



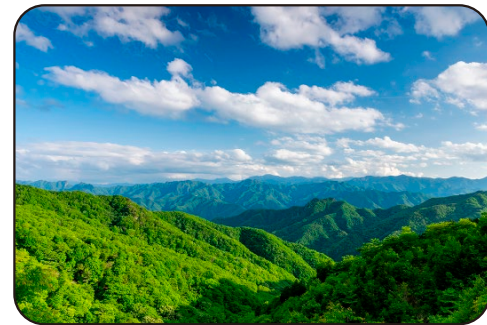
# McDonald's Sustainability Report

2025





# 目次



## Introduction

はじめに

毎日多くのお客様をお迎えし、お食事をご提供しているマクドナルドには、世界が抱えるあらゆる課題に地域社会の一員として立ち向かう、大きな責任があります。

本レポートでは、“おいしさと笑顔を地域の皆さまにお届けする”当社の持続可能な社会の実現に向けた取り組みを紹介します。

- 03 CEOメッセージ
- 04 パーパス・会社概要
- 05 マクドナルドシステム
- 06 サステナビリティ方針と戦略
- 08 目標と進捗
- 09 2025ダイジェスト

## Our Planet

地球環境のために

私たちは、地球のため、将来のために、気候変動対策に真摯に向き合っています。「2050年までにネット・ゼロ・エミッション達成」という目標に向け、世界的な気候変動や環境課題に社会の一員として積極的に取り組み、環境保全に寄与すると共に、事業活動における環境負荷軽減を常に検討し、行動しています。

- 18 気候変動対策
- 21 パッケージ、ハッピーセットのおもちゃ／廃棄物の削減、リサイクル

## Food Quality & Sourcing

安心でおいしいお食事を

私たちは、食の安全をすべてに優先させるため、「安全・品質・衛生」において世界最高の食品管理システムを目指して、たゆまぬ努力を続けています。安定供給はもちろん環境課題や社会課題の解決に向けサプライヤーと連携して取り組み、栄養バランスに配慮したメニューのご提供、アニマルヘルス&ウェルフェアにも真摯に取り組んでいます。

- 24 食品安全
- 27 栄養とマーケティング
- 29 責任ある調達
- 30 アニマルヘルス&ウェルフェア

## Jobs, Inclusion & Empowerment

働きがいすべての人に

私たちは、マクドナルドのビジネスを支えているのは“人”であると考え、多様な人材が活躍し、誰もが自分らしく働き、働きがいを感じることでできる職場環境の実現を目指しています。安全で尊重しあえるインクルーシブな職場環境を推進すると共に、日々成長機会を提供し、自らの選択と努力次第でどこまでも成長できる「UP TO YOU」なキャリア構築を支援しています。

- 32 ピープルビジョン・人権方針
- 33 安全で尊重しあえるインクルーシブな職場環境
- 34 インクルージョン
- 37 人材育成とキャリア

## Community Connection

地域の仲間にサポートを

私たちは、創業者レイ・A・クロックの言葉にもあり「私たちがいつも支えてくださっている地域の皆さまへお返しをする義務がある」と考えています。コミュニティの一員として、子どもたちとご家族、そしてお客様や地域・社会の皆さまの笑顔を第一に考え取り組んでいます。

- 40 ドナルド・マクドナルド・ハウスの支援
- 41 キッズスポーツ支援
- 42 地域コミュニティと連携した活動
- 43 教育支援



## CEOメッセージ



日本マクドナルド株式会社  
代表取締役社長 兼 CEO  
トーマス・コウ

### 地域社会を育み、未来へつなぐ 「日本で最も愛されるレストランブランド」を目指す私たちの責任と約束

日頃よりマクドナルドをご愛顧いただき、誠にありがとうございます。また日々お客様に最高の店舗体験を提供して下さっている約22万人のクルーやフランチャイジー、そして安全安心な食材や資材を供給いただいているお取引先様の皆さまに深く感謝申し上げます。

日本マクドナルドは、2026年に創立から55周年を迎えます。今やマクドナルドは日本国内において、全国約3,000店舗で年間延べ約14億人ものお客様をお迎えするレストランチェーンとなり、その75%以上が地域に根差したフランチャイジーによって運営されています。オックスフォード・エコノミクス(経済的影響調査会社)によれば、マクドナルドの事業活動が日本国内のGDPにもたらす貢献はおよそ年間1兆500億円と試算されており、私たちの担う責任がいかに大きいものかをあらためて認識しています。

日本への初出店以来、私たちのビジネスの基盤にあるのは、QSC&V(Q=Quality / 品質、S=Service / サービス、C=Cleanliness / 清潔さ、V=Value / 価値)を原則とする“いつでも変わらぬおいしさと品質、そして地域社会への貢献”です。マクドナルドというブランドの真価は、単に『何をするか』という結果だけでなく、『どう実現するか』というプロセスにこそあるのです。

私たちは中期経営計画において「日本で最も愛されるレストランブランド」を目指し、地域に根差したフランチャイズビジネスの強化・拡大を通じたさらなる成長を目標としています。経営戦略の重点領域として掲げる「メニュー・バリュー」「店舗ポートフォリオ・デジタル」、そして「サステナビリティ・ピープル」は、それぞれ単独で存在するのではなく、相互に作用しながら、ブランドへの信頼を高め、長期的な企業価値を創出するものです。

本レポートで報告する2025年は、持続可能な成長を目指す私たちの歩みにおいて極めて重要な一年でした。特にバージョンプラスチック削減の取り組みにおいては大きな進捗がありました。2025年11月に導入した「ストローレスリッド」は、その象徴的な成果の一つです。環境負荷の低減だけでなく、「お客様の飲みやすさ」にも配慮した形状を徹底的に追求するため、開発に約3年を費やしました。これはサステナビリティの追求とお客様体験の向上はトレードオフではなく、高い次元で両立し得るものであるという私たちの信念を体現しています。また、お持ち帰り用のレジ袋においては、バイオマスプラスチックの配合率を従来の50%から95%へと大幅に引き上げる切り替えを全国で実施しました。これらの取り組みは、温室効果ガス排出量の削減にも寄与するものです。

地域社会への貢献も、私たちの存在意義そのものです。「青いマツクの日」などのチャリティ活動を通じ、お客様よりお預

かりした募金および日本マクドナルドならびにフランチャイジーからの寄付を合わせ、2025年のチャリティキャンペーンにおいて、過去最高となる総額1億2,148万円をドナルド・マクドナルド・ハウス財団へお届けすることができました。また野球・サッカー・バスケットボールといったキッズスポーツ大会を通じ、約76万人の子どもたちの心と体の健全な成長を支援できたことも、誇りに思います。

最後に、マクドナルドのビジネスを支えているのは、何よりも「ピープル(人)」です。2025年は日本国内においても人権デューデリジェンスのプロジェクトを開始、サプライチェーン全体でのリスク特定と改善に向けて取り組んでいきます。また、多様な人材がいきいきと活躍できる職場環境づくりを進めた結果、最新の実績において女性店長比率は35.4%(+1.2%)、女性管理職比率は27.8%(+2.5%)となりました。

当社とフランチャイジー、そしてサプライチェーンの“Three-Legged stool(3本脚の椅子)”が強固に連携し、持続可能な成長を目指して意志を持って行動することが、日本の地域社会にもポジティブなインパクトをもたらすことにつながると、私は確信しています。

今後とも日本マクドナルドへの変わらぬご支援とご愛顧を賜りますよう、心よりお願い申し上げます。



# パーパス・会社概要

## Our Purpose

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

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**  
サーブ

お客様とピープルを  
第一に考えます



**Inclusion**  
インクルージョン

オープンドアの精神で  
多様性を活かします



**Integrity**  
インテグリティ

常に正しいことを  
します



**Community**  
コミュニティ

地域に  
貢献します



**Family**  
ファミリー

力を合わせて  
成長します

## 会社概要

### 日本マクドナルド株式会社

<b>所在地</b>	〒163-1339 東京都新宿区西新宿6-5-1 新宿アイランドタワー
<b>設立</b>	1971年（昭和46年）5月1日
<b>資本金</b>	1億円
<b>事業内容</b>	ハンバーガー・レストラン・チェーンの営業ならびにそれに付帯する一切の事業
<b>店舗数</b>	3,025店（直営 705店／フランチャイズ 2,320店）
<b>売上高</b>	8,886億円（直営店・フランチャイズ店合計売上）
<b>社員数</b>	2,780人（契約社員を除く） アルバイト従業員 約22万人（直営店・フランチャイズ店合計）

※数値は2025年12月現在

## 報告の対象範囲ほか

<b>報告対象組織</b>	日本マクドナルド株式会社（一部日本マクドナルドホールディングス株式会社を含む）
<b>報告対象期間</b>	2025年1月1日～2025年12月31日
<b>報告対象分野</b>	社会的責任関連全般（環境・社会・ガバナンス）
<b>作成部</b>	コミュニケーション & CR本部

以下の名称はMcDonald's Corporationおよびその関係会社の登録商標または商標です。  
ハッピーセット、マックフルーリー、フィレオフィッシュ、マックテリハリー、マックフライポテト、ビッグマック、マックアドベンチャー、DMHC



# マクドナルドシステム

## サプライヤー

- 1 自然および生物多様性と生態系の保護
- 2 サプライチェーンにおける森林保全の取り組み
- 3 アニマルヘルス&ウェルフェア
- 4 「サプライヤー行動規範」の遵守と責任ある調達
- 5 サプライチェーンにおける人権の尊重
- 6 サプライチェーンにおける食品安全の推進
- 7 サプライチェーンにおける物流の効率化

## 当社の事業、従業員およびフランチャイジー

- 8 食品安全
  - ・生産地からお客様に届くまでの食品安全を管理
- 9 栄養とマーケティング
  - ・栄養バランスに配慮した食事の提供
  - ・アレルギー・栄養・原産国情報の開示

- 10 パッケージ・ハッピーセットのおもちゃ／廃棄物の削減、リサイクル
    - ・バージンプラスチック\*および廃棄物の削減
- \*化石資源由来の原料を新規に使用したプラスチック

- 11 従業員
  - ・人権の尊重
  - ・安全で尊重しあえるインクルーシブな職場環境
  - ・インクルージョン
  - ・人材育成とキャリア

- 12 オフィスビル
  - ・温室効果ガス排出量削減
- 13 直営およびフランチャイズ店舗
  - ・温室効果ガス排出量削減
  - ・バージンプラスチックおよび廃棄物の削減とFSC®認証材やサステナブル素材の使用

## 地域社会

- 14 地域への貢献
  - ・地域における雇用
  - ・地域の安全安心を守る取り組み
  - ・美化活動の実施

- 子どもたちの成長を支える活動**
- ・キッズスポーツ支援
  - ・子育て支援
  - ・教育支援

- チャリティ文化の醸成**
- ・ドナルド・マクドナルド・ハウスの支援





# サステナビリティ方針と戦略

## より良い未来のために、皆さまとともに

毎日多くのお客様をお迎えし、お食事をご提供している私たちには、大きな責任があります。それは、世界が抱えるあらゆる課題に、地域社会の一員として立ち向かうこと。

そう考えるから  
私たちはこれからも、安全安心で品質がよい食事を提供し続けます。  
気候変動対策に真摯に向き合います。  
地域に暮らしている人々の毎日を支援します。  
あらゆる人がいきいきと働き成長できる機会を増やします。

