

2030 VISION

— 2030ビジョン —

地域に役立つ企業を目指し、
「共創」で
自社の存在意義を高めよう！

企業づくり

地域づくり

同友会づくり

事務局づくり



一般社団法人北海道中小企業家同友会

CONTENTS 目次

はじめに 3-5

- ビジョン作成にあたって
- 「2030 ビジョン」の意義
- 「2030 ビジョン」の位置づけ
- 「2030 ビジョン」の活用について
- スローガン
地域に役立つ企業を目指し、
「共創」で自社の存在意義を高めよう！
- 同友会が提唱する「科学性・社会性・人間性」とは
- 私たちが目指す経営者像

1. 「2030 ビジョン」 私たちが目指す企業づくり 6-7

2. 「2030 ビジョン」 私たちが目指す経営環境の改善と地域づくり 8-9

3. 「2030 ビジョン」 私たちが目指す同友会づくり 10-11

4. 「2030 ビジョン」 私たちが描く事務局づくり 12

まとめ 13

支部構成図 14

新会員のための「用語解説」 15

中期ビジョン検討プロジェクト名簿 15

はじめに

一般社団法人北海道中小企業家同友会（以下、北海道同友会）は、1969年11月22日に誕生して以来、企業づくりと地域に根差した活動を通じて、地域社会から大きな信頼を獲得してきました。しかし、近年の新型コロナウイルス感染症の影響や経営環境の変化は、多くの中小企業を苦境に立たせました。北海道同友会もまた変革の時を迎え、北海道同友会の未来に向けた共通のビジョン構築の必要性が高まってきました。そこで、2024年度から「中期ビジョン検討プロジェクト」を立ち上げ、未来に向けてビジョンを策定することになりました。

この中期ビジョンは、私たち会員が5年後の2030年に目指す未来への羅針盤です。ビジョンの柱に掲げた「共創」のためには、社員と経営者が協働して、新たな価値の創造に向けて取り組むことが大切です。共創を実現するには、互いの意見や価値観を尊重し、受け入れることが重要であり、そして、オープンマインドな姿勢を持ち、自主・民主・連帯の精神を大切にすることで、技術革新や社内体制の確立、一人ひとりの成長を促し、より強い企業を築くことができます。そのような企業が増えることは、より良い地域づくりにつながります。



ぜひ、北海道同友会が描く企業のあり方、経営者の姿、地域との関わりについて支部や地区会の例会、役員研修会等で学び合いましょう。そして、ご自身の未来と照らし合わせ、具体的な実践まで落とし込んでいただきたいと思います。企業経営と同友会運動を“車の両輪”に活動していただくことで、事業の安定と経営者としての喜びを体感し「入会してよかった」と心から感じていただければ幸いです。

地域社会との連携を深め、会員同士、そして社員との学び合いを促進し、共に課題を克服し、新たな価値を創造することで、北海道の未来を力強く牽引していきましょう。

一般社団法人北海道中小企業家同友会

副代表理事 本田 哲

副代表理事 高橋 憲司

副代表理事 森 俊一

■ビジョン作成にあたって

今回作成する「2030 ビジョン」を1人でも多くの会員と共有し、全会員参加型で作成するため、全支部に「なりたい姿」の作成と提案を依頼し、事務局員へのヒアリングも行いました。そして、全支部から提案いただいた意見を「2030 ビジョン」としてまとめました。これから5年の間「2030 ビジョン」の達成に向け、全道を上げて取り組んでまいりましょう。

■「2030 ビジョン」の意義

北海道同友会は現在10支部と46地区会で構成されており、それぞれの地域や支部によって歴史や特徴の違いがあります。しかし、これからの激動の時代で発生する様々な問題や課題を解決していくためには、全会員で「北海道同友会としてのなりたい姿」を共有し、実践していくことがとても重要です。

単に現在から積み上げていく未来ではなく、具体的に「5年後にはこうなっていたい」という思いを抱き示した「2030 ビジョン」を全会員で共有しましょう。

■「2030 ビジョン」の位置づけ

企業における経営指針は経営理念・10年ビジョン・経営方針・経営計画から成り立ちます。これを北海道同友会に当てはめると、経営理念は同友会理念、10年ビジョンが「2030 ビジョン」、経営方針が毎年作成する全道方針となります。

同友会理念の実現と「2030 ビジョン」の達成に向け、毎年の全道方針及び、支部や地区会の方針で具体的に取り組んでまいりましょう。

■「2030 ビジョン」の活用について

ビジョンは作って終わりではなく、折に触れ読み返し、現在とのギャップを認識し、何が足りないか、何をすれば近づけるかを確認し合うことが大切です。以下に「2030 ビジョン」の活用について提案します。



①全道や支部の年度方針との関連性

全道や支部の年度方針は、同友会理念だけではなく、「2030 ビジョン」も確認しながら作成すべきだと考えます。さらに、単年度方針の中の各項目が「2030 ビジョン」のどの部分と関連しているかわかるような工夫をすることが大事です。その結果、単年度の方針や計画と5年先での方向性を常に確認することができます。

