



フランチャイズ展開の可能性

自分の事業をフランチャイズ展開するために





1. はじめに

フランチャイズシステムは、『多くの事業意欲のある方々をフランチャイジーとして集め、彼らが保有、ないし調達するヒト・モノ・カネの経営資源を活用することにより、短期間のうちに広い地域で自チェーンの販売(サービス)網やブランドイメージ等を確立できる』優れたマーケティング手法です。

このような効果を期待してか、昨今フランチャイズ化される事業分野は多岐にわたり、その参入企業も増加の一途を辿っています。

一方で、十分な準備活動も行わないままフランチャイズ化に踏み切ったり、市場に対する予測を誤った等の為に様々なトラブルが生じてきていることもまた事実であり、既に廃業を余儀なくされたフランチャイジーも存在しています。

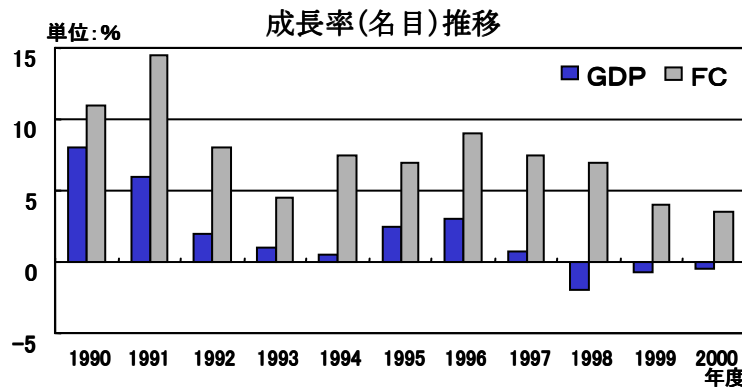
しかしながら、しっかりとした本部体制を整え、正しいステップで事業展開するならば、フランチャイズ・ビジネスは飛躍的な発展を遂げうる可能性を秘めているのもまた事実です。

弊社では、「フランチャイズ契約書の内容を見直して欲しい」「加盟店募集が計画通りにすすまない」「スーパーバイザーの教育システムを考えて欲しい」「フランチャイジーを教育するシステムを考えて欲しい」等といったようにフランチャイズ・チェーン各々の発展段階に応じてフランチャイズ・システムの再整備から新規商品・サービスの企画、フランチャイジーの開発まで、より良いフランチャイズ・ビジネスの発展に向けて多面的なご支援が可能です。



2. フランチャイズビジネスの可能性

デフレ不況下でも、フランチャイズチェーンの売上高は対前年対比3.3%の伸びています。



“2000年度JFAフランチャイズチェーン統計調査”によると、

- ・店舗数は前年より3.2%増加して20万1,499店舗
- ・売上高は17兆7,558億円で、前年比3.3%増

となっています。1996年より売上高成長率は少しずつ鈍化していますが、2000年度の日本のGDPは▲0.6%であり、これに比較するとFCは相変わらず高い成長率の維持を示しています。

また、業種業態別で見ても、サービス業FCは、店舗数で前年比2.8%増、売上高についても前年比4.1%増です。小売業FCが店舗数で2.5%増、売上高で3.9%増。外食業FCでは、店舗数4.8%増、売上高1.3%増となっています。百貨店の2000年売上高成長率が▲1.8%、スーパーマーケットの2000年売上高成長率が▲2.0%であることや、外食産業の市場規模の成長率が▲0.7%であることを考えるとその成長率はかなり高いと言えます。

産業別	店舗数成長率	売上高成長率
サービス業FC	2.8%	4.1%
小売業FC	2.5%	3.9%
外食業FC	4.8%	1.3%
合計	3.2%	3.3%

このように、2000年度のFC業界はいずれの分野でも安定した成長を示しています。



3. 好ましいフランチャイズシステムの模式図

理念の共有とネットワークバリューの提供
FC本部(フランチャイザー)

■ FCシステム管理・革新機能

- 商品仕入・調達機能
- ロジスティクス機能
- マーチャンダイジング機能
- 教育・訓練・指導機能
- 情報機能
- 広告宣伝・販売促進機能
- 経営管理機能

■ マネジメント機能

- 加盟店開発機能
- ・加盟店開発機能
- ・店舗開発機能
- ・金融(支援)機能

- 加盟金
- ロイヤルティ
- 保証金
- 研修費

対価(フランチャイズフィー)の支払い
加盟店(フランチャイジー)



