目的を考える 周年事業の

変化が激しく、"生き

馬の目を抜く"ビジネ ス界で、創立から数十 年、あるいは百年以上 という節目を迎えるの

は誇るべきこと。

業」です。

メモリアル・イヤーの

喜びを分かち合い、従 業員のエンゲージメン トを高める機会として 最適なのが「周年事

絶好のチャンスを意義 あるものにするため に。ここでは、周年事

業を成功に導く考え方

についてお話ししたい

と思います。

企画を立案 一過性で終わらない 日本特有の事情を理解し

子高齢化はますます加速し、急 にピークを迎えた後、一転して 及ぼします。 は、企業にとって大きな影響を が見込まれています。この動き 勾配で下り坂を降りていくこと 人口減少社会に突入。今後、少 した。日本の人口は2008年 が、最近よく聞くようになりま 話題に上らなかったテーマです 高めたい―。かつては、さほど 従業員のエンゲージメントを

されています。もちろん、優秀 先企業への求心力の低下が懸念 や転職の常態化によって、勤務 これに加えて、働き方の多様化 よる初任給ほか人件費の高騰。 人手不足や超・売り手市場に

> るようです。 にとって頭痛のタネとなってい 材不足」と「人財不足」が、企業 では引く手あまた。まさに、「人 で成果を出す従業員は転職市場

国。リストラによる強制的な転 役割を果たします。 日本では、企業の強みとは従業 廃れてきつつあるとはいえ、い 「会社は家族」という考え方も、 世界に類を見ない終身雇用制の するために、周年事業が大きな にほかなりません。これを強化 員の持続的なエンゲージメント て100年と、長寿企業が多い も、創業から30年、50年、そし まだ主流の考え方です。 職すらも日常的な米国とは、明 はいえ、良くも悪くも、日本は らかに異なるお国柄です。また、 何より

長く同じ勤務先で多忙な日々

一方、転職する人が増えたと り、飲みニケーションなど勤務 イアンスへの過度な配慮によ モートワークの導入やコンプラ ていきます。しかも現在は、リ と正面からむき合う機会は減っ を送っていると、従業員が会社

> のの、従業員はほとんど読まな たり、関係者に配ったりするも

起爆剤になるはずです。 るために、周年事業が変化への 社へのエンゲージメントを高め 従業員の気持ちを一つにし、会 減りつつあります。そんななか、 時間外での従業員同士の接点が

ケース。役員室や応接室に飾っ をつくることで満足してしまう ません。あるいは、分厚い社史 は、持続的な成果にはつながり 那的で一過性の盛り上がりで 大会場を借りてのイベント。刹 ます。たとえば、豪華な式典や 果に終わってしまうこともあり 備を進めないと、企画倒れの結 ただし、周年事業はうまく準

> 周年をゴールではなく

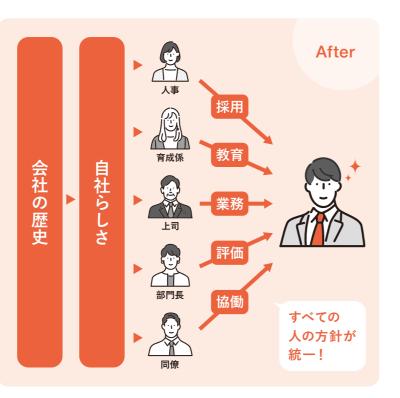
事業について、改めて考えてみ

エンゲージメントを高める周年 ありません。そこで、従業員の かったという会社もめずらしく

たいと思います。

通過点に。『自社らしさ』 を発掘する方法とは

社の方向性を示しつつ、これを す。つまり、周年事業で従業員 日々のコミュニケーションで 周年事業だけでは、従業員のエ 論をお伝えします。残念ながら、 の気持ちを一つにするための会 も、影響がはるかに大きいのは、 ん。10年に一度の周年事業より ンゲージメントは高まりませ いきなり、身もふたもない結



Before 上司 人により 方針が バラバラ…

> ションを改善すること。これが、 活かして、日々のコミュニケ の方法です。 エンゲージメントを高める唯一

この状況が、エンゲージメント されると方向性や基準を統一す 「自社らしさ」です。これが定義 題を解決するのに役立つのが、 員とのコミュニケー 企業では、自社の方針や考え方 ることができます。 の障害となっています。この問 人的に行われているものです。 があいまいなため、一人の従業 一般に、組織に課題を抱える ションが属

やって見つければよいのでしょ 社になるといいな」という妄想 偏った意見や、「将来、こんな会 「私たちの会社はこうだ」という 社の歴史」から見つかります。 にぎわせているようです。結論 グとかパーパス策定が流行して うか。いま、企業ブランディン にすぎず、根拠に乏しいからで なぜなら、それらは希望や期待 は、ほとんど意味をなしません。 から言うと、「自社らしさ」は「会 いて、さまざまな方法論が巷を 一方、これまで歩んできた

