

意見書

加藤 大将

0, はじめに

私は JC 運動をするにあたって、この言葉を大事にしています。

～人間の個性はこの世の至宝であり 人類への奉仕が人生最大の使命である～

この言葉は JCI Creed の一文であり、人類への奉仕とは、困難に直面している人や誰かの助けを必要としている人を直接的に支援することではなく、社会の仕組みや課題に根本から取り組み、より良い社会を実現することです。これこそが、私たち JC メンバーにとって重要な使命であります。だからこそ、私たち JAYCEE は、高い志を持って様々なことに挑戦し、JC 運動の価値を高めていく必要があります、いつの時代も社会の先頭に立って、改革を先導していかなければなりません。たとえ挑戦のなかで失敗することがあっても、それは未来につながる貴重な経験であり、臆することなく挑戦し続ける姿勢が大切です。そして、その挑戦を支えるのは、偽りや飾りのない誠実で純粋な真の心であり、だからこそ、私たちはありのままの自分を表現し、他者に対して親身になって尽くしていくべきなのです。一人ひとりが、私たちの祖国である日本、地域を心から愛し、使命感を抱き、社会課題と向き合っ
て挑戦を重ねることで、私たちの運動は社会を変えていく力となり、明るい豊かな社会の実現へとつながっていきます。そうすれば、私たちの力は希望となり、青年会議所は日本中で必要とされる存在になると私は確信しています。

1, ブランドマネジメント

日本青年会議所は、日本国内の青年会議所を総合調整し、全国的規模の運動を展開して、日本国民、青年会議所正会員の利益の増進を図り、世界の繁栄と平和に寄与することを目的として、様々な運動や事業をおこなうことが定款に明記されています。そして、この全国的規模の運動こそが、青年会議所というブランドが社会に提供する、最も重要な価値のある商品の一つであります。だからこそ、私は、その運動の価値をどのように創出し、その効果を最大化できるかという観点から、ブランドマネジメントに力を注ぐ必要があると考えています。

ブランドマネジメントとは、企業や団体、商品、サービスのブランド価値を戦略的に構築や維持、強化していくための一連の活動です。ここでいう、ブランドとは単なるロゴやネーミングではなく、顧客の心のなかにある企業や商品に対する認識やイメージのことです。このイメージを意図的に形成し、価値を高めていくことがブランドマネジメントの目的です。ある企業では、商品開発や販売を始める前に、成功するための土台作りのブランドマネジメ

ントをおこなっています。まずは、市場調査をおこなってニーズを把握し、誰が何を求めているのか、その商品がどのような課題を解決できるのかを明らかにします。そして、競合分析をおこない、商品は他社の製品とどう違うのか、差別化ができるポイントは何かを検討します。さらに、現在のトレンドを踏まえて、ターゲット層や商品の価値、コンセプトを明確にし、販売戦略を立てます。販売戦略では、コマーシャルや SNS、チラシなどによる広告や PR 活動、口コミなどを活用し、どのように商品の魅力やメッセージを伝えるのかを検討します。このように、必要な手順を一つずつ踏んで進めることで、リスクを抑えながら、精度の高い商品の開発と販売が実現できるのです。

私たちが運動を構築する際には、会議で議案を議論しながら、同様の手順で運動を構築しています。しかし、そのなかで、実施に至る背景や目的、目的達成の手法に注力し過ぎてはいないでしょうか。企業が商品を売るために販売戦略を立てるように、私たちが誰に、どう届けるかという視点をもっと大切にすべきです。自己満足に終わる発信や SNS で情報を流すだけでは運動の価値は十分に伝わりません。私たちの運動が、対象者にとって価値あるものとなり、社会に共感され、広がっていくための戦略を考えるべきです。そして、自信を持って展開する私たちの運動を通じて、青年会議所というブランドの価値をさらに高め、社会における確かな存在意義を示していきましょう。

2, 幸せな社会へ

青年会議所の綱領で掲げる、明るい豊かな社会とは、私たちがより良い社会を目指して活動するための目標であり、時代や社会の変化に応じて展開する運動の根幹となる考えです。私はこの目標を達成するためには、まずは人々が日々の暮らしのなかで幸せだと感じられる社会を創造することが必要だと考えています。だからこそ、私は明るい豊かな社会に至る途中の段階として幸せな社会に着目し、理想の社会を実現したいと思っています。