②現在地の確認

毎年、理事・委員会役員・支部役員で「2030 ビジョン」と北海道同友会の現在地のギャップを確認する機会が必要だと考えます。定期的に役員の改選があったとしても、その都度「2030 ビジョン」を共有し、ギャップを確認することで、全道方針の理解が深まり、さらには同友会理念を学ぶことにもつながります。

③支部において

支部で例会テーマを決めるときは、支部の単年度方針や、全道の単年度方針から決めることが基本ですが、「2030 ビジョン」を繰り返し読むことで、新たな気づきや参考になるキーワードを見出し、例会テーマとして活用することもできます。

④自社において

経営指針の中に、10年ビジョンが加わって数年経ちますが、まだ作成できてない会員も多いと思います。「2030 ビジョン」を読むことで自社の10年ビジョン作成にも役立つと思います。ぜひ参考にしてください。

■スローガン

地域に役立つ企業を目指し、 「共創」で自社の存在意義を高めよう！

この中期ビジョン（2025～2030年）は「地域に役立つ企業を目指し、「共創」で自社の存在意義を高めよう！」を実現するための具体的な指針として策定されました。私たちは、同友会が提唱する「科学性・社会性・人間性」の考え方のもとに経営者像、企業づくり、地域づくり、同友会づくり、事務局づくりをそれぞれの項目ごとの状況に合わせて取り組み、共創することで存在意義を高めて力強くけん引、推進されていくものだと考えます。会員の皆様の企業のため、地域のため、同友会運動の推進のために全道一丸で取り組んでまいりましょう！



■同友会が提唱する「科学性・社会性・人間性」とは

全ての人が納得し自らの確信とするためには、科学性・社会性・人間性の三つの要素が必要だと言われています。

◆「科学性」とは、 客観的な裏付けがあること

同友会理念には3つの目的（良い会社・良い経営者・良い経営環境を目指す）があります。

そのうちの1つである「良い会社をつくる」。この目的の実践は、労使見解を基にした経営姿勢を確立し、同友会らしい黒字企業を目指すことを意味します。まずは、経営の目的をしっかりと考えたうえで、自社の経営理念をつくり、経営方針を作成し、経営計画を立てることが大切です。これらの理念・方針・計画が経営指針となり、それを基に実践し利益を出していくのです。そして、地域で必要とされる企業を目指していきましょう。

◆「社会性」とは、社会的 責任を全うしていること

「国民や地域社会と共に歩む中小企業」、同友会はこれをひとつの理念として掲げています。

私たち中小企業の使命は、優れた製品やサービスを提供することで人々の暮らしの向上を目指すことにあります。さらに重要なのは、地域の雇用を守り、地域経済の繁栄と発展に貢献し、地域社会の担い手となることです。地域から「あてにされる企業」になり、地域経済の活性化へ積極的に提言したり、行政・経済団体・金融機関・教育機関と連携し、地域おこしを共に進め、国民一人ひとりの幸せを大切にする経済社会をつくっていく必要があります。

◆「人間性」とは、 社員の人格を尊重すること

同友会の希求する理念は「人間尊重の経営を目指す」ことに集約されます。

これは経営の原点であり「社員の幸せの追求」につながります。社員と「共に学び」「共に育つ」を実践し、信頼できるパートナーとして認めあい、その能力を発揮できる企業づくりを目指しましょう。そのためにも「人間尊重経営」を原点にし「労使見解」の精神に学び、「人を生かす経営」の実践を推し進めていきます。

■私たちが目指す経営者像

私たちは、自主的な努力によって資質を高め、知識を吸収し、総合的な能力を身に付ける経営者を目指します。具体的な経営者像としては、

- ① 人間的総合力を身に付け、高い次元で人間味あふれ説得力のある経営者である。
- ② 自己変革から人間的成長をめざす覚悟と勇気を

持っている。

- ③ 社員に寄り添い、人間的なやさしさと厳しさを兼ね備えている。
- ④ 同友会の活動を最大限に活用し、経営者同士が切磋琢磨し、学び合い、考え合い、より良い道を自ら見つける。

1. 「2030 ビジョン」 私たちが目指す企業づくり

1-1 経営指針

全会員が経営指針を社員と共に作成し全社的に実践している

VISION

- ① 労使見解に基づいた経営指針を社員と共に作成し、経営指針に基づいた経営を全社一丸で実践している。
- ② 全社員が経営理念を理解・共有し、個々が行動規範・仕事の判断基準を持ち考動*している。
- ③ 経営指針の成文化とその実践→検証→改善のPDCAを繰り返す、経営者、社員、企業の変革から成長の成果を出している。

