

よい会社をつくろう。よい経営者になろう。よい経営環境をつくろう。

月刊

同友

5 月号

2026
vol.718

「あったらいいな」を形にできる！



和 new 工業株式会社
WASHIN INDUSTRY CO.,LTD.

ISO9001 認証工場

WASHIN

Dream

Challenge

Emotion

Gratitude

P 03-07

特集 2025年度 広報情報化交流会
SNSの可能性 個対個のマーケティング実践勉強会

P 08-10 21世紀型自立型企业づくり

選ばれる企業を目指し、次世代へ ～お困りごと解決業～

和 new 工業株式会社

代表取締役 森 仁志 氏(東支部)



福岡県中小企業家同友会
月刊同友の
バックナンバー

MONTHLY COMMUNICATION MAGAZINE DOYU



福岡県中小企業家同友会

SNSの可能性

個対個の マーケティング実践勉強会

報告：広報情報委員会 南 史聡



2026年2月21日、ハイネスホテル久留米で2025年度広報情報化交流会を開催しました。今回はSNSをテーマに、SNSをビジネスに活用する方法と、その実践事例を3名の方に報告していただきました。

私は元々、小学校で教諭として教壇に立っていました。結婚を機に退職し、専業主婦となったのですが、社会との接点を目指して、自宅で小さな手芸教室を始めることにしました。とはいえ、当時ただの主婦だった私には、集客の方法も何もわかりません。そんな時、ジャストアイミングで世の中に現れたのがインスタグラムでした。今は企業様の広報全般を請け負う会社をやっていますが、SNSがなかったら今の

基調報告 SNSとの出会いと「アントマリー」の原点

合同会社アントマリー 代表社員 谷脇 奈美 氏(西支部)



私はなかったと思います。

SNSの本質は「入り口」の設計JUSC

多くの経営者の方が「SNSを頑張れば売れる」と考えがちですが、それは大きな誤解です。フォロワー数や「いいね」はあくまで指標の一つに過ぎません。SNSの役割はあくまで「入り口」であり、そこから売上に繋げるための「導線(出口)」が整っていないければ、どんなにバズっても経営は安定しません。

成功のために不可欠なのは、以下の3つの連動です。

- ①コンテンツ(中身)・・・誰に、何を、なぜ届けたいのか。経営者が持つ熱量やストーリーこそが、お客様の心を動かす本質的な価値となります。
- ②クリエイティブ(見せ方)・・・ターゲットが思わず指を止める画像や動画の質です。ここはプロの力を借りて質を高めるべき領域でもあります。

同友会 3つの目的

よい会社をつくろう

同友会は、ひろく会員の経験と知識を交流して、企業の自主的近代化と強じんな経営体質をつくることをめざします。

よい経営者になろう

同友会は、中小企業家が自主的な努力によって、相互に資質を高め、知識を吸収し、これからの経営者に要求される総合的な能力を身につけることをめざします。

よい経営環境をつくろう

同友会は、他の中小企業団体とも提携して、中小企業をとりまく社会・経済・政治的な環境を改善し、中小企業の経営を守り安定させ、日本経済の自主的・平和的な繁栄をめざします。



和 new 工業株式会社

代表取締役 森 仁志 氏 (東支部)



私が森 仁志さんをご紹介します！

株式会社マーキュリー 代表取締役

木下 まき (東支部)



2026年度、東支部支部長 ください。そのようなご縁を私から森さんへバトンタッチすることになりました。東支部は、大所帯で、ベテラン会員から若手まで幅広いメンバーが揃っています。伝統を守りつつ新しい進化を遂げていく為には、森さんのリーダーシップが不可欠だと考え、フォーラム委員長との兼任で大変な中ではありますが、お願いをしたところ、引き受けてくださり、本当に感謝しています。

実は、私が同友会に入会した2007年、あすなる塾で私を担当してくださったのが、お父様の森茂博さんでした。優しさの中にも厳しさのあるご指導をいただいたことを今でも鮮明に覚えています。私は親しみを込めてお父様のことを「森ジイ」と呼ばせていただいております(失礼がございましたらご容赦)

初めにお会いした際は、真面目で礼儀正しい方という印象でしたが、私が関わっている雁ノ巣レクリエーション施設において、小学生ソフトボールチームのヘッドコーチを務められ、子どもたちに真剣に向き合う姿勢や情熱、相手の話に丁寧に耳を傾け、グローブのようにしっかりとキャッチし、包み込む懐の深さをお持ちの方だと強く感じています。

伝統を大切にしながら新たな進化を遂げていくために、森さんの今後のご活躍に大いに期待するとともに、私自身も引き続き全力で応援してまいります。

現場からひとこと



和 new 工業(株) 森仁志さんのところへ訪問しました。広い会議室に通していただくと、なんと、結婚式の席札のような、本日の来訪者一人ひとりの名前入りで、社員さんからのメッセージがありました。取材のなかでも社員教育に力を入れているという話もあり、それが現れていると感じ、とても嬉しく、おもてなしの心に感動しました。

撮影・文/同友会事務局 長尾裕美

詳しくは8ページ「21世紀型自立型企业づくり」へ！



谷脇氏の資料(一部)

③ 導線設計(出口) : SNSで興味を持った方が、迷わず購入や問い合わせができる仕組みです。ホームページや公式LINEの整備がこれに当たります。

「戦略的」 「やがてはカン」

SNSは決して楽なツールではありませんが、自社の「想い」を正しく、戦略的に届けることができれば、中小企業にとってこれほど強力



会場の様子

施し、実際に使ってもらった方の感想や装着写真を投稿してもらっています。当社の悪い評価というのは、ほとんどがサイズ感に関するものなので、お客様のサイズを確認することにもSNSを利用していきます。そうすると、モニターさんが子どもの手の大きさに対してどんなサイズが良いのかという発信をいただいたりしています。これが他のお客様が安心して購入できるようになりました。

