

# 広報活動の手引き

(2020 年度版)

愛知中小企業家同友会  
広報部

## 目 次

1. はじめに
2. 広報とは
3. 広報部の役割
4. 広報部員の魅力
5. 組織
6. 活動内容
7. 広報部員の基本的活動
8. 「あいどる」の利用
9. 2020年度の広報部の活動方針・計画
10. 年間部会活動計画

### (付録)

1. 機関紙「同友A i c h i」記事の書き方について
2. 広報に関する疑問・質問
3. 中小企業を取り巻く環境と同友会

## 広報部活動の手引き

### 1、はじめに

「広報って何やるの？」という声をよく耳にします。この手引きでは、中小企業家として同友会の広報部で何を学ぶのか、愛知同友会でどのような活動が求められるのかを伝えるとともに、広報部活動について正しく理解していただくための指針としていきます。

### 2、広報とは

「広報は同友会運動の灯台」「広報の活性化なくして同友会の発展はない」と言われており、同友会の活動で要（カナメ）の役割を担っています。それは機関紙「同友 A i c h i」が会と一人ひとりの会員をダイレクトに結ぶベルトの役割を果たしているからです。4200名を超える全会員にさまざまな情報を提供することによって、広報部員は同友会理念（3つの目的、自主・民主・連帯の精神、国民や地域と共に歩む中小企業）を幅広く学び、学んだことを自社で実践し、企業発展につなげていきます。これが、広報活動の原点です。

さまざまな情報が集まり、それを会員へ伝えていくのが広報部員の役割となります。有益な情報を右から左へそのまま流す“伝書鳩”になるのか、自身の学びと実践を含めて分かりやすく会員へ伝える“語り部”になるのかが、広報部員の力の見せどころです。

企業経営に役立つ情報を会員は求めています。その期待に応えられるよう、積極的に広報部会で同友会理念や中小企業経営に関するあらゆるテーマを幅広く学び、自分自身や会員の成長に繋げていきましょう。

### 3、広報部の役割

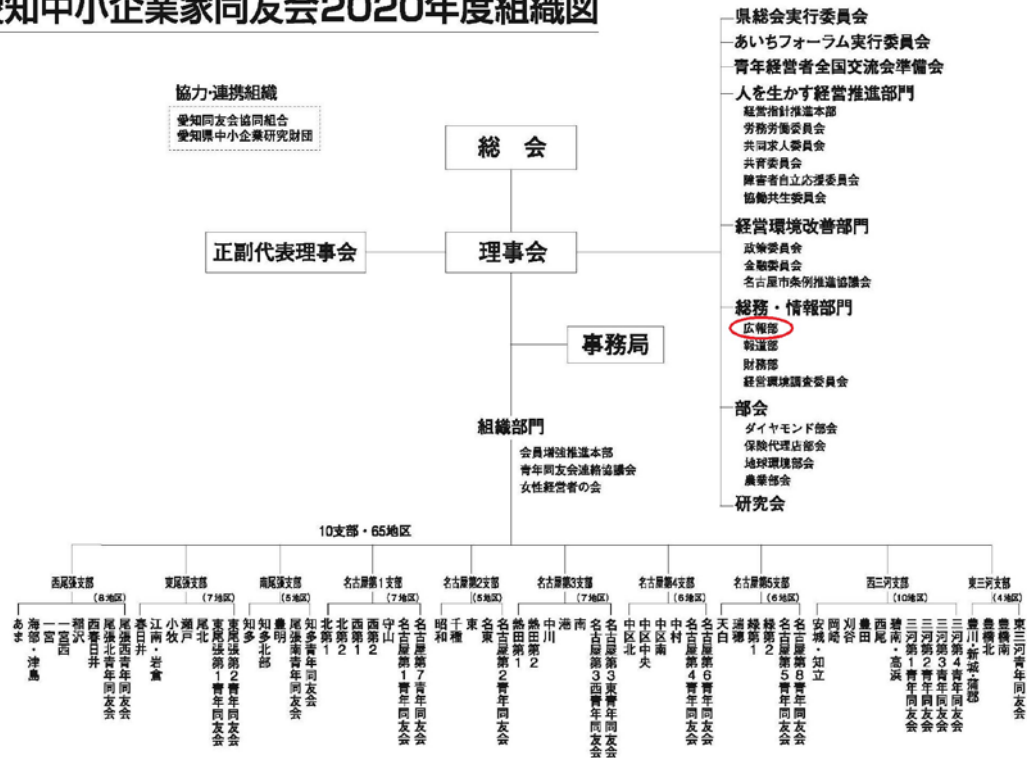
- (1) 同友会理念を幅広く学び実践し、そのことを会員や会外に知らせます。
- (2) 各地区の活動を「同友 A i c h i」や「あいどる」を通じて全会員に伝えるという、「通信員」としての役割を担います。
- (3) 会と会員、会員と会員をつなぐパイプ役としての機関紙「同友 Aichi」を編集・発行します。
- (4) 「あいどる」の「行事活動のページ」の掲載や原稿確認、アンケートの回答や活用の呼びかけを行います。

