

FC本部の出店数と売上を 最大化する方法

バラバラなデータを、ひとつの成功の型に変える。

繁盛AI

— CONTENTS

この資料で分かること

なぜ多くのFC本部が同じ壁にぶつかるのか。繁盛AIが何を、どう解決するか。導入後、何が変わるか。自社で始めるには何から着手すべきか——順を追って解説します。

01 FC本部が直面する、見えない壁

02 なぜ「バラバラ」は起き続けるのか

03 解決の全体像

04 統合ダッシュボードでできること

05 支援メニュー一覧

06 導入の進み方

07 御社の場合は

08 よくあるご質問

FC本部が直面する、見えない壁

Webマーケの成果、獲得リード、商談履歴、加盟・失注理由、出店情報とそのPL、既存オーナーの増店意欲、エリア人口や競合——。これらはすべて、FC本部の「次の一手」を決めるための材料です。しかし多くの場合、これらは別々の場所に、別々の形で存在しています。

MARKETING

獲得の成果が繋がらない

広告・展示会・ウェビナーの成果と、獲得したリード情報が別ツールで管理され、「何が効いたか」を横断で検証できない。

SALES

加盟・失注理由が残らない

商談履歴や加盟・失注の理由が担当者のメモや記憶に依存し、次の商談・次の候補者選定に活かされない。

STORE OPENING

出店判断とPLが分断

出店時に見た人口・競合データと、出店後の実際のPLが紐づかず、「どの条件が本当に効いたか」を検証できない。

EXISTING OWNERS

増店意欲が見えない

既存オーナーの増店意欲が可視化されず、新規開拓ばかりに営業リソースが偏り、確度の高い機会を取りこぼす。

この積み重ねが、「同じ成功を、次の店舗でも再現できない」という状態を生みます。

— CHAPTER 01

なぜ「バラバラ」は起き続けるのか

原因は担当者の能力ではありません。FC本部特有の構造にあります。

01 業務ごとにツールが増える

マーケ、営業、店舗管理——それぞれの業務に最適なツールを個別に導入した結果、データの置き場所が増え続け、統合されないまま運用が固定化する。

02 本部と加盟店で見る数字が違う

数字の定義や更新タイミングが揃わず、本部と加盟店の間に共通言語がない。同じ「会員数」でも、算出方法が現場ごとに異なることも珍しくない。

03 人に依存した営業・運営

インサイドセールス・フィールドセールスの動き方が個人の経験に依存し、担当者が変わると成果が再現できなくなる。

04 出店判断が都度リセットされる

出店のたびにゼロから人口・競合を調べ直し、過去の出店実績との比較検証が行われないまま、次の判断も勘に頼ることになる。

解決の全体像

繁盛AIは、HubSpotを「信頼できる唯一の情報源」としてデータ基盤に据え、FC本部の業務全体を1つの流れに統合します。

オーナー面

加盟店を増やす

開拓



商談



出店



運営支援



増店

ユーザー面

会員を増やす・維持する

集客



入会



会員維持



LTV最大化

繁盛AI

統合ダッシュボード

バラバラだった出店判断を、1つの基準に。施策のフィードバックで効果を最大化。

HubSpot(データ基盤・SSOT)

バラバラだったデータを、1つに集約。

統合ダッシュボードでできること

HubSpotに集約されたデータを、出店戦略・店舗運営の意思決定にそのまま使える形で可視化します。

3

3軸スコアによる出店候補地の評価

集客力・物件条件・エリアポテンシャルの3軸で、候補地を自動スコアリング。

+

全国エリアの地図可視化

自社店舗・候補物件・競合を地図上にプロットし、全国を1画面で俯瞰。

%

商圈分析

人口・競合・既存店の密度から、出店可否を定量的に判断。

◎

出店パターン判定

「拡大余地」「物件不足」「競合過多」など、エリアの状態を8パターンに自動分類。

AI

AIによる集客予測

類似店舗の実績データから、新規出店後の会員数を予測。

K

店舗KPIの多面分析

会員数・退会率・ARPU・坪あたり会員数などを、エリア横断で比較。

意思決定を、勘からデータへ

統合ダッシュボードは、単なる可視化ツールではありません。「次に何をすべきか」まで示す、意思決定エンジンです。

AIアシスタントへの質問例

「このエリアの出店余地は？」

「会員数の予測値は？」

「競合が多いエリアとの違いは？」

自然な言葉で質問するだけで、データに基づいた回答が返ります。

こう変わります

Before：出店の可否を、担当者の経験と直感で判断

After：3軸スコアと類似店舗データに基づき、根拠を持って判断・説明できる

— CHAPTER 04

支援メニュー一覧

それぞれが独立した施策ではなく、HubSpotという1つの基盤の上でつながっているから、成果が積み上がります。

集客・マーケティング

展示会・ウェビナー

Webマーケティング

アウトバウンド

営業・組織

IS(インサイドセールス)構築

案件管理

チームビルディング

データ・分析

HubSpot導入・運用

統合ダッシュボード開発

数値管理・KPI設計

課題やフェーズに応じて、必要なメニューから組み合わせてご支援します。

導入の進み方

初回のご相談から運用改善まで、伴走型で支援します。



STEP 1

相談

現状の課題感や目指す姿をヒアリング。



STEP 2

現状データ診断

散在するデータの所在と質を棚卸し。



STEP 3

HubSpot基盤構築

データを集約し、信頼できる情報源を構築。



STEP 4

実装

ダッシュボード・施策を実装し運用開始。



STEP 5

運用・改善

データをもとに継続的に改善。

御社の場合は、どう進めるべきか

ここまでご紹介した内容は、FC本部に共通する一般的な考え方です。実際にどこから着手すべきかは、貴社の店舗数・エリア数・現在お使いのツール構成によって変わります。

Q. すでに複数のツールを使っている場合、乗り換えが必要ですか？

既存ツールを活かしながら段階的に統合する方法もあります。貴社の状況次第です。

Q. 何店舗規模から効果が出ますか？

出店ペースやエリア展開の広さによって、効果の出方が変わります。

Q. どこから着手するのが最適ですか？

データ基盤が先か、営業体制が先か——貴社の一番のボトルネックによって順番は変わります。

これらの問いへの答えは、貴社の状況を伺わなければお出しできません。**無料相談**で、現状と一緒に整理させてください。

よくあるご質問

Q. HubSpotの導入は必須ですか？

繁盛AIはHubSpotをデータ基盤として推奨していますが、既存ツールの状況に応じた提案も可能です。

Q. 導入にはどれくらいの期間がかかりますか？

データ量や既存環境により異なりますが、基盤構築の目安は数週間からです。

Q. 小規模なFC本部でも相談できますか？

店舗数やフェーズを問わずご相談いただけます。まずは現状をお聞かせください。

Q. 相談したら必ず契約しないといけませんか？

いいえ。無料相談は現状のヒアリングが目的です。売り込みは行いません。

— FREE CONSULTATION ・ 15 MIN ・
ONLINE

まずは、貴社の状況を 聞かせてください。

オンライン15分。売り込みは行いません。現状のヒアリングと、進め方の方向性をお伝えします。

無料相談を予約する

お問い合わせ

繁盛AI | hanjouai.com