



新・おてごろ宣言！

バリューメニューを刷新し、お客様のお得感を向上

分かりやすい価格体系、店舗の清潔さを向上するアクションも実施

日本マクドナルド株式会社(本社:東京都新宿区、代表取締役社長兼 CEO:サラ・エル・カサノバ)は、10月26日(月)より「新・おてごろ宣言」と題した活動を導入し、「お客様と心でつながるモダンバーガーレストラン」となるための新しいステップを踏み出します。この活動は、おてごろな価格帯であるバリュー商品の刷新や、分かりやすい価格体系への刷新、店舗の清潔さの向上で構成されています。

マクドナルドは、年間を通して継続してまいりましたお客様との対話の中から、さまざまなご意見をお伺いしています。本年5月25日に「スマイル0円」の完全復活を宣言し、全店舗で、お客様の目に見える変化に取り組んで参りました。これはお客様にとって、マクドナルドがもう一度、こことこで繋がる存在となること、そしてその為に最大限の努力をすることを約束したものです。そしてこの度の「新・おてごろ宣言」は、より高いQSC&V(クオリティ、サービス、クレンリネス、バリュー)を実現することで、大きく変化するお客様のご期待にお応えし、お客様とマクドナルドの間に、さらにあたたかで強固な関係を築いていくものです。

「新・おてごろ宣言」は、3つの活動で構成されています。①「バリューメニューの刷新」、②「価格体系の刷新」、③「クレンリネス」を中心とした、お客様との心のつながりと店舗体験の強化です。マクドナルドはこれにより、おてごろな価格帯であるバリュー商品の新しい時代を切り開き、きれいで清潔な店舗でのお食事体験を実現し、お客様の快適なレストラン体験を高めてまいります。詳細の説明は下記をご覧ください。

1. バリューメニューの刷新

おてごろ感がありながら、満足できるお食事のチョイスやバリエーションへのお客様のご期待は非常に高いものがございます。そこで、マクドナルドは近年変更していなかった、おてごろな価格帯の商品構成を強化し、「おてごろマック」として新しく導入します。200円でボリューム感のあるバーガーメニュー「エッグチーズバーガー(ニックネーム:エグチ)」、「バーベキューポークバーガー(同:バベポ)」、「ハムレタスバーガー(同:ハムタス)」を発売します。レギュラーメニューを3商品、同時に登場させるのは日本マクドナルドとしても初めてのことです。



エッグチーズバーガー



バーベキューポークバーガー



ハムレタスバーガー

「おてごろマック」は、今回新登場の200円のバーガーメニュー、150円のサイドメニュー、100円のデザート・ドリンクメニューをラインナップにそろえ、お客様のご予算とニーズに合わせてお楽しみいただけます。

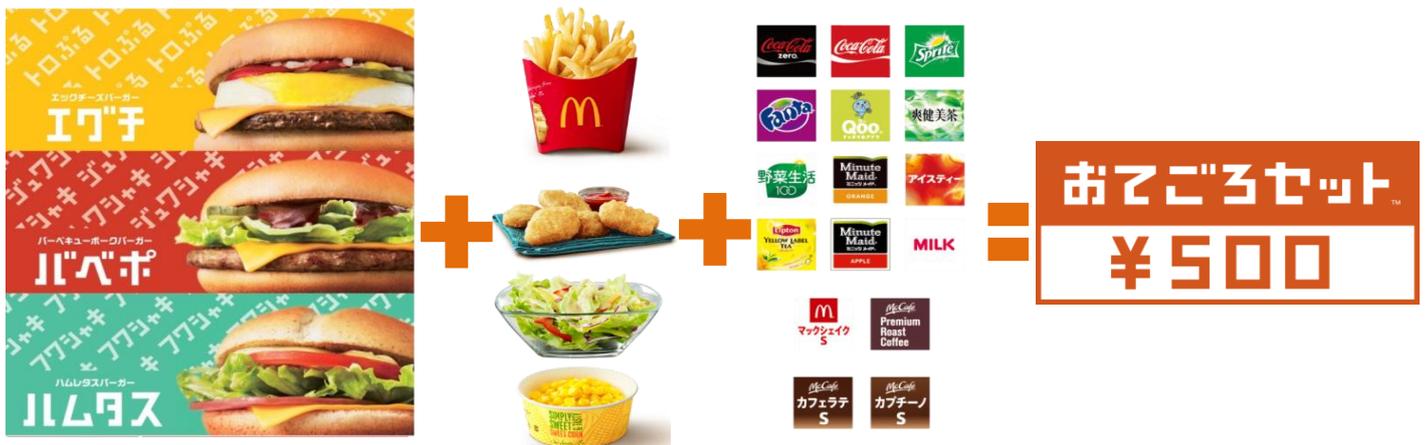
また、200円のバーガーメニューには、ワンコインの500円でお楽しみいただけるお得な「おてごろセット」もご用意いたします。平日・週末問わず朝マック時間帯以降いつでもお楽しみいただけるもので、曜日・時間限定の昼マックに代わり、いつでも確実にご満足いただける商品をお求めいただけます。※価格は全て税込です。