幸せな社会には、日本社会が抱える課題と、これからの時代に求められる価値観の転換が深く関わっていると考えます。日本は高度経済成長期を経て、世界有数の経済大国にはなりましたが、1990 年代以降、失われた 30 年と呼ばれる停滞期に入りました。物質的には豊かになった一方で、2025 年の国連の世界幸福度ランキングでは日本は 55 位となり、G7 のなかでは最も低い順位となりました。幸福感は他国と比べれば決して高くない状況であります。経済的な成長一辺倒から心の豊かさやつながりの質など非経済的な幸福指標への関心が高まっているのではないのでしょうか。そして、少子高齢化問題や人口減少では、日本は世界でも最も急速に高齢化が進む国の一つで、2040 年には国民の 3 人に 1 人が高齢者になると予測されています。働き手の減少や社会保障費の増大、孤立する高齢者の増加など、社会的な持続可能性が問われており、子どもや若者が将来に希望を持てるように今の日本社会を幸せにすることが求められています。

今、日本社会に点在する課題から、幸せな社会を創造するためには、今ある課題に対処する応急処置ではなく、社会全体の価値観を転換するパラダイムシフトが重要であり、次世代に持続可能な未来をつなげる構造的なシフトチェンジが必要であると考えます。では、幸せな社会を創造するためにシフトチェンジするには、何が必要なのでしょう。それは、国・地域・企業・個人それぞれの立場で多面的な取り組みが必要なのです。経済的な豊かさだけでなく、心の豊かさや社会的なつながり、教育面、環境の持続可能性など、バランス良く実現していくことです。そして、私たち JC メンバーは現実から目をそらすことなく、圧倒的な危機感を持って、行動していかなければなりません。

日本青年会議所でも継続的に実施されている運動として、多様性の尊重と包摂的な社会の実現を目指す取り組みがあります。この運動では、性別、障害、外国人、高齢者、LGBTQ+ など、多様な人たちが尊重される社会が求められる社会の実現を目指しており、マイノリティに対する理解と偏見の解消、何事にも公平に参加しやすい社会制度を創造しています。私たちが実施している運動は、今ある日本の社会を幸せにするための正しい運動ばかりです。だからこそ、今まで以上にブランドマネジメントに注力し、共感される運動にして、ともに推進する人財を拡大していくことが重要なのです。

3, 強い日本へ

私は山形県山形市蔵王温泉の旅館に勤めていた頃に東日本大震災を経験しました。震災から 14 年経った今でも経験した恐怖は忘れられません。20 代前半であったにも関わらず、私は災害に対しての備えも、震災の際にどのような対応をしなければならないのかの知識も全くありませんでした。平時から防災意識を持つことの重要性を震災後に知ったのです。きっと、私のように震災後に気付かされた人は少なくないと思います。

私が考える強い日本とは、自分の命や国民の命を守る力を備えた国であり、安全で誰もが安心して暮らすことができる国です。安全がなければ安心はなく、安心がなければ安定はないのです。災害の脅威が高まる今、物理的な防御とともに、国民の心の安全安心をどのようにつくっていくのかが問われているのです。しかし、安全安心にはゴールはなく、全てにおいて達成することは不可能だと思っています。だからこそ常に安全安心を求め意識し生活をしていく必要があるのです。

日本はこれまで地震や台風、豪雨など多くの自然災害に見舞われてきました。世界でも有数の自然災害多発国といわれています。直近でいえば、令和 6 年能登半島地震が発災し、今なお、多くの被災者が不自由な生活を強いられています。一方で、現地で復興を目指し活動が続いている人々や、被災地外から支援活動を継続している人たちがいます。私たちは自然

