

米国の事情

◇2◇

ヨーロッパでも早くFCCビジネスが成長したフランスでは、一方で成長を阻害する要素も目立ってきた。著しく増えたFCC加盟店同士が業界を越えて、横に手を組んだ組合「CICDFF」(シテフ)の登場は、まさにその象徴。しかし一方で、米国や英国に比べてサービス分野のFCCが少ないフランスだけに、ニュービジネス育成手段としての期待も依然として強い。

雇用機会を提供

創業七年で店舗数六十五店。全体に経済活動のゆっくりにしたフランスで著しい成長を見せているのが、豊田副・コビーショウの「コピー2000」。本社は「コピー2000」を米国UCLAのビジネススクールを卒業してこの世界に飛び込んだ三十二歳のジルス・マーシェリー氏。市場シェアの10%

以上を語る業界の最大手だ。

「私が始めるまでは、フランスにこのビジネスはなかった」とマーシェリー氏は話すが、フランスのFCCはそれまで衣料販売などの小売業が中心。露の英国で、同業の「プロンタプリン」や、米国の「コールド・ウィック」が大チェーンを作り上げたのと対照的だ。

失業率の高く、ヨーロッパではFCCは新たな雇用機会を提供する重要な手段。マーシェリー氏のもとに集まった加盟店オーナーたちも、年齢は彼らよりかなり若い四十歳代だ。それらも、伝統的な印刷業界の低迷に対して、豊田副・コビーショウの市場は、年産三〇〇以上の伸びを見せ、今や市場規模は十億フランにまで拡大している。

仏の加盟店、組合結成

本部と訴訟、成長に限界



「コピー2000」の旗を掲げた「COPY 2000」の店舗
(手前はマーシェリー社)

れな年配の加盟店オーナーや、すでに十分競争力をつけている加盟店からは反発が頻出。結局、ロイヤルティ(経営指導料)の不払い運動にまで発展した。

業界のエイズ

製作から印刷までこなす「サービス」が普及するなか、同社も最新鋭の機械を使ったサービスを次々とメニューに取り込んだ。しかし、あまりした機械に不慣

直営店でノウハウ確立必要

仏FCC業界に詳しい弁護士

オリビエ・キャスト氏

小売業のFCCは今後、再編成が進みそうだが、逆にサービス・ニュービジネスでは急速な成長を遂げるだろう。ただ、問題処に当たる法律家の立場からいえば、FCC本部は十分なノウハウが確立するまでは、加盟店を募集すべきでない。これを「3-2ルール」と呼んでいる。つまり、まず直営で3店舗、2年間営業してみることが必要だ。また、悪い相手と契約すると、本部の方が弱い立場に立つ場合もある。裁判で争うにも、判決が出るまでのダメージは大きい。従って、契約違反の際は本部が強制的に看板をはずせるという条項を、あらかじめ契約に盛り込んでおくことが重要だ。



O CAST

LA REGLE DES 3-2

conference Tokyo 1982

業を共にし、今日のチェーンをいっしょに作ってきた仲間だから、FCCに対する人々の信頼は、FCC展開の難しさをマシエリー氏はボヤク。

サービス分野に道

一九七〇年代に急成長を遂げたフランスのFCC業界は、八三年を境に親子が一変した。小売業は中心だったが、店も商品も供給過剰と、フランス経済の低迷が重なって、倒産するFCC企業が増えた。フランチャイズシステム自体に疑問を抱く人が増え、そのために今年八月末の西独判決や、悪質な力強める。