～会社の発展と社員の自己実現を両立する～

のれん分け制度構築セミナー

JOHSHIN PARTNERS

講師プロフィール

JOHSHIN PARTNERS

■ 氏名

株式会社常進パートナーズ　代表取締役　髙木 悠

■ プロフィール

- 店舗ビジネスコンサルタント
- 大学卒業後、外食大手フランチャイズ本部に入社。直営店舗にて店長経験を積んだ後、エリアマネージャー、フランチャイズ加盟店向け経営指導員などを歴任。数百の店舗支援やフランチャイズの仕組み作りに携わる。
- 現在は、「店舗ビジネスの社会的地位の向上」の実現に向け、店舗ビジネスの多店舗展開、FC展開、のれん分け制度構築支援を中心に活動している。
- 株式会社常進パートナーズ　代表取締役
- フランチャイズ研究会　幹事

【主な著書】

・フランチャイズマニュアル作成ガイド

・飲食店「のれん分け・FC化」ハンドブック

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

当社の基本理念

JOHSHIN PARTNERS

“企業が高収益を生み出すための仕組み作り”と

“社員が誇りを持って働ける環境作り”をサポートすることで、

店舗ビジネスの社会的地位の向上に貢献する

店舗ビジネスでは、人を通じてサービスを提供します。
すなわち、サービスを提供する人こそが、会社にとって最重要資源ともいえます。
そのため、企業発展のためには、働き手の意欲と能力を
最大限に引き出すことが必要不可欠です。
そこで、当社では上記理念に基づいた企業サポートを行っております。

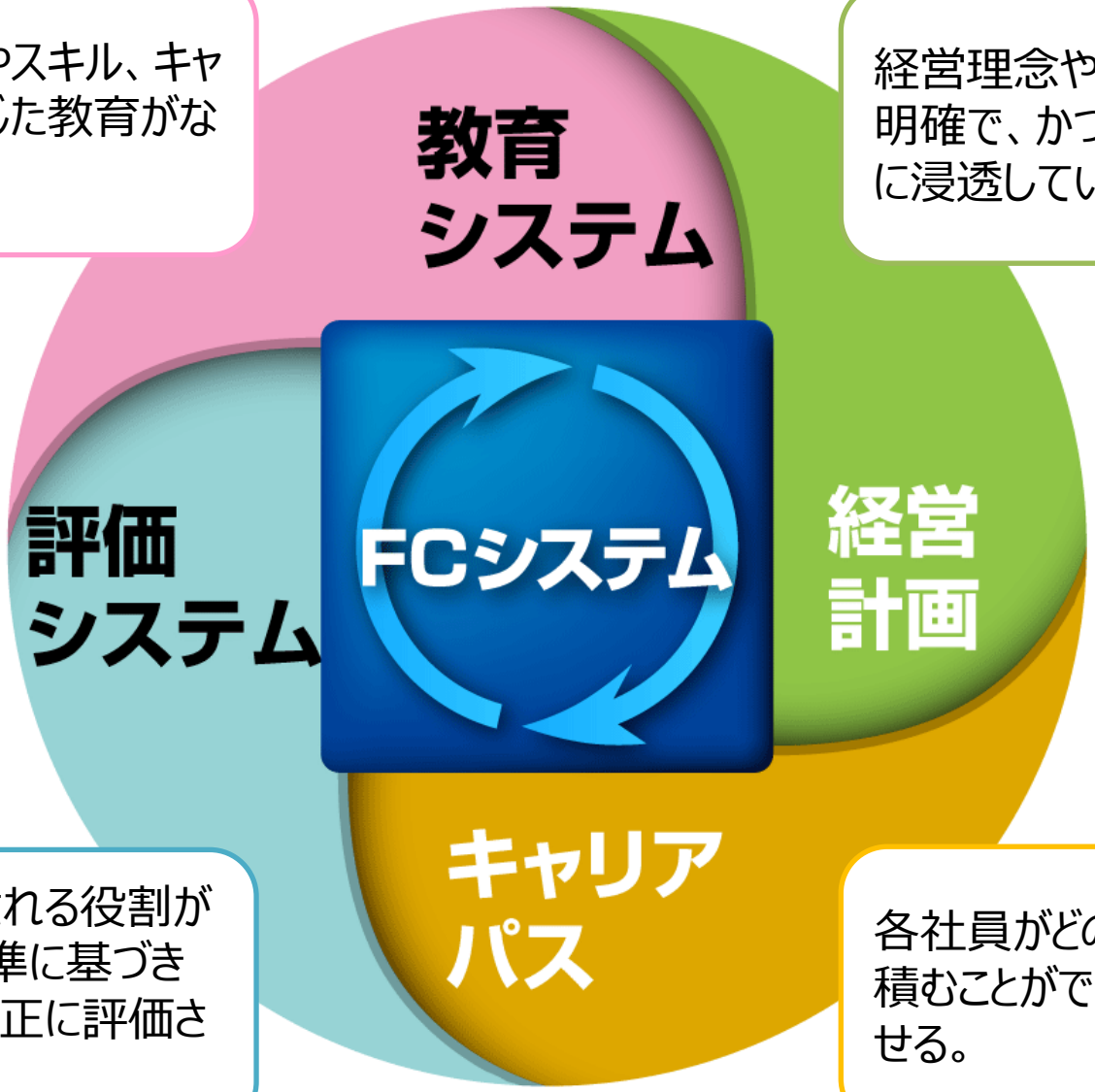
© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

当社が考える多店舗展開に必要な仕組み

JOHSHIN PARTNERS

各社員の資質やスキル、キャリアビジョンに応じた教育がなされている。

経営理念やビジョン、方針が明確で、かつそれが全社員に浸透している。



各社員に期待される役割が明確で、その基準に基づき個々の働きが適正に評価されている。

各社員がどのようなキャリアを積むことができるのかを見通せる。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

のれん分け制度が求められている理由①

JOHSHIN PARTNERS

1. 店舗ビジネスでは、従業員一人当たり売上高に限りがあり、給与アップや出世にも限界がある。結果、人材確保・定着化・モチベーションアップが難しい。

- のれん分けにより独立した元従業員は、組織の最上位職である“経営者”となる。
- 経営者は自らの努力次第で収入を増やしていくことが可能。
- 上記環境を整えることで、働く場としての魅力が高まり、人材確保・定着化・モチベーションアップを実現することができる。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