災害そのものを止めることはできませんが、災害による被害を最小限に抑えるために、日頃からできる備えはたくさんあります。例えば、個人や家庭では、防災グッズの備蓄や避難場所と経路の確認、家具などの転倒防止対策、情報収集手段の確保などがあります。また、地域では防災訓練への参加や地域住民との連携づくりなどがあり、行政レベルでは、インフラの整備や防災教育の推進、制度の充実などが求められます。防災の基本は自助・共助・公助です。自分と家族を守ること、近隣住民や地域社会で助け合うこと、そして、行政や公的機関による支援を受けることです。私たち一人ひとりが、自分にできる備えを考え行動することが、命を守り地域の安全につながるのです。日本青年会議所ではこれまで、有事に備えた災害ネットワークの強化や BCP(事業継続計画)の策定、さらには、地域の実情に即したレジリエンス向上のための官民連携の強化に取り組んできました。官民連携や地域防災の推進も極めて重要ですが、まず私たちが見つめ直すべきは、最も身近な家庭内での備えです。平時から防災意識を高め、災害発生時に家族全員が適切に行動できるように準備しておくことが急務です。そこで、私たちは、FCP(家族継続計画)の導入を提案します。FCP とは、災害時における家族の安全を確保するための具体的な行動計画を平時から立てておくものであり、家庭内での防災対話や情報共有を通じて、家族一人ひとりの防災意識を強化する取り組みです。災害に強い社会の実現のために、地域だけではなく家庭からの備えを広げていくことが何よりも重要だと考えています。

4, 日本の力で国際社会を開発

日本の力で国際社会を開発するとは、単なる物理的な支援を意味するものではありません。それは、国際的な影響力や国際貢献の深化を示し、日本が持つ独自の文化や価値観を通じて、国際社会への貢献を深化させる姿勢を示しています。言い換えれば、日本独自の強みを活かして、国際社会の発展に主体的に寄与するということです。日本には世界から評価を受けている独自の文化があります。アニメや漫画、ゲーム、音楽、和食、ファッション、ものづくり、伝統芸能など幅広い分野において、日本の美意識や価値観が世界で尊重され、影響を与えています。また、私たちが日常生活で当たり前接している文化や行動様式のなかにも、世界では有り難いとされるものがあります。例えば、おもてなしや MOTTAINAI の精神は、日本国内の社会課題を克服するなかで生まれ、洗練されてきた知恵と倫理観です。今、世界には日本と同様の課題を抱えながら、未だに解決に至っていない国々があります。こうした日本の文化的価値や精神性を世界に届け、各国の課題解決に役立てることができれば、日本の存在意義はさらに高まり、国際社会における日本の役割をより確かなものにするでしょう。

このような国際社会への貢献の取り組みの一つが、日本青年会議所による SMILE by WATER 事業です。このプロジェクトは、アジア地域における水と衛生の課題を解決することを目的としたものであり、現在では、その理念を引き継ぎ、より広範な支援を目指す

SMILE by ACTION へと進化を遂げています。SMILE by ACTION とは、アジアの開発途上国における環境問題の解決に向け、持続可能な支援の形を模索し、具体的な行動を通じて国際社会に貢献することを目的とした事業です。さらに、今私たちが直面しているのは、アジアに限らず地球規模で解決を要する多様な社会課題です。そうした課題に対し、私たち一人ひとりが当事者意識を持ち、日本の民間団体として、国境を越えた連携やネットワークを最大限に活用して、解決に向けて取り組んでいくことが求められています。

2026 年度は、JCI アジア太平洋地域会議(ASPAC)が日本の新潟の地で開催されます。日本青年会議所は、その開催を全面的に支援するとともに、定款に掲げる世界平和の実現という理念のもと、この大会を単なる国際会議に留まらず、平和へと歩みを加速させる機会にしたいと考えています。特に、2023 年度から日本青年会議所が実施してきた、グローバルピースサミットは、アジア太平洋地域の NOM との間で民間外交を推進する取り組みとして重要な役割を果たしてきました。今後もこの取り組みをさらに深化させ、アジア太平洋地域の信頼と協調を築きながら、持続可能な平和の実現に貢献してまいります。また、私たちは国際社会に向けた発信だけではなく、日本国内においても平和の重要性を伝えることが不可欠であると考えています。現在の世界情勢を広く共有し、未来を担う子どもたちが世界平和について自ら考え、行動する機会を創出したいと考えています。さらに、日本青年会議所が世界に誇る事業の 1 つに JCI アカデミーがあります。このアカデミーは、世界中の次世代リーダーが一堂に会する貴重な機会であり、民間外交の深化のみならず、社会課題の解決や世界平和の推進に向けた国際的な運動を生み出す場として、大きな意義を有しています。この JCI アカデミーを最大限に活用し、世界をより良く改革する運動を加速させてまいりましょう。

