

宮崎北支部 第31回定時総会 採択議案

第1号議案

2024年度(第30期)の活動を振り返って

1、はじめに～2024年度活動スローガン「原点回帰」

長きにわたるコロナ禍は、ようやく収束の兆しを見せ始めましたが、社会環境は大きく変化し、以前の日常に戻ることはありませんでした。長期化する戦争、続く物価高騰、大増税、少子高齢化による人手不足など、経営を取り巻く環境は依然として厳しい状況です。

しかし、このような状況下でも、我々経営者は「なんのために経営をするのか?」という根源的な問いを常に意識し、前に進んでいく必要があります。

そんな中で、全国行事である第52回青年経営者全国交流会(以下、「青全交」)が宮崎で開催され、青全交のスローガンである「集え!変革者」のもとに、変化の激しい時代を生き抜くために、共に学び、成長していくことができ宮崎同友会一丸となってこの青全交を成功させることができました。

2024年度は、「同友会活動はなんのためにやるのか?」という『原点回帰』をスローガンに掲げ同友会運動を行ってきました。

2、2024年度の活動を振り返って

(1)『「自社経営と同友会活動は不離一体」を体現する語り部になろう」を振り返って

2024年度は、141名でスタートしましたが、入会15名(入会率10.6%)、退会18名(退会率12.8%)、他支部への異動が1名あり、137名で終わりました。

退会者の共通点は、明らかにコミュニケーション不足でした。入会後に例会への参加もなく、会社訪問などもできていませんでした。

(2)「各課題、各フェーズに寄り添った活動づくり」を振り返って

「e.doyuを見ましたか?」、「例会に参加しませんか?」と出欠の確認をするのはe.doyuがまるで機能していないということではないでしょうか。その間を埋めるために「LINE公式アカウント」の導入を早急に検討する必要があります。日常的に使っているLINEで宮崎同友会の公式アカウントの運用ができればいいですが、予算の関係上難しい状況なので、LINEオープンチャットもしくはLINEグ

ループを活用していきましょう。

(3)「戦略に則った計画づくり」を振り返って

e.doyuでのスケジュール案内やアンケート等未回答の方へ自動的に再送付を行う仕組みを構築し、活動の参加促進していくことを計画していましたが、回答率を上げる取り組みまで至りませんでした。幹事による呼びかけで活動に関わる会員がほとんどです。

(4)「管理=計画が実行できているか、PDCAと仕組みづくり」を振り返って

会員プロフィールの作成に取り組もうとしましたが完成には至りませんでした。できなかった背景として会員訪問を行い聞き取るようにしていましたが、会員訪問もままならない状況だったからです。Googleフォームなどを用いて会員プロフィールの作成を考えていきましょう。

3、「第52回青年経営者全国交流会」を振り返って

宮崎県で開催された青全交には、宮崎北支部から会員58名、ゲスト10名、会員企業22名の合計90名が参加しました。会員企業の方の参加により目標達成はできましたが、会員訪問にて参加を促すことはできませんでした。ゲストで参加してもらった10名の内2名が新しい仲間になりました。

4、「第33回みやざき中小企業経営フォーラム」を振り返って

会員参加目標60名、ゲスト参加目標10名の合計70名に対し、会員51名、ゲスト6名、会員企業4名の合計61名でした。目標の設定については、実行委員会、支部幹事会でしっかり協議できたかが課題です。

宮崎北支部から、記念講演講師として社会福祉法人清樹会の岩下博子さん、第2分科会報告者として(株)東栄空調の東郷浩二さんが登壇しました。岩下さんの報告からは入会してからの学びと実践を通して「同友会での26年の学びの中で、薄皮を重ねていくように社員の成長を感じる」と報告がありました。東郷さんの報告からは、「自社の社風が崩れることが一番の脅威」と経営指針を軸に社風をつくっている取り組みから学びあいました。

5、「会員訪問活動」を振り返って

新会員に個別にオリエンテーションを行うこととしていましたが、最後まで開催することはできませんでした。2025年度は、個別オリエンテーションではなく、2か月に一度知る会などを開催してはどうでしょうか。ただe.doyuの使い方

などは、早々に伝える必要があるので、個別に訪問していきましょう。

会員訪問についても、青全交が開催されるということもあり大事だと位置づけていましたが、気合い一辺倒の方針では何も達成できないことが証明されたのではないのでしょうか。

6、「支部例会」を振り返って

例会への参加目標は会員の30%としていましたが、15.3%でした。1回以上参加した会員は56人、連絡は何とか取れるが参加しない会員が42名、連絡も取れない会員が39名でした。例会が課題解決の場になっていないことが浮き彫りとなっています。

