

2006 SEPTEMBER Vol.35

フランチャイズビジネスで  
成功したい人の情報誌

<http://www.franja.co.jp>

# FRANJA

『フランジャ』

## 「僕たちのフランチャイズ」

### ～事業再生&多角化にFC活用～

従来事業 **ガソリンスタンド** + 新規事業 **車買取専門店FC、中華ダイニング、新車販売FC**

従来事業 **皮革染色業** → 新規事業 **個別指導学習塾&外食FC**

従来事業 **OA機器販売業** + 新規事業 **内職サービスFC**

従来事業 **ゴルフ場レストラン受託運営** + 新規事業 **自然派buffetレストラン**

従来事業 **貸しおしぼり業&レンタルマット** + 新規事業 **トイレ総合サービスFC**

FRANJAレポート

### 「おむらいす亭」民事再生申立の波紋

『FRANJA』  
ニューフェース

Don Don Down on Wednesday / かつや  
ジャパン美健サロン / ウイングガーデン

編集長インタビュー

- 『ほっかほっか亭』創業者 田渕 道行
- ほっかほっか亭総本部社長 青木 達也

### 本質は創業・経営 理念の継承だった

連載

ガリバーの研究～語り継ぐカリスマ～ CoCo壱番屋①  
FC本部選別に勝つ! 決算の読み方 = 篠崎屋  
検証・変わる! この業界 = 100円ショップ編

### メガフランチャイジー群像

 ●みちのくジャパン社長 小原 寛

FC講座

- フランチャイジー希望者はどこで何を相談したらいい!?
- 本部の民事再生、破産、生産……。加盟店の影響はどう違うの!?

イベント告知

### 「2006 FRANJAフランチャイズエキシビション」を開催!

従来  
事業

# 貸しおしぼり業&レンタルマット

+

新規  
事業

# トイレ総合サービスFC

## コスモス

### ナンバーワンを目指せる市場！

私達が生命を営んでいく上で、衣食住に加えて、欠くことが出来ない排泄を行うトイレという空間。生活環境の発展と共に、トイレの施設、暖房洗浄便座、自動水洗など設備の機能性、デザイン面の改善が進んでいる。

しかし、その一方でトイレのメンテナンスに関しては、旧態依然として汚れたら、臭くなれば掃除をするという後処理型のメンテナンスに依存しているのが実情。

そこで、トイレが臭くならないように、汚れないように“予防”という斬新な発想でトイレのメンテナンスサービスをフランチャイズ（FC）で全国展開しているのが『アメニティネットワーク』（本部＝アメニティ、山戸里志社長）だ。

今でこそ、トイレの汚れや臭いの原因が、便器に付着している“尿石”にあることが一般に知られるようになってきているが、そもそも、この尿石の存在を解明したのはアメニティだそう。

尿石発生メカニズムを科学的に研究した末に、尿石予防の薬剤を開発、特許を取得。この尿石防止剤を用いて、4週間に1度のサイクルで顧客先を訪問し、トイレの定期維持管理の“レポートメンテナンスサー

ビス”を行うというもの。

このアメニティネットワークのFCの特徴は、独自に開発した製品やサービスにある。例えば、厚生労働省の社内検定制度で認定を受けた「トイレ診断士」という資格制度も設け、サービスに差別化を図っているのもその一つだ。

このアメニティネットワークFCに加盟しているのがコスモス（本社・京都市、瀬古浩史社長）という企業で、地元京都を中心に着実にその根を広げている。

### 父の事業があったから アメニティ事業に専念できた

社長の瀬古浩史氏がアメニティネットワークと出会ったのは、生家が営んでいた貸しおしぼり業の同業者からの紹介だった。

瀬古氏は元来、クルマ好きということから、大学卒業後、1991年にブリヂストンの100%子会社であるブリヂストンタイヤ京滋販売に入社。営業サポートとして、小売店へのタイヤのデリバリーなど、顧客サービス部門に所属した。

そこで2年ほど勤務の後、貸しおしぼり業の「東山リース」、リースキンFCの「リースキン東山」を経営していた父・重樹氏から、仕事を手伝ってほしいと声がかかり、東山リースに入社した。

息子の浩史氏としては、当然父親



コスモス社長 瀬古 浩史氏

の後を継ぐという決意をした上でのことだったろう。

入社後は貸しおしぼりやリースキンのレンタルマットの配送、営業などを担当したが、それまでブリヂストンというタイヤの世界のトップブランド企業で働いていたためか、貸しおしぼり業の市場は既に飽和状態にあって、活性化が乏しく、業界自体も閉鎖的と感じたという。

