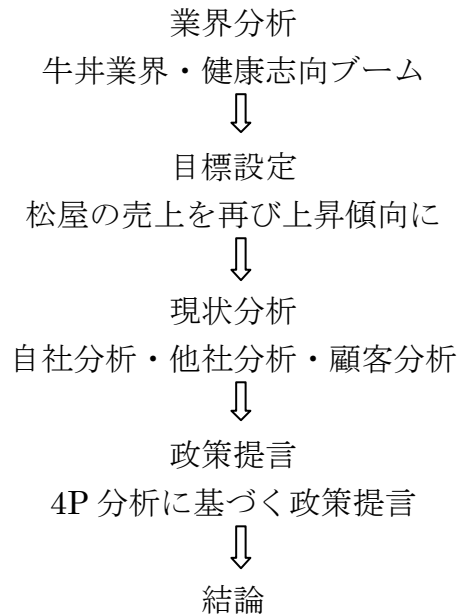


## 今日も松屋で気分上々 ↑ ↑

3班：内田彩貴 齊藤直哉 齊藤優衣 品田裕太 西山京佑 野村良平 南祐介  
ファシリテーター：瀧澤卓也 松田隆典  
スーパーバイザー：村木亮介

### フローチャート



#### ◇業界分析

##### ● 牛丼業界

牛丼業界は長年にわたり三社（吉野家・すき家・松屋）で業界を牽引してきた。

現状：業界一位は吉野家

ここ数年ゼンショー（すき家を経営する株式会社）が急激に勢力を伸ばし、2位がゼンショー、3位が松屋

##### ● 飲食業界を取り巻く社会背景：健康志向ブーム

2008年メタボリックシンドローム検診に関する法律が制定

→ますます健康に関して注意を向ける人の増加

#### ◇目標設定

松屋の売り上げを再び上昇傾向にする

## ◇ 現状分析

### 1. 自社分析

名称：株式会社 松屋フーズ

主なメニュー：牛めし 並 350円 大 490円

豚めし 並 330円 大 430円

ビビン丼 並 390円 大 490円

オリジナルカレーライス 並 350円 大 450円

山かけ漬マグロ丼 490円

松屋 SWOT 分析

Strength	Weakness
牛丼以外のメニューが多い 味噌汁が無料 都内に店が多い	テーブルのある店が少ない 全国展開していない 広告をだしていない
Opportunity	Threat
食への不安 健康志向食品の大ヒット メタボブーム メガブーム	吉野家のブランド力 すき家の女性・ファミリー客を増やす戦略 他の外食産業（松屋は外食産業という枠組の中の牛丼チェーンの1つに過ぎない）

### 2 他社分析

#### 2-1. 吉野家

主なメニュー：牛丼 並 380円 大 480円 特盛 630円

豚丼 並 330円 大 430円 特盛 530円

プレーンカレー 並 290円 大 390円

#### ☆ Strength

- ① ブランド力
- ② 男性客が多い（カウンター席がほとんどということもあり、女性客より男性客の方が圧倒的に多い）
- ③ 全国に店舗を展開
- ④ 積極的な広告活動

#### ☆ Weakness

- ① 他チェーンに比べメニューが少ない（健康志向のメニューがない）
- ② 女性客が少ない

☆ Threat

- ① BSE 問題（メニューが少ない吉野家は影響をうけやすい）
- ② 他の牛丼チェーン
- ③ 牛丼以外の外食店（客のニーズによって顧客が減少する可能性）

2-2. すき家

主なメニュー：牛丼 ミニ270円 並350円 大450円 特550円  
メガ牛丼 680円  
牛丼ライト（ご飯の代わりに豆腐を使用） 380円  
とりそば丼 並380円 大410円

