

我が国のフランチャイズの現状

平成15年 2月 3日

経 済 産 業 省

1. フランチャイズ・システムの特徴

(1) フランチャイズの定義、仕組み

フランチャイズの定義には、主に以下のものがある。

「フランチャイズ」の定義

公正取引委員会

(1) フランチャイズ・システムの定義は様々であるが、一般的には、本部が加盟者に対して、特定の商標、商号等を使用する権利を与えるとともに、加盟者の物品販売、サービス提供その他の事業、経営について、統一的な方法で統制、指導、援助を行い、これらの対価として加盟者が本部に金銭を支払う事業形態であるとされている。本考え方は、その呼称を問わず、この定義に該当し、下記(3)の特徴を備える事業形態を対象としている。

…途中略…

(3) フランチャイズ・システムにおける取引関係の基本は、本部と加盟者との間のフランチャイズ契約であり、同契約は、おおむね次のような事項を含む統一的契約である。

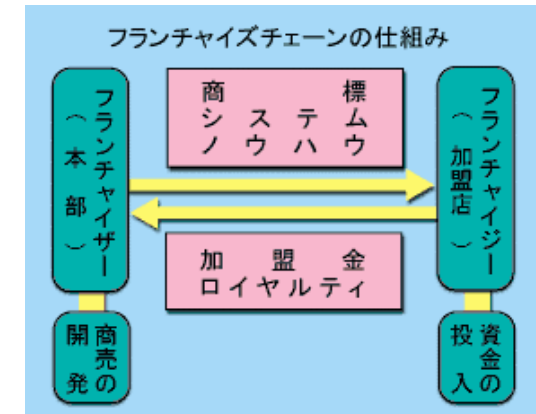
- 加盟者が本部の商標、商号等を使用し営業することの許諾に関するもの
- 営業に対する第三者の統一的イメージを確保し、加盟者の営業を維持するための加盟者の統制、指導等に関するもの
- 上記に関連した対価の支払に関するもの
- フランチャイズ契約の終了に関するもの

出所：公正取引委員会「フランチャイズ・システムに関する独占禁止法上の考え方について」平成14年4月24日

日本フランチャイズチェーン協会

フランチャイズとは、事業者（「フランチャイザー」と呼ぶ）が他の事業者（「フランチャイジー」と呼ぶ）との間に契約を結び、自己の商標、サービスマーク、トレード・ネームその他の営業の象徴となる標識、および経営のノウハウを用いて、同一のイメージのもとに商品の販売その他の事業を行う権利を与え、一方、フランチャイジーはその見返りとして一定の対価を支払い、事業に必要な資金を投下してフランチャイザーの指導および援助のもとに事業を行う両者の継続的関係をいう。

出所：日本フランチャイズチェーン協会



出所：日本フランチャイズチェーン協会

(2) フランチャイズ・システムの類型

日本では、ビジネス・フォーマット型をフランチャイズと一般に定義しているが、米国におけるフランチャイズの定義では、それに加えて、商標ライセンス型のものが含まれる。また、ターン・キー型や転換型という観点でフランチャイズを分類する場合もある。

フランチャイズシステムの類型

商標ライセンス型 VS ビジネス・フォーマット型

商標ライセンス型フランチャイズ (trademark license franchise, product and trademark franchise)	本部事業者が加盟者に製品や原材料等を供給するとともに、それらの商標や標章を使用することを許諾するタイプ (例) 自動車販売、ガソリン販売、ソフトドリンク製造・販売
ビジネス・フォーマット型 フランチャイズ (business format franchising)	本部事業者が加盟者に対して、商品や商標だけでなく、本部事業者が開発した特定のビジネスの方法を伝授するタイプ (例) ファーストフード、レストラン、コンビニエンスストア

その他の分類

ターン・キー型フランチャイズ (turn key franchising)	本部事業者において、完成した店舗を準備しておくもの。加盟者は、店舗の鍵さえ受け取れば、その日からでも開業できるというタイプ。
転換型フランチャイズ (conversion franchising)	すでに店舗をオープンし営業活動を行っている既存の同業者・類似業者を、本部事業者が自己のフランチャイズ・システムの中に取り込んでいくタイプ。

(3) フランチャイズが手がける業種

フランチャイズが手がける業種は「小売業」「外食業」「サービス業」に大別される。

業種区別にみたフランチャイズのチェーン数(2001年度)

小売業		
各種商品総合小売	コンビニエンスストア	43
	スーパーマーケット	8
	ディスカウントストア	8
	宅配販売・通信販売・無店舗販売	39
	その他各種総合小売	2
衣服・身の回り品関係小売	紳士服小売	3
	婦人・子供服小売	13
	靴・履物小売	7
	その他織物・衣服・身の回り小売	14
	各種食料品小売	5
飲食料品関係小売	酒小売	4
	菓子・パン小売	29
	料理品・その他飲食料品小売	15
	自動車・自転車関係小売	12
家具・什器・家庭用品関係小売	24	
文化用品関係小売	医薬品・化粧品小売	12
	書籍・新聞・文具小売	25
	スポーツ用品・玩具・楽器小売	24
	時計・メガネ・光学機械小売	7
	骨董・中古品小売	9
	その他の文化用品	22
計		325
外食業		
ファーストフード	寿司・弁当・惣菜等	40
	ラーメン・餃子	78
	カレー・牛丼	17
	ハンバーガー	8
	アイスクリーム	6
	その他ファーストフード	54
	一般レストラン	23
居酒屋・パブ	日本料理・寿司	23
	西洋料理・ステーキ・ピザ・パスタ	45
	中華料理	12
	その他の一般レストラン	44
喫茶店	28	
計		399

サービス業		
クリーンサービス		21
クリーニング		16
理容・美容		22
DPE		15
洋服リフォーム		8
ホテル・その他の宿泊所		5
レジャーサービス	映画・劇場・興行	14
	スポーツ施設提供	
	パチンコホール	
	その他の遊戯場	
その他のレジャーサービス		
自動車整備		13
総合リース・レンタル	総合リース・レンタル	31
	レンタカー	
	レコード・CD・ビデオレンタル	
その他の物品賃貸サービス		
情報サービス・調査サービス	ソフトウェア	11
	情報処理サービス	
学習塾・カルチャースクール	興信所	53
	法律・特許事務所	
	公認会計士・税理士事務所	
	学習塾	
	フィットネスクラブ	
カルチャースクール		
その他の専門サービス		
住宅建築・リフォーム・不動産仲介		35
建物サービス・ビルメンテナンス		14
印刷・コピーサービス		16
その他のサービス		63
計		337

