



# FLコストの呪縛を超えて： 牛丼業界の次世代成長戦略

AIと顧客体験の再定義による「総合日常食プラットフォーム」への進化

# エグゼクティブサマリー：構造的危機からの脱却と再成長へのシナリオ

## THE CHALLENGE

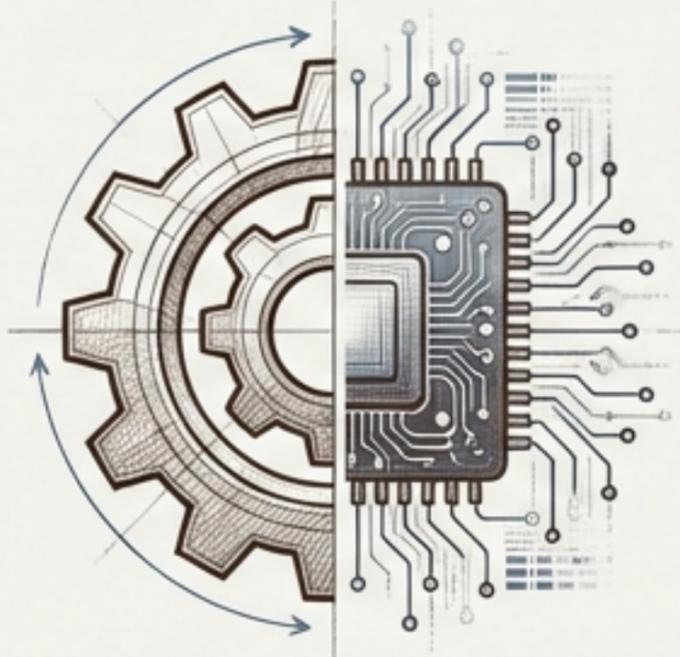
### 構造的危機



原材料費高騰、深刻な労働力不足（有効求人倍率2.97倍）、顧客価値観の変化（安さから健康へ）の「三重苦」が到来。従来のFLコスト管理（食材費+人件費60%強）モデルは崩壊の危機に瀕している。

## THE PIVOT

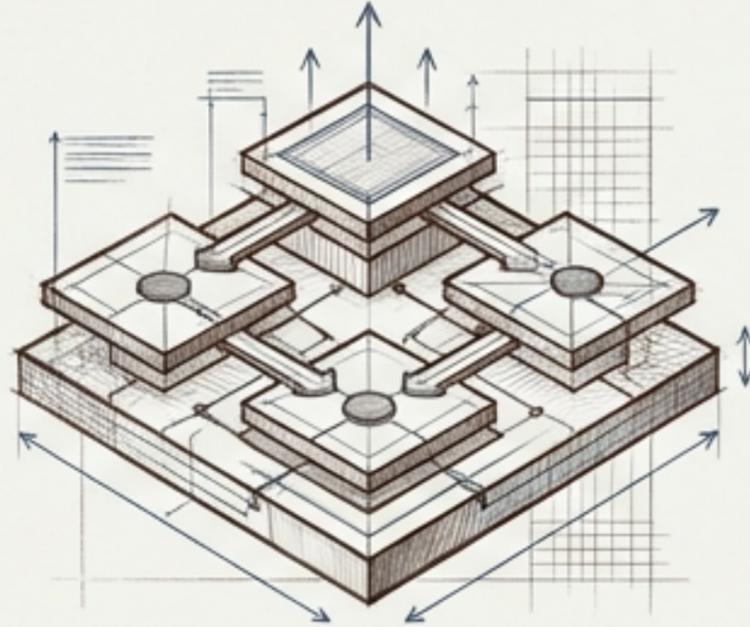
### 戦略的転換



「労働集約型」から「資本・技術集約型」への転換が不可欠。AI需要予測とロボティクスによるオペレーションの完全自動化、およびデータドリブンの個別化マーケティングを実行する。

