

令和 5 年 5 月 22 日現在

機関番号：34504

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2019～2022

課題番号：19K01976

研究課題名(和文) フランチャイズ研究の新たな視角 - 理論的研究のバックグラウンドの再検討 -

研究課題名(英文) A New Perspective on Franchise Research: Revisiting the theoretical research background

研究代表者

川端 基夫 (Kawabata, Motoo)

関西学院大学・商学部・教授

研究者番号：60234118

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,300,000円

研究成果の概要(和文)：本研究は、日本のフランチャイズ加盟者の7割以上が法人であるのに対して、アメリカでは7割が個人加盟者であることを初めて明らかにしたうえで、日本の法人フランチャイジーの実態を解明すると共に、今後のフランチャイズ研究の新たな課題を示したものである。成果としては、1)個人加盟者を前提とした従来の理論の不十分さを明らかにし、本部との共創関係をベースとした新しい理論の必要性を指摘したこと、2)地方における法人フランチャイジーの役割の大きさを指摘したことが挙げられる。

研究成果の学術的意義や社会的意義

本研究の学術的意義は、以下の5点である。1)これまで未解明であった日本の法人フランチャイジーの全用と実態を解明したこと、2)日本と米国のフランチャイズ加盟者の相違を明らかにしたこと(日本は7割が法人であるのに対して米国は7割が個人であること)、3)従来の英語圏での理論的な研究のほとんどが個人加盟者を前提にしていたことを明らかにしたこと、4)とりわけエージェンシー理論の説明限界を明らかにし、本部と加盟者の関係を共創的視点から捉える必要性を指摘したこと、5)日本の法人フランチャイジーは地方創生に寄与し得る存在であることを指摘した点。

研究成果の概要(英文)：This study clarified for the first time that more than 70% of franchisees in Japan are corporations, while 70% of franchisees in the U.S. are individuals, and elucidated the actual situation of corporate franchisees in Japan, while also indicating new issues for future franchise research. The results include: 1) clarifying the inadequacy of conventional theories that assume individual franchisees and pointing out the need for a new theory based on a co-creation relationship with the headquarters; 2) pointing out the significant role of corporate franchisees in rural areas.

研究分野：商学

キーワード：フランチャイズ 法人フランチャイジー メガフランチャイジー 中小企業 地方創生 エージェンシー理論

科研費による研究は、研究者の自覚と責任において実施するものです。そのため、研究の実施や研究成果の公表等については、国の要請等に基づくものではなく、その研究成果に関する見解や責任は、研究者個人に帰属します。

様式 C - 19、F - 19 - 1、Z - 19 (共通)

1. 研究開始当初の背景

日本のフランチャイズ研究、とくに理論的な研究は、英語圏での研究をベースに進められてきた。しかし、英語圏の研究のほとんどは、アメリカのフランチャイズの実態を前提として組み立てられた研究であり、日本の実態とは大きく異なることには、ほとんど気づかれてこなかった。

アメリカと日本の違いは、個人加盟が中心か法人加盟が中心かという点に収斂する。具体的には、アメリカではもっぱら個人が起業する道具としてフランチャイズが利用されてきたのに対して、日本では法人(起業)の事業拡大や多角化といった中小企業の経営戦略の中でフランチャイズが利用されてきたことが多かったという違いである。結果的には、アメリカでは個人加盟が全体の7割を占めるのに対して、日本では法人加盟が全体の7割を占めるという真逆の実態が存在しているのである。

個人加盟か法人加盟かの違いは、理論研究における仮説の導出に大きな影響を与えるのみならず、資源制約論やエージェンシー理論のようなフランチャイズの理論的な枠組み自体の有効性にも疑問を生じさせる。というのも、たとえばエージェンシー理論の場合は、個人加盟を前提として考える場合にはフランチャイズとの親和性が高くなる理論であるが、法人加盟を前提とすると十分に説明できないことが少なくないからである。法人加盟を前提とするなら、新たな理論的な枠組みが必要となるが、そのような発想は従来の研究には皆無であった。

以上のことから、日本における法人加盟や法人フランチャイジーの実態把握が急務となるのであるが、現実には法人加盟者で構成された業界団体は存在しておらず、法人フランチャイジーに関する資料も存在していないのが実態である。そのことが、法人加盟や法人フランチャイジーの研究の壁となってきたのである。したがって、その問題が解決できるかどうか、研究上の大きなカギを握っていたといえる。

2. 研究の目的

以上の状況を踏まえて、本研究ではフランチャイズ研究の新しい課題(とくに新しい理論研究に資する課題)として、以下の5点を掲げた。

- 本部が法人を加盟者に選択する理由(チャンネル選択問題の新たな課題)。
- 多店舗運営を行う法人フランチャイジーの意志決定の特徴。
- 加盟者側からの本部選択問題(選択基準)。
- 本部と加盟者のパワーバランス問題。
- アメリカと日本のフランチャイズの実態・相違。

