

ベンチャー・リンクの悪行を忘れない

ベンチャー・リンクという企業があったことを知らない世代も増えてきた。今のフランチャイズ業界の現場で活躍する諸氏に、ベンチャー・リンクが道を誤りフランチャイズ業界に多大な混乱を巻き起こしたことを知ってもらいたい。ただ、小職の身近で起こったことであり、小職の知り合いにベンチャー・リンクの社員であった方はたくさんいるが、小職がベンチャー・リンクの社員であったわけではない。報道や被害にあった関係者たちから相談されたりした内容に基づくものであるが、ベンチャー・リンクの言い分をきいたわけではない。よって、不正確な部分があることは否めないが、そこは容赦願いたい。

まずは、ベンチャー・リンクの沿革を簡単に説明すると以下の通りとなる。

1986 年 3 月 株式会社ベンチャー・リンク設立
1991 年 5 月 サンマルクと業務提携
1995 年 3 月 株式を店頭公開
1995 年 12 月 ガリバーインターナショナルと業務提携
1997 年 1 月 タスコシステムと業務提携
1997 年 12 月 レインズインターナショナルと業務提携
2001 年 3 月 東京証券取引所 1 部上場
2001 年 12 月 株式会社プライム・リンクが Nasdaq Japan（後のヘラクレス）に株式を上場
2005 年 7 月 アイディーユー（現：日本アセットマーケティング）と業務提携
2009 年 2 月 日本振興銀行と業務提携
2010 年 9 月 1 日 持株会社体制に移行。社名を「株式会社 C&I Holdings」に変更。ビジネスマッチング事業については、「株式会社ベンチャー・リンク」に移管。
2011 年 10 月 3 日 東京証券取引所、上場廃止
2012 年 3 月 12 日 東京地裁へ民事再生法の適用を申請し、同日保全命令を受けた

ベンチャー・リンクとはサンマルク、ガリバー、高田屋、牛角、タリーズ、かつやなどを次々と世に出したコンサル会社だ。創業者は小林忠顕氏、加盟店開発代行により大きな利益を稼いだ企業で、一時は飛ぶ鳥を落とす勢いという表現がピタッとはまる企業だった。

ここでいう加盟店開発代行について説明すると、加盟店開発代行とはフランチャイズ本部に代わり有料で加盟希望者を紹介する事業をいう。何故、「開発」という言葉が使われるかというと、英語でフランチャイズ本部が加盟店を募る活動を「development」といい、日本語に直訳されて「開発」という言葉が使われる。本来、加盟店開発はフランチャイズ本部が行う業務であるが、加盟希望者を募る活動は簡単なことではなく、一般的にはかなりのコストと専門人材の投入が必要であり、求める成果を出すためにはかなりの時間を要することが多い。

ベンチャー・リンクの前身である株式会社日本エル・シー・エーは地方の金融機関とネットワークを持ち、独自の会員組織を持っていた。その中には、本業の伸び代がなく新たな事業を模索する中小企業は数多くあった。当初はそうした企業に優秀なフランチャイズチェーンを紹介することで、本部から紹介料をもらえることにビジネスチャンスを見出したのだろう。これだけなら、特に珍しいということではなく、よくある話である。ところが、ベンチャー・リンクの商法はもっと奥深い。

その後、ベンチャー・リンクの加盟店開発業務は進化していく。既存のフランチャイズチェーンに加盟希望者を取り次ぐのではなく、自らが有望なフランチャイズチェーンを発掘して育成する、彼らがいうところの「フランチャイズファクトリ」に特化していく。ものになりそうな店を見つけると代表の小林氏が直々にアタックし、ベンチャー・リンクとの提携を口説いて回った。口説き文句は、ベンチャー・リンク 社と提携してフランチャイズ展開をすることで莫大な利益を得られるというものだった。小職の知り合いの外食業企業に対しても、小林氏自身が何度も店を訪問し、提携を勧誘していた。

提携関係ができると、提携先に対して、ベンチャー・リンクがフランチャイズ展開に相応しい業態にブラッシュアップするためのコンサルティングを行う。コンサルティングの内容であるが、まずはフランチャイズに相応しい形の業態に手直しをする。例えば、外食店であれば、調理は誰がやっても品質のブレがないように標準化する。また、フランチャイズビジネスでは重要な意味を持つ開業後のスーパーバイジングは、当該企業に代わってベンチャー・リンクの社員が行い、キメの細かい指導を行った。