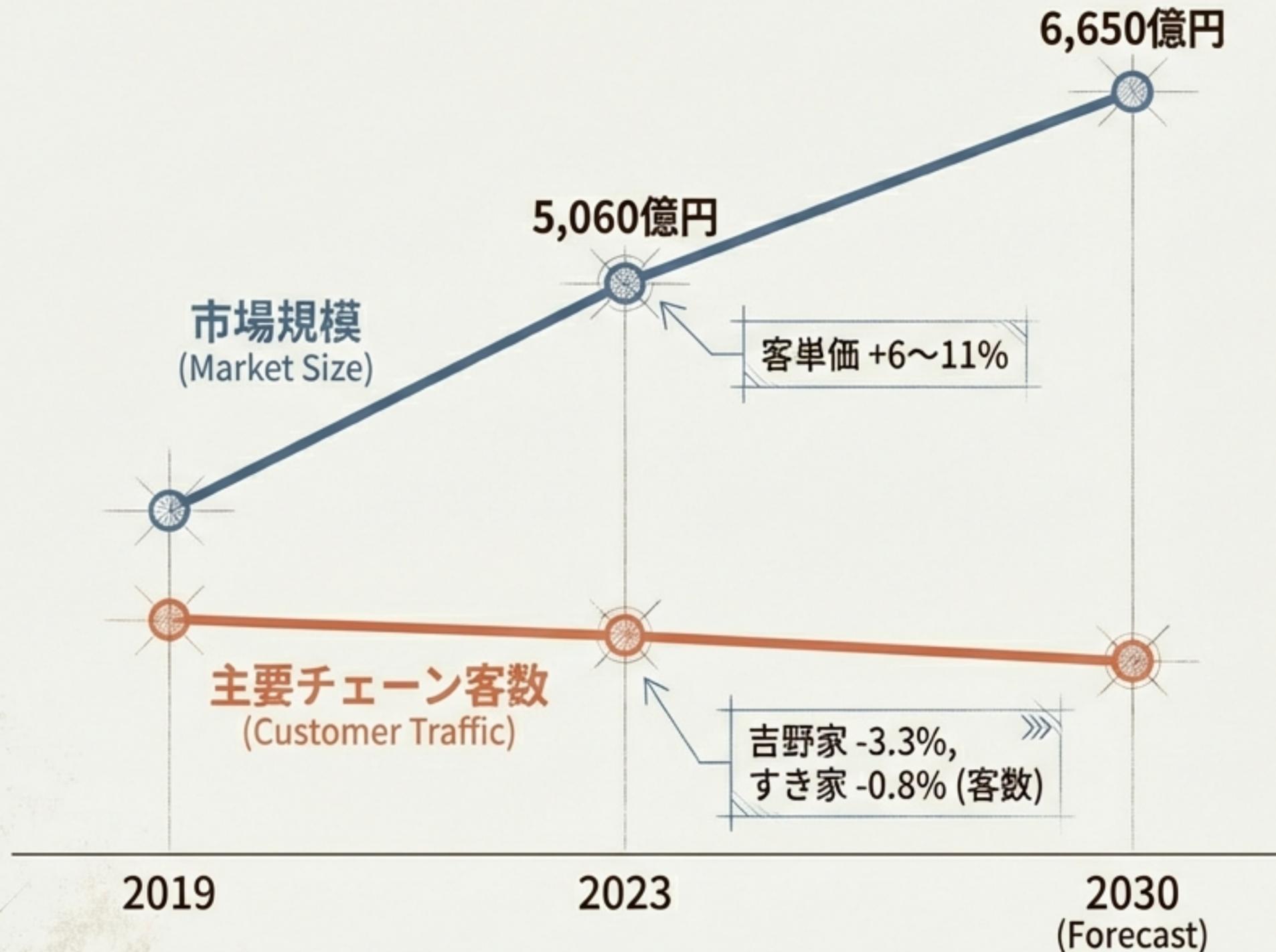
## THE GOAL

### 目指すべき姿



単なるファストフード店から「総合日常食プラットフォーム」へ。高効率な運営基盤の上で、多様な食のニーズ（健康、個食、中食）に応えるインフラとしての地位を確立する。

# 市場概観：客数成長の限界と「単価主導」へのシフト



## Key Insight

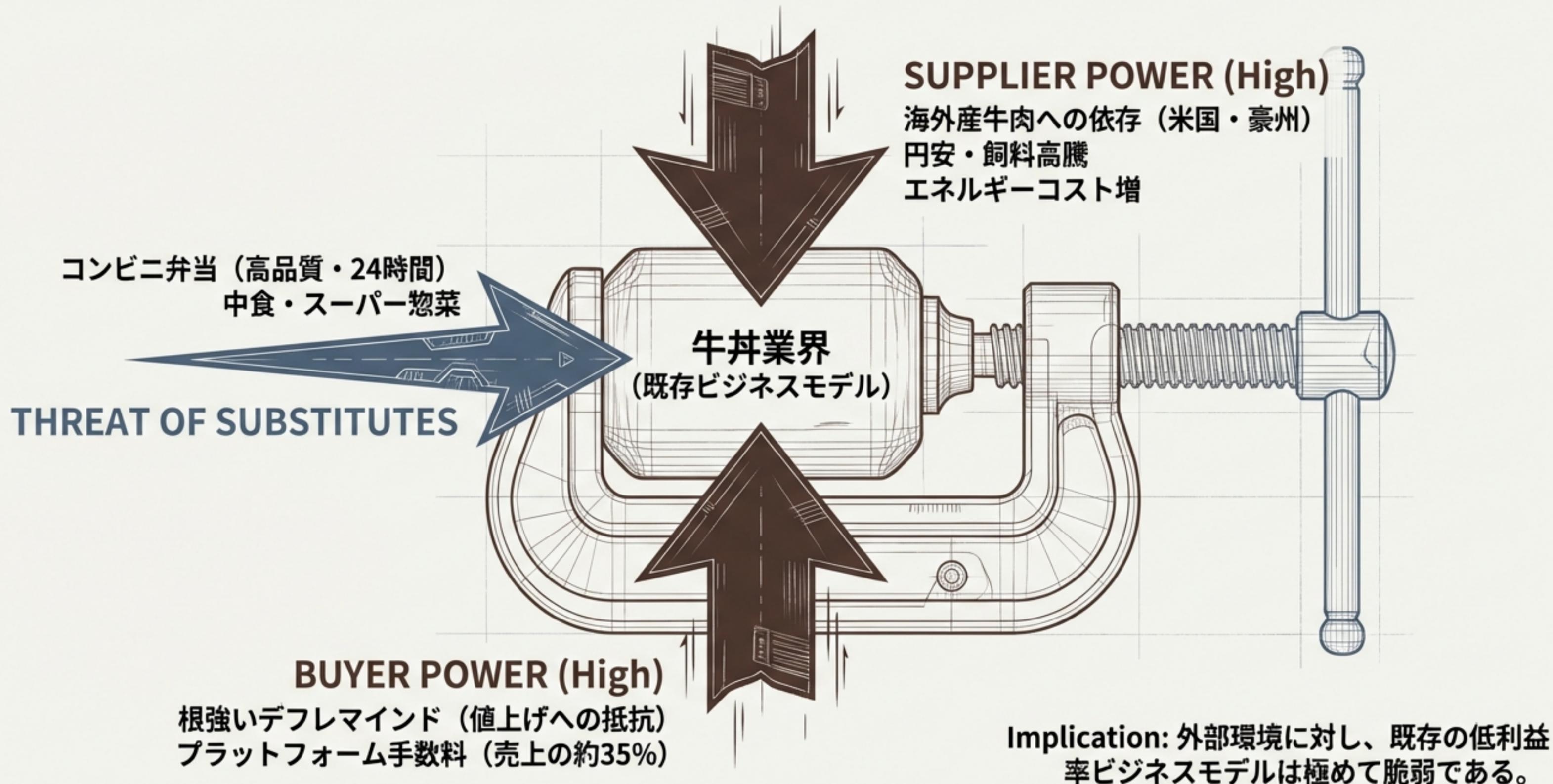
市場は拡大基調にあるが、その原動力は「客数増」ではなく「客単価アップ」に変化している。もはや薄利多売モデルは成立しない。

