

クールジャパン戦略における 「老舗」の国内及び海外展開 に向けた現状調査報告書

2021年3月26日
(2021年5月追記)



調査対象の条件

2019年で創業100年以上の企業

※コロナ影響前の2020年3月までの決算データに基づく

調査目的

日本独自の文化であり、非常にユニークなコンテンツと言える「老舗」を個別分野としてプロモートするための戦略立案を行うにあたり、国内において、「老舗」はどのように存在しているのか等の現状調査を行う。

調査項目

- 1.都道府県別100年企業数
- 2.産業別100年企業数
- 3.200年以上企業数
- 4.100年企業 経済規模
- 5.歴史的背景—老舗の発展—
- 6.自治体へのインタビュー —京都府—(2021年5月追記)
 - 7.自治体へのインタビュー —東京都中央区—
 - 8.老舗団体へのインタビュー —東都のれん会—

総括

調查結果報告

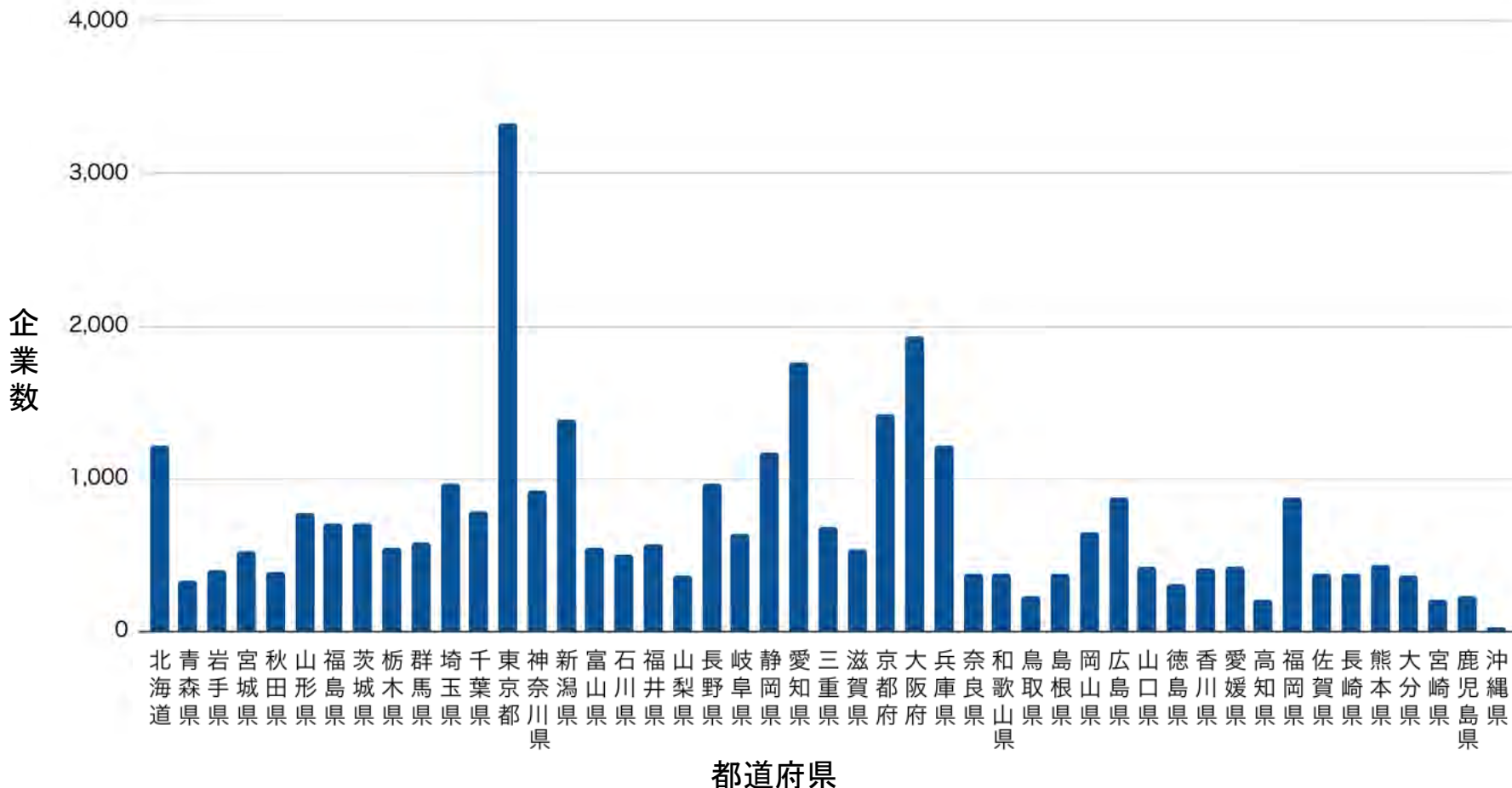
1.都道府県別100年企業数

a.都道府県別100年企業数一 一覽

	都道府県	企業数		都道府県	企業数		都道府県	企業数
1	北海道	1,212	17	石川県	505	33	岡山県	650
2	青森県	328	18	福井県	572	34	広島県	874
3	岩手県	396	19	山梨県	362	35	山口県	423
4	宮城県	522	20	長野県	961	36	徳島県	307
5	秋田県	387	21	岐阜県	638	37	香川県	407
6	山形県	771	22	静岡県	1,174	38	愛媛県	424
7	福島県	701	23	愛知県	1,758	39	高知県	211
8	茨城県	702	24	三重県	677	40	福岡県	876
9	栃木県	541	25	滋賀県	539	41	佐賀県	375
10	群馬県	582	26	京都府	1,424	42	長崎県	379
11	埼玉県	969	27	大阪府	1,934	43	熊本県	435
12	千葉県	788	28	兵庫県	1,212	44	大分県	365
13	東京都	3,334	29	奈良県	380	45	宮崎県	202
14	神奈川県	921	30	和歌山県	378	46	鹿児島県	233
15	新潟県	1,388	31	鳥取県	230	47	沖縄県	26
16	富山県	551	32	島根県	374		合計	33,398

b.都道府県別100年企業数一棒グラフ

3,334社の東京都が最多。1,000社超は東京含め8都道府県



最も100年企業数が多いのは3,334社の東京都。1,000社を超えているのは、1,934社の大阪府、1,758社の愛知県、1,424社の京都府、1,388社の新潟県、1,212社の北海道・兵庫県、1,174社の静岡県で、合計8社。突出して少ないのは26社の沖縄県。

