

ディスプレイ憲章

ディスプレイは
主題を空間に演出する伝達技術である
われわれは
企業間の相互理解に立ち
業界全体の繁栄をはかると共に
創造に徹し
技術を磨き
ディスプレイを通じて
社会に貢献する

CONTENTS

ディスプレイの眼 「年賀状は最強か？」	・・・1
年頭のごあいさつ	・・・2
新年賀詞交歓会開催	・・・4
新年名刺広告	・・・5
事業主のための 労災法セミナー	・・・9
東京街 散歩 「日本橋」	・・・10
next HERO わが社の新人紹介	・・・12
第5回東デ協親善 フットサル大会	・・・14
新規加入組合員紹介	・・・16

ディスプレイの眼

年賀状は最強か？

明けましておめでとうございます。

今年もたくさんいただきました年賀状。手書きの文章で一人ひとり文面も異なるもの、市販のデザイン年賀状に一言も添えることなく送られるもの、なぜか本人ではなく“子供の”写真アルバム状態のものなど…。

Eメール以外にも様々なデジタルコミュニケーションツールが登場しながら、年に1度の紙媒体コミュニケーションは健在。そんな年賀状は最強のコミュニケーションツールなのでしょうか？

「新しい年の初めに、旧年の感謝と引き続き厚情をお願いする目的で、新年を祝う言葉を、近況を添えて挨拶する」風習は、暦を起因とする文化的な行事です。遠方で会えない人だけは略式としての年賀状を出し、会える人には会って挨拶することを正式とします。ですから年賀状は日常のコミュニケーションツールとの単純な比較でその優劣を語られるべきものではないことがわかります。

会えない場合の略式であることを肝に命じ、写真なら子供だけではなく自分を含めて近況を伝えつつ、挨拶文は心を込めて「手書き」がよいのでは？ この絶妙なバランスによって、互いに「変わったモノ」「変わらぬモノ」を想起させることができるのなら、年賀状はやはり最強なのかもしれません。

広報委員 山田祐輔/榎乃村工藝社