

2026年度（2026年12月期） 第2四半期 決算発表

2026年8月7日

日本マクドナルドホールディングス株式会社

日本マクドナルドホールディングス株式会社

2026 年 12 月期第 2 四半期 決算説明会

[日程] 2026 年 8 月 7 日

[登壇者] 3 名

トーマス・コウ 代表取締役社長 兼 最高経営責任者（CEO）

萬代 一朗 執行役員 グループ CFO

吉田 修子 執行役員 チーフ IR オフィサー

2026年度 第2四半期累計 決算ハイライト

中期経営計画で推進している取り組みの相乗効果により、全店売上高は好調に推移
既存店売上高は43四半期連続でプラス成長

全店売上高 ^{*1}	既存店売上高 ^{*2}
4,643億円 前年同期比：+8.0%	前年同期比：+5.9% 43四半期連続増
営業利益	店舗数
302億円 (営業利益率 14.8%)	店舗数：3,038店舗 新店：35店舗 閉店：22店舗

*金額は表示単位未満を切り捨て、比率は小数第二位を四捨五入して表示しています。

*1 全店売上高（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 *2 既存店売上高：13ヶ月以上開店している店舗の合計売上高

2

コウ：皆様、こんにちは。トーマス・コウです。

本日はお忙しいなか、オンライン決算説明会にご参加いただき、誠にありがとうございます。

本日の説明に先立ち、このたびの熊本地震により被災された皆様に、心よりお見舞い申し上げます。一日も早い復旧・復興と、地域の皆様が平穏な日常を取り戻されることを心よりお祈り申し上げます。

当該地域のフランチャイズオーナーの皆様は、お客様とクルーの安全を最優先に、営業再開に向けた取り組みを進めてくださっています。現地で復旧や営業再開に向けて尽力されているすべての皆様に、心より敬意と感謝を申し上げます。また、このような状況下においても、商品の安定供給を維持するため懸命な努力を続けてくださっているサプライヤーの皆様にも、深く感謝申し上げます。

当社は被災地支援の一環として義援金を拠出するとともに、全国の店舗で募金活動を実施しております。被災された皆様が一日も早く安全で穏やかな生活を取り戻されることを願い、マクドナルド・ファミリーならびに全国のお客様の思いを被災地へお届けしたいと考えております。

このような時だからこそ、マクドナルドの理念である「Three Legged Stool（3本脚の椅子）」の考え方のもと、フランチャイジー、サプライヤー、そして当社が一体となり、地域に根差した店舗運営を継続できるよう最大限の支援を行ってまいります。

それでは、まず 2026 年度第 2 四半期決算の業績ハイライトについて、ご報告させていただきます。

全店売上高は 4,643 億円、前年同期比プラス 8.0%となりました。既存店売上高も 5.9%と、2015 年度第 4 四半期から 43 四半期連続でプラス成長を継続しております。店舗開発も中期経営計画どおりに進捗し、店舗ポートフォリオの最適化は着実に進んでおります。

この成長は、お客様の声を伺い、QSC と利便性の向上、マーケティングや店舗・人材への投資を積み重ねてきた成果が、より多くのお客様に受け入れられている結果だと考えております。

これらの成果は、マクドナルドを支えるオーナーオペレーターの皆様、サプライヤーの皆様、店長・店舗スタッフ、クルーの皆様、マクドナルドシステムのすべての皆様の取り組みの賜物だと感じています。心より感謝申し上げます。

2026 年 2 月には、原材料費、エネルギーコスト、人件費の上昇を踏まえ、引き続きお客様にご満足いただける店舗体験をご提供するために価格改定を実施しました。その後も既存店売上高は堅調に推移しており、お客様に価格以上の価値を感じていただく取り組みが機能していると評価しております。

これからもお客様にマクドナルドをお選びいただけるよう、おいしさ、品質、ホスピタリティ、スピード、そして価格以上の価値を提供し続けることで、お客様のご期待に応えてまいります。

続いて、2026 年第 2 四半期の業績詳細について、執行役員グループ CFO の萬代よりご説明させていただきます。

2026年度 第2四半期累計 業績概要

全店売上高の増加により利益面も前年同期を上回る

(億円)

	第2四半期累計			
	2025年	2026年	増減	増減率
全店売上高	4,297	4,643	345	+8.0%
既存店売上高 前年同期比	4.9%	5.9%	—	—
売上高	2,033	2,040	7	+0.4%
営業利益	262	302	39	+15.2%
営業利益率	12.9%	14.8%	1.9pp	—
経常利益	261	308	46	+17.8%
中間純利益*	167	196	28	+17.0%

