

中国におけるフランチャイズ・チェーンの店舗網の 拡大とメカニズムに関する経済地理学的研究：靴 チェーンを事例として

高, 寧

<https://hdl.handle.net/2324/4475212>

出版情報：九州大学, 2020, 博士（学術）, 課程博士
バージョン：
権利関係：

氏名	高 寧		
論文名	中国におけるフランチャイズ・チェーンの店舗網の拡大とメカニズムに関する経済地理学的研究—靴チェーンを事例として—		
論文調査委員	主査	九州大学	准教授 阿部 康久
	副査	九州大学	准教授 宮地 英敏
	副査	九州大学	講師 ヒェラルド コルナトウスキ
	副査	関西大学	教授 土屋 純
	副査	愛媛大学	教授 兼子 純

論文審査の結果の要旨

本論文は、フランチャイズ方式での店舗展開が比較的顕著であるとみられる中国の小売チェーンを事例として、その店舗網を地域的に展開していく過程で、フランチャイズ方式の採用が果たした役割について検討した研究である。とりわけ、①業種や企業の実性によるフランチャイズ方式採用の背景と店舗網の地域的展開への影響、②本部とエリアフランチャイズ（地域代理商）及びフランチャイズ（加盟店）オーナーとの関係性、③企業発展の歴史的経緯、の3点に注目して検討している。研究方法として、主に公表された資料・統計の分析に加えて、大手靴チェーンを事例として、対象企業の本部と加盟店オーナーへのインタビュー調査により検討を行っている。

その結論として、ファッション産業等のように世界的には直営方式が店舗展開の手法として主流になっている業種においても、中国においては、フランチャイズ方式を利用している場合がよくみられる原因として以下の点を指摘している。①特に、販売する製品に関して他社の差別化が図りにくいチェーンでは、各地域市場の特徴を把握した地域代理商や加盟店の判断等を重要視し、本部と店舗の中間機能の権限を強くすることで、巨大市場の中に存在する地域性に適応できること、②被雇用者の賃金水準が物価や不動産の価額等に対して低いこと等から、自ら起業して小売業等を営む自営業者が多く、小売りチェーンは、フランチャイズ方式でこのような自営業者たちを加盟店オーナーとして取り込むことで、短期間でチェーンを拡大することが可能であること、である。

また、店舗網の拡大に成功したフランチャイズ・チェーンを概観すると、本部と地域代理商・加盟店との間での利益配分が難しく、その結果として本部が得られる利益率が低い課題もある点も指摘している。その一方で、靴チェーンにおいては、高いブランド力と高付加価値な商品を供給することができ、チェーン展開の早い段階から直営店中心の展開を行うことができた最大手のチェーンを除けば、直営店中心の店舗網を全国展開できたチェーンの事例はみられなかった。巨大市場である中国でチェーン店が成功するパターンの1つとして、本稿で検討した企業のように、チェーンの統合度を高めず、各地域市場の特徴を把握した地域代理商や加盟店の判断等を重要視し、本部と店舗の中間機能の権限を強くすることで、巨大市場の中に存在する地域性に適応しながら全国展開している例があると結論付けている。

2021年2月8日午前10時から12時まで遠隔会議システムを用いて公開審査を実施した。論文調査委員からは、本研究での調査結果や考察内容に学術的意義があることは認めるものの、収益構造や在庫処理の手法等についてより詳細な情報があればより良かったとの指摘や、フランチャイズ方

式を採用している他のファッション産業のチェーン等の検討，フランチャイズ方式に関する理論的な研究との関連性についての検討等も必要だったのではないか等の指摘を受けた。高寧氏は，これらの指摘に対して，不十分な点があったことを認めつつも，回答可能な点については真摯に回答し，調査委員の理解を得ることを試みていた。

以上のやり取りの結果として，同論文に対する調査委員の評価として，①中国のフランチャイズ・チェーンの店舗網の全国展開の手法について，情報的価値が高い企業の内部データや，企業本社および加盟店オーナーに対するインタビュー調査に基づいて新たな知見を得ている点，②特に巨大市場でありながら地域的に大きな多様性を有する中国市場において，全国に店舗展開を行っていく際には，日本等の他国に比べても，エリアフランチャイズを含むフランチャイズ方式を採用することに一定のメリットがみられる場合もあることを明らかにした点，等で学術的な意義が認められるという点で調査委員全員の意見が一致した。以上の点から本提出論文は，論文調査委員全員一致で博士（学術）の学位授与に値する論文であると認めるものである。