

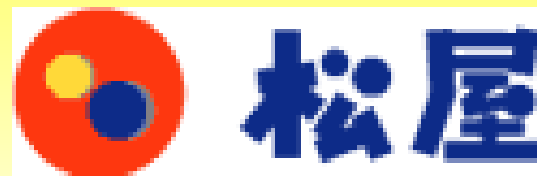
# 今日も松屋で気分上々↑↑



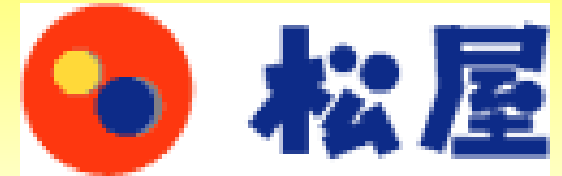
メンバー: 内田彩貴 齊藤直哉  
齋藤優衣 品田裕太  
西山京佑 野村良平 南祐介  
ファシリテーター: 瀧澤卓也 松田隆典  
スーパーバイザー: 村木亮介



# フローチャート

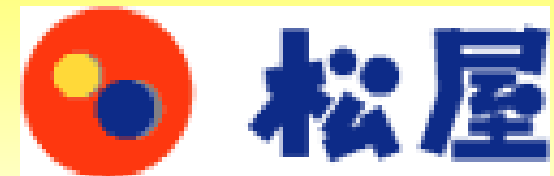


# 牛丼業界分析

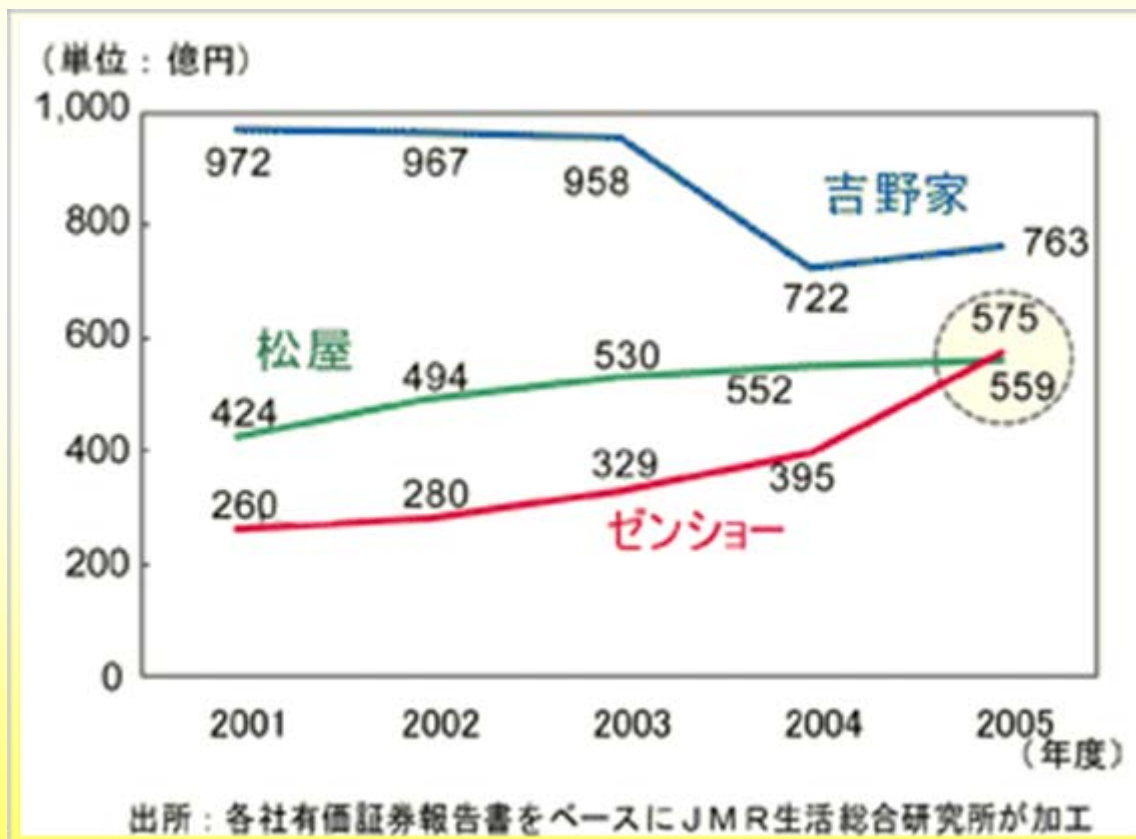


- 牛丼業界は長年にわたり三社（吉野家・すき家・松屋）で業界を牽引してきた。
- 現状：業界一位は吉野家