### ■ 中食市場との融合

惣菜市場は11兆円規模へ拡大。テイクアウト・デリバリー需要の取り込みが必須。

成長の鍵は「一杯の牛丼を売る」ことから「一回の食事体験の価値 (LTV) を高める」ことへ移行した。

# 競争環境：業界を圧迫する「スクイーズ・プレイ（挟み撃ち）」

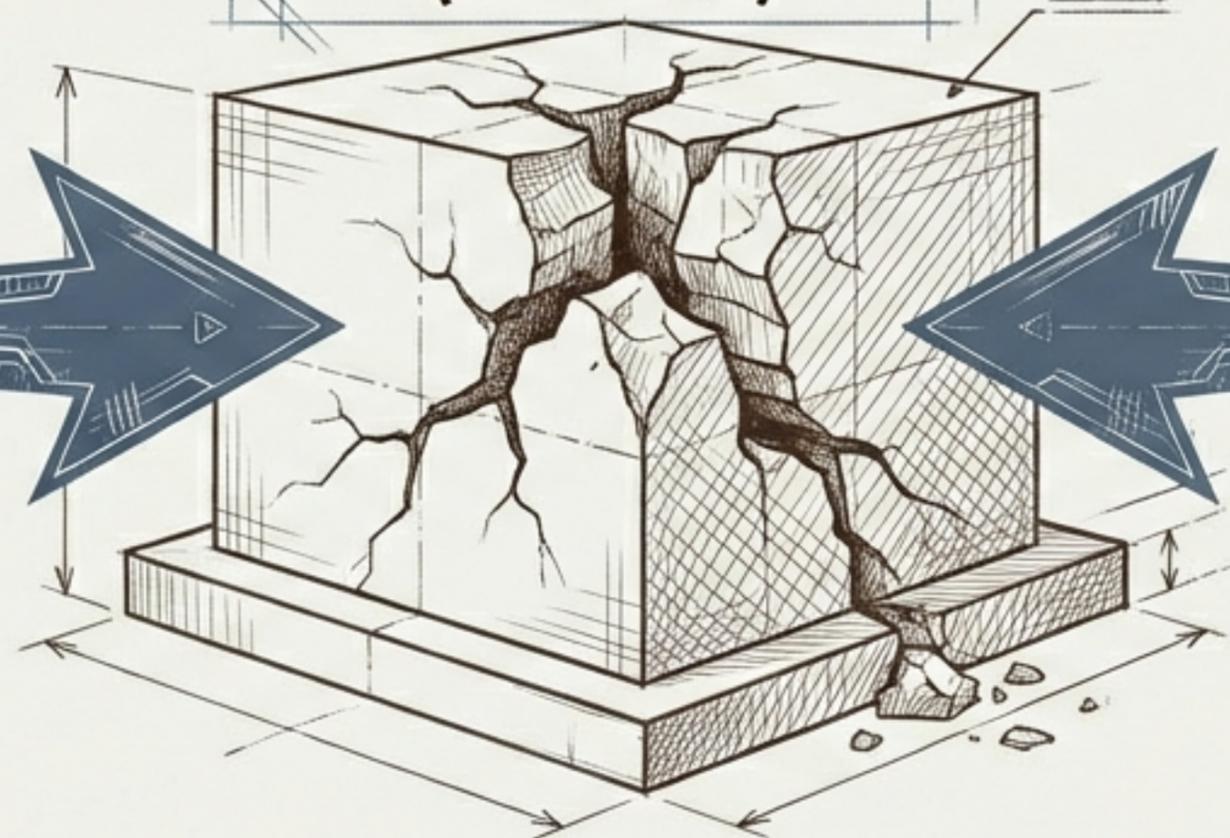


# FLコストの限界：外部環境の変化が招く収益構造の崩壊

## 経済的圧力 (Economic)

- 最低賃金の継続的な上昇
- 食材原価・物流費の高騰  
(コストプッシュ・インフレ)