*中間純利益 = 親会社株主に帰属する中間純利益

*金額は表示単位未満を切り捨て、比率は小数第二位を四捨五入して表示しています。

3

萬代：グループ CFO の萬代でございます。

こちらは、上半期の業績概要です。

全店売上高は 4,643 億円、前年同期比プラス 8.0%、既存店売上高は前年同期比プラス 5.9%となりました。

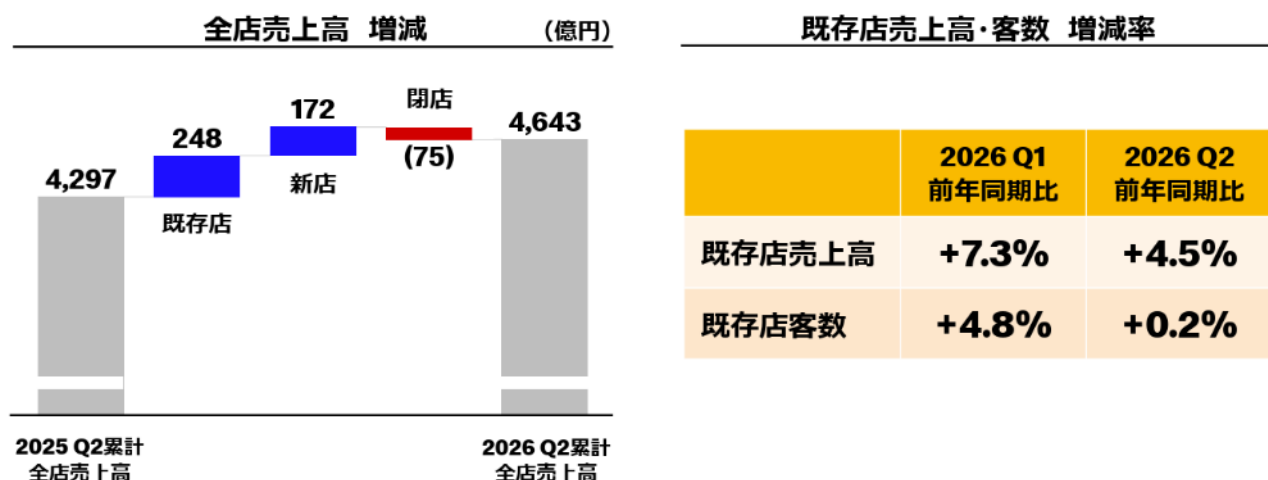
また、営業利益は、主に好調な売上により 302 億円、前年同期比プラス 15.2%となりました。

なお、第 2 四半期（4 月～6 月）の 3 か月間では、マーケティング投資のタイミング差や為替影響、原材料価格高騰による材料費の増加などにより、前年同期に比べ営業利益は 7 億円の減益となりましたが、全店売上高は引き続き前年同期を上回って推移しております。

その他の数値はご覧のとおりです。

2026年度 第2四半期累計 全店売上高の増減要因（前年同期比）

全店売上高は既存店売上高の増加と店舗ポートフォリオの最適化により増収
既存店客数も堅調に推移



4

次に、全店売上高の増減についてご説明いたします。

全店売上高は前年同期比で 345 億円の増収となりました。

店舗ポートフォリオの最適化に向け、上半期も店舗の入れ替えを着実に進め、2026 年 6 月末の店舗数は 3,038 店舗、新規出店 35 店舗、閉店 22 店舗で、前期末比プラス 13 店舗となりました。

