

会社の歴史が まとまらない！

創業30年、50年、100年といった節目に取り組む「周年事業」において、多くの企業が制作するツールに、社史や周年記念誌があります。そのなかで、担当者の一番苦勞する作業が「会社の歴史のまとめ」です。

担当者自身が、自社の歴史をほとんど知らない——
上層部にヒアリングしたくても、あまり協力的でない——
創業時のエピソードを知っている人が、残っていない——
など、理由はさまざま。

今回は、周年事業を無理なく進めるための一助となるよう、「会社の歴史のまとめ方」について、じっくりと解説していきます。



だということです。

ここで重要となるのが、自社の歴史をまとめる作業です。社史や周年記念誌に、自社の歴史を残すメリットは2つあります。1つ目は、まとめるプロセスのなかで「自社らしさ」が明確になる点です。ただ事実を記載するだけでなく、共通点を見つけないで編集することで、企業ごとのDNAが必ず見えてきます。あぶり出された「自社らしさ」をもとに、C-I構築に着手したり、社内育成に活用したり、周年以降の持続的な成長に向けた、未来を創り出す活動につながられます。2つ目は、記録として貴重な資料となる点です。歴史が長くなるにつれ、創業時のエピソードを知る人は少なくなっていくます。「なぜ自社が設立されたのか」「なぜこの事業を始めたのか」など、企業の存在意義や価値につながる大切な情報が残されていないのは、非常にもったいないこと。正式な資料として整理しておくことで、事業経営を進めるうえでのヒントが詰まったバイブルを保有することができます。

自社の歴史をまとめる

難易度診断

担当者を悩ませる、
会社の歴史をまとめる作業。
果たしてあなたの場合の難易度は！？

START

社史・周年記念誌の
担当者になった
経験が過去にある

YES

NO

何から
手をつけたらいいか
わからない

自社の歴史に
詳しい

過去の社史・
周年記念誌が
会社にある

創業時のことを
知っている人が
社内にいる

気軽に相談できる
支援会社や
身近にいる

あなたの難易度は…

高

時間も労力もかかり、
なかなか苦勞しそう…

創業時の情報を集める
方法から考えると、3～5
年間ほど必要な場合も



あなたの難易度は…

中

支援会社さがしが肝心。
計画的に進めよう！

自社に合う支援会社を見
つけることから始めるに
は、2～3年間あると安心



あなたの難易度は…

低

さっそくPJチームを発足し、
作業にとりかろう！

各所の情報や新規のインタ
ビューなどをまとめるために、
1～2年間を見据えるとベター



「会社の歴史」を
まとめることの重要性

「全社一丸となって——」。企業の経営層や管理者からのメッセージとしてよく使われる言葉ですが、実際のところ従業員と、この言葉に反してそれぞれが異なる方向を向いているものです。これは、やる気があるかないかではなく、「自社の強み」や「自社らしさ」、「自社のすべきこと」などに対する認識が揃っていないということ。企業にはさまざまな価値観をもった人が集まっているため、意識を揃えるのは、なかなか容易なことではありません。

マネジメントの観点では、1人が管理できる適正人数は5～8名、多くても最大10名といわれています。つまり、自社の方針を握る社長の目の届く範囲は、たったの10名未満だということです。社長のもとで事業を推し進める部長ほか管理者が、自社の方針を正しく認識していないと、それ以下の従業員に対

してまちがって伝達されてしまいます。

企業規模が大きくなるにつれ深刻になるこのような問題に対して有効なのが、「自社らしさ」を明確にして、伝えていく「活動」です。そもそも「自社らしさ」があいまいだと、伝える内容がバラバラになってしまうため、まず全社的な認識をしっかりと揃える。そのうえで「伝える」というコミュニケーションの活性化を図る活動を日々積み重ねることで、文字通り「全社一丸」に近づくことができます。

しかしながら、これらをゼロから始めるのは、腰が重いもの。そこで、絶好の機会となるのが「周年事業」です。なぜなら、会社の節目に実施する取り組みとして、全従業員を巻き込みやすいからです。さらに、周年という「現在」にスポットが当たること、必然的に「過去」と「未来」にも意識が向かいます。古くから引き継いできた「自社らしさ」とは何が、また今後に向けて変わらなければいけないことは何か。周年は、議論を重ねて整理する、最適なタイミング

