～小さくはじめて、大きく伸ばす～

フランチャイズ展開の仕組み

JOHSHIN PARTNERS

プロフィール

JOHSHIN PARTNERS

株式会社常進パートナーズ
代表取締役　髙木 悠（たかき　ゆう）

■プロフィール

- 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。

- 「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。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

FCに関わることになった経緯

JOHSHIN PARTNERS

- 当時のR社は、FC機能（加盟店募集、立地開発、SV等）をV社に委託。
- しかし、V社は「エリアエントリー契約問題」で加盟店との訴訟多発。
- また、店舗拡大に偏った本部運営の結果、多くの加盟店との関係性に問題が発生。
- 上記を踏まえ、R社はV社との契約を解消し、FC本部機能を内製化することに。
- その時期に直営マネージャーだった高木は、FC事業部へ移籍をして、FC本部の立て直しを経験。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

小規模フランチャイズの実績は業界　NO1

JOHSHIN PARTNERS

- 小規模FC（社内FC含む）のサポート実績は**200社**超

- 唯一**小規模FCに特化したセミナー**を定期開催
  （過去3年で開催実績50回超）

- 唯一の**「小規模フランチャイズ専門書籍」**を執筆

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

JOHSHIN PARTNERS

みなさんはフランチャイズと聞いて
どのようなイメージを持ちますか？

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

よくあるイメージ

JOHSHIN PARTNERS

- トラブルが多い印象…
- 本部が加盟者から搾取する仕組み…
- 急拡大して数年経つと消えていく本部が多い…

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

私自身、フランチャイズ本部で働いている時には、

フランチャイズシステムはひどいシステムなので、
フランチャイズには二度と関わらない！

と心に誓っていました。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

当時のFC業界の常識

FCシステムとは、**他人資本を活用してスピーディーに100店舗超の多店舗展開をする**ことで

- 市場での地位確立
- スケールメリットの享受
- 高収益体質の確立
- 盤石な財務基盤の構築

などを実現することが目的とされていました。

しかし、そこには重大な落とし穴が…

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

SV時代の経験①

JOHSHIN PARTNERS

- 店舗数は加速度的に増えたものの、**店舗数の増加とともに1店舗当たりの売上は低迷**。結果、店舗数は減少に転じ、加盟店の不満が募る…

- 収益性が低下した分、加盟店獲得ハードルが上昇。営業担当は、**加盟店を獲得するため実態から乖離したセールストークを展開**。結果、不満を持つ加盟店が激増…

- **本部に対して不満を持つ加盟店が多数存在**し、会うたびに本部に対する不平不満を言われることも。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

SV時代の経験②

JOHSHIN PARTNERS

- 出店目標の達成が優先され、**加盟店との理念共有は軽視**される。
- 出店スピードの速さに対して**本部のサポート体制整備が追いつかず、加盟店は野放し**状態。
- 結果、店舗では様々な問題が発生。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

発生した問題の一例

JOHSHIN PARTNERS

- 業績不振の加盟店オーナーから**「私はあなたたちのお客様なんだから、なんとかしろ！」**と問い詰められる。

- 新メニューを**「手間がかかるから」「こんなのうちの店で注文する人いないから」などと勝手に取り扱い中止。**

- **QSCレベルが著しく低い店舗が多数発生。**

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

FCシステムの現実

JOHSHIN PARTNERS

- 仮に加盟店が契約違反をしていたとしても、いきなり「契約書に書いてあるから改善しろ」等というと関係性が悪化する可能性が高く、**よほどひどい契約違反でない限り、すぐに契約書は持ち出せない**。

- 結果、加盟店で起きる様々な問題は、**SV個人のコミュニケーション能力等で切り抜ける**ほかない

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

当時の高木からみたFCシステムの常識

JOHSHIN PARTNERS

- 出店目標達成を最優先し、現実を無視した加盟店開発（実態よりもよい収支モデルの提示、サポート体制無視等）
- 本部と加盟者間の希薄な信頼関係
- 本部の理念やルールを無視した加盟店の存在
- もめたらSV個人のマンパワーで解決

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

当時の高木が感じたこと

JOHSHIN PARTNERS

フランチャイズ展開に成功すると
本部の店舗と売上・利益は増えるけど、
多くの人（自分も含め）を不幸にしてない？

フランチャイズの仕組みって破綻してない…？

二度とフランチャイズには関わらない！

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

フランチャイズシステムの必要性

JOHSHIN PARTNERS

- 独立当時はフランチャイズには関わらず、店舗ビジネスの業績改善を主たる事業領域に設定。
- しかし、多くの中小企業の経営に接する中で**「直営店による店舗展開の限界」**に気がつく。
- その解決手段として**現代におけるフランチャイズシステムの必要性**を痛感する。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

いま、FCシステムが求められている理由①

JOHSHIN PARTNERS

1. 経済が成熟化する中、「ヒトが競争力の源泉」となっているが、直営方式で優秀な人材を多く確保・育成するのは至難。

FCシステムを導入すると…

- **人生をかけた加盟店経営者がマネジメントするため、直営店と比較して店舗運営品質が向上する。**
- **結果、店舗競争力が高まり、収益性も向上する。**

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

いま、FCシステムが求められている理由②

JOHSHIN PARTNERS

2. 現代では“人手不足”が事業継続・拡大の最大リスクであり、直営方式はその影響を強く受ける。

FCシステムを導入すると…

- **雇用責任は加盟者が負うため、本部の負担は減少。**
- **加盟店は収益に直結する人材確保・育成に本気で取り組むため、チェーンの人手不足問題への耐性も高まる。**

