

栃木県の「老舗企業」分析調査（2024 年）

栃木県の『老舗企業』714 社、出現率 3.01%

～ 業種別では「卸売・小売業、飲食店」が 331 社で最多 ～

「企業の寿命は約 30 年」という通説がある。実際弊社が集計したデータによれば、創業から 5 年生存している企業はわずか 15.0%、10 年後には 6.3% となる。20 年後にはなんと 0.3% しか残っていないという結果も出ており、30 年生存する企業は極めて希であることが分かる。様々な自然災害や戦争などにより企業を取り巻く環境は激変し、記憶に新しい感染症の流行では、多くの企業が存続を断念した。老舗企業は、地域や業界といった大きな括りで影響力を持っており、その存在は敬意を表するに値するものと考えます。

帝国データバンク宇都宮支店では、業歴 100 年を超える栃木県内の老舗企業*について分析を加え、その実態を明らかにした。

栃木県の老舗企業数 推移

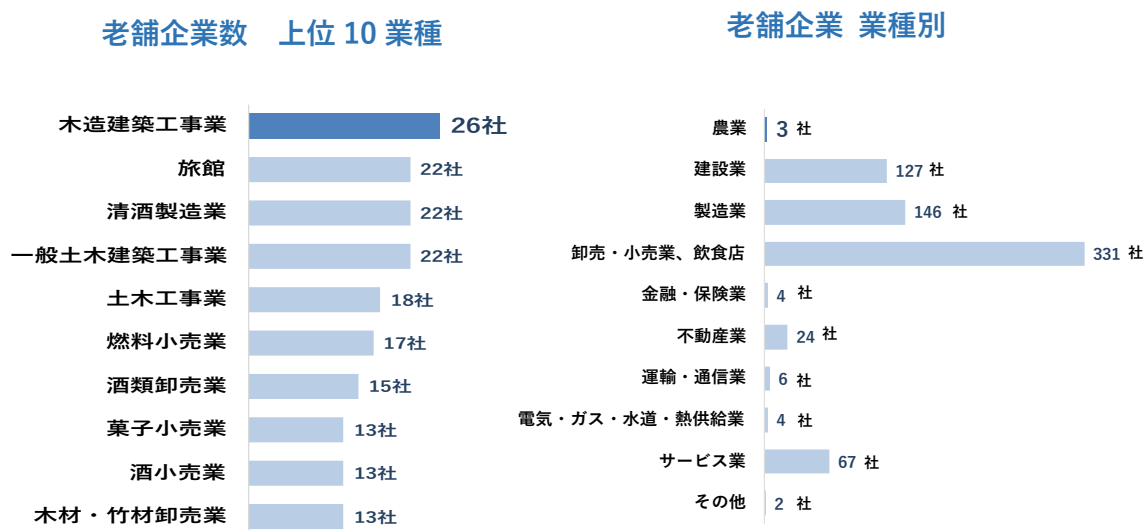


調査結果（要旨）

1. 栃木県内企業で業歴 100 年を超える「老舗企業」は、714 社あることが分かった。出現率は 3.01% で、全国順位は 25 位。全国平均の 2.75% を若干上回った。
2. 業種別大分類では、「卸売・小売業、飲食店」が 331 社で最多、以下、「製造業」が 146 社、「建設業」127 社、「サービス業」67 社と続く。
3. 老舗企業を業種細分類で見ると、「木造建築工事業」が 26 社で最多、以下、「旅館」、「清酒製造業」、「一般土木建築工事業」が各 22 社、「土木工事業」18 社などが続いた。
4. 老舗企業の売上高構成比を見ると、「1 億円未満」が 46.9% で最も高く、以下、「1 億～10 億円未満」が 40.0%、「10 億～50 億円未満」9.5%、「50 億～100 億円未満」1.5% と続いた。老舗＝安泰といったイメージが強いが、実際は零細企業が多いことが分かる。

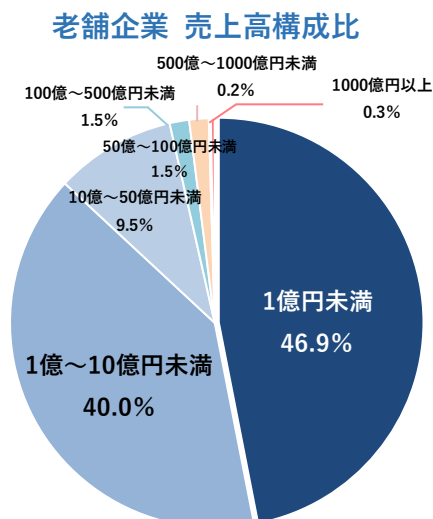
*帝国データバンクでは、企業概要ファイル「COSMOS2」（2024 年 9 月時点、約 147 万社収録）に加え、独自で収集し営業の実体を確認できた企業を基に、創業・設立から 100 年を超えている企業を「老舗企業」と定義し、分析を行った