すべては、おいさと笑顔を地域の皆さまにお届けするため。  
これからも私たちは、歩み続けます。

## サステナビリティ戦略

私たちのビジネスは、お客様、従業員、フランチャイズ法人、サプライヤーや地域の皆さまなど、様々なステークホルダーとの関係の上に成り立っています。私たちは、「おいさと笑顔を地域の皆さまに」をパーパスとして掲げており、これを実現するために、右図の4つを重要なサステナビリティ\*課題領域と定め、私たちの強みと規模を活かして取り組んでいます。

### 想定されるリスク

異常気象による店舗への直接的な被害のほか、主要な原材料(小麦粉、飼料用穀物、野菜等)の作況による調達価格高騰や流通量減少、品質の低下が考えられます。海洋汚染やマイクロプラスチックの発生と流出も、同様に海産原材料の収量に影響を及ぼす可能性があります。私たちの事業活動が環境に及ぼす影響の観点では、食品ロスの発生は、主要な原材料の生産工程で消費された自然資本やエネルギーが有効活用されないまま、余剰な温室効果ガスのみを空気に残留させることになり、地球温暖化や前述の異常気象の発生にもつながる重要課題であると捉えています。また、人手不足や人材の流出は従業員満足度や顧客満足度の低下、ひいては企業の評判を低下させ、お客様の減少に繋がりがかねません。その影響は食材等の原材料供給を担うサプライヤーや生産地の皆さまにまで波及します。

私たちは、これらのリスクを認識し、環境・社会・経済の持続可能な発展を目指しています。

\*サステナビリティ：持続可能性。「環境・社会・経済」の持続可能な発展を目指す考え方や取り組みを指します。



「サステナビリティに関する考え方や取り組み」については、2025年12月期 有価証券報告書(2026年3月開示)にも記載しております。あわせてご参照ください。



## サステナビリティ方針と戦略

## ガバナンス

取締役会による監督のもと、各担当執行役員によるイニシアチブと、部門横断的なプロジェクトの推進により、社会課題の解決と持続可能な経営の両立を目指しています。

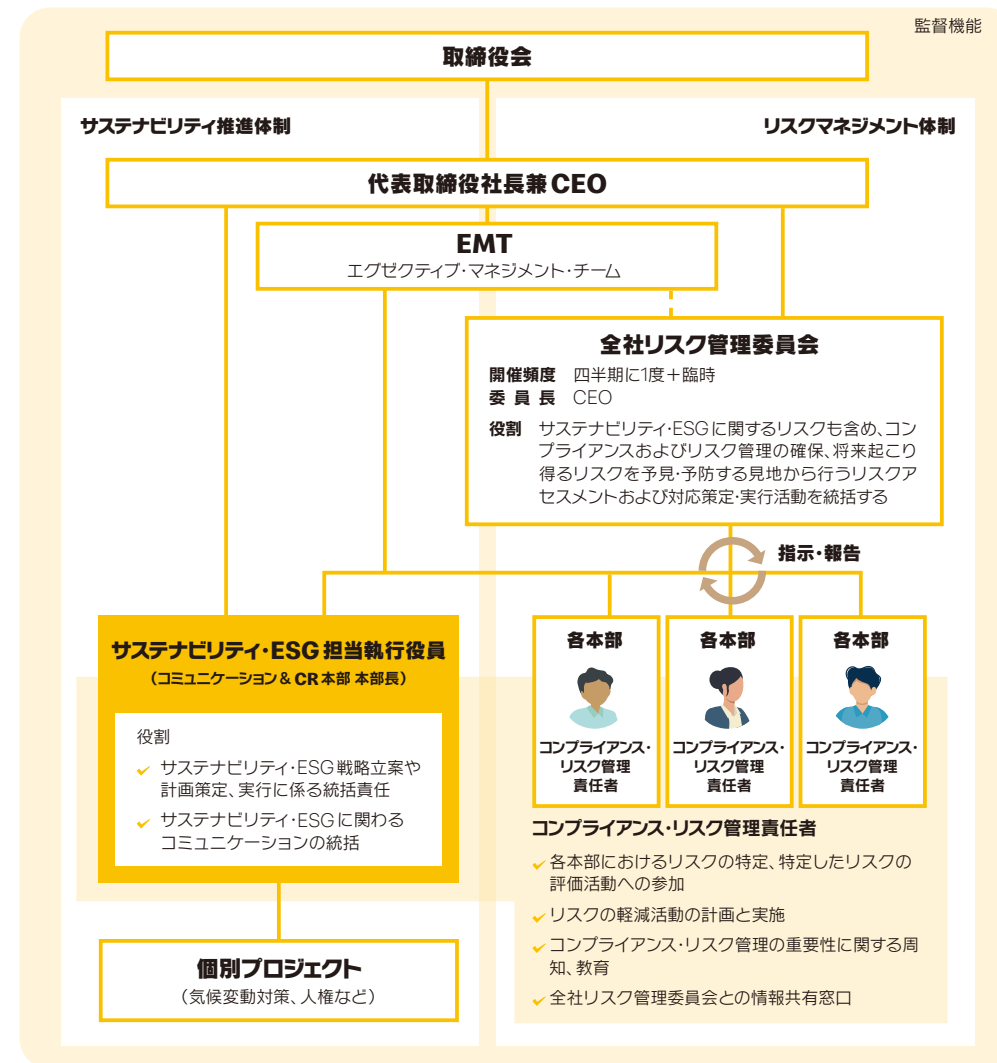
代表取締役社長兼最高経営責任者(CEO)が関連する取り組みや進捗状況を統括管理し、サステナビリティ・ESG担当執行役員(コミュニケーション&CR本部本部長、以下、担当執行役員)の監督のもと、管轄部署が、サステナビリティ・ESGの取り組みを推進しています。コミュニケーション&CR本部は、全社的なサステナビリティ・ESGに関する戦略立案や計画策定を行い、各取り組みについての進捗状況を集約しています。それらの情報は、担当執行役員を通じてCEOに報告され、原則年1回以上、取締役会へ報告されます。取締役会はこの報告を受け、サステナビリティ・ESGに関する戦略の実行が、企業の持続的な成長に資するよう監督しています。

## ビジネス・レジリエンス

サステナビリティに関する重大なリスクについては、コンプライアンスを含むその他のすべてのリスクと共に、全社リスク管理委員会にて、その特定と評価ならびに管理を行っています。全社リスク管理委員会は、原則四半期に1度開催し、さらに重要リスクについて個別に審議が必要と判断した場合に臨時開催し、その取り組みは定期的(原則年1回)に取締役会へ報告しています。また、各執行役員がそれぞれの担当本部におけるコンプライアンス・リスク管理責任者となり、担当本部内の業務に関連して発生し得る潜在的なリスクを洗い出しております。サステナビリティに関するリスクについても、このプロセスのなかで識別・評価・管理されております。

詳しくは「コーポレート・ガバナンスに関する報告書」をご参照ください。

<https://www.mcd-holdings.co.jp/company/governance/>



## 人権の尊重

私たち日本マクドナルドホールディングス株式会社および日本マクドナルド株式会社(以下総称して「日本マクドナルド」といいます。)は、人権を尊重すると共に、他者の人権への負の影響がないよう十分な注意を払い、万が一人権侵害がある場合には、それに対処するために、誠実に行動します。

当社は、世界人権宣言に定められた人権の尊重に取り組みます。この人権に関する方針(以下「本方針」という)は、国連の「ビジネスと人権に関する指導原則」「国際人権章典」、および国際労働機関(ILO)の「労働における基本的原則および権利に関する宣言」に記載された原則を指針としています。

私たちは、事業を行う上で、すべての人の機会均等、差別やハラスメントなどのない安全で健全な職場等の、日本マクドナルド従業員の基本的権利を尊重します。

本方針は、日本マクドナルドの方針であると共に、マクドナルドのフランチャイズ法人も遵守することを推奨します。また、日本マクドナルドで定めている、「業務上の行動規範」や「サプライヤー行動規範」等にも本方針に関連する規範が含まれています。「業務上の行動規範」には、職場における人権を尊重するという私たちのコミットメントが含まれており、日本マクドナルドの全従業員に適用されます。日本マクドナルドの「サプライヤー行動規範」には、サプライヤーに対する日本マクドナルドの人権尊重のためのガイドラインが記載されています。

※人権方針の運用状況を継続的にモニタリングし、実効性を確保するため、必要に応じて改善していきます。

詳しくは当社HPをご覧ください。

<https://www.mcd-holdings.co.jp/company/humanrights/>



# 目標と進捗

達成 順調 強化

## Our Planet 地球環境のために



気候変動対策

### 目標

2050年までに  
ネット・ゼロ・エミッション達成



2030年までに  
店舗とオフィスにおける温室効果ガス排出量を  
50.4%削減 (2018年比)



2030年までに  
サプライチェーン(施設、ロジスティック、プラスチック包装)に  
おける温室効果ガス排出量を50.4%削減  
牛肉と鶏肉において  
温室効果ガス排出量を16%削減 (2018年比)



2025年末までに  
すべてのお客様提供用パッケージ類および  
ハッピーセットのおもちゃを再生可能な素材、  
リサイクル素材または認証された素材に変更



2030年までに  
女性管理職比率40%を達成



人権方針の策定と推進



### 進捗度

### 取り組み状況

- ・再生可能エネルギーの導入
- ・省エネルギーに向けた取り組み
- ・廃棄物の削減、リサイクルの実施

実現可能な施策の策定に向けた協議や調査を実施しています。

- ・サステナブル素材の活用

- ・女性活躍の推進

- ・人権方針の運用状況を継続的にモニタリングし、必要に応じた改善
- ・人権デューデリジェンスの推進、リスクのモニタリング
- ・サプライチェーン人権プログラム (SCHR)、Putting People first visit (PPFV) の実施