7、「経営指針推進学習会」を振り返って

2024年度は経営指針をテーマにした学習会を2回開催しました。企業変革支援プログラムVer. 2の登録数を会員の30%を目標にしていたのですが、15名と10.9%に留まっています。しかし、学習会を行うことにより、第20期「経営指針をつくる会」〈理念編〉〈方針・計画編〉に延べ8名が受講となりました。経営指針について学びを深め、経営指針経営を実践していく足がかりにはなっているのではないのでしょうか。

8、「同友会を知る会」を振り返って

2024年度は3回行いましたが、新会員の参加状況は低いままとなっています。2025年度は、開催期間を短くし、参加できる機会を増やしていきましょう。

9、「地区会」を振り返って

地区会ならと参加をする会員もあり、開催する意義を改めて確認することができました。しかしながら、参加する人が固定化してきているので2025年度は開催方法を考えていきましょう。

10、「産学官連携活動」を振り返って

2022年度から行っている宮崎北高校との探究活動「地元企業研究」には、ひむか支部会員と合わせ34社、宮崎北支部からは25社の企業が協力し、宮崎北高校1年生に企業や業種のことを知ってもらう機会となりました。

11、最後に

2024年度は、青全交という全国行事もあり、すべての活動を青全交と連動させようと活動方針をつくりましたが、青全交での役を一人が3～4役の人もいるという状況で想像以上に忙殺し、会員訪問などができませんでした。しかし、宮崎という地方都市で2000人規模の全国行事を成功させるという偉業を達成できました。

肝心かなめの増強については、大きく目標を下回っています。2023年度の退会者の繰り越しもあるので完全にマイナスとは言えないものの、退会していく会員一人ひとりを見れば、明らかに交流不足が課題です。しかし、これだけ支部活動および同友会活動が活発に行われる中で、さらに個別に会員訪問をする時間を捻出できるのかは、何かの活動を減らさない限り無理なような気がします。もっと言えば、各支部、各委員会、理事会、事務局との連携をかなり綿密に計算しないと、今の戦力で会員を増やし続けることはかなり厳しい状況です。

会運営の話になってしまいましたが、あくまで原点は自社の成長です。結局のところ、会員、特に支部幹事の会社がよくならないなら、それが一番の答えではないかと思います。

会運営の話になってしまいましたが、あくまで原点は自社の成長です。結局のところ、会員、特に支部幹事の会社がよくならないなら、それが一番の答えではないかと思います。

＝ 2024年度(第30期)活動の記録 ＝

1. 支部会員数の推移

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	
月初会員数	141	136	136	138	137	138	
入会数	0	1	2	1	1	2	
退会数	5	1	0	2	0	1	
	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計
	136	138	138	136	136	138	
	3	1	0	1	2	1	15
	1	2	1	0	0	1	18

* 4月に宮崎北支部からきりしま支部に1名移動

* 3月末会員数137名

2. 例会等の開催

第30回定時総会

5月23日(休) ホテルマリックスで 46名

学習会「経営者保証について」

経済産業省 中小企業庁 事業環境部 金融課 専門官
菊地原宏治氏

内訳：会員40名(29.4%) + 他支部4名 + 講師2名

6月同友会を知る会

6月3日(月) 同友会センターで 11名

「同友会理念と歴史」

(株)アドカム 代表取締役 桑山直幸氏

内訳：2名 + ゲスト1名 + 役員8名

6月宮崎北支部&MANGO飲食店巡り

6月12日(休) ニシタチで 9名

内訳：8名(5.9%) + 他支部1名

7月例会(宮崎青全交・第20分科会プレ報告会)

7月10日(休) (株)MFE HIMUKAで 18名

「地域循環型経営実現への挑戦～地域力経営を活かした事業創出～」

(株)MFE HIMUKA 代表取締役 島原俊英氏
(県北支部)

内訳：支部11名(8.0%) + 他支部7名

7月中央地区会

7月30日(火) 和膳食彩つちやで 7名
内訳：6名(中央地区会員の15.3%) + ゲスト1名

7月北部西部地区会

7月30日(火) やきとり丸平で 8名
内訳：8名(北部西部地区会員の15.9%)

7月東部地区会

7月30日(火) 鉄板焼き居酒屋親方で 7名
内訳：7名(東部地区会員の15.9%)

8月例会(青全交・第2分科会プレ報告会)

8月8日(木) 地震のため宮崎会場は中止。現地会場で
1名出席
「野心家が挑む！理想の会社と自分～バイトからのし
上がる漢の成長物語～」
(株)K S P 取締役 大垣広太氏(東京同友会)

8月例会(青全交第6分科会プレ報告)

8月19日(月) Zoom会議で 15名
「未来を葺く企業変革～昭和体質から時代対応した全
員経営へ～」
日本いぶし瓦(株) 代表取締役 野々村将任氏
(岐阜同友会)
内訳：15名(10.9%)

