

若鯨未来創造会議 提言書

令和4年度

40周年組織ブランディング委員会



目次

1	まえがき 伊藤代表幹事	1
2	主旨 田中委員長	2
3	組織ブランディング委員会名簿	3
4	組織ブランディング委員会ピックアップ提言	
	①委員会の進化	4
	②新入会員サポート制度について	12
	③本会事業に関するデジタルコンテンツ、及び、 過去の会員情報（卒業者情報）を閲覧できる仕組みの整備	16
	④本会費の納入方法変更	22
	⑤部会制度導入について	26
5	個人提言	
	(1)会則・規則	32～45
	(2)運営	46～73
	(3)グループ	74～93
	(4)委員会	94～113
	(5)事業内容	114～129
	(6)名古屋商工会議所・他団体	130～137
	(7)会員向けサービス	138～159
	(8)その他	160～170
6	あとながき 柘植副代表幹事	172

まえがき

名古屋商工会議所 若鯨会
令和4年度 代表幹事
伊藤 亮仁

若鯨会は今年度、40周年という節目の年を迎えることができました。名古屋商工会議所の温かいご支援と、脈々と受け継がれてきた若鯨会の伝統により今日の若鯨会があります。

そしてこれからも、我々現役会員の知恵と工夫で若鯨会を発展させ、ひいては地域経済の活力維持に寄与していかなければなりません。一方で、時代の変化はますます激しさを増しています。新型コロナウイルスの世界的な流行によりビジネスのスタイルも大きく多様化するなか、若鯨会も守るべきところは守り、変わるべきところは勇気をもって変革していく必要があります。

この度、若鯨会の経験豊富な人材で構成された40周年組織ブランディング委員会が、100以上の提言を発案し、厳正な審査のもとで、ここに5つのピックアップ提言をまとめ上げてくれました。柘植副代表幹事、田中委員長をはじめとするスタッフの皆様、委員会出向者の皆様の若鯨愛と情熱に、心からの敬意と感謝の念を示します。

ここにあるすべての提言が、若鯨会の活動目的の3つの柱である「交流」「研鑽」「発展」につながるものであると私は確信しています。昨年は100名を超え、今年も80名を超える新入会員が若鯨会に期待を込めて入会してくれています。新入会員を含めてすべての会員が、若鯨会の「交流」「研鑽」「発展」の醍醐味を享受できる体制を作り上げていかなければなりません。

この提言書が若鯨会の未来への発展に寄与することを心より願っております。

主旨

名古屋商工会議所 若鯨会
令和4年度 組織ブランディング委員会
委員長 田中 剛

40周年を迎えた今年度、伊藤代表幹事から新しい試みを託されました。平成26年度に行われた組織改革検討会議のような会議体に近い委員会「組織ブランディング委員会」を立ち上げて、未来の若鯨会について議論・提言を行うことになりました。

若鯨未来創造会議で議論の柱としたのは、会の目的である「若手経営者・後継者の相互啓発をはかるとともに、連帯交流を進めつつ企業の持続的発展、ひいては地域経済の活力維持に寄与すること」を追求することです。そして、若鯨会が「より魅力的な会」になるべく次世代に「応援」の意味を込めた提言をまとめ、本書を作成しました。

まずは委員会メンバー全員が5つ以上の個人提言を出し、委員会内でブラッシュアップを行いました。そして、そのブラッシュアップした全118の提言について、委員会内で投票を行って上位5つの提言を選び、深い議論を経て次年度以降、実行できるように詳細な提言としてまとめました。

しかしながら若鯨未来創造会議において委員会としてできることは未来に託す「提言」までであり、提言書としてまとめるならばアイデア集としてより多くの提言を載せるほうが良いと考え、当初予定しなかった個人提言もこの提言書に載せることにしました。短い期間で提言まで行うため、委員会のメンバーは若鯨会の組織運営を理解し、委員会・グループなどで活躍してきた会歴の長い方々に集まってもらいました。メンバー全員がこれまでの若鯨会活動で培った経験・気づきを提言に載せ、未来の若鯨会へ想いを紡ぐという意識を持ち、前向きで充実した議論を行いました。

この議論の結果が若鯨未来創造会議の提言書となります。当委員会で作った多くの提言を参考にし、「より魅力的な若鯨会」にしてもらえるよう次年度以降に託したいと思います。またこの提言書が若鯨会のブランド価値を高める一助となり、さらには未来への発展に繋がることを願っております。

組織ブランディング委員会 スタッフ・委員名簿

■ スタッフ

副代表幹事	柘植 一憲(13G)
委員長	田中 剛(13G)
幹事副委員長	市川 大志(11G)
副委員長	小木曾 仁(10G)
副委員長	松野下 知孝(10G)
副委員長	衛藤 寛啓(11G)
副委員長	石原 慎二(13G)

■ 委員

1G	小島 智史
2G	谷川 元康
3G	中島 由香子
4G	織田 敏之
5G	井指 昌也
6G	宮田 勉
7G	遠藤 乱歩
8G	川崎 晃
9G	平野 朋和
10G	鬼頭 恵助
11G	浅井 啓介
12G	家田 大
13G	住井 祐介
14G	石川 和寛

■ 提言提出メンバー

12G	濱田 英之
10G	水野 善仁

ピックアップ提言①

「委員会の進化」

【要約】

委員会の再編に伴い、委員会編成のプロセスについて見直しを図る。

また新たな委員会例として渉外委員会と組織改革検討委員会の2例を提言する。

1. 現状

前年度の委員会を参考にグループリーダーが出向者を選定。委員会の再編にあたり次年度代表幹事が新たな委員会を設立した場合、グループリーダーは出向者を選ばなければいけない。次年度の委員会を「10月に今から増やします」となると、準備期間も短く、リーダーが何をやる委員会かもわからないこともあり、出向者にどのような委員会なのか伝えきれていない。

2. 提言詳細

(1) 次年度の役員・役職予定者選任の編成時期を早める。

若鯨会運営規定で次年度代表幹事予定者が8月末、次年度副代表幹事予定者、次年度委員長予定者が10月末までになっているがそれを1カ月程早める。

◆7月末まで→次年度代表幹事予定者選任

※次年度代表幹事は9月末までに次年度の委員会編成を決め次年度グループリーダーへ周知

◆8月末まで→次年度グループリーダー予定者選任

※10月末までに出向者の選定

◆9月末まで→次年度副代表幹事予定者・次年度委員長予定者選任

※次年度委員長は10月末までに委員会でやるべき方向性を決める。

(2)次年度代表幹事は9月末までに委員会内容の見直しと編成を図る。

(以下、例)

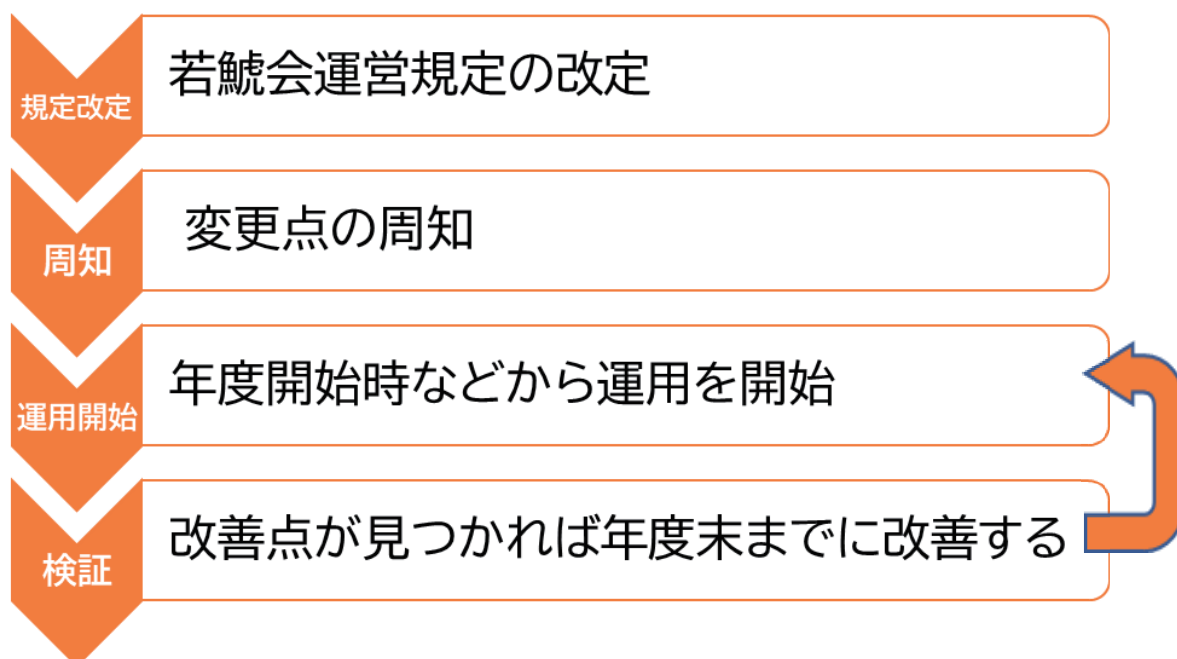
①【渉外委員会】

国・県・市、その他団体(JC、YEG)との交流を目的とした活動事業
渉外に特化した委員会を常設し全体事業としての規模で行なう。

②【組織改革検討委員会】

若鯨会の運営、組織を活性化する新たな仕組みの構築
(5年毎・周年前年度)

3. 実現までのプロセス



4. 想定される課題とその解決策

- (1) 委員会再編で委員会の数が増えた場合、人数の少ないグループは負担が増えてしまう。
→ 出向者が増えることは、会員の自己研鑽・交流が深まり、会員の質の向上が図られると捉える。
- (2) 委員会再編で委員会の数を減らした場合、事業が少なくなり物足りなくなる会員もいる。
→ 一つの事業に集中して取り組むことができ、物足りなさを感じさせない事業をしてもらう。

5. 実現によって向上する魅力・価値

- グループリーダーはどんな委員会が次年度あるかをある程度理解し、出向者の人選を考えることができる。
- 委員会数が増えた場合、出向者が増えることになり、会員の自己研鑽・交流が深まり、会員の質の向上が図られる。
(人財の宝庫)
- 委員会数が減った場合、一つの事業に集中して取り組むことができる。
- 結果、入ってよかった、勧めてよかった会として、若鯨会のブランドが向上される。
- やるべきことが明確になり、質の高い事業を開催・提供することができる。

①【渉外委員会の設立について】

1. 現状

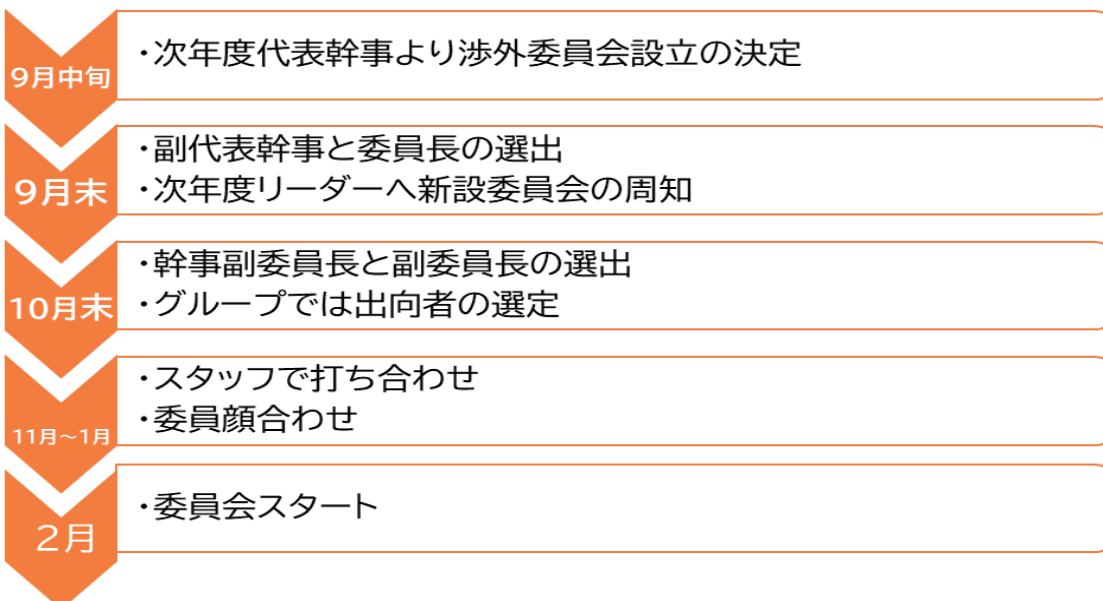
- ・ 事業で渉外を担当する委員会がないので、他業務兼ね合いから多くの労力を割くことが困難である。
- ・ 若鯨会会員が現地へ行き、国・県・市それぞれの方々と視察等を行いながら交流を深める事業が通例となっている。
- ・ 経緯・目的など詳細を知っている会員は少ない。
- ・ 参加するのは幹事会メンバーが主である。
- ・ 規模として参加者20～30人前後で開催する。
- ・ 開催案内、周知のアピールが他事業に比べ弱い。
- ・ 委員会としても役回りを押し付けられているのは否めない。
- ・ 若鯨会として国・県・市の担当者との打ち合わせの際、他団体に比べ若鯨会は熱量が弱いように見受けられるとの意見もある。

2. 提言詳細

- ・ 単独委員会として渉外委員会を常設する。

国・県・市、その他団体(JC、YEG)との交流を目的とした活動事業とする。若鯨会として国・県・市、その他団体(JC、YEG)との交流会をそれぞれ事業として考え、渉外に特化した委員会を常設し全体事業としての規模で行なう。

3. 実現までのプロセス



4. 想定される課題とその解決策

【想定される課題】

- 国・県・市・名古屋商工会議所などと綿密な打ち合わせが必要になる。
- 国・県・市・名古屋商工会議所などは人事異動があるので継続的な交流ができるかどうか。
- また単年事業なので引継ぎ等をしっかりやらなければいけない。

【解決策】

- 打ち合わせを重ねお互いを知ることが大切である。
- 引継ぎマニュアルを作成する。
- 中期計画を作成することでお互いに目的が明確になる。

5. 実現によって向上する魅力・価値

- 渉外委員会を設置することで、交流事業のみに時間をかけて取り組むことができ、会のために何ができるか考えることで、委員会としても研鑽できる。
- 事業として参加数も増やし、多くの会員が施策や情報を得たり、視察することで、社業に持ち帰ることができる。
- 見聞を広めることで若鯨会員が旗振り役になり、地域社会の発展に寄与できるのではないかな。
- 外部の団体との交流を経験することで、自己の学びや成長があり、社会に貢献できる会として発展することが若鯨会員にとっての魅力につながるのではないかな。

②【組織改革検討委員会の設立について】

1. 現状

- 平成12年度にビジョン委員会が立ち上がり、未来の若鯨会について議論、答申書が出された。
- 平成26年度に代表幹事の諮問機関として組織改革検討会議体を設置され、毎年のように議論になりながら単年度では解決できず、先送りになっている諸問題を含め、様々な問題を洗い出し、議論・検討し、提言がなされた。
- 提言内容を基に、平成27年度正副代表幹事・委員長会議と総務委員会が反映実施し、現在の会運営などに活かされている。
- 多少の変革は、その都度年度ごとの正副代表幹事・委員長会議と総務委員会ではなされているが、大きな枠組みでの検討・変革は難しい。

2. 提言詳細

「組織改革検討委員会」を5年毎・周年前年度に設置し、実施する提言を選択し、その選択した提言が実施できるように段取りする。

(1)委員会の構成

他の委員会と同様＋代表幹事で構成する。

委員は、若鯨会の次世代を担う会員、幹事会経験者など、本委員会の委員としてふさわしいと考えられる者をグループで選出する。

(2)進め方

①選択

実施する提言を委員会で選ぶ。

②詳細検討

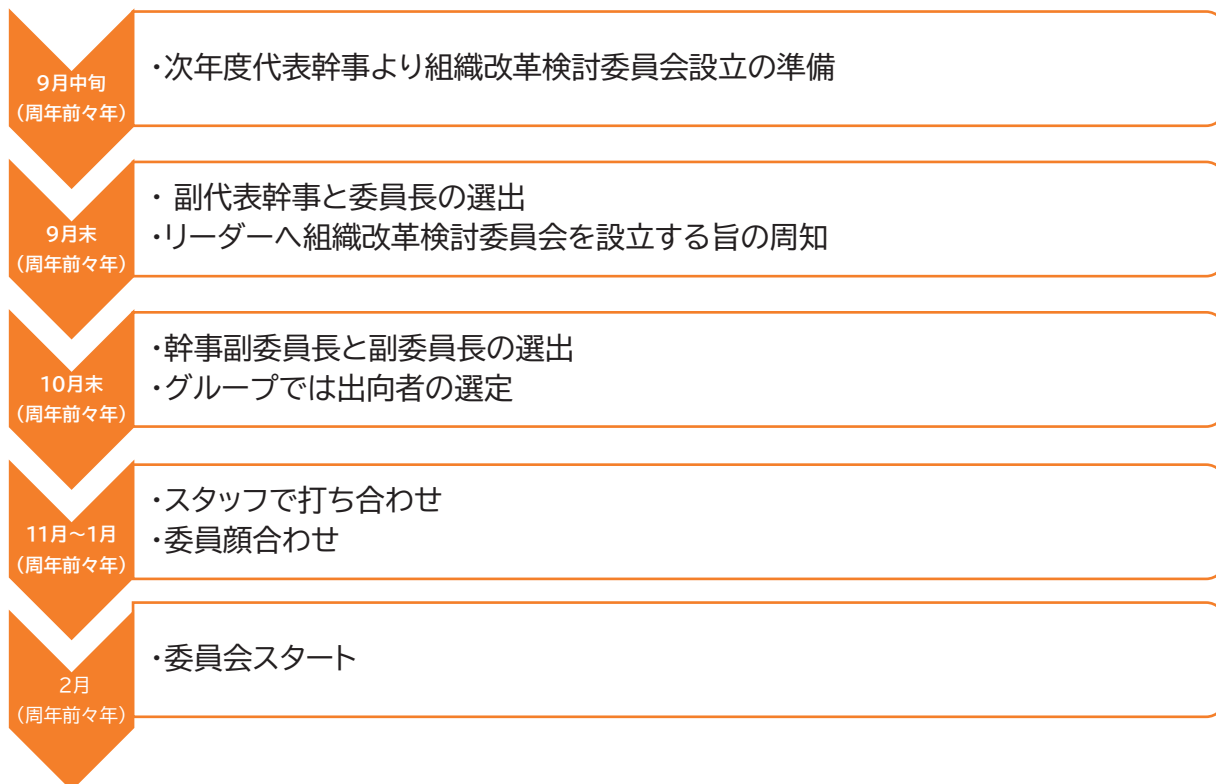
委員を班(例:4人×3班)に分け、①で選ばれた提言を各班に割り当て、詳細及び段取りの検討を行い、計画書にまとめる。

③調整

計画書を委員会で確認して調整を行う。幹事会で承認を得る。

上記①～③を1ラウンドとし、複数ラウンド実施する。

3. 実現までのプロセス



4. 想定される課題とその解決策

- ・ 若鯨会歴が浅い方や今まで会に参加していない方が来られても内容がわからず話が進めれない。
→若鯨会の次世代を担う会員、幹事会経験者など、本委員会の委員としてふさわしいと考えられる者をグループで選出することが大事になる。
- ・ 予算をどうするか。
→5年毎・周年前年度にやることが決まっていればそれまでに予算を計画的に積み立てておくとうい。
- ・ 代表幹事の意向で5年毎・周年前年度にやったりやらなかったりすることも考えられる。
→前例にならってやり方を踏襲する。規約を改定する。

5. 実現によって向上する魅力・価値

- その時代にあった若鯨会の運営、組織を活性化する新たな仕組みづくりが構築できる。
- 諸会議、各委員会では時間制約で議論できない部分も踏み込むことができる。
- 周年前に設置することで、次の周年に向けた人財を含め、会員の意識の向上が図れる。
- 計画書にしたがって提言が実行されれば、その提言が想定していた魅力の向上が実現される。

6. 補足

- 特になし。

7. 本提言に関連する個人提言

「委員会に関する」個人提言

- | | |
|-----------------------|-----------|
| • P94「委員会の細分化と見直し」 | 2G 谷川 元康 |
| • P95「委員会再編について」 | 13G 柘植 一憲 |
| • P96「渉外委員会の設置」 | 9G 平野 朋和 |
| • P97「国・県・市との交流について」 | 13G 田中 剛 |
| • P98「組織・機構改正検討(委員会)」 | 2G 谷川 元康 |
| • P99「ブランディング委員会の継続」 | 9G 平野 朋和 |
| • P100「組織検討会議の設置について」 | 10G 鬼頭 恵助 |
| • P101「提言実施会議の設置」 | 11G 衛藤 寛啓 |

提言ブラッシュアップメンバー

- 10G 松野下副委員長
- 3G 中島委員
- 9G 平野委員
- 14G 石川委員
- 13G 柘植副代表幹事

ピックアップ提言②

「新入会員サポート制度について」

【要約】

新入会員サポート制度を新たに設け、新入会員に寄り添いながら若鯨会の組織や仕組みを教えるとともに、新入会員が若鯨会に、より参画しやすくなるための人間関係構築のサポートを図る。

※注:ここで言う新入会員とは、入会1年目、2年目会員を指すものとする。

1. 現状

若鯨会の新入会員は、オリエンテーション委員会が設営するフォローアップ研修や同期会といったサポートがあるものの、入会初年度以降については、若鯨会で共通するサポート体制ができておらず、組織や人間関係になじめず1・2年で退会してしまうケースが見受けられる。

	新入会員数	除名退会者数	1・2年目での 除名退会者数	除名退会者における 1・2年目比率
平成28年度	65名	31名	7名	22.5%
平成29年度	48名	33名	10名	30.3%
平成30年度	62名	19名	3名	15.7%
令和元年度	59名	27名	7名	25.9%
令和2年度	23名	22名	6名	27.2%
令和3年度	101名	33名	10名	30.3%
計	358名	165名	43名	26.0%

2. 提言詳細

◇各グループに新入会員サポート担当のサブリーダーを選任し、さらに新入会員1名ごとに現役会員1名がバディとして、若鯨会の組織や基本的なルールなどを教えながら、人間関係構築のサポートをする。

- (1)若鯨会運営規定内に新入会員サポート担当サブリーダーについて追記する。※追記内容(案)は補足に記載
- (2)各グループリーダーは、新入会員サポート担当サブリーダーを1名選任する。
- (3)新入会員サポート担当サブリーダー研修を行う。新入会員の引継ぎなどを考慮し、前年度オリエンテーション委員会が研修会を開催することが望ましい。
- (4)新入会員サポート担当サブリーダーは、リーダーとともに新入会員のバディを選任する。

※バディについては、原則として新入会員1名につき1名の現役会員を選任する。

※バディの期間については、4月から翌年3月末までの1年間とする。

- (5)バディは、担当となった新入会員の例会などへの参加の声かけや出欠確認を行うとともに、ランチミーティングなどで人間関係の構築を図る。
- (6)新入会員サポート担当サブリーダーは、個々の新入会員とバディから不満や問題などがないかの状況確認を行う。
- (7)新入会員サポート担当サブリーダーは、すべての新入会員とそのバディが参加する新入会員交流会を企画し3月に開催する。

3. 実現までのプロセス

- (1)総務委員会またはルール策定委員会などの組織体で、バディならびに新入会員サポート担当サブリーダーについての運営規定(案)などを策定する。
- (2)幹事会での運営規定承認の後、各グループへ周知し次年度から運用を開始。次年度グループリーダーは新入会員サポート担当サブリーダーを選任する。
- (3)新入会員サポート担当サブリーダーは、新入会員の人数に応じて現役会員からバディを選任し、実運用を開始する。

4. 想定される課題とその解決策

- (1) 理念やルールなど、全般的な内容については、総務委員会でガイドラインを作成・配布する。
- (2) バディは、新入会員サポートを行うため、社業に加え、さらに時間を割くことになる。制度の実施においては、現役会員を圧迫しないような配慮を必要とする。
- (3) 現役会員とひと事に言っても、経験値や教え方なども違いサポートに差がでるため、現役会員のバディ1人に任せるのではなく、それ以外のグループ会員も協力する意識を必要とする。
- (4) バディとして求められる能力やコミュニケーションスキル、人物像を明確にし、人選の基準を策定する。人選は、新入会員サポート担当サブリーダーとグループリーダーに任せるが、新入会員とバディの関係性や状況を確認しながら、問題が起こらないように対応する。
- (5) 新入会員1名につき1名の現役会員のバディを選任することを基本とするが、新入会員の人数やグループの状況によって、バディは新入会員を複数名兼務することができるようにする。

5. 実現によって向上する魅力・価値

- (1) 相談役が決まっているため、分からないことがあった際に相談がしやすい状況になる。
- (2) 新入会員だけでなく、バディ役の現役会員の成長の一助となる。
- (3) 若鯨会の組織文化やルールが早期に浸透することにつながり、組織の一体感の醸成を促すことができる。
- (4) 新入会員が早期に若鯨会に慣れ、人間関係を構築することにより、若鯨会への定着度の向上につながる。
- (5) 定着度が向上し組織の一員として活躍できるようになれば、さらにもっと貢献したいというように帰属意識も高まる。

6. 補足

◆若鯨運営規定の追記(案)

- 若鯨会運営規定【3】グループ運営、2.グループ運営概要

(2)グループ役員の役割、ロ.サブリーダーの役割に下記を追記。

- ⑤サブリーダーの内1名は、グループ会計担当となり、グループ会計に係る職務を支部担当者で行う。「さらにもう1名を新入会員サポート担当とし、新入会員及び2年目会員のサポート役となる現役会員(バディ)の活動を管理補佐する。」
- ⑧新入会員サポート担当サブリーダーは、新入会員及び2年目会員のサポート役として、新入会員1名につき1名の現役会員をバディとして選任する。また、バディ役である現役会員から活動状況を集約し、リーダーに報告を行う。

7. 本提言に関連する個人提言

「グループに関する」個人提言

- P76「若鯨会 新入会員サポートシステム」 6G 宮田 勉
- P77「新入会員のフォロー体制の充実」 10G 水野 善仁
- P78「若鯨バディ制度導入」 13G 田中 剛

提言ブラッシュアップメンバー

- 13G 田中委員長
- 10G 小木曾副委員長
- 1G 小島委員
- 11G 浅井委員

ピックアップ提言③

本会事業に関するデジタルコンテンツ、 及び、過去の会員情報(卒業者情報)を 閲覧できる仕組みの整備

【要約】

本会事業(委員会事業、幹事会等)に関し、デジタルコンテンツ(映像、写真、資料等)のアーカイブ化を進め、会員がいつでもデジタルコンテンツを閲覧できる仕組みの構築を提案する。

また、デジタル化されている会員情報を、その会員の卒業タイミングで消去するのではなく、一定の範囲内で閲覧できる仕組みの構築を提案する。

1. 現状

<本会デジタルコンテンツ>

- (1)講演会、研修会等の本会事業について、一部の事業は映像が記録されているものの、欠席した会員が映像を視聴できる仕組みがない。そのため、都合などにより、講演会、研修会等の本会事業を欠席した会員は、それらの本会事業によって得られる学びの恩恵を一切受けられない。
- (2)委員会等において過去の写真や資料等を利用しようとした際、存在しなかったり、整理されていない状態になっていたりして、再利用できない。
- (3)新入会員の募集において、過去の講演会、研修会等の本会事業を視聴できることを若鯨会の魅力としてアピールできる可能性があるが、現状はそのような魅力のアピールができない。

<過去の会員情報(卒業者情報)>

会員の情報(氏名、会社名、メールアドレス等)は、紙の若鯨ハンドブック及びデジタルハンドブックによって各会員に共有されているが、卒業すると新規発行の紙の若鯨会ハンドブックから削除されるとともに、デジタルハンドブックからも削除される。

このため、過去に卒業した会員の情報は、過去に発行された紙の若鯨会ハンドブックにしか掲載されていない。今後、紙のハンドブックの廃止が予定されているが、そうになると、卒業者の情報を知るすべがなくなる。

また、現状、運営規程において「卒業者名簿は、グループないしグループの卒業者で構成する会において管理する」と規定されているが、グループ内で十分に管理されていないケースがある。

2. 提言詳細

(1)本会事業に関するデジタルコンテンツアーカイブの整備

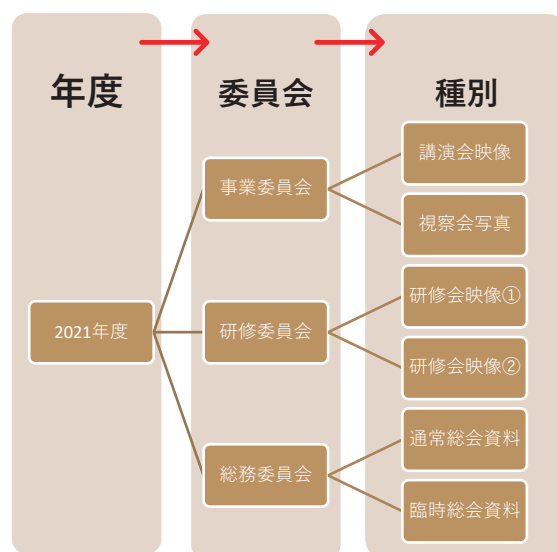
<全体像>

コンテンツ毎に、年度、委員会、種別(ジャンル)などの「情報(タグ)」を付してWebサーバーに保存し、各会員が閲覧できるようにする。

・ブラウザ上で、例えば「年度」→「委員会」→「種別」を選ぶことにより目的のコンテンツに到達できるようにする(右図)。「委員会」→「年度」→「種別」や、「種別」→「年度」などからも、コンテンツに到達できるようにする。