### データ



温室効果ガスの排出量 (オフィス)  
**0t**  
実質再エネ化100% 達成



温室効果ガスの排出量  
(直営店舗・フランチャイズ店舗)  
**286,113t**  
2018年比 ▲28.4%  
※電気とガスの排出量



再生可能エネルギー由来の電力  
導入店舗数  
**約500店舗**



再生可能エネルギーの割合  
**20.5%**



お客様提供用  
パッケージ類における変更  
**ほぼ100% 達成**  
※一部お客様提供用パッケージ類を除く



ハッピーセットの  
おもちゃ・本における変更  
**100% 達成**  
※2025年7月以降の提供開始分において



女性管理職比率  
**27.8%**



女性役員比率  
**27.8%**



女性店長比率  
**35.4%**

## Jobs, Inclusion & Empowerment 働きがいすべての人に



インクルージョン



# 2025ダイジェスト

## Our Planet

### 気候変動対策

→ P18

#### 再生可能エネルギーの導入

「2050年までにネット・ゼロ・エミッション達成」に向け、太陽光や水力、地熱などの再生可能エネルギーに由来した電力の導入を進めています。

コーポレートPPA、店舗への太陽光パネルの設置、非化石証書の取得など、様々な方法で再生可能エネルギーを調達しています。



※画像はイメージです

再生可能エネルギー由来の電力導入店舗数

約**500**店舗

コーポレートPPA導入店舗数

約**200**店舗



オフィスのCO<sub>2</sub>排出量<sup>※1</sup>

**0**t 実質再生エネルギー化<sup>※2</sup> **100%**達成

直営店舗・フランチャイズ店舗のCO<sub>2</sub>排出量<sup>※1</sup>

**286,113**t 2018年比 **▲28.4%**

※1 電気とガスの排出量 ※2 非化石証書を取得した再生可能エネルギーの調達

#### 省エネルギーに向けた取り組み

よりサステナブルな店舗を目指して、省エネ機器やデマンド機器の設置、ブランドメンテナンスシステムなどを実施し、無駄なエネルギーの削減に取り組んでいます。

#### 省エネ効率の高い機器の導入

店舗のエアコン、冷凍庫、冷蔵庫などの機器を、既存の機器よりもエネルギー消費効率の高い機器(省エネ効果のある機器)に入れ替えました。



導入したエアコンの省エネ効率(従来製品比較)

約**40%**

#### その他のCO<sub>2</sub>排出抑制

プロジェクトチームを立ち上げ、サプライチェーンと連携し、情報収集、進捗管理に取り組んでいます。

#### 物流効率化

サプライチェーンにおける配送業務等の平準化・効率化などに取り組んでいます。



#### 店舗における国産木材の活用

国産木材を積極的に活用し、CO<sub>2</sub>の排出抑制に取り組んでいます。



国産木材活用店舗数<sup>※3,4</sup>

計**386**店舗 **5,353**t-CO<sub>2</sub><sup>※3,5</sup>

#### EVの導入

店舗で商品の配達に使用する車両をCO<sub>2</sub>排出量の少ないEVに切り替えています。



※3 2023年からの累計 ※4 木造建築127店舗、木ルーバー使用259店舗 ※5 1,434世帯分の年間排出量に相当



### 2025ダイジェスト **Our Planet**

# パッケージ、ハッピーセットのおもちゃ／ 廃棄物の削減、リサイクル → P21



お客様提供用パッケージ類の変更による  
バージンプラスチックの削減推定量<sup>※2</sup>

年間約 **6,800t**

※1 化石資源由来の原料を新規に使用したプラスチック  
※2 2025年のパッケージ類使用数を基準として、削減可能な年間重量を算出  
※3 2025年7月以降の提供開始分において

## パッケージ、ハッピーセットのおもちゃ におけるサステナブル素材の活用

お客様提供用パッケージ類、ハッピーセットのおもちゃにおける、バージンプラスチック削減<sup>※1</sup>に取り組んでいます。



©2025 San-X Co., Ltd. All Rights Reserved.

おもちゃ・本の  
サステナブル素材への変更<sup>※3</sup>

**100%達成**

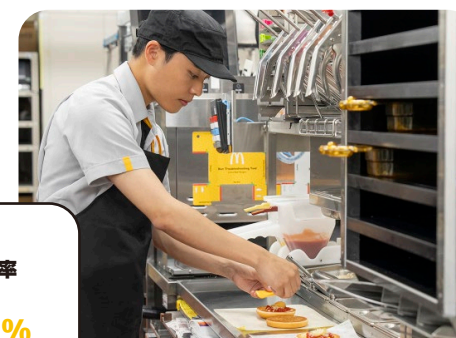
©2025 Hitomi Kondo ©shogakukan

### 2025年の主な変更



## 廃棄物の削減

オリジナルのシステム「メイド・フォー・ユー (MFY)」や食べ残しを減らす活動を通じて、食品廃棄物の削減に取り組んでいます。



商品売上100万円あたりの  
商品廃棄量

**1.4 kg** <sup>2001年比</sup> ▲85.9%

食品ロス率

**2.1%**

## リサイクルの実施

店舗から出るフライオイルやポテトのあげかす、コーヒー豆かすなどの食品廃棄物、ハッピーセットのプラスチック製おもちゃをリサイクルしています。

食品リサイクル率<sup>※4</sup>

**72.4%**

フライオイルの  
リサイクル率<sup>※5</sup>

ほぼ **100%**

生ゴミの  
リサイクル実施店舗数

計 **88** 店舗

ポテトのあげかす  
飼料化実施店舗数

計 **59** 店舗

コーヒー豆かす  
たい肥化実施店舗数

計 **11** 店舗

回収したおもちゃの数

累計  
約 **2,610** 万個

※4 食品リサイクル定期報告に基づく発生抑制を含む

※5 商業施設内の1店舗を除く





## 2025ダイジェスト

# Food Quality & Sourcing

## 食品安全 → P24

### 食品安全戦略

原材料の生産からお客様の手に渡るまで、サプライヤーや専門家と連携し、様々な基準を満たした商品の提供に取り組んでいます。



<b>食品安全にかかる 重大な違反件数</b> <b>0</b> 件	<b>食中毒の 集団発生件数</b> <b>0</b> 件	<b>食品リコール 件数</b> <b>0</b> 件
---	--------------------------------------	------------------------------------

### サプライヤーサミットの開催

マクドナルドの状況や今後の成長プランをサプライヤーの皆さまに共有する“サプライヤーサミット”を毎年開催しています。国内外のサプライヤーの皆さまと、食品安全や品質向上などにかかわる目標や課題、取り組み状況等を共有、相互理解を深めることで、強固な関係の維持を図っています。



### 店舗の衛生管理

お客様に安心してマクドナルドをご利用いただけるよう、店舗においてもあらゆる面で衛生管理を徹底しています。

### デジタルツールによる一元管理・保存の徹底

店舗での衛生管理、機器の保守点検・清掃などのメンテナンス計画表やフードセーフティシステムをタブレット端末で管理しています。



## 栄養とマーケティング → P27

### ハッピーセットにおける私たちの責任

ハッピーセット年間約1億食をご提供する私たちは、ハッピーセットにおいて、次の4点に注力しています。



※合成香料、合成着色料を未使用、合成保存料の削減

### 有機フッ素化合物(PFAS)の除去

マックフライポテト(S)やハッシュポテトなどの紙製バッグには、油シミを防ぐ加工を施しています。より安全に商品をご提供するために、お客様提供用の紙製容器包装類のすべてにおいて有機フッ素化合物(PFAS)を除去しました。

(2024年製造分より)





## 2025ダイジェスト **Food Quality & Sourcing**

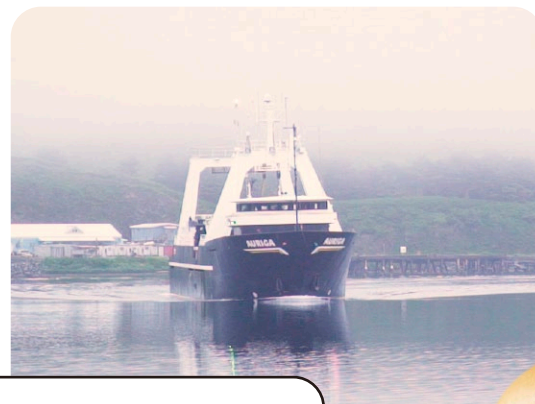
### 責任ある調達 → P29

#### 持続可能な食材・資材の調達

人・動物・環境・ビジネスにとって責任ある食材の調達に尽力しています。

#### 「MSCジャパン・アワード 2025」受賞

「MSCジャパン・アワード」にて、日本マクドナルドはフードサービス部門を2年連続で受賞しました。本賞は、MSCラベル付き水産物を国内に広めることに貢献した事業者をたたえるための賞です。フィレオフィッシュのパッケージに、MSC「海のエコラベル」を表示しています。



MSC認証取得漁業で獲られた  
フィレオフィッシュの白身魚の割合

**100%**



※画像はイメージです



※画像はイメージです

お客様向け紙製容器包装類、  
トレイマットおよび  
木製カトラリー類の  
FSC®認証取得率

**100%**

コーヒー豆の  
レインフォレスト・アライアンス  
認証取得率

**100%**

フライオイルの  
RSPO認証\*取得率

**100%**

※マスバランス認証

### アニマルヘルス&ウェルフェア → P30

動物の健康と福祉により配慮した調達を目指して  
グローバルマクドナルド全体で取り組んでいます。



## 2025ダイジェスト

# Jobs, Inclusion & Empowerment

## ピープルビジョン・人権方針 → P32

グローバル共通のビジョン「People Vision(ピープルビジョン)」や「People Promise(ピープルプロミス)」などの考えに基づき、すべての従業員に成長の機会を提供し、誰もが活躍できる働き方の推進や職場環境の実現を目指しています。

### UP TO YOU

「あなた次第で、どこまでも成長できる」という意味が込められた「UP TO YOU」を方針としています。

### 人権方針

#### 人権に対する新たな認識の強化・発信

マクドナルドはグローバル全体で人権を尊重する方針を掲げており、適宜アップデートを行っています。日本マクドナルドでは、2025年より人権デューデリジェンスのプロジェクトを開始しました。



## 安全で尊重しあえる インクルーシブな職場環境 → P33

### Global Brand Standards

「ハラスメント、差別、報復の防止」「職場での暴力行為の防止」「店舗スタッフからのフィードバック」「健康と安全」の4つを重点分野として定め、従業員に対して、安全で、敬意のあるコミュニケーションを行うインクルーシブな職場環境を提供することを約束しています。

この指針が、いつでも、どの場所でも、すべての従業員に提供されていることが重要です。

## 人材育成とキャリア → P37

### 教育機関(ハンバーガー大学)

日本マクドナルドの本社には、人材育成および教育システムの開発を担う専門教育機関「ハンバーガー大学」が設置されています。同大学には、社員やクルー向けにリーダーシップやチームビルディング、リレーションシップ、総合マネジメントなどのカリキュラムがあり、職責に応じた学びを提供しています。



1年間にハンバーガー大学の授業を受講する社員およびクルー

約**14,000**人

ハンバーガー大学で実施された講座の数、合計研修時間

**485**講座 **96,030**時間

カリキュラム数

**10**種類



## 2025ダイジェスト Jobs, Inclusion & Empowerment

# インクルージョン → P34

## インクルージョンの推進



### オープンドア/チームにおける体制強化と取り組みの推進

オープンドア/チームは、「個性」を尊重し、孤立を避け、相互に補い合い、受け入れ合う「オープン」な組織づくりをサポートするチームです。2025年は、オフィスチームと店舗を主体とするフィールドチームの2チーム体制へと刷新し、「店長座談会」やパネルディスカッションなど様々な取り組みを実施しました。