4. フランチャイズ化がもたらす効果(1)

本部(フランチャイザー)のメリット

1. 他人資本(加盟店からの資金)によるスピーディーな事業展開

資本を始めとする自社の経営資源には限りがあります。また、ひとつの事業には寿命も確実に存在しています。このような中で、自社の魅力あるサービス、社会的価値のあるサービスをスピーディーに認知させ、利用していただくことが必要です。レギュラー・チェーンでの事業展開では、フランチャイズ・チェーンによる事業展開よりもより大きな資本が必要となります。また、投資が分散することによって非効率な経営に陥る可能性が増大します。さらに、有能な店舗経営者(店長)を急速に育成することは事実上不可能といった問題もあります。フランチャイズ・チェーンによる事業展開では、他人資本による出店だけでなく、現場社員の雇い入れも不要です。



事業のスピーディーな普及促進を可能とする

2. 各地の加盟店からの定期的収入(ロイヤルティ等)による利益獲得

優れたフランチャイズ・システムを構築し、フランチャイズ・チェーン展開することによって、加盟店から定期的に安定した収益を上げることが可能となります。さらに、加盟店を獲得し、対顧客のノウハウ蓄積に特化させることで、それらを学習し、ノウハウをさらにブラッシュアップすることが可能となります。自社の経営資源だけでは実現不可能なノウハウを構築することが可能となるのです。



4. フランチャイズ化がもたらす効果(2)

加盟店(フランチャイジー)のメリット

1. 確立された事業ノウハウを活用した各地域での本格的な事業展開

事業(儲かる仕組み)として確立されないまま、盲目的に事業参入することは、様々な普及に向けた施策(投資を含む)を打ち出すことが容易ではありません。特異分野であったり、脱サラによって起業することはリスクが大きいといえます。フランチャイズ・システムとして確立された事業であれば各フランチャイジーの経営資源を十分に活用し、且つ安心して事業進出が可能です。

2. チェーンメリットを十分に生かした経営ノウハウの一層の充実による顧客の増加、 と収益の拡大が期待できる

多数のフランチャイジーの営業展開上の成功事例や失敗事例が本部に蓄積されることによる各ノウハウがより充実します。また、フランチャイジーが短期間で多数加盟することにより、フランチャイズチェーンがナショナルチェーン化しブランド力が高まります。これらが顧客を増加させ、結果、収益を向上させることに作用します。

国民経済的にみたメリット

革新的な価値あるビジネスが、

1. 経済全体を若返らせ、活性化させます。
2. また、中小企業と思われる加盟店を組織することで加盟店自身の高度化と競争力の強化を実現します。
3. さらに、比較的少ない事業資金で開業できるフランチャイズ事業は多くの事業参入を可能とし、雇用水準を高めることに貢献します。



5. フランチャイズ化の基本ステップ

下記の3条件を満足させるような活動がなされることが大前提となります。

■フランチャイズ・ビジネスを成功させるための3つの条件■

- ① 十分な収益を上げうるようなフランチャイズ・ユニットの確立
- ② フランチャイズ・ユニットの急速な増大とこれを可能にする本部機能の整備
- ③ 消費者ニーズなどの変化に即応したフランチャイズ・システムの革新





フランチャイズ化診断

Phase0 ~ Phase9の観点でご紹介します



狙い

この診断は、フランチャイズ化を進める為の課題を体系的に整理することによって、

★貴社の成長を実現するビジネス・パッケージを構築する

★フランチャイズ化を成功させるためのプロセスを鮮明にする

ことを可能とします。

内容

① ビジネスパッケージ分析

フランチャイズ・ビジネスの基本要素(魅力ある商品・サービス、優れた経営管理技術)を保有しているか、更にそれらが確かなビジネス・パッケージとして整備されているか否かを分析し、貴社の強み・弱みを明らかにします。

② マーケット分析

対象とするマーケットが、フランチャイズを急速に展開する上で十分な規模を有しているか、また、その成長性は高いかを調査し、分析します。

③ シミュレーション

貴社のビジネス・パッケージがどの程度そのマーケットに受け入れられ、どのくらいの事業規模が期待できるかについて中・長期的な観点から検討・考察します。

④ 経営体質診断

フランチャイズを推進していくに足るだけのマンパワーが蓄積されているか、また、急速にフランチャイズ展開できるだけの資金力が備わっているかを判定し、今後の課題を明らかにします。