8月学習会

8月20日(火) 宮崎市民プラザで 12名
「企業変革支援プログラムVer. 2を活用しよう」
(株)南九州みかど 代表取締役 迎敦雄氏
(有)東栄空調 代表取締役 東郷浩二氏
内訳：12名(8.8%)

10月同友会を知る会

10月23日(水) 宮崎市民プラザで 21名
「同友会理念と歴史」
(株)アドカム 代表取締役 桑山直幸氏
内訳：17名+ゲスト4名

10月中央地区会

10月31日(木) 手羽先番長で 5名
内訳：4名(中央地区会員の9.8%) + ゲスト1名

10月北部西部地区会

10月31日(木) やきとり丸平で 6名
内訳：6名(北部西部地区会員の8.6%)

10月東部地区会

10月31日(木) 鉄板焼き居酒屋親方で 5名
内訳：5名(東部地区会員の8.6%)

11月例会

11月19日(月) 宮崎市民プラザで 30名
「青全交分科会座長体験での学び合いを自社経営の実
践に生かすー「青全交」での学びを、自社の経営に
生かすことが今後の我が社の成長の鍵！」
うと社会保険労務士事務所 代表 宇都陽一郎氏
(第19分科会「あかいし文庫」特別分科会)
(株)M O M I K I 代表取締役 粕木真一郎氏
(第20分科会 見学分科会)
(株)A m a n - S t y l e 代表取締役 阿万聡志氏
(記念講演)
内訳：支部24名(17.4%) + 他支部6名

11月経営指針学習会

11月21日(木) 宮崎中央公民館で 15名
「指針なくして採用なし！～採用活動で選ばれる会社
になるために～」
かわさき屋(株) 代表取締役 川崎勇樹氏
(共同求人委員会 委員長)
内訳：15名(10.9%)

12月望年会

12月12日 WoodBullで 23名
内訳：23名(16.8%)

2月経営指針学習会

2月28日(金) 宮崎中央公民館で 11名
「企業変革支援プログラムVer. 2の inputs を完了させて
経営指針の学びと実践を継続していこう！」
(有)東栄空調 代表取締役 東郷浩二氏
内訳：11名(8.0%)

3月例会

3月12日(木) 宮崎市民プラザで 56名
「俺はカッコいい社長になる！～何もかも嫌だった同
友会。かけえ経営者との出会い、同友会が俺にと
って必要な時間になる～」
岩本建装 代表 岩本翔太氏
内訳：29名(21.2%) + 他支部20名 + ゲスト4名 + 会員企
業2名 + 他県同友会1名

4月新会員歓迎会

4月14日(月) 二束三文で 28名
内訳：28名(20.4%)

学校との連携

7月24日(水) 宮崎北高校で 27社29名
探究活動「地元企業研修」オリエンテーション
内訳：宮崎北支部19社20名 + ひむか支部8社9名
12月11日(水) 宮崎北高校で 27社29名
探究活動「地元企業研修」発表会

内訳：宮崎北支部20社21名＋ひむか支部6社7名＋高鍋信用金庫1社1名

3. 幹事会の記録

- 第1回 5月23日(木) ホテルマリックスで
参加：13名(100%)
- 第2回 6月5日(木) 宮崎市民プラザで
参加：10名(76.9%)
- 第3回 7月9日(火) 宮崎市民プラザで
参加：11名(84.6%)
- 第4回 8月7日(木) 宮崎市民プラザで
参加：12名(92.3%)
- 第5回 9月4日(木) 宮崎市民プラザで
参加：8名(61.5%)
- 第6回 10月2日(木) 宮崎市民プラザで
参加：10名(76.9%)
- 第7回 11月14日(木) Wood Bullで
参加：11名(84.6%)＋第33回フォーラム実行委員長
- 第8回 12月4日(木) 宮崎市民プラザで
参加：11名(86.4%)
- 第9回 1月7日(火) 宮崎市民プラザで
参加：9名(69.2%)＋理事1名
- 第10回 2月12日(木) 宮崎市民プラザで
参加：10名(76.9%)
- 第11回 3月5日(木) 宮崎市民プラザで
参加：8名(61.5%)＋次期幹事予定者1名
- 第12回 4月9日(木) 宮崎市民プラザで
参加：9名(69.2%)＋次期幹事予定者3名
- 第13回 5月7日(木) 宮崎市民プラザで
参加：10名(76.9%)＋次期幹事予定者2名

第2号議案

2025年度(第31期)の活動方針と活動計画

1. はじめに

スローガン『動け！変革の実践者！』

2025年——私たちは今、急激な変化の真っただ中にいます。

物価高、エネルギー高騰、円安、人手不足、賃上げ圧力、後継者不在。経営者が現場に出続け、学ぶ時間も余裕も奪われる中、地域を支える中小企業の土台が静かに崩れ始めています。2030年には最低賃金が全国平均で1,500円に達する見