*考動…「自ら考えて、明確な意思と目的に基づいて行動すること」

具体策例

- ① 時代の流れをつかんだ指針書を作成し、次代の課題を解決するために例会や委員会等を活用してSDGs、BCPの策定を掲げることが重要。特に社会課題の解決へ向けて、自社が果たす責任が明確に示してあれば及第点。
- ② 労使見解、企業変革支援プログラム Ver.2を学ぶ勉強会を自社で定期的に開催する。
- ③ 経営指針実践の体験報告を、例会などに持ち寄り、仲間と共に学びのサイクルを回す。



1-2 労使見解

経営者と社員が共に学び育ち合い、持続可能な成長を実現する企業体質が確立されている

VISION

- ① 経営指針に経営者の経営姿勢が確立され、社員が経営者の思いをよく理解し、全社一丸体制となっている。
- ② 経営指針の成文化に社員が積極的に参加し、自分たちの指針書として全社員が実践している。
- ③ 社員の創意や自主性が発揮できる企業づくりを実践できている。
- ④ 経営者と社員が共通の目的を持ち、外部環境の改善に取り組んでいる。

具体策例

- ① 経営者が労使見解と「共に育つ」理念を深く学び、社内定期的に勉強会を開催する。
- ② 経営者と社員が相互理解に基づいたコミュニケーションを深め、あてにし、あてにされる企業風土を作る。
- ③ 年に一度の社員アンケート・面談を実施し、経営者と社員が共創できる関係性を構築する。
- ④ 経営者や社員が同友会活動に積極的に参加し、人を生かす経営の本質を学び自社で社員と共に実践する。



1-3 黒字経営

経営指針の成文化と実践を通じ、利益の出る企業へ、黒字企業は強い企業へ、さらには社会に必要とされる会社になっている

VISION

- ① 経営指針に基づき、毎年確実かつ計画的に経常利益が出る企業体制が出来ている。
- ② 外部環境変化に対応した新規事業、新市場の開拓や時代のニーズを捉えた付加価値の高い商品・サービスの開発と提供により、自社の付加価値の向上を図り黒字経営を継続し続けている。
- ③ 金融機関とのコミュニケーション強化により信頼関係が構築され、取引関係が良好となり借入れがしやすい企業となっている。加えて新たな情報の受発信をして総合的信頼関係を構築している。
- ④ デジタル活用によるIT技術の導入が積極的に行われ、企業の付加価値や競争力が高まっている。

具体策例

- ① 全社一丸となってお客様の声を聞き顧客のニーズや可能性に応じていく。営業実績を全社的に分析し、自社の稼ぐ市場を見定める。
- ② 経営者仲間に学び、その学びを自社に生かす同友会らしい経営者像を目指す。
- ③ 「経営者保証ガイドライン」を活用すると共に、金融機関と数値化した予算・実績の情報を共有すると共に、経営理念や経営指針に基づく企業の方向性も共有する。
- ④ 経営者自身がDX化を積極的に関わり、業務効率化や働き方改革の推進、補助金によるITを活用したサービス開発強化を進める。



1-4 採用・共育

採用と共育で社員の成長と定着が進み「選ばれる企業」になっている



VISION

- ① 年齢や性別、障がい者などの多様な存在を認め合い相互に力を発揮している。
- ② 採用から人材育成が企業の社会的責任であることを自社の方針として掲げ、その理念を地域に伝えている。
- ③ 新卒採用により新しい社風が生まれ、社員間の相互成長が進み、若者に魅力ある企業となっている。

具体策例

- ① 共同求人委員会や共育委員会などを活用しその意義を学び、採用と共育を実践する。
- ② 経営者として人材の重要性を認識し、積極的に採用と育成に経営資源を投入する。
- ③ 同友会らしいインターンシップや新卒採用に向けた企業説明会、年間採用活動などを実施する。

1-5 働きがい

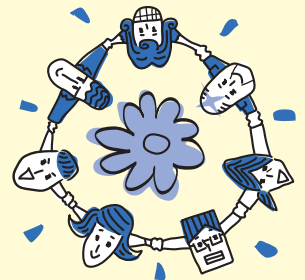
働きがいや幸せを感じられる魅力溢れる企業として発展し続けている

VISION

- ① 社員がイキイキと働く、明るい活気あふれる社風が整っていて心理的安全性が担保されている。
- ② 経営者と社員の信頼関係が深まり、活発な意見が出る企業風土になっている。
- ③ ワークライフバランスを重視した就労環境の改善と働き方が推進され、物心両面の社員満足と定着が向上し、自主的、主体的な社員が揃っている。

具体策例

- ① 労使見解を学ぶ機会を増やし、その考え方を生かす企業づくりに取り組む。
- ② 自己と社員の幸せのために、経営理念を共感・共有する企業風土をつくる。
- ③ 「働く環境づくりの手引き」を活用すると共に法改正などに応じて就業規則、賃金規定を見直す。また、企業永続のために理念や事業・技術などの承継計画を作成して実行する。