既存店の増収に加え、戦略的な出店・閉店により、より広く効率性の高い店舗へ入れ替えることで、お客様のご利用機会を増やし、全店売上高を伸ばしております。

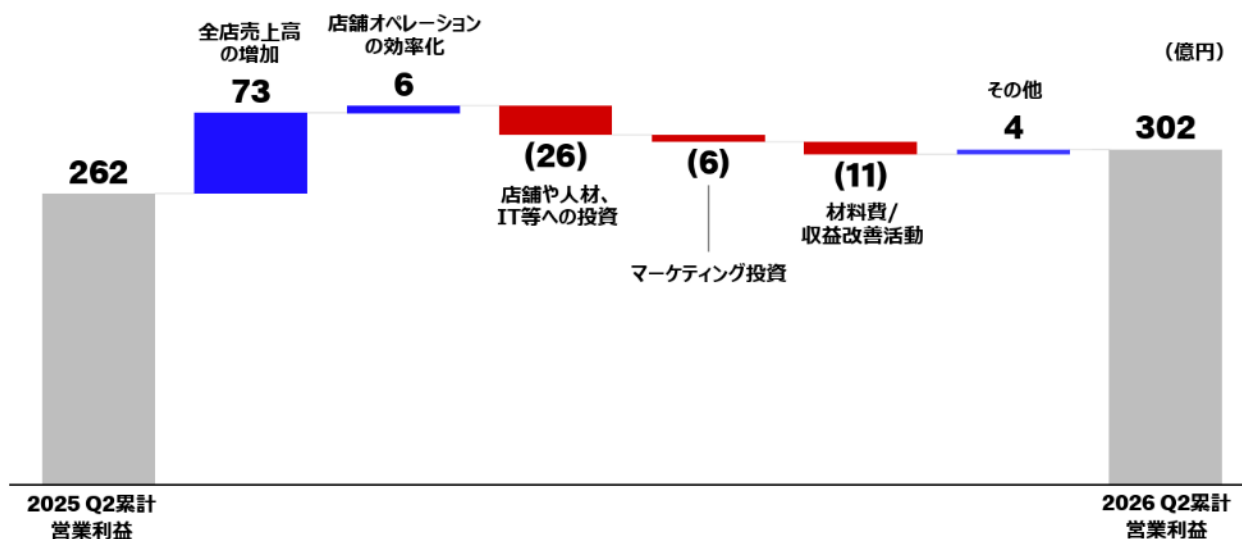
右側は既存店売上高とお客様数の前年同期比です。

第 1 四半期は主に期間限定プロモーション商品がご好評をいただいたことで、既存店のお客様数は高い水準となりました。第 2 四半期も、月単位での増減はありますが、売上高・お客様数ともに前年同期を上回りました。

価格改定後もお客様のご利用は底堅く推移していると評価しております。今後もお客様の動向を注視しながら、価格以上の価値を感じていただけるよう取り組んでまいります。

2026年度 第2四半期累計 営業利益増減要因（前年同期比）

全店売上高の増加が営業増益に貢献
原材料価格など店舗運営コスト上昇が利益を圧迫も、収益改善活動でコスト適正化を図り増益を確保



続いて、上半期の営業利益の変動要因について、ご説明いたします。

上半期は、全店売上高の増加が営業増益に大きく貢献しました。マーケティングや店舗・人材への投資が、売上成長につながっています。

一方で、原材料価格や人件費などの店舗運営コストは上昇が続いています。特に牛肉を中心とした原材料価格の上昇は、利益の圧迫要因となり、フランチャイズオーナーのキャッシュフローにとっても大きな負担となっています。

原材料価格は当初想定より悪化し、下半期はさらにその影響が大きくなる見込みです。

価格改定は収益性維持に一定の効果をもたらしておりますが、店舗運営コストの上昇をすべて相殺できるものではありません。

この状況に対し、店舗オペレーションの効率化やグローバルネットワークを活かした物流効率化、仕様の見直しなど、品質と安全性を最優先にしながら、マクドナルドシステム全体でコストの最適化を進めています。

コストプレッシャーは高まっておりますが、引き続き中期経営計画の成長戦略を推進し、売上と収益性の向上を図ってまいります。

それでは、代表取締役 CEO のトーマス・コウより、中期経営計画の進捗状況についてご説明いたします。

中期経営計画（2025-2027年度）

これからも「日本で最も愛されるレストランブランド」であり続けるために
地域に根差したフランチャイズビジネスの強化・拡大を通じてさらなる成長を目指します

メニュー・バリュー



店舗ポートフォリオ・デジタル



サステナビリティ・ピープル



継続的な売上高の成長および店舗収益性の向上

6

コウ：中期経営計画 2年目である2026年上半期の進捗をご報告いたします。

当社は「日本で最も愛されるレストランブランド」であり続けるため、地域に根差したフランチャイズビジネスの強化・拡大を通じ、さらなる成長を目指しています。

具体的な成長戦略として、「メニュー・バリュー」、「店舗ポートフォリオ・デジタル」、「サステナビリティ・ピープル」の3つの領域に注力しております。

次のスライド以降、上半期の活動についてご説明いたします。

メニュー・バリュー

幅広い世代のお客様から支持されている定番メニューとともに、楽しさがあふれるプロモーションを展開
お客様の日常に楽しみや価値ある体験をお届けし、来店機会を創出

マクドナルドならではの美味しさ・定番メニュー



お得感あふれるメニュー展開



季節感と楽しさを提供する期間限定商品



時間帯別の多彩な商品



まず「メニュー・バリュー」についてです。

幅広い世代のお客様に支持される定番メニューとともに、季節性や話題性を取り入れた魅力的なプロモーションや、マクドナルドとのつながりを体験いただける施策を展開してまいりました。