- ここ数年ゼンショー（すき家を経営する株式会社）が急激に勢力を伸ばし、2位がゼンショー、3位が松屋

# 牛丼業界分析



## 主要3社の牛丼関連事業売上高推移

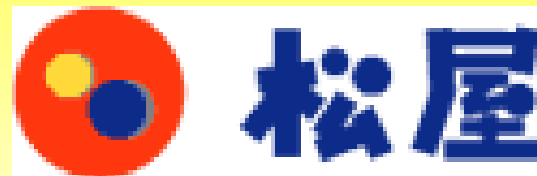


## ■ ◇健康志向ブーム◇

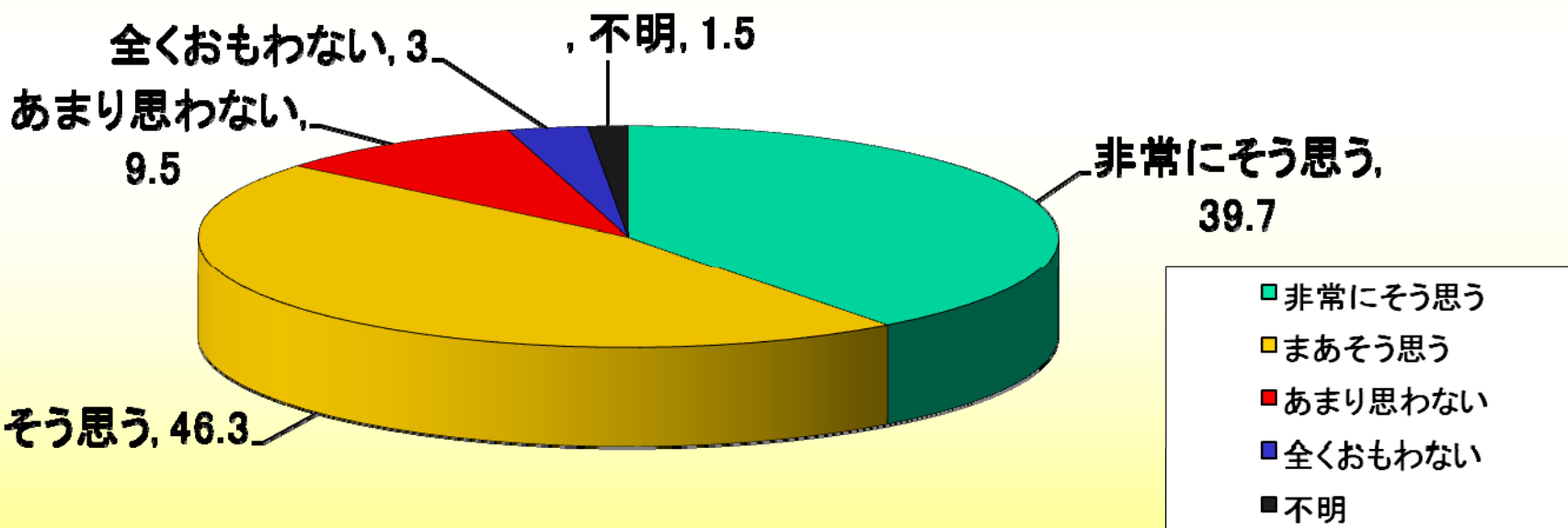
2008年メタボリックシンドローム検診に関する法律が制定

→ますます健康に関して注意を向ける人が増加

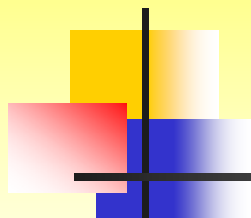
# メタボ予防・改善意向



首都圏に在住する40歳～59歳の男性462人を調査  
(2007年 ミツカングループ)