・コンテンツには、映像や写真の他、委員会の資料(議案書、議事録、チラシ等)も含める。

・アーカイブの保存期限を設定するとよい。期限経過後のものは所定の委員会でバックアップした後、Webサーバーからは削除するとよい。



【遷移イメージの一例】

<ルール>

- ・ ルールの制定は、「保存ルール制定委員会」などの特別な組織を構成して行うとよい。
- ・ コンテンツの保存は、各委員会で指名された副委員長1名が責任をもって行うようにするとよい。
- ・ 各委員会は、幹事会において、決算報告に加えてコンテンツの保存内容の報告も必須にするとよい。

<システムの管理>

- ・ システムの構築は外部に委託してもよい。
- ・ 原則、全ての会員が閲覧できるようにする。
- ・ コンテンツの削除は、限られた会員のみが行えるようすべきである。
- ・ ユーザーの登録や権限の管理は、特別な組織、又は、決められた委員会が行うとよい。

(2)過去の会員情報(卒業者情報)を閲覧できる仕組みの整備

【案1】年度毎のハンドブックPDFの掲載

今後、毎年、紙ハンドブックと同等のものをPDFで作成する。そして、そのPDFを会員のみがアクセスできるページで年度毎に分けて掲載し、会員のみがPDFをダウンロードできるようにする。

- ・ デジタルハンドブックから、会員データを抽出し、紙ハンドブックと同様のレイアウトで作成する(他のレイアウトでもよい)。

- ・ 会員データの抽出タイミングは、例えば、6月(前年度入会者の情報がデジタルハンドブックに一通り揃ったタイミング)が一案。

- ・ PDFにはパスワードを付ける。

【ダウンロードページのイメージ】

過去のハンドブックダウンロード

- ・ [令和4年度 ハンドブック \(PDF\)](#)
- ・ [令和5年度 ハンドブック \(PDF\)](#)
- ・ [令和6年度 ハンドブック \(PDF\)](#)

【案2】デジタルハンドブックの拡張

現行のデジタルハンドブック内に、新たに卒業者用のデータベース(入れ物)を設け、卒業者の情報を検索できるようにする。

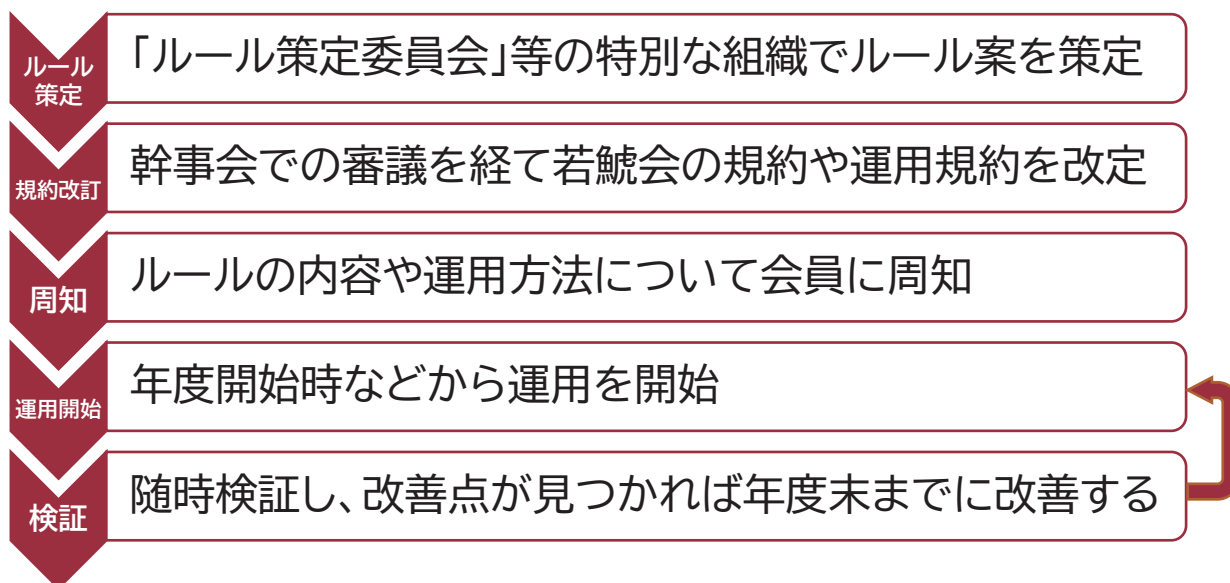
・正規に卒業した者の情報は、卒業タイミングで現役のデジタルハンドブックのデータベースから卒業者用のデータベースに移動させる。

・卒業者の会員情報の項目は現役会員と同じでも良いが、削減してもよい。

・卒業者は、現役時代のログインIDとパスワードを継続して使用できるようにする。つまり、ログインIDは永年変更しない。

- ・現役会員は、自身の情報を閲覧できる人の範囲について、「現役会員のみ」か「現役会員及び卒業者」のいずれかを設定できるようにするとよい。
- ・卒業者は、自身の情報を閲覧できる人の範囲について、「卒業者のみ」か「現役会員及び卒業者」、「掲載しない」のいずれかを設定できるようにするとよい。ただし、掲載しない場合は、ログインできないようにするとよい。
- ・卒業者のデータ(例:会社住所)の更新は、自身でWeb画面を通じて行えるようにし、毎年1回、一斉のメール通知でメンテナンスをお願いするような運用を行うとよい。
- ・最終更新日を設け、情報の鮮度の参考になるようにするとよい。
- ・卒業から一定程度(例えば、20年経過)した卒業者は、個人データを削除すると共に、ログインIDも削除するのも一案。
- ・卒業者には、デジタルハンドブック使用料を徴収するのも一案(例:卒業時に一括で1万円を徴収)。その場合は、メールでコードが送られてそれを入力しなければならないようにするなどの二重認証を導入し、ログインの管理を厳格化するとよい。
- ・途中退会者の情報をどうするかについては、別途検討するとよい(途中退会者の情報も残して検索できるようにするとよいという意見もあり)。

3. 実現までのプロセス



4. 想定される課題とその解決策

(1) 本会事業に関するデジタルコンテンツアーカイブの整備

課題: 年度や委員会によって保存されるデジタルコンテンツがばらけてしまう。

解決策: 保存対象を列挙して明確化する。

(2) 過去の会員情報(卒業者情報)を閲覧できる仕組みの整備

課題: 案2については、卒業者情報の更新が現役会員ほど期待しづらい。

解決策: 卒業者自身による更新のみならず、グループリーダーによる更新も可能にするなどの工夫を行うとよい。

5. 実現によって向上する魅力・価値

(1) 本会事業に関するデジタルコンテンツアーカイブの整備

- ・ コンテンツ(映像、写真、資料等)のアーカイブを整備することで、いつでもどこでもコンテンツを確認することができ、若鯨会の財産としての活用もしやすくなる。
- ・ 若鯨会員のみがコンテンツを閲覧できるため、入会のメリットにもなる。

(2) 過去の会員情報(卒業者情報)を閲覧できる仕組みの整備

- ・ 紙の若鯨会ハンドブックを廃止した後も、卒業した会員の情報を得ることができる。それにより、交流が促進され、人同士やビジネスのつながりも増える。

6. 補足

<その他の意見>

- 今回の提言では、本会事業(委員会事業、幹事会)に関するデジタルコンテンツを対象としたが、グループ活動に関するデジタルコンテンツもアーカイブの対象にするとよい。
- デジタルハンドブックの検索結果画面において、検索結果情報をcsv形式のファイルでダウンロードできるようになっているとよいという意見が出た。

7. 本提言に関連する個人提言

「会員向けサービス」個人提言

- P137「若鯨会会員名簿」 6G 宮田 勉
- P138「卒業者を含む若鯨会会員名簿の作成」 10G 小木曾 仁
- P139「卒業者情報の一元管理化」 11G 衛藤 寛啓
- P146「デジタルコンテンツ集 ～アーカイブ化～」 7G 遠藤 乱歩

提言ブラッシュアップメンバー

- 11G 衛藤副委員長
- 2G 谷川委員
- 6G 宮田委員
- 7G 遠藤委員

ピックアップ提言④

「本会費の納入方法変更」

【要約】

本会費をグループが所属会員にグループ会費と合わせて請求し、人数分をまとめて本会の口座に振り込む。

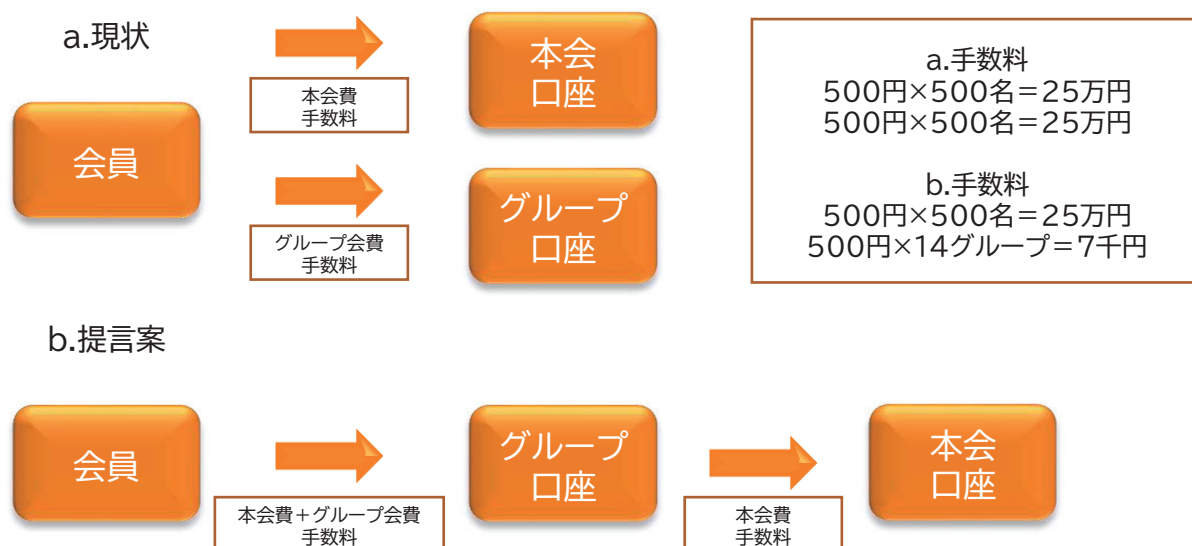
1. 現状

若鯨会には本会費やグループ会費など様々な費用があり、各会員が別々の口座に納入している。振り込みに際して1件あたり単純計算で手数料500円×会員数500名＝25万円かかっており各会員が負担している。

本会費が未払いの場合は除名処分になってしまう。その為、グループリーダーは振込状況を確認しなくてはならないが、本会口座は会議所が管理しているため、総務委員長を通して会議所の担当者に確認をお願いしなくてはならない。グループリーダーは未払い会員をダイレクトにフォローする事ができず、総務委員会も二度手間となっている。

2. 提言詳細

- 本会費をグループが所属会員にグループ会費と合わせて請求し、人数分をまとめて本会の口座に振り込む。



3. 実現までのプロセス

- (1) 総務委員会はルールを策定し正副幹事会にて協議する。
幹事会にて報告事項としてグループリーダーに通達する。
導入にあたり初年度は従来の方式との選択制とする。
- (2) グループはグループ規約の確認を含め採用を検討する。
結果はグループ内で共有した上で、次回幹事会までに
各グループの総務委員を通じて返答する。
- (3) 総務委員会は結果を取りまとめ幹事会にて共有する。

4. 想定される課題とその解決策

(1) グループ規約に関して

グループ規約に金額等が明記されている場合は規約の変更が必要となる。採用する場合はグループ総会にて変更を行う。

(2) グループの負担に関して

本会口座への振り込みの際にグループ負担の手数料が発生する。採用は主旨を理解した上でグループで判断する。

(3) 振り込み期日に関して

本会の資金繰りを考慮し、本会口座への振り込み期日は二段階で設定する。

5. 実現によって向上する魅力・価値

(1) 振込手数料の個人負担が削減される。

(2) 未入金者の確認がグループ内で完結し、確認作業による総務委員会の負担が軽減される。

(3) グループから本会費を人頭分担金として納めることにより、本会事業の在り方をグループで適切に議論することができる。

6. 補足

(1) 会費一覧

- ・請求金額や時期については変動の可能性あり

名称	金額	請求時期	対象	備考
入会費	15,000円/入会時1回のみ	入会承認時	新入会員	
フォローアップ研修費	9,000円/入会時1回のみ	入会承認時	新入会員	
本会費	40,000円/年	6月末	全会員	休会者20,000円/年 新入会員年度途中入会者20,000円/年
グループ会費	30,000～50,000円/年	4月～5月	全会員	グループによって異なる
委員会費	20,000～30,000円/年	前年度2月	出向者	委員会によって異なる
幹事会費	40,000円/年	前年度2月	幹事会構成員	議事録作成者・マイク係・事務局員は除く
正副代表・委員長会費	30,000円/年	前年度2月	正副代表・委員長 会議構成員	
研究会・サークル会費	3,000～20,000円/年	4月～5月	登録者	研究会・サークルによって異なる

7. 本提言に関連する個人提言

「会則・規則」に関する個人提言

- ・ P36「若鯨会の会費納入方法変更の件」 4G 織田 敏之

提言ブラッシュアップメンバー

- ・ 13G 石原副委員長
- ・ 4G 織田委員
- ・ 5G 井指委員
- ・ 8G 川崎委員

ピックアップ提言⑤

「部会制度導入について」

【要約】

名古屋商工会議所が持つ業種・業態別に21ある部会に準じて、若鯨会でも部会を創設し、会員に対して部会への所属を促す。

部会を創設することにより、名古屋商工会議所に対する意識と関係性を強化することを目指す。

1. 現状

- 若鯨会は名古屋商工会議所の下部組織という位置付けである。その為、若鯨会の事業運営は対外的にとても信用度が高く、運営の基盤となっている。また新規会員の募集に際しても、他の異業種交流会との差別化につながっている。
- 若鯨会は独立運営をしているため、会員は若鯨会に対する所属意識が高い一方、名古屋商工会議所に対する所属意識は低い。その傾向は、名古屋商工会議所に対する意識や関係性にも影響を及ぼしている。
- 若鯨会は親会である名古屋商工会議所に対する意識付けと関係性を強化するべきである。
- 名古屋商工会議所の部会には、大手企業や老舗企業など多くの企業が参加しているため、部会に参加することにより、コネクションの獲得、ネットワークの拡大、ひいては自社のビジネスチャンスにつながることも考えられる。
- 現在、部会に参加している会員は少ないと思われ、名古屋商工会議所に所属しているメリットを最大限に活かしているとは言い難い。

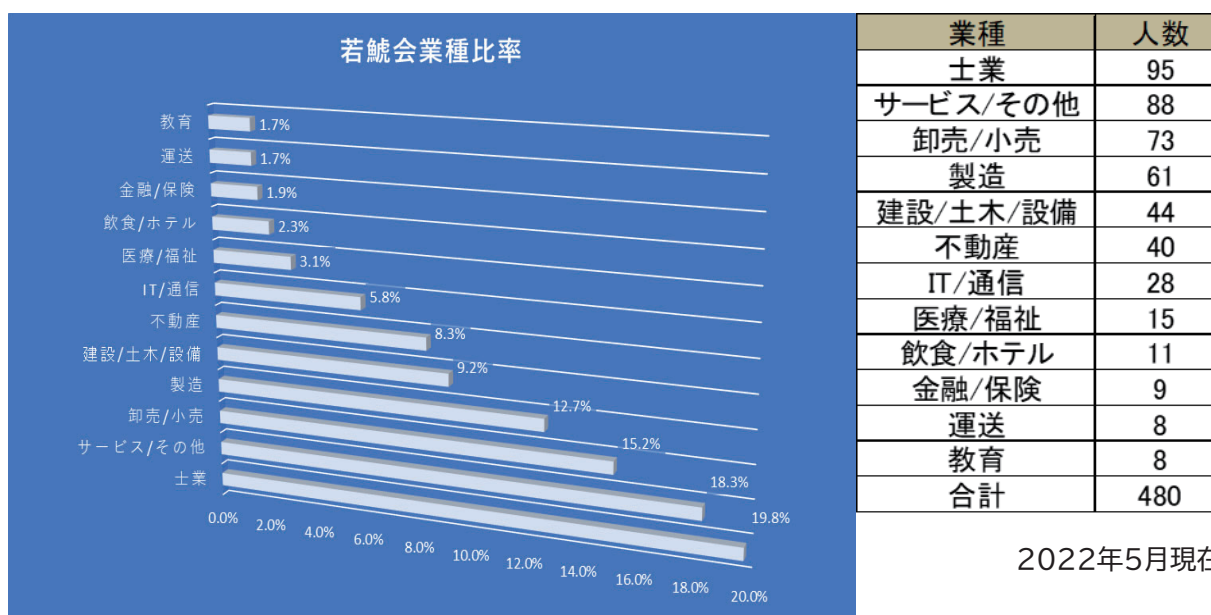
・名古屋商工会議所の部会とは？

目的意識が高く活発な業種別サークル

業種・業態別に21の部会を設け、個性豊かな事業を実施している。

卸売部会	小売部会	食料部会
機器・素材流通部会	貿易部会	繊維部会
金属部会	機械器具部会	化学・窯業部会
木材部会	紙・印刷部会	エネルギー部会
自動車部会	建設業部会	情報通信部会
交通運輸部会	港湾部会	観光・サービス業部会
金融・証券部会	不動産部会	建設設備業部会

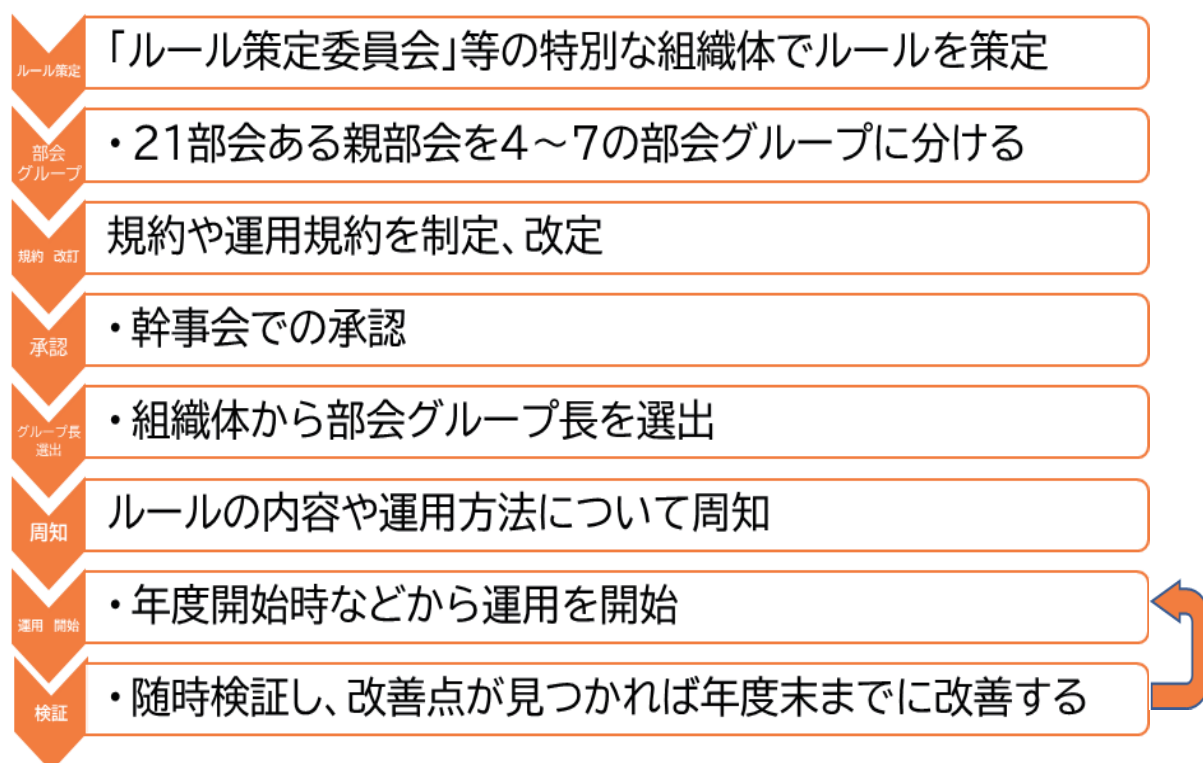
・部会配属に関わる若鯨会会員の業種別人数と比率



2. 提言詳細

- 名古屋商工会議所の21の部会に準じ、若鯨会にも業種・業態ごとに部会を創設する。業種の偏りもあるため、部会を4～7の部会グループに分け、会員に対して部会への所属を促す。
- 本業の業種・業態の部会に限らず、自社の販路拡大、顧客開拓、自身の知見獲得を目的に、会員は複数の部会に所属することも可能とする。
- 部会グループは部会グループ長などの役員を選出し、定例会議や親部会（名古屋商工会議所の部会）との打ち合わせ等を行う。
- 部会グループは親部会のサポート役という位置づけも担い、部会グループ長を筆頭に、親部会の活動への積極的な参加、協働事業の実現、親部会主催の事業では事務局と共に運営のサポートも行う。

3. 実現までのプロセス



4. 想定される課題とその解決策

- 業種・業態の偏り/所属会員の数に開きが出ると思われる。
- 親部会の21部会を4～7グループにまとめ若鯨会独自の部会グループを構成する。

(部会グループ分け例)

- 卸売部会/小売部会/食料部会
- 機器・素材流通部会/機械器具部会/自動車部会/金属部会
- 化学・窯業部会/紙・印刷部会/繊維部会
- 建設業部会/建設設備業部会/木材部会/不動産部会
- 情報通信部会/エネルギー部会/金融・証券部会
- 観光・サービス業部会/交通運輸部会/港湾部会/貿易部会
- 参加人数が少なかった場合
→グループへの割り当ても検討する。

(グループ割り当て例)

1G・8G	卸売部会	小売部会	食料部会
2G・9G	機器・素材流通部会	貿易部会	繊維部会
3G・10G	金属部会	機械器具部会	化学・窯業部会
4G・11G	木材部会	紙・印刷部会	エネルギー部会
5G・12G	自動車部会	建設業部会	情報通信部会
6G・13G	交通運輸部会	港湾部会	観光・サービス業部会
7G・14G	金融・証券部会	不動産部会	建設設備業部会

5. 実現によって向上する魅力・価値

- 若鯨会が積極的に親部会に参加することにより、名古屋商工会議所から見た若鯨会の存在価値の向上につながる。
- グループや委員会、研究会・サークルとは異なる別の組織体として成立させることにより、新たな交流の場となり、交流促進につながる。
- 複数の部会グループに所属することで、顧客先の状況把握や新規事業を起こすきっかけ作りにつながる。
- 親部会との接点を持つことで、自社の販路拡大、顧客開拓、自身の知見獲得につながる。
- 会員が卒業後も引き続き親部会で活躍することにより、若鯨会と名古屋商工会議所との関係性の維持と強化につながる。

6. 補足

特になし

7. 本提言に関連する個人提言

名古屋商工会議所・他団体について

- P126「部会制度導入について」 11G 市川 大志

提言ブラッシュアップメンバー

- 11G 市川幹事副委員長
- 10G 鬼頭委員
- 12G 濱田リーダー
- 13G 住井委員



「会則・規則」に関する 個人提言

- ① コンプライアンスに関する助言制度の導入
- ② グループ担当副代表ポストの新設
- ③ ハンドブックの作成の義務化
- ④ 新グループ設立について
- ⑤ 若鯨会の会費納入方法変更の件
- ⑥ グループ移動の制限緩和
- ⑦ 単位制度の導入
- ⑧ 持続可能な若鯨会の改革提言
- ⑨ 代表幹事 選挙制度

「コンプライアンスに関する助言制度の導入」

提言者:1G 小島 智史

1. 現状

◆会としての法令遵守の必要性

- 会の活動に関わり、法令違反とならないか確認すべきことが、法改正や新法の成立などにより、年々増えている。

例:動画・音楽の使用→著作権法

アンケート聴取→個人情報保護法

ハラスメント対策→パワハラ防止法

◆若鯨会は、名古屋商工会議所の会員企業による組織である。

→商工会議所は商工会議所法という法律に基づいて設立された組織であり、法定設立団体である。したがって、若鯨会も法定設立団体の中の組織であることになり、そこが他の異業種交流団体(通常は任意団体にとどまる)との大きな違いである。

→法定設立団体であるということ自体、団体としての信用性等の面で一つのブランドである。しかし、活動内容を誤ると、商工会議所法違反等、違法行為を行っているということにもなりかねない。そのようなことが生じないように、会として日頃法令の遵守を意識して行動する必要がある。

◆例:商工会議所法第四条

- 1 商工会議所等は、営利を目的としてはならない。
- 2 商工会議所等は、特定の個人又は法人その他の団体の利益を目的として、その事業を行つてはならない。
- 3 商工会議所等は、これを特定の政党のために利用してはならない。
→政治活動は若鯨会の規則上も除名事由となるが、それを超えて商工会議所法4条3項違反にも当たり、違法行為となる。違法行為を行ったということになれば、対外的な批判もそれだけ大きなものとなりかねないので、特に注意する必要がある。

◆会則・規則の運用

- 若鯨会の40年の活動の中で、会則や規則に関連して問題となったケースを解決してきた積み重ねがあると思われる。しかし、トラブル解決のためにどのように会則・規則が運用されてきたかについて、一般の若鯨会会員が知ることのできる機会が少ないのではないか。
- ⇒若鯨会会員がトラブル等の解決に悩んだとき、法令上の問題や会則・規則の運用に関して、気軽に助言をもらえる機関を設置してはどうか。

2. 提言内容

- 法令遵守や、会則・規則の運用に関して、会員ならだれでも気軽に助言を受けられる機関を設置する。
- 助言者は、法令遵守や会則・規則の運用に精通している若鯨会卒業者(会歴が長く、役員経験も豊富な卒業者や、士業関係など法律の専門家である卒業者など)、及び名古屋商工会議所関係者が適任と思われる。
- 助言のみの諮問機関とし、最終的な決定権限はない機関とする。
- 当該機関に寄せられた相談をもとに、トラブル解決マニュアルを作り、会員に公開すれば、一般の会員がトラブルに悩まされることもより少なくなるのではないか。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- ①コンプライアンス体制の整った団体であることを内外に示すことで、会としての信用性が増す。
- ②トラブル解決マニュアル等を作成することで、会の運営がより円滑に行われるようになる。

「グループ担当副代表ポストの新設」

提言者:4G 織田 敏之

1. 現状

- 若鯨会の活動は従来より基本は「グループ」である。と言うことは誰もが認識している事実である。しかしながら、委員会活動で学んだことがグループ活動の場になってみると必ずしも同じぐらいの熱量で行われていないグループが多く存在する。
- また若鯨会では本会活動を一生懸命やっている人間＝若鯨愛があり、グループ活動を一生懸命やっている人間＝若鯨愛が少ないと扱われる節がある。
- 現に、基本である「グループ」のリーダーを経験せず、会のトップである代表幹事ポストに就く事が可能ということは、グループ活動の軽視(グループ内での活躍より委員会でも活躍したいと思わせる事)や上記のような認識の醸成につながる。

2. 提言内容

- グループ活動をサポートするため、グループ担当の副代表ポストを新設する。具体的には1～7Gを第一ゾーン、8～14Gを第二ゾーンとして各ゾーンからそれぞれ1名副代表幹事を輩出する。
- グループ担当の副代表は、各グループの例会を順番に参加して当該年度の年間テーマなどについて説明する。
- グループリーダーは担当副代表が例会に来たときは、グループの課題などをディスカッションする会議を開催する。
- グループ担当副代表排出グループが年に1回各ゾーンの合同ミーティングや合同企画などを行う。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- グループのリーダー出身の副代表ポストを作ること、そちら側のルートからでも代表幹事になるルートを作ることができ、グループ活動中心の会員でも代表就任要件を満たすことができる。(リーダー未経験者が代表就任できるが、委員長未経験者は代表になれない)
- グループを巡回することで、グループの機能を強化することができるとともに、他グループの良いところなどを学ぶ機会ができる。結果的にグループの魅力が向上する。
- 委員会とは違うルートで7年に一回グループで現在の委員会のような規模の企画を担当することで、グループの活性化が期待できる。

「ハンドブックの作成の義務化」

提言者:4G 織田 敏之

1. 現状

デジタル化のながれで紙のハンドブックの作成が行われなかった年がある。確かに近年デジタルハンドブックの機能も大幅に充実しており便利になっている。ハンドブックの作成が行われなかった年に幹事会で議論をして作成しなかったのではなく、正副で確定してしまった。まだまだ紙のハンドブックの重要度は存在するとおもう。例えば、その年のグループのリーダーやサブリーダー、残念ながら卒業せず退会してしまった人のデータ、過去のグループからの委員会出向者の記録などは現状デジタルハンドブックでは網羅していない。

