



平成 21 年度新事業創出・販路開拓ネットワーク整備・活用等事業

2010 年 3 月 26 日発行

展示会・見本市レポート第 77 号

発行：全国商工会連合会

編集：(財)日本立地センター

協力：全国イノベーション推進機関ネットワーク

第 26 回 フランチャイズ・ショー 2010 [下]

新規事業のベストパートナーを見つける 3 日間

会 期	2010年3月9日(火)～11日(木)
会 場	東京ビッグサイト
主 催	日本経済新聞社
特別協力	日本フランチャイズチェーン協会
後 援	経済産業省、中小企業庁、農林水産省、全国商工会連合会、日本商工会議所、中小企業基盤整備機構、日本貿易振興機構、商業施設技術者・団体連合会、店舗システム協会、流通システム開発センター
事 務 局	http://www.shopbiz.jp/fc
次回開催予定	2011年3月8日(火)～10日(木)



発行：全国商工会連合会 企業支援部 市場開拓支援課 03-3503-1256

編集・問い合わせ：(財)日本立地センター 新事業支援部 03-3518-8964

ブース細見

FC展活用し飲食店に冷麺売り込む

出 展 目 的 :PRと販路開拓

代表商品の価格:「冷麺」(25個入り) = 単価・100円(税別)

岩手県盛岡市の盛岡冷麺(電話019-643-6511)は、焼肉店、居酒屋など飲食店向け冷麺、スープ、タレのPRと販路開拓を目的に出展。

同社は、業務用の冷麺、ラーメン、うどん、そば、ホタテ餃子、シュウマイ、キムチなどを製造・販売。主力の冷麺はジャガイモを原料にした国産の澱粉を使用。ユーザーの7割を焼肉店が占め、続いて居酒屋、ラーメン店などが主な販売先。主力の冷麺はジャガイモを原料にした国産の澱粉を使用。

ユーザーの中にもFCに加盟して飲食店を営んでいるところもあり、同社にとっての「フランチャイズ・チェーンショー」は有力な営業の場となる。販売地域は北海道から沖縄までの全国。



小さな店舗で高効率の餃子専門店

出 展 目 的 :加盟店の募集

代表商品の価格:開業資金(物件代を除く)約816万円

大阪市淀川区の餃子計画(<http://www.gyozakeikaku.com>)は、餃子専門店「チャオチャオ」のFC加盟店を募集。

1999年に創業した餃子の専門店。関西を中心にFC店24店舗、直営店16店舗を展開する。数年以内に店舗数を合計100店舗にするのが目標。

「一口餃子」を看板メニューに掲げ、仕事帰りのサラリーマン層にファンが多いという。小さな店舗で開業できるのが特徴で、大阪・梅田の本店は、店舗面積15.5㎡、カウンター14席という規模の店ながら、売り上げ効率の高さを誇る。

「ばくだん焼」のFCビジネスを確立

出 展 目 的 : 加盟店の募集

代表商品の価格: 開業資金310万円強

茨城県筑西市のウッドボーイ (<http://www.bakudanyakihonpo.co.jp>) は、「ばくだん焼」のFC加盟店を募集。

木製プレートのメーカーだった同社がばくだん焼のFCビジネスモデルを確立したのは10年近く前。木製プレートは食品と違って長持ちする商品のため、買い替え客が少ないビジネス。食べ物なら売り上げを伸ばすことができると考えたのがキッカケだった。

ばくだん焼はお好み焼・たい焼・もんじゃ焼の特徴をいいところ取りした軽食。10種類の具の詰まった直径8cm、重さ200gというボリューム感あふれるもの。低価格なことも人気の秘密という。

現在の店舗数は32店舗。出店場所が決まってから契約することを経営の基本とする。もんじゃ焼などに続く4番目の地位の確立を目指している。



挽きたてそばのFCシステムをPR

出 展 目 的 : PR

代表商品の価格: 開業資金2750万円(税別)

東京・品川区のゆで太郎システム (<http://yudetaro.jp>) は、挽きたてそばのFCシステムのPRのため出展。

そばの直営店を展開している知人の同じ「ゆで太郎」の屋号で、2004年にそば店のFC事業に乗り出す。同社の営業方針は、無理に加盟店を増やさないこと。加盟店に対しては、手打ち・天ぷら・接客など豊富なカリキュラムの研修を実施している。

「挽きたて・打ちたて・ゆでたて」のそばにこだわる。

展示会に出展するのは2回目。

大衆食堂のカフェテリア方式のFCを展開

出 展 目 的 :PRと販路を開拓。

代表商品の価格:初期投資4,500万円(税別)

仙台市の半田屋(<http://www.handaya.jp>)は、FCの大衆食堂のPRと販路開拓を目的に出展した。

同社は、1963年に設立・開業した食堂会社で、1999年に大衆食堂のFC事業を始める。和食の「カフェテリア」方式が特徴で、常時80種類以上の低価格・手作りの惣菜を提供する。

現在の加盟店数は、東北から九州まで39店舗。物流会社と契約し、全国6カ所に物流拠点を構える。経営効率を高めるため、できるだけ早い機会に100店舗体制にするのが目標。

展示会は6回目だが、出展したからといって加盟店が増えているわけではないという。あくまで会社の知名度を上げるためのPRが目的という。



展示会で「すた井」の第1回の加盟店募集

出 展 目 的 :PR

代表商品の価格:開業資金モデル約2,340万円(税別)

東京・府中市のアントワークス(<http://www.antoworks.com>)は、豚肉のどんぶり「すた井」のFCを立ち上げてから、展示会で初めての加盟店募集。

1971年に東京・国立の外れで学生向けの豚井店として開業。現在、全国に直営店24店舗、のれん分けしたお店を3店舗展開する。

直営店に続いてFCを事業の柱にすることになり、展示会を活用して第1回の加盟店募集をすることにした。直営店の2009年の売上高は前年比約15%増で、FC事業にも自信をみせる。

目標は2014年までに100店舗を実現すること。