一方、レンタルマット業界も安売り競争が起こるなど市場のパイの取り合いの状態。その中で、これらの業界では自社が成長する要素が見出せなかったようだ。

そんな時にアメニティネットワークFCと出会ったわけだ。出会いは京都の貸しおしぼり業の同業者から「こんなビジネスがあるんだけど」とアメニティネットワークの加盟店を紹介された。

その加盟店オーナーからアメニティがトイレメンテナンスの業界でオンリーワン企業であること、「なぜ、トイレが臭いのか、汚いのか、どうしたら解決できるのか」を明確な理論で説明を受けた。その時、瀬古氏は「これなら、勝てる！」と直感したという。

しかし、その当時、社長だった父親の重樹氏はFC加盟については非常に慎重な姿勢だった。そのため、アメニティが加盟希望者にビジネスの仕組みを理解してもらうために採用していた協力店契約（保証金20万円のみでの支払い）という制度を活用。「協力店契約ならば」と父親の承諾を得てスタートした。これが95年1月のことだ。ちなみに正規のFC加盟契約では加盟金200万円、保証金100万円となっている。

とはいえ、トイレについては全くの素人。本部の研修は受けたものの専門的な知識と技術を身に付けていかなければならない。

そのためにまず、現場での経験が一番だと考え、奈良県の加盟店を紹介してもらい、約1年間貸しおしほり事業と併行しながら、いわば丁稚奉公同様の形で、アメニティのリピートメンテナンス、排水管の高圧洗浄、リフォームなどの技術を学んだという。

「この時の経験があるからこそ、今の私があると思う。それができたのは、やはり父の事業があったから。“独立開業”タイプではここまで頑張れなかっただろう」

瀬古氏は当時を述懐する。

## FCのネットワークで協力関係が築けることが強み

技術を身に付けても、営業に歩き、顧客開拓をしていかなければならないのが無店舗タイプの商いだ。事業がスタートして半年後、アメニティで全国の加盟店が集う会議が開催された。

瀬古氏は、その会議で隣の席に座った神戸の加盟店オーナーから「がんばれ」と顧客を紹介された後押しがきっかけで顧客開拓営業にも自信を持つようになり、実績を上げ始めた。

トイレメンテナンス事業は専門性が問われ、また成長過程にあるビジネスだけに、どうしても個々の加盟店の得意、不得意の分野が生まれる。そのため、加盟店同士が「師弟関係」となり、ネットワーク全体でこの事業を支えていることにアメニティの強みがあるようだ。

必死に食欲に学び、成長していく息子を見守っていた重樹氏も、約1年半後の96年10月にこのビジネスの将来性を確信し、東山リースのアメニティ事業部として正式にFC加盟を果たした。

その後、本業の貸しおしほり業は従業員によるトラブルなどもあって廃業。また、レンタルマット業も徐々に縮小していく中で、アメニティ事業だけは順調に業績を上げ、02年6月には浩史氏がアメニティ事業を本業とするアメニティコスモスを設立した。

2年後の04年6月には、東山リースとアメニティコスモスが合併して、現在のコスモスに社名変更、重樹氏は会長に退き、浩史氏が後継者として社長に就任した。

これまで、コスモスのアメニティ事業はレンタルマット業の既存の顧客をターゲットにせず、新規の顧客を開拓してきたという瀬古氏だが、「今後は、レンタルマット業と連携しながら、相乗効果を上げていきたい」とし、「目標は5年後に年商10

企業名：(株)コスモス  
代表者：瀬古 浩史 (38歳)  
創業年：1977年11月  
FC参入年：1995年1月  
従来事業：貸しおしほり業(現在廃業)&レンタルマット業  
活用FC：トイレ総合サービス業「アメニティネットワーク」  
年商規模：約1億円

億円」と意気込みを見せる。

ただ、課題がないわけではない。それは従業員の定着と人材育成だ。「この仕事に誇りを持ってやれることが最初のハードル」という瀬古氏は、アメニティネットワークFCの本部と加盟店による「若手経営者の会」のメンバーの一人。

これはトイレ総合サービス事業のあり方を模索していくことを目的として発足したものだ。

「アメニティ事業の強みは、プロであることの自信を持ってお客様に接することができれば発揮できる。定期的にお客様を訪問する先で、以前は、“おしほり屋さん”や“マット屋さん”としか呼ばれることはなかった。それがアメニティ事業のお客様は、必ず“瀬古さん”と名前で呼んでくれる。これは信頼の証」と瀬古氏は手応えを感じている。

さらに、「顧客先の小学校では“トイレ博士”と呼ばれて子供達から慕われている」と、顔をほころばせながら瀬古氏は語っていた。

