

資料編

1. 平成 20 年度調査概要

東京商工会議所中央支部では、本年度（平成 21 年度）事業実施に先立ち、平成 20 年 8 月に「中央区内老舗企業に関する調査」を実施した。これは中央区に所在する老舗企業（※1 参照）に対し、経営への取り組みや動向等について聞いたもので、郵送によるアンケート形式で実施した。

なお、調査対象である「老舗」（※1）企業は、昭和 30 年以前に創業・設立された企業及び個人事業主とした。これは、東京商工会議所のデータ等によると、法整備された戦後を会社組織の設立時期として登録しているケースが多いことを踏まえたものである。

※1 昭和 30 年以前に創業・設立された企業および個人事業主（以下企業とする）とした。一般的には、100 年（日本経済新聞では 200 年企業としている）以上を「老舗」と称することが多いが、東京商工会議所のデータ等では、100 年以上の歴史を有していることが各種資料で明らかでも、法整備された戦後を会社組織の設立時期として登録しているケースが多い。

（1）調査方法

- ・ 郵送によりアンケート票を配布し、FAX 送付で回収した。

（2）アンケート調査対象

- ・ 昭和 30 年までに創業・設立した東京商工会議所中央支部の役員・評議員企業 106 社及び明治年間に創業・設立した東京商工会議所中央支部の会員企業 104 社の合計 210 社を対象とした。

（3）調査期間

- ・ 平成 20 年 8 月 29 日～9 月 26 日（アンケート実施期間）

（4）アンケート票発送数と有効回収

- ・ 発送数 210 社、回収数 51 社（回収率：24.3%）

（5）主な質問項目

- ☐ 現在まで経営を続けられてきた要因、今後重視する要因
- ☐ 経営環境の変化への対応方法
- ☐ 経営危機をいかに乗り越えてきたか
- ☐ 商品・サービスの開発のあり方
- ☐ 社訓（家訓）・経営理念（社是）

- ☐ 屋号・業種・取扱品目・所在地の変化
- ☐ 老舗企業の強み・弱み
- ☐ これから影響すると考えられる事業環境の変化
- ☐ 人材の教育・育成（人材（従業員・後継者）の育成方針・方法）
- ☐ 後継者の育成で重視すること
- ☐ 中央区に所在する長所・短所

※ アンケート票の作成において下記著書及び資料を引用・参考にした。

横澤利昌編著「老舗企業の研究」生産性出版（2000 年）

中小企業診断協会山形県支部「老舗企業の経営実態と課題の調査研究」（2002 年）

<調査結果>

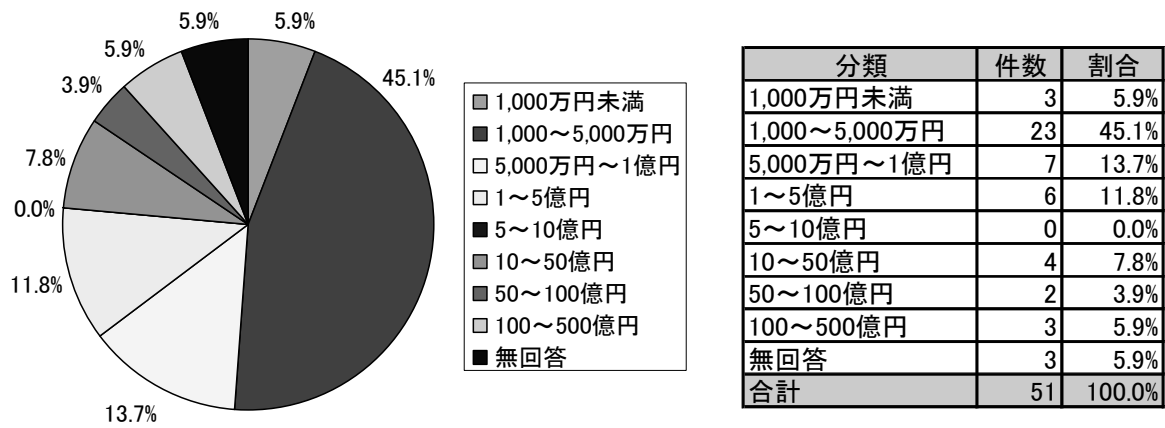
1. データからみる調査結果

(1) 回答企業の概要

①資本金

資本金「1,000～5,000 万円」が 45.1%と最も多く、次いで「5,000 万円～1 億円（13.7%）」と続いた。半数は資本金 5,000 万円未満の中小企業であった。

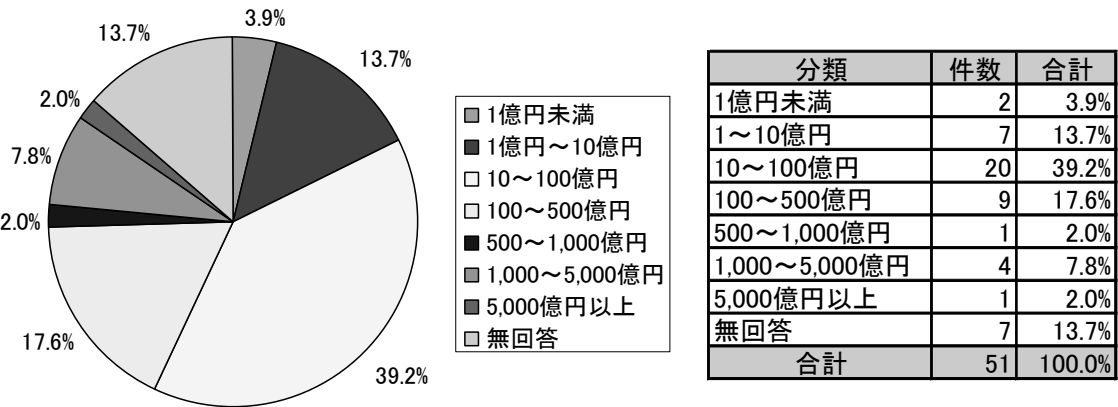
図表 2 資本金



②売上高

売上高はバラツキがあるが、「10～100 億円」が 39.2%と最も多く、次いで「100～500 億円（17.6%）」と続いた。

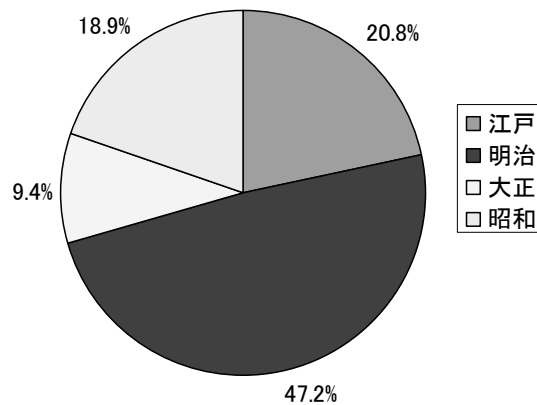
図表 3 売上高



③創業年

回答企業のなかで最も創業が早いのは 1615 年創業。全体では明治創業が 49.0%と最も多く、創業 100 年以上の企業は 35 社で全体の 68.6%と大半を占めた。