のれん分け制度が求められている理由②

JOHSHIN PARTNERS

2. 経済が成熟化し、競争が激しい現代において店舗競争力を維持するには、優秀な人材を多く確保・育成する必要があるが、これは容易なことではない。

- **独立者は、自らの人生をかけて経営に取り組むため、雇われ社員時代とは仕事に対する本気度が大きく変わる。結果、直営店と比較して店舗運営品質が飛躍的に向上する。**
- **結果、店舗競争力が高まり、収益性も格段に向上する。**

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

のれん分け制度が求められている理由③

JOHSHIN PARTNERS

3. 不確実性が増す現代では、直営店だけでの展開は資金負担が重く、事業リスクも大きい。

- **のれん分けした店舗の収益責任は独立者が負うため、急激な環境変化による業績低迷時の本部負担は減少する。結果、環境変化への適応力が増す。**
- **のれん分けでは独立者の自己資金を活用するため、本部の資金負担も軽くなる。**

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

本日の内容

JOHSHIN PARTNERS

1. のれん分けとフランチャイズの基礎知識

2. のれん分け制度の構築
- 対象者選定基準の明確化
- FCパッケージの検討・整備
- 独立形態の検討
- 独立者インセンティブの検討
- 契約書類の作成

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

「のれん分け」とは

JOHSHIN PARTNERS

- のれん分けとは、社員に対して、自社のブランドやノウハウを使用してお店を経営することを認める制度。

- 江戸時代からある制度で、長年仕えた奉公人が一人前になると、主人が奉公人の**労に対する恩返しを目的**として、独立を援助していたことがはじまり。

- 現代では、飲食業や美容業など、社員の独立志向が高い業種において、**人材採用の円滑化、社員モチベーションアップ、多店舗展開の加速などを目的**として、現代にカスタマイズされた形で取り入れられている。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

のれん分けを取り巻く環境の変化

JOHSHIN PARTNERS

【昔ながらの のれん分け】

制度導入目的が
・従業員への純粋な恩返し

従業員との
深い信頼関係

長年の奉行で
十分な経験・技術を習得

店舗への貢献度が高い
人材だけが独立

【現代の のれん分け】

制度導入目的が
・働く場としての魅力向上
・店舗展開の一手段　等

希薄な信頼関係
権利者意識

独立までの期間が短く
経験・技術習得が不十分

貢献度に係わらず独立

のれん分けを取り巻く環境は大きく変化している。
従来の信頼関係をベースにした仕組みは成り立たない。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

現代におけるのれん分けの考え方

JOHSHIN PARTNERS

昔ながらの
のれん分け精神

＋

厳格な
FCシステム

↓

現代の“のれん分け制度”
（のれん分けシステム）

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

フランチャイズビジネスの仕組み

JOHSHIN PARTNERS

フランチャイズ・パッケージ（成功する仕組み）の提供
ブランド、経営ノウハウ、経営支援

本部
（フランチャイザー）

継続的な事業開発

FC契約

加盟者
（フランチャイジー）

資金投入
事業運営

対価の支払い
加盟金、ロイヤリティ

FCビジネスの仕組みについて本部が理解するのはもちろん、
独立者にも理解してもらうことが大切。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

フランチャイズとのれん分け

FCとのれん分けの本質的な違いは、
本部と加盟者の間の信頼関係の有無。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

のれん分けのタイプ

JOHSHIN PARTNERS

従来型

- 長年会社に貢献してくれた従業員に対して、その独立を支援するモデル

⇒いわゆる“昔ながらの のれん分け”で、仕組みは比較的シンプル

キャリア形成型

- 会社が従業員の将来の選択肢として、のれん分けによる独立というチャンスを提供する労務管理上の仕組み

⇒採用から独立までの一連の流れの仕組み化や本部のリスクを回避できる仕組み構築をする必要あり

自社が導入したいのれん分け制度がどちらのタイプか確認をしたうえで、制度設計に取り掛かること。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

1. のれん分けとフランチャイズの基礎知識

2. のれん分け制度の構築

- 対象者選定基準の明確化
- FCパッケージの検討・整備
- 独立形態の検討
- 独立者インセンティブの検討
- 契約書類の作成

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

のれん分け制度構築の進め方

JOHSHIN PARTNERS

①対象者選定基準の明確化

②FCパッケージの検討・整備

③独立形態の検討

④独立者インセンティブの検討

⑤契約書類の作成

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

独立対象者を見極める際の着眼点

JOHSHIN PARTNERS

①経営者としての資質

- 独立後は、元従業員は独立した事業体となり、本部と対等な立場となります。他責思考、依存思考で成功することはあり得ません。

②本部の価値観や志に対する理解度

- 価値観や志が共有できていれば、多少の問題は信頼関係で乗り切れます。これらが共有できていないと、儲からなかった際にほぼ確実にトラブルが生じます。

③（おまけ）オペレーション能力

- オペレーション能力が高いからといって店舗経営が上手くいくわけではありません。①②と③の本質的な違いを理解することが大切です。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

独立対象者としてふさわしくない人

JOHSHIN PARTNERS

□経営者に向いていない人

- 上手くいかないことを他人のせいにする
- のれん分けすれば、成功すると思っている
- 困ったときには、何でも本部が助けてくれると思っている
- 経営やFCについて勉強しない

□本部の価値観や理念を共有できない人

- 自分でブランド作りやメニュー開発をしたい
- 自分流に固執している

『良い本部』と言われるFC本部であればあるほど
加盟店審査基準が厳しいことを心得ること。
トラブル防止の最大のポイントは、“対象者の見極め”です。

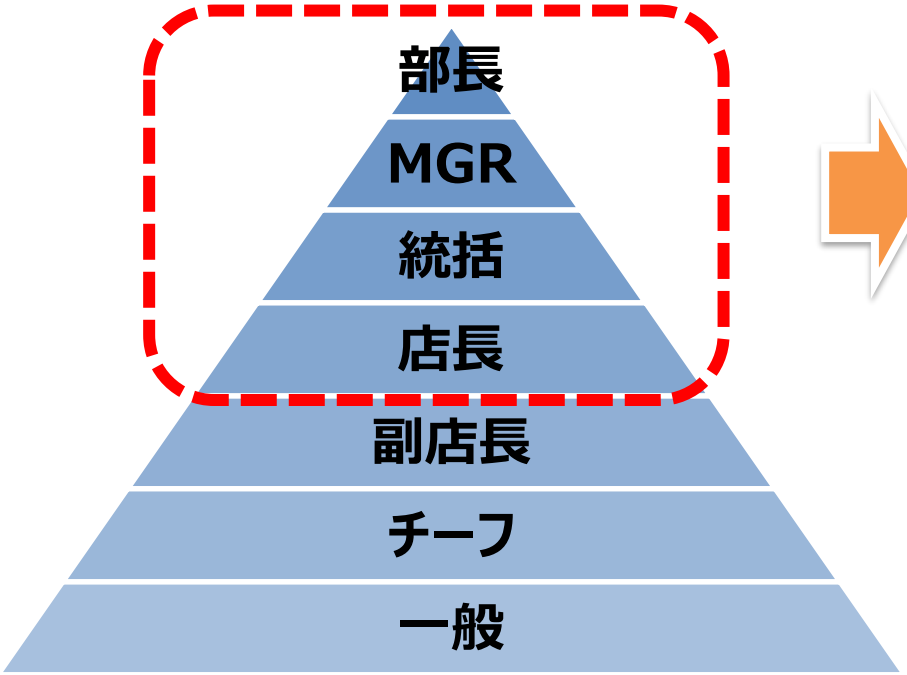
© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

