

銘柄分析レポート：我が国のフランチャイズ企業

1 はじめに

今月のレポートも、先月に引き続き『ファンド・マネジャー』（後に『マネーマスターズ列伝』として再編）に長期集中投資の名手として紹介されていたバフェット氏の章を引用します。

バフェットによれば、ある企業が一流企業になれるかどうかのカギは、その企業が、私（注：著者のジョン・トレイン氏）のいう「ビジネス・フランチャイズ」を備えているか否かにある。

すなわち、何らかの点で優位な立場を確保しており、他社の新規参入で製品の売り値や収益を圧迫される恐れがないという条件である。

現にバフェット氏は、競合の少なかった時代のテレビ局や新聞社などのトールゲート（関所）企業、コカ・コーラに代表されるブランド力に優れる消費者独占企業といったフランチャイズ企業に長期投資を行い、莫大な資産を築いています。

その一方、製品に際立った特徴がなく、価格が唯一最大の選択基準となるようなコモディティ企業を避けてきました。

私を含めて、バフェット氏に憧れる個人投資家は少なくないと思われます。ところが残念ながら国内には、トールゲート企業や消費者独占企業が無きに等しいのです。

「日本ではバフェット氏のような、腰を据えた長期投資ができないのか・・・」そんな嘆きが聞こえてきそうです。

しかし視点を変えれば、我が国にも日本人特有の良さを活かした、別タイプのフランチャイズ企業が存在します。

【コモディティ企業】

- 参入障壁が低く、新規参入は容易
- 模倣が容易で、製品は実質的に均一で差別化できない
- 競合が多く、競争は厳しい
- 一時的に高収益を上げたとしても、それを維持できない
- 大多数の企業が該当

【フランチャイズ企業】

- 参入障壁が高く、新規参入は困難
- 模倣が困難で、製品の差別化（競争優位）を持続できる
- 競合が少なく、競争は緩やか
- 長期間にわたり、高収益を維持できる
- ごく少数の企業が該当