



暑中お見舞い
申し上げます

ワイズ経営ニュース

編集発行人

ワイズコンサルティング
株式会社

〒104-0061
東京都中央区銀座1-8-21
中央ビル5F

TEL 03(3567)3072
FAX 03(3567)3075

8月

(葉月) AUGUST

日	9	23
月	10	24
火	11	25
水	12	26
木	13	27
金	14	28
土	15	29
日	16	30
月	17	31
火	18	
水	19	
木	20	
金	21	
土	22	

8月の税務と労務

- 国 税** / 7月分源泉所得税の納付 8月10日
- 国 税** / 6月決算法人の確定申告 (法人税・消費税等) 8月31日
- 国 税** / 12月決算法人の中間申告 8月31日
- 国 税** / 9月、12月、3月決算法人の消費税等の中間申告 (年3回の場合) 8月31日
- 国 税** / 個人事業者の消費税等の中間申告 8月31日
- 地方税** / 個人事業税第1期分の納付 都道府県の条例で定める日
- 地方税** / 個人住民税第2期分の納付 市町村の条例で定める日

ワンポイント FX取引

外国為替証拠金取引のこと。外国為替(外国通貨)の売買により、為替差益や2つの通貨間の金利差から生じる利益を得るのが投資の目的。少額の証拠金(保証金)を担保にして、多額の取引ができることや、インターネットを利用して手軽にできることから個人投資家に人気がある反面、リスクもあります。

管基盤（加盟金やロイヤリティの徴収）、統一したチェーンイメージ形成、環境変化への対応（本部の投下資金は少ないので新業態へ転換可能）。

デメリットは、継続的なノウハウ開発の必要性（一定期間で業態は陳腐化。資金・人が必要）、加盟店との協調関係の保持（経営主体が異なる加盟店と共存共栄のための努力大）、不振店対策（多額の経費、人員が必要）。

4 FC本部の実態

(1) FC化の前提条件

店舗収益性

売上高営業利益率一〇%以上、資本回転率一・五回転以上は必要

ノウハウの簡便性

研修やマニュアルによって習得できるレベル。個人的技術が必要な業態不可
オリジナリティ

絶対重要であり、二番煎じなら差別化できる有利性が必要
スリーツール

三店舗以上の直営店。立地

に適応したプロトタイプ店。最低二年以上の直営店実績（直営店で成功したシステムでない加盟店募集難）

(2) FCパッケージの構築

商標登録を済ませます。業種以外の分類での登録も必要
ノウハウの確立（有効なビジネスモデルの作成）

教育・指導体制（マニュアルの整備、教育・研修システムの確立）

スーパーバイジング体制（加盟店を継続指導するためのスーパーバイザーが必要だが時間とコストがかかる）

(3) 加盟条件の決め方

加盟金（相場は十万円から一千万円、開発費用の回収が可能な金額）

ロイヤリティの相場は一〇%程度（定額と定率制が考えられる、コンビニは特殊な算出法）
保証金は、売掛金の担保が目的

(4) 加盟店開発の対象

法人か個人か

特定の事業主に絞る方法もある

(5) 法的対応

フランチャイズ契約書（FC専門の弁護士が見る）
法定開示書面（中小小売商業振興法により開示義務あり）
法定開示書面の開示事項（チェックしておくこと）

5 FCビジネスのトラブルの現状

(1) 売上予測をめぐるトラブル

本部が提示した売上予測を達成できないトラブル。一般的には本部が立地判断し、売上予測します。

(2) 本部の情報開示義務違反のトラブル

(3) 契約内容に関するトラブル

やめたい場合の違約金のトラブル
競争禁止義務が招くトラブル

FCに加盟しながら類似事業を行うことは不可。契約満了（解約）後、一定期間は類似事業不可。

(5) 商標使用に関するトラブル

(6) エリアエントリー契約のトラブル

一般のFC契約は出店する店舗が確定していることが前提。

エリアエントリーでは特定エリアに出店する権利を買う契約。しかし、加盟契約して三年経っても決まらない場合、契約金が戻らないためトラブルが絶えません。

以上を参考にしして、さらに個々のフランチャイズの経営者への相談、協会の資料を取り寄せる、あるいはフランチャイズ専門の中小企業診断士のアドバイスを受ける等検討が必要です。

