

# etre



*Just a little that your anniversary will be wonderful one*

周年は未来を  
変えるチャンス

*Anniversary!*

知名度・好感度の向上

経営哲学を発展・定着

コミュニケーション活性化

ブランドの浸透

# 成長する企業は 周年事業の取り組みに真剣です！

設立後、10年存続する企業はわずか10%以下。

周年を迎えることは、企業が成長し続けた証しだといえるでしょう。

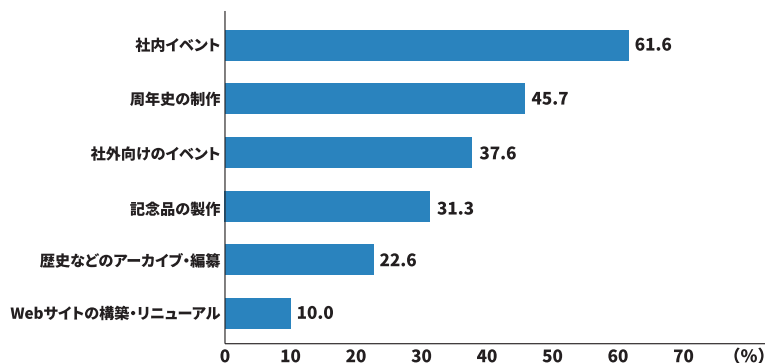
しかし新型コロナ禍の今、今後の舵取りが困難な局面を迎えて周年どころではない、そうお考えの方々も多いことでしょう。

でも、歴史ある企業は周年を成長の契機ととらえ、さまざまな施策を打ち出しています。

今こそ、あらためて自社の歩みと周年事業について考えてみてはいかがでしょうか。



## ◎企業が行う代表的な周年事業の取り組み

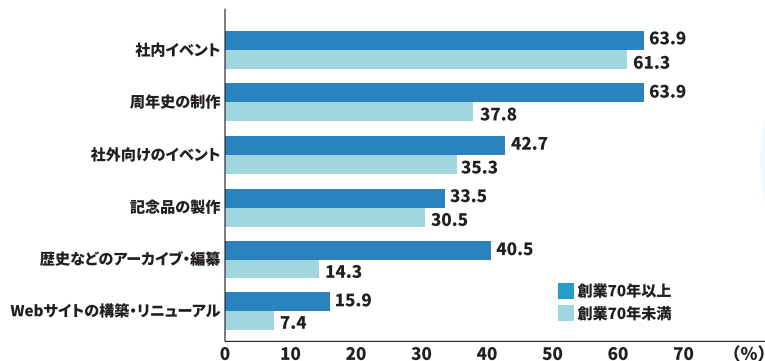


社内イベントが  
**61.6%**

次いで  
周年史の制作が  
**45.7%**



## ◎創業年数別、周年における取り組み



創業70年以上の企業が  
特に注力する周年事業

歴史などのアーカイブ・編集  
**40.5%**

そして、周年史の制作  
**63.9%**



# 「周年史」は 次代へ継承すべき 経営資産



## 埋もれた歴史財産を有効活用する

### 1. 移ろいゆく周年史の役割

多くの企業は、周年事業の一環として「周年史」を発行してきました。かつて右肩上がりの経済発展が当たり前だった頃の「周年史」とは、基本的に発展・拡大・成長の記録でした。そこに綴られているのは幸福な物語の集大成であり、名誉の証となるトロフィーや賞状と共に、書棚に飾られたものでした。

時代は変わり、バブル後の長い不況期、リーマンショック、阪神・淡路大震災や東日本大震災、コロナ禍などを経験するなかで、発展・拡大・成長がままならない企業も多く、社史のありようと役割も否応なく変わりつつあるように思えます。

### 2. 経営者の「こころ」に触れて

私が長らく社史や個人史の執筆に携わらせていただくなかで、経営者の葛藤や苦しみを実感する機会が、たびたびありました。とある医療系メーカーの社史制作で取材させていただいた創業者社長の側近は、重大な決断を伴う際に社長は占い師に頼っていたという逸話を披露してくれました。また、ファッション系ブランド社長は、霊験あらたかなご婦人の「お言葉」に勇気を得てきたと言い、「お言葉」を載せてほしいと依頼されました。周囲には信頼できる役員もいたであろうに、「経営者とは何と孤独なのだろうか」と感じたものです。

これとは対照的だったのが、数年前に携わった企業の社長でした。この方は、過去の自社周年史を何度も読み返しなが、歴代の社長たちがどのような経営判断を下してきたのか、各部門が起死回生を図ろうとしてきたのかを読み解くことで、「数々のヒントや後ろ盾をもらった」と語られました。そして「新しく制作する社史は、自慢話に終始することなく、後世に役立つものにしてもらいたい」とも。

