

50年、そして100年と、 価値を創造し続けるモスグループへ

モスグループでは2016年度を初年度とする3カ年の中期経営計画に取り組んでいます。
この目標を着実に達成していくことで「日本発のフードサービスグループとして世界ブランドになる」
という長期目標の達成を目指しています。

2021年度 長期経営目標

日本発のフードサービスグループとして世界ブランドになる

中期経営戦略 全社ミッション

世界で認められる日本のおいしさとおもてなしを確立する

	売上高	営業利益	当期純利益	営業利益率	ROE
2018年度(目標)	739 億円	38 億円	23 億円	5.1%	5.0%

成長戦略 2 海外モスバーガー事業

400店舗を目指し、成長エンジンとなる

▶ P13

成長戦略 3 新規事業

第2の柱をFC展開する

▶ P15

成長戦略 1 国内モスバーガー事業

既存店売上(前年比)101%を達成し続ける

▶ P10

モスグループ

経営理念
「人間貢献・社会貢献」

成長
戦略 1

国内モスバーガー事業

唯一無二の ハンバーガーチェーンを目指して

モスバーガーはこれまで、地域密着型で上質な価値を提供する独自のフランチャイズ(FC)システムを基盤に、日本発のハンバーガーチェーンとして確かなブランドを築いてきました。しかし昨今、共働き世帯や高齢者世帯の増加、訪日外国人の増加、労働者不足など、モスを取り巻く社会環境は変化しています。こうした中、これまで以上にお客さまのニーズをしっかりと掴んだ戦略が必要と考えています。

そこでモスグループでは、中期経営計画において「6つの骨太の方針」を掲げ、既存店売上101%を達成し続けることを目標に、国内モスバーガー事業の基盤強化に取り組んでいます。経営理念などの「モスの心」をはじめとする価値観を共有した本部と加盟店の強い絆を基盤としながら、モス版FCシステムをさらに磨き上げることで、ブランドの価値を高めていきます。



- 「モスの生野菜」の産地管理と協力体制
- 衛生管理・商品検査、専門の指導員による指導
- 栄養成分、アレルギー、主要原産地情報の提供

- 医食同源
- 定番商品の磨き上げ
- 「キャンペーン商品」の強化
- お客さま一人ひとりに合った商品の展開



- より快適で居心地の良い店舗空間の提供
- 視認性、稼働率、居心地の良さを高める改装の推進
- 包装材デザインまで含めた一体感の演出

安全・安心

おいしさ

6つの
骨太の方針

店舗
体験価値

多様化

利便性

輝く人

- モスバーガー共栄会と連動したエリアマーケティングの実施
- 地域密着キャンペーンの実施
- 立地や利用形態に応じた業態・サービスの提供



- ネット注文やモスカードのサービス向上
- デジタル化などを踏まえたFree Wi-Fiの導入
- 外国人のお客さまのための「外国語メニュー」作成



- 採用支援サイト「リクモス」の充実
- 社員やキャストと経営層との直接対話の推進
- 「モスアカデミー」による教育研修の充実
- 労働環境の向上・改善





Close Up

抜群なおいしさを求めて

モスの定番ハンバーガーを磨き上げる
「製造勉強会」を全国で開催

「定番商品」を、もっとおいしくするために

日本生まれのハンバーガー専門店として、モスは常においしさを追求してきました。「つくりたてのおいしさを味わっていただきたい」との想いで創業時から続けている「アフターオーダー方式」もその一つです。2015年には原料コスト上昇に対応するため、やむなく定番商品の価格改定に踏み切りました。その一方、「価格以上のおいしさをお客さまにご提供したい」との考えから、もう一度、商品を磨き上げる「製造勉強会」をスタートさせました。この活動は、地域別に構成された全国20支部の各店長会議などに合わせて開催しているもので、本部のスーパーバイザーと店長が一緒になって商品価値の向上に取り組んでいます。

商品の磨き上げで、お客さま満足の向上へ

2015年4月に始まった製造勉強会は、現在までに全国で累計1,321回開催、参加者数ものべ19,130名にのぼっています。勉強会の内容は各支部ごとに工夫されており、例えば東京支部では、レタスの細切りなどの仕込みから、パンズやテリヤキチキンの焼き加減などの基本的な製造方法から再確認しています。また、実際に商品を製造する際には、参加者同士で活発に意見交換しながら、製造のコツや注意点を共有する場となっています。こうした活動により商品が磨き上げられ、価格改定後もなお来店客数はほぼ維持できており、全店の売上を支えています。今後は、「もっとおいしくセミナー」と名称を変えて継続し、お客さまによりご満足いただけるような商品を提供していきます。



この日のプログラム

① 開始前準備

勉強会で使用する野菜はその日の朝に準備。参加者のお手本になるよう、丁寧に仕込んでいきます。



② 座学

まずは座学で仕込みの方法をおさらい。レタスの正しい洗い方や効率の良いレタスのちぎり方のコツを伝授します。冷却の重要性を理解してもらうためレタスの食べ比べも実施します。



③ 製造

参加者が実際に商品を製造。日々店舗で提供している商品がマニュアルどおりになっているかを改めて見直します。レタスやソースの分量を一つひとつ計量しながら、正しい分量でつくっていきます。



④ 試食

できあがった商品はその場で試食。マニュアルどおりにつくった時のおいしさを覚えておくことも大切です。



完成!



Voice 担当スーパーバイザーから

何か一つ店舗に持ち帰ってもらう——
それをテーマに勉強会を開催しています。

2016年5月から東京支部の製造勉強会を担当しています。「何か一つ店舗に持ち帰ってもらう」ことをテーマに、調理手順を解説するだけでなく、クイズ形式などで楽しく学んでもらえるよう工夫しています。また、店舗運営上で悩んでいることなどを気軽に話してもらえるように、勉強会では一方的に伝えるのではなく、店長たちとの対話を心がけています。先日、ある店舗に訪問した際、店長が勉強会で覚えた方法をキャストに熱心に教えている姿を目にし、大きな手応えを感じました。

東日本営業部
第三エリア
スーパーバイザー
佐々木 竜士



Voice 勉強会参加者から

おいしさアップはもちろん
提供時間の短縮につながっています。

これまでの仕込みの方法はマニュアルには則っているものの、人によって微妙に違いがあり、それが当店の課題でした。その点、製造勉強会はマニュアルに書いていない仕込みのコツまで教えてもらえるため、自分自身のスキルアップはもちろん、キャストに教えるうえでも自信を持って伝えられるようになりました。その結果、商品が高いレベルで均質になりました。またいつも同じ状態で製造にとりかかれるので、ご注文から提供までのスピードアップにもつながっています。

調布南口店[東京都]
店長
吉田 真章さん

