



WIN-WINのビジネスモデル構築に向けて

井原康晴 (株)リンガーハット 執行役員FC企画部長

「企業の成長は人の成長以上にあらず」という言葉があるように、業種・業態に関わらず、企業は、長期的にどう人材を育てて行くかが自社のブランドを継続的に存続させる重要な課題であると私は認識しております。

私達はフランチャイズ・ビジネスにおいて、社内外の様々な利害関係者とパートナーシップをどう築いていくか、という命題があり、言い換えれば最終的にはチームのシナジー価値が問われることとなります。

企業は常に顧客満足度の追及を行ない、時代の顧客ニーズに合った業態に進化させることが必要ですが、顧客という概念は単にお客様(消費者)を指すのではなく、フランチャイズ・ビジネスに携わる全ての利害関係者を顧客と認識することが必要だと思います。

私たちは、自社のフランチャイズのシステムを考えるだけでは、人材の成長は限られたものになってしまいます。自社の現状の強み・弱み・将来の機会・脅威という4つのファクターから経営の戦略を構築し、それをフランチャイズシステムを用いてどう相乗効果を生み出していくか、がこれから私達が考えなければならない事ではないでしょうか？

社員個人の成長が、企業の成長になり、企業の成長は株主の方は勿論・取引先の企業・そして加盟されるフランチャイジーの成長に結びつくことが、私はフランチャイズを携わる人間の役割であると思います。

フランチャイズ経営士として、フランチャイズ関連の知識の習得は勿論のこと、ビジネスモデルを構築する様々な勉強をさせていただきました。それはマーケティング・経営戦略・法務問

題・組織論等々、これからフランチャイズ・ビジネスを推進していく為には、必要不可欠な諸問題であり、長期的な視野を持つこと・時代のニーズに変化させることが、いかに大切であるか改めて考えさせられた講習でした。

私達は利益を追求する企業です。しかし社会情勢や景気の良し悪しで業績を一喜一憂しているだけでは、将来の企業の付加価値を生み出すことは出来なんでしょう。

中国の老子の言葉に、「人に魚を与えれば1日は生き延びられるが人に魚釣りを教えれば一生、生き延びられる」という教えがあります。

私達は、今後日本のフランチャイズ・ビジネスを発展させていく為にも、多くのフランチャイズ経営士が生まれ育ち、それぞれが自己のフィールドで活躍することだと思います。

そしてフランチャイズ・ビジネスが、社会貢献に結びつく価値を生み出すビジネスモデルになる事が、私たちのミッションではないでしょうか。

* * *

【筆者紹介】1980年日本マクドナルド入社。店長～スーパーバイザーを経てFCビジネスコンサルタントを経験。その後、営業部長・FC部長・店舗戦略推進部長を経験。2007年5月(株)リンガーハット入社。現在は執行役員FC企画部長としてFCビジネスモデルの構築と展開の責任者。