## 多様な人材の活躍

性別、年齢、様々な個性や背景を持った多様な人材が、個々の強みを最大限に発揮していきいきと働ける職場環境を目指しています。

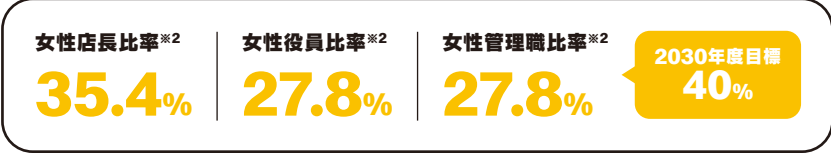


## 女性活躍の推進

女性社員のキャリア支援、ネットワーキング、リーダーシップ開発などの活動を通じて、女性の活躍を推進しています。

## 働きやすさNEXTプロジェクト

営業職の女性活躍の課題を可視化し、解決策を共創する異業種6社によるプロジェクト「働きやすさNEXTプロジェクト」を実施しました。



## 柔軟な働き方を支援する仕組み・制度

新しい制度の導入や、多様な人材が活躍する企業風土の醸成が進んでいます。2025年は制度の浸透と活用促進、育児期の社員に対するロールモデル紹介やキャリア相談の機会を拡充しました。



\*1 対象者は日本マクドナルド株式会社社員およびフルー \*2 対象者は日本マクドナルド株式会社社員



## 2025ダイジェスト

# Community Connection

## ドナルド・マクドナルド・ハウスの支援 → P40

### ドナルド・マクドナルド・ハウス

マクドナルドは共に助け合う社会を目指したチャリティ文化の醸成と「公益財団法人ドナルド・マクドナルド・ハウス・チャリティーズ・ジャパン」の支援などを通じて“病気の子とその家族”を笑顔にする活動に取り組んでいます。



お客様から募りいただいた  
ドナルド・マクドナルド・ハウス支援 年間総額※1

# 165,460,338円

※1 店頭募金、モバイルオーダーによる募金、店頭におけるPayPayを使用した募金、募金付きセットによる募金、Yahoo! ネット募金ほか財団へ直接支援いただいた金額を含む

## 青いマックの日 募金・寄付総額過去最高を記録

「ドナルド・マクドナルド・ハウス」支援のチャリティ活動「青いマックの日」を、10月19日(日)に全国の店舗にて実施しました。



青いマックの日  
募金・寄付総額※2

# 121,480,660円

※2 日本マクドナルド(株)および日本マクドナルドフランチャイズ法人からのハッピーセット販売数に応じた寄付と、2025年10月1日(水)~10月31日(金)のキャンペーン期間中にお客様からお寄せいただいた募金総額(店頭募金、モバイルオーダーによる募金、店頭におけるPayPayを使用した募金、募金付きセットによる募金、Yahoo! ネット募金ほか財団へ直接支援いただいた金額を含む)



## 店頭募金で PayPayの利用開始

2025年9月より、「ドナルド・マクドナルド・ハウス」の支援募金において、キャッシュレス決済サービス「PayPay」をご利用いただけるようになりました。

## キッズスポーツ支援 → P41

### 野球・サッカー・バスケットボール

子どもたちの心と体の健全な成長を願って、野球、サッカー、バスケットボールなどスポーツを楽しむ子どもたちを支援しています。



高円宮賜杯全日本学童軟式野球大会  
マクドナルド・トーナメント

全国約**10,000**チーム

支援児童約**37**万人

JFA 全日本U-12サッカー選手権大会

全国約**8,200**チーム

支援児童約**39**万人

マクドナルド全国ミニバスケットボール大会

全国約**8,340**チーム



## 2025ダイジェスト Community Connection

# 地域コミュニティと連携した活動 → P42



「子ども110番の家」実施店舗数  
**2,535** 店舗

### 安全安心を守る取り組み

#### 「子ども110番の家」 参画店舗拡大

マクドナルド店舗は、子どもが危険に遭遇した時や困った時に駆け込んで助けを求めることができる「子ども110番の家」として登録されています。2025年には岩手県、秋田県、奈良県でも参画を開始し、登録は35都道府県・2,535店舗となりました。



### 子育て支援

国と地方自治体が推進する「子育て支援パスポート事業」に協力しています。「子育て支援パスポート」をご提示いただいたお客様にチーズバーガーのハッピーセットを割引価格でご提供しています。



子育て支援における  
ハッピーセット販売数  
**541,596** セット

# 教育支援 → P43

子どもたちの笑顔をより豊かにするために、ハロードナルド!やマックアドベンチャー、SDGs授業、食育支援など様々な取り組みを通じて、学びの機会を提供しています。

### ハロードナルド!

未就学児と小学校低学年を対象に、日常生活に必要なルールやマナーを伝えるプログラムを実施しています。「交通」「防犯」「SDGs」の3つのプログラムを、訪問またはオンラインで提供しています。

「ハロードナルド!」実施回数  
**314** 回

### マックアドベンチャー

マクドナルドならではのお仕事体験ができる「マックアドベンチャー」を一部の店舗で実施しています。  
対象:3歳~12歳



「マックアドベンチャー」実施店舗数・回数  
**1,025** 店舗 **56,318** 回



### 教職員研修の実施 (ハンバーガー大学)

マクドナルドの人材育成機関である「ハンバーガー大学」は教職員の方たちに対しても授業を実施しています。

延べ受講者数 (卒業生数)  
**3,000** 人以上



## Our Planet

### 地球環境のために

地球のため、将来のために、気候変動対策に真摯に向き合います。  
「2050年までにネット・ゼロ・エミッション<sup>※</sup>達成」という目標に向け、  
世界的な気候変動や環境課題に社会の一員として積極的に取り組み、  
環境保全に寄与すると共に、事業活動における環境負荷軽減を常に検討し、行動していきます。

※温室効果ガスの排出量を「実質ゼロ」にすること

### Our Planet

- 18 気候変動対策
- 21 パッケージ、ハッピーセットのおもちゃ/  
廃棄物の削減、リサイクル

<https://www.mcdonalds.co.jp/sustainability/environment/>



## 気候変動対策

マクドナルドに関わるすべての事業活動において、常に気候変動対策に向き合います。

### 目標

- 2050年までにネット・ゼロ・エミッション達成
- 2030年までに店舗とオフィスにおける温室効果ガス排出量を50.4%削減(2018年比)
- 2030年までにサプライチェーン(施設、ロジスティック、プラスチック包装)における温室効果ガス排出量を50.4%削減、牛肉と鶏肉において温室効果ガス排出量を16%削減(2018年比)

## 温室効果ガスの排出量削減

店舗とオフィスにおける温室効果ガス排出量の削減を進め、太陽光や水力、地熱などの再生可能エネルギーに由来した電力の導入を進めています。



オフィス (マクドナルドの総合研究施設を除く)

2025年 実質再生可能エネルギー化  
**0t** 100%達成



直営店舗・フランチャイズ店舗

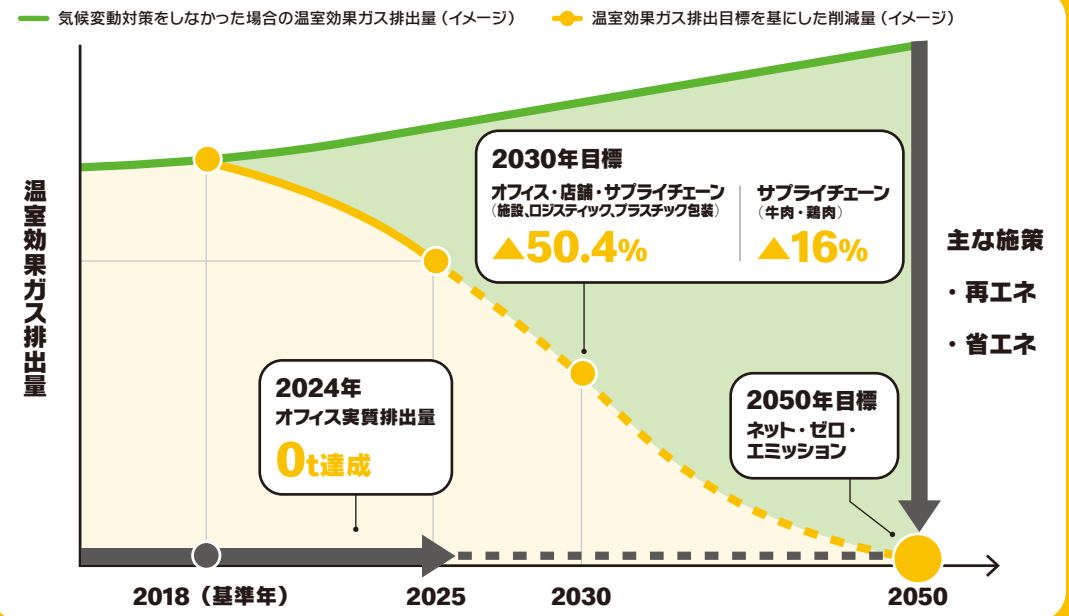
2025年 **286,113t** 2018年比 ▲28.4%  
※電気とガスの排出量



サプライチェーン (Scope3)

実現可能な施策の策定に向けた協議や調査を実施しています。

### 温室効果ガス排出量削減イメージ





## 脱炭素に向けた取り組み



再生可能エネルギーに由来した電力の導入や店舗でのエネルギー管理など環境負荷の削減に努めています。

### 目標

- 2050年までにネット・ゼロ・エミッション達成
- 2030年までに店舗とオフィスにおける温室効果ガス排出量を**50.4%**削減(2018年比)
- 2030年までにサプライチェーン(施設、ロジスティック、プラスチック包装)における温室効果ガス排出量を**50.4%**削減、牛肉と鶏肉において温室効果ガス排出量を**16%**削減(2018年比)



※画像はイメージです

## 再生可能エネルギーの導入

太陽光や水力、地熱などの再生可能エネルギーに由来した電力の導入を進めており、全国約500店舗へ導入が完了しました。オフィスにおいては2024年に再生可能エネルギーの調達に100%完了、温室効果ガスの排出量は実質ゼロを達成しています。

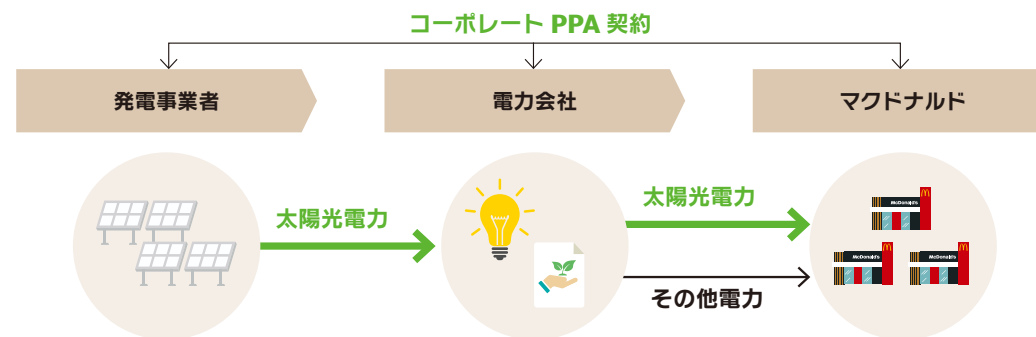
再生可能エネルギー導入店舗数

約**500**店舗

### ●コーポレートPPA

長期的に再生可能エネルギーを購入するため、発電事業者と直接契約を結ぶ「コーポレートPPA」の導入を進めています。

コーポレートPPAサービスによる電力供給イメージ



・太陽光発電設備の開発、運営

・再生可能エネルギー電力の需給調整、供給  
・その他電力の調達、供給

・再生可能エネルギー電力の受電、長期安定的な利活用

コーポレートPPA導入店舗数

約**200**店舗

### ●店舗における太陽光パネルの設置

店舗の屋根を有効活用する太陽光パネルの設置を一部店舗で進めています。省エネ施策を深化させつつ、より環境負荷の低いエネルギーの使用を進めていきます。



### ●その他の調達

店舗やオフィスにおいて、「非化石証書<sup>※</sup>」を取得した再生可能エネルギーの調達や、直接調達など、様々な方法で環境負荷の削減に取り組んでいます。一部の店舗では、店舗のランドオーナー(土地・建物の所有者)と協業し、非化石証書を取得しています。

