

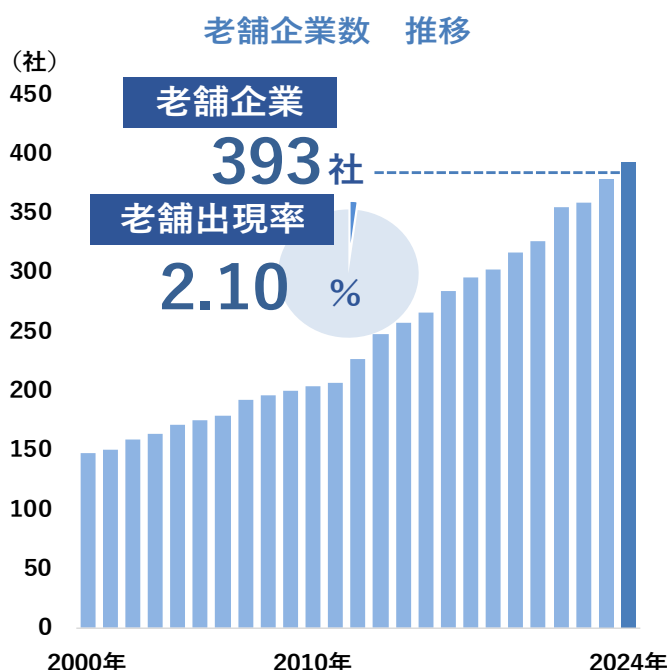
青森県「老舗企業」分析調査（2024 年）

青森県の「老舗企業」、393 社

～財務面の安定性の高さが特徴～

様々な環境変化などを乗り越えてきた老舗企業。国内で多くを占めているのは、同族経営企業となる。質素・儉約などを記した家訓に代表される商業精神など、日本ならではの老舗の姿は経営の教科書的存在として取り上げられることも多い。一方で、全国的にみると老舗企業の倒産が目立っている。「老舗＝安泰」のイメージが崩れかけており、本業の事業性が問われるなど、老舗企業の底力が試される時代なのかも知れない。

帝国データバンク青森支店では、創業・設立から 100 年以上の業歴が確認できた企業を「老舗企業」と定義、分析を行った結果、青森県において 2024 年 9 月時点で、業歴 100 年以上を有する老舗企業は 393 社確認できた。また老舗企業の割合を指す「老舗出現率」は 2.10%だった。



調査結果（要旨）

1. 2024 年 9 月時点における青森県の老舗企業数は、393 社。老舗出現率は 2.10%。
2. 都道府県別では、出現率は京都府が 5.35%でトップとなり、青森県は全国 40 位。
3. 業種別では酒小売業がトップ、全国的には出現率の上位には醸造系が目立つ。
4. 売上高別では 55.0%が「1 億円未満」

- 帝国データバンクが保有する企業概要ファイル「COSMOS2」（2024 年 9 月時点、約 1 万 8 0 0 0 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
- 創業時が元号・時代のみ判明している場合には、各元号・時代の最終年を創業年として集計した

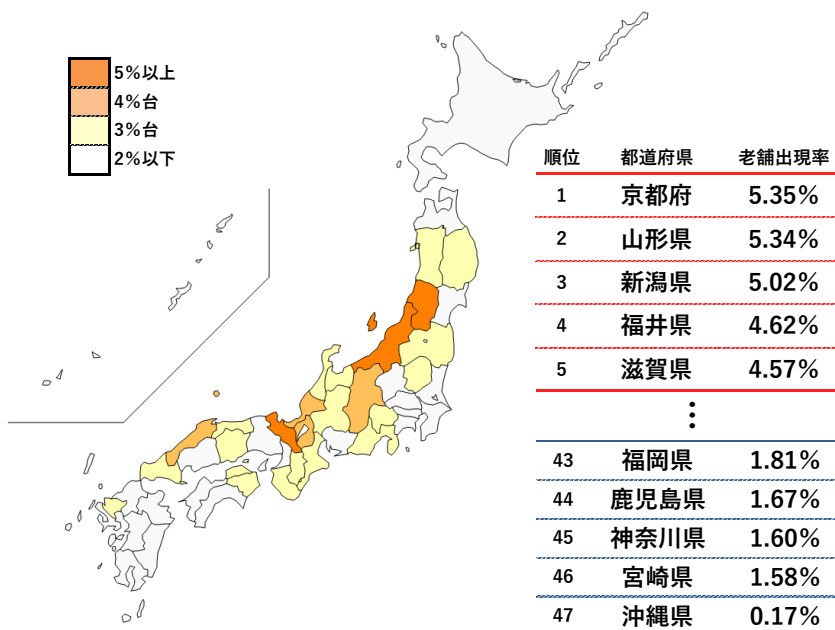
1. 都道府県別では京都府が 5.35%でトップ、青森県の 2.10%は全国 40 位

