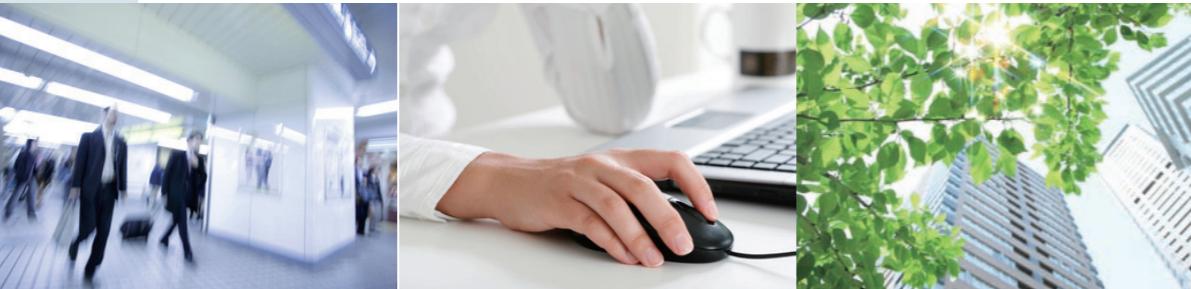


# THE REFRAMING

市民自治型地域社会の実現に向けた市民エンパワーメントのあり方の提示

Junior Chamber  
International Kure



2011年度 社団法人呉青年会議所 事業報告書

社団法人 呉青年会議所

〒737-0045 呉市本通4丁目2-10-3F

TEL (0823) 21-1081

FAX (0823) 21-0800

<http://www.kure-jc.or.jp>

e-mail [info@kure-jc.or.jp](mailto:info@kure-jc.or.jp)



## 2011年度 年間事業

	メディア・リテラシー向上委員会	コミュニケーション能力育成委員会	人材開発委員会	総務広報委員会	JCI・日本JC関係
1月				8日(土) ・1月例会(新年互礼会) ・事業計画書作成 ・会員手帳作成	20～23日 ・京都会議(京都)
2月				7日(月) ・2月例会	
3月	7日(月) ・3月例会	26日(土) ・スキルアップ事業I-1			
4月		4日(月) ・4月例会 夢創造塾くれ 「What is your dream?」募集事業	1日(金) ・仮入会員オリエンテーションI 23日(土) ・スキルアップ事業I-2		
5月	9日(月) ・5月例会	8日(日) ・夢創造塾くれ コーチ養成セミナー	14日(土) ・スキルアップ事業II 31日(火) ・仮入会員セミナー		26～29日 ・アジア・太平洋地域会議(マニラ)
6月	26日(日) ・体感型メディア・リテラシー向上事業①-1	5日(日) ・夢創造塾くれ 「What is your dream?」①	30日(木) ・仮入会員オリエンテーションII	18日(土) ・6月例会(高知合同例会)	
7月	30日(土) ・体感型メディア・リテラシー向上事業①-2	3日(日) ・夢創造塾くれ 「What is your dream?」②  31日(日) ・夢創造塾くれ 「What is your dream?」③	4日(月) ・7月例会		16・17日 ・サマーコンファレンス(横浜)
8月		21日(日) ・夢創造塾くれ 「What is your dream?」④		1日(月) ・8月例会	
9月	10日(土) ・体感型メディア・リテラシー向上事業②(がちdeくれモン)	5日(月) ・9月例会			4日(日) ・中国地区野球大会(吳) 18日(日) ・ブロック会員大会(府中) 9/29～10/2 ・全国大会(名古屋)
10月			3日(月) ・10月例会		10/31～11/5 ・世界会議(ブリュッセル)
11月				11日(月) ・11月例会(創立記念日例会)	
12月	プログラム作成・発信事業	プログラム作成・発信事業		17日(土) ・12月第2例会 ・事業報告書作成	
年間を通して			会員拡大	HP作成	

# 事業報告書

○2011年度社団法人呉青年会議所

理事長 堀口 悟史

## 【はじめに】

早いもので、二〇一一年度の社団法人呉青年会議所（以下、呉JC）も幕を閉じ、装いも新たに新年度の呉JCが力強く走り出しています。単年度制のJCでは、毎年見慣れたごく普通の光景ですが、ややもすると、新年度の快走ぶりに目を奪われるあまり、前年度に取り組んだ記憶が急速に風化しがちなところがあります。

もちろん、記憶の風化は、人の世の習いなので、そのこと自体、抗うものではありません。しかし、五年、あるいは十年が経過したとき、当時、どのような問題意識のもと、どんなことに取り組んでいたのかについて、振り返ることができるのは「何ものか」は残しておく必要があります。同じものを見ても、今の見え方と、十年後の見え方とでは、異なることもあります。また異なるからこそ、そこに何かしらの新たな発見の芽が見つかる可能性もあるからです。

果たしてそれが何であるのか、今は想像することもできませんが、少なくとも「二〇一一年度にはこんな風に見えていた」という証言は、足跡としてここにしっかりと残しておきたいと思っています。本事業報告書が歴史の検証に耐え得る記録となることを願いながら、以下、年当初に掲げた四つの基本方針にそつて、現時点における振り返りを試みることにします。

## 【メディアリテラシーの向上】

**メディアリテラシーとは**  
当該年度の一つ目の基本方針は、「メディアリテラシーの向上」でした。メディアリテラシーという言葉のとらえ方は様々ですが、私たちは、これを「メディアが発信する情報を鵜呑みにせず、その背後にいる作り手の意図を批判的に読み解く力」と定義しました。

これは良し悪しの問題ではなく、そもそも報道とはそういうものであるという理解が大事です。だからこそ、どのような意図を持って、メディアはこの出来事を報じることにしたのか。また、どのような意図のもと、このような情報の断片を取捨選択的に収集し、その後、それらをこのように繋ぎ合せることにしたのかという点について、受け手の側が思いを巡らしながら、

メディアリテラシー向上の肝は、情報収集から映像・記事制作までの一連の過程において、作り手側の様々なな意図が働いているということを肌感覚で実感することと言つても過言ではありません。この実感が乏しいまま、そうした意図の実在を理屈で説いても、それだけでは概念的な理解に留まるのみで、日常における実際の態度が変わることに至らないと思われます。

## メディアリテラシーを向上するには

前置きが長くなりましたが。では、どうすれば、このメディアリテラシーを向上することができるのでしょうか。最も簡単な方法は、メディアと同じよう、ある意図を持って情報の断片を収集し、それを繋ぎ合わせ、不特定多数の人に向けて発信するという一連の過程を実際に経験することです。つまり、これまで情報の受け手でしかなかつた人に作り手の側に回ってもらうのです。

「作品」としての報道に接することがより重要と言えます。換言すると、こうした批判的態度を欠いたまま、報道に接し、それを鵜呑みにすることへの警鐘が、このメディアリテラシーという概念には含まれています。

少し補足をしましよう。

私たちは、テレビや新聞、インターネットなどを通じて、日々、多くの情報を受け取っています。中でも社会的に影響度の高いものとして、マスメディアによる報道を挙げることができます。言うまでもなく、報道というの

は、実際に起きた出来事を報じるもので。しかし、具体的にどの出来事を報じるのか、また、それをどのように報じるのかという点において、必ず報道する側の「意図」が反映されます。

## 市民メディアへの着眼

そこで、次の関心事として、では実際にどのような映像を作ればよいのかという疑問がわきます。極論を言うと、それがどんな映像であろうと、ある意図を持つて情報の断片を収集し、それを繋ぎ合わせ、不特定多数の人に向けて発信しさえすれば、メディアが行っている行為を疑似体験することはできます。したがって、それがたわいもない映像であってもメディアリテラシーを向上することは可能です。しかし、私たちには、もう少し的を絞ることにしました。

では具体的に、どう絞ったのか。私たちは、たわいもない映像づくりは別の機会に回し、今回は、市民メディアの制作を通じて、その向上を図ることにしたのです。市民メディアというの

が異なるので、それらは互いに競合するというよりも、むしろ補完し合うものであると考えられます。もつと言ふと、市民メディアは、今後、マスメディアを補完する存在として大きく成長する可能性を秘めており、情報の種類や情報の見方に關する多様性の向上を通じて、私たちのものの見方をより豊かにして、してくれることが期待されます。これが、私たちが市民メディアに着眼した二つの理由です。

以上のように、今後、社会的にその役割や影響度が増していくことが予想される市民メディアの制作経験を通じてメディアリテラシーの向上を図るというが、二〇一一年度における呉JCの重要な取り組みの一つでした。その具体的な実施内容について、以下、概説を行います。

まず誰を対象に事業を行ったのか。結論から言うと、私たちは「メディアリテラシーを向上したい人」や「市民メディアを作成したい人」ではなく、「地域で新しい祭りを創りたい人」を「祭り創造プロジェクト」という名のもとに募集することにしました。一見、奇異に聞こえるかもしれませんのが、これには理由が二つあります。

まずは、オウム真理教による松本サリン事件を題材に地元の高校生が「テレビは何を伝えたのか」というドキュメンタリーを制作しています。内容としては、結果的に誤認逮捕となつた重

要参考人の取調べをめぐって、マスコ

想像することもできませんが、少なくとも「二〇一一年度にはこんな風に見えていた」という証言は、足跡としてここにしっかりと残しておきたいと思っています。本事業報告書が歴史の検証に耐え得る記録となることを願いながら、以下、年当初に掲げた四つの基本方針にそつて、現時点における振り返りを試みることにします。

二つ目の理由は、市民メディアが、多くの人に向けて、情報発信できるようになります。こうした技術的变化によって、市民メディアの情報発信力が格段に向上したというのが、一点目の理由です。

二つ目の理由は、市民メディアが、多くの人に向けて、情報発信できるようになります。こうした技術的变化によって、市民メディアの情報発信力が格段に向上したというのが、一点目の理由です。

