

同友ひろしま

No. 522

2026.1.20



発行

一般社団法人
広島県中小企業家同友会

広島市中区中町8-18 広島クリスタルプラザ8F
TEL (082) 241-6006 FAX (082) 241-6007
E-mail: info@hiroshima.doyu.jp

編集責任者・広報部長 小谷 伸子



広島同友会ホームページ



今年も『労使見解』の精神で、良い会社・良い経営者・良い経営環境づくりを進めていきましょう！
代表理事 左から 岡崎瑞穂氏、栗屋充博氏、立石克昭氏

P2～P3・勉強会「中小企業を取り巻く情勢」

北海学園大学経済学部 教授 大貝健二氏

P4・役員研修大学 第三講「経営指針成文化と企業変革支援プログラムの活用」

中同協経営労働副委員長 玄地学氏（東洋産業㈱/宮城同友会 代表理事）

P5・役員研修大学 第四講「採用と共育で強靱な会社づくり」

中同協社員教育副委員長 明石耕作氏（㈱トヨコン/愛知同友会 副代表理事）

P6・ひろしま地域企業発見！ジョブサミット

P7・広島東支部仲間づくり例会第2分科会

加藤至心堂 加藤健太郎氏（広島東支部）

P8・青全交in香川／青年部中国ブロック交流会

P9・新会員のご紹介／県理事会報告

P10・47匹の猫を探せ！ カメレオンワークス／ええもん揃ってます！ 尾道観光土産品（協組）／ベスト15

【今年度のスローガン】

Human First!

～新時代へ挑戦～

1月1日現在の会員数 3,000名

第7回県理事会 学習会（12/15開催）

中小企業を取り巻く情勢

講師：北海学園大学 経済学部 地域経済学科 教授 大貝健二氏

■中小企業を取り巻く情勢

中小企業と大企業の格差がコロナ禍以降かなり拡大しています。大企業は経常利益を大きく伸ばしている一方、中小企業はコロナ前とほぼ同水準にとどまっています。大企業は円安や物価高による原材料費・コスト上昇分をいち早く価格転嫁できていますが、中小企業では価格転嫁が容易ではないことがわかります。

経済産業省の調査結果を見ると、中小企業の価格転嫁は年々進んではいますが、100%価格転嫁ができていない企業は4分の1にすぎず、1～3割程度しかできていない・全くできていない企業も相当数存在しており、中小企業の中でも価格転嫁ができていない企業とできていない企業とで二極化が進んでいます。



中小企業の景況感が改善しない理由として、仕入単価の上昇分を販売単価の上昇分でカバーできていないことが考えられます。コロナ禍以降、仕入単価の上昇が一気に進み、高止まりして推移していく中で、販売単価が低水準で足踏みしており、仕入単価の上昇分を補いきれず企業の利益が圧縮され、結果として採算が合わないことや、景況感が上向かないと捉えています。

人手不足も深刻で、ほぼ全業種で基本的に人が足りていない状況です。大手企業は賃上げをしながら、採用を早期化し、いち早く新卒を確保する動きも出ています。そのため、中小企業が採用活動を始めるころには学生の就職先が決まっており、人が確保できない状況をつくっています。

2024年には倒産件数が1万件を超え、休廃業・解散は6万件を超えました。コロナ緊急融資の返済開始による倒産件数の増加、経営者が高齢化し事業承継が進まない中で、余力があるうちに会社を畳む動きも強くなっています。そのため、M&Aも増えていますが、東京の企業が地方の企業を吸収する動きが強く、地域に根差した中小企業という観点が損なわれています。

こうした状況は、安倍政権下で語られてきた、中小企業淘汰論が進んできているとも見えます。中小企業は、日本の企業数の99.7%を占めているにもかかわらず、中小企業政策の体をなしていないのではないかと考えています。

■中小企業政策の動向

中小企業政策は中小企業庁が展開しているものの、経済産業省の外局であるために経済産業政策に拠るところが大きいと考えています。政策の基本的枠組みは1999年の中小企業基本法改正に基づいており、1963年制定の旧基本法とは性格が真逆のものになっています。63年基本法が「大企業と中小企業の格差是正」や「中小企業全体の底上げ」を目的としていたのに対し、99年基本法へ改正以降は、競争力の持てる中小企業を作っていく方向へと転換しました。そのため比較的体力があり成長可能な中小企業の中上位層を主なターゲットにした中小企業政策が展開されています。こうした施策に対応できない小規模事業者は政策の対象外となっていることが問題視される中で、中小企業憲章の制定運動などが広がり、2013年の中小企業基本法改正で「小規模企業」が明記され、地域社会に根ざした存在として位置づけられました。しかしその結果、「成長・競争力重視の中小企業政策」と「地域密着型の小規模企業政策」という二つの政策体系が並立することになり、本来一体で議論されるべき中小企業政策が分断される「ダブルスタンダード」状態が生まれました。

■中小企業への現状把握のズレ

中小企業白書では、売上高の減少や人手不足といった中小企業問題として捉えなければいけない課題に対し、価格競争力の強化、賃上げに向けた投資、生産性向上など「自助努力」を強調する姿勢が目立ちます。本来、大企業と中小企業の格差をいかに是正していくかを問われていなければいけないことに対し、格差はあるものが前提として、企業の自助努力に委ねてよい問題なのか考える必要があると思います。

