

3 社史を出すよ、どのようないメリットがあるのですか？

●社史の意義付けを明確にしていけば、多くのメリットを生み出すことができます。

社史発行の意義（目的）として、当社では左の八つにまとめております。

- ① 経営資料と情報の整理・継承のため
- ② 会社の足跡に学び、今後の経営に役立てるため
- ③ 会社のアイデンティティを確認するため
- ④ 社員に周年などの節目を意識してもらうため
- ⑤ 社員と、その家族に会社への理解を深めてもらうため
- ⑥ 業界の内外に、感謝の気持ちを伝えるため
- ⑦ 企業のイメージづくりのため
- ⑧ 業界・社会への貢献策の一つとして

それぞれの詳細については『企業を活性化できる社史の作り方』（小社刊）をご参照いただくとして、ここでは最近私どもが感じる動向について記してみたいと思います。

今から二〇年以上前、いわゆる「バブル景気」の頃までは大企業を中心に、多くの企業がこぞって大型で華やかな社史を出していました。それが大企業のみならず中小企業にまで波及してきたのが、バブル崩壊以降の動きです。一九九五年に日本は戦後五〇年を迎え、以降、終戦直後から復興期に創業した企業が続々と五〇周年を迎えたためですが、それと同時に、社史の企画にも変化が現れてきました。当時の厳しい経済情勢のもとで、各企業は費用対効果を重視するようになり、以前からの主流であった「データが豊富で整理が行き届いた、資料性重視の社史」だけでなく「会社の個性を上手に表した社史（記念誌）」や「あれこれと欲張らず、経営上必要な課題の達成に向けて役立つような社史」がつくられるようになり、また、同じ時期からインターネットや携帯電話が爆発的に普及したこともあり、「IT技術を活用した社史」なども増えてきています。

いずれにせよ、経営者や担当者が社史の方向付けに明確なビジョンをもっている企業ほど、社史発刊の喜びが大きいようです。とりわけ中小企業では、経営者の意向が強く社史に反映されますから、実務に入る前に直接に確かめておくことも重要でしょう。ビジョンが明確であればさらに、作業が効率化されるメリットもあります。