以上のよう、今後、社会的にその役割や影響度が増していくことが予想される市民メディアの制作経験を通じてメディアリテラシーの向上を図る意

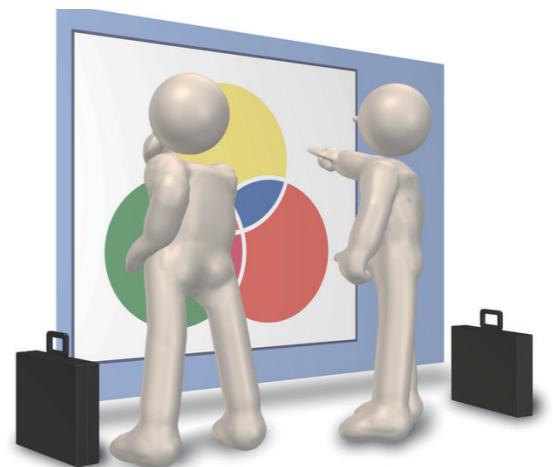
味がどのようにこれを報道したのかについて、地元の高校生の視点で描いたものです。その秀逸な出来から、今や市民メディアの代名詞となっていました。

私たちが、市民メディアに着目した理由は、大きく二つありました。一つは、今や誰もが情報発信できる時代になつたからです。インターネット、とりわけ、ブログを皮切りに Twitter や facebook などのいわゆるソーシャルメディアが登場、普及したことによって、これまで情報の受け手でしかなかつた人たちがいとも簡単に不特定多数の人に向けて、情報発信できるようになりました。こうした技術的变化によって、市民メディアの情報発信力が格段に向上したというのが、一点目の理由です。

以上のよう、今後、社会的にその役割や影響度が増していくことが予想される市民メディアの制作経験を通じてメディアリテラシーの向上を図る意

味がどのようにこれを報道したのかについて、地元の高校生の視点で描いたものです。その秀逸な出来から、今や市民メディアの代名詞となっていました。

私たちが



このような募集を行った結果、約三十名の市民の方々から参加申し込みを得ることができました。その後、参加者の方々には、一グループ六名から成る、計五グループに分かれてもらい、二回に亘ってワークショップを開催しました。

## ワークショップの開催

第一回目のワークショップでは、ムービーカードというツールを使って、編集効果の大きさを体感してもらいました。ムービーカードというのは、見た目はトランプのようなカードで、それに異なる絵が描かれています。例えば、犬が吠えている絵や、海にヨットが浮かんでいる絵、あるいは人が歩いている絵などです。これらのカードをいくつか無作為に選び、それをグループで話し合って、一つのストーリーになるよう並び替えるという作業を行います。

当然、並べ方が変わると、ストーリーも変わってきます。これが編集効果です。個々のカードは、断片的な情報に過ぎず、それをどう並べるかによって、そこから伝わる内容が変わってくると、いうことを実感してもらうために、このような場を設けたのです<sup>1)</sup>。

また、このワークショップでは、自分たちが実際にやってみたいと考える

のが、その実施理由でした<sup>2)</sup>。その結果を見届けるには、もう少し、時間が必要です。

## 本事業の今日的意義

これより、この一連の事業の今日的な意義について、語つておこうと思います。結論から述べると、それは、市民メディアのあり方について、新しい方向性を提示できたことです。

昨日、東京ビデオフェスティバルなどに多くの優れた作品が出品されており、またそこで高い評価を得た映像がインターネット上で誰でも閲覧できるようになっています<sup>3)</sup>。しかしその多くは、市民ならではの視点でとらえた、「問題提起」そのものに主眼が置かれています。

それに対し、私たちが行つた事業では、映像の作り手自身が、問題提起に留まらず、自らが「問題解決」の担い手になって、行動を起こすところに眼目が置かれています。つまり、問題解決行動が主で、それを遂行する過程での一つのモジュールとして、市民メディアの制作が組み込まれているのです。祭りというものは、その具体的な題材の一つであつたわけです。

もちろん、これは、どちらのタイプがより優れているのかといった類の話ではありません。市民メディアのあり方は、実は複数存在し、それらが相互補完的に効果を發揮することによって、社会に対し、より大きな影響を与える存在に育っていくという理解が最も重要であると考えています。こうした示唆を提供し、かつその具体的なありようとして、市民メディアの一つの新しい方向性を提示したという点に、本事業の今日的意義があつたと考えています。

## 【コミュニケーション能力の育成】

### ニート・フリーター問題

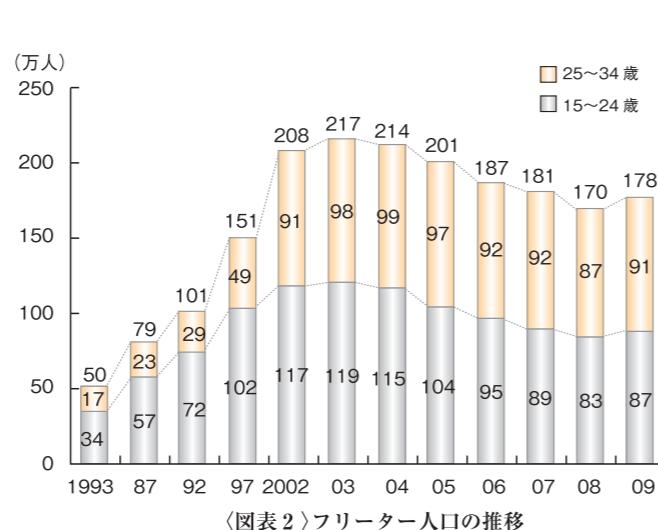
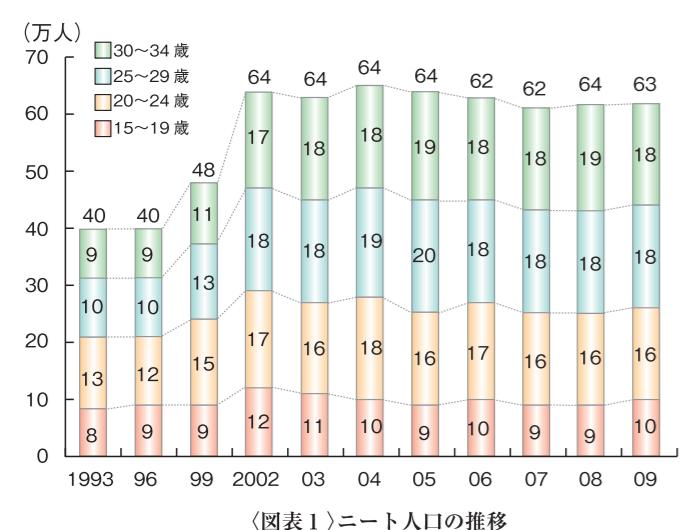
二〇一一年度の呉JJCの二つの基準針は、コミュニケーション能力の育成でした。このテーマのもとで行った

うの観点からみても、あるいは市民メディアの制作という観点からみても、実は意味のある取り組みであったことが、事後的に明かされました。

つまり、メディアアリテラシーとは何で、なぜ、それが必要で、そのことと、この祭り創造プロジェクトとの間にどのような関係があるのか。さらには市民メディアなるものが今後、社会にどう影響を及ぼしていく可能性を秘めているのかといったことが、ある種の種明かしのような形で披露されたのです。

当然、参加者の方々にとっては、新しい祭りの創造というのが、第一義的な参加目的であったことには変わりないのですが、それを実現するための過程で、実はメディアアリテラシーの向上という副産物を得ていたことを知ることになつたのです。

さらに私たちは、この一連の祭り創造プロジェクトの内容を映像にまとめ、これがメディアアリテラシーの向上に関する一つのプログラムになり得ることを全国各地に向けて発信しました。主な発信先の対象は、メディアアリテラシーの向上を活動目的とするNPOなどの諸団体としました。私たちが行ったプログラムを一つでも多くの諸団体で採用、もしくは改良いただき、それによつて、メディアアリテラシーの向上に継続的に寄与・貢献するという



**祭りの実施とプログラム化**

当日は、祭りそのものの実施だけではなく、それを企画した約三十名の市民の方々を対象に、「市民メディアアーティスト」を併せて開催しました。そこで、この祭り創造プロジェクトでの一連の経験が、メディアアリテラシーの向上と

方々に拾い上げてもらつたのです。当該映像を市民メディアと位置づける所はここにあります。

続いて、第二回のワークショップを開催しました。そこでは、これまで集めた素材を編集し、一本の映像として完成させ、グループごとにインターネット上での動画投稿サイト（YouTube）にその場でアップロードしました。併せて、ヤフー知恵袋などの質問投稿サイトにそのリンクを貼り、当該映像を作成、投稿した趣旨と、それに対する意見や改善アイデアを求めるコメントを添えて、反応を待つことにしました。

その後、各方面から寄せられた意見をもとに企画の見直しなどを行い、最終的にそれを具現化した実際の祭りが二〇一一年九月十日、大和ミュージアム（呉市海事歴史科学館）の裏で実施し、不特定多数の人から意見をもらい、それを参考に企画そのもののバージョンアップを図ることにしました。映像を作成するのはこのためです。

そこで、まずは自主的にグループミーティングを複数回行い、自分たちが考える祭りの具体像を明確にし、それを映像で表現するための素材選びや素材探しを行うというところからはじめました。既存の祭りが抱える限界とその乗り越え方という、普段、マスマニアが関心を払うことのない地域の社会的課題を本事業に参加した市民の

方々に拾い上げてもらつたのです。当該映像を市民メディアと位置づける所はここにあります。

開催しました。そこでは、これまで集めた素材を編集し、一本の映像として完成させ、グループごとにインターネット上での動画投稿サイト（YouTube）にその場でアップロードしました。併せて、ヤフー知恵袋などの質問投稿サイトにそのリンクを貼り、当該映像を作成、投稿した趣旨と、それに対する意見や改善アイデアを求めるコメントを添えて、反応を待つことにしました。