Phase 1

フランチャイズ対象項目の明確化



① 提供する商品やサービスの明確化

競合他社の商品・サービス内容などを考慮した上で、フランチャイズ化の対象となる商品・サービスの範囲を明確にし、更にその商品やサービスをどのような形態で顧客に提供するのかを検討します。

② ターゲットとする顧客層の明確化

現有ユーザーの特性分析等に基づいて最適なターゲットを選定し、さらにそのターゲット層にとって何が当該商品・サービスの訴求ポイントになるのかを検討します。

Phase 2

ビジネスコンセプトとマネジメントの高度化

① ビジネス・コンセプトのビジュアル化

フェーズ1での検討を基に、経営理念・ターゲット・商品コンセプト・サービスコンセプト・立地コンセプト・店舗コンセプトなどについて、ビジュアルに表現した資料を作成します。

② 個店の運営体制の設計

本部-SV-店長-店員間の業務分担案を作成します。また、各々の業務を遂行するための所要工数と人員数の見積をします。

③ 個店の損益モデルの作成

個店の損益を決定する主な要因を抽出し、シミュレーションを繰り返すことで適切な損益モデルを設計し、損益分岐点や初期投資回収期間などの見極めを行います。

④ 運営ノウハウ・パッケージ案の作成

②で抽出された各業務の現状の進め方をフローチャートで表し、マネジメント技術や運営方法に関する改善課題(追加ノウハウ)を明らかにします。



Phase 3 パイロットショップでのノウハウの検証

① 追加ノウハウの検証活動計画の策定

フェーズ2の「運営ノウハウ・パッケージ案の作成」において抽出した“追加ノウハウ”を検証するための活動計画を策定します。

② 検証活動のフォローアップとノウハウの見直し

策定した検証活動計画の実施状況の確認と成果の判定を行い、必要に応じてノウハウの修正案をご提示します。

Phase 4 FCシステムとビジネス・プランの構築

① 加盟条件の設定

類似FCの加盟条件や加盟店ターゲットの資金力などを考慮した上で、当該FCの加盟金、ロイヤリティ、広告分担金、契約期間、契約更新料等を設定します。

② フランチャイズ展開計画の作成

出店(地域)計画、フランチャイジー募集計画、フランチャイジー教育計画、広告宣伝計画、商品企画開発計画、本部の収益計画ならびに資金繰り計画を作成します。

Phase 5 フランチャイズ本部スタッフの整備・育成

過去のコンサルティング経験を通じて培われたノウハウに基づいて、「スタッフ募集企画の立案」「スーパーバイザーの教育研修」「人材育成システムの構築」など多面的にご支援いたします。



Phase 6

各種マニュアルの作成・整備

① 本部マニュアルの作成

- ・本部運営管理マニュアル (CI、広告宣伝、商品開発、ロイヤリティ管理)
- ・スーパーバイザーマニュアル (経営指導、加盟店研修、コミュニケーション)
- ・加盟店開発マニュアル (フランチャイジー募集、開業準備、オープン時販促活動)

② 加盟店マニュアルの作成

- ・マネジメントマニュアル
- ・マーケティングマニュアル
- ・オペレーションマニュアル

Phase 7

プロモーションツールと募集企画の作成

フランチャイズ・ビジネスのノウハウを一般の人たちにわかりやすくセールスプロモートするためのツールを作り、そのプロモーションツールを使って、どのように加盟店を獲得するのかを企画します。

Phase 8

加盟店の募集・契約活動

過去のコンサルティング経験を通じて培ったノウハウやネットワークを十分に活用して、フランチャイジー獲得のための機会を提供したり、あるいは実際に加盟店獲得の代行といった業務を行います。

