

一九八〇年代の日本で企業の寿命三〇年説が話題になったことがある。明治時代以来、企業が株式時価総額の一〇〇位以内に存続する年数が平均三一年になるという調査を根拠にした言説である。その時期にアメリカでも同様の調査が実施され、そちらも平均二九年であったため、三〇年説は流行現象になった。その八〇年代にフランスの老舗企業が創業以来二〇〇年以上の歴史のある企業の親睦団体エノキアン協会を創設した。当初の参加は一〇社であったが、現在では五一社になっている。これは任意の参加であるから、国別の数字に重要な意味はないが、五一社のうちヨーロッパの企業が四一社で、それ以外の一〇社は日本の企業である。

そのような背景から韓国銀行が創業以来二〇〇年以上の世界の会社を調査したところ五五六八社が存在し、五六%が日本の企業であることが判明した。しかも日本以外で最古の企業はフランスのワインメーカーで西暦一〇〇〇年の創業であるが、それ以前は建設会社の「金剛組」の五七八年、旅館の「慶雲館」の七〇五年などを筆頭にすべて日本の企業である。

この特殊な状況が出現した背景の第一は日本には一三世紀の元寇を唯一の例外として外国の侵略がなかったこと、第二は戦国時代を例外として内乱が少数であったとともに、いずれも短期であったことである。日本の最長の戦乱は前九年の役の一年であるが、ヨーロッパでは百年戦争の一六年、十字軍の九年など桁違いである。

そのような外的要因だけでなく、日本の長寿企業では規模の拡大を目指す企業が少数であることも影響している。創業一〇〇年以上の企業の年商を調査した資料があるが、一億円以下が四二%、一〇億円以下が三九%、一〇〇億円以下が一五%で、それ以上は四%でしかない。これは日本だけの特徴ではなく、イタリヤやアメリカの長寿企業についても同様である。

さらに年商の規模だけではなく企業の理念にも特徴がある。奈良時代創業の旅館「法師」は「主客一如の接遇修行」を経営の理念とし、室町時代創業の針専門店「目細八郎兵衛」は「利欲にうとく義理にさとし」が社である。江戸時代中期創業の「キッコーマン」は「徳は本なり財は末なり」を家憲としている。

これらの事例を紹介してきた理由は現在の経済社会が企業規模の拡大を過度に重視し、その手段として買収や合併が推進される傾向にあるからである。アクティビストも企業が配当を増大させることを要求し、祖業であっても利益が発生していない部門を売却して配当を増加することを要求する風潮が顕著になりつつある。

一九九〇年代から登場した情報社会は社会構造を激変させ、かつて世界の株式時価総額上位の企業の大半は駆逐され、GAF Aが象徴する情報社会に対応できた企業が上位を独占している。さらに上場すれば価値が一〇億ドル以上になるユニコーン企業や一〇〇億ドル以上になるデカコーン企業の大半も情報企業である。

しかし、企業が社会に存在する意義を曖昧にし、利益と配当の増大を目標とする企業が永續できるかは確実ではない。隕石衝突により激変した地球で存続できたのは大型の恐竜ではなく小型の哺乳動物であった。小型の長寿企業の六〇%が存在する日本は株式時価総額に誘惑されず、伝統ある経済構造にも注目すべきである。