

# 日本マクドナルドの SWOT 分析

～ SWOT 分析から導かれる戦略 ～

日本マクドナルドの「強み」「弱み」「機会」「脅威」を分析すると、下の表のような SWOT 分析が考えられます。

	<b>機会</b>	<b>脅威</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>景気の回復傾向</li> <li>高付加価値の商品の売れ行きが良い。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>中食、内食ブーム</li> <li>他業種の外食産業新規参入。販売方法の変化</li> </ul>
<b>強み</b>	<p>&lt;強み×機会&gt; ボリューム感があるハンバーガーなど、ターゲット層が興味をわく高付加価値の商品開発は行えないか？</p>	<p>&lt;強み×脅威&gt; 中食、内食に対抗する商品開発サービスの提供を行えないか？ 宅配事業など新たな販売チャネルを確保できないか？</p>
<b>弱み</b>	<p>&lt;弱み×機会&gt; クーポンなどの割引を利用し、低価格商品の販売回転率を必要があるか？</p>	<p>&lt;弱み×脅威&gt; 集客の悪い店舗の撤退や、販売実績が良い商品を厳選する対策が必要か？</p>



## <戦略の立案>

- ① 宅配事業に参入する。ターゲットをビジネスパーソンにおき、ランチタイムに合わせた販売戦略をたてる。
- ② スイーツメニュー開発を行い、ランチとディナーの間のアイドルタイムに主婦層をターゲットとして提供する。