2. 提言内容

- 紙のハンドブックは会員全員の共有財産である。
 - 時の正副で勝手に作るか作らないか決めていいものではない。
 - 今後その様な事が起こらないように作成を会則に明記する。
- 本会費用の配分についても幹事会できちんと議論する。
 - ハンドブックの作成費用を削ってまで他の本会事業に予算を振り分けなければならないのか。参加者が一部の人間に限られているような事業に本会から費用を出す必要があるのか。
 - 本会にとってハンドブックの作成事業こそが、まさに本会事業として会員全員に公平な事業であり、派手な事業ばかりが本会事業ではない。
- 作成しない場合でも有料にして購入できる等の道を残すべきである。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 毎年ハンドブックの作成を行う事で、若鯨レガシーの継承が行われ、自分たちが本会に出向していた時などは思い出として残る。
- ハンドブック作成事業はとても地味な本会事業ですが、本会費用をみんなに平等に使うという意味においては、他の事業と比較できず、現時点ではデジタルですべてを網羅することはできないぐらい、魅力と価値が存在している。

「新グループ設立について」

提言者:4G 織田 敏之

1. 現状

- 若鯨会の総会員数は私が入会してから20年ぐらい経つがほとんど変わらない。各グループの人数が40人を超えるようになってくるとそのグループは例会場の確保や二次会会場の確保が難しくなるため、積極的に新会員の獲得に動かなくなる。消滅したグループは存在しない。結局人数が少なくなってくるとグループは積極的に新入会員獲得に動き出す。

2. 提言内容

- 若鯨会の総会員数を増やすには新グループの設立しかない周年企画として新グループの設立を行う。新グループには各グループから参加者を募る。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 若鯨会の総会員数の増加が期待できる。
- 一般的にはリーダーは1回しか回ってこないなので、リーダーをもう一度やってみたなどのニーズにも対応できる。
- 何か新しいことをやれば、それにより学びを得ることができる。

「若鯨会の会費納入方法変更の件」

提言者:4G 織田 敏之

1. 現状

- 若鯨会の会費は、名古屋商工会議所、本会、グループ、委員会、サークルなどがあります。
- 新会員にはオリエンテーション費用もあります。
- 何度も振込手数料を支払って会員各自が別々の口座に納入することは、手数料がもったいないのではないか。
(ざっくり500円×500人=25万円)
- 特に本会費用の未払いが発生していると、リーダーは除名になるのではないかと心配しますし、振込されたか確認する方法もわざわざ総務委員にお願いしなくてはなりません。

2. 提言内容

- 本会費用+グループ会費をグループより請求し、グループ会計からグループの人数分をまとめて本会に振り込む。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 各自の振込手数料の削減。
- 未入金者の確認をグループ内で完結することができる。
- グループより本会費を人頭分担金として納めることにより、本会事業への在り方をグループとしてきちんと議論できる。

「グループ移動の制限緩和」

提言者:10G 小木曾 仁

1. 現状

- 若鯨会は、14ものグループと500名を越える多くの会員からなる大組織にも関わらず、そのグループ移動は、若鯨会在籍中に1度だけと制限をされている。

2. 提言内容

- グループ移動を若鯨会在籍中1度だけの制限から、休会中は除き3年を経過するたびにグループ移動ができるものと変更する。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- グループ移動を3年ごとにできるものとするにより、会員間の新たな出合いやつながりに発展する。
- グループ移動がしやすくなることにより、よりグループの魅力や人間関係を向上することを意識した活動につながる。

「単位制度の導入」

提言者:13G 住井 祐介

1. 現状

- 年に1~2回しか顔を表さない幽霊会員が一定数存在する。
- 有意義な講演会・研修会・例会を開催しても参加しなければ自己研鑽につながらない。
- 積極的な会への参加を促さなければ、結局来づらくなる、つまらないなどの理由で退会につながってしまう。
- 若鯨会として会員の参加状況の把握ができていない。

2. 提言内容

- 大学のような単位制度を導入する。
- 一年間の必要取得単位数を設定:(例)最低20単位
 - 所属グループ例会:2単位 ・ 全体事業(講演会・研修会等):2単位
 - 他グループ(合同)例会:2単位 ・ 委員会出向:2単位(通年)
 - サークル所属:2単位(通年)
- 計算例
 - 所属グループ例会参加:2単位×6回=12単位
 - 全体事業参加:2単位×3回=6単位
 - 委員会出向:2単位×1回=2単位
 - 合計:20単位
- 必要取得単位を2年連続未達の場合は是正勧告+公表
- 必要取得単位を3年連続未達の場合は退会勧告+公表

備考:是正勧告を受けた場合、改善書(グループリーダー確認印)提出
退会勧告を受けた場合、委員会出向、サークル活動への参加禁止
上記はあくまで例であるが、相応に厳しい処分を盛り込む。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 名古屋商工会議所下部団体としての会員の質の向上と維持。
- 積極参加による若鯨会全体の活性化。
- 幽霊会員の撲滅。
- 若鯨会への参画の見える化。
(将来的にはアプリなどによるデータ化も有意義では)

「持続可能な若鯨会の改革提言」

提言者:13G 住井 祐介

1. 現状

- 大げさかもしれないが若鯨会は「消滅の危機」にある。
- 今後5年以内に約半数の48%が卒業予定。その後も会員の激減が想定される。
- 今後新入会員の加入を加味しても、抜本的な対応が必要。
- 10年後を見据えた委員会として看過できない実態。

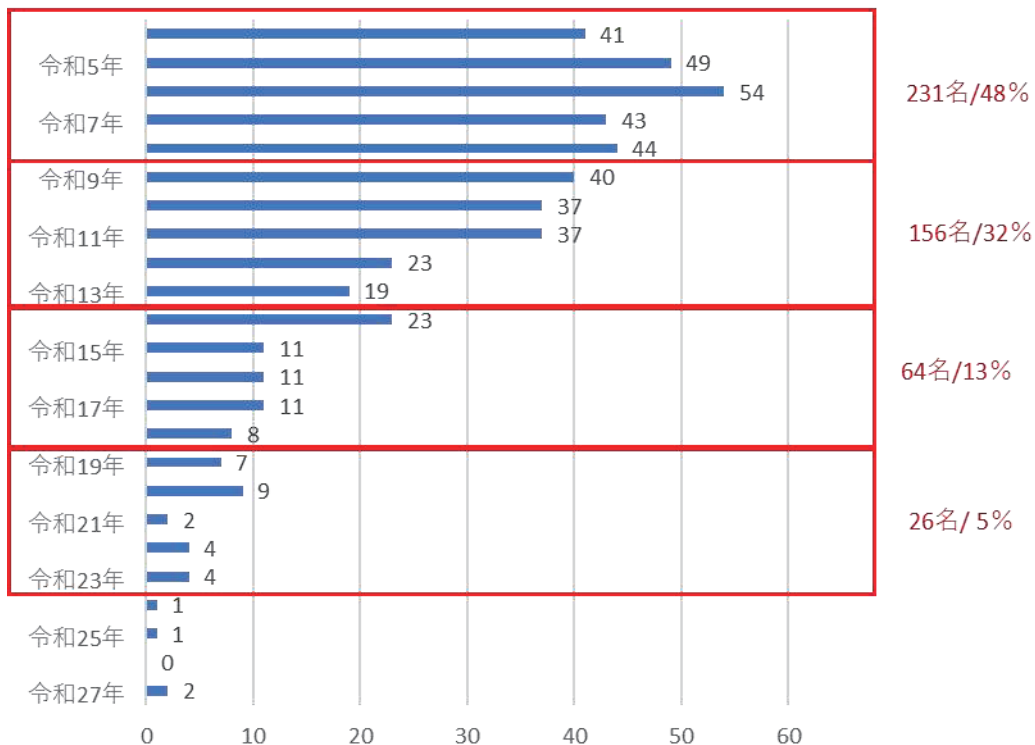
- 下記は若鯨会会員の年齢構成である

卒業和暦	卒業西暦	出生和暦	出生西暦	現年齢	1G	2G	3G	4G	5G	6G	7G	8G	9G	10G	11G	12G	13G	14G	合計
令和4年	2022年	昭和47年	1972年	50歳	2	3	2	2	3	6	4	6	2	2	2	1	5	1	41
令和5年	2023年	昭和48年	1973年	49歳	4	3	2	2	1	4	7	3	5	3	7	2	3	3	49
令和6年	2024年	昭和49年	1974年	48歳	4	3	3	4	6	4	8	2	2	4	4	2	5	3	54
令和7年	2025年	昭和50年	1975年	47歳	2	1	3	3	4	1	2	3	3	11	5	1	2	2	43
令和8年	2026年	昭和51年	1976年	46歳	5	4	1	3	1	2	0	3	4	4	7	3	5	2	44
令和9年	2027年	昭和52年	1977年	45歳	3	1	2	3	3	1	3	3	4	0	2	4	5	6	40
令和10年	2028年	昭和53年	1978年	44歳	1	2	6	2	3	1	2	4	3	1	2	5	3	2	37
令和11年	2029年	昭和54年	1979年	43歳	1	1	2	5	4	1	3	2	7	4	2	2	2	1	37
令和12年	2030年	昭和55年	1980年	42歳	5	1	2	0	1	1	1	3	1	3	3	0	0	2	23
令和13年	2031年	昭和56年	1981年	41歳	0	0	1	0	3	2	0	1	2	3	4	1	2	0	19
令和14年	2032年	昭和57年	1982年	40歳	1	2	0	6	2	1	2	2	1	1	2	2	1	0	23
令和15年	2033年	昭和58年	1983年	39歳	1	1	1	2	0	1	1	0	1	0	0	2	1	0	11
令和16年	2034年	昭和59年	1984年	38歳	2	0	1	1	0	0	0	2	0	3	0	1	0	1	11
令和17年	2035年	昭和60年	1985年	37歳	1	1	3	2	0	1	0	0	0	2	0	1	0	0	11
令和18年	2036年	昭和61年	1986年	36歳	0	1	2	0	0	0	0	1	0	1	0	2	0	1	8
令和19年	2037年	昭和62年	1987年	35歳	0	1	0	0	1	0	2	0	0	1	1	1	0	0	7
令和20年	2038年	昭和63年	1988年	34歳	0	2	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	9
令和21年	2039年	平成元年	1989年	33歳	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	2
令和22年	2040年	平成2年	1990年	32歳	0	0	0	0	0	1	2	0	0	0	1	0	0	0	4
令和23年	2041年	平成3年	1991年	31歳	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	4
令和24年	2042年	平成4年	1992年	30歳	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
令和25年	2043年	平成5年	1993年	29歳	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
令和26年	2044年	平成6年	1994年	28歳	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
令和27年	2045年	平成7年	1995年	27歳	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	2
					32	27	32	38	33	30	40	36	35	44	43	30	36	25	481

出典：若鯨サーチ

令和4年7月現在

若鯨会会員卒業年齢分布



2. 提言内容(対応策)

- 若鯨会全体をあげての若手入会推奨策の実施
 - 30代入会金0円。(クレジットカード入会特典と同じ方式)
 - 大々的な紹介キャンペーンの実施。
- 卒業年齢の引き上げ(50歳→55歳へ)
 - 人生100年時代、定年の引き上げなど時代の流れに沿っていない。
 - 昔(20年前)の30代→40代、40代→50代くらいの印象。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 現社会の実態(長寿命化等)の対応として最も有効かつ現実的な対応策。
- 若手の増加とベテラン層の厚みを増すことで、会の危機乗り越え、柔軟で持続可能な会・組織のあり方を示す。
- 会員の激減が目の前に迫っているため、危機感をもって可及的速やかに取り組むことは、交流を一つの目的とした所属会員の価値向上につながる。

「代表幹事 選挙制度」

提言者:13G 田中 剛

1. 現状

• 代表幹事予定者

①次年度代表幹事予定者は代表幹事・副代表幹事・代表幹事経験者の
会員で構成する代表幹事予定者指名会議で8月末日までに選任する
ものとする。

②次年度代表幹事予定者は、原則、副代表幹事経験者より選任するもの
とする。

※若鯨会ハンドブック 運営規定より抜粋

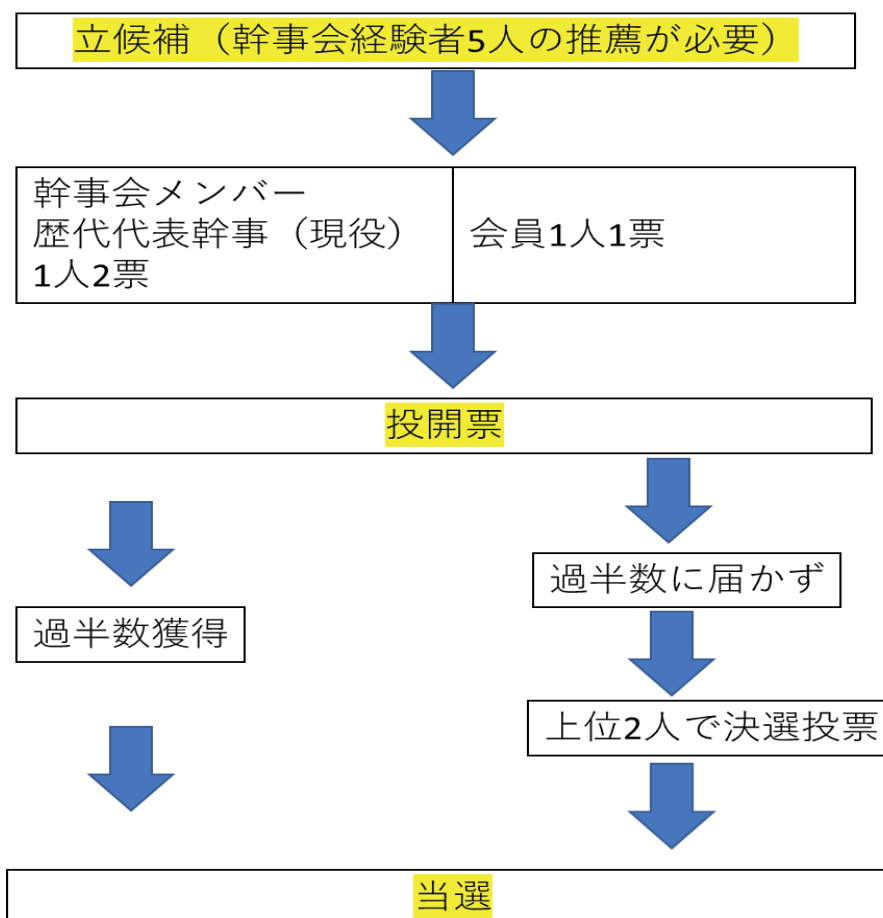
暗黙のルールがあり、資格を満たしていても代表になれない。

代表幹事の次年度に監査を担当するので卒業年度はできない。

副代表幹事を年度を跨ぎ歴任する方が多いので、条件を満たす候補者
は少ないのではないか。消去法で決めざるを得ない場合はないのか。

2. 提言内容

- 副代表幹事経験者から代表幹事に立候補する方を募り、該当者のいるグループは応援団を結成し、各グループ会員にアピールを行う。
- 候補者は2～3名程度が望ましい。
- 候補者は必ず2名は必須。
- 代表選挙では各候補者がスピーチを行う。
※グループ主導で候補者を立て、応援する。
- 日程:8月末 時間:18:30
- 資格:副代表幹事経験者+グループリーダー経験者
- 投票:グーグルフォーム
- 即時開票 参加できない方はリーダーへ委任状提出。



代表選挙の仕組み

- 代表選挙は若鯨会員による投票によって行う。
- 票は会員1人1票、幹事会メンバー及び歴代代表幹事(現役)は1人2票とする。
- 投開票後、有効投票数の過半数を獲得した候補者が当選とする。
- 過半数を獲得した候補者がいなければ、上位2名の候補者による決戦投票を行う。

1. 選挙日程

- ・選挙日程は7月の幹事会にて代表選挙管理委員会(総務委員会)が幹事会メンバーの承認を経て決定し、公表する。
- ・8/1 告示: 候補者による演説会(オンライン中継)
- ・8/8 候補者による討論会①: テーマあり
- ・8/23 候補者による討論会②: 年間テーマ、事業計画発表
- ・8/末 投開票 (当日参加できない会員は各リーダーに委任状提出)

2. 候補者

- ・候補者になることができるのは、資格を満たした若鯨会会員のみとする。
- ・候補となるには、幹事会経験者5名の推薦が必要とする。
- ・候補者が1人だけの場合、または辞退者が出るなど候補者が1人になった場合は、投票を行わず、その候補者が当選とする。(無投票当選)

3. 投票

- ・Googleフォームを活用し 会員が各自入力し投票を行う。
- ・投票は定められた時間内に行い、直ちに開票を行う。

4. 決戦投票の場合

- ・過半数を得る候補者がいなかった場合、上位2名の候補者による決選投票を行う。
- ・全会員による再投票を行い、多く票を獲得した候補者を当選とする。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- ・若鯨会の代表を選ぶので、会員の投票で決定すると思入れがあり、みんなで選んだ代表幹事に協力しようという気持ちになる。
- ・指名制よりも立候補制にすることで代表幹事をやりたいが指名されない資格者の方がいた場合、公平性が出る。
- ・若鯨会としても代表幹事決定に透明性があり、仕組みとしてわかりやすい。
- ・代表幹事に選ばれた方は、立候補し、投票で当選したのだからモチベーションも高まる。
- ・明確さ透明性があり代表選挙を見ることで若い世代が代表幹事になることを目標とするきっかけになる。

「運営」に関する個人提言

- ① 新入会員の入会・募集についての見直し
- ② 入会審査基準の見直し
- ③ 入会審査について
- ④ 会員制クラブ
- ⑤ 女性役員・女性会員の増加に向けた取り組みについて
- ⑥ 女性会員のつながりと活性化
- ⑦ 女性諮問機関創設
- ⑧ 女性会員の活躍について
- ⑨ 年度またぎ委員会の重複機関の検討
- ⑩ 若鯨メタバース
- ⑪ 若鯨会 提言システム
- ⑫ 本会事業の連携～新規入会者を開拓する～
- ⑬ 本会事業を例会扱いにすることについて
- ⑭ 本会事業数の数を減らす
- ⑮ 行動規範(クレド)の制定
- ⑯ 会費未納による会員除名の削減
- ⑰ 若鯨3A
- ⑱ 会員数ロック(若鯨会400名まで)
- ⑲ 新入会員のグループ選定の件
- ⑳ 経験者と若手の交流に関して
- ㉑ 対外活動申請について
- ㉒ 経営者としての人間力向上
- ㉓ 若鯨会組織を強固に
- ㉔ グループ合同事業の本会事業としての実施について

「新入会員の入会・募集についての見直し」

提言者:2G 谷川 元康

1. 現状

- 本会の会員となることを希望する者は、会員2名の推薦を受け、申込書により本会に入会申請し、入会登録審査会の承認を得て入会することができる。
- 紹介者以外からの入会が少ない。
- 若鯨会入会は、紹介制なのに募集セミナーにより入会を募りそもそも面識のない人の推薦者として紹介して入会できるのは、矛盾しているのではないか。
- 現に入会する時には、2名が推薦し入会するが、単なる手続き上の問題となっている。推薦者の責任もなく、本人が入会できるかはオリエンの審査によるものである。(推薦者により審査が変わるものではない)

2. 提言内容

- 会員の皆さんにより多くの方を紹介して頂く事は継続し、会員2名の推薦を受けを撤廃するなど入会資格・基準の見直し。
- 若鯨募集セミナー、会員からの紹介、若鯨会の紹介を含めて会員募集を行い、入会基準をはっきりさせた上で、審査・入会して頂く。
- 会員からの推薦以外の入会を中心に考えての募集を行う。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- より広く募集活動をし、より多くの人材が集まる事により会が活性化する。
- 入会資格をわかりやすくして、手続上の無駄を削る。

「入会審査基準の見直し」

提言者:9G 平野 朋和

1. 現状

- 入会審査会は単年事業でもある。
- 審査基準が年度ごとにばらつきがある。

2. 提言内容

- 入会審査機関を内容継続し、年度ごとに変化しないようにする。
- 時代の変化に対応する為年度末に次年度の改正案会議を行う。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 入会審査のばらつきがなく、若鯨会にふさわしい方の入会がみこめる。
- 中途退会者が減り会員現象しない。
- より会員の増強となる。

「入会審査について」

提言者:10G 鬼頭 恵助

1. 現状

- 近年、若鯨会会員の紹介ではなく、商工会議所事務局の紹介、Webからの入会希望者が増えている。
- その中で、外国人の入会希望者も増えつつあり、なかには、グレーゾーンの方もいるようなことを聞いている。このような場合の審査基準が明確にされていない。
- 事務局からの紹介は、ひとまず、オリエンテーション委員会に流されている。
- その場合、オリエンテーション委員長、副委員長が面談、審査することが多く、スタッフの負担が大きい。

2. 提言内容

- 外国人などの今までにないケース(海外に拠点がある場合など)の想定した入会基準を設けることが必要になる。
- オリエンテーション委員長経験者などが、入会基準・審査基準を再度明確にすることが必要である。(検討会議内でも見直し、検討をする)
- 会員からの紹介の場合、所属したいグループのリーダー、オリエンテーション委員が、入会審査する。
- 事務局紹介の場合、まず、1次審査として事務局で入会審査を行ってもらう。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 入会基準、審査基準を明確にすることで、オリエンテーション委員会が、迷うことなく審査できる。
- 会員紹介の場合、グループリーダーなどが審査、事務局紹介の場合、1次審査してもらうことで、オリエンテーション委員会の負担軽減につながる。
- より若鯨会の目的にあった会員を入会させられることができる。

「会員制クラブ」

提言者:11G 浅井 啓介

1. 現状

- その気になれば、誰でもどんな組織、個人であっても入会できる。
- 入会へのハードルが低い印象を持たせている、感じさせている。狭き門感がない。
- 若鯨会を知らない人がいる。

2. 提言内容

- 完全紹介制。
- 社会のルールや約束を守る規律性の徹底と会や仕事における取り組みの姿勢の評価をする。
 - 入会後であっても違反の場合は退会させられる場合がある。
運転免許証の様なポイント制。
- 若鯨会を広く紹介できるようにするための対外的な広報活動の充実。
 - 積極的なボランティア活動の推進。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 入会できている自分のステータスが維持される。
- 結果、積極参加を促進でき、参加率を高められる。
- 一般の人への認知度向上、家族、会社のサポートや理解も得易くなる。

「女性役員・女性会員の増加に向けた取り組みについて」

提言者:1G 小島 智史

1. 現状

◆今年度の役員名簿を見ると、各委員会の役職者・スタッフ(副委員長以上)の合計49名中、女性は5名であり、リーダー14名中、女性は1人にとどまっている。若鯨会における女性の割合と比べても、女性の役職者が少ないのではないか。

→企業の管理職や役員など指導的地位に占める女性の割合を、2020年代の可能なかぎり早期に30%程度にすることが日本政府の目標とされている。

また、SDGsのターゲット 5.5は、「政治、経済、公共分野でのあらゆるレベルの意思決定において、完全かつ効果的な女性の参画及び平等なリーダーシップの機会を確保する」ことを目標としており、その目標達成度の指標として、指標 5.5.2「管理職に占める女性の割合」が定められている。日本はこの指標の達成度が諸外国と比べても低い状況である(欧米ではすでに30%を超えている所も多くある。)ため、若鯨会としても、SDGsの取り組みの一環として、女性の役職者積極登用を考えるべきではないか。

→女性会員の若鯨会活動への積極的な参加を促すという意味でも、女性役職者を増やす取り組みが必要ではないか。

→ただし、若鯨会全体の女性会員の人数自体もまだまだ多いとは言えないため、人数が少ない中で役職者を増やすことのみを行おうとすると、女性会員の負担が過大となったり、人選が難しくなったりするといった弊害が生じることも考えられる。

このため、女性役職者を増やすとともに、女性会員の人数自体も増やしていく取り組みを併せて行うことが必要ではないか。

2. 提言内容

女性役員・役職者の具体的な増加目標を設定する。

- 委員会のスタッフのうち、例えば3割程度(各委員会2～3人)を女性から選任することを目標とする。
- グループにおいても、女性をリーダー・サブリーダーに積極的に選出することを目標とする。

※ただし、そもそも女性が少ない、いないグループもあるところなので、その場合は逆に少数の女性会員に過剰な負担がかからないように配慮する。

- 女性役職者増加のための取り組みを行っていることを、若鯨会のホームページや月報那古野等によりPRを行うなどして、役職者になることを目指すような意欲を持った女性経営者に、会員になってもらうことを促す。
- 名古屋商工会議所女性会と交流会を行い、女性会に向けて、上記の女性役職者増加のための取り組みを若鯨会が行っていることをPRするなどして、女性会の会員ないしその後継者の方などに対して、若鯨会へ参加してもらうことを促す。
また、女性会員を増やす上で行うべき環境整備等について、女性会からも助言を得た上で検討を行う。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- ①女性会員を役職者に積極的に登用することで、女性会員に対して会の活動への積極的な参加を促すことができる。
- ②女性会員の役職者が増えることで、女性会員の意見がより考慮されやすくなり、会としてより多様な意見を反映できるようになる。また、女性会員の意見が反映されやすくなることで、女性会員の増加や、女性で役職者になろうとする意欲を持つ会員が増加することも期待できる。

「女性会員のつながりと活性化」

提言者: 3G 中島 由香子

1. 現状

- 若鯨会の女性の会員数は63名。グループによっては女性が0名のところもあれば、多いグループもある。女性が一人も居ないグループは女性が入りづらい傾向にある。
- 女性同士の相性が、グループを選ぶ際や若鯨会活動でも影響する場合があるように考える。
- 女性は自宅開業や一人で起業している経営者も散見され、孤独になりがち。また、家事や仕事と若鯨会を両立しており時間的な制約もある。
- 男性経営者には理解されづらい特有の悩みもあるが、女性同士の横のつながりが限定的と思われる。

2. 提言内容

- オリエンテーションで、グループごとの女性の数や女性向けの案内を示す。
- 女性限定の会員募集セミナーを開催すると、女性会員が参加しやすくなる。
- 女性限定の委員会を設置し、負担にならない程度の活動をし(年に1回程度の講演会や交流会等)、女性会員同士の交流の場を作る。
- 委員会が難しい場合は、グループや委員会ではなく、サークルや研究会などの緩い感じや、非公式でも良いと考える。
- まずは共感や交流ができるのがベスト。あまり負担にならない方が良い。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 若鯨会に入会を検討する際、女性をターゲットにした説明会や女性が知りたいことを知る機会があると、入会を検討しやすいため、女性会員が増える可能性がある。
- 女性同士で関係性が深まると、新たな活動のチャンスが増える。
- 女性経営者が多い業界もあり、女性同士の交流は、ビジネスの展開にも役立つ(女性の意見をダイレクトに聴けてビジネスに活かせる。女性にPRできる)。
- 若鯨会で女性の交流の場があり、女性の繋がりが大切にされていることがPRできると、他の団体に差別化でき、女性が若鯨会に入会する際に、有力な検討材料となる。
- 女性同士の関係性が深まると、他の女性会員から有効なアドバイスをもらえたり、話を聞いてもらえるから、家事や仕事と若鯨会を両立できない等で悩み退会する女性が減ると考える。

「女性諮問機関創設」

提言者:11G 市川 大志

1. 現状

- 若鯨会は圧倒的に男性が多く、女性経営者の数が少ない。
- SDGsにおける「ジェンダー平等を実現する」の観点から、女性の意見を取り入れやすい環境を整備する必要がある。
- 今後更に多くなるであろう女性経営者をいち早く入会しやすい体制にしていく必要がある。
- 男性偏重から脱却し、古い体質を刷新することが若者には求められている。

2. 提言内容

- 若鯨会員の女性だけで作る諮問機関を創設する。
- グループの垣根を超え、グループから1名という枠もなくし、多くの女性会員に参加してもらう。
- 定例の諮問会議を行ない、女性目線からの提言を若鯨会に進言する。
- 女性諮問機関は代表幹事の直下組織として置き、定例の諮問会議には代表幹事も出席する。
- 諮問会議にて決定したものは代表幹事から直接、正副委員長会議に提言を上程し、幹事会でも協議審議を行なっていく。
- 女性会員の代表者として議長・副議長には正副委員長会議を始め、幹事会にも参加する。代表幹事から提言として上程されたものを説明・回答する権利を持ってもらい、女性の発言力を高めてもらう。
- ゆくゆくは男女比5:5を目指し、代表幹事も毎年男女順番に選出する。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 女性が入りやすい会にすることで多くの会員が入会する。
- 他の異業種交流会より女性比率を上げることで差別化を図る。
- 新しい時代に即した考え方が若鯨会に定着することでより優秀で若い経営者に支持される。
- 女性の社会進出が進み、女性の消費行動が変わっていく中で女性目線での商品やサービスを生み出すきっかけがつかみやすい会になる。

「女性会員の活躍について」

提言者:13G 柘植 一憲

1. 現状

- 女性会員が委員会スタッフとして参画している方が少ない。特に、女性代表幹事は一人もおらず、副代表幹事・委員長も限られている。
- 社会では、女性の役職者の登用など言われている時代に、会として積極的に女性役職者を求めているのではないか。