※太陽光、風力、水力、バイオマスなどの再生可能エネルギー由来電力の環境価値を証書化したもの



### 脱炭素に向けた取り組み

## 省エネルギーに向けた取り組み

よりサステナブルな店舗を目指して、取り組んでいます。

### ●省エネ機器の計画的な入れ替え

店舗のエアコン、冷凍庫、冷蔵庫などの機器を、既存の機器よりもエネルギー消費効率の高い機器(省エネ効果のある機器)へと計画的に入れ替えています。2025年は、従来製品より省エネ効率約40%削減が見込まれるエアコン、冷蔵庫、冷凍庫を約130店舗に設置しました。



### ●デマンド機器の設置

リアルタイムで電力のデマンド監視と空調機の自動制御を通じた自動デマンド制御システムをテスト導入し、店内の快適性を確保しながら電力使用量の削減に取り組んでいます。



### ●ブランドメンテナンスシステム

従業員が店舗の機器の点検や清掃を決められたスケジュールに従って実施しています。誰もがメンテナンスをできるように、システム化されたデジタル機器を使用することで、機械効率を維持し無駄なエネルギーを削減しています。

## 物流の効率化

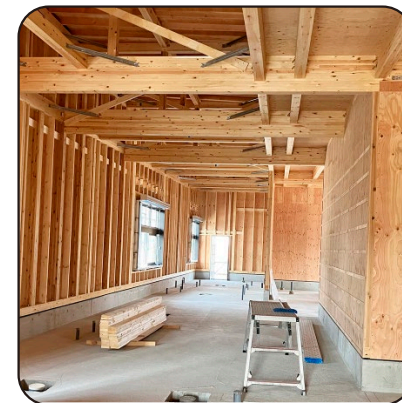
食材・資材運搬時の使用エネルギーを削減する取り組みとして、サプライチェーンにおける配送業務等の平準化・効率化などに取り組んでいます。



## 店舗における国産木材の活用

農林水産省・林野庁が推進する「ウッド・チェンジ」の趣旨に賛同し、農林水産省と「一定量以上の地域材を利用した店舗を設計、3年間で計5,550㎡を利用する」建築物木材利用促進協定」を2023年2月に締結しました。

2025年末までに店舗へ使用した地域材は合計5,566㎡を達成し、これにより計5,353tのCO<sub>2</sub>を貯蔵したことになります。今後も国産木材を積極的に活用し、CO<sub>2</sub>の排出抑制に貢献します。



国産木材活用店舗数※1

CO<sub>2</sub>貯蔵量※2

計**386**店舗

**5,353**t-CO<sub>2</sub>

※1 木造建築127店舗、ホルバー使用259店舗

※2 1,434世帯分の年間排出量に相当

< 2023年からの累計、2025年12月現在 >

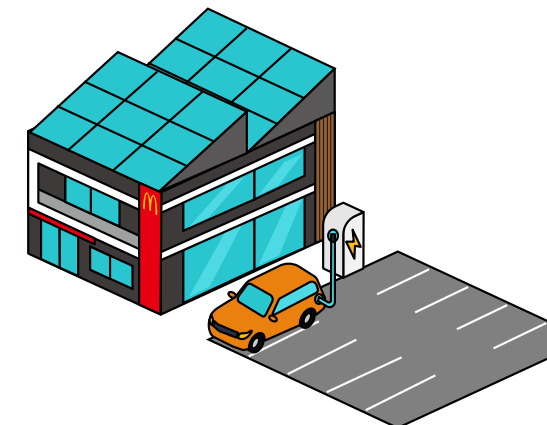
## EVの導入

店舗で商品の配達に使用する車両をCO<sub>2</sub>排出量の少ないEVに切り替えています。



## EV急速充電器の設置

一部店舗にEV急速充電器を設置しています。充電時の電気は再生可能エネルギーで、CO<sub>2</sub>の排出量は実質ゼロとなっています。引き続きCO<sub>2</sub>排出量が少ないEVの普及に向けたインフラ整備に取り組んでいます。





## パッケージ、ハッピーセットのおもちゃ／廃棄物の削減、リサイクル

バージンプラスチックの削減、廃棄物の削減、リサイクルを推進しています。

※画像は、ストローなしで飲む、100%リサイクルPET素材のフタ



### 目標

- 2025年末までに「すべてのお客様提供用パッケージ類を再生可能な素材、リサイクル素材または認証された素材に変更する」
- 2025年末までに「すべてのハッピーセットのおもちゃを再生可能な素材、リサイクル素材または認証された素材など、サステナブルな素材へ移行する」

## パッケージ、ハッピーセットのおもちゃにおけるサステナブル素材の活用

お客様提供用パッケージ類、ハッピーセットのおもちゃにおける、バージンプラスチック<sup>\*1</sup>削減に取り組んでいます。 ※1 化石資源由来の原料を新規に使用したプラスチック

### パッケージ類

2022年からバージンプラスチックをリサイクル素材、バイオマス素材のプラスチックや紙類へ切り替え(ラミネート層に含まれるバージンプラスチックも対象)、バイオマスプラスチックの比率アップなどサステナブル素材を使用したパッケージ類に順次切り替えました。

2026年3月以降、お子様向けや一部商品に使用するストローにおいては、飲みやすさと環境負荷低減を両立する100%バイオマス由来の素材「Green Planet<sup>®</sup>」を主な原料とするストローに順次切り替えています。

お客様提供用パッケージ類の変更による  
バージンプラスチックの削減推定量<sup>\*2</sup>

年間約  
**6,800t**

※2 2025年のパッケージ類使用数を基準として、削減可能な年間重量を算出

### お客様提供用パッケージ類の取り組み



### おもちゃ

おもちゃ サステナブル素材を使用

本 すべての本を FSC<sup>®</sup> 認証取得の紙製のソフトカバー仕様に変更

パッケージ すべてのおもちゃ・本のパッケージを FSC 認証取得の紙製の袋へ変更

### サステナブル素材への変更

**100%達成** ※2025年7月以降の提供開始分において



©2025 San-X Co., Ltd. All Rights Reserved.

©2025 Hitomi Kondo

©shogakukan

FSC<sup>®</sup>N004151



## 廃棄物の削減、リサイクルの実施

食品廃棄物の削減、食品リサイクル、ハッピーセットのおもちゃ・使用済み紙カップのリサイクルを実施し、温室効果ガス排出削減を目指しています。

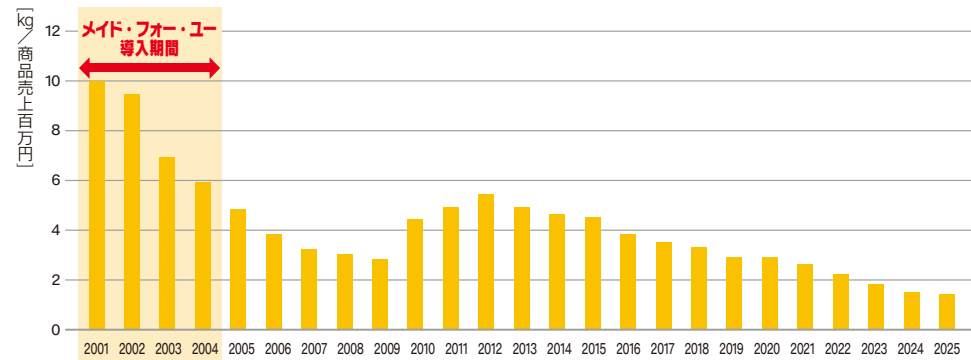
### 食品ロス削減(Reduce)

#### 「メイド・フォー・ユー(MFY)」システムの導入

2001年から、マクドナルドでは注文を受けてからバーガー類を調理するオリジナルのシステム「メイド・フォー・ユー(MFY)」を導入しています。お待たせせずにできたてのおいしさをご提供できると共に、以前の作り置きシステムに比べ、完成商品の廃棄量が大きく減少しました。



#### 商品売上100万円あたりの食品廃棄量



#### 食べ残しを減らす取り組み

「食べ残し」による食品ロスの削減を目指して、お客様と共に取り組んでいます。マクドナルドでは様々なメニューやサイズを提供しており、お客様ご自身で食べ切れる量をお選びいただけます。ドリンクに添える砂糖やコーヒーフレッシュなどのコンディメントが不要な場合は、注文時にお付けしない選択が可能です。

#### 食品ロス率

# 2.1%

※可食部の廃棄量 (kg) ÷ 食品の仕入れ量 (kg) にて算出

## リサイクル(Recycle)

### ●食品リサイクル

資源を無駄にしないよう、店舗から出る食品廃棄物を回収し、食品リサイクル法に定められた優先順位に則り、「飼料化」「肥料化」「バイオガス化」を積極的に進めています。

#### 食品リサイクル率

# 72.4%

※食品リサイクル定期報告に基づく発生抑制を含む

#### フライオイル (廃食油)

ほぼ全店でリサイクル。主に飼料化、工業用油脂やバイオガス化

#### フライオイルのリサイクル率

# ほぼ100%

※商業施設内の1店舗を除く

#### 生ごみ

東京都、神奈川県、福岡市の一部店舗で実施。飼料化 19店舗(東京都の一部店舗)、肥料化 53店舗(東京都・神奈川県の一部店舗)、バイオガス化 16店舗(東京都・福岡市内の一部店舗)

#### リサイクル実施店舗数

# 計88店舗

#### ポテトのあげかす

大阪府、京都市の一部店舗で飼料化を実施。大阪府47店舗、京都市12店舗

#### 飼料化実施店舗数

# 計59店舗

#### コーヒー豆かす

兵庫県姫路市、加古川市、太子町の一部店舗でたい肥化を実施。たい肥は、ご希望いただいた小中学校へ寄贈、学校活動で活用されています。

#### たい肥化実施店舗数

# 計11店舗



### ●おもちゃリサイクル

ハッピーセットのおもちゃを全国の店舗で回収し、店舗で使うトレイへリサイクルするプロジェクトを2018年から行っています。

子どもの時期からリサイクルへの参加や店内で使われている緑色のトレイを見ることは、環境について考えるきっかけづくりに寄与しています。



回収したおもちゃの数 **累計約 2,610万個**

[https://www.mcdonalds.co.jp/sustainability/environment/toy\\_recycling/](https://www.mcdonalds.co.jp/sustainability/environment/toy_recycling/)

### ●使用済み紙カップのリサイクル

一部店舗において、食後に廃棄される使用済み紙カップの回収・リサイクルに取り組んでいます。2025年からは、外食3社および王子ホールディングス株式会社と連携して実施しており、共同回収した使用済み紙カップはペーパータオル等へリサイクルしています。





