

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.16 〈2025/10/31〉

軌跡を刻む、未来を描く

＼社史・周年記念誌シリーズ4～“色褪せない社史”をつくるには／

一度つくった社史、本棚に眠らせていませんか？

読み返されることが少ないと、せっかくの記録も活かされません。

どうすれば社史は“いま”にも効く資産になるのでしょうか。

1.研修や共有の仕組みに組み込む

たとえば、新入社員研修で創業の物語を学ぶと、社員は「自分の仕事が歴史の一部につながっている」と実感できます。

また、社内ミーティングや周年行事で歴史を振り返る時間をつくれれば、社員同士が共通の価値観を再確認する場にもなります。

社史は読むだけでなく、語り、共有する仕組みに組み込むことで、会社のDNAを次の世代へと受け渡していくことができます。

2.定期的な更新が“色褪せない”秘訣

社史を一度まとめて終わりにすると、次に手に取るときには「古い記録」となってしまいます。

そこで大切なのが、定期的な更新や追加です。

- ・周年ごとに章を加える
- ・事業転換や大きな挑戦があった時に記録を残す

そうすることで、社史は常に“現在進行形”の物語として息づきます。

3.事例に見る“活かす社史”

伊藤忠商事では、創業者が掲げた「三方よし」の精神をウェブ社史に掲載し、理念教育にも組み込んでいます。

スターバックスは、「Third Place（第三の場所）」という創業哲学を、全世界の研修で伝え続けています。

日清食品では、カップヌードル開発の試行錯誤の物語を語り継ぎ、社員の挑戦心を育む教材として活用しています。

どれも、社史を“しまい込まず、活かす”仕組みを持つことで、理念や価値観を色褪せさせない事例です。

社史は完成した瞬間がゴールではありません。研修や行事に取り入れ、定期的に更新し、共有されることで、過去の物語は今の行動を支え、未来への資産になります。

社史の価値は、記録として残すことにとどまりません。

どのように語り、使い続けるかで、その真価が決まります。

会社が歴史をどう活かすか——そこに、未来を強くする鍵があります。

裏面もご覧ください

周年記念は採用の有効な一手

周年記念は、企業の「信頼」と「魅力」を社会に発信できる絶好のタイミングです。

周年を迎え、記念事業を行うこと自体が、安定性と継続力の証。その背景には、社長の決断、社員さんの努力、顧客や地域からの信頼があります。

こうした歩みを丁寧に言語化・可視化すると、「この会社は信頼できる」「ここで働きたい」と、求職者に思ってもらえる強力なメッセージになります。

例えば、創業当時の写真やエピソードを周年記念用サイトに掲載したり、ベテラン社員の「この会社で働き続けた理由」を動画で紹介したりすると、数字では伝えきれない“会社の温度”を届けることができます。

このような取り組みは、単なる記念広報に留まらず、共感を生む採用ブランディングへとつながっていきます。

周年記念を社内イベントとして活用するのも有効です。社員さんが自社の歴史を知って誇りを持つことで、紹介採用やSNS発信といったリクルートの幅が広がります。外向きの発信だけでなく、内側から「この会社で働く価値」を再発見することが、採用力の底上げになることでしょう。

周年記念は、“未来の仲間に見てもらおう舞台”でもあるのです。

今月は趣向を変えて、各界トップの方が語られた、心に響いたお話を紹介します！

= 糸井重里さん

他者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どうかの「はじめの一步」。人のアイデアに憧れたり、その真似をしたりしているといつの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。

→
なるほど...『清潔な嫉妬』か~

= 伊達公子さん

いつかテニスのアカデミー作ったら、必ずクラブハウスを作って、リラックスできるベンチを置きます。100歳くらいになった私が、テニスの音を子守唄状態にして、ジュニア達から「あの人、昔ちょっと強かったらしいよ」と言われて、毎日クラブハウスでお昼寝する、というのが私の最終的な大きな目標ですね。

→
本当に大きな大きな目標ですね..

今月の 名言/銘言

未来のあなたが、
今のあなたに感謝する決断をしよう！

by チバシュウジ氏

メンバー コラム

江夏 伊織 Iori kouka

= 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 =

「イベントは楽しんだもん勝ち」

もうすぐ年末！皆さんの会社では忘年会のご予定はありますか？意外な事に、忘年会などの社内イベントの満足度が高い企業様は少ないです。その理由は様々ですが、主な要因が内容のマンネリ化です。料理がシンプル、企画内容が定番化など。では何故このような状態でもイベントを開催するのでしょうか？答えは意外なところに！それは社長様(会社)が従業員の為に『楽しんでもらいたい』と従業員が考える『楽しみたい』の思いに隔たりがあるからです！そんな状態だとどうしても『やってやった感』と『やらされてる感』となりマンネリ化に繋がります。それを解決するのがイベントのプロです！どうせだったら楽しいイベントで盛り上がってみませんか？

Contact us