その後、各方面から寄せられた意見をもとに企画の見直しなどを行い、最終的にそれを具現化した実際の祭りが二〇一一年九月十日、大和ミュージアム（呉市海事歴史科学館）の裏で実施し、不特定多数の人から意見をもらい、それを参考に企画そのもののバージョンアップを図ることにしました。映像を作成するのはこのためです。

そこで、まずは自主的にグループミーティングを複数回行い、自分たちが考える祭りの具体像を明確にし、それを映像で表現するための素材選びや素材探しを行うというところからはじめました。既存の祭りが抱える限界とその乗り越え方という、普段、マスマニアが関心を払うことのない地域の社会的課題を本事業に参加した市民の

祭りの内容やその具体的な形について、グループごとに話し合つてもらいました。その際、一つの参考事例として、二〇一〇年四月に私たち呉JJCが行った「せとうちSEA SIDE ESTAくれ」の概要について、説明を行いました。つまり、これをたたき台に、自分たちであれば、こういうやり方で行うとか、こうすれば、もつと面白くできるといったことをディスカッションしてもらつたのです。

これらを踏まえて、ワークショップ

が抱える課題についてさらに検討を行いつつ、「自分たちはこんな祭りを創りたい」といったことを考え、それを

始しました。また、製作した映像は、インターネット上で公開し、それに対して、不特定多数の人から意見をもらい、それを参考に企画そのもののバージョンアップを図ることにしました。映像を作成するのはこのためです。

そこで、まずは自主的にグループ

ミーティングを複数回行い、自分たち

が考える祭りの具体像を明確にし、そ

れを映像で表現するための素材選びや

素材探しを行うというところからはじ

めました。既存の祭りが抱える限界と

その乗り越え方という、普段、マスマ

ニアが関心を払うことのない地域の

社会的課題を本事業に参加した市民の

事業を一言で表現すると、コミュニケーション能力の育成を通じて、いわゆるニート・フリーター問題への解決に寄与するというものでした。图表1<sup>4</sup>及び2<sup>5</sup>が示す通り、二〇〇〇年代に入つてから、ニート、フリーターと呼ばれる人たちが急増し、以降、高止まり状態が続いています。長引く不況も背景にあり、正規就労したくもそれができない人。あるいは、確実な夢を持つて、その実現に向けて頑張りつつも、それだけでは生計が立たず、アルバイトで生活を支えているという人も多くいると思われるので、一概に、二ート、フリーター状態にあること自体が「問題」というわけではありません。ただ、本来、これから日本を経済的にも社会的にも中心になつて支えていくことが期待される二十代から三十代前半の若者世代の多くが、就労形態という点では、中心的担い手になれていないというのは、社会的な損失と言つても過言ではないでしょう。そうした観点から、俗に「ニート・フリーター問題」という言葉が存在しているものと思われます。

## 何が本当の問題なのか

さて、この「問題」をもう一步踏み込んで考えてみることにします。ここで、二〇〇六年に毎日新聞社が行つた、興味深いアンケート結果を紹介しま

ニート、フリーター状態にある人たちの募集と、それに加えて、企業や団体などで管理職という立場にあり、かつ、他者とのコミュニケーション能力向上に関する人たちは募集を行いました。その後、後者の人たちだけを対象に、コーチングスキルの習得を目的としたセミナーを行いました。具体的には、傾聴と承認のスキルを体感的に学んでもらいました。それを学んでもらつた上で、ニート、フリーターの人たちに実際に向き合つてもらい、彼らが本当にやりたいこと、いわば彼らの夢を、セミナーを行つたのです。いわばコーチ役の養成です。

ちなみに傾聴とは、一切の先入觀を排して、目の前にいる人の話を積極的に聞くことです。私たちは、意外とこれができません。すぐに相手の話の腰を折つたり、あるいは相手が話す内容に対して何らかの評価を行つたりしがちです。そうではなく、ただひたすら全身全靈で相手の話を聞く。これができるようになるワークを行つたのです。

一方、承認というのは、相手が話すこと、あるいは相手の存在そのものを認めてあげる行為です。例えば、ある出来事がその人にとつて辛かつたといふ話を聞いた際、「そんなことは辛さ

のうちに入らない」とか「仕事をしていると、もっと辛いことがたくさんあるぞ」とこれ見よがしに発言する行為は、承認していることになります。それは評価です。

そうではなく、「なるほど、それが辛かつたんですね」と相手がそう感じたということをただそのまま受け止めてしまつたとき、「なるほど、それが辛かつたんですね」と相手がそう感じたということをただそのまま受け止めてしまつたとき、「なるほど、それが辛かつたんですね」と相手がそう感じたということをただそのまま受け止めてしまつたとき、「なるほど、それが辛かつたんですね」と相手がそう感じたということをただそのまま受け止めてしまつたとき、「なるほど、それが辛かつたんですね」と相手がそう感じた

うした極端な事例がニート、フリータ像として過度に一般化されてしまつた影響も一部あるのかもしれません。しかし、いずれにせよ、多くの人がニート、フリーター状態にある若者に対しても、厳しい見方をしているのは事実と言えます。

私たちは、ここに大きく二つの問題点を見出しています。一つは、多くの人が感じている通り、彼ら自身に内在する問題です。確かに、経済環境は決して良くなく、やむを得ず、二ート、フリーター状態に甘んじている人も少なくありません。しかし、その一方で、同じ環境下でも、日々、仕事を通じて社会に貢献している若者も多くいます。その違いを一概に語るのは余りにも乱暴ですが、敢えてそれを試みると、一つの推論として、自己との対話の巧拙といったものが考えられます。

私たちは、一日に数万回、心の中で

既述のアンケート結果の中に私たちが見出したもう一つの問題点は、二ト、フリーター状態にある人たちに対する社会の目です。誤解を恐れずに言うと、「彼らはダメな人間である」という社会の側の決めつけ的な態度です。そのように感じている人のうち、一体どれほどの人が、実際に、二ート、フリーターと呼ばれて人たちと向き合つてじっくり話したことがあるでしょうか。おそらく、メディアなどで報道されるイメージに引きずられて、彼らに対しネガティブな見方をしている人が大半ではないかと思われます。

ダメな人間かどうかは、評価する側

## やりたいことの発見とプログラム化

コーチ役の人たちを対象に先述のセミナーを行つた後、今度は、ニート、フリーターと呼ばれる人たちを対象にしたセミナーを合計四回に亘つて行いました。ここでは、彼らに自分たちが本当にやりたいことを仕事に関連付けて考えてもらいました。もちろん、考へるといつても、唐突に何かが生まれてくるわけなく、また、生まれたとしても、それが実際の行動に繋がらないようなものは意味がありません。そこで、まず彼らに自分とのコミュニケーションのあり方の基本を学んでもらいました。具体的には、NLP（神経言語プログラミング）と呼ばれるコミュニケーション技法の分野で蓄積された知見やスキルの体系の習得に取り組んでもらいました。それに加えて、コーチ役の人たちのサポートを得ながら、自分たちの夢について考え、それを自己表現してもらうということを行いました。具体的には、ビジョンマップの作成です。

これは、自分たちの夢は何で、その実現過程と、それが叶つた数年後に、自分たちがどのようになっているのかを、雑誌の写真の切り抜きなどを使って一枚の絵で表現したものです。夢はより具体的なものであればあるほど、



これが叶う可能性は高く、またその実現に向けた行動がより促されやすくなります。文字ではなく、雑誌の写真の切り抜きなどを使つて絵で表現するというの、その意味で理にかなっています。最終回の第四回目のセミナーでは、それを作成し、皆に見せて語つてもらうということを行つたのです。

この一連のセミナーのポイントは、大きく二つあります。一つは、当初、自分が本当にやりたいことがよく分かっておらず、ニート、フリーター状態にいた人たちが、自分とのコミュニケーションに関わるスキルを学び、かつコーチ役の人たちに良き聞き役に

した関係を築くために必要不可欠なスキルをコーチ役の人たちに習得してもらうというのが、最初に行つたセミナーの目的でした。それがすなわち、他者とのコミュニケーション能力の向上だつたのです。

日本人の多くがそうした態度をとる度を大きく変えるチャンスがあると、私たちは考えました。コミュニケーション能力の育成を通じて、二ート、フリーター問題の解決に寄与したいと考えた所以の一つはここにあります。既述のアンケート結果の中に私たちが見出したもう一つの問題点は、二ト、フリーター状態にある人たちに対する社会の目です。誤解を恐れずに言うと、「彼らはダメな人間である」とニート、フリーター状態に甘んじている人も少なくありません。しかし、その一方で、同じ環境下でも、日々、仕事を通じて社会に貢献している若者も多くいます。その違いを一概に語るのは余りにも乱暴ですが、敢えてそれを試みると、一つの推論として、自己との対話の巧拙といったものが考えられます。

私たちは、一日に数万回、心の中で

なつてもらうことで、自分たちがどんな仕事を通じてどんな夢を遂げたいのかについて明確にし、その実現に向かってはじめの一歩を踏み出せる状態をつくったこと。

もう一つは、ニート、フリーランスの見方が塗り替えられたことで呼ばれる人たちに対して、ネガティブな心証を持っていた人たちが、実際に彼らと向き合い、かつ、先入観を排しました態度で聞き役に徹してもらうことで、その意外な実像に触れ、結果、彼らへの見方が塗り替えられたことです。実際、本事業に参加したコーチ役の人たちは、回を重ねるごとに彼らへの見方が変化していったことを日々に語っています。