5, 地域から日本の未来を創造

私たち青年会議所は、社会課題を解決し、持続可能な地域を創ると JC 宣言において誓っています。では、その実現のためには、私たちは何をしなければならないのでしょうか。日本各地には多種多様な社会課題が存在しており、これらを一朝一夕で、全て解決することは容易ではありません。また、社会課題を背景に青年会議所が展開している運動も、その全てに対応できるわけではなく、限界があります。だからこそ重要なのは、一つの背景と目的を明確に定め、その達成のために手法を変えてでも、粘り強く運動を継続していくことです。

現在、日本には 10 の地区協議会、48 のブロック協議会、そして 666 の各地青年会議所が存在しています。もし、全国の青年会議所が共通の課題意識のもと、一斉に継続的な運動を展開することができれば、日本中の人々に大きなインパクトを与えるとともに、その運動の力は何倍にも増し、課題解決に向けてスピードも加速するはずです。その共通の背景として私が提案したいのが、カーボンニュートラルの実現に向けた取り組みです。

カーボンニュートラルとは、温室効果ガス、特に二酸化炭素の排出を実質ゼロにすることを目指す社会です。それは環境を守るためだけのものでなく、すでに現実となっている気候変動の影響から、私たちの暮らしや経済、健康、安全保障などすべての基盤を守るための重要なアクションです。日本では 2020 年 10 月に菅義偉元首相の所信表明で、2050 年を目処に温室効果ガス排出量を実質ゼロにするカーボンニュートラル宣言がなされました。この国家的な方針に歩調を合わせ、私たち青年会議所も、企業や行政、教育機関などと連携し、地域住民を巻き込んだカーボンニュートラルを推進していく責務があります。

今すでに、再生可能エネルギーやグリーンテック、循環経済など新たな産業や価値観が生まれつつあります。これからは、地域活性化や新たな雇用の創出、そして、若者が主体的に関わる社会づくりへとつながってきています。カーボンニュートラルは負担ではなく、チャンスです。私たち青年会議所が、全国で一斉に、そして、継続的に運動を展開していけば、日本一カーボンニュートラルを推進する団体になることも夢ではありません。例えば、青年会議所内で一年間に削減できた二酸化炭素の量を数値化することで、私たちの貢献が可視化され、運動の効果と意義をさらに広めていくことができるでしょう。ともに、日本の未来のために、小さな一歩を全国的な大きな力へとつなげてまいりましょう。

6, 人財育成こそが未来への投資

私は義務教育期間に、青年会議所が実施する様々な事業に参加する機会に恵まれました。そこで得たのは、学校教育では得難い、貴重な体験や視野が広がる学びでした。人財育成は、子どもたちだけに限られたものではありません。青年世代やミレニアル世代にとっても、自らの可能性を広げ、成長する機会は極めて重要であり、社会の持続的発展や地域の未来を考えるうえで欠かすことができないテーマです。私は人材ではなく人財という言葉を使っています。それは、人の持つ価値や可能性に着目し、その成長が未来の社会にとってかけがえない財産となるという想いを込めているからです。全国の各地青年会議所でも人財育成事業が積極的に展開されているように、日本青年会議所においても、人財育成を重点分野の一つと位置付け、これまで継続的に多様な取り組みを展開してきました。

子どもの学びをサポートする伴走者支援のツールとして生成 AI を活用し、企業と住民での協働による学びを融合し、子どもたち一人ひとりの個性や興味に寄り添い学びを得ることができ、日本初の取り組みである Positive Learning Program 事業。若者が現状の課題から未来の日本を考え政策を立案し、実際に政府に届けることで政治に対して興味を持ち議論ができる環境をつくり、若者が未来の社会を描き、国の主権者であるという意識を高めることができる全国高校生政策甲子園事業。日本全国の中高生を対象に、恒久的世界平和の実現に向けて国内外で研修し国際社会で活躍ができる人財を育成するグローバルユース国連

大使育成事業。地域の未来を担う子どもたちに、グッドルーザーの精神を伝え、道徳心を持った自立した人財を育てることができる JC カップ少年少女サッカー大会事業。

これらの事業はすべて、将来のリーダーや地域の中心になって活躍する人を育てることができる、大切な取り組みです。これらの人財育成事業を継続し、時代に合わせて内容をアップデートしながら、これからも人を育てる事業に力を入れて取り組んでいきたいと考えています。人を育てることは、すぐに結果がでるものではありません。しかし、時間をかけて大きな成果や価値を生み出す未来への投資なのです。私たちが展開する人財育成事業こそ、社会と地域の未来をつくるために必要な取り組みです。これからも自信を持って、日本全国に人財育成の運動を広げていきましょう。

