

【第5回研究報告会 報告要旨】2025年5月31日(駒澤大学)

第1報告：フランチャイズと地方創生ー 地方の生活インフラとしてのFCビジネスー

関西学院大学 川端基夫

本報告では、フランチャイズ・システム（以下FS）という「仕組み」が有する社会的意義について、地方および地方創生の視点から検討した。

日本では、FSというと本部が効率的に事業を拡大する仕組み、未経験の加盟者が効率的に稼ぐ仕組みといった実務的な効用が強調されることはあっても、その社会的な意義（効用）はほとんど議論されてこなかった。対して、アメリカでは戦後早い時期から、FSがマイノリティや社会的弱者の経済的自立に寄与する点が注目されてきたし、東南アジアやアフリカでは、FSをマイクロファイナンス（少額融資制度）と統合させることで、FSが農村の貧困女性の経済的自立を促す仕組みとして注目・評価されてきた。もちろん、日本でも、近年はコンビニが社会インフラの機能を果たしていることが知られるが、それはコンビニに限ったことであり、FSという「仕組み」全体の意義ではない。

FSという仕組み全体の日本における社会的意義は、「地方」からそれを捉えるとより明確になる。現代の日本では、人口減少と少子高齢化の進展によって地方創生が喫緊の課題となっている。地方の人口減少の要因は、出産可能年齢の女性人口の減少と、大都市への人口流出の2つが指摘されてきた。このうち、後者の人口流出の要因は、食品スーパーや高齢者向けサービスといった定住に不可欠な生活インフラの欠乏（衰退）の影響が大きい。より正確には、それらの生活インフラの運営ノウハウが地方には不足しており、地元の人々の努力だけでは維持できない状態が生じているのである。しかし、それらの生活インフラは、都市部ではすでに効率的にフランチャイズ展開されているものが多くある。したがって、それらの運営ノウハウを地方に届かせる工夫ができれば、FSが地方の人口定住（人口流出の阻止）に寄与できるという社会的意義が生まれる。

また、FSは地元の人がオーナーになれるという点で、直営のチェーン店とは異なる大きな意義がある。直営チェーンの場合は、利益はすべて本社のある都市部に流れるが、FSの場合はオーナーの利益は地元で循環するし、地元での雇用拡大や税の増



取にも寄与する。さらには、オーナーがフランチャイズ事業を糸口として、独自に他の事業も起こす「事業家」に成長すれば、地域自立への道を拓く貴重な地方人材となろう。

以上のことから、地方における FS の社会的意義は、①生活インフラの運営ノウハウを地方にもたす点、②地方において起業家や事業家を育成する点に見出せ、その 2 点において地方創生のカギを握る存在になり得ると言うことが出来る。とはいえ、現状のままでは FS を地方に届かせることはできない。多くのフランチャイズ本部が採用するモデルは、都市部での需要や物流インフラを前提とした都市型のモデルであるため、それを地方で機能させるためには独自の「地方型モデル」の開発が必要となるからである。その開発問題も含めて、FS が地方創生に寄与するという社会的意義を実現するためには、どのようなアクター（本部、加盟者、金融機関、行政）が、何を、どのように改善すべきかを考える必要がある。

第 2 報告:生活インフラとしてのフランチャイズ・システム(鳥取県のケース)

鳥取大学 白石秀壽

本報告では、フランチャイズ・システムが地域社会、特に中山間地域において生活インフラとして果たす役割とその可能性を、鳥取県の事例を中心に検討した。フランチャイズは経済成長、雇用創出、起業家育成、社会問題の解決など多面的な社会的意義を持ち、特に新興国では生活水準や教育水準の向上に寄与してきた。

先行研究では、49 か国のパネルデータ 10 年分のパネルデータを用いて、フランチャイズが浸透している国ほど、経済開発、社会開発、制度開発、インフラ開発指数が高くなることが示されている (Lanchimba et al. 2024)。こうした理論基盤は、フランチャイジーの起業家精神にある。ブラジルのフランチャイジーを対象とした質的研究では、フランチャイズは起業家育成の場としても機能し、フランチャイジーは「半自律的な起業家」として、経営能力やビジネススキルを習得する機会を得ていることが示されている。

しかし、自治体やよりミクロな地域を単位とした、フランチャイズの社会的影響について検討がなされていない。また、日本におけるソーシャル・フランチャイズの普及は限定的であり、フランチャイズ・システムが社会課題をどのように解決するのかを明らかではない。そこで、本報告では、人口減少・高齢化が進む鳥取県に焦点を合わせ、生活インフラの欠乏状況を紹介するとともに、中山間地域の一般的な社会課題を紹介した。スーパーの撤退により買い物難民が発生し、ある地域では地域住民がスーパーを誘致したり、また他の地域では、地元のコンビニ・フランチャイジーが出店したりしている。前者は、気客足の減少や従業員不足のため、1 年ももたずに閉店することになった。フランチャイズ店か独立事業者かという出店形態の違いが、店舗の生存に及ぼす影響については、国や時代、集計方法によって、異なる知見が得られているものの、最近の研究では、創業後の最初の数年間で生存率が高い

ことが示されている (Lafontaine et al., 2019)。これはフランチャイザーや金融機関による加盟者のスクリーニングと、フランチャイズが提供するビジネスノウハウやブランド認知度の両方の効果によるものであるという。