出所：日本フランチャイズチェーン協会「FC統計調査」

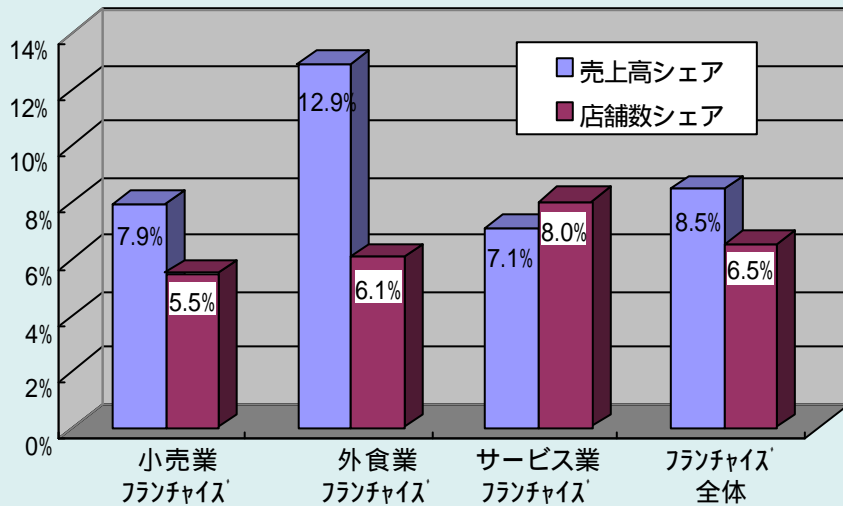
2. フランチャイズの概要

(1) フランチャイズの定量的特性

産業全体におけるフランチャイズの位置づけ

1999年時点での産業全体に占めるフランチャイズの売上高シェアは8.5%であり、推計従業者数は約200万人である。

各産業全体に占めるフランチャイズの位置づけ (1999年度)



注：フランチャイズの売上高、店舗数は直営店 + 加盟店の数値 (日本フランチャイズチェーン協会「FC統計調査」)。

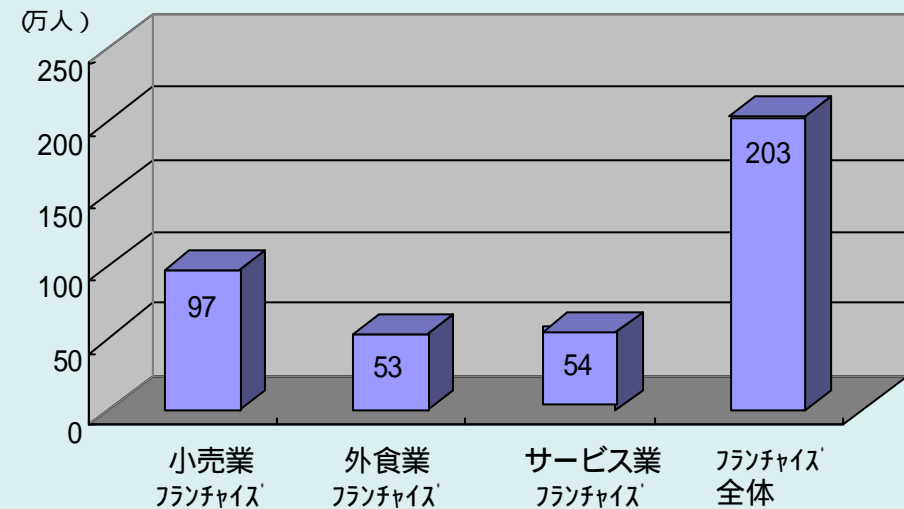
小売産業全体のデータは経済産業省「商業統計」(平成11年)。

外食産業全体の売上高は(財)外食産業総合調査研究センター調べ(平成11年)。サービス産業全体の売上高は、経済産業省「産業関連表平成11年延長表」より推計。

外食産業全体、サービス産業全体の店舗数については、総務省「事業所・企業統計調査報告」(平成11年)。

出所：各種資料より三菱総研作成

フランチャイズにおける推計従業者数 (1999年度)



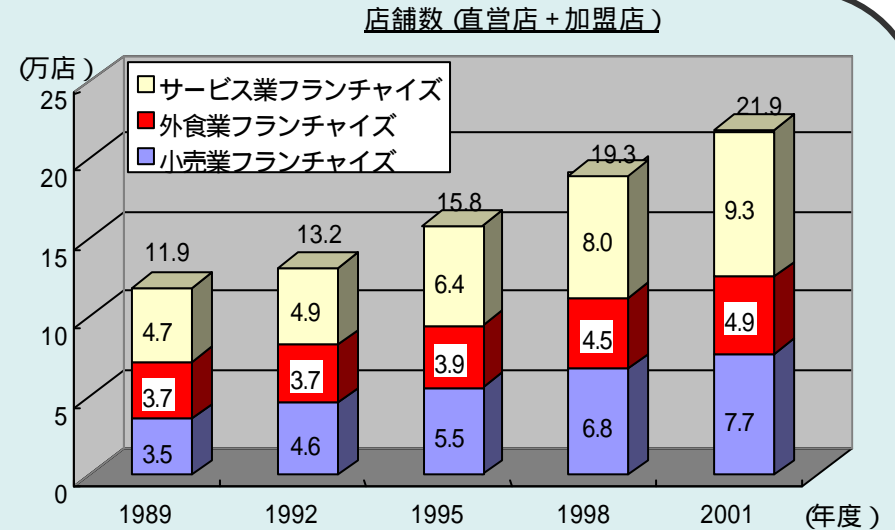
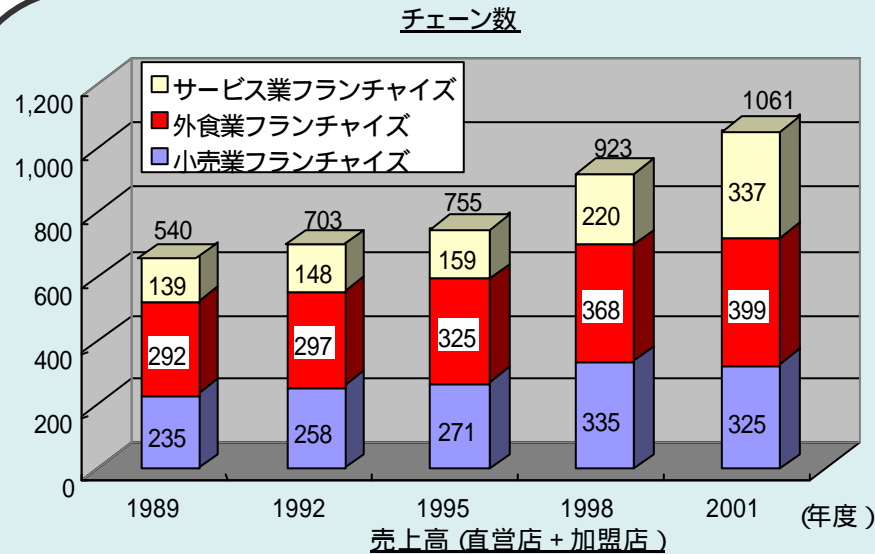
注：フランチャイズの従業者数は、業種ごとの総従業員数(パート・アルバイト含む)に、各業種に占めるフランチャイズの売上高シェアを掛けあわせて推計。