また、近年は中堅企業育成を重視する経済産業政策に中小企業政策が引きずられ、従来の中小企業支援は地域や商工会やよろず支援拠点などの地域支援機関に委ねられつつあります。しかし、地域ごとの人員・支援ノウハウにはバラつきがあり、そこに対しどう対応していくか政策的な視点から考えていかなければいけ

ないと思います。

■日本の中小企業振興条例の現状

2025年6月までに、全国約758自治体で中小企業振興基本条例や小規模企業振興基本条例が制定されています。都道府県レベルでは、2022～23年頃までに47都道府県すべてで制定される状況になっています。広島県では、設備投資や企業誘致への助成を目的とする「政策条例」が今も多く残っている点が特徴的です。それに対し同友会運動では、どのような地域経済を構築していくか、中小企業者・自治体の責務と役割を明文化した「理念条例」の制定を進めてきました。

条例制定運動は、中小企業基本法の改正と連動していると捉えています。99年基本法に改正され、国主導から、地方公共団体は地域の実情に応じて主体的に施策を策定し、実施する責務が明確化されました。地域経済の衰退・疲弊している状況と相まって、条例を制定して地域経済を活性化していこうという流れから制定されたのが、2005年以降の条例になります。また、2013年に中小企業基本法が小規模企業活性化法に改正され、2015年以降に「中小企業・小規模企業振興条例」が激増しました。



■条例の性格の変化

1999年基本法改正後に制定された条例では、前文が設けられているものが半数を占めていました。しかし、2013年基本法以後、前文を置かず、「基本理念」という条項の中で地域経済の活性化が謳われるようになりました。

2015年以降に制定された条例の中では、商工団体・経済団体・中小企業団体の役割を明記する条例文が増えており、特に「商工会」と明記する条例が明らかに増えていきます。さらに、小規模企業者の役割として「商工会への加入に努めるものとする」と明記されている条例が増えていきます。

この背景には、「商工会および商工会議所による小規模事業者支援に関する法律」などが制定されていく中で、商工会や商工会議所が小規模企業を伴走型で支

援していく体制になっていったことが考えられます。つまり、小規模企業への支援を政策的に行うために条例が位置づけられるようになっており、同友会が進めてきた条例制定運動でめざしてきた条例と、性格が異なってきていると捉えています。

商工会を通じた伴走型の支援を間違っているわけではありませんが、どのような地域経済をつくるのか。そのために地域の中小企業がどのような役割を果たすのか。議論し方向性を定めていく必要があると考えています。

■地域課題をビジネスで解決する

北海道帯広市の事例を共有します。十勝は日本最大の畑作地域で、麦・豆・イモ・ビートが主要作物ですが、原料供給地にとどまり、付加価値は道外で生まれていました。特に小麦は、地元加工や消費の発想がなく、ほぼ全量が道外へ出荷されていました。

地元のパン屋である満寿屋商店(北海道同友会会員)は、1980年代頃から「十勝産小麦でパンをつくりたい」と模索を続けていました。当時の十勝産小麦は主に中力粉用になる品種しかありませんでした。しかし、その思いを知った地元小麦農家も「十勝産小麦のパンを食べたい」と思うようになり、パン用小麦の生産が徐々に広がっていきましたが、地域に製粉工場がないことが課題でした。

「地域がこうあったらいいな」という要望に対し、株山本忠信商店(北海道同友会会員)が製粉工場を建設し、域内での加工・販売が可能な体制を整え、十勝ブランドを高めていきました。そして、それらの取り組みを行政が条例を通じて後押しし、産業振興会議などを通じて連携しながら、十勝産小麦の魅力を高める施策を展開しています。行政は消費者・生産者・実需者をつなぐ窓口役として、小麦の認知度・魅力度を高めるイベントを実施し、現在では十勝産小麦が当たり前の状況ができてきました。

地元の事業者が行政を巻き込み、「地域の強みをどう生かすか」を議論できていることが十勝の強みだと思います。

■条例の今後の課題

条例は作って一朝一夕に意味があるわけではありません。継続的に細く長く繋げていくことで、段々と形になっていきます。企業として「地域がこうあったらいいな」を事業化し展開するとともに、地域の産学官で連携して地域の未来展望を議論し、問題意識を共有していく場をつくることに条例の意味があります。

(記：事務局 中野)

役員研修大学 第3講 (11/28開催)

経営指針成文化と企業変革支援プログラムの活用

報告者：中同協経営労働副委員長 玄地 学 氏（東洋産業㈱ 代表取締役 宮城同友会 代表理事）

■はじめに

当社は「生活環境の向上」を掲げ、宮城を拠点に事業を展開しています。事業の柱は、①ビルメンテナンス資材の販売（ワックス、洗剤など）②食品衛生に関する資材・サービス、③ヘルスケア領域（洗濯・乾燥機や専用薬剤等）の提供です。