中小企業家同友会が発行している、企業づくりに役立つ書籍を紹介します。



人を生かす経営
中小企業における
労使関係の見解



経営指針成文化と
実践の手引き



働く環境づくりの手引き



企業変革支援
プログラム Ver.2



中小企業の経営課題

2. 「2030 ビジョン」 私たちが目指す経営環境の改善と地域づくり

2-1 同友会の役割

北海道の各地域の根幹を担う経営者集団として
地域社会のリーダーになっている



VISION

- ① 全ての支部に、地域に根差した同友会理念を体現している会員企業が多く存在している。
- ② 行政や教育・金融機関等と一緒に、地域の課題を解決するリーダーになっている。
- ③ 行政・教育機関・金融機関・企業・住民から高い認知度と評価を得ている。

具体策例

- ① 同友会理念の体現をめざす会員企業を育て、その情報を集約し、発信する。
- ② 他団体や住民を巻き込んだ合同行事等を通じて交流を深め相互に理解しあう。
- ③ 会員のいない自治体を無くすためにも、同友会が中心となって活動をけん引し地域課題に積極的に向き合い、地域経済の活性化を図る。

2-2 各団体との連携

行政や関係団体と連携して地域における中小企業の
真の価値を発揮できている

VISION

- ① 行政や関係団体等と連携し、地域に求められる企業の在り方を学ぶ勉強会を継続的に開催している。
- ② 行政や関係団体等と今までとは違う中小企業の地域貢献度を評価する仕組みを確立している。
(地域での雇用者数・従業員の出生率・育休取得率・地域課題解決力等)
- ③ 行政や関係団体等と信頼関係を築くために各地域に事務局の拠点があり会員と共に協働している。

具体策例

- ① 行政や関係団体等と「誰のために」「何のために」働くのかを明瞭に意識して、地域に求められている企業の在り方や地域課題について学ぶ勉強会を継続的に開催する。
- ② 行政・金融機関と協力し、決算書以外の評価基準を確立し、それに基づいた協力体制を構築する。
- ③ 会員と事務局が協力し、良い企業を増やすことにより、行政・関係団体等との連携を強固なものにする。



2-3 条例制定運動と実践

地域に誇りを持てる条例制定運動をけん引し
地域振興のパイオニアになっている

VISION

- ① 各地域で同友会が中心となり、条例制定・活用に向けた勉強会を開催し、関係団体を巻き込んでいる。
- ② 理念型条例を制定して同友会会員が中心となってPDCAを回し、地域を巻き込んで課題解決に取り組んでいる。
- ③ 地域の課題を自社の課題として解決に向けて取り組む会員企業が沢山いる。
- ④ 条例制定により培った信頼を基にして成功した自立型の企業がさらに課題解決に向けて取り組んでいる。



具体策例

- ① 7月に開催される「中小企業魅力発信セミナー」に参加し、全道・全国の事例に学ぶと共に、条例を基に地域の現状を把握・分析し、地域の課題を整理する。
- ② 地域の課題を共有できるように、同友会が地域住民参加型の勉強会（例会）を開催し、その後、関係団体と協議し住民有権者の50分の1の署名をもって条例の制定を首長に請求する。
- ③ 条例制定に向けた運動や、制定後の振興会議をけん引する組織が支部内に置かれている。
- ④ 中小企業振興基本条例の必要性やその活用方法を語る会員を増やすと共に、条例制定やその後の活動に事務局員が会員と共に主体者としてかわる。

2-4 持続可能性

持続可能な地域づくりのための循環型経済の担い手になっている



VISION

- ① 地域に必要なものを、地域の資源を活用して作り出す仕組みが出来ている。
- ② SDGs・エネルギーシフト等の考え方で未来を担う中小企業像として同友会がモデル団体になっている。
- ③ 自然災害・感染症等のリスクに備えて事業継続計画（BCP）に取り組み、被災時の地域の振興に寄与している。

具体策例

- ① 行政や関係団体等と地域内循環を生産・分配・支出などの金額で算定し、地域内外のお金の流れを把握する。
- ② 行政を巻き込んでエネルギー等地域に必要なもの・サービスを創造する企業を増やす。
- ③ 行政や関係団体等と事業継続計画の学習会を開催し、地域を巻き込んだBCPを作成する。

2-5 多様性のある雇用創造

誰もが輝きながら働ける場を創造している

VISION

- ① 地域に若者が残り、街が活気にあふれている。
- ② 出産・子育てがしやすい企業が増えている。
- ③ すべての人の能力が発揮できる雇用の場を提供できている。

具体策例

- ① 大学や高校、支援学校等と定期的に交流し、中小企業とのつながりを持ってもらうと共に、中小企業が働きやすい環境であることをアピールし、求職者に知ってもらう。
- ② ダイバーシティの必要性とその具体的な実践方法を学ぶ機会を開催する。
- ③ 地域の現状を知るために女性や高齢者・障がい者の就業比率を把握し、誰もが働きがいを持って働ける新たな「働き方」と「雇用の在り方」を地域で推進する。