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

いま、FCシステムが求められている理由③

JOHSHIN PARTNERS

3. 情報化、国際化が進む中、急激な環境変化が多発する現代において、直営だけの展開は事業リスクが大きい。

FCシステムを導入すると…

- **加盟店の収益責任は加盟店が負うため、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。
- **また、FCでは加盟者が投資を行うため、本部の資金面での負担も軽くなる。**

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

FC展開が上手くいかない原因は
どのようなものだと思いますか？

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

「フランチャイズ業界の常識」の問題

JOHSHIN PARTNERS

FC展開が上手くいかない原因は

急速な多店舗展開
（例：3年で100店舗超の展開等）
を主たる目的としていること

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

従来型フランチャイズの問題点

JOHSHIN PARTNERS

店舗拡大を主たる目的とするから

- **ノルマ達成のため、現実を無視した加盟店開発**
- **出店スピードに体制整備が追い付かず、杜撰なサポート体制**
- **本部と加盟者間の希薄な信頼関係**
- **理念やビジョンを共有できない加盟者の出現**
- **カニバリゼーション発生による1店舗当たりの生産性低下**

などの問題が生じるのでは？

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

FC展開が上手くいかない原因

JOHSHIN PARTNERS

このように、

急速な多店舗展開を主たる目的

としたFC展開は、
多くの場合、上手くいきません。

私たちは、これからの時代にあわせたFC展開のあり方を
考える必要があるのではないでしょうか。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

現代におけるFC展開の基本的な考え方

JOHSHIN PARTNERS

01

すぐに加盟店が集まらないリスクを踏まえ、
初期投資を最小限に抑制。

02

店舗数を段階的に増やし
「1店舗あたりの生産性」を保てる最適規模で展開。

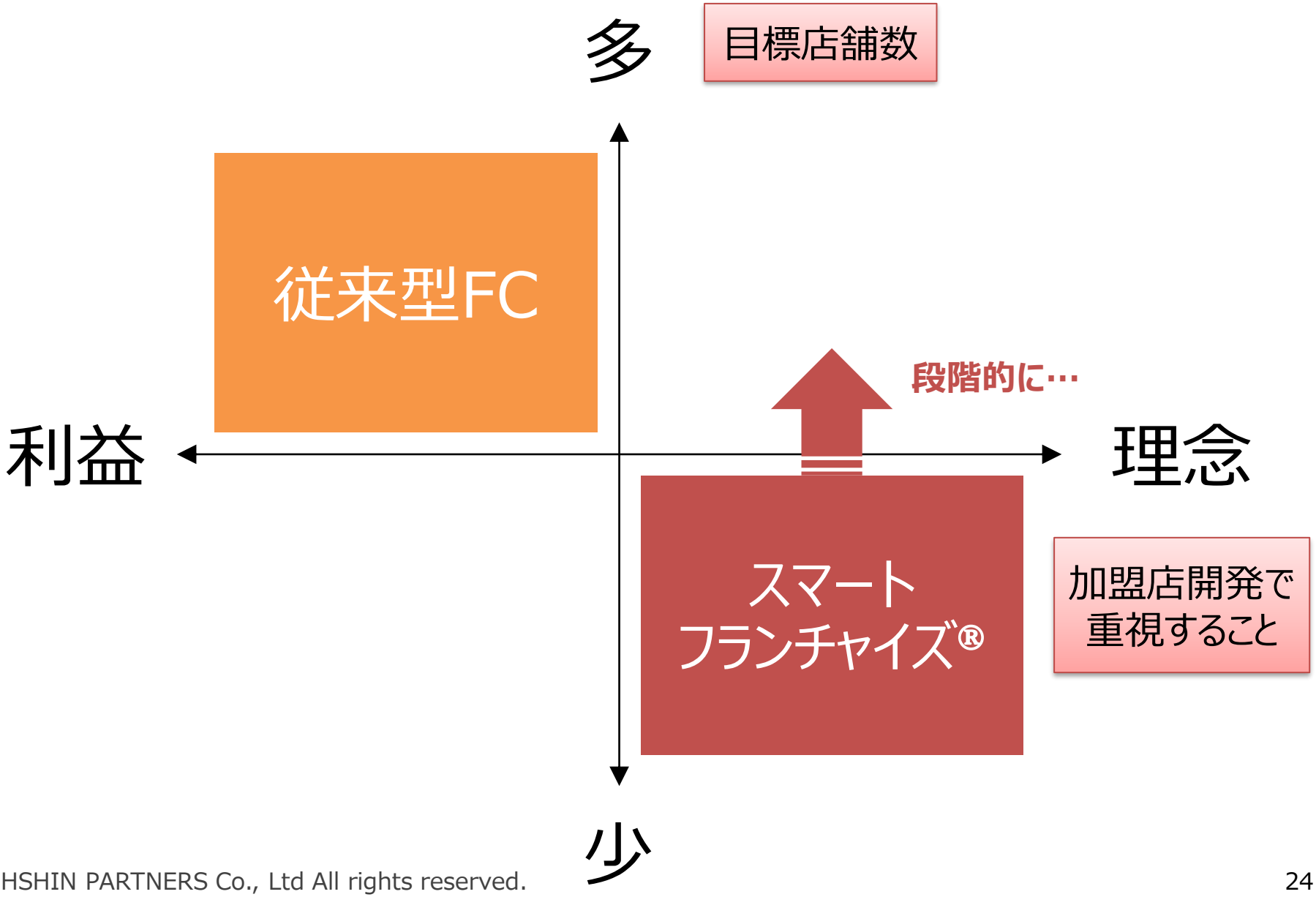
03

「儲かること」よりも**「理念の共有」や「信頼関係」を重視**した加盟店開発により、真のWin-Winの関係を実現。

上記が、弊社が推奨する
令和時代の新しいフランチャイズ＝**スマートフランチャイズ®**のあり方です。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