c.都道府県別100年企業数-分布図



大阪や新潟、北海道など北前船の寄港地は100年企業が多い

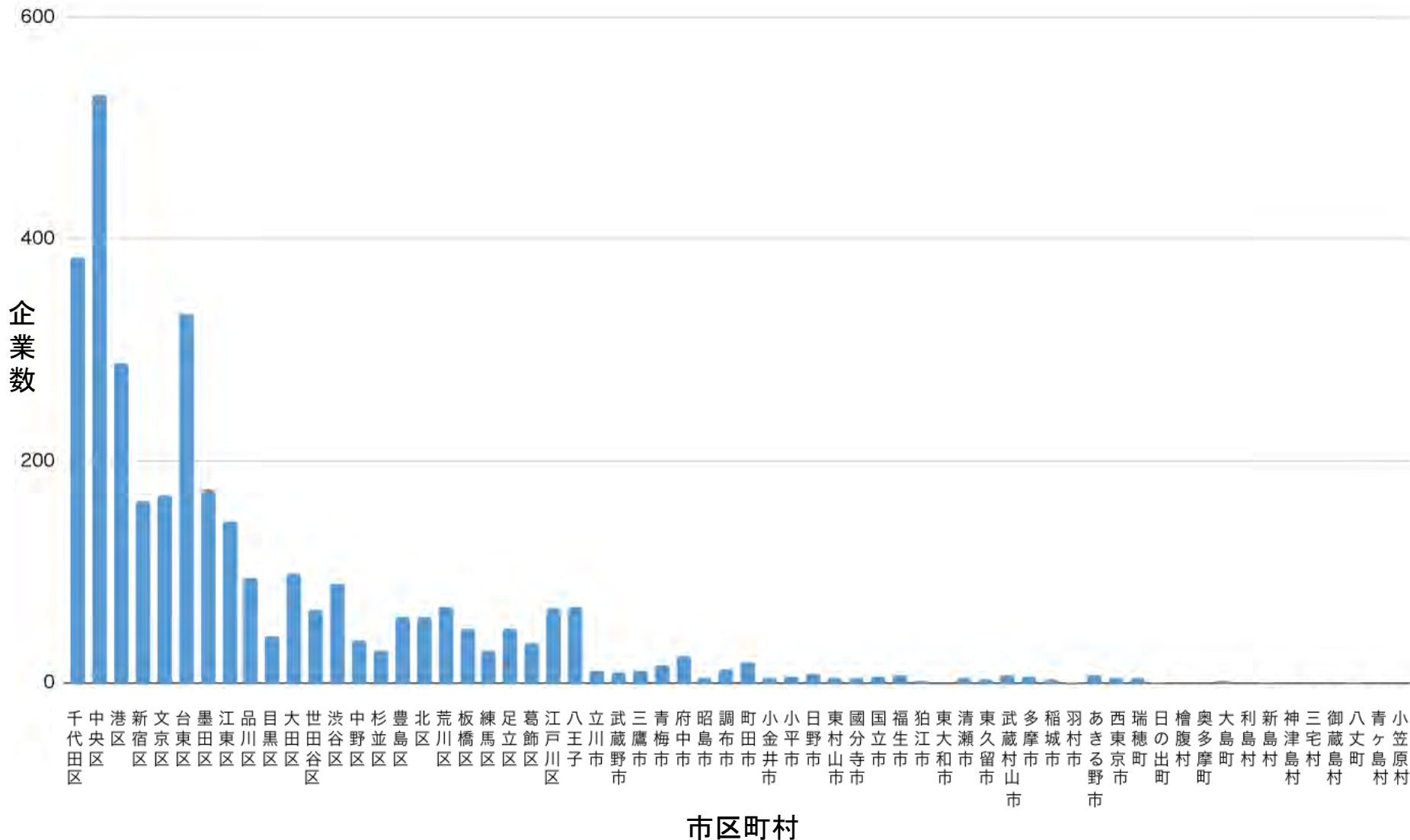
d.都道府県別100年企業数一分析

あ) 東京都

	市区町村	企業数		市区町村	企業数		市区町村	企業数
1	千代田区	384	22	葛飾区	36	43	東久留米市	3
2	中央区	530	23	江戸川区	67	44	武蔵村山市	7
3	港区	288	24	八王子市	69	45	多摩市	6
4	新宿区	164	25	立川市	11	46	稲城市	3
5	文京区	169	26	武蔵野市	10	47	羽村市	1
6	台東区	333	27	三鷹市	11	48	あきる野市	7
7	墨田区	174	28	青梅市	17	49	西東京市	4
8	江東区	146	29	府中市	24	50	瑞穂町	5
9	品川区	95	30	昭島市	5	51	日の出町	1
10	目黒区	42	31	調布市	13	52	檜原村	0
11	大田区	99	32	町田市	19	53	奥多摩町	0
12	世田谷区	66	33	小金井市	5	54	大島町	2
13	渋谷区	90	34	小平市	6	55	利島村	0
14	中野区	39	35	日野市	8	56	新島村	1
15	杉並区	30	36	東村山市	5	57	神津島村	0
16	豊島区	59	37	国分寺市	5	58	三宅村	0
17	北区	59	38	国立市	6	59	御蔵島村	0
18	荒川区	69	39	福生市	7	60	八丈町	1
19	練馬区	49	40	狛江市	2	61	青ヶ島村	0
20	練馬区	29	41	東大和市	0	62	小笠原村	0
21	足立区	49	42	清瀬市	4	合計		3,334

d.都道府県別100年企業数一分析

中央区が特に多く、続いて千代田区、台東区、港区



天下の城下町 江戸

突出して100年企業が多い東京は、日本の首都として世界でも有数の大都市である。

徳川家康による江戸幕府開府以来、江戸は天下の城下町として、都市整備が行われた。日本橋や京橋、銀座などの街が形成され、また、川も多かったため、舟による物資の運搬も盛んであった。東京都中央区には東海道五十三次の起点となる日本橋があり、江戸時代の商業の中心地であった。多くの商人が集まり、商人街を形成した結果、町人文化が栄えていった。隣接する千代田区、港区も100年企業が多い地域となっている。

江戸の大量消費を支えるために、日本橋に魚河岸ができたほか、様々な物品を扱う商人などが集まった結果、商業地として発展していき、100年企業が集積することとなった。また、歌舞伎などの芝居小屋や旧吉原などの歓楽施設の形成が進み、今でいうショッピングセンター的なまちが形成された。江戸後期には芝居小屋などが浅草に移転したものの、浮世絵や読本などの出版・印刷などの娯楽や情報・文化産業なども盛んとなった。

浅草の浅草寺、上野の寛永寺など、寺町として栄えた現在の台東区は、江戸の市域が再編・拡大するにつれて多くの職人が集まった。元は中央区にあった歌舞伎の劇場や、遊郭「吉原」が浅草に移転し、それまでの浅草寺境内の奥山とあわせて、浅草が江戸随一の盛り場として栄えたことなどから、様々な場面で職人の技能が求められるようになり、台東区に多くの職人が集まって職人街を形成し、今もその技を伝承している。

い)大阪府

古代からの港町 大阪

2番目に100年企業が多い大阪は古代からの港町であり、日本の玄関、また物流の拠点として発展してきた重要な都市であった。

大和朝廷の時代、大阪には「難波津」と呼ばれる港があり、大和朝廷の海への玄関口として発展し、朝鮮や中国の文化や技術も、難波津をとって大和朝廷にもたらされた。

戦国時代には大阪城が築城され、城下町が形成された。

江戸時代から明治時代にかけて日本海海運で活躍した、主に買積みの北国廻船である北前船の終着港であり、諸国の物資が集積した。江戸時代には世界初の公設先物取引所「堂島米会所」が設置され、日本の経済の中心であり、大商人も生まれて豊かな町人文化が育まれた。商人が中心で、伝統工芸品ではなく、港町での交易から派生した商売が多いのが特徴である。

例えば海産物市場である「雑魚場」でのアイデア商品から塩昆布屋ができ、これが昆布商に発展したり、医薬品の輸出入から医薬品メーカーになっていったなど、当時の新たなビジネスが今日の伝統産業となり、100年企業として続いている。

う) 愛知県

中京圏の交通の要所 愛知

愛知県は、中部地方の県では最も人口が多く、東日本と西日本とを結ぶ交通の要所であり、中京圏の行政・経済・文化の中枢を担ってきた。

戦国時代には、愛知県で織田信長や豊臣秀吉、徳川家康ら多くの武将が活躍した。

三種の神器の一つである草薙剣を祀る熱田神宮がある鳥居前町であり、江戸時代は徳川家康が築城した名古屋城の城下町として繁栄した。

国際貿易港である名古屋港を擁しており、自動車や鉄鋼、電機等の産業が盛んな地域である。

また、発酵・醸造文化が盛んな地域でもあり、いまでも醤油や味噌などが多く作られ、味噌カツや味噌煮込みうどん、ひつまぶしや名古屋コーチンといった「名古屋めし」を支えている。ういろをはじめとする和菓子など、特徴的な食文化は全国的に認知が高く、2019年の「名古屋市観光客・宿泊客動向調査」によると、食事費消費額は1,341億円で、観光総消費額の31%を占めている。

