

成功ノウハウ

周年事業の 目的を考える

日本特有の事情を理解し、
一過性で終わらない
企画を立案

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

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

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

一方、転職する人が増えたとい
はいえ、良くも悪くも、日本は
世界に類を見ない終身雇用制の
国。リストラによる強制的な転
職すらも日常的な米国とは、明
らかに異なるお国柄です。また
「会社は家族」という考え方も、
廃れてきつつあるとはいえ、い
まだ主流の考え方です。何より
も、創業から30年、50年、そし
て100年と、長寿企業が多い
日本では、企業の強みとは従業
員の持続的なエンゲージメント
にほかなりません。これを強化
するために、周年事業が大きな
役割を果たします。

長く同じ勤務先で多忙な日々

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。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ものが「周年事業」です。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。



たり、関係者に配ったりするもの、従業員はほとんど読まなかったという会社もめずらしくありません。そこで、従業員のエンゲージメントを高める周年事業について、改めて考えてみたいと思います。

周年をゴールではなく
通過点に。『自社らしさ』
を発掘する方法とは

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

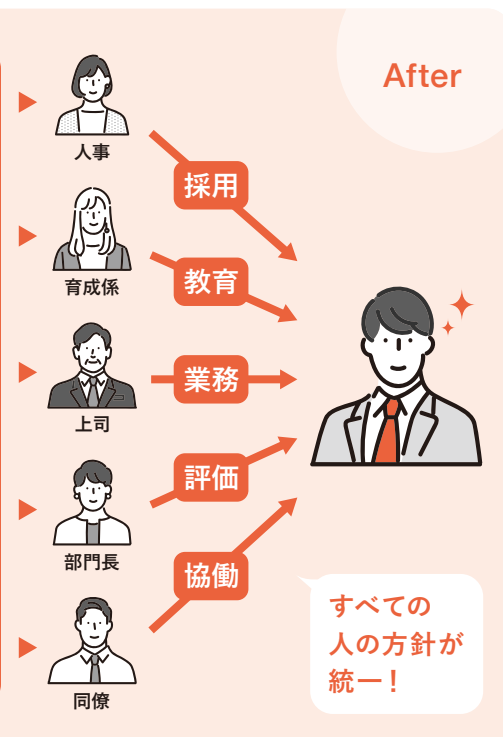
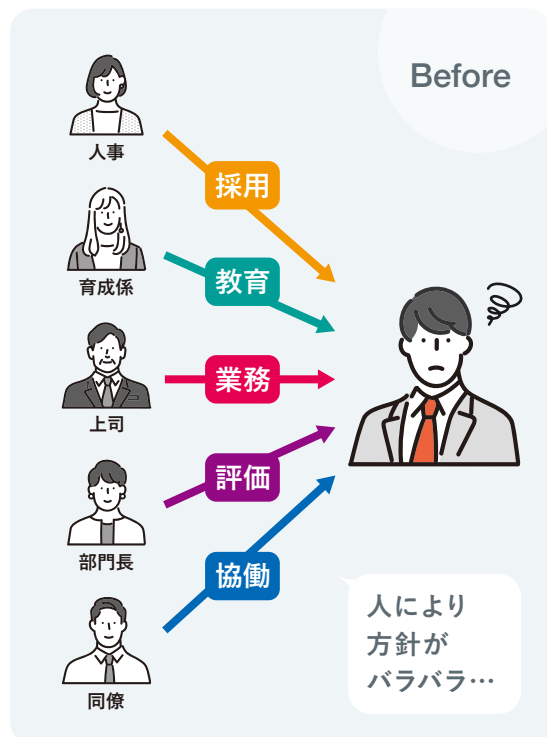
After

