



フランチャイズで展開するときのポイント





目次



1

フランチャイズが向いている人

2

フランチャイズのメリット・デメリット

3

ポイント① コンセプトやウリを明確にする

4

ポイント② うまくいっていない店舗からはじめる

5

ポイント③ 加盟金は徐々に引き上げる

6

ポイント④ FC再度の収益シミュレーションをした上でロイヤリティを決める

7

ポイント⑤ 期待値のコントロール



フランチャイズが向いている人



◆ フランチャイズでの展開が向いている人

● 店舗展開をより早くしたい人

時間のかかる管理者やスタッフの教育はFCオーナーが行うため、
出店や採用のたびに教育する負担がない
借入はFCオーナーが行うため、キャッシュによる展開速度の限界を突破できる

● 特化したビジネスモデルがある人

市場の平均値を上回る実績を作り出すことができる、リピート率、集客力、
高収益率などがあれば、FC加盟したいオーナーを集客しやすい

● ブランドを広げたい人

フランチャイズを展開し、店舗が増えることでブランド認知が高まる
10店舗、50店舗、100店舗と店舗数が増えることで憧れが生まれる



フランチャイズのメリット・デメリット



フランチャイズのメリット

- **多額の借入をしなくて良い**
FCオーナーが借入することで店舗展開のリスクが下がる
- **うまくいけば短期で大きなリターンを得られる**
加盟店の集客、加盟店の業績アップ次第でリターンが変わる
- **ひとりでは出店できないエリアまで拡大できる**
出店や管理が難しい遠方での展開も可能になる



✕ フランチャイズのデメリット

- **ブランドが汚れる**
作り込んだ設計でも人が関わる事でエラーが起きる
認知が高まることでアンチも生まれる
- **オーナー管理の負担が増える**
どんなに管理しても、契約を縛っても問題を起こすオーナーがいる
- **責任範囲が広がる**
ビジネスモデルだけでなく、何かしらの成果を求められる
加盟店の不祥事も本部の責任になることもある



ポイント①
コンセプトやウリを明確にする



◆ コンセプトやウリを明確にする

FCに加盟することでどんな未来を手に入れられるか？

ハサミが置ける

スタッフの管理から解放される

集客やリピートにより、売上が安定し利益が残る

見通しの立たない不安がなくなる

時間的余裕ができる

など



◆ 提供できる未来の根拠や理由

例) Dearsのウリ

- **プロダクト**

髪質改善専門サロン、マンツーマン対応、個室

- **集客力**

本部が集客代行する、高単価のお客様を集客

- **リピート率**

次回予約率

- **雇用環境**

週休2～3日、土日休み自由、業界水準よりも短い労働時間



ポイント②

上手くいっていない店舗から始める



◆ **コンセプトやウリを明確にする**

- ・ 単価アップ
- ・ リピート率アップ
- ・ 次回予約率アップ
- ・ LTVの向上
- ・ 1人当たりの生産性の向上

メニュー導入との違いはノウハウだけの提供なので、
自分でやっていかなければならない。



◆ なぜ上手くいっていない店舗からはじめるのか？

FCの実績がない状態では加盟したい人を募集することが難しい

対象にする店舗

FCに加盟することで持っている課題を解決することができる店舗

- ・売上が上がらない
- ・離職率が高い
- ・プロダクトが決まっていない
- ・集客に困っている
- ・リピート率が低い
- ・求人採用ができない

など

フランチャイズで提供する内容によってターゲットを検討しよう



徐々に実績をつけていくことで加盟したいオーナーも増えていく

加盟店が増えることによって実績の内容が変わっていく

- ・最初の段階は自社の実績のみ
- ・加盟店の実績が自社の実績となる
- ・店舗数が増えることで、再現性や信頼性を高めることができる

店舗数が増えることで、再現性や信頼性を高めることができる



ポイント③
加盟金を決めよう



◆ FCの加盟金の決め方

最初は高額な加盟金にしない

実績のない状態では高額な加盟金で契約件数を増やすことが難しい

モデル店舗として加盟金0、ロイヤリティのみからスタートしても良い

加盟金を下げることで加盟のハードルを下げるができる

最初は目先の加盟金よりも後の加盟店集客のための実績をつけるほうが重要

実績がついて加盟店が増えてきたタイミングで値段を徐々にあげていく



ポイント④
ロイヤリティを決めよう



◆ロイヤリティの決め方

適正なロイヤリティは
ビジネスモデルに合わせた収益シミュレーションで決める

- ・加盟店の収益シミュレーション
- ・FC本部の人件費や管理費の収益シミュレーション

FCは相手を勝たせることで収益を得るビジネスモデル

本部と加盟店の双方の収益シミュレーションのバランスを見て判断する



ポイント⑤
期待値のコントロール



◆ 期待値とは

加盟を希望するオーナーが期待する成果

期待値がズレているとトラブルやクレームが起きてしまう



オーナーの期待値と本部が提供できる価値の擦り合わせをする



擦り合わせをするためには
面談、面接で設計と設定に合うオーナーだけを通す

設計

提供できるビジネスモデル

設定

加盟することで課題を解決できる状況



◆ 期待値に応えることができない場合

集客が難しいエリアなどは、リピート率の高さや、
離職率など、自社の仕組みなどにメリットを置いて提示する

それを了承したうえで契約を進めなければ期待を裏切ってしまう

期待値が合わない場合には無理をして通さない