のれん分け制度と人事評価制度の関係性

JOHSHIN PARTNERS

（例）

【人事評価基準】



【のれん分け基準】

勤務年数　●年以上
自己資金　●円以上
社長面談で独立が認められる　等

人事評価制度とのれん分け制度を組み合わせることで、
様々な人材の志向に対応できるキャリアパスとすることができます。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

JOHSHIN PARTNERS

①対象者選定基準の明確化

②FCパッケージの検討・整備

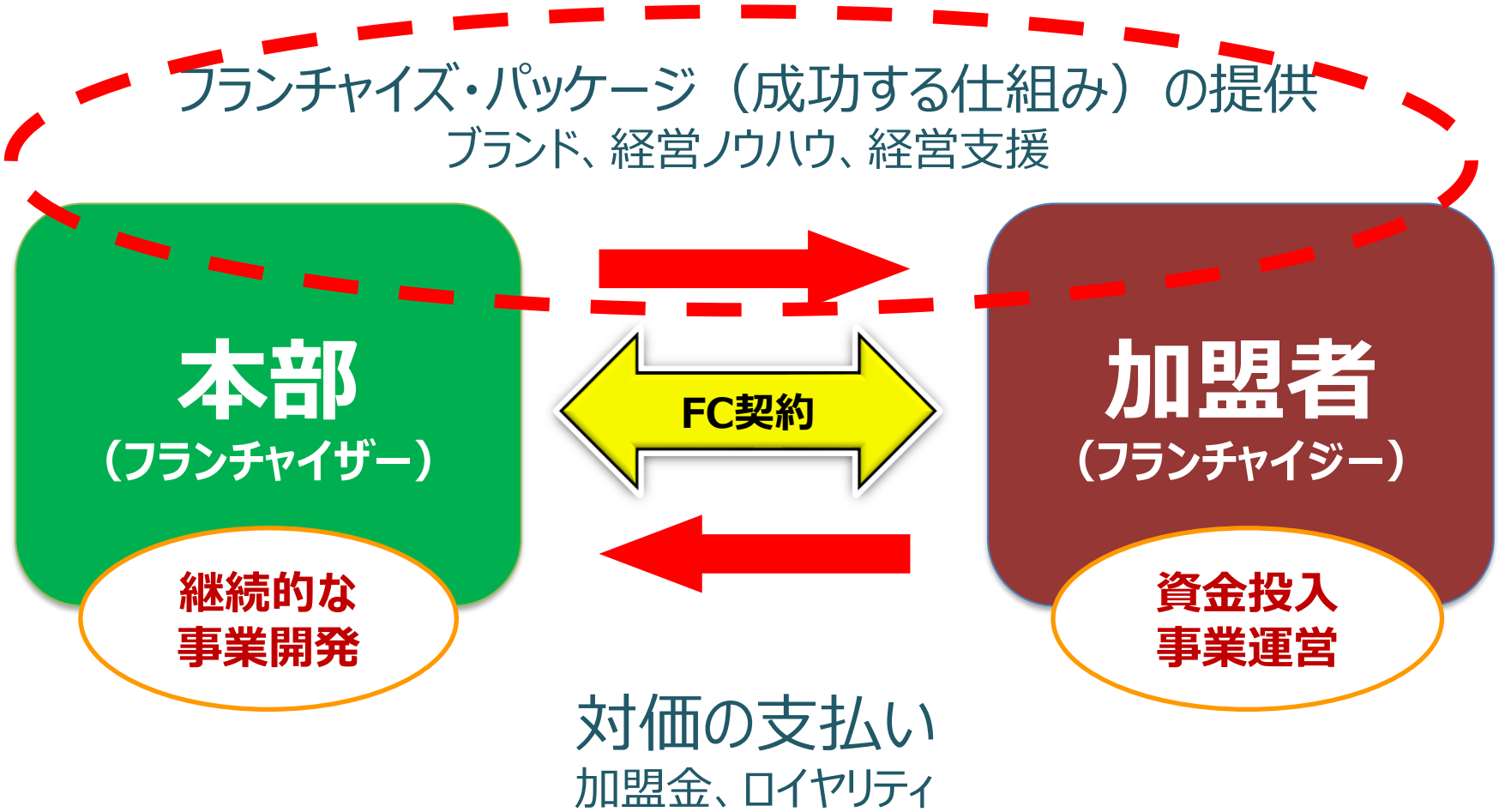
③独立形態の検討

④独立者インセンティブの検討

⑤契約書類の作成

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

フランチャイズパッケージとは



FCパッケージとは、本部が独立者に対して提供するサービス（≒成功する仕組み）のことを指します。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

フランチャイズパッケージの5大要素

JOHSHIN PARTNERS

①商標使用許諾

- ブランド価値のある商標の使用許諾

②ノウハウ（マニュアル）提供

- 事業成功に不可欠なノウハウの提供

③商材提供

- 事業に必要な独自商品の供給

④開業指導

- 経営未経験者でもスムーズに開業できるようにするための指導

⑤経営指導

- 加盟者の経営安定のための指導

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

①商標使用許諾

JOHSHIN PARTNERS

- 商標とは、事業者が自己の取り扱う商品・サービスを他人のものと区別するために使用するマーク（識別標識）。

- **FC展開には商標登録が不可欠**
  - 商標使用許諾はFC契約の一つの柱であり、加盟金やロイヤリティに対する提供価値の一部

- 商標は、**業種の商品区分**（例えば、飲食業は43類、美容系は44類など）に加え、念のため**35類（経営指導）**も登録すること。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