込みです。経営者に必要なのは、根性ではなく生産性の向上＝付加価値を生む力です。立ち止まっただけでは生き残れません。そして、さらに深刻なのは、「大増税時代」の到来です。社会保険料・各種税金などを合わせた国民負担率はすでに50%近くに達し、国民が稼いだお金の半分以上が国に吸い上げられている計算になります。この歴史的な重税の中で、経営者は自社だけでなく、社員の暮らしや地域社会そのものを守る責任を負わされています。

2024年の企業倒産は前年比15.1%増、11年ぶりの高水準。その約76%が社員5人未満の小規模企業。私たちこそが最も厳しい現実と直面しているのです。

変化に対応できない経営者は取り残されます。情報だけ、意識だけでは不十分。「動ける者」だけが生き残ります。AI、価値観の多様化、政治不安——学びを止めた経営者は時代から脱落します。だからこそ今、「何のために経営するのか」「この地域で何を残し、何を変えるのか」を問い直す時です。

2024年、宮崎で開催された青年経営者全国交流会では「集え！変革者」がテーマとして掲げられました。2025年は、その想いを「実践」に移す年です。スローガンは『動け！変革の実践者！』理念だけでは未来は創れません。「やる」と決め、考え、仲間と行動する。その積み重ねが地域と社会を変えます。

今、動かなければ未来はありません。私たちは変革の実践者として、2025年を自ら切り拓いていきましょう。

2. 2025年度の活動方針を考える上での「3つの視点」

～三方よしで描く、不離一体の支部活動～

私たち宮崎北支部は、「自分よし・相手よし・同友会よし」の三つの視点で、同友会の理念と経営実践が結びつく支部運営をめざします。

活動そのものが会員にとって意味と価値を持ち、主体的に関わることが「自社の発展」につながる状態をつくることで、会員数の拡大や組織の活性化は自然と実現されると考えます。

これは「幹事や役員をやれば不離一体で会社がうまくいく」状態づくりであり、「経営課題の解決」や「人間尊重の経営」の実践が、同友会活動と一体で進んでいくことを意味します。

今こそ、私たちはこの支部を「変革」の起点とし、新たな学びと挑戦が生まれる場にしていきます。

①自分よし（自社の発展と役員としての自己成長）

経営者としての学びが経営に生かされ、会の運営に関わることが自己の人間力・経営力を高める機会となるよう、活動をつくっていきます。役割を通して自分自身の課題と向きあい、主体的に学び、実践し続けることで、自社の成長を実感できると同時に、周囲から「憧れられる存在」

へと育っていく——そんな自己成長の循環をめざします。PDCAを活用した活動の可視化・数値化にも取り組み、変革につながる気づきと行動を積み重ねていきます。

②相手よし（他の会員との共育ち）

自社の経験や試行錯誤を共有することが、他の会員にとっての貴重な学びや経営課題解決のヒントになります。学びあい、支えあう「共育ち」の場をつくることで、会員同士の信頼と関係性が深まり、関わる意義が生まれます。

また、活動の中で仲間を支えることが、結果として自身の視野の広がりや成長につながる“循環”を大切にします。

③同友会よし（同友会理念の体現と宮崎同友会の持続可能な運営）

自主・民主・連帯の理念が体現される運営の中で、人を中心に据えた「人間尊重の経営」が自然と育まれるような場づくりを進めていきます。

会員一人ひとりの課題を起点とした活動や委員会の立ち上げを歓迎し、「自分が必要とする例会」「仲間とともに創る学び」のあり方を見直します。

また、幹事が楽しんで関われる環境づくり、DXやAIを活用した業務の効率化などを通じて、持続可能で魅力ある支部運営を実現し、地域からも信頼される同友会をめざします。

3、成果を生み出すための5つの戦術モデル

（1）憧れられる存在になる役員活動と未来を担う主体者づくり

同友会における役員活動は、単なる役割分担ではなく、経営者としての学びと自己成長の実践の場です。

幹事や役員を「支部を動かす人」ではなく、「支部を通じて成長する主体者」として再定義し、支部活動を通じ不離一体で自社を成長させることで、「憧れられる存在」をめざします。その姿に触れた仲間が、「自分もあんな会社をつくりたい」「幹事になりあの人から学びたい」と思えるようになれば、次の主体者が自然に生まれてきます。「憧れられる存在」が一人、また一人と増えていくことが、支部全体に前向きな循環を生み出し、未来を担う仲間の育成と支部の持続的な発展へとつながっていきます。

【例えばこんなことをやります】

- 幹事会を「誰もが参加したくなるような、幹事が一番得する場」として、実利的に学べる場にします。
- 自社の課題に直結し、すぐに実践できる学びが得られる会運営をします。
- 汗をかいている担い手が本当に「役得」を得られる仕組みをつくります。

