

京都老舗のノウハウ ご活用

京都にある老舗の経営ノウハウをほかの地域の同業者に導入して成功するのかが、京大経営管理大学院と大阪商工会議所は25日、京都を中心にした老舗企業の成功事例を聞き取り調査して分析し、ほかの地域の企業にも導入できるようにモデル化する事業に取り組むと発表した。

老舗のノウハウを科学的に分析、体系化するのには全国でも初めての試みという。

あぶらとり紙など和装小物や日本茶専門店など創業から数百年続く老舗を2年間で10カ所ほど訪ね、商売を永続させるノウハウや立地する地域の特徴などをインタビュー形式で調査。他地域でも応用できる普遍的要素や、経営者の人物像からカリスマ的な要素などを除いた「非個人的」な部分などを集めるとい

う。そうしてモデル化したノウハウを実践する企業を大商が紹介し、商売の活性化につながるか試みる。

京大大学院・大阪商議所、体系化目指す

朝日 2009. 12. 26

「老舗の強さ」モデル化

京大・大商など 水平展開の可能性探る

京都大学経営管理大学院、大阪商工会議所、きよこと情報カードシステム（京都市下京区）、アントレプレナーシップ開発センター（同市中京区）の4者は和装品店など老舗企業の経営ノウハウのモデル化事業に着手する。

長期間にわたって存続

している永続企業の強さを分析して水平展開、産業振興や永続企業作りに関与する。経済産業省の設立する。経済産業省の公募事業「産業技術人材育成支援事業（サービスマスター）」で、期間が2010年度末まで。大商会員企業などから茶舗など小売り・サービス業での導入を目指す。大商が紹介するほか、実際に水平展開の可否を探る。

京都大学経営管理大学院や大阪商工会議所などは25日、京都の老舗企業の経営成功モデルを分析する事業を始めると発表した。和装小物や茶舗、和菓子店などの経営が長年にわたって続いている要因を研究。京都以外でも適用できそうなノウハウについては大商を通じて

京の老舗経営 ノウハウ分析

て大阪の企業に紹介する。大学院生が老舗企業へのインタビューシップや取材を通じて成功企業の共通項を分析。2010年度後半までに大商が紹介した小売企業にビジネスモデルを適用していく。

大阪企業に伝授

大学院の人材育成プログラムとしても活用する。同日、大商で会見した同大学院の前川佳一特定准教授は「京都ブランドに頼らず成功している企業の経営モデルを分析していきたい」と意気込みを語った。同事業は経済産業省の予算で10年度まで続ける。

日刊工業 2009. 12. 28

日経 2009. 12. 26