

第 55 回総会・懇親会の総括

高 44 回実行委員会 (袖山)

1. 44 ミーティング、幹事会への出席、総会懇親会および会報関連の会議・打ち合わせ

月 日	実行委員 44 回生の活動	東京同窓会としての活動
2021.03.20	プレ MTG (zoom)	
2021.04.10	MTG (zoom)	
2021.06.12		東京同窓会 総会・懇親会
2021.08.01		43→44 引継ぎ会(zoom)
2021.08.28		代表幹事会(zoom)
2021.09.23	MTG (zoom)	
2021.09.25		合同幹事会(zoom)
2021.11.13	MTG (zoom)	
2021.11.27		合同幹事会(zoom)
2021.12.18	MTG (zoom)	
2022.01.10	松本との合同 MTG (zoom)	
2022.01.15		総会懇親会・広報合同 kick off 会議
2022.01.22		代表幹事会(zoom)
2022.02.05		会報あがた 打ち合わせ
2022.02.12	[会報あがた関連] 寄稿・広告掲載依頼文書発送準備	
2022.02.21	[会報あがた関連] オンライン対談(松本会場・zoom)	
2022.03.09	[総会懇親会関連] 仁(麴町)へ相談、打ち合わせ	
2022.03.26		合同幹事会(zoom)
2022.05.05	松本メンバーとの打ち合わせ	
2022.05.08	[会報あがた関連] 寄稿・広告掲載お礼状発送準備	
2022.05.28		合同幹事会(zoom)
2022.05.29		アルカディア市ヶ谷 打ち合わせ
2022.06.05	MTG 事前最終確認(zoom)	
2022.06.07	アルカディア市ヶ谷 PC接続確認	
2022.06.10	アルカディア市ヶ谷 備品搬入、	

(資料 1-2)

	最終確認	
2022.06.11		東京同窓会 総会・懇親会
2022.08.07		44 回生→45 回生引継ぎ会

2. 課題・反省点、良かった点（ざっくりばらんに感想も含め）

【全体を通して】

2.0 テーマ設定

『紡ぐ ～前へ Society 44』

- 会報の構成・特集
- 懇親会の企画
- テーマ設定は、回期(44 回生)の特徴をどう表現するか検討・企画するためのファーストステップであり、各事案の検討や活動の基軸となった。

2.1 同期の動員について

①活動への賛同者確保が課題

- 2021 年 3 月、近い仲間で情報共有のための Zoom ミーティングをスタート。4 月に LINE グループで実行委員メンバーを構成(約 10 名)、その時点でコアメンバー4 名。
- 最終的には 6~7 名のメンバーで 6 月の同窓会当日まで活動を進めてきた。

②準備期間の見直し、役割分担とその負担の偏り(2.4 とも関連)

- 実質的な活動スタートとなる kick off MTG 以前の活動メンバー集め、的確な役割分担 (MTG 以降は会報制作活動が非常にタイトなスケジュールであり、この時期に体制が整っているかがキー)。または MTG 時期を年末に繰り上げ、準備期間の確保を再考する必要あり。
- 対面で会うことができず、会議・打ち合わせは zoom にて行った。メールでの伝達にも限界があることを痛感。

2.2 同窓会に対する認識、イメージ

①東京同窓会の実態、活動への理解

- 卒業後はじめて高校同窓会の存在を知る人も多い。実際、総会懇親会に出席した者でないとその現場感が伝わりにくい。同窓会組織への共感を持てる人は少ないと感じる。

②東京同窓会の活動、運営費

- 年会費や寄付の使途・目的への受け止め、行動感覚
- 若年層の同窓会への参加には、その点で参加することの意義や得られるものなどを可視化していかなければならないと感じる。

2.3 先輩とのネットワーク

①歴代実行委員長ほか広報担当としてメインに関わっていた先輩方との相談(2.4 とも関連)

- 総会指導委員長や幹事へ意見をあげる前に、少し相談できる立場の方がいると心強いと感じた。例えば、総会指導委員長と実行委員の間をつなぐ中間的な世代(近い代の先輩)が聞き手となり、アドバイスできるような相談窓口的な役割。