2. 提言内容

- 委員会に女性のスタッフを積極的に指名する。副委員長の枠を増やし、本会での女性会員の研鑽の場を増やす。一年ではなく、長期的に考え、常に委員会スタッフには女性会員が必ず含まれるようにする。
- 会則に「委員会スタッフに1名以上、女性会員が入るのが望ましい」等の文言を入れる。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 女性会員が活躍できる場を作ることで、男性の意見だけでなく、女性の視点から意見が出るようになり、バランスの取れた意見が出ることで事業内容が良くなる。
- 女性経営者が活躍できる会として、会の価値が上がり、女性の新入会員が増えるだろう。

「年度またぎ委員会の重複期間の検討」

提言者: 3G 中島 由香子

1. 現状

- 各委員会のスタッフおよび委員は単年度で入れ替わる。
- 総務委員会のように、委員会の業務が毎年前年度から引継がれる内容が多いタイプの委員会も、全員入れ替わるので引継ぎが大変。また、分からない中での業務内容の理解にも時間を要する。
- 一方で、研修委員会のように、前年度からの引継ぎがほぼ無くても、単年度で成り立っていく委員会もある。
- 現状は、当年度の委員会と次年度の委員会は接点がなく、申し送り事項を引き継ぐことにとどまっている。また、分からないことは、委員長が個別に確認して適宜教えてもらっている。

2. 提言内容

- 委員会によっては、例えば1月～3月など、当年度の委員会と次年度の委員会と合同で委員会を開催する期間を定め、接点をもつ。
- 合同委員会の開催は、委員によっては重なる期間がなく現状通りでも良いが、重なる期間を長めに確保する委員会があっても良い。
- 合同委員会で一緒に活動をする期間内に、委員会の業務内容や引継ぎを実施する。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 単年度のため、全員が新規委員会メンバーであっても、合同委員会で重なる期間があれば、委員会の業務内容のレクチャーや引継ぎがされ、スムーズに委員会の運営ができる。
- 委員会の業務内容を理解して委員会を運営できるので、改善点を見出す余裕がもてるため、より魅力的な委員会の運営ができる余地があると考ええる。
- 年度をまたぐ委員が合同で一緒に活動する期間があると人間関係が深まり、運営過程で分からないことが生じたときに前年度の委員会のメンバーに聞きやすい。

「若鯨メタバーズ」

提言者:6G 宮田 勉

1. 現状

- 若鯨会には公式ホームページ、会員用ホームページ、Facebook、デジタルハンドブックがある。
- 若鯨会 公式ホームページは一般向け 情報発信。
- 若鯨会 会員用ホームページは会員向け 情報発信。
- 若鯨会 Facebookは一般向け 情報発信。
- 若鯨会 デジタルハンドブックは会員向け 情報発信。
- 情報発信の補助的役割を担っている。

2. 提言内容

- コロナ対策でZoom例会を催す機会が多くなり例会の形式が多様化している。
- ネット上で常時接続して交流を図るMMORPG。
→共通のオンラインゲームに参加して目的を一緒に達成する。
- 若鯨井戸端会議。
→常時接続なので誰かしら話がいつでもできる。
- 若鯨商談会。
→会員から出店を募り売り買いをする。
- 若鯨オンラインTV。
→若鯨会他グループ例会の感想やトピックを放映する。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- リアル例会以外にも常に自分の好きな時間で参加できるプラットフォームを作る事で、誰とではなく、その時の人と交流する。
- グループの垣根関係なく誰とでも交流が生まれる。
- 常に繋がりを希望する会員へきっかけの場となる。

「若鯨会 提言システム」

提言者:6G 宮田 勉

1. 現状

- 若鯨会ブランディング委員会が提言を作成している。
- 若鯨会ブランディング委員会は今年のみで今後代表幹事が毎年変わることで継続するか否か、懸念される。
- 提言をするシステムが無い。

2. 提言内容

- 若鯨会に入会した全ての会員が提言をいつでも、いくつでもできるシステムを作る。
- 提言はWEBでいつでも書き込みができるようにフォーマットを作成する。
- 提言内容は総務委員会で取り纏め幹事会で報告する。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 提言は会員の建設的な発想から生まれる為、会員のあらゆる立場から目線から感じた意見を収集することができる。
- 年代や時代によって感じ取る内容が異なる為、幅広い情報が収集でき、若鯨会をブラッシュアップするきっかけとなる。
- 代表幹事の事業計画のヒントになる。
- 会員の思いが形になりやすい。
- 若鯨会への満足度が高まる。

「本会事業の連携」

～新規入会者を開拓する～

提言者:7G 遠藤 乱歩

1. 現状

- ・ 現状の入会者数では、10年後には会員数が半数になる。
 - ・ 令和4年度卒業 41名 9年度卒業 40名
5年度卒業 49名 10年度卒業 37名
6年度卒業 54名 11年度卒業 37名
7年度卒業 43名 12年度卒業 23名
8年度卒業 44名 13年度卒業 19名
- ※入会者でも40歳以上の人は卒業となる。
- ・ これから団塊ジュニアの卒業タイミングとなる。
 - ・ 国の方針で、ますますM&Aが多くなることで社数が減る。

2. 提言内容

- ・ 対外的に若鯨会の目的や魅力を明確にする。
- ・ 宣伝広告を継続的にする。
- ・ 本会事業の縦と横の連携をとる。

広報委員会・・・対外的に広報活動。募集活動。
事業委員会・・・組織での活動で名商会員の集客。
オリエン委員会・入会者のクオリティアップ。
研修委員会・・・入会後の活動研修やフォローアップ。
会員交流委員会・同期会、同年会、同業種会など開催。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- ・ 新規会員の入会で新しい価値観や出会いが生まれる。
- ・ 本会事業の目的を若鯨会の魅力PRとし、グループ活動が主となり、事業の役割が明確になる。

「本会事業を例会扱いにすることについて」

提言者:10G 水野 善仁

1. 現状

- ほとんどのグループにおいて8月例会、1月例会を本会事業の家族会（夏の交流会）、臨時総会後の懇親会にしている。
- 8月の家族会は人数制限が設けられていることが多く、グループ会員が参加を希望しても参加できないことがある。また、設営内容によっては自グループの会員に会えないまま終わることもある。
- 1月の例会は、オリエンテーション会員のノルマである「希望グループの例会参加」に当てなければならないことが多いが、臨時総会後の懇親会がその主旨に合っているか疑問である。
- 周年時は本会事業が多いため、さらに例会扱いの事業を増やすグループもあるが、それは所属会員が受ける会員サービスの低下しているとも言える。

2. 提言内容

- 本会事業を例会扱いにせず、自グループ（または複数グループ合同）で設営する例会のみで計画する。
- 上記の場合、例会と本会事業の参加回数が多くなり会員の負担になると考えるので、本会事業の回数を減らす。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 8月例会に参加する会員が増える。
- 1月例会に参加する（しなければいけない）オリエンテーション会員にとって、例会に参加する意義が出てくる。

「本会事業の数を減らす」

提言者:10G 水野 善仁

1. 現状

- 昨今、複数グループによる合同例会が多く開催されており、グループの垣根を超えた交流ができつつある。
- 合同例会は全体事業による交流と主旨が似ており、全体事業でやらないといけない(できない)ことが最近少なくなっていると感じる。
- グループ例会と本会事業の両方に出席を求めても、開催される頻度が多いと動員に苦勞する。

2. 提言内容

- 本会事業の数を減らし、設営側の委員会と参加する会員の負担を減らす。
- 会員サービスの低下につながってはいけないので、質をより高めるために全体予算はあまり減らさず、一事業あたりの予算を増やす。
- リーダー会を組織にして交流を深めることにより、合同例会開催のハードルを下げると共に、グループ間の交流を増やす。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 本会事業の回数(量)より中身の充実(質の向上)に時間を割くことができ、委員会の負担が減る。
- 参加する会員及び、動員協力の依頼をされるリーダーの負担が減る。

「行動規範(クレド)の制定」

提言者:11G 衛藤 寛啓

1. 現状

現状、会則に会の目的はあるが、行動規範的なものは制定されていない。
行動規範には、会の方向性(他団体との違い)が表れることが多く、**行動規範の制定は、一種のブランディング**である。

<p><参考:他団体の例> 名東ロータリークラブのHPより</p>	<p>ロータリーの行動規範 CODE OF CONDUCT</p>
<p>ロータリアンとして、私は以下のよう行動する</p>	
<ol style="list-style-type: none">1. すべての行動と活動において、高潔性という中核的価値観の模範を示すこと。2. 職業の経験と才能をロータリーでの奉仕に生かすこと。3. 高い倫理基準を奨励し、助長しながら、個人的活動および事業と専門職における活動のすべてを倫理的に行うこと。4. 他者との取引のすべてにおいて公正に努め、同じ人間としての尊重の念をもって接すること。5. 社会に役立つすべての仕事に対する認識と敬意の念を推進すること。6. 若い人々に機会を開き、他者の特別なニーズに応え、地域社会の生活の質を高めるために、自らの職業的才能を捧げること。7. ロータリーおよびロータリアンから託される信頼を大切に、ロータリーやロータリアンの評判を落としたり、不利になるようなことはしないこと。8. 事業または専門職上の関係において、普通には得られない便宜ないし特典を、同輩ロータリアンに求めないこと	

<p><参考:企業の例> ミップ・ステーションのHPより</p>	<ol style="list-style-type: none">① 笑顔・・常に笑顔でいる事を忘れず、出会う人を笑顔にできるような人間でいましょう。② 感謝・・常に「ありがとう」を言葉にし、感謝の気持ちを伝えましょう。③ 言葉・・常に正しい日本語、正しい言葉を使う事を心がけましょう。④ 誠実・・常にすばやい対応を心がけ、互いの信頼関係を大切にしましょう。⑤ 心・・常に相手の喜ぶことを一番に考えて行動しましょう <p>MIPの目指すもの</p> <p>東海地区で 一番うまい、一番美しい、一番誠実、一番熱心、一番心配りができる そして必ずリピートしていただけるタレント事務所を目指します。</p> <p>ミップ・ステーション 10の約束</p> <ol style="list-style-type: none">① どんな時でも笑顔でいます。② 正しく、綺麗な日本語を使います。③ マイナスの言葉は口にしません。④ 学ぶことに意欲を持ち、見聞を広げます。⑤ 一つ一つの仕事に全力を注ぎ、人に感動を与えます。⑥ 流行に敏感になり、新しい情報を常に取り入れます。⑦ 人前に立つ意識を高く持ち、容姿に気を配ります。⑧ 報告・連絡・相談を怠らず、互いの信頼を大切にします。⑨ 体調管理をしっかりして、お客様や仲間迷惑をかけないようにします。⑩ 感謝の気持ちを忘れず「ありがとう」を必ず言葉にして伝えます。
--	---

2. 提言内容

行動規範を制定し、会の内外に周知する。

(1) 制定手順

- ① 制定のための委員会を設ける。
- ② 制定手法に詳しい専門家を招聘する。

<理由>

制定のための情報収集方法、議論の仕方、まとめ方等は、専門性が高いため、専門家のサポートを得ながら制定する方がスムーズに進められると思われる。なお、会内に専門家がいるならば、その人をお願いするのももちろん良い。

- ③ 情報収集(他団体の情報収集、会員からのアンケート等)
- ④ 委員会内で行動規範(案)を決定する。
- ⑤ 幹事会で承認を得る。

(2) 会の内外への周知方法

- ・ ハンドブックへ掲載
- ・ 若鯨のWebサイトへ掲載
- ・ 入会パンフレットや会員募集用のチラシに掲載
- ・ フォローアップ研修で詳細を説明

3. 実現によって向上する魅力・価値

- ・ 行動規範から、若鯨会が目指す方向が読み取れて、若鯨会の立ち位置が今より明確になる。
- ・ 会員募集の際、若鯨会がどういう会なのかを説明しやすくなる。

「会費未納による会員除名の削減」

提言者:3G 中島 由香子

1. 現状

- 本会年会費を支払わないと除名される。
- 支払期限までに振り込まれない会員が毎年一定数存在する。
- 総務委員が連絡すると、慌てて振込む会員が居る中で、連絡が直ぐにつかない、それでもなかなか支払われない会員も存在する。
- 総務委員より支払わなければ除名される旨を伝え、グループリーダーや紹介者から連絡をしてもらい、何とか支払う会員も存在する。
- それでも、会費を払わずに除名される会員が存在するのが現状。
- 会員の中には、本会年会費とグループ年会費があることを認識できておらず、別途説明し納得してもらうことが必要な場合がある。

2. 提言内容

- 1、本会の年会費を口座振替にする。

口座振替にすることができたら、振込に比べて会費の払い忘れが防げるのではないかと考える。

- 2、グループ年会費と一緒に請求書を渡す。

口座振替が難しい場合は、他の方法でできるだけ未納がないような方法を検討する。

本会年会費請求書とグループ会費の請求書が別のタイミングのため片方の会費を払い忘れる。本会年会費とグループ年会費の請求書を一緒のタイミングで渡せば、混乱を防げると考える。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 期限までに本会年会費の未納が減れば、総務委員が会費未納会員に連絡する件数が減るので手間や負担が省ける。
- グループリーダーや紹介者を巻き込んで、会費未納者を説得しなくても済む。
- 最悪の場合、本会年会費未納により除名になることを防げる。

「若鯨3A」

提言者:11G 浅井 啓介

1. 現状

- 若鯨会会員は、経営者又は準経営者、承継予定者など、会社を代表する者に入会参加資格がある。

2. 提言内容

- 将来独立を考えているどこかの会社の社員、または将来起業を考えている学生など、現状に記した者以外の入会、参加資格枠3A(メジャーリーグで言う傘下組織)を設ける。
- 各グループ3名とする。
※あまり多いと元々の会の趣旨がブレる為に人数制限をする。
1名2名だと偏向が起きやすいため、3名とする。
- 各グループの3Aだけの委員会も立ち上げ、役職者は通常委員会と同様、若鯨会員から選出する。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 3A会員は経営者と触れ合うことにより、独立や起業への思いや手段などを取り入れることができる。結果として若鯨会の入会資格者が増え、若鯨会の増員にも繋がる。
- 既存会員が独立や起業前の3A会員のキラキラした野心に触れる事で刺激や気づきを得られ、WIN-WINの効果が期待できる。

「会員数ロック(若鯨会400名まで)」

提言者:12G 濱田 英之

1. 現状

- 会員数が多いことが売りの若鯨会だが、会員数が多いことが一流の異業種交流会の立場を担保するわけではない。
(単なる営業目的、遊び・飲み仲間の入会)
- グループによっては、休会員、幽霊会員、非協力的な会員により、委員会ははじめグループの人事で苦労している。

2. 提言内容

- 会員数をロックする。(400名)
- 退会者、卒業者が出た場合、ロック数まで入会を許可する。
- 入会にあたり若鯨会活動について理解と積極的な参加が見込まれるかどうか判断し、少しでも若鯨会の品格を維持する。
- 入会後の活動歴(例会参加、本会事業参加、その他指定活動)への参加状況を点数化し、一定条件に到達できない会員は除名する。除名をすることで入退会サイクルの活性化と活力の維持。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 若鯨会の品格が上がる。
- 経営者(後継者)としてのより洗練された会員による活動が見込まれる。
- 入退会サイクルを活性化させることで、熱量の高い会員による運営が期待でき、活力の維持が期待される。

「新入会員のグループ選定の件」

提言者:13G 石原 慎二

1. 現状

- 新入会員のグループ選定が難航するケースがある。理由としてはオリエンテーション会員の期間中に全グループの例会にオブザーバー参加するのは困難であり、新入会員は限られた情報の中からグループを選別しなくてはならないからである。
- オリエンテーション委員会はフォローアップ研修やオリエンテスでグループ選定を支援しているが、新入会員同士の交流も必要であり十分なフォローができていない。また、各グループにグループ配属に関する要望を確認しているが、割り振りに関しては不透明な部分も見受けられる。
- 新入会員とグループが双方に納得感があり、会全体にとって有益なマッチングをする仕組みが必要である。

2. 提言内容

- 新入会員に対しては、各グループの情報を詳細にまとめたデータブックを提供する。グループの歴史や特色の他に人数、年齢、職種、委員会への出向の状況や過去の例会情報等が必要である。
- オリエンテーション委員会は各グループの要望を取りまとめ、委員会内で割り振りの基準を明確化する。また、新入会員の要望を確認し、双方の要望がマッチするグループを推しグループとして伝え、例会参加選別の一助とする。常に配属状況をオープンにし、不平等感のない配属を心がける。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 納得感があるグループ選定ができる。
- 新入会員の負担が軽減される。
- 各グループの運営指標が明確化される。

「経験者と若手の交流に関して」

提言者:13G 柘植 一憲

1. 現状

- 役員経験をしてしまうと、委員会に出向することがほとんどなくなり、グループにのみとどまりがちであり、役職経験者との交流が少なくなる。若鯨イズムの継承ができていないのではないか。

2. 提言内容

- 現役会員の副代表幹事経験者(当該年度副代表を含む)の公式な会を設置する。

この副代表幹事経験者と、各委員会スタッフ(委員長・副委員長)が交流できる場を設営し、ざっくばらんに意見交換など、若鯨会の過去事業や委員会運営の仕方など、研修会では学べないテクニックなどを学べる会とする。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 先輩から後輩へ受け継がれる伝統「若鯨イズム」が継承され、会への理解が深まる。成り立ちや歴史を知ることによって、意思決定のスピードが早くなるだろう。

「対外活動申請について」

提言者:10G 鬼頭 恵助

1. 現状

- 近年、グループ例会以外での若鯨会の呼称を使用した活動も見受けられる。
- 研究会、サークル活動については、対外活動申請書の提出は必要であるが、本会事業以外での委員会活動、グループ例会以外でのグループ活動、個人的な活動など、申請書を提出する義務がない。
- 勝手に若鯨会の呼称を使用しても、会として把握していない状態であり、万が一悪用された場合、会として大きな問題になり兼ねない。

2. 提言内容

- 本会事業以外での委員会活動、グループ例会以外でのグループ活動、個人的な活動などについても、対外申請書を総務委員会に提出し、正副委員長会議や幹事会にて報告する。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 対外活動申請書を提出することで、会として把握ができ、悪用されても会として対応ができる。
- 対外活動申請書を提出することで、対外活動の内容を会員にも周知することになり、より充実した活動につながる。
- より対外活動が増えることによって、若鯨会としてのPRにもつながる。

「経営者としての人間力向上」

提言者: 8G 川崎 晃

1. 現状

- 自己研鑽に意欲的ではない。
- 若鯨会がなぜ発足されたかを理解していない。
- 若鯨会活動を単なる楽しいだけの活動としてみている。
- 現状で満足している経営者、後継者が多く感じる。

2. 提言内容

- グループ活動の内容が緩い
→ 楽しければ良い。何となく参加している。歴史を知らない所以他団体のまねごと例会をしている為色が無い。
- 会自体のルールがグレーな部分もあるが、そのグレーな部分に甘えている。
→ グレーな部分を友好的に活用できていない。
- 若鯨会の組織を強固にできていない。
→ 例) 委員会であれば、委員 → 副委員長 → 幹事副委員長 → 委員長 → 副代表幹事 → 代表幹事、と言うように、改めて組織を勉強・理解することで、若鯨会を活性化できる。
→ 会社に持って帰ることができるということを理解していない。飛び級をよしとしている。
- 若鯨会が勉強できる場であり、失敗ができる場であるということを理解していない。
→ 失敗を「恥ずかしい」と思う傾向があり、自分のできる範囲でしか物事を進めない。
- 名古屋の情報を知らなさすぎる。
→ 情報源の1つである名古屋商工会議所を活用していない。
→ そもそも「商工会議所」と「商工会」の違いを理解していないため、名古屋商工会議所のことを商工会と言っているメンバーすらいる。
↓
オリエンテーション委員会での内容を精査する必要がある。もっと、若鯨会を理解してから入会した方が、その後の活動を大きく左右すると考えられる。今までは、数を優先して入会させてきている傾向が見受けられる事もあるが、多少の質も考える必要がある！

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 若鯨会活動の基本をしっかりと理解することで、入会後の活動がしっかりと把握でき、それにより人間力を向上させる事ができると考える。

↓

- 人間力が向上することで会内が活性化し、それを見た外からの見え方が良い魅力として発信されると考える。

↓

- よって、地域社会がさらに発展し、貢献することとなる事から若鯨会の価値が上がる。

(補足)実現のために

- 入会時オリエンテーションの内容を大きく修正する必要がある。

1. 名古屋商工会議所を知る
2. 若鯨会の歴史を知る
3. 若鯨会の組織を知る
4. 若鯨会の活動内容を知る
5. 卒業者を知る

↓

- 今の内容を否定するわけではなく、時間がないからさらっと流す、そんな内容であればやる必要はないと考える。時間がないのは言い訳であって、必要な時間は作れば良いと考える。よって、内容を深く伝えられる内容に修正してはいかかが！

「若鯨会組織を強固に」

提言者:8G 川崎 晃

1. 現状

- 委員会組織を形成する際、同じグループのメンバーだったり仲のいいメンバーで結成することが多い。
- 委員会では、委員から副委員長→幹事副委員長→委員長→副代表という段階を踏んでいない。
- グループでは、メンバー→サブリーダー→会計担当→筆頭サブリーダー→リーダーという段階を踏んでいない。

2. 提言内容

- メンバーは経営者もしくは経営継承者で構成されているため基本的には理解しているつもりだが、あえてその立場を経験することで見えることもある。
- よって、役職を飛ばすことなくその役目を体感する必要があると考える。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 改めて組織を勉強・理解することで、若鯨会を活性化する事ができ、会社に持って帰ることができる。
- 会社の基本を改めて理解することで、組織を強固にする事ができると考える。

「グループ合同事業の本会事業としての実施について」

提言者:14G 石川 和寛

1. 現状

- グループ例会を複数のグループで合同開催をすることがありますが、その開催方法や内容については対象グループのリーダーを中心に決定されており、予算についても各グループより捻出して開催をされています。

2. 提言内容

- グループ合同例会を開催するための会議体(議長はリーダー内から選定)を設置し、グループ合同事業を本会事業として実施します。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 委員会とは異なる、グループリーダーを中心とした新たな交流の起点となります。
- 事業予算が付くことによって、グループ例会の規模及び質の向上が期待できます。
- 例会を企画・運営する機会を多くのメンバーが得ることにより、会員個々の資質向上に寄与します。
- 例会のオブザーブという、非会員にもオープンな場を設けることで、合同例会をきっかけに若鯨会を知る機会にもなります。

「グループ」に関する 個人提言

- ① コーディネーターの活用～グループ運営 質の向上～
- ② 名古屋商工会議所会員によるコーディネーター制度の導入
- ③ 若鯨会 新入会員サポートシステム
- ④ 新入会員のフォロー体制の充実
- ⑤ 若鯨バディ制度導入
- ⑥ 若鯨会流動性グループ計画
- ⑦ 若鯨会活動例会運営システム
- ⑧ グループ例会評価制度の制定
- ⑨ 団体内褒賞の実施と活用について
- ⑩ グループ出席率とオブザーバー参加人数による表彰制度
- ⑪ 例会コンテストの開催について
- ⑫ キャッチアップ例会の導入
- ⑬ 経営発表会の開催
- ⑭ レジェンド例会の開催
- ⑮ グループ例会に関して
- ⑯ グループの活性化
- ⑰ 名古屋商工会議所会員と合同例会開催について
- ⑱ 若鯨会参加率向上に向けての提言

「コーディネーターの活用」

～グループ運営 質の向上～

提言者:7G 遠藤 乱歩

1. 現状

- 若鯨会創立時の目的と時代背景から40年経ち、運営方法など大きく変わってきている。また研鑽より交流に比重が大きくなっている。
- グループ運営において軸が薄れている。

2. 提言内容

- 若手経営者や後継者育成に適したコーディネーターの活用。
- グループ運営にコーディネーターを活用する。
名古屋商工会議所、卒業者、他グループの経験者等

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 基本単年度での事業計画で運営をしているが、コーディネーターを付けることで、グループ活動の縦軸を継続的に継承できる。
- 他グループのコーディネーターの兼任や、また経験者(リーダーや委員長経験者)がコーディネーター役になることで運営のマンネリ化を防ぐ。また他グループとの交流も生まれる。
- グループリーダーとサブリーダーが運営に関してコーディネーターへ相談できる。

「名古屋商工会議所会員によるコーディネーター制度の導入」

提言者:10G 小木曾 仁

1. 現状

- 名古屋商工会議所若鯨会は、名古屋商工会議所の下部組織として、次代を担う若手経営者や後継者の育成のために異業種交流団体として発足され、交流・研鑽・発展をテーマに、個性の異なる14のグループからなり、企画・運営を工夫しながらグループ活動を中心に行っている。

2. 提言内容

- 交流・研鑽・発展のテーマをさらに活発にするために、各グループにコーディネーター役を1名配置する。
- コーディネーター役は、名古屋商工会議所 中小企業委員会の方を招集する。
- コーディネーターと協議しグループ例会や活動を企画する。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 名古屋商工会議所 中小企業委員会の方を招集することにより、名古屋商工会議所会員とのつながり、交流が生れる。
- 中小企業委員会の方にコーディネーター役を務めていただくことにより、中小企業の具体的な課題や、より研鑽につながる例会などを開催することができる。

「若鯨会 新入会員サポートシステム」

提言者:6G 宮田 勉

1. 現状

- 若鯨会入会時は14グループの中から必ず一度例会に参加する必要がある。
- 年2回のフォローアップ研修に1回は必ず出席をする必要がある。
- オリエンテーション委員が入会前後のフォローを行っている。
- オリエンテーション委員によってフォローの仕方が異なる。
- 若鯨会という組織がフォローアップ研修だけでは理解がなかなか難しい。
- 入会后にすぐにグループに打ち解けるきっかけがなかなか作れない。

2. 提言内容

- 若鯨会に入会した新入会員にオリエンテーション委員以外に各グループ内で1名サポート委員を設ける。
- サポート委員は新入会員1人に付き1名設ける。1対1とする。
- 新入会員が多い場合はその人数分サポート委員を設置する。
- サポート委員の人事はグループリーダーが選任する。
- サポートする内容を決めて14グループ同じルールで運用する。
- 運用方法の見直しを年1回設ける。
- 相性が悪い場合は変更する。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 現役会員と新入会員の交流がスムーズになる。
- グループ内で打ち解けやすく接することができる。
- 出席率が良くなる。
- 卒業まで途中退会者がいなくなる。
- サポートがあることで他の会との差別化となる。

「新入会員のフォロー体制の充実」

提言者:10G 水野 善仁

1. 現状

- 新入会員には必ず紹介者が必要であり、その紹介者がフォローすることで新入会員の会への参加率向上と定着率向上に努めている。
- 最近是新入会員募集セミナー(交流会)により紹介者がいない状態で会の門戸をたたく人が増えた。
- オリエンテーション委員会も面倒をみているが、全員をフォローできているわけではない。
- 正会員になる翌年度のフォローが大事だが、前年度オリエンテーション委員が翌年度までフォローすることはほとんどない。

2. 提言内容

- 新入会員に対して、フォローする先輩会員を1名決める。
- 紹介者が明確な場合は、紹介者。
- 明確でない場合は、翌年度リーダーが指名する。
- フォロー役の先輩会員向けの研修を実施する(リーダーサブリーダー研修のようなもの)。それによりフォロー役としての立場と役割を理解し、自覚してもらう。
- 例会ごとにフォロー役を変えるなど、アレンジは各グループリーダーの采配に任せる。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 新入会員の放置を防ぎ、参加率・定着率を向上させ、スリープ会員になるのを防ぐ。
- グループ会員の参加率が向上し、会全体の活性化につながる。

「若鯨ボディ制度導入」

提言者:13G 田中 剛

1. 現状

- 若鯨会に入会した後、定着しないで1～2年で退会する方がいる。入会后に積極的に参加できない場合、グループともだんだん疎遠になり、なじめなかったり、自分の居場所がなくなったりすると退会へつながってしまう。
- オリエンテーション委員会は入会后、同期会までの設営はするが、それ以降は個々のつながりだけとなり、グループが違えばもう一歩踏み込むのは難しい。
- 入会后、翌年、2年目以降で委員会出向できないとなかなか知り合いが増えない状況で交流はできているといえるのだろうか。

2. 提言内容

◇ボディ制度

ボディ制度とは、新入社会員1名に現役会員1名がつき、若鯨会に慣れるまでの間、マンツーマンでさまざまな面倒を見る制度のことである。新入会員は、若鯨会のルールや組織の仕組みも分かっていない状態であるため、現役会員がボディとして新入会員に付き添い、幅広いサポートによって、仲間との交流が増え、積極的に若鯨会に参加できるようになることが、ボディ制度の目的である。

期限:1年間。

ボディ選出方法:配属先グループで相手を選出。紹介者は対象外。

ボディ資格者:入会3年以上で委員会出向経験者、サブリーダー経験者のいずれか。

ボディ向けの説明会の実施

3. 実現によって向上する魅力・価値

・ バディ制度の導入について

1.早く若鯨会に慣れてもらえる

若鯨会は独自の組織やルールが存在する。それらをきちんと理解することが重要なポイントなる。先輩会員とバディを組むことで、新入会員は手探りではなく、組織にやルールを学べる。結果的に、短期間で会に慣れることができる。

