

フランチャイジーによる店舗経営の成功要因に関する研究

1240463 谷口戒人

指導教員 林一夫

研究背景

店舗経営を考える場合、個人での開業とフランチャイズ店舗の経営という2つの選択肢がある。フランチャイズ店舗の経営を選択した場合、個人開業よりも比較的容易に店舗経営が始められるが、契約によって売上や利益を上げる施策が制限されている場合が多い。そのような中で、フランチャイジーには何ができて、いかに店舗経営を行うべきか疑問に思った。

研究目的

本研究は、フランチャイジーがフランチャイズ契約の制約の中で、成功するための指針を示すことを目的とする。

研究方法

複数のフランチャイズ店舗のオーナーへのインタビューで店舗経営の課題と対策を調査し、その後、売上・利益に関連する施策がフランチャイズ契約の制約下で適用可能かを検討し、実際の事例をもとに考察を行なった。

分析結果

高級食パン屋での商品の視覚的情報による衝動買い効果、コンビニでのPOPによる衝動買い効果の事例により衝動買いの誘発がフランチャイズ契約の制約がある中でも適用できる場合があり、客単価を向上させる努力がフランチャイジー独自で行えることが確認できた。また、2社のメガ・フランチャイジーの事例により、多店舗展開がフランチャイズ契約の制約の中でも適用できる場合があり、顧客数を増大させる努力がフランチャイジー独自で行えることが確認できた。さらに、コンビニの店内で行われている2つの施策の事例から、低原価商品の優先的販売がフランチャイズ契約の制約の中でも適用できる場面があり、費用を削減する努力が独自で行えることが確認できた。

考察・結論

フランチャイジーが施策を実行するためには、フランチャイジーが独自で施策を実行し、客単価向上や顧客数増大を実現させられるような能力を持っていることと、実行できる契約と業態である必要がある。この2つの条件を満たす施策で店舗をより成長させることができるが、フランチャイジーを選択する段階で、これらの条件を考慮すべきである。フランチャイジーは店舗経営において、自身の素養を生かせる契約・業態のフランチャイジーを選び、素養を生かした施策を行うことによって独自で売上・利益を上げることができる。