②ノウハウ（マニュアル）提供

JOHSHIN PARTNERS

加盟金の対価としてノウハウ開示の具象化

- ノウハウはマニュアル化して初めて可視化されます。マニュアルがなければトラブルが発生した際にノウハウの提供に疑義が生じる恐れがあります。

人材育成のテキスト

- マニュアルは教育、研修などの基本テキストとなります。マニュアルがなければ体系的な教育が困難です。

本部業務のコンプライアンスの保証

- 加盟店がトラブルを起こした時、本部も責任を問われることがあります。そのような際、マニュアルが本部を守ってくれることがあります。

業務標準化の手段

- マニュアル作成を通じて、業務そのものを標準化することができます。

FCやのれん分けにおけるマニュアルは様々な役割を果たすため、しっかりとしたマニュアルを整備しておくことが大切。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

②ノウハウ（マニュアル）提供

JOHSHIN PARTNERS

理念	• チェーン理念／行動指針 • ブランドコンセプト • ハウスルール　等
運営	• 接客／調理（サービス） • オープン／クローズ作業　等
管理	• 管理者の役割／求められる資質 • 売上／利益／現金管理 • 人材／安全／危機管理　等

運営マニュアルがあることは最低条件。
実務的には理念・管理マニュアルが不可欠。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

③商材提供

JOHSHIN PARTNERS

- 本部を経由して、店舗運営に必要な商材を供給する。
  - ロイヤリティに次ぐ本部収益の柱とすることが可能。
  - 表面に現れないため、ロイヤリティと比べて独立者の負担感は少ない。

- 特に、**チェーンとして核となる商材については、本部からの購入を義務付ける**ことが一般的。
  - ラーメン店のスープ等が該当。
  - ただし、根拠なく本部からの購入を義務付けると独占禁止法に定められた「優越的地位の濫用」に該当するリスクがあるため注意が必要。

- ただし、商材提供者としての責任が生じる点を認識すること。

FCシステムは独占禁止法や中小小売商業振興法等の制約を受ける。
契約書に書いてあることが必ずしも有効とはならない。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

④開業指導

JOHSHIN PARTNERS

- FCの開業指導の主な項目は、立地選定、店舗設計（及び施工）、教育研修、その他開業全般のアドバイスとなる。

- のれん分けの場合、既存の直営店を使用することが多く、かつ必要な技術を習得していることが前提となるため、**主な支援内容は経営的側面（事業計画策定、資金調達、開業サポート等）**となる。

- 売上や収益性の予測値を提示するケースもあるが、トラブルリスクを低減するためにも、**初期段階においては予測は提示せず、実在店舗の実績値や全店平均値の開示に留めることが望ましい。**
  - 本部は加盟者に対して売上予測値を積極的に開示する義務はないが、開示する場合は客観的・合理的根拠に基づいて提示する義務がある。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

⑤経営指導

JOHSHIN PARTNERS

□開業後、定期的に店舗を訪問して指導すること。

□**経営指導は、ロイヤリティに対する主な提供価値**となる。

- 経営指導の質が悪いとサービス品質にばらつきが生じるため、経営指導する内容を明確化しておく必要あり。

□**独立者との信頼関係維持のためには定期的な経営指導が不可欠。**

- 独立後にも信頼関係を維持するためには、一定量の接点を持ち続けることが重要。
- 定期的な経営指導が無い場合、独立者から「本部が何も支援してくれない」と感じられたとしても仕方がないものと心得る。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

パッケージの一例

JOHSHIN PARTNERS

	フルパッケージ型	開業請負型	ステルスFC型
商標使用許諾	○	×	×
ノウハウ提供	○	○	○
商材提供	○	×	○
開業指導	○	○	○
経営指導	○	×	○
特徴	決まったパッケージのもと、開業から運営まで継続的に本部の支援・指導を受けるタイプ。	開業支援コンサルティングの形態。開業までを専門に扱い、継続的なサポートはない。一般的にロイヤリティは発生しない。	ブランドが統一されていないため、一定の範囲内では独立者の裁量で経営が可能。

のれん分けといってもその中身は千差万別。
自社の目指す姿や業態特徴を踏まえて最適なパッケージを
構築することが大切です。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

対価の種類

JOHSHIN PARTNERS

①イニシャル・フィー

- 独立者が本部に対して支払う初期費用。
- のれん分けを行う際、本部が独立者に対して提供するサービス（商標使用許諾、マニュアル提供等）に対する対価
- **加盟金、研修費、開業コンサルティング料**など