図表 4 創業年



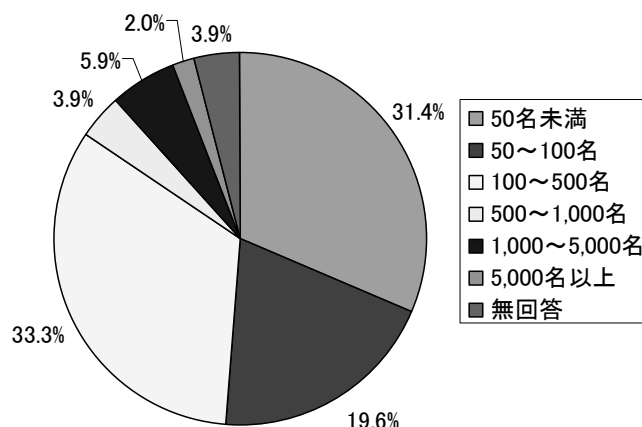
分類	件数	割合
江戸 (1603 年～)	11	21.6%
明治 (1868 年～)	25	49.0%
大正 (1912 年～)	5	9.8%
昭和 (1926 年～)	10	19.6%
合計	51	100.0%

1908年以前(創業100年以上)＝35社
1909年以降(創業100年未満)＝16社

④従業員数

従業員は「100～500 名 (33.3%)」が最も多く、次いで「50 名未満 (31.4%)」が続いた。半数は従業員 100 名未満の企業であった。

図表 5 従業員数

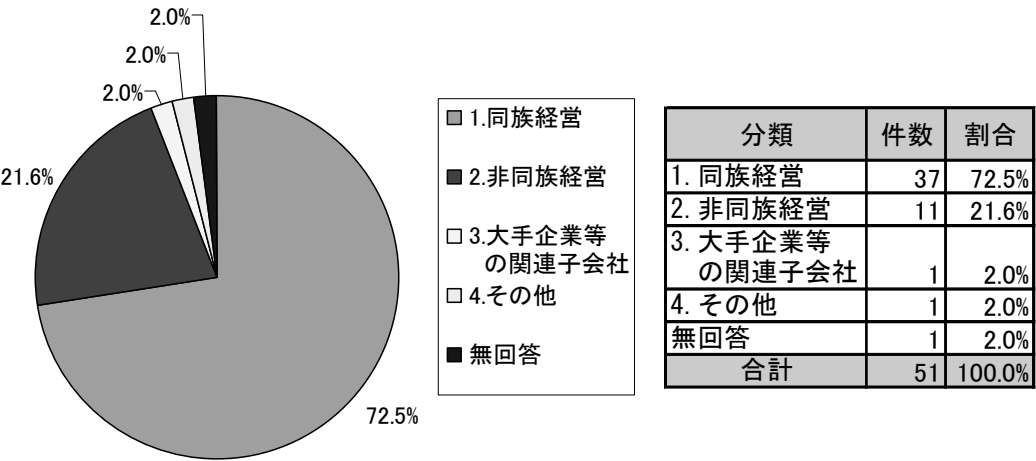


分類	件数	割合
50名未満	16	31.4%
50～100名	10	19.6%
100～500名	17	33.3%
500～1,000名	2	3.9%
1,000～5,000名	3	5.9%
5,000名以上	1	2.0%
無回答	2	3.9%
合計	51	100.0%

⑤企業の形態

約 4 社に 3 社は同族経営であった。老舗企業は同族経営の割合が多いと考えられる。

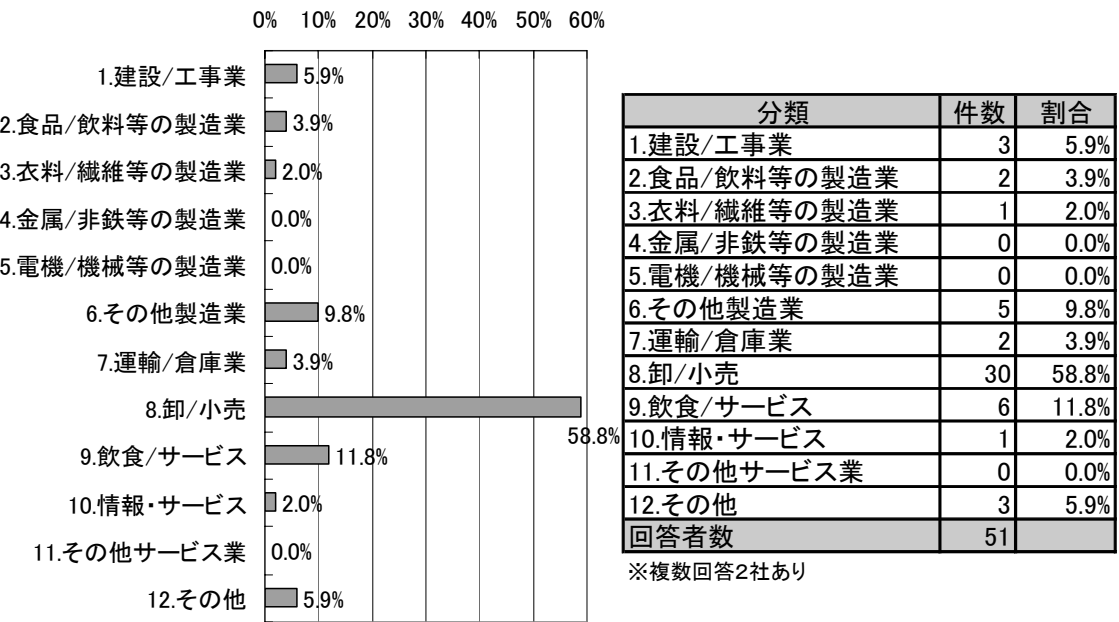
図表 6 企業の形態



⑥業種

半数以上が「卸／小売（58.8%）」である。中央区は江戸時代より商業の中心地として発展してきたことから、卸・小売業の割合が多いと考えられる。

図表 7 業種



（２）経営動向等

長年経営を続けてきた「老舗」企業の経営の動向等について、9項目にわたってアンケートを行った。

① 現在まで経営を続けてこられた要因、今後経営を続けていくために重視する要因

「老舗」が現在まで経営を継続してこられたのは、どういう要因であるのか。また、今後経営を続けていくためにどのようなことを重視しようと思っているのかについて、経営全般的な項目に加え、商品開発や販売経路、技術開発等、それぞれの分野で聞いた。

同じ項目について、「現在まで経営を続けてこられた要因」と「今後経営を続けていくために重視する要因」に分けているため、それぞれの特徴とともに、両者の比較を行った。

<現在まで経営を続けてこられた要因>

「現在まで経営を続けてこられた要因」としては、「本業重視」が84.0%と最も多く、次いで「既存の顧客・販売経路を中心に展開（74.0%）」と続いた。

本業を重視し、既存の顧客、販売経路を中心に事業を展開することを重視してきたことで、現在まで経営を続けてこられたことが明らかになった。

また、「従業員の育成（62.0%）」や「従来の商品・サービスの改良（60.0%）」、「家訓・企業理念の継承（54.0%）」についても、半数を超える経営者が重視してきた要因であるとしている。