2-6 キャリア教育

会員企業が地域と共に若者のキャリア教育を担っている



VISION

- ① 教育委員会・行政と連携して組織的なキャリア教育が行われており、生徒・保護者・教員が地域に魅力ある中小企業があることを広く認知している。
- ② 地域で若者を育て、成長した若者が働きたいと思う地域になっている。
- ③ 地域の中小企業に就職したい人が増え、地域に根づき、地域の活性化に貢献している。

具体策例

- ① 地域の中小企業の魅力を各教育機関に定期的に発信すると共に、経営者はもちろん、キャリア教育に関わる社員を多く育てる。
- ② 同友会に、小中高校・専門学校、短大、大学の求職者向け職場見学やインターンシップ、出前講座等の対応窓口をつくる。
- ③ 地域の会員企業が地元の高校や大学等で講義を持つことで、中小企業の魅力を伝え働く夢をいだかせる。

3. 「2030 ビジョン」 私たちが目指す同友会づくり

3-1 同友会の原点

同友会で学んで経営実践し、その成果も課題も再び同友会に還元する「学びと実践のサイクル」を回している

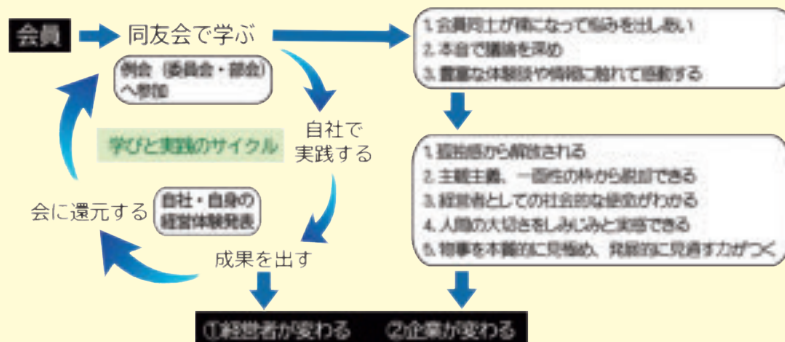


VISION

- 1 自社で、同友会で学んだ「学びと実践のサイクル」を生かし、企業・社員が成長して結果を残し、その報告を同友会の例会で発信している。

具体策例

- 1 同友会の例会、全道行事（道研）、全国行事に参加し、自社に取り入れることから始まる。



3-2 会員と企業の成長

経営者としての資質を高めあい
強靱な企業づくりの輪が広まっている

VISION

- 1 労使見解に基づく経営指針の成文化と実践の運動が会内に広がっている。
- 2 会員企業の8割以上が黒字で自己資本が厚い強靱な財務基盤をつくり、環境の変化にも適応している。
- 3 会内で学び自社で実践を繰り返し、同友会理念の体現者が増えている。

具体策例

- 1 企業づくりのための体系化された質の高い学びの場を作り、常に見直し改善する。
- 2 あらゆる場で同友会理念を学べる仕組みをつくり、経営の本質を追求する環境を整える。
- 3 経営指針の成文化と実践に全ての会員が取り組める環境を整える。



3-3 経営課題の解決

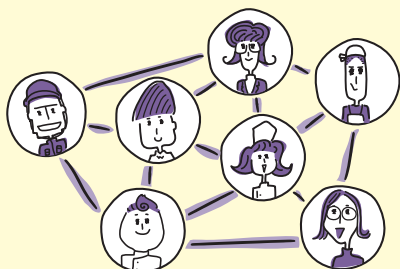
経営課題を解決しようと、
専門委員会や全国行事の参加者があふれている

VISION

- 1 専門委員会や全国行事の学びの魅力を感じ参加したい会員が増えている。
- 2 自社の経営課題に気づき、経営課題を解決しようと専門委員会や全国行事への参加が増えている。

具体策例

- 1 支部活動、地区会活動で経営について語り合い、会員がお互いの経営課題を知り合う場をつくる。
- 2 専門委員会活動を時代のニーズに合わせて変化させ、その活動を会員に発信する。
- 3 会員に専門委員会の開催目的をしっかりと伝えとともに、全国行事の参加経験者に参加報告の機会をつくり学びにつながったことを伝える。



3-4 支部・地区会の発展的運営

支部・地区会の役割が明確になり会員が学びたいことを学べる仕組みが出来ている



VISION

- ① 支部・地区会の例会参加率は50%を超え、開催後アンケートの満足度が高い。

具体策例

- ① 各支部・地区会の例会は、事前に会員のニーズを把握し、主として時勢や経営課題に合わせた経営体験報告とグループ討論を展開する。

3-5 学べる増える組織

街中の中小企業者が「学びたい」「入りたい」と憧れている

VISION

- ① 同友会で学び、会社が良くなったという話を聞いた人の入会の問い合わせが毎日続いている。
- ② 同友会が地域で当たり前のようになられ「経営を学ぶなら同友会で」と言われている。
- ③ 北海道の会員組織率10%を目指し、北海道全ての地域で支部活動が発展的に開催されている。