会社の歴史
自社らしさ

すべての
人の方針が
統一！

Before

人により
方針が
バラバラ…



活かして、日々のコミュニケーションを改善すること。これが、エンゲージメントを高める唯一の方法です。

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

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

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

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

大切なのは周年ではなく
周年後。コミュニケーションの
原動力に

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

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

周年事業は、社史の編集やイベント開催、周年をきっかけとするパーパス策定やC1構築、SNSでの発信やマス広告の投稿、展示ブースの設営、記念事業の実施など、貴社が属する業界や社風により、幅広い視点で検討します。

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

会社の歴史を編集する

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お伝えします。



出来事を並べた「年表」よりも「年表」よりも「文章」を関連性がわかる「文章」を

前ページでは、従業員のエンゲージメントを高めるには、自社らしさが重要であり、これを見つめるために会社の歴史を知る必要があることをお伝えしてきました。しかし、漠然と「会社の歴史」をまとめてみよう、ただ出来事を並べるだけでは十分ではありません。会社の歴史をまとめる目的は、これまでの成長を後押しした特徴的な出来事を深掘りし、自社の企業価値につながる要因を見つけ出すこと。これには、編集の方法を知っておく必要があります。

者の理解をうながすという方法です。言うまでもなく、年表をまとめるのは簡単ですが、文章としてまとめるのは多大な手間と労力がかかります。なお、読み手にわかりやすい文章でまとめるには、4つのポイントがあります。

いたずらに取りかかるのはNG。歴史をまとめる4つのステップ

さて、社史を編集するにあたり、よくある間違いを指摘しておきたいと思います。「とりあえず、過去のことを知る人に話を聞いておこう」と、無計画に進めるのはNGです。こういった録音データをお借りし、聞いてみたことが何度もあります

①起きた事柄を、ただ時系列に並べるのではなく、物語として編集する
②その出来事が、現在のどのような強み・特長につながっているかを伝える
③自社だけでなく、社会や業界の変化などにも言及する
④業界知識の有無に依存しないよう、わかりやすく書く

通常、社史では「年表」と「文章」を併用します。年表で全体像を示しつつ、文章を通して読

らずれてしまうこともあるからです。ステップ4の「素材から原稿を作成する」は、多くの場合、支援会社の編集ライターが担当します。これまでのステップで完成した「出来事記入シート」、取材後の「文字起こし原稿」、アーカイブから得た「引用データ」を元に文章として書き起こします。複数回の校正、赤字戻し、

必要に応じて専門業者の校閲を経て、原稿が完成します。

社史のこぼれ話に学ぶ失敗しないためのヒントと教訓

わたしたちは支援会社として、数多くの企業の社史編集をお手伝いしてきました。多くの方にインタビューしましたが、

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

業者ほか高齢の方を取材するのは早いに越したことはありません。最近の20年とか30年なら、現役世代の方に話を聞く機会はいくらでもあります。40年以上昔の話となると、限られた方にしかうかがうことはできません。一つの教訓としていただければ幸いです。

そして、会社の歴史をまとめた社史は、従業員が共通認識を持ち、一体感を育むための「バイブル」のようなものです。いま、企業が存在意義やサステナビリティが問われる時代。数年後に迎える節目を機に、日々のコミュニケーションの向上と、将来の成長につながる周年事業と社史について、考えてみてはいかがでしょうか。

歴史をまとめる4つのステップ

Step1 用途と編集方針を決める

用途と編集方針の例

用途	編集方針
従業員や未来の従業員(求職者)をターゲットとした周年記念誌にしたい	創業者の生い立ちもふくめ、脈々と引き継がれてきた「自社らしさ」を伝える

Step2 出来事記入シートをつくる

年代	社会の動き	会社の出来事	事業の出来事
1971	ニクソンショック	〇〇に本社を移転	〇〇事業を開始
1972	日中国交正常化	〇〇工場を設立	〇〇製品を開発

● 会社案内
● 社内報
● 製品カタログ
● 社長の著書
● プレスリリース など

Step3 取材・インタビューを行う



Step4 素材から原稿を作成する



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。

①「アドバンド」で検索
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