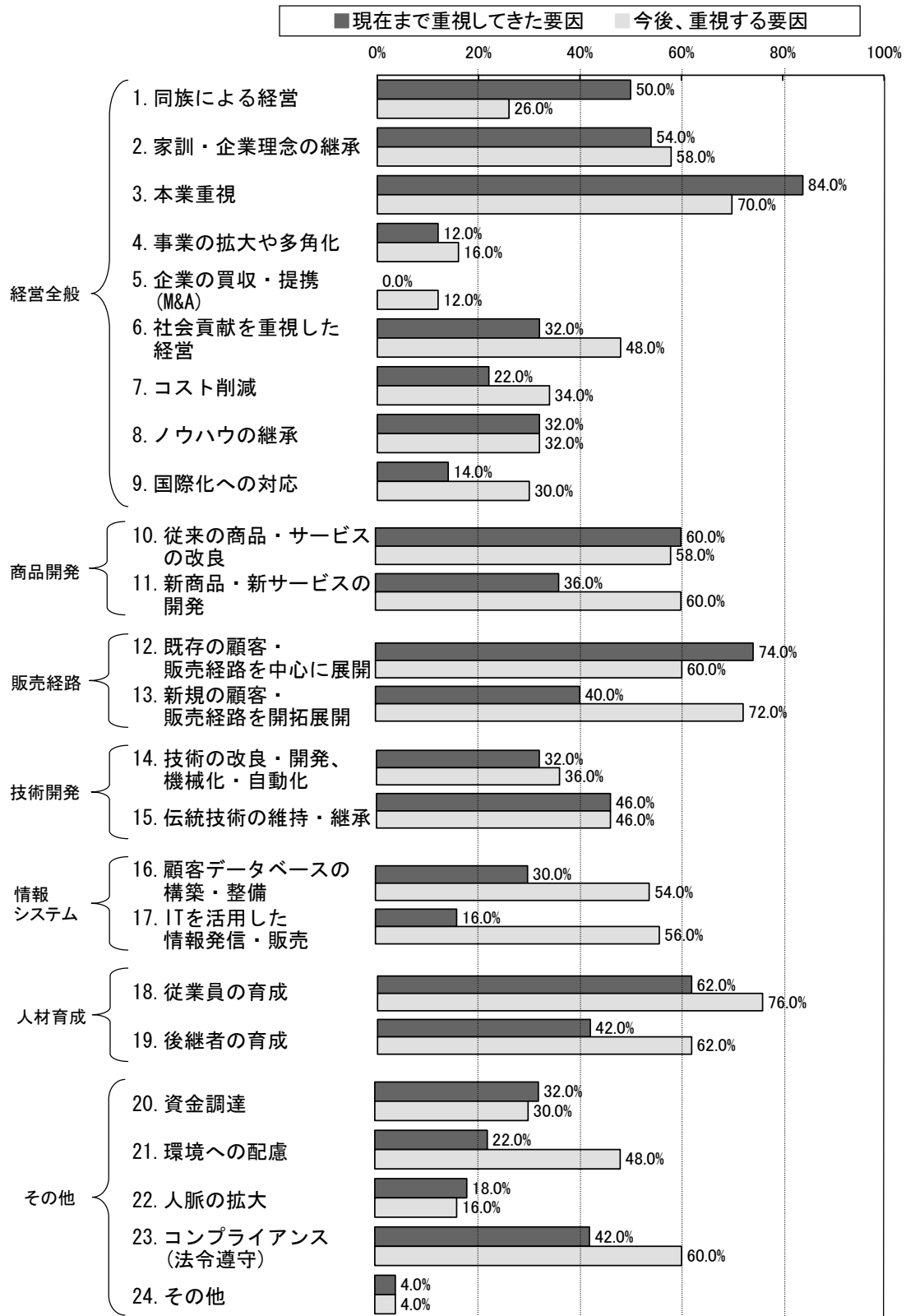
<今後経営を続けていくために重視する要因>

また、「今後経営を続けていくために重視する要因」としては、「従業員の育成」が76.0%と最も多く（現在まで重視してきた要因より14.0%増加）、次いで「新規の顧客・販売経路を開拓展開（72.0%）」（現在まで重視してきた要因では40.0%で、32.0%増加）と続いた。「従業員の育成」「新規顧客の開拓」は今後の成長・存続の重要要因になると捉えられている。

また、現在まで重視する要因として最も多かった「本業重視（84.0%）」は、これから重視する要因としても70.0%を占めている。

そのほか、「後継者の育成（62.0%）」「既存の顧客・販売経路を中心に展開（60.0%）」「コンプライアンス（法令遵守）（60.0%）」「新商品・新サービスの開発（60.0%）」等についても、6割を超える意見があった。

図表 8-1 現在まで経営を続けてこられた要因、
今後経営を続けていくために重視する要因 (N=50)



＜「現在まで経営を続けてこられた要因」と「今後経営を続けていくために重視する要因」の比較＞

「現在まで経営を続けてこられた要因」と「今後経営を続けていくために重視する要因」を比較したところ、大幅に増加した項目は、「IT を活用した情報発信・販売（16.0%→56.0%、40.0%増加）」「新規の顧客・販売経路を開拓展開（40.0%→72.0%、32.0%増加）」「顧客データベースの構築・整備（30.0%→54.0%、24.0%増加）」となっている。

これらの項目が今後経営を続けていくために重視する要因として多くなったのは、インターネット等 IT 技術を活用して顧客情報を整備・管理し、時代に合わせた PR やマーケティング、販売等を強化したいとの意向であると思われる。

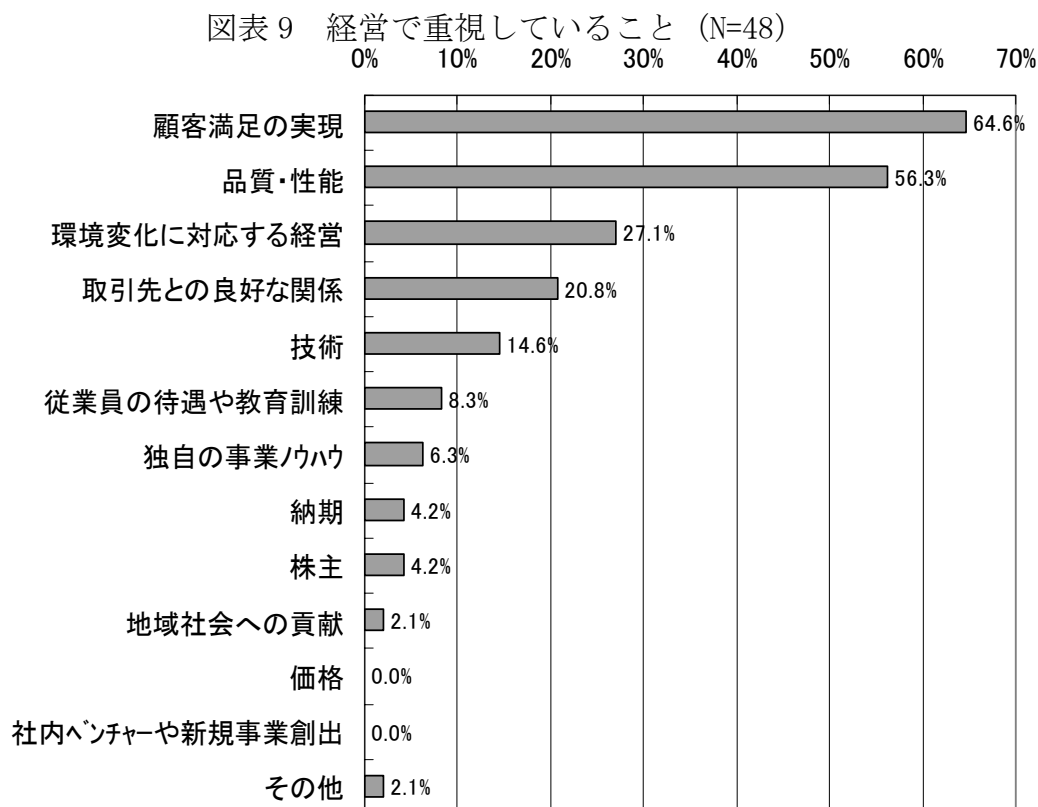
そのほか、「新商品・新サービスの開発（36.0%→60.0%、24.0%増加）」「後継者の育成（42.0%→62.0%、20.0%増加）」「環境への配慮（22.0%→48.0%、26.0%増加）」等の項目でも大幅な増加がみられた。