従来のFLモデル  
(60-65%)



## 社会的圧力 (Social)

- 労働力不足：有効求人倍率  
2.97倍
- 採用難による機会損失の常  
態化

- 労働力不足：有効求人倍率  
2.97倍
- 採用難による機会損失の  
常態化

ファストフードの損益分岐点であるFL比率（食材費＋人件費）60～65%の維持が困難化。単なる価格転嫁（値上げ）だけでは客離れを招くため、テクノロジーによる構造的なコスト削減（分母の圧縮）が急務。

# 顧客ニーズの変容と二極化：コア層の維持と新興層の開拓

## Traditional Core (維持)



ターゲット: 男性 30-50代  
価値観: 「早い・安い・うまい」  
代表チェーン: 吉野家

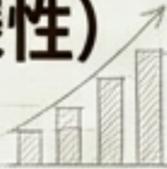
## New Growth (開拓)

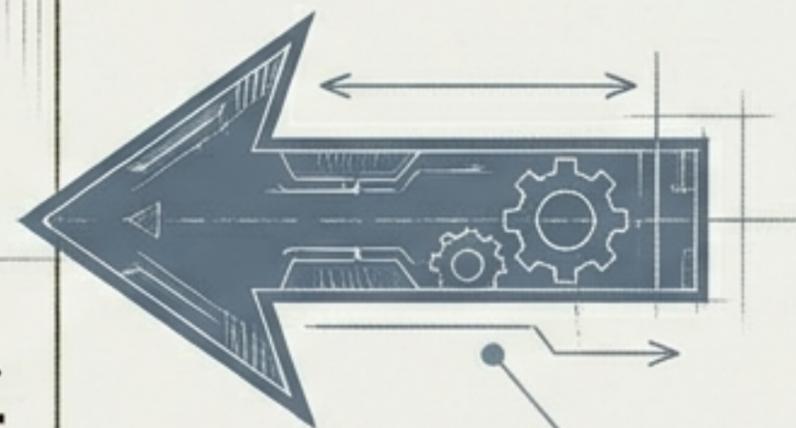


ターゲット: 女性・ファミリー・Z世代  
価値観: 「健康・清潔感・選ぶ楽しさ」  
代表チェーン: すき家

Key Trend: 「ファスト・ヘルシー」需要の拡大とZ世代の「ソロ飯」定着。  
二極化するニーズに対応するハイブリッド戦略が必要。

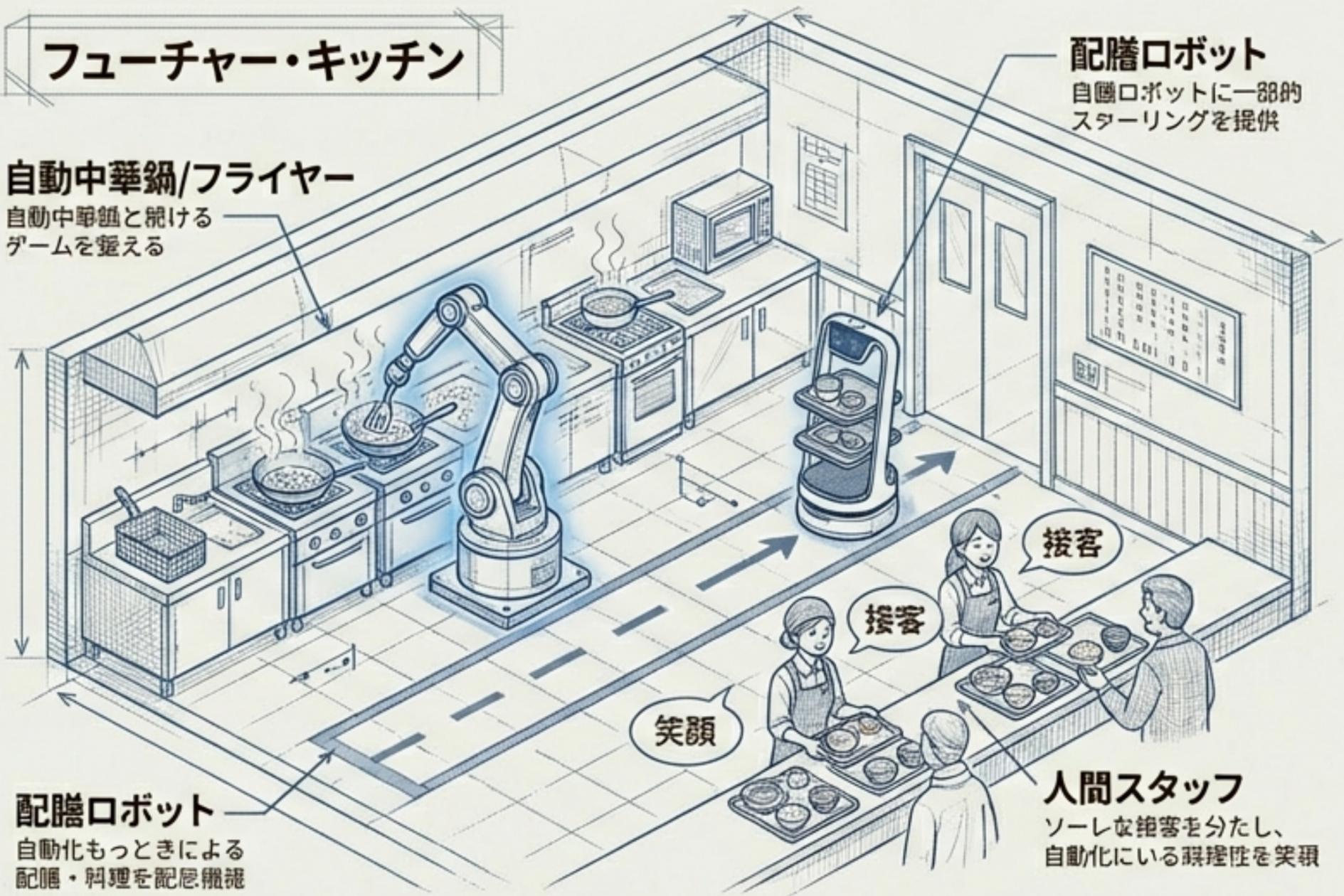
# 競合3社の戦略比較：規模、ブランド、そして効率化

	すき家 (ゼンショーHD)	吉野家	松屋
Strategy	Scale & Variety (規模と多様性) 	Brand & Quality (伝統と品質) 	Efficiency & Set Meals (効率と定食)
Strength	MMDシステム(垂直統合)、ファミリー向け郊外店舗	「牛丼の元祖」ブランド、コア層の強い支持 	「みんなの食卓」、券売機・セルフサービスの先駆 
Innovation status	店舗数業界No.1 (約2,000店) 	保守的な変革スピード	Tech活用・メニュー開発のイノベーター 