2.相談しやすくなる

バディ制度があれば、質問する相手が明確である。また、相手が決まっていれば、困っていることや悩んでいることをいつでも相談でき、安心感が生まれれば、積極的になれる。

3.定着率が高まる

コミュニケーションが取りやすい環境は、新入会員にとっても居心地が良いはずである。悩みがあっても、早期にアプローチできれば深刻になる前に解決でき、新入会員の孤立も防げ、不明点についても確認できるため、初めての委員会出向でもスムーズに理解できる。

早期に組織の一員として活躍できるようになれば、さらにもっと貢献したいというように帰属意識も高まっていく。結果的に、満足度の向上や退会者の減少が期待できる。

4.現役会員の気付きも促す

バディの経験を通じて、現役会員に新しい気付きが生まれる。たとえば、新入会員のフレッシュな視点によって、既存の組織やルールのプロセスの無駄に気付いたり、新しいアイデアを思い付いたりする場合も少なくない。バディとしての指導経験は、現役会員にも十分に生かせるはずである。

5.現役会員に負荷がかかる

バディ制度の場合、社業に加え、若鯨会活動もあり、幹事会に出るメンバー等は難しいと思われる。指導に加えて、組織やルールについて教えたり悩みの相談にも乗ったりするため、先輩会員には相当な負荷がかかる。

さらに、定期面談や目標管理まで行うとなると、物理的にかなりの時間を割くことになる。制度の実施においては、現役会員を圧迫しないような配慮は必要である。理念やルールなど、全般的な内容については、総務委員会でガイドラインを作成・配布することなどがその一例である。

6.教育担当者によってサポートにバラつきが出やすい

相手によって、サポートや教育に差が出やすいのもバディ制度の難点である。現役会員とひと口に言っても、経験値や教え方の上手い・下手には個人差がある。バディ制度では専属の担当となるため、その点が裏目に出ないような人選は必要である。トラブルを防ぐためには、あらかじめバディとしてふさわしい先輩会員に求められるような能力やコミュニケーションスキル、人物像を明確にし、人選の基準とすることが大切。新入会員との相性についても考慮する。

「若鯨会流動性グループ計画」

提言者:5G 井指 昌也

1. 現状

- 若鯨会に入会する経営者は、名古屋商工会議所からの紹介、サイトなどからの商工会議所への問い合わせなどあるが、最も多いのは会員からの紹介での入会である。
- 新規入会者に対しては、オリエン委員の説明やフォローアップなどの機会はあるが、どのグループが何かわからなく、そのまま離脱してしまう会員も多い。
- また、会員からの紹介での入会者は紹介先のグループに入ることが多い。
- 紹介者のグループに入ることは親和性は良いかもしれないが、馴れ合いの雰囲気を作り出す可能性がある。

2. 提言内容

- 新入会員については、基本的にグループの人数が少ないところから入れることとし、入会時には選択権がないこととする。
- その代わりに、グループ間の流動性を高める仕組みをリーダーの裁量だけでなく、年間の枠組みとして作る。
(留学を年度中にも可能とする制度、グループ転出の可能回数を増やす。(FA制の導入)“1,2,3,4,5グループ”,“6,7,8,9,10グループ”,“11,12,13,14グループ”の合同例会月を作る等)
- また、会員からの紹介による新入会員は、紹介者のグループに入れられないこととする。(グループの固定化の解除)

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 現状、会員数が多いグループと少ないグループがあり、この調整はオリエンテーション委員会の裁量など水面下で行われることが多いが、特に調整が行われず会員数が膨れ上がるグループと存続の危機に立たされるグループが存在する。
- また、リーダーや正副出向者のパワーバランスによりこの偏りが酷くなるケースも実際にはありうる。
- 存続の危機に立たされるグループを、グループリーダーの力量に任せるのではなく、会として維持する仕組みを作ることができる。
- また会員数が多すぎるグループの新入会員のケアをしきれず、退会者が増える可能性を減らすことができる。
- 当該流動性計画を実施することにより、新規会員は均等にグループに慣らされ、無理な勧誘などもすることなく、グループの平均人員は慣らされる。
- グループのカラーはコアメンバーが固まっている限り維持することが可能。
- また、グループのカラーと違う経営者(業種、年齢、性別など)が参入することによりグループ内に多様性が生まれる。

「若鯨会活動例会運営システム」

提言者:6G 宮田 勉

1. 現状

- 若鯨会の14グループそれぞれ運営方法が統一されていない。問題点は共通している。
- 例会参加率が低い。
- 例会運営が大変。
- 例会への前向きな人材が偏っている。
- グループリーダーをやりたい気持ちが乏しい。

2. 提言内容

- グループ運営モデル(例)の提示。
グループ組織(運営スタッフを7名)
リーダー:1名
筆頭サブリーダー:1名(次年度リーダー候補) リーダーになる前に会計を必ず1年経験する。
サブリーダー:4名
会計監事:1名(スーパーバイザー) リーダー経験者もしくは委員会役職出向者。
- 4月(総会)・5月・6月・7月例会はリーダー立案の内容とする。
(講師例会等)年間テーマに沿った例会
- 7月以降のグループ例会はサブリーダーが例会企画運営する。
スタッフ会でサブリーダー2名:班長・副班長を選定する。
グループ会員の全員を3班に分ける(A班・B班・C班)
8月:家族会 9月: A班担当月 10月: B班担当月 11月: C班担当月
12月:忘年会 1月: 賀詞交歓会(本会事業) 2月: グループ研修会
3月:納会

3. 実現によって向上する魅力・価値

- グループ全員に役割を持たせ参加意識を向上させる。自分の班の企画や運営を行う事で他の班主催には参加する意識が強くなり、出席率が高まる。
- グループ例会で一つの物を作り上げる事により、相互補完し合う事でより交流が深められる。
- 例会参加の声掛けが自然と生まれ、参加者として例会に加わるのではなく、自分たちが作り上げる実感が生まれ協力体制ができる。
- グループの中に小グループを作る事で例会の基本運営を体感できる。
- リーダー育成プログラムで3年後の組織を余裕をもって構築することができる。
- 充実した若鯨会を自ら自慢したくなり発信される。

「グループ例会評価制度の制定」

提言者:10G 水野 善仁

1. 現状

- 若鯨会の根幹はグループ活動であり、質を高めるのはグループ例会であると考える。
- 以前の「若鯨アワード」のように他のグループと例会を比較する制度や機会があれば、例会内容をより充実させたり、グループが一丸となりやすい。
- 他グループと比較しないと、自グループの例会の良し悪しを考える機会を逸し、(リーダーの)自己満足で終わる可能性もある。

2. 提言内容

- 比較できる数字を使い、グループを表彰する。
 - ◆最多例会参加者数(オブザーバー含む。卒業者は含まず。)
 - ◆最多例会参加率(参加者数÷グループの所属会員数)
 - ◆最小スリープ会員数(年間の例会参加ゼロの会員数)
 - ◆ファン投票(自グループ以外の例会で最も良かった例会に1票投票してもらう)
- 対象月は4月～翌3月とし、表彰は翌年度の4月通常総会にて表彰する。
- グループへのメリット・インセンティブがあってもよい。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 例会内容がより充実し、グループが一丸となりやすい。
- 所属会員が受ける会員サービスの向上につながる。
- スリープ会員に来てもらう機会になる。

「団体内褒賞の実施と活用について」

提言者:14G 石川 和寛

1. 現状

- 若鯨会活動の基本と言われているグループ例会ですが、その内容はグループリーダーやグループスタッフにより決定されていくことが多く、真に求められる例会がどんなものか指標がありません。
- 自分の所属するグループ以外のグループの情報はなかなか得ることができません。
- 広く例会情報を発信する場や機会がありません。

2. 提言内容

- 団体内褒賞制度のルール整備と運用

グループ年間スケジュールの中から1つの例会を選定いただき、代表幹事及び代表幹事の定める審査員(複数名)により審査を行います。審査の基準には例会の内容だけではなく出席率やオブザーバー参加者数も含めます。

受賞グループの選定は、全グループ例会の審査を終えた後、代表幹事及び審査員によって、合議により決定します。

表彰は1月賀詞交歓会又は4月通常総会後の懇親会にて表彰します。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 褒賞を目指すことでグループが結束し、団結力が生まれます。
- 例会内容を通常以上に考える機会となるので、設営者・参加者共にさらに深い学びを得ることができます。
- 新入会員候補者をはじめ、広く例会情報を発信する機会となり、若鯨会を広く知っていただくことができます。
- 受賞グループにはプライドが芽生え、グループ内が活性化します。
- エントリーした例会の内容を保存・公開することで、他のグループの例会として開催することができます。

「グループ出席率とオブザーバー参加人数による表彰制度」

提言者:10G 小木曾 仁

1. 現状

- 名古屋商工会議所若鯨会は、個性の異なる14のグループが、企画・運営を工夫しながらグループ活動を行なっている。
- 各グループの所属会員数には幅があるものの、趣向を凝らした例会を開催するなどし出席数やオブザーバーの参加が多いグループ例会がある。

2. 提言内容

- 各グループが開催する例会の所属会員の参加率やオブザーバー参加人数を公式に集計し、年間を通じて参加率、オブザーバーの参加人数が多かったグループを表彰する。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 参加率などを集計し表彰することにより、例会開催に対するモチベーションの向上につながる。
- より魅力ある例会を企画するために、手法や内容などをスタッフにおいてしっかり議論される。
- 参加率を向上するために、所属会員やオブザーバーに対して、参加を求めるようになり、コミュニケーションがうまれる。

「例会コンテストの開催について」

提言者:14G 石川 和寛

1. 現状

- 若鯨会では、14のグループが毎月趣向を凝らした例会を開催していますが、他のグループがどのような例会を開催しているのか、情報を得ずらく、また所属グループ以外の例会には参加もしづらい状態にあります。

2. 提言内容

- グループ例会において、全グループが共通のテーマ(例えばDX活用や健康経営の推進等)にて1回、例会を開催する。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- テーマに対して、各グループが特色を活かした設営を行うことで会員益が増加します。
- グループのメンバーに設営を経験をする機会を創出できます。
- 同一の大テーマを設けることで、他のグループの例会にオブザーブ参加をすることでさらに理解を深めることができるようになります。(シリーズ化)
- 非会員にもオープンな場とすることで、本例会をきっかけに若鯨会を知る機会にもなります。
- 例会内容を表彰することにより、各グループのモチベーションアップに寄与します。

「キャッチアップ例会の導入」

提言者:10G 松野下 知孝

1. 現状

- 講師例会、体験会、視察会などの例会をリーダーを中心に毎年企画立案している。

2. 提言内容

年に一回はキャッチアップ例会を導入する。

- キャッチアップ＝ボランティア活動・社会貢献のこと。

[キャッチアップ事例]

- 川や公園などのゴミ拾い(夢拾い)
- チャリティーバザー
- 障がい者施設でのクリスマス会
- フード&ライフドライブ(学生向け)
- 布草履を作って、靴が履けない子供たちに届ける

3. 実現によって向上する魅力・価値

- キャッチアップ活動をすることで、自然と元気が出て、元気・やる気が倍増。事業も捗り、笑顔が溢れます。地域貢献できて、自分たち元気になる。
- 名古屋のどうしように応え援け続けていくことで、社会貢献にどんどんチャレンジする団体として認知されていく。

「経営発表会の開催」

提言者:13G 住井 祐介

1. 現状

- 会員同士表面的な付き合いになりやすい
- 仲間の会社の内容がわからない
- 経営内容を公表する機会がないと、会社の舵取りが間違っていないかわからない
- 各企業 成功も失敗も多々経験しているであろうが、共有できていない
(経営のヒントや気づきの機会を逸している)

2. 提言内容

- 経営発表会の開催(コンテストではなく学びの場としての位置付け)
- 各グループ1会員を推薦・選出
- 経営発表審査会の創設
→発表会の開催・発表内容の精査・見本とすべき優秀企業の選定
(審査項目案:経営哲学・理念の共有実践、経営の独自性、経常利益率の推移等)
- 発表会員は自社の経営内容及び取り組みを大会で発表する
- 持ち時間10分とし、規定フォーマットに則った発表を行う
- 企業自慢や過剰な演出は良しとせず、経営から得た気づきや根幹をなしている考え方、失敗談を伝える場とする
- 発表内容案(フォーマット案)
 - ・沿革・経営理念・売上高/経営利益率・経営者になってからの歩み
 - ・特色ある取り組み(差別化点)・今後の展望と方針

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 各会員企業の生々しい経営のやりとりを知ることで、経営者としての覚悟と気づきが得られる
- 実体験を伴った経験談を聞くことは、貴重な機会になる
- 発表企業は経営内容を振り返り、客観的に把握したり、反省をする機会となる
- 経営内容を虚心坦懐に発表することで、他の経営者からの評価(良い意味でも悪い意味でも)が得られる
- 総じて経営発表会参加企業すべてにおいて、良い影響になる

「レジェンド例会の開催」

提言者:13G 住井 祐介

1. 現状

- 若鯨会関係者(現役・OB)にどんなすごい人(会社)がいるかわからない
- 目標となる尊敬できる会社(経営者)をみつけにくい
- 若鯨会のすごさ(歴史・著名企業が所属していたなど)を実感しにくい
- 若鯨会員としての誇りがもちにくい

2. 提言内容

- レジェンドと呼ぶにふさわしい会社(現役・OB)に特別例会を開催いただく
- レジェンドの選出はオープン方式による会員からの投票(オールスター投票と同じ)が望ましい
- レジェンド例会は若鯨会員外の参加も可とする
- 投票の取仕切りや開催会場の確保、新規会員獲得の場としての活用などを考慮すると、全体事業の中で公式に開催できる特別例会として位置付けられるのが理想的

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 若鯨会の魅力を再発掘できる
- 目標となる経営者像の自覚につながる
- 業界で一目置かれている会社や名の通った会社などが所属する若鯨会の会員であることに「誇り」をもてるようになる
- 若鯨会として外に向けた情報発信する機会となる
- 知名度向上・新規会員獲得の機会につながる

「グループ例会に関して」

提言者:13G 柘植 一憲

1. 現状

- グループ例会で、遊びと思われてしまう例会が開催されている。それが楽しい会員もいるが、不快と思っている会員もいる。
- 名古屋商工会議所としても例会としてふさわしくない場合は、事務局が参加できないなどがあり、本末転倒である。

2. 提言内容

- 例会は、名古屋商工会議所の冠の下、研鑽を重ねる場ということ意識して設営側は企画をしなければならない。リーダー・サブリーダー研修での「例会企画・運営」について、より深く学ぶ必要がある。
- 毎回の例会後に例会の学び・気づきを参加した会員に振り返りを求める。
- 設営側も例会を通じて会員に何を伝えたいのかを明確にする。
- 設営側の意図と参加者のフィードバックを行うことで、次回以降の例会の質の向上につながる。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 例会の質の向上につながり、会員が誇れる若鯨会となる。

「グループの活性化」

提言者:8G 川崎 晃

1. 現状

- 例会内容が緩く感じる。
- グループメンバー同士の事を把握していない。
- 自己研鑽に意欲的ではない。
- 若鯨会活動を単なる楽しいだけの活動としてみている。

2. 提言内容

- その年のリーダーやスタッフによりクオリティが左右されない様に、例会内容にある程度のルールを決めてみる。
講師例会:○回、交流例会:○回、本会参加例会:○回 等。
年間テーマに沿った講演内容に限る 等。
- 他グループリーダーの企画した例会を、他グループで開催し、どちらがより良かったか討論会を開く。
例会内容を交換し合う。
- メンバー1人1人に「楽しい」を深掘りしてもらい、新たな「楽しさ」を発見してもらおう。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 新たな発見があることで、人間力が向上する。
- 例会が活性化されることで参加者が増える。
- 参加率が上がることでメンバー同士のコミュニケーションが図られる。
- 例会のクオリティを上げる事で、自己啓発に繋がる。
- 楽しさを掘り下げることで、メンバーの人となりをわかり合える。

「名古屋商工会議所会員と合同例会開催について」

提言者:10G 鬼頭 恵助

1. 現状

- 名古屋商工会議所の支部が5支部設置されていた頃は、支部とその支部所属のグループで合同例会が開催されていたが、名古屋商工会議所支部の統廃合もあり、開催されなくなり、名古屋商工会議所会員との交流もなくなった。
- 現在は、その年度リーダーの采配で、自由に合同例会を開催している。

2. 提言内容

- 14グループを地域ブロック5つに分けてグループリーダーを中心に合同例会を企画・設営(本会事業扱い)を行ない、その地区周辺の名古屋商工会議所一般会員にも案内、募集する。
- グループリーダー主体の常設委員会にする。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 一般の名古屋商工会議所会員へ若鯨会のPRにもつながり、名古屋商工会議所会員としてのつながりができる。
- 新たな会員募集、入会にもつながる。
- 名古屋商工会議所との連携強化にもつながる。

「若鯨会参加率向上に向けての提言」

提言者:10G 松野下 知孝

1. 現状

- グループにおいて年間の若鯨会活動に1度も参加していないメンバーも見られる。
- 若鯨会の目的は若手経営者・後継者の相互発展をはかるとともに、連帯交流を進めつつ企業の持続的発展、ひいては地域経済の活力維持に寄与することであるがそれができていないのはいかなるものか。

2. 提言内容

- 若鯨会の活動に年1回は必ず参加するようにする。
※基本はグループ活動なので年1回グループ例会に参加。
(全体事業の参加でもありとする)
もし出来なければ翌年は休会もしくは退会を促す。
2年間同じことが続けばもう一度フォローアップ研修に参加する。
就業を妨げるようなケガ・病気などのやむを得ない事情と認められた場合はこの限りではない。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 会員の参加の意識が高まり交流、研鑽できる組織となる。
交流、研鑽を通じて得たもので自分も成長し、社業の発展につなげることができる

「委員会」に関する個人提言

- ① 委員会の細分化と見直し
- ② 委員会再編について
- ③ 渉外委員会の設置
- ④ 国・県・市との交流について
- ⑤ 組織・機構改正検討(委員会)
- ⑥ ブランディング委員会の継続
- ⑦ 組織検討会議の設置について
- ⑧ 提言実施会議の設置
- ⑨ 若鯨WEBマーケティング検討特別委員会の設置
- ⑩ オリエンテーション委員会のあり方について
- ⑪ 若鯨健康経営
- ⑫ 議案書PowerPoint化
- ⑬ 正副代表幹事・委員長会議への参加とリーダー会議の創設
- ⑭ 社会・地域貢献委員会の設立
- ⑮ 幹事会のSHINKA
- ⑯ 周年事業サポート制度
- ⑰ 幹事会経験者委員会

「委員会の細分化と見直し」

提言者:2G 谷川 元康

1. 現状

- 行事や決めなければいけない事等が多く月1回の委員会では、十分に時間をかけた話し合い、協議・討議・審議がなされていない。
(特に事業系)
- 委員会のスタッフ、出行者の負担が大きい。

2. 提言内容

- 現状の行事の見直しと役割の見直し
(例：事業委員会の講演会と視察会、会員交流委員会の家族会と卒業者を祝う会、オリエンテーション委員会の入会審査とフォローアップ研修、新入会員募集セミナー)
- 委員会を増やして細分化したり、行事等の見直しにより統合できるものはする。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 各委員会の負担が減ることにより、充実した議論ができる。
- 時間をかけて中身の濃い事業となる。
- 委員会の出行者、スタッフの負担が減る。
- 細分化の場合は出行者が増えるのでより若鯨会全体に携わる会員が増え活性化。統合すれば、スリム化となり出行者が減りグループの負担が減る。
- 行事を減らす場合は、他の会員促進等の予算を充てて若鯨会をアピールできる。

「委員会再編について」

提言者:13G 柘植 一憲

1. 現状

- 自己研鑽をする場が平等に提供できていないのではないかな。
- 会員数が500名もおり、研鑽できる場が少ない。例えば委員会に着目してみると、委員会出向者は、140名程度であり、全体の3割を満たしていない。グループでも委員会に出向したい人は潜在的にいるが、受け入れる体制が整っていない。一方、グループから出向できるメンバーがいない場合もある。

2. 提言内容

- 委員会内容の見直しを図る。(以下、例)
 - 【事業委員会】講演会は本所と合同で行う事業
 - 【研修委員会】研修会は前期後期2回の共通の事業
 - 【視察委員会】国内外への視察を1回行う事業
 - 【地域活性委員会】国・県・市を中心とした活動事業(渉外含む)
 - 【会員交流委員会】家族交流会とグループ交流事業
 - 【次期リーダー交流委員会】総会・臨時総会後の懇親会担当
 - 【総務委員会】【オリエンテーション委員会】【広報委員会】例年通りの9委員会を提案する。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 委員会出向者が増えることにより、会員の自己研鑽・交流が深まり、会員の質の向上が図られる。(人財の宝庫)
- 結果、入ってよかった、勧めてよかった会として、若鯨会のブランドが向上される。
- 事業目的がはっきりすることで、集中でき質の高い事業を開催・提供することができる。
- 9委員会にすることで、180名が委員会にかかわることができ、3割5分を超える会員が出向できる。

「渉外委員会の設置」

提言者:9G 平野 朋和

1. 現状

- 渉外系の委員会は現状ある。
- 交流会も一部開催がある。
- リーダーによっては会員の皆様に交流会の案内をだしていない。
- 会員の皆様に参加されていない。

2. 提言内容

- 渉外とは文字の通り『渉』=かかわる 『外』=外部とのかかわりの委員会の活動する。
- 学生・起業家を志す人との新たな交流の場を設ける、委員会活動内容とする。
- より若鯨会の未来の会員の増強と更なる活性化が期待できる。
- 市と同じ方向で活動できる事業を継続できる委員会とする。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 若い未来起業家と交流をすることにより、より若鯨会の未来の会員の増強と更なる活性化が期待できる。
- 市と交流する事で若鯨会の活動理解をより深め、継続できる事業を作り若鯨会のブランド力を高める。

「国・県・市との交流について」

提言者:13G 田中 剛

1. 現状

- 毎年渉外を担当する委員会が設営する。
- 若鯨会会員が現地へ行き、国・県・市それぞれの方々と視察等を行いながら交流を深める事業が通例となっている。
- 経緯・目的など詳細を知っている会員は少ない。参加するのは幹事会メンバーが主である。
- 規模として参加者40人前後で開催。開催案内、周知のアピールが他事業に比べ弱い。
- 委員会としても役回りを押し付けられているのは否めない。
- 若鯨会として国・県・市の担当者との打ち合わせの際、他団体に比べ若鯨会は熱量が弱いように見受けられるとの意見もある。
- 若鯨会としても位置づけとして軽視していないか。

2. 提言内容

- 渉外交流委員会常設

国・県・市との交流を目的とした活動事業、若鯨会として国・県・市との交流会をそれぞれ事業として考え、渉外に特化した委員会を常設し全体事業としての規模で行なう。

委員会内で問題点・課題を検討。若鯨会で有益な内容の洗い出し等。100人規模の交流会を開催する。アンケートを実施し委員会の必要性を問う。

今まで通りどこかの委員に渉外を付けるか検討。

2～3年以内には渉外交流委員会常設をめざす。委員会内で活動内容等ブラッシュアップ。

国・県・市の若鯨会に対する認識が高まり、関りが深くなっていく。

国・県・市とタイアップしたイベント開催など、委員会の事業も拡大。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 渉外交流委員会ができることで、交流事業のみに時間をかけて取り組むことができ、会のため何ができるか考えることで、委員会としても研鑽できる。
- 事業として集客数も増やし、多くの会員が施策や情報を得たり、視察することで、社業に持ち帰れる。
- 見聞を広めることで若鯨会会員が旗振り役になり、地域社会の発展に寄与できる。
- 交流を経験することで自らの学びを加速させる。我々が積極的に成長し、社会にインパクトを起こす組織として更に発展していくためにも多くの渉外活動に参加することが重要だと考える。ひいては国・県・市との関係性を深めることが、若鯨会会員にとって魅力的と感じる。また交流会が有益な情報交換の場所となる。特別委員会として渉外交流委員会の活動を行う。

「組織・機構改正検討(委員会)」

提言者:2G 谷川 元康

1. 現状

- 会員が若鯨会のあり方、現状の会則や規則運営のやり方に疑問や改善、変更をした方がよいと思っても、気軽に思ったことを発言する場がない。
- 見直す組織がない。
- 改善点や改善策があってもなかなか実施する手続きや方法がない。

2. 提言内容

- 若鯨会員のニーズや要望に対して効率的なより良い運営を行う為に、新しい観点に立って組織の規則やルールを見直し、改正を検討して実施するための組織を設置する。
- 現状の若鯨会の改善できる点を話し合い直していく。
(会費納入・会員の入会について・会則や規則など)
- 日頃より会員から身近な困りごと、意見・改正してほしい事など投稿できる窓口を設置する。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 会員の意見を聞く事により、改善点が見つかりより良い会となる。
- 会員の問題点・改善点などさまざまな意見を聞き、その意見を検討し何らかの形でできる限り反映させていくことによりモチベーション維持にもつながる。
- 会員の価値観を把握できる。
- 効率的な運営ができるようになる。
- 情勢・時代の変化に対応した改正、変更等がすばやく対応できる。

「ブランディング委員会の継続」

提言者:9G 平野 朋和

1. 現状

- 単年事業の若鯨会。

2. 提言内容

- 若鯨会のブランド化を考える委員会を継続する。
- 時代の変化に合わせて若鯨会の変化できる会とする。
- 第三者目線でみる委員会もいいのでは。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- より良い会であり続ける事。
- もっと良い会になる。

「組織検討会議の設置について」

提言者:10G 鬼頭 恵助

1. 現状

- 若鯨会20周年の前年度にあたる平成12年度にはビジョン委員会未来の若鯨会について議論、答申書が出された。30周年を経た平成26年度には、毎年のように議論になりながら単年度では解決できず、先送りになっている諸問題を含め、様々な問題を洗い出し、議論・検討することを目的に代表幹事の諮問機関として組織改革検討会議体を設置し、提言がなされた。
- その提言内容を基に、平成27年度正副、総務委員会に反映実施し、現在の会運営などに生かされている。
- その後、そのような会議体や委員会は設置されていない。
- 多少の変革は、その都度年度ごとの正副、委員会ではなされているが、大きな枠組みでの検討・変革は難しい。

2. 提言内容

- 毎年度常設ではなく、周年の次年度、5年ごとに会議体もしくは、委員会として設置する。
- 諸会議や委員会の運営などの見直し、若鯨会としての枠組みや仕組みづくりを検討、提言する。
- 正副委員長、リーダー経験者を中心に構成する。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 時代時代にあった若鯨会の運営、組織を活性化する新たな仕組み作りが構築できる。
- 諸会議、各委員会では時間制約で議論できない部分も踏み込むことができる。
- 周年後に設置することで、周年経験を生かし、次の周年に向けた人財を含め、会員の意識も向上が図れる。

「提言実施会議の設置」

提言者:11G 衛藤 寛啓

1. 現状

若鯨未来創造会議で出された提言が、どのような仕組みで選択されて実現されるのか明確でない。本提言では、実現される仕組みを提言する。

2. 提言内容

「提言実施会議」を代表幹事直轄の機関として設置し、その会議体は、実施する提言を選択し、その選択した提言が実施できるように段取りする。

(1) 会議体の構成

- 代表幹事1名+各グループから選出された議員14人の計15名で構成する。
- 議長、副議長は、議員の中から選出する。
- 議員は、若鯨会の次世代を担う会員、幹事会経験者など、本会議体の議員としてふさわしいと考えられる者をグループで選出する。

<参考>

平成26年度	組織改革検討会議
代表幹事	阿部 恵彦 (1G)
副代表幹事	西牧 孝司 (1G)
議長	山田 亮治 (14G)
副議長	鬼頭 京助 (10G)
書記	湯浅 盛丈 (10G)
議員	竹内 良太郎 (2G)
議員	土田 欣秀 (2G)
議員	平田 基暢 (3G)
議員	前畑 秀樹 (4G)
議員	大西 拓 (9G)
議員	奥野 幸一朗 (11G)
議員	水谷 元泰 (12G)
議員	柘植 一憲 (13G)
議員	堀江 勝久 (13G)
	計:14名

(2)進め方

①選択

実施する提言を会議体で選ぶ。

②詳細検討

議員を班(例:4人×3班)に分け、①で選ばれた提言を各班に割り当て、詳細及び段取りの検討を行い、計画書にまとめる。

③調整

計画書を会議体で確認して調整を行う。必要に応じ、幹事会で承認を得る。

※幹事会での承認は、代表幹事が議案上程し、議長及び担当議員がオブザーバー参加する。

上記①～③を1ラウンドとし、複数ラウンド実施する。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 40周年 組織ブランディング委員会でまとめられた提言が、より有効に活用される。
- 計画書にしたがって提言が実行されれば、その提言が想定していた魅力の向上が実現される。

