

NEWS LETTER

祝 JAPA
Japan Anniversary Promotion Association

周年記念事業の推進で
企業/団体/地域の発展のための
一助となり貢献します

発行：NPO法人 日本周年記念事業推進協議会
札幌市豊平区平岸3条6丁目1-49 タツロービル

編集：国場みの、田本夕紀、長井伸樹

Vol.12 〈2025/06/30〉

軌跡を刻む、未来を描く

周年記念を成功させる3つのアプローチその3

社内外を巻き込み、段階的に発信する

前回まで、周年記念を未来への投資として活かす考え方や、その意志を伝える「物語」「意味づけ」についてお話ししてきました。今回は、それをどう社内外に伝え、実際に動かしていくかを考えます。

大きな変化を打ち出すとき、一度の発表だけで全員が腹落ちすることは、まずありません。特に周年記念は注目が集まるタイミングだからこそ、一方的な宣言ではなく、時間をかけて理解を深めてもらう工夫が必要です。

社内では、まず「なぜ今なのか」「なぜこの方向なのか」を率直に共有し、意見や不安の声にも耳を傾けること。

トップが決めた方針を「みんなで自分ごとにする」ためには、説明会や対話の場、社内報など複数のステップを用意しておきたいところです。

伝える際は「これにお金を使うなら給料や福利厚生を」といった声も想定しながら説明を用意したいところです。

ただのプロモーションではなく、長期的に会社を強くし、結果的に社員の働きがいを高める投資であることを、丁寧に伝える姿勢が大切です。

社外への発信も同様です。

周年記念を機に「未来への約束」を伝えるなら、ただ華やかなイベントを開くだけでなく、その背景や想いをきちんと言葉にすることが大切です。

プレスリリースや特設サイト、動画メッセージなど、段階的に情報を届ける手段を考えましょう。

大事なのは「段階的に」という視点です。一度きりではなく、発信を重ねることで信頼が生まれ、期待を形に変えていけます。

周年記念には、2つの大切な要素があります。「歴史を祝うこと」と「未来を創ること」。自分たちの原点を見つめ直し、歩んできた道を讃えることで、組織のアイデンティティが強まります。

そして、これからどんな未来を描きたいのかを考え、その実現に向けた行動を選ぶこと。

周年記念をそうした時間にすることでこそ、未来への確かな第一歩を踏み出せるのです。



裏面もご覧ください

祝う姿勢もスマートに お祝い花のマナー

自社の周年記念を企画するよりも多い、「祝う」タイミング。お祝いの気持ちと敬意をこめても、無作法があると逆効果になってしまうこともありえます。この機会に基本のマナーを振り返ってみましょう。

ふさわしいお花は？

胡蝶蘭をはじめ、華やかで明るい印象のお花や、お祝いにふさわしい花言葉のお花がベター。菊やあじさい、ユリなどは、宗教的な意味や別の意味を含むため、避けるほうが無難です。

立て札にもマナー

立札には、「祝〇周年」や、贈り主の名前をしっかりと。記載ミスは絶対NGです。

そもそも「周年」って？

「1、3、5、7年目」などの縁起のよい数字の年や、「5、10、15年目」などの節目の年が一般的です。

気になるお花の価格帯

法人が贈る場合の相場は、3~8万円といわれていますが、あくまでも一般例。関係が深い方の大切なお祝いでは、20万円以上のお花を贈る事例もあります。

お花を贈る際には、仕入れ力のあるお花屋さんを見つけておくことも大切です。同じ価格でも、お値段以上にゴージャスで長持ちするお花を手配してくれるお店も。そういうお店をパートナーに持つことが、一番のポイントかもしれません。

遂に迎えた周年記念イヤー!気合いを入れ、コストもかけて行ってみた、しかし..「失敗だった」「効果がなかった」こんな話を聞きます。例えば、

=一過性で終わった事例=

- ・パーティを開催したが、その場だけの祭りに終わった
- ・新聞に全面企業広告を出したが、すぐに忘れさられた

=周知不足の事例=

- ・社員の関心を集めきれなかった
- ・周年を知らない社員もいた

=成果が出せない事例=

- ・社史を作るも、読まれなかった
- ・記念品を作るも、ただ配って終わった

などなど、結構あるあるです。

うまくいかない理由として、以下が考えられます。

- ・社員や外部会社に「丸投げ」
- ・経営サイドだけで進めてしまう
- ・目標/目的を定めていない

とはいえ、周年記念イヤーは大きなチャンスです!

ブランディング/マーケティング/新規事業進出/未来戦略立案/採用や人材戦略/社会貢献活動など、どの企業にも内在する企業課題の解決に向けたスタートラインとして活用できます!ぜひ周年記念イヤーを有意義に活用して、企業の成長戦略に活かしてください!

今月の 名言/銘言

他社のアイデアを発見できて、“感心”できるか..それがアイデアを出せるかの「はじめの一步」。人のアイデアに憧れたり、そのマネをしたりしていると、いつも間にか自分のアイデアの芽が出てくる。何よりもまず発見。そして感心と清潔な嫉妬が大事。

by 糸井重里さん

メンバー コラム

長井 伸樹 Nobuki NAGAI

=このコーナーは、JAPAメンバーの自由投稿です。メンバーがリレー式で投稿します=

=テーマ/一番好きなCM=

こんにちは.. 私は広告の仕事をして30年以上続けています。そしてこの仕事が好きです。ところでそんな自分ですが、これまでの人生の中で、記憶に残る大好きな広告 (CMやキャッチコピー) というものがたくさんあります。その一つに『ヴァン・ダム主演/ボルボトラックのCM』があります。是非〈検索=ヴァン・ダム ボルボ CM〉で動画をご覧ください。ワタクシも、人の心の刻まれるようなお仕事をしていきたいと思い、日々精進です。



Contact us



NPO法人 日本周年記念事業推進協議会

Tel : 011-799-0887 (ブレーション株式会社内)
www.npo-japa.com