図表 8-2 現在まで経営を続けてこられた要因と
今後経営を続けいくために重視する要因の比較 (N=50)

	…20%以上の増加	…20%以上の減少	
	現在	今後	差
1. 同族による経営	50%	26%	-24%
2. 家訓・企業理念の継承	54%	58%	4%
3. 本業重視	84%	70%	-14%
4. 事業の拡大や多角化	12%	16%	4%
5. 企業の買収・提携 (M&A)	0%	12%	12%
6. 社会貢献を重視した経営	32%	48%	16%
7. コスト削減	22%	34%	12%
8. ノウハウの継承	32%	32%	0%
9. 国際化への対応	14%	30%	16%
10. 従来の商品・サービスの改良	60%	58%	-2%
11. 新商品・新サービスの開発	36%	60%	24%
12. 既存の顧客・販売経路を中心に展開	74%	60%	-14%
13. 新規の顧客・販売経路を開拓展開	40%	72%	32%
14. 技術の改良・開発、機械化・自動化	32%	36%	4%
15. 伝統技術の維持・継承	46%	46%	0%
16. 顧客データベースの構築・整備	30%	54%	24%
17. ITを活用した情報発信・販売	16%	56%	40%
18. 従業員の育成	62%	76%	14%
19. 後継者の育成	42%	62%	20%
20. 資金調達	32%	30%	-2%
21. 環境への配慮	22%	48%	26%
22. 人脈の拡大	18%	16%	-2%
23. コンプライアンス (法令遵守)	42%	60%	18%
24. その他	4%	4%	0%

②経営で重視していること

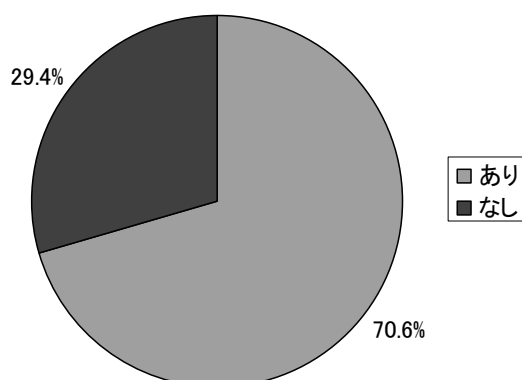
「経営で重視していること」を2つまで選んでもらったところ、「顧客満足の実現（64.6%）」「品質・性能（56.3%）」が他の項目より圧倒的に多く5割を超えた。老舗企業は「顧客満足」とともに、「品質・性能」を重視していることがうかがえる。



③社訓（家訓）や経営理念（社是）の有無

「社訓（家訓）や経営理念（社是）の有無」について聞いたところ、7割以上（70.6%）の企業があると回答した。その内容は経営に関する基本方針や具体的な行動規範に関するものであった。

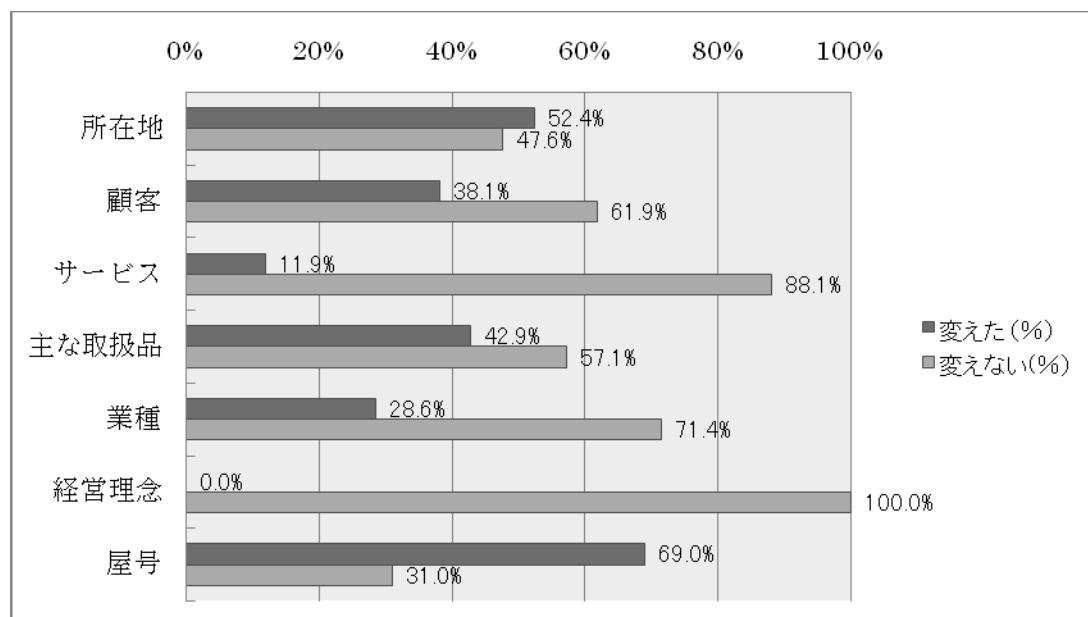
図表10 社訓（家訓）や経営理念（社是）の有無（N=51）



④創業から現在までの間、屋号等創業時から変えた点（変わった点）

「創業から現在までの間、屋号等創業時から変えた点（変わった点）」について、「屋号」・「経営理念」・「業種」・「主な取扱品」・「サービス」・「顧客」・「所在地」の7項目について、変化があったかどうかアンケートを行った。

図表 11 創業から現在までの間、屋号等創業時から変えた点（変わった点）（N=42）



※「所在地」「サービス」「業種」「屋号」に関しては、「変えない」「変えた」についてグラフ化した。

※「顧客」「主な取扱品」に関しては、「増やした」という回答があったので、「変えた」に含めてカウントし、グラフ化した。

※「経営理念」に関しては、「明文化した」という回答があったので、「変えない」に含めてカウントし、グラフ化した。

「屋号」や「所在地」については、創業から現在に至るまで、変化のあった企業の数の方が多かった結果となった。これは、西洋化や戦争等の時代変化に適応すべく、屋号の現代化が行われたほか、中央区で事業を行う優位性を考慮した所在地の移転があったからだと思われる。他区から中央区へは13社、中央区内では9社の移動があった（図表 16 参照）。