7, 会員・組織を開発し JC 運動を最大化

私は JC 生活 14 年目を迎えます。これまでに多くの役職を務めさせていただきました。この 14 年間を振り返ると、これぞ JC だと思えるのが、2015-2016 年度と 2020-2021 年度に出向した国際青年会議所の JCI APDC での経験です。APDC とは、Asia Pacific Development Council(アジア太平洋開発協議会)の略であり、アジア太平洋地域にまだ青年会議所がない国に青年会議所を設立することや青年会議所は存在するが衰退しつつある NOM や LOM の会員拡大や JC メンバーの育成の支援をしています。まさに JC の原点であり、開発に重きを置き活動をしているのです。JCI Mission で掲げているように、青年会議所はより良い変化をもたらす力を青年に与え、JC メンバーに発展と成長の機会を提供しなければならないのです。私が APDC を務めさせていただいた時の担当国は東ティモールでした。この国で衝撃を受けたのが、現地の人たちが青年会議所の存在を知らないのに、青年会議所の理念に共感し JC 運動をおこないたいという学生の若者たちが数多く存在していたことです。よく知名度が低いから会員拡大が難しいという JC メンバーがいますが、私は APDC を経験したことで会員拡大に対して知名度は必ずしも重要ではないと思うようになりました。若者が、若者だけで集まって、自分たちの力で自らを変え、社会を変えようとする運動は、いつの時代でも、どこの場所にでもニーズがあるのだと感じたのです。これは日本国内でも同様にいえることだと思います。

青年会議所は、明るい豊かな社会の実現に向けて、同じ志を抱き、ともに活動する JC メンバー一人ひとりの魅力が集結した団体です。今後もそんな魅力が集結した団体であり続けるためにも、ともに活動する仲間を増やすことが重要です。まずは、私たちが、会員拡大をしなければならない理由を理解し、会員拡大への当事者意識を持って行動に移していく必要があります。また、2018 年度に日本青年会議所の目的に定款においてビジネスの機会が明記されました。まさしく、ビジネスをキーワードに会員拡大をするチャンスなのです。そのためにも、組織としては、ビジネスをキーワードに新たな風を入れ、ビジネスセミナー

を実施し、JC メンバー同士でビジネス交流もおこなえる組織へと変えていく必要があります。私たちは、青年会議所に入会した後の活動で、青年会議所に入会したメリットを知ります。何をやっているか外からは見えない団体に、魅力を感じることはできません。何か一つでも良いから、青年会議所のアイデンティティを持ちましょう。

8, 結びに

「おい、孫よ！カッコいい男でいるか？現状維持では真赤になるぞ。喜びのタネはまいているか？明日咲くつぼみは大切にしているか？先の読めない男ではあかんぞ。」

これは、亡き祖父が書にしたためて、私に遺してくれた言葉です。私は青年会議所に入会し、自分自身を見つめることや自分磨きをすること、自分のことだけでなく他人を思いやる心、現状のことに加え未来に向けて行動すること、自分が生まれ育った地域に対しての想いを表現することなど、JC 運動において多くの学びを得ています。

人は学ぶことによって成長を得られるのです。

学ぶことを止めたなら成長も止まるのです。継続は力なり。

青年会議所での機会は、人をさらに成長させ、時には世界ともつながる大きな力を与えてくれます。青年会議所は 40 歳までという年齢制限がある以上、1 年 1 年、目的意識を持って挑戦し、青年期の貴重な時間を無駄にすることなく、常に学び続け、様々な機会を提供してくれる JC 運動を通じて、自己成長へとつなげるべきであります。自己成長こそが、日本の未来を、地域の未来を明るく豊かで幸せにすることができると信じています。

さあ、JAYCEE よ、私たちの手と心で変化をもたらし、希望という力を全力で注ぎ、幸せな未来をともに創造してまいりましょう。

愛する日本の未来のために 真の心で挑戦しよう

希望溢れる幸せな日本へ