スマートフランチャイズ®の位置づけ



© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

本日の内容

JOHSHIN PARTNERS

0.現代におけるFC展開成功のポイント

1. FCの基礎

2. FC本部構築の進め方

① 理念やFC展開する目的の明確化

② プロトタイプモデルの整理＆磨き込み

③ FCパッケージの検討・整備

④ FC契約書面の整備

⑤ 加盟店開発方針の策定＆推進

3. 小さくはじめるFC展開の考え方

© 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）

収益性の高い
ビジネスモデル開発

FC契約

対価の支払い
加盟金、ロイヤリティ

加盟者
（フランチャイジー）

資金投入
事業運営

本部は、加盟者に対して**“成功する仕組み”**を提供し、
その見返りとして**“加盟金やロイヤリティ等の対価”**を得る。
“本部・加盟者の信頼関係”に基づく共同事業。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

フランチャイズ展開に対するよくある誤解

JOHSHIN PARTNERS

- フランチャイズって聞くと大変そうです…
- フランチャイズ展開するには、３店舗以上は展開している必要がありますよね…
- 創業してから２～３年では早いですよね…

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

フランチャイズ展開の必要条件

JOHSHIN PARTNERS

スマートフランチャイズ® に求められる条件

①加盟者に利益を分けられる程度に直営店舗が繁盛していること

②加盟店との「理念共有」「信頼関係構築」に手間をかける覚悟があること

スマートフランチャイズ®は、**1店舗経営の会社**でも
導入・運用することが可能です！

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

0.現代におけるFC展開成功のポイント

1. FCの基礎

2. FC本部構築の進め方

① 理念やFC展開する目的の明確化

② プロトタイプモデルの整理＆磨き込み

③ FCパッケージの検討・整備

④ FC契約書面の整備

⑤ 加盟店開発方針の策定＆推進

3. 小さくはじめるFC展開の考え方

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

フランチャイズ本部構築の進め方

JOHSHIN PARTNERS

①理念やFC展開する目的の明確化

②プロトタイプモデルの整理＆磨き込み

③FCパッケージの検討・整備

④FC契約書面の整備

⑤加盟店開発方針の策定＆推進

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

①理念やFC展開する目的の明確化

②プロトタイプモデルの整理＆磨き込み

③FCパッケージの検討・整備

④FC契約書面の整備

⑤加盟店開発方針の策定＆推進

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

フランチャイズではなぜトラブルが多いのか？

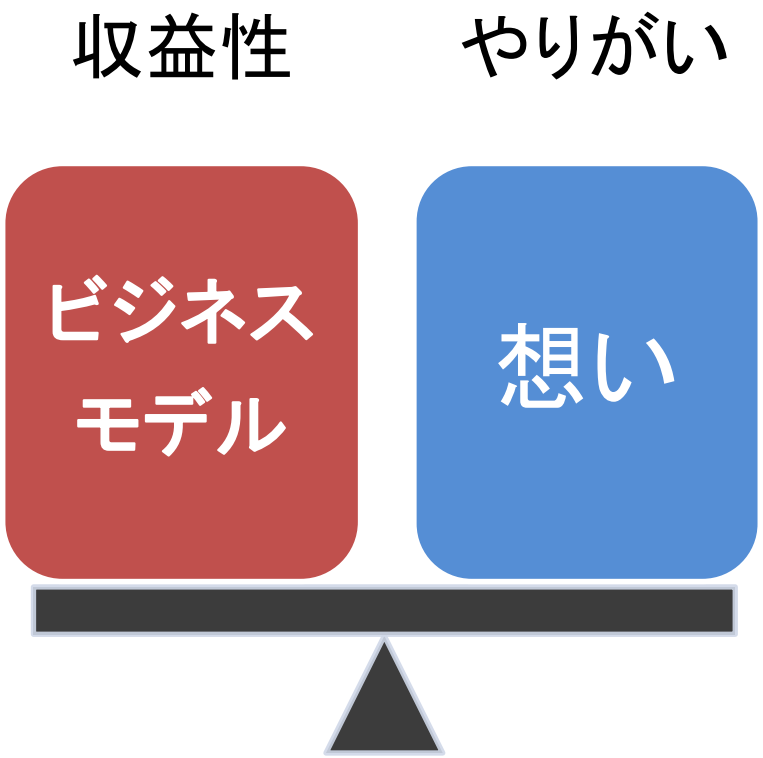
JOHSHIN PARTNERS

- フランチャイズで発生するトラブルの原因は、**「加盟店が儲からない」**ことからはじまる。
- それでは、**「加盟店を100%儲けさせること」**はできますか？
- つまり、**「儲かりますよ」という営業の仕方が、トラブル発生の原因**となっている。
- これを回避するためには、**「儲かる」以外の理由で、加盟希望者を惹きつける必要**がある。

「儲かることが最優先」という
一般的なフランチャイズの常識から解放されることが
フランチャイズ展開成功の第一歩。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

事業成功の原則



「想い」の無い事業は、
想定通りにいかなかったときに継続しない。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

フランチャイズにおける理念の重要性

JOHSHIN PARTNERS

- フランチャイズチェーンは、**経営に対するさまざまな経験や考え方を持った事業者が、一つのフランチャイズシステムに従って事業を行う組織体**。

- 本部と加盟者が価値観や理念を共有できていない場合、その**関係は「儲かる・儲からない」だけ**となり、トラブルになる確率が飛躍的に高まる。

- 以上から、本部は**自社の理念や経営方針、経営ビジョン等を明確化するとともに、それを加盟希望者に対して共有し、共感してくれた人・企業を見極めて加盟させていく**ことが重要。