【数値目標】

- 2026年度を幹事が会員の10%(14名)以上でスタートを切

れるように、2025年度を活動する。

- ▶ 幹事10%(14名)以上を達成するために、グループ長などのスポット的な役を担う会員を延べ30%(42名)以上にする。
- ▶ 役の担い手30%(42名)以上を達成するために、実際に会う会合参加率を延べ50%(69名)以上にする。
- ▶ 景況調査や支部アンケートなどの活動参加率を合計70%(96名)以上にする。

※分母は、2025年4月1日現在の会員数137名で計算

（2）経営課題を軸にした実践的に学び合う場づくり

例会は、ただ経営体験報告を聞く集まりではなく、経営課題の発信や解決と直結した「実践の場」であるべきです。

会員のリアルな経営課題にもとづき、徹底した討論と振り返りを行い、経営改善のための具体的なアクションを創出いたします。

私たちは例会のスローガンとして「いい例会、いいグループ討論、いい懇親会」を掲げ、経営者としての気づきと行動を引き出す設計と運営を徹底していきます。

【例えばこんなことをやります】

- 例会は、「企業変革支援プログラムVer. 2」をフル活用し、課題解決型へ転換します。
- 例会をお披露目会ではなく、報告づくりをワーク型として捉え、つくり込みの過程そのものを学びと位置づけます。
- グループ長研修は、日常にもいかせる本質的な学びの機会として実施します。

【数値目標】

- 例会参加率30%(42名)以上
- 実際に会う会合参加率を年間延べ50%(69名)以上
- 例会アンケート回収率90%以上
- ゲスト参加人数年間55名以上。→ 1回あたり6名×合計9回(例会6回+県行事3回)※55名の根拠については(3)へ。

（3）会員拡大を通じたPDCAの学びと共に学ぶ仲間づくり

会員拡大は単なる数の増加ではなく、宮崎同友会が運動体として価値を共有し、持続可能な仲間づくりの文化を醸成するための重要なプロセスです。

宮崎北支部では、拡大のプロセス自体をPDCAサイクルに乗せ、定量的な管理と改善を図ることで、紹介された仲間が「学び合い」の文化に根づき、互いに成長する環境を整えます。

その結果、支部全体が戦略的に拡大し、参加者全員が学びと共に実践できる仲間となることをめざします。

【例えばこんなことをやります】

- 例会参加までの導線を整備し、新会員が安心して参加できる仕組みをつくります。

- ・新会員には2週間以内に訪問を実施し、早期の安心感と関係構築を図ります。
- ・同友会用語解説や各行事案内の資料を作成し、ゲストや新会員に寄り添った会運営を行います。

【数値目標】

- ・2025年度末会員140名
年間目標＝純増3%(+4名)→5年間の平均が1.27%なので倍以上の目標。
 - ▶新規入会者数：11名以上
 - ◇入会見込みリスト登録数：55名以上(リストの20%が入会に至るとして。)
 - ▶退会率：5%以内(毎年約10%程度。退会者数にすると7名以下)

(4) 本気本音で聴き合い語り合う人間尊重経営の実践

人間尊重の経営の根幹は、まず「聴くこと」にあります。会員一人ひとりの意見や状況に寄り添い、温かみのある対話を通じて、支部全体の関係性の質を高めることに努めます。「本気で聴き、本音で語る」ことで、会員同士が安心して意見交換でき、経営の悩みや成功事例が共有される環境を整備いたします。

その結果、支部内に「話しやすく、参加しやすい」温かなコミュニケーション文化が形成され、孤立する経営者を決して取り残さない体制を実現いたします。

【例えばこんなことをやります】

- ・「企業変革支援プログラムVer. 2」からの会員プロフィールを活用し、収集・共有し、一人ひとりの関心や状況を把握します。
- ・諸般の事情により例会や学習会に來れない会員に対して、地区会やランチ会など柔軟な接点を持てるように努めます。
- ・LINEグループを活用し、関心を持ち続けてもらえるような情報や雰囲気発信します。

【数値目標】

- ・新会員訪問実施率100%(1か月以内)
- ・2週間以内に80%以上をめざす。

(5) 変革の時代を生き抜くためのAI・DX活用と業務効率化の実践

経営環境は激しく変動しており、従来の「頑張る」だけの体制では対応が難しくなっております。

2025年度の宮崎北支部では、AIを活用して業務プロセスの効率化を図り、支部運営における定型業務の自動化と標準化を推進いたします。

これにより、経営者や幹事が本来注力すべき「経営」や「人」との対話に充てる時間を確保し、変革の時代にふさわしい柔軟で持続可能な体制を実現いたします。

【例えばこんなことをやります】

- ・AIを駆使し、DXを推進することで幹事や事務局の負担

を軽減します。

- ・例会アンケートはGoogleフォーム+ChatGPTでデジタル集計・要約・報告を自動化します。
- ・デジタル支部だよりを画像+短文で制作し、視覚的に伝わる形で定期的に配信します。