1. 栃木県の老舗企業は 714 社、業種別では「卸売・小売業、飲食店」が最多



栃木県内企業において業歴 100 年を超える老舗企業は、帝国データバンクが把握するデータによると、2024 年 9 月時点で 714 社を数えた。また、全体に占める老舗企業の割合を示す「老舗出現率」は 3.01%と、概ね 100 社中 3 社は老舗企業ということになる。100 年前の 1924 年（大正 13 年）といえば、関東大震災の翌年にあたり、東京を中心に首都圏では壊滅的な打撃を受け、復旧の道のりを歩み出した時期であり、莫大な費用と長い時間を費やすことになる。一方政治に目を向けると、第一次世界大戦（1918 年終結）の影響から、軍部の発言力が徐々に大きくなりつつある時期で、いわゆる政党政治と拮抗する時代である。政党出身の加藤高明内閣が発足するが短命に終わっている。明るい話題としては、昭和天皇（当時は皇太子）が結婚されたのがこの年で、第 1 回冬季オリンピックがフランスのシャモニー・モンブランで開催された。また、明治神宮外苑競技場（現在の国立競技場）が竣工した。経済面では、やはり関東大震災の復旧・復興需要に支えられ、建設やインフラなどの産業が発達し、第一次世界大戦の影響から、重工業や軍需産業などの生産分野の業種で需要が拡大する好景気が背景にある。それを反映して、創業する企業が増加し、現在の老舗企業の繁栄の礎につながる要因となっていたようである。

ちなみに今回のデータに上がった最古参の企業トップ 10 社を紹介してみる。県内最古の企業は、(株)板室観光ホテル大黒屋（那須塩原市、旅館）で、1551 年創業と業歴は 473 年にのぼる。1551 年（天文 20 年）といえば、室町時代後期であり、応仁の乱以降幕府の勢力は弱体化していた頃だ。大黒屋はこんな時代に温泉



宿場として開湯した板室温泉で産声を上げた。第 2 位は、昨年本店を創業の地に移転した宇津救命丸(株)(塩谷郡高根沢町、医薬品卸売)1597 年創業で業歴 427 年、第 3 位は(株)上澤梅太郎商店(日光市、野菜漬物製造)が 1603 年創業の業歴 421 年であった。以下、4 位青源味噌(株)(宇都宮市、味噌製造)1625 年創業、5 位は、(有)丸伊呉服店(宇都宮市、呉服・服地小売)1627 年創業、6 位第一酒造(株)(佐野市、清酒製造)1673 年創業、7 位(有)溪雲閣(那須塩原市、旅館)1681 年創業、8 位(有)下藤屋旅館(那須塩原市、旅館)1683 年創業、9 位(株)シノザキ(宇都宮市、木材卸売)1689 年創業、10 位(有)大丸温泉旅館(那須郡那須町、旅館)1691 年創業などが並んだ。いずれの企業も、想像を絶する苦難を乗り越えて今を迎えている老舗企業であり、心から敬意を表するとともに、こういった企業から学ぶべき点は多々あるのだろうと改めて思う。

次に老舗企業を業種大分類別に集計してみた。最多は「卸売・小売業、飲食店」で 331 社が判明した。以下、「製造業」が 146 社、「建設業」が 127 社、「サービス業」67 社と続いた。「卸売・小売業、飲食店」が群を抜いて多いのは、早くから事業として成立していた時代背景が大きく関わっていると思われる。言うまでもなく、ネット販売などは江戸時代には存在していないので、品目ごとに小売店舗で商品を売買することが通常であった。つまり、品目ごとに小売店、卸売業といった商品流通が厳格に存在していたことになる。また、時代の推移に応じて商材を変化させて生き残っている企業もたくさん存在しているようだ。例えば燃料小売業者という括りの中では、当初は木炭を販売していたが、後に石炭を扱うようになり、近年では石油商品やガスを扱うようになった。伴って設備機器が充実する中でそれも扱うようになる・・・といったように、商材を変えながら事業を存続させるケースは最たる例と言えるだろう。また、卸売業が多く存在し商取引の主役であったことも歴史的には興味深い。明治、大正の時代には物流が発達していなかったため、地方の店舗に品物が並ぶためには多くの業者が介在する。製造業者から一般消費者の間を取り持つ卸売や小売といった業種が発達していったのも自然の摂理なのかもしれない。一方で、飲食店はいつの時代にもニーズに恵まれていたことは言うまでもない。そば店や甘味処などは江戸時代には多く普及していたようだ。製造業や建設業が、明治・大正期に富国強兵を推し進める国家施策の中で様々な分野でメーカーが産声を上げたことや、新たな住宅需要、鉄筋コンクリート造りのビルディングの台頭なども企業の増加に寄与することになったと見られる。100 年以上持続するためには、多くの企業努力があって然るべきだろうが、日本の近代化にとっては必然であったとも感じるところだ。