な武器はありません。大切なのは、自社の目的を明確にし、そこに適したツールと導線を組み合わせることです。皆さんの素晴らしい事業が、SNSを通じてより多くの方に届く一助となれば幸いです。

**九州唯一の軍手工場
としての誇りと発信**

株式会社イナバ 取締役
稲葉 雄大 氏(久留米支部)



弊社は久留米市北野町で70年続く軍手メーカーです。現在、九州では唯一の軍手工場となりました。私は家業を継ぐ前、上海でグラ

SNSがEducation

「共創」や「コラーレハン」

SNSの最大の魅力は、自社だけではできない「掛け算」が生まれることです。例えば、SNS上で繋がった福井県の反射材メーカーとDMでやり取りを重ね、光る「ゲーミンググローブ」というコラボ商品を開発することができました。また、最近の求職者、特に若い世代は必ず企業のSNSを確認します。日頃から工場の様子や社内の雰囲気発信し続けることは、採用力強化にも直結していると思っています。

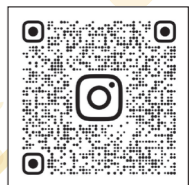
最後に

SNSは、最初こそ薄いつながりかもしれませんが、どこかでつながったときには、一緒に仕事をする仲間を作ることができるようなツールです。

まずは楽しみながら、自社の「顔」を世界に広げていっていただきたいと思っています。



株式会社イナバの
SNS (Instagram)



フィックデザインを学んでいた経験があり、その視点を活かして自社の強みである「13ゲージ(編み目が細かい高密度な軍手)」や、子供用、キッチン用ミトンなどの付加価値の高い商品を発信しています。

企業SNSの

「継続」や

「プロパティの充実」

SNSで最も避けたいのは、更新が止まり「この会社は今も動いているのか?」と不安にさせてしまうことです。私は、毎朝の挨拶タグ(企業公式朝の挨拶など)を活用し、

**「看板」で街を彩り、
社員の主体性を引き出す
組織改革**

株式会社ブンカ巧芸社 専務取締役
峯元 秀爾 氏(東支部)



街のシンボルを創る喜びと 「日本一」への挑戦

弊社は昭和33年創業、鹿児島に本社を置き、福岡や沖縄にも拠点を構える看板制作メーカーです。看板は単なる標識ではなく、街のシンボルとなり、時代を超えて残るものです。私たちは「日本一の看板屋」を目指し、看板の企画提案から製作、メンテナンスまで自社で一貫して手掛けています。

地道に更新を続けることで、BOBのつながりや製造業仲間とのコミュニケーションを大切にしています。

また、X(旧Twitter)では、アカウント名に「何をやっている会社か」を明記し、プロフィール欄にはテレビ出演実績などの「他者評価」を載せることで、一目で信頼性が伝わるよう工夫しています。

お客様の不安を解消する 「モニターキャンペーン」の活用

また、新商品作った時などは、SNSでモニターキャンペーンを

リーマンショックの 「苦い経験から学んだ 「組織」の大切

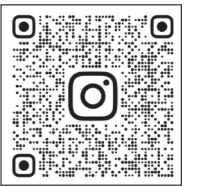
かつてのリーマンショック時、弊社は大幅な売上ダウンと赤字に見舞われ、リストラを余儀なくされました。当時は「経営とはこういうものだ」と思っていました。信頼関係が崩れ、人が離れていく中で、ゼロからの立て直しを経験しました。当時の工場は汚れが目立ち、社員同士の責任転嫁も絶えませんでした。この状況を変えるため、経営理念を言語化した「経営信条」を作成し、全社員で目的を共有することから始めました。

社員の主体性を育て 「委員会活動」や 「MO」の徹底

組織改革の柱として、部署を横断した「委員会活動」を導入しました。最初に成果を上げたのが、整理・整頓・清掃を徹底する「環境委員会」です。大阪の先進的な企業へ5回に



株式会社ブンカ巧芸社の SNS (Instagram)



グループ討論の様子

わたり社員と一緒に訪れて学び、自らの手で工場を磨き上げることで、社員は自分の職場に誇りを持てるようになりました。

他にも、社内報を作成する「広報委員会」や、家族ぐるみの交流を企画する「ふれあい委員会」など、社員自らが会社を良くする仕組みを構築しています。

採用・人材育成に SNS を活用

弊社の SNS はインスタグラムを主に利用しています。デザイン性の高さを重視して、施工実績、制作

事例、社内の日常を3本の柱として投稿しています。

今の若者は必ず SNS で社風を確認します。弊社の SNS の主な目的は「ブランディング」「認知向上」「採用支援」です。採用において会社のことを知っていただくには、SNS をおいて他にあまりありません。他のツールも利用しながら、SNS を一つの武器として利用しています。今年度も6名の新卒採用に

成功したことは、その効果だと思います。

最後に

ベテラン職人の息子さんが、父の背中を見て弊社に入社してくれらるといった嬉しい出来事もありました。これからも社員と共に成長し、夢を持てる会社であり続けたいと考えています。

広報情報化交流会 座長のまとめ



パーシモンズ 代表者
柿元 千徳 氏(りょうちく支部)

本日の広報情報化交流会では、三者三様の視点から SNS 活用のリアルな戦略と、その根底にある組織づくりの重要性が語られました。最後に、私から本日の学びを総括としてまとめさせていただきます。

SNS が

「魔法の杖」にならな
「動線」と「目的」

谷脇氏のお話で最も印象的だった

たのは、SNS はあくまで「入り口」に過ぎないという点です。フォロワー数や「いいね」を追うことが目的化してしまい、肝心の売上に繋がらないという「SNS の罠」に陥っている経営者は少なくありません。成功の鍵は、SNS で認知を得た後の「出口（動線）」をいかに設計するか。公式 LINE でのリスト化や、自社サイトへのスムーズな誘導といった仕組みがあって初めて、SNS は強力な武器になります。また、代行業者に丸投げするのではなく、経営者自身の熱量やストーリーをコンテンツに込めることこそが、他社との差別化を生む本質であることを再確認しました。