3. 研究の方法

前述のように法人フランチャイジーに関するまとまったデータが存在しないことから、本研究では筆者自身による独自のデータベース構築を行った。具体的には、2店舗以上を運営する法人フランチャイジーを各種の資料やインターネット上から1500社余り収集し、各社の所在地や規模、資本金、加盟ブランド、店舗数など20項目にわたるデータベースを構築した。そして、その中から一定の条件を満たした1310社を研究対象として、分析を行った。

一方、全国に所在する多様なタイプの法人フランチャイジー78社を対象としたヒヤリング調査も行い、経営者・事業責任者からフランチャイズ加盟の経緯や経営上の課題などについて聞き取りを行った。さらには、本部側にもヒヤリングを行い、法人加盟を進める要因や背景を調査した。

このデータベースとヒヤリング調査結果の両方を用いて、日本の法人フランチャイジングの実態を解明し、それを基に従来の理論研究が有する課題の解明、地方圏の法人フランチャイジーの役割、今後の研究の方向性、などを明らかにした。

4. 研究成果

本研究で明らかとなったことの概要は、以下のごとくである。

(1) 法人フランチャイジーの類型

法人フランチャイジーは、まずA = 専業型とB = 兼業型に2分できる。Aの専業型は、創業の経緯から、A1 = 起業型、A2 = 転業型、A3 = 子会社型の3つに分けられる。一方Bの兼業型は、本業との関連度の観点から、B1 = 高関連型とB2 = 低関連型の2つに分けられた。

(2) 法人フランチャイジーの拡大プロセス

日本にフランチャイズ制が広がり始めたのは1960年代の後半であったが、1970年代の初頭段階で、すでに店舗の45%が法人によって運営されていた。しかし、中小企業が兼業型でフラン

チャイズを開始するようになったのは、1970年代以降であり、そのピークは1990年代後半から2000年代中盤にかけてであった。法人率は、経済産業省による2007年の調査時点ですでに70%を超えていた。それ以降は大規模調査は行われていないが、近年はさらに法人率が上昇していると推測される。

(3) 法人フランチャイジーの全体像(データベースの分析)

法人フランチャイジーは全国に分布しており、人口比率で見ると地方圏により多く存在している。これは、地方圏の経済においてフランチャイズビジネスがより重要な意味を持つことを示している。

店舗規模で捉えると、2-9店が半数以上を占めることが分かったが、同時に50店舗以上を運営するメガフランチャイジーも全体の5%実数で64社存在することが明らかとなった。メガフランチャイジーは、大都市よりも地方圏に多く見られた。

2020年時点で12社の法人フランチャイジーが上場を果たしており、社会的な信用度を増していることが確認できた。

(4) ヒヤリング調査から明らかになったこと

法人フランチャイジーの中で、とくに重要となるのは、加盟時に兼業型で加盟した法人であり、全体の約6割を占めている。このような兼業型で既存企業が加盟する現象はアメリカでは少なく、日本のフランチャイズの大きな特徴となっている。そこで、本研究ではとくに兼業型の法人フランチャイジー(A2、A3、B1、B2)に対するヒヤリング調査の分析と、地方圏に存在する法人フランチャイジーの分析に注力した。結果は、以下の通り。

兼業型フランチャイジーの本業と本部選択との関係

本業・前業の業種ごとにどのような本部選択を行ったのかを整理し、両者の関係性について分析した。その結果、本部選択の目的・方向性には、本業の補完、本業の強化、本業の継続、新規事業開拓、地域市場対応といった5つあることが見いだされた。

法人フランチャイジーの意志決定の実態

法人フランチャイジーの意志決定は、個人フランチャイジーと異なり、企業の成長戦略の中でフランチャイズ事業を捉えたり、従業員の雇用の確保の視点からフランチャイズを捉えたりする傾向がみられた。これらは、生業的な個人加盟者には無い視点である。したがって、法人加盟を前提とした場合は、従来の理論研究とは異なる枠組みが必要となることも判明した。また、本部選択の基準については、最初の選択と2番目以降の選択との間に差が存在することも明らかとなった。

本部と加盟者のパワー関係

これについては、本部の成長段階によって変化することが判明した。つまり、初期段階の本部は、法人フランチャイジーの方が経営資源が豊かであるケースもあるため、従来の研究のように本部=強者、加盟者=弱者という関係性が成立していなかった。法人フランチャイジーの側からすれば、むしろ将来性のある初期段階の本部に加盟していかに育てるのかということも課題となっていた。また、ノウハウの視点から捉えるなら、本部とフランチャイジーの間には、補完的な分業が生じていることも明らかとなった。これらのことから、従来のエージェンシー理論の説明限界がうかがえた。