具体策例

- ① 同友会に入会したら必ず専門委員会や部会に参加してもらい、学んで実践できる学びの体系をつくる。
- ② 同友会運動を体現した「語り部」が支部例会などで報告し、各地域に学びの輪をつくる。
- ③ 企業づくりの実践事例や会活動の情報を外部に定期的に発信するなど戦略的広報活動を行う。



3-6 次世代への継承と組織の充実

役員は同友会会員の模範となり、役員をしたい会員が続々と出ている

VISION

- ① 役員は、自社経営において同友会会員の模範となり、役員をしたいという会員が続々と出ている。
- ② 役員を育成する仕組みが確立され、スムーズな役員交代と運動の継続が行われている。
- ③ 各組織の役割が明瞭になり迅速かつ的確な意思決定で会が進められている。
- ④ 「会員増強は、私たち中小企業家ができる最大の地域貢献」を合言葉に、地域の会員が増え続けている。



具体策例

- ① 役員研修制度を体系化し、その成果を検証し改善する仕組みをつくる。
- ② 各組織において先を見据えた組織構想を立て、次の役員候補が常にいる状態にする。
- ③ 各組織の機能と役割が明瞭になるようルールを決め、組織全体を継続的に見直す。
- ④ 中小企業が躍進している地域は豊かであると認識し、支部長、地区会長自ら音頭を取り、同友会を伝える活動（ウェルカム同友会、同友会を知る会、入会オリエンテーション、フォローアップ活動等）を計画的に開催する。

4. 「2030 ビジョン」 私たちが描く事務局づくり

4-1 会員が描く事務局像

事務局員がイキイキと働き、事務局が会員と地域から頼りにされている



VISION

- 1 事務局員がイキイキと働く、明るく活気あふれる局風が整っている。

具体策例

- 1 自主・民主・連帯の精神のもと、他を尊重し能動的に皆で決めたことを協力して達成する事務局を運営する。

4-2 事務局機能

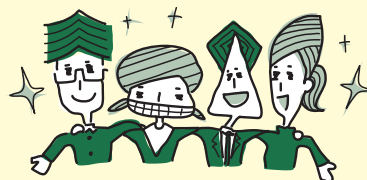
会員が事務局の役割や権限、体制を理解し、時代の先を捉えて組織機能が充実している

VISION

- 1 事務局は同友会理念を体現し、会員企業のモデル組織となっている。
- 2 高い専門性を持つ事務局員が、会員や地域のシンクタンクの役割を果たしている。

具体策例

- 1 事務局指針・行動指針に基づき、年度指針・行動計画を作成し、組織的な事務局づくりを進める。
- 2 日頃より会員の声に耳を傾け、蓄積・共有し、全国・全道の局内研修や全国行事に計画的に参加することで優れた経験と蓄積を会内外に発信する。



4-3 事務局員

事務局員が、同友会の主体者として会員と協力し合い、お互いにパートナーとして認め合っている



VISION

- 1 事務局員が誇りをもって創造的に同友会運動を広げている。
- 2 事務局員が人間的成長を果たし、会員のパートナーとして、会員や地域からの多面的な要求に応えられる姿勢・知識・スキル・能力を身につけている。

具体策例

- 1 会員とともに同友会理念を追求し、同友会運動を創造的に発展させる。
- 2 会員との関わりを増やし、会員企業の経営課題解決や成長に立ち会えることを誇りにする。また、会員訪問を通して会員の生きざまから多くのことを学ぶ。

4-4 事務局環境

働きがいがあり充実した活動を行うための時代に合わせた事務局環境が整備されている

VISION

- 1 事務局員が将来の自己目標についてしっかりとしたビジョンを持ち、職場で日々輝き続けている。
- 2 会員との役割分担が明確になり、お互い当てにし、当てにされる人間関係が構築されている。

具体策例

- 1 やりがいや働きがいや成長を感じる職場づくりを進め、キャリアパスに応じた面談・研修を実施する。
- 2 業務効率化を進め、ワークライフバランスのとれた労働環境をつくる。