信頼を積み上げ、
チャンスを引き寄せる
「アーカイブ」の力

稲葉氏の事例からは、BtoB 企業における SNS の「信頼構築ツール」としての可能性が見えました。毎朝の挨拶といった地道な継続が

「この会社は元気に活動している」という安心感に繋がりが、それが他メーカーとのコラボレーションという新たなビジネスチャンスを引き寄せています。

特に、SNS を「過去の実績アーカイブ（事例集）」として活用し、購入前のお客様の不安を解消する仕組みは、多くの業種で応用可能です。SNS は「フロー（流れる情報）」であると同時に、積み重ねることによって「ストック（資産）」になるという視点が重要です。

SNS が「選ばれる会社」 JNET の指標になる

峯元氏のお話は、SNS 活用の前提となる「組織のあり方」について深い洞察を与えてくれました。採用難の時代、求職者は必ず SNS で社風をチェックします。そこで映し出されるのは、小手先のテクニックではなく、社員がいきいきと働いているか、職場が整っているかという「企業のありのままの姿」です。

委員会活動を通じた 3S（整理・整頓・清掃）の徹底や、社員自らが発信する文化を醸成することは、一見遠回りに見えますが、結果として「若者に選ばれる会社」へと変貌を遂げる近道となります。SNS を頑張ることは、自社の組織を磨き直すことと同義なのです。

おわりに

SNS は決して楽なツールではありませんが、自社の「想い」や「強み」を正しく、戦略的に届けることができれば、中小企業にとってこれほど大きな可能性を秘めたものはありません。

本日の事例をヒントに、まずは自社の目的を明確にし、楽しみながら一歩を踏み出していきたいと思います。

皆さんの事業が、SNS という窓を通じてより多くの人々に届き、輝いていくことを心より願っております。



和興工業株式会社
代表取締役
もり ひとし
森 仁志 氏

取材=広報情報委員会 文=菅原弘(東支部) 写真=長尾裕美(事務局)

選ばれる企業を目指し、

次世代へ

「お困りごと解決業」

後継者として同友会に入会し、支部や委員会の活動を通して自社に落とし込んで活動していく森仁志さんの報告です。



製品製作過程の溶接作業

創立、そして業態をシフトする

今回の取材は、朝倉郡筑前町にある和興工業(株)の森仁志さんです。

会議室に通されると、個人名でウェルカムメッセージカードがあり、温かい雰囲気を感じられました。

同社は昭和48(1973)年、大手製鉄会社の子会社で働いていた社員が、オイルショックなど物資不足に見舞われた際、子会社の悲哀を感じ「地域に貢献する会社を創りたい」と有志が集まり、福岡市高砂で創業しました。森さんの父親・森茂博さん(現会長・筑紫支部)も賛同し、やや遅れて入社します。茂博さんは専務時代に同友会に入会し、経営指針書を作成・実践して会社の発展に貢献します。やがて2003年に3代目社長に就任しました。当時の業務は、土木・建築の足場・型枠材を制作

レンタルすることがメインでした。やがて資材置き場が手狭となり、土地を探し現在の筑前町に移転しました。ここでも増設し、敷地は4800坪となりました。

しかし物流が発達し価格競争が起こり、さらにリーマンショックで打撃を受けたことで、オーダーメイドの企業へと大きく転換を図りました。「あったらいいな」をカタチにする」をモットーに掲げ、お客様へのヒアリングから始まり、提案設計、製造、納品を行っています。プロとして+αの提案を心がけています。「同友会でよく『あなたは何屋さんですか?』という問いがあります、うちは『お困りごと解決業です』と答えています。いわゆるモノづくりというよりコトづくりです」と森さんは語りま

す。改めて現在の業務内容をお聞きしました。

顧客のことも分らず、ゼロからのスタートでした。実績を出すこと(特に階段シリーズ)、取引業者との信頼構築に全力を注ぎました。

会長からは

●経営の全責任は社長にある

●雇用を守る

●黒字経営を目指す

と、まさに「人を生かす経営」を根底にした社長道を学びました。

計画通り、2019年4代目社長に就任します(茂博さんは会長に就任)。同友会の先輩会員からは「3年間は前任者のやってきたことを受け継ぎなさい」とのアドバイスも受けていました。極端な変化は求めず地道に活動していきましました。しかし、そこにコロナ禍が直撃し、業績は悪化していきましました。

企業変革支援プログラムにも社員と共に取り組みました。これは経営者と社員の認識の違いがチャートで「見える化」され、共有できるものです。また全国の同友会会員の中で自社の立ち位置も確認できます。

浮き彫りになった課題は、

- 会社全体がお客様に向いている組織か
- 属人的になっていないか
- 新商品や新規顧客開拓ができていないか

経営理念はすでに会長が策定したものがありません。「主旨が変わらなければ文言は変えてよい」と言わ

ゲームメイド
●土木型枠…特殊コンクリート型枠
これらが同社の事業の三本柱となっています。

森さんの生い立ち

ここで森さんの生い立ちについてお伺いしました。
1973年に森家の長男として生まれます。会社を継ぐ気は全くなく、大学卒業後、インテリア用接着剤メーカー「ヤヨイ化学工業」に就職し、営業として全国を飛び回りました。会社でも管理職を任されるころ、父親から後継者としての打診を受けますが、断っていました。

2014年正月に帰省して、お酒を飲んでいるときに「お前と一緒に仕事したいんだ」という、殺し文句に心を動かされ、会社を継ぐことを決意。同年9月に後継者として入社しました。
しかし商品知識もなく、

顧客のことも分らず、ゼロからのスタートでした。実績を出すこと(特に階段シリーズ)、取引業者との信頼構築に全力を注ぎました。

同友会入会、そして社長就任

2016年常務時代、ある日出張から帰るとデスクの上に同友会の入会申請書が置いてありました。父親の筆跡でした。「申し込んでおいたぞ」の一言があり、「東支部」に入会しました。「同友会の存在は知っていましたが、なんか面倒くさいな」というのが当時の印象だったと言います。