「若鯨WEBマーケティング検討特別委員会の設置」

提言者:1G 小島 智史

1. 現状

- ◆若鯨会の入会募集方法として、若鯨会のホームページによる案内がある。
- コロナ禍で入会人数が一時減ったことや、これからの人口減少社会を踏まえ、意欲ある若手経営者の入会をさらに促すために、ホームページやその他のWEB関連による入会案内の方法を充実させることが、今後はより一層重要になるのではないか。
- 現状のホームページの効果(検索数、検索順位、検索キーワード、ホームページ滞在時間、ホームページを見ての問い合わせの数等)を検証するとともに、より閲覧回数や問い合わせ数を増加させるための方法の検討が必要ではないか。

2. 提言内容

- 若鯨WEBマーケティング検討特別委員会の設置
- WEBマーケティング自体を行っている会社、他広告宣伝関係、IT関係等を扱っている人を中心に委員を選出する、あるいはそういった人を講師に招いてWEBマーケティングの基礎を学んだうえで、委員間で方向性を検討する。
- 現状のホームページの効果(検索数、検索順位、検索キーワード、ホームページ滞在時間、ホームページを見ての問い合わせの数等)の検証をまず行う。
- ホームページの検索数、検索順位、滞在時間、ホームページを見ての問い合わせの数、ホームページからの入会申込数等について目標を立てるとともに、当該目標を達成するための戦略(例えば下記①～③のような内容)を検討する。

- ①ホームページ内容の再検討(内容の見やすさや、入会申込の意欲が湧くような内容とするための検討、申込書のダウンロードを不要とし、ホームページ上で入会申込手続きをできるようにするなど、入会申込を簡易にする方法の検討等)
- ②各種SNSや、それ以外の新たなツールによる広報手段を検討し、実行する。
- ③一定の予算を取り、その範囲内でSEO対策、リスティング広告、アフィリエイト広告、バナー広告、アドネットワーク広告、SNS広告等のWEB上の有料の広告手段を検討する。

- ・各戦略を実行し、一定期間経過後に効果を検証する。その上でより有用な戦略を検討する。
- ・年度終わりに最終的な実行結果を検証し、会内で発表する。
- ・年度を超えて継続的に取り組みべきWEBマーケティング上の課題があるかも検討する。

その検討結果次第で、特別委員会から通常の委員会にして次年度以降の取り組みを続けるか、あるいは広報委員会等に、翌年以降に継続して取り組むべき内容を提案し、検討してもらう。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- ①WEBマーケティング戦略を実行することで、より多くの意欲ある若手経営者に対して、若鯨会を知り、参加する機会を提供できるようになる。
- ②会として入会してもらいたいと考える人により多く入ってもらうための、集中特化した広告戦略を検討できる。
- ③より魅力的なホームページ等を提供できるようになり、若鯨会のブランディングが高まる。
- ④若鯨会への参加人数の増加と、それによる交流の活性化が期待できる。
- ⑤WEBマーケティング検討特別委員会に参加することで、あるいは同委員会が発表した成果を確認することで、WEB等を用いた広告宣伝に関する方法を学ぶことができ、広告宣伝戦略の再検討など、自社の経営にも活かすことができる。

「オリエンテーション委員会のあり方について」

提言者:4G 織田 敏之

1. 現状

- オリエンテーション委員会は歴史的に一番新しい委員会であり、新入会員のフォローアップが本来の目的である。
- しかしながら、オリエンテーション委員会の多くの時間は新入会員の入会審査(本来何の権限もない)に時間を費やしており、オリエンテーション委員会で書類審査をして、委員会で許可した者を入会審査会にあげている。
- また、その基準もその年により若干のブレがあり、例えば委員が面談に行っていないからだめなど、グループ会員の紹介で既に何度もそのグループの例会に参加しているのに審査が通らなかった事がある。
- グループにもよりますが委員は比較的に入会してまだ日が浅い人が多いのに、グループリーダーなどがサインしている書類を審査しているの時間の無駄である。
- 余談ですが、結局個人事業主なら開業届と表札ぐらいあれば入会できてしまうのに法人になるとやたら厳しい。
- またこれは私の私見ですが、本会及びオリエンテーション委員会はグループにはその能力がないと思っているのではないか。

2. 提言内容

- オリエンテーション委員会を以下のように見直す。
- まずオリエンテーション委員会は入会を審査する機関ではない事を明確にする。
- 本来の目的である新入会員に若鯨会を学んでもらい楽しんでもらうための活動に時間を割く。
- グループから上がってくる入会申込書は直接入会審査会に持ち込み委員会内では討議しない。
- グループから上がってくる書類の基準にばらつきが出ないように次年度リーダーを前年度のうちに研修会を開催しきちんと教育する。
- 紹介者がいない者は今まで通りオリエンテーション委員会が担当する。
- 入会基準にばらつきが出ないように細則や通達などを作成する。
- グループに対してどうしたらグループ会員が増えるか、成功しているグループの事例紹介などのフォローやお手伝いをする。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 本来の目的である新入会員のフォローに時間を割くことで、新入会員の満足の向上や入会同期との交流がより多くできる。
- グループで出来ることはグループでやる。
- そもそも、グループ会員を増やすことはグループの仕事であって、オリエンテーション委員会の仕事ではない。

「若鯨健康経営」

提言者:10G 松野下 知孝

1. 現状

- ・ 例会、全体事業、委員会、懇親会など、参加すればするほど飲食(アルコール)を伴う交流が多くなっていく。
- ・ 一方、健康に対する優先順位は低く自分の身体を大切に出来ていない会員も少なからずいる。

2. 提言内容

若鯨健康経営委員会(仮称)の創設

健康が全てではないが、健康を失えば全てを失ってしまう。

若鯨健康経営委員会とは「若鯨会が会員の健康に配慮することによって、交流を深めることや経営面においても大きな成果が期待できる」との基盤に立って、健康管理を経営的視点から考え戦略的に実践する委員会にする。

[取り組み事例]

- ・ ラジオ体操ならぬ若鯨体操の考案、実施
- ・ トレーナー指導の導入(before afterで効果検証)
- ・ 若鯨運動会の開催

3. 実現によって向上する魅力・価値

- ・ 会員の健康増進と意識の改善ができる。
- ・ 元気ハツラツ交流でモチベーションUPする。
- ・ 健康経営に真摯に取り組んでいることは、社会的にも良いイメージとなり、結果的に若鯨会の価値を高めることになる。また、取り組んだことを自社にも生かすことができる。

「議案書PowerPoint化」

提言者:11G 市川 大志

1. 現状

- 若鯨会の幹事会では紙ベース(データも含む)の物が多く、またそれらには決まり事も多くあるため、表現に限界がある。
- 委員会方針や事業の主旨など思いをもっと表現するべきとされているが、文字だけの表現では思いが伝わり切れない。
- ペーパーレス化やWEBチラシ、YouTube配信等の時代に合わせたものの取込みは進んでいるが、議案書のあり方の改定が全く進んでいない。根本的な見直しが必要とされている。

2. 提言内容

- 議案書をPowerPointで作成する。
- 文字だけでなく、絵や動画を使った議案書の作成を認める。
- PowerPointの議案書にはテーマや主旨、概要だけではなく、それらに付随する資料も一緒にしてしまう。
- 作成ルールを作らないと幹事会等の時間延長の原因ともなるのでフォーマットの作成やルール作りも並行して行う。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 委員長の思いがしっかりと表現され、目で見ても分かりやすい資料にすることで事業の魅力がより会員に伝わり、事業への参加人数が増えることで会の活性化と更なる交流が生まれる。
- プレゼン資料が分かりやすくなることでリーダーのグループへの展開がしやすくなる。
- 幹事会会場を劇場型の会場、例えば、各区の小劇場などを利用することで雰囲気も出るし、経費の削減にもつながる。
- 若鯨会でのプレゼン能力が向上することで社業での顧客に対するプレゼンの質も向上するため、社業の発展にもつながる。

「正副代表幹事・委員長会議への参加とリーダー会議の創設」

提言者:12G 濱田 英之

1. 現状

- 正副会議では各委員会事業、若鯨会規則関係など幅広く、深く協議されるが、その内容は幹事会直前にリーダー側(グループ)に発表され、内容、経緯など理解不足なまま協議・審議を行っている。
- 幹事会参加者の中には、初めて幹事会に参加する会員も多く、スキーム、内容など様々な面で理解度に差がある。
- 幹事会での説明が、一般的な決議事項なのか、特別な意味を持つイレギュラーな決議事項なのか、翌年度以降にも影響を及ぼす(賛同者として責任が残る)決議事項なのか、理解できないまま進められている。
- 時間的な制約が決議に影響を及ぼし、適切な審議とならないケースがある。

2. 提言内容

- 正副会議にグループリーダーも参加
(例) ・輪番制(1~4グループ:2・3月 5~9グループ:4・5月)
・担当委員会制(1~4グループ:総務・事業 5~9グループ:オリエン・
会員交流 10~14グループ:研修・広報)
- リーダーも「リーダー会議」を創設(幹事会前の定期開催)
正副会議の内容確認、幹事会での想定質問を検討(委員会ネゴ)

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 正副会議の協議内容がリーダー側に事前に情報提供される。
- 正副会議の協議内容にリーダー側で事前に質問・意見できる。
- 正副会議の協議内容にリーダー側も責任を持つ。
- リーダーの理解度向上、より深度のある決議を行うことで、幹事会決定事項がグループにより浸透する。
- 幹事会がよりスムーズに進行する。
- 想定外、見当違いの質問、答弁が少なくなる。

「社会・地域貢献委員会の設立」

提言者:12G 濱田 英之

1. 現状

- 地域活動への貢献、地域経済への貢献を行うことが現在無い。
- CSR活動が若鯨会に無い。
- 奉仕活動(社会奉仕、地域奉仕、災害や世界情勢)などに対する意識があってもよい。
- ウクライナ募金のようなものを管轄できる組織があってもよい。
- 地域経済(社会)によって多くの会員が会社経営や活動が支えられているのに恩返しや協働ができていない。

2. 提言内容

- 定常6委員会の研修委員会、事業委員会を統一する。
- (仮称)社会・地域貢献委員会の創設。
- 地域経済活動貢献(地域の祭り、行政イベントへの参加協力)。
- 地域社会奉仕(美化、障がい者支援)。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 会員が地域との関わりを感じることができる。
- CSR活動、SDGsといった社会責任を果たすことができる。
- 若鯨会が名古屋商工会議所(名古屋)の団体であり、これからの名古屋経済を支える中心メンバーであることを地域に顕示することができる。

「幹事会のSHINKA」

提言者:13G 石原 慎二

1. 現状

- 若鯨会の中核である幹事会は常に進化すべきである。
- 無理や無駄のない運営を行う為に慣例を見直す必要がある。
- 幹事会ならではの綿密な準備や活発な議論を経験する事は、若鯨会活動において非常に有意義である。
- 準備段階から参加メンバーの負担が大きい。
- 委員会出向やグループリーダーになる際に幹事会参加の経験は必要である。

2. 提言内容

- 新入会員は初年度に幹事会見学を必須とする。
- 次年度グループリーダーやサブリーダーが積極的に幹事会に参加できる仕組みをオンラインも視野に作る。偶数月は偶数グループのサブリーダーが参加する等。
- ただの見学ではなく研修という位置づけを意識する。事前に資料を配布し、疑問点を持ち参加できるよう促す。
- 質疑応答を円滑に行う為にグループリーダーは事前に質問状を提出する。
- 「思い」に関しての議論が多いので明確化する。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 連帯交流の促進。
- 若鯨会への理解が深い会員の増加。
- 委員会活動の活性化。

「周年事業サポート制度」

提言者:13G 田中 剛

1. 現状

- 若鯨会は0と5のつく年時に周年事業を行っている。
- 周年時は通年時より予算も多く、事業のスケールアップを行う。
- 周年事業に参加していない、内容を知らない委員長が指名された場合、周年事業の運営が難しい。
- 周年事業時の委員長は、直近の委員長経験者から資料をもらい、参考にしている。しかし、補足説明が不十分な場合もある。
- 運営が非常に難しく、事業内容よりも設営に注力しがちになる。

2. 提言内容

- 周年事業時には、前回、前々回時の委員長、幹事副委員長等にアドバイザーとして委員会に参加していただく。そうすることで、周年事業の意義、運営の注意点等を話してもらい、より良いものを委員会で作り上げてもらう。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 周年時に委員長をやる場合、例年以上に不安がある。不安を解消するには情報が大切である。経験者からの情報をもらい、より良いものを作り上げることができる。
- 周年は5年ごとであり、アドバイザーは当事者でも内容を忘れていることがある。委員会に参加してもらい、一緒に作り上げることで、細かい部分も思い出すこともあると考える。
- 会歴の浅いスタッフ・委員会メンバーにとっても、アドバイザーがいることで研鑽、交流を深め、経験もできる。

「幹事会経験者委員会」

提言者:5G 井指 昌也

1. 現状

現在、若鯨会においては委員長、副代表幹事、代表幹事などの退任者を活かすポストが非常に少ない。

特に卒業までの年次が長い会員がそれらのポストについてしまうと、そこから委員会に一委員として出向することが難しいなど、グループのサブリーダーのみで卒業まで終わってしまう場合なども多い。

そのため、あまりに早い年次でのそれらのオファーに対して固辞するなど、若い世代が役職につきにくいなどの弊害が生じている。

2. 提言内容

- 代表幹事や副代表幹事、委員長経験者などが出向する委員会を常設する。
- 本特別委員会については議論のみに集中するものし、若鯨会に対して提言を行うものとする。
- 本委員会が幹事会の上位機関にならないよう細心の注意を払うとともに、そうならない仕組みを作る。
- 委員会についてはオブザーバーを随時受け入れ、会員から広く意見を募れる場とする。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 若鯨会における元代表幹事などの人財を、グループに埋もれさせることなく若鯨会のさらなる魅力向上のために提言を行うことができる。
- 当該委員会を常設することにより、経験者からの貴重な意見を収集できるとともに、オブザーバー参加を随時開放することにより意見を広く収集することができる。
- また、代表幹事や副代表幹事を経験してからも活躍することができるため、若い段階でのこれらのオファーを受けることができ、幹事会の若返りの可能性がある。

「事業内容」に関する 個人提言

- ① 実りある交流・研鑽を続けるためのオフィシャル同年会の開催
- ② 若鯨会の地域交流
- ③ 若鯨会業績ガチンコバトル
- ④ 若鯨会予算超強化計画
- ⑤ 未来の社長
- ⑥ 若鯨フェス
- ⑦ 若鯨運動会の開催
- ⑧ 若鯨まつり開催
- ⑨ 若鯨ビジネスマッチング
- ⑩ 若鯨職業体験会
- ⑪ 地域経済活性化
- ⑫ 若鯨会を研究対象とした産学連携
- ⑬ 新入会員募集に関して
- ⑭ 若手経営者大交流会

「実りある交流・研鑽を続けるためのオフィシャル同年会の開催」

提言者:1G 小島 智史

1. 現状

◆若鯨会の魅力について、委員会内のアンケートで多く挙げられていたのは、下記の点と考えられる。

①交流⇒様々な業種、立場、年齢の人とフラットな関係で交流ができる。

②研鑽⇒・いろいろな業種の人から学びを得られる。

・仕事のことも個人のことも多岐にわたり相談できる。

・グループ例会や委員会の中で、適度な緊張感の中で活動することを通じて、組織運営等について学びを得られる。

◆他の若手経営者向け異業種交流会と比べた、若鯨会の特色・魅力

①所属できる期間が長い。50歳まで所属できる。→より長い期間を通じた交流・研鑽が行える。
幅広い年代の人との交流・研鑽が行える。

②強制参加や、ノルマを求められるようなことが少ない。参加の自由度が比較的高い。

→自分のペースに応じた形で、活動に参加し、交流・研鑽をしていくことが行いやすい。

◆所属できる期間が長いことによるデメリット

①早い段階でグループ・委員会等の役職を経験すると、その後に若鯨会内で委員会出向や役職の経験を行える機会が限定されてしまう場合が多い。

②入会してしばらくの間は、同期会等によって同期との交流が行えるが、卒業者が増えていくことで、同期会については年を追うごとに開催されなくなっていくことが多い。

③昔からの若鯨会内の知り合いがどんどん卒業していなくなる一方、①の要因から、新たな入会者と知り合える機会が限定される。

⇒所属期間が長くなればなるほど、有意義な交流・研鑽を行う機会が減少してしまう。それにより、若鯨会の魅力も感じにくくなるおそれがある。

◆参加の自由度が高いことによるデメリット

①グループ等の活動に全く参加しないということが起こりやすくなる。

特に、上記のように一定年数参加して、委員会出向等をする新たな機会が得られなくなった人や、入会したものの委員会出向等がなく、どのように参加していけばいいかわからない人に、そのようなことが起こりやすと考えられる。

参加しなくなることで、若鯨会に所属し続ける意欲を失い、途中で会を辞めてしまう可能性も高まる。

◆デメリットの対策

- ①比較的長い期間若鯨会に所属する人も、入会したばかりの人も、卒業する最後の年まで、有益な交流・研鑽を続けられるようにするための対策が必要である。
- ②同年の人同士であれば、卒業する最後の時まで交流を続けることができる。卒業間際に卒業者を祝う会に向けた集まりなどは行われているが、より早い段階から同年で集まる機会を作り、同年同士の交流を長く続けて行けるようにしてはどうか。
- ③同年会をただの飲み会・懇親会とせず、予算を組んで会の内容を工夫して開催するようにする。それにより、毎回の同年会の開催内容の検討等を通じて、入会年度を超えて、有益な交流・研鑽を卒業するまでに行い続けることができる。

2. 提言内容

- ・ 定期的な同年会の開催。
- ・ 2～3年に一度の開催。卒業間際の3年は毎年開催。
(例:卒業まで10年、7年、5年、3～1年の時に開催)
- ・ 同年会開催のための予算を会から出す。会計管理は同年会の中で行い、年度の終わりに会計報告を行う。(予算の使い方について、講師費用や会場費用などの会の運営に必要な費用のみを可とし、会員の飲食費は不可とする。)
- ・ 同年会開催の担当幹事を年間5名程度決める。
- ・ 幹事は、原則として同年会の開催年度に役職がない人から選ぶ。各幹事の入会年度は極力ばらけるようにして選ぶ。
- ・ 幹事の選定について、同年会開催の前年度の年度終わりころ(2月以降)に、比較的手の空いている(と思われる)委員会が中心となって行う。
- ・ 同年会の運営・会計が適正に行われるように、年度始めまでに幹事向けの研修を行う。(グループ及びサークル・研究会のリーダー・サブリーダー研修と同様な形を想定。)

3. 実現によって向上する魅力・価値

- ①若鯨会に所属する人全員に、より多くの交流・研鑽を行う機会を、卒業する最後まで提供し続けることで、長く若鯨会に所属することへの魅力と価値が増大する。
- ②同年のつながりが活発となることで、若鯨会内でも新たな提案・活動が行われやすくなる。
→予算を組んで同年会を工夫して行うことで、同年会の開催に当たって検討した内容を、グループ例会、委員会、研究会・サークルの活動などにも活かせるのではないか。

「若鯨会の地域交流」

提言者:2G 谷川 元康

1. 現状

- 現在の全体事業は、家族会等を含め会員の為(家族)の事業となっている。
- 地域社会との交流を交えた場がない。
- 一般の人の若鯨会という団体の知名度がない。

2. 提言内容

- 地域の一般人も参加できる交流の場として、継続事業をつくる。(スポーツイベント・講演会・イベント等 行政・企業と協賛して参加者は会員に限定しないもの)
- 市民も参加し町の為に地域貢献(町おこし)できるもの。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 若鯨会の広報活動となり知名度が上がる。
- 地域社会に貢献でき、交流ができるとにより若鯨会の箔が付く。
- 知られる事により、若鯨会に興味がある人が増えて、入会しやすくなる。
- 地域の為に役立つ事。

「若鯨会業績ガチンコバトル」

提言者:5G 井指 昌也

1.現状

- 若鯨会は、若手経営者・後継者育成のための異業種交流団体であり、交流、研鑽を通じて会員の相互啓発と企業の持続的発展を目指すものであるが、交流は活発に行われているにも関わらず、研鑽の部分については(委員会による研修の機会はあるものの)弱いように思える。
- 高度成長期などの右肩上がりの経済成長下においては、コツコツと努力することにより業績が伸び、会社は発展し、従業員をはじめとするステークホルダーを幸せにできたが、その手法を教えられた2代目、3代目は、現状においてそのままやっていると永続的企業の確立は到底見込めない。
- 現状、若鯨会は年々仲良しグループ化している傾向があり、他会との差別化を図るべき研鑽の部分については弱体化している。

2. 提言内容

- 若鯨会業績ガチンコバトルを開催。
- 熱い思いを持った経営者(希望者)たちの業績バトルを開催する。
- 売上増加率部門、1人当たり粗利益部門、純資産増加率部門、ベスト売上手法部門、などを作り、業種別や総合で成長率をガチンコで殴り合う選手権を開催。(部門や順位付けの方法については議論の余地あり)
- 各法人、決算期にズレがあるため、直前期の決算からその次の決算までの総額、上り幅などについて各賞を設定し、MVPは総会で表彰式を行う。記念品や賞品はなく、名誉のみがもらえる。
- また、グループ部門をつくり、上位に入っている人間が多いグループについてはグループMVPを作り、名誉がもらえる。
- 成長率で勝負するので、審査員以外に財務情報は洩れないため、審査員間で守秘義務を徹底すれば、漏洩リスクは低減するが、コンプライアンスについては明文化する。
- 不正が無いかなどについては、会内の会計専門家を集めて審査委員会を作り、そこで数字については吟味する。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 交流をし、研鑽をするという若鯨会の両輪が確固たるものになる。
- MVPやグループMVPをとったグループはガチで業績が上がるグループだと認識され、そういう意識の人はそこに誘導しやすくなる。
- 業績が伸びる、数字ならうちと言うグループが固定化しない。(実力で図られるので転落も十分ある)
- 交流が目的の人は業務重視のグループを避けられるので、グループの特徴がわかりやすくなる。
- 会員の業績が伸びるといのが外にも伝われば、この先に来る地獄のような不況下で、入会希望者が殺到する。
- 本気で業績が伸びて上場する企業が出てくれば、代表幹事がオブザーバーとして出席する常議員会においても一目置かれる存在になる。

「若鯨会予算超強化計画」

提言者:5G 井指 昌也

1. 現状

- ・ 若鯨会の本会会費は現在年間4万円、昨年までは20年以上年間3万円でやっており、各委員会の出向は自腹・手弁当で創意工夫で乗り切ってきた過去がある。
- ・ 本年度の会費増も明確な未来のための投資的な意味合いではなく、会場費の高騰などの経費増加のためのやむを得ない値上げとなっている。
- ・ 若鯨会会員は現在500名弱、1万円の増額で約500万円の予算を捻出したが、今後団塊ジュニア世代(1971年から1974年生)の経営者の一斉卒業などがあると現在と同水準の内容では会員数が大きく減る可能性がある。
- ・ 若鯨会は単年度決算ということもあり、未来への投資がしにくい状況にある。(継続企業的前提を適用できない)

2. 提言内容

- ・ 本会会費を10万円に増額する。(会費の変更は幹事会決議事項)
- ・ 当該増額により、1割程度の退会者があっても、単純計算で450名×10万円=4,500万円の会費収入となる。(2,500万円の収入増)
- ・ そもそも若鯨会の年会費は安すぎる。(他会A 18万円、他会B 45万円等)
- ・ 2,500万円収入増のうち500万円程度は事業系の委員会に予算を振り、(下見などの)委員会メンバーが自費で行っているものも、当該予算でまかなえるようにする。
- ・ また残り予算の500万円程度は、デジタル化の予算として新しい技術に投資する。
- ・ そして残り予算の1500万円程度は、大手コンサルと年間で契約、普段はコンサルティングの手法を受けられない中小零細企業の中の希望者に、一流の会社経営の手法を学べる機会を作る。
- ・ 当然、反発も予想されるため、組織ブランディング予算委員会を立ち上げ、幹事会経験者及び会計プロフェッションをメンバーにし、綿密にビジョン及び予算を建てる。
- ・ 当該年度の代表幹事の強烈なリーダーシップも必要となる。
- ・ そして零細から小企業へ、小企業から中企業、または大企業への道を若鯨会活動の中で学び、実践できるようにする。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- ・ 現状の委員会の持ちだしなどの自己負担分を本来あるべき姿にでき、委員会への出向の負担が少なくなる。
- ・ 若鯨会では年間10万程度の会費を払うことにより零細であっても大手が受けるようなコンサルを受けられ、社業を伸ばすことができるという良い流れができる。
- ・ 会費を高くすることによって、ある程度会員のスクリーニングをかけることができる。
- ・ 高額な費用をかけているのであればと、例会及び本会事業への参加率が上がる。
- ・ これからの人口減に対する会費収入減にある程度耐えることができる。また魅力が増えることにより、会員は増える可能性もある。(法人は倒産件数と設立件数がほぼ同数)
- ・ 単年度決算の会ではあるが、ある程度複数年度を見越したビジョンは当然持つべきであり、予算があればそれも可能となる。
- ・ 未来の若鯨会は、零細企業から上場企業までのマップを具体的に描けるような会となり、そういった向上心のある経営者の参入も見込めるようになる。
(経営者の会を倦厭するようなムードの払拭)

「未来の社長」

提言者: 9G 平野 朋和

1. 現状

- 未来の若鯨会を考える。
- 今後10年間(10年後)若鯨会を支える人を増やす為になにができるのか、活動していくべきなのかを考える。
- 10年後若鯨会会員の減少しない為の活動
- 10年後若鯨会会員の増員する為の活動
- 若鯨会をブランド化する為の活動

2. 提言内容

- 若鯨会の入会条件である経営陣となれるように。
- 未来の社長を育て、起業する人を増やす活動・講習会・講演会の開催。
- 10年後の会員＝現在大学生(高校生)や新社会人などと活動を共にできる活動をする。
- 皆様も社会人になりたての時に思った事ありませんか。

夢中になれるしごがしたい！上司に命令されたくない！

会社の為に一生働きたくない！お金や時間に縛られたくない！

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 未来の社長が増えると、商工会議所入会→若鯨会員の会員数の維持及び増員となる。
- 学生や新社会人と活動する事で価値観や考え方を教えていただき自社の発展や進化することができる。
- 活動を共にする事で若鯨会の認知度があがりブランド化となる。
- 起業家・若鯨会・会員・弊社・社会の発展の『礎』となれる会。

「若鯨フェス」

提言者:10G 鬼頭 恵助

1. 現状

- 家族会などの若鯨会内での交流イベントはあるが、外部、一般を含めた交流イベントはない。
- 若鯨会の中でも社業の内容PRや相談などできる場が少ない。

2. 提言内容

- 名古屋商工会議所にも協力要請し、白川公園(名古屋商工会議所前)などで一般の方にも参加してもらえる場所、会場でイベントを設営する。
- 職種別の相談会ブース(税や保険、建築関係やものづくりなど)や飲食系の販売、体験ブースなどを会員で運営する。
- 毎年継続して行えるように、委員会を設営する。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 一般の方にも会員の社業PR、若鯨会のPRにつながる。
- 会員同士の社業を知ること、新たな発展につながる。
- 商工会議所との連携強化につながる。

「若鯨運動会の開催」

提言者:10G 松野下 知孝

1. 現状

- 例会、全体事業、委員会、懇親会など、参加すればするほど飲食(アルコール)を伴う交流が多くなっていく。
- 一方、健康に対する優先順位は低く自分の身体を大切に出来ていない会員も少なからずいる。

2. 提言内容

若鯨運動会の開催

毎年趣向を凝らした運動会(ファンスポーツ)を開催。

老若男女関係なく、運動が得意な人も苦手な人も全員が楽しめるイベントにする。(グループ対抗など)

[運動会事例]

- バブルサッカー、ビリッカー、脱出ゲーム
- 戦国運動会
- チャンバラ合戦

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 会員同士のコミュニケーションが増える。
- チームワークが向上する。
- 会員の違った一面が見られる。
- 運動不足の解消につながる。
- PDCAサイクルが実践される。

「若鯨まつり開催」

提言者:11G 市川 大志

1. 現状

- 若鯨会は名古屋商工会議所の若手経営者の集まりとして、名古屋経済界、しいては名古屋市にも影響力を持っている。
- 若鯨会は各々の強みを生かし、魅力的な様々の企画・イベントを実施している。
- 企画・イベントの多くが若鯨会内のクローズドのイベントとなっている。
- クローズドのイベントが多いため、メディアへの露出も少なく、プレスリリースの活用もできていない。
- 影響力のわりに若鯨会の知名度は、あまり一般の人に知られていない。

