

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。

	機会	脅威
	<ul style="list-style-type: none">景気の回復傾向高付加価値の商品の売行きが良い。	<ul style="list-style-type: none">中食、内食ブーム他業種の外食産業新規参入。販売方法の変化
強み <ul style="list-style-type: none">圧倒的な販売力、商品開発力があるキッズ&ファミリー層の支持がある	<強み×機会> 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？	<強み×脅威> 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？
弱み <ul style="list-style-type: none">低価格というブランドイメージ低価格のため、利幅が少ない	<弱み×機会> 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？	<弱み×脅威> 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？



<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。