### 4、広報部員の魅力

- (1) 広報部は地区、支部にとらわれず、愛知同友会の全体像がよく掴めます。
- (2) 部員も全地区から選出されてきますので広い交流が生まれます。
- (3) 自由な立場で討論ができ、企業取材によって知見を高める事ができます。
- (4) 文章の表現力や IT についての素養が高まり、業務にも役立ちます。
- (5) 広報部では、新しく広報部員になった方でも馴染める雰囲気があり、自由闊達な意見交換の場が保証されています。

### 5、組織

# 愛知中小企業家同友会2020年度組織図



【上図】愛知同友会 2020 年度組織図

●愛知同友会には、「組織部門」「人を生かす経営推進部門」「経営環境改善部門」「総務・情報部門」の4つの部門があり、広報部は総務・情報部門のなかにあります。

## (1) 広報部

☆「同友A i c h i」の編集・発行を中心に、「あいどる」の「行事活動のページ」を通じて会内広報を担う専門機関です。

- ①地区選出の広報部員と役員（支部等選出の広報担当副支部長、及び、広報部長が任命した役員）で構成します。
- ②広報部会が毎月行われ、同友会理念・会の方針・全体活動に関するテーマ等（企業づくり、地域づくり、同友会づくり、取材活動）を幅広く学びます。そこでは現場の生の情報から本質を掴み、自社経営へ生かします。
- ③「あいどる」の機能や活用法を紹介・共有をして、支部や地区の自立的・自主的な活動がより良くなるようにしていきます。

## (2) 役員会（旧：編集会議）

☆同友A i c h iの編集計画や、広報部会の内容を企画・立案し、より良い学びのある場となるよう役員が議論と学習を重ねる組織です。

- ①会員より選出され、以下のメンバーより構成されます。
  - ・部長（1名）
  - ・副部長（若干名。広報部長予定者として部長を補佐し、編集委員や広報部員との調整役を担当する）

- ・顧問（若干名）
  - ・役員（各支部の広報担当副支部長、及び広報部長が任命した役員）
  - ・事務局（若干名）
- ②毎月1回定例（第4月曜日）で開催されます。
- ③役員会では、「同友Aichi」の企画・編集と広報部会の企画・運営等を行います。

## 6、活動内容

- (1) 主として機関紙の編集・発行を通して、愛知同友会方針（運動、活動）の伝達及び啓蒙を行います。そのためにも、広報部員は自らが進んで同友会理念をよく学び、実践します。
- (2) 「機関紙の役割」として、以下の機能を有機的に結びつけます。
- ①情報伝達（方針や課題、活動の状況を伝える）
  - ②交流・学びあい（人物や企業の紹介）
  - ③学習、共有（関連する動きや制度を伝える）
- (3) 年度ごとに会員のニーズや会方針にそった活動テーマを設定し、それに従った重点活動を行います。

## 7、広報部員の基本的活動

- (1) あいどるの利用を通じた自主的・自立的活動の支援
- ①「あいどる」とは（別項参照）
  - ②新会員や地区会員へ利用法の周知や活用法を広めます  
仲間となった会員に、あいどるの利用方法を伝えます。例会等の出欠登録やメール配信だけでなく、資料保管庫、会員企業マップ、会員検索など様々な機能も活用できるように広報部員が自らあいどるを使い、会員へ周知していきます。
- ③「例会報告アップ一覧」へ例会や行事報告の登録を推進
- 1) 「例会報告アップ一覧」とは  
毎月の地区例会が終わったら、その内容をあいどるへ登録するページです。それを行うことで、誰がどのような報告をしていたのかが会員（4200名）であれば誰でも分かるようになっていきます。例会づくりの一助にもなり、各社の経営課題に関するヒントにも繋がります。  
コツコツとした活動になりますが、毎月登録することで、その時の経営者が何に悩みどう乗り越えてきたのかという膨大なデータベースとなります。後輩経営者の悩みを解決できるヒントとなれば幸いです。

登録された報告については、「同友A i c h i」の地区のページに掲載する記事として、役員会で協議し活用させていただくこととなります。

### 2) 報告アップのコツ

- 報告者がこれまでどのような経営をしてきたのかポイントを絞る
- 執筆者がそれを聞いてどのような学びを得たのかをまとめる
- その他、グループ討論の様子や例会づくりを通しての学びなど