これを同社が持つ会員組織のメンバーに取り次ぐというのが基本的なビジネスモデルだった。ベンチャー・リンクの取り分は、本部が受け取る加盟金の半分を受け取るという構造であった。ベンチャー・リンクが扱う業態は大ブレイクするものも多く、やがてベンチャー・リンク神話が生まれていく。ベンチャー・リンク案件は絶対儲かるというものだ。やがて、競うようにベンチャー・リンクが紹介するチェーンに加盟する企業が続出した。おそらく、中小企業の経営者にとって、バブル崩壊後の低迷する日本経済のなかで、ベンチャー・リンクは希望の星に見えたのだろう。当初は、ベンチャー・リンクの事業は本部、加盟店、ベンチャー・リンクのすべてが win win となるものであった。これだけならベンチャー・リンクが世の中から非難されるいわれは全くない。

ところが、ベンチャー・リンクの商法はさらにエスカレートしていった。彼らは、単に加盟店を本部に紹介してマージンの得るのではなく、発掘した企業に出資し、その企業を上場させることによって莫大なキャピタルゲインを得られることに気づいたのである。

だが、フランチャイズ本部が株式を上場するためには、ある程度の売上高の大きさと一定以上の利益を計上する必要がある。そのためには、ある程度の店舗数が必要となる。ところが、加盟者を探し出し、店舗を出店させることには手間も人的パワーも必要になる。上場基準を満たすためにはかなりの年月を必要とすることになる。

本来、フランチャイズは加盟者が出店する店舗が確定した後にフランチャイズ契約を結ぶ。従って、本部に加盟金や保証金などの名目で金が入ってくるのは店舗が決まり、フランチャイズ契約を締結した後になる。

そこで、ベンチャー・リンクはエリアエントリー方式というこれまでにない仕組みを考え出した。エリアエントリー方式とは、本部が加盟店に特定のエリアで本部の開発した事業を行う権利を与えるというもの。これなら、店舗が確定する前にフランチャイズ契約を締結できることになる。さらには、同時にたくさんのフランチャイズ契約を締結することも可能だ。ベンチャー・リンクが開催したデリバリー寿司の事業説明会では、1日の説明会で50件の加盟申し込みがあったというから驚きだ。本部企業は受け取った加盟金を売上として会計処理する。従って、本部企業は短期間の間にろくな実績もないにもかかわらず会計上は多くの売上と利益を獲得することになる。これなら上場基準を満たすことは難しいことではない。

ところが、エリアエントリー方式で本部とフランチャイズ契約をした加盟店の中に、ベンチャー・リンクの説明通り指定された地域に店舗を出店することができない加盟店が続出した。その数は、数千件にも膨れ上がった。エリアエントリー方式のフランチャイズ契約には期限が設けられていて、一定期間内に店舗できないと、加盟金は没収された。つまり、フランチャイズ契約はしたものの、条件に合った店舗物件を見つけることができず、出店することもなしに支払った加盟金を丸損したという加盟店が続出したのである。中には、出店することを許諾されたエリア内に本部が示す条件を満たす店舗物件を探し出すことがほとんど不可能というケースもあった。

その後、ベンチャー・リンクは多くの訴訟を起こされ、敗訴するケースがいくつもあった。新規に開拓した事業もほとんど日の目を見ずにとん挫した事業も続出した。やがてベンチャー・リンク神話は崩壊し、見るも無残な結末を迎えたのである。

いまから思い起こしても、ベンチャー・リンクが残した罪は大きいと言わざるを得ない。傾いた業績を回復させるためにベンチャー・リンク案件のフランチャイズに加盟し、バカ高い加盟金を支払ったものの店舗も開店できず、そのまま倒産したという企業もあった。さらには、フランチャイズは信用できないという先入観を日本人や企業に植え付けてこともベンチャー・リンクの置き土産だ。まっとうなフランチャイズチェーンは大きな影響を受けたことはいうまでもない。

いまではベンチャー・リンクの残党といわれる人々が各方面で活躍している。中には、ベンチャー・リンクの社員であったことを恥ずかしげもなく公表している面々もいる。ベンチャー・リンクがやったことを模倣するような事業展開をする方もいる。彼らに罪があるわけではないのはわかるが、自分たちが犯した罪の深さを決して忘れないよう肝に銘じてもらいたい。

[トップページへ](#)