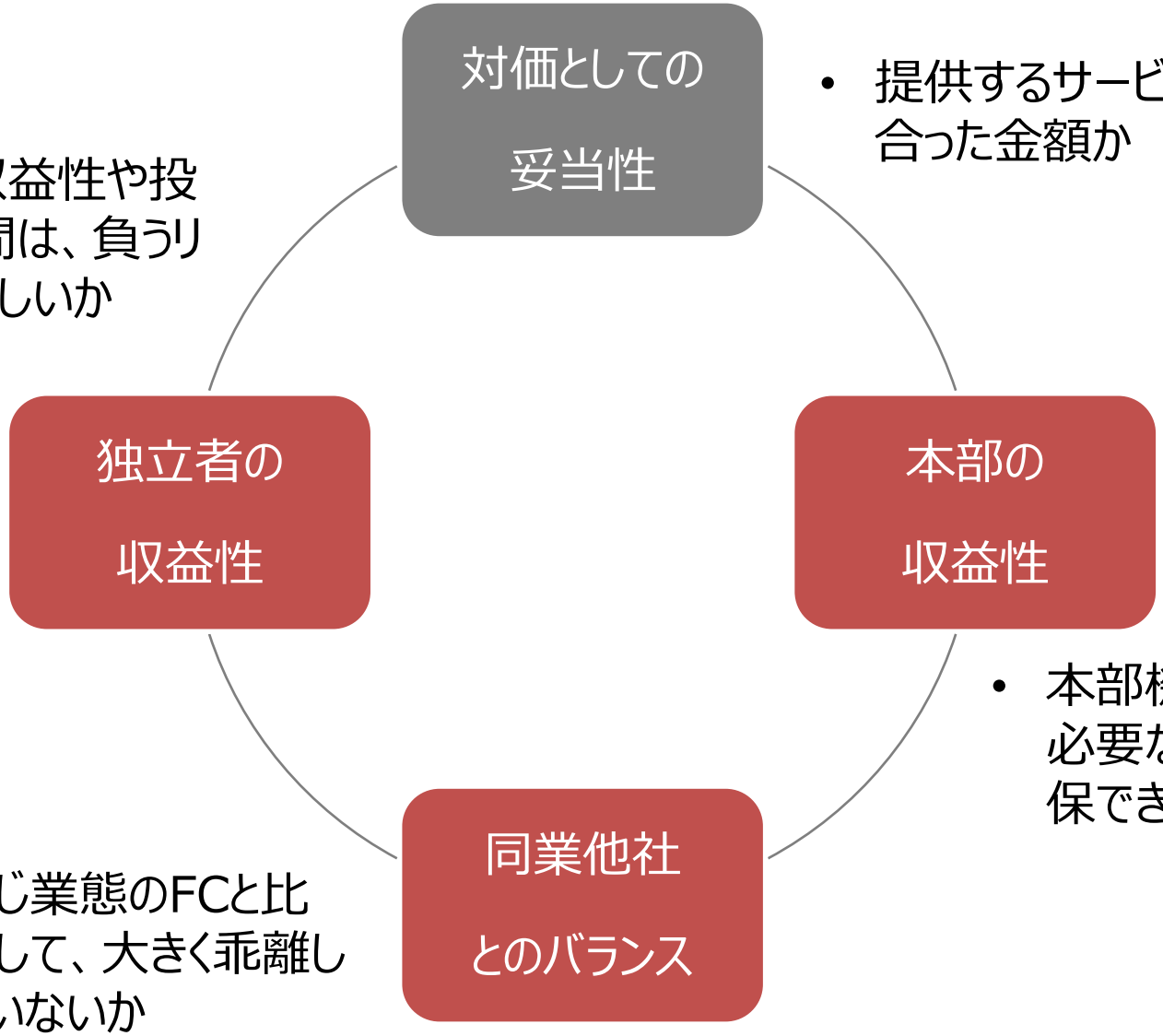
②ランニング・フィー

- 独立者が本部に対して継続的に支払うこととなる費用。
- 独立後、本部が継続的に提供するサービス（継続的な経営指導、商標使用、販促企画等）に対する対価
- **ロイヤリティ、ブランド使用料、共通販促費**など

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

加盟金やロイヤリティの考え方

JOHSHIN PARTNERS



- 提供するサービスに見合った金額か
- 本部機能の維持に必要な収益性を確保できているか
- 同じ業態のFCと比較して、大きく乖離していないか
- 独立者の収益性や投資回収期間は、負うリスクにふさわしいか

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

加盟金やロイヤリティの考え方

JOHSHIN PARTNERS

① **モデル店舗の償却前営業利益率の半分**を基準とし、業界水準等と比較してロイヤリティを仮設定。

② 自社がいただきたい金額と業界水準を踏まえ、加盟金を仮設定。

③ ①で設定したロイヤリティ控除後のモデル店舗償却前営業利益で初期投資（②加盟金含む）回収期間を計算。

投資回収期間の計算式
⇒ 初期投資 ／ ロイヤリティ控除後モデル店舗償却前営業利益

④ **初期投資回収期間が3年以内**となるようにロイヤリティ、加盟金を調整

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

ロイヤリティは固定額か、対売上比率か

JOHSHIN PARTNERS

		メリット	デメリット
固定額	本部	• 管理が楽 • 独立者店舗の売上減少時にも必要利益が得られる	• 独立者のモチベーションアップが収入に結びつかない
	独立者	• 努力して売上を伸ばすほど、加速度的に収入が増える	• 売上不振の場合に経営が苦しくなりやすい
対売上比率	本部	• 独立者のモチベーションアップが収入に直結する	• 管理が煩雑 • 独立者の売上把握に限界があり、ロイヤリティをとりっぱぐれるリスクあり
	独立者	• 売上不振の場合にロイヤリティ負担が減少する	• 頑張って売上を伸ばせば伸ばすほどロイヤリティ負担も増加する

本部と独立者の対等な関係性という観点では
対売上比率方式が望ましい。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

JOHSHIN PARTNERS

①対象者選定基準の明確化

②FCパッケージの検討・整備

③独立形態の検討

④独立者インセンティブの検討

⑤契約書類の作成

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

独立形態の種類

JOHSHIN PARTNERS

新規店舗

・独立者の自己資金で新規店舗を立ち上げる方式

既存店譲渡

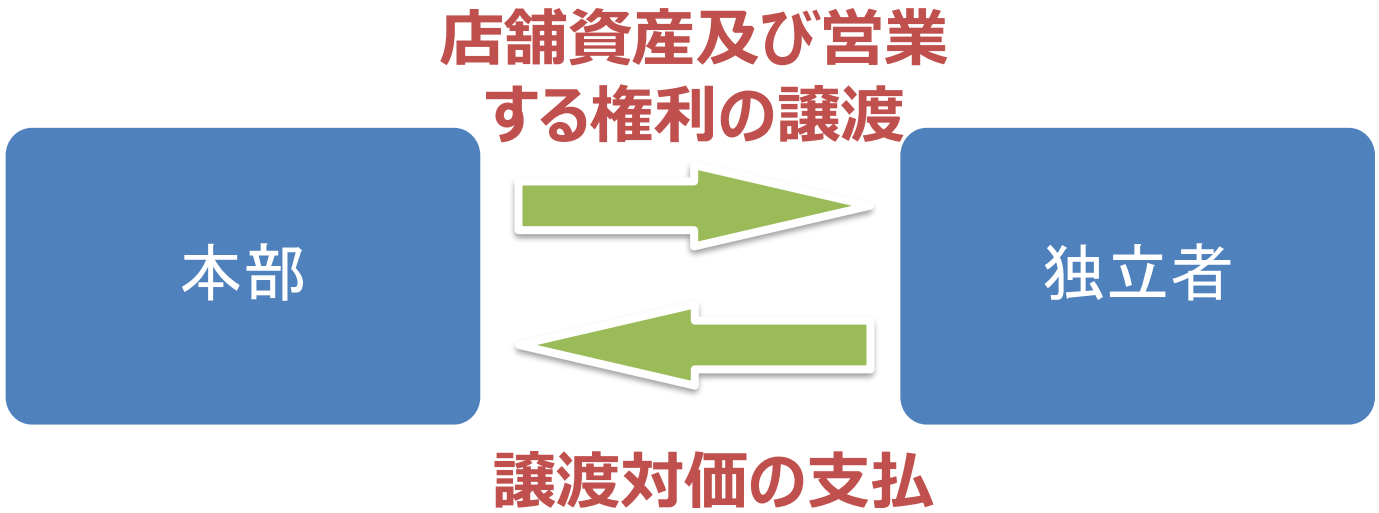
・本部の既存店舗を買い取る方式

一部機能委託

・ 本部の店舗を貸して、経営や運営を委託する方式

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

既存店譲渡とは



- 本部が保有する店舗を経営する権利及び必要な資産一式を独立者に譲渡する方式です。
- 独立者は、実績のある店舗を引き継げるメリットがあります。
- 一方、本部に対して店舗の譲渡対価を支払う必要があり、対象店舗の利益率が高ければ高いほど、譲渡対価の金額は高額になります。
- **譲渡対価をいい加減に設定することは不要な税務リスクを抱えることになるため注意が必要です。**