(NG) 例会運営上の反省点を羅列して書くのは控えましょう。  
 ※実際にアップされた報告例

「あなたの思い、社員さんに伝わっていますか？」をテーマに●●氏に報告頂きました。●●氏自身が過去から現在に至るまで取り組み続けている、答えのない経営課題の実践報告がなされました。

反省点としては①動員数未達（特にゲスト）と当欠者が多かった ②例会当日の席次変更（設営時の配置バランスで急きょ変更） ③懇親会での混乱による開始遅れ ④反省ではないですが、報告の中でもっと苦労話が聞けたら尚良かったとのこと意見もありました。

テーブル討論も活発になされていた気がします、また、A・Bテーブル合同展開も臨機応変な対応でよかったと思います。今後も当欠者対応として取り入れていいかと思いました。

懇親会は席次の変更等ありましたが、会話が絶えない、元気で、明るい雰囲気で行われていました。ゲスト様2名の方もこの雰囲気を心地よく過ごせて頂いた様子で、入会に向けての期待を持ってそうな例会の締めくくりとなりました。

例会開始時間が早かったにもかかわらず、高確率（遅れ4名）で集まって頂き、有難うございました。また、今例会作りに携わって頂いたグループ外の会員の皆さま、有難うございました。

The screenshot shows the 'あいどる' (Aidoru) website interface. At the top, there is a navigation bar with icons for home, my page, my schedule, email, and actions. Below this is a search bar for reports, with fields for '知ア'(大項目)' and '知ア'(小項目)', and a '検索する' (Search) button. A note below the search bar states: 「カテゴリー」は企業実務支援プログラムの各別冊項目に対応しており、これを登録しておくことで、その行事が何巻を学ぶ・学べた内容だったかを絞り込み検索することが可能になります。(当量は任意登録項目です。)

Below the search bar is a calendar view showing the number of reports uploaded each month from April to March. The calendar is organized by region (西尾, 東尾, 南尾) and specific branches. The data is as follows:

| 支部    | 地区      | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 |
|-------|---------|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|----|----|----|
| 西尾強文部 | 吹巻      | ▲  |    | ▲  |    |    |    |     |     |     |    |    |    |
| 西尾強文部 | 海部・津島   | ◎◎ | ◎  | ◎  | ◎  | ◎  | ◎  | ◎   | ◎   | ◎   | ◎◎ | ◎◎ |    |
| 西尾強文部 | 一宮      | ◎  | ◎  | ◎  | ◎  | ◎  | ◎  | ◎   | ◎   | ◎   | ◎  | ◎  |    |
| 西尾強文部 | 一宮西     | ◎  | ◎  | ◎  | ◎  | ◎  | ◎  | ◎   | ◎   | ◎   | ◎  | ◎  | ▲  |
| 西尾強文部 | 臨沢      | ◎  | ◎  | ◎  | ◎  |    | ◎  | ◎   | ◎   | ◎   | ◎  | ◎◎ |    |
| 西尾強文部 | 西春日井    | ◎◎ | ◎  | ◎  | ◎  | ◎  | ◎  | ◎   | ◎   | ◎   | ◎◎ | ◎◎ |    |
| 西尾強文部 | 尾張北南岡   | ◎  | ◎  | ◎  | ◎  | ◎  | ◎  | ▲◎  | ◎   | ◎   | ◎  | ◎  |    |
| 西尾強文部 | 尾張西南岡   | ◎  | ◎  | ◎  | ◎  | ◎  | ◎  | ◎   | ◎   | ◎   | ◎  | ◎  |    |
| 東尾強文部 | 春日井     | ◎  | ◎  | ◎  | ◎  | ◎  | ◎  | ◎   | ◎   | ◎   | ◎◎ | ◎  | ◎  |
| 東尾強文部 | 江南・蟹倉   | ◎  | ◎  | ◎  | ◎  | ◎  | ◎  | ◎   | ◎   | ◎   | ◎  | ◎  |    |
| 東尾強文部 | 小吹      | ◎  | ◎  | ◎  | ◎  | ◎  | ◎  | ◎   | ◎   | ◎   | ◎  | ◎  |    |
| 東尾強文部 | 横平      | ◎  | ◎  | ◎  | ◎  | ◎  | ◎  | ◎   | ▲   | ◎   | ◎  | ◎  |    |
| 東尾強文部 | 尾北      | ◎  | ◎  | ◎  | ◎  | ◎  | ◎  | ◎   | ◎   | ◎   | ◎  | ◎  |    |
| 東尾強文部 | 東尾強部1南岡 | ▲  |    | ◎  | ◎  | ◎  | ◎  | ◎   | ◎   | ◎   | ◎  | ◎  |    |
| 東尾強文部 | 東尾強部2南岡 | ◎  | ◎  | ◎  | ◎  | ◎  | ◎  | ◎◎  |     |     |    | ▲  |    |
| 南尾強文部 | 知多      | ▲◎ | ◎  | ◎  | ◎  | ◎  | ◎  | ◎   | ◎   | ◎   | ◎  | ◎  |    |
| 南尾強文部 | 知多北部    | ◎  | ◎  | ◎  | ◎  | ◎  | ◎  | ◎   | ◎   | ◎   | ◎  | ◎  |    |
| 南尾強文部 | 豊特      | ◎  | ◎  | ◎  | ▲  | ▲  | ◎  | ▲   | ◎   | ▲   | ◎  | ◎  |    |