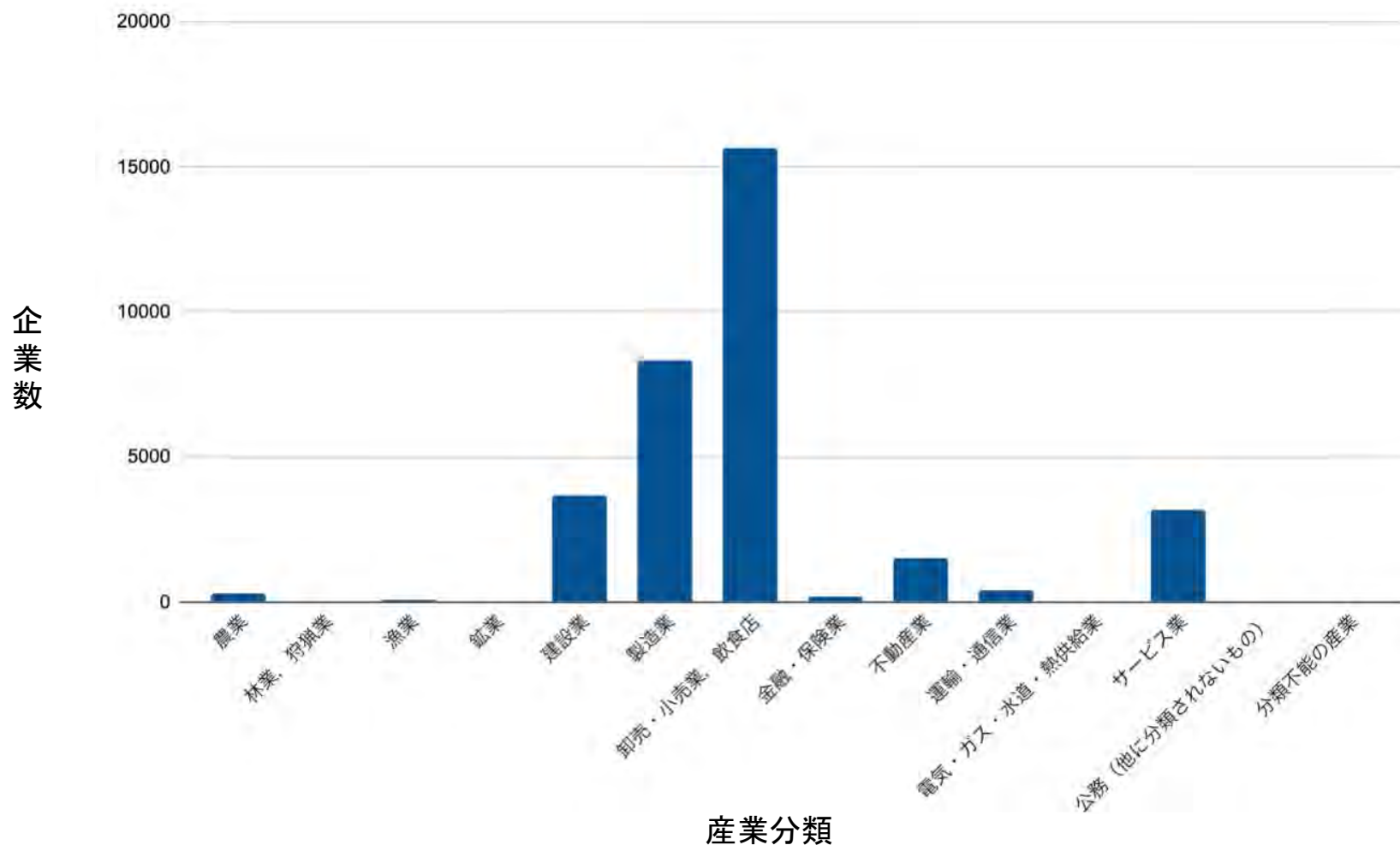
2.産業別100年企業数

a.産業別100年企業数一 一 覧

	産業分類	企業数	割合
A	農業	306	0.92%
B	林業, 狩猟業	19	0.06%
C	漁業	87	0.26%
D	鉱業	32	0.10%
E	建設業	3,689	11.05%
F	製造業	8,322	24.92%
G	卸売・小売業, 飲食店	15,641	46.83%
H	金融・保険業	204	0.61%
I	不動産業	1,508	4.52%
J	運輸・通信業	415	1.24%
K	電気・ガス・水道・熱供給業	12	0.04%
L	サービス業	3,163	9.47%
M	公務(他に分類されないもの)	0	0.00%
N	分類不能の産業	0	0.00%
	合計	33,398	100.00%

a.産業別100年企業数一棒グラフ

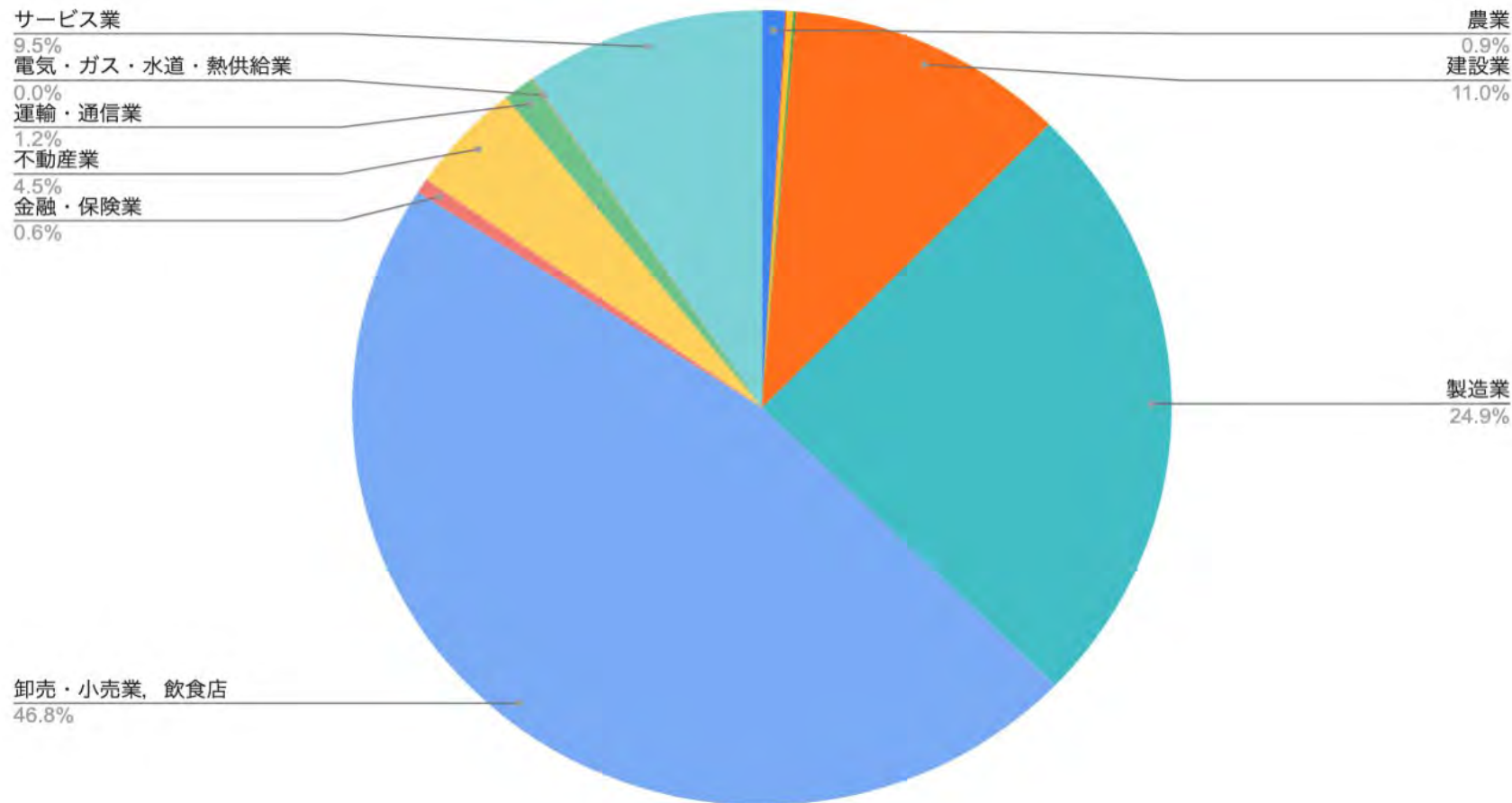
卸売・小売業、飲食店が15,641社で最多



15,641社の卸売・小売業、飲食店に続き、8,322社の製造業、3,689社の建設業、3,163社のサービス業が多くなっている。

b.産業別100年企業数一円グラフ

卸売・小売業、飲食店が46.8%、製造業が24.9%を占める



最も多い業種は貸事務所。旅館等ToCの業種も多い

最も割合の多かった卸売・小売、飲食店の内訳を見てみると、酒小売が591社、酒類卸が475社、呉服・服地小売が550社、婦人・子供服小売が518社と、酒類・衣服類が多くなっている他、ガソリンスタンドが428社、菓子製造小売が424社、木材・竹材卸が366社となっている。

建設業も100年企業が多いことから、木材・竹材卸は建設業と長く共に支え合っていると考えられる。米穀類小売201社、米麦卸262社とこちらも比較的多く、飲食店では、日本料理店202社、料亭102社、そば・うどん店72社となっており、食に関わる業種が多い。

製造業においても、清酒製造が785社と多く、古くから定着している産業のひとつとなっている。

最も業種で多かったのは、不動産業の貸事務所で、873社となっている。創業時は別の生業だったが、所有する土地を活用し、オフィスビルなどを建てて貸事務所業へ変わったケースが多くみられる。

サービス業では、旅館・ホテルが605社と最多である。旅館が多い理由としては、温泉が古くから怪我や病気の療養を目的としたものとして利用され、湯治宿として必要とされてきたことが考えられる。

