミッションの再確認と徹底を図る。

2 . 全国的な広報戦略を策定する

日本YMCA同盟

1. 加盟YMCAスタッフから構成される「広報戦略タスクチーム」を新たに設け、ブランドコンセプトを浸透させる企画・広報を立案する。
2. 全国のニュース・情報・各種データをタイムリーに集積、発信する仕組みを構築する。
3. 日本のYMCAとして、意見表明・提言活動(アドボカシー)を効果的に行う。
4. 募金/ファンドレイズに関する、全国で共有できる仕組みや研修を整える。

加盟YMCA

1. 効果的な広報のありかたを研究し、発信できる体制と体質を作る。
2. 募金/ファンドレイズを実践し、賛同や寄附を得る組織となる。

II . 具体的な展開策

3. リーダーシップ研修の充実を図り、強化する

日本YMCA同盟

1. スタッフ、ボランティア、ユースリーダー等の研修プログラムを、日本YMCA 研究所においてブランドコンセプトに照らし合わせて体系化し、カリキュラムを整える。
2. 増加する専門職スタッフがYMCA運動の担い手となるための研修を強化し、カリキュラムを構築する。
3. 加盟YMCA間の人事協力・交流(短期・長期)のための環境や支援を整え、外部の専門的NPO等との交流の可能性も探る。
4. 調査研究、研修、発信を目的とする日本YMCA研究所機能を高める。

加盟YMCA

1. 就労環境(働く環境)の改善に努め、多様なスタッフの採用・確保を進める。
2. 社会の課題に応えるスタッフを養成するために、研修を行う。
3. 各種研修への派遣、加盟YMCA間の人事協力・交流を積極的に進める。

4. YMCAマネジメントを強化し、確立する

日本YMCA同盟

1. 「全国YMCAコンサルテーション」を実施する。
2. 加盟YMCAの経営基礎データを分析し、財政危機の回避のための助言を行う。さらに会員数、寄附件数等、YMCAの健全運営の指標化を進める。
3. YMCAのマネジメント強化・合理化のためのシステムを検討し、全国規模で確立していく。
4. 事業の全体運営の統括機能を、戦略会議、各事業担当者会と連動して強化する。
5. 法務機能を強化し、加盟YMCAのコンプライアンス遵守をサポートする。

加盟YMCA

1. 新たにマネジメントの項目を追加した「YMCAガバナンス・マネジメントチェックリスト」を用いて、セルフチェックを実施する。
2. 戦略会議、各事業担当者会と連動して、財政基盤となる事業を強化する。

II . 具体的な展開策

5 . 日本Y M C A運動を組織変革する

日本Y M C A同盟

1. 日本Y M C A運動の組織構造を変革する。エリアで総主事・スタッフ不在のY M C Aを含めて統括する広域化、事業毎での全体運営戦略化、学生Y M C Aの地域化など多角的に検討する。
2. 中期計画推進委員会を設置し、タスク毎に加盟Y M C Aスタッフ・レイパーソン、専門家を配置し、組織とP D C Aサイクルの「見える化」を図る。
3. 加盟退除ガイドラインを適正に運用する。

加盟Y M C A

1. ブランドコンセプトを軸に将来のグランドデザインを構築する。
2. 近隣Y M C Aとの協力、事業の全国協働を進める。また、地域における学生Y M C A、ワイズメンズクラブとの協働を図る。

6 . “ポジティブネット”実現の姿を示し、ユースエンパワーメントを推進する

日本Y M C A同盟・加盟Y M C A

1. 全事業をブランド体系化し、価値のありようを内外に提示し、浸透を図る。ポジティブネットの実現の姿（具体的なイメージ）を、働きを通して社会に示し続けていく。また新たにフラッグシップ（パイオニア）となる事業/活動を開発し、展開する。
2. 多様な背景をもつユースが中心となって、Y M C Aの価値を具現化し、共有する。
3. グローバルネットワークを生かし、ユース世代に共に生きる原体験となる機会をさらに提供する。ユース自ら社会の課題をみつめ、自己と社会の変革のためのアクションに参画できる道筋を整える。
4. 総合的なユース育成のビジョンを世界、日本、地域（都市Y M C A・学生Y M C A）で確立し、ユースエンパワーメントの第一人者となる。
5. 日本Y M C A同盟が中心となり、全国各地区でのエリアセーフティの仕組みを整え、国内外の災害対策支援機能も他団体と連携し強化を図る。

日本YMC A同盟中期計画策定委員会

中道基夫 (委員長)

黄 崇子

岩坂二規

神崎清一

末岡祥弘

田口 努

塩澤達俊

菅谷 淳

横山由利亚 (事務局)