なお、小売業フランチャイズは、コンビニエンスストアについては日本フランチャイズチェーン協会による雇用者数調査(73万人と推計)を採用し、コンビニエンスストア以外の業種について、総従業員数に売上高シェアを掛けあわせて推計を行った。

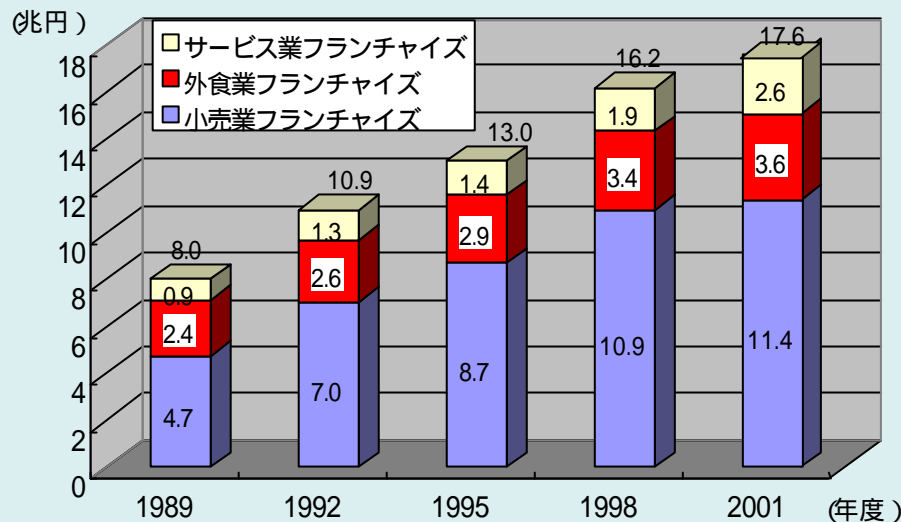
出所：各種資料より三菱総研作成

フランチャイズの動向

2001年現在、我が国のフランチャイズはチェーン数1061、店舗数(直営店+加盟店)21万8812店、年間売上高(直営店+加盟店)17兆6140億円の規模となっている。1989年時点と比べて、チェーン数で1.6倍、店舗数で1.8倍、売上高で2.2倍に拡大している。



注: 2001年度のフランチャイズ全体の店舗数の内訳は、直営店83,222店(全体の38.0%)、加盟店135,590店(全体の62.0%)である。



注: 2001年度のフランチャイズ全体の売上高の内訳は、直営店7.4兆円(全体の42.1%)、加盟店10.2兆円(全体の57.9%)である。

1989年度から2001年度にかけての成長率

	チェーン数	店舗数	年間売上高
小売業フランチャイズ	1.4倍	2.2倍	2.4倍
外食業フランチャイズ	1.4倍	1.3倍	1.5倍
サービス業フランチャイズ	2.4倍	2.0倍	2.9倍
フランチャイズ全体	1.6倍	1.8倍	2.2倍

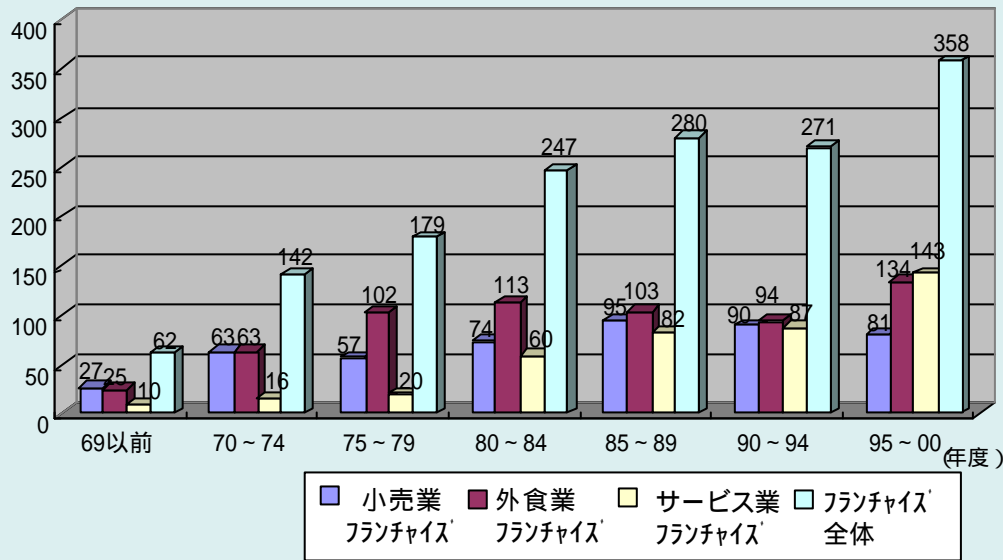
出所: 日本フランチャイズチェーン協会「FC統計調査」

フランチャイズへの参入状況

フランチャイズ業界への新規参入チェーン数は増加傾向にある。

業種別では、サービス業のフランチャイズが1995年以降急激に増加している。とくに、学習塾・語学教室・パソコン教室、住宅リフォーム、介護・託児サービスにおいて新規参入が活発に行われている。

年区分別にみたフランチャイズ1号店開業数の分布状況



出所：日本フランチャイズチェーン協会「JFA30年史」

新規参入が活発な業種

		(年度)						
		69以前	70~74	75~79	80~84	85~89	90~94	95~00
小売業 フランチャイズ	コンビニエンスストア							
	童子							
	婦人服							
	ゲームソフト							
	弁当(持ち帰り)							
外食業 フランチャイズ	すし(持ち帰り)							
	ラーメン							
	洋食レストラン							
	居酒屋							
	宅配ピザ							
サービス業 フランチャイズ	建物宅配							
	セルフコピー							
	学習塾・語学教室・パソコン教室							
	住宅リフォーム							
	介護・託児サービス							

