不動産・住宅の事例

■広告主：康和地所株式会社
■業種：不動産
■媒体：産経新聞
■掲載面：経済面
■掲載日：８月３日
■広告会社：オプト

記録媒体どれがお得

産経新聞 平成19年

マック売り上げ最高

「地域別価格」滑り出し順調

平日半額バーガーなど「デフレの象徴」だった日本マクドナルドホールディングスが業績を急回復させている。同社が2日発表した平成19年6月期連結中間決算は、売上高が前年同期比13・0%増の1927億円で過去最高を記録、最終損益も31億円の黒字（前年同期は5億円の赤字）と黒字転換を果たした。6月下旬から順次、実質"値上げ"に踏み切った形とみられる「地域別価格差」戦略も、さらなる業績拡大につながる見込みだ。

「（6月下旬導入の地域別価格差戦略で）現在のところ、客数が減っていないし、むしろ売り上げの最大化に寄与する。思った以上に順調だ」

最近は「安い」イメージがすっかり定着した同社。原田泳幸会長兼社長兼CEO（最高経営責任者）は、このタイミングでここ数年とは逆の方向にかじを切った価格戦略が「客数は失っていない」といい、日本の消費者に受け入れられつつある、とみている。

この地域別価格差戦略は、8月上旬には全国約3800店に浸透する見込み。最終的に、従来価格に比べ、東京・大阪の大都市圏が最大4～5%値上がりする一方、地方都市では最大2%値下げとなる地域もあり、「価格据え置きの地域も含め、地域別で5段階の値段設定に収束する」（原田CEO）という。

こうした価格戦略に加え、7月以降の下半期の成長戦略として、①不採算店舗のてこ入れを図るための新規事業「マックカフェ」②「メガマック」シリーズ第3弾などの新商品―などを実施することで、売り上げ拡大に加え、利益率を高める計画だ。19年12月期の通期連結業績見通しを、売上高が従来予想比3・35～3・49%増の3860億～4010億円、最終利益を7・69～12・5%増の45億～70億円へ、それぞれ上方修正した。

進に向け、アナログテレビに取り付けるとデジタル放送が視聴できる簡易チューナーを、2年以内に5000円以下で製造・販売するよう電機メーカーに求めるとともに、生活保護世帯などの低所得世帯には、無料でチューナーを配布するといった政府による支援策が必要とする答申をまとめた。

政府は、平成23年7月に地上アナログ放送を終了し、デジタル放送へ完全移行する計画。同放送へ

ることができるよう、受信者側のデジタル化を進める対策が不可欠と判断した。

答申では、電機メーカー各社に対し、手ごろな

するための最小限の機能を備えたアナログテレビ向けの簡易チューナーを2年以内に商品化するよう要請した。

経済的理由から23年に

て記録媒体にBDを導入した「ブルーレイカム」を誇らしげに報道陣に示した。

次世代DVDは記憶デ

ムは、フル規格のハイビジョン（HD）映像を、BD1枚で1時間撮影が可能。市場想定価格は16万～19万円で、日立は

像を

い」

るた

ラで

可欠

ANA 小型ジェットで日印交流