2005年に同友会へ入会後、支部・地区の役員を務め、経営指針づくりと実践運動を当社経営の中に取り入れ、実践してきました。

■経営指針作成による変化

社員と一緒につくる経営理念がほしいと思い、約20年前に経営指針を創る会を受講しました。しかし、その中で10年ビジョンをなかなか作成することができませんでした。10年先など分らないと考え、ひとまず3年後をどうするかに目を向けていました。

そんな時、先輩会員に「10年後、会社はつぶれている未来が見えているでしょう？」と指摘をされました。実際、床材の変化や労働力不足による省人化機器の普及により、ワックスの需要は10年で約50%減少する予測が出ていることを認識していました。10年後の現実と向き合うことが怖かったのです。「あなたの会社はそれでいいの？それなら今、何をしないといけないのか」と言われて、初めて本気で向き合い、経営理念の作成や事業定義の見直しに取り掛かりました。

■事業定義の見直しと実践の工夫

当時、卸売業であるがゆえに価格決定権を持ってないことが課題でした。そこで価格決定権を得るため、メーカーになることを決断しました。しかしどのような領域で何を販売するのか見当が付きませんでした。

そんな時、地元の新聞で入浴施設におけるレジオネラ菌の発生により死者が出た記事を見ました。その他の入浴施設でも、基準値を大きく上回るケースがあり、感染症例数も年々増加していることを知り、これは地域の困りごとであると思いました。

そこから浴場泡洗浄システムの開発に取り組み、価格決定権を持つ自社ブランド商品を持つことができました。清掃資材商社としての強みを活かしながら、メーカーとして新たな領域を確立しました。

現在は行政や保健所とともに、レジオネラ対策の啓蒙活動にも取り組んでいます。当社の歴史や立ち位置などを改めて整理して、指針を見直したことで“総合衛生プロデュース”へと事業領域が広がりました。これは当社にとって大きな変化だったと感じています。

■企業変革支援プログラムVer.2の活用と実践

当社では企業変革支援プログラムVer.2を活用し、課題抽出にとどまらず、社員との対話を通じて具体策をつくることに力を入れています。

実際、取り組もうとすると、とても時間がかかり、やるだけで疲弊してしまうという声も聞きます。そこで宮城同友会では短縮バージョンで上手に活用しています。

初めにP12～13のエントリー自己診断を記入。P77変革優先順位シートに転記して緊急性・重要性を判断して、優先順位を決めます。その中で1～2項だけに絞り、「気づき」や「今後の取り組み」について社員さんに書いてもらい、現場の困りごとや改善案を“見える化”します。その声を方針へ落とし込み、各部門と連動させることで、やらされ感ではなく主体的な取り組みに変えていくことができます。実際取り組む中で、優先順位を選定することで、具体的な行動が明確になりスムーズに取り組めるという声がありました。

企業変革支援プログラムVer.2は、社員と考え方をすり合わせるコミュニケーションツールとして活用してみてください。

■現状認識と対話から

外部環境が厳しさを増す中でも、変革は「正しい現状認識」と「社員との対話」から始まります。社員と共に経営指針に取り組めていない原因は、一緒に現状認識をしていないからです。いつの間にか社長一人のための経営指針書になっていませんか。自社の現状を正しく把握して、目指すべき方向性を示すことは経営者の重要な責任です。

現状を共有し、方針に入れ込みながら実践を重ねる。この積み重ねが社員の誇りと顧客からの信頼を高め、地域で選ばれる企業づくりにつながります。

(記：事務局 大塚)

<会社概要> 東洋産業㈱

設立：1985年 資本金：1,800万円

従業員数：11名

事業内容：ビルメンテナンス事業・フードサニテーション関連業務・ヘルスケア事業

URL:<http://www.eco-toyo.co.jp/index.html>

2025年度 役員研修大学 第4講 (12/13開催)

採用と共育で強靱な会社づくり

報告者：中同協社員教育副委員長 明石 耕作 氏 (㈱トヨコン 代表取締役 愛知同友会 副代表理事)

■経営理念の浸透

㈱トヨコンは、愛知県で包装資材及び物流機器販売、包装設計、システム開発、倉庫管理業務、梱包業務、組立事業を行う会社です。私は、1993年に㈱豊梱へ入社、2003年に代表へ就任しました。



明石 耕作 氏

同友会は2003年に入会。当時の会社には、言われたことはしっかりとこなす、真面目な指示待ち社員が多数存在していました。私は、経営指針成文化と作成の手引きを学び、経営理念の作成に着手しました。キーワードには、「自主的社員」(自発的で主体性を持った社員の教育)を入れました。翌年1月の新年挨拶会で、経営理念を発表。私は恥ずかしさから小声で読み上げ、社員は俯いて話を聞いており、理念が伝わった感触は無く、暫く理念は封印しました。

社長に就任した際、一社依存度は85%、社内平均年齢は45歳を超えていました。そこで、右腕の幹部社員と中期方針を作成しました。①5年以内に、売上を下げず一社依存度を50%以下にする、②採用に取り組む平均年齢を下げる、という2つの目標を立て、すぐに中途採用に取り掛かりました。ハローワークやアルバイト、派遣社員から明るく元気な若者を多数採用しました。そして、自社の強みを、包装と物流に絞り、アウトソーシング先の選定営業を開始しました。

