

## 「アジア市場への挑戦 ～小売・飲食・流通業の国際化～」 国際ビジネスセンター主催 第8回ビジネスセミナーを開催

国際ビジネスセンターは2015年7月2日（木）14:00～16:00、名古屋校舎にて第8回ビジネスセミナーを開催し、ビジネスマン、学生など約180名が参加しました。

講師の内川昭比古氏は現在、株式会社日本フランチャイズ総合研究所代表取締役社長、研究所所長を兼任。ダンキンドーナツ&現ローソンで経営幹部歴任後、コンサルタントとして120以上のフランチャイズ本部構築、再構築を成功に導いてきました。また台湾セブンイレブンでの8年に渡るコンサル業務、経済産業省の依頼でアジア各国との政府間対話への参など、アジアビジネスにも精通しています。こうした業界での44年の経験を踏まえ、日本サービス業がフランチャイズシステムを活用し、いかにアジア展開すべきなのかについて以下の2点を中心に解説いただきました。

### (1) フランチャイズビジネスの現状と展望

### (2) フランチャイズで海外進出を成功させるためのポイント

- 今日の日本の産業構造をGDPでみた場合、第1次産業は5.75兆円、第2次産業は118.4兆円であるのに対し、第3次産業は358.9兆円と全体の74.3%を占め、日本経済の推進力となっている。
- 個人事業者の与信不足、科学的（サイエンス）マーケティング戦略の欠如などから、現在も将来もますます個人で商業を営む環境は厳しくなっていく。
- 人口動態のシニアシフトが進む日本の2015年時点での平均年齢は44歳であり、その影響で大手スーパーやファミリーレストランが減少している。今後のビジネスはシニアシフトに視点をおいてマーケティングを展開すべきである。
- 人口からみた場合、アジア（24か国：38.5億人）は全世界（187か国：710億人）の54%を占める巨大市場である。
- GDPからみた場合もアジア24か国の合計は22兆3,080億ドルであり、全世界（77兆3,019億ドル）の28.9%を占める巨大市場である。
- アジア各国へ進出する際には、現地における法律や制度などの影響でサービス業が自由に参入できないケースが多々ある。そのため「フランチャイズ法の有無」、「業界団体の有無」、「外資規制の有無」などを事前に把握する必要がある。
- 中国の場合は商業フランチャイズ経営管理条例、商業フランチャイズ経営情報管理弁法、商業フランチャイズ届出管理弁法があり、外資と内資の区別は撤廃されたもののフランチャイズ加盟店募集には届けが必要となる。多くの資料が要求され、日本国内より数段厳しいというのが現状である。
- インドネシアの場合は、フランチャイズビジネスは外資参入規制（ネガティブリスト）の対象となっており、現地の中小事業者の保護を目的とした各種法規制も存在する。原材料などの輸入に関する規制も理解する必要がある。
- アジア市場では、卸売業がない、物流の不整備、深刻な渋滞、停電など日本と同じ環境が整っていないことはないため、進出していきなりのチェーン展開は望めない。そのため日本国内で得た立地選定や店づくり、品揃えや接客サービスなどのビジネスモデルを現地市場の特性や消費者の嗜好、商習慣などに合わせてローカライズすることがもてられる。例えばロードサイドビジネスはアジアにはまだ定着しておらず、日本の商圏の捉え方や出店立地選定基準を現地市場向けにアレンジした立地戦略で臨まなければならない。
- 現地ビジネスパートナーを選定する際には、大手企業との契約もよいが、社長が自ら動く中堅ベンチャー企業との提携も魅力的であるため、検討の対象から外さぬよう気をつけなければならない。
- オペレーションの際を使うマニュアルは冊子により文字で理解を促すものよりも映像化し、視覚的に理解させることのほうが効率的である。

講演の最後には、内川氏より参加学生に対し、「夢と志をもって将来に向かってほしい」とのメッセージをいただきました。

セミナー終了後、国際ビジネスセンター事務室にて、「第3回国際ビジネスセンター会員交流会」兼「第8回ビジネスセミナーネットワーク交流会」を開催、約20名の会員および企業関係者が和やかなムードのなか、講師の内川氏を囲んで活発な交流を行いました。