次に老舗企業の売上高構成比を見ると、「1 億円未満」が 46.9%で最も多かった。以下、「1 億～10 億円未満」が 40.0%、「10 億～50 億円未満」が 9.5%、「50 億～100 億円未満」および「100 億～500 億円未満」が各 1.5%、「1000 億円以上」が 0.3%、「500 億～1000 億円未満」が 0.2%の順であった。老舗企業と言えば経営基盤が安泰の大企業が多いというイメージなのかもしれないが、実際集計してみると、売上高 10 億円に満たない中小・零細企業が老舗企業全体の 86.9%を占めて

おり、中堅から大企業は一部に過ぎないことが分かる。最も国内企業の 99% 以上は中小・零細企業であるから、それに準じた分布も頷けるところだが、業歴を重ねている企業も決して事業規模が要因ではないようだ。

2. 全国の老舗企業は 4 万 5284 社、老舗出現率は 2.75%

全国の老舗企業（業歴 100 年以上）の状況については、2024 年 9 月時点で 4 万 5284 社であることが判明した。ここ数年は毎年約 2000 社が業歴 100 年を迎えており、2022 年に 4 万社の大台を突破しており、今後も同様の傾向が続くものと見られている。老舗出現率は 2.75% であった。

ちなみに日本最古の企業は、(株) 金剛組（大阪市天王寺区、木造建築工事）で、創業はなんと 578 年と、実に 1446 年の業歴を有している。この会社は、聖徳太子が建築技術を取り入れるために百済から日本に招いた工匠が創業した会社と言われており、気が遠くなるような歴史を紡いでいる会社である。こういった会社が全国には相当数存在しているのである。集計結果では、「1000 年以上」の業歴を誇る企業は 11 社確認されている。

老舗出現率を都道府県別で見ると、京都府（5.35%）がトップとなった。平安時代から都があり、中心地として栄えたことや、第二次世界大戦中の被害が比較的小さかったことなどが要因としてあげられる。次いで、山形県が 5.34%、新潟県が 5.02% で続き、3 府県が 5% を上回った。以下、福井県（4.62%）、滋賀県（4.57%）、島根県（4.53%）と続き、日本海側の地域で老舗出現率が高い傾向が見られる。これらの地域では、江戸時代中期から明治時代にかけて海運の要として北海道から大阪を結んでいた「北前船」の寄港地が多いことから、古くから商業の拠点となっていた歴史的背景によるものと考えられる。

一方で、沖縄県は 0.17% と全国で最も出現率が低かった。沖縄県は、第二次世界大戦当時の激戦地であったこともあり、壊滅的な人的・物的損害を受けた

老舗出現率 都道府県別

都道府県	老舗企業率	順位	都道府県	老舗企業率	順位
京都府	5.35	1	栃木県	3.01	25
山形県	5.34	2	茨城県	2.94	26
新潟県	5.02	3	愛知県	2.90	27
福井県	4.62	4	兵庫県	2.88	28
滋賀県	4.57	5	愛媛県	2.79	29
島根県	4.53	6	長崎県	2.78	30
長野県	4.38	7	高知県	2.75	31
富山県	3.93	8	広島県	2.64	32
石川県	3.76	9	群馬県	2.63	33
佐賀県	3.71	10	大分県	2.62	34
秋田県	3.71	11	宮城県	2.52	35
鳥取県	3.69	12	熊本県	2.38	36
福島県	3.69	13	大阪府	2.26	37
三重県	3.65	14	東京都	2.24	38
和歌山県	3.63	15	北海道	2.23	39
岐阜県	3.45	16	青森県	2.10	40
徳島県	3.40	17	千葉県	1.90	41
山梨県	3.37	18	埼玉県	1.87	42
岩手県	3.32	19	福岡県	1.81	43
静岡県	3.32	20	鹿児島県	1.67	44
奈良県	3.30	21	神奈川県	1.60	45
岡山県	3.26	22	宮崎県	1.58	46
山口県	3.15	23	沖縄県	0.17	47
香川県	3.09	24			