そこで三班は…



松

屋

に着目することになりました。

ファーストフード 三班

# 目標設定

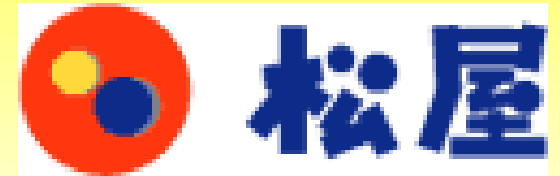
松屋の売り上げ  
を再び上昇傾向にする！

一位 ↑ ↑



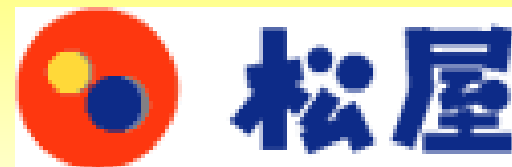
ファーストフード 三班

# 松屋を選んだ理由！



- ① 業界三位
- ② 脱牛丼一本化の姿勢
- ③ 戦略が不明確

# 自社分析



- 名称:株式会社 松屋フーズ

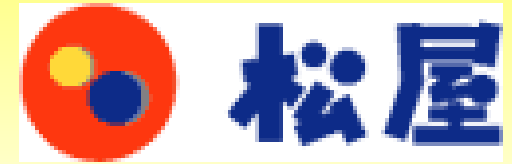
## メニュー

価値あるおいしさを、  
どこにも負けない情熱で。



- 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 都内に店舗が多い	テーブルのある店が少ない 全国展開をしていない 広告を出していない
Opportunity	Threat
健康志向 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)

# 松屋 店舗分布

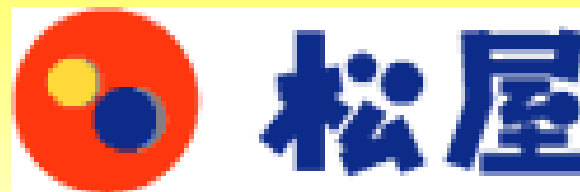
										北海道 5										
										石川 4	青森 0	岩手 2								
										山口 2	島根 0	鳥取 0	京都 10	福井 2	秋田 0	宮城 9				
											広島 4	岡山 4	兵庫 18	滋賀 4	富山 2	新潟 6	山形 2	福島 5		
長崎 0	福岡 9											大阪 52	岐阜 4	長野 4	群馬 9	栃木 5	茨城 10			
佐賀 0	大分 0											奈良 3	愛知 37	山梨 3	埼玉 69	東京 277				
熊本 2	宮崎 0											和歌山 3	三重 5	静岡 11	神奈川 69	千葉 46				
										鹿児島 0										
										合計 697 店舗										
										九州・沖縄 11	中国四国 10	北陸甲信越 21	北海道東北 23							
										関西 90		東海 57	関東 485							
										沖縄 0										

# 自社分析 (オマケ)



- 松屋を志望し松屋理由...のどかな牧草地で、身長180cmと生活していたところ、ある日牛として松屋の牛めしを食べることになりその美味しさに感銘を受けました。特技、マラソン(現在ダイエット中)目撃者の松屋さんで是非働きたいと思志望しました。笑う牛には福来る。
- 好きな色...黄色(特に看板の黄色♡)

# 他社分析



## 吉野家

Strength
ブランド力 男性客が多い 全国展開 広告に力をいれている
Weakness
メニューが少ない 女性客が少ない
Threat
BSE問題 他の牛丼チェーン 他の外食産業

## すき家

Strength
メニューが多い 健康志向メニューがある テーブル席がある 幅広い事業展開 広告に力をいれている
Weakness
都市部に店舗が少ない 駅前に店舗が少ない ブランド力で負けている
Threat
他の牛丼チェーン 牛丼以外の外食店 (EX; ファミレス)