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

譲渡価格算定の考え方

JOHSHIN PARTNERS

□基本的な考え方

譲渡資産の簿価
（未償却残高）

＋

営業権

□営業権の計算方法

- 適性な営業権価額を算定するルールはありません
- 一般的に利益の1～5年分と言われています。
  →実務でよく目にするのは2～3年程度
- 税務リスクを避けるためには税理士等専門家への依頼が必要

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

委託契約のパターン

JOHSHIN PARTNERS

経営委託

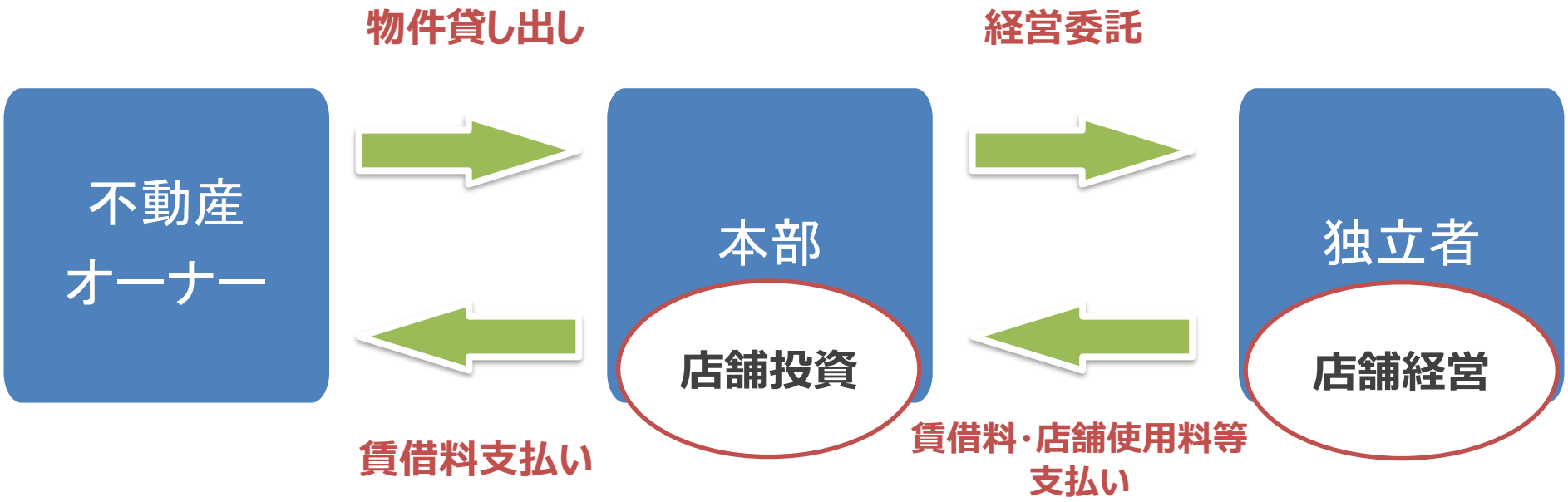
- 本部が保有する店舗の経営を委託するモデル
- 転貸（又貸し）に近い形態
- 独立者が事業主となるため、店舗売上は“独立者”に計上される
- 店舗使用料を取る場合、店舗機能維持は所有者の義務

運営委託

- 本部が経営する店舗の運営機能のみ委託をするモデル
- 本部が事業主となるため、店舗売上は“本部”に計上される
- 独立者の努力次第で取り分が決まる方式（営業利益の〇%など）とすることが一般的
  →元従業員の独立性が問題となる

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

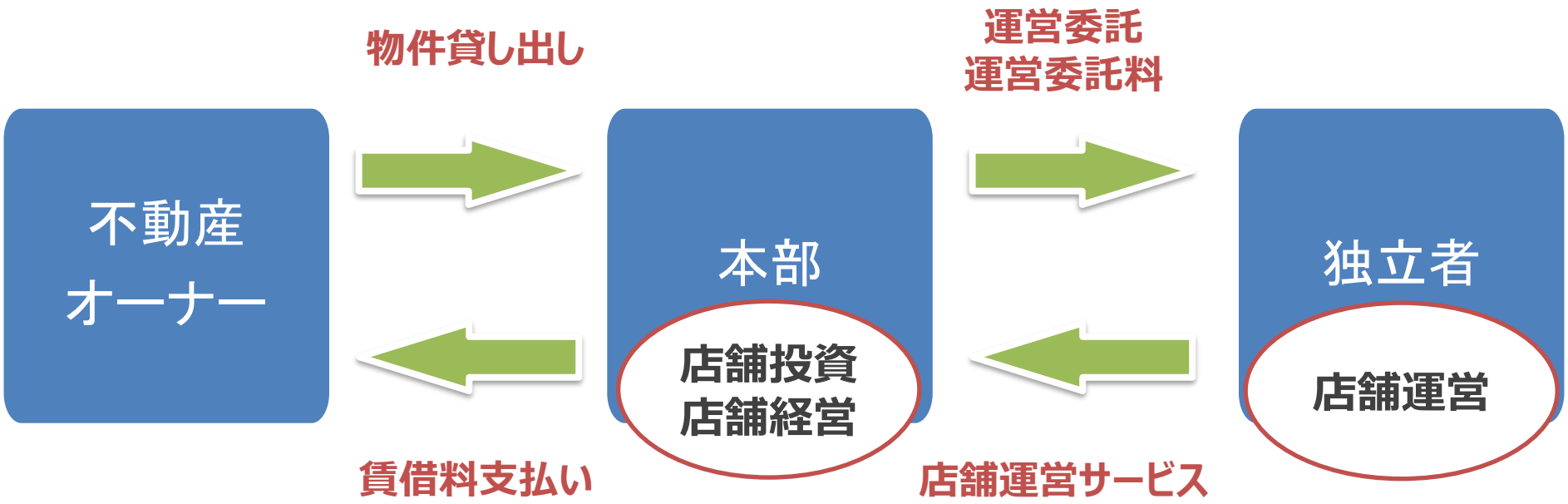
経営委託とは



- 経営委託とは、本部が不動産オーナーから店舗を賃借し、そこに業態運営に必要な投資を行ったうえで、当該店舗での経営を独立者に委託する方式です。
- 独立者は、最低限の初期資金で独立開業できるメリットがあります。
- 一方、本部に対して店舗使用料等を支払わなければならない点はデメリットとなります。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

