

平成 16 年 12 月期 第 3 四半期決算状況

日本マクドナルドホールディングス株式会社〔本社：東京都新宿区〕の平成 16 年 12 月期（平成 16 年 1 月 1 日～平成 16 年 12 月 31 日）第 3 四半期決算につきまして、下記の通りご報告いたします。[<概況を下記に記載、業績数値は別途>](#)

平成 16 年 12 月期 第 3 四半期業績および営業概況

既存店売上高前年比（注） 1～9 月 +4.5%
連結経常利益 前年比 31 億円増加 +287.7%
特殊要因を除いた営業活動からのキャッシュフロー 大幅増

当社グループの基幹ビジネスである日本マクドナルド株式会社のハンバーガーレストラン事業は、昨年第 4 四半期から連続 4 四半期、既存店売上高が前年同期を上回るなど売上が回復しており、今年 1～9 月の既存店売上高は対前年同期比で 4.5%の増加となりました。

これらは、当期同社が集中的に取り組んでいる 3 つの戦略的課題

【ブランドの再構築】

【店舗体験の向上】

【組織の統合・強化と能力開発】

の成果に他なりません。

【ブランドの再構築】

レギュラーメニューの強化

8 月 チキンフィレオ

F U N の提供

7 月 「マック・ハンバーガーBirthday」キャンペーン

8 月 オリンピックのグローバルスポンサー

女子ホッケー日本代表 応援

レギュラーメニューの長期的な強化の一環として、当第 3 四半期には昨年の期間限定販売で実績のある「チキンフィレオ」を 8 月 20 日にレギュラーメニューに加え、お客様のメニューチョイスの幅を広げました。「チキンフィレオ」の再登場に際しては、強力な来店誘引である折り込みクーポンを計画的に活用し認知度を高め、順調にリピーターを増やしております。また、お客様がマクドナルド・ブランドに期待する「F U N - 楽しさ」を提供するため、お子様に人気のハッピーセットに「とっとこハム太郎」「ハローキティ」「エンジェルブルー」を投入しました。さらに、マクドナルド日本 1 号店のオープン日を記念したハンバーガーの日（7 月 20 日）に、「マック・ハンバーガーBirthday」キャンペーンを実施しました。お客様に手頃な価格で商品を提供するバリュー戦略としましては、100 円で販売した期間限定「マックシェイク・ブルーベリー」は大好評でした。アテネ・オリンピックについては、オリンピックのグローバルスポンサーとしてスポーツの祭典をプロモートするとともに、オリンピック初出場の女子ホッケー日本代表のスポンサーになり全国 13 万人の従業員からエールを送ったことは大変な話題になりました。

【店舗体験の向上】

Q S C 向上のための集中投資

1～9 月において既存店舗 1,235 店舗を改修（「メイド フォー ユー」905 店舗含む）

お客様にとって「お気に入りの食事の場とスタイル」となるために、マクドナルドの最大の強みであるクイックサービスレストランのスピーディーで正確、かつフレンドリーな心を込めたおもてなしに焦点をあてたサービスキャンペーンを繁忙期の 7 月及び 8 月に行い、店舗における最高の店舗体験の提供に対する意識を高めました。このため、人員配置や教育などに集中投資を行い、Q S C（クオリティ、サービス、クレンリネス）の一層の向上に努めています。キャンペーン終了後もホスピタリティーあふれるサービスを続けてまいります。

また、「メイド フォー ユー」の導入 905 店舗を含め、既存店舗のリモデル・リフレッシュなど改修を進め、9 月末までに 1,235 店舗に実施いたしました。

【組織の統合・強化と能力開発】

組織の更なる強化：グローバルな知的資産の活用

5 月に組織の改編を行い、6 月より新組織体制のもと質の高い運営をスピーディーに進めています。当第 3 四半期からは、さらに、マクドナルドがグローバルに持つ知的資産・人的資源を活用し、グローバルな視点で経営に取り組む体制を整えています。

また、出店数はトラディショナル店舗（標準店舗）9 店舗、サテライト店舗（メニュー限定小型店舗）16 店舗の合計 25 店舗となりました。閉店数につきましてはトラディショナル店舗 12 店舗、サテライト店舗 27 店舗の合計 39 店舗となり、当第 3 四半期末の総店舗数は 3,759 店舗（前期末比純減 14 店舗）となっております。

以上のような活動の結果、システムワイドセールス（直営店舗とフランチャイズ店舗の合計売上高）は 2,963 億 04 百万円（対前年同期比 3.2% 増）となり、連結売上高は 2,298 億 91 百万円（対前年同期比 3.2% 増）、連結経常利益は 41 億 90 百万円（対前年同期比 287.7% 増）となりました。

平成 16 年 12 月期 第 4 四半期活動および通期業績予想

レギュラーメニューの長期的な強化

10 月 トマトマックグラン

11 月 トマトチキンフィレオ

「世界子どもの日」チャリティプログラムによる社会還元

新しいマネジメントチームによるリーダーシップ

新レギュラーメニューを 2 品加え、メニュー強化を行うとともに、強力なプロモーションを展開します。

現時点では、通期連結業績予測に変更はありません。主力であるハンバーガーレストラン事業につきましては、最高の「Q S C + V（より高い品質、スピーディーで心地よいサービス、清潔で快適な環境、付加価値）」の提供を目指した活動を継続してまいります。

以上