②6年委員会の活動と併行した実行委員の交流機能

- 過去10年程の実行委員長や実行委員の経験のフィードバック、また体験談を聞ける場を設けるなど、横断的なサポート構築が必要。

2.4 幹事への企画提案と準備期間の確保

①kick off MTG と幹事会までの期間の見直しの必要性(2.1とも関連)

- 2022年はkick off MTGが1月中旬開催、その1週間後に幹事会というスケジュール
- 今回のようなコロナ禍においてリアル開催が可能かどうかの判断もつけられない状況で、その期が(会報、懇親会で)どのようなことをやりたいかという方針を同期間で落とし込めないまま幹事会にかけられる流れ、仕組みは、今年に限らず、今後も見直すべき点だと考える。
- 会報のあり方やその期が表現したい内容(テーマに沿った特集など)を幅広く考え、発想を広げる、創意工夫を考えるような期間があってもよかったと感じる。

②中間的立場からの総会指導委員(アドバイザー)の存在 (2.3とも関連)

- 実行委員企画を幹事会へ諮れるようにする時間的猶予
- 各委員長の方と実行委員との十分な意見交換の場
- 総会指導委員長とともにサブ的な立場から助言をいただける総会指導委員(6~10年程度の近い年代の先輩)が常にいると話がしやすいのではと感じることも多くあった。

2.5 松本との連携

①母校愛のリレーの寄付活動、企画との連携

- 今年は母校愛のリレーが秋へ延期に決まったことから、東京での同窓会活動が先行。

②東京同窓会 懇親会企画との連携

- Zoomで松本とつなぎ、当日は母校愛のリレー実行委員長をはじめ、松本のメンバーが10名程参加し、東京同窓会懇親会の企画コーナーとして約10分のzoom交流の場を設けた。

2.6 松本からの来賓

①来賓ご挨拶への対応

- 今年は松本同窓会の総会(前週6/4)は開催されるものの懇親会は中止と決まったため、東京同窓会への来賓ご招待は行わなかった。上京できない代替案として、同窓会長および新校長からのご挨拶を、当日オンライン zoom でつなげる案、あるいは事前に収録をして当日放映する案について、松本メンバーと連絡を取り合い現地での対応可能かヒアリングを行った。6月11日の同窓会館会議室を一時的にまず押さえ、借りる場合の現地人員対応、あるいは事前収録に必要な機材や技術面での人員確保について検討。

(資料 1-2)

□上記を考慮した結果、実行委員の人員では対応が限られることから、TV 松本に外部委託し、事前に同窓会長、学校長両名の挨拶、懇談のビデオメッセージを制作。

コロナ禍で東京と松本とを行き来することが憚られる時期であったこと、リアル会場とオンライン両面で企画を詰める過程において人員が足りなかったこと、状況に応じたイレギュラーな対応が求められたこと、現地松本での同期メンバーほか近い世代での先輩後輩へのヒアリングをかけながら技術的に協力いただける人員確保など、課題の大きい事案であった。

2.7 実行委員管理の備品の扱いについて

①保管場所

□今期まで、校旗、たすき等備品類はすべて、43 回濱田さんのお店にて保管。住宅事情や、次期活動への引き渡しのしやすさなどを考えると、その保管場所(トランクルーム等)を東京同窓会としても検討していただきたい。

2.8 引継ぎ、フィードバック

①データ管理

□リアル開催としては直近の第 52 回時の資料一式を参考としたが、膨大なファイルのなかで、ロードマップ的のどの時期にこの資料をチェックする、というような引継ぎ時の説明、アドバイスがあればよかったと感じる。

②広告掲載リストと依頼方法<2.13 とも関連>

□毎年掲載いただいている固定部分の方には、年末頃に予め幹事会から依頼状を発出し、事前確認を行い内諾の方々のリスト化を要望(実行委員がスムーズにスタートできる)。
□年次ごとにゼロスタートでは、1 月中旬の kick off MTG からの期間ではタイトすぎる。

③会報「あがた」への意見・感想の把握

□例年、それぞれの期ごとに特徴ある紙面構成となる会報であるが、その内容に対する読者からの感想や反応など年次ごとに整理されていると、その年の広報の企画などに役立てられると感じる(広報委員としてもそのデータ集積と分析はあっても良いのでは)。