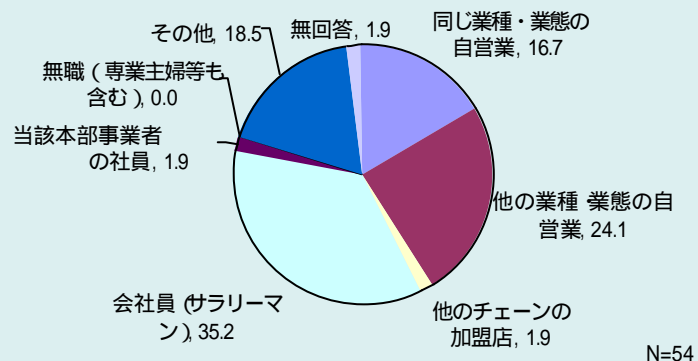
注：5年間で10チェーン以上、新規参入のあった時期を網掛けしている。

出所：日本フランチャイズチェーン協会「JFA30年史」

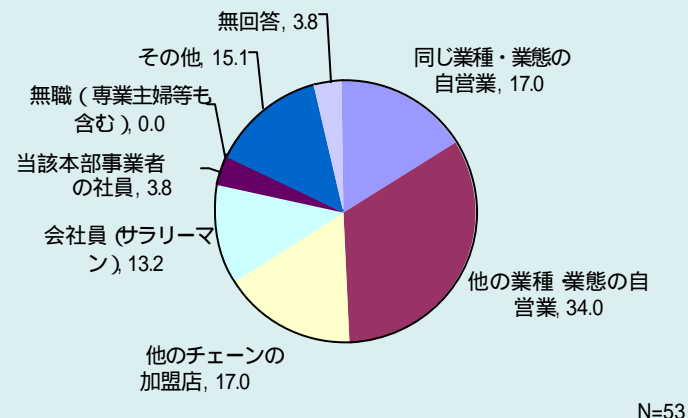
業種・業態転換や起業などの手段としてのフランチャイズ
 フランチャイズは、自営業の高付加価値化（業種・業態転換）や身近な起業の手法として活用されている。

オーナーの前職（加盟店事業者に対する調査結果）

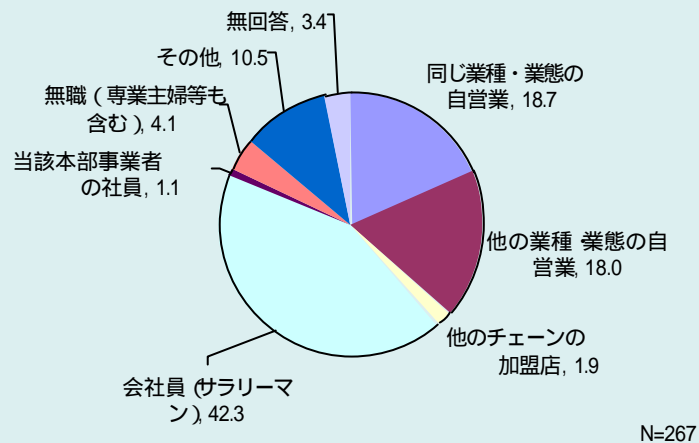
小売業フランチャイズ



外食業フランチャイズ



サービス業フランチャイズ



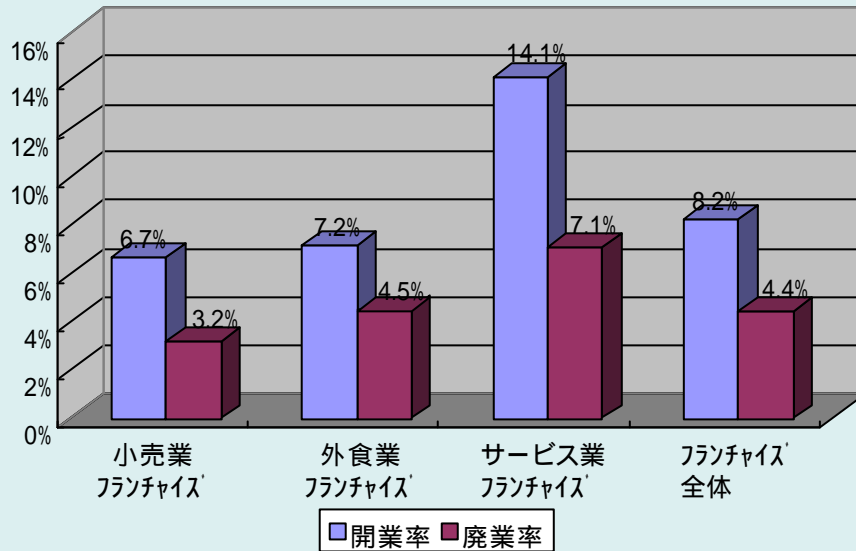
出所 経済産業省「フランチャイズ・チェーン事業経営実態調査」
 平成14年10月

開業率・廃業率

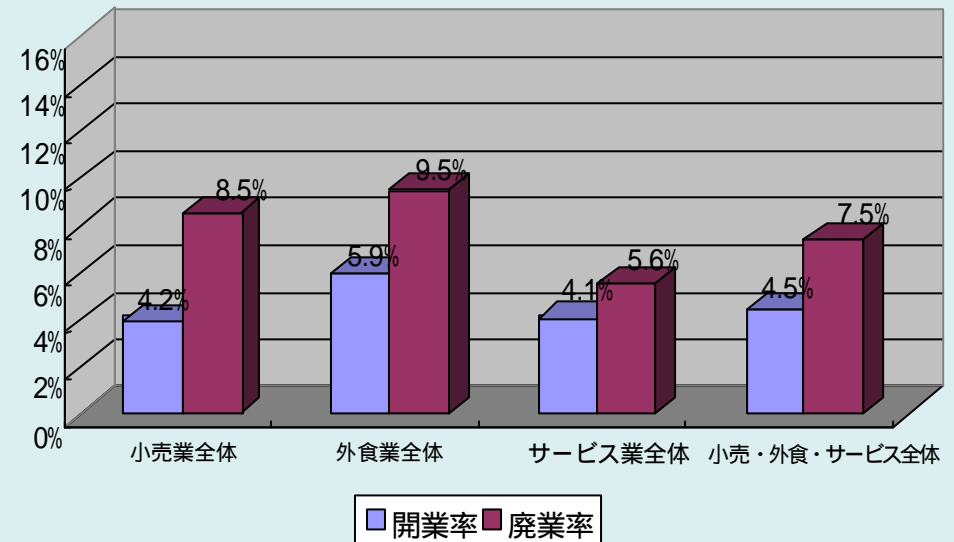
各産業全体でみると廃業率が開業率を上回っているが、フランチャイズ加盟店は、各業種ともに開業率が廃業率を上回っている。

フランチャイズ加盟店における開業率・廃業率

フランチャイズ加盟店



各産業全体



注：小売業全体、外食業全体、サービス業全体の開業率・廃業率は、総務省「事業所・企業統計調査報告」（平成11年）をもとに、従業員数20人未満の企業について1996年から1999年にかけての値を年換算して算出。

