

京都老舗の会ニューズレター第2号

京都老舗の会が韓国KBSで紹介されました

番組概要

1. 番組名

KBS特集ドキュメンタリー『100年の店』 新年特別編

2. 番組の狙い

世界各国には文化や歴史を代表する老舗がある。ヨーロッパ、日本、中国やアメリカなど世界各国にある 100年以上の歴史のある老舗を紹介し韓国企業の方向性を示す。

韓国企業の平均寿命は 10 年。100 年の歴史を受け継がれている企業の底力は何か。また、それを可能とした各国の文化、風習などを紹介しその国に関する理解を深め、韓国企業の成長可能性を模索する。

3. 放送日時

平成25年1月20日(日) 午後1時20分～

韓国KBSインタビュー内容

取材回答：京都府企画理事 山下 晃正

KBS:京都と老舗の関係は？

山下:老舗と一口に言っても、多種多様な業種がありますので、今回はものづくりの老舗を中心に話をさせていただきます。ご存知のとおり、京都には千年もの間、都が存在していました。明治になって東京に遷都されましたが、その後も今日に至るまで京都のものづくりは絶えることなく、連綿と続いています。奈良にも平城京という都がありましたが、産業としては後世に残っていないのとは対照的です。つまり、都があったから産業が続いたのではなく、産業が続いたことで文化が発展し、京都が都として存続することができたと言えます。

KBS:京都の老舗の数は？

山下:信用調査会社の帝国データバンクが平成 22 年に実施した調査の結果では、京都府内の創業 100 年以上の企業は、1,090 社でした。府内の企業のうち老舗の占める比は4%弱で、府県別比率では京都が全国トップでした。老舗率は世界一であると思います。



▲インタビュー風景 左:山下

KBS:老舗が存在することで社会的・経済的な影響はありますか？

山下:1つ目は、文化です。産業が続くことにより、文化が続いていくことが地域にとって大きいと思います。

2つ目は、ブランド力です。老舗が存在することで京都という地域にブランド力が存在し、京都に拠点を置く企業は、自力で企業ブランドを確立する以前から、京都ブランドというブランドを持っています。

3つ目は、老舗の経営ノウハウです。老舗はその長い歴史の中で様々な危機を乗り越えてきました。京都で創業するベンチャー企業や若い企業が、老舗から学べる環境があります。

KBS: 老舗が存在することで直接的な経済効果があるのですか？

山下: 老舗にはブランド力があり、食や工芸など京都に観光客を呼び込む効果大きい。京都市だけで年間5,000万人もの観光客が京都を訪問します。

KBS: 次の世代を守る支援策はありますか？

山下: 老舗は戦争などの危機を乗り越えるなど、経営のノウハウをもっています。若い企業にも会社が長く続くための秘訣の伝承をしていきたいと思っています。

老舗は経営の考え方が全く違います。売上高を大きくすることよりも、利益率を高くすることを選びます。そして、利益率を高くすることよりも、長く営業を継続することを重んじます。売上規模が大きい企業よりも、数百年、千年と続いている企業の方が評価されます。成長戦略と声高に叫ばれますが、資源が限られている中で、企業が無限に成長できるでしょうか。成長戦略ではなく、資源の制約を前提とした成熟戦略が必要なのではないでしょうか。そういう意味においても老舗の経営の価値観を広めていきたいと思っています。

また、京都府では、昭和43年の京都府開庁100周年を契機に「京の老舗表彰」制度を創設し、京都府内で100年以上営業を継続した企業を表彰しています。その数は1,754社にのぼり、そのノウハウを府内企業等に広く知っていただくために京都老舗の会を平成24年3月に発足させました。老舗とベンチャー企業など京都企業との交流を促進し、今後の産業のあり方を示していきたいと考えています。

KBS: 京の老舗表彰に特典はありますか？

山下: 受彰企業には盾と賞状を贈っているだけです。日々努力を積み重ねてこられた企業が賞を受けられること自体が特典です。受彰したことで、雑誌やテレビの取材が来ることもありますし、受彰したことを知った消費者や周りの企業からの信用度が高まるといったメリットがあります。

KBS: 伝統を守ることをどのように捉えていますか？

山下: 老舗では、守らなければならない部分は徹底して守るが、変えている部分も多い。分かりやすい例をあげると、和菓子は昨今の健康志向の高まりを受けて、昔に比べると甘みはおさえられています。全く同じことを続けている老舗はなく、どこかを変える工夫をしています。伝統とは革新の連続だと言われませんが、変えるところと変えないところを見極めることが必要だと思います。

KBS: 今後どのように展開していくのでしょうか？

山下: 個性的な企業を育てていきたい。スーパーと価格競争するような企業は勝てないでしょう。この企業のこの部分はどこも勝てないという各企業の強みを伸ばしていきたいと思っています。

韓国放送公社

(Korean Broadcasting System)

韓国の公共放送局。1927年に同国初のラジオ放送サービスを開始。1961年に同国初のテレビ放送を開始。ソウルにある本部の他、韓国各地の放送局、海外11支局を有する。

山下 晃正(やました あきまさ)

京都府企画理事(緊急経済対策・未来戦略担当)。昭和50年京都府入庁。商工部長、企画理事兼商工労働観光部長を経て、平成23年から現職。

KBS: 老舗を保存していくための行政プランはありますか？

山下: 老舗も変える部分を変えないと生き残っていきません。変わっていくことについては支援していかねばなりません。また、企業が長く続くことに価値があるということを行政が認めないといけないと思います。

次に、先ほども話しましたが、他の企業と同じ土俵ではなくオンリーワンのビジネスを展開する企業を育てていかなければなりません。そういうビジネスが生まれる環境を作っていきたいと思います。

さらに、ものづくりの基盤となる技術を受け継ぐ職人を育てていかなければなりません。今後も様々な産業育成策に取り組んでいきたいと思っています。

KBS: 老舗が継続するために必要なことは何でしょうか？

山下: 最も大事なものは人です。老舗はファミリービジネスが多いので、後継者がいないと廃業せざるを得ません。後継者をしっかりと育てなければなりません。黒字なのに後継者がいないという理由で廃業している企業をどうしていくかは今後の課題です。

また、京都のものづくりは日本文化を背負っています。しかし、日本人は、西洋文化が進んで日本文化を大事にしなくなってしまうています。このため京都府では、日本文化の象徴である和食や宇治茶の世界遺産登録にむけた取組を進めています。世界遺産登録が実現すれば、日本文化に関心をもつ人が増えると考えています。

京都老舗の会事務局

〒602-8570 京都市上京区下立売通新町西入藪ノ内町
京都府商工労働観光部染織・工芸課内
電話: 075-414-4858 FAX: 075-414-4870
ホームページ <http://kyoto-shinisenokai.com/>