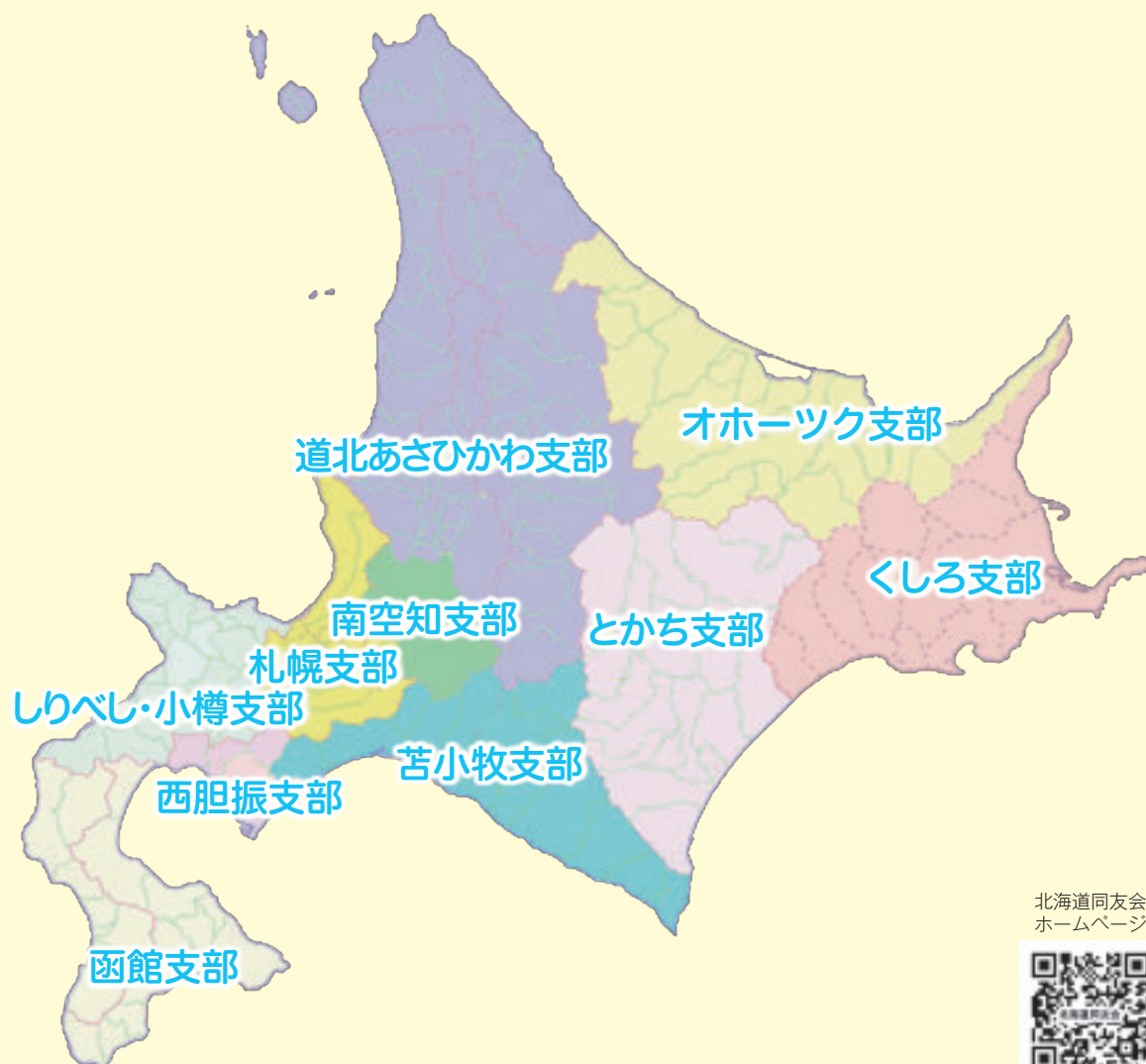
まとめ

「何のために経営しているのか」これは同友会で経営指針の成文化へ向けた勉強の中で、最初に問われる質問です。この見えるようで見えない問いに、正面から向き合い、真剣に経営を考えた時、私たちは、自身の、また自社の存在が、小さくても大きくても誰かの役に立っている、誰かの成長に繋がっている。誰かの幸せになっている。そんな思いに気づき、経営しているのではないのでしょうか。

この中期ビジョンは、そんな思いを大切にし、同友会に入会した皆さんが、この先も企業の成長、地域の繁栄、組織の発展に繋げて行くために、それぞれが各々の立場・段階で、様々な角度で具体的に活用していただけるように作りました。

時代は激変期を迎えています。2030年に向けた目標を設定し、各組織・企業が具体的なアクションを起こすことで、5年後「中小企業の経営者でよかった。同友会と出会えてよかった」と実感できる、皆さんそれぞれの思い描く未来に繋がる一助になれば幸いに存じます。

支部構成図



北海道同友会
ホームページ



●札幌支部（12 地区会）

1986 年設立。札幌圏、石狩、空知南部の一部が活動エリアとしています。



●しりべし・小樽支部（4 地区会）

1973 年設立。小樽を中心とした後志地域が活動エリアです。



●南空知支部

1973 年設立。岩見沢を中心とした空知南部が活動エリアとしています。



●とかち支部（7 地区会）

1975 年設立。帯広を中心とした十勝地域が活動エリアです。



●くしろ支部（7 地区会）

2016 年に 3 支部が合併した釧路市、根室市中標津町を中心とした釧根地域が活動エリア。



●オホーツク支部（4 地区会）

1982 年設立。北見市、網走市を中心にしたオホーツク地域が活動エリアです。



●道北あさひかわ支部（10 地区会）

1974 年設立。旭川市を中心に南は占冠町、北は稚内市まで南北約 340km に及ぶ支部。



●函館支部（2 地区会）

1971 年設立。函館市を中心にした檜山・渡島地域が活動エリアです。



●苫小牧支部

1978 年設立。苫小牧市を中心とした日高・東胆振を活動エリアとしています。



●西胆振支部

1979 年設立。室蘭市・登別市・伊達市を中心にした西胆振地域が活動エリアです。

新会員のための「用語解説」

●新会員オリエンテーション

入会された会員を対象に歓迎の意を伝え、会の歴史や理念、目的、方針などから、どんな会社、どんな経営者を目指すのかを解説し、具体的な活動への参加の仕方、My Doyu の活用法などを伝え、同友会の理解を深めると同時に活動への参加を促すものです。入会後には必ず受講しましょう。

