

2023 年度 片平ゼミ 研究報告

東京大学経済学部経営学科 4 年 宮本大雅

東京大学経済学部経営学科 4 年 諸井大

東京大学農学部農業資源経済学専修 4 年 松浦淳与

東京大学文学部人文学科歴史文化コース日本史学専修 4 年 松浦裕太

「老舗の『人』に共通するものは何か」

1, はじめに

a) 研究のテーマ

本研究のテーマは、「老舗の『人』に共通するものは何か」である。本研究は、200 年以上続くような接客業を営む老舗の訪問とインタビューを通して、老舗が長く続く理由を「人」という観点から明らかにすることが目的である。

b) 研究動機

ゼミでブランドについて学ぶ中で、100 年以上続くような老舗はなぜ生き残り、どのような特徴を持っているのかという大きな問いに対して、自ら答えを探そうと考えたのがこの研究の発端である。

片平秀貴先生の著書である『パワーブランドの本質 (1999)』では、ナイキやメルセデス・ベンツといった強いブランドをもつ企業に対するインタビューから導かれた法則として、「夢」「一貫性」「革新性」の3つを挙げている。私達は、これらの共通項の背後に必ず存在する「人」に着目し、その「人」には何らかの共通点が見出されるのではないだろうかという仮説を出発点として本研究を始めた。

2, 仮説

a) 仮説

老舗の人に共通する特質は真の顧客第一であるという仮説を立てた。商売をする以上、最重要視されるのは利益であるが、老舗の人は目先の利益のために「まず売る」のではなく、「顧客に気持ちよく、満足して帰ってもらうためには何をすべきか」を第一に考えて、顧客一人一人に向き合い、彼らが求める最高の接客をし、利益はその先の結果として考えているのではないか。これが私たちの考える真の顧客第一の意味するところである。私達は、このような数字には直接見えない部分にこそ、老舗たる所以があるのではないかと考えた。

b) 仮説を立てた背景

このように考えた背景には、文化三年（1806年）創業の和紙舗である日本橋 榛原への訪問がある。実際に日本橋の店舗へと訪問したところ、一見向こうから話しかけてきたりして、商品を売ろうとはしてこないものの、店員さんに対しある1つの何気ない質問をすると、後からパンフレットを持ってきたりするなどして、和紙について知識の薄い私たちに対して、明るく、深い知識で様々に和紙に関する説明をして下さった。感覚としては、1を聞くと10返してくれるような調子で、最後には日本橋の違うお店の方が品揃えがいいからと、地図までくれて道案内をしていただき、私達は最終的に何も購入しなかったものの、非常に心地の良い対応をしていただいた。このような体験は榛原のみならず訪問した他の老舗でも見られた。こうした経験から、老舗の人たちは売ることよりも、まずは顧客に寄り添い、一生懸命に対応する真の顧客第一の姿勢があり、それが長きにわたる競争優位の源泉となっているのではないかと考えた。

3, 仮説の検証

【前提・検証方法】

調査対象の老舗群を含んだ全ての小売店を母集団として、それらの平均スコアを「老舗以外的小売店から抽出した小売店の平均スコア」とし、またスコアが正規分布にしたがって分布していると仮定する。

そのときに老舗のスコアが上位 10%に位置しているかということを有意水準 10%で統計的に検証することで老舗が顧客第一を徹底しているという事を検証できたとする。

- 帰無仮説「老舗のスコアが小売店全体のスコアの上位 10%である」
- 対立仮説「老舗のスコアが小売店全体のスコアの上位 10%より大きい」

有意水準 10%で検定を行う。よって $\alpha=0.10$ である。上側確率が 0.1 となる領域を棄却域とする。

(母集団である小売店全体の点数分布が正規分布に従うとき、上側確率が 0.1 なので z 値は約 1.28 である)

【検証の結果】

有意水準 10%で検定を行った結果、検定統計量が棄却域に入ったため帰無仮説を棄却し、対立仮説を採択する、すなわち老舗のスコアが小売店全体のスコアの上位 10%より大きいことが検証された。

4, インタビューを通じた考察

(中略)

今回のインタビューでは $N=1$ ではあるが、「老舗の人に共通する特質は真の顧客第一である」という仮説はインタビューからもより確からしいものとして確認された。今後は、まず他の老舗でも同じことがあてはまるのかということ、企業のサイトやインタビュー記事、必要ならば実際にインタビューを通して定性的に検証したい。さらに、それらの検証を通して、老舗に見られる共通点がなぜ発生しているのかについての新たな仮説も立てて検証していきたい。

参考文献

- ・片平秀貴. パワー・ブランドの本質 = Principles of power brands. ダイヤモンド社, 1999.7
- ・ジェームズ・C・コリンズ, ジェリー・I・ポラス. 時代を超える生存の原則. 日経 BP 出版センター, 1995.9