

日本マクドナルドホールディングス株式会社

2021年 通期決算発表



2021年業績ハイライト



日本マクドナルドホールディングス株式会社
代表取締役社長兼CEO

日色 保



2021年実績ハイライト

売上高前年対比

全店: **+10.7%**
既存店: **+9.7%**

既存店売上 前年対比増

25四半期連続

1店舗当たりの平均月商

約**1,800**万円
上場来最高

店舗数

+18店舗
2,942店舗


顧客満足度

過去最高水準

上場来最高

全店売上高
営業利益
経常利益

2021年業績概要 2022年業績予想



日本マクドナルドホールディングス株式会社
執行役員 IR統括責任者

中澤 啓二



2021年通期 業績概要

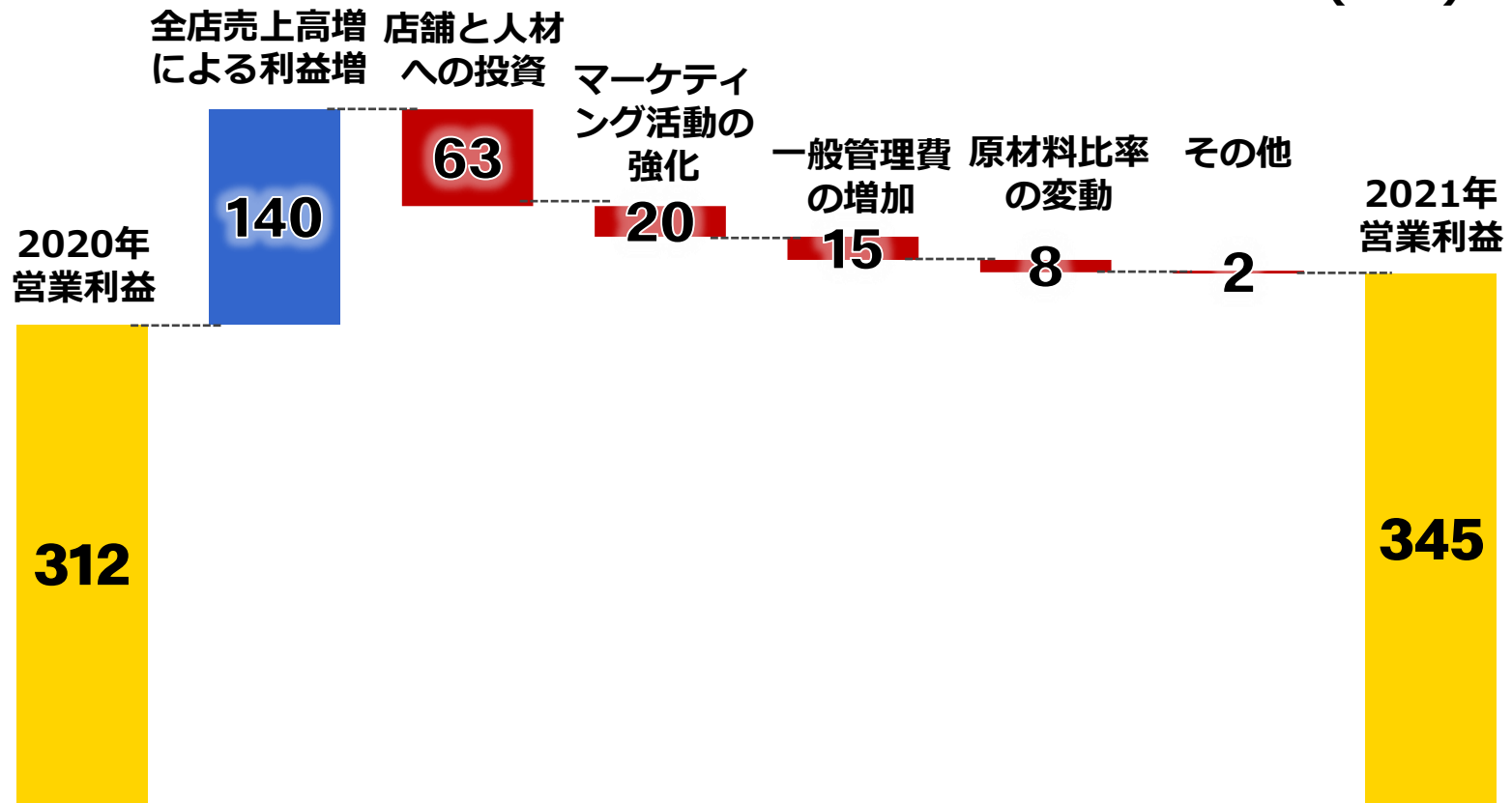
(億円)