④総会・懇親会アンケートの集計および考察の必要性

□こちらについても、毎年参加者からいただいているアンケートをきちんと集計し、課題の洗い出しまでされていると、その年の企画内容などに反映することができる。

【総会・懇親会】

2.9 同窓会懇親会への参加呼びかけ

①およそ 1 年間、同期へ呼びかけるも反応は薄く、出席人員は 6 名(前日 1 名キャンセル)。

②他の期への呼びかけ、松本同期への呼びかけ

□アルカディアを例年の半分の収容人数に設定していたため、様子を見ながら行った。

③若年層の参加促進

- 濱田さんを中心に、卒業後間もない 73 回生、大学生へ参加の呼びかけを行っていただいた(当日参加 12 名)。とはいえ今年は 47 回生～72 回生の参加がゼロという状況。

④若年層が参加しやすい、参加したくなる会とするための参加促進策

- 若年層の掘り起こし、開拓(かねてからの課題)。新たな企画検討などにより懇親会の継続・継承、革新。6 年委員会の位置づけ、活動の復活に活路を見出してほしい。

2.10 企画検討プロセス

①検討経緯

- kick off MTG までには企画方針、テーマ『紡ぐ ～前へ』を確定させ、幹事会へ向けて準備したが、互いに意見を出し合う場が限られ、主に LINE でのやり取りであった。企画プログラムは直前 1 ヶ月でなんとかカタチに。

②アトラクション企画に重きを置かない方針へー 会報のコンテンツとの共有・つながり(2.12 とも関連)

- 企画検討段階に入ろうとする時期、リアル開催できるかどうか、できたとしても過去のような盛大な(派手な)アトラクションはできないだろうというのが実行委員間の共通認識であった。今年の懇親会企画内容を詰めるにあたり、催し(アトラクション)に関してはコロナ禍で制限されることも考慮しながらの検討(接触機会の多いもの、声に出すもの等は NG)。
- まず会報の特集ページを立案。100 周年を目前とした前年号という貴重な時期に 44 回生がその編集に携われることから、文字(活字)として 44 回生のレガシーを残そうと考えた。「静」なる発信、情報媒体としての会報のあり方を見直したい、自分たちのカラー(特色)を表現できるのではと考えた。
- 44 回生の在校時の思い出と関わりの高い「サッカー」。今期から松本山雅にテクニカルダイレクターとして就任した下條さん、そして元サッカー部顧問であった松田先生(教員として縣陵にいらした時期と 44 回生とは、まさに恩師の関係)との対談依頼準備、2 月 21 日実施。縣陵の伝統であるサッカーを話題に、サッカー部 OB で且つサッカー界でそれぞれ活躍してきたお二方を紡げるのは今しかないベストタイミングであった。
- この対談の模様を懇親会でも動画で流せるよう、Zoom 録画を記録として残し、懇親会企画として活用できるように備えた。

③寄付への関心向上、寄付しやすい記念品制作

- 寄付金つき記念品の販売を企画。44 回生オリジナルロゴをプリントしたトートバッグを制作(納期:約 2 週間)、原価プラス α の金額で販売、その一部を東京同窓会の活動・運営費に充てる仕組みとした。
- 少額からでも気軽に寄付行動に結びつく取り組みでもあり、無理のない範囲での寄付行動を促すことにより、今年の記念品も手に入れることができる、何かしらの形で寄付できた、役に立てたと思ってもらえることを狙いとした。
- 販売計画の作成(価格設定、寄付達成ラインの設定...別紙参照)、ほぼ完売の見通し

(資料 1-2)

- 後日販売分については、受け渡し・発送方法、送料、振込方法について適宜対応
- みそぱん(日新堂製菓 44 回生中山氏)の協力と同期の連帯感創出

2.11 当日の体制、運営オペレーション

①迎え入れる側の準備

- チラシ(会報との同封物)作成の工夫点
- コロナ対策(記入用紙、当日掲示物等による注意喚起、安心して楽しんでいただくもてなし)