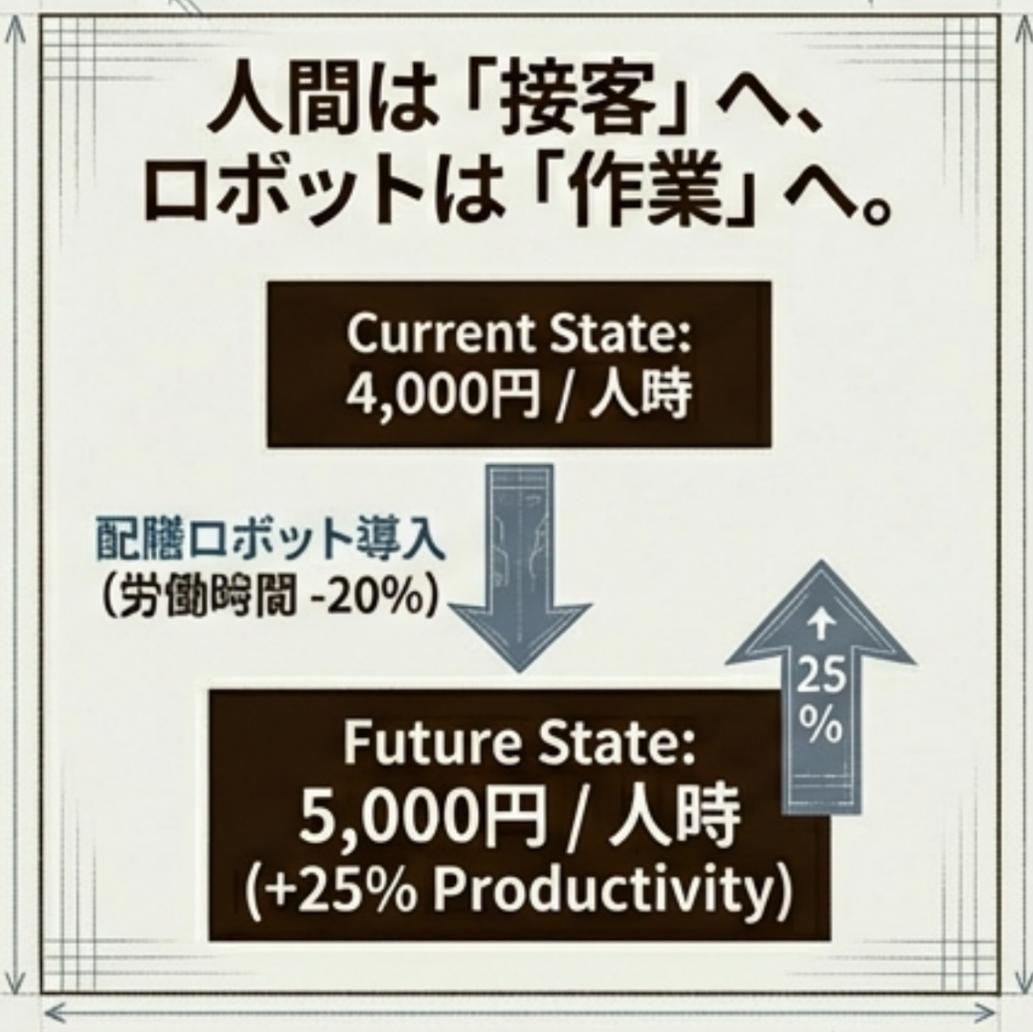


松屋の「効率化×メニュー多様化」モデルが今後の勝者の条件を示唆

# 破壊的イノベーション①：ロボティクスによるオペレーション革命

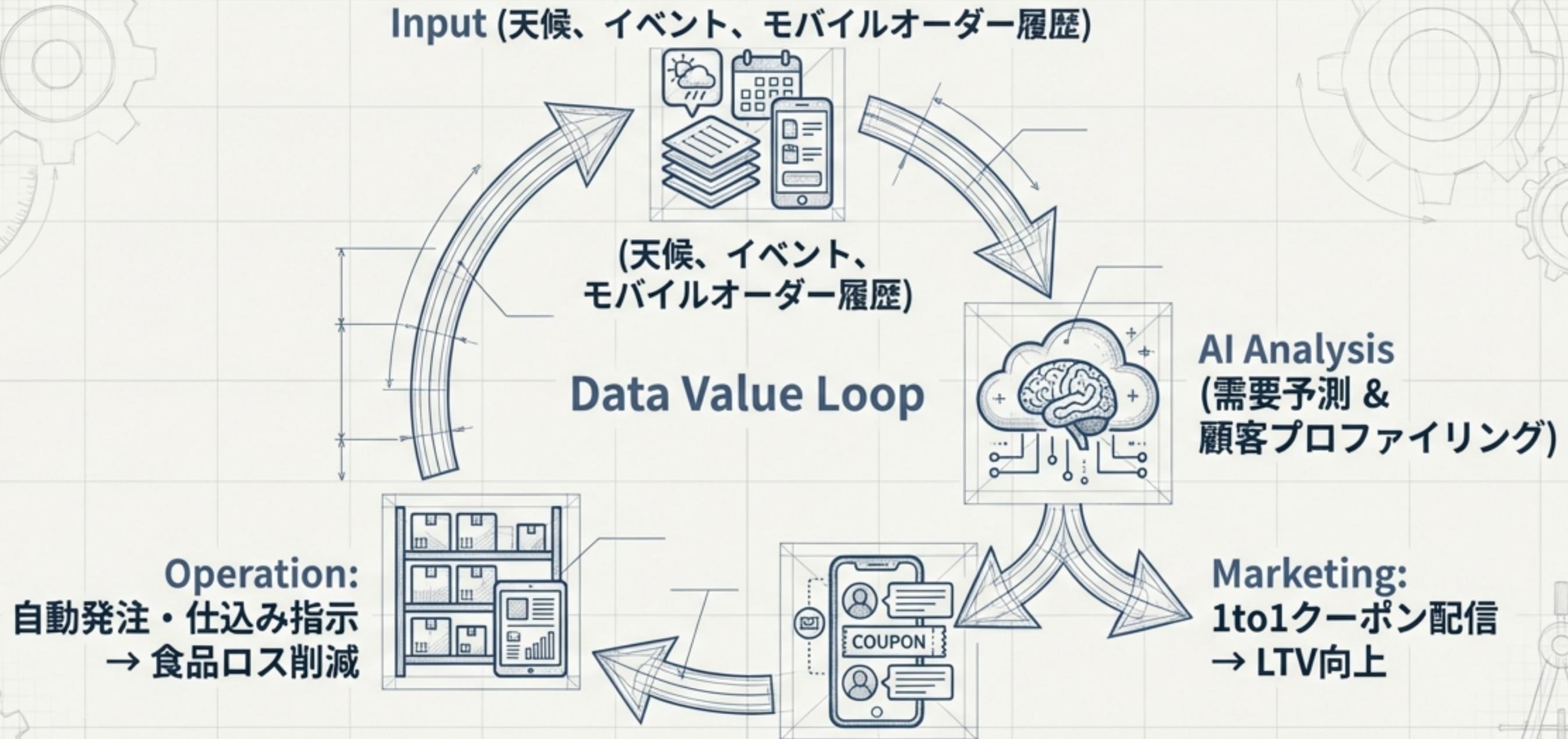