	2020年	2021年			2021年	2021年
	通期実績	増減 前年同期比	通期実績	増減修正 見通し比	通期 修正後見通し	通期 年初見通し
全店売上高	5,892	+628 +10.7%	6,520	+140 +2.2%	6,380	6,130
既存店売上高 (対前年比)	+6.8%	-	+9.7%	-	+7.5%	+3.7%
売上高	2,883	+293 +10.2%	3,176	+56 +1.8%	3,120	2,995
売上総利益 (売上総利益率)	582 (20.2%)	+51 +8.9%(△0.2%)	634 (20.0%)	-	-	-
販売費及び一般管理費 (対売上高比)	269 (9.4%)	+19 +7.2%(△0.3%)	289 (9.1%)	-	-	-
営業利益 (営業利益率)	312 (10.9%)	+32 +10.3%(0.0%)	345 (10.9%)	+5 +1.5%(0.0%)	340 (10.9%)	320 (10.7%)
経常利益 (経常利益率)	314 (10.9%)	+22 +7.0%(△0.3%)	336 (10.6%)	+6 +1.9%(0.0%)	330 (10.6%)	315 (10.5%)
当期純利益 (当期純利益率)	201 (7.0%)	+37 +18.6%(+0.5%)	239 (7.5%)	+29 +14.0%(+0.8%)	210 (6.7%)	204 (6.8%)

当期純利益 = 親会社株主に帰属する当期純利益

2021年通期営業利益 変動要因分析 (対前年比)

(億円)



2022年通期 業績見通し

(億円)

	2021年実績	増減 前年比	2022年見通し
全店売上高	6,520	+259 +4.0%	6,780
既存店売上高 (対前年比)	+9.7%	-	+3.5%
売上高	3,176	+153 +4.8%	3,330
営業利益 (営業利益率)	345 (10.9%)	+4 +1.4%(△0.4%)	350 (10.5%)
経常利益 (経常利益率)	336 (10.6%)	+3 +1.1%(△0.4%)	340 (10.2%)
当期純利益 (当期純利益率)	239 (7.5%)	△24 △10.2%(△1.1%)	215 (6.5%)

当期純利益 = 親会社株主に帰属する当期純利益

(注) 上記の予想数値は、現時点で入手可能な情報に基づき作成したものであり、実際の業績は今後の様々な要因により上記の予想数値と異なる可能性があります。

中期経営計画 2022～2024



日本マクドナルドホールディングス株式会社
代表取締役社長兼CEO

日色 保



2022～2024年 中期計画ハイライト

2018～2021 成長の振り返り

- ビジネス基盤の強化と成長に向けた計画的な投資が
コロナ禍で変化したお客様のニーズに合致し成長を実現
- ブランドに対する信頼も大きく向上

これからの 成長に向けて

- マクドナルドのパーパスに基づき社会的責任を果たす
- より幅広いお客様・食事シーンに向けたメニュー提案
- 店舗・デジタル・ピープルへの投資を加速
年間およそ100店舗をオープン、3,000店舗以上の展開を確立
「デジタルとピープルの融合」により、未来型店舗体験をさらに進化