運営委託とは



- 運営委託とは、本部名義で経営する店舗の運営や管理を独立者に委託する方式。
- 独立者は、自ら従業員を雇用して、本部方針に従い店舗を運営する。
- 本部はのれん分けしても売上が減少せず、独立者は最低限の初期資金で独立開業できるメリットがある。
- 一方、独立者の独立性という点が問題となる。本部による制約が強い場合、実質的に労働者と判断されるリスクもある。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

独立形態別のメリット、デメリット

JOHSHIN PARTNERS

	メリット	デメリット
新規店舗	• 最もシンプルな形態であり、トラブルリスクは最小	• 従業員が独立に必要な資金を用意できず、実質的に不可能なケースが多い
既存店譲渡	• 実績のある店舗を引き継げるため、独立者の成功確率が高い • 本部は売却資金を得ることができる	• 大きな利益を生む店舗の場合、営業権の金額が高額になる • 譲渡価額算定等、複雑な問題が生じる
一部機能委託	• 独立者の自己資金が無くても、独立させることができる	• 独立者の店舗は本部経営から完全には分離されないため、本部の抱えるリスクは少なくない

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

独立形態の組み合わせ例

JOHSHIN PARTNERS

自社がのれん分け制度を通じて独立者に実現して欲しい姿を明確化し、そこに向けて、各方式を組み合わせて制度構築していくことが望ましい。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

JOHSHIN PARTNERS

①対象者選定基準の明確化

②FCパッケージの検討・整備

③独立形態の検討

④独立者インセンティブの検討

⑤契約書類の作成

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

独立者に対するインセンティブの一例

JOHSHIN PARTNERS

①金銭的な負担の軽減

- 加盟金、保証金、ロイヤルティ等の金銭的な負担を低減する

②資金調達の支援

- 開業資金の調達を支援（直接貸し付け含む）する

③人材面のサポート

- 独立後、人材不足が生じた際などにスタッフを貸し出す

元従業員の労を報いるため、通常のFCに無い
インセンティブが付与されるケースが多い。
ただし、内容は慎重に検討することが望まれる。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

資金調達支援の種類

JOHSHIN PARTNERS

① 事業計画作成などの間接的な支援

- 資金調達に必要となる事業計画書の作成や、金融機関等との交渉をサポートする。
- 最も基本的なサポート内容といえる。

② 委託方式の活用

- 経営委託や運営委託方式により、本部所有の店舗を貸し出して独立させることにより、独立者の初期投資負担を減らす。

③ 本部による直接貸付または保証

- 本部または経営者が直接貸し付ける、または連帯保証人となる方法。
- 安易な直接貸付・保証はトラブルのもと。メリット・デメリットをよく検討した上で導入をすること。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