例会報告は「◎」をクリックすると閲覧可能  
 書き手も読み手も学びを得られるようなページを目指していきましょう！

コラム

「あいとる」

(Aichi Douyukai On line の略称)

会員相互の情報共有化、同友会運営の合理化を目的に愛知同友会が独自開発した「組織活動支援システム」(会員専用サイト)で、二〇〇三年四月一日から稼働しました。現在では、会内諸組織五〇〇余りで活用され、行事案内や出欠確認、諸会議資料や例会内容の共有、会員情報の共有化など、ネット上で処理し、会運営の効率化を生み出しています。

「同友会の魅力を高め、組織を強化する情報化とは」(同友Aichi)三二〇号【二〇〇三年一月一日】では「同友会はITの実践的道場であり、経営者自らにIT、情報加工技術を求めています。またITはあくまで手段であり、目的ではなく、経営者自身がパソコン等を道具(ツール)として使いこなすことに、情報化の意味があると考えます」と、担当役員がその意義を語っています。

また「あいとる」発足の経緯について「会員数の多い地区で例会担当をして、雑用の多さの軽減と情報管理システムを構築する必要性からスタート」「『あいとる』の目的は、会員に対して会内で分散する情報を共有化し会活動を活性化することです。その情報を蓄積・充実し発

信を行い、会活動の効率を高め増強につなげることであり、さらに事務局では、効率化と情報発信能力の向上をめざしています」としています。

その後、二〇〇五年には「小グループ機能」の追加、二〇〇六年には「会員と会員、会員と会、そして社会を結ぶバーチャルネットワークを構築(情報共有)する」をスローガンに、「行事活動のページ」(会合報告システム)や「みんなのコーナー」(全会員へのお知らせ)での情報の共有化、以降トップページのリニューアルや会員検索サイトの充実など、企業経営にも役立つデータベースとしての機能が強化されています。

また「あいとる」のアンケート機能を使い、「景況調査」(回答七〇〇社)や各種調査で会員の声を集約し発信する一方で、行政や研究機関、マスコミと協力しアンケート調査が行われるなど(最近では二〇一二年四月の中日新聞との原発再稼働に関する共同調査)、中小企業家の声や要望を迅速に集約し、広く社会に発信しています。

アンケートの発送、集約・データ入力という面倒な作業はネット上で済むなど事務局実務の合理化・効率化に大いに役立っています。現在、会員のメールアドレス登録率は九五%を超え、愛知同友会の「ITを駆使する経営者団体」として、時代を先取りする姿勢を物語っています。

## (2) 同友A i c h iの作成と発信

### ①同友A i c h iの作成に関わります

- 1) 例会担当幹事に依頼する等、地区例会記事の出稿に責任を持ちます。(原稿が出ない場合は、「自分で書く」という気構えが必要です)
- 2) 支部・地区・グループ会などで、行事の様子を撮影や録音した場合、ネット公開等の二次利用に関して情報の取り扱いの注意を喚起します。
- 3) 原稿依頼にあたって
  - ◎「あいどる」や「同友 Aichi」にも掲載されることもある原稿であることを必ず書き手に伝えて下さい。また「手直し」があり得る事も、事前に了解を得てください。
  - 原稿～あいどるの「例会報告アップ一覧」に掲載します。
  - 写真～同友A i c h iへ掲載する際は、事務局より広報部員へ写真送付の依頼メールが送られます。  
画像は100KB以上1MB以下で提出をお願いします。  
その際に、写真の説明（誰が何をしているところか）も分かるようにお知らせください。
- 4) 具体的書き方について・・・「付録」を参考ください（P13参照）

### ②同友A i c h iを支部・地区へ広めます

2014年度の広報部会より、本格的に「同友A i c h iの読み合わせ」がスタートし、地区役員会やグループ会などで活用しているとの声を頂いています。ここでは、5分程度で読み合わせを行う際のポイントを下記でお伝えします。