財務目標

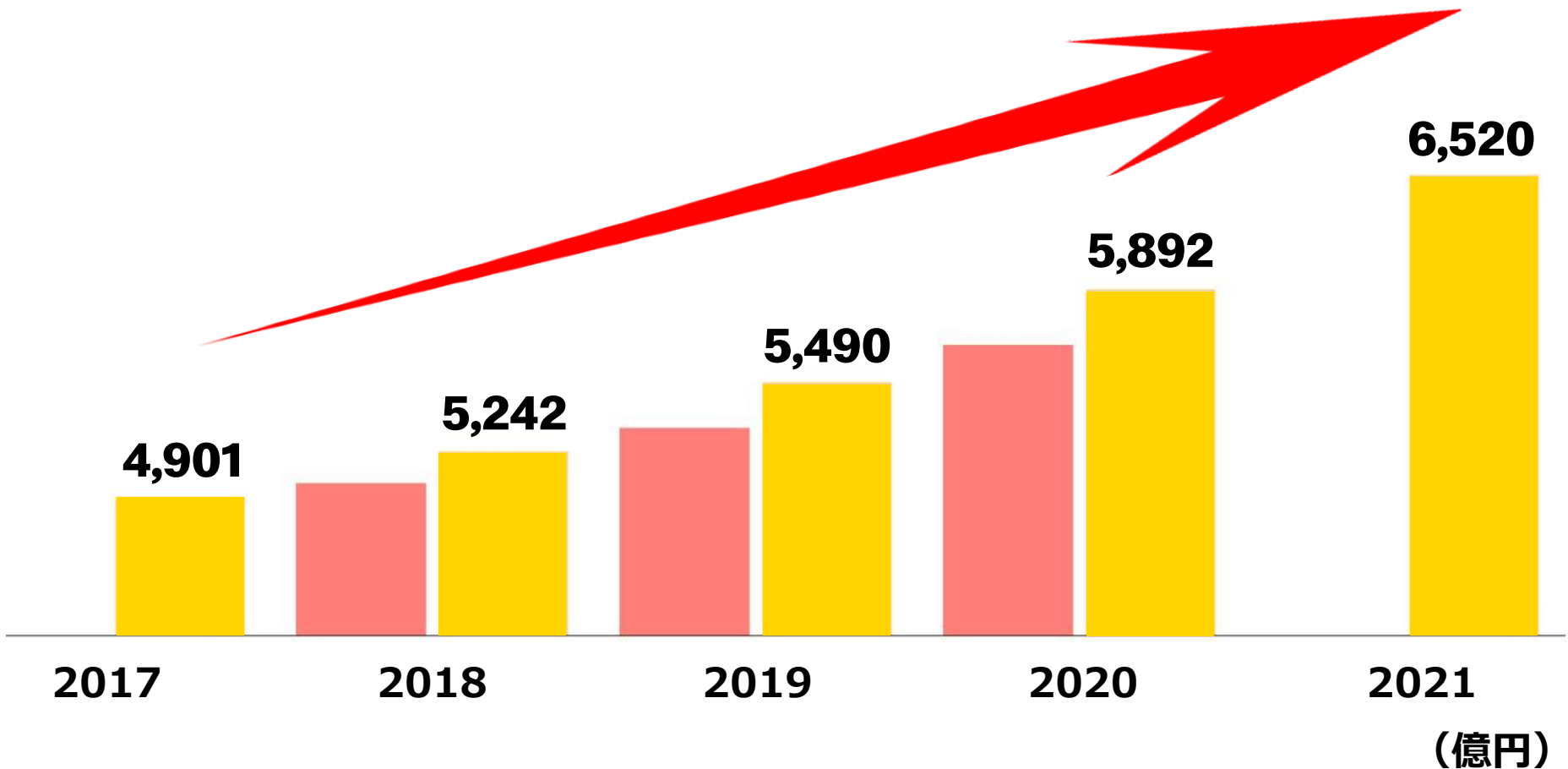
2024年度までに

- 全店売上高 : +1,000億円(年平均成長率5%前後)
- 営業利益額 : 年平均成長率3%～5%
- ROE : 10%以上

**前回中期経営目標期間
(2018～2020年)
および2021年の振り返り**

全店売上高の推移

■ 前中期計画目標 ■ 実績



2021年日本におけるマクドナルドのビジネス規模

全店売上高

6,520億円

公式アプリ
アクティブユーザー数

**2,300
万人/月**

店舗数

2,942店舗

ドライブスルー

1,511店舗

デリバリー対応

1,979店舗

パーク&ゴー対応

1,052店舗

全店客数

14億人

在籍クルー人数

19万人

*数値はすべて2021年末時点実績

ビジネス基盤の強化と成長に向けた計画的な投資

コロナ禍で変化したお客様のニーズに、先回りした投資で応える事が成長に繋がった

コアビジネス

ブランド・メニュー・バリュー



成長のための重点施策

未来型店舗体験・デリバリー



店舗開発



ビジネス基盤

マクドナルドならではの高いQSC*、ピープル、カルチャー



*QSC: Quality, Service, Cleanliness



コロナ禍で変化したお客様ニーズ

マクドナルドのパーパス

Our Purpose Feed and Foster Communities

私たちの存在意義
おいしさと笑顔を地域の皆さまに

Our Mission Making Delicious, Feel-Good Moments Easy for Everyone

私たちの使命
おいしさとFeel-Goodなモーメントを、いつでもどこでもすべての人に。

Our Values

私たちの価値観



Serve

We put our customers
and people first

お客様とピープルを
第一に考えます



Inclusion

We open our doors
to everyone

オープンドアの精神で
多様性を活かします



Integrity

We do the right thing

常に正しいことをします