一方で、「経営理念」や「サービス」は、変えていないという回答が多い。特に、「経営理念」は、明文化したという回答が若干はあったものの、創業時から変更した企業はなかった。「主な取扱品」に変更があった企業で「サービス」の変更があった事例もあったが、多くの企業では「サービス」を変えていない。

また、「業種」「主な取扱品」「顧客」は、いずれも全体の約3分の1前後の事業所において、創業時から現在にいたるまでに変更がみられた。これは、たと

例えば「消費者や時代のニーズの変化により画期的な商品が登場したために取扱品を変更した」「素材の入手が困難になったため取扱品の変更を余儀なくされた」といったように、企業をめぐる経営環境的な要因から変更したものである。しかし、この経営判断があったからこそ、現在まで企業が存続してきたものと思われる。

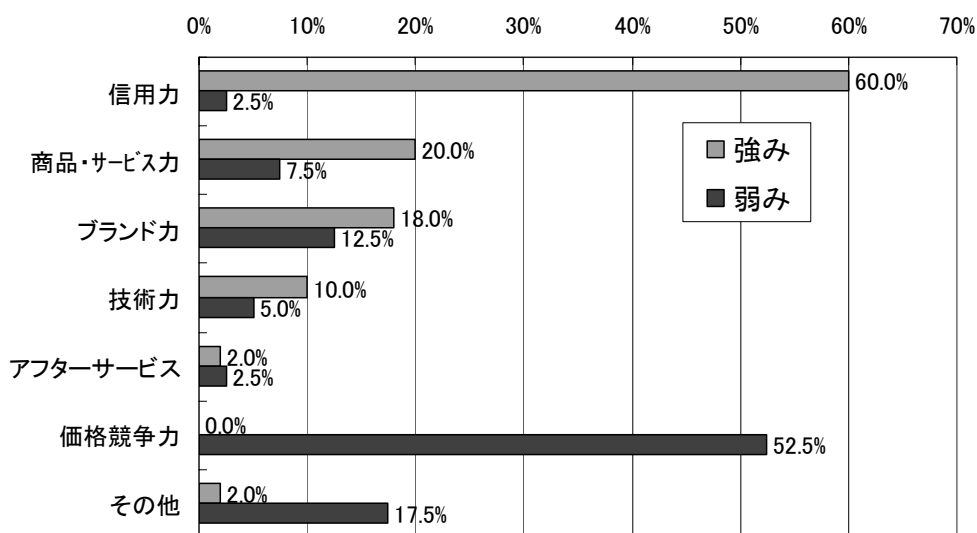
以上のように、老舗企業は、経営理念のように変えない点を変えずにいるものの、経営環境の変化等に適応して、変えるべきところは変えていることがわかった。今回の調査で触れなかったが、環境変化に応じて変更を決断した経営判断のポイント等を明らかにすることも重要であると思われる。

⑤自社の強み・弱み

「自社の強み」を「信用力」とした企業が 60.0%とトップだった。老舗企業の最大の強みは、長年にわたる取引により積み重ねられた信用であると考えられる。そのほか、自社の経営が長期に継続できた強みは、「商品・サービス力 (20.0%)」「ブランド力 (18.0%)」があったからだとする意見が多かった。

一方、「価格競争力」については、強みとした回答はなく (0.0%)、半数以上の企業 (52.5%) が弱みとして挙げている。

図表 12 自社の強み・弱み (強み N=50、弱み N=40)

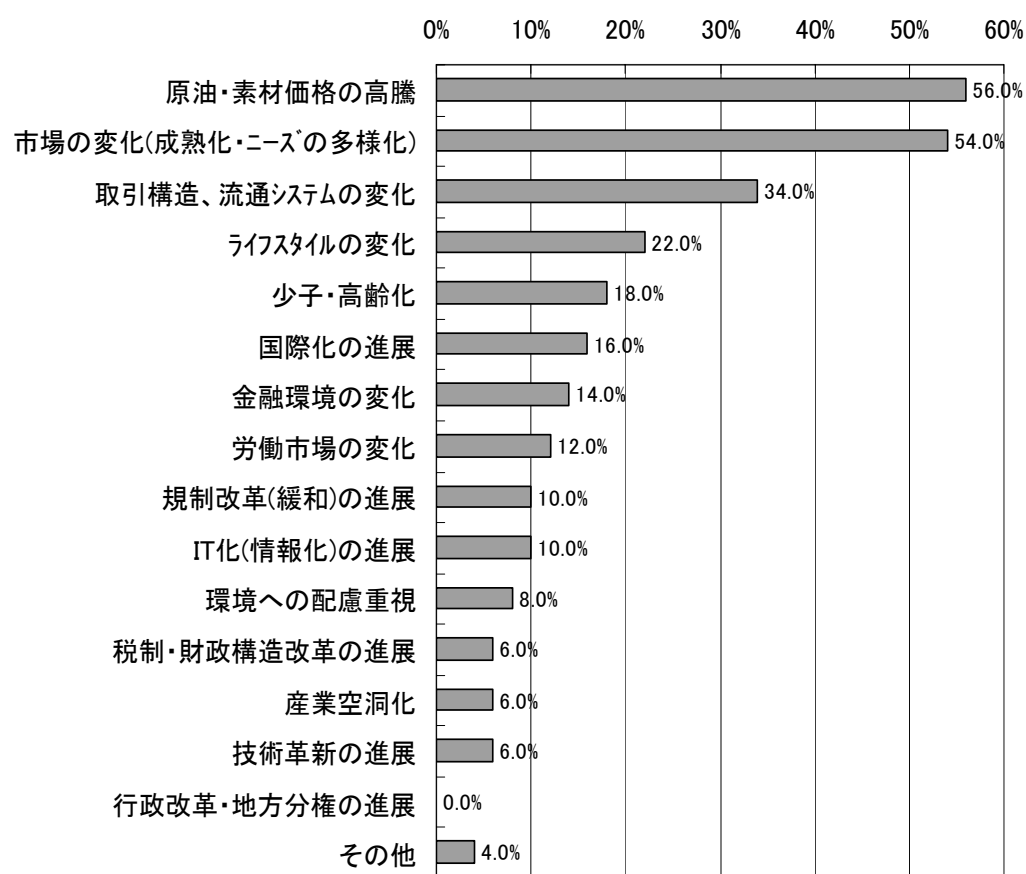


⑥経営上影響を受けると思われる（受けている）要因

今後の経済・社会環境の構造変化について、「経営上影響を受けそうだと思う（受けている）」項目について3つまで選んでもらったところ、半数以上が「原油・素材価格の高騰（56.0%）」「市場の変化（54.0%）」を挙げた。