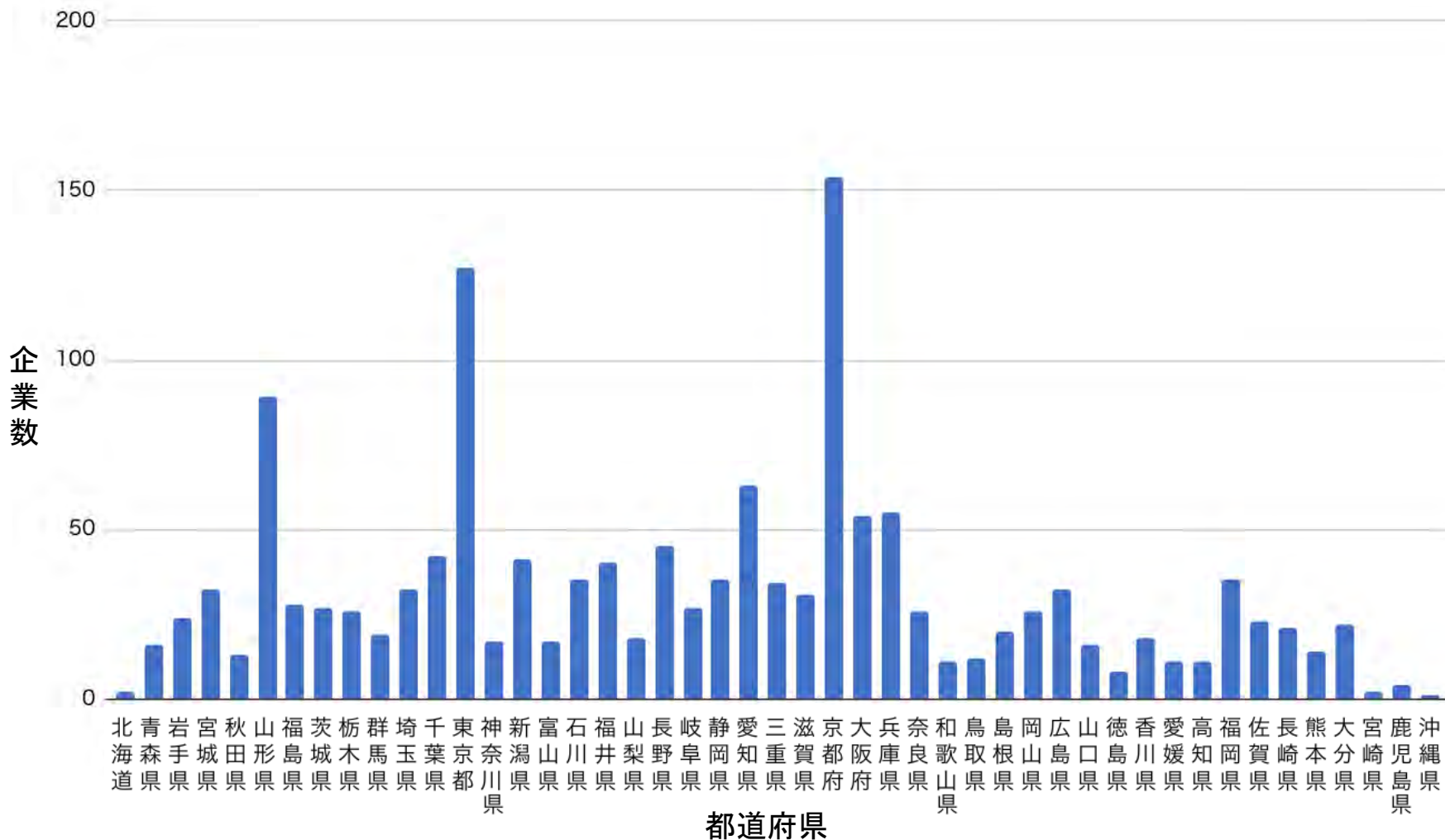
3.200年以上企業数

a.200年以上企業数—都道府県別—覧

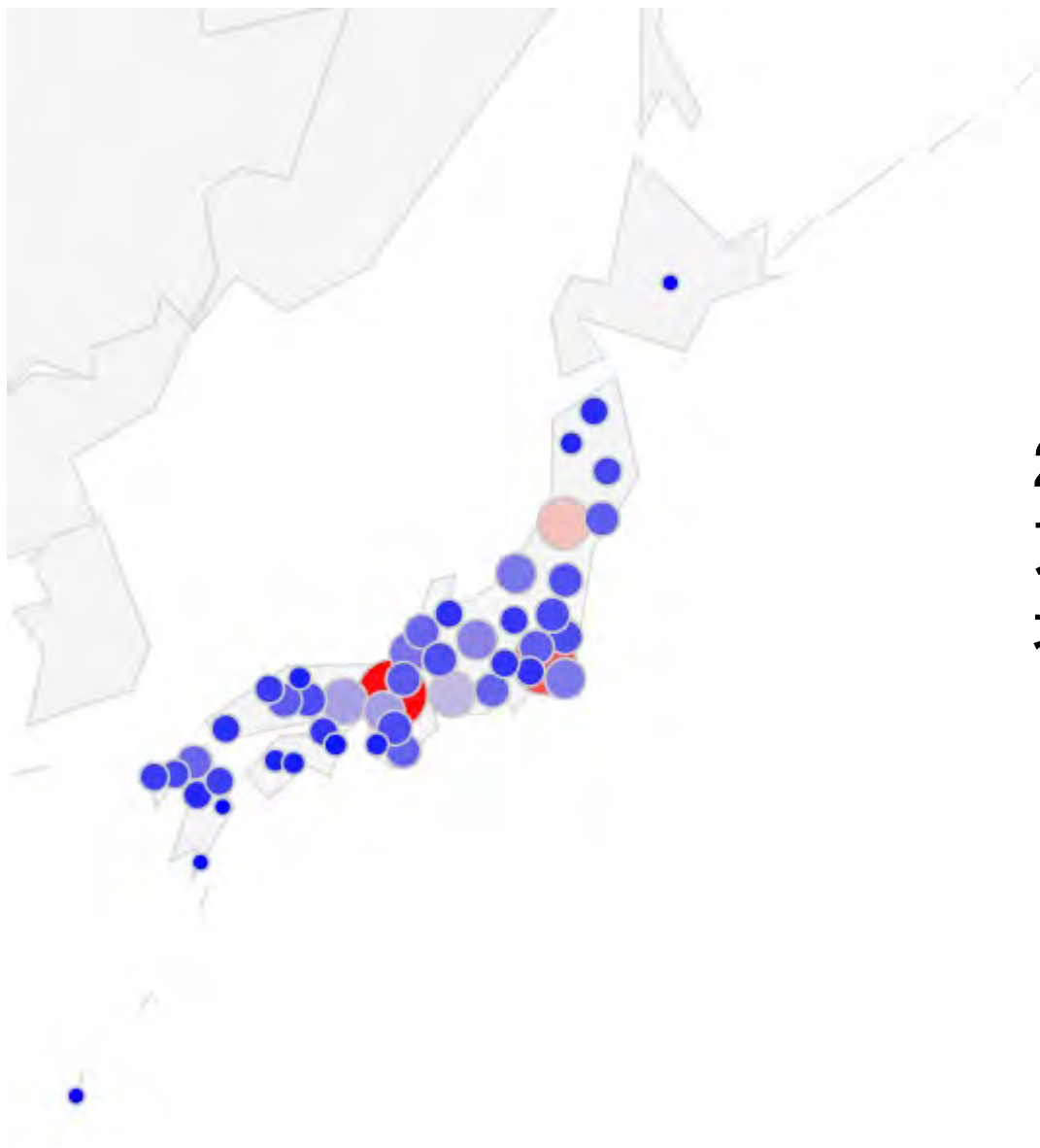
	都道府県	企業数		都道府県	企業数		都道府県	企業数
1	北海道	2	17	石川県	35	33	岡山県	26
2	青森県	16	18	福井県	40	34	広島県	32
3	岩手県	24	19	山梨県	18	35	山口県	16
4	宮城県	32	20	長野県	45	36	徳島県	8
5	秋田県	13	21	岐阜県	27	37	香川県	18
6	山形県	89	22	静岡県	35	38	愛媛県	11
7	福島県	28	23	愛知県	63	39	高知県	11
8	茨城県	27	24	三重県	34	40	福岡県	35
9	栃木県	26	25	滋賀県	31	41	佐賀県	23
10	群馬県	19	26	京都府	154	42	長崎県	21
11	埼玉県	32	27	大阪府	54	43	熊本県	14
12	千葉県	42	28	兵庫県	55	44	大分県	22
13	東京都	127	29	奈良県	26	45	宮崎県	2
14	神奈川県	17	30	和歌山県	11	46	鹿児島県	4
15	新潟県	41	31	鳥取県	12	47	沖縄県	1
16	富山県	17	32	島根県	20	合計		1,456

b.200年以上企業数一棒グラフ

京都府が154社で最多。100社超は東京都と2都府県のみ



最も200年企業数が多いのは154社の京都府。127社の東京都、89社の山形県、63社の愛知県、55社の兵庫県、54社の大阪府と続く。最も少ないのは1社の沖縄県。古い業種には寺院、清酒業、旅館等が見られる。



200年企業は京都府、東京都につづき、複数の名城をもつ山形県が多い

世界で最も長寿企業が多い日本

200年企業は1,456社で、今回の調査対象企業のうちの4.4%である。

日経BPコンサルティング・周年事業ラボが2020年3月に発表した調査によると、世界の企業の創業年数が100年以上、200年以上の企業数は、日本は共に世界1位であった。世界の創業100年以上の企業の41%が日本であり、創業200年以上の企業では、その比率は65%となる。

今回の調査対象企業で創業200年以上の企業は、業種では寺社仏閣、清酒製造、旅館・ホテル、菓子製造、呉服・服地小売などが多い。

古くからある寺社仏閣の周りに門前町ができ、城下町やそれらの街を行き来するための宿場街ができ、そこで起った産業が今も残っている。

日本がいわゆる長寿企業が多い理由としては、効率的な経営や生産性を重視し、短い期間で利益を大きくするよりも、長く存続することを大切にするという価値観がある。

多くの戦禍や自然災害に見舞われてきたが、島国であり、戦争時にも他国の支配による文化の破壊を受けることがなかったことも理由の一つである。

また、技術と環境が目まぐるしく変化する時代において、一業にこだわり、極めていく中で、その企業独自の強み(コア・コンピタンス)を持ち、それが企業の存続につながっている。

古い老舗が多く残る京都

京都府の200年企業は154社で全国最多となっている。

古い都であること、戦争の影響が少なかったことなどがよく挙げられるが、老舗企業が多いのはそれだけが理由ではないと考えられる。

京都府は平安時代から明治維新までの1200年間にわたり、日本の首都であった。多くの公家がいいたことから、多くの職人や商人が集まった。

都には宮廷、幕府、寺社仏閣、古典芸能などが存在し、常にいいものを好む要求水準の高い顧客からの需要がある地域であり、陶磁器、漆器、木工品、金工品、仏壇・仏具、織物・染色品といった伝統工芸品が発展していった。