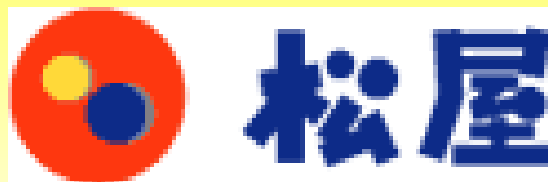
ファーストフード 三班

# 吉野家 店舗分布

										北海道 19								
										青森 7	岩手 7							
										山口 6	島根 2	鳥取 4	京都 21	福井 5	石川 7	秋田 6	宮城 32	
										広島 13		岡山 13	兵庫 46	滋賀 9	富山 7	新潟 10	山形 6	福島 19
長崎 4	福岡 31											大阪 108	岐阜 17	長野 8	群馬 16	栃木 17	茨城 22	
佐賀 1	大分 4											奈良 10	愛知 80	山梨 5	埼玉 77	東京 206		
熊本 8	宮崎 4											和歌山 8	三重 12	静岡 20	神奈川 78			
鹿児島 4																千葉 48		
										合計 1055 店舗								
沖縄 13		九州・沖縄 69		中国四国 53		北陸甲信越 42		北海道・東北 96										
				関西 202		東海 129		関東 464										



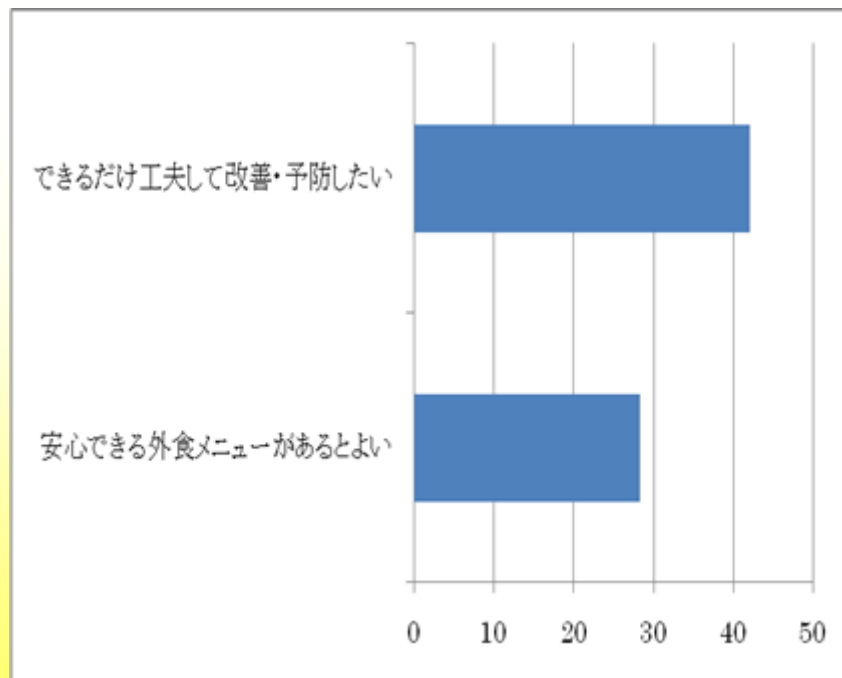
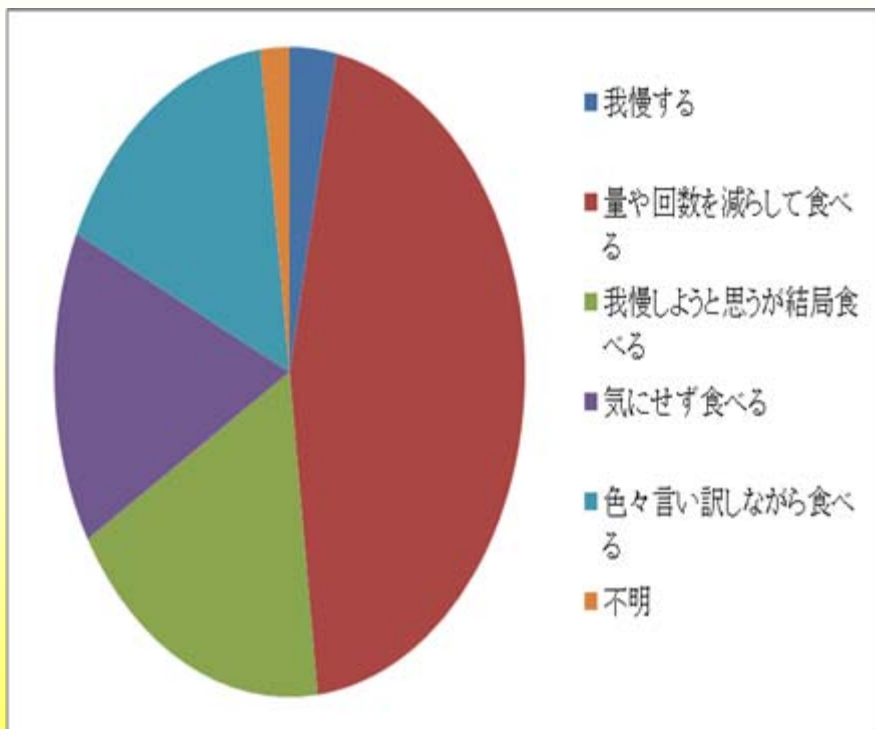
# 顧客分析