【数値目標】

- ・業務時間削減率：30%以上

4、具体的な7つの主要な活動

(1) 幹事会・会議運営

会議を単なる運営ではなく、実利的な学びの場として再設計し、誰もが参加したくなるような、幹事が一番得する幹事会を実現します。

①DX活用と仕組みづくり(AI・テンプレ・準備)

- ・AIを駆使し、DXを推進することで幹事や事務局の負担を軽減します。
- ・レジュメや添付資料、議事録(理事会を含む)の内容や準備方法を整備し、準備に手間や時間をかけない仕組みをつくりま
- ・代表幹事はPDCAを回すための事前会議(CAの部分)を実施し、タスクの進捗確認や課題の共有を行います。

②会議運営の効率化と可視化(時間・構成・KPI)

- ・プレマネが多いため、会議は2時間以内とします。(事業課題交流会を入れると2時間30分。)
- ・議題の目的を明確にし、会議毎にPDCAを回して常に改善に努めます。
- ・感覚ではなく、目標や成果を数値で確認し、データに基づいた意思決定に努めます。(アンケート、参加率など)

③主体者の育成と役得の発信

- ・幹事の会社に解決したい課題があるなら、幹事一丸となって最優先で課題を解決できるような体制を整えます。学びの場の創出であったり、必要であれば委員会(AI、ひとり親方など)を立ち上げます。
- ・またこのような有意義な活動を宮崎北支部専用グループLINEで発信し、「憧れられる幹事」をめざします。

(2) 例会

例会は、例会のスローガンとして「いい例会、いいグループ討論、いい懇親会」を掲げ、「企業変革支援プログラムVer. 2」をフル活用し、経営課題の気づきと解決を引き出す「実践の場」にしてい

- ・参加者の多くがプレマネであることを踏まえ、例会の所要時間は2時間30分以内とし、徹底した仕組み化によって質の向上にも注力します。
- ・年間開催回数は、「企業変革支援プログラムVer. 2」の主要カテゴリーの6つの課題に合わせて、年6回とします。
 - ▶開催回数と反比例し、役の担い手は少ないので、少

人数でも質の高いつくり込みができるように仕組み化します。

- ▶ 運営体制においては、座長や室長だけでなく、懇親会担当や広報担当やゲスト対策担当なども新たに配置し、関わる人を増やし主体者の創出に努めていきます。
- 報告の内容は、会員からのニーズに合わせて「5人以下の“組織”の時の経営体験」に厚みを持たせるよう工夫します。
- 例会後のアンケートは、事務局の負担(紙の印刷や集計)の軽減なども考慮し、Googleフォームなどを活用して、完全デジタル化に着手します。
 - ▶ 内容については、選択式を中心とした構成とし、年間を通したデータを集め、PDCAを回す仕組みを整えます。
 - ▶ 自由記入方式の回答についても、ChatGPTなどを活用し、アンケート内容の要約・分類・報告を自動化して、幹事会や代表幹事会議にフィードバックします。
- チラシ作成に関しても、ChatGPTやCanvaなどのAIを活用し、チラシ作成フローをマニュアル化・テンプレート化し、効率よく制作できる環境を整えます。

② 報告づくりと学びの仕組み

- グループ討論では、企業変革支援プログラムVer. 2の設問を導入し、主観的なパッション中心の感想交流ではなく、課題の発見と解決を目的とした運用を標準化します。この運用により、グループ長の役割も仕組み化され、担い手の拡大にもつながります。また、グループ長研修は「同友会のグループ討論用」ではなく、日常的にも活かせる本質的な学びの機会へと昇華させていきます。
- グループ長は、「例会の良し悪しを左右する重要なポジション」と位置づけ、多くの学びを得られた実感を得られるような仕組みを整えます。丸投げすることなく「役割説明会」を実施し、進行の方法や討論テーマのいかし方、参加者への声かけ等を学べる研修の場も設けていきます。
- 誰でも簡単に報告が作成できるよう、ストーリーフォーマットを設計します。
 - ▶ 例会は「完成披露の場」ではなく、報告作成そのものを「つくり込み過程から学べるワーク型」として捉え、作り込みの参加者全体が学べる仕組みにしています。

③ 会員拡大対策

ゲストを招いても、「感動して勝手に主体者となり、自然に入会する」というような理想的なパターンは、実際にはほとんど起こりません。会員拡大は、決して幹事だけが頑張ればよいものではなく、支部全体および理事のチームプレイが求められる取り組みです。ゲストにと