このように、ニート、フリーランスの見方に自身に内在する課題と、彼らをとりまく社会の構成員の側の課題の両方を同時解決する契機がこの事業には含まれていたのです。さらに私たちも既述のメディアアリテラシーの向上に関する事業と同様、この一連の取り組み内容を映像化し、これをニート・フリーランス問題の解決プログラムの一つとして、全国に向けて発信しました。主な発信先の対象は、当該問題の解決に心を碎く諸団体としました。発信したプログラムが一つでも多くの諸団体で採用、もしくは改良され、それによつて、当該問題の解決に継続的に寄与・貢献するというのが、

JCCが負担する形で行われました。しかし、これを今後、別の諸団体に採用・実施してもらう上で、当該団体にその経済的負担を同じように求めるのは、現実的ではありません。

私たちはこれを一つのプログラムとして全国に向けて発信した際、その運営費の負担は、ニート、フリーランス実施の主催者ではなく、コーチ役の人たちが所属する企業の側に求めるごとを提案しました。つまり、あくまでコーチングスキルの習得を目的に研修に参加してもらうことを第一義としながらも、それに加えて、ニート、フリーランスと呼ばれる人たちの参加費用についても、追加的に負担をしてもらうという仕組みです。

この仕組みによって企業側が得られるメリットとして、より実践的な研修が受けられるといったことが考えられます。自分とのコミュニケーション能力という点で何らかの課題を持つニート、フリーランス状態にある人たちに向き合い、傾聴や承認のスキルを活用し、彼らが本当にやりたいことを彼ら自身が発見するのをサポートするという経験は、研修のための研修と異なり、優れて実践的です。そういった意味において、既存のタイプのセミナーに参加するよりも、例えば社内での部下との接し方などにおいて、より高い成果が

私たちが年当初より目指した姿でした<sup>6</sup>。換言すると、私たちが行ったことは、コミュニケーション能力の育成という基本方針の一つを、ニート・フリーランス問題の解決に紐付けし、そこに的定、提示する活動でもあったわけです。実際に参加する人とのミスマッチが解消されたことです。

この種のセミナーは多く行われていますが、これらを受講する人の大半は、自らのコミュニケーション能力に問題意識を既に感じていて、それが解決されることで、何かしらのものを手に入れることができるといった因果関係を頭の中で大なり小なり描いている人た

ちです。逆に、自身のコミュニケーション能力というものに関して、自覚的な問題意識が希薄で、自分が直面している課題の多くが、自分との対話の拙さに起因しているといった認識が薄い人といふのは、そこに対して自己投資するに至りません。そのため、課題が解決さ

期待できます。

その一方で、これが見方によつては、CSRの実践的行為の一つにもなつてゐるわけです。なぜなら、通常のセミナー参加費よりも割増の費用を負担することで、ニート・フリーランス問題の解決に貢献しているからです。こうした社会的課題は、社会全体で取り組んでいく必要があります。当然、企業もその扱い手の一つになることが期待されます。

本事業ではそれを協力の「強要」によってではなく、企業側にもメリットが出るよう仕立て、CSRという文脈でより協力しやすいように設計しています。これもこうしたプログラムを长期継続的に行っていく上で必要不可欠な工夫の一つであると考えられます。教条主義的にあるべき論だけを唱えていても、社会を構成するより多くのプレイヤーを巻き込むことはできなくからです。

## 【次代を担う人材の質的・量的拡大】

の向上

前節まで述べてきたことは、いずれも私たちの対外的な活動に関わる基本方針と、そのもとで行つてきた事業内

れることなく、長くその状態が続くことが考えられます。

一つの道筋がつけられたわけです。



本来であれば、後者のタイプの人こそ、コミュニケーション関連のセミナーに積極参加することが期待される

わけですが、実際は、より問題意識が高い前者のタイプの人の参加に偏りがちです。「ミスマッチ」というのはこのことで、それが本事業のもとでは解決されているというのが、一点目の意義です。

これによつて、セミナーの主催者がらしてみると、新しいマーケットが誕生しました。これが二点目の意義です。

これまでセミナーに参加することによ

り大きな成果が得られることが期待されていながらも、参加するに至つていなかつた人たちが、現実的に参加する

が、本事業を通じて、そうでない人々を遂行することはできません。

であれば、専門家が積極的に協力したいと思うだけの動機付けが必要になってしまいます。従来はコミュニケーション能力の向上に関する明確な目的意識を持った人たちだけが、彼らのビジネス上のターゲット市場であつたの

からです。本事業がそうであつたよに、彼らの協力なしにこのプログラムを遂行することはできません。

大切なことです。なぜなら、本事業を一つのプログラムとして考へたとき、NLPやコーチングに関する体系的な知識を有した専門家の協力が欠かせないからです。本事業がそうであつたよう、彼らの協力なしにこのプログラムを遂行することはできません。

こうしたインセティブがあつてはじめて、本事業のようなプログラムを長期継続的に行つていくことができます。その意味において、新しいマーケットを創出できた、もしくはより控え目に言つて、ここがやり方によつては新しいマーケットになり得ることを示唆できたという点は、本事業の重要な意義です。

最後の三点目は、企業に対し、CSR（企業の社会的責任）を実践する上での一つの具体的選択肢を提示できたことです。本事業は、一連のプログラム実施に關わる運営費全てを私たち吳



容についてです。その一方で、私たちはこうした活動を持続的、かつ効果的に行つていくために、団体内部の課題に対してもいくつか取り組む必要がありました。その一つが、次代を担う人材の質的・量的拡大です。「次代を担う」というのは、吳JCCの次代を担うという意味です。また、質的拡大というのは、メンバーの資質向上を意味し、量的拡大というのは文字通り、吳JCCの会員数の増大を指しています。

前者については、現役メンバーを対象に、大きく二つのセミナーを実施しました。一つは、グループディスクッション力の向上です。私たち吳JCCは、青年会議所と呼ばれるだけあって、実際に多くの会議を日常的に行つています。もちろん、会議のための会議といつた性格のものは一つたりともなく、全員の会議がいつの間にか脱線してしまうことです。脱線といふのは、木に例えると、元々は幹の部分について議論していたのに、ある一人の発言をきっかけに枝のレベルに話が移

り、それがまた葉の話にまで展開し、そこで無用の時間を費やすといつたイメージです。

こうした議論の弊害として、次の二つのことが考えられます。一つは、幹の部分のあり方について決める場であるのに、葉の話にいつのまにかすり替わってしまうことで、結果、決めるべきことが決まらなくなってしまうこと。もう一つは、ある人は引き続き、幹レベルの議論を続け、その一方で別の人には葉のレベルの問題提起を行なうことで、俗に言う「議論が噛み合わない」状態に陥ってしまうことです。

こうしたことを回避するために、グループディスクッションを効率的、かつ効果的に行えることを集団としての一つのスキルと考え、その向上を目的としたセミナーを、外部講師の助力を得ながら、現役メンバーを対象に二回に亘つて実施しました。

しかし、二人以上の人からなる議論の場を全てグループディスクッションと呼ぶとするならば、そこにはグループディスクッションに固有の問題に直面することがしばしばあります。それは、真剣ゆえに会議がいつの間にか脱線してしまうことです。脱線といふのは、木に例えると、元々は幹の部分について議論していたのに、ある一人の発言をきっかけに枝のレベルに話が移

また、そこで学びを私たちだけのものとせず、そのエッセンスを整理し、インターネット上に公開することで、同じような課題に直面している諸団体も二次利用できるようにしました<sup>7</sup>。

# 向上 プレゼンテーションスキルの

向上

グループディスカッショングの向上と併せて、私たちが取り組んだもう一つのテーマは、プレゼンテーションスキルの向上でした。私たちは、団体内部においても、また外部に対しても様々なプレゼンテーションを行う機会を有しています。しかし、そこでどれだけ効果的なプレゼンテーションができているのかというと、課題が少なくありません。

フレゼンテーションの正否は伝える  
たいことがどれだけ相手に伝わったか  
で評価することができます。これを私  
たちは、伝達効率と呼んでいます。つ  
まり、例えば、伝えたいことが結果的  
に半分しか伝わらなかつたとしたら、  
それは五〇%の伝達効率であつたと表  
現できます。これを一〇〇%にまで引  
き上げる。それもなるべく短い時間で、  
あるいはより少ないスライド数で、ま  
たは少ない文字数で伝える。私たちは  
これもひとえにスキルの問題であると  
考きました。

うことにしたのです。

理由は次の通りです。J.C.というの  
は、ある面で非常に高額な商品である  
と考えることができます。それは年会  
費、さらには諸々の会議や事業などに  
付随して行われる実に多くの懇親会の  
参加費もさることながら、そうした場  
に参加する、あるいはその準備を行う  
ために投入せざるを得ない時間的コスト  
が膨大だからです。

そのため、私たちは、そうした高額  
な商品を入会候補者の方に買ってもら  
うためには、その商品が実際にどんな  
ものであるかを、購入の意思決定をす  
る前に十分に知つておいてもらつた方  
がより誠実な売り方であると考えまし  
た。つまり、呉J.C.という団体の商品  
理解を「勧誘」という名の口頭説明だ  
けで終わらせるのではなく、たとえ期  
間は三ヶ月と限定的ではあっても、仮  
入会員として実際にこの団体に所属  
し、構成員の一人として活動の一旦に  
触れてももらうことで、より多くの商品  
知識を得てもらい、それを踏まえて、  
最終的な購入可否について判断しても

## 付随して生じた大きな変化

したがって、いわゆる勧誘トークも、「呉JCに入会してください」ではなく、「三ヶ月、試してみてください」

A 3D rendering of two abstract, light-colored human figures standing side-by-side. They are facing each other and shaking hands, suggesting a formal agreement or conclusion. Both figures are holding small, rectangular briefcases or portfolios at their waist level.