## Food Quality & Sourcing

### 安心でおいしいお食事を

私たちは、食の安全をすべてに優先させるため、「安全・品質・衛生」において世界最高の食品管理システムを目指して、たゆまぬ努力を続けています。安定供給はもちろん環境課題や社会課題の解決に向けサプライヤーと連携して取り組み、栄養バランスに配慮したメニューのご提供やアニマルヘルス&ウェルフェアにも真摯に取り組んでいます。

### Food Quality & Sourcing

- 24 食品安全
- 27 栄養とマーケティング
- 29 責任ある調達
- 30 アニマルヘルス&ウェルフェア

<https://www.mcdonalds.co.jp/sustainability/food/>



## 食品安全

食の安全に終わりはありません。  
安全安心で高品質なお食事を提供するために  
歩み続けます。



## 食品安全戦略

原材料の生産からお客様の手に戻るまで、  
サプライヤーや専門家と連携し、様々な基準を満たした商品の提供に取り組んでいます。

### 食品安全のリスク管理

原材料の生産からお客様に提供されるまで、数々の食品安全のリスクを軽減させるために、サプライヤー品質マネジメントシステム(SQMS)や物流倉庫品質マネジメントプログラム(DQMP)などの厳格な規格を満たしているかを確認しています。



#### SQMS\* (サプライヤー品質マネジメントシステム)

SQMS 要求事項を満たしたサプライヤーの割合

**100%**

\*GFSI規格要求事項に独自項目を追加した、さらに厳しい食品安全マネジメントシステム



#### DQMP (物流倉庫品質マネジメントプログラム)

第三者による監査で当社の基準を満たした配送センター数・割合

**14センター 100%**



#### 店舗の外部衛生監査

外部の検査会社を通じて実施された監査としての要件を満たした店舗数・割合

**約 3,000店舗 100%**

### 食品安全文化の構築

安全安心な食品を提供する事業者として、すべての従業員が食品安全の考え方、価値観に対する教育を受けています。マクドナルドとの活動を通じて各サプライヤーにおける食品安全文化の醸成を促進し、より強固な仕組みづくりにつなげていきます。

食品安全にかかる  
重大な違反件数

**0件**

食中毒の  
集団発生件数

**0件**

食品リコール  
件数

**0件**





## 生産地から店舗までの品質保証体制

お客様へ提供する商品は、生産地から加工工場、物流、店舗での調理までを国際規格に基づいた独自の品質・食品安全マネジメントシステムによって管理しています。店舗では、PACE、HACCPといった製品の安全性を確保するための衛生管理手法を導入し管理しています。

### サプライヤー基本原則

サプライヤーの皆さまに「サプライヤー行動規範」の遵守を求めています。サプライヤーがマクドナルドとパートナーシップを組むための基本原則で、関連法令の遵守、人権、労働環境、環境保全、事業運営の完全性が規定されています。行動規範の具体的な内容は「サプライチェーン人権プログラム(SCHR)」としてまとめられ、それに基づく実行と維持がサプライヤーに求められます。

※SCHRでは、SEDEXが定めるSMETA監査の4分野（「労働」「安全衛生」「環境」「企業倫理」）に基づいた監査が実施されます



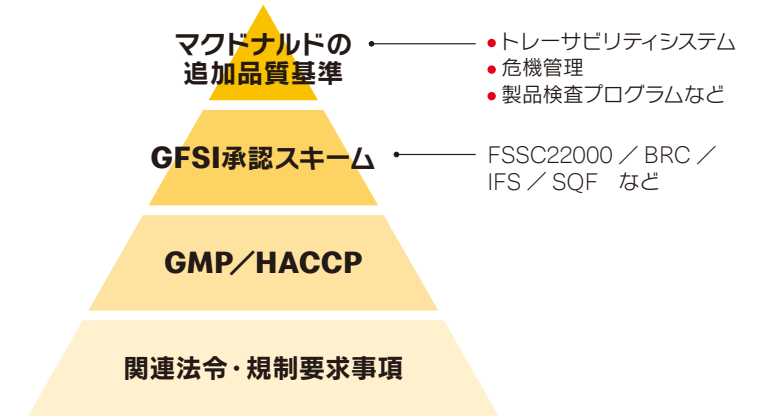
### サプライヤーサミット

マクドナルドの状況や今後の成長プランをサプライヤーの皆さまに共有する“サプライヤーサミット”を毎年開催しています。国内外のサプライヤーの皆さまと、食品安全や品質向上などにかかわる目標や課題、取り組み状況等を共有、相互理解を深めることで、強固な関係の維持を図っています。サプライヤーの皆さまが中心となって課題解決に向けた活動をするJSAC(Japan Supplier Advisory Council)による成果発表も行われています。



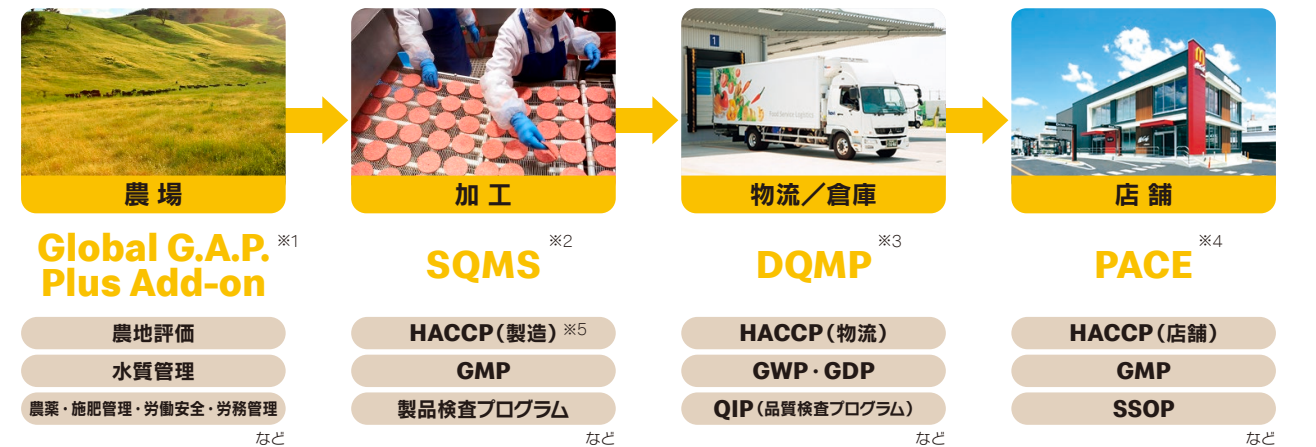
### 食材の製造工程管理

関連法令・規制要求事項を基に、世界食品安全イニシアチブ(GFSI)に準拠した食品安全管理システムにマクドナルドの追加品質基準を加えた、サプライヤー品質マネジメントシステム(SQMS)で、製造工程を管理しています。官能評価、微生物検査、理化学検査など様々な検証・確認により、品質を保証しています。



### トレーサビリティ

原材料から最終製品までの全工程の生産履歴を追跡できるシステムを持っています。これにより、万が一のトラブルに対して速やかな対応と原因の追求を可能にしています。



### 監査プログラムによるシステムの有効性確認

※1 Global G.A.P. Plus Add-on：農業生産工程管理 ※2 SQMS：サプライヤー品質マネジメントシステム ※3 DQMP：物流倉庫品質マネジメントプログラム ※4 PACE：カスタマーファーストとビーブルファーストに根ざした、オペレーション改善およびコンサルティングプラットフォーム ※5 HACCP：危害要因分析重要管理点

## 店舗の衛生管理

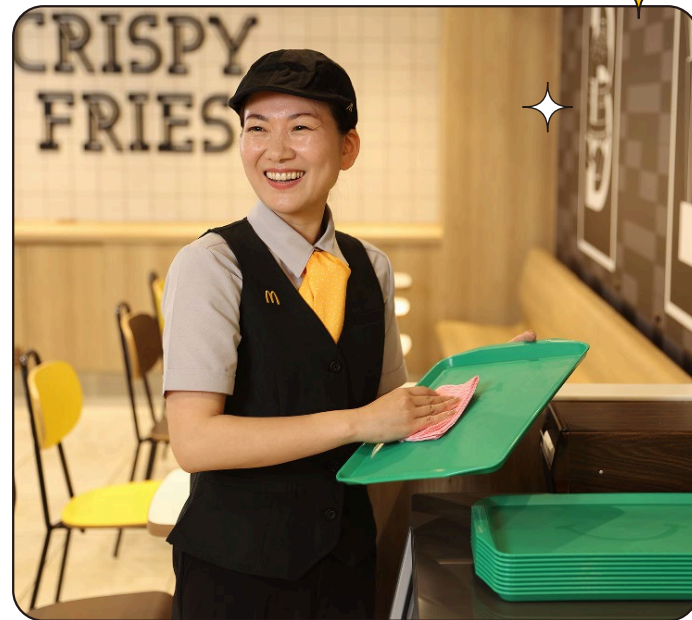
お客様に安心してマクドナルドをご利用いただけるよう、店舗においてもあらゆる面で衛生管理を徹底しています。

### 店舗の安全安心を支える取り組み

店舗における食材の管理・調理・販売にいたる衛生管理は私たちにとって果たすべき重要な責任です。原材料の温度管理、調理時の温度計測はもちろんのこと、水質チェックやフライオイルの劣化測定など様々な検査を行い、日々安全性を確認しています。

また、従業員が食品安全について正しく理解し実行できるように、各種マニュアルやe-ラーニングによる学習の機会を提供しています。

<https://www.mcdonalds.co.jp/sustainability/food/sanitation/>



#### 手洗いの徹底

最低1時間に1回、クルーは指からひじまで、丁寧な手洗いを徹底しています。



#### 調理器具の洗浄・消毒

調理器具は定期的に洗浄・消毒し、常に清潔な状態で使用しています。



#### アルコール消毒の徹底

接触の多いドアの取っ手やお食事スペースなどのアルコール消毒を徹底しています。



#### 専門機関の定期監査

衛生管理が適切に実行されていることを確認するために第三者による監査を実施しています。



#### e-ラーニング・講習の実施

店舗のマネージャー向けのe-ラーニング、コンサルタント向け講習などを実施しています。



### デジタルツールによる一元管理・保存の徹底

店舗での衛生管理、機器の保守点検・清掃などのメンテナンス計画表やフードセーフティシステムをタブレット端末で管理しています。



#### チェックリストによる管理

衛生管理、清潔な厨房環境の維持など、30項目を超えるチェックポイントを効率的かつ正確に実施しています。



#### 原因追及のアラート機能

万が一問題が発生した場合、原因追及のアラートが出され、再計測などその場で解決手段を提示し、速やかに対応しています。



#### Bluetooth対応機器による計測

Bluetooth対応温度計を用いた食品の温度計測を行っています。



#### 入力、チェック機能の簡素化

一部データの自動投入やシステム化により、入力やチェック機能が簡素化され、操作性・正確性が向上しています。



#### e-ラーニング、マニュアル等の閲覧

e-ラーニング、マニュアル、過去のメンテナンス状況などをタブレット端末で実施、閲覧できます。





※画像はイメージです



## 栄養とマーケティング

安全安心で健康な食のために。  
豊富で選択肢のあるメニューを  
ご提供することを重視しています。

## 安心してお選びいただくために

年間延べ約14億人のお客様にご利用いただく(うちハッピーセット年間約1億食をご提供する)私たちには責任があります。  
より安全で安心な商品を楽しんでいただけるよう、栄養に配慮した食材の使用、食材・商品情報の透明化に取り組んでいます。