**ROI Simulation**  
(人時売上高の改善)



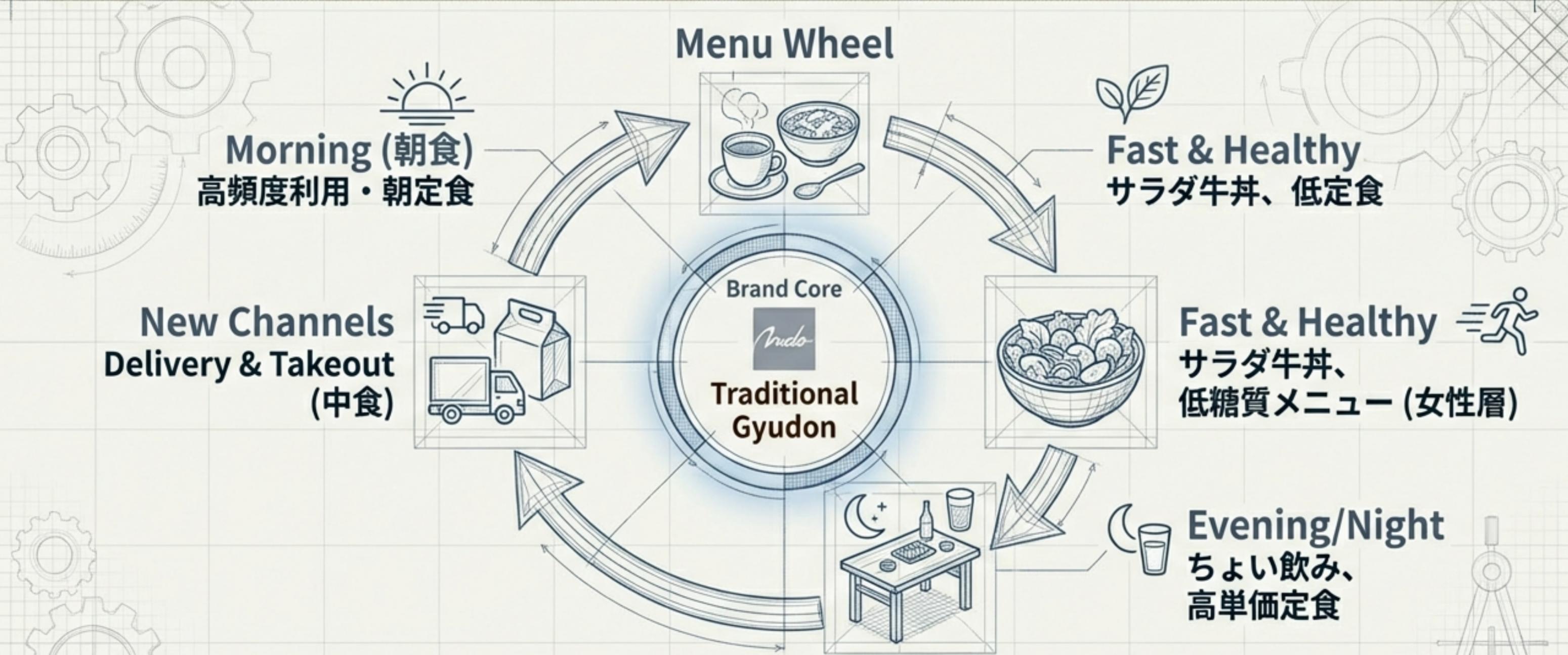
自動化はコスト削減だけでなく、「誰が作っても同じ味」という品質保証 (QSCの安定) をもたらす。