> ります。 を発見できる理由は、ここにあ ティそのものといえます。会社 実であり、企業のアイデンティ 会社の歴史は、まぎれもない真 の歴史とむき合えば自社らしさ

します。 ンゲージメントの向上を後押し けるようになります。これがエ て、従業員が納得・安心して働 レは少なくなり、その結果とし れば、コミュニケーションのズ 価など。自社らしさが明確にな 入社後の教育、日々の業務、評 ションに活かします。採用活動、 は、これを日々のコミュニケ 自社らしさを見つけ出した後

ところで、自社らしさはどう

ションの原動力に 周年後。コミュニケー 大切なのは周年ではなく

さを発見する通過点とみなす」 ルにするのではなく、自社らし 話をしてきました。「周年はゴー ンゲージメントが高まるという ンを満たすことで、従業員のエ あり、日々のコミュニケーショ むしろ周年を迎えた後が大事で ここまで、周年事業よりも、

18 addive Apr. 2025

とがポイントです。 クトの時間軸を長く設定するこ 業を企画するときは、プロジェ ということ。そのため、周年事

検討します。 界や社風により、幅広い視点で 業の実施など、貴社が属する業 稿、展示ブースの設営、記念事 SNSでの発信やマス広告の出 するパーパス策定やC-構築、 ベント開催、周年をきっかけと 周年事業は、社史の編集やイ

日々のコミュニケーションの改 善につながります。 業価値を伝えることもできま 業であれば、株主や投資家に対 自信をもったプレゼンが期待で 用活動において、ギャップのな 会議や評価MTGで、自社らし 内報やイントラネットで周知 す。このように、「自社らしさ」と し、過去の歴史で培ってきた企 きるはずです。さらに、上場企 れる。あるいは営業活動では、 さに沿った行動をうながす。 いう共通言語ができたことで、 い人材をメンバーとして迎え入 し、チームワークを育む。定例 そして、周年を迎えた後。社 採

歴史をまとめる4つのステップ

用途と編集方針を決める

用途と編集方針の例

Step1

Step2

年代

Step3

主力製品の

開発はとても

苦労しました

Step4

文字起こし 原稿

編集方針

従業員や未来の従業員(求職者) ▶ 創業者の生い立ちもふくめ、脈々と をターゲットとした周年記念誌にし える たい

引き継がれてきた「自社らしさ」を伝

..... 事業の出来事

- 会社の出来事
- 00k 本社を移転 〇〇製品を

創業当時は

È力していました

支援会社のライター

- 〇〇事業を 開始
- 〇〇工場を

私が社長になってから

始めたんです

出来事 記入シート

引用

データ

- - 社長の著者 ● プレスリリース など

出来事記入シートをつくる

● 会社案内 ● 社内報

● 製品カタログ

取材・インタビューを行う

支援会社の 🕗

なるほど!

では次に…

素材から原稿を作成する

担当者

わたしたちは支援会社とし

経て、 必要に応じて専門業者の校閲を 原稿が完成します。

らずれてしまうこともあるから

ステップ4の「素材から原稿

ヒントと教訓 失敗しないための

援会社の編集ライターが担当し を作成する」は、多くの場合、支

ます。これまでのステップで完

取

方にインタビューしましたが お手伝いしてきました。多くの 数多くの企業の社史編集を

を元に文章として書き起こしま

複数回の校正、赤字戻し、

カイブから得た「引用デ 材後の「文字起こし原稿」、 成した「出来事記入シート」、

タ

て、

思ったものです。 げ、功成り名を遂げた方。ご高 最高齢の方は96歳、二番目の方 齢とはいえ矍鑠として、お話に た一人で立派な会社を立ち上 は93歳でした。さすがは、たっ も説得力があったのは流石だと

社史のこぼれ話に学ぶ

ければなりません。そのため、 さまざまな出来事を思い出さな の時間を要すうえ、過去に遡って ただ、社史の取材は、それなり 創

うかがうことはできません。

の話となると、限られた方にしか くらでもありますが、40年以上昔 役世代の方に話を聞く機会はい は早いに越したことはありませ 業者ほか高齢の方を取材するの ん。最近の20年とか30年なら、現

いです。 つの教訓としていただければ幸 周年事業は、従業員のエン

ゲージメントを高める「起爆剤」。

かがでしょうか。

考えてみてはい

将

社史は、 社史について、 来の成長につながる周年事業と 迎える節目を機に、日々のコ ブル」のようなものです。 ち、 ミュニケ ティが問われる時代。 企業の存在意義やサステナビリ そして、会社の歴史をまとめた 一体感を育むための「バイ 従業員が共通認識をも ションの向上と、 数年後に いま、

