



100円追加すればハンバーガーの肉を2倍にできる「夜マック」も好評

## 外部登用、新風吹き込む

2018 12/2

# 社内常識覆す「夜マック」

## 復活マクドナルドの素顔 ②

マクドナルドで夕食なんて、それでも足立氏は粘った。「夜は勝てない」といって100円でもパティが2倍。ま

日本マクドナルドの常識を、顧客にアピールしやすい。ハ

マック復活劇をけん引、ンバーガーの調理工程が複雑

しているのが、今年3月に登、にならぬ。店舗の現場を知

場した「夜マック」だ。フロ、る営業部門が加勢に回った。

シエクトを主導したのは、一、昨年6月に東海地方でテスト

度入社面接で落とされた男、販売にたどり着いた。始めて

開発に2年。抵抗を押し、ひ、みることを古風で爆発的なヒッ

あきらめられていた定番マニ、トとなる。

ニューに息を吹き込んだ。他の地方のマンチャイス

今年4月、日本マクドナル、店からも「こ」ちで始

ドのチーフ・マーケティング、めるんだ」との間に合わせが

・オフサイアー(CMO)とし、履き、今年3月からの全国展

て商品戦略を担当していた足、開けつなげられた。

立光氏に報告が上がった。チ、足立氏のマーケティングの

イナター時間帯の伸びが上かっ、もう一つの特徴は、値下げに

ています。」頼りなかつたことだ。

これまではどの店でも来、2000年、それまで13

客と売り上げで圧倒的なのが、0円だったハンバーガーは66

「ランチ」。夜の時間帯は重、円(平日のみ)になった。02

視されていなかった。年には99円まで下がった。05年

マックには時間帯の優先順、にチーズバーガーも5サイズ

位を示す4つのキーワードが、ドリンクを合わせた「100

あった。最優先が「WIN(ウ、円マック」が登場。マクドナ

イン)」。と呼ばれる20〜40代、ルドはつねに「アフレの龍児

の男女を対象にした平日のラ、(ちよつ)」だった。

ンチ時間帯と、家族の週末ラ、ハンバーガーが80円を割っ

ンチ。競合他社と五分五分を、たとき、あるフランチャイズ

維持する「TIE(タイ)」、店の店長は、お客さんが「ス

は働く男女の平日の朝食と、ットのエサにするんだ」とこ

家族連れの週末の朝食だ。って買っていかのを見送っ

3つめの「SIT(シ、た。「一生懸命作ったバーガ

THE BEACH(シット、ーが、と涙が出た」と話す。

・オン・サ・ベンチ)」。は新、足立氏がマクドナルド入り

たな取り組みを行わない。屋、じて以降、目立った値下げは

食と夕食の間のスナックタイ、実施されていない。ハンバ

ムと、深夜の時間帯だ。ーは100円、チーズバー

最後に「LONG TERM、ーは130円、ビッグマッ

M WIN(ロング・ターム、クは390円だ。

・ウイン)」。で、ティナーが、商品価値を下げずに、手つ

これに位置づけられていた。かすだった市場を開拓する。

「向もしないでい」という判、これまでの常識にとらわれな

断に見えた「マクドナルド、い外部の才能によるインハ

ティナーはあきらめられた市、ションが縛り、カサノバ

場だったのだ。マックの成長は盤石に見え

足立氏はマクドナルドのサ、る。

ラ・カサノバ社長が2015、足立氏は今年6月、マクド

年にスカウトしたマーケティング、ナルドを退社。後任は、資生

ングのプロだ。これまでに米、堂や日清食品ホールディング

P&G、コンサルティング会、スでマーケティングを担当し

社の独ロランド・ベルガー、たスナイデン・房子氏だ。10月

アパレルのワールドを渡り歩、にマック入りし、研修を終え

いてきた。働き始めた。

だが夜マックの提案に経営、詳細な記事を電子版でも連

陣は冷やかだった。「やめ、載中です。▼ストーリー」マ

なさい。経営資源を投入する、クドナルド、復活の仕事人た

分野じゃない」ち