

株式会社モスフードサービスの 海外事業展開の取り組みについて



もっと笑顔に
会いたい。

平成26年5月30日
株式会社モスフードサービス
国際本部 国際営業部

項目

1. 事業概要

2. 海外モスバーガー事業の現況

3. 海外事業展開の現況・課題

(FVC構築のための戦略について)

株式会社モスフードサービスの 事業概要

会社概要

- 設立 昭和47年(1972年)7月21日
- 資本金 114億1,284万円
- 代表者 代表取締役社長 櫻田 厚
- 従業員数 1,250名(連結)
- 売上高 65,329百万円(連結)

国内モスバーガー事業

フランチャイズチェーンによる全国展開
1,418店舗(FC 1,363、直営 55)

海外モスバーガー事業

エリアフランチャイズ制
アジアを中心に8つの国と地域にて展開
323店舗

他業態事業

「モスバーガー」以外の業態
マザーリーフ・AEN・Chef's Vなど
76店舗

※平成26年4月末現在

経営理念・企業目標

経営理念

人間貢献・社会貢献

企業目標

食を通じて人を幸せにすること

モスバーガーが大切にしているもの

「アフターオーダーシステム」

お客様に作りたてのおいしさを味わっていただくため、注文を受けてから商品を作ります。

「日本の食文化を表現」

醤油や味噌といった日本の食材を使ったテリヤキバーガーや、米の消費拡大に貢献するライスバーガー等の商品を開発します。

「医食同源という考え方」

四季の旬を取り入れた食材使用など、身体によい食材を求め続けます。

海外モスバーガー事業の現況

8つの国と地域に323店舗展開



平成26年4月末現在

海外事業展開の現況・課題 (FVC構築のための戦略)