間もなく、同友会からインターンシップのお声掛けがあり、学生2名の受け入れを行いました。経営理念を説明すると、「良い理念ですね。感動しました!」と言われました。社員に理念を浸透させる前に、経営者自身が経営理念に心から共感でき、自信をもって話すことが重要だと感じました。

■新卒採用への挑戦

インターンシップを行い、社員が学生に教えることの楽しさと難しさを感じているのを見て、2005年に本格的に新卒採用を開始しました。5名に内定を出すも3名から辞退があり、選んだつもりが選ばれることを実感しました。2007年、採用活動に関わる人数を増やし、7名が入社。採用に関わる社員も、仕事への誇りとやりがいを答えたりしているうちに、段々と自分事として捉えてくれるようになりました。4月新卒入社、7月指針発表会、8月インターンシップの実施というサイクルができ、少しずつ社内風土も変化していきました。

2008年、リーマンショックの影響で売上が30%落ち込みましたが、新規取引先を増やし1社依存度は

55%まで下がりました。しかし、2009年夏、他社の半年遅れで仕事が急減。助成金の申請、休業の実施、早期退職を募り7名が退職しました。人を大切にする経営とは名ばかりだと深く反省しました。

■理念共感型採用への転換

2014年、分社化していたグループ会社「梱包会社」「包装資材・販売会社」「システム・包装設計会社」を合併しました。一時縮小していた新卒採用を再開するべく、当時60%だった離職率を減らす方法を検討しました。プロセス通りに入社した社員は離職しにくかったことから、理念共感性の高い社員の定着が高いと定義しました。以降、経営者自らが学生と向き合う理念共感型採用の強化を実施。経営者が最前に立ち、理念を言語化し、ビジョンの伝達を行いました。

1年後、統合した3社の融合が進んでいませんでした。そこで、中堅社員15名を集め、プロジェクトを発足。包装資材商社という古いビジネスモデルからの脱却として、新事業の開拓を目的に立ち上げました。そこから提案されたのは、仕入れ価格1000万円の新しい顧客開拓方式の導入でした。連日社員が話し合う姿を見て、やってみるとゴーサインを出しました。若い社員たちがリスクに挑み、考え、意見を出しているのに、経営理念の行動そのものに対し、社長が認めてあげられないでどうするという思いがありました。社員の提案したシステムを導入後、「Sansan Innovation Award 2020」を受賞しました。少しずつ社員にも自信がつき、社員と理念を信じてよかったと感じています。

2014年以降、採用数42名に対し、在籍数39名、定着率93%と、採用方法を変えたことで定着率が上がっていきました。

■指針の実践による採用と社員教育

採用と社員教育は、経営指針の実践を通して、労使相互の信頼関係を築いていくことが大切です。同友会の「指針・採用・共育」は、時間管理のマトリクスという「重要度が高く緊急度は低い」位置にあると思いますが、実践を続けることでその価値を実感できると考えています。理念と指針を作成し、全社実践を通して、経営者と社員が共に育ちあう会社を創っていきたいと思っています。(記：事務局 保田)

<会社概要> ㈱トヨコン

設立：1964年 資本金：1億円 従業員数：184名
事業内容：包装資材及び物流機器販売、包装設計、システム開発、倉庫管理業務、梱包業務、組立事業
URL：<https://www.toyocongroup.co.jp/>



求人社員共育委員会主催「ひろしま地域企業発見！ ジョブサミット」(11/15開催)

「働く」は、青春の終わりじゃない。

学生と中小企業が本音でぶつかり合った一日

■「働くって、青春の終わりだと思っていました」

ジョブサミット終了後、ある学生がぼつりと漏らした一言が、当日の熱量や様子を物語っていました。



2025年11月15日（土）、広テレホールにて「ひろしま 地域企業発見！ ジョブサミット」が開催されました。これは、よくある「合同企業説明会」ではありません。学生が半年間かけて企業の深部まで潜り込み、その魅力と課題を見出して経営者に突きつける、いわば「学生と企業の真剣勝負」です。

■開催の狙い：「情報の断絶」に挑む

実行委員会が立ち向かったのは、地域が抱える構造的な課題です。「魅力的な中小企業は多いのに、学生に届いていない」という情報のミスマッチ。そして、学生側にある「中小企業＝3K」という根強い先入観。

この溝を埋めるため、私たちは学生を「受動的な求職者」ではなく、自ら魅力を掘り起こす「能動的な探求者」と位置づけ、企業と対等に向き合うプログラムを設計しました。

■「3K」から「3S」へ。意識が変わった半年間

サミットの真価は、当日までの6ヶ月間にあります。

夏から秋にかけ、学生たちは工場見学やインタビューを重ねました。当初は恐る恐るだった彼らですが、現場を見ることでイメージは一変します。

「工場が驚くほど清潔で、3S（整理・整頓・清掃）が徹底されていた」、「社員同士の仲が良く、若手が生き生きしていた」。

彼らが発見したのは、求人票の数字には表れない「企業のリアル」でした。「食わず嫌い」だった地元企業の本物の姿を知る体験が、当日の爆発的なエネルギーへと繋がりました。

