

世界最古の企業は日本の金剛組

ここ数年、銀座に世界の高級ブランドが進出し話題になっています。

これら的高级ブランド企業はいづれも老舗が多く、その名が世界に知られています。銀座に店を構えることでアジアでのブランド力を高める効果を狙っています。銀座をアジアの窓口と位置付けている欧米企業が多いのです。

2020年の東京オリンピックを見据えた旅行客の取り込みも狙っているのでしょう。

国連は2014年の調査で、「東京圏はニューヨークやロンドンといった世界の主要都市をはるかにしのぐ人口約3780万人の巨大集積経済圏」とも言っています。世界の老舗の企業にとって東京圏は見返りのあるマーケットなのでしょう。

会社の寿命はせいぜい40～50年と言われているが、世界には1,000年以上の歴史を持つ会社もある。

GOP世界3位の日本は老舗が多いことでも知られている。世界最古の企業トップ3はすべて日本企業だ。

日本には創業200年を超える企業が3146社あり、世界最多となっています。7社は1000年以上の歴史を持つ。中国では創業150年以上の企業はわずか5社だそう(2012年5月18日、中国メディア・網易の調査)

世界最古の企業は日本の大阪にある「金剛組」です。総合建設およびこれに附帯関連する一切の業務。

社寺建築の設計・施工・文化財建造物の復元、修理等を特技とする会社です。大阪・四天王寺のお抱え宮大工として、脈々と続いた金剛組。

金剛組のHPによると、聖徳太子の命を受けて、578年、海のかなた百済の国から三人の工匠が日本に招かれました。このうちのひとりが、金剛組初代の金剛重光です。工匠たちは、日本最初の官寺である四天王寺の建立に携わりました。

重光は、四天王寺が一応の完成をみた後もこの地に留まり、寺を護りつづけます。

世界で2番目に古い企業は、創業705年——来年創業1,310年を迎える山梨の西山温泉慶雲館です。

世界最古のホテルとしてギネスにも認定されています。慶雲館の"慶雲"は、704年から4年間続いた天武天皇と元明天皇の時代の元号で、慶雲館は温泉発見時にできた宿泊施設なのです。創業から家族経営が続いており、現在は52代目とのこと。

日本企業の長寿の秘密は、「守成の戦略」が老舗の基本。日本の家族経営企業の多くは「終身雇用制」と「年功序列制」といった特徴を持ち、血縁を超えて継承者を選定する。誠実な経営に加え、徹底した職人気質、さらに保守的な企業経営などが日本企業の長寿の秘訣となっている。

関西外国語大学教授・老舗学研究会代表 前川洋一郎氏によると、日本には創業100年を超える老舗企業が2万数千社あるといわれる。それらの老舗が永く生き抜くことができたのは連続的なイノベーションを起こしてきたからだ。

創業後100年、200年を超える歴史をもつ老舗企業。様々な苦難を乗り越えながら“永続繁盛”している老舗には、長い時間軸のなかで連続的にイノベーションを成功させているという共通点がある。ここで言うイノベーションとは、「技術革新」(新製品の開発)という狭義の意味だけでなく、「新しい経営システム」や「新しい販売方法」までも含める。社会に対する新しい価値創造をすることが、企業にとってのイノベーションにほかならないからだ。

何世代にもわたる長期的な会社経営を続けていると、どこかで「節目」というものが生まれる。自然災害(地震など)、戦争、ライフスタイルの変化、交通インフラ(鉄道、道路)の変更などの「外的要因」によって、従来の経営スタイルでは立ち行かなくなるときがくるのだ。それをイノベーションを通じて乗り切ってきたのが老舗なわけである。

例えば、和菓子の老舗として有名なあつぎ(創業16世紀末)だってそう。京都で皇室御用達の菓子司としてのポジションを確立していたが、明治維新で天皇陛下が東京に移られるという大きな変化に見舞われた。このとき後を追って東京に進出するという選択(当時の感覚で言えば海外に進出するようなもの)をし、新しい時代に即した商売のやり方に再構築したからこそ、今日の発展がある。

また、関西の奥座敷とも呼ばれる有馬温泉で最古の歴史をもつ温泉宿・御所坊(創業1191年)は、1995年の阪神淡路大震災によって観光客の数が半減するという事態に遭遇した。この危機を打開するために行ったのが、日帰り客を呼び込むために入浴とランチのセット販売や夕食なしの湯どまりという新サービスの提供だった。これがヒットし、周囲の旅館も追随したことが、有馬温泉に再び観光客を呼び寄せる大きな起爆剤となった。この一連の取り組みを通じて、御所坊のブランドはさらに輝きを増すようになった。ピンチとチャンスはまさにコインの裏表。京都の尾池工業(創業1876年)は刺繍糸の製造販売からスタートしたが、外的環境の変化に合わせて加飾材料、蒸着フィルムの包装材料に進出し、現在はデジカメや携帯電話に使われる特殊な電子材料をメインに好調な経営を続ける。このようにピンチをチャンスに変えた老舗は全国に数多く存在する。中小企業にとって今はまさに不況というピンチのときだが、世の中が大きく変化する時代だからこそビジネスチャンスがあることを忘れてはならない。そこに注目して新たなイノベーションを起こせば、不利な状況を一気にひっくり返すことも不可能ではないのだ。