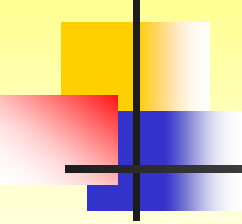


【40代50代のメタボリックシンドロームと食生活意識調査】(首都圏の40歳～59歳の男性462人に調査 (株)ミツカングループ)

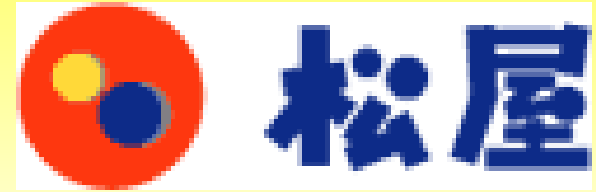
メタボは気になるが、よく食べたくなるものがある人

メタボ予防や改善のための食生活についての考え





# ターゲット



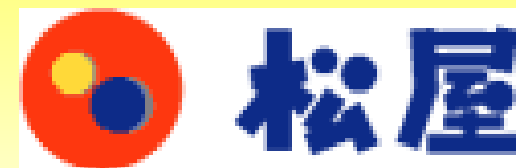
## 一顧客分析一

- 現在は「健康」ブーム
- メタボを予防・改善したいと思いつつも、高カロリーのものを食べたいと思う人は多い