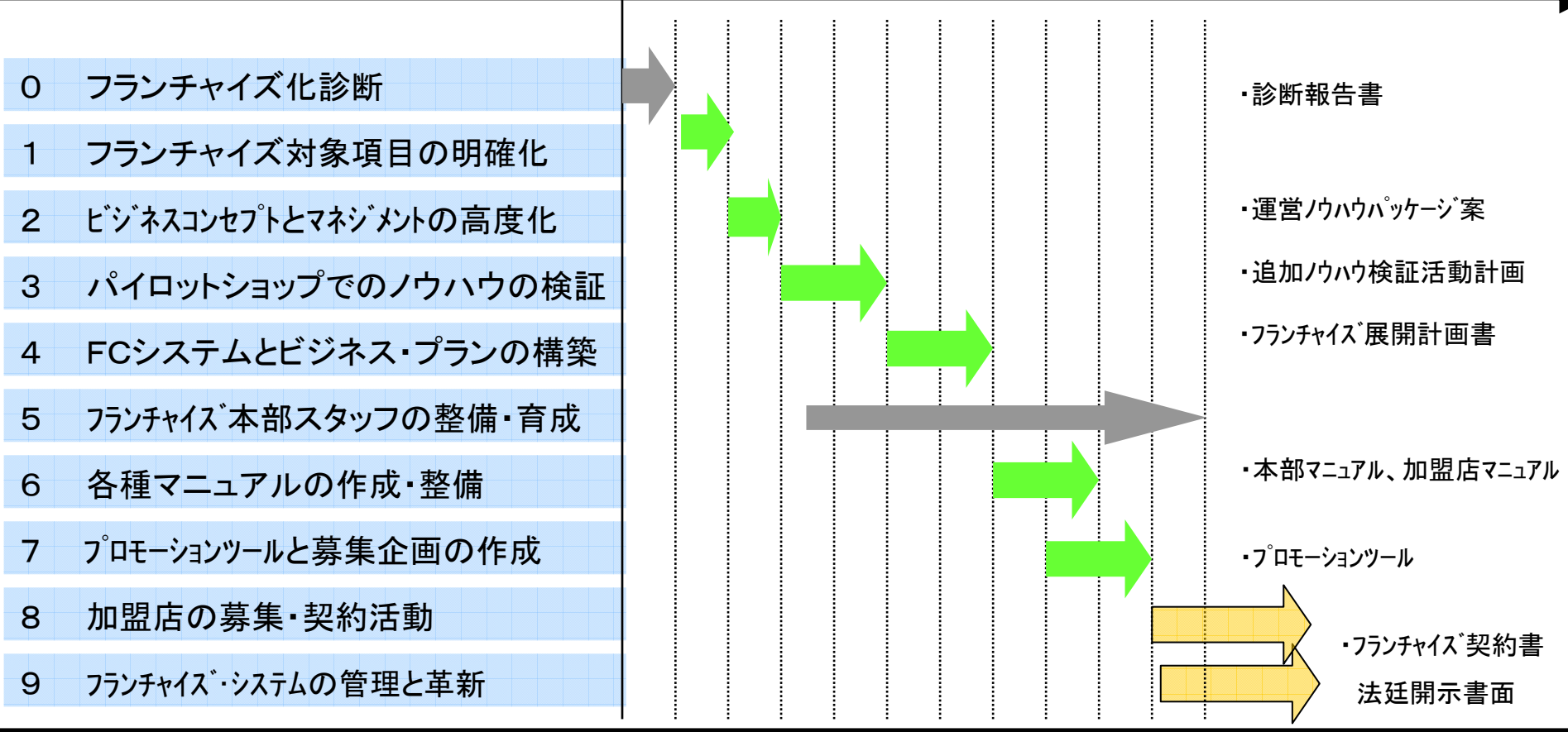
Phase 9

フランチャイズ・システムの管理と革新

加盟店の指導・管理、商品・サービスの見直しなどに関するコンサルティングを行います。



6. フランチャイズ化業務推進イメージ



→ の部分は短期プロジェクトとして実施可能です。 → の部分は一括実施が好ましい方法です。

→ の部分も含め、貴社の現状により費用算出をさせていただきます。

7. 弊社強力業務の一例



フランチャイズ・システム構築支援

- フランチャイズコンセプトの確立支援
- 事業展開の基本方針の策定
- プロトタイプ店の開発支援
- 商標権の獲得
- 店舗運営マニュアルの作成支援
- 本部運営マニュアルの作成支援
- 立地選定マニュアルの作成支援
- 加盟店開発マニュアルの作成支援
- SVマニュアルの作成支援

- フランチャイズ契約書の作成
- 法定開示書面の作成

- 加盟店研修プログラム構築
- 本部スタッフ研修の実施
- SV研修の実施
- FC開発要員研修

- 商品開発戦略の立案
- 出店戦略の立案
- 物流システムの構築
- 経営戦略の立案 など

フランチャイズ本部運営支援

- 加盟店選定基準の作成
- 加盟店開発計画の策定
- 加盟店開発ツールの作成
- 事業説明会の実施

- SV活動支援

- 加盟店オーナー会の結成支援
- 加盟店オーナー会の実施支援
- 加盟店オーナー会の研修実施
- 加盟店研修の実施 など



お問合せ先

ベストマックス株式会社

www.bestmax.com

info@bestmax.com