■「伝える」難しさと、隣の声も届かぬ熱気

当日、会場には県内8大学・22チームが集結。ポスターセッション会場は、隣の声が聞こえないほどの熱気に包まれました。

「どうすれば凄さが伝わるか」。試行錯誤の成果をぶつける学生に対し、企業側からも「学生の鋭い視点に、我々が自社の強みを再発見させられた」という声が続出。教える側と教わる側が逆転する、まさに「共創」の瞬間でした。

■未来授業：「夢」がなくても大丈夫。

午後のハイライトは、トークセッション『未来授業ひろしま』。MCの山本 和史氏（CAREER WAVE）進行のもと、八木 力俊氏（尾道市立大学）、川中 英章氏（㈱EVENTOS）、学生パネリスト（広島修道大学 久保田 樹氏、福山大学 三姓 実空氏）が登壇。

「やりたいことが見つからない」という学生の悩みに対し、八木氏は「若いうちは無駄こそが仕事。まずは行動すること」と助言。川中氏も「夢がないなら、誰かの夢に乗っかる力をつければいい」と語りかけました。

「夢を持たねば」という呪縛から解放された学生たちの、安堵した表情が印象的でした。



■競争から「共創」へ

今回のジョブサミットは、学生には「キャリア観の変革」、企業には「価値の再定義」、学校には「教育成果の確認」という場となりました。

広島には、まだ知られていない企業と「原石のような学生」がいます。この熱量は、次年度以降さらに大きなうねりとなって地域を動かしていくはずです。

（記：事務局 児玉）

広島東支部 仲間づくり例会 第2分科会 (11/28開催)

創業75年地域に根付く文具店が生き残るために

～言われるうちが華を同友会で実践して見えた未来～

報告者：加藤至心堂 代表 加藤 健太郎 氏

■自己紹介・自社紹介



加藤 健太郎 氏

加藤至心堂は私の祖父が1950年に創業しました。私は三代目にあたります。二代目の父は10年前に急逝し、突然の事業承継を経験しました。

当社は事務用品・文房具を取り扱っています。文具用品のみならず、スチール家具から、複合機・電話機まで扱っていますので、事務所（場所）さえあれば揃わないものはありません。また、事務所のレイアウトや、レイアウトに合わせた商品の提案もさせていただいていますので、業種分類上、わが社は小売業なのですが、私たちはサービス業だと思っています。

■言われるうちが華

同友会との出会いは、中学校の先輩でもある東雲金属商会様、吉本さん（広島東）に紹介されたことです。「言われるうちが華」と思い、例会に参加をしました。

初めて参加した例会で、私は衝撃を受けました。自分のことも、会社のことも、良いことも悪いことも全て開示するからです。これは入ったほうが良いと思い、2018年7月に入会しました。

様々な例会に参加して、「自分も報告者になって、みんなの意見が欲しい」と、考えるようになりました。というのも、文具屋は少なくなる中でも「困ったら加藤さんところに」と思って来てくれる地域のお客さんに答えるために、どうしたらお店を続けていけるのか悩んでいたからです。念願叶って、2019年に例会報告をしました。報告時の学びの一つが、家族に役職をきちんとつけることで、これはすぐに実行しました。

■社員と同じ未来を見るためには

会社の売上は令和に入るまで、ほぼ横ばいでした。経営について勉強しなければならぬと気がついた頃、同友会には経営指針塾があると知りました。約1年間かけて、月に1回塾が開かれる、経営者のための塾です。経営指針を作成することが、塾の目的です。

昔の私もそうだったのですが、「経営の方針は頭に入っている。わざわざ文章に起こさなくていい」と、言う人もいます。ですが、考えてみてください。社員さんと会社の未来を、共有できていますか。言動をコ

ロコロ変えて、「前と言っていることが違う」と、言われていませんか。そうならないためにも、会社のめざす方向性を成文化されたものがいいと思っています。

実は、自社の数字を見るようになったのは、この指針を作成するときに初めてだと言っても良いくらいでした。経営指針を作成して、はじめて私は社員である家族に未来図を語りました。それまでは、まだ一営業マンという気分がずっと抜けていなかったのです。

■同友会仲間と仕事を広げる

同友会に入って変わったことは、仕事の範囲が広がったことです。これまで断ってきた仕事をできる人が、同友会にはたくさんいます。同友会の仲間と解決していくと、お客さんからまた様々な相談がきます。お客さんにとっては、困っているときにまず、私に相談すればいい。相談相手を探す必要がなくなるわけです。

私たち販売業は、標準小売価格が決まっています。割引も多い業界ですので、定価で購入するお客さんも少なくなりました。その流れに沿って小さく・安く、なんとか注文をとっていても利益は増えませんでした。ですが、仕事の範囲が広がったことで、売上も利益も上がりました。

実は新しい会社を、vernal LLC 香林さん（広島中）と立ち上げました。そして「バウムドック」（共通様式の書類を、スマホで簡単に入力して作成できるサービス）を販売しています。同友会仲間が増えることで、様々な形で仕事が展開しました。