原油・素材価格の高騰や市場の変化（成熟化、消費者ニーズの多様化）といった要因は、老舗企業にとって大きな影響を与える要因になりつつある。

図表 13 経営上影響を受けると思われる（受けている）要因（N=50）



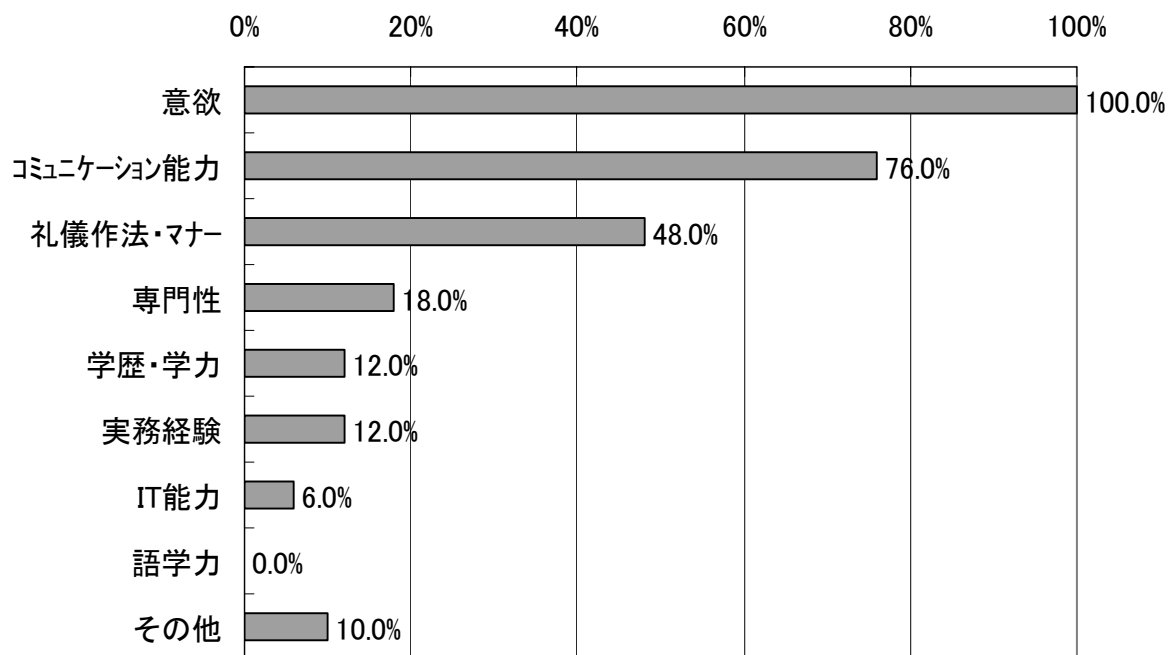
⑦人材の採用で重視していること

「人材の採用で重視していること」を3つまで選んでもらったところ、「意欲」が100%であった。次いで「コミュニケーション能力（76.0%）」「礼儀作法・マナー（48.0%）」と続いた。「専門性（18.0%）」「学歴・学力（12.0%）」「実務経験（12.0%）」「IT能力（6.0%）」「語学力（0.0%）」は少なかった。

このように、人材の採用にあたっては、専門性や学歴よりも「意欲」「コミュニケーション能力」「礼儀作法・マナー」を重視していることが分かった。

個別にヒアリング調査したなかでは、「コミュニケーション能力、礼儀、マナーを重視し採用する」「他の能力は業務を通して養われる」「お客様への対話力が大切であるため、人当たりの良さを重視する」との意見が聞かれた。

図表 14 人材の採用で重視していること (N=50)

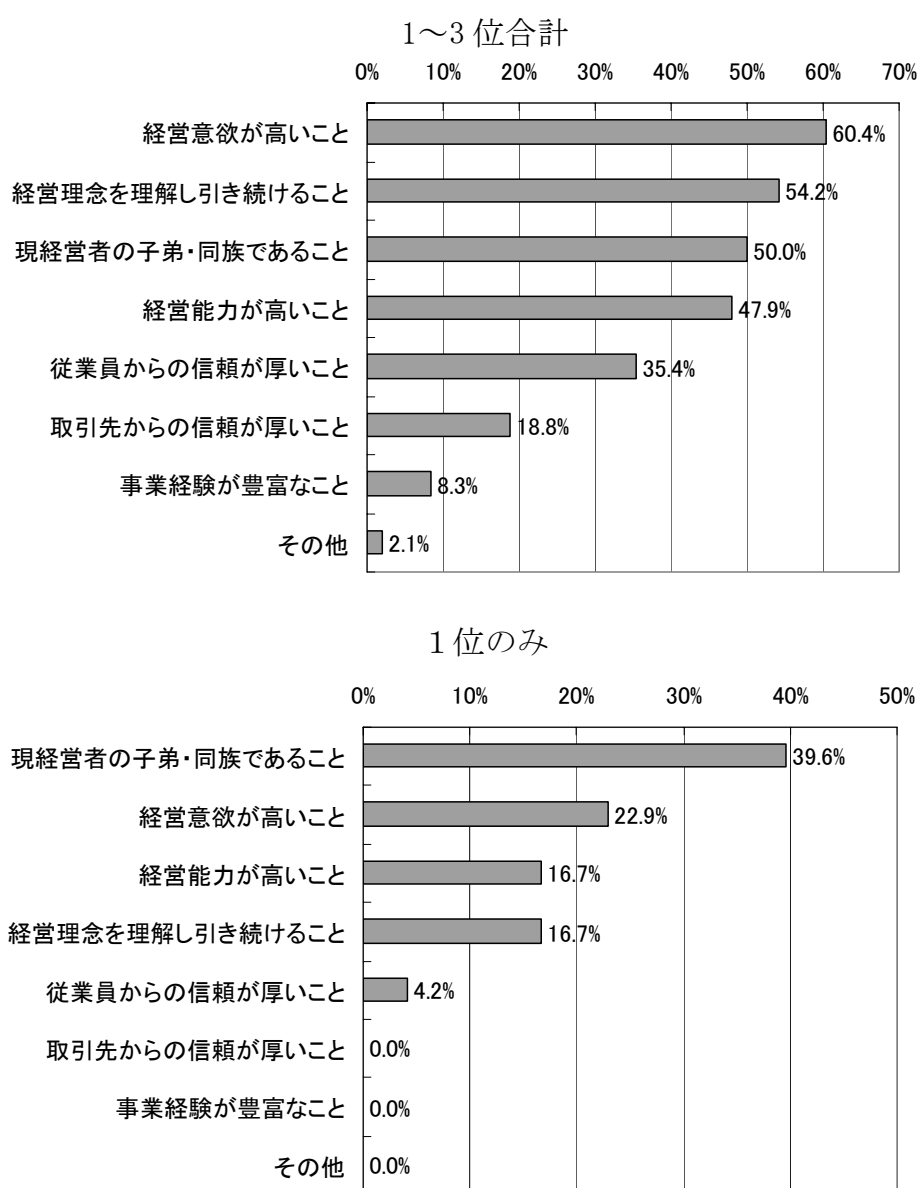


⑧後継者の選出で重視していること

「後継者の選出で重視していること」を1位から3位まで回答してもらったところ、「経営意欲が高いこと（60.4%）」「経営理念を理解し引き継げること（54.2%）」「現経営者の子弟・同族であること（50.0%）」が上位を占めた。

また、最も重視する項目（1位のみ）は「現経営者の子弟・同族であること（39.6%）」である。回答企業の多くは同族内で経営意欲や経営能力が高い者が経営理念を受け継ぎ、事業を継続することを重視している。

図表 15 後継者の選出で重視していること



⑨中央区に所在することの長所・短所

「中央区に所在することの長所・短所」についてアンケートを実施した。長所については選択式（複数回答可）、短所について自由回答とした。

<長所>

「中央区に所在することの長所」として、「交通の便がよい（74.0%）」「企業イメージがよくなる（70.0%）」との回答が7割を占めた。中央区のもつ交通の利便性やイメージの良さが反映された結果となった。