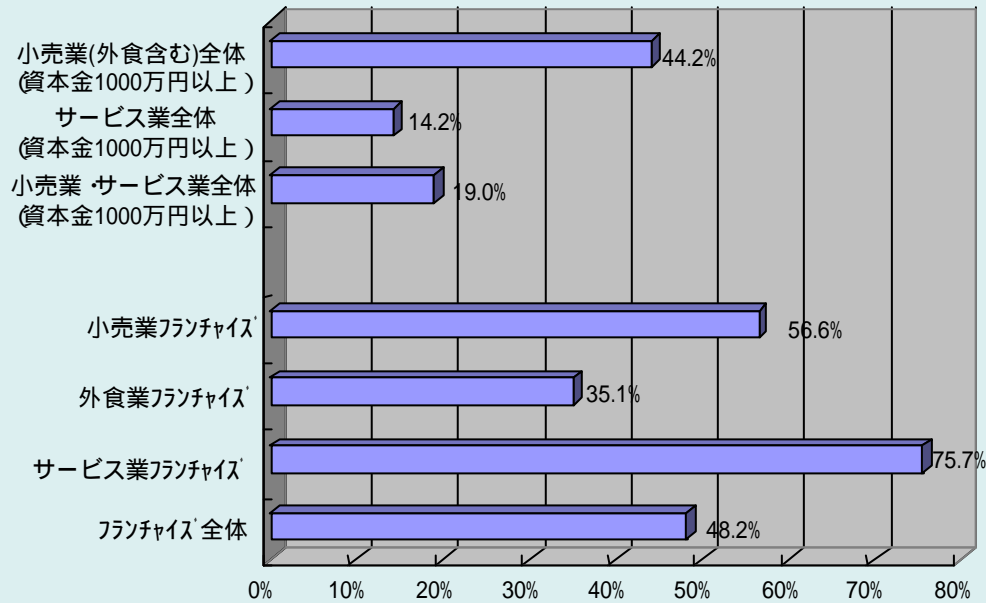
加盟店の開業率・廃業率は、「ザ・フランチャイズ」において、1998年度末の加盟店舗数、1999年度における加盟店の出店数・閉店数を掲載している企業について1998年度から1999年度にかけての値を算出。

出所：各種資料より三菱総研作成

本部事業者のメリット

本部事業者は、加盟者に資金を投入してもらうことにより、比較的少ない資力で多店舗展開が可能となっている。

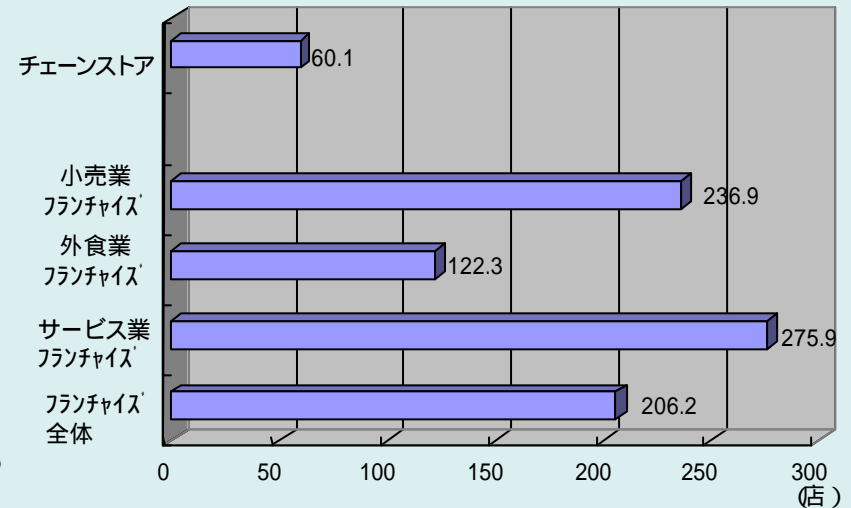
自己資本対経常利益率の比較 (2000年度)



注:小売業(外食含む)、サービス業全体は、財務省法人企業統計(平成12年度)、フランチャイズは、「ザ・フランチャイズ」における本部事業者のデータをもとに算出。

出所:各種資料より三菱総研推計

1チェーンあたり店舗数の比較 (2002年3月末現在)



注:フランチャイズの店舗数は直営店+加盟店の数値。日本フランチャイズチェーン協会「FC統計調査」より算出。

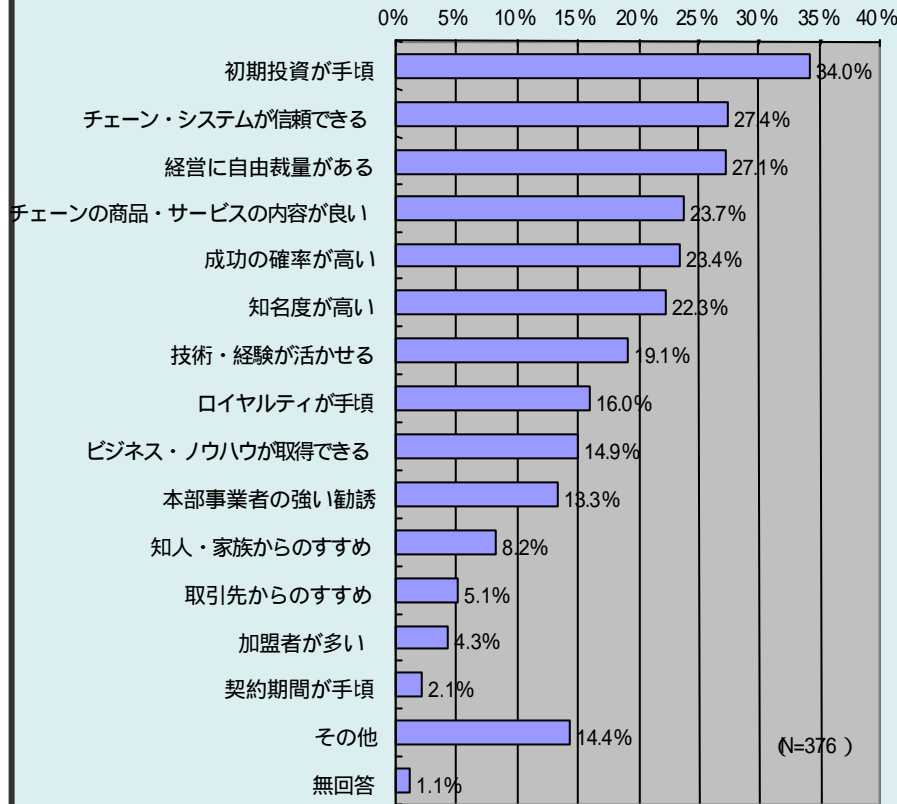
チェーンストアは、日本チェーンストア協会の通常会員のデータから作成。なお、通常会員会社は、スーパー、専門店が主体であるが、一部、フランチャイズ展開をしているコンビニエンスストアが含まれる。