(5) 新たな理論的枠組み

今回の研究から、法人フランチャイジーを捉えるには、エージェンシー理論では限界が多いことが判明した。本部と法人フランチャイジーとの関係は、「共創関係」をベースとした理論的枠組みの中で捉えられるべきことが明らかとなった。

(6) 中小企業とフランチャイズ加盟

兼業型の法人フランチャイジーのほとんどは中小企業であるが、フランチャイズ加盟が中小企業の業績に与えた影響をタイプ別に見ると、転業型であるA2や高関連型であるB1に属する法人では利益を上げるところが多かった。逆に子会社型のA3や低関連型のB2は利益を生んでいないところが多くみられた。これらは、フランチャイズ事業への取り組み姿勢が、収益を左右することを伺わせた。また、フランチャイズ加盟は海外進出やオリジナルブランドのチェーン展開という新たな可能性を中小企業にもたらしていることも明らかとなった。

(7) 地方創生とフランチャイズ事業

法人フランチャイジーの中には、地方企業も多いことはすでに述べてきたが、地方圏の法人フランチャイジーには、地元の経済の活性化や消費生活の質の改善に関心が強い企業が多く、本部選択などの意志決定のあり方が大都市部とは異なることも明らかとなった。地方圏ではフランチャイズが果たす役割が大都市部よりも大きいことから、地方創生にフランチャイズビジネスおよび法人フランチャイジーが貢献できる可能性が高いことも判明した。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計4件（うち査読付論文 0件／うち国際共著 0件／うちオープンアクセス 2件）

1. 著者名 川端基夫、富山栄子、富栴満	4. 巻 53巻4号
2. 論文標題 リユース企業の海外進出における戦略的課題：「(株)ハードオフコーポレーション」を例に	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 流通情報（流通経済研究所）	6. 最初と最後の頁 52 - 64
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -
1. 著者名 川端基夫	4. 巻 68（2）
2. 論文標題 日本における法人フランチャイジーの拡大プロセス	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 商学論究（関西学院大学商学部）	6. 最初と最後の頁 1 - 41
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -
1. 著者名 川端基夫	4. 巻 68（1）
2. 論文標題 日本の法人フランチャイジーの特性とその研究の意義：フランチャイズ研究への新たな視角	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 商学論究	6. 最初と最後の頁 35 - 63
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -
1. 著者名 川端基夫	4. 巻 2022年9月号
2. 論文標題 中小企業とフランチャイズビジネス：法人フランチャイジーという新たな視角	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 商工金融（商工総合研究所）	6. 最初と最後の頁 19 - 35
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

〔学会発表〕 計5件（うち招待講演 4件 / うち国際学会 0件）

1. 発表者名 川端基夫
2. 発表標題 日本の法人フランチャイジー
3. 学会等名 第24回中小企業研究奨励賞・受賞記念講演会（商工総合研究所）（招待講演）
4. 発表年 2022年

1. 発表者名 富山栄子・川端基夫・富増満
2. 発表標題 リユース企業のグローバル戦略の課題：「株式会社ハードオフコーポレーション」を事例に
3. 学会等名 日本商業学会・第72回全国大会・統一論題
4. 発表年 2022年

1. 発表者名 川端基夫
2. 発表標題 統一論題解題：グローバル視点の流通・マーケティング研究 ニューノーマル時代の地域、国、世界をいかに捉えるか
3. 学会等名 日本商業学会・第72回全国大会・統一論題（招待講演）
4. 発表年 2022年

1. 発表者名 川端基夫
2. 発表標題 法人フランチャイジーと中小企業
3. 学会等名 一社）東京都中小企業診断士協会・フランチャイズ研究会 特別例会（招待講演）
4. 発表年 2022年

1. 発表者名 川端基夫
2. 発表標題 フランチャイズ研究の新たな課題：法人フランチャイジーとは何か
3. 学会等名 日本流通学会 関東・甲信越部会 第4回研究会（招待講演）
4. 発表年 2022年

〔図書〕 計1件

1. 著者名 川端基夫	4. 発行年 2021年
2. 出版社 新評論	5. 総ページ数 311
3. 書名 日本の法人フランチャイジー：消費経済の知られざる担い手	

〔産業財産権〕

〔その他〕

-

6. 研究組織

氏名 (ローマ字氏名) (研究者番号)	所属研究機関・部局・職 (機関番号)	備考
---------------------------	-----------------------	----

7. 科研費を使用して開催した国際研究集会

〔国際研究集会〕 計0件

8. 本研究に関連して実施した国際共同研究の実施状況

共同研究相手国	相手方研究機関
---------	---------