

シェア拡大のための経営戦略 ～ハンバーガー業界～

2019-10-13

3F1120

nina

概要

- 近年、ファーストフードの中でも、気軽に立ち寄れると人気のハンバーガー店。その中でも業界売上トップであるマクドナルドと自身のアルバイト先であるバーガーキングを取り上げ、比較をしていく。同時に、シェア拡大のための経営戦略も取り上げる。

日本に進出しているハンバーガー店

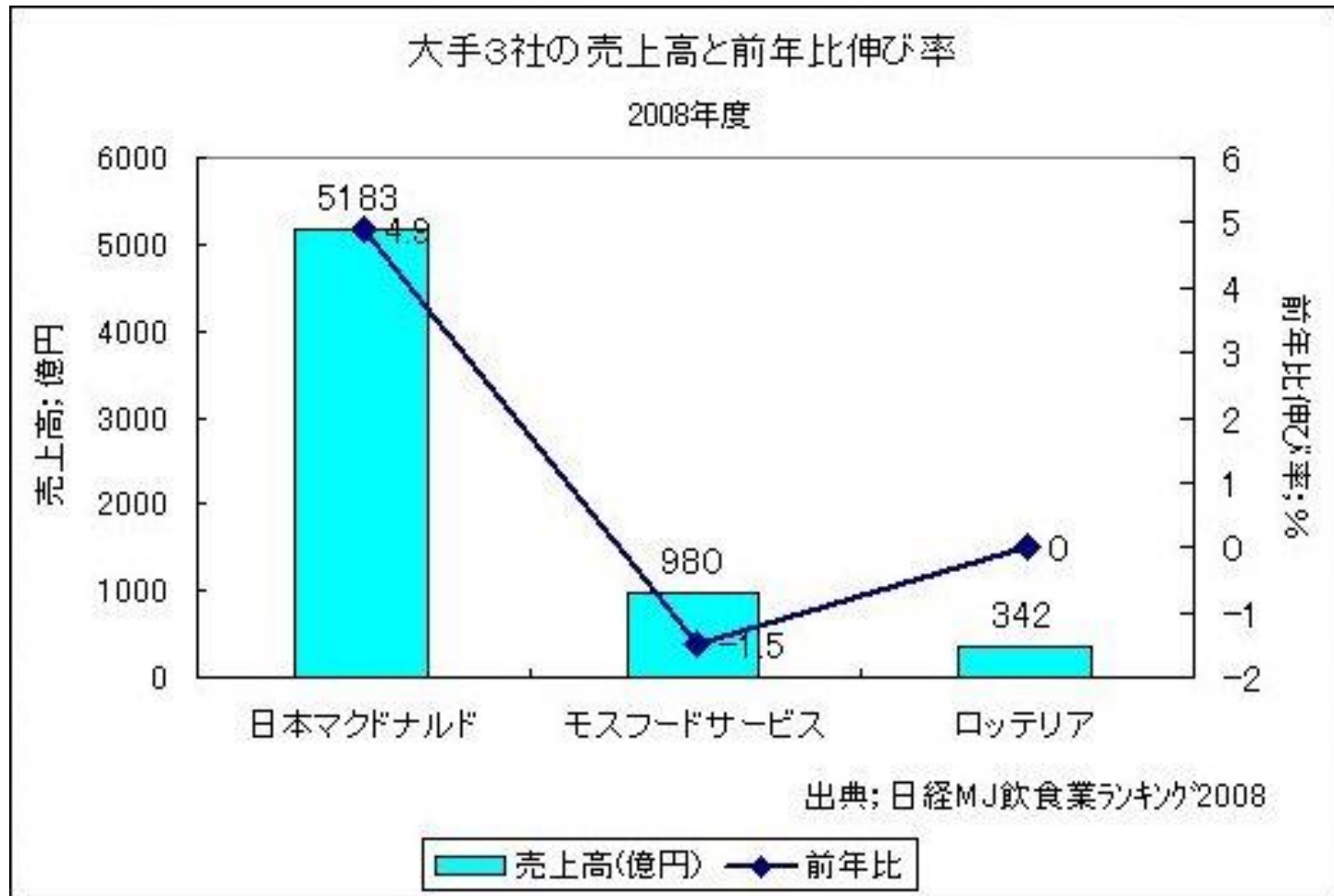
〈売上ランキング順 2016-2018年資料〉 [1]