最後に、今後の研究課題として、日本の中山間地域におけるフランチャイズの有効性や、理念共感型の加盟動機を持つフランチャイジーの存在に注目し、従来の経済学的枠組みにとらわれない新たな理論構築の必要性が提起された。



第3報告: 地方 FC 経営者の役割(福井県のケース)

福井県立大学 北島啓嗣

地方では、特に小売業、外食産業等でチェーン・オペレーションに基づくフランチャイズ・システム (franchise system : 以下 FC) の隆盛を目にする。それは、人口が少なく観光地を除けば広域からの集客が期待出来ず、コストが高い独立店舗は、なかなか経営が成り立たないことがあり淘汰される。対して FC はその合理的なシステムから、コストが低く、人口減の環境においても存続が可能であるからである。

また地方の消費者にとってみれば、「我が町」に他の地域には存在するチェーン店が存在しない、ということはプライドを傷つける意味を持つ。このことは地方のマスコミの論調や SNS 等でも確認できる。

なぜ、FC システムが選択されるのか。従来それは、資金制約仮説、店舗運営リスク仮説、エージェンシー仮説、シグナリング仮説等が提示されている。しかし、日本の FC の現状を完全に説明するには至っていない。それはフランチャイズの加盟店側、地方側の分析が乏しかったのではないか。

そこで筆者は、福井県で法人フランチャイジーを経営する経営者と企業の事例研究を行った。

事例から浮かび上がったのは、FC 加盟店にはローカルエリアに対して適切に振る舞うケイパビリティが存在するということである。

ローカルエリアに対して適切に振る舞うケイパビリティとは、出店する場所の確保についての情報をローカルエリアのネットワーク等から得る能力、周辺の店舗、企業との調整能力、地域の顧客動向をデイリーに捉える能力等である。

FC 本部には、商品やサービスを供給するケイパビリティは存在しても、狭い地域内で、地域の信頼を獲得し、適切に振る舞うケイパビリティは不足している。もちろん、そこで長い時間をかければその信頼や振る舞いを学習することは不可能ではない。しかし、そのコストより、地域に根ざした経営者からケイパビリティを購入したほうが合理的である。の判断によって、直営店システムではなく FC システムが選択されているのではないかという仮説が導出できる。

また FC 経営者はその成功が地域経済を活性化させているという議論は本事例のみならず、複数の地域活性化を実践する論者から指摘されている。FC は、前述の規模の経済や合理性を持つのみではなく、東京等の地域外のネットワークを持ち、これが新たなイノベーションの源泉になっているのではないか。本事例の FC 経営者は、その FC 経営を梃子に現在では、地域を牽引する IT ベンチャーを立ち上げ、新たな成功を納めている。もちろんこれは一つの事例であり、普遍性を持ち得るかどうかについては、検討が必要ではあろう。



第4報告:共同研究 フランチャイズは地方を救うか

川端基夫 (関西学院大学)

本日の報告を踏まえて、新たな共同研究の提起を行った。

1. 目的

FS という仕組みを「地方」の視点から捉え直すことで、その社会的意義を検証する。具体的には、①FS が地方の課題解決に寄与する可能性を持つことの解明 (生活インフラの整備、起業家・事業家育成)、②FS が地方で機能するために、本部、加盟者、金融機関、行政などのアクターが取り組むべき課題の解明 (地方型モデルの開発、起業家・事業家育成の方策) の2点。

2. 研究内容

- 1) 地方における生活インフラの欠乏状況の把握
- 2) 地方のインフラとなり得る本部の実態把握

- 3) 地方の加盟者の実態把握
- 4) フランチャイズ企業が地方で機能するための課題（条件）の探索
- 5) 法的課題の検討
- 6) 行政による施策上の課題

3. 研究体制

○コアメンバー：川端（関西学院大）、池田（拓殖大）、神田（弁護士）、小本（駒澤大）、白石（鳥取大）、山岡（大阪国際大）

○研究協力者・・・本研究会の参加者でテーマに関心がある人（下記の6参照）

- ①地方での調査協力者、②本部、加盟者、金融機関、行政とのコネクションを持つ人
- ③ヒヤリング調査への同行希望者、④その他の情報の所有者、研究への関心がある人

* 共同研究への参加希望者は、mkawabata@kwansei.ac.jpまで連絡。

4. 研究の進め方

上記2の研究内容のうち前半の3つの調査を優先させる

- 1) 地方における生活インフラの欠乏状況の把握
- 2) 地方のインフラとなり得る本部の実態把握
- 3) 地方の加盟者の実態把握

の3つから始めて、それを踏まえつつ4) 5) 6) を検討する。

5. アウトプットイメージ

多数の論文の生産と、それを基にした著書（一般書）の刊行（2027年度）

フランチャイズ・システム研究会著（仮）『フランチャイズは地方を救うか』

6. 研究協力体制（ネットワークづくり）

◎研究協力者のメーリングリスト作成→情報共有を進めつつ進める

◎フランチャイズ・システム研究会のHPの開設

7. 研究資金の調達・・・学術クラウドファンディングを使って集める

期間：2025年6月4日（水）10時～ 7月30日（水）17時

挑戦者：コアメンバーの6名

目標額：200万円

詳細は、下記のQRコード参照