そこで、同じく外部講師のサポートを得て、現役メンバーを対象に当該プレゼンテーション能力の向上を目的としたセミナーを開催し、そこでの学びを映像にまとめ、同様の問題を抱えた団体や個人に役立てるよう、インターネット上に公開しました。⇒

## 会員拡大に関する 新しハアプリチ

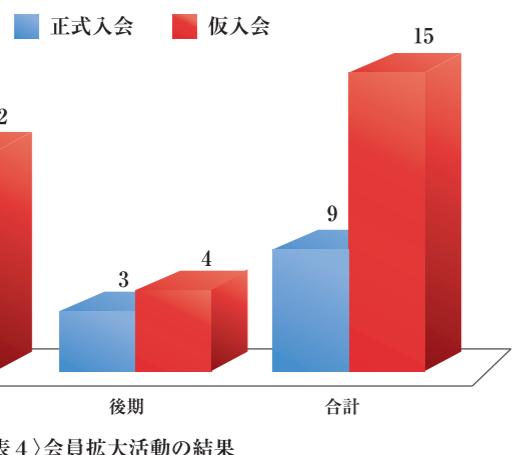
私たちは、前記のような現役メンバーの資質向上に関する事業に加えて、会員数そのものの量的拡大にも取り組みました。図表3が示す通り、呉JCの会員数は、一九八〇年代の半ばをピークに一貫して減少傾向にあります。一年単位での一喜一憂の話ではなく、会員数の増減をこのように超長期でとらえると、厳しい現実がダイレクトに浮かび上がります。したがって、この呉JCという団体が今後とも長期継続的に公益的活動を行っていくためには、何よりも会員数の増加が不可欠です。

には、この減少傾向を反転させる、あるいは、少なくとも減少に歯止めをかけることが、もはや喫緊の課題でもあるわけです。

こうした中、私たちは、次の三つのことを試みとして実施しました。一つは、これまで入会機会が原則四月のみ、すなわち年に一度だけであつたのを、四月と七月の年に二回に増やしたこと。二つ目は、入会申込者面接を経て、実際に正会員になるまでのインターフォニ期間を従来の六ヶ月から三ヶ月に短縮したこと。三点目は、従来、年会費の五〇%相当額であったインターフォニ費を無料化したことでした。

しかし、これらはいずれも制度面での表面的な変更点に過ぎません。より本質的な変更点は、この団体に入会するという意識決定のポイントを、入会申込者面接の時点からインターフォニ期間終了後にシフトした点でした。

従来は、メンバーによつて勧誘された入会候補者は、入会申込者面接を受ける時点で既にこの団体への入会について事実上の意思決定を行つていました。つまり、入会するという腹をくくつた上で、その門を叩いていたのです。それに対して、二〇一一年度においては、入会申込者面接を受ける時点で腹をくくることは求めず、インターフォニ期間が終了する時点で本当に入会するかどうかを彼ら自身で決めてもらうといふ



〈図表4〉会員拡大活動の結果

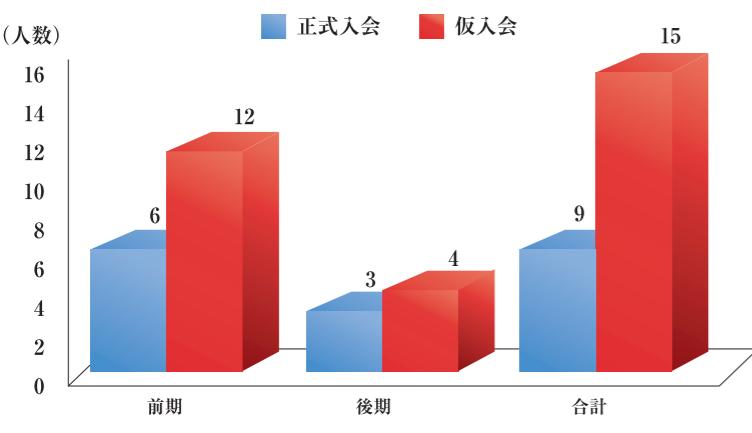
**新しい試みの結果**

では、こうした試みの結果はどうであつたのか。それを示したのが図表4です。結論から言うと、前期・後期併せて、計十五人の方がインターーン期間を仮入会員として過ごし、そのうち九人が正会員として正式に吳JCに入会しました。これまでの言葉を繰り返し言えば、この九人が吳JCという商品を購入したわけです。

この結果については、次のように考えています。まず、十五人という分母についてでは、一定の成果を得たと言えるかもしれません。しかし、九人とい

期間	正式入会	仮入会
前期	6	12
後期	3	4
合計	9	15

図表4 会員拡大活動の結果



〈図表4〉会員拡大活動の結果



## 【ソーシャルメディアを積極活用した新しい広報の実践】

### ソーシャルメディアの台頭

Web2.0 という言葉があります。これは、ブログの誕生を皮切りに、昨今では Twitter や facebookなどのいわゆるソーシャルメディアが普及したことにによって、これまで情報の受け手でしかなかつた人たちがいとも簡単に特定多数の人に向けて、情報発信ができるようになった状態のことを指します。私たち吳JCもこの恩恵を受けられる時代になりました。

振り返ってみると、広報という意味では、二〇〇〇年代以降、ホームページを使った情報発信がその主体的方法でした。但し、ホームページの場合、一方的な情報発信になりがちで、またその情報が届けられる範囲もあくまで、何らかの理由で直接、このホームページを閲覧する人だけに限られていました。

それに対して、Twitter や facebook を使った情報発信は、情報の受け手との双方向のやりとりが可能な上、情報を受け取った側が別の誰かに拡散するのも容易です。そのため、情報を届けられるリーチが、ホームページだけに依存していた時代に比べて格段に伸びました。

でもうだけでなく、会場から一キロメートルあまり離れた商店街にパソコンを設置し、その画面上に中継の模様を映すことや、会場への移動を促すといつた、言わば広報目的での活用も試みました。

そこには、もう一つの要素がありました。

ここからは、こうした三つの種類のソーシャルメディアを利用した広報活動を行つた意義と、これらを実践することで見えてきた、今後の課題と新しい方向性について、二点ほど述べることにします。

まず一点目の意義は、従来は広報の担当手というのは、いわゆる広報担当の委員会だけでしたが、二〇一一年度は、当該委員会にとどまらず、メンバー全員がその担当手となつたことです。既述の通り、ソーシャルメディアは不特定多数に対する情報発信の手軽さ

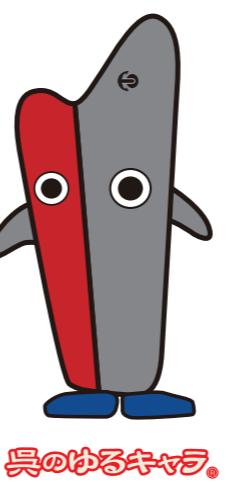
たのです。

### IIIのメディアの活用

そうした中、私たちは、主に三つの種類のソーシャルメディアを積極活用することで、吳JCとしての広報活動を行つてきました。一つは、Twitter アカウントのキャラクターとして使用すると同時に、同事業の最終選考で惜しくも選ばれた複数のゆるキャラも関連キャラクターとして使用しました。

Twitter については、二〇一〇年度に吳JCが行つた一般公募で吳のゆるキャラに選ばれた「てつぞー」を公式アカウントのキャラクターとして使用しました。

次情報に対しても、他のゆるキャラが何らかのコメントを付加し、それをRT（リツイート）することで一層の情報拡散を図りました。個々のキャラクターを擬人化することで、より親しまれやすい情報発信を行つていこうといふのが、その趣旨でした。



によって事業への「参加」の概念が大きく広がつた点です。従来は、事業参加の申込をし、現場の会場に足を運んでくれた人だけが参加者でした。至極、当然の話です。しかし、その一方で、興味はあるても様々な理由で現地の会場に来ることができなかつた人も少なかつたかもしれません。

Ustream は、その壁を壊してくれます。現地会場の様子をインターネット上で生中継することによって、ある範囲内であれば、コンテンツを共有することができるからです。それも単に閲覧するという受け身の行為だけでなく、例えば、閲覧しながらリアルタイムでコメントを入れ、それを実際の会場にいる人たちも同時に見ることができます。それが実際の会場にいる人たちも同時に反応するといった仕掛けを講じれば、物理的空間を共にしていなくても、そこに一定の参加意識を持つことが可能になります。

したがつて、今後は、実際の会場において参加する人たちではなく、会場に来ることができないものの、Ustreamなどを通じて、事業に「参加」することができる人たちの参加の仕方や、それに伴う参加意識や満足度をどのように引き上げていくのかといったことを考えていく必要があると思われます。つまり、こういったことも、事

## 【最後に】

二〇一一年度に掲げたスローガンは、「THE REFRAMING」でした。これは、ものの見方の枠組みを変えるという意味です。このスローガンのとらわれることなく、様々な新しい取り組みを行つてきました。

事業の設計段階における一つの検討課題になつてきただけです。

以上二点が、ソーシャルメディアを積極活用した広報活動を行つた意義と、それを実践することで見えてきた、今後の課題と新しい方向性です。

三点目は、Ustream です。私たちはこれを使っていくつの対外事業をインターネット上で生中継しました。既述のメディアリテラシー向上事業における「がちdeくれモン」はその代表的事業であったと言えます。当該事業では、單にこれを不特定多数の人見えたからです。

二つ目に利用したのが、facebook ページです。これは、吳JCのfacebook ページだけでなく、既述のメディアリテラシー向上事業（夢創造塾）についても、個別にfacebook ページを設け、事業参加者や当該事業に関心のある不特定多数の人にも閲覧してもらいました。

「えへん、「吳いいね！」」というfacebook ページもつくり、そこに吳JCの事業だけでなく、吳における各種イベントや飲食店に関する情報なども随時投稿するようにしました。これには、「吳いいね！」を吳に関する情報発信の有力な媒体に育て、そこにより多くの人を吸引した上で、適宜、吳JCの事業情報などを地域情報の一つとして発信していくという試みでした。