Community

We are good neighbors

地域に貢献します



Family

We get better together

力を合わせて成長します

これからの成長に向けて

これからの成長に向けた3本柱

ブランド

信頼と愛着の更なる醸成



メニュー・バリュー

より幅広いお客様ニーズや食事シーンに合わせた提案



店舗・デジタル・ピープル

お客様の期待の一步先に行く体験の創造



“おいしさとFeel-goodなモーメントを、いつでもどこでもすべての人に”

ブランドとしての社会的責任を果たすために 「SDGs/ESGの取り組み」

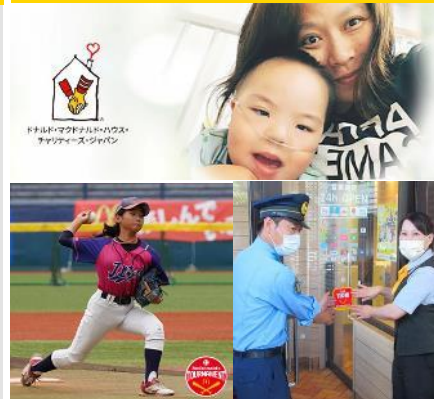
安心して美味しいお食事を



品質・衛生管理の
徹底と透明性

Made For Youで
できたてをご用意

地域の仲間にサポートを



ドナルド・マクド
ナルドハウス支援活動

子供のスポーツ
教育・地域の
安全支援活動

働きがいを全ての人に



多様な人材
登用と育成

女性の活躍推進

フレキシブルな
働き方の推進

地球環境のために



持続可能な
食材の調達

プラスチック削減

温室効果ガス
排出の低減

より幅広いお客様ニーズや食事シーンをとらえる 「メニュー・バリュー」

変わらないマクドナルドメニューの強み

マクドナルド「ならでは」美味しさ・定番メニュー

コアメニュー



ファミリー



バリュー



折々の季節感や楽しさを提供する期間限定メニュー

てりたま



月見バーガー



グラコロ®



より幅広いお客様・食事シーンの提案 (例)

大人のお客様にも楽しんでいただける本格派メニュー



ランチ以外の様々なシーンに合ったメニュー



より幅広いサイドメニューの選択肢

えだまめコーン



サイドサラダ



ヨーグルト



店舗投資の加速

出店の強化

新規出店



リロケート（近隣移転）



既存店の体験向上

リビルド（建て替え）



リイメージ（店内改装）



既存店のキャパシティ向上

厨房機器の増強・更新



客席・ドライブスルーレーンの拡張



2024年 3,000店舗以上を目指し、年間100店舗以上をオープン (リロケート・リビルド含む)

