

■フランチャイズ店舗って？

フランチャイザー（主宰者）がフランチャイジー（加盟店）と厳格な契約を結び水平な組織を形成する経営形態のことです。主宰者が有名な製品や先進的なサービスを提供できる場合に多くあります。

日本ではコンビニエンスストアや、ファーストフードを筆頭とする飲食サービスなど多くの分野で行われています。主宰者は加盟店に対して、自己の商標などを用いて統一されたイメージの下、一定地域内で特定の事業を行う権利と、商品の製造、販売およびそれに付随する権利を保証します。

また、その経営ノウハウを用いて店舗構成、販売促進、従業員の教育などの経営指導も行い、継続的な事業関係を維持します。

一方の加盟店はその見返りとして主宰者へ一定の加盟料と手数料を支払います。

メリットとしては、主宰者側ならば限られた経営資源でも急速な事業拡大が可能な点が、加盟店側ならば事業への経験や知識が不足していても参入が可能である、少ない資本投資で組織的な事業展開が行える点などがあります。

ただしその一方で、主宰者側の力が強いために加盟店の行動は制限され、過大なノルマの要求などに苦しむ場合もあります。

ちなみに、類似していますがより各店舗の独立性の維持を重視して、多数の業者が仕入れや配送、販売促進などを共同化する企業間組織をボランタリーチェーンといいます。



MOS BURGER. Hotto Motto
ほっともっと

さまざまな業種でフランチャイズ展開しています。

■プロパティマネジメントの歴史

1980年代は経済成長が続き、都心部の商業ビルは稼働率も高く、賃料は上昇して空室は極端に不足していました。その影響で投資家は新規の土地取得によるビル経営が困難になり、土地信託方式や事業受託方式、等価交換方式が始まり、一括賃借するサブリース事業などもこのころからはじまりました。

不動産の所有と経営が分離し、運営・管理が専門分化しはじめたのはこのころです。

ただし、投資家の関心は保有面積の拡大に向いており、保有資産のマネジメントにはまだ関心が薄かったと言えます。

1990年代に入りバブルが崩壊し、商業ビルにも大きな空室が発生して賃料も大幅な下落がおこりました。

その一方ですでに計画されていたビルが次々に着工され、借り手市場が鮮明になり、賃料がさらに下落するという時代を向えました。

この頃より投資家はコスト削減、効率性の追求、テナントへのきめ細やかなサービスの重要となり、マネジメント的な観点から運営・管理することが必要となってきました。

その後、外資による不動産市場への参入と不動産の証券化が本格的に始まり、海外では常識的になっていたプロパティマネジメントという考え方を日本の不動産市場に導入し、その普及に大きな影響を与え始めました。

2000年代に入り、不動産の各業界の代表的な会社が本格的にプロパティマネジメントに取り組み始めました。

最近では、対象もオフィス、マンションや商業ビルだけでなくショッピングセンター、ホテル、倉庫等さまざまな不動産へ広がってきました。



クリックでホームページへアクセスできます



株式会社 イリオス 03(5919)3356 <http://www.irios.co.jp>



株式会社 総合施設管理 03(3357)2031 <http://www.sougou-gfm.co.jp/>