### ハッピーセットにおける私たちの責任

#### ● 栄養バランスへの配慮

ハッピーセットのサイドメニューは、マックフライポテトだけでなく、えだまめコーンやサイドサラダもお選びいただけます。お子様の成長や食事の機会に合わせ、栄養バランスを考えた選択を可能にしています。



#### ● 材料のシンプル化

ハッピーセットは合成香料、合成着色料を使用していません。  
また、合成保存料の削減にも取り組んでいます。

#### ● ハッピーセットの栄養情報の透明化

ハッピーセットをはじめとする商品の栄養情報を公開しています。

#### ● 責任あるマーケティングの実施

お子様向けの広告宣伝では、栄養面に配慮した商品を使用しています。

### 有機フッ素化合物(PFAS)の除去

マックフライポテト(S)やハツシュポテトなどの紙製バッグには、油シミを防ぐ加工を施しています。  
より安全に商品をご提供するために、すべてのお客様提供用の紙製パッケージ類において有機フッ素化合物(PFAS)を除去しました。  
(2024年製造分より)



### ハッピーセットの おもちゃ・本開発の考え方

マクドナルドは、ハッピーセットの「おもちゃ」や「本」で子どもたちが夢中になって遊びながら幅広い領域への興味を深め考える楽しさを広げてほしいと考えています。  
自分らしく生きていくための想像力・表現力・創造力を育むことを目指し、子どもの発達支援の専門家と共に発達のための7つのテーマに沿って開発しています。



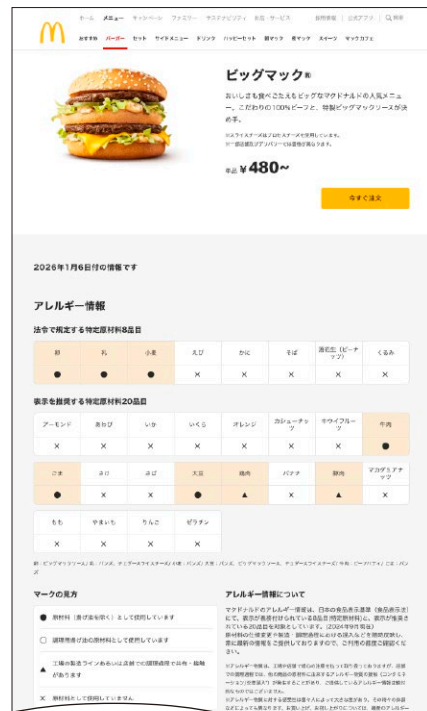


# 商品情報の開示

皆さまに安心しておいしく召し上がっていただくために、各商品のアレルギー・栄養・原産国情報を公式サイトおよび公式アプリにてお知らせしています。

## アレルギー・栄養・原産国情報

商品のアレルギー・栄養・原産国情報を公式サイトおよび公式アプリでお知らせしています。商品のパッケージに付いているQRコードをご利用いただくと簡単にご確認いただけます。アレルギー・栄養情報については、多様なお客様のニーズにお応えするために英語でのご提供にも対応しています。「栄養バランスチェック」「アレルギー検索」は、メニュー選びの際にお役立てください。



パッケージのQRコード

## アレルギー情報

日本の食品表示基準(食品表示法)にて表示が義務付けられている特定原材料8品目と表示が推奨されている20品目を対象としてお知らせしています。原材料の仕様変更や製造・調理過程における混入などを随時反映し、常に最新の情報を提供しています。

## 栄養情報

標準的な製品仕様と調理から、「食品表示基準」(食品表示法)に基づく栄養分析の数値を基本とし、一部の食材は「日本食品標準成分表2015年版(七訂)」(文部科学省)を引用し、作成しています。

## 原産国情報

主要原料の原産国や最終加工国の情報をお知らせしています。『主要原料原産国』は、「外食における原産地表示に関するガイドライン」(農林水産省)に準拠し、作成しています。

※画像はイメージです  
※2025年12月末現在の情報となります。お召し上がりの際は最新の情報を確認ください  
※QRコードは㈱アンソーウェブの登録商標です

## 栄養バランスチェック

1日に必要な栄養のうち、マクドナルドの商品がどれだけ補えるか(充足率)をチェックすることができます。管理栄養士による年代別アドバイスや栄養素の説明もあり、健康的な毎日にお役立ていただける食育コンテンツです。



選択した商品：ビッグマック・コカ・コーラ(M)・マックフライポテト(M) /18-29歳 女性/身体活動レベル ふつう

## アレルギー検索

公開しているアレルギー情報をもとに、28品目に該当するアレルギー物質を原材料(食材)として使用しているかどうかを調べることができます。安心してお召し上がりいただけるよう、メニューをお選びいただく際にお役立てください。





※画像はイメージです



## 責任ある調達

地球環境や生物多様性、  
サプライチェーンで働く人々のことを考え、  
サプライヤーや生産者と共に  
責任ある調達に取り組んでいます。

## 持続可能な食材・資材の調達

人・動物・環境・ビジネスにとって責任ある食材の調達に尽力しています。  
私たちが責任を持って食材を調達することで、持続可能な社会・経済の実現を目指します。

### FSC® 認証 (森林保全)

お客様向け紙製容器包装類、トレイマットおよび木製カトラリー類は、すべてFSC認証を取得した紙・木材を使用しています。

詳しくはFSCのHPをご覧ください (FSC®N004151)



### レインフォレスト・アライアンス認証 (持続可能な農業)

お客様に提供しているコーヒーは、森林や生態系を守り、労働者に適切な労働条件を提供するレインフォレスト・アライアンス認証を取得した農園が栽培するコーヒー豆を100%使用しています。

詳しくはレインフォレスト・アライアンスのHPをご覧ください



### ビーフ

グローバルでは「森林破壊のない牛肉調達方針」<sup>※1</sup>に基づき、ビーフの調達を目指しています。2024年は77%<sup>※2</sup>となりました。

※1 Deforestation-Free Beef Procurement Policy  
※2 マクドナルドグローバルの数値(2024年)



### MSC 認証 (水産資源保全)

フライオフィッシュの白身魚は、MSC認証を取得し、持続可能で環境に配慮した漁業で獲られたスケソウダラを使用しています。

詳しくはMSCジャパンのHPをご覧ください



MSC-C-57384

### RSPO 認証<sup>\*</sup> (持続可能なパーム油の調達)

フライオイルとして使用されるパーム油はRSPO認証を取得しています。パーム油は環境や地域社会に配慮して生産されないと、熱帯雨林や様々な生物の大規模な消失に直接影響を及ぼします。

※マスマランス認証



### 大豆

チキンの生育に必要な飼料大豆については、責任ある大豆に関する円卓会議(RTRS)認証のクレジットを購入しています。

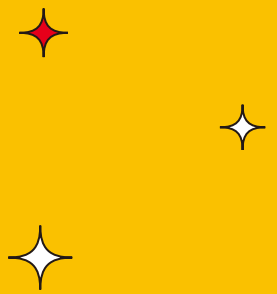




※画像はイメージです

## 農場や食肉処理施設での要求事項の遵守

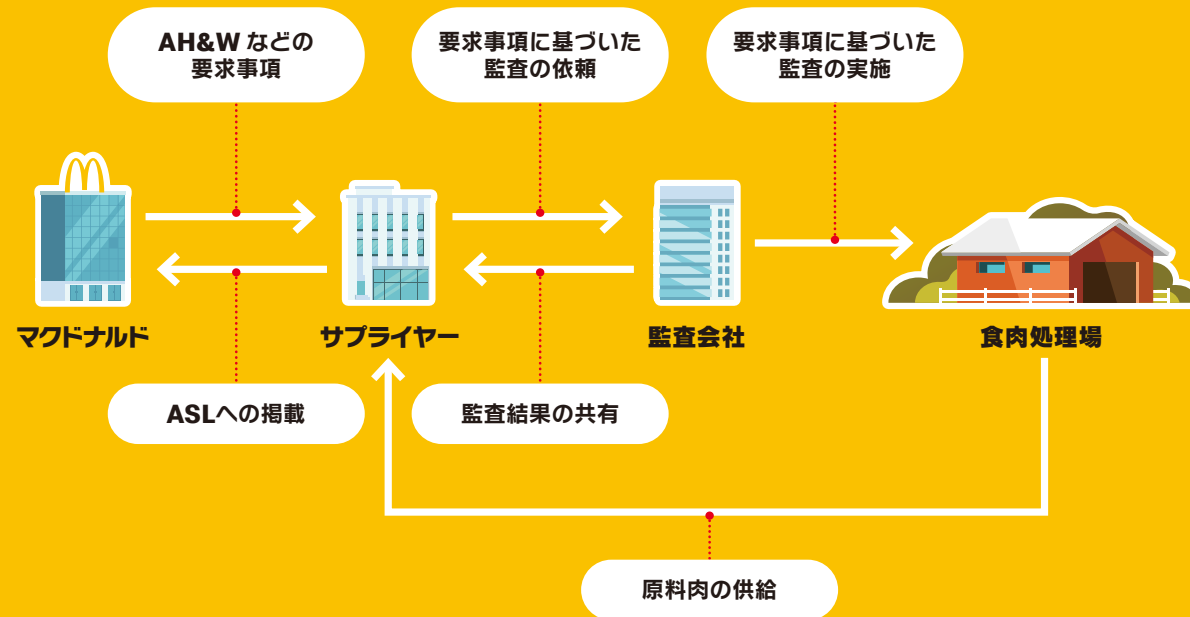
安全で高品質な食品を提供するためには、その一生を通じて適切に飼育された家畜が不可欠であり、サプライヤーおよび生産者の理解と協力も欠かせません。マクドナルドは、原料原産地の食肉処理場に対してアニマルヘルス&ウェルフェア(AH&W)に関する要求事項を遵守するよう求めています。AH&Wの監査では、牛/鶏/豚の性質や食肉処理工程に応じて家畜が人道的な扱いのうえで、と畜(食肉処理)されているかを確認しています。これらの監査で基準を満たした食肉処理場は、承認供給者として**Approved Supplier List(ASL)**に掲載され、マクドナルドのサプライヤーは**ASL**に掲載された食肉処理場のみから原料肉を調達しています。日本マクドナルドで使用しているビーフ・チキン・ポークは、こうしたマクドナルドの調達基準に即したサプライチェーンを通じて調達しています。