FC展開で成功するためには、「儲かること」以前に、
本部の想いを明文化し、加盟店と共有していくことが必須となります。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

FC理念構築の切り口

JOHSHIN PARTNERS

- 事業を通じて実現したい姿は何ですか？
- 社会に提供したい価値はどのようなものですか？
- 何を目的としてフランチャイズ展開をしますか？
- 加盟者にどのようになってもらいたいですか？

これからの時代は、“働く意味”が求められる時代。
代表者の言葉で、継続的に発信していくことが大切。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

JOHSHIN PARTNERS

①理念やFC展開する目的の明確化

②プロトタイプモデルの整理＆磨き込み

③FCパッケージの検討・整備

④FC契約書面の整備

⑤加盟店開発方針の策定＆推進

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

プロトタイプモデルとは

JOHSHIN PARTNERS

- プロトタイプモデルとは、
  FC展開する際の“標準店舗モデル”をいう

- 店舗モデルを標準化することで、
  加盟店の成功の再現性を確保するとともに、
  FC展開時の**効率アップ**が可能

- プロトタイプモデルは、**FC本部にとっての商品**となる。

プロトタイプモデルの出来は、FC展開の成否を左右します。
特徴を整理するとともに、不足点を磨き込んでいくこと。

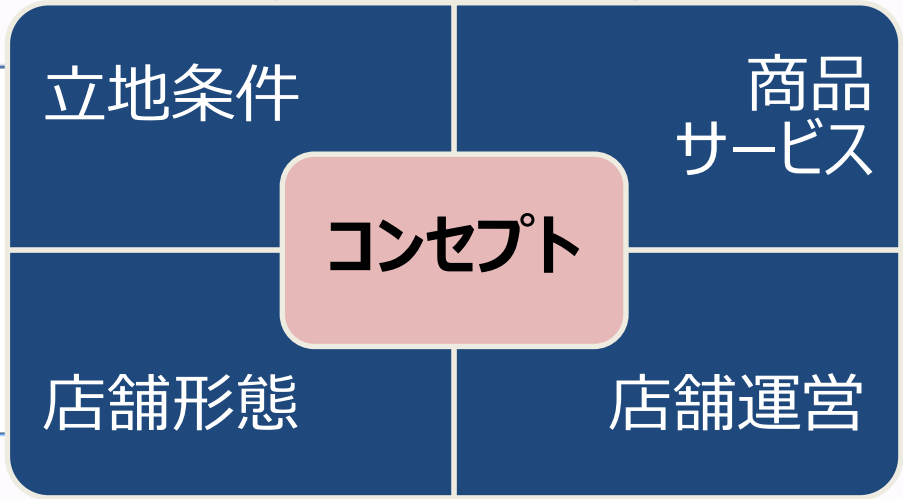
© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

プロトタイプモデルの検討（コンセプト・顧客接点）

JOHSHIN PARTNERS

- どんな立地で事業が成立するのか。
- 商圏の広さ・性質、道路付けなど。

- 提供する商品やサービスの種類をどうするか。
- 価格や客単価をどうするか。



- 面積、階層、内外装、店舗の備品・家具、看板、駐車場など。

- 集客のための販促、営業時間、スタッフ体制、店舗運営の方法など。

成功の再現性を担保するために、
コンセプトを軸に顧客接点がどうあるべきかを整理する。
この内容が、FCシステムや契約書のベースとなる。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

プロトタイプモデルの検討（投資・収支モデル）

JOHSHIN PARTNERS

●ラーメン店の例

＜投資モデル＞

	金額	備考
加盟金	**3,000**	
店舗内外装工事費	12,000	物件により変動 店舗取得費含まず
厨房機器一式	4,000	
備品一式	1,000	
オープン広告費	500	
人材募集費	500	
その他雑費	500	
初期投資	21,500	

＜収益モデル＞

	金額/月	備考
売上高	4,000	
原材料費	1,360	売上高の34%
人件費	1,080	売上高の27%
ロイヤリティ	**160**	**売上高の4%**
家賃	240	物件により変動
水道光熱費	280	
その他経費	120	
償却前営業利益	760	

※数値はモデル数値であり物件条件等により変動します。

投資回収期間（初期投資÷償却前営業利益）＝28.3ヵ月

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

プロトタイプモデルを磨き込む3つの視点

JOHSHIN PARTNERS

- **競合他社に対する優位性**を明確に説明できますか？
  → 同業のFCとの違いが説明できなければ、条件比較になります

- 素人でも、**短期間で一定レベルの運営が可能**ですか？
  → FCの性質上、運営難易度が高かったり、教育期間が長い場合は、加盟しない理由となりやすいです

- 加盟者にとって**「わかりやすい加盟する理由」**がありますか？
  → FC本部が乱立する中で加盟者を獲得するためには、素人でも一瞬で理解できる魅力が必須です。

現時点で上記に課題が見つかった場合は、
FC展開と並行して、プロトタイプモデルを磨き込んでいく必要があります。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