健康に気をつけるが、高カロリーのものを食べたい



# 政策提言



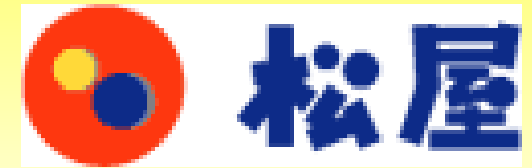
## 4P分析

### ■ Product

健康指向メニューの導入



# 政策提言

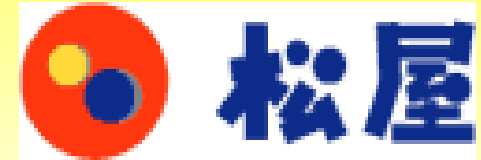


## ■ Product

### i . 玄米・五穀米の導入

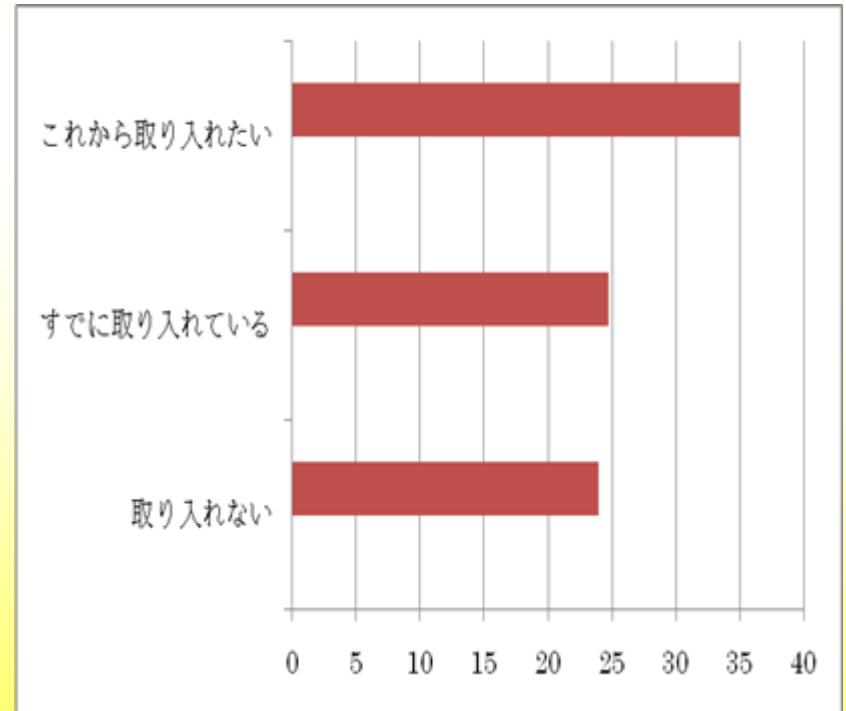
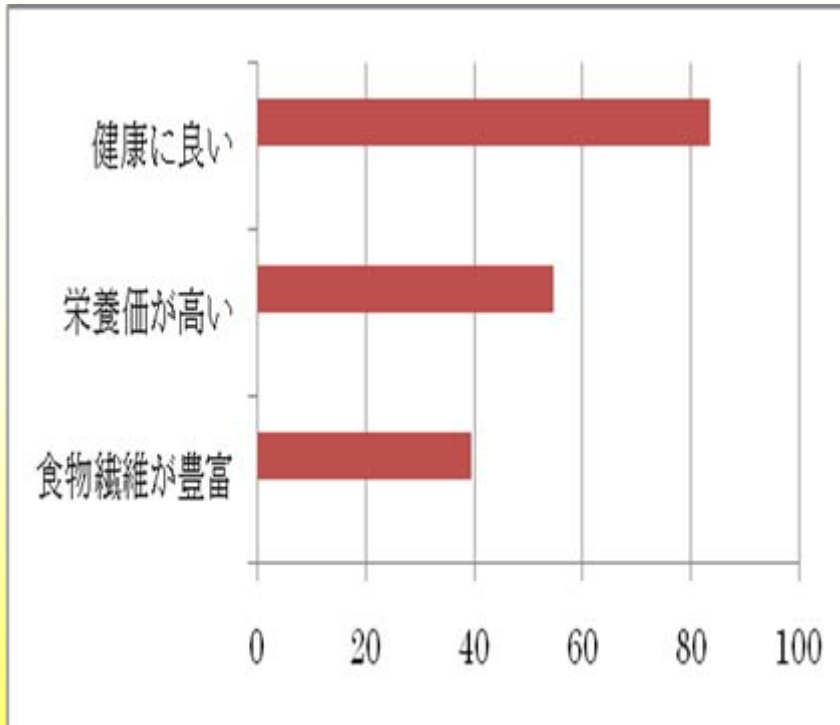
# TEPORE調べ

(回答数 = 男女54,416人)

