



日本マクドナルドホールディングス株式会社(2702)

【月次 IRニュース】 2024年2月

2024/3/6

日本マクドナルドは、各国のマクドナルドが協力し、グローバル全体で 2050 年までに地球温暖化の原因とも言われている温室効果ガスの排出量をプラスマイナスゼロとする「ネット・ゼロ・エミッションの達成」を目標に掲げています。このたび、2030 年までに店舗・オフィスにおける温室効果ガス排出量を 50.4%*削減するという中間目標を発表いたしました。すでに、ハッピーセット®のおもちゃリサイクルや食品リサイクル、木製カトラリー/紙製ストロー・サラダボックスの導入、再生可能エネルギーや省エネ機器の導入など、お客様のご協力を得ながら取り組みを実施しており、2023 年末時点で、2018 年と比べると店舗・オフィスで 16.1%の温室効果ガスの排出量を削減しております。今後一層取り組みを拡大・推進してまいります。

*詳細は、[こちら](#)

2月 は、全店売上高は前年同月比 7.3%、既存店売上高は前年同月比 5.8%となりました。

- 「たまごダブル」と「アイコンチキン ソルト&レモン」、「スイートチリ えびフィレオ」の 3 つの商品に加えて、朝マックで「たまごダブルマフィン」を、期間限定“リバイバルバーガーズ”として復活販売いたしました。
- 大人気のホットスイーツ「ひとくちチュロス」を、期間限定販売いたしました。今年中には中に入ったチョコクリームをリニューアルし、とろーりなめらか感とチョコ感をアップ。新しくなったチョコクリームは、ココアバターのをこれまでよりも多くすることで、クリームのなめらかさとチョコの風味と味わいをより堪能いただけるように仕上げました。
- 1月24日(水)からお手頃価格のバーガーとしてご好評いただいていた「チキンクリスプ」が進化し、新商品「マックチキン」に。さらに、500円台で手軽に楽しめるバリューセットは『ちよいセット』として生まれ変わりました。

月次動向 2024年度（前年同月比）

		(月)											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
全店	売上高 (%)	6.7	7.3										
	客数 (%)	1.1	3.2										
既存店	売上高 (%)	5.4	5.8										
	客単価 (%)	4.2	2.5										

*既存店売上高は、少なくとも13ヵ月以上開店している店舗を対象店舗として、その店舗の売上高を当年と前年それぞれ合計して比較したものです。

マクドナルドは、引き続き変化する社会やお客様のニーズに柔軟に対応し、進化を続けます。そして、持続可能な社会の実現に向けて取り組み、「おいしさと笑顔を地域の皆さまに」ご提供してまいります。

*: 店舗・オフィスにおける、温室効果ガス排出量削減目標(2018年対比)

日本マクドナルドホールディングス株式会社 担当：IRチーム

電話: 03-6911-5710 FAX: 03-6911-5799

(URL : <https://www.mcd-holdings.co.jp/>)

<ご参考資料>

2023年の動向

※2022年以降の月次・店舗数動向は[こちら](#)

月次動向 2023年度（前年同月比）

		（月）											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
全店	売上高（%）	16.2	4.4	7.9	10.4	6.6	7.1	8.1	9.8	10.1	5.3	4.6	9.8
既存店	売上高（%）	14.6	3.0	6.4	9.1	5.2	5.7	6.6	8.4	8.6	3.9	3.3	8.5
	客数（%）	4.1	-2.2	-1.6	-0.8	-4.3	-5.3	-2.2	-0.4	-0.7	-2.8	-2.4	1.1
	客単価（%）	10.1	5.3	8.2	10.0	9.8	11.6	9.0	8.8	9.3	6.9	5.9	7.3

四半期動向 2023年度（前年同期比）

		第1四半期 (1月~3月)	第2四半期 (4月~6月)	第3四半期 (7月~9月)	第4四半期 (10月~12月)	第4四半期累計 (1月~12月)
全店	売上高（%）	9.5	8.1	9.3	6.7	8.4
既存店	売上高（%）	8.0	6.7	7.9	5.3	7.0
	客数（%）	0.1	-3.5	-1.1	-1.4	-1.5
	客単価（%）	8.0	10.5	9.1	6.8	8.5

*既存店売上高は、少なくとも13ヵ月以上開店している店舗を対象店舗として、その店舗の売上高を当年と前年それぞれ合計して比較したものです。