外食産業からの視点

1. 全体像

2. 原材料・加工品の調達

モスバーガーの代表商品



モスバーガー



テリヤキバーガー



とびきりハンバーグサンド
「トマト&レタス」



スパイシーチリドック



【期間限定】



「彩り野菜のきんぴら」



モスチキン

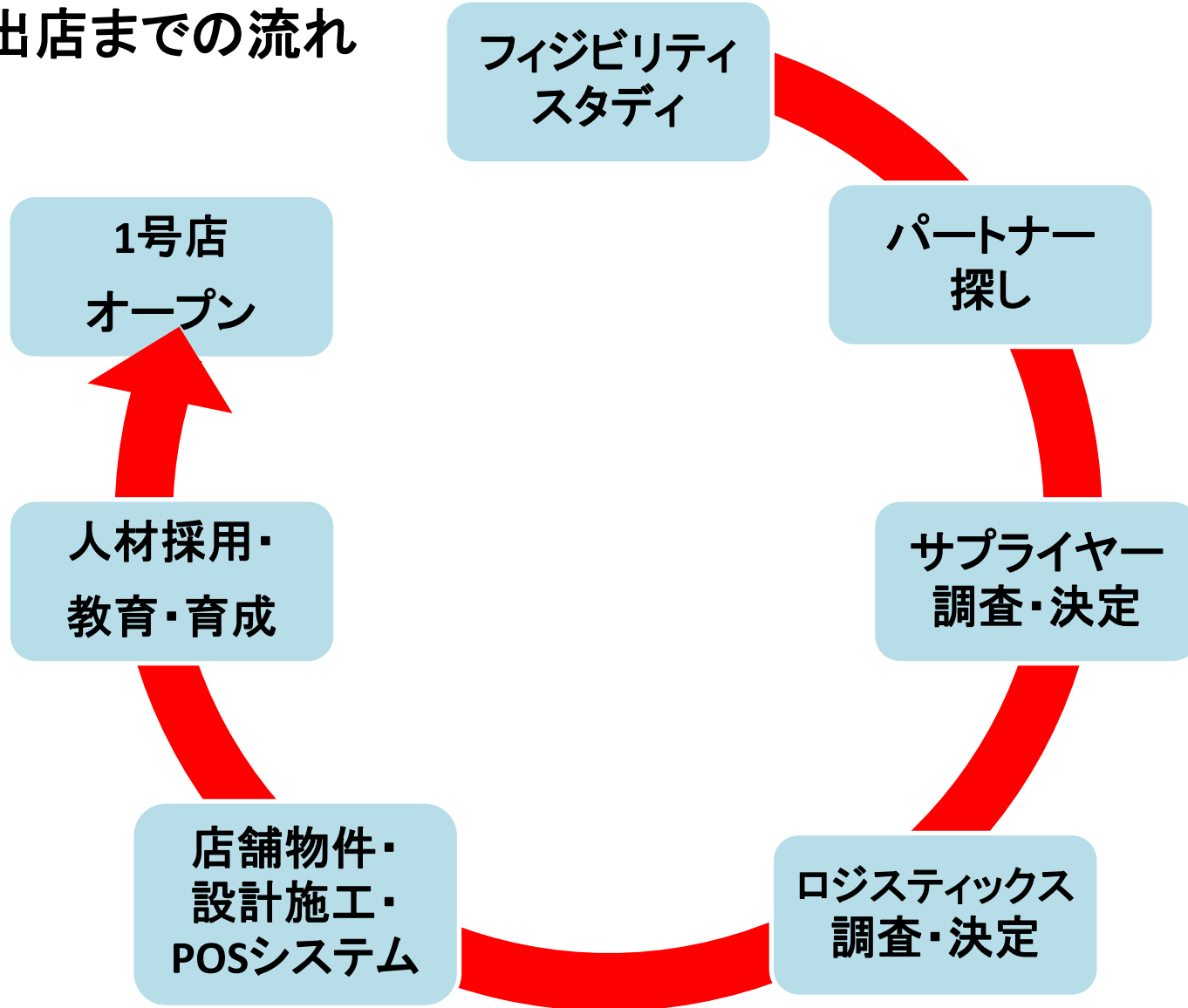
■海外展開の支援体制

外食産業各社は規模もさまざままで、各社海外展開を積極的に検討しているが、フィジビリティ調査から始まり、原材料のサプライソース開発など、一連の業務を単独で行うには非常に負担が多い。

日本の味の再現、食文化を広める視点も含め、国としての総括的できめ細かなサポート体制があれば、多くの企業が積極的に海外進出でき、日本人による日本食文化を世界に広めることができる。

全体像

■1号店出店までの流れ



全体像

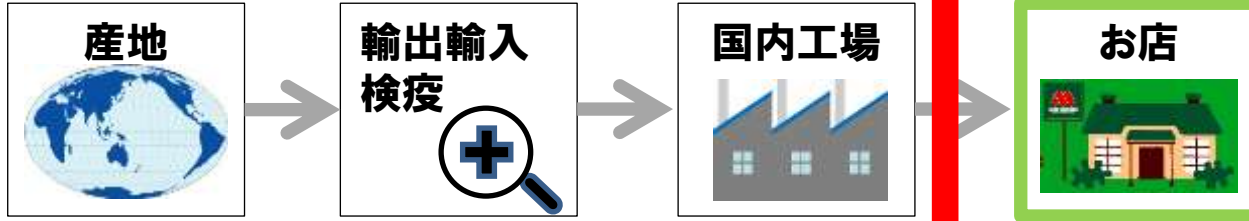
- **多店舗展開する外食チェーン店は、
『システム産業』である。**

**そのため、1チェーンが海外に進出する際は、
各社が該当国等に製造工場を建設したり、
1アイテム毎に、産地→製造加工→輸入
→問屋→店舗に届く
という流れのシステム構築が必要で、
時間・労力・コストが掛かっている。**

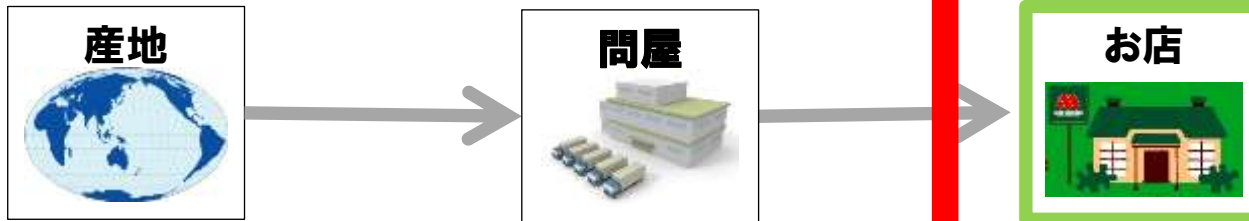
全体像

■ サプライチェーン

◆ハンバーガーパティ



◆生野菜



◆エビ



原材料・加工品の調達①

■ 食品(該当国)輸入の課題

- 食肉等の輸入が禁止・制限される場合が多い。
- 高率関税が課せられる商品は輸入品が使えない場合もある。
- 日本からの輸入でクオリティー維持はできるが原価高になる。
- 日本製品の原発対応の輸出証明書・検査証明書手続きに時間手間を要す。
- 輸入許可を取るのに長期間要することがある。
 - ・ex.インドネシア輸入食品登録番号(ML)

原材料・加工品の調達②

■ その他課題

- 日本と同様の品種・クオリティー・安心安全な野菜を入手することが難しいケースが多い(ルールがない、管理されていないなど)
例: トマトやレタスなど
→ 味の再現に制限がでてくる。
→ 差別化活用に至らない。
- 野菜や原材料のトレーサビリティ管理体制の有無や信頼性が低め
→ 差別化活用に至らない。
- 商品価値につながる原材料が、現地には無い又は品質が満たされない少ロット発注不可などのケースがある。
- 発展途上国では、冷凍と常温の配送で、チルド配送がない国がある。
- 進出初期は店舗数が少なく、少量生産となり生産ロットの問題が生じ製造を受けてくれるメーカーが限られる。



もっと笑顔に
会いたい。