出所:各種資料より三菱総研推計

加盟者のメリット

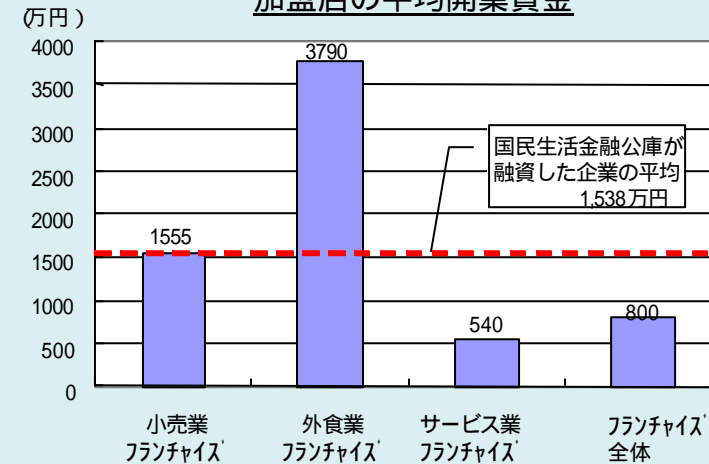
フランチャイズ・システムを活用することによって、加盟者は投資額の節約等が可能となっている。

現在のチェーンを選んだ理由 (加盟者に対する調査)



出所 経済産業省「フランチャイズチェーン事業経営実態調査」(平成14年10月)

加盟店の平均開業資金

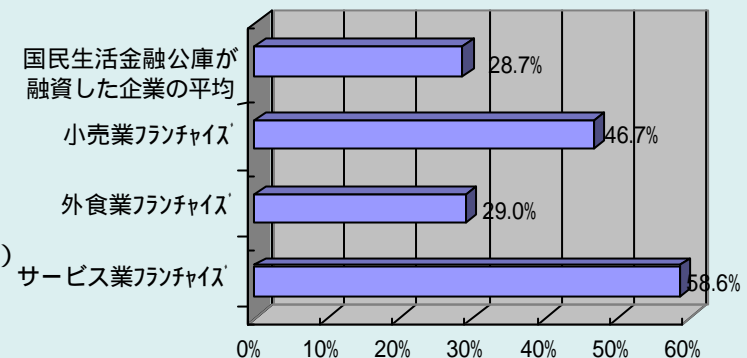


注：フランチャイズは、経済産業省「フランチャイズチェーン事業経営実態調査」(平成14年10月)をもとに、開業資金の中央値を算出したもの。

国民生活金融公庫が融資した企業の平均は、国民生活金融公庫総合研究所「新規開業実態調査(2002年度)」による。

出所 各種資料より三菱総研作成

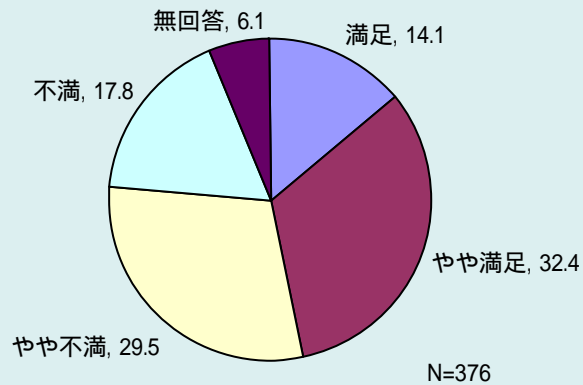
開業資金に占める自己資金の割合(平均)



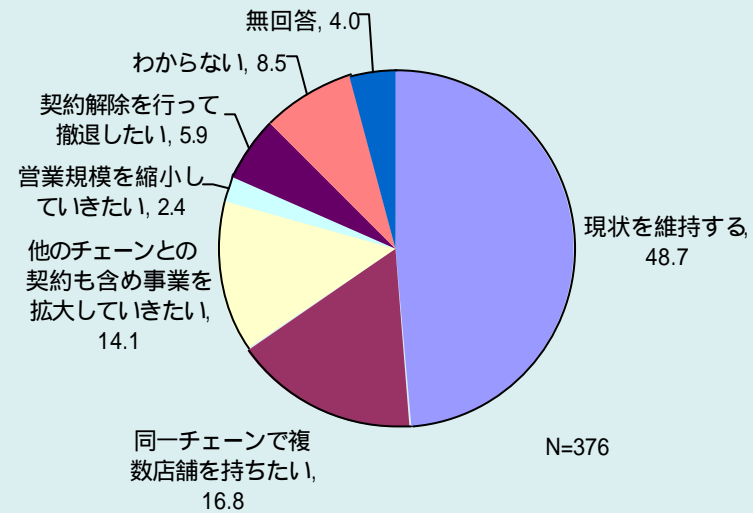
出所 国民生活金融公庫総合研究所「新規開業実態調査」(2002年度)
経済産業省「フランチャイズチェーン事業経営実態調査」(平成14年10月)

加盟者の今後のチェーン事業への取り組み
 本部事業者に対して満足している加盟者と不満である加盟者の数はほぼ同じであるが、今後は前向きにチェーン事業に取り組みたいと考える加盟者が8割を占める。