### 3. 周年史は未来へのバトン

この言葉から、周年史の新しいありようが窺い知れるように思います。すなわち、折に触れて紐解き、活用される周年史です。巷には経営哲学が披露されたビジネス書籍が多々ありますが、自社の歴史こそが等身大の教科書になり得るはずで、某メーカーでは周年史を幹部社員の教育に使い、これとは別に抜粋版を制作し、新入社員教育の教材として活用されていました。長い歴史の中で培ってきた競争優位性を、そして自社ならではのDNAを、次世代に継承していきたいという思いからでした。

編纂過程を通じて、社内に眠っていたノウハウや知恵を掘り起こすことができるのも周年史の効用です。編纂の際は、文書やデータ資料のみならず、退職者の皆さんや現役役員、主要部門社員へのヒアリングを行うケースがあります。その情報発掘の過程で、自社の隠れた一面を発見することもできます。

企業にはさまざまな経営資産がありますが、歴史もまた、次の世代に受け継ぐべき大切な資産です。そして経験の浅い若手社員、将来入社する若者から「先輩は良いものを残してくださった」と感謝される、忘れ形見のような周年史を作っていくことも、制作に携わる私たちの役割だと思っています。

#### 筆者紹介

#### 建野友保

株式会社エトレ勤務を経て、1995年にフリーライターとして独立。企業周年史のほか企業経営者インタビューも豊富に手がける。



私ども株式会社エトレは1972年にベンチャーカンパニーとして起業し、広告宣伝や販売促進などの企画・制作を手がけて実績を重ねてきました。1990年代から周年事業の領域に進出し、以来、30年にわたり企業・団体をサポートし続けています。2022年1月には50周年を迎えます。

周年事業の中でも、周年史は自社のDNAを次世代へつなぐ重要なコンテンツです。社内外に思いを伝え、企業の存在をアピールするメディアでもあります。周年メディアを通じ、歴史情報を感動とともに次世代へ受け渡す、これがエトレの考え方の基本です。紙からデジタルへ、あるいは映像やイベントなど多種多様に表現形式が広がりつつある今も、その認識は変わりません。

周年事業に取り組まれる方々に、ぜひ“周年事業の醍醐味”を体感していただきたいと考えています。

## エトレ周年事業室ができること

周年史制作をはじめ、複数のメディアを組み合わせたご提案も可能です。貴社にとって最適な形態をご提案します。



### 周年史

- ・上製本、並製本
- ・電子ブック



### 周年プロモーション

- ・記念商品、パッケージ
- ・SNSキャンペーン



### WEBサイト

- ・記念特設サイト
- ・沿革コンテンツ



### オンライン型イベント

- ・社員参加型ゲーム



### 映像

- ・紹介動画、スライド
- ・式典用映像



### 式典・イベント

- ・式典、展示パネル
- ・運動会



### デジタルアーカイブ

- ・資料、写真のアーカイブ化



### グッズ・ノベルティ

- ・パッケージ
- ・ロゴ、スローガン

## Q & A

### 周年事業に関する素朴な疑問にお答えするコーナー

今回はこれから周年事業をスタートさせようと考えているお客様に最も多いこの質問です。

#### Q 周年は何から始めればいいのか？

**A** これから周年事業を始めるご担当者とお会いすると、よくこんな悩みを耳にします。不安ですね。社内にノウハウも残っていないし、周年事業といってもたくさんありそうで何が最適かわからない。そんな時、まずは「誰に何を伝えたいか」を考えることから始めましょう、とお話しします。

社内に向けて、あるいは社外に向けて、周年事業を通して何を伝え、どんな関係を作りたいか。歴史を知り・学ぶ価値を知る「きづき」、ともに周年の喜びを感じ合う「きずな」。それこそが、周年事業の出発点になり、目的地になるかと思います。さまざまなメディアやツール、コンテンツは、それを実現するためにあるもので、あくまで手段。それ自体が目的ではありません。私どもエトレも来年で50周年。どうぞお気軽に、どのようなことでもご相談ください。



周年事業室 星野知也

周年事業広報誌「etre」発行・編集

株式会社エトレ 周年事業室

【大阪事業部】 〒541-0046 大阪府大阪市中央区平野町2丁目1-14 KDX北浜ビル6階 電話：06-6202-5260

【東京事業部】 〒102-0083 東京都千代田区麹町4-5 KSビル6階 電話：03-3238-6233

お問い合わせは 前川まで ✉ maekawa.yukiko@etre.co.jp

エトレ 周年事業室

Q 検索