



京都老舗の会・龍谷大学コラボレーション講義を開講

講義概要

京都老舗の会と龍谷大学のコラボレーション講義を開講します。今年度は開講期間を通年に拡大し、さらに充実した講義となっています。講義では、京都老舗の会会員の経営者を特別講師に迎え、代々受け継いできた伝統と新しいものづくりへの挑戦について話していただきます。

1. 科目名

地域活性化プロジェクト 京都ものづくり I・II

2. 目的

「京の老舗表彰」を受賞した老舗の経営者による講演とともに、工房やギャラリーなどを見学するフィールドワークを行い、老舗が代々受け継いできた伝統と新しいものづくりへの挑戦を現場で実感すること。

3. 講義構成

担当教員による講義、老舗企業経営者による講演(一般聴講可)、フィールドワーク、学生による報告会

4. 担当教員

龍谷大学経済学部 教授 松岡 憲司(京都老舗の会特別会員)

龍谷大学経済学部 准教授 辻田 素子(同上)

一般聴講者を募集中(申込制)

京都老舗の会・龍谷大学のコラボレーション講義の老舗経営者による講演は、若手経営者や府民のみなさんにも参加していただけるよう、学生さんと一緒に学んでいただける一般聴講者を募集しています。

1. 講演日程

- ① 6月 6日 (株)伊と忠【履物、和雑貨】
- ② 6月20日 (株)川島織物セルコン【織物】
- ③ 6月27日 (株)大西京扇堂【京扇子】
- ④ 7月11日 (株)松栄堂【薫香】
- ⑤ 7月18日 (株)島津製作所【分析機器等】
- ⑥ 9月12日 (株)永楽屋【京てぬぐい】
- ⑦ 10月 3日 上羽絵惣(株)【日本画絵具】
- ⑧ 10月17日 (株)石田老舗【菓子】
- ⑨ 10月31日 (株)中村藤吉本店【宇治茶】

※1回だけでも参加できます。

2. 時間

13:15~14:45

※⑥のみ13:30~14:30

3. 場所

龍谷大学深草キャンパス 22号館 2階204教室
(京都市伏見区深草塚本町67)

※⑥(9月12日)の講演に限り次の場所・時間にて開講

永楽屋細辻伊兵衛商店本店6階 13:30~14:30
(京都市中京区室町通三条上ル役行者町368)

4. 定員

20名(申込順) ※同業種の方はご遠慮ください。

5. 費用

無料

6. 申込方法

各講演の1週間前までに電話により龍谷大学経済学部
教務課へ申込

電話:075-645-7894 担当:武澤・曾我部
(月曜~金曜 10:00~16:00)

●アクセスマップ（龍谷大学深草キャンパス）



※第6回講演(9月12日)に限り場所・時間が異なりますので、ご注意ください。

京都府副知事によるキックオフ講演

講演概要

京都老舗の会・龍谷大学のコラボレーション講義のキックオフとして、5月16日(木)に龍谷大学深草キャンパスで「京都市こだわりの経営」について山下京都府副知事が講演を行いました。

老舗と家訓

- ・老舗には厳密な定義はない。京都府では、昭和43年に開庁100周年記念事業として、老舗を創業100年以上の企業と定義して、約700社を京の老舗として表彰した。
- ・老舗には家訓が古文書として多く残されており、立命館大学の足立先生の協力を得て「老舗と家訓」を編集した。
- ・「利益第一」を掲げている企業は1軒もない。当たり前のことだが、利便性を消費者に提供して、その価値で代金をいただき、そこから経費を引いて残れば利益となる。最初に利益ありきで商売は成り立たず、結果として利益が生じる。
- ・利益の最大の源泉は、顧客が喜んでくれること。消費者に選んでもらえないような企業は、利益第一主義を鼓舞しても利益の確保はできない。
- ・多くの企業で「先義後利」が掲げられている。先ず義があって、後で利益がついてくる。義とは、顧客がどれだけ喜んでくれたか、どれだけ顧客に価値を提供したかということ。
- ・京都に老舗が多数残っている理由として重要なことは、日本文化を支える市場があること。市場がないと企業は成り立たない。市場がずっと残ってきている京都、日本だからこそ企業が残っている。



▲講演風景 山下晃正 京都府副知事

京都老舗の会

- ・短期的な利益を追求するアメリカのような株主のための経営がさも正しいとされていることについて危機感をもたないといけない。
- ・日本的経営が悪かった訳ではない。小さな老舗の企業がやっていることが、社会的に全く意味がないということはない。直すべきところもあるが、直さなくてよいところもある。
- ・アメリカ的な経営と老舗の日本的な経営の価値を比べて、行政としてどうしたらいいかを考えないといけなかった。

