



社長のための
経営雑学
新しい時代を切り拓く実践経営情報紙

第52号

平成27年7月2(木)

発行：久保総合会計事務所

〒536-0006

大阪市城東区野江4丁目11番6号

TEL (06) 6930-6388

FAX (06) 6930-6389

モスバーガー、初の顧客満足度1位 手作り路線への回帰が好感度増す

総計12万人以上の利用者からの回答をもとに実施する日本最大級の2015年度版「JCSI(日本版顧客満足度指数)」の第一回調査として、6業種の満足度が発表された。6業種はコンビニ、シティホテル、飲食、カフェなど、のべ64企業が対象。この中で顧客満足1位企業の初顔にランクされたのがモスバーガー(飲食)だ。

モスの躍進の理由は、マクドナルドの食材問題や米人女性社長の経営責任の間隙を突いての、「戦国時代」の勝ち組とみなされる。しかしモスは02年から08年頃まで業績不振をなめている。今のマックのようなライバルの内部事情などに目を配る余裕はない。外食産業市場が2000年を境に総売上高が30兆円を目前に縮小に転じたことやモスの出店戦略は他店のような「駅前一等地」が少ないのも迷走の一因だった。

今回、帝国ホテルやセブンイレブンなどと並び顧客満足1位企業となったモス。躍進の原動力は意外にも「商いの原点に戻る」ために消費者や現場(FC経営者、協力農家など)との対話徹底で現社長は現場大好きという評判。「モスバーガータウンミーティング」は47都道府県を経営首脳陣が歩き、経営方針のためのデータを探す地道な作業を毎年繰り返すという。かつてバブル経済時代、マックの店内での販売手法(マニュアル)を真似る外食産業が多かった。今、モスは手作りのアナログへ回帰しようとしているのかも。