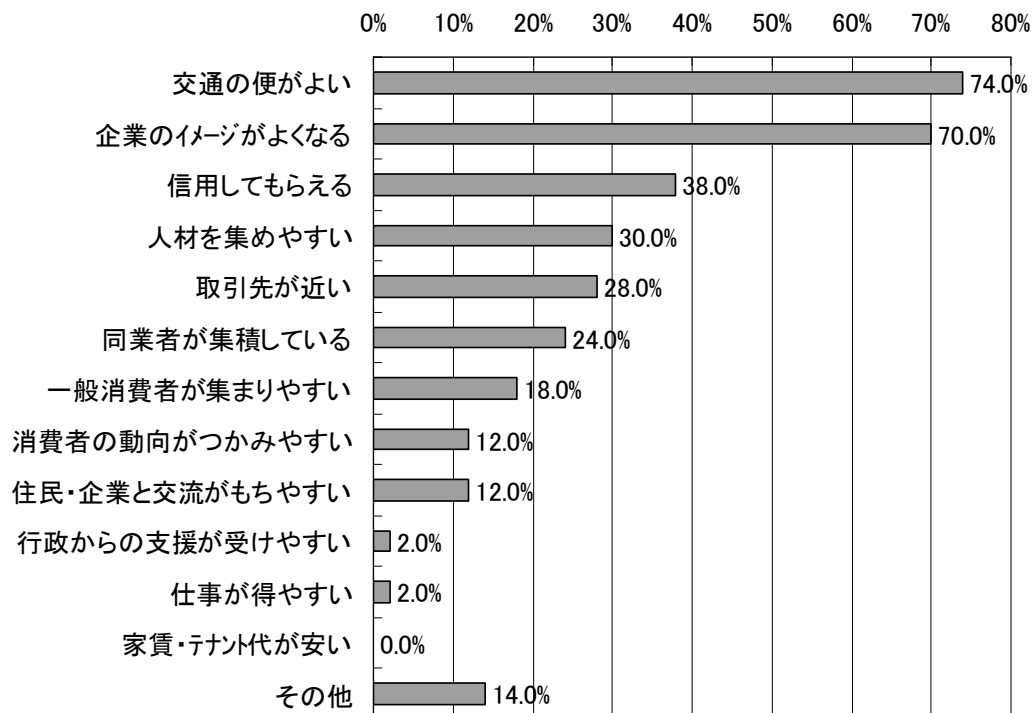
個別に行ったヒアリングでも、「中央区（銀座や日本橋）に立地しているとイメージが向上する」「人も集めやすい」と回答があった。

<短所>

「中央区に所在することの短所」としては「固定資産税が高い」「テナント、家賃が高い」との回答があった。固定資産税、テナント料・家賃は区内の老舗にとって経済的な負担になっている。

また個別に行ったヒアリングでも、同様の意見が多かった。

図表 16 中央区に所在することの長所



<調査票>

資 料

FAX : 3538-1815 東京商工会議所中央支部 行き

中央区内老舗企業に関する調査

2 ページ目以降の設問に対する回答をご記入いただきまして、**9月12日(金)までに上記宛てFAXにてご返信くださいますようお願い申し上げます**（回答できない設問、回答するのが難しい設問があった場合には、未記入のままで構いません）。

ご記入いただきました情報は、厳重に管理したうえ、本件調査の集計の目的にのみ利用します。また、ご回答の内容を個別に公表することはありません。

【本件担当】

東京商工会議所中央支部 担当: 豊留(トヨドメ)・安寫(アジマ)
〒104-0061 中央区銀座1-25-3 中央区立京橋プラザ3階
電話: 03-3538-1811 FAX: 03-3538-1815

<貴社の基本情報をご記入ください>

貴社名				代表者名	様		
所在地	〒						
			電話番号	()			
資本金	円		創業年	西暦		年	
売上高	円		従業員数	人			
企業の形態	1. 同族経営 2. 非同族経営 3. 大手企業等の関連子会社 4. その他 ()						
業種 (あてはまるものの1つに○をつけてください)	1. 建設 / 工事業 2. 食品 / 飲料等の製造業 3. 衣料 / 繊維等の製造業 4. 金属 / 非鉄等の製造業 5. 電機 / 機械等の製造業 6. その他製造業 (具体的に:) 7. 運輸 / 倉庫業 8. 卸 / 小売業 (取扱品目:) 9. 飲食 / サービス業 (具体的に:) 10. 情報サービス業 11. その他サービス業 (具体的に:) 12. その他 ()						

<ご記入者>

お名前	所属・役職	電話番号
様		()

■ 経営全般についてお聞きします

Q1. あてはまる項目に○をつけてください。(○はいくつでも可)

Q1-1. 貴社が現在まで経営を続けてこられたのは、どのような要因からだと思われますか？

Q1-2. また、今後も経営を続けていくために、どのようなことを重視しようと思われますか？

		現在までの 要因	今後重視 するもの
経営全般	1. 同族による経営	1	1
	2. 家訓・企業理念の継承	2	2
	3. 本業重視	3	3
	4. 事業の拡大や多角化	4	4
	5. 企業の買収・提携 (M&A)	5	5
	6. 社会貢献を重視した経営	6	6
	7. コスト削減	7	7
	8. ノウハウの継承	8	8
	9. 国際化への対応	9	9
商品開発	10. 従来の商品・サービスの改良	10	10
	11. 新商品・新サービスの開発	11	11
販売経路	12. 既存の顧客・販売経路を中心に展開	12	12
	13. 新規の顧客・販売経路を開拓展開	13	13
技術開発	14. 技術の改良・開発、機械化・自動化	14	14
	15. 伝統技術の維持・継承	15	15
情報システム	16. 顧客データベースの構築・整備	16	16
	17. ITを活用した情報発信・販売	17	17
人材育成	18. 従業員の育成	18	18
	19. 後継者の育成	19	19
その他	20. 資金調達	20	20
	21. 環境への配慮	21	21
	22. 人脈の拡大	22	22
	23. コンプライアンス (法令遵守)	23	23
	24. その他 ()	24	24

Q2. 貴社の社訓 (家訓) や経営理念 (社是) があればご記入ください。

Q3. 貴社の経営において重視していることは何ですか？

あてはまるものを **2 つまで** 選んで○をつけてください。

1. 品質・性能	8. 株主
2. 価格	9. 顧客満足の実現
3. 技術	10. 取引先との良好な関係
4. 納期	11. 環境変化に対応する経営
5. 独自の事業ノウハウ	12. 地域社会への貢献
6. 従業員の待遇や教育訓練	13. その他 ()
7. 社内ベンチャーや新規事業創出	

Q4. 貴社の創業から現在までの屋号や業種、取扱品目や所在地などについて、創業時から変えた（変わった）ものがあれば、その時期と理由についてご記入ください。

	創業時	現在	変えた時期とその理由
屋号 (のれん・ブランド名)			
経営理念			
業種			
主な 取扱品目			
サービス			
顧客			
所在地			

Q5. 貴社の強みは何ですか？あてはまるもの 1つのみ に○をつけてください。

1. ブランド力	5. アフターサービス
2. 技術力	6. 信用力
3. 商品・サービス力	7. その他 ()
4. 価格競争力	

Q6. 貴社の弱みは何ですか？あてはまるもの 1つのみ に○をつけてください。

1. ブランド力	5. アフターサービス
2. 技術力	6. 信用力
3. 商品・サービス力	7. その他 ()
4. 価格競争力	

Q7. 今後の経済・社会環境の構造変化について、経営上影響を受けそうだと思う、あるいは既に現在大きな影響を受けているものは何ですか？あてはまるものを 3つまで 選んで○をつけてください。