広報部会での同友A i c h i読み合わせの様子

#### ☆P o i n t☆

#### ①紹介する記事は最大3つ

- ・全紙面（8ページ）を紹介しては、時間が足りません。自身が読んだなかで、興味を持った内容を3つ選び、紹介しましょう。

#### ②選ぶ基準は人それぞれ

- ・読み合わせに正解はありません。各自がどういった視点で記事に興味を持ち、それを共有することで、聞く側が新たな視点を持って記事を読むことができます。

#### ③記事の内容と自社を照らし合わせる

- ・ただ単に記事を読むだけではなく、自分自身がそれを読んでどう思ったのか、自社と照らし合わせて何をしたいのかなどを報告しましょう。また、記事を読んで気になったことを調べて紹介することも、大切な学びのひとつです。

## (3) 広報部会への出席

- ・毎月開催される広報部会に出席し、1年を通して同友会理念や企業経営に関わる諸課題について幅広く学びます。内容によっては地区会員をお誘いし



ます。

(4) 地区役員会への出席

- ・ 広報部員は地区役員として、広報部で学んだことを自分の言葉で役員会に伝えます。

☆伝えるときのポイント☆

- ① 中小企業家である同友会会員の求めていること(wants)を考えましょう。

会員の“wants”とは？

→ 中小企業経営に役立つ、生の情報。それを得て経営課題を乗り越えたい。

- ② 同じ立場の経営者が学んだことを話すことによって、聞く側は共感したり考えるきっかけになります。つまり、素直な自分の言葉で話しましょう。

(5) 「同友Aichi」の特集企画の場合、広報部員自らが取材に赴き、記事作成（写真撮影を含む）を行うことがあります。

① 企業取材～今年度は中止

これまで「同友会らしい先見企業」などテーマを決め、各支部で1社を選出、広報部員が会社へ直接訪問して取材を進めてきました。実際に訪問することで、会社の様子を肌で感じ、同友会理念がさらに深まるという声が聞かれます。

普段の例会では自身の経験を話すことが主になりますが、企業取材の発表は聞いた話を自分の言葉でまとめ、同友会理念に照らして報告するため、いつもとは違う学びを得られます。

また、同友A i c h i で訪問の記事を掲載するので、「聞く」「話す」「書く」の3つを使い、同友会理念を学んでいきます。

今年度は新型コロナウイルスの感染拡大防止のため、残念ながら中止としますが、次年度以降、事態が落ち着いたら再開できるよう準備を進めていきます。



広報部員による取材の様子



広報部会での取材発表の様子

広報部員がお邪魔します 49

2014年11月20日

㈱エグチ・ビープロセス 江口 大司氏 (江南・岩倉地区)

先代の精神を 自身の信条に

社風はわが命脈 手掛けるには、先代が築き上げた社風を継承し、その精神を今に伝えることが大切である。江口氏は、先代が築き上げた社風を継承し、その精神を今に伝えることが大切である。江口氏は、先代が築き上げた社風を継承し、その精神を今に伝えることが大切である。

取材後は原稿を執筆。同友A i c h iへ掲載される

機関誌・紙の発行

愛知同友会の発足と共に、機関紙『同友あいち』が発行されました。ここで名古屋同友会発足以来の機関紙・誌の発行の経緯を述べておきます。

一九六二年創立された名古屋同友会は、同年八月五日機関誌を創刊しました。名称は『同友会ニュース』です。しかしこの名称は二号までで、三号からは『会報』となりました。

『会報』は縦組みでしたが、一九六六年五月二一日発行の第四五号から横組みになりました。横組みにした理由は、時代の先端を行く同友会としては他の団体に先駆けて横組みにすべきだとの会員の注文があったからです。

連絡文書はすでに一九六四年頃から横書きになっていましたが、『会報』を横書きにすると、活字が小さいので、読みにくくなり、二年遅れて一九六六年によく横書き



『中小企業家しんぶん愛知版』第2号

になったと、仲野正氏は『会報』一〇〇号記念号のなかで述べています（『会報』第一〇〇号一九七一年二月五日二〇頁）。そして『会報』は、一九七四年三月の第一三三号まで発行されました。

『同友会ニュース』は、その後復刊され、毎月五、一五、二五日に発行されました。本書を執筆するために参照した『同友会ニュース』は第十六号（一九七二年八月二五日）、第一八号〜第四四号（一九七三年九月一五日〜一九七三年一〇月二七日）です。

一九七六年、愛知同友会の発足とともに、機関誌も名称を変え、『中小企業家しんぶん愛知版』が一九七六年六月一日創刊されました。この新聞は手書きです。もともと『中小企業家しんぶん愛

知版』の名称はすぐに変更され、一九七六年一〇月一日発行の第五号からは、『同友あいち』となりました。ただし『同友あいち』は、一九九四年四月一日発行の第二〇六号から表題を『同友A・i・c・h・i』に変更され、現在に至っています。

## 9、2020年度の広報部の活動方針・計画（上期コロナ・ショック対応型活動）

### 自分の言葉で語ろう ～情報を集め、生きた言葉で発信

広報部長 荒川 亨

新型コロナウイルス感染症により大きく経済情勢が変わりました。何としても生き残るために、様々な情報を集め、それらを考え分析し、的確に情報を会員に伝えること（集・考・伝）が「広報部」に求められています。