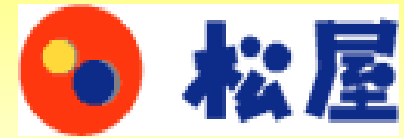


【あなたは、玄米にどのようなイメージを持っていますか？】

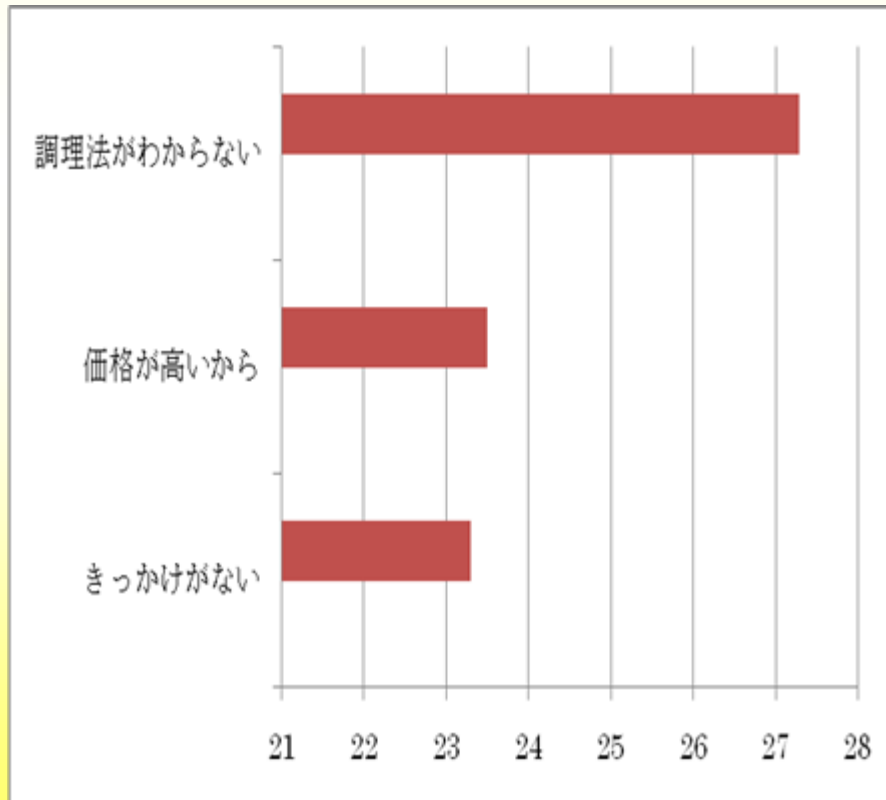
【あなたは、これからの食生活に積極的に玄米食を取り入れていきたいと思いませんか？】



# 栄養価の高い玄米や五穀米のような種類のコメを ご飯のオプションとして追加する



【あなたが今現在、玄米をあまり食べていなかったり、食生活に積極的に取り入れていなかったりする理由はなぜですか？】



玄米を食事に取り入れたいと思う人は全体の6割に上るのだ！！

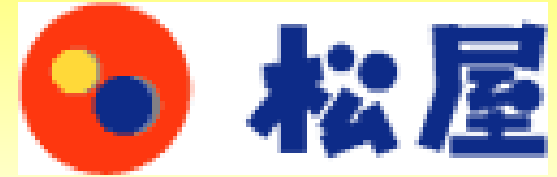


ii. 魚貝類の丼物の導入

iii. チキン・野菜といった、カレーの種類  
の増加

iv. 小さなサイズのサラダの追加、ワカ  
メサラダなどの種類の追加

# 4P分析



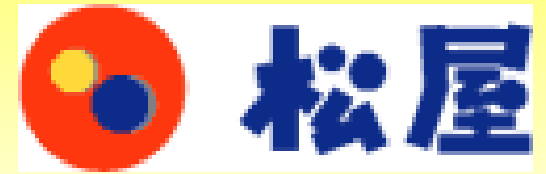
## Price

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)