全企業数に占める老舗企業の割合を指す「老舗出現率」を都道府県別でみると、京都府が 5.35%で最も高かった。商業の中心地ではなかったものの、儉約・勤勉などの精神が根付く京都府における老舗の存在感は今でも強い。業種は呉服文化が色濃く残る織物卸売業で、旅館、造園、製茶業など和物系の業種が上位だった。

また、山形県（5.34%）もトップの京都府に肉薄し、新潟県は前年から上昇し 5%を上回った。他にも福井県（4.62%）、滋賀県（4.57%）など、江戸時代中期の北前船によって栄えた日本海側エリアの府県が上位だった。

他方、中四国・九州エリアや多くの企業が集積する大都市圏では低水準だった。なかでも、沖縄県は 0.17%で社数（33 社）とともに全国で最も低かった。なお、そのうち 11 社は泡盛製造を手がける酒造メーカーであった。

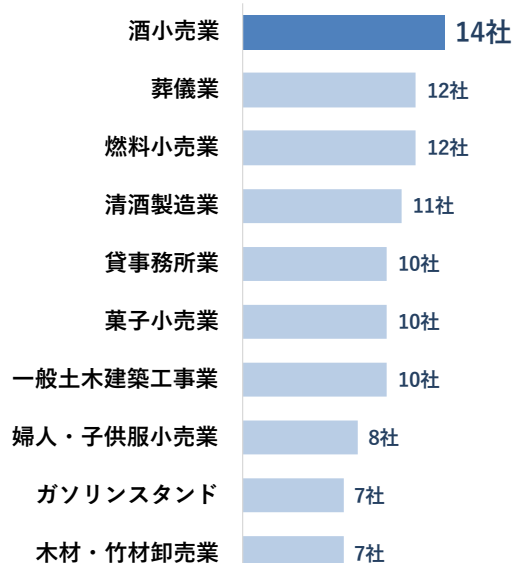
老舗出現率 都道府県別



2. 業種別では、酒小売、葬儀業などが上位

青森県の老舗企業を業種別でみると、酒小売業がトップであり、生活に密着するような業種が上位となった。また、本業とは別に、不動産賃料収入といった営業外収益などが下支えとなっている企業も多く認められた。全国的には、規制によって新規参入が制限されている清酒製造業が多くを占めた。その他にも、煙火（花火）、砂糖、食酢など昔ながらの業種に加えて、醸造系の業種が上位に並んだ。

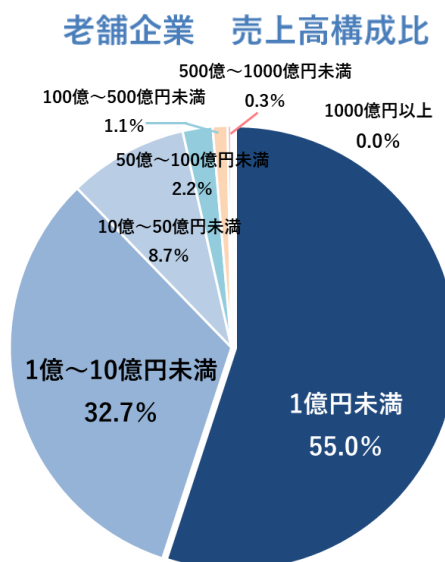
老舗企業数 上位10業種



3. 売上高別でみると、過半が「1 億円未満」であった。

売上高別でみると、「1 億円未満」が 55.0% と半数超となった。売上高が判明している老舗企業の多くは、比較的小規模事業者であることが明らかとなった。

また、売上高 10 億円以上の割合は、合計で 12.3%にとどまっている。



<まとめ> 今後は「知的資産」の承継が課題

世界で業歴 100 年を上回る企業のうち、半数以上を日本の企業が占めているとの調査結果もあり、国内約 4 万 5000 社を数える「ニッポンの老舗」は、世界に誇る日本の魅力として語られることが多い。本県においても、多くの企業が老舗として事業を継続している。

分析結果にもあるとおり、単純に規模の大きい企業だから存続しているのではなく、また、短期的に高収益を出した企業が存続しているものでもない。決算書には直接的には表れない人材、ブランド、信用、技術といった「知的資産」を活かし、それを承継してきた企業が長きにわたり存続してきたと言える。ただし、青森県の社長平均年齢は 62.2 歳で年齢の高い順で全国 4 番目（青森県社長年齢分析調査、2024 年 4 月 24 日発表）であり、後継者不在率は 61.2%（青森県企業後継者不在率動向調査、2023 年 11 月 27 日発表）と過去最高といった状態にある。一般的に他社にない独自の製品やサービスで差別化ができていない企業は少ない。多くの中小企業の強みの源泉は、長年の間培ってきた信用、技術、顧客基盤といった直接的には目に見えない部分にある。事業の承継のみならず、こうした「知的資産」をいかにして次世代に紡いでいくことができるかが、大きな課題と言えよう。

株式会社帝国データバンク 青森支店長 徳永博一

【問い合わせ先】 TEL 017-776-5048 FAX 017-723-4414

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。