同友会の広報部では、同友会理念に基づいた経営に関するテーマを学んで実践し、自分の言葉で語る「語り部」の育成に重きを置きます。しかし、これまでの活動ができない今、「今本当に必要な情報」に最大限力を注ぐことが必要です。発信（アウトプット）するには、しっかりとした情報を集めること（インプット）が必要です。例会運営の形にとらわれず、各社の悩み・課題・危機を乗り越えた経験交流や論議など様々な情報を取り入れ、意識的に会員企業に勇気と希望、企業づくりのヒントを発信していきましょう。

#### 【2020年度 重点項目】

1. 広報部の役割をしっかりと理解し、支部・地区会員に伝える【役割の共有】
2. 労使見解を学び、人間尊重の経営を実践し生き残る【企業づくり】
3. 地元の中小企業経営者と共に情報交換の輪を作る【地域づくり】
4. 「集・考・伝」を学び、自らの経営実践で示す、同友会理念の「語り部」になる【同友会づくり】
5. 中小企業の社会的役割を、企業づくり・地域づくりの実践を通して広く発信し、生き抜く強い中小企業の真の姿を示す【情報創造】

#### 【広報部の組織形態】

1. 前年の編集会議を広報部役員会とし名称を変更します
2. 広報部役員会は、各支部の広報担当副支部長と広報部長が任命した広報役員で構成します
3. 広報部員は各地区1名以上とします

#### 【役職と役割】

- ・部 長：会全体を統括、理事会、報道部関連を担当する
- ・副 部 長：広報部長予定者として部長を補佐し、役員や部員と調整役を担当する
- ・広報役員：皆が学べる広報部会づくり、経営に役立つ紙面（同友Aichi、中小企業家しんぶん）づくりと普及、発信
  - ①率先して学び、自社で実践する（語り部を目指す）
  - ②役員会で学習し、部会の内容検討とグループ長となり議論を深める
  - ③あいどるへ登録された例会記事から「同友Aichi」に編集し掲載する
  - ④あいどるの活用法（新機能など）を広報部員や支部へ伝える

- ⑤機関紙「同友 Aichi」の読み合わせを地区やグループ会に広める
- ・ 広報部員 : 学びを地区へアウトプット、地区の自主的活動を支える
  - ①広報部会で学び自社で実践する（語り部を目指す）
  - ②「同友会らしい先見企業」の情報を通して、会員企業の経営の現場を学ぶ
  - ③「あいどる」の利用を促す（例会報告アップ、新機能周知、活用など）
  - ④地区の情報を広報部へ集める
  - ⑤同友 Aichi や広報部で得た情報を“自分の言葉で”地区へ伝える
- ・ 事務局 : 紙面発行、部会の連絡業務、あいどるの管理

#### 【広報部会】

1. 開催概要～全7回開催、定例日は第1月曜日を基本とします。
2. 同友会理念・方針に従い、全般について幅広く学ぶ場とします。（詳細は別項）
3. あらゆる会員の経営努力を収集し、「自分の言葉」で発信します。
4. あいどるの活用法や新機能をお知らせし、支部や地区の役員会で伝え全会員に周知します。
5. 同友 Aichi の読み合わせを通じて、他者の視点から記事の内容を深めます。

広報部 年間部活動計画（新型コロナウイルスの影響による計画変更）

※広報部会を第1月曜日に開催、役員会会議を第4月曜日

※すべてオンライン（ZOOM）にて開催します。

### 「広報とは何か」を学ぶ（9,10月）

9月部会【9月7日(月)】担当：荒川、林

#### 広報オリエンテーション1

・愛知同友会の広報とは、広報の手引き、活動方針等

10月部会【10月5日(月)※各支部で日程変更可】担当：各支部副支部長、広報役員

#### 広報オリエンテーション2

・同友あいち、あいどるの活用等を深める

### 「企業づくり」「地域づくり」「同友会づくり」について学ぶ（11、12、1、2月）

11月部会【11月2日(月)】担当：荒川、林

#### 情勢と展望～今の日本・世界の情勢を知り明日へと繋ぐ（仮）

報告者：池内事務局次長

12月部会【12月7日(月)】担当：山本(正)、氏原(副)、小島(副)

#### 「これからの企業づくり～企業づくりは人づくり（仮）」

報告者：経営指針推進本部、金融委員会（案）

1月部会【1月12日(火)】担当：花井(正)、青木(副)、夏目(副)

#### 「これからの地域づくり～地域とともに歩む中小企業（仮）」

報告者：経営環境改善部門、飲食関連委員会、北区、港区（案）

2月部会【2月1日(月)】担当：古澤(正)、安藤(副)、河地(副)