2. 提言内容

- 若鯨会で一般の人も参加できる祭りを企画・開催し、より多くの人に若鯨会のことを知ってもらうことを提言する。
- 単年度で終わらせず、ど真ん中祭りのように名古屋の文化として定着させることを目的とする。
- 新たな文化として定着させられるものをお祭りのメインに置く。世界的にファン・愛好者がいるものが理想。例えば、サバゲーやフィギュアなどのサブカル的なものやお酒や葉巻などの嗜好品、世界各地の楽器や踊りなどの音楽系など。
- 40年の歴史の中で培ってきた、イベントやアイデアを使い、祭を開催する。
- 若鯨会員の専門性を活かして、クオリティーの高いお祭りを開催することで人の集客につなげる。
- 将来的にはお祭り単体で収益を上げることを目指す。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 祭りに一般参加者が来ることで知名度向上につながる。
- 名古屋の文化として定着すれば、名古屋＝若鯨会というくらいのブランドイメージを作ることができる。
- 若鯨会の知名度が上がれば、若鯨会に所属している価値も高まり、より多くの会員が入会することにつながる。
- オープンのイベントを行なうことで会外に向けての広報活動やプレスリリースの活用など、社業にも活かせる新たな体験・経験を若鯨会員にもたрасことができる。
- 祭りを行なうことで新商品の開発につなげたりや一般の来場者にそれを試す場として活用することで若鯨会員の仕事のクオリティーが上がる。
- 祭り単体で収益を上げることができるようになると若鯨会全体の予算が上がり、若鯨会内のイベントや企画のクオリティーも上がる。
- 行政との関係が強化され、地域貢献の一助となる。

「若鯨ビジネスマッチング」

提言者:11G 市川 大志

1. 現状

- 若鯨会は研鑽・交流をメインとしている団体である。
- 研鑽・交流がメインという考え方から営業目的の入会もしくは若鯨会内での営業活動が嫌われる傾向がある。また知り合いから営業活動されると断りづらさが出る。
- 入会理由には仕事につながるためという理由も多くある。
- 潜在的に営業活動の要望があるが営業活動ができないために退会するということが起きていると推測される。

2. 提言内容

- 公に若鯨会でビジネスマッチングを行なう。
- ビジネスマッチング専門の委員会もしくは機関を設ける。
- 発注側はビジネスマッチング機関を通し、若鯨会内で受注企業を募集する。その際、発注の経緯、用途など詳細説明を明記したものを提出する。提出書類を元にビジネスマッチング機関が募集資料を作成し、公に若鯨会内で募集資料をオープンにする。
- 受注希望企業は募集資料を参考にビジネスマッチング機関を通して応募する。応募があれば、発注企業と受注希望企業、ビジネスマッチング機関の3者面談を行ない、受注側の企業説明、自社アピール等を行なう。見積提出等含めビジネスマッチング機関を通し行ない、採用、辞退もマッチング機関から通達する。
- 発注者、受注者のビジネスマッチング面談は通期で行なうことでタイムリーな案件にも対応する。
- 年に数回、事業としてビジネスマッチング会を開催する。そこでは中長期的に検討できる発注案件を扱ったり、発注・受注企業ではない企業も企業説明ブースを設けて、自社をアピールする場所を作る。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 営業活動を公にできることで若鯨会は仕事につながる会という認識が生まれ、営業目的で入会した人にもマッチした会になる。
- 他のビジネスマッチングに比べて、若鯨会内の人に仕事をお願いできる安心感が出る。また、若鯨会内でまだ知りあっていない会員にもアプローチできる。
- ビジネスマッチング機関を通すことで頼みづらさや断りづらさを軽減することができ、気軽に応募することができるようになることでビジネスチャンスが増える。
- 営業活動ができる場を公に提供することで、普段の若鯨会活動においては研鑽・交流に更に力を入れやすくなる。営業活動をされることを鬱陶しく思う研鑽・交流派と営業活動派、双方にとって魅力のある会になっていく。

「若鯨職場体験会」

提言者:11G 市川 大志

1. 現状

- 若鯨会会員企業には魅力的な企業が多くあるがその魅力が伝わっていない。
- 若鯨会は内向きな事業が多いので、視野が狭くなっている。
- 名古屋商工会議所若鯨会という冠のわりに名古屋市との連携が薄い。

2. 提言内容

- 名古屋市内の小学生、中学生を対象にした職場体験会を行なう。
- 若鯨会員の会社から職場体験が可能な会社を募集する。
- 飲食業、製造業、運送業、建築業等、多くの業種から職場体験できる企業を募集する。
- 受け入れ先が決まったら、2～4名程度のグループを作り、1日職場体験を行なう。
- 職場体験時は、受入先企業の若鯨会員ともう一人若鯨会よりフォロー役の人を派遣し、若鯨会員2名でグループを受け持つ。
- 周年事業として大規模に行う地域貢献としてお勧めする。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 名古屋市の小中学生を対象にすることで地域貢献につながる。
- 小中学生に職場体験してもらうことで、その仕事や業界に憧れが生まれ、将来的な人材確保につながる。
- 中小企業にも多くの魅力があることを知ってもらう機会になる。
- 周年事業として多くの会員を巻き込めるので若鯨会への所属意識が高まる。

「地域経済活性化」

提言者:12G 濱田 英之

1. 現状

- 「若鯨会を通じて研鑽し、経営者としての発展が最終的に地域経済の活力維持に寄与する」という方針に対し、地域経済への寄与につながっているとは感じられない。
- 会員数(500名)のスケールメリットを使えば、地域経済に直接的な影響を与えることが可能ではないか。

2. 提言内容

- 指定金融機関で超低金利融資、利子補償付き融資、返済猶予期間などの特別条項を受けられる。
- 指定する販売店(例:松坂屋)で若鯨会会員は割引を受けられる。
- 指定する商品を格安で購入できる。(業者が大量販売したいものなど)
- 地域のまつりやイベントブースに対し、参加、出店、協賛などを積極的に行う。(どまつり、地域の祭り、久屋大通公園はじめ各所で行う行政イベントへの協力)

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 会員ステータスが上がる。
- 地域経済に直接的な刺激を与えられる。(刺激も受けられる)
- 地域団体や行政に対して若鯨会をPR。
- 地域、市民、イベント参加者に対して若鯨会をPR。

「若鯨会を研究対象とした産学連携」

提言者:13G 住井 祐介

1. 現状

- 若鯨会自体の組織のあり方や活動に客観的な評価検証がされたことがない
- 他団体(JC・政経塾等)との比較・特色・強みの分析がなされていない
- 「若鯨会の良さとは？」という問いに対して、ある程度の若謝意会経験者でなければ明確な説明ができない

2. 提言内容

- 経営学部、経済学部系の研究室と連携し、研究対象として若鯨会を取り扱ってもらう
- 論文例
 - 若鯨会の組織運営体制及び活動内容における考察
 - 他経営者団体との特徴比較
 - 日本式経営導入企業の比率と事業継承の相関性について

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 若鯨会の良さと改善点を客観的視点から明確にできる
- SWOT分析により、より魅力的な会として変化・成長していくための基礎を得られる
- できれば単年ではなく継続的な連携により、時系列での分析をすることでPDCAサイクルをつくり出すことができる

「新入会員募集に関して」

提言者:13G 柘植 一憲

1. 現状

- 若鯨会では、20代・30代の会員が85名で、全体の18%程度と少ない。それに比べ、5年をしたら卒業をするメンバーが202人いる。会の平均年齢が上がっており、20代・30代のメンバーを増やしていかないと、運営が難しくなる。

2. 提言内容

- 若鯨会卒業者の後継者にターゲットを絞り、会社訪問を行い、新入会員を募集する。
- 若鯨会卒業者を対象とした事業継承セミナーを行う。卒業者を呼び込み、後継者情報を聞き出す。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 若鯨会卒業者の後継者は、先代が会のことを知っているということもあり、会にも早くからなじみ易く、幅広く活躍いただける。
- 会員数が増えることで、交流が活発になる。

「若手経営者大交流会」

提言者:5G 井指 昌也

1. 現状

若鯨会は独自の新人会員向け説明会がある。その参加者は既存会員からの紹介者が占める割合が多い。一方で他会と合同で説明するなどの機会は少ない。結果として現状、若手経営者から若鯨会の認知度は規模にしては決して高いとは言えない。

2. 提言内容

- 若手経営者の所属する他会(青年同友会・法人会青年部・青経塾・JCなど)と合同で若手経営者大交流会を開催する。
- 開催場所はホテルではなく吹上ホールやガスビルなどの小ホールを借り、それぞれブース形式で行う。
- 参加条件は各会条件に準拠し、幅広い経営者にアピールする。
- 開催に関しては各会より予算を募り、Web、SNS、TMラジオCMなど東海地区全体の経営者にアピールできるようにする。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 現状、若手経営者は経営者の会に所属することを嫌う傾向があるが、実際には若手のスタートアップ企業や急な事業承継による二代目三代目など、他経営者との繋がりがほしい経営者は多い。
- 他会でも同様の傾向があり、人口減少以上に入会者の減少に悩んでいるため、合同交流会を開くことにより、名古屋には若手経営者のための研鑽や交流の会があることを周知できる。
- また合同でやることにより、様々な態様の経営者を集めることができ、それぞれに適した会に所属することによるメリットをアピールでき、広い範囲での受け皿となることができる。

「名古屋商工会議所・他団体」 に関する個人提言

- ① 日本商工会議所青年部への加盟について
- ② 部会制度導入について
- ③ 名古屋商工会議所との連携
- ④ 名古屋商工会議所を理解しよう！
- ⑤ 若鯨会 地方支部の創設
- ⑥ 地区制の導入について

「日本商工会議所青年部への加盟について」

提言者:10G 小木曾 仁

1. 現状

40周年を迎えた名古屋商工会議所若鯨会は、会員数が500名を越える青年経済人の団体であり、その成立ちや40年の歴史、諸先輩方の想いや実績は他に類を見ない組織である。

しかしながら、その活動の場の多くは名古屋市内を中心に行なっており、愛知県や他府県などの全国規模での活動の場は一部の限られたものとなっている。

そのため、他府県にまたがる活動や人事交流の場は少なく、全国規模での人脈ネットワークの構築・拡大は難しい状況にある。

2. 提言内容

名古屋商工会議所若鯨会と同じ、全国の商工会議所青年部で組織されている日本商工会議所青年部(日本YEG)に加盟し、日本YEGが開催する各種事業への参加やその企画運営を行なう委員会などに出向することにより、日本全国の青年経済人との交流や研鑽を行なうことができる。

【日本商工会議所青年部(日本YEG)とは】

470か所の商工会議所に設置され、その内415か所の青年部が加盟し、33,000人以上の会員が活動をしている。また、全国3地区(東地区、中地区、西地区)、9ブロック制(北海道、東北、関東、北陸信越、東海、近畿、中国、四国、九州)となっており、毎年、三大事業である全国大会、会員研修会、ブロック大会などを開催している。

【その他の青年経済人全国組織】

日本青年会議所(JC):20歳から40歳までが入会対象。全世界の会員総数は、約165,000名。日本国内の会員数は約32,400名。(うち女性会員は約2,200名)

全国商工会青年部会連合会(IMPULSE):全国1700を越える商工会の45歳以下の会員で構成されており、会員数は約44,400名。

全国中小企業青年中央会(UBA):全国中小企業中央会の青年部組織として1992年に設立し、その会員数は1,419名。

3. 実現によって向上する魅力・価値

日本商工会議所青年部(日本YEG)に加盟することにより、名古屋商工会議所若鯨会会員内の交流だけではなく、全国規模での事業への参画や企画運営などを通じて幅広い人脈ネットワークの構築ができ、情報交換や親睦を深めながら様々な可能性を創出する機会の提供ができる。

名古屋商工会議所若鯨会の代表として、自覚と責任を持ち、日本YEGに出向することで、本人の資質向上に寄与するとともに、名古屋商工会議所若鯨会を代表する出向者を支援することで、名古屋商工会議所若鯨会としての更なる団結力の向上と活性化につながる。

「部会制度導入について」

提言者:11G 市川 大志

1. 現状

- 若鯨会は名古屋商工会議所の下部組織という位置付けである。その為、若鯨会の事業運営をする上で対外的にはとても信用度が高く、会の運営の基盤になっている。また新規会員を募集するうえでも他の異業種交流会との差別化にもつながっている。
- 若鯨会に入ってみると名古屋商工会議所との関係性が希薄に感じる。
- 名古屋商工会議所としても、若鯨会を抱えているメリットを見出しづらくなっている。

2. 提言内容

- 若鯨会員を業種・業態ごとに名古屋商工会議所の部会に準じて分けて、部会ごとに部会長を決める。若鯨会の部会は親会(名古屋商工会議所の部会)のサポート役という位置づけにする。部会長を筆頭に役員を選出して、親会と協働で事業を行ったり、親会の事業の運営側に回り、サポートする。
- 1～2年ほどで問題点や課題の抽出、名古屋商工会議所との調整を行ない、45周年の頃にはグループ、委員会、サークルに次ぐ、第4の組織体として運営していく。
- 部会の業種に当てはまる若鯨会員を集め(全会員どこかの部会に所属)、役員を選出、定例会議、親会との定期打ち合わせ等を行なう。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 積極的に名古屋商工会議所の部会のサポートを行なえば、名古屋商工会議所から見た若鯨会の価値が高まる。
- グループや委員会とは別の組織体があれば、新たな交流のきっかけになり、交流促進にもつながる。
- 若鯨会内で部会分けすることで、業界団体での集まりとは違うコミュニケーションが取れる。同年代であり、若鯨会の仲間としてのコミュニケーションが同業他社と取れる。同業としての悩みやアイデアが共有できる。

「名古屋商工会議所との連携」

提言者:13G 柘植 一憲

1. 現状

- 名古屋商工会議所グループ担当者とは、各グループ例会で名古屋商工会議所からの案内があるが、より深い交流ができていないと感じる。今期から支部担当者が、本所の各部若手の職員がグループ担当者となった。本所には総務部・企画部・産業振興部・商務交流部・中小企業部がある。若鯨会は、本所のサービス・仕事内容を知りえていない。理解することや、支部担当者と会議をすることで、若鯨会としても一緒に取り組めることがある。

2. 提言内容

- 支部担当者と計画的に会議を行い意見交換を行う。
- 商工会議所には、各部署ごとに様々な会員向け、会員外に向けたサービスがある。その事業の大半は本所の若手職員が担っているので、意見交換をすることで、新たな発想で事業を行うことができるのではないだろうか。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 本所の事業に参画することで、研鑽・交流をすることができる。本所のサービスは、100以上の多岐にわたり、会員数も17,000社のネットワークもあるので、自身の事業に直結するものもある。若鯨会会員は、事業拡大のチャンスがあり、本所は、サービスの活性化につながり、お互いにメリットが出る。

「名古屋商工会議所を理解しよう！」

提言者:8G 川崎 晃

1. 現状

- 商工会議所と商工会の違いがわかっておらず、名古屋商工会議所のことを「商工会」といっているメンバーがいる。
- 商工会議所ではどんな業務をしているか知らないメンバーが多い。
- なぜ若鯨会に名古屋商工会議所の冠がついているか理解していない。

2. 提言内容

- 商工会議所と商工会の違い、その業務内容を知るための勉強会を実施する。
- 名古屋商工会議所と若鯨会の繋がりを知る。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 商工会議所の施策を利用するきっかけができる。
- 若鯨会の例会や本会事業に商工会議所の強みを利用することができる。
- 施策を自社に活用することで何年も続く企業となる。

「若鯨会 地方支部の創設」

提言者:8G 川崎 晃

1. 現状

- 名古屋商工会議所に入会している企業のみ、会則を満たしている者が入会できる。
- 商工会議所は愛知県に22あり、下部組織として名古屋以外は青年部となっている。

2. 提言内容

- 青年部をエリア統合して、青年部を残しつつ、もっと向上心のある方々に、若鯨会〇〇支部を創設して更なる交流を図る。
- 愛知県内各商工会議所青年部に所属している企業を対象として、会則に沿った者を支部会員とする。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 名古屋以外の広域な情報を得ることができる。
- 名古屋だけでなく、愛知県というくくりで広い交流エリアができる。
- まだまだ知らない、ある意味ご近所(地元)の情報網ができる。
- これこそ地域社会への貢献度が上がるのではないかと感じる。

「地区制の導入について」

提言者:14G 石川 和寛

1. 現状

- 若鯨会には、交流、研鑽、発展という目的があり、グループ活動・委員会・サークル・研究会と多くの場を設け活動をしていますが、その目的を達成していくために、さらに交流を促進する必要があります。活発な交流無くして、良質な相互研鑽や、ひいては地域経済の発展・活力維持はできません。

2. 提言内容

- 地区制度の導入
かつて14の支部があったことで、現在も続く14のグループが発足した若鯨会ですが、現在ではグループ毎の地域制はなくなっています。そこで、既存の活動に「地区」の追加を提言します。一つのコミュニティとして「地区」を設けることで、会員同士で集まることが容易になり、かつ地区ごとの特有の問題と向き合う機会や事業を実施することができます。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 集まることが容易になり、また住む場所の近い者同士になるので、親近感も湧きより交流が促進されます。
- その地区の課題や、その課題を解決する方法を検討し、可能であれば取り組んでみることで、まちづくりに貢献できます。
- 名商と連携を取り、協働して活動を展開できる可能性が広がります。
- 地区の集まりはその地区で開催することになり、自ずとその地区への貢献ができます。
- 地域活動に熱心な会員も多くいるので、若鯨会の活動のスピノフで地域貢献や、賑わいの創出が適います。



「会員向けサービス」に関する個人提言

- ① 若鯨会 会員名簿
- ② 卒業者を含む若鯨会会員名簿の作成
- ③ 卒業者情報の一元管理化
- ④ 若鯨SDGsの取り組み
- ⑤ 若鯨会員マップの作成
- ⑥ グループ資料のデータベース化
- ⑦ 各事業のライブ配信！～参加率向上～
- ⑧ デジタルコンテンツ集～アーカイブ化～
- ⑨ メッセナゴヤへ出展～若鯨会ブースヘタダで出展実績～
- ⑩ 若鯨ラウンジの創設
- ⑪ 株式会社11グループ（デパート名 若鯨屋）
- ⑫ 経営者保育園
- ⑬ 若鯨会ラジオステーション
- ⑭ 業界意見交換会の開催
- ⑮ 若鯨寺子屋
- ⑯ 会員向けWeb支援サービスの一本化
- ⑰ 若鯨ハラスメント110番
- ⑱ 若鯨スタートダッシュ&カムバック応援パック
- ⑲ 若鯨会就活フェア開催について

「若鯨会 会員名簿」

提言者:6G 宮田 勉

1. 現状

- 若鯨会にはデジタルハンドブックがあるが、現役会員のみ閲覧が可能で、卒業生の情報は確認することができない。
- 卒業生から現役のメンバーを知りたい為にIDとPASSを聞かれて気まずい事がある。
- 若鯨会ハンドブックがあるが、デジタルハンドブックに移行している。
- 卒業生の情報を知りたいときに過去のハンドブックが無いと確認の方法がない。

2. 提言内容

- 若鯨会に入会した全会員の情報を網羅できる名簿の作成。
- 途中退会者や除名者を逝去者を含むすべての若鯨会会員対象。
- 紙媒体で名古屋商工会議所会員名簿があるが若鯨会版があるとよい。
- デジタルハンドブックに全て確認ができる名簿とする。
- 開示情報の選択が個人でできるようにする。
- 連絡をもらいたくない場合その選択ができるようにする。
- 最低限開示すべき情報は2段階セキュリティもしくは権限で確認できるようにする。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 現役会員のみならず、卒業生も含むことで交流の機会を増やすことができる。
- 仕事面において依頼したり、依頼されたりする相手探しに会員だという事で安心して接触することができ、またそこから交流が広がる可能性がある。
- 若鯨会の会員名簿は連絡先やメールアドレスなど直接アプローチするための情報がある。
- デジタルハンドブックでの運用においてID&PASSによってセキュリティが働いている為安全。

「卒業者を含む若鯨会会員名簿の作成」

提言者:10G 小木曾 仁

1. 現状

40周年を迎えた名古屋商工会議所若鯨会は、会員数が500名を超える青年経済人の団体であり、40年の歴史の中で数多くの卒業者を輩出してきた。しかしながら、その40年間に卒業された方については、卒業者名簿がなく、どのような方が卒業者であるかを知るすべがない。

2. 提言内容

過去40年間の卒業者を含めた会員名簿を、1年に1回、もしくは、周年に合わせた5年に1回発行をする。

3. 実現によって向上する魅力・価値

名簿から過去に若鯨会に在籍された卒業者の方を知ることにより、若鯨会の歴史や偉大さに気づくことができる。

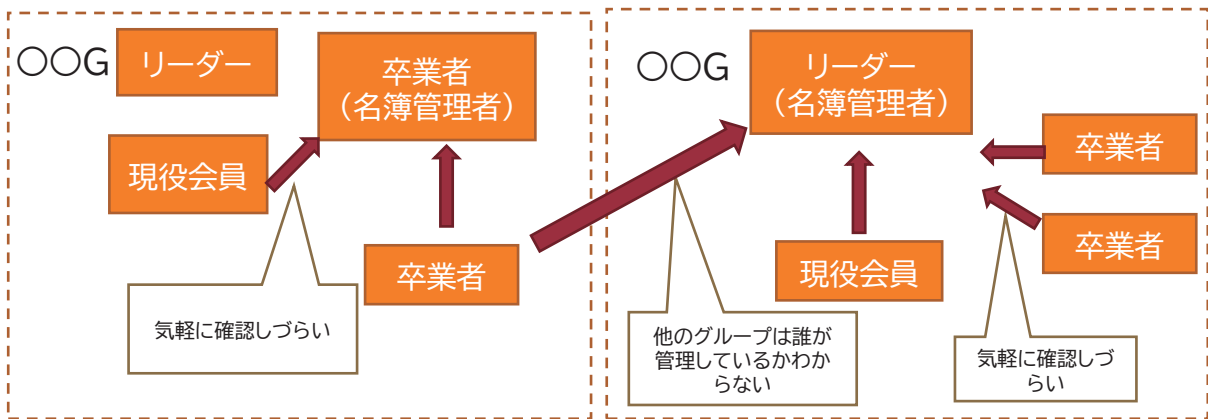
また、名簿から卒業者を知ることにより、新たなつながりが生れる可能性がある。

「卒業生情報の一元管理化」

提言者:11G 衛藤 寛啓

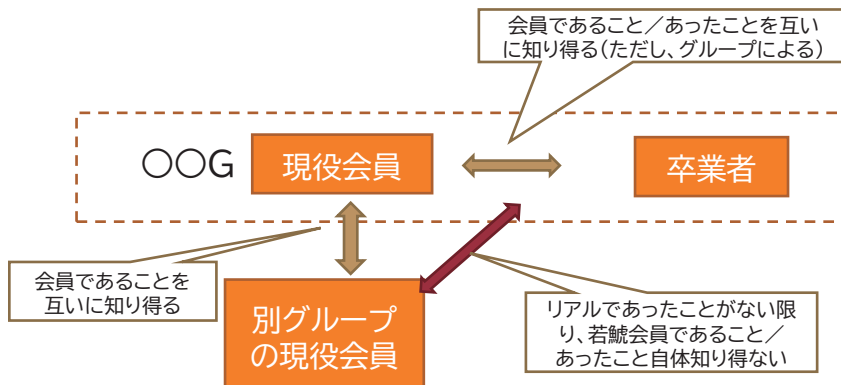
1. 現状①

- 若鯨会の運営規程では、「卒業生名簿は、グループないしグループの卒業生で構成する会において管理する」とある。
- グループのリーダーや、一部の卒業生が所属グループの卒業生名簿を管理しているが、グループによっては、管理が不十分なところがあると聞く。管理者しか卒業生の最新情報がわからない、誰が管理しているか知らないという声も聞く。



現状②

- グループが異なると、現役時代に交流がない限り、現役会員と卒業生は、若鯨会員であること／あったことすら知り得ない。グループが異なる年代が離れた卒業生間も同様。



現状③

- このような状況であると、卒業者同士の交流も疎遠になりやすく、また、現役会員と卒業者の交流も行われづらい。
- 会として「卒業後も卒業者同士でつながれます。現役会員ともつながることができます。」といったアピールがしづらい。
- 一方で、現役会員と卒業者との間で、どういう関わりを持っていくのが良いのかという根本的な話もあるが、個人的には、所属事実(現在、若鯨会に所属していること、卒業者であったこと)と最低限のプロフィール情報くらいは、互いに確認できる関係性は持っても良いのではないかと考える。

2. 提言内容

- デジタルハンドブックを活用してはどうか。
- 具体的には、卒業者用(同窓会用)のデジタルハンドブックを設け、**正規に卒業した者は、現役のデジタルハンドブックから卒業者用(同窓会用)のデジタルハンドブックに移動させる。**
- 項目は基本的に現役と同じが良い。
- 卒業者情報のメンテナンスは、自身でWeb画面を通じて行えるようにし、毎年1回、一斉通知でメンテナンスをお願いするような運用を行う。
- 最終更新日を設け、情報の鮮度の参考になるようにする。
- 卒業者は、卒業者用(同窓会用)のデジタルハンドブック内を閲覧することができる。
- 現役会員と卒業者の間で相互に見られるようにするかどうかは議論が分かれるところだと思うが、それは議論して決めればよい。(個人的には見られるようにすれば良いと思う)。
- 載せたくない人は卒業時などに抜けられるという選択肢も用意すると良い。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 卒業者の情報が一元管理され、グループ内で卒業者情報を管理する負担がなくなる。
- 卒業者にとって、同年者の情報や先輩の情報を容易に知ることができ、グループを横断した同年会の開催などが容易になる。このように、卒業後もに卒業者間で交流をしやすい土台を作れば、それは若鯨会の魅力につながると考える。
- 加えて現役のデジタルハンドブックと卒業者(同窓会)のデジタルハンドブックを相互閲覧可能にするならば、現役会員と卒業者の会員交流も増えると考えられる。これもひいては、若鯨会の魅力向上につながると考える。

「若鯨SDGsの取り組み」

提言者:1G 小島 智史

1. 現状

◆会則2条より、若鯨会の目的として、企業の持続的発展が挙げられている。

◆持続可能な開発目標(SDGs:SustainableDevelopment Goals)とは、2015年9月の国連サミットで国連加盟国の全会一致で採択された、2030年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標である。

17のゴール・169のターゲット、232の指標から構成され、地球上の「誰一人取り残さない(leave no one behind)」ことを誓うものである。

SDGsは日本国としても積極的に取り組んでいる。

◆持続可能な発展(開発)(Sustainable Development)

…将来の世代が自らのニーズを満たそうとする能力を損なうことなく、現在の世代のニーズを満たすような発展のこと。

1980年代から、国際的文書や条約の中でしばしば明記されるようになった(例:1992年リオ宣言、1993年生物多様性条約)。この持続可能な発展を実現するための目標が、SDGsである。

⇒若鯨会の設立時期からすると、国際的に持続可能な発展という考え方が言われるようになったことを踏まえて、会則上にも持続的発展を明記するに至ったのではないか。

そうであれば、会としてSDGsの取り組みを積極的に行うことは、会の目的にも沿うのではないか。

◆会としてのSDGsの取り組み状況

•これまでの若鯨会内の取り組みとしては、グループの例会で個別のテーマとして取り上げられることがあったくらいではないか。

•SDGsに企業として取り組むことが、元請や自治体からの仕事の受注や、銀行等からの融資を得るための条件になるようなケースが、今後さらに増えることが予想される。それに伴い、各企業でもSDGsの取り組みの必要性が増えていくと考えられることから、より正面から、会全体として取り組むテーマとしてはどうか。

2. 提言内容

- SDGsに若鯨会及び各企業として取り組む方法について、全体研修・勉強会を実施する。
- 各グループごとにSDGsに関する取り組みを行い、優秀な取り組みについて表彰を行う。
- SDGsの取り組み方の実例について、本会と情報交換を行う(本会から、優れた取り組みの実例を紹介してもらったり、逆に上記の各グループの優れた取り組みの実例を紹介したりする、など)。
- SDGsに関する企業としての目標設定から宣言書作成、目標達成度の確認の方法などの、SDGsの取り組み方に関するアドバイスを、会として会員企業に提供するサービスを実施する。
- 国、愛知県、名古屋市のSDGsに関する取り組みと連携を図る。
例：国→地方創生SDGs 官民連携プラットフォーム
愛知県→愛知県SDGs登録制度
名古屋市→なごやSDGsグリーンパートナーズ

3. 実現によって向上する魅力・価値

- ① 対内的・対外的に、会自体及び会員各企業の持続的発展を目指して積極的な取り組みを行っていることをアピールできる。
- ② SDGsの取り組みを通じて、本会とのさらなる交流を図ることができる。
- ③ SDGsの取り組みを通じて、国・県・市との新たな交流を図ることができる。

「若鯨会員マップの作成」

提言者:3G 中島 由香子

1. 現状

- ハンドブックに会員の会社名が書いてあるものの同じグループや、知り合いでもなければ、誰が何をやっているのかよく分からない。
- 若鯨会の懇親会やプライベートで若鯨会員のお店を利用しようと思っても、よく知らない。
- 飲食店に限らず、依頼したい仕事をしている人を探している時に、会員の中で一目でわかる仕組みがない。

2. 提言内容

- 若鯨会員マップを作る。
 - ・現状のデジタルハンドブックで業界別の検索ができるので、より具体的な内容を盛り込み、使い勝手が良いものに改良すると良い。
 - ・デジタルハンドブックは卒業すると見られなくなるので、卒業年度のもものは卒業後も見られるようにする。または、手元に残る紙ベースのものも併用して作成するなどの工夫があっても良い。その際は、地図上に会員の会社や店舗、業種を示し色分けなどして一目でわかるイメージ（掲載希望者のみ）。
 - ・若鯨会員限定のクーポンなどあれば、利用会員からは特別感がある。また、仕事の依頼が増えれば掲載会員にもメリットがある。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 検索することによって、他の会員に聞かなくても、簡単に会員の仕事内容や店舗がわかる。
- 若鯨会員の飲食店を探したいときや、その他の仕事を依頼したいときに、たとえ顔見知りでなくても、仕組みがあればしやすい。
- 双方にとってメリットがあると思われる。
- 会員としてのメリットが高まる。

