

年次大会報告⑥

中国老字号企業研究現状について

沈晔博士

(清華大学文化経済研究院)

研究概要：

2019年、清華大学文化経済研究院は中央宣伝部、中国商務部の国家ハイエンドシンクタンクプロジェクトの支援を受け、「老字号研究チーム」を設立した。中華老字号を代表とする老字号企業群に対する特別研究を開始した。研究の範囲には、地域性の老字号企業及び中外の老字号企業の発展の比較研究、文化経済価値の分析等が含まれる。本文は主に中華老字号の定義、認定基準、企業分布の特徴を紹介し、そして老字号企業の文化経済価値モデルを抽出した。

中華老字号の定義及び認定基準：

中華老字号は中華人民共和国国内貿易部が選定した中国大陸の老字号企業である。1991年、商務部は初めて老字号評定業務を展開し、中華老字号の評定基準を制定し、1600社の老字号企業に「中華老字号」の称号を授与した。2005年6月、中国商業連合会は老字号業務委員会を設立し、中華老字号認定範囲の意見募集稿を公布し、旧商務部が1990年に制定した老字号評定基準を改めて改訂し、『中華老字号認定規範（試行）』（商務部商改発【2006】171号文書）を制定した。「中華老字号」とは、長い歴史を持ち、代々受け継がれてきた製品、技術、サービスであり、中華民族文化の伝統文化の背景と深い文化的背景を持ち、社会の幅広い共感を得て、良好な信用を形成しているブランドであると定義されている。2023年6月、商務部、文化・観光など国の5部門は共同で

「中華老字号モデル創建管理方法」を発表した。

日本など他の国とは異なり、中国の「中華老字号」企業は称号であり、このように公的に認証されて公布される称号は、企業にとって資質の承認と実力の象徴である。

2023年版の中華老字号管理弁法は、中華老舗は次の基本条件を備えなければならないと規定している：

- （一）ブランドの創立期間が50年以上であること；
- （二）中華民族の特色と明確な地域文化的特徴を持つ；
- （三）住民の生活に向けて経済的価値、文化的価値の高い製品、技術又はサービスを提供すること；
- （四）所属する業界や分野において代表的、先導的、模範的であり、広く社会的に認められ、称賛されている。

中華老字号企業は、次の基本条件を備えていないといけない：

- （一）中華人民共和国国内で法により設立する；
- （二）法により中華老字号と一致する商号、又は中華老字号と一致する登録商標の所有権又は使用权を有し、かつ他人の登録商標専用権を侵害しておらず、伝承関係が明確で紛争がない；
- （三）主要業務が連続して30年以上継続し、かつ主に住民の生活に向けて商品又はサービスを提供すること；

- (四) 経営状態が良好で、持続可能な発展能力が高い；
- (五) 現代の要求に合致する企業管理様式を持って、設計、研究開発、技術、技術、製造、製品、サービスと経営理念、マーケティングルート、管理モデルなど諸方面で比較的強い革新能力を持っていること。

中華老字号企業の業界分布：

『国民経済業界分類』（GB/T4754-2017）基準に基づき、中華老字号企業の業界分布状況を整理すると、次のような特徴が現れた：1128社の中華老字号企業は主に製造業、卸売業と小売業、宿泊業と飲食業、賃貸業と商務サービス業、住民サービス業などの分野に分布している。中華老字号企業の三分の二近くが製造業で、次いで宿泊業と飲食業である。老字号企業の製品やサービスは住民の生活・消費に深く関わっており、「食」に関連する企業は三分の二を超えている。

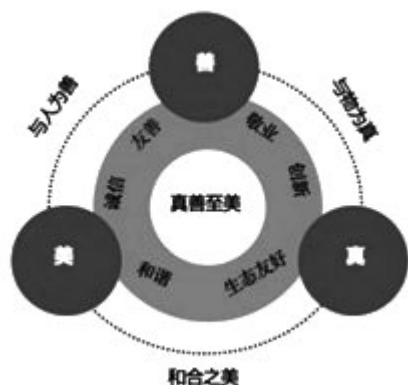


図1 中華老字号文化共通性、要素関係モデル

中華老字号の文化価値の共通性、要素の解釈とモデルについて述べる。親しみやすさ、誠実、熱心、革新、調和、環境への配慮は中華老舗の文化表現から抽出した六文化共通性であり、そして中華老字号企業群の中で体現された：「徳を積む、

誠実を基本とする商業道徳；人々に利益をもたらす、人々を楽しませようとする興業思想；品質至上主義、洗練された職人の品質；古きを革新し、時代とともに前進する革新の精神」は文化要素であり、人と善意、物と真、和合の美を結合して、中華老字号の文化価値共通性、要素関係モデルを形成した。