歴史のまとめ方

このページでは、「会社の歴史のまとめ方」について4つステップにわけて解説します。

STEP1 用途と編集方針を決める

原稿作成の前提となる「歴史の整理」は最大の難所といっても過言ではありません。20年史や30年史なら、創業者が現役や存命のことが多いし、過去を知る人に話を聞いて素材を準備できます。一方、50年以上の歴史がある会社では、これらの取り組みに加え、残存する資料をもとに編集します。どちらにしても、過去を知る人物へのインタビューが中心になります。そこで、「とりあえず、昔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。私たちの経験からいっても、とりあえず聞いた話が後々役に立ったことは、まずないと断言できます。その理由は、目的が曖昧な状態でインタビューを試みても、断片的な「思い出話」に終始してしまうことが多いからです。そのため、原稿の最終的な用途を決めて、編集方針を明確にしたうえで、取材・インタビューを行います。



STEP2 出来事記入シートをつくる

取材・インタビューの前に取り組むのが「出来事記入シート」の作成です。これは、エクセルのシートに、「年」「世の中の動き」「業界の出来事」「当社の歴史」といった項目を設定し、創業から現在にいたるまでの史実を記入するものです。その際、引用データや取材すべき対象者、具体的なエピソードなどをメモしておくと便利です。通常、「当社の歴史」は「会社の出来事」と「事業の出来事」にわけて記載し、さらに後者は「国内事業」と「海外事業」とか、「A事業」「B事業」「C事業」といったセグメント別に設定します。

STEP3 取材・インタビューを行う

次に、出来事記入シートをもとに、対象者へのインタビューを行います。創業者や経営陣には幅広いテーマで、事業部長



完成 !!

STEP

04



素材から
原稿を作成する

STEP

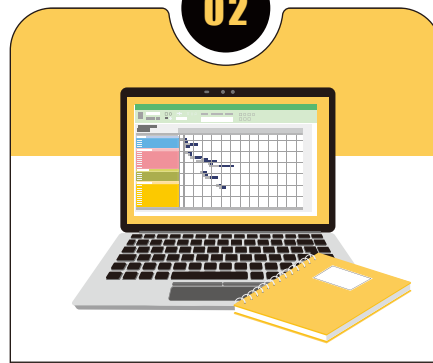
03



取材・インタビュー
を行う

STEP

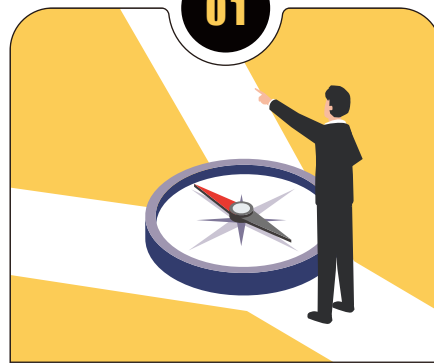
02



出来事記入シート
をつくる

STEP

01



用途と編集方針
を決める

STEP4

素材から原稿を作成する

これで、情報の整理は完了です。「出来事記入シート」「文字起こし原稿」「引用データ」をもとに、歴史をいくつかの章で区切り、各章のストーリー展開をプロットとしてまとめ、ライターが原稿を執筆します。仕上がったら、担当者や取材対象者をふくむ複数名で校正し、何度かのやり取りを経て校了となります。

わかりやすい文章とそうでない文章のちがいは、「因果関係」にあります。出来事の結果だけでなく、その背景や理由が明確かどうかで、読者を引き込めるかどうかが決まるからです。出来事記入シートは、あくまで年表に過ぎません。インタビューで出来事の因果関係を引き出してこそ、生きた物語となります。



にはテーマを絞り、2時間程度の取材を複数回実施します。なお、インタビューは一度に1〜2名がおすすめ。3名以上が同席すると本音を言いにくいこともあるし、昔話に花が咲いてしまい、いたずらに時間が経過するからです。ライターとお客様担当者が同席して聞き取りを行い、当日の話はレコーダーで録音して「文字起こし原稿」を作成します。同時に、重要な出来事については「引用データ」をPDF化して、出来事記入シートにリンクさせておきましょう。引用データとは、過去に発行した社史、社内報、会社案内、プレスリリース、新聞・雑誌の記事、会議の議事録、財務データなど多岐にわたります。詳細な資料があればストーリーが深まるし、取材内容との整合性チェックが容易になります。

未来に向けた持続的な成長には、会社の過去を知ることが欠かせません。従業員の共通言語となる「自社らしさ」を見つけるため、周年を機にまずは、歴史をまとめることから始めてみてはいかがでしょうか。