JOHSHIN PARTNERS

①理念やFC展開する目的の明確化

②プロトタイプモデルの整理＆磨き込み

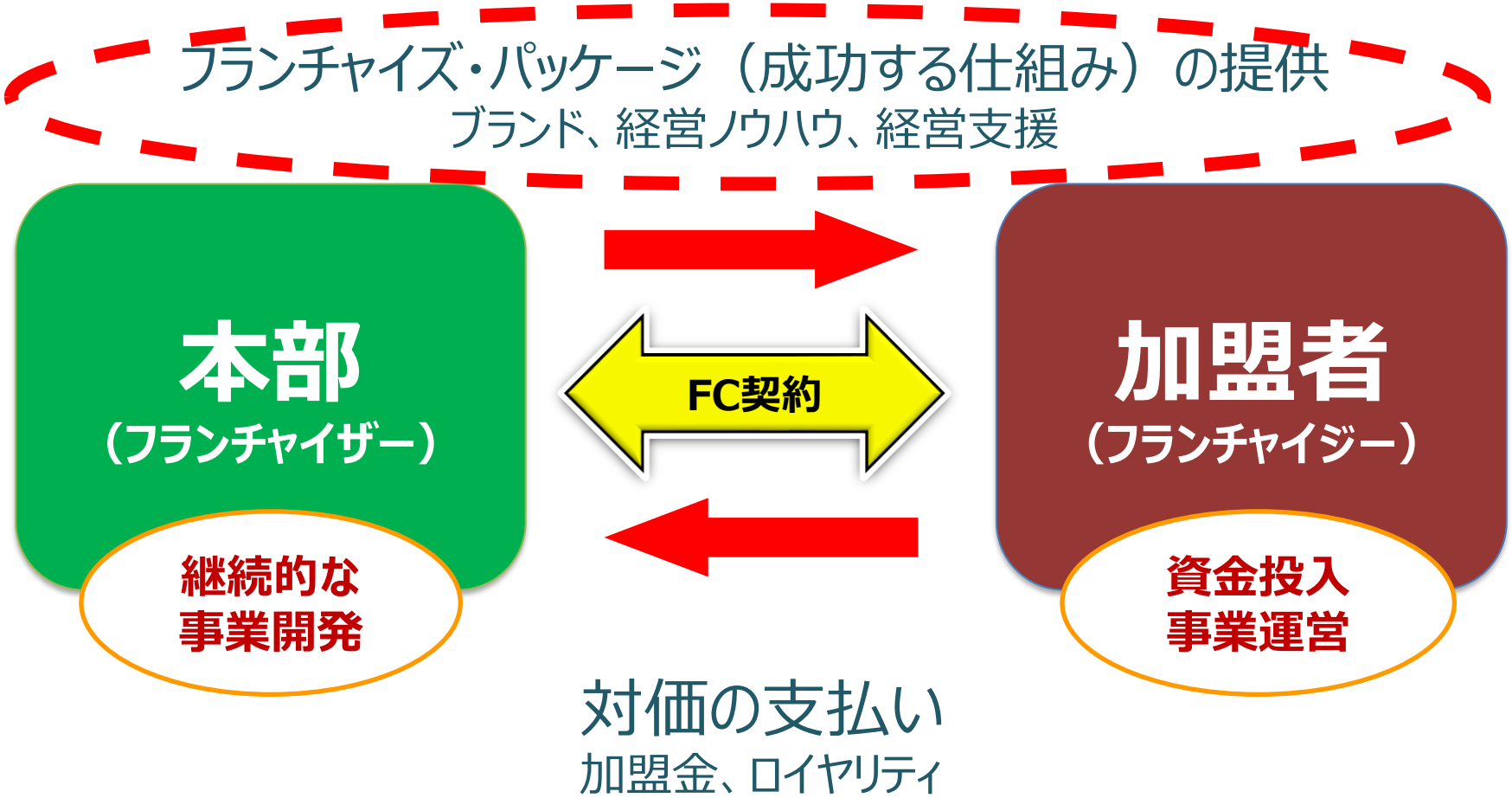
③FCパッケージの検討・整備

④FC契約書面の整備

⑤加盟店開発方針の策定＆推進

© 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、本部が加盟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.

一般的なFC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（スーパーバイジング）

- 加盟者の経営安定のための指導

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

加盟者が抱えている不安や悩みの代表例

JOHSHIN PARTNERS

- □集客できるか不安だな…
- □人の採用や教育はできるかな…
- □本部はどんなサポートをしてくれるのかな…

これらの悩みを本部が解消してあげられるよう
逆算思考で本部サポートの内容を設計＆磨き込む。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

加盟条件 - 対価の種類

JOHSHIN PARTNERS

①イニシャル・フィー

- 加盟者が本部に対して支払う初期費用。
- FC加盟から開店までの間に本部が加盟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

