
ここでは、前号までの手順を整理して、加盟希望者がどのようなステップを踏まえて加盟契約に臨んでいるのかを、振り返ってみたいと思います。

- 1) 加盟のための心構え
なぜフランチャイズ・ビジネスに加盟を希望するのかを明確にし、フランチャイズ・ビジネスの知識を身に付けます。
- 2) フランチャイズ本部の情報収集
本部の情報収集は時間をかけてじっくりと行う必要があります。
- 3) フランチャイズ本部の候補選定
同じ業種・業態でも優劣があるので、しっかりと見極めます。
- 4) フランチャイズ本部の訪問
一生を託す本部は必ず訪問します。
- 5) 加盟店の訪問
加盟店の苦勞話と本部の対応について話を聞きます。
- 6) 資金と物件有無の検討
初期投資額と資金の調達方法をじっくりと検討します。
- 7) 加盟の申し込み
自分の力で商売が出来ると判断したら加盟の申し込みを行います。
- 8) 法定開示書面の検討
フランチャイズ契約のあらましで加盟金、ロイヤリティ、保証金、契約期間、本部の指導・支援内容等が掲載されています。
- 9) 立地調査と経営計画書の検討
売上高を査定する為には立地調査が必要です。
- 10) 資金計画の検討
経営計画書から自己資金、割賦、借入金、リース等の割合を考えます。
- 11) 資金調達
資金調達が必要な場合は本部からも情報収集し、各種資金調達が可能かどうかを確認しておきます。
- 12) 加盟の意思決定
意思決定は時間をかけて検討します。
- 13) フランチャイズ契約の締結
契約書に押印する前に慎重に吟味します。
- 14) 店舗施工発注・管理
業者からの見積書は加盟希望者に理解しにくいので本部に依頼しますが、工事の発注は加盟希望者が実施します。施工管理も本部に依頼しますが、加盟希望者による進捗状況確認も必要です。
- 15) 教育・訓練の受講
本部の教育・訓練を受講し商売のコツをつかみます。
- 16) 従業員の募集・採用・教育訓練
加盟店自ら実施します。
- 17) 開店準備
本部の指導に従いオーナーが漏れの無いように実施します。
- 18) 開店
本部からの応援が来ますが、準備以上に慎重に行う必要があります。オープンの状況がその後の運営に響いてきます。

今回は、1900～1910年代のアメリカの概要と、チェーン・ストアの思想が形成された背景と、相まって誕生した「伝統的なフランチャイズ・ビジネス」について説明しましょう。

[2] 1900～1910年代のアメリカ

(1) 自動車のマス・プロダクション

1900～1910年代になりますと、1903年にライト兄弟が飛行機で飛ぶことに成功、1913年にフォードが自動車モデルT型の流れ作業によるマス・プロダクションの開始、1914年8月15日にパナマ運河の開通、同年9月26日に連邦取引委員会法が成立し不正な取引行為を防止するための法律ができたりしました。

後半の1917年4月6日にドイツに宣戦布告、1918年1月29日に憲法修正第18条が発効し禁酒を規定、同年6月28日にヴェルサイユ条約が調印され第1次世界大戦が終結、1920年に入って戦後の不況が始まり、同時に都市人口が農村人口を上回り、ラジオが放送を開始しました。

(2) チェーンストア・システムの思想の形成

この時代のアメリカを代表すべきことは、なんといっても、自動車「ヘンリー・フォード (Henry Ford)」の偉業でありましょう。彼は自動車のマス・プロダクションのシステムづくりを行い、自動車の大衆化を図ったことでした。

この事はアメリカを世界最大の工業国化したことと、都市化を促進し国民の生活を向上させたばかりでなく、チェーン・ストアの基本的な思想を生み出す大きなきっかけになったのです。

すわなち、1つ1つの店舗の規模は小さくても、多店舗展開によって総ボリュームを拡大することは、大量仕入によって、低価格販売を可能にする大量販売のシステムを意味し、メーカーのマス・プロダクションにつながることで、チェーン・ストアのシステムが誕生したと言ってもよいでしょう。

(3) 本格的なドラッグストア

1901年には「ウォールグリーン (Walgreen)」が、薬局プラス雑貨、化粧品のドラッグストアを始めました。ドラッグストアはなにも「ウォールグリーン」が最初ではありませんでしたが、本格的なチェーン化の第1号は、この「ウォールグリーン」に他ならないのです。

(4) A & Pがスーパー・マーケットの原型づくり

「A & P」が、1912年にエコノミー・ストアを展開し、現在のスーパー・マーケットの原型をつくりあげました。店舗の標準化、本部の集中管理、キャッシュ・アンド・キャリア・システムの導入等が、まさしく小売業の近代化に向けて大前進を行ったのでした。

(5) レストラン・チェーンの出現

フードサービスの分野においては、ようやく鉄道やホテルの発達を的確にとらえた

熊手は熊手屋さんを買った（勝った）まけた（負けた）と気っ風の良いやり取りを楽しんで買うものとされ、商談が成立すると威勢よく手締めとなります。よくこの時期のニュースで見られる光景です。

丸一日開催していますので、普段と違うにぎやかさを味わってみてはいかがでしょうか。

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

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