今年2月には、フランチャイズ法人与直営店舗が直面するコストプレッシャーの中でも積極的な投資を進めるため、価格改定を実施しました。一方で、ひるまック、セット500、トクニナルドキャンペーンなど、お得感を感じていただける取り組みも継続しています。

マクドナルドならではの定番メニューに加え、日本の季節感や楽しさをお届けする期間限定メニューを通じて、幅広いニーズや食事シーンにお応えしています。

6月からは、FIFAワールドカップのオフィシャルスポンサー兼オフィシャルレストランとして、試合観戦の前後に楽しむ時間や、家族・友人と共有するひとときなど、多くのお客様に特別な体験をお楽しみいただきました。

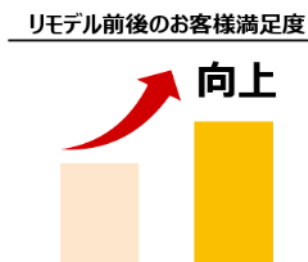
また、時間帯別のメニュー展開にも力を入れ、一日を通じてご来店いただける機会を創出しています。

こうした取り組みは、マクドナルドは単に食事を提供する存在ではなく、お客様の日常に楽しみや価値ある体験をお届けするブランドであることを示すものです。これが、来店頻度の向上や、お客様に選ばれるブランドであり続けることにつながっていると考えております。

店舗ポートフォリオ・デジタル

3年間(2025-27年)で純増100店舗・リモデル1,000店舗の目標は概ね計画に沿って進捗
デジタルとピープルの融合により、お客様の店舗体験の更なる向上を目指す

	2026年上半期 実績	2026年通期 計画
新店	35	130 ~ 140
閉店	22	70 ~ 80
純増	13	50 ~ 70
期末店舗数	3,038	-
リモデル数	189	350 ~ 400



デジタルチャネルを通じてご注文いただくお客様の割合は増加傾向
Myマクドナルドリワードを含むデジタル会員基盤は拡大

デジタルチャネル



Myマクドナルドリワード会員数

約2,600万人

*2026年6月末時点



次に、「店舗ポートフォリオ・デジタル」です。

将来に向けて、お客様とクルー双方の店舗体験を高めていくためには、店舗ポートフォリオのアップグレードが重要です。

お客様の利用スタイルは、カウンター、ドライブスルー、デリバリー、モバイルオーダーなど多様化が進んでおり、こうした変化に対応した店舗づくりは、お客様の店舗体験向上に加え、クルーにとって働きやすい環境づくりにもつながります。

こうした理由から、店舗投資を中長期的な成長ドライバーと位置づけ、計画的に進めてまいりました。

中期経営計画で掲げている3年間(2025年~2027年)で純増100店舗、リモデル1,000店舗という目標に向けた取り組みは、計画に沿って進捗しております。

上半期は新規出店35店舗、閉店22店舗となりました。店舗の入れ替えは順調で、最適な店舗ポートフォリオの構築に向け着実に前進しています。

リモデルも概ね計画通りです。キャパシティ拡大、タッチパネル式オーダー端末の導入、効率的なレイアウトへの変更などにより、お客様とクルーにとってより快適な店舗環境を整備しています。

リモデルは短期的な売上増だけでなく、今後 10 年にわたりより良い店舗体験を提供するための成長投資です。今後も商圈、キャパシティ、投資効率を見極めながら、新店・リモデルを着実に進めてまいります。

デジタルでは、モバイルオーダーやデリバリーといったデジタルチャネルの利用割合が着実に増加しています。マイマクドナルドリワードの会員数も拡大し、お客様とのつながりはさらに深まっています。

デジタルの活用は、利便性向上に加え、店舗オペレーションの効率化や、お客様一人ひとりに合わせたご提案にもつながります。

今後も、デジタルとクルーのホスピタリティあふれるおもてなしを掛け合わせ、お客様にとってより良い、素晴らしい店舗体験を実現してまいります。

サステナビリティ・ピープル

継続した人材への投資を基盤に、高い従業員満足度を実現
今後も誰もが活躍できる働き方と、より働きやすい職場環境の構築に取り組む

サステナビリティ

環境負荷の低減とコストの最適化を両立

- ✓ バージンプラスチック*の削減
 - ストローレスリッド 導入100%完了
 - バイオマスストロー・レジ袋の導入も進捗
- ✓ エアコン入替による電気使用量の削減 など



