

公益社団法人日本青年会議所 関東地区 茨城ブロック協議会
2024 年度 実行計画(案)

基本方針	
クリエイティブプロモーション委員会 委員長 三谷 将史	
委員会の 目指す未来	戦略的な広報を通じて、多くの魅力を対内、対外へ伝播するとともに、LOM の垣根を超えた友情を育み、茨城ブロック協議会を最大限に活用した魅力の発信。
委員会 設置背景	どんなに良い事業を実施しても、参加者がいなければその魅力や効果は伝播していきません。多くの方に参加していただけるような情報発信が必要であり、より事業に参加し易くするための友情の構築が必要です。
委員会 設置目的	多くの魅力を伝播するために、目的に合った SNS を選択し、広報を通じて目標以上の参加者を募ると共に、出向で得られるメリットを最大限に活かすために、LOM の垣根を超えたメンバー間の交流会を実施し、友情を育むことを目的とします。

① 参加目標の達成と支援の実施

背景	茨城ブロック協議会を最大限に活用するためには実際に事業に参加し、さらには自ら出向することが重要です。目的に合った広報を行い、より多くの参加を促すと共に、次年度への出向につなげるために、参考となるような出向者のモデリングが必要です。
目的	ブロック事業の効果を多くのメンバーに伝播することを目的とします。 次年度以降の各 LOM からの出向率向上を目的とします。
推進体制	連携パートナー:なし 参加対象者:県内 23LOM メンバー
実施日	2 月～10 月:実施 11 月:報告
施策の詳細	事業内容を的確に捉え、興味を促す情報を SNS に最も重点を置いて、速やかに発信していきます。 茨城ブロック協議会への出向を最大限に活かしていただくために、出向の魅力を伝えるための出向者支援モデルを構築していきます。具体策としては、出向者の JC 歴や役職などのデータを収集し、それを集計いたします。また、出向者や理事長を対象に ALL 茨城連絡委員会と連携してヒアリングを行い、意見も集計することでより内容をより精査いたします。そして、出向することでメンバーの成長にどのようにつながるのか、今後どのような役職に就いていくのかを明確化していきます。LOM としてもなぜ出向するのかを意義を理解することで出向させ易い環境づくりを図ります。

② 魅力あふれる出向者交流会の実施

背景	非対面式の情報共有が活かされている昨今、機会が少なくなってしまった対面での交流が重要視されてきています。出向者間の友情をより深め、それを原動力に代えて運動をさらに邁進することが必要です。
目的	友情を広げることで参加率向上につなげ、ブロック事業に携わるメンバーの増加を目的とします。
推進体制	連携パートナー: なし 参加対象者: 24 年度茨城ブロック協議会出向者、県内 23LOM メンバー
実施日	2024 年 3 月 各地エリア交流会 2024 年 4 月 茨城ブロック出向者交流会 2024 年 6 月 各目的別交流会 2024 年 9 月 次年度を交えた出向者交流会
施策の詳細	各エリア交流会(3 月開催) アクティビティを選出し、各エリアを交え代表者によるエリア対抗交流会を開催することで、LOM や委員会の垣根を超えた交流を図ります。一つの競技に限定するのではなく、いくつか同時開催をすることで多くのメンバーに参加していただける交流会にし、参加率向上につなげます。 各目的別交流会(4 月開催) 女性のための交流会や職業別部会など LOM の垣根を超えた、さらには役職などにも捉われない交流の機会を設けます。 業種別部会を活かし、建築業と不動産業のように仕事にマッチするような組み合わせも取り入れることで、より効果的な交流会を開催いたします。 茨城ブロック出向者交流会(6 月開催) 出向者全体での交流会を開催します。6 月は ASPAC が、7 月は関東地区大会やサマーコンファレンスなど事業が多くありますので、そこに向けて改めて委員会毎の結束を深め、各事業への参加率向上へとつなげます。 次年度を交えた出向者交流会(9 月開催) ブロック大会終了後の慰労と次年度へ向けた交流の場を構築します。次年度役員をはじめ、各 LOM の次年度理事長や専務理事にも参加していただき、情報共有の場にもなります。

③ 戦略的な広報と広報セミナーの実施

背景	運動の効果を最大限に活かすためには、多くの方に認知していただき、実際に参加していただくことが重要です。ターゲット層を的確に捉え、魅力を広く伝えられる広報が必要であります。
目的	戦略的な広報の活用により茨城ブロック協議会及び各 LOM の認知度向上へとつなげます。
推進体制	連携パートナー: なし 参加対象者: 県内 23LOM メンバー
実施日	通年 2024 年 3 月～6 月
施策の詳細	事業の内容を明確に把握し、対象となる参加者への効果的な情報発信を実施します。 「認知拡大」 KPI を明確に捉え、各 SNS のフォロワー数などを共有することで、的確な目標値を定め広報を行います。 「事業集客」 ターゲットのニーズを捉え、的確な SNS を活用した広報を行います。 「エンゲージメント強化」 エンゲージメントを強化するためには、エンゲージメントの維持も重要です。定期的に情報を発信することで、目に留まる広報を行います。 茨城ブロック協議会の事業だけでなく、県内各 LOM の事業も発信することで、茨城ブロック全体の魅力を向上していきます。 県内各 LOM の SNS での発信のフォローをすると共に、ブロックの投稿などに対していいねやシェアをしていただけるように促します。 茨城ブロック協議会内の各 SNS の情報を共有することで、より戦略的な広報をメンバー内で共有できるセミナーを開催いたします。対外向けと対内向け両方の視点を意識し、LOM 間の情報共有の場も設けるようにいたします。 セミナーは、広報の肝となる「認知拡大」「事業集客」「エンゲージメント強化」についての内容にフォーカスして開催いたします。