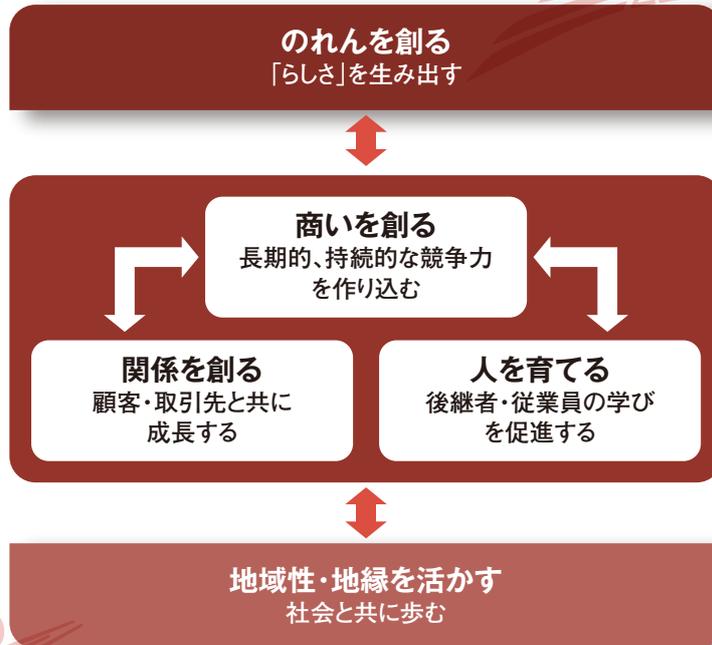


# 老舗企業の強さの源泉

幾多の困難を乗り越え、長期間経営を継続してきた老舗企業の強さの源泉はどこにあるのだろうか。5つの点から明らかにする。

## ■老舗企業の強さの源泉



まず、のれんを創ること。そのためにビジネスに対する一貫した考え方、経営理念を持ち、その理念を浸透・共有化していくことが「のれんを創り」「その企業らしさ」を生み出している。(→2～3ページ参照)

のれんが創られたら、次に自社の強みを生かすことで、長期的、持続的な競争力のある商いを創り出している。(→4～7ページ参照)

そして、創り出した商いを成長させるため、顧客や取引先と学びあって信頼関係を創っている。(→8～11ページ参照)

また、商いを支える従業員や後継者を育てること。独特の人の育て方が老舗企業の強さを生み出している。(→12～15ページ参照)

さらに、商いを行う地域や地縁をビジネスに生かしていること。同時に、その地域の活動に参画することで、地域の価値を高めるとともに、巡り巡って自社の繁栄にもつなげている。(→16ページ参照)

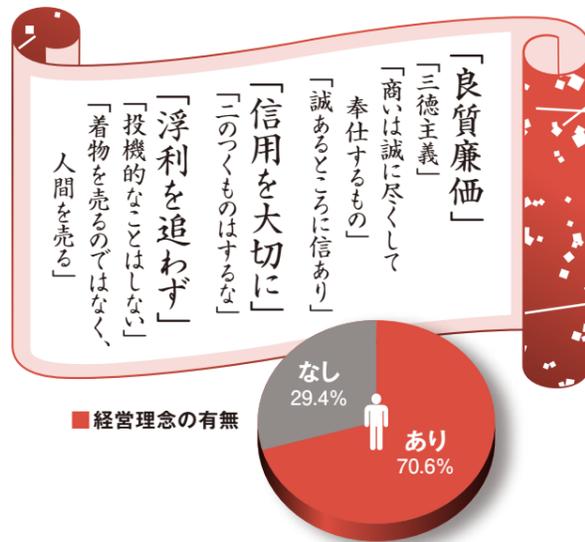
# 一のれんを創る ■ 「らしさ」を生み出す

老舗企業には、他の会社とは異なる「その会社らしさ」が息づいており、それこそが「のれん」となって顧客へアピールする魅力となっている。その「らしさ」を生み出す基盤には、会社の在り方や高いの仕方などに関する経営理念があり、そしてその理念が浸透、共有化されているからこそ、老舗企業はブレることのない経営を続けているのである。