発見につながるからです。 <

4つのステップ

見つけるために会社の歴史を知

社らしさが重要であり、これを

文章でまとめるには、

4 つ の

イントがあります。

自

なお、読み手にわかりやす

前ページでは、従業員のエン ージメントを高めるには、

と労力がかかります。

としてまとめるのは多大な手間 まとめるのは簡単ですが、文章 です。言うまでもなく、年表を

関連性がわかる「文章」を

「年表」よりも 出来事を並べた

る必要があることをお伝えして

①起きた事柄を、ただ時系列に

並べるのではなく、物語とし

まらないまま進めるのではな 聞くべきか?」という目的が定 は、思い出話に終始してしまう が、正直言って役に立ったこと えず、過去のことを知る人に話 からです。「この人に何の話を は一度もありません。その理由 てみたことが何度もあります た録音データをお借りし、聞い 進めるのはNGです。こう を聞いておこう」と、 おきたいと思います。「とりあ よくある間違いを指摘して 無計画に 5

時間くらいを1コマとして、5

,10コマほどの回数で取材を行

い話を聞く工程です。通常、

2

③自社だけでなく、社会や業界

るかを伝える

の変化などにも言及する

とで、自社らしさや企業価値の

はNG。歴史をまとめるいたずらに取りかかるの

さて、社史を編集するにあた

理由や目的を深掘りするこ

の理解をうながすという方法

<

発行した社内報や各種パンフ

ます。また、引用デー

タとは、 過去に

ーカイブ資料のこと。

グメント別にするケースもあり 業・B事業・C事業といったセ

や雑誌の記事、創業者の著作、 レット、プレスリリース、新聞

備をしてから取材に臨むよう、 心がけてください。 ステップ1は、「用途と編集

ポイントです。 ら、企画・構成を検討するのが の活用シーンを思い浮かべなが や対象は複数に及ぶため、各々 をとってもらいたいのか。目的 だれを対象として、どんな行動 く異なります。なにを目的とし、 最終的な社史の使いみちを指 方針を決める」です。用途とは し、これにより編集方針は大き

確認にも役立ちます。

ステップ3は、「取材・インタ

とで、文章に深みが増

ざまです。これらと紐づけるこ 議事録や経理データなど、さま

ジ数や文章量にもよりますが、 ビューを行う」です。社史のペ

OB、事業の立役者となった 創業者や現経営陣、退職した

パーソンを対象に、くわ

来事」「会社の出来事」「事業の出 と異なるのは、「社会・業界の 表を作成します。一般的な年表 ワードの表組機能を使って、年 工程です。エクセルのシー 史を編集するうえで基盤となる シートをつくる」は、会社の歴 ステップ2の「出来事記入 トや

花が咲き過ぎて、肝心の主題か

勢が参加すると、かえって発言

せいぜい2~3名。

あまりに大

います。一度に話を聞くのは、

しにくくなるとか、逆に昔話に

像を示しつつ、文章を通して読

出来事の内容や結果だけでな

の回答を意識すること。単に

「WHY (なぜ)」という視点

章」を併用します。年表で全体

通常、社史では「年表」と「文

ておく必要があります。

と。これには、編集の方法を知っ

いよう、わかりやすく書く ④業界知識の有無に依存しな

これらの点をふまえたうえ

事を深掘りし、自社の企業価値 成長を後押しした特徴的な出来 をまとめる目的は、これまでの

につながる要因を見つけ出すこ

分ではありません。

会社の歴史

ただ出来事を並べるだけでは十 社の歴史」をまとめてみようと、

②その出来事が、現在のどのよ

うな強み・特長につながって

て編集する

きました。

しかし、漠然と「会

一歩。 会社の歴史として「社 史」を発行し、これを 役立てるためには、い くつか知っておくべき ポイントがあります。 ここでは、歴史をまと める4つのステップを 解説しながら、効率的 に編集するノウハウを

会社

M

歴史を

従業員のエンゲージメ

ントを高めるために有

効な「自社らしさ」を正 しく把握するには、会 社の歴史を知るのが第

編集する

お伝えします。



周年事業/社史 制作支援サービス

周年事業や社史のノウハウが満載!『ノウハウBOOK1 従業員とのつ ながり編』を無料でお届けします。お気軽にお申し込みください。

②TOPページの右上「お問い合わせ」をクリック

③フォームの「ノウハウBOOK1 従業員とのつながり編」 にチェックして送信

20 adlive Apr. 2025

容や引用データを紐づけます。

実を記入するほか、その詳細内 来事」に分類し、それぞれ

国際事業と海外事業とか、A事 会社によって、事業の出来事は、