寺社が多く、都市全体が門前町と言える観光都市を形成しており、今は観光客からの需要も伝統産業存続の一因となっている。

一つの地域に同職系の職人たちを集めて保護し、技術が承継されやすい土壌を構築したことも要因の一つだろう。

また、長年培った技術力を背景とし、伝統工芸品のみならず、例えばセラミック等の先端技術を駆使して発展した企業もある。

時代に添って、取り扱う商品やサービスを変化させるなど、伝統とイノベーションがミックスした都市であることも古い企業が存続している要因である。

4.100年企業 經濟規模

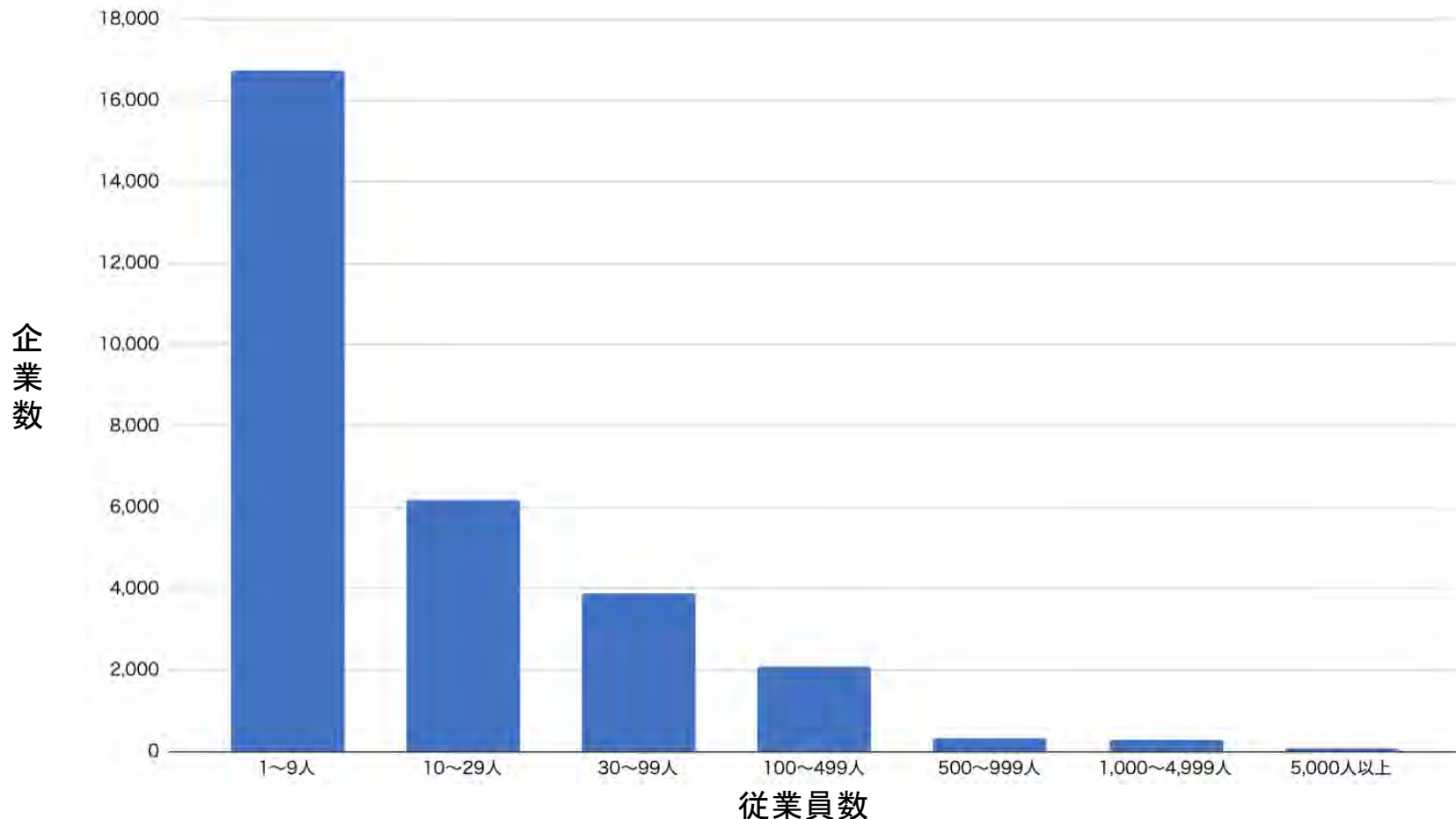
a.100年企業経済規模—従業員数— 一覧表

77.6%が30人未満、100人未満だと90.7%を占める

従業員数	企業数	割合
1～9人	16,749	56.62%
10～29人	6,191	20.93%
30～99人	3,876	13.10%
100～499人	2,091	7.07%
500～999人	326	1.10%
1,000～4,999人	282	0.95%
5,000人以上	65	0.22%
合計	29,580	100.00%