## 個性を創る経営理念

経営理念には、自社の提供する商品・サービスのありよう（こだわり）を明確に定義しているものも多い。「良質廉価」などがその例だが、それは同時に、自らの顧客を提供する商品・サービスの理解者としており、ターゲットとする顧客や市場についても間接的ながら自ら決めている。

一方で、顧客との関係づくりやその基本姿勢を示しているものもある。「顧客=市場」を定義するとともに、顧客との関わり方についても、明確な方針をもっているのである。こうした経営理念がその企業の「個性」を創っている。



7割以上(70.6%)の企業が「社訓(家訓)や経営理念(社是)がある」と回答。  
東京商工会議所中央支部「中央区内老舗企業に関する調査」平成20年

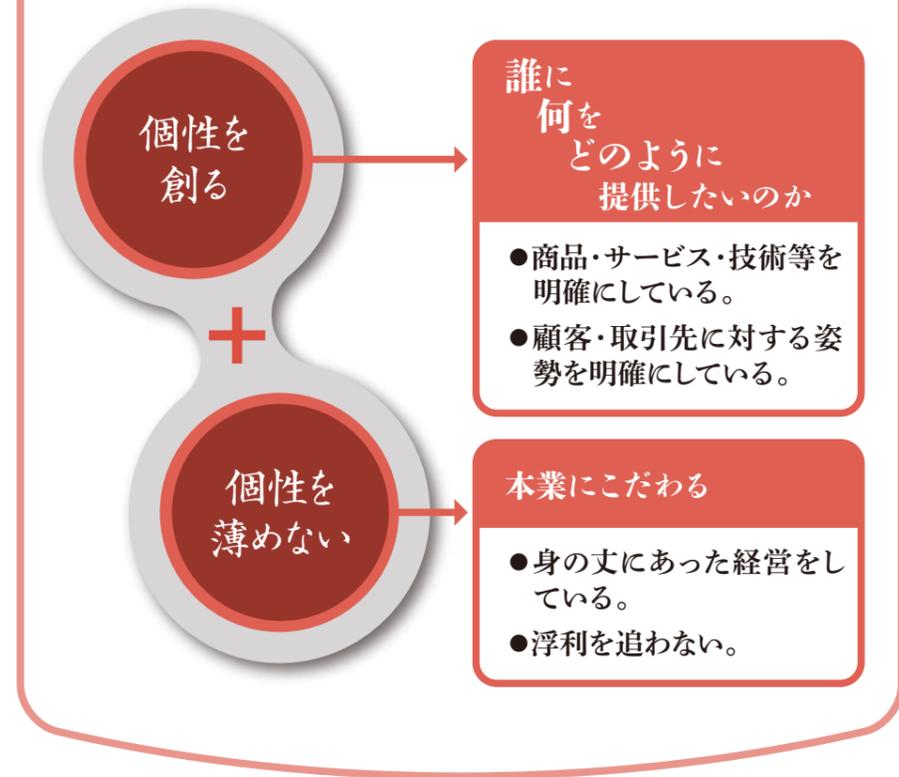
## 個性を薄めない経営理念

こだわりをもって創り込んだ個性であっても、競争の激しい経済環境の下では魅力が色あせる危険性は高い。差別化の源である「個性」を薄めず、自社の強みを着実に、かつ長期にわたって強化し続けることがなによりも必要である。

経営理念の中には、いたずらに規模を追わず、「身の丈にあった商売」を心がけるように諭すものや、本業を重視し、目先の利益を追わない訓え（おしえ）もある。本業から逸脱し、投機的なことで利益を得るようでは個性が埋没しかねないからである。

さらに、本業を守るために、無駄遣いをしないなど金銭面での戒めも多く、財務上での保守性を重んじる考え方も明記されている。

## 経営理念



貴方の会社を  
診断しましょう

## 1. 個性を創る経営理念

- 経営の精神的な支柱となる経営理念をもっている
- 商品やサービスに徹底した自社なりのこだわりをもっている
- 主体的に自社の得意分野を決めることで、ターゲットとなる顧客層を明らかにしている
- 自社独自の経営スタイルを意識的につくっている
- 顧客や取引先との関係についての基本的な考え方が明らかになっている

## 2. 個性を薄めない経営理念

- 身の丈にあった商売を展開している
- 企業規模にはこだわっていない