森さんは同友会委員会の「事業承継計画」に基づき、5年後の承継に向けて取り組んでいきました。この計画により、承継に向けて何をすべきかが明確になりました(この計画フォーラムは同友会委員

会に参加すると入手できます。

コロナ禍で考えたこと

経営理念はすでに会長が策定したものがありません。「主旨が変わらなければ文言は変えてよい」と言わ

す。

改めて経営指針書を作成し直し、幹部会議や全体合宿を通して浸透を図りました。

経営理念は次の通りです。

●私たちは「安全とお役立ち」の提供で社会貢献します。

●私たちは全員の物心両面の満足と人間成長を目指します。

●企業変革支援プログラムにも社員と共に取り組みました。これは経営者と社員の認識の違いがチャートで「見える化」され、共有できるものです。また全国の同友会会員の中で自社の立ち位置も確認できます。

浮き彫りになった課題は、

●会社全体がお客様に向いている組織か

●属人的になっていないか

●新商品や新規顧客開拓ができていないか

「主旨が変わらなければ文言は変えてよい」と言わ

す。

改めて経営指針書を作成し直し、幹部会議や全体合宿を通して浸透を図りました。

経営理念は次の通りです。

●私たちは「安全とお役立ち」の提供で社会貢献します。

●私たちは全員の物心両面の満足と人間成長を目指します。

●企業変革支援プログラムにも社員と共に取り組みました。これは経営者と社員の認識の違いがチャートで「見える化」され、共有できるものです。また全国の同友会会員の中で自社の立ち位置も確認できます。

浮き彫りになった課題は、

●会社全体がお客様に向いている組織か

●属人的になっていないか

●新商品や新規顧客開拓ができていないか

「主旨が変わらなければ文言は変えてよい」と言わ

す。

改めて経営指針書を作成し直し、幹部会議や全体合宿を通して浸透を図りました。

経営理念は次の通りです。

●私たちは「安全とお役立ち」の提供で社会貢献します。

●私たちは全員の物心両面の満足と人間成長を目指します。

●企業変革支援プログラムにも社員と共に取り組みました。これは経営者と社員の認識の違いがチャートで「見える化」され、共有できるものです。また全国の同友会会員の中で自社の立ち位置も確認できます。

浮き彫りになった課題は、

●会社全体がお客様に向いている組織か

●属人的になっていないか

●新商品や新規顧客開拓ができていないか

「主旨が変わらなければ文言は変えてよい」と言わ

す。

改めて経営指針書を作成し直し、幹部会議や全体合宿を通して浸透を図りました。

経営理念は次の通りです。

●私たちは「安全とお役立ち」の提供で社会貢献します。

●私たちは全員の物心両面の満足と人間成長を目指します。

●企業変革支援プログラムにも社員と共に取り組みました。これは経営者と社員の認識の違いがチャートで「見える化」され、共有できるものです。また全国の同友会会員の中で自社の立ち位置も確認できます。

浮き彫りになった課題は、

●会社全体がお客様に向いている組織か

●属人的になっていないか

●新商品や新規顧客開拓ができていないか

「主旨が変わらなければ文言は変えてよい」と言わ

す。

改めて経営指針書を作成し直し、幹部会議や全体合宿を通して浸透を図りました。

経営理念は次の通りです。

●私たちは「安全とお役立ち」の提供で社会貢献します。

●私たちは全員の物心両面の満足と人間成長を目指します。

●企業変革支援プログラムにも社員と共に取り組みました。これは経営者と社員の認識の違いがチャートで「見える化」され、共有できるものです。また全国の同友会会員の中で自社の立ち位置も確認できます。

浮き彫りになった課題は、

●会社全体がお客様に向いている組織か

●属人的になっていないか

●新商品や新規顧客開拓ができていないか

「主旨が変わらなければ文言は変えてよい」と言わ

す。

改めて経営指針書を作成し直し、幹部会議や全体合宿を通して浸透を図りました。

経営理念は次の通りです。

●私たちは「安全とお役立ち」の提供で社会貢献します。

●私たちは全員の物心両面の満足と人間成長を目指します。

●企業変革支援プログラムにも社員と共に取り組みました。これは経営者と社員の認識の違いがチャートで「見える化」され、共有できるものです。また全国の同友会会員の中で自社の立ち位置も確認できます。

浮き彫りになった課題は、

●会社全体がお客様に向いている組織か

●属人的になっていないか

●新商品や新規顧客開拓ができていないか

「主旨が変わらなければ文言は変えてよい」と言わ

す。

改めて経営指針書を作成し直し、幹部会議や全体合宿を通して浸透を図りました。

経営理念は次の通りです。

●私たちは「安全とお役立ち」の提供で社会貢献します。

●私たちは全員の物心両面の満足と人間成長を目指します。

●企業変革支援プログラムにも社員と共に取り組みました。これは経営者と社員の認識の違いがチャートで「見える化」され、共有できるものです。また全国の同友会会員の中で自社の立ち位置も確認できます。

浮き彫りになった課題は、

●会社全体がお客様に向いている組織か

●属人的になっていないか

●新商品や新規顧客開拓ができていないか

「主旨が変わらなければ文言は変えてよい」と言わ

す。

改めて経営指針書を作成し直し、幹部会議や全体合宿を通して浸透を図りました。

経営理念は次の通りです。

●私たちは「安全とお役立ち」の提供で社会貢献します。

●私たちは全員の物心両面の満足と人間成長を目指します。

●企業変革支援プログラムにも社員と共に取り組みました。これは経営者と社員の認識の違いがチャートで「見える化」され、共有できるものです。また全国の同友会会員の中で自社の立ち位置も確認できます。