※3,181社は従業員数が確認できていないため、合計29,580社が対象

10人未満の企業が56.6%を占める。100人以上は9.3%



※3,181社は従業員数が確認できていないため、合計29,580社が対象

5,000人以上の企業は鉄道・航空業、大学、医薬品製造業、金融業、生保、建設業等が見られる。

企業数

500～999人

1.1%

100～499人

7.1%

30～99人

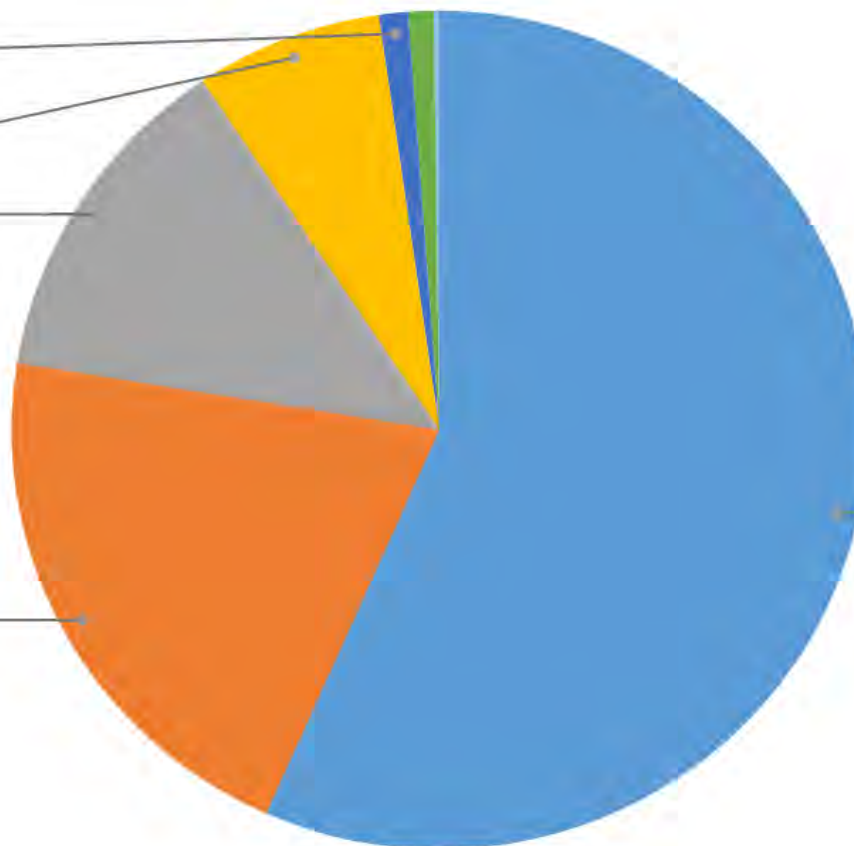
13.1%

10～29人

20.9%

1～9人

56.6%



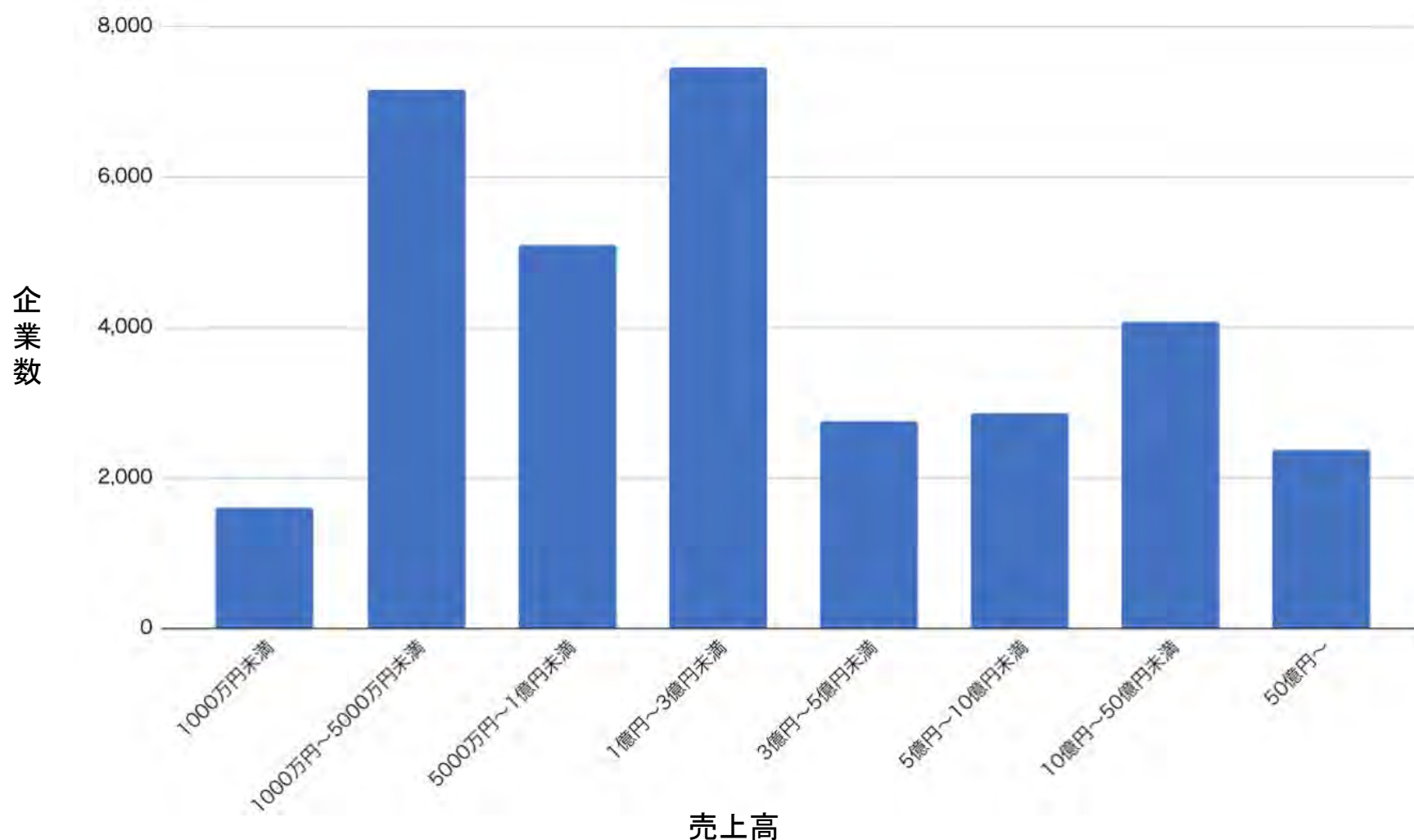
※3,181社は従業員数が確認できていないため、合計29,580社が対象

d.100年企業経済規模—売上高— 一覧表

売上高	企業数	割合
1000万円未満	1,599	4.79%
1000万円～5000万円未満	7,157	21.45%
5000万円～1億円未満	5,100	15.28%
1億円～3億円未満	7,456	22.34%
3億円～5億円未満	2,746	8.23%
5億円～10億円未満	2,867	8.59%
10億円～50億円未満	4,068	12.19%
50億円以上	2,379	7.13%
合計	33,372	100.00%

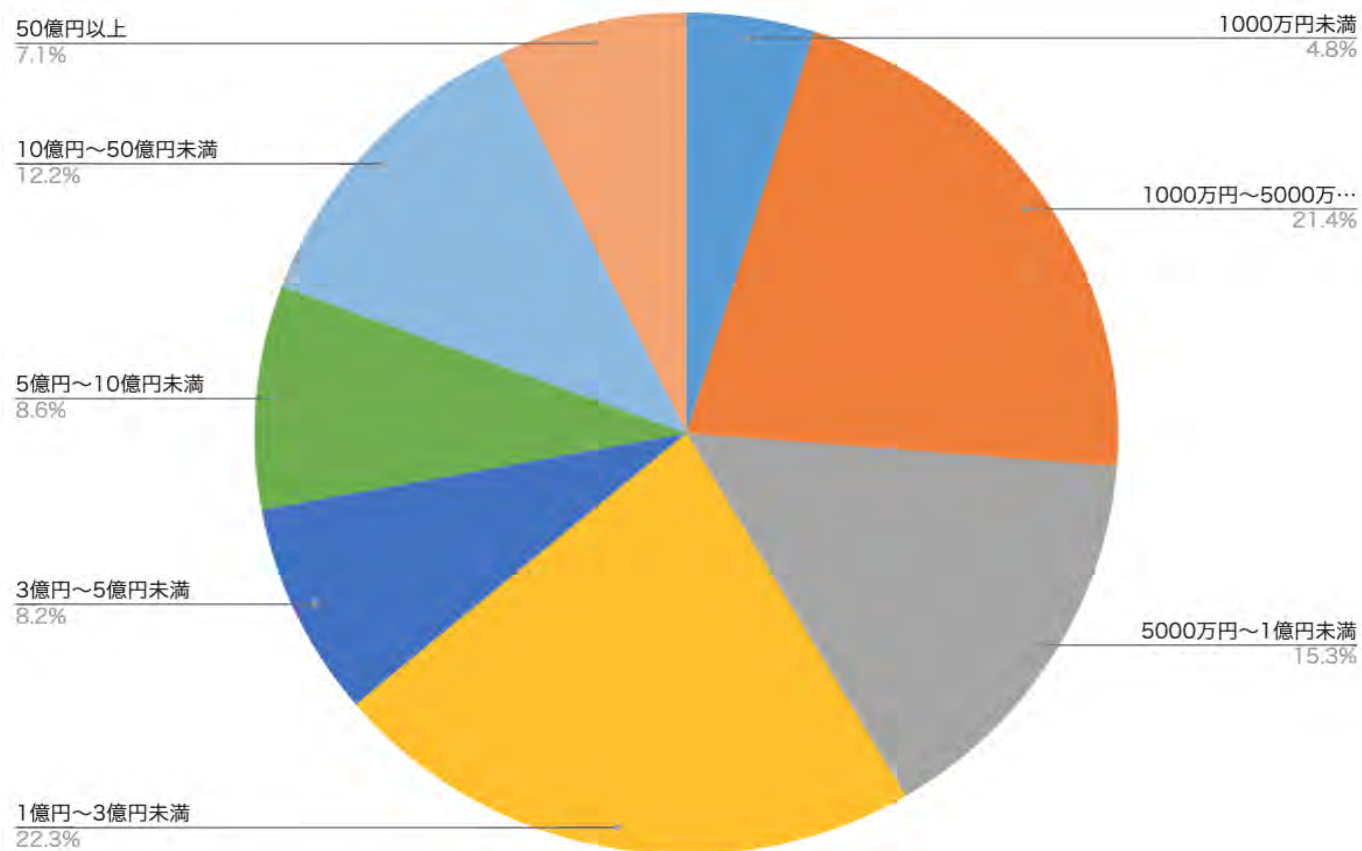
※26社は売上高が確認できていないため、合計33,372社が対象

最も多いのは売上高1億円～3億円未満の企業



※26社は売上高が確認できていないため、合計33,372社が対象

売上高3億円未満の企業が全体の63.9%と半数を超える



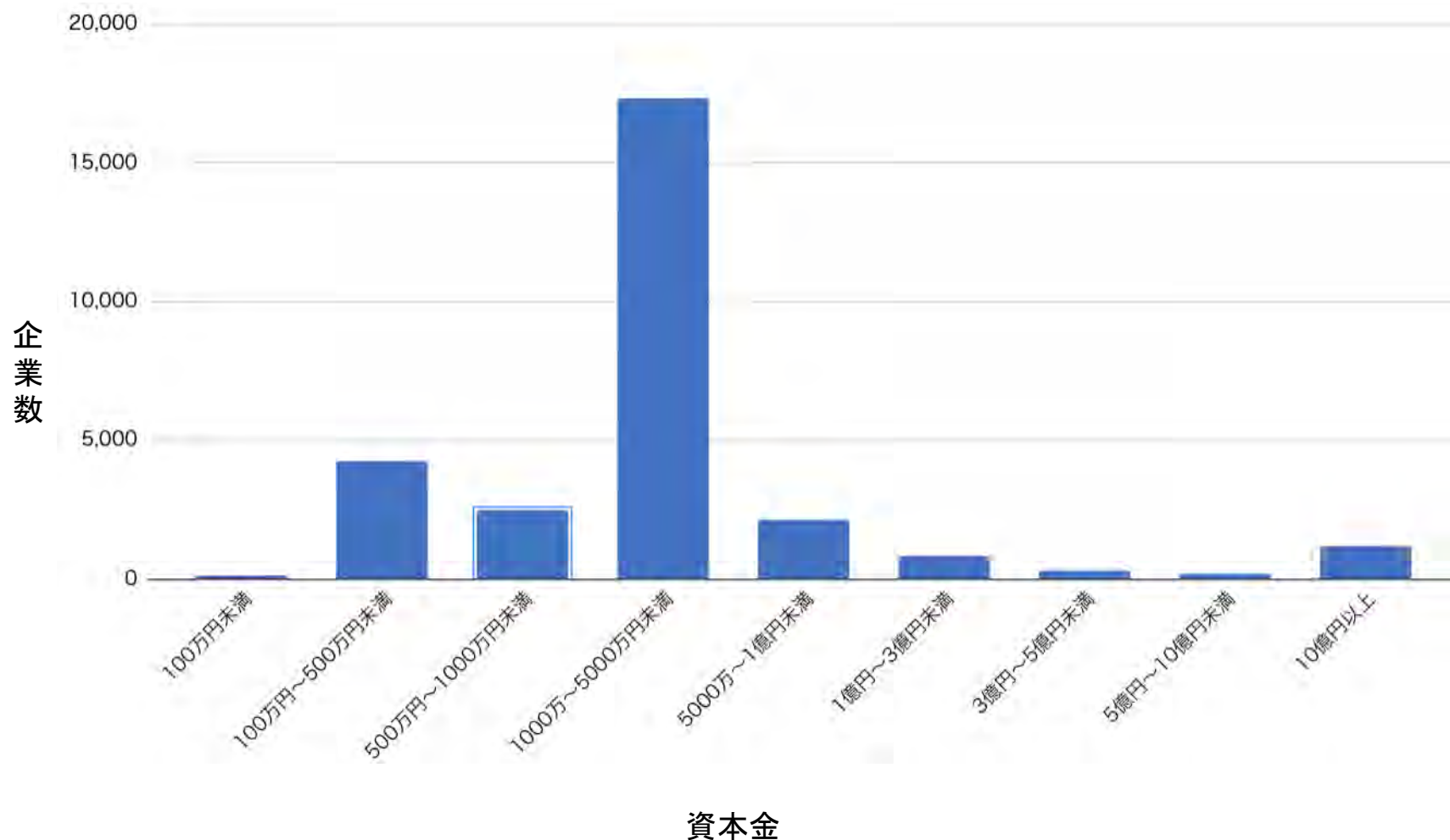
※26社は売上高が確認できていないため、合計33,372社が対象

g.100年企業経済規模—資本金— 一覧表

資本金	企業数	割合
100万円未満	134	0.46%
100万円～500万円未満	4,249	14.73%
500万円～1000万円未満	2,470	8.56%
1000万～5000万円未満	17,345	60.13%
5000万～1億円未満	2,142	7.43%
1億円～3億円未満	837	2.90%
3億円～5億円未満	292	1.01%
5億円～10億円未満	207	0.72%
10億円以上	1,172	4.06%
合計	28,848	100.00%