■地域に根付く文具店であり続けるために

同友会に入っただけでは、仕事は変わりません。参加して学び、学びを持って帰り、実行しなければなりません。また、同じ中小企業の経営者の仲間が増えることは、大きな財産です。自身をさらけ出すことで、相手も本気で相談に乗ってくれます。

入会して7年、やりたいことが明確に出てきました。地域に根ざす文具店であり続けるために、自社の建て替えを計画しています。きちんと経営指針に反映し、学んで実践していきたいと思います。

(記：事務局 橋詰)

<会社概要>加藤至心堂

創 業：1950年2月 従業員数：3名
事業内容：文具事務用品・スチール家具・OA機器販売

第53回青年経営者全国交流会in香川（11/20・21開催） 「守破離」～未来を背負いし経営者よ 讃岐の地で心に刻め～

去る11月20～21日、青年経営者全国交流会（以下、青全交）が開催されました。参加者は2,135名（登録ベース）でした。設営は香川同友会が務め、参加された方はそれぞれの場所で、同友会運動と企業経営は不離一体として、学びあいました。

1日目は分科会で、広島同友会は第7分科会の設営を担当しました。分科会のテーマは「倒産寸前も愉しんだ後継者～100年先へ幸せの連鎖を紡ぐ挑戦～」。報告者は、大平交通㈱代表取締役の宍戸孝行氏（尾道支部）でした。分科会準備では青年部会が一体となり、打ち合せを重ね、何度もプレ報告を行いました。本番では、報告とグループ討論から「何のために経営をするのか」という芯を持つことで、自分・自社が向かうべき先が成文化され、困難に向き合い、揺らぎそうなきにもブレないようになる」ことが確認できました。

2日目は全体会として、基調報告、特別報告がありました。基調報告では「自分の為から人と地域の為の経営へ～仲間と展望する地域の新しい景色～」のテ

マで、㈱ウエストフードプランニング代表取締役の小西啓介氏（香川同友会代表理事）が報告しました。

また、特別報告では「未来を創る主体者は私たち～経営者へのメッセージ～」のテーマで、共育型インターンシップの取り組みについての報告がありました。

閉会挨拶では中山中同協幹事長が、環境が激変している現代において労使見解を学ぶ意義が増しており、教育と企業の共育で人を生かす経営の実践の輪を地域に広げていこうとまとめました。

（記：事務局 中野）



第4回青年部中国ブロック交流会 in 岡山（9/27開催） 踏み出せ 一步先へ！

分科会：夢と覚悟をもって突っ走る！

～足りないものは、自らの手で掴みに行く変革と挑戦の環～

報告者：㈱TOPRANCAR 代表取締役
大潤健成 氏（東広島支部青年部会長）



今回、座長を務めさせていただきました。

本会では、大潤氏の4年間の経営を通した報告から、多くの学びと気づきを得る機会となりました。報告の中で特に重要だと感じた点は、「中途半端をやめて真正面から向き合うこと」「プレイヤーから経営者へと意識を転換すること」「目的意識を明確にし、外での学びを社内に展開すること」の3点です。

大潤氏は、創業当初の覚悟や挫折からの原動力をもって事業を開始したものの、いつの間にか売上至上主義に陥り、社員とのすれ違いや判断基準の欠如といった根本的課題に気づけていませんでした。創業メンバーの退職という大きな出来事を経て、土井尊徳氏（㈱ドイ産業）の報告をきっかけに経営の軸を「人を大切

にする経営」へと転換できたことは大きな転機でした。また、理念づくりや仕組みづくりに取り組む中で腹落ちしなかった原因が、自身の中途半端な姿勢にあったことに気づき、同友会活動を真剣に活用する姿勢へと変わっていった点も印象的でした。

プレイヤーから経営者への転換については、まさに船の舵取りに例えられるように、目の前の売上を追うだけでは会社の未来は創れないという示唆がありました。経営者にしかできない判断や方向づけが存在する以上、プレイヤーとしての業務にとどまらない覚悟と行動が求められます。

また、本会のテーマ「踏み出せ、一步先へ」に沿って実施したグループ討論では、参加者全員が明日からの具体的な一步を言語化する機会となりました。目的と手段が入れ替わることは経営の現場で頻発するが、改めてビジョンや目的を見つめ直し、外で学んだことを社内にどう生かすかを考え続ける姿勢こそが経営指針書の価値につながると感じました。

今回の報告づくりを通して、大潤君の経験から、私自身も多くの学びを得ることができました。今後も「よい会社・よい経営者・よい経営環境」という同友会の3つの目的に向けて、共に歩んでいきたい。

