

出しました。ところが、どの市場でも売上高が10%もアップしたのです。

こうして、1968年の暮れに、「ビッグマック」は、全米のチェーン店で一斉に販売されるようになりました。1970年代の初めには、「ビッグマック」は総売上の19%を占めるような人気メニューになったことと、アダルトまで客層を拡大させました。

この後、「マックDLT」とか、「ステーキ・サンドイッチ」とかといったように、「ビッグマック」を凌駕しようとする新商品を開発し、販売当初は人気が高まりましたが、何時の間にかメニュー・ボードから消えてしまった。

これは何を意味するかというと、「ビッグマック」の人気は依然として高く、お客様の支持を得ているのです。

（アップルパイ）

南部のフランチャイジーであるリットン・コ克蘭は、デザートに着目しました。

彼は「ハンバーガー」と「フレンチフライ」がアメリカの代表的な食事ならば、それと同じようにアメリカの代表的なデザートは「アップルパイ」であると考えたコ克蘭は、子どもころから「アップルパイ」が大好物でもありました。

その上「アップルパイ」なら、1個単位で簡単にサービスができるので、ファーストフードには最適で、1970年には全国的に販売されるようになりました。

これは「ハンバーガー」と「フレンチフライ」と飲物の販売でしたが、「アップルパイ」を販売することによって、ファーストフードにもデザートのマーケットが開発されたのです。

（朝食メニュー）

1971年サンタバーバラの経営者ハーブ・ピーターソンが、朝食メニューを開発しました。

彼はグリルにテフロン樹脂加工の6連続焼き器をのせ、円形で卵を焼き上げることを考案して、イングリッシュ・マフィンとカナディアン・ベーコンで、まったく新しい朝食メニューである「エッグ・マック・マフィン」を開発しました。

これだけでは、物足りなく考えたデリカッティは、「ホットケーキ」「スクランブル・エッグ」を追加して、1976年頃までに、全店で朝食メニューを導入するようになりました。

従来「マクドナルド」は、午前11時にオープンでランチからのビジネスでしたが、朝食メニューを開発することによって、明け方から昼までの時間帯ビジネスを開発したのです。

と語っています。

近い将来、これまで以上に多種多様な業態の多くの企業とそこで働く人々がそれぞれの専門分野を活かして、海外進出にとどまらず、宇宙開発に貢献できる日が現実のところまで来ているのかもしれませんがね！

※ 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