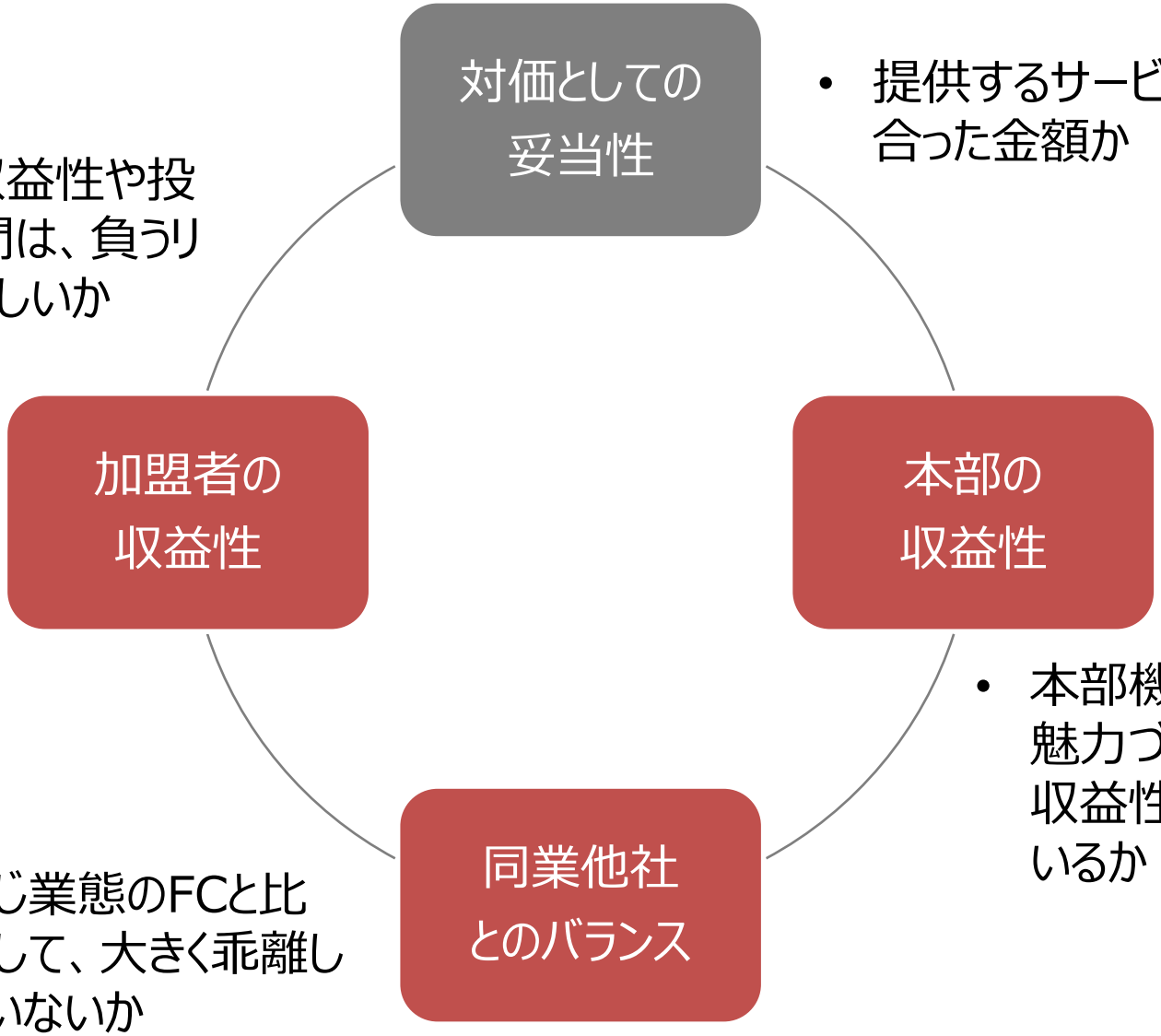
②ランニング・フィー

- 加盟者が本部に対して継続的に支払うこととなる費用。
- 加盟後後、本部が継続的に提供するサービス（持続的な経営指導、商標使用、業態開発等）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
- 本部機能の維持や魅力づくり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
- 加盟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.

JOHSHIN PARTNERS

①理念やFC展開する目的の明確化

②プロトタイプモデルの整理＆磨き込み

③FCパッケージの検討・整備

④FC契約書面の整備

⑤加盟店開発方針の策定＆推進

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

FC契約締結までの流れ

JOHSHIN PARTNERS

個別相談

↓

法定開示書面の説明

↓

事業リスクの説明

↓

FC契約書の読み合わせ

↓

FC契約締結

FC契約締結プロセスを守ることは、
万が一トラブルが生じた際に本部を守るうえで重要です。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

法定開示書面とは

JOHSHIN PARTNERS

- 契約前にFC本部が加盟希望者に対して交付・説明することが求められている書類。

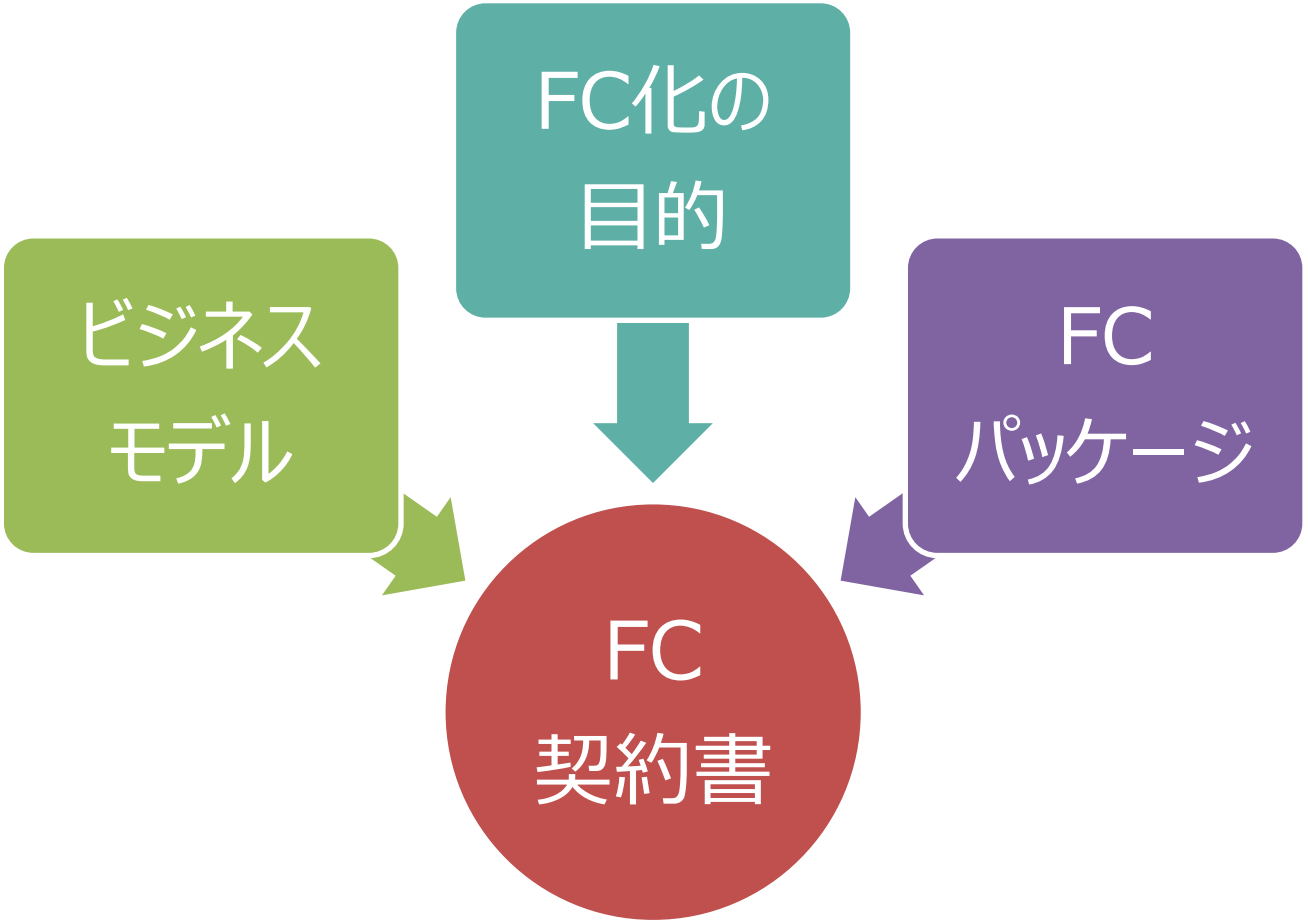
- 飲食・小売業は、「**中小小売商業振興法**」により、契約前に指定事項を記載した書面を交付し、その記載事項について説明をすることが義務付けられている。