- 1位 **マクドナルド** 2536億円
- 2位 モスバーガー 713億円
- 3位 ロッテリア 267億円
- 4位 フレッシュネス 100-150億円(推定)
- 5位 ファーストキッチン 91億円
- 6位 **バーガーキング** 88億円

1. ハンバーガー業界[2]

- 日本フランチャイズチェーン協会の統計によれば、2007年度の飲食FCの売上高は約4兆364億円(前年比99.1%)、その中のファストフードFCの売上高は約2兆1,445億円(前年比101.0%)、内ハンバーガーFCの売上高は約6,533億円(前年比108.9%)であった。ファミリーレストラン等が苦戦を強いられる中、飲食業界では比較的好調だった。一方、日経MJによる飲食業08年度のランキングでハンバーガー分野の動向を見ると、店舗売上高の第1位は日本マクドナルドで約5,183億円であった。

2. ハンバーガー業界[3]



マクドナルド 課題・戦略[4][5]

- 5つの戦略的課題

→「店舗体験の向上」「ブランドの再構築」「組織力の向上と人材育成」「QSC」「バリュー」

- 3つの経営戦略

→「既存事業の成長戦略」「フランチャイズ事業の再構築」「新規事業への展開」

バーガーキング 課題・戦略[6][7]

- 今後の課題

- 大量閉店した店舗の課題の洗い出し

- 競合他社に勝つための新たな挑戦

- 3つの基本戦略

- 「差別化戦略」「コストリーダーシップ戦略」

- 「集中戦略」

今後の方針

- ハンバーガー業界の現状について深く調べる。
- バーガーキングと競合他社の違いを整理し、今後勝ち抜いていくための最も有力な戦略を考えていく。

参考文献リスト

- [1]ハンバーガー店業界の勢力図/売上高ランキング/人気比較 閲覧日2019-10-13
<https://www.digital-dokusho.jp/industry/hamburger-shop/>
- [2]食品加工業界探訪シリーズ-4-ハンバ-グ・ハンバ-ガ-業界 掲載誌 缶詰時報 / 日本缶詰協会 [編] 63(6) 1984.06 p.p471~475
- [3]第8回 ハンバーガー業界レポート | フランチャイズ・ショー 閲覧日2019-10-13
<https://messe.nikkei.co.jp/fc/column/market/38800.html>
- [4]ヘッドレポート 株式上場企業「日本マクドナルド」の実力と課題掲載誌 実業界 / 実業界 [編] (872) 2001.10 p.24~27
- [5]日本マクドナルド 戦略の進捗と今後について - IR Street 閲覧日2019-10-13
https://ircms.irstreet.com/contents/data_file.php?template=39&brand=74&folder_contents=8917&src_data=35784&filename=pdf_file.pdf#search='%E3%83%9E%E3%82%AF%E3%83%89%E3%83%8A%E3%83%AB%E3%83%89+%E4%BB%8A%E5%BE%8C%E3%81%AE%E8%AA%B2%E9%A1%8C'
- [6]打倒マクドナルド。韓国資本を離れた「バーガーキング」の逆襲 閲覧日2019-10-13
<https://www.mag2.com/p/news/327879/2>
- [7]ハンバーガーは健康度外視で売る--ファストフード 業績不振のバーガーキングを復活させた新CEOの戦略 掲載誌 Newsweek 20(20) (通号 956) 2005.5.25 p.28~29