*バージンプラスチック=一度もリサイクルされていないプラスチック

ピープル

クルー応募人数は継続して前年比プラス

- ✓ 働きやすい店舗環境の整備
 - デジタルを活用したトレーニング
 - リモデルによる動線やレイアウトの改善
 - 週ごとに調整を行うシフト制度 など



9

続いて、「サステナビリティ・ピープル」についてご報告いたします。

バージンプラスチック削減の取り組みを継続しており、ストローレスリッドの導入は全店舗で完了しました。また、お持ち帰り用の袋についても、環境に配慮した素材への切り替えがほぼすべての店舗で完了しております。

サステナビリティへの取り組みは環境負荷の低減だけでなく、店舗運営コストの最適化にもつながります。例えば、2025年に実施したエアコンの入れ替えでは、直営店舗全体の使用電力量を約1割削減する効果がみられました。

このように、環境への責任を果たすことと、持続可能な事業成長を両立させる取り組みを、今後も着実に推進してまいります。

最後に、「ピープル」です。

ピープルはマクドナルドのビジネスの基盤であり、そのエンゲージメント向上に継続して取り組んでいます。最高の勤務体験を提供することは、すべてにつながる重要な目標です。

従業員満足度は高い水準を維持しております。これは、デジタルを活用したトレーニング、シフトの柔軟性、働きやすい店舗環境の整備など、クルーが能力を発揮できる環境づくりを進めてきた成果だと考えています。

クルーの採用状況につきましても、応募数は前年比で増加傾向が続いております。

引き続き、すべての従業員に成長機会を提供し、誰もが活躍できる、より働きやすい職場環境づくりに取り組んでまいります。

フランチャイズビジネス

マクドナルドの品質を担保したフランチャイズビジネスの強化・拡大が進捗
直営店舗とフランチャイズ店舗が一体となって、より良い店舗体験と持続的な成長を実現



フランチャイズ店舗数・オーナー数ともに
着実に伸長



フランチャイズ店舗
全店舗数の約78%

*2026年6月末時点



オーナー数 **200名以上**
継続して増加傾向

オーナーオペレーターがそれぞれの地域のお客様とクルーを深く理解し
地域に根差したビジネスを展開

10

マクドナルドはフランチャイズビジネスを通じて成長してまいりました。

オーナーオペレーターの皆様は、それぞれの地域のお客様とクルーを深く理解し、地域に根差したビジネスを展開されています。これが、日本全国でマクドナルドが長く愛されている大きな理由の一つです。

現在は 200 名を超えるオーナーオペレーターによってビジネスが展開されており、フランチャイズ店舗数、オーナーオペレーターの人数は着実に増加しております。

フランチャイズ化の推進は、単にフランチャイズ店舗を増やすことではありません。既存のオーナーオペレーターの皆様と同じく、新たにオーナーオペレーターとなる方にも、マクドナルドの高い品質水準を維持し、地域に根差した店舗運営を求めています。こうした基準を満たすオーナーオペレーターの皆様に、着実に事業を運営・拡大していただくことが重要です。

また直営店舗には、人材育成、運営ノウハウの蓄積、新しい取り組みの検証といった重要な役割があります。

店舗・エリアの特性や成長性、オーナーオペレーターのビジネス状況を見極めながら、適切なスピードでフランチャイズビジネスを強化・拡大してまいります。

私の説明は以上となります。

続いて、執行役員グループ CFO の萬代から、2026 年度の通期業績見通しと、当社の成長投資と株主還元についてご説明させていただきます。

2026年度通期 業績予想の修正

原材料価格の上昇は期初想定を上回る見込みであり、市場環境も依然として不透明な状況が続いているが、上半期の業績等を踏まえて通期の業績予想を修正

(億円)

	2026年度通期			
	前回発表予想*2 (A)	今回修正予想 (B)	増減 (B-A)	増減率
全店売上高	9,420	9,480	60	+0.6%
既存店売上高 前期比	+4.0%	+4.8%	—	—
売上高	4,055	4,080	25	+0.6%
営業利益	545	555	10	+1.8%
営業利益率	13.4%	13.6%	0.2pp	—
経常利益	545	555	10	+1.8%
当期純利益*1	345	350	5	+1.4%

