



MAKING THE CUSTOMER KING

バーガーキング 米国・カナダ部門社長

トム・カーティス

売り上げアップを生む“傾聴戦略”

直火焼きの100%ビーフパティと注文後に作るスタイルが特徴で、ボリューム満点の看板バーガー「ワッパー」で知られるファストフード・ハンバーガーチェーン「バーガーキング」。バーガーキングの米国・カナダ部門社長トム・カーティス氏のリーダーシップのもと、同ブランドはアメリカ国内外で好調なセールスを記録している。その好調の理由について、CNNがカーティス氏に話を聞いた。



番組ホスト

リチャード・クエスト

CNNで経済アンカーを務め、独特の語り口と強いキャラクターで知られる人気ジャーナリスト。イギリス出身で、リーズ大学法学部卒業。ウォール街を拠点にBBCで活躍後、2001年からCNNに所属。ビジネス関連番組を担当するほか、チョコレート産業における児童労働問題など、幅広いテーマでの取材経験を持つ。1962年生まれ。



ゲスト

トム・カーティス

バーガーキング 米国・カナダ部門社長。2021年にBKC(バーガーキング・コーポレーション)に入社し、'21年5月から10月まで最高執行責任者(COO)として店舗開発や店舗運営全般を統括。同年10月より現職。BKC入社前はドミノ・ピザ社で35年間勤務。フランチャイズ店や直営店の運営を率いた経験を持つ。



Listening Quiz

59 米国内外で好調なバーガーキング

Richard Quest The parent company of Burger King says its same-store sales rose more than 3 percent in the Q1. Shares of Restaurant Brands International* still were down. Some of that had to do with muted growth at one of the subsidiaries', Tim Hortons',* stores. The company also warned that the rising cost of bee[f] [is] eating into margins. Burger King was the company's bright spot, with strong growth both inside and outside the US.

Now, that's no accident. Look at this. It's the famous Whopper. It's got a different bun. It's got lots more ingredients. Burger King also announced that their mascot, which some found a little creepy, is no more; the restaurant now says the customer is king.

And it seized upon the missteps of its competition. Remember McDonald's' CEO when his video went viral for a rather tepid bite out of a burger? Well, the head of Burger King's US and Canadian locations showed him how it was done and went full throttle by digging in with gusto.* Tom's with me—Tom Curtis, president of Burger King in the US and Canada.

The way in which you have refreshed the menu is now starting to show results, isn't it?

Tom Curtis Yes, it is. But Whopper elevation was really just the first step, and it showed in our results this quarter. There's going to be many more steps to come and more menu elevation and elevation of the brand. We've been working at it for four years, investing hundreds of millions of dollars back into the US

Burger King:

バーガーキング ▶1954年に米フロリダ州マイアミで開業したハンバーガーチェーン。

same-store sales:

既存店売上高

the Q1:

= the first quarter 第1四半期

share:

株 ▶ここでは「株価」の意味。

muted:

弱い、低調な、鈍い

subsidiary:

子会社

eat into:

(利幅などを)を圧迫する、むしばむ

margin:

= profit margin 利益率

bright spot:

(不快な事態の中の)明るい事柄

Whopper:

ワッパー ▶バーガーキングの看板商品の大型ハンバーガー。

bun:

丸いパン

ingredient:

具材

creepy:

不気味な、気味の悪い

seize upon:

(機会や他人のミスなど)にここぞとばかりに飛び付く

misstep:

失策、誤り

go viral:

ネットで拡散する、バズる

tepid:

無感動の、熱意のない

go full throttle:

《話》フル回転でやる、豪快にやる

dig in:

《話》食べ始める

with gusto:

おいしそうに、勢いよく

elevation:

改良、向上

リチャード・クエスト バーガーキングの親会社によると、バーガーキングの既存店売上高は（2026年の）第1四半期に3%以上伸びたとのことです。それなのに（その親会社である）レストラン・ブランズ・インターナショナル（RBI）の株価は下落しています。一因として挙げられるのは、子会社の1つであるティム・ホートンズの店舗の成長が鈍かったということです。RBIはまた、牛肉価格の高騰が利益率を圧迫しているとも警告しています。（そんな中で）バーガーキングは同社の明るい材料でした。アメリカの国内でも国外でも高成長を見せたためです。

もとより、それは偶然ではありません。これを見てください。かの有名なワッパーです。バンズが変わったんですよ。具材がぐんと増えた。同時に、バーガーキングは少々不気味だという声もあったマスコットキャラクター（ザ・キング）はいなくなったと発表しました。この飲食チェーンは今、「お客様が王様（キング）だ」と言っています。

しかも、バーガーキングはライバル店の失策にすかさず付け込みました。マクドナルドのCEOを覚えていますか、ハンバーガーをあまりおいしくなさそうにかじる動画がネットで拡散されたときの。一方、バーガーキングの米国・カナダ部門のトップは、「こうやるのさ」と言わんばかりに、おいしそうに思い切りかぶりついてみせました。トムさんにお越しいただいています——トム・カーティス氏、バーガーキングの米国・カナダ部門の社長です。

メニューをあのようにリニューアルした成果がもう出始めていますね。

トム・カーティス ええ、その通りです。ただ、ワッパーの改良は最初の段階に過ぎません。その改良（の成果）が弊社の今四半期の成績に示されましたが、この先にまだ何段階もあって、メニューの改良もブランドのリニューアルももっと続きます。われわれはこの4年間それに取り組んでいて、何億ドルもの資金をアメリカの事業に投資し、店舗をリニューアル



バーガーキングの看板商品「ワッパー」（上）。かつてのマスコットキャラクター「ザ・キング」（下）

■ **Restaurant Brands International**（レストラン・ブランズ・インターナショナル）
フロリダ州マイアミに本社を置く外食グループで、2014年に「バーガーキング」とカナダのコーヒーショップ兼ファストフードチェーン「ティム・ホートンズ」が合併して設立。その後、'17年に米フライドチキン・レストランチェーン「ポパイズ」、'21年に米ファストカジュアルレストラン「ファイヤーハウス・サブズ」を買収して成長してきた持ち株会社。

■ Remember...with gusto

2026年2月、マクドナルドのケンブリッジCEOが米国で新バーガー「ビッグアーチ」を食べる動画を投稿した際、一口しかかじらず、「食べるのが嫌みたいだ」などとSNSで批判が相次いだ。これに対し、バーガーキング 米国・カナダ部門社長トム・カーティス氏が、ファンの意見を反映し、バンズなどを改良した「新ワッパー」に豪快にかぶりつく動画を公開。この投稿に「これぞ大きな一口」「食べなくなる」といった声が寄せられ、両者の「食べっぷり」を比較する動画が大きな話題を呼んだ。