浮き彫りになった課題は、

●会社全体がお客様に向いている組織か

●属人的になっていないか

●新商品や新規顧客開拓ができていないか

「主旨が変わらなければ文言は変えてよい」と言わ

す。

改めて経営指針書を作成し直し、幹部会議や全体合宿を通して浸透を図りました。

経営理念は次の通りです。

●私たちは「安全とお役立ち」の提供で社会貢献します。

●私たちは全員の物心両面の満足と人間成長を目指します。

●企業変革支援プログラムにも社員と共に取り組みました。これは経営者と社員の認識の違いがチャートで「見える化」され、共有できるものです。また全国の同友会会員の中で自社の立ち位置も確認できます。

浮き彫りになった課題は、

●会社全体がお客様に向いている組織か

●属人的になっていないか

●新商品や新規顧客開拓ができていないか

「主旨が変わらなければ文言は変えてよい」と言わ

す。

改めて経営指針書を作成し直し、幹部会議や全体合宿を通して浸透を図りました。

経営理念は次の通りです。

●私たちは「安全とお役立ち」の提供で社会貢献します。

●私たちは全員の物心両面の満足と人間成長を目指します。

●企業変革支援プログラムにも社員と共に取り組みました。これは経営者と社員の認識の違いがチャートで「見える化」され、共有できるものです。また全国の同友会会員の中で自社の立ち位置も確認できます。

浮き彫りになった課題は、

●会社全体がお客様に向いている組織か

●属人的になっていないか

●新商品や新規顧客開拓ができていないか

「主旨が変わらなければ文言は変えてよい」と言わ

す。

改めて経営指針書を作成し直し、幹部会議や全体合宿を通して浸透を図りました。

経営理念は次の通りです。

●私たちは「安全とお役立ち」の提供で社会貢献します。

●私たちは全員の物心両面の満足と人間成長を目指します。

●企業変革支援プログラムにも社員と共に取り組みました。これは経営者と社員の認識の違いがチャートで「見える化」され、共有できるものです。また全国の同友会会員の中で自社の立ち位置も確認できます。

浮き彫りになった課題は、

●会社全体がお客様に向いている組織か

●属人的になっていないか

●新商品や新規顧客開拓ができていないか

「主旨が変わらなければ文言は変えてよい」と言わ

す。

改めて経営指針書を作成し直し、幹部会議や全体合宿を通して浸透を図りました。

経営理念は次の通りです。

●私たちは「安全とお役立ち」の提供で社会貢献します。

●私たちは全員の物心両面の満足と人間成長を目指します。

●企業変革支援プログラムにも社員と共に取り組みました。これは経営者と社員の認識の違いがチャートで「見える化」され、共有できるものです。また全国の同友会会員の中で自社の立ち位置も確認できます。

浮き彫りになった課題は、

●会社全体がお客様に向いている組織か

●属人的になっていないか

●新商品や新規顧客開拓ができていないか

「主旨が変わらなければ文言は変えてよい」と言わ

す。

改めて経営指針書を作成し直し、幹部会議や全体合宿を通して浸透を図りました。

経営理念は次の通りです。

●私たちは「安全とお役立ち」の提供で社会貢献します。

●私たちは全員の物心両面の満足と人間成長を目指します。

●企業変革支援プログラムにも社員と共に取り組みました。これは経営者と社員の認識の違いがチャートで「見える化」され、共有できるものです。また全国の同友会会員の中で自社の立ち位置も確認できます。

浮き彫りになった課題は、

●会社全体がお客様に向いている組織か

●属人的になっていないか

●新商品や新規顧客開拓ができていないか

「主旨が変わらなければ文言は変えてよい」と言わ

す。

改めて経営指針書を作成し直し、幹部会議や全体合宿を通して浸透を図りました。

経営理念は次の通りです。

●私たちは「安全とお役立ち」の提供で社会貢献します。

●私たちは全員の物心両面の満足と人間成長を目指します。

●企業変革支援プログラムにも社員と共に取り組みました。これは経営者と社員の認識の違いがチャートで「見える化」され、共有できるものです。また全国の同友会会員の中で自社の立ち位置も確認できます。

浮き彫りになった課題は、

●会社全体がお客様に向いている組織か

●属人的になっていないか

●新商品や新規顧客開拓ができていないか

「主旨が変わらなければ文言は変えてよい」と言わ

す。

改めて経営指針書を作成し直し、幹部会議や全体合宿を通して浸透を図りました。

経営理念は次の通りです。

●私たちは「安全とお役立ち」の提供で社会貢献します。

●私たちは全員の物心両面の満足と人間成長を目指します。

●企業変革支援プログラムにも社員と共に取り組みました。これは経営者と社員の認識の違いがチャートで「見える化」され、共有できるものです。また全国の同友会会員の中で自社の立ち位置も確認できます。

浮き彫りになった課題は、

●会社全体がお客様に向いている組織か

●属人的になっていないか

●新商品や新規顧客開拓ができていないか

「主旨が変わらなければ文言は変えてよい」と言わ

す。

改めて経営指針書を作成し直し、幹部会議や全体合宿を通して浸透を図りました。

経営理念は次の通りです。

●私たちは「安全とお役立ち」の提供で社会貢献します。

●私たちは全員の物心両面の満足と人間成長を目指します。

●企業変革支援プログラムにも社員と共に取り組みました。これは経営者と社員の認識の違いがチャートで「見える化」され、共有できるものです。また全国の同友会会員の中で自社の立ち位置も確認できます。

浮き彫りになった課題は、

●会社全体がお客様に向いている組織か

●属人的になっていないか

●新商品や新規顧客開拓ができていないか

「主旨が変わらなければ文言は変えてよい」と言わ

す。

改めて経営指針書を作成し直し、幹部会議や全体合宿を通して浸透を図りました。

経営理念は次の通りです。

●私たちは「安全とお役立ち」の提供で社会貢献します。

●私たちは全員の物心両面の満足と人間成長を目指します。

●企業変革支援プログラムにも社員と共に取り組みました。これは経営者と社員の認識の違いがチャートで「見える化」され、共有できるものです。また全国の同友会会員の中で自社の立ち位置も確認できます。