お客様中心の原点に立ち返り、デジタルとピープルの融合を進化 「デジタルの取り組み」

マクドナルドの強み = 幅広いアクセス手段

店舗へのアクセス

- 店内飲食・テイクアウト・ドライブスルー
デリバリーの全てにおいて快適な
お客様体験を提供

アプリを使ったアクセス

- 日本最大級のマクドナルド公式アプリを
ハブとしたお客様との接点
- 幅広い利用方法に対応したモバイルオーダー
 - ・ 店内飲食（テーブルサービス含む）
 - ・ テイクアウト
 - ・ 駐車場受け取り（パーク&ゴー）



デジタル体験のシームレス化を推進

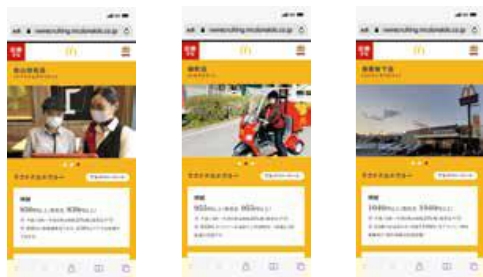
- モバイルオーダーの全チャネル対応
ドライブスルー対応を全国展開（2022年予定）
- デジタルタッチポイントの統一
マックデリバリーアプリのマクドナルド
公式アプリへの統合
- データ活用によるデジタル・店頭の
おもてなし最適化への挑戦 など



お客様中心の原点に立ち返り、デジタルとピープルの融合を進化 「ピープルの取り組み」

採用・登用の強化

- 多様な採用・勤務スタイルにより幅広い人材を確保
- 店舗における社員比率の増加



教育・育成の強化

- ハンバーガー大学
- デジタルを活用したクルートレーニンング、オンラインエンゲージメント強化による育成と離職抑制



顧客体験の更なる向上

- おもてなしリーダーの採用
ホスピタリティの強化
- 高度な店舗コンサルテーションを
提供する組織・プロセスへの移行



財務目標

財務目標

全店売上高

+1,000億円

年平均成長率
5%前後

営業利益額

年平均成長率
3~5%

営業利益率
10%以上

ROE

10%以上

設備投資

每期**300億円**程度

配当方針

安定的かつ継続的な配当の実施

今だからこそ、安全・安心を守る取り組みを。



これまで、ずっと。これから、もっと。

補足資料

店舗投資



	新店・リロケート	店舗数	リビルド	改装
2021年実績	64店舗	2,942店舗	30店舗	126店舗
2022年計画	60～70店舗	純増15～20店舗	30～40店舗	100店舗以上

未来型店舗体験

おもてなしリーダー・テーブルサービス



モバイルオーダー



パーク&ゴー



サービス

店舗数

おもてなしリーダー

約 2,800店舗

テーブルサービス (テーブルデリバリーより改称)

約 2,500店舗

モバイルオーダー

約 2,900店舗

パーク&ゴー


約 1,000店舗

2021年12月末現在

デリバリー



	McDelivery	Uber Eats	出前館	合計
2019年12月	257店舗	604店舗		710店舗
2020年12月	730店舗	1,303店舗	887店舗	1,518店舗
2021年12月	909店舗	1,697店舗	1,673店舗	1,979店舗



本書には、当社に関連する見通し、将来に関する計画、経営目標などが記載されています。これらの将来の見通しに関する記述は、将来の事象や動向に関する現時点での仮定に基づくものであり、当該仮定が必ずしも正確であるという保証はありません。今後、様々な要因により、実際の業績が本書の記載と著しく異なる可能性があります。本資料は、投資勧誘を目的にしたものではありません。投資に関するご決定は、ご自身の判断にてお願いいたします。