吳JCに関する情報だけを求める人は限られているので、吳JCの公式facebook ページ以外にも情報を発信するルートを築いていくことが大事と考えたからです。





義を再確認していくことが起きるので、それは父にとつてかなり幸せなことだと思います。

**堀口** 自分では当たり前と思つてやつていることについて、第三者から驚きや感嘆のフイードバックがあると、自分が行つていることの価値が実感できたり、またそれが励みにもなりますよね。そんなサイクルが起きているんで

**宮原** そうです。でも、それは宮原農園だけではなくて、もつといろんな人が活用できる技なのではないかと思つて います。そこで、今、学生たちにそれを取り組んでもらっています。

業のfacebookページを自分たちに作成させてしまひやないかと依頼します。皆それぞれの人脈を使って興味のあるお店を探したり、facebookページの作成について自ら交渉をするのです。これをおこなうための最終課題としています。

**堀口** 宮原先生が、「市民メディア」というものに、関心や関わりを持つようになったのはいつ頃からですか。

ました。それが春を過ぎ、夏頃になるとかなりの数のメンバーが使うようになります。面白がってするようになります。面積が大きくなると何か変化がありましたし、その中で大きくなると何か変化があつたと思うのですが、その変化が具体的にどういうものだつたのということをきちんと振り返る機会がないまま今日に至っているかもしれません。ちゃんと内省をする場があつた方がいいというお話をですね。

**宮原** そうです。ソーシャルメディアという新しい道具を手に入れて、皆がそれを使えるようになる。それは例えて言うと、缶切りみたいなものです。使えるようになるということが、どう自分たちに影響したのか。仲間同士でも、誰がどういう活動をしているのかとか、日頃どう思っているのかとか、どんな風に家族のことを思っているのかということを共有できる。

こういうことは今まで飲み会で  
毎日普通に共有できてしまふ。こうい  
うことができるようになつたことに  
よつて、自分自身、何がどう変わつたの  
か、変わりつつあるのかという視点を  
持つことが大切だと思います。



宮原 美佳（みやばら みか）  
大阪芸術大学 芸術学部 映像学科、並びに岐阜県立国際情報科学芸術アカデミー アートアンドメディア・ラボ科卒業後、チャートトイットやムービーカードなどの開発を手がけ、2004年 東京ビデオフェスティバルで優秀賞を受賞されるなど、メディアアーティストとしてご活躍中。現在、早稲田大学 文化構想学部 非常勤講師。

1. 下記サイト参照。  
<http://www.facebook.com/MyAgriculture>
  2. 下記サイト参照。  
<http://www.facebook.com/tsunaken.waseda>
  3. 下記サイトで閲覧可能。  
<http://ja-jp.facebook.com/kurematsuri>

にまつわる色々なものに触れられる機会があつたと思うのですが、呉に対してもどんなイメージを持たれたか、教えていただけますか。

う「まち」は、中々ないですよ。

であれば、そういういたものを活用し始める前後で自分たちのマインドがどう変わったのか、日本のとらえ方や地域のとらえ方でどんな違いが生じたのかなど、一度、全員で話をして、何かにまとめるということをされると、さらにも定着するでしょうし、そこに土台ができると思います。

**堀口** 今後の課題について、先生がお感じになられていることがあつたら、お聞かせください。実際に事業を行つた後だからこそ感じることもあると思いまます。

本当に良いと思うものの価値が大事です。そういうふた価値が、「網の目」的なネットワークを介して既に広がっています。

## 中田順子先生

## 堀口悟史

社団法人吳青年会議所  
理事長

**堀口** 今日は、中田先生とコミュニケーション能力育成事業（夢創造塾くれ）について一緒に振り返りをしながら、色々なお話ができたらと思つています。まず、この度の私たちの事業との関わりが先生にとってどんな意味があつたのかというあたりから、お聞かせください。

**中田** 今回、この事業に関わらせていただいて、私自身も、考えさせられることが色々ありました。普段は自分の意思でセミナーを受けに来られる方が中心で、自分なりに意識を持つてスキルを学びとろうとか、もつと良くなりたいとか、自分のマイナス部分を何とかしたいとか、明確な目的意識を持つて参加される方々が対象です。

今回参加された方たちは、JCの皆さんのが働きかけがあつて、ようやく重い腰を上げて来てくださった方々が大半でした。このままじゃいけないと、変わらないといけないという気持ちはどこかに持っているけれども、想つていた人たちが来ていなかつたのです。それだけに私の中では、今でも顔をはつきりと覚えていて、二回目以降、会えなくて本当に残念でした。一回目の時に何とか声をかけてあげればよかつたとつくづく思っています。

**堀口** 確かに、「四日間必ず出席する」という約束は、自分から手を上げて申し込んできた人にとっては、自己投資をして学びに来るのだから、当然のこととして受け止められるにしても、今回のようにそれとは違った経路であの場に参加した人にとっては、難しい面があつたかもしれませんね。

**中田** そうですね。これまでの研修では、同意を求めるところで具体的な反応がありました。今回も、反応してくれた人が一人だけいました。抵抗を示す質問が出るなど、何らかの反応があれば、その反応をきっかけに会話をし、

そこに向けて自分から中々アクションを起こせなかつたという方たちです。

実際に置かれている状況も、お仕事に就かれていないと、何をしたら良いか分からぬとか、はつきりとした所属を持つていなかつた方たちが多く、そういう人たちと「一緒にさせていただいたことは私にとって貴重な体験でした。

**堀口** 自分ではお金を出さずにセミナーに参加するというケースは、今までの先生のご経験とは随分異なりますよね。

**中田** そうですね。企業研修に行かせていただくと、お金を出すのはあくまで企業さままで、参加される方の中には、上司から言われるので、本当は面倒くさいけど、仕方なく研修に来ていると、いう姿勢が見えることがあります。そういう方たちも、最初の「自主的な意欲」という点では、今回とちよつと似たような部分があるかもしれません

参加姿勢を作り出すこともできます。今回の誤算の一つといえば、そこで反応すらなかつたということです。あの時点で私の方から彼らの思いを拾い上げながら、会話の中で意識を変えていくというアプローチをこちらでもつと積極的に作ればよかつたでしょうね。を、私の方からもっと言葉にして出して声をかけてあげたらよかつたと思っています。

**堀口** あともう一つ思うのは、一回目から二回目にかけて脱落してしまった人が多かったと言つても、少なくとも彼らは、一回は来てくれた人たちです。その一方で、私たちが引っ張つてくることができなかつた人がもつとたくさんいます。そういう子たちにも参加してもらうための工夫というのが今後は必要かもしれませんね。

導入部として例えばWebセミナーのようなものを設けて、自分の部屋でそれを見ながら、人と直接関わらずに基礎知識を学べるようにする。そこで、自分でちょっと練習してみて、面白いなど感じられるステップを踏んでか

ね。それでも、やはり会社で用意されている場なので、あまりやる気のない態度をとるわけにもいけません。ある

エンジンがかかり、積極的に参加してください」という意欲の面では、学びとるぞ」という意欲の面では、受講料を自ら支払った方の方が高いと思います。

そういった意味では、今回の参加者の方は、立ち上がりがゆっくりだつたかもしれません。ただ私は、「必ず一人人が大きな可能性を持つていて」と信じているので、四日間という期間の中で各々に必要な気づきが起きて変化していくだろう、それぞれが良い方向に向いていくだろうと信じています。

それでも、最初の導入時点で自分で予測していかつた反応もありました。大きかったのは、一回目から二回目にかけて参加者が随分減つてしまつたこと。これは、やつぱり最初の回で私の方でもつと予測して対策しておきました。普段私が接している人たちとの意識のギャップというものにもつと目を向けて、最初の一歩のところをもつと細やかにやるべきだつたと思っています。あそこで抜けてしまつた人たちが本当に残念です。

**中田** 最後までセミナーに参加してくられた方に對して思うことはありますか。

改めて思つたのは、やはり一人一人の「力はある」ということです。最初はちょっと遠慮気味だった方も回を重ねるごとに、どんどん自分の強みを發揮していきました。表情も変わってきましたし、夢について話したり、実際にその実現に向けて一步目を踏み出した方もいました。

中々、二の足を踏んで動き出せない方もいらっしゃつたかもしれません。が、全体としては、変化していくのが感じられましたし、周りとのコミュニケーションも上手になつていく、自分なりにヒントをつかんでいく、前に入んでいこうという意識が感じられたので、やはりどんな状態にあつても、一人の中にはすごく力があること実感しました。

**堀口** 参加された方は、このセミナーで変わつたというよりも、もともと語るに値する何かを持っていたのに、日常の中でそれをうまく引き出すことがで

**堀口** そうですね。確かに全体で見ても、一回目から二回目にかけて抜けた方の比率が突出して高かつたですかね。

**中田** JCの皆さんが苦労して、やつと重い腰を上げて連れてきてくださった方たちを、結果的に脱落させてしまったという思いがあります。そこは、私自身の大きな反省であり、学びもあつた点です。

**堀口** 四日間の中での、「途中で欠席する」といったことが起きるだろうとは予測していたので、「四日間必ず出席する」というルールを決めて、それに対して「同意」をしていただきましたが、そのあたりでもつと意味付けや、この四日間がどういう目的や内容なのかを彼らがもつと受け取りやすいように、より丁寧に話してあげる必要があつたのだ、後からわかりました。やはり、そのあたりでもつと意味付けや、この四日間がどういう目的や内容なのかを彼らがもつと受け取りやすいように、より丁寧に話してあげる必要があつたのだと思います。