って私たちは“おもてなしする側”であり、会員一人ひとりの関わりが、その後の入会につながる大きな力になります。

だからこそ、「みんなで迎え、みんなで関わり、みんなで仲間にしていく」という意識がとても大切です。会員全員でゲストをもてなし、共感の輪を広げていきましょう。

- ゲストや新会員が学びやすくなるよう「同友会用語解説シート」と「入会の意義・LINE登録案内」を1枚にまとめた案内資料を作成します。紙の色を変えるなどして視認性を上げ、現場での配布や説明に活用します。
- また、LINEグループのQRを明示し、参加後のフォローや情報共有につなげる導線も整備します。
- ゲスト担当者も設置し、ゲストに安心感をもって参加してもらえる工夫をすると同時に、役の担い手を増やしていきます。

(3) 県行事(フォーラム、県総会、新春経営者交流会)、特別行事

① 県行事(フォーラム、県総会、新春経営者交流会)

- 各行事の動員目標設定は、実行委員会が掲げた全体目標および宮崎北支部の「戦術モデル」の目標を基準とします。さらにそこから開催地や内容などを加味してプラスマイナスの修正をします。
- ゲスト目標に対しても同様のプロセスで、目標設定します。
- 近年、フォーラム実行委員会との連携がうまく取れず、支部の担当者が孤立してしまうケースが見受けられます。その背景には、「何をどう議論したのか」「どのような検討をしてほしいのか」といった情報共有が不十分であり、個人の感覚や判断に頼った運営になってしまっていることがあります。こうした属人化を防ぐために、議事録や進捗共有のテンプレートなど、仕組みによる連携強化を図っていきます。

② 望年会(懇親イベント)関連

- 望年会は例会とは切り離し、純粋な懇親イベントとして今後も継続して開催していきます。
- さらに、望年会を単なるイベントで終わらせず、例会への参加や関わりにつながる導線として生かせるよう、戦略的な告知や情報設計も行っていきます。

(4) 小グループ活動

① 新会員への関わり

- 新会員への関わりは「最初が肝心」です。入会から2週間以内を目安に、代表幹事と担当事務局員がペアで訪問し、「入会案内」を実施します。この初期対応により、早い段階での安心感を届けることができ、反対に1

か月以上の放置は「関係が始まらないまま終わる」リスクを高めます。

- このため、訪問時期や役割分担などを含めた訪問ルールを整備し、早期フォローの体制を確立します。
- 訪問時に実施する内容は以下のとおりです
 - ▶ e.doyu(会員サイト)のログイン・使用方法の案内
 - ▶ 宮崎北支部LINEグループへの参加サポート
 - ▶ 「知る会」(2か月に1回開催)への参加案内
 - ▶ 関わり方アンケートの実施

② なかなか参加できない会員への関わり

- なかなか参加できない会員へのかかわりとして、必要に応じて地区会、ランチ会、会員訪問などの接点づくりを柔軟に実施します。会員の生活リズムや繁忙状況を尊重し、「今できる関わり方」を模索します。
- 参加ありきで無理に誘わず、LINEグループなどで接点を維持し「関心を持ち続けてもらう・戻ってこられる場であり続ける」ことを重視します。

(5) 増強活動

① 入会目標の設計と導線づくり

支部としての会員拡大は、感覚ではなく、数値と仕組みにもとづいた設計が重要です。

- これまでの5年間の会員数の推移は、28名の純増で平均年間増加率は1.27%です。それを2025年度は大きなチャレンジをし、倍以上の3%に設定し、純増4名を目標とします。
- 純増4名を達成するために、増と減の両方の対策を同時に実施することが重要です。
 - ▶ 毎年10%程度(14名)の退会者が出てきます。それを今期は退会率：5%以内(退会者7名以下)にします。
 - ▶ 退会者が7名と仮定すると、新規入会者数が11名以上必要です。入会者は突然沸いては来ませんので、入会する前に「見込み会員リスト」が必要になります。顔が見えるということを条件に入会率が20%だとすれば、11名÷20%で55名以上の見込み会員リストが必要になります。

② 受け入れ体制と第一印象の整備(導線強化+信頼感の醸成)

- ゲストや新会員が安心して参加できる環境づくりは、入会・定着率に大きく影響します。「チラシ→LINE登録→知る会→例会」という一連の導線を設計し、スムーズに行動できる環境を整えます。
- 知る会は2か月に1回のペースで定期的に行き、新会員がすぐ同友会を理解できるような体制を整えます。
- ゲスト用の案内資料として「同友会用語解説+LINE登録案内」を1枚にまとめ、デザインや色使いも工夫して視認性を高めます。また、LINEグループのQRを現場で

提示し、イベント後も情報が届くようフォロー導線も設計します。

- ゲストの参加目的や期待値を把握するために、簡単なアンケートやヒアリングも行います。

③ 退会防止と再接点の仕組み化(リスト数を補完する“もう一つの道”)