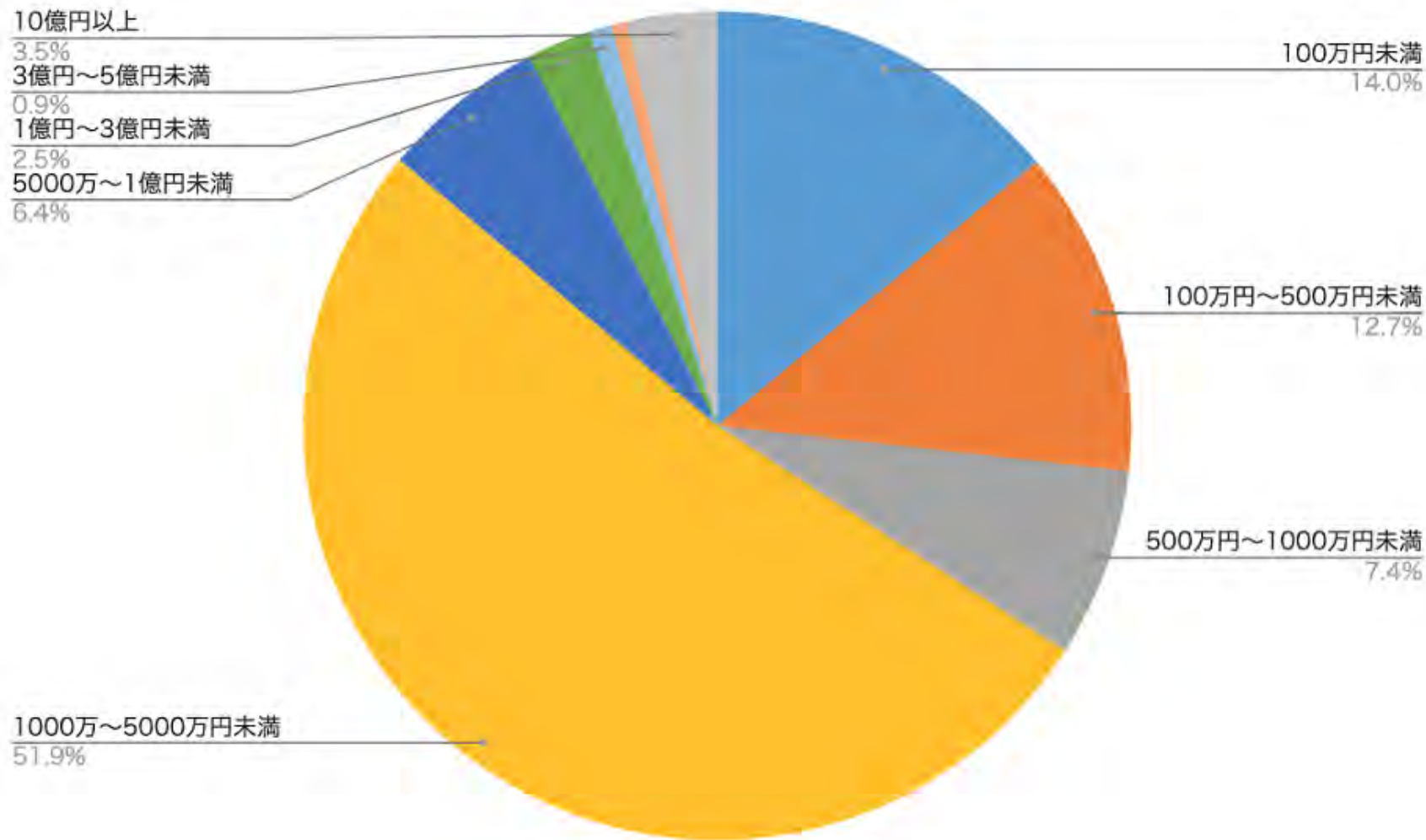
※4,550社は資本金が確認できていないため、合計28,848社が対象

最も多いのは資本金1,000万円～5,000万円未満の企業



※4,550社は資本金が確認できていないため、合計28,848社が対象

資本金5,000万円未満の企業が全体の83.9%を占める



※4,550社は資本金が確認できていないため、合計28,848社が対象

一部の大企業を除き、中小・中堅規模の企業が多い

従業員数別では「1～9人」が16,749社で、全体の56.6%となっている。

売上高別では、「3億円未満」が21,312社で63.9%、「10億円未満」まで広げると26,925社で80.7%を占める。

資本金別では、最も多いのが「1000万円～5000万円」の17,345社の60.1%、1億円未満で見ると26,340社となり、全体の91.3%を占めている。

一方で、売上高が500億円を超える企業が108社、さらに1兆円を超える大企業は69社となっており、銀行や生保、商社が多く見られる他、建設、運送、広告、自動車やゲーム、家電のメーカー等、世界に浸透している有名企業もある。

しかし、全体的に中小・中堅規模の企業が多くを占めており、4.8%は売上高が「1,000万円未満」であり、特に従業員数が少ない企業は、後継者がいなければ廃業につながる懸念がある。

5.歴史的背景—老舗の発展—

日本で100年企業が多く生まれる背景としてまず挙げられるのが、島国であったことによる、一民族一国家、かつ外的侵略を受けることがなかったという点である。第二次世界大戦の際、唯一の地上戦の場となり、戦後27年間アメリカの統治下に置かれた沖縄の100年企業が突出して少ないことから、外敵侵略の有無の影響がわかる。同時に、諸外国によく見られるように、戦争で相手の文化を破壊することがなく、吸収していくという性質があることも、古いものが残りやすい要因となっている。

200年企業が最も多い京都の例を見ると、794年に長岡京から京都の平安京に遷都した後、天皇の移動に伴う形で公家が集まり、皇族や公家たちが多くの国営工房を開き、衣服や日用品などの生産を行わせ、京都の伝統工芸品の多くがそこから生まれた。途中戦乱の時代もあったが、職人たちは加工貿易を始めたり、分業体制を作るなどして苦境を乗り切った。

また、平安時代は日本最大の都市であり、江戸時代には50万人いたと言われるように、常にある程度の人口を有していた。

朝廷により花開いた文化が色濃く残り、現在も多くの文化人が住み、需要がある事も存続の要因であると考えられる。

東京の例を見ると、江戸幕府という400年の長きに渡り続いた政権の下、天皇の移動に伴ってやってきた公家や武士が集い、そこに職人が集い、職人を客とした商売が始まり、また浅草寺など大きな寺社への参拝客を対象として、門前町が出来上がった。関東大震災や第二次世界大戦などの影響で絶えてしまった企業もあったが、「のれんを守り、次に受け継ぐ」という日本人独特の価値観のもと、現代に続いている。

京都、東京に続いて200年企業が多い山形県は、山形城、米沢城、鶴ヶ岡城など多くの名城を有する。

市郡別に見ると、羽州探題として戦国時代から江戸時代まで当地を治めていた最上氏の本拠である山形市は特に100年企業の数が多く、米沢市、鶴岡市、酒田市など、江戸時代から地域経済を担ってきた市がこれに続く。山形県は城下町であり、そこに多くの商人、町人が集ったと同時に、米どころでもあり、清酒製造も盛んであった。

共通項としては、支配層の元に職人が集い、職人たちは保護や一定の需要がある中で技を磨いてきたこと、幾たびもの戦争や災害の危機を、次代へ継承することを大切にする日本人独自の価値観をもって乗り越えてきたことがある。

6.自治体へのインタビュー —京都府—

2021年5月追記

取材相手：京都府 副知事 山下晃正氏

取材日：2021年4月13日

京都府：昭和43年度より、府内において同一業種で100年以上にわたり堅実に家業の理念を守り、伝統の技術と商法を継承し、他の企業の模範となってきた企業を「京の老舗」として表彰しており、その受表彰者を会員とする「京都老舗の会」を平成24年に設立・運営している。