**中田** 四日間のときに自分の内側のことを正直に話さず、ふざけた感じで話をしてしまつた方たちも何人かいまだと思います。

また、一回目のときに自分の内側のことを正直に話さず、ふざけた感じで話をしてしまつた方たちも何人かいまだと思います。

**中田** 本当にそうですね。参加された方も最初のうちは自分が何をやりたいのかはつきり分からぬと言つていましたが、最後にビジュアルマップを作るときには、それが明確になつていました。やはり、表現する機会がないと形づいてこない面はあると思います。話をしたり、人とディスカッションしたりする中で、やはり自分はこれだつて、自分が私はしつくりします。NLPでも、「人は皆リソースフル（自分の持つてゐる資源や能力を最大限に發揮している状態）」とよく言われますよね。今回のセミナーで、改めてそのことを教えられた思いがあります。

**堀口** 私もそう思います。人はそう簡単に変わらないし、限られた回数のセミナーを受けて人間が変わることはないでしよう。セミナーを受講することでも、もともと持つていたけど、表に出にくかつたものが出てようになつたというものが実態に近いでしょう。逆に言うと、それをどう表出させるかということが、最大の課題だと思っています。

**中田** そうですね。元々その人の中にあつた何かを表現できる機会があり、それを受け入れてもらえて、それを出してでも大丈夫と思える人や環境に出会えると、人は自然とそれを自分の良さとして表に発しやすくなると思います。

最後まで参加してくれた人たちは活発に意見も出していたし、リーダーシップも發揮していました。そんな人たちも最初は、コミュニケーションをとるのが苦手と口をそろえて言つていました。自分のことをそう評価していのではありません。ところが、ラボール（信頼関係）が築けて、ありのままの自分を受け入れてもらえる環境では、活発に自分の意見を述べ、しっかりとリーダーシップをとりながら周りを巻き込んでいくこともできていました。実際に見せてもらいました。ここで感じた自分の力を信じて、前に進んでいてほしいです。



2011年度の呉青年会議所に対し、お力添えいただいた全ての方に心からの感謝を申し上げます。

ようになります。素晴らしい力が本当はあるのに、自己表現が滞つてしまふことで、本来持つてある力を社会としても活用する機会を失ってしまいます。というのもつたないと思いま

す。

発に意見も出していたし、リーダー

シップも發揮していました。そんな人たちも最初は、コミュニケーションをとるのが苦手と口をそろえて言つっていました。自分のことをそう評価していました。ところが、ラボール（信頼関係）が築けて、ありのままの自分を受け入れてもらえる環境では、活発に自分の意見を述べ、しっかりとリーダーシップをとりながら周りを巻き込んでいくこともできました。ここで感じた自分の力を信じて、前に進んでいてほしいです。

もちろん、自分を受け入れてもらえる人の出会いや環境というものを自分で見つけていくというのも大事でしよう。また、サポートする私たちとしてもそういう環境を意識的に作つていくことがもつとできるようになると、これから日本をつくっていく若い人の力を今まで以上に引き出し、活かしていくことができる

ジを持っていたので、今回のように社会の核心に入していくような事業モデルを作ろうと取り組まれる姿勢には、本当に感銘を受けました。

JCメンバーに対しては、どんな

印象をお持ちですか。

が、今度は是非プライベートでも、お越しありません。ご案内させていただきます。他の方もその後、どうなつていていただきたいと思っています。

中田 今回の参加者の中には、既にお仕事が決まつた方もいらっしゃるようですが、他の方もその後、どうなつていています。他の方もその後、どうなつていています。

中田 2011年度の呉青年会議所に対し、お力添えいただいた全ての方に心からの感謝を申し上げます。

中田 同窓会のような場をコーチ役の方も交えて行いたいですね。一年経つてみてどうだったかななど、感想が聞けます。他の方もその後、どうなつていています。他の方もその後、どうなつていています。

中田 こちらこそ、ありがとうございます。

中田 同窓会のアシスタントとして多くの研修に携わる。全米NLP協会公認NLPトレーナーなど数々の資格を取得、コミュニケーション能力向上、部下育成、チームビルディング、コーチングなどのセミナー講師として活躍中。現在、日本教育推進財団理事、ベネシス教育研究所 代表。



**堀口** 今年は計六回呉に来られました

ところ、ニート、フリーター状態にある若者だけのようですが、実はコーチ役の企業人の方々も違った意味で重要な役割を持つた対象者でした。また、最終的には、この事業を私たちだけでやりつ放しの状態で終えるのではなく、多くの企業に運営資金の出し手になつてもらうことで、どんな団体でもこれを実施できる一つのプログラムの体系としてまとめ、それを同じ問題意識を持った諸団体に向けて発信するところまでを活動範囲としました。こうした部分については、先生はどのようにお感じになられていきましたか。

中田 JCで取り組まれる事業としては、ずいぶん深いところに焦点を当てて、難しいところにチャレンジされるな、という印象を持ちました。私たちの地域社会にとつても日本の社会にとつてもとても重要な部分ですが、JCとしては、一年で気持ちよく締めくくることができるテーマを対象にされるのが一般的なのかな、というイメー

**中田 順子（なかだ じゅんこ）**

俳優を経て、人材育成を行なう研修会社に入社。研修部門のアシスタントとして多くの研修に携わる。全米NLP協会公認NLPトレーナーなど数々の資格を取得、コミュニケーション能力向上、部下育成、チームビルディング、コーチングなどのセミナー講師として活躍中。現在、日本教育推進財団理事、ベネシス教育研究所 代表。

# 2011年度 (社) 吳青年会議所収支決算報告書

[自2011年1月1日・至2011年12月31日]

社団法人 吳青年会議所

理 事 長 堀口 悟史

専 務 理 事 宮下 佳昌

事 務 局 長 石井 靖彦

【単位:円】

## ( I )一般会計の部

### (1) 一般会計収支計算書

[自2011年1月1日・至2011年12月31日]

#### 〔収入の部〕

科 目	2011年予算額	2011年決算額	過／不足△	摘要
会 費 収 入	16,515,000	16,267,500	-247,500	
登 錄 料 収 入	0	0	0	
雑 収 入	450,000	449,015	-985	
受 取 利 息 収 入	15,000	3,557	-11,443	
販 売 収 入	0	0	0	
修 繕 積 立 金 繰 戻 額	0	0	0	
補 助 金 収 入	400,000	400,000	0	
			0	
(当期収入合計)	( 17,380,000 )	( 17,120,072 )	( -259,928 )	
特 別 会 計 繰 戻 額			0	
JC 基 金 取 り 崩 し 額			0	
前 期 繰 越 収 支 差 額	1,250,151	1,250,151	0	
合 計	[ 18,630,151 ]	[ 18,370,223 ]	[ -259,928 ]	

## 〔支出の部〕

科 目	2011年予算額	2011年決算額	過△／不足	摘要
事 業 費	9,840,000	9,607,109	232,891	
負 担 金	1,287,600	1,285,025	2,575	
管 理 費	7,385,400	6,628,492	756,908	
J C 基 金 当 期 積 立 額	0	0	0	
退 職 積 立 金 積 立 額	54,000	54,000	0	
会 費 回 収 不 能 額	0	185,671	-185,671	
予 備 費	63,151		63,151	
(当期支出合計)	( 18,630,151 )	( 17,760,297 )	( 869,854 )	
特 別 会 計 へ 繰 出 額			0	
次 期 繰 越 収 支 差 額	0	609,926	-609,926	
(うち当期収支差額)	( 0 )	( -640,225 )	( 640,225 )	
合 計	[ 18,630,151 ]	[ 18,370,223 ]	[ -259,928 ]	

## (2) 一般会計収支明細表

〔自2011年1月1日・至2011年12月31日〕

## 〔収入の部〕

科 目	2011年予算額	2011年決算額	過／不足△	摘要
1. 会 費 収 入	( 16,515,000 )	( 16,267,500 )	( -247,500 )	
(1) 正 会 員 会 費 収 入	12,300,000	12,112,500	-187,500	
(2) 特 別 会 員 会 費 収 入	4,215,000	4,125,000	-90,000	
(3) 特 別 名 誉 会 員 会 費 収 入	0	30,000	30,000	
2. 登 錄 料 収 入	( 0 )	( 0 )	( 0 )	
3. 雜 収 入	( 450,000 )	( 449,015 )	( -985 )	ファイン収入他
4. 受 取 利 息 収 入	( 15,000 )	( 3,557 )	( -11,443 )	
5. 修 繕 積 立 金 繰 戻 額	( 0 )	( 0 )	( 0 )	
6. 補 助 金 収 入	( 400,000 )	( 400,000 )	( 0 )	吳市
(当期収入合計)	( 17,380,000 )	( 17,120,072 )	( -259,928 )	
7. 特 別 会 計 より 繰 戻 額	( 0 )	( 0 )	( 0 )	
8. JC 基 金 取 り 崩 し 額			0	
9. 前 期 繰 越 収 支 差 額	( 1,250,151 )	( 1,250,151 )	( 0 )	
合 計	[ 18,630,151 ]	[ 18,370,223 ]	[ -259,928 ]	