JOHSHIN PARTNERS

①対象者選定基準の明確化

②FCパッケージの検討・整備

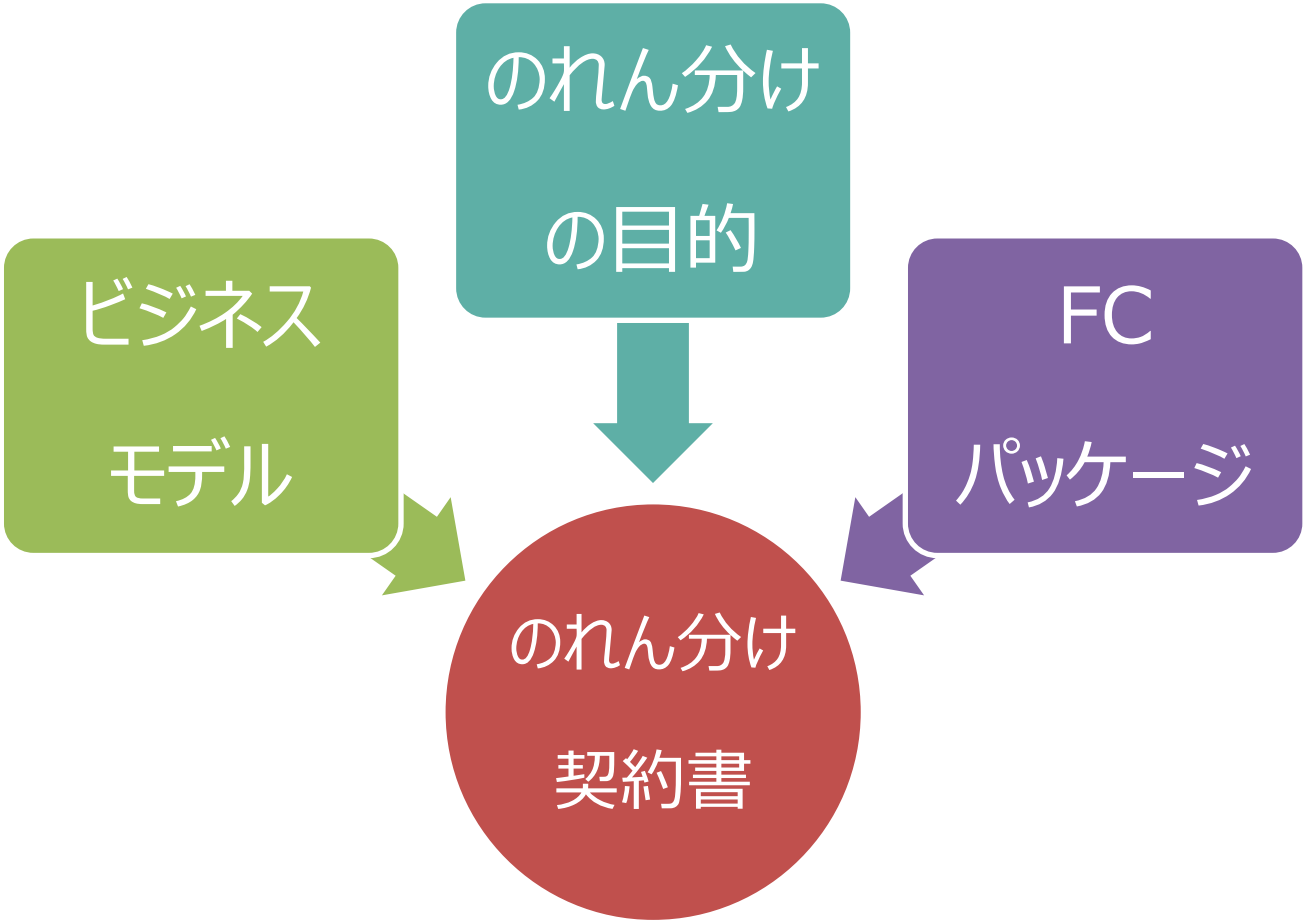
③独立形態の検討

④独立者インセンティブの検討

⑤契約書類の作成

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

のれん分け契約書の考え方



本部によって契約書の内容は千差万別。
サンプル・他社契約書の流用等は避けましょう。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

のれん分け契約書作成のポイント

JOHSHIN PARTNERS

ビジネスモデルやFCパッケージのポイントを漏れなく盛り込む

- ビジネスモデルやFCパッケージを明確化し、当ビジネスが競争優位性を維持する上で本部がサポートすべきことや独立者が守るべき事項を、漏れなく契約書に反映させましょう。

本部と独立者は対等な関係性であることを意識する

- 元従業員との契約であるため、**自己責任の原則**や**違約金規定**を設けないケースがありますが、そのような温情は独立者のためになりません。

ノウハウ・顧客基盤の保護を意識する

- FCではノウハウや顧客基盤の流出が起こりがちです。**ブランド使用規定、秘密保持義務、競業避止義務、顧客情報の帰属規定**等により流出を防止することが大切です。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

のれん分け制度設計シート

JOHSHIN PARTNERS

① 何のためののれん分け制度か？

- 社員の長年の労に報いるため？
- チェーン拡大のため？
- 働く場としての魅力アップのため？
- 飲食業界の発展のため？
- etc…

② のれん分けを実施して5年、10年後に目指す姿は？

① 年商、店舗数、展開エリア、第三者FC展開の有無等

③ １，２を踏まえ、各項目を設計する

のれん分け制度設計シート

目的 （何のための制度か）	
目標 （5年後、10年後の目指す姿）	
制度の対象者	1) 勤続年数　年以上 2) 店長経験　有 ・ 無 3) 自己資金　万円以上
資金調達支援	1) 間接的支援（計画作成など）　有 ・ 無 2) 直接貸し付け　有 ・ 無 3) 社内預金制度　有 ・ 無
独立店舗形態	1)新規開店 -本部が物件探索 -独立者が物件探索 2)既存店譲渡 -独立者が働いていた店舗 -その他店舗（不振店等）
本部提供機能	1) 商標使用許諾　有 ・ 無 2) ノウハウ（マニュアル）提供　有 ・ 無 3) 開業サポート　有 ・ 無 4) 継続的な経営指導　有 ・ 無 5) 商材提供　有 ・ 無
契約形態	1) FC契約 2) FC契約＋譲渡契約 3) FC契約＋委託契約 -経営委託 -運営委託
収益性	1) 初期投資総額 2) 月間標準売上 3) 月間標準原価・粗利益 4) 月間営業利益
加盟条件	1) 加盟金　有 ・ 無 2) ロイヤルティ　有 ・ 無 3) 保証金　有 ・ 無 4) その他（システム使用料・共通広告宣伝費など）　有 ・ 無

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

のれん分けから本格FC展開へ

JOHSHIN PARTNERS

- FC事業開始直後の加盟店開発はFC展開の最重要＆最難関課題です。

  要因： 数百～数千万単位の投資が必要なFC加盟の第一号となるのは相応のリスクを伴う

- FC展開を加速させるためには、早期に「加盟店第1号」を作ることがとても重要です。

- 最近では「のれん分け制度」によって実績を作ったうえで、FC展開に乗り出す企業も出てきました。

FC業界が拡大を続ける現代においては、
のれん分け制度からFC事業に発展させる方法は有力な手段です。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

FC展開のメリット

JOHSHIN PARTNERS

- **加盟者の経営資源（ヒト、カネ）を活用**して事業展開することができるため、直営展開と比べて**スピーディーに店舗展開**を進めることができる。

- **加盟金やロイヤリティ収入**を得ることにより**安定した経営基盤**を実現できる。

- FC加盟店の**収益責任は加盟者が負う**ため、直営方式と比較して**環境変化への対応力**が高い。

- 加盟店の**雇用責任は加盟者が負う**ため、本部は**人員確保のストレスから解放**される。

- 仕入、店舗工事、システム導入などで取引先との交渉力が高まり、**規模のメリットを享受**できる。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

のれん分け・FCに必要な機能

JOHSHIN PARTNERS

のれん分け	• 再現性のある成功システム • 契約書（のれん分け、委託等） • 商標 • マニュアル • SV機能
フランチャイズ	• 加盟店開発機能 • 業態開発機能 • 教育システム • 物流システム • 情報システム • 立地評価・売上予測システム • 設計・施工体制　等

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

のれん分けからはじめるFC展開の進め方

JOHSHIN PARTNERS

再現性のある成功システムの開発

- ３店舗２年運営の実績

必要最低限の仕組みや機能を整備

- FCの核となる商標登録、SV機能、マニュアル、契約書整備

のれん分けでFC展開スタート

- 信頼関係のある従業員に対するFC展開

第三者加盟に向けたFC展開の準備

- 第三者加盟に向け、不足している仕組みや機能の整備

本格的なFC展開スタート

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

本セミナーの受講者特典

JOHSHIN PARTNERS

（１）のれん分け制度構築の手引き（PDF）

（２） のれん分け制度設計シート（PDF）

（３）無料個別相談サービス

（１） （２）については、アンケートへ回答いただいたことを確認後、
お申込みいただいたアドレス宛にデータをお送りいたします。
（３）については、アンケートに希望有無をご記入ください。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

ありがとうございました

本セミナーをご視聴いただいた皆様が、
自社にふさわしいのれん分け制度を構築し、
会社の発展と社員の自己実現を達成されることを
心より祈念いたします。

株式会社 常進パートナーズ
〒102-0083
東京都千代田区麹町2丁目10番3号
寺田麹町ビル２Ｆ
TEL　03-6869-3281
e-Mail　info@johshin.co.jp
HP　www.johshin.co.jp

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.