ことなどで事業の連続性が途絶えたりしたことによる影響が、こうした結果につながっていると考えられる。以下、宮崎県 (1.58%)、神奈川県 (1.60%)、鹿児島県 (1.67%)、福岡県 (1.81%) などでは出現率が低い。また、全国の主要都市 (例えば東京都、大阪府、千葉県、埼玉県など) が、全て平均を下回っていることが分かるが、これは新興企業が近年に続々と参入してきた背景があり、老舗企業の占有率を引き下げる力が加わったためとみられている。

今回、老舗企業の財務基盤が一般の企業とどう違うのかについても分析を行った。方法としては、2023 年度決算の中から、特殊事情による異常値 (上下各 5%) を排除したトリム平均値を採用し、収益性、安定性、効率性の各項目について比較してみた。結果としては、収益性を測る 3 項目では、「売上高営業利益率」(全業種・1.73%、老舗企業・2.08%)、「売上高経常利益率」(全業種・2.77%、老舗企業・3.35%)、「売上高営業外収益率」(全業種・2.07%、老舗企業・2.28%) と全ての項目で老舗企業が上回った。基本的に収益を図るポテンシャルが高いのが老舗企業と言えるようだ。次に安定性を測る 3 項目では、「自己資本比率」(全業種・28.33%、老舗企業・38.76%)、「流動比率」(全業種・321.63%、老舗企業・269.25%)、「固定比率」(全業種・171.68%、老舗企業・156.37%) と、短期の支払能力はやや劣るものの純資産の充実度や長期の支払能力なども老舗企業が優勢と判断できよう。最後に効率性を測る 3 項目では、「総資本回転率」(全業種・1.59 回、老舗企業 1.21 回)、「固定資産回転期間」(全業種 5.30 月、老舗企業 7.24 月)、「棚卸資産回転期間」(全業種 0.96 月、老舗企業 1.54 月) と、ここでは全ての項目で老舗企業が全業種を下回る結果となり、資産の効率性についてはやや見劣りする結果となった。決してウィークポイントがないわけではないが、特に収益性を測る項目は優位であり、自己資本比率に至っては 10 ポイント以上高い数値を示しており、概ね優良な財務体質であることは頷けるようだ。

まとめ：激動の時代に「老舗企業」が果たす役割、企業を永續させる手段とは

栃木県内における創業・設立から 100 年を上回る『老舗企業』の数は、2024 年 9 月時点で 714 社となった。年々増加傾向を示し、企業全体に占める割合 (老舗出現率) は 3.01% と概ね 100 社のうち 3 社が老舗企業であることがわかった。冒頭でも述べたが、企業の寿命は約 30 年と言われている。データの的にも証明されているが、その要因は、一つのビジネスモデルや商材はどれだけ画期的なものであっても、30 年も経過すると必ず陳腐化してくる。過去の成功体験にこだわって、そこに固執してもなかなか良い結果は生まれてこない。そこで必要なのは、ビジネスモデルや商材をいかに現状にマッチしたものにバージョンアップできるか、あるいは、全く別のものを創生していくか・・・という選択になる。これに順応できないため大半の企業が消滅していくという結果とも受け取れる。もちろん、言葉で言うほど簡単なものではなく、ヒット商品や画期的なビジネスモデルはそう簡単には生まれてこない。しかし、成功事例は少ないものの、モデルケースが各業界で散見できることも事実である。現状に満足することなく、社会貢献や地域や業界の繁栄など俯瞰した視野に立って、事業を推進することが重要だと考える。

もう一つ懸念点を申し上げますと、2024 年 9 月時点で全国での老舗企業の倒産件数を見ると、すでに 110 件を数え、最も高水準で推移している。その要因は、「物価高によるコストの圧迫」、「後継者難」、「ゼロゼロ融資の返済不能」などが主なものとなっており、老舗企業で長年の経験や内部留保の蓄積があっても、今回の経済環境は如何ともし難い状況となっているのだ。生産年齢人口が減少し、経済自体がシュリンクしていく時代に、各企業がどのような存在価値を見いだしていけるのか、大きな経営課題であるのかもしれない。「老舗」のステータスは大きなブランド力であり、その経験は必ずや多くの企業の模範となり、影響を与えるものと確信している。是非とも事業を維持し反映し続けていただきたいものと切に願う。

【 内容に関する問い合わせ先 】

(株) 帝国データバンク 宇都宮支店 情報担当：古川 哲也

TEL 028-636-0222 FAX 028-633-5639

リリース資料以外の集計・分析については、お問い合わせ下さい（一部有料の場合もございます）。

当レポートの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。

当レポートはプレスリリース用資料として作成しております。著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および転載を固く禁じます。