- 前述のように、新規入会者を18名集めることはハードルが高いため、もうひとつの戦略軸として「退会者を減らす」ことが必要不可欠です。例えば、退会率を10%から5%に抑えることができれば、退会者は14名から7名に減り、必要な新規入会者は18名→11名と現実的な数値になります。11名の入会であれば、必要なリスト数は55名となり、これなら実現の可能性がぐっと高まります。
- そのためには、会員の関わり方に応じた接し方のルール化や、プロフィール・アンケートの活用が重要です。
- 小グループ活動やランチ会などを活用し、離れていた人が戻りやすい場づくりを支援していきます。

(6) 情報発信

① LINEグループの活用

- 宮崎北支部専用のLINEグループを作成し活用します。使用目的は以下の通りです。
 - ▶ e.doyuではカバーしきれない情報発信を行う。
 - ▶ 例会情報や支部内のちょっとした連絡をカジュアルかつタイムリーに共有する。
 - ▶ 会員同士の交流の場として活用する(一定のルールや規制は必要。)

② テンプレートと制作フローの整備

- 情報発信にかかる作業負担を軽減するために、ChatGPTやCanvaを活用し、チラシ・SNS投稿・画像素材などの制作フローをマニュアル化・テンプレート化しています。
- 例会案内などの定型的な発信内容はあらかじめフォーマット化し、Canva上で共有することで、誰でも簡単に編集・出力できる体制を整えています。これにより、属人化せず、継続的に実施できる環境を整えます。さらに、この制作の仕組みそのものも、「共に創り・共に学ぶ場」として捉え、自社でも生かせる実利的な学びの場として活用していきます。

③ デジタル支部だよりとSDGsへの対応

- 従来の紙の支部だよりは廃止し、CanvaやLINEを活用したデジタル支部だよりへと完全に移行しています。PDF形式で保存・共有できる形式とすることで、情報の伝達性を高めつつ、ペーパーレスというSDGsへの貢献にもつながっています。
- 構成については、「読むより“見る”だより」をめざし、画像+短文を中心としたビジュアル重視の発信スタ

イルへとシフトしています。これにより、より多くの会員が自然と目を通しやすくなり、支部活動を「“誰かの学びの参考事例”として共有できる環境」をつくっていきます。

- 戻りやすい場づくりを支援していきます。

(7) 他団体・県連携

① 県(理事会)からの依頼事項への対応

- 県(理事会)からの依頼事項については、共有・判断・分担のフローを整備し、迅速に対応できる体制をつくりま
- す。
- 景況調査、報告書の作成、調査依頼、アンケート回答

などの業務については、代表幹事と幹事会内で役割を明確に分担し、対応の属人化を防ぎながら、組織として着実に応えていけるようにします。

② 他団体・産官学との連携

- MANGOなどのネットワークを活用し、産官学との連携を通じて、他団体との学び・交流・共同企画の機会を創出していきます。
- 産官学連携の企画や地域イベントなどにも積極的に参加し、他団体とのネットワークや信頼関係の構築にも努めてまいります。

5、年間スケジュール

■活動計画

項目/月		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
幹事会・ 会 議	幹 事 会	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	代表幹事 事前会議	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
例 会	準 備		8月例会 準備スタート	9月例会 準備スタート	10月例会 準備スタート	11月例会 準備スタート		2月例会 準備スタート	3月例会 準備スタート				
	実 施					○	○	○	○			○	○
	振り返り						8月 振り返り	9月 振り返り	10月 振り返り	11月 振り返り			2月 振り返り
同友会を知る会			○		○		○		○	(望年会)	○		○
県 行 事		県総会							フォーラム		新春経営 者交流会		
全 国 行 事					全国総会		女全交		青全交			全研	

2025年度（第31期）宮崎北支部幹事名簿

■ 代表幹事 ■

(株)アドカム

代表取締役 桑山 直幸
(中央地区)

ピシャット内装

代 表 立山 智洋
(東部地区)

(有)もりなが

代表取締役 日高 康博
(東部地区)

(株)愛Life

代表取締役 光行 新哉
(北部・西部地区)

■ 幹 事 ■

リビエール

代 表 押川裕一郎
(北部・西部地区)

巴設備工業(株)

代表取締役 下水流 匠
(東部地区)

(株)Entime

代表取締役 寺山 大夢
(北部・西部地区)

(有)岩切建設

専務取締役 十川 学
(東部地区)

(株)A・CON・TE 宮崎

代表取締役 橋口 直幸
(北部・西部地区)

Professional Umpiring Service

代表取締役 橋本 信治
(中央地区)

SunPower(株)

代表取締役 森田 義孝
(北部・西部地区)

MEMO