- 「フランチャイズ・システムに関する**独占禁止法**上の考え方」でも同様の情報開示をFC本部に求めており、こちらはサービス業も対象となる。

法定開示書面の交付・説明はFC本部の義務。
契約書と一緒に準備しておきましょう。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

FC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、専門家に作成を依頼しましょう。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

FC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加盟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。

本部と加盟店は対等な関係性であることを意識する

- 本部の立場を守ることは大切ですが、一方的に本部有利な契約では加盟店との信頼関係が維持できません。
- コンビニの例を見ても、現代は、**FC契約書に頼った加盟店統制は難しい時代**といえます。

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及びそれらの違反に対する違約金規定**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.

JOHSHIN PARTNERS

①理念やFC展開する目的の明確化

②プロトタイプモデルの整理＆磨き込み

③FCパッケージの検討・整備

④FC契約書面の整備

⑤加盟店開発方針の策定＆推進

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

理想的な加盟者

JOHSHIN PARTNERS

1.お店や会社のファン

「この商品・サービスが大好きなので、自分でもこのお店を経営したい！」

2.経営者のファン

「あの経営者と一緒に仕事がしたい！」

「あの経営者が展開するフランチャイズであれば信頼できる！」

3.自社の社員

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

新規加盟者を募集するための原理原則

JOHSHIN PARTNERS

1.「お金」をかける

比較サイト、WEB広告等

1リスト1～1.5万×50件くらいで1加盟きまればよいイメージ

2.「手間」をかける

WEBでの情報発信、経営者が集まる場への参加等

3.「お金」と「手間」両方かける

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

加盟店開発が上手くいかない理由

JOHSHIN PARTNERS

- フランチャイズ加盟者は、一般的に**半年～1年かけて加盟する本部を選ぶ**といわれています。

- そのため、**加盟店開発を"点"で捉えると、コストパフォーマンスが悪化**してしまいます。

- 加盟店開発成功のポイントは、加盟店開発を**"線"**で捉え、**段階的に信頼関係を構築すること**です。

FC加盟は超高額商品であり、簡単に売ることはできない。
発掘から契約まで、一連の流れを想定して必要な対策を講じる。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

