



《今回のテーマ》は

「会社の寿命30年」?を考える

お客様とお会いする時の参考情報としてご利用ください

日本は世界に類を見ない長寿社会に突入しているが、100年以上存続している「老舗企業」は全国で10万社もあり、世界一の老舗大国と言われている。(老舗企業の研究＝横澤利昌編者著)

しかし昨年の東京商工リサーチの調査によると、業歴30年を超す老舗企業の倒産比率は、2001年を境に業歴10年未満の企業倒産数を上回り、2008年では老舗企業が31.2%(10年未満20.8%)、2010年で29.4%(同23.5%)となっている。また同調査では倒産企業の平均寿命は22.4年だった。

以前、日経ビジネスが大企業の調査から打ち出した「会社の寿命30年」説に略呼応している。

1. 老舗企業の倒産

これまでの老舗企業の強みは①長年培ってきた独自ノウハウ②安定した事業基盤③資産背景を元にした金融機関、取引先の信頼だったが、バブル以降はその強みが①借入金に依存した経営②市場ニーズと乖離した経営と、裏目に出てしまった。その結果2007年に適用された新BIS規制が金融機関の与信姿勢に影響を与え、業績・財務内容など定量・定性分析による客観的な貸出姿勢により金融機関の支援を断たれ倒産した。以上が東京商工リサーチの調査分析の結論だった。

2. 老舗企業の倒産要因

同調査結果によると、老舗企業の倒産比率の高い地域が、四国、中国、東北で、最も低い地域は近畿地区でその差は10%以上の開きがある。前者を含め県別で見ても、地方の比率が高い。

要因としては地方企業がより、昔ながらの商売のやり方を踏襲し、時代にそぐわず、環境変化に対応できなかったようだ。反面近畿地区は近江商人、大阪商人の名のあるように「商人の街」として、「生き抜く知恵」を引き継いでいることによるものと結論付けている。引き継ぐ者が「生き抜く知恵」もなく、環境変化に対応できなければ市場からの退場は当然と言えよう。

3. 老舗企業と「会社の寿命20年」

「会社の寿命20年」とは個人としての経営能力の寿命および事業部門の寿命とみるべきだろう。老舗の事業承継は、ドッグ・イヤーと言われる昨今において事業の寿命が極端に短くなり、歴史のしがらみも加わり困難が伴う。だからこそ「老舗」たる所以があり、「老舗の価値」がある。また老舗企業は「継続企業体」だからこそ雇用面からも地域社会の発展を期待されているのだろう。

4. 老舗企業の生き残り作戦

- ①外部環境の変化を先取りして「生き筋＝活路」を見つける→そして「道筋」を付ける→
「道筋」を極め相手に勝つ 「筋」とは事業再生の骨組み
- ②経営者自ら「考・動」を変える→企業(＝事業再生＝)を変える →事業(価値創造)を創る
- ③3年経ったら疑え→5年経ったら見直せ→10年経ったら捨てる(スクラップ&ビルト)
- ④根腐れ対策(事業基盤の再考・整備)→幹の空洞化対策(事業構造の再構築)
新たな成長の核づくり(第二創業)→過剰な枝葉の剪定(経営革新)

(参考情報)

○会社を存続させる	(11732040)
○事業承継とは「経営承継」	(20070682)
○目指すべき新分野の方向と新分野進出の考え方	(11713592)
○経営を数字でチェックするポイント	(01020331)
○経営環境と経営戦略2/SWOT分析とは	(20061501)
○07年開始の新BIS規制で中小企業融資はどうなる。	(20071543)

()内は情報番号です

皆様が、お客様から相談をうけた時、「JRS経営情報」をちょっとした参考情報として提供されればお客様から喜ばれることは必定です。

なお、お客様にコンテンツをご提供する場合には、最初のページに「サンプル」と表示してください。また、お探しの情報が不明な場合はご照会ください(0120-89-0240)。