☆ Strength

- ① メニューが多い
- ③ 族連れ・女性客が多い
- ④ 幅広い事業展開
- ⑤ 広告に力を入れている

☆ Weakness

- ① 都心部・駅前に店舗が少ない
- ② メニューが多い＝松屋のイメージを持たれている（自社の強みであるメニューの多さを活かしきれていない）

☆ Threat

- ① 他の牛丼チェーン
- ② 牛丼以外の外食店（ファミレスなど）が挙げられる。

◇ 顧客分析

- 現在は「健康」ブーム
- メタボを予防・改善したいと思う人は全体の約9割
- 一方で、高カロリーのもの食べたいと思ったときに、実際に食べてしまう人は9割以上

- ◆ 松屋の売り上げを再び上昇傾向にするために  
健康を気にするサラリーマンを中心に、来客数を増やす

## ◇ 政策提言

4P 分析(Product, Price, Place, Promotion)に基づき政策提言を行なう

Product	<p>◆ 健康指向メニューの導入</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 玄米・五穀米の導入 →玄米を食事に取り入れたいと思う人は全体の6割に上る</li> <li>◇ 魚介類の丼ものの導入 →魚介類は肉類よりもヘルシーなイメージ、流通チャネルも確保済み</li> <li>◇ チキン・野菜といったカレーの種類増加 →鶏肉は牛・豚よりも低カロリーで高栄養価、カレーは既存メニューなので改良は比較的容易</li> <li>◇ 小さなサラダの追加、サラダの種類増加 (Ex ワカメ等の海草類)</li> </ul>
Price	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 現状維持 (原料が高騰している上、現在では一時期のような価格競争がほぼなくなっている)</li> </ul>
Place	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 現状維持 1)・既存チャネル 2) の活用</li> <li>1) 都市部、駅前に集中した店舗分布 →ターゲットであるサラリーマンが多い土地</li> <li>2) 既存チャネルの活用 →同グループである福松のチャネルを利用することで、魚介類等のメニューを取り入れることが可能に</li> </ul>
Promotion	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 積極的な広告活動の推進</li> <li>I. 雑誌・新聞への広告の掲載や折り込みチラシ、クーポンの作成 →R25・日経ビジネスに代表されるようなサラリーマン向けの雑誌、日経新聞、スポーツ新聞等サラリーマンが主な購買層になっている新聞に対して新メニューの広告を載せ、さらにそれにクーポンや、クーポン画面を表示するサイトにつなぐ QR コードを付ける。</li> <li>II. テレビ CM の放送 →広告媒体で最も宣伝力があるテレビ CM を作成し、流すことにより新メニューを大々的にアピール</li> <li>III. 若手女優の起用 →長澤まさみ、新垣結衣らに代表される若手女優をイメージキャラクターに起用し、メタボの改善を訴える。また新メニューが健康志向でヘルシーであることを分かりやすく伝える (パパは娘に弱い)</li> </ul>

## ◇ 結論

近年、松屋は売り上げをそれほど伸ばせず、吉野家・すき家のライバル 2 社に取り残されつつある。そこで我々は、近年の健康志向ブームに注目し、他の 2 社が扱っていないような健康志向のメニューを新たに導入し、サラリーマンを中心とした健康を気にしている人々に対してプロモーションを行うことを考えた。それによって、ライバル 2 社との差別化が行え、松屋の売り上げは再び上昇傾向になるだろう。

## ◇ 参考文献

<http://www.myvoice.co.jp/biz/surveys/7007/index.html>

[http://www.jmrlsi.co.jp/menu/case/2007/economist01\\_gd.html](http://www.jmrlsi.co.jp/menu/case/2007/economist01_gd.html)

<http://www.yoshinoya-holdings.com/ir/report/yoshinoya.html>

<http://www.matsuyafoods.co.jp/ir/monthly.html>

<http://www.zensho.co.jp/jp/ir/results/monthly.html>

<http://japanbrand.jp/rRK/80145/14.html> 日本ブランド戦略研究所

<http://www.group.fuji-keizai.co.jp/mgz/mg0407/0407m2m.html> FK通信

<https://www.fuji-keizai.co.jp/report/index.html> 富士経済

<http://www.dims.ne.jp/timelyresearch/2004/040312/index.html> BSEアンケート

[http://www.enquete.ne.jp/hundred/aca/result/result2\\_1.html](http://www.enquete.ne.jp/hundred/aca/result/result2_1.html) 牛井アンケート松屋

<http://www.enqtstyle.com/report/20040317.html> 大手牛井チェーン利用実態アンケート

<http://www.officej1.com/fsm/index.htm> 外食企業の経営

<http://ja.wikipedia.org/wiki/%E5%90%89%E9%87%8E%E5%AE%B6>

<http://q.hatena.ne.jp/1163952814>

<https://www.fuji-keizai.co.jp/report/index.html?keyword=110508812>

<http://www-bm.mhlw.go.jp/index.html>

[http://gigazine.net/index.php?/news/comments/20071207\\_super\\_mega\\_wendys/](http://gigazine.net/index.php?/news/comments/20071207_super_mega_wendys/) (メガウェンディーズ)

[http://nr.nikkeibp.co.jp/topics/20070626\\_1/](http://nr.nikkeibp.co.jp/topics/20070626_1/)

<http://news.ameba.jp/research/2008/02/11267.html#com> (アンケート：牛井といえど?)

<http://www.herstory.co.jp/business/blog/miz/>

<http://blog.livedoor.jp/shymann/archives/2006-06.html>