②実行委員へのサポート体制

- 限られた人員のなか、重要なポジション(受付)には実行委員が就く体制にしたが、参加者数およそ 90 名に対してやはり人員不足感は否めなかった。同期だけではすべての役割、ポジションに配置することができなかった(当日実行委員 5 名)。
- 当日は受付をはじめ年会費・寄付金ブース、記念品販売、ビデオカメラ撮影、カメラ撮影、Zoom 操作担当など、様々な役割を先輩方、後輩からサポートいただいた。

③実行委員の当日の運営体制

～ 実行委員の当日の感想を伺いたと思います ～

【会報あがたの制作】

2.12 紙面構成の再構築

①ページ数の増加(12 ページから 16 ページ構成へ)

- Kick off MTG 時に提示された 12 ページ案を幹事会にかけたが、実際、紙面構成を考えたときにその収まり具合のイメージがなかなか合致せず(12 ページでは今号の特徴を出しづらかった)、改めて実行委員案として、その追加部分の説明を付した 16 ページ案を提示した。回期によってどのようなテーマでどのような会報にしたいか、何を伝えたいかということ考えた結果であった。

②トップページの訴求力

- 読み手に興味、関心を持ってもらえる表紙づくり。特集ページなど紙面構成の見出し(目次)を新たに挿入。

③コンテンツの充実ー テーマとの関連(2.10 とも関連)

- 特集「スペシャル対談」、44 回生では在校当時サッカー部が活躍していた時代であった。
- 松本山雅に今期から縣陵 OB の下條氏がテクニカルダイレクターに就任したことの話題性もあり、元サッカー部顧問の松田先生との対談形式で記事をつくる方向性を掲げた。45 回生のサッカー部 OB を通じて日時調整、当日は松本会場(同窓会館)とキャンプ先である鹿児島とを Zoom でつなぐオンライン対談形式で行った。同窓会館の機材セッティングには松本の 44 回生 4 名の協力を得ることができた。
- インタビュー記事:会報本体 3,600 字、その価値を損なうことなく読者へ伝えたいとの思いから、別刷りを作成した(カラーA3 両面二つ折り、仕上がり A4)。

- また、寄稿者については『紡ぐ』を意識した、多世代からの寄稿を目指した。高校 1 桁卒世代の方から、10、20、30、40、50、60、70 回生代すべての代の方々からの構成を実現できた。多世代の寄稿文が掲載されることにより、若年層が近い年代の同窓生の寄稿を目にし、身近に感じたり同窓会への関心が少しでも高まればという思いもあった。

2.13 広告掲載リストの作成

①リストアップ

- kick off MTG 後、前年の実績から今年の見込みと目標額をまずリスト化。
- 今号は、ページ数増加に伴い、従来広告掲載をしてくださる方々プラス、掲載見込みを試算。広告掲載依頼をさらに過去数年に遡って協力依頼できそうな方のピックアップ、また個人的に交流のある先輩への個別依頼などを行った(ページ数増加による寄稿者への依頼と併行して、広告掲載でも追加必要数の確保を見込むことができたため、併行してページ構成変更案を即時作成)。
- 広告掲載者リストアップ、リスト作成→ 各人への打診のメールまたは電話→ 内諾をいただく→ 依頼文の送付という流れ。

次期の掲載協力は難しい、今期までという要望や、3 年分をまとめて納入済という方々もいるので、その点において引継ぎはしっかり行う必要がある。

②広告掲載リスト作成と依頼方法(再掲 2.8 とも関連)

- kick off MTG から広告掲載者リストアップ、そして内諾者への依頼文発送までの期間は 3 週間。発送作業の人員確保、体制づくりが重要。
- 今期は、お声掛けするためにピックアップした数と実際の内諾数とがほとんど差がなかったため(内諾までしていたが途中辞退は 1 件のみ)、目標額 66 万円は比較的滞りなく確約が取れた。

③44 回生同期からの広告掲載

- 今号では 6 社からご協力をいただいた(9 万円+実行委員 3 万円=計 12 万円)。
- また、回期実行委員広告については、通例で 3 万円の枠だということで 44 回生実行委員会でもそのように対応したが、来期以降、4 年先まで広告費を捻出できるほど同期の寄付が集められるかどうかは不透明(松本では母校愛のリレーと 100 周年に絡めた寄付依頼を現在行っている)。実際、実行委員の間でもその動きや呼びかけについては今後の課題。

以上