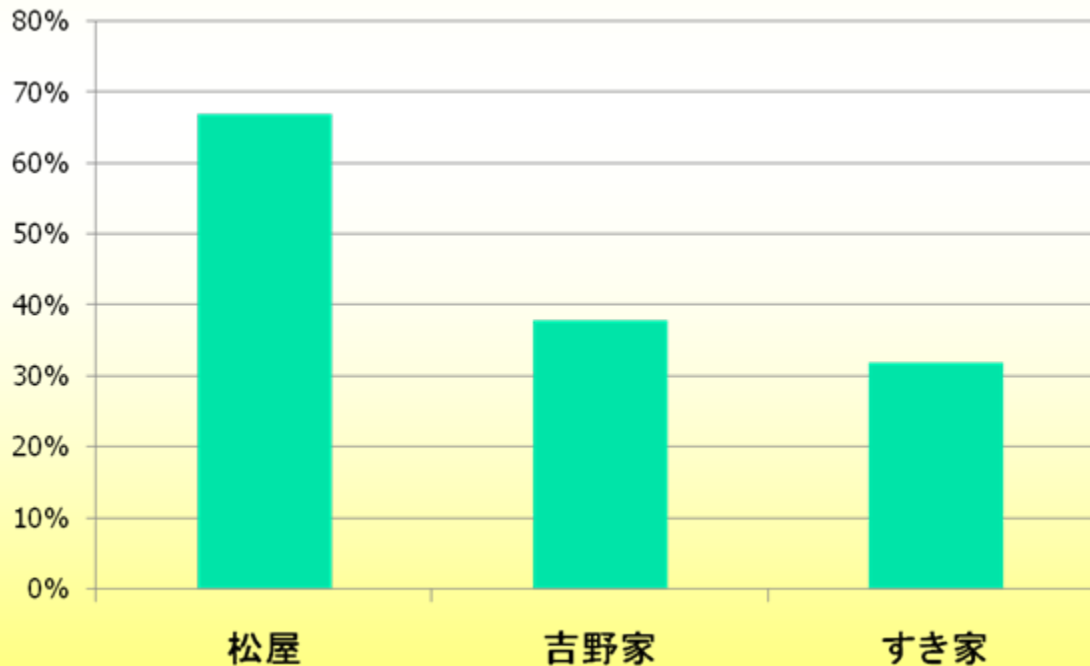
## Place

現状維持1)・既存チャネル2)の活用

- 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
- 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

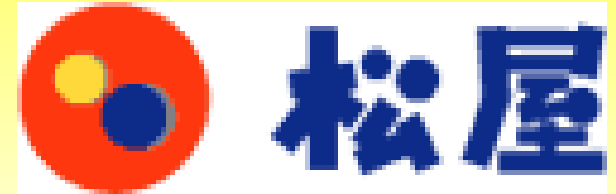


## 国内の総店舗数に対する、首都圏 (東京・神奈川・千葉・埼玉)の店舗数の割合





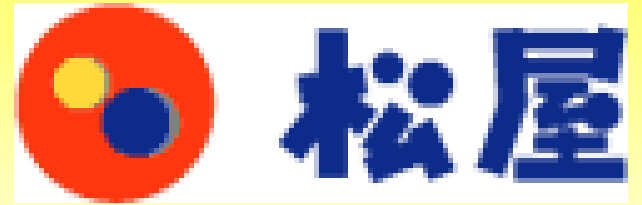
# Promotion



## Promotion

積極的な広告活動の推進

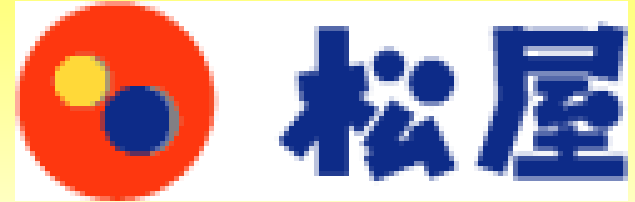
- ①雑誌・新聞への広告の掲載や折り込みチラシ
- ②QRコードなどを用いたクーポンの作成
- ③テレビCMの放送
- ④若手女優の起用



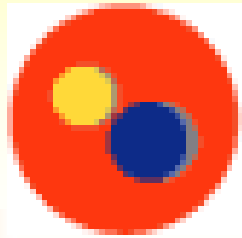
ファーストフード 三班



# 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。



松屋

**ご静聴ありがとうございました。**