## 〔支出の部〕

科 目	2011年予算額	2011年決算額	過△／不足	摘要
1. 事 業 費	( 9,840,000 )	( 9,607,109 )	( 232,891 )	
(1) メ デ ィ ア	3,300,000	3,277,185	22,815	
(2) コ ミ ュ ニ ケ ー シ ョ ン	2,000,000	1,992,384	7,616	
(3) 人 材 開 発	1,150,000	1,138,100	11,900	
(4) 総 務 広 報	3,140,000	2,949,440	190,560	
(5) そ の 他 事 業 費	250,000	250,000	0	
(6)			0	
(7)			0	
2. 負 担 金	( 1,287,600 )	( 1,285,025 )	( 2,575 )	
(1) 会 費 基 本 額	60,000	60,000	0	
(2) 会 費 付 加 金	410,000	412,500	-2,500	
(3) JCI 会 費	88,000	87,000	1,000	
(4) 日本JC出向者負担金	20,000	20,000	0	
(5) 国際協力資金	160,600	158,775	1,825	
(6) JC プレス購読料	246,000	243,750	2,250	
(7) 地 区 負 担 金	39,000	39,000	0	
(8) プ ロ ッ ク 負 担 金	264,000	264,000	0	
3. 管 理 費	( 7,385,400 )	( 6,628,492 )	( 756,908 )	
(1) 事 務 局 職 員 給 与	3,150,000	3,126,669	23,331	
(2) 福 利 厚 生 費	500,000	464,830	35,170	
(3) 旅 費 交 通 費 諸 手 当	10,000	0	10,000	
(4) 借 室 料	398,400	373,275	25,125	
(5) 水 道 光 熱 費	400,000	358,911	41,089	
(6) 消 耗 品 費	1,100,000	908,357	191,643	
(7) 通 信 費	700,000	489,268	210,732	
(8) 印 刷 費	110,000	66,150	43,850	
(9) 会 議 費	20,000	0	20,000	
(10) 涉 外 費	300,000	206,450	93,550	
(11) 会 計 監 査 費	126,000	126,000	0	
(12) 租 稅 公 課	21,000	21,000	0	
(13) 雜 費	550,000	487,582	62,418	
4. JC 基 金 積 立 額	( 0 )	( 0 )	( 0 )	
5. 退 職 積 立 金 積 立 額	( 54,000 )	( 54,000 )	( 0 )	
6. 会 費 回 収 不 能 額	( )	( 185,671 )	( -185,671 )	
7. 予 備 費	( 63,151 )	( )	( 63,151 )	
(当期支出合計)	( 18,630,151 )	( 17,760,297 )	( 869,854 )	
8. 特 別 会 計 へ 繰 出 額				
9. 次 期 繰 越 収 支 差 額	( 0 )	( 609,926 )	( -609,926 )	
(1) 前 期 繰 越 収 支 差 額	1,250,151	1,250,151	0	
(2) 当 期 収 支 差 額	-1,250,151	-640,225	-609,926	
合 計	[ 18,630,151 ]	[ 18,370,223 ]	[ 259,928 ]	

(3) 貸借対照表(一般会計)  
[2011年12月31日現在]

借方科目		金額	貸方科目		金額
1.	現 金	513,023	1.	未 払 金	291,540
2.	普 通 預 金	546,744	2.	一 般 仮 受 金	0
3.	定 期 預 金	7,993,050	3.	J C 基 金	7,379,951
4.	未 収 金	1,106,600	4.	職 員 退 職 積 立 金	1,878,000
			5.	前 期 繰 越 収 支 差 額	1,250,151
			6.	当 期 収 支 差 額	-640,225
借 方 合 計		10,159,417	貸 方 合 計		10,159,417

(4) 財産目録(一般会計)  
[2011年12月31日現在]

財産の内訳			
科目	内訳		金額
1. 現金	手元在高		513,023
2. 普通預金	吳信用金庫 本店	No. 0456381	244,790
	もみじ銀行 吳営業部	No. 2248674	100,978
	広島銀行 吳支店	No. 0599404	200,976
			546,744
3. 定期預金	吳信用金庫 本店	No. 0067878	6,632,376
	広島銀行吳支店	No. 3045298	1,360,674
			7,993,050
4. 未収金	吳市補助金	400,000	
	供託金未収金	80,000	
	会費未収金	626,600	1,106,600
	(財産の額)		10,159,417
債務の内訳			
1. 未払金	2011年事業報告書作成費・送料	呉正印刷	291,540
2. 一般仮受金			0
	(債務の額)		291,540
	《正味純財産の額》		9,867,877

**(5) JC基金增減計算書**  
〔自2011年1月1日至2011年12月31日〕

科目	当期取崩額	当期積立額	繰越基金の額
1. 前期繰越基金			7,379,951
2. 当期基金増加額		0	
3. 当期基金減少額			
4. 次期繰越基金			7,379,951

## (II) 特別会計の部

### (1) 特別会計収支計算書 〔自2011年1月1日・至2011年12月31日〕

支出の部		収入の部	
科目	金額	科目	金額
		入会金収入(17名入会分)	1,275,000
特別会計収支差額	1,275,000		
合 計	1,275,000	合 計	1,275,000

### (2) 特別会計次年度繰越収支差額内訳 〔2011年12月31日現在〕

借方		貸方	
科目	金額	科目	金額
現金	10,000	次年度繰越収支差額	1,275,000
定期預金(もみじ銀行吳営業部)	1,265,000		
合 計	1,275,000	合 計	1,275,000

様式3-1

《社団法人吳青年会議所》

**正味財産増減計算表**  
〔自2011年1月1日・至2011年12月31日〕

【単位:円】

科 目	合計	一般会計	特別会計
<b>I. 増加の部</b>			
1. 資産増加額	1,362,150	87,150	1,275,000
(1) 現金増加額			10,000
(2) 定期預金増加額			1,265,000
(3) 未収入金増加額		87,150	
2. 負債減少額	464,036	464,036	0
(1) 仮受金減少額		444,456	
(2) 未払金減少額		19,580	
<b>増加額合計</b>	( 1,826,186 )	( 551,186 )	( 1,275,000 )
<b>II. 減少の部</b>			
1. 資産減少額	1,137,411	1,137,411	0
(1) 現金減少額		459,758	
(2) 普通預金減少額		677,653	
2. 負債増加額	0	0	0
<b>減少額合計</b>	( 1,137,411 )	( 1,137,411 )	( 0 )
当期正味財産増加額	688,775	-586,225	( 1,275,000 )
前期繰越正味財産額	10,454,102	10,454,102	( 0 )
期末正味財産合計額	11,142,877	9,867,877	[ 1,275,000 ]

様式9-1

《社団法人吳青年会議所》

**正味財産増減計算表総括表**  
〔自2011年1月1日・至2011年12月31日〕

【単位:円】

科 目	合計	一般会計	特別会計
<b>I. 増加の部</b>			
1. 大科目別記載			
(1) 資産増加額	1,362,150	87,150	1,275,000
(2) 負債減少額	464,036	464,036	0
<b>増 加 領 合 計</b>	1,826,186	551,186	1,275,000
<b>II. 減少の部</b>			
1. 大科目別記載			
(1) 資産減少額	1,137,411	1,137,411	0
(2) 負債増加額	0	0	0
<b>減 少 領 合 計</b>	1,137,411	1,137,411	0
当期正味財産増加額	688,775	-586,225	1,275,000
当期正味財産減少額	0	0	0
前期繰越正味財産額	10,454,102	10,454,102	0
期末正味財産合計額	11,142,877	9,867,877	1,275,000

様式8

《社団法人吳青年会議所》

**収支計算書総括表**  
〔自2011年1月1日・至2011年12月31日〕

【単位:円】

科 目	合計	一般会計	特別会計
I. 収入の部			
1. 大科目別記載			
当期収入合計①	18,395,072	17,120,072	1,275,000
前期繰越収支差額	1,250,151	1,250,151	0
収 入 合 計	19,645,223	18,370,223	1,275,000
II. 支出の部			
1. 大科目別記載			
当期支出合計②	17,760,297	17,760,297	0
当 期 支 出 合 計 ②	17,760,297	17,760,297	0
当 期 収 支 差 額 ① - ②	634,775	-640,225	1,275,000
次 期 繰 越 収 支 差 額	1,884,926	609,926	1,275,000
支 出 ・ 繰 越 差 額 合 計	19,645,223	18,370,223	1,275,000

様式10

《社団法人吳青年会議所》

**貸借対照表総括表**  
〔2011年12月31日現在〕

【単位:円】

科 目	合計	一般会計	特別会計
I. 資産の部			
1. 大科目別記載			
資 产	11,434,417	10,159,417	1,275,000
資 产 合 计	11,434,417	10,159,417	1,275,000
II. 負債の部			
1. 大科目別記載			
負 債	291,540	291,540	0
負 債 合 计	291,540	291,540	0
III. 正味財産の部			
正味財産	11,142,877	9,867,877	1,275,000
負 債 及 び 正 味 財 产	11,434,417	10,159,417	1,275,000

## 【注　記】

1. 2011年度は、公益社団法人格取得を目指すにあたり、入会金収入127万5千円を特別会計とし、積み立てることにしました。
2. 今後の会員数減少に歯止めをかける方策の1つとしてインターーン費を0円にし30名を目標に会員拡大運動を行いました。しかしながら結果9名の入会に終わったこと、事業費率50%確保のため、前期繰越金を含めた予算計上を行ったこと、2011年度の未収金額が予想に反して高額だったため、単年度収支は64万225円の不足金を計上するに至りました。
3. 会費の未収会費の回収不能額の計上については、3ヶ年を超えて支払請求を通知したにもかかわらず、支払意思の表示が、全く確認されないものを計上処理しています。
4. 支出項目については、年度当初の予算額を支出した決算額が超過した場合、会計期間のおおむね6ヶ月を経過した時点において、補正によって予算額を修するか、あるいは理事会決議により、他の支出項目余剰額からの流用を承認することを要することとしています。
5. その他の会計処理については、一般に公正妥当と認められる公的会計基準に準拠しています。

## 監査報告書

2011年度 社団法人 呉青年会議所に係る収支決算報告書について監査した結果、上記のとおり相違ないことを報告します。

2012年1月23日

社団法人 呉青年会議所 《会計監査》

監事 鈴木栄行   
監事 相原新太郎 

## 監査報告書

社団法人 呉青年会議所 御中

上記、社団法人 呉青年会議所2011年度収支決算報告書に関して、本職は補助者2名をもって、一般会計における、現金の実査、諸預金の残高確認、諸帳簿の記帳証憑書類・関係書類の照合確認等監査致しました結果、すべて適正、適法に処理が且つ上記のとおり正当に表示されていることを認めます。

2012年1月23日

広島県呉市中通2丁目4番14号

武安会計事務所

監査人・税理士

武安祐二   