「グループ資料のデータベース化」

提言者:3G 中島 由香子

1. 現状

- 各グループの資料は、若鯨会全体としてデータベース化されていない。グループによってはドロップボックスに格納されておりグループ会員が見ることができたり、ファイリングされた紙ベースのものが引き継がれているグループもあるが、資料が残されていないグループもある。
- 会暦の浅い会員がグループリーダーになり年間テーマや年間スケジュール、予算を立てるとき等、過去、グループがどんな年間スケジュールを組んでどんな内容の例会をしたのか等を参考にしたいくても、他のメンバーから資料をもらわないと参考にするものがないグループもある。他のグループの資料ならなおさら閲覧することは難しい。

2. 提言内容

- 各グループの過年度の年間テーマ、年間スケジュール、予算、その他の資料をデータベース化し、若鯨会の会員なら誰でも検索・閲覧できるようにする。所属グループ以外のグループの資料も閲覧できるようにする。
- 若鯨会のホームページの会員ページに集約するとアクセスしやすい。
- 公式な資料のみではなく、気軽に色々な資料を残すのも今後の参考になると考える。各グループの資料を入れるフォルダがあり、何でも資料を放り込めるイメージのものがあると利便性が上がる。
- 必要に応じて、資料によっては統一フォームを検討すると多少見やすくなる。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 会暦の浅い会員がグループリーダーになっても、スケジュールや予算を立てる際、参考になる資料が閲覧できるようになり、立てやすくなる。
- 過去の所属グループの例会のみならず、他のグループの例会内容も参考にすることができる。
- 講師選びの参考にすることもできる。
- グループ例会のバリエーションを広げる効果もあると考える。

「各事業のライブ配信！」

～参加率向上～

提言者:7G 遠藤 乱歩

1. 現状

- 本会事業への参加率は約50%ですが、主に幹事会メンバーや各リーダーなど決まった人が参加している。

理由として

- 開催するタイミングによって参加できない。

2. 提言内容

- ハイブリッドでの開催を強化する。
※配信と会場での垣根がないような設営
- ライブ配信等で参加できるようにする。
※年間の予算化
※映像を残し、コンテンツして会員がいつでも見れるようにする。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- ライブ配信での参加も可能になる。
- 会場参加での交流の良さもアップする。
- 会場の大きさ、場所にとらわれなくても良くなる。
※メタバースなども良いかもしれない

「デジタルコンテンツ集」 ～アーカイブ化～

提言者：7G 遠藤 乱歩

1. 現状

- ・ 本会事業への参加ができないときへの対応が少ない。
- ・ 開催するタイミングによって参加できない。
- ・ グループの参加をメインとしているので本会事業への参加に対して積極的では無い。

2. 提言内容

- ・ 各事業の映像を残し、コンテンツ化して会員がいつでも見れるようにする。
- ・ アンケート、感想、自社での活用等を公開する。
振り返りや他者の考えを知ることができる。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- ・ コンテンツのアーカイブを構築することで、いつでもどこでも見直しや活用できる。
- ・ 会員のみ閲覧できるので、入会のメリットにもなる。

「メッセナゴヤへ出展」

～若鯨会ブースへタダで出展実績～

提言者:7G 遠藤 乱歩

1. 現状

- 後継者育成として始まった若鯨会の魅力として、「交流」「研鑽」とある。またコストパフォーマンスが良いとある。
- 営業活動やビジネス的なことはなかなかできない。これからの世代は、メリットを求める傾向がある。

2. 提言内容

- 名古屋商工会議所が主催する「メッセナゴヤ」に 若鯨会として参加する。
- 各グループで取りまとめる(事業委員会)。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 本会事業として予算立てすることで、会員は会費で参加できるので、実質参加費が無料になる。
- 名古屋商工会議所へ参加枠の確定することで、抽選漏れの心配がない。
- 主催者としてもメッセナゴヤに500社の参加企業数が増えることでPRにつながる。
- グループの垣根を越えた自社のPRができる。

「若鯨ラウンジの創設」

提言者:11G 衛藤 寛啓

1. 現状

- 会話を交わしたことの無い会員が、500人中、400人という会員が多数いると思われる。
- 会員同士で知り合う場は、グループ例会、本会事業、委員会、サークル、有志の飲み会などがあるが、参加する場合、それなりに時間を要する。
- 「もっと気軽に、グループの垣根を越えて知り合える場があると良い」という声を聞く。

2. 提言内容

- 毎月決められた日時(例:毎月第1水曜日の15:00~16:00)に、1時間程度のお茶会をカフェなどで開催する仕組みを設ける。
- 会員は自由に参加できる。人数制限はある(例:各回、先着15名まで)。
- 内容は、情報交換、雑談、テーマを設定した座談など。グループや委員会の垣根を越えて気軽に交流ができる場となるようにする。
- 各回は、持ち回りで、委員長、副代、グループリーダーなどが、司会的な役割を務める。
流れの例: 開会→参加者の自己紹介→自由トーク→感想発表→閉会。
- 参加者確認、開催連絡、お店の手配などを行う担当者を別途設ける必要があるが、伝助や若鯨会員WebなどのITサービスを駆使して省力化する。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 参加者は、1時間+移動時間で、グループの垣根を越えて若鯨会員と知り合える。
- とりあえず顔見知りとなり、何をしている人なのかもわかり、以降、会話や連絡がしやすくなる。
- 会の一体感の向上にも役立つ。
- 特に新入会員などに参加を促すとよいと思われる。

「株式会社11グループ」 デパート名 若鯨屋

提言者:11G 浅井 啓介

1. 現状

- 若鯨会会員は、名古屋商工会議所に所属する個人事業主および法人組織で50歳までの経営者、後継者で構成されている。
- 一部例外はあるが、各個人、会社毎に提携などは無い。

2. 提言内容

- 仕事の窓口として百貨店をイメージしたサイトを各グループで立上げる。
例えば、地下1階は食品関係、1階は化粧品、小物3階～6階は衣類、7階は住宅インテリア、エクステリア、おもちゃ売り場、10階はレストラン街、屋上はアミューズメント系でweb上で世間一般からの集客をグループ総出で考える。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 若鯨会の世間における認知度向上、各会社毎のアイデアが持ち寄られ、一人では、自社だけでは思いもしなかった事や踏み切れなかった挑戦に飛び込むきっかけを与えられる。切磋琢磨を生み、結果、積極参加も促進でき、プラス普段より近い存在であるグループの仲間のアドバイスも貰え、自身の会社を見つめ直す良い機会を得られる。
- 起業し立てのいわゆる直ぐ仕事に繋がりたい人も気兼ねなく、かつ、積極参加できる土壌となる。

「経営者保育園」

提言者:11G 浅井 啓介

1. 現状

- 積極的に事業の発展のために、あらゆることにチャレンジしている人もいるが、大半の人は経験が邪魔をし失敗を恐れ、思い切ったことにチャレンジできない場合がある。
- ブランディング委員会が立ち上がっている。

2. 提言内容

- 保育園児の様なあり得ない発想を口に出せるバーチャルな事業や例会、飲み会だって良いから活発に話せる場を設ける。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- そこから気づきが生まれ、新しい思考、物やサービス、価値が創造される。

「若鯨会ラジオステーション」

提言者:12G 濱田 英之

1. 現状

- 若鯨会の活動が外部広報されることがほとんどない。
(中部経済新聞に多少載る程度)
- 若鯨会は内輪の会であり、外部からは何をしているかわからない。
- グループ間、本会事業、研究会サークル活動の情報が密に交換されることで会員同士の情報共有も期待される。

2. 提言内容

- 新聞媒体などの他力ではなく、自力でPRできるツールや媒体を持つ。
(例えば、ラジオの番組枠を買う)
- ラジオ枠で委員会活動やグループ活動、会員の商品や仕事についてPRする。
(テレビだと金額と運用が大変であり、雑誌などでは紙面作成の負担が多い。)
- 30分番組を年間枠で購入。
- 1グループ~12グループまでのPR
各委員会事業のPR
社会貢献活動、地域経済活性化、地域活動への参加
会員募集・会員外が参加できるイベントの紹介
- ラジオ放送以外にもYoutube、FB、Instagramでのライブ発信で連携。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 若鯨会が会外に自ら広報する手法を手にするができる。
- 若鯨会の認知度が上がる。
- 若鯨会内での連携意識が向上し、情報共有も実現される。
- PRの機会は、自身の仕事にもつながる可能性もある。
(PR手法、技術、PRの仕方、知識の獲得)

「業界意見交換会の開催」

提言者:13G 住井 祐介

1. 現状

- 若鯨会は最大級の異業種交流団体ということで、製造業、不動産業、保険業、士業等の会員が在籍している
- 異業種経営者との交流は、自らの業界外の知見を得る意味で非常に意味があるが、逆に参考にならない(できない)事柄もある
- 他のグループの同業者に声を掛けたいが、委員会などで顔見知りになっていなければなかなか声を掛けにくい

2. 提言内容

• 業界別意見交換会の開催

• 業界例

- 建設業
- 不動産業
- 保険業
- 会計士
- 弁護士
- 食品
- 製造

• 開催案

- 1年に2回程度開催
- 幹事は持ち回り
- 会員の参加は任意
- 自らの業界以外の意見交換会への参加もOK

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 同業による意見交換により、より業界構造に適した得たい情報の獲得や抱える問題解決の一助になる
- 委員会・サークル以外でグループ会員意外とつながる機会となる
- より良い点を盗みあい、磨きあい、助け合うという循環が生まれる
- 自己研鑽や交流といった若鯨会の目的に合致し、会の魅力・価値の向上につながる

「若鯨寺子屋」

提言者:13G 住井 祐介

1. 現状

- 6.3% ←中小企業庁出典 10年企業生存率
- 0.3% ←同上 20年企業生存率
- **約94%**が10年以内に消滅する現実
- 経営に共通する基礎知識(イロハ)が認識されないまま起業している人が多い

2. 提言内容

- 会社の永続、雇用の確保、税収の確保を目的に、経営の初歩を伝え、支援する体制が必要
- 「若鯨寺子屋」の設置
- 講師例会のような一過性のもの(ライブ)ではなく、専門家による映像講習などの再現性のある普遍的な体制(共通教材)による教育が望ましい
- 同じ教材・教育を経た上で、会員同士が議論した方が効果的
- 「世話人」と呼ばれるサポート役を会内に選定・設置する

3. 実現によって向上する魅力・価値

- スタートアップ企業にとって、若鯨会が魅力的に映ると共に、健全な発展の一助となる
- 税制、資金繰り、銀行との付き合い方、労務、スピードの大切さ、経営の落とし穴など当たり前だけれどもなかなか教えてもらえない重要な点をカバーすることでスタートアップなどの危険時期(素人経営者の時期)を短くできる
- 若鯨会所属の経営者が基本的に備えている資質として、会員相互レベルの底上げが期待できる

「会員向けweb支援サービスの一本化」

提言者:13G 石原 慎二

1. 現状

- 会員向けのweb支援サービスとして公式webサイトやfacebook、デジタルハンドブック、30days等があるが、その他のツールは会員が個別に用意している。(例:調整さん・dropbox・LINE・メール)
- イベントの告知や出欠、勧誘、リマインドも個別に行っており双方の利便性に欠ける。
- 昨今ではスマホをメインツールとした受動的な情報収集が主流であり、会員に負担を掛けず円滑なコミュニケーションや情報収集の助けとなるシステムが必要である。

2. 提言内容

- 若鯨会活動のweb支援サービスを網羅したアプリの制作。
- webサイト上でサービスや外部リンクを一括管理しポータルアプリ上でも操作できるものとする。
- サービス例)会員名簿、グループ紹介、スケジュールやリマインド、to do管理、プロジェクト進捗管理、例会や事業の出欠、広報記事の投稿、ファイルや動画のアップロード、サークル同好会紹介、メッセージャー、オンライン会議、SNS等。
- オリエン会員や入会希望者も機能制限付きで使用でき、双方のマッチングをフォローする。
- 朝起きた時と夜寝る前はとりあえずこのアプリを見る、というような利便性。若鯨活動に欠かせない存在を目指す。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 連帯交流の促進。
- 会員の負担軽減。
- コミュニケーションと情報共有が円滑になり更なる連帯交流が見込める。
- リマインドを集約する事で若鯨活動の幅が広がる。
- 間接的なアプローチで参加率を高める。
- 機能的なweb支援で質の高い活動を行う。

「若鯨ハラスメント110番」

提言者:13G 石原 慎二

1. 現状

- 様々なハラスメントが問題視される現代社会において、若鯨会内でもコンプライアンスの見直しが必要になっている。
- 酒の席だから、旧知の仲だからという理由では看過できない事案も少なからずある。
- また、若鯨活動における個人への負担もハラスメントのひとつと言えるかもしれない。
- 誰にも相談できず長期間苦しい若鯨活動を強いられていたり、退会を考える会員がいるかもしれない。
- 健全な若鯨活動の為には相談できる部署が必要。

2. 提言内容

- 対策委員会は女性を中心とした組織づくりを行う。
- 平時は勉強会を行いハラスメントに対する意識向上を行う。
- 女性の活躍を支援するというサブテーマも設ける。
- 公式webサイトの問い合わせフォームから匿名でも相談可能で、委員会にて内容を精査する。
- 対象者にはヒアリングを行い再発防止を促し、再犯においては処罰も検討する。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 連帯交流の促進。
- 委員会活動の活性化。

「若鯨スタートダッシュ&カムバック応援パック」

提言者:13G 石原 慎二

1. 現状

- 入会から数年間は参加率が低かったり休眠期間がある会員が多い。
- 特に年齢的に社業が忙しく、グループでの縦の交友関係構築が難しいケースも見受けられる。
- 会員の高齢化が問題になっており、若手が参加しやすい仕組み作りが必要である。
- また一度疎遠になると復帰を促すグループリーダーへの負担にもなり、そのままフェードアウトする場合もある。
- 幽霊会員も各グループの抱える問題であり、復帰するきっかけ作りが必要である。

2. 提言内容

- スタートダッシュパック…入会から3年が勝負所と捉え、交友関係が広がる機会を設ける。委員会へのサブメンバー出向、メンター制、グループ内での小グループ制等、新入会員がある程度は受け身であっても交友が広がる機会を作る。また、新入会員にスポットが当たるよう新人王やwebサイトでの紹介ページを設ける。
- カムバック応援パック…グループリーダーに一任せずグループ全体の問題として捉える。幽霊会員が多いグループは新入会員の勧誘で優先順位が低くなる等。疎遠になっている会員が新たな交友関係を築くハードルを下げる。半期の委員会、カムバック研修等。参加ゼロだと会費が上がる等のやり方も必要。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 連帯交流の促進。
- グループの負担減。

「若鯨会就活フェア開催について」

提言者:13G 田中 剛

1. 現状

- 各会員企業がそれぞれ個々に採用をしている。

2. 提言内容

- 若鯨会会員のみで合同企業就活フェアを開催。
若鯨会の取り組みとして採用をし、雇用を増やし地域貢献をおこなう。
対象)大学生・大学院院生・短大・専門[全学部・全学科]など
会場)センチュリーホールクラスの会場
出店企業)100社(会員に限る)
毎年開催)1回
会社の社長さんや先輩が対応、社長が自ら参加し、直接お話が聞けるチャンス。
勧誘なし、アットホームな雰囲気、社長や先輩が相談に乗ってくれます。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 雇用を増やし地域貢献をおこなう。
- 若鯨会としての取り組みを報道機関に取材してもらい、対外に知名度、認知度を上げ、アピールできる。

「その他」個人提言

- ① 新入会員同期会とサークル・研究会の合同会の実行
- ② 若鯨会内の連帯交流の活性化
- ③ 若鯨CAFÉ 運営
- ④ 広告を利用した若鯨会の発信
- ⑤ マスコットキャラクターを活用したブランディング
- ⑥ 大学へ出張授業
- ⑦ ネガティブ発言禁止飲み会
- ⑧ 若鯨会と日本の存続
- ⑨ 外国人経営者対応
- ⑩ 喫緊の課題に向き合う研究会の新設について

「新入会員同期会とサークル・研究会の合同会の実行」

提言者:1G 小島 智史

1. 現状

◆以前は、フォローアップ研修や新入会員交流会でサークル・研究会のPR時間が設けられるなど、新入会員向けのサークル・研究会の勧誘活動が定期的に行われていたが、近年、当該PRの機会が削られがちである。また、上記のところで一定のPRの機会が設けられたとしても、新入会員のグループ決めや新入会員同士の交流が優先されるために、結局サークル・研究会にとっては十分なPRの機会とならないことも多いと考えられる。

さらに、コロナ禍の影響で、サークル・研究会の活動自体も停止・縮小を余儀なくされていたことで、より新入会員にPRする機会が減っており、サークル・研究会の参加者の減少のみならず、存続の危機が生じている。

→改めて新入会員に向けて、サークル・研究会の参加を促すための何らかの取り組みが必要ではないか。

→フォローアップ研修や新入会員交流会では十分なPRを行うことが難しいとすれば、翌年以降に新入会員が集まる同期会等において、サークル・研究会のPRの機会を設けてはどうか。

2. 提言内容

・同期会とサークル・研究会の合同開催

・同期会の際に、サークル・研究会のPRタイムを設ける。あるいはサークル・研究会の活動に、新入会員が同期会の一環として参加したり、サークル・研究会と合同しての同期会の開催を検討する。

(例)

①球技系サークルと合同して、球技大会を同期会として開催する。

②ものづくり研究会と合同で、ものづくり体験を同期会として開催する。

③外国語系サークル・研究会と合同で、異文化コミュニケーション体験を同期会として開催する等)

・サークル・研究会リーダーによるLINEグループを作り、そこに同期会幹事も入って、同期会とサークル・研究会との合同企画の検討を容易に行えるようにする。

3. 実現によって向上する魅力・価値

①サークル・研究会への新入会員の参加を促すことで、サークル・研究会の活動が活性化し、会員間の交流を深めることができる。

②新入会員にとっても、サークル・研究会に参加する機会が得られることで、新たな交流・研鑽の機会が得られる。

③新入会員の同期会とサークル・研究会が合同で企画を行うことで、同期会幹事が開催内容のサポートを得ることができ、同期会を開催しやすくなる。また、開催内容を検討しやすくなる。

「若鯨会内の連帯交流の活性化」

提言者: 2G 谷川 元康

1. 現状

- 各グループが月1回の例会を主に活動している。
- 全体事業はあるが、参加しても(グループを超えて特に新人等)なかなか他のグループとの接点の持ち方・きっかけがない。
- サークル活動は別としてスポーツを通じた企画・事業等がない。
- 仕事をしているとなかなか運動する機会が取れない人も多い。

2. 提言内容

- 年一、数年に一度スポーツを通じて一日でのグループ対抗の大会を行う。(グループ対抗)競技を行い、グループで得点を競うイベント。
- 運動会・フットサル大会・ボウリング大会・ソフトボール大会等。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- グループ内でスポーツを通じより結束が固まり(一体感)、コミュニケーションが取りやすくなる。
- 違う形での他グループとの交流も図れ交流のきっかけとなる。
- リフレッシュできる。
- 運動不足の解消となる。
- 年齢・職業を超えて楽しむことができる。

「若鯨CAFÉ 運営」

提言者: 9G 平野 朋和

1. 現状

- 若鯨会は交流の場であり懇親の場である。
- 委員会・幹事会・例会が開催できる地所が固定していない。

2. 提言内容

- CAFÉ運営。(年会費から充当する)
- CAFÉやスタッフ会議・委員会・例会が開催できるようなレンタルオフィスを併設しお得に提供する。
- 若鯨会員にメリットがある運営とする。
- 若鯨外(学生等)が利用できるような内装デザインやオフィスデザインを採用する。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 会員がCAFÉを安く利用できる。
- 利用前後に利用者同士顔合わせグループを超えた交流ができる。
- 会員外と交流する事で若鯨会の活動理解をより深め、若鯨会のブランド力を高める。
- 幹事会・委員会・会議等の仕様料を削減できる。

「広告を利用した若鯨会の発信」

提言者:10G 水野 善仁

1. 現状

- 若鯨会をより多くの人に知ってもらい、新入会員獲得に活かしたいが、現状は多くの人に知られているとは言い難い。
- 名前は知っていても何をしている団体なのか、他の団体と何が違うのかが伝わっていない。
- 定期的に掲載しているのは名古屋商工会議の会報誌のみ（年6回、1ページずつ）で、目に留まる回数も情報量も少ない。名古屋商工会議所の会員しか目にしない。
- 新聞に記事として掲載されることもあるが、不定期なので効果が限定的。
- ネット広告も利用していないので、ネット世代の若い経営者の目に留まる機会が少ない。

2. 提言内容

- 定期的に広告を掲載。
- 幅広い媒体を利用する。（新聞、ネット、名古屋商工会議所会報誌の折り込みチラシなど）
- 名古屋商工会議所の会員募集方法を確認して、可能なら若鯨会の名前も共載してもらう。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 若鯨会の活動を多くの人に知ってもらい、将来の会員獲得につなげる。
- 会員獲得に繋がらなくとも、若鯨会の活動を理解してもらい共感してもらうことができる。（ブランディング）

「マスコットキャラクターを活用したブランディング」

提言者:10G 松野下 知孝

1. 現状

- ・ 若鯨会のことを現状多くの人に知られているとは言い難い。

2. 提言内容

若鯨会のマスコットキャラクターを作る。

(現状のシャチにもっと生命を宿らすイメージ)



活用・看板・広告・着ぐるみなど幅広く利用していく。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- ・ キャラクターの持つ大衆性を活用して多くの人を引き付け若鯨会を知ってもらえる。
- ・ 膨大な情報の中でも目印になるキャラクターは、若鯨会へ勧誘する際の入り口としても機能する。
- ・ キャラクターを多くの人に知ってもらい、将来の会員獲得につなげる。

「大学への出張授業」

提言者:11G 衛藤 寛啓

1. 現状

- 若鯨会の継続的な発展には、若手会員の継続的な入会が必要であるが、「若手」をターゲットとしたアプローチがあまり行われていない。
- 他の団体では、大学等に出張して授業を行い、大学生に対して社会に出たときに役立つ知識を伝え、さらには、団体の存在を認知してもらう活動をしている団体がある。
- 【例1】印刷団体 → 市内の大学にて印刷の歴史や印刷ビジネスについて年間講座(?)を実施。
【例2】弁理士会 → 名市大で1年間(前期・後期)の知的財産講座を毎年実施。
- 若鯨会には多種多様な業種の会社があり、学生にとって非常に有益な情報を提供できるにもかかわらず、それが活かされていない。

2. 提言内容

<ステップ1>

- 渉外委員会などが、会員から講師を募り、市内大学などに出張授業を提案する。
- 授業の内容は、若鯨会員が講師となって、例えば、自社ビジネスの内容、人・モノ・金の流れ(商流)、そのビジネスの魅力、未来などについて30分程度で紹介する。質疑応答も行う。これを1コマ(90分)で3つ行い、合計3コマ(全9業種)くらい行うのが一案。(もちろん、ニーズがあるならば、もっと増やせばよい)
- 最初は、もっと手軽に15分×6つで1コマのみという形で用意するのもアリ。

<ステップ2>

- 半期分のコンテンツ(講師陣)を用意でき、大学側としてもそれを受け入れ可能であるならば、定期講座として継続的に実施できるとよい。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 大学側は、学生に対して社会の最前線で活躍している経営者の話を聞ける場を設けることについて、かなり前向きであると予想される。
- 一方、若鯨会側は、社会貢献を通じて若鯨会の存在を学生に知ってもらえ、さらには自社業界や会社のアピールにもなってリクルート活動の一環にもなる。
- このような社会貢献活動をしていることが、若鯨会の外の人からみて、若鯨会の魅力としてとらえてもらえる可能性が大いにあるように思う。

「ネガティブ発言禁止飲み会」

提言者:11G 浅井 啓介

1. 現状

- 各グループ毎、原則毎月の例会や本会事業、準備の為の委員会活動やサークル、研究会活動において例会と飲み会、会議と飲み会、サークル、研究会活動と飲み会、そんな形で動いている。

2. 提言内容

- どの活動にもその後の懇親会、飲み会がほぼ漏れなく付いてくるが、その宴席の終わりにネガティブワード発言発表会をし、発言者狩りを行う。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- ポイント制などにする事により、年間最多ネガティブ発言や度合を示すネガティブホームランの数など競い、発表し合う事によって自分も含め人の悪口などを言わなくなる方向となり、いつの間にか良い人になっていき、その輪が広がり世界平和へと繋がる。そのうちポジティブ発言奨励飲み会も行われる様になり、会員全員が何事においても前向きな発言や思考となる。

「若鯨会と日本の存続」

提言者:11G 浅井 啓介

1. 現状

- 今のところ若鯨会会員数は500人程度で推移している。
- 地方を始め主要都市であっても人手不足のため、外国人やロボットの導入などが進められている。
- 世間一般的に晩婚化や子供を持たない人も増えているが、若鯨会会員も同様と言える状況である。

2. 提言内容

- お節介や迷惑と捉えない希望者だけでも会員の未婚情報を登録する。
- 若鯨会のイベントとして独身者の懇親会を開く。
- 経営者街コンを企画し、若鯨会内、他団体、一般紙面等に広報する。

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 事業継承者が居ない為、社業の継続ができない会社の存続の可能性がひらける。
- 経営者、後継者問題、未来の担い手を繋げられる。
- 守る者ができると社業の未来への可能性に投資もする事ができ、攻めた経営に繋がる。
- 一定数の子供ができる可能性が上がる。人口が増え国力に寄与できる。
- 他団体や一般の人、会社とも繋がりができ、若鯨会への入会や社会における認知度が上がる。

「外国人経営者対応」

提言者:13G 住井 祐介

1. 現状

- 今後外国人の流入・受け入れにより外国人経営者が増えることが想定されるが、若鯨会のホームページや問合せ窓口は外国語対応になっていない

2. 提言内容

- 外国語(英語・中国語・ベトナム語)等に対応したHPや問合せ窓口を設ける

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 外国人経営者の会への参画や受け入れの基盤となる
- 未来における経営環境を展望するならば、遠からず必要となる 現会員企業の海外進出や外国人人材の確保など、会に外国人経営者が増えることでの相乗効果も期待できる

「喫緊の課題に向き合う研究会の新設について」

提言者:14G 石川 和寛

1. 現状

- 若鯨会にはいくつかの研究会・サークルがありますが、社会環境の変化に合わせ、喫緊の課題に対処すべく学びを深める研究会・サークルはありません

2. 提言内容

- 今まさに我々中小企業経営者が向き合うべき問題に対し、しっかりと知識を学べるような研究会を発足させます

3. 実現によって向上する魅力・価値

- 補助金や助成金等をはじめ、様々なテーマで名商とも連携し学ぶ機会を設けることで、さらに会員益が向上します
- 運営方法を工夫することにより、会員にリーダーやプロジェクトリーダーといった経験をする機会を創出できます
- 会員の課題を創造し、ディスカッションを重ねることで、コミュニケーションが活発になり新たな交流の場となります
- 非会員にもオープンな場を設けることで、研究会をきっかけに若鯨会を知る機会にもなります



あとがき

名古屋商工会議所 若鯨会
令和4年度 組織ブランディング委員会
副代表幹事 柘植 一憲

この提言書は、40周年組織ブランディング委員会が、未来の若鯨会に向けて、「より魅力的な会」になるためのアイデア集として、未来の若鯨会を担う会員のための提言です。グループリーダーには無理を言って、委員の選出に出来るだけ幹事会経験メンバーをお願いしたからこそ、若鯨愛のあるメンバーが集まり、ここまでのものが仕上がったと実感しております。主旨・目的をどこに置くのか、何のために、誰のために、何を議論するのかに一番多くの時間を費やしました。現状・問題点・提言内容・向上する魅力などを、細部にわたり議論を重ねることで、多くの気づきと学びがありました。これもひとえに田中委員長の活動方針「応援のチカラ」が委員会メンバーに伝わり、同じ方向を向いて活動できたからだと感じます。

時間をかけ丁寧に議論した委員会提言の5つは、近い将来の若鯨会のあるべき姿を想像し、時流に即したものになると自信を持って提案いたします。私もこのタイミングで次年度代表幹事という役を拝命しました。次年度に引継ぎを行い、実現可能なものは取り入れ、次世代にバトンをつなげてまいります。

この提言書を通じて、若鯨会会員の皆様が、相互啓発をはかるとともに、連帯交流をすすめつつ企業の持続的発展、ひいては地域経済の活力維持に寄与し、伝統と格式ある若鯨会がより誇れる団体であるための一助になれば幸いです。

最後に、この提言書の機会をいただきました伊藤代表幹事に、そして、多くの時間を費やしていただきました委員会の皆様、関係いただいたすべての皆様に改めて感謝申し上げます。

若鯨未来創造会議 提言書

発行日：令和5年2月2日

制作者：40周年組織ブランディング委員会

発行者：名古屋商工会議所 若鯨会



WAKASHACHI-KAI