中華老字号文化経済価値

経済文化化、文化経済化及びその共存関係は中華老字号の文化経済価値の特徴である⁽¹⁾。一方で、中華老字号企業は長期的な経営実践の中で一部の中華の優秀な伝統文化と企業の経営文化を結合して練り上げてきた。また、中華老字号企業は製品やサービスを提供することで、企業の経済効果を実現すると同時に、中華民族の優れた伝統文化の伝承と盛り上げに対して推進作用を果たし、企業のブランドイメージの向上を促進し、企業の競争力を強化し、最終的に中華老字号企業の長期的な持続可能な発展を実現した。

中華老字号の文化経済価値は中華老字号企業文化として現れている。中華老字号企業の文化経済価値は企業文化を通じて企業行為の規範となり、社会主義の核心的価値観と中華民族優秀な伝統文化を企業文化に反映して、企業の経営を常に正しい道に導き、方向を見失うようなリスクを回避できる。中華老字号の企業文化は中華民族の数百年来の商業実践の経験の総括であり、老字号群の価値観の体現であり、高度に洗練化された東方経営哲学であり、それらは最終的に中国老舗企業の長期持続的発展を達成させてきました。

中華老字号の文化的、経済的価値はブランド形成によって実現、発展してきた。価値の位置づけ、価値の感知、価値の伝達と価値の昇華は老字号企業のブランド形成の4つの段階であり、ブランドの核心価値を経営活動の各段階に根付かせ

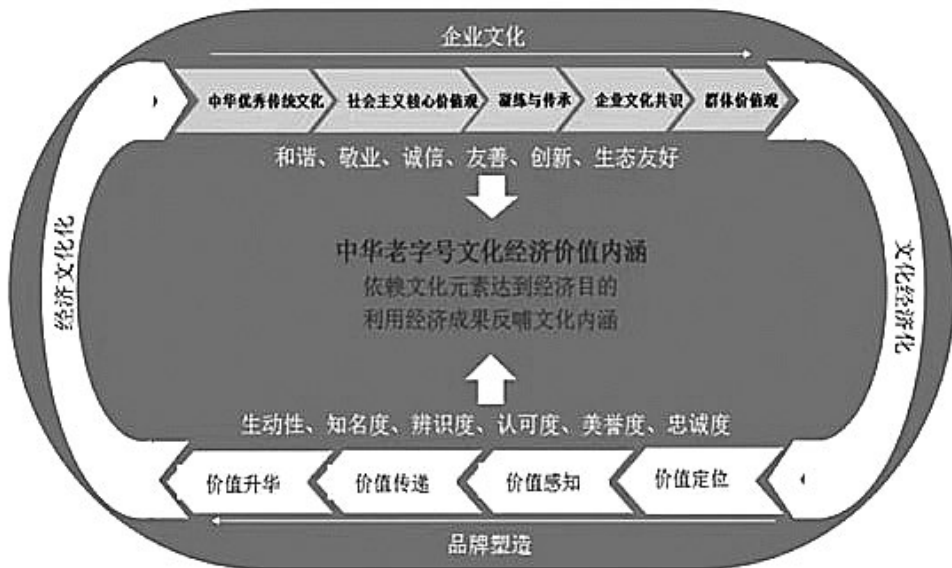


図2 中華老字号文化経済価値モデル

る。鮮やかさ、知名度、認識度、認知度、名声及び忠誠度は中華老字号ブランドの形成の6次元であり、老字号企業ブランドの差別化競争優位性を形成し、経営目標を達成し、企業の社会的責任を実現し、さらに社会主義の核心的価値観の内容を豊かにし、老字号の経済文化化の過程を完成した。

「文化要素に依存して経済目的を達成し、経済成果を利用して文化の内包を報いる」ことは中華老字号の文化経済価値の内在的運営メカニズムである。文化六共通性を中心に形成された文化四要素は中華老字号の文化経済価値の核心的内容である。

研究紹介小結：

ブランドと企業文化はあくまでも一種の外的な表現であり、更に肝心なのは人そのものであり、人は老字号企業の文化経済価値の核心である。

私たちの関心と思考：老字号の承継は習得できるか？承継の習得にはどのような環境が必要なの

か？そのために私たちは何かできるの？

訳注

(1)「文化経済」とは、文化遺産を重要な経済資源として発展させ、国民経済全体の発展を推進・促進するために関連事業を精力的に発展させることを意味し、2017年に精華大が文化経済研究所を開設した際、新たに提起した。その要旨を本センテンスは簡潔に説明している（魏杰（2020）『文化経済学』）。

本原稿の和訳は杜敏が担当し、森下あや子及び後藤俊夫が校訂にあたった。記して謝意を表す。