*1 当期純利益 = 親会社株主に帰属する当期純利益

*2 前回発表予想は2026年2月6日に公表したもの

*金額は表示単位未満を切り捨て、比率は小数第二位を四捨五入して表示しています。

11

萬代：2026年度の通期業績予想についてご説明いたします。

上半期は、全店売上高、営業利益ともに前年同期および期初想定を上回って推移しました。

下半期につきましては、牛肉を中心とした原材料価格の上昇が期初想定を上回る見込みであり、為替についても不透明な状況です。また、マーケティングなどの投資は下半期により多く計画しており、下半期の利益は前年同期比で減益となる見込みです。

このような状況ではありますが、上半期の好調な進捗を踏まえ、通期業績予想を見直し、売上・利益ともに上方修正しております。

2026年度通期 業績見通し

中期経営計画を着実に実行し、全店売上高増加・営業増益を目指す

(億円)

	通期			
	2025年 実績	2026年 予想 ^{*2}	増減	増減率
全店売上高	8,886	9,480	593	+6.7%
既存店売上高 前期比	+5.7%	+4.8%	—	—
売上高	4,166	4,080	-86	-2.1%
営業利益	532	555	22	+4.2%
営業利益率	12.8%	13.6%	0.8pp	—
経常利益	520	555	34	+6.6%
当期純利益 ^{*1}	339	350	10	+3.2%

*1 当期純利益 = 親会社株主に帰属する当期純利益

*2 今回発表予想 (2026年8月7日公表)

*金額は表示単位未満を切り捨て、比率は小数第二位を四捨五入して表示しています。

12

こちらが、修正後の数値と前期実績を比較したものです。

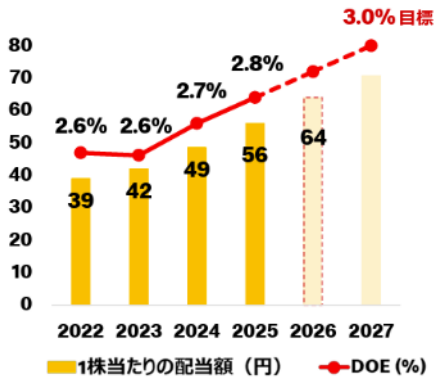
引き続き、価格以上の価値を提供しながら、収益改善と成長投資を両立させ、持続的な成長を目指してまいります。

成長投資と株主還元

株主還元方針

資本収益性を踏まえた株主還元指標としてDOEを採用し、2027年度の目標値を3%に設定。安定的かつ継続的な配当を基本方針とし、さらなる成長に向けた投資を積極的に行うとともに、段階的な株主還元の強化に努める

配当金の推移



設備投資の進捗

2025年 設備投資額

通期実績

437 億円

2026年 設備投資額

上半期実績

221 億円

通期見込

700 億円

中期経営計画

2025年-2027年
投資キャッシュフロー総額

1,800

~

1,900 億円

13

最後に、成長投資と株主還元についてご説明いたします。

当社は中期経営計画に基づき、店舗開発、デジタル、人材など、中長期の売上成長と店舗収益性向上を支える投資を進めております。2026年上半期の設備投資額は221億円となり、通期も概ね計画通りとなる見込みです。

中期経営計画で掲げた営業キャッシュフローおよび投資キャッシュフローは概ね計画通りの進捗となっており、株主還元についても、2027年度にDOEを3%とする目標に変更はありません。今後も成長投資と株主還元のバランスを取りながら、企業価値の向上を図ってまいります。

以上、2026年度第2四半期の決算報告とさせていただきます。
ありがとうございました。

Thank you!



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。

2026年度 第2四半期 バランスシート・キャッシュフロー

(億円)

バランスシート	2025/12 末	2026/6 末	増減
資産	3,644	3,616	-28
流動資産	1,089	1,056	-32
固定資産	2,555	2,559	3
有形・無形固定資産	1,765	1,787	21
投資その他の資産	790	772	-17
負債	840	689	-150
流動負債	773	625	-148
固定負債	66	64	-2
純資産	2,804	2,926	121
キャッシュフロー	2025年Q2累計	2026年Q2累計	増減
営業キャッシュフロー	299	244	-54
投資キャッシュフロー	-218	-217	1
財務キャッシュフロー	-66	-75	-9

*金額は表示単位未満を切り捨て、比率は小数第二位を四捨五入して表示しています。 15