#### 「これからの同友会づくり～同友会らしい仲間づくり（仮）」

報告者：矢田賀也氏／(株)サン・エネルギー・サービス（会員増強推進本部長）

### 2020年度を総括し、次年度へ繋げる（3月）

3月部会【3月1日(月)】担当：荒川

#### 「新年度方針と2021年を占う～新代表理事が方針と自社経営を絡め語る」

報告者：新代表理事候補

※役員会（第4月曜日、18:30～20:30）

6/22、7/27、8/24、9/28、10/26、11/24（※定例外）12/21、1/25、2/22、3/22

(付録)

## 1. 機関紙「同友A i c h i」記事の書き方について

(1) 大前提 —— 皆さんの記事が機関紙を創ります！

役員が書いた上意下達の記事ばかりでは「みんなの機関紙」とは言えません。読み手にとっての身近な情報がたくさんあれば親しみがわき、よく読まれます。また皆さんからいただいた会員の生き生きとした様子が伝わることで、同友会は一層活性化していきます。

(2) 文章依頼の留意点 —— この点だけは必ず確認を！

- ①同友会内に公開する記事であること、同友Aichiに掲載・会内外へ発信されること(趣旨)を、書き手によく伝える。
  - ・「取り敢えず書いて下さい」ではダメ。
  - ・例会で報告者が語った経営体験の概要や、それを通した執筆者自身の学びなどを整理して書きましょう。運営面の反省がメインの報告の場合は、同友Aichiの掲載を見送ることがあります。
- ②「同友A i c h i」に掲載される場合、「手直し」がある事了解を得ておく。
  - ・手直しすることを了解してもらえば、多少長めの文章でも結構です。

(3) 「機関紙」の文章＝「記事」について

### ①記事の書き方

- 書くことの中身について …… 主題を明確に
- 一つの記事で複数を伝えるのはたいてい無理で、そこは割り切るべき。
- 「伝えたいことは何か」をしっかり絞る。

(例) 一つの行事でもテーマはいろいろ、ポイントを絞る。

準備の過程

行事の性格

討論の内容、参加者の発言、考えさせられたこと

規模の形態、参加者の顔ぶれ

その後の波紋や成果

- まずはメモを作る。なにごとにも下ごしらえが肝心です

### ②報告内容をまとめるポイント

- ・報告者とその会社の簡潔な紹介(必要なら)
- ・報告者の要旨(箇条書き程度がよい)
- ・参加者からの反応や自分はどう受け止めたのかを最後に一言。

③文書の構成について

●読み手の立場に立って書く

- ・親しい友人（例えば例会に欠席した会員）にメールや手紙に書くように。
- ・みんな経営者、お互いに仲間だという意識で。
- ・短い文章でも「起承転結」を大切に。

④文章の表現技術について

●文章は一つ一つを短くする。

- ・主語と述語が何かを常に意識しましょう。
- ・接続詞や形容詞は多用しない（たいていは使わなくても解るものです）
- ・省略できることは省略する。

## 2. 広報に関する疑問・質問

これまで、広報に関する質問を定時総会の際に頂いておりますので、手引きにて紹介させていただきます。

---

### 3. 情報発信について（「第 59 回定時総会報告集」より抜粋）

（為永／名古屋第 7 青同）

質疑

会報作成費と通信配送費について

合算して 3300 万円近く使われていますが、情報取得と発信の方法としてマテリアルなものが否定的且つ淘汰されていく時代の流れに逆行してまでこれ程まで予算を割く必要性と理由をご説明下さい。毎年のことながら感じていますが、会員から徴収した会費の無駄遣いです。そこに投じる人件費と予算は経営者目線からしてもこのご時世柄真っ先に削減対象にする感覚の方が多くお見えかと存じます。

情報発信と共有が目的であるならば予算を投じて作成した『あいどる』にて一本化すればコストと手間の削減に繋がります。アナログとデジタルの両方あるからコストがかかる訳で、どちらかに統一すればコストは抑えられます。中小零細企業は資金に乏しいので資金繰り節制に悩まされます。会員目線から鑑みると非難対象になる要因にしか感じませんが、事務局や理事の方々はそういったことは感じられないのでしょうか？

（吉村／名古屋第 7 青同）

質疑

同友 Aichi と中小企業家新聞には、通信発送費も含めるとかなりの予算が使われています。中には紙ベースがいいという会員さんもいらっしゃるかとは思いますが、デジタル配信にするご予定はないのでしょうか？この予算を削るだけでもっと違うところに予算をかけれると思います。また、この 2 紙を印刷している企業はなんという社名ですか？また、どのように選定されたのですか？競争入札みたいな形ですか？