【おてごろマック】



【おてごろセット】

お好きなサイドとドリンク



2. 「価格体系の刷新」および価格変更

お客様から従来よりいただいている「価格がわかり難い」という声にお応えし、価格情報が確認できる分かりやすい価格体系を導入いたします。新価格体系の導入は、本年5月25日の10円単位の分かりやすい価格表示への変更及びオーダーしやすい新メニューボード、ハンドメニューの導入に続き行うものです。

現在、店舗が立地する商圈エリアによって9つに設定されている商圈別の価格区分を見直し、一部特殊店舗約40店舗をのぞく全ての店舗で価格を統一した、新たな商圈別価格を導入します。全体の99%に相当する約3,000店舗において、現在最も店舗数の多い(約1,330店舗)価格を基準に商品の価格を一本化いたします。これを受けて、10月26日以降、弊社ホームページや携帯サイトにもメインの商圈区分の価格を表示し、お客様にご利用いただきやすいよう刷新いたします。なお、この商圈別価格の統一により、店舗別の商品価格ベースで70%では価格をすえ置き、25%で値上げ、5%で値下げさせていただきます(変更幅は-20円から+40円)。今回の調整による、商品販売構成比を加味した変化をシミュレーションした結果、売上への影響は0.9%程度の上昇を見込んでおります。

3. 「クレンリネスを中心とした、お客様との心のつながりと店舗体験の強化」

マクドナルドでは、5月25日のスマイル0円の完全復活、ホスピタリティの向上に続き、お客様の店舗体験の向上を進めて参ります。10月26日の「新・おてごろ宣言」の3番目の活動として、もっとご満足いただける店舗体験のため、清潔な店舗作りの強化を開始します。お客様が最もお使いになるテーブル、トイレ、フロアを「TTF(ティー・ティー・エフ)」と呼び、このTTFに焦点を当て、新しいポーチ型のお掃除キットを導入し、今後2ヶ月にわたりクルーへのトレーニングを実施し、お客様の店舗体験の向上を実現してまいります。

これまで客席テーブル用(ピンク色)、座席用(グリーン色)の2種類のクロスによる拭き取りや、フロア用(ブルー色)、厨房用(レッド色)、トイレ用(イエロー色)の3種類のモップ、15種類の専用洗剤を使い分けて清掃するなど行ってまいりましたが、新しいお掃除キットはこれに新しく加わるものです。

この度の新お掃除キットやトレーニングの導入は、マクドナルド伝統のクレンリネスの考え方「クリーンアズユーゴー」(あなたの行くところ全てをきれいに)を徹底してこだわるもので、担当のクルーが新お掃除キットを装着し店内を巡回する際、いつでも気が付いた時にテーブルやイスを清掃し、床に落ちたごみを拾って片づけることをその場でできるようにします。

マクドナルドはこれからも様々な工夫を重ねて、よりきれいで快適なお食事空間のご提供に努めて参ります。



<一般のお客様のお問い合わせ先>
マクドナルド公式ホームページ <http://www.mcdonalds.co.jp/>