





「フランチャイズ・ビジネス」には、ビジネスの性質からいろいろなタイプがありますので、それについて説明しましょう。

## 1：フランチャイズ・ビジネスの誕生

### [2] フランチャイズ・ビジネスのタイプ -1-

#### (1) 商品商標提供型フランチャイジング

##### -1- 伝統的なフランチャイジング

現在一般に知られている「フランチャイズ・ビジネス」に先立ちまして、適用された形態は、自社の商品を販売するシステムでした。このシステムは、「伝統的なフランチャイジング (traditional franchising)」と呼ばれています「商品・商標型フランチャイジング (product and trade name franchising)」です。

この「伝統的なフランチャイジング」の内容としましては、自動車及びトラックのディーラー、ガソリン・ステーション、清涼飲料水のボトラーです。まさしく、「伝統的なフランチャイジング」の名にふさわしく、1898年に「ゼネラル・モーターズ (GM)」、1900年に「コカコーラ」というように、これらのビジネスから続々と「フランチャイズ・ビジネス」が誕生しています。

##### -2- 自動車業界

当時、自動車メーカーは、最終のお客様に直接販売を行っていましたが、GMはフリーのセールスマンに同社の自動車販売権を与えることで、フランチャイズ方式のディーラー制度を確立しました。この結果、GMは、販売コストや販売の手間を省くことによって、メーカーの領域に専念することができたし、「フランチャイズ・ビジネス」によって、自社のブンド・ロイヤリティを確立しました。

GMが「フランチャイズ・ビジネス」を導入した直接の動機は、自社の出先にいるマネジャーの販売意欲があがらないのを見て、フランチャイジーになれば、売上増進を期待できると見抜いていました。さらに、フランチャイジーが土地、建物、設備及び在庫品に対する投資を行うことによって、GMは巨額の投資を生産機能に振り向けることが可能となり、新車の開発を積極的に行いました。

このGMの成功は、各メーカーの注目することになり、1920年頃には、自動車産業全体に普及していき、全米自動車売上の95%に達するほどになりました。このことは、自動車の販売を増大させ、経済的な発展にも大きく貢献しました。また、自動車が普及することによって、各地にガソリンの需要が高まり、これに呼応するように、石油精製会社は、1920年から1930年にかけて、「フランチャイズ・システム」を採用しました。

##### -3- ボトリング業界

アメリカでは、「コカコーラ」と「ペプシコーラ」の「フランチャイズ・ディスト







てまいります。ビジネス上も、休暇やレジャー、旅行などの話題が多かった8月に比べ、新製品や新業態など新たな動きが活発となる9月です。いかに早く頭と体をビジネス対応へ切り替えられるかがポイントです。休みの後だけに、つつい後ろ向きになりがちですが、プラス思考を意識して前向きに考えてみてください。少しですが、つらさが和らぎますし、体もついてきます。9月がよい月になるよう頑張りましょう。

まだまだ暑い日は続きます。くれぐれもご自愛の程。

※ このメールは以下の皆様に配信させて頂いております。

- ・ 弊社コンサルタントが名刺交換をさせて頂いた方。
- ・ 日本フランチャイズ総合研究所にお問い合わせをいただいた方

※ ご意見、ご要望、ご質問は下記アドレスまでご連絡ください。  
尚、配信停止をご希望される場合も、下記までご連絡ください。

Mail to: [franchise-news@the-franchise.co.jp](mailto:franchise-news@the-franchise.co.jp)

発行者：株式会社 日本フランチャイズ総合研究所

代表取締役所長 内川 昭比古

〒102-0083

東京都千代田区麹町4-4 麹町シャインビル2F

TEL 03-3511-3755 (代)

FAX 03-3511-3754

<http://www.the-franchise.co.jp>

Mail to: [franchise-news@the-franchise.co.jp](mailto:franchise-news@the-franchise.co.jp)