- ・米スタンフォード大学の研究員の方と議論したとき、老舗があることはうらやましいと思うが、意味があるとは思わないと話された。理由を聞くと次のように答えられた。企業は栄枯盛衰があつて良い。社会的な意味が無かつたら企業は脱落していくのは当然である。1社の企業が永続するためにみんながサポートするようなことをやらなくても、その時代のニーズに合う企業が出てきて、ニーズが無くなったら消えていけばいい。担い手がどんどん変わっていったほうが、本当に今の時代に合った企業ができるに違いない。
- ・アメリカ的な経営に危機感を感じ、京都老舗の会を作って、会から色んなリソースを出して世に問おうと思った。
- ・公認会計士に四半期決算に意味があるのかと質問したら、ほとんどの方は意味がないと答えられた。短期間の利益を追っていて、長期的な経営ができるとは思えないと言われた。

京都の老舗

- ・京都の老舗は、売上規模よりも利益という経営者が多い。利益を確保できるかどうか。
- ・利益よりももっと価値が高いと思っておられるのは、何年続いているかということ。企業ができるだけ長く続けられるためにどうあるべきかに重きを置いた経営をされている。
- ・長年経営を続けていくためには、経営者に求められる倫理観がものすごく重要となる。老舗にはファミリー企業が多いので、極端に言うとも何でもできてしまう。歯止めが無くなるとだいたい企業はつぶれる。老舗の家訓は、経営者に対して非常に高い倫理観を求めていることが多い。
- ・その中で特徴的な言葉として「陰徳」がある。立命館大学の足立先生によれば、陰徳とは、誰も知っていただく必要はない。神に向かって徳を積むということ。
- ・陰徳に似た言葉でCSRという言葉がよく使われる。老舗の経営者は、陰徳を非常に大事にされていて、それはCSRとは全く逆で、企業価値を上げるために徳を積んでいるわけではない。
- ・室町の繊維問屋では、女の子が生まれたら赤飯を炊く家が多かった。経営能力のある者を養子として迎えて会社のトップにした。長男に経営能力が備わっているとは限らないので、経営能力のある者を婿にして継がせられる女の子が喜ばれた。
- ・中小企業は、地域の文化や活動に参加される。例えば祇園祭。山鉦を運行するのはコミュニティ。そのコミュニティの担い手の大半は中小企業の経営者である。

- ・京都の老舗では、基本的に大きくしないで、小回りがきいて、無借金でできるだけ長く経営をしようという経営者の考え方がずっと続いている。

老舗の伝統と革新

- ・老舗にも山あり谷ありで倒産の危機があつた。例えば、千年以上続いている田中伊雅佛具店は、明治維新後は廃仏毀釈という非常に大きな荒波があつた。戦時中も大変だつた。
- ・市場も変わる。老舗の和菓子の甘みがどんどん減っている。昔は、砂糖は貴重な食べ物で普通の人には口にできなかった。だから甘い方が良かったが、価値観が変わり、消費者のニーズの変化に合わせて、甘みを減らすように変えていかないとけなかつた。
- ・変えてはいけないこともある。瓢亭の高橋主人に変えたところと守っているところをお聞きした。守っているところは、門前の茶店から始まった料亭なので、茶店のような門構えは変えられていない。一方で、命の水と言われる出汁を変えられた。料亭が出汁を変えるのは、下手をすると料亭がつぶれるかもしれない驚天動地な行為。なぜそんなことをしたのかを尋ねると、高橋主人は、瓢亭はオーナー料理人の料亭なので、守るべきことはオーナーたる料理人が1番おいしいと思うものをお客さんにお出しすることと答えられた。
- ・普通の会社でもその会社が時代とともに変わるべきことと、どうしても守らなければならないことがあるに違いない。そこを峻別して、大胆に変えるべきところは変える、守るべきところは守らないといけない。

グローバルな時代

- ・みなさんは今後グローバルな社会で生きていかれる。その時に地域のアイデンティティーや大事にしていることを知ってグローバルな世界に出て行って欲しい。国境の敷居が下がると、地域や都市が浮かび上がる。
- ・京都の老舗が持っている価値は、ワールドワイドで非常に重要な価値かもしれない。そういう時代が来ている。

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/>