浮き彫りになった課題は、

●会社全体がお客様に向いている組織か

●属人的になっていないか

●新商品や新規顧客開拓ができていないか

「主旨が変わらなければ文言は変えてよい」と言わ

す。

改めて経営指針書を作成し直し、幹部会議や全体合宿を通して浸透を図りました。

経営理念は次の通りです。

●私たちは「安全とお役立ち」の提供で社会貢献します。

●私たちは全員の物心両面の満足と人間成長を目指します。

●企業変革支援プログラムにも社員と共に取り組みました。これは経営者と社員の認識の違いがチャートで「見える化」され、共有できるものです。また全国の同友会会員の中で自社の立ち位置も確認できます。

浮き彫りになった課題は、

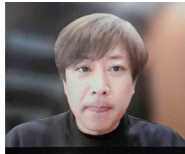
●会社全体がお客様に向いている組織か

●属人的

3月26日(木)開催
参加した新会員▶19人

NEXT

6月25日 木
ご参加をお待ちしております。



2025年度 第11回 理事会議事録

理事会議事録の詳細はe.doyuの「文書管理」にある「理事会議事録」にてご覧ください。

開催日時 3月25日(水) 14時30分~17時42分
出席数 37名(出席率94.8%)

会場 福岡県中小企業振興センター401会議室
議長 松木 祥也

[審議事項・協議事項]

1 入退会審査

入会63名、退会16名(うち休会からの退会1名)、休会3名が承認され、3月承認会員数は2,467名となった。また移籍1名も確認された。

2 「全体構想」について

2月の理事会において「5ステップ」に関する質問や意見をいただき、それに基づき修正を行った。修正意見を踏まえ、承認された。

3 2026年度に向けて

- ①2025年度活動総括(案)の検討→承認された。
- ②2026年度運動方針(案)、増強目標設定の考え方の検討→2026年度の増強目標を2,550名とすることを承認した。
- ③2025年度決算見直し、2026年度予算案の検討 →承認された。
- ④2026年度組織図(案)、活動計画の検討→承認された。
- ⑤第64回定時総会について→承認された。

4 企業づくりより

- 経営指針の作成と実践数字把握
先月から成文化率が1%上がった。最低でも声掛け率を達成したいので、引き続き各支部で指針成文化・実践状況の把握、声掛けがお願いされた。
- 企業変革支援プログラム Ver.2登録状況

企業変革支援プログラム Ver.2のe.doyuの登録は、現在184名。登録目標まで残り66名であり、各支部で登録の呼びかけがお願いされた。

5 役員選考委員会より

- ①高谷代表理事の代表理事および理事の辞任について
- ②定款の定めのない役員2名
 - ・増強部長に豊島 圭さん
 - ・青年経営者部会代表に安部 拓二さん
 以上が承認された。

6 会員企業の動き

- 経営革新計画承認企業
 - 2026年1月(県5件/うち同友会会員企業0件)
 ※累計で福岡県全体では10,159件、会員企業は延べ594件です。

■報道記事など

- 2026年2月20日 読賣新聞
(株)Re クリエーション・西田 朋之さん(有明支部)
- 2026年2月25日 日本経済新聞
(有)楽天地・水谷 崇さん(福博支部)
- 2026年3月4日 西日本新聞
(株)セールスアカデミー・宮脇 伸二さん(福友和支部)
- 2026年3月11日 西日本新聞
(株)グロウザーHD・市丸 皓士さん(ひびき支部)

新しい取り組み

森さんは、くじけることなく新たな取り組みを進めています。
●修理改造事業…「ゼロイチ」ではなく、SDGsの一環として「もったいない」の精神で既存製品を改良する事業です。台車改良などの事例があります。

森さんは、この課題の解決のために、「組織づくり」に着手しました。従来のタテの組織にヨコの連携を組み込もうとしました。コロナ禍では子連れ出勤の承認、SDGsの取り組み強化、BCP(事業継続計画)の推進も行いました。組織改革の過程で、ベテラン社員が「ついていけない」と退職する場面もありました。また実績も思うように上がらず、苦労の連続でした。「社長になると、責任感が全然違うと感じました」。

●顧客との関係強化…ホームページによる集客。SEO対策の強化を図ります。階段シリーズは、全国で津波などの対策で相談を受けたコンサルタントが和新生業のホームページでこのシリーズを見つけ、問い合わせをして来るようになりまして。その数も増えてきており、同社はSEO対策を充実させていきました。営業はフォローに専念します。施工は地域業者へ委ねることで復興のための補助金を受けた復興・地域貢献にもつながっています。

●人材の採用と育成…「最後の人は人です」。新卒採用に動いた時期もありました。事業継続のために新しい人材を採用し、平均年齢も下がったと言います。次世代の幹部育成も課題の一つで、様々な形で人材教育をしています。

同友会活動

同友会ではブロック長、例会プロジェクトなどを歴任しています。フォーラム副委員長を経て、2025年度はフォーラム委員長として成功に導きました。「役を受けることで気づきと学びがあります。支部を越えた出会いもあり、刺激になります」。

企業情報

和新生業株式会社

創業 1973年
住所 朝倉郡筑前町山隈1279-1
電話 0946-23-0711
社員数 25名
事業概要 法面点検・津波避難階段の製造・販売。物流機器の製造・販売。土木建築用型枠の製造販売、レンタル。有害鳥獣捕獲罠の製造販売。

http://www.washin-kogyo.co.jp



「選ばれる企業を目指す、次世代へ」
取材の最後に森さんの考える自立型企業について伺いました。「やはり「選ばれる企業」になることですね。お客様、仕入先、金融機関、求職者、地域などすべてのステークホルダーから選ばれる存在です。企業づくりは人づくり、仕事づくり。創業50年を超える企業を、次世代へつなぐことが私の社長としての使命です」と力強く締めたいいただきました。取材協力ありがとうございました。