（記：㈱エイコー 荒川有佑）

新 会 員 の ご 紹 介

12月の支部理事会で承認された皆さんです。

支部名	地区名	会 社 名	役 職	氏 名	会 社 住 所	推せん者名
広島中	中⑨	(株)アールスタイル	代表取締役	新 田 晃	広島市南区宇品西6-1-28-1106	佐々木知之
広島東	東	おばんざい縁	代表	川 本 芽 衣	広島市中区銀山町12-18エンゼルビル101	福田信太郎・保崎 伸一
	東	おばんざい縁	代表	本 徳 萌 衣	広島市中区銀山町12-18エンゼルビル101	福田信太郎・保崎 伸一
	東	SAIZEN警備保障(株)	代表取締役	末 貞 皓 己	広島市西区横川町3-7-8-306	平賀 美雪・新田利津子
	南①	(一社)高次脳機能障害者の会ひろしま	代表理事	守 下 潤 子	廿日市市阿品3-13-8-1	山崎智美子・長谷川俊道
	南②	楠部誠税理士事務所	代表税理士	楠 部 誠	広島市東区光町2-14-34山鶴ビル1F	蔵本 泰靖・堀田 剛
	南②	パ サ ー ジ ュ	代表	王 理 奈	広島市中区胡町3-13アーバン胡館4F	澤 隆司・宇高 新
	南③	(株) F g a t e	代表取締役	門 前 宏	広島市中区白鳥九軒町1-5	岩川 隆則・大串 修二
	南③	中本電気管理事務所	代表	中 本 光	広島市西区南観音4-10-15-302	山崎 善史・岡村由布子
	南③	(株)FAMZ相続不動産	代表	山 田 義 貴	広島市中区舟入町2-20三栄広島ビル6F	三浦憲一郎・平井 勇樹
	南③	(株)MONOLITH	代表取締役	江 藤 佑 一	安芸郡海田町栄町3-8-305	大馬 正人・歌田 真一
	南③	R E V I V A L	サロンオーナー	三 木 愛 子	広島市南区西霞町2-31SKビル2F	田上 聡・鈴木 麻里
	南③	(株)RED SOLE	代表取締役	館 野 裕 樹	広島市安佐南区相田3-67-7	岡村由布子・貞金 翼
	南④	ゴ ー ク ル (株)	代表取締役	金 子 宗 二	安芸郡坂町横浜西1-5-28	中西 亮太・檜山 裕亮
	南④	(有)西城商事	取締役専務	河 本 晶 彦	広島市安佐南区大塚西3-21-10	上原 恵介・檜山 裕亮
広島西	廿日市	(株) S I M	代表取締役	石 田 将 司	廿日市市新宮1-10-62森田ビル3F	今田 敬義・新沢 亮二
福山	K	(株) 萌 和	代表取締役	青 木 美 奈	福山市南手城町3-11-20	坂本 貴之・建内 博行・田中 秀穂
尾 道		a m i t o (同)	代表社員	永 禮 欣 也	尾道市向島町5547-3	立石 良典・九十九 悟・亀田 年保
		尾道スッポン	代表	出 水 聡 之	尾道市西藤町1671	穴戸 孝行・清水 良輔
		タカオフラワーティック	店 長	高 尾 亮 平	尾道市美ノ郷町三成1747-3	酒中 泰希・高垣 将一
		Rei Photo	代表	小 林 礼 子	尾道市因島大浜町658	島田 美鈴・立石 良典
東広島	東広島西	(株)ナスタック 東広島営業所	代表取締役	福 岡 正 章	東広島市西条町西条東802-1-302	宮原 和樹
	東広島東	(有) 鷹	代表取締役	吉 崎 佐 智 夫	東広島市西条町寺家562-3	杉原 里志

2025年度第7回県理事会報告

日時 12月15日 議長 瀬島副代表理事 出席 36名

●中同協の関係

- 第56回中小企業問題全国研究集会IN岩手(2026/3/5-6)開催されます。

●対外関係

- 広島県肝炎対策協議会委員に今津副代表理事を推薦。

●討議・承認事項(6件)

- 政治・政治家との関りについての規程について、先月より一部訂正、承認。
- 財政規程について、先月より一部訂正、承認。
- 専務理事に関する規程について、先月より一部訂正、承認。
- 長期滞納者5名について退会承認。
- 環境経営・地球環境問題全国交流会IN広島の収支報告書を承認。(次回、中同協幹事会に報告されます)
- 新入社員研修(広島会場・福山会場・呉会場)の収支報告を承認。

●組織委員会より

11月末会員数2992名。
(会員3000名をいち早く回復させよう)

●財政部より

月次会計報告(4月-11月終了 執行目安66.7%)

●経営労働委員会より

11月12月は企業変革支援プログラム登録月間。

●環境経営委員会より

11月より「同友エコ」アンケートは、会員の12% 432名の回答でした。

●女性部会より

役員研修大学特別講義アンコンシャスバイアス研修(2025年度県女性部交流会)を2月6日計画。

●支部長・地区会長連絡協議会より

2026年1月31日、全県地区会長交流会を実施します。

●県総会議案検討学習会

「中小企業を取り巻く情勢」をテーマに、北海学園経済学部教授 大貝健二氏より問題提起。
(概要は、同友ひろしま1月号P2～3掲載)

その後、グループ討論で意見交換を実施。

(記:事務局 川口)

