

ていただくようにし、やがては店舗内に客席をつくったことと、環境を配慮して大きなゴールデン・アーチと赤と白のデザインを止めて、ゴールデン・アーチは看板だけにして、茶色を主体としたカラー・コンディネートを行いました。

さらに、1970年代になると、店舗のインテリアに変化をもたらしました。それまで、「マクドナルド」を訪問した時は、1店だけ写真を撮っておけば良かったくらい店舗デザインがまったく一致していましたが、この時代になると地域別に、その地域社会との融合を図ったデザインを採用しました。例えば、ボストンだとマリーン風とか、ダラスだとウエスタン風とか、ニューヨークだとアトリエ風とかいうように、その地域地域でインテリアを変えました。

「ウエンディーズ」が1969年に登場して、1970年代の中頃にハンバーガー業界に一世を風靡しました。「ウエンディーズ」の店舗は小さくコストが低いために、投資回収が早いことによって、急速な店舗開発を行いました。しかも、店舗規模が小さいにもかかわらず、売上高が高い秘訣はドライブスルーにあったのです。さすが「マクドナルド」だと唸らされたのは、あっという間にドライブスルーが可能な店舗に設計変更したそのスピードでした。

「マクドナルド」は、新商品開発においても、「イノベーション」を続けています。代表的な商品として「チキン・ナゲット」があります。いまや、チキンに関しては「KFC」に次ぐチキン販売の大手チェーンであるほど、他のチキン・チェーンを圧倒してしまいました。さらに、朝食のメニューの開発は、それまで朝食市場を独占していた、ドーナツ・チェーンやコーヒー・ショップ・チェーンより奪ってしまいました。

世の中がヘルシー志向になれば、ハンバーガーの脂肪率を下げたり、サラダ・ブームになれば、他店はサラダバーを導入に躍起になりましたが、「QSC」のシステムが完璧でないと考えた「マクドナルド」は、サラダ・パックで対応し、これはスーパーマーケットのサラダバーより人気が高まったほどでした。

フランチャイジーのために原材料の供給業者を開発していますが、さらに中小の加工業者を全国規模の流通機構と高水準の技術を具備させたり、冷凍ポテトや冷凍肉を研究させたり、魚、チーズ、ピクルス、ソース、シロップ、ソフトドリンクなどの改良を行ったり、卸売機構を整備したり、設備や機器の改善を行ったりといったように「マクドナルド」の事業に必要なものを改革し、まさに流通革命の旗手であります。

広告についても、ドナルドのキャラクターを創作したり、ドナルド・ランドを店舗に併設したり、フランチャイジーと全国広告共同組合を結成し、強力な宣伝活動を展開したりして、他チェーンと比較して広告量が圧倒的に多く、しかもユニークなものが多いので、宣伝効果を高めています。

〈8〉 慈善事業

会社の「マーケティング戦略」の一環として慈善事業を始めましたが、やがて草の根運動に発展しました。地方のフランチャイジーは慈善事業を通じて、それぞれの販売促進方法を考えたのでした。数年後には、「マクドナルド」は、各地方のフランチャイジーの考案した地元との密着度を深めるアイデアの情報センターとなりました。

ひとたび、フランチャイジーが地域との関係をもちはじめると、勢いは止めることはできませんでした。この結果、地元の慈善事業に参加することが、「マクドナルド」

フランチャイズ業界は元気です。不況に強いフランチャイズの面目躍如です。

新聞は政局と不況感の記事が一面で踊っているとはいえ、日本の経済は基盤がしっかりしているうえ、バブル崩壊の試練を乗り越えているので、過剰反応は禁物です。やはり新聞一面の見出しがセンセーショナルですと、景気や政局の不安定を感じてしまうでしょうが、次の芽が伸びるための試練とでも考えていただき、一人々が前向きになることが肝心です。製造業の不況感が突出しており、流通業自体はばらつきはあるものの堅調です。日本経済（GDP）の3/4は流通業ですので、悲観することはありません。

この時期は例年仕込みの時期です。来季に向け、新たな事業や既存事業の活性化など、新たな計画を立案する機会が多くなります。不況感にならって緊縮方向の計画となりがちですが、今こそ新たな芽ぶきとなる計画を、前向きな計画を立案する絶好の時期です。

「ピンチはチャンス」の言葉通り、暗い予想になりがちな未来に挑戦し、明るい未来を現実のものにしていく心構えこそが、今一番必要です。

くれぐれもご自愛の程。

※ このメールは以下の皆様に配信させて頂いております。

- ・ 弊社コンサルタントが名刺交換をさせて頂いた方。
- ・ 日本フランチャイズ総合研究所にお問い合わせをいただいた方

※ ご意見、ご要望、ご質問は下記アドレスまでご連絡ください。
尚、配信停止をご希望される場合も、下記までご連絡ください。

Mail to: franchise-news@the-franchise.co.jp

発行者：株式会社 日本フランチャイズ総合研究所

代表取締役所長 内川 昭比古

〒102-0083

東京都千代田区麹町4-4 麹町シャインビル2F

TEL 03-3511-3755(代)

FAX 03-3511-3754

<http://www.the-franchise.co.jp>

Mail to: franchise-news@the-franchise.co.jp