

100年企業はこうして生き残る

～堺の線香メーカー・奥野晴明堂の戦略に学ぶ～

はじめに

本研究の目的は、長期存続してきた企業にとって、伝統的な家訓が重要であるかどうかを明らかにすることである。多くの先行研究では、長寿企業と家訓や理念の間には密接な関係があると指摘されてきた。しかし、そうした指摘は全ての長寿企業に当てはまるのかという疑問のもと、調査を行った。

先行研究の事例と課題

『家憲正鑑』（北原、1917）や『経営理念の系譜—その国際比較—』（竹中・宮本編、1979）、そして世界最古の企業である金剛組の『遺言書』からは、家訓に沿った経営が企業の長期存続につながるという主張を読み取ることができる。

ここから考えられる課題として、「家訓は、企業の長期存続に本当に重要か？」という点と「家訓に固執した経営は、環境の変化に対応できるのか？」という点が浮かび上がる。

「奥野晴明堂」の事例

そこで、我々は堺市の老舗線香メーカー「奥野晴明堂」を対象に調査を進めた。奥野晴明堂は長寿企業でありながらも家訓が存在していない。現社長の奥野浩史氏にその理由を尋ねたところ、奥野晴明堂では各代の社長が時代に合わせた経営を続けており、短期的な視点を持った経営方法であることが明らかになった。このため、「伝統とは革新の連続である」という意識のもと、時代に沿ったヒット商品を生み出すことができたのである。

考察

以上の事例より、家訓の存在は企業の長期存続の最大要因ではなく、家訓が存在しない場合であっても、存続は可能であることが分かる。実際に、家訓を持たない奥野晴明堂では企業経営に対して短期的な視点を持つことで、環境の変化に柔軟に対応し、長期存続してきた。この事例を踏まえると、企業の長期存続と家訓という二つの関係には重要性があるとは言えない。

おわりに

多くの先行研究では長寿企業における家訓の重要性について述べられてきた。しかし、

野晴明堂のような経営方法でも企業を長期存続させることが可能であるという調査結果から、家訓がない場合でも長期存続は可能であることが明らかとなった。