**本部事業者に対する満足度
 (加盟者に対する調査結果)**



**今後のチェーン事業への取り組み
 (加盟者に対する調査結果)**



注:本部の提供するフランチャイズパッケージ全体の評価

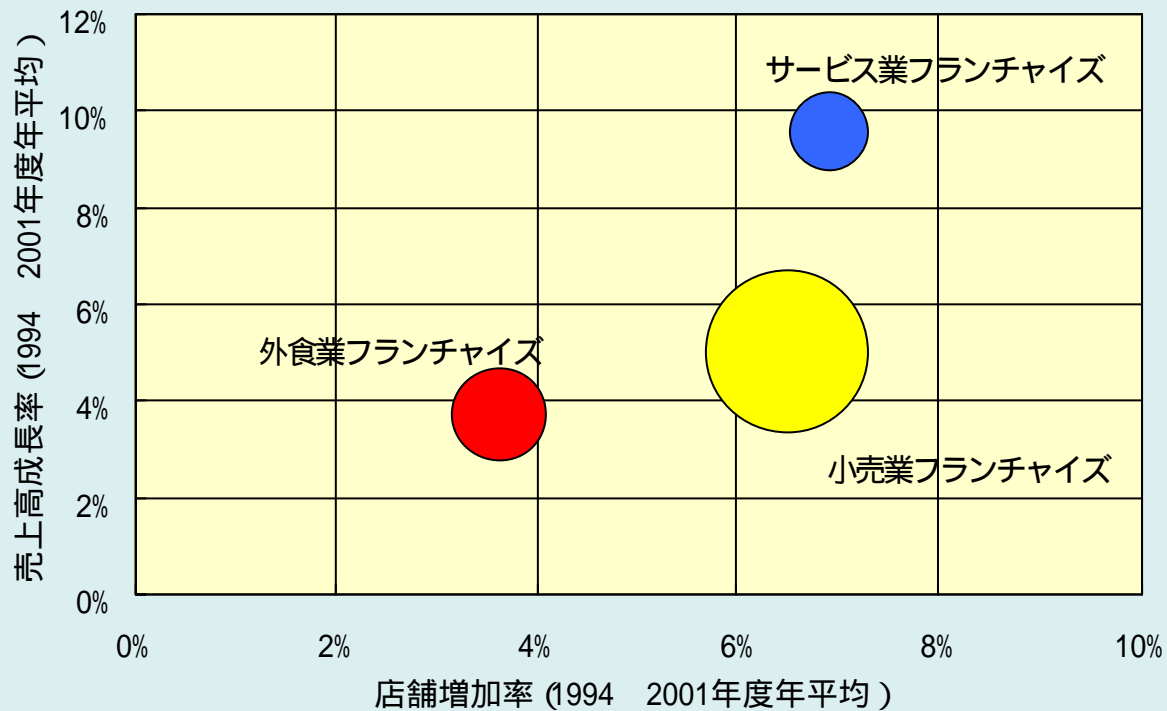
出所 経済産業省「フランチャイズ・チェーン事業経営実態調査」平成14年10月

(2)業種別比較

業種別にみたフランチャイズ・ビジネスの成長の状況

最も売り上げの規模の大きいのは小売業フランチャイズであるが、店舗の増加率、売上高の成長率が顕著なのはサービス業フランチャイズである。

フランチャイズ・ビジネスの成長の状況



注 :売上高成長率、店舗増加率ともに直営店+加盟店の数値。

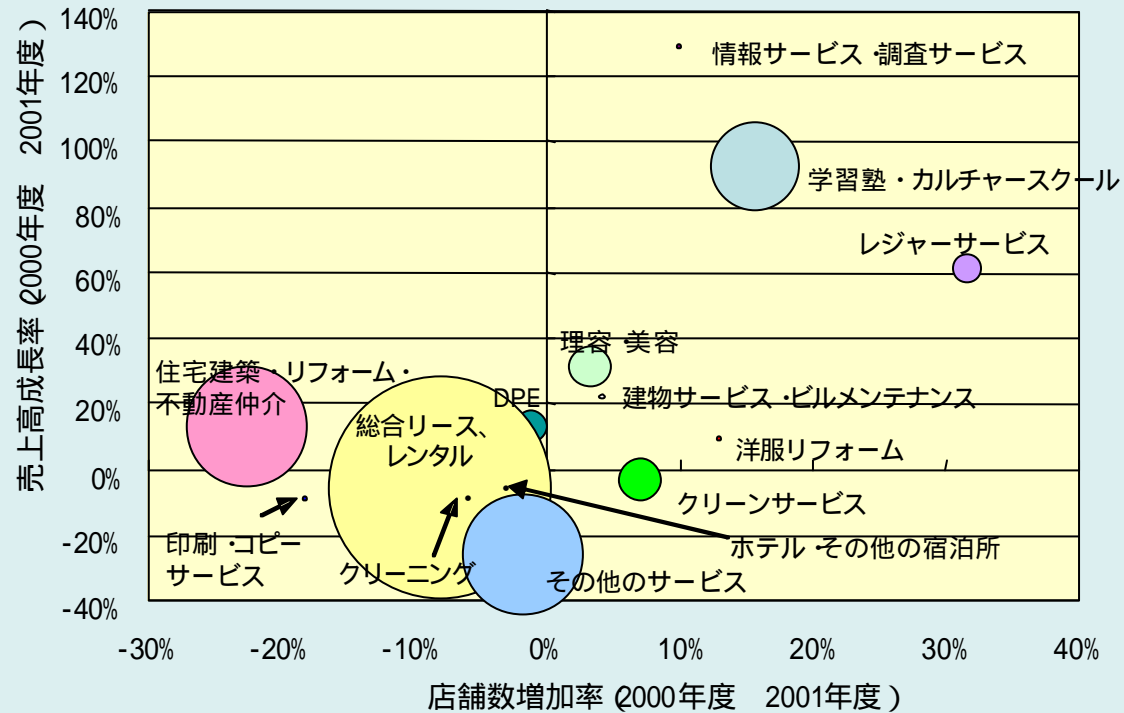
円の大きさは各業種の売上高規模を示す。

出所 :日本フランチャイズチェーン協会「FC統計調査」より三菱総研作成。

サービス業の個別企業ごとの成長の状況

最も売上げ規模が大きいのは総合リース・レンタル、住宅建築・リフォーム・不動産仲介、その他サービス、学習塾・カルチャースクール等であり、店舗数と売上高の伸びが高いのは、学習塾・カルチャースクール、レジャーサービス、情報 調査サービス等である。

サービス業フランチャイズの個別業種ごとの成長の状況



注 :売上高成長率、店舗増加率ともに直営店 + 加盟店の数値。
 円の大きさは各業種の売上高規模を示す。
 出所 :日本フランチャイズチェーン協会「FC統計調査」より三菱総研作成。

(3)海外との比較

フランチャイズの定義が各国で異なるため単純な比較はできないものの、名目GDPに占めるフランチャイズの市場シェアは、米国で10.2%、フランスで2.1%、日本で3.4%となっている。