安定した加盟店開発を実現するための考え方

JOHSHIN PARTNERS

集める

見込み加盟者を幅広く集める。

●オンライン
FC情報サイト
自社サイト　等
●リアル
展示会　等

リスト化する

集めた見込み加盟者から情報を収集してリスト化する。

●オンライン
資料ダウンロード
問い合わせ　等
●リアル
名刺交換　等

関係をつくる

情報収集した見込み加盟者に対して、定期的に情報を発信する。

●オンライン
メルマガ
動画セミナー　等
●リアル
定期訪問　等

行動を促す

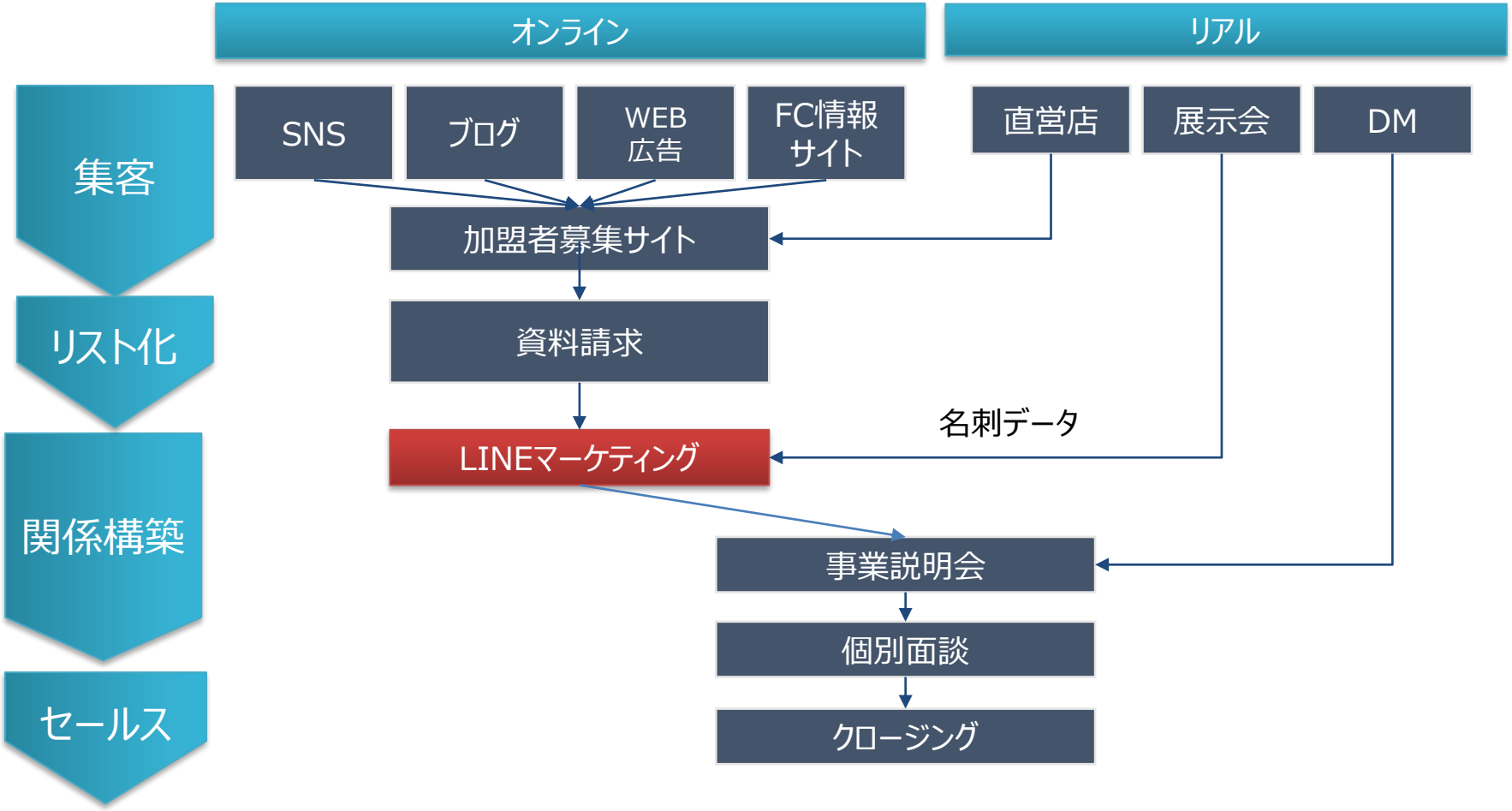
関係を構築した見込み加盟者の行動を促す。

●オンライン／リアル
事業説明会
個別相談

見込み加盟者の情報を収集し、信頼関係を構築することができれば、
低コストで安定的に良質な加盟店を開発することが可能になる。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

加盟店開発フローを定義する



自社の加盟店開発フローを明確に定義し、
中長期的視点から関係性をつくり、加盟へつなげていく。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

加盟店開発時の留意点

JOHSHIN PARTNERS

1. 過剰な営業トークは厳禁

2. ネガティブなことこそ隠さず伝える

3. 加盟希望者とのやりとりから、本部との相性を見極める

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

加盟店審査の着眼点

JOHSHIN PARTNERS

①経営者としての資質

- 加盟者は本部に雇用されるのではなく、本部と対等な独立事業体となります。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。

『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.

0.現代におけるFC展開成功のポイント

1. FCの基礎

2. FC本部構築の進め方

① 理念やFC展開する目的の明確化

② プロトタイプモデルの整理＆磨き込み

③ FCパッケージの検討・整備

④ FC契約書面の整備

⑤ 加盟店開発方針の策定＆推進

3. 小さくはじめるFC展開の考え方

© 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」等によって**トライアルで実績をつくり、FC展開に乗り出す企業**も出てきました。

FC本部間の競争激化や経営環境の複雑性が増す現代において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。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

フランチャイズとのれん分け

本部と加盟者間に一定の信頼関係があるのれん分けの方が、
問題が発生する可能性は低い。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

小さくはじめて大きく伸ばすFC展開の進め方

JOHSHIN PARTNERS

再現性のある成功システムの開発

- 一定水準の収益性を確立

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、マニュアル、契約書整備 等

社員や知人を対象にトライアルでFC展開スタート

- 信頼関係のある従業員や知人に対するFC展開

第三者加盟に向けたFC展開の準備

- 本格FC展開に向け、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.

最後に…

JOHSHIN PARTNERS

□多くの場合、FC展開が上手くいかない原因は

「急速な多店舗展開を主たる目的としているから」です。

□新時代のFC展開成功の3原則

① 加盟店が集まらないリスクを踏まえ、**初期投資を最小限に抑制**。

② 店舗数を段階的に増やし、**「1店舗あたりの生産性」を保てる最適規模**で店舗展開。

③ 「儲かること」よりも**「理念の共有」や「信頼関係」を重視**した加盟店開発で、真のWin-Winの関係を実現。

FCシステムを正しく活用して、
会社の発展につなげていただければと思います。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

本セミナーの参加者特典

JOHSHIN PARTNERS

（１）FC展開の教科書（PDF）

（２）制度設計シート（PDF）

（３）無料個別相談サービス（１時間）

（１）（２）については、本セミナー終了後、
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。

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.

ご清聴ありがとうございました

本セミナーにご参加いただいた皆様が、
自社にふさわしいFCシステムを構築し、
会社目標を達成す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　03-6823-2910
e-Mail　info@johshin.co.jp
HP　https://johshin.co.jp

© JOHSHIN PARTNERS Co., Ltd All rights reserved.