実際に老舗制度をどう運営しているのか

- ・自治体側に運用を任せるのがいい
 - 100年前からあったという証言はあるが紙の証文がないケースなどがあり、バランスよく運用する必要がある
- ・「100年」は多くの地域で共通とするライン
 - ・分家、本家問題：枝分かれしてから100年ルール
- ・老舗は経営が続いているのが大事である、という考え
 - ・経営者一族がいなくなった場合（養子や番頭が引き継いだ場合）も可
 - ・業種の変更はあまり厳格にする必要はないのではないか
 - ※本質が継承されれば良い
 - ・上場非上場は関係なし

- ・老舗がある国は少ない
 - 長く続く秘訣—学べる場、継続できる経営
- ・全国海外の老舗同士が交流できる場があるといい
 - ・老舗イベントを共同で実施するなど
- ・会社の大小ではなく永続性を重視
 - ・利益第一では無く、利益は(「経営」ではなく)後からついてくるものである
 - ・三方良しの考え: 地域によし 従業員によし お客様によし

7.自治体へのインタビュー

—東京都中央区—

取材相手：中央区 区長 山本泰人氏

取材日：2021年3月23日

中央区：100年企業が最も多い東京都の中でも、突出して100年企業が多い地区

1.老舗とは

老舗とは、元は「為似す」「仕似す」と書き、やることを似せる＝為似せ、仕似せが語源であるという説がある。

江戸から明治へ、近代化・欧米化の大きな過渡期を経て今がある。

明治から150年、関東大震災から約100年。真似ることからはじめ、困難な時代を乗り越え、その時々の人に愛されて今に続いているのが老舗である。

代々伝わる味や風合いなど、子供の頃から身に染みてきたものが、今日の盛業を形作っている。家業であるからこそその深みがあり、先代の背中を見、その言葉などに滲み込んでいるものが伝わり、価値観が伝承されて文化となっていく。

そして、そこに新しい時代に向けて変えなければいけない事を変え、変えてはいけない大切なものを守る、つまり、不易流行の理念が底流として流れている。

まとめると、以下のような価値観や背景に基づいて形成されているのが老舗と考える。

1)日本人が大事にしている価値

日本では、これまで幾多の時代の変遷があっても、歴史・文化に裏打ちされた伝統・家業を大切にするという価値観が根付き、共有されている。

2)文化としての価値

「歴史上の人物が食べたお菓子」「日本の昔の生活由来の商品」など、歴史等を踏まえた価値が形成され、それは文化として海外の人にも伝わるコンテンツとなっている。

3)試練を乗り越えてきた実績、経験

100年、200年と続く店は、戦争や災害、生活様式の変遷など、様々な困難に出会い、それを乗り越えてきた。それは弛まぬ努力であり、育もうとする人への人々からの信用の結果であり、人々から認められてはじめて「老舗」となる。

4)家業の永続性

一般の企業と違って、代々の背中を見て育った家業だからこそ、その家独自の文化がしっかりと次代に伝承され、永続していく。

2.中央区としての老舗に関する取り組み

江戸時代、もともと室町とは、人々の群れる町の意味であり、日本橋室町に商人が集い、中央区は町人文化の表舞台として栄えた。

街は変化していくが、中央区は老舗が特に多い土地柄であり、レガシーを大切にしている。

取り組みの一例としては、江戸開府以来400年以上の歴史や伝統をもつ中央区は、名所や旧跡、お祭り等の文化資源を発掘し、広く知っていただくために区内の観光情報センターでの歴史・文化の発信や「まちかど展示館」を開設している他、区内の商店街や百貨店などと連携して中央区観光商業まつりを開催している。

二十三区で最も100年以上の企業が多いことから、東京商工会議所中央支部と連携して老舗歴史マップを紹介する他、ものづくりの継承・発展と江戸文化工芸を国内だけではなく、世界に向けて発信していきたいということから「創り手」たちの集まりである「中央区工芸ものづくりの会」との意見交換などを行っている。

行政としては、区内の「老舗」を観光面でも1つのレガシーとして捉え、海外の人にも広く知らせていきたい。

3.課題と国に期待していること

山本区長が45年勤めていた山本海苔店は、今から170年以上前に日本橋で創業し、今も場所を変えずに海苔屋を続けている。

山本海苔店が加盟している「東都のれん会」は、戦後の混乱が続く、昭和26年、代々の家業を守り続けてきた老舗が助けあい、江戸から伝わる伝統的な生活文化を正しく後世に伝えるために、一業を磨き、残していこうという理念のもとに発足した団体である。

一つのをより磨き、次の時代を超えて長く輝かせようと、その業にこだわりながらイノベーションを続けてきているが、昨今の世の中の変化のスピードは早く、生活様式の変化等で消えてしまう業種もある。

事業継承、技の伝承には、文化としての重要性も高く、国や都の支援理解が必要であり、更なる強力な支援を期待したい。

時代を超えた価値を残そうとするというムーブメントを更に盛り上げ、国や都の支援の下、ともに日本独特な「老舗」のもつ魅力を海外に対しても打ち出していきたい。

8.老舗団体へのインタビュー

—東都のれん会—

取材相手：東都のれん会 会長 細田安兵衛氏

取材日：2021年3月22日

東都のれん会：江戸の昔より明治初年にかけて創業された、三代百年以上の伝統を有する、古いのれんの店の集い。

1.老舗とは

1)100年以上続いていること

:多くの地域で100年というくりに取っており、100年を一区切りとするのがいいのではないか

2)家業である、正統な後継者に継承されていること

:例えばエノキアン協会と同様に、創業者の子孫が現在の経営者や役員であること

3)信用があること

:お客様に評価されて今に続いてきているので、古ければよしというものではなく、信用されていることが大事。推薦なども必要。

上記に加え、匠の技といった、専門性があること、専門店であることも重要である。この匠の技は世界にブランドとして発信していくべき確かなものである。

2. 今後老舗はどうすべきか？

「暖簾とはただ守るものではなく、磨き育てるもの」という気持ちが必要。
真面目に研鑽し、時代の変化を乗り越えていくからこそ、長く商売が続いている。

3. 老舗の課題と企業努力、国に期待していること

匠の技をどう継承するかが課題であり、国の力を借りたい部分である。
作り手がいなくなると技が途絶えてしまうので、支援方法としては、商品売る努力、
例えば魅力の世界への発信や、支援金、事業承継しやすい構造づくり などがあるとい
い。

総括

長く続いてきた「老舗」は、その技、精神、価値観など、それ自体が歴史的な存在であり、日本の文化を担うものである。

100年企業の中でも、特に伝統産業に関わる人々からよく聞く言葉が、「信用」である。目の前の利益より、次代に継いでいくために、地域に根差し、誠実に顧客に向き合い、ものづくりやサービスと真摯に向き合うことで、顧客や周囲からの「信用=のれん」を得る。それが今日まで生き残ってきた理由であり、強みの一つである。

アメリカの100年企業の例を見てみると、リーバイス・ストラウス&カンパニーは、1853年の創業から1971年に株式公開会社となるまで、創業者一族による私有企業だった。株式公開によって得た資金でアクセサリーや下着、背広等、多角化を推し進めた。その結果、ブランド・イメージが拡散され、本業の合理化が遅れることとなった。ブランド・イメージの低下を理由に1982年には一部の百貨店から販売打ち切りを宣告された。事業再建のため、1985年に株式を買い戻し、非公開会社となった。

また、タバスコの製造をしているマキルヘニー社は、1868年に創業し、以来家族経営を続けている。会社は移転することなく、従業員も創業以来マキルヘニー社で代々働く人が多い。原材料をつくる農家も変わることなく、そのためにオリジナルのクオリティを維持しようという熱意が流れ続け、現在では世界の食卓に普及している。

前者は一時期、目先の利益を追い、経営の拡大を目指した結果、それまでの取引先の信用を失い、経営を悪化させることとなったが、後者は一業を大切に、ファミリービジネスとして、従業員や地域と密になり、守り育てることにより100年企業となった。

地域の経済・文化を支える老舗は、日本の動脈とも言え、老舗に活力があれば、地域にそして日本全体に活力が生まれる。文化は今後の日本を支える貴重な観光資産でもある。

日本は100年企業が世界で一番多く、その事実は海外でも度々取り上げられている。世界でも有数の古い歴史をもち、独自の伝統文化を今に残しているが、その文化を支えているのが「老舗」である。

日本を訪れる海外からの観光客の多くは、日本独自のもの一建造物、食、おもてなし、伝統芸能の体験などに興味を持つが、それらは代々磨かれてきた匠の技であり、家業ならではの、代々受け継がれてきた精神・価値観が根底にあるものである。

帝国データバンクがまとめた創業100年以上の企業を対象にした「老舗企業倒産・休廃業・解散の動向調査」(2020年5月発表)によると、2019年度は倒産、休廃業、解散合わせて579件(前年度比24.5%増)。5年連続増であり、件数・増加率ともに過去最多であった。

そのうち、休廃業・解散は2000年度以降で最多の474件であり、経営者の高齢化と後継者難が要因となっているとみられる。昨年からのコロナウィルスの影響により、飲食店をはじめとし、廃業を余儀なくされた100年企業もある。企業努力により、これまで継続してきた企業も、生活様式の変化により、呉服や履物など、厳しい状況にある企業も多い。

100年企業の多くは少人数、中小規模であり、後継者育成や、販売・来店を促進するための施策など、存続のための支援が急務である。