森さんのAction

- ①2014年9月に後継者として入社。取引先との信頼関係構築に注力。
- ②2016年に同友会入会。同友会と一体に事業承継の準備をすすめる。
- ③2019年社長に就任。コロナ禍の中、改めて経営指針を作り直し、浸透を図る。
- ④2025年度にフォーラム委員長に就任。気づき、学び、刺激を得て、2026年度は支部長兼任の挑戦へ。





福岡県 信用金庫協会 × 福岡県 中小企業家同友会

幹部懇談会

報告：金融政策部長 中川 甚広(のおがた支部)

令和8年2月17日、福岡県信用金庫協会と一般社団法人福岡県中小企業家同友会幹部との懇談会が、九州北部信用金庫協会会議室にて開催されました。懇談会は、地域金融機関と中小企業が相互理解を深め、地域経済の持続的発展に向けた連携強化を図ることを目的として実施されたものです。

開催に至る背景

金融機関との関係においては、1997年以降の金融危機を契機とした「貸し渋り」「貸し剥がし」問題を背景に、同友会は2000年に全国的な金融アセスメント運動を展開してきました。その中で、「貸し手責任」だ



▶九州北部信用金庫協会の井倉会長

けでなく「借り手の姿勢」の投げかけを受けて、「経営指針に基づく経営」をしつかり行うと両社が確認し、双方の責任と信頼関係の構築が重要であるとの認識が醸成されました。これを受け、2016年10月20日には県内8信用金庫と「中小企業等支援に関する覚書」を締結



▶福岡同友会の井上副代表理事

し、①中小企業への情報提供、②相互の研修等への講師派遣、③地域における経済情報、動向等に関する情報交換、④個別企業からの相談への対応、⑤その他中小企業等の支援に寄与する事項の連携を進めてきました。

今回の懇談会は、その覚書締結から10年という節目を迎え、これまでの取り組みの評価と今後の方向性を再確認する場として位置付けて開催されたものです。

当日の懇談内容

当日は、開会挨拶および出席者紹介に続き、「中小企業の現状と課題」について共有が行われました。信用金庫側からは取引先支援の取り組み状況が報告され、同友会側からは、貞兼代表理事より「同友会がめざす企業像と企業変革支援プログラム」の説明が行われ、自社での取組み前と取組み後の社内変化もあわせて報告されました。



同友会の取組みとして、高校生のインタビューシップも紹介され地域の若者の育成や地域課題と自社課題、「よい経営者」をつくっていく金融機関の役割等についても議論されました。

また、「地域を支えるために双方が連携してできること」を主軸に議論が展開されました。特に、信用金庫は地域に根ざした金融機関として「最後の拠り所」であるとの認識が共有され、経営者に対しても継続的な関係構築の重要性が強調されました。また、金利を単なるコストではなく「企業を育成するための投資(育成費)」として捉える考え方が示され、長期的視点での相互成長の必要性が確認されました。

さらに、個人保証の問題や経営指針書に基づく経営の重要性、借り手としての姿勢の確立についても議論され、金融機関と企業が対等なパートナーとして信頼関係を築くことが不可欠であるとの認識に至りました。

まとめと今後の課題

今回の懇談会を通じて、信用金庫と同友会は「地域金融機関と中小企業は地域の未来を共に創るパートナーである」という共通認識を再確認しました。また、覚書締結から10年を経た現在、形式的な連携にとどまらず、より実効性のある協働へと深化させる必要性が明確となりました。

特に重要な論点として、①地域課題(若者定着等)を自社課題として捉える視点、②企業の存在意義を明確にする経営の在り方、③覚書に基づく連携施策の実効性評価、の三点が挙げられます。

今後は、定期的な意見交換の場を継続的に開

催するとともに、具体的な行動計画の策定が求められます。情報共有や人材交流の強化、地域課題解決型の共同プロジェクトの推進、企業の経営指針確立支援などが重要です。また、金融と経営の双方の視点を活かした新たな支援モデルの構築も期待されます。

以上、懇談会は単なる意見交換にとどまらず、地域経済の持続的発展に向けた実践的な連携の第一歩として、大きな意義を有するものでした。今後も双方の関係を深化させ、中小企業の成長と地域活性化に寄与していくことが強く求められます。





第64回 定時総会 **5/15** 金 【総会・表彰】13:00~15:00 ■ **のがみプレジデントホテル**
 【分科会】15:10~18:10 飯塚市新立岩12-37
 13:00▶▶▶20:30 【交流会】18:40~20:30 ☎0948-22-3840

2026年度 地区・支部総会 一覧

福岡地区総会	5/19 火	15:30~17:00	福岡県中小企業振興センター大ホール 福岡市博多区吉塚本町9-15-2F ☎092-686-1234
東支部総会	5/19 火	17:45~19:00	ホテルクリオコート博多 福岡市博多区博多駅中央街5-3 ☎092-472-1115
福博支部総会	5/19 火	17:30~18:50	福岡県中小企業振興センター403会議室 福岡市博多区吉塚本町9-15-4F ☎092-686-1234
博多支部総会	5/19 火	18:30~20:10	アクア博多 A会議室 福岡市博多区中洲5-3-8-3F ☎092-263-4770
中央支部総会	5/19 火	17:30~18:30	福岡県中小企業振興センター402会議室 福岡市博多区吉塚本町9-15-4F ☎092-686-1234
西支部総会	5/19 火	17:30~18:30	福岡県中小企業振興センター303会議室 福岡市博多区吉塚本町9-15-3F ☎092-686-1234
南支部総会	5/19 火	18:00~19:45	福岡県中小企業振興センター401会議室 福岡市博多区吉塚本町9-15-4F ☎092-686-1234
筑紫支部総会	5/19 火	18:30~19:30	筑紫野市生涯学習センター 筑紫野市二日市南1-9-3 ☎092-918-3535
福友愛支部総会	5/19 火	18:30~19:05	カノピアーノ福岡 福岡市中央区大名1-1-12 ☎092-724-4122
福友和支部総会	5/19 火	18:30~19:20	カノピアーノ福岡 福岡市中央区大名1-1-12 ☎092-724-4122
青年支部総会	5/19 火	18:10~18:50	赤煉瓦文化会館 福岡市中央区天神1-15-30 ☎092-722-4666
玄海支部総会	5/19 火	17:30~18:30	同友会会議室 福岡市博多区吉塚本町9-15-11F ☎092-686-1234
かすや支部総会	5/19 火	17:30~18:30	福岡県中小企業振興センター 302B会議室 福岡市博多区吉塚本町9-15-3F ☎092-686-1234
糸島支部総会	5/19 火	18:30~19:30	ハーブガーデンブティール倶楽部伊都国 糸島市浦志366-2 ☎092-331-2220