# 破壊的イノベーション②：データドリブン経営への転換



「勘と経験」から「AI予測」へ。  
在庫の最適化と顧客単価の最大化を同時に実現する。

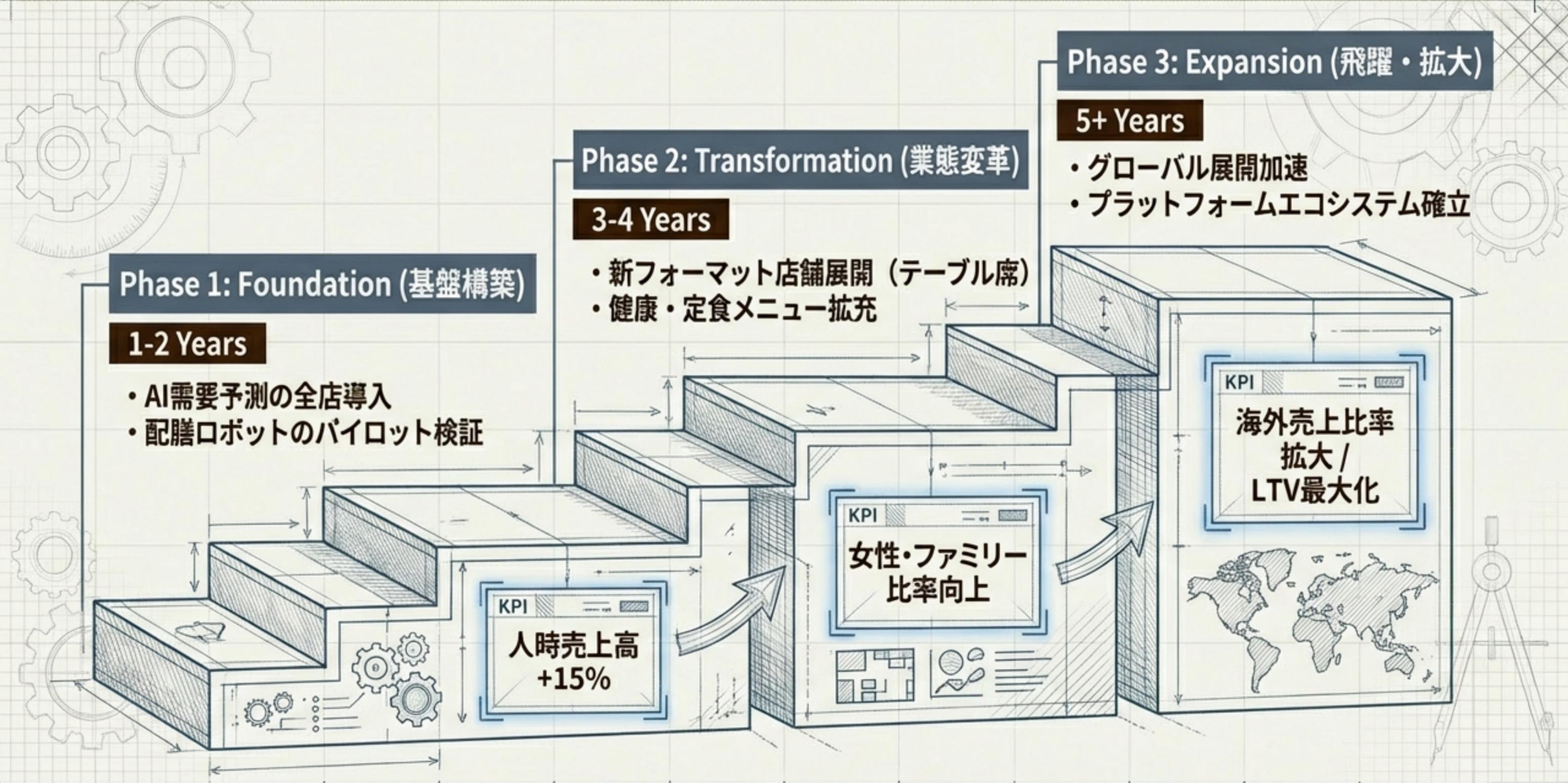
# 新戦略：「総合日常食プラットフォーム」への進化



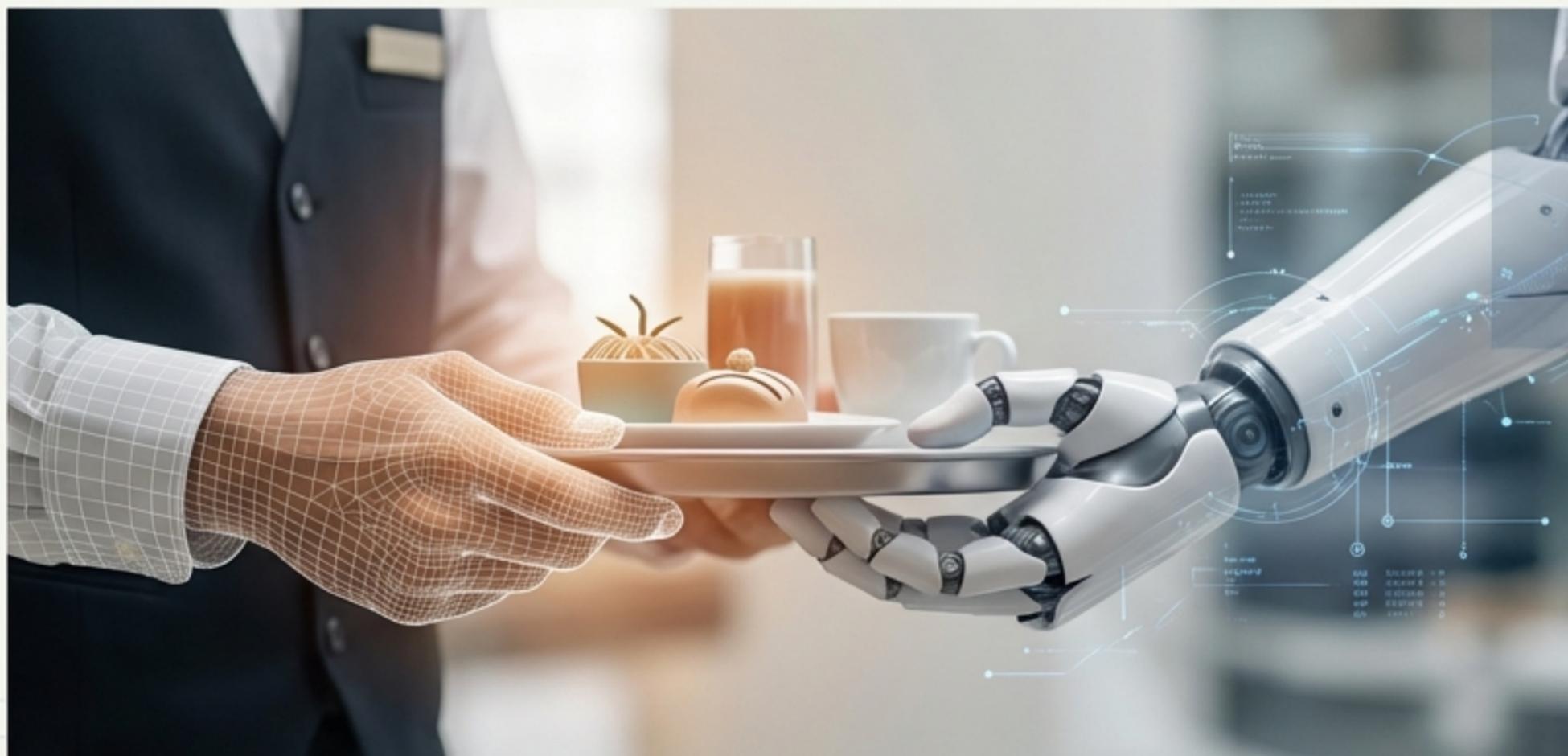
**Concept: Fast & Healthy + All-Day Use**

**日本の「牛丼」モデルをアジア市場の標準食へ (ハラール対応等のローカライズ)。**

# 実行ロードマップ：変革への3つのフェーズ



# 結論：テクノロジーとホスピタリティの融合



勝者の条件：  
High-Tech Efficiency ×  
High-Touch Experience

裏側のオペレーションは徹底的に  
自動化し、浮いたリソースを商品品  
質と体験価値へ投資する。

AIはコスト削減のツールではない。  
顧客体験を再定義し、産業を救う『翼』である。