

創業100年超200社 京都企業なぜ長寿

「うちの創業は江戸時代に遡ります」。京都で企業取材を始めて、こんな言葉を聞くことが増えた。帝国データバンクの調査をみると、創業・設立から100年を超える老舗企業の比率は京都府が5・15%と全国の都道府県で最も高い。なぜ老舗企業が多いのか。持続経営する老舗企業の知恵と歴史を探った。



漬けは、よりおいしく感じる気がした。

さらに、世話人を務める若林仏具製作所(京都市)の元社長で相談役の若林卯兵衛氏を訪ねた。同社は天保元年(1830年)に創業の京都で最大規模の仏壇・仏具店だ。ただ、同席した7代目社長の若林智幸氏は「変革が必要だ」と険しい表情だ。

現在、仏壇を置く世帯の急減に直面するためだ。マンションの部屋にも置きやすいデザインに配慮した小規模の仏壇を増やし、電子商取引(EC)での販売を始めたが、それだけでは伝統技術を持つ職人を守れない。職人を生かせる文化財修理の関係会社を立ち上げて技術の維持を図る。

時代への対応を語る智幸氏を、父親の卯兵衛氏は「健全な危機感を持っている」と評し柔らかな表情でみつめていた。変革の積み重ねで伝統を守っていると感じた。

両社からはそれぞれの知恵を感じたが、その中身には違いも感じた。老舗企業を研究する龍谷大学の辻田素子教授に、老舗の知恵とは何かと疑

匠の伝統、変革重ね守る

問をぶつけると「『伝統重視派』と『革新派』が混在する。ひとまとめにするのは難しい」とのことだった。

なにか共通項はないのだろうか。辻田教授が紹介してくれたのは、地域の恩恵を感じた企業が多いとするデータだ。京都大学などの老舗企業調査によると「今の地域で創業していなければ、商売は成功しなかったか」という問いに対して、大阪企業は34%の賛同率だった。一方で、京都企業は55%が賛同した。

辻田教授は「明治維新後に産業都市化が進んだ」ことを一つの京都の恩恵として挙げる。京都府は科学技術振興の倉密(せいみ)局を置き、西陣地域には自動織機を導入した。これらが島津製作所などの成長や昭和期の繊維産業の栄華につながった。

加えて同教授は「そもそも京都観光は江戸時代からのチーム。人が集まりやすかった」とも指摘する。観光産業が潤ったほか、外から人が集まることによる化学反応がイノベーションを生んできたとも言えるかもしれない。外的要因としては、第2次世界大戦の戦火が限定的だったことも大きい。

結局、答えは1つに絞れなかった。企業の知恵と京都ならではの恩恵が折り重なり老舗企業が続いてきたと言えそう。

(大平祐嗣)

規模より「オンリーワン」

「オンリーワンの看板商品を磨いてきた」。こう話したのは明治34年(1901年)創業で、しば漬けの製造・販売の土井志ば漬本舗(京都市)の土井健資社長だ。京都には多様な漬物があるが、本社を置く京都市北部の大原が由来のしば漬けにこだわり、100年以上同じ製法を続ける。

同社には創業者らが「永久保存」と題した2冊の伝書がある。「本業以外手ヲ出スナ」「無理ヲスルナ」と商いの心得が書かれている。「これをバイブルとして、適正規模でブレない経営に努めている」(土井氏)。変わらない製法と経営で時を重ねてきた物語を知り、取材後に食べたしば

経営者の知恵と地域の恩恵が老舗を育ててきた

■老舗企業は独自の社是や経営理念を持つ



創業	明治34年(1901年)
事業	しば漬けの製造販売
知恵	伝書「永久保存」には「本業以外手ヲ出スナ」「無理ヲスルナ」と伝わる。看板商品を磨く戦略

土井志ば漬本舗(京都市)

若林仏具製作所(京都市)

創業	天保元年(1830年)
事業	仏壇・仏具の製造販売
知恵	社是は「朝(あした)に礼拝夕(ゆうべ)に感謝」。職人を守るため文化財修理業にも進出



■追い風となった京都ならではの恩恵

- 江戸時代から京都観光ブーム ← 人が集まりやすい
- 明治維新後に産業都市化 ← 近代技術で産業を促進
- 第2次世界大戦の戦火が限定的

Q:今の地域で創業していなければ、商売は成功しなかったか

