

これからの「記念」「思い出」

「記念」「思い出」の「モノ」から「コト」へのシフト

ディメンジョン・レオ（代表 イシザキナミ 神戸市中央区 デザイン業）は 2009 年 7 月から 8 月にかけて、神戸にて成人男女に対し、パーティー（結婚式二次会）、講演会、表彰式などの式典や懇親会・同窓会・謝恩会・学会などホテルや宴会場・レストランで行われる集まりやその際参加者に配られる記念品に関するアンケート（回答数 158）を行った。

上記のような式典で記念品を受け取る（または配布する）ことは半数以上のケースで見られるが、積極的に利用するものより、「もらって困った記念品」の回答が上回る結果となった。

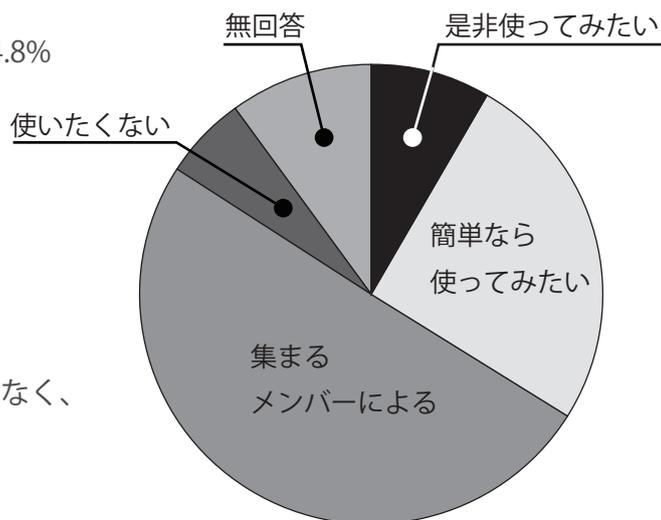
当調べの「もらって困った記念品」としては食器・花瓶・写真立・時計・タオルや、「持ち帰りの際重くて大きいもの」「かさばるもの」「趣味の合わないもの」、「名入れ記念品」などが挙げられた。

一方、「思い出」の演出、「思い出」の共有については、84.8% が肯定的であり、「集まるメンバーによっては共有したい」という回答が多数寄せられた。

つまり、「名入れ」等の刻印した、「お仕着せ」の思い出演出には無関心または否定的であるが、「思い出づくり」には肯定的といえるだろう。つまり記念・思い出は「モノ」に置き換えて残すものではなく、その「コト」自体を重んじるというようにシフトする傾向がアンケートの結果、明らかとなった。

思い出を集約する媒体としては、パーソナル向けには「アルバム」「寄せ書き」、企業向けには「社史編纂」等、紙媒体による方法が一般的であるが、現在のデジタルカメラの保有率も鑑みると今後デジタルコンテンツによるスリムかつ大容量のデジタル媒体による思い出集約が主流となるであろう。

質問：
「思い出」の演出の一環として、会場名・開催日時・参加者を思い出せるような「記念品」があれば良いと思いますか？



お問い合わせ先：

〒651-0096 神戸市中央区雲井通3丁目1-1 サムティ三宮 14F

dimension LEO(ディメンジョン・レオ) 担当：イシザキ

TEL : 078-265-1773 FAX : 078-265-1772

URL : www.dimension-leo.com E-mail : info@dimension-leo.com