1. 金融環境の変化	9. 原油・素材価格の高騰
2. 税制・財政構造改革の進展	10. 技術革新の進展
3. 規制改革（緩和）の進展	11. IT化（情報化）の進展
4. 行政改革・地方分権の進展	12. 労働市場の変化
5. 国際化の進展	13. 市場の変化（成熟化・ニーズの多様化）
6. 少子・高齢化	14. 取引構造、流通システムの変化
7. 環境への配慮重視	15. ライフスタイルの変化
8. 産業空洞化	16. その他 ()

■人材の教育・育成についてお聞きします

Q8. 人材の採用について重視していることは何ですか？**3つまで**選んで○をつけてください。

- | | |
|----------------|-------------|
| 1. 学歴・学力 | 6. 意欲 |
| 2. コミュニケーション能力 | 7. 礼儀作法・マナー |
| 3. 語学力 | 8. 実務経験 |
| 4. IT能力 | 9. その他 () |
| 5. 専門性 | |

Q9. 人材の教育・育成について特に注意していることがありましたらご記入ください。

■後継者の選出についてお聞きします

Q10. 貴社の後継者を選出する場合、重視することは何ですか？
重視する順番に3つまで選んで、回答欄に数字をご記入ください。

1位	2位	3位

- | | |
|--------------------|------------------|
| 1. 現経営者の子弟・同族であること | 5. 従業員からの信頼が厚いこと |
| 2. 経営能力が高いこと | 6. 取引先からの信頼が厚いこと |
| 3. 経営意欲が高いこと | 7. 事業経験が豊富なこと |
| 4. 経営理念を理解し引き継げること | 8. その他 () |

■貴社の所在地である中央区についてお聞きします

Q11. 東京都中央区に所在することで感じるメリットは何ですか？
 あてはまるものに○をつけてください。（○はいくつでも可）

- | | |
|------------------------------------|------------------|
| 1. 一般消費者が集まりやすい | 7. 行政からの支援が受けやすい |
| 2. 消費者の動向がつかみやすい
(マーケティングがしやすい) | 8. 人材を集めやすい |
| 3. 家賃・テナント代が安い | 9. 交通の便がよい |
| 4. 信用してもらえる | 10. 企業のイメージがよくなる |
| 5. 住民・企業と交流がもちやすい | 11. 取引先が近い |
| 6. 同業者が集積している | 12. 仕事が得やすい |
| | 13. その他 () |

Q12. 東京都中央区に所在することでデメリットを感じることはありますか？もしあればご記入ください。

ご回答いただきましてありがとうございました。

お手数をお掛けしまして恐縮ですが、FAXにてご返信ください。

2. 中央区老舗企業塾運営委員会

(1) 名簿

(敬称略・順不同)

委員長	明治学院大学経済学部	教授	神田良
副委員長	日本大学 商学部	教授	高井透
委員	中央区区民部	部長	小池正男
〃	中央区区民部商工観光課	課長	黒川眞
〃	株式会社日本政策金融公庫総合研究所		
	所長(小企業研究グループ)	堀井武	
〃	株式会社山本海苔店 代表取締役副社長	山本泰人	
〃	株式会社越後屋 代表取締役	永井甚右衛門	
〃	株式会社松崎商店 代表取締役	松崎宗仁	
〃	株式会社千疋屋総本店 代表取締役社長	大島博	
〃	社団法人中小企業診断協会東京支部		
	中央支会支会長	小出康之	
		(平成21年5月28日まで)	
〃	社団法人中小企業診断協会東京支部		
	中央支会支会長	小野修一	
		(平成21年5月29日より)	
〃	信金中央金庫総合研究所 上席主任研究員	鉢嶺実	

オブザーバー

社団法人中小企業診断協会東京支部中央支会老舗企業研究会

事務局

東京商工会議所中央支部	事務局長	安 鳶 潔
	次 長	漆 原 佳
	主 査	豊 留 秀 一
	主 査	安 藤 薫

(2) 活動記録

①中央区老舗企業塾運営委員会

平成 21 年

- 4 月 17 日：第 1 回委員会 事業の運営及び調査について 他
- 6 月 25 日：第 2 回委員会 区内老舗企業のヒアリング内容について 他
- 9 月 30 日：第 3 回委員会 中央区老舗企業塾講演会事業について 他
- 11 月 26 日：第 4 回委員会 報告書のとりまとめについて 他

平成 22 年

- 2 月 19 日：第 5 回委員会 報告書のとりまとめについて 他

②ヒアリング調査（敬称略・実施日順）

平成 21 年

- 5 月 15 日：株式会社越後屋：永井 甚右衛門 社長
- 5 月 22 日：有限会社大野屋總本店總本店：
福島 康雄 社長、福島 茂雄 専務取締役
- 8 月 19 日：株式会社安田松慶堂：安田 松慶 社長
- 8 月 26 日：株式会社榮太樓總本舗：細田 安兵衛 相談役
- 8 月 26 日：丹波屋株式会社：
金井 五郎兵衛 社長、金井 直樹 専務取締役
- 8 月 27 日：国分株式会社：國分 勘兵衛 会長兼社長
- 8 月 28 日：株式会社山本海苔店：山本 泰人 副社長
- 9 月 1 日：株式会社千疋屋總本店：大島 博 代表取締役社長
- 9 月 4 日：有限会社魚十：竹内 喜美子 社長
- 9 月 14 日：株式会社江戸屋：濱田 捷利 社長
- 9 月 17 日：株式会社伊場仙：吉田 誠男 社長
- 9 月 25 日：株式会社眼鏡舗村田長兵衛商店：村田 長兵衛 社長
- 10 月 27 日：株式会社マツモト交商：松本 伊兵衛 会長
- 11 月 24 日：経新堂稲崎表具店：稲崎 棟史 代表
- 12 月 3 日：株式会社松崎商店：松崎 宗仁 代表取締役
- 12 月 8 日：株式会社銀座ヨシノヤ：矢代 裕夫 専務取締役

③講演会・交流会

平成 21 年

10 月 23 日 (202 名参加)

演題：老舗企業の生きる知恵

～6 代目榮太樓細田安兵衛氏と作家荒俣宏氏が語る～

講師：株式会社榮太樓總本舗 相談役 細 田 安兵衛 氏

作家・博物学者 荒 俣 宏 氏

平成 22 年

1 月 25 日 (43 名参加)

演題：食文化と築地市場～老舗の伝統・技術・継承～

講師：株式会社玉寿司 会長 中野里 孝 正 氏

老舗企業の生きる知恵 ～時代を超える強さの源泉～

中央区老舗企業塾 平成21年度活動報告書
(東京都シナジースキーム事業)

発行 平成22年3月
発行所 東京商工会議所中央支部
〒104-0061 東京都中央区銀座1-25-3
中央区立京橋プラザ3F
電話 03-3538-1811
印刷所 金山印刷株式会社

※無断転載・複製を禁ずる