【フランチャイズの看板の力】

最後に、あるフランチャイズ経営者の事例を紹介します。

Aさんは、Sコンビニとのフランチャイズ契約期間が切れたとき、この際、ノウハウはわかつたし、経営手腕を発揮しようとして独立店に切り替えました。

ところが、Sコンビニの看板をはずした翌日から、従来の売上の半分にもならなくなりました。

フランチャイジーのメリットを強調しすぎかもしれませんが、フランチャイズの看板の力の大きさを物語る事例といえます。

飲食業での創業

商工会議所や信用金庫等金融機関は、創業を考えている人を対象に「創業セミナー」を開催しています。その参加者のアンケート調査「どのような商売で独立を志しているのか」では、圧倒的多数が“飲食業”と回答。この「飲食業を行いたい」背景とは。

経営コンサルタント・A氏は、市場規模の安定と、てっとり早く儲けられそうだと考えているからではないかと話します。

はたして「飲食業は儲かる商売か」を中心に、以下で検討しましょう。

- (1) **市場性**...飲食業界の市場規模は、ほぼ横ばいとなっているものの、宝石業のピーク時の4分の1、着物業のピーク時の10分の1などと比較すると安定しており、市場規模も25兆円位と大きい。
- (2) **原価構造**...通常の小売業では、既に仕入れ値で差があり大規模店にかなわない。

このハンデは飲食業にもありますが、粗利益率が高いので、お客に“どう提供するか”の工夫の余地が大きい。工夫すれば利益が上がる点は、小売店というよりメーカーに性格が似ています。

- (3) **競合店**...既存の競合する店は、まだまだ旧態然とした経営を行っています。厨房からの発想であり、マーケティングマネジメントをしっかりとすることで勝算が十分あると思います。
- (4) **参入障壁**...オーナーが調理できないと運営に支障が出る場合があります。従業員の協力を常に期待するのは禁物です。
- (5) **立地関係**...既に経営されている方の中では“味が良いからウチは繁盛している”と言う方がいます。しかし、飲食業も立地商売です。それなりの場所でやれば、ある程度は安心して商売が続けられます。
- (6) **ネット広告等の発達**...少し難しい立地の場合、ネット広告が有効になる。

魚離れ

日本人は、魚を食べる量が減ってきていると言われます。Y市魚業組合の理事Aさんは、「親が魚の料理をしなくなったね。我々の組合は市役所と協力して魚料理の講習会を年三回行っている。参加者のお母さんの中には、出刃包丁を持ってこないのだから、菜切り包丁を持ってきたり、さびた包丁を持ってくる人もいる。そのため、組合で

出刃を用意することにした」

Y市の魚屋Bさんは、「小学校の給食に魚を出すことがあり、要求されるのは。一年生は五〇グラム位、三年生は七〇グラム位。そして、骨を抜いてくれと。これでは手間が大変で、嫌がる組合員が多い。子犬や子猫ですら、骨ぐらい自分で取るよ」
魚屋さんの環境は、まだまだ厳しそうです。

大学生の「中小企業観」

中小企業経営者Aさんは実体験を踏まえた大学生への講義で「中小企業とは何かを数字でなく定義して下さい」と質問しました。102人の回答の集計では、

「日本経済にとってなくてはならない、人が生きていくのに必要な存在」(31人)、「大手がやらない、地域や顧客のために必要なものを提供する存在」(21人)、計52人。

「大手企業の下請け」(13人)、「大企業を支えている」(12人)、「小さな部品を作る存在」(13人)、「縁の下の力持ち」(11人)、計49人と拮抗。

残る1人は「株式を自らの身内で保有し、会社内で特に何もしていない社長の母親などを社員にし、金を横取りしている会社」という回答。

Aさんは、中小企業は「人間が必要とされるものをもう一度見直し、困っていることに応える企業」になろうと改めて考えました。