#### 【回答】

ご意見ありがとうございます。広報・情報関係に関しては、さまざまな受け止め方と考え方があるとは思いますが、そのため、会の見解を以下に述べさせていただきます。

中小企業家同友会では、会報を機関紙としています。愛知同友会では、同友 Aichi（愛知同友会発行）と中小企業家しんぶん（中同協発行）を機関紙として位置付けています。

機関紙とは、団体などがその政策・方針・活動内容などを発表・宣伝するために発行する新聞のことです。機関紙を作成する目的は、これまで何度も議論されてきました。そのなかで機関紙の持つ役割、機能は、ご指摘いただいた「情報発信と共有」以外に目的は多岐に渡ることが確認されてきました。



機関紙（以下、同友 Aichi）は、同友会の主な活動を集約した情報であるため、同友会の到達点や全体を確認し、把握をするのに役立ちます。また同友会理念を価値基準にした編集を行っているため、会内の学習ツールとして活用されるとともに、行政等の会外諸団体に対し、同友会の価値観を発信し、理解と共感を広げる重要な媒体でもあります。さらに定期発行を堅持することで、組織に対する信用が醸成されてきました。

社会変化の中で、会の方針や課題、活動の状況、人や企業、中小企業運動に関係する動きや制度変化を伝えて来た同友 Aichi は、愛知の中小企業家の奮闘の歴史が時系列で記録されたものとして、優れた資料性を持つ会の財産です。

今回、デジタル媒体への一本化についてご意見を頂いておりますが、デジタルもアナログもそれぞれに特性があります。たとえば、デジタル媒体は閲覧するためのツールが必要ですが、紙媒体は手元に実物が届くことでその制約を解消することができます。他方で、デジタル媒体は、印刷にかかるリードタイムがなく即時性が強みです。また、デジタル媒体は、スマートフォン等で個々の記事等を閲覧するのに適している一方で、紙媒体のように一目で全体を俯瞰できる一覧性や、個別の記事でありながらも、その間に連関性を持たせることで、伝える情報に厚みと広がりを持たせることはできません。同友 Aichi がタブロイド版としているのも、この一覧性と記事相互の連関性を大切にしているからです。

デジタル媒体と紙媒体それぞれの持つ特性を冷静に見極め、情報発信と共有とともに、愛知の中小企業運動の姿を記録して参ります。

「機関紙の意味、役割」は上記をご参照下さい。ご指摘のデジタル配信については、情報の特性にあわせて、メールマガジンの送付、ホームページへの掲載などを行っています。

発注先企業の選出方法は、同友会会員として、①会員の信望が厚く、同友会の理念や目的をよく理解している人、②同友会の発展のために積極的に努力する人、③経営と同友会活動を不離一体のものに近づけるために努力している人、④例会や研究会で経営実践の報告をしている人、⑤経営指針をつくり実践している人、⑥同友会の全国行事に参加している人、⑦新会員を積極的に推薦している人、⑧経営環境改善の活動に理解をもっている人、以上の条件に照らして、総務・情報部門で検討がなされ選出されています。

## 9. 会報紙・情報発信のあり方について（「第 58 回定時総会報告集」より抜粋）

（宮地／西尾）

質疑 2.

とりわけ会報作成費などは新聞ですらネット化されている昨今、あいどるやアイネットに掲載すれば十分なんじゃないんでしょうか？紙面だろうがネットだろうが見ない人は全くみませんよ。

【回答】

広報紙は、同友会の主な活動を集約した情報であるため、同友会の到達点や全体把握をするのに役立ち、会内の学習ツールとして、また対外的に同友会理念を発信する際に利用されています。

さらに、紙面で定期的に発行する事により組織に対する信用力が醸成され、記録性があり時系列でわかり、中小企業の現場の声を社会に発信する媒体といえます。

最近（2018年11月～2019年2月調査、回答1167名）の中同協「中小企業家しんぶん」（月3回発刊）のアンケート調査によると、「毎回読む」40%、「ときどき読む」35%という結果が出ています。このように、広報紙が郵送される事により、会合に参加しない会員にも読まれており、人と組織をつなぐ役割も担っています。

同友会は中小企業運動を進める団体です。そして、同友会の広報紙は単なる情報媒体ではなく、運動を推進するためのものです。それは「機関紙」という位置づけで読者を限定している所からも見て取れます。

デジタルエコノミーの問題が総会議案の「情勢と展望(案)」でも取り上げられています。第4次産業革命の技術であるIoT、ビッグデータ、AI、ロボットの登場により、社会は大きな変革期に差しかかっています。こうした時代だからこそ、あえてアナログの人的交流や手元で確認できる広報紙が大きな意味を持つと考えます。「知り合い」「学び合い」「励まし合い」、腹を割って授け合う会員相互の連帯を、さらに豊かに広げてまいりましょう。