※毎月の県理事会報告書は、e.doyuメニューの「広島同友会(規約・報告書等)」にある「県理事会報告書」フォルダに保存されています。

ちよつとした話

47匹の猫を探せ！



しまなみレンタルサイクル 壁画のイラスト原画

尾道駅前福屋跡地に開設された「しまなみレンタルサイクル」の外観壁画をカメレオンワークス 上田昇辰氏（尾道支部）が担当しました。尾道のフォトスポットとなるようなイラストをテーマに制作された壁画は、賑やかさとカラフルな色使いがぱっと目を惹く仕上がりです。

イラストには、尾道市の市花「桜」や桜を植える菩薩猫、尾道名物尾道ラーメンに、尾道名産のでべら、地域に住む猫や観光している猫たちなど、尾道市のシンボルをテーマに魅力溢れるさまざまなモチーフが描かれています。イラストは全一台のiPadから生まれています。下絵から色付けまでiPadで制作。カッティングシートに印刷し、貼り付けを行っています。



中央が上田氏

イラストに描かれた猫の数は全部で47匹。47都道府県から尾道へ来ていただけるようお願いが込められています。猫たちと一緒に尾道の町を散策してみませんか？

（記：事務局 保田）

尾道自慢のええもん揃ってます！



昨年10月、尾道観光土産品（協組）（尾道支部）の直営店「尾道ええもんや 尾道駅前店」がオープンしました。組合には、尾道市内の土産製造・加工業者77社が加盟。直営店は尾道市内で4店舗目です。

オープン直後の土日には、店内で記念イベントを開催。今川玉香園茶舗のほうじ茶の試飲や、尾道のご当地キャラクターおのみちにゃモンが来店し、店内が賑

わいを見せました。お店で特に人気なのは、因島はっさく屋のはっさく大福。因島発祥の八朔が白餡とみかん餅で包まれたすっきりとした甘さの大福です。ほかに、店内カウンターではソフトドリンクやアイスクリーム、寒い時期に嬉しいホットドリンクなどを販売しています。

尾道観光土産品（協組）の経営理念は「ふる里おのみちのええもん発信事業を通して人々の暮らしを豊かにします」です。ぜひ、尾道自慢のええもんを見つて来てください！

（記：事務局 保田）

尾道駅前店 OPEN10:00～19:00

HP:<https://eemonya.base.shop/>



広報部より

広報部では、e.doyuのログイン率、例会への参加登録率などを毎月ご紹介しています。e.doyuと名簿アプリの活用率を高めるとともに、地区会の活性化につながれば幸いです。

e.doyuアクセス率Best15
(12月にe.doyuに一度以上アクセスした方の率)

順位	支部	地区名	e.doyu利用率
1	広島東	南②	80.0%
2	東広島	東広島東	75.6%
3	福山	P	73.7%
4	広島中	中②	73.3%
5	呉	芸南	71.8%
6	福山	S	70.8%
7	広島西	佐伯	70.4%
8	福山	D	69.8%
9	備北		69.4%
10	広島東	南④	67.3%
11	広島中	中①	66.7%
12	尾道		66.4%
13	広島西	西	66.0%
14	福山	I	65.52%
15	三原		65.48%
県平均			60.6%

例会出欠登録率Best15
(12月中に自地区会(支部)の例会に自分でe.doyuから出欠登録した方の率)

順位	支部	地区会名	例会出欠登録率
1	広島東	南①	100.0%
2	広島東	南②	96.8%
3	広島中	中②	86.0%
4	広島東	南④	78.2%
5	福山	F	74.0%
6	広島中	中⑨	72.6%
7	広島東	南③	71.8%
8	福山	I	69.0%
9	福山	P	68.4%
10	福山	G	67.4%
11	呉	芸南	66.7%
12	備北		66.7%
13	広島東	安芸	65.1%
14	広島東	東	64.5%
15	広島中	中①	63.0%
県平均			56.6%

入会率Best15
(2025年度の入会者数/期首会員数)

順位	支部	地区会名	入会率
1	福山	I	28.8%
2	広島西	佐伯	18.8%
3	呉	呉南	13.8%
4	広島北	安佐北	13.6%
5	広島中	中⑨	13.5%
6	広島東	南③	11.7%
7	東広島	東広島東	11.5%
8	尾道		10.6%
9	呉	呉中央	8.6%
10	広島東	南④	8.5%
11	東広島	東広島西	7.8%
12	広島北	安佐南	7.5%
13	福山	A	7.5%
14	広島東	南①	7.3%
15	広島西	廿日市	7.1%
県平均			7.1%

名簿アプリダウンロード率Best15
(1/5現在)

順位	支部	地区会名	DL率
1	広島東	南②	101.3%
2	広島東	南④	88.2%
3	広島東	南①	87.8%
4	広島東	安芸	87.2%
5	尾道		87.0%
6	福山	K	85.7%
7	広島東	南③	85.3%
8	広島東	東	85.0%
9	福山	I	82.8%
10	広島中	中①	81.5%
11	広島西	佐伯	79.6%
12	東広島	東広島東	77.8%
13	呉	広島	76.7%
14	福山	G	76.1%
15	広島中	中②	74.4%
県平均			73.5%

※2025年度より、e.doyuの例会出席登録率を、例会出欠登録率(事務局登録は除く)に変更しました。