●企業変革支援プログラム

企業変革と同友会理念を具体的な実践として進めていくために、必要な要素を整理分類し、その進捗の成熟度診断を行うプログラムです。診断状況を e.doyu に登録でき、経年変化や全国の仲間との比較が可能です。

●全国行事

毎年、もしくは隔年で開催される全国の仲間と学び合う場です。中小企業家同友会全国協議会主催の定時総会、中小企業問題全国研究集会（全研）、青年経営者全国交流会（青全交）、女性経営者全国交流会（女全交）、以下、隔年開催、人を生かす経営全国交流会、共同求人社員教育活動全国交流会、経営労働問題全国交流会、障害者問題全国交流会。

●共同求人活動

会員企業の共同の力で人材の採用を進める活動。選ばれる企業づくりを進める企業改革活動でもあります。新卒採用を進める「Jobway」活動を行っています。企業の改革を通じ、地域に対して中小企業の理解を広げる社会教育運動の側面もあります。

●社員教育活動

教え諭す教育ではなく、お互いの違いを認め合い、経営者と社員が共に育ち合う「共育」に取り組んでいます。新入社員研修、新入社員フォロー研修、3年目研修、中堅社員研修、幹部社員研修などを開催してます。

●同友会大学

激動する現代社会の本質を学ぶ“たよれる学校”として1981年に開校しました。同友会大学では多面的な学びを通じて、中小企業経営者や従業員の成長を支える学びの場を提供しています！カリキュラムは全30講義で構成され、経営や地域振興、法務、ビジネス戦略など多岐にわたるテーマを学びます。会場受講またはオンライン受講が可能です。

※上記には、一部の支部で実施していないものもありますので、詳細は所属する支部事務局にご確認ください。



第1次中期ビジョン検討プロジェクト 構成員（2024年5月15日現在）

同友会役職	支 部	氏名・会社名	同友会役職	支 部	氏名・会社名
プロジェクトマネージャー 副代表理事	しりべし・小樽	本田 哲 本田興業(株)	支部長	南空知	斉須 正友 (株)丸藤
プロジェクトリーダー 副代表理事	苫小牧	高橋 憲司 (有)志のぶ	支部長	しりべし・小樽	松田 互 (株)小樽海洋水産
副代表理事	道北 あさひかわ	森 俊一 日新運輸(株)	支部長	とかち	成田 孔一 (株)マリエッタ
共育委員長	札 幌	安井 清吉 (有)くらしの新聞社	支部長	くしろ	曾我部元親 北泉開発(株)
組織・企画委員長	札 幌	前川 裕一 (株)ブレンドワークス	支部長	オホーツク	田村 友朗 ファイナンシャルプランナー事務所アップデート
財務・法人運営委員長	オホーツク	渋谷 光敏 赤坂木材(株)	支部長	道北 あさひかわ	大谷 薫 デザイントーク(有)
共同求人委員長	札 幌	敬禮 匡 (株)レイジックス	支部長	函 館	嘉堂 聖也 カドワフーズ(株)
経営指針委員長	道北 あさひかわ	渡邊 幸洋 渡辺農機(株)	支部長	苫小牧	佐藤 元信 (株)サトウ工業
経営厚生労働委員長	札 幌	河瀬 恭弘 アイ・ティ・エス(株)	支部長	西胆振	川田 弘教 川田自動車工業(株)
政策委員長	札 幌	西田 宙文 (株)リポートサービス北海道	専務理事	員 外	中上 雅之 (一社)北海道中小企業家同友会
障害者問題委員長	札 幌	富田 訓司 (株)リペアサービス	事務局長	員 外	佐々木靖俊 (一社)北海道中小企業家同友会
支部長	札 幌	小野 浩二 (株)秀岳荘	事務局次長	員 外	菅 尚広 (一社)北海道中小企業家同友会

A large, stylized red graphic composed of several overlapping triangles and polygons, creating a three-dimensional effect. The graphic is positioned in the lower half of the page, with its base extending across the width of the page. The text "2025~2030" is centered within one of the red shapes.

2025~2030

初版発行 2025 年 6 月 4 日

第二版発行 2025 年 7 月 25 日

一般社団法人北海道中小企業家同友会
北海道札幌市東区北6条東4丁目1番地7
デ・アウネさっぽろビル 13 階

TEL : 011-702-3411 FAX : 011-702-9573

URL <https://hokkaido.doyu.jp>