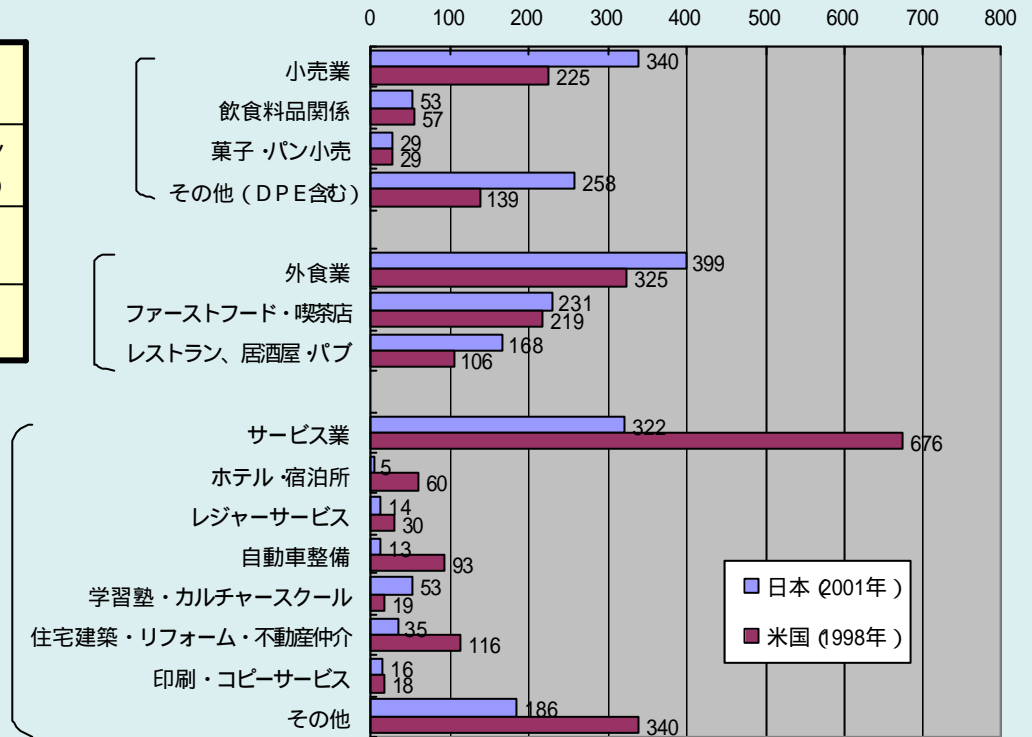
フランチャイズの市場規模の比較

	日本 (2001年)	米国 (2000年)	フランス (2001年)
フランチャイズ市場の規模 (年間売上規模)	17.6兆円	1兆ドル (= 108兆円)	2000億フラン (= 3.4兆円)
名目GDPに占める フランチャイズ市場シェア	3.4%	10.2%	2.1%
フランチャイズ部門の 就業者数	203万人	800万人	不明

出所:各種資料より三菱総研作成

注:米国のフランチャイズ市場の規模には、ビジネスフォーマット型のほか、商標ライセンス型(自動車販売、ガソリン販売等)の売上も含まれるため、単純な比較はできないことに留意が必要。

フランチャイズの業種比較(チェーン数比較)



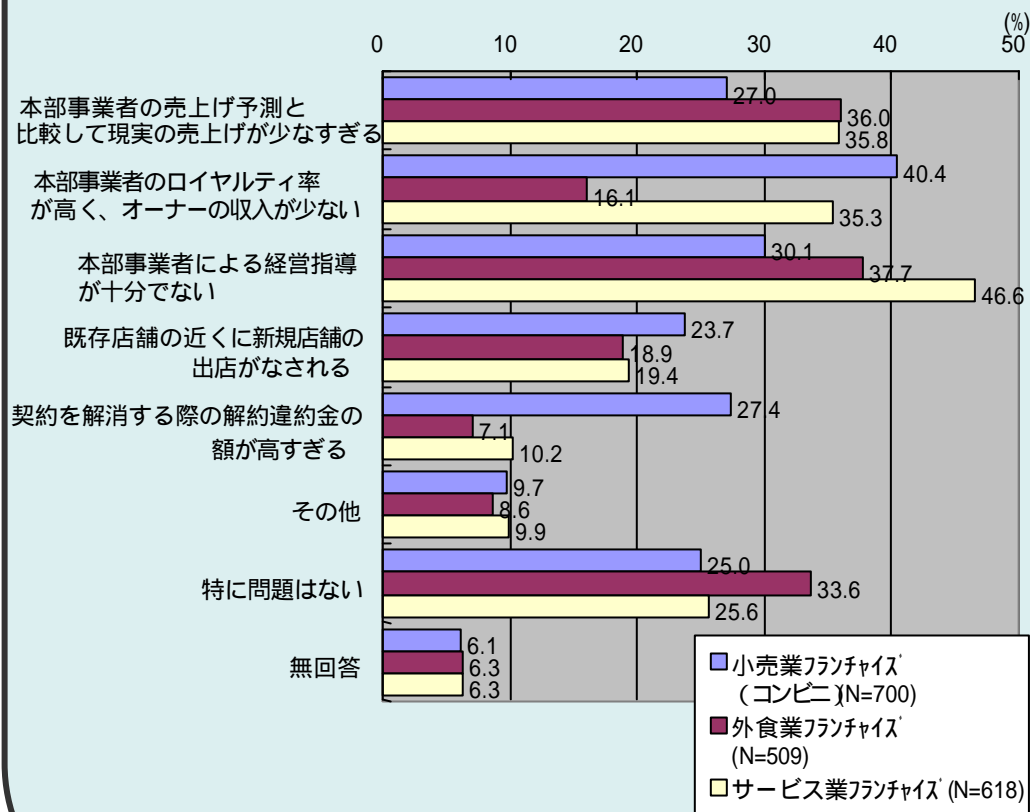
注:米国のサービス業の「その他」には、メンテナンスサービス、ビジネスサービス、保育関連等が含まれる。

出所:日本フランチャイズチェーン協会「FC統計調査」、IFA資料

3. フランチャイズに関するトラブル

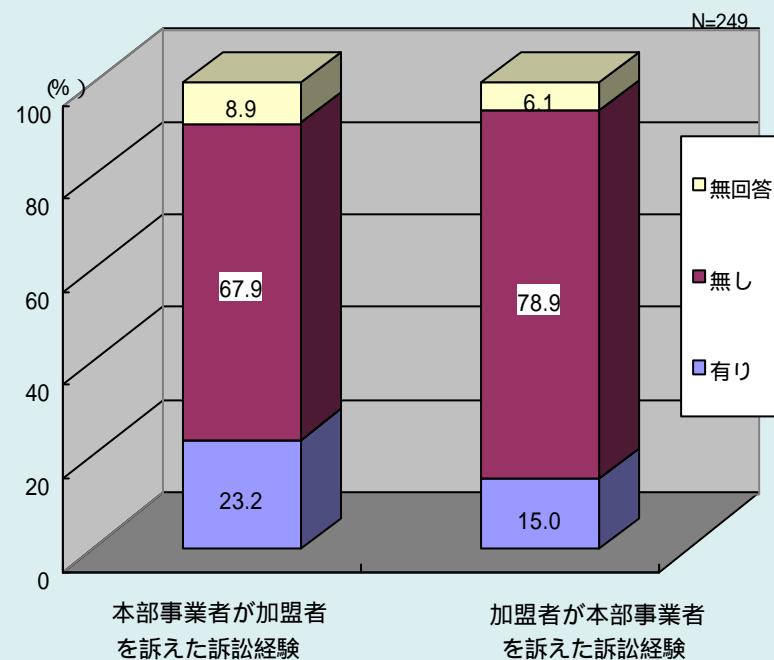
本部事業者と加盟者の間におけるトラブルの要因は様々であり、業種によってその割合も異なる。

本部事業者との契約に関して問題になっている点
(加盟者に対する調査結果)



出所：通商産業省「平成11年度フランチャイズ・システムに関する調査研究」等

本部事業者と加盟者間の訴訟の状況
(本部事業者に対する調査結果)



出所 経済産業省「フランチャイズ・チェーン事業経営実態調査」平成14年10月