

(株) M プロダクション (旧商号：(株) イエローキャブ、新宿区) は 2025 年 7 月 2 日、東京地裁より破産開始決定を受けた。負債総額は債権者 12 名に対して約 4000 万円。

イエローキャブの前身は、世界的な映画監督である黒澤明氏の子息である黒澤久雄氏が設立した芸能プロダクション会社である。イエローキャブを芸能プロダクションとしてその存在を世に知らしめたのは、創業者（黒澤久雄氏）から経営を引き継いだ野田義治氏だ。社名も野田氏の代で「イエローキャブ」に変更された。

野田氏の力量もあり、かつては、かとうれいこ、細川ふみえ、佐藤江梨子、山咲千里、堀江しのぶ、羽田美智子、雛形あきこ、山田まりや、小池栄子、MEGUMI などのそうそうたるタレントを抱え、ピークの 1994 年 1 月期には売上高約 9 億円をあげていた。タレントに対する教育もしっかりできていたようで、イエローキャブのタレントは礼儀正しく、謙虚でしっかりしているという評判を耳にしたことがある。これも、野田氏の独自の教育によるものだったのだろう。

しかし 2004 年 11 月、野田氏の退任後に所属タレントの移籍が相次ぎ、2006 年 1 月期の売上高は約 4 億 6900 万円に減少。

このため、グラビア・アイドル路線の復活で経営不振の打開を図っていたが、減収に歯止めを掛けることができず、2015 年 1 月には所属タレントの契約が満了となり、破産を申請した。

その後、イエローキャブの商標権を獲得したのが M プロダクションで、イエローキャブのブランドを利用してフランチャイズ展開を開始した。芸能プロダクションとしてはおそらく初めてのフランチャイズ展開であると思う。しかし、フランチャイズ事業が当初の計画通りに進まず不振が続いたことから事業継続を断念し、今回の措置となった。

実は、小職はイエローキャブ社から何度かフランチャイズに関する相談を受けてアドバイスをしたことがある。相談を受けたのは 2023 年の春ごろで、当時は山本宗宜氏が代表取締役をされていた。

小職がイエローキャブと関りを持ったのは、いきなり当社にイエローキャブからの電話があったことがきっかけだ。相談の内容は、フランチャイズ展開を始めたが、思ったように加盟店が集まらないとのことであった。報酬を支払うので加盟店開発の指導をして欲しいとのオファーであった。

山本社長とリモートで面談をさせていただき、イエローキャブのフランチャイズの内容についてヒアリングをした。

山本氏はフランチャイズ事業により、同社の業績回復を目指したのだろう。せっかくのオファーであったが、小職からは丁重にオファーをお断りした。お断りした理由は、どう考えてもフランチャイズ本部としての成功の道筋が見えなかったからだ。

小職はフランチャイズ展開ができるかどうかの相談をしばしば受けることがあるが、できるかどうかのポイントは以下の要件を全部満たすことだと考えている。

①オリジナリティー

できればオンリーワン業態、コピーでも元祖の上をいく何かが必要

②市場規模

最低 100 店舗が展開可能な市場、地域限定商品は難しい

③標準化・システム化は可能か

職人技はF C化できない、簡単に模倣される業態は不可

④一定の実績

最低でも 2 店舗で 1 年以上の実績必要

⑤行列のできる直営店

儲かっている直営店の実績は必要不可欠

⑥一定の資金力

最初は持ち出しばかりで利益がでるのは一定の規模に達した後

イエローキャブの場合、小職が考えるフランチャイズの要件を少なくとも 2 つは完全に満たしていない。

まず、③である。属人的なスキルや人的ネットワークに依存した事業はフランチャイズにはならない。イエローキャブが一世を風靡したのは野田氏というカリスマ的存在があったからで、野田氏退任後は次々と所属タレントが離れていき業績が悪化していった。野田氏の行動を標準化して、だれでも同等の結果を得られるようにすることは不可能である。一流シェフでなければ作れない料理を提供するレストランのフランチャイズはできないのである。

次いで、⑤である。フランチャイズ展開をする上で「行列のできる直営店」の存在が必須である。フランチャイズとは、本部が作り上げた成功ビジネスモデルをお金をもらって加盟店に「売る」ことである。ところが、同社には成功ビジネスモデルが確立されていなかった。昔の成功体験を「売り物」にすることは無理なのである。もし、成功ビジネスモデルが確立されていたのであれば、同社のタレントがかつてのように芸能界で活躍しているはずである。同社のホームページで所属タレントを見ても誰一人知っているタレントはいない。

いつの世にも低迷した業績をフランチャイズで回復しようとする方はいるものだ。こうした「崖っぷちフランチャイズ」の成功例はひとつも見つけない。

フランチャイズは何のためにやるかであるが、加盟店の経営資源（ヒト、モノ、カネ）を利用して多店舗展開し、規模のメリットを獲得することにあるのである。

[トップページへ](#)