

4月から流通科学大で「老舗学」の講義が始まり、教壇に立っています。

前川 小規模の中小企業でも、経営者が代替わりしても、それでもずっと続いている長寿の会社があります。浮き沈みもあつたはずなのに生き続けてきた老舗の長寿のメカニズムを勉強しよう、というのがこの学問のテーマです。

老舗というと、普通ののれんとか理念とか同族とか、そんなシンボリックな条件を、老舗が生き続けている理由にしてしまっているように思います。でも、そうじゃないと思う。この講義を通じて、老舗を組織論的、戦略的に解明したいと考えています。

ちなみに「老舗学」の名前は、3年前に仲間と老舗学研究会を作ったときに登録商標を申請しました。

老舗はこれまで、個人史的に語られてきました。前川 立派な創業者や中興の祖、店の歴史など社史的な側面から老舗を説明し

前川洋一郎さん

関西外国語大教授

多様な価値観を老舗から学ぶ

よつとする研究もありました。定量調査もありましたが、これからは戦略論、組織論として勉強していくのが老舗学研究会のあり方です。

「老舗」の定義もはっきりしていませんでした。問題があったあの大阪の料亭は皆さん「老舗」と言うけれども、長い伝統をもつ料亭などの業界では、創業70、80年では老舗とはいいません。逆に業界そのものが発

史をまとめたことと関係していますか

前川 パナソニックも創業からまだ90年です。世界的にも100年続いている大企業は少ないんじゃないですか。

——世界的な景気後退をどうみていますか

足して40、50年であれば、創業40、50年の企業でも老舗と呼ぶことがあります。私たちは、100年、3代以上続いていること、大企業や神社、学校は外すというところで定義しています。

——老舗に興味をもったのは、旧松下電器産業の社

い。技術でも経営でも、限りなく独占に近づくとだめ。廃業ばかりでは生き残った会社が独占に近づくとになるので心配です。

——「老舗学」を受講する学生には、講義をどう生かしてもらいたいですか

前川 トヨタ、ソニーだ



けが会社じゃないよ、人生じゃないよ、と伝えたい。多様な価値観があることを、老舗学から学んでほしい。人間としての基軸の価

価値観の上に、多様な価値観を乗せているからこそ、老舗は生き残っているんです。多様さを認め、社会に役立つ、家庭をちゃんと持つ人間になってほしいですね。

——多様性は日本の社会では重視されていないイメージがあります

前川 日本は戦後、復興しないといけないので、忙しくハングリーでした。働くのに忙しくて多様性を忘れてしまったんです。戦前の日本は多様だったんです。起業して失敗し、倒産して転職する。または郷里に帰って仕事をやるなど、いろんな人がいました。農耕民族でありながら多様性をもっていたから、老舗が多く残っているんです。

(聞き手 南昇平)