北九州地区総会	5/21 木	18:30~19:30	コムシティ大会議室 北九州市八幡西区黒崎3-15-3 ☎093-641-9360
北九州支部総会	5/21 木	19:30~20:30	コムシティ大会議室 北九州市八幡西区黒崎3-15-3 ☎093-641-9360
ひびき支部総会	5/21 木	19:30~20:30	コムシティ204会議室 北九州市八幡西区黒崎3-15-3 ☎093-641-9360

筑豊地区総会	5/22 金	17:00~18:00	エクセレントガーデン 直方市頓野4069-9 ☎0949-26-8808
のがた支部総会	5/22 金	18:10~19:10	エクセレントガーデン 直方市頓野4069-9 ☎0949-26-8808
飯塚支部総会	5/22 金	18:10~19:10	エクセレントガーデン 直方市頓野4069-9 ☎0949-26-8808
田川支部総会	5/22 金	18:10~19:10	エクセレントガーデン 直方市頓野4069-9 ☎0949-26-8808

県南地区総会	5/18 月	17:30~18:30	泰泉閣 朝倉市杷木志波20 ☎0946-62-1140
久留米支部総会	5/22 金	18:30~19:00	ハynesホテル久留米 久留米市天神町1-6 ☎0942-32-7211
大牟田支部総会	5/19 火	18:30~19:30	だいふく本店会議室 大牟田市有明町2-1-3 ☎0944-53-3333
有明支部総会	5/29 金	18:30~19:30	白柳荘 柳川市新町16 ☎0944-73-1188
りょうちく支部総会	5/18 月	18:30~19:30	泰泉閣 朝倉市杷木志波20 ☎0946-62-1140

企業連携推進委員会
22 金 FAST5月例会
 18:20~20:30
 福岡同友会事務局全体会議室
 福岡市博多区吉塚本町9-15 福岡県中小企業振興センタービル11F
 ☎092-686-1234
 ランチェスター戦略 × 中小企業
 小さな会社が業績を上げる連続セミナー
 ~ランチェスター戦略とは何か~
■ 深見 信吾 氏
 深見経営株式会社代表取締役 (東支部)

経営労働委員会
23 土 経営指針作成 あすなろ塾
 9:15~17:45
 福岡県中小企業振興センタービル
 202会議室
 福岡市博多区吉塚本町9-15
 福岡県中小企業振興センタービル2F
 ☎092-686-1234

共有委員会
25 月 リーダー共有研修
 16:00~18:30
 福岡県中小企業振興センターホールC
 (予定)
 福岡市博多区吉塚本町9-15-2F
 ☎092-622-0011
 自社研修のつくりかた
 ~自社で講師をやってみよう~

29 金 青年経営者部会
2025年度青年経営者部会「幹事会卒業式」
 18:00~21:00
 THE LIVELY 福岡博多 福岡市博多区中洲5丁目2-18 ☎050-3138-2071



市内約70の企業・団体・学校が出展

春を感じるうらかな土曜日。家族連れなど多くの市民が足を運ぶ中、大牟田支部にて2校目となる大牟田北高校の「インタビューシップ成果発表会」が大牟田市開催の『おおむた産業フェスタ』の1コーナーにて開催されました。

生徒たちの発表からは、頼もしい成長の姿が伺えました。岡村支部長の訪問先では、普段学校で使っているトイレトペーパーが支部長の所から届いている事を知り驚きの声。また富山さんや末藤さんの受入生徒さんからは「働くとはお金を稼ぐだけでなく地域の皆を良くしていくこと」「社員の方々の誇りと誠実さに感銘を受けた」と、働く意義に触れる報告が続きました。

生徒たちも、同窓の先輩会員がロールモデルとして生徒の前に現れたり、他の会員の処でも初めての社会体験を受けたりして、地域経済に寄与する中小企業に確かな手応えを掴んだようです。



子供たちに人気な大牟田支部会員企業も

「大牟田も捨てたもんじゃない！」と生徒が胸を張ってプレゼン！

～インタビューシップ第2校目成果発表会～

文・写真：パーシモンズ 柿元 千徳(りょうちく支部)



インタビューシップの趣旨説明をする
岡村支部長(写真右)と末藤副支部長(写真左)



会場の皆さんも真剣に聴いてくれていました

今回の企業訪問とインタビューを通して生徒たちの口から飛び出した「大牟田も捨てたもんじゃない！」という力強い言葉は、私たち経営者にとって地域でインタビューシップを行う意義を再確認させてくれる、希望に満ちた時間となりました。

2026年5月1日発行(毎月1回・1日発行)

福岡同友会

<https://www.fukuoka.doyu.jp/>

アンケートにご協力ください 回答締切 5月31日(日)

月刊同友会では、皆様からのご意見・ご要望を募集しています。
よろしければQRコードからアンケートにお答えください。(所要時間 4分)



一般社団法人 福岡県中小企業家同友会

〒812-0046 福岡市博多区吉塚本町9番15号
福岡県中小企業振興センタービル11階
TEL:092-686-1234 FAX:092-686-1230

北九州地区センター

〒802-0001 北九州市小倉北区浅野1-2-39
クルーズ浅野ビル808号
TEL:093-551-3111 FAX:093-551-3344

県南地区センター

〒830-0038 久米米市西町1367-1
祥栄ビル2階
TEL:0942-33-3355 FAX:0942-33-3366