### アニマルヘルス&ウェルフェア

動物の健康と福祉に  
より配慮した調達を目指して  
グローバルマクドナルド全体で  
取り組んでいます。

📄 グローバルマクドナルドのアニマルヘルス&ウェルフェアの  
取り組みはこちらをご覧ください



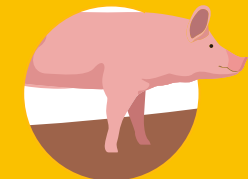
#### ビーフ

飼育から食肉に加工されるまで、動物の健康と福祉に配慮しています。牛へのストレスを最小限にする配慮がなされた処理場からのみ調達しています。



#### チキン

より良い環境で飼育された鶏の調達に取り組んでいます。日本マクドナルド向け製品では、抗生物質の使用に関するポリシーに従っています。



#### ポーク

より良い環境で飼育された豚の調達に取り組んでいます。豚へのストレスを最小限にする配慮がなされた処理場からのみ調達しています。



# Jobs, Inclusion & Empowerment

## 働きがいすべての人に

持続可能な未来の鍵となるのは、「ピープル」であると考えています。  
誰もがいきいきと活躍できる、  
安全でインクルーシブな職場環境づくりを全力で進めています。

## Jobs, Inclusion & Empowerment

- 32 ピープルビジョン・人権方針
- 33 安全で尊重しあえるインクルーシブな職場環境
- 34 インクルージョン
- 37 人材育成とキャリア

<https://www.mcdonalds.co.jp/sustainability/people/>



## ピープルビジョン・ 人権方針

創業者レイ・A・クロックの  
言葉にあるとおり、  
「私たちはハンバーガービジネスではない、  
“ピープルビジネス”だ」と考えています。



## マクドナルドのピープルに対する考え方



マクドナルドには、ブランドミッションを達成するための様々な考え方があります。  
マクドナルドで働くすべての人々に対して持っているグローバル共通のビジョン「People Vision(ピープルビジョン)」や  
マクドナルドが「People Vision」を実現するために全従業員に向けて約束していること「People Promise(ピープルプロミス)」などがあります。  
これらの考えに基づき、すべての従業員に成長の機会を提供し、誰もが活躍できる働き方の推進や職場環境の実現を目指しています。



### People Vision

#### ピープルビジョン

マクドナルドは、  
世界中どの街でも、  
ベストな雇用主となる



### People Promise

#### ピープルプロミス

マクドナルドは  
従業員の皆さんとその成長および貢献を、  
価値のあるものとして大切にします

## UP TO YOU

「あなた次第で、どこまでも成長できる」の意味が込められた、「UP TO YOU」という方針を設けています。  
社歴や年齢に関わらず、一人ひとりが自分のキャリアを考え、挑戦し続けることが、これからもマクドナルドのビジネスの成長を支えていきます。誰もが自分の目標やライフスタイル、働き方のニーズに合わせてキャリアを築ける、マクドナルドの新しいカルチャーを醸成しています。

## 人権方針

マクドナルドはグローバル全体で人権を尊重する方針を掲げており、適宜アップデートを行っています。日本マクドナルドでは、2025年より人権デューデリジェンスのプロジェクトを開始しました。従来から実施しているサプライヤーや店舗の人権に関わる監査に加えて、従業員、ビジネスパートナーの人権侵害に関するリスクを特定し、順次、その改善に取り組みます。社会インフラともいえる食を提供する企業として、これからも人権方針のコミュニケーションおよびアップデートを適宜行っていきます。

<https://www.mcd-holdings.co.jp/company/humanrights/>





## 安全で尊重しあえる インクルーシブな職場環境

従業員とお客様が守られていると感じ、  
いかなる種類のハラスメント、  
差別も許されない、  
安全でインクルーシブな文化のために、  
全世界共通の基準である  
「Global Brand Standards」を  
導入しています。

# Global Brand Standards

「ハラスメント、差別、報復の防止」「職場での暴力行為の防止」「店舗スタッフからのフィードバック」「健康と安全」の4つを重点分野として定め、従業員に対して安全で敬意あるコミュニケーションを行ラインクルーシブな職場環境を提供することを約束しています。この指針が、いつでも、どの場所でも、すべての従業員に提供されていることが重要です。

## 指針遵守のために

4つの重点項目や具体的な取り組み内容を従業員に理解していただくため、「Brand Standards PLAY BOOK」の配布やハラスメント・差別・報復を防止するオリエンテーション、トレーニングを実施しています。仮にハラスメントや差別を受けてしまった時には、コンプライアンスホットラインなどのプログラムを利用できます。

また、常に安全で安心できる職場環境を提供できるよう、サーベイ、ストレスチェック、Putting People first visit (PPFV) など、課題の把握および従業員の声に耳を傾ける施策を実施しています。店舗や部門だけでは解決できない課題は関係部門に共有され、安全衛生委員会などで具体的な対応策を検討・実行しています。



## PPFVの実施

店舗(職場)における安全確認のプロセスの一つとして、最低年1回、下図にある3つの要素の基準を満たしているかを診断、確認する PPFV を実施しています。

### PPFVの確認項目



#### 法律に関わる 重要な項目

- ・勤務時間に対する適切な賃金
- ・適切な休憩時間
- ・クルーの雇用関係書類の適切な保管
- ・法律と就業規則に沿った18歳以下の採用、就業



#### Global Brand Standards

- ・ハラスメント、差別の禁止
- ・暴力の防止
- ・ピープルサーベイの実施
- ・オリエンテーションの実施
- ・適切な外国人雇用・勤務



#### 仕組み・制度と キャリア開発

- ・有給休暇の取得
- ・貢献に応じた賃金提供
- ・柔軟なスケジュール
- ・福利厚生
- ・ハンバーガー大学カリキュラム・クルートレーニングの活用



## インクルージョン

性別や年齢、国籍などを問わず  
幅広く雇用機会を提供すると共に、  
個々のエンゲージメントをさらに高め、  
やりがいを持って働ける  
環境づくりに努めます。

## インクルージョンの推進

多様な人材が輝くためには、様々な働き方のニーズに応えなければなりません。  
従業員の声に耳を傾け、制度の整備や見直しをすることはもちろん、制度をいかに活用しやすいものにするかが大切であると考えています。  
利用する従業員だけでなく、同僚や上司の理解を促進するため、セミナーや社内ワークショップを実施して  
「インクルーシブな職場環境の構築のために何ができるか」を従業員全員が考える場を設けています。

### ● オープンドア/チーム

オープンドア/チームは、「個性」を尊重し、孤立を避け、相互に補い合い、受け入れ合う「オープン」な組織づくりをサポートするチームです。CEO自らがスポンサーとなり、全社各部門の有志が多様な人材の活躍推進に向けた制度や仕組みの提案、社内意識調査を行っています。また、大学や他企業、関連団体と連携した意識改革のためのセミナーやワークショップなども開催し、社内外でインクルージョンを推進しています。



### 誰もが働きやすい 店舗勤務環境を目指して フィールドオープンドア/チームを新設

「店長座談会」を実施し、多様な人材が活躍し成長できる店舗環境をつくる取り組みについて、情報を共有しました。



### 「国際女性デー スペシャル企画 パネルディスカッション」の開催

女性への差別撤廃や地位向上を訴える「国際女性デー」にあわせ、働く女性のエンパワメントを推進するスペシャル企画を開催しました。「マクドナルドでの成長」をテーマとしたパネルディスカッションには、マクドナルド社員のみならず、サプライヤー、フランチャイズスタッフの皆さまが参加しました。





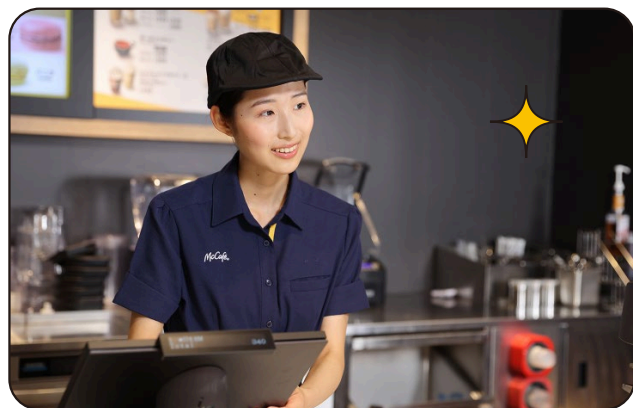
## 多様な人材の活躍

性別、年齢、様々な個性や背景を持った多様な人材が、個々の強みを最大限に発揮していきいきと働ける職場環境づくりを推進しています。

全国クルー人数

約**220,000**人

※クルー人数はいずれも直営店舗・フランチャイズ店舗合計



## 多様なクルーが働きやすい環境づくり

マクドナルドでは、年間延べ約14億人のお客様をお迎えしています。日本全国の様々なお客様に最高の店舗体験をご提供するためには、私たち自身が多様性に富んだチームであることが不可欠だと考えています。日本全国の地域で、雇用を生み出し、多様な人材が活躍することで、社会に豊かさを還元していく。そうして地域社会に貢献している実感を、一人ひとりの成長への意欲にもつなげていく。多くの方に認知いただいている私たちが率先してこのサイクルを回していくことで、日本のインクルージョンをリードしていける存在でありたいと考えています。

2024年には施策の一つとして、クルーのアピアランスポリシーを改訂し、髪色の自由化を行いました。マクドナルドは、今後も多様な人材が自分らしくいきいきと働くことのできる環境の実現を目指していきます。

### ●若い世代

若い世代の方たちに対して、働く機会、成長の機会を積極的に提供しています。日本で働く約22万人のクルーのうち、6割以上が24歳以下です。世代や国籍など様々なバックグラウンドを持つ仲間と一緒に働くことは、非常に価値のある経験となり、将来活かせるポータブルスキルも得ることができると考えています。現在、マクドナルドのアルバイト卒業生約300万人が社会で活躍されています。また、NPO法人、教育委員会などと連携し、若者就労支援のインターンシップを実施しています。

若い世代のクルー（24歳以下）

約**140,000**人

### ●主婦・主夫

5人に1人のクルーが主婦・主夫です。週1回2時間から働くことができる短時間勤務制度や週ごとに調整を行うシフト制度など、主婦・主夫の方たちが働きやすい環境と制度が整っています。これにより、ご家庭の事情に合わせて柔軟かつ長期にわたって働くことが可能です。

### ●プレミアムエイジ

社会経験を通じて様々な知識やスキルを得た60歳以上の方たちが活躍しています。年齢にとらわれず、一人ひとりが自分らしくのびのびと働いています。

プレミアムエイジクルー（60歳以上）

約**14,000**人



### ●外国人

留学生を中心とした80以上の国籍のクルーが活躍しています。多言語化したタブレット教材の提供など、個々の強みを活かして働いていただける環境を整えています。

外国人クルー

約**24,000**人



### ●チャレンジクルー（障がい者）

障がいのある方もクルーとして活躍しています。オリエンテーションや人材育成の教材はユニバーサルデザインを採用するなど、誰にとっても働きやすい環境づくりに取り組んでいます。

障がい者雇用比率

**1.79%**

※対象者は日本マクドナルド株式会社社員およびクルー



多様な人材の活躍

**女性活躍の推進**

オープンドア/チームが中心となり、女性社員のキャリア支援、ネットワーキング、リーダーシップ開発などの活動を通じて、女性の活躍を推進しています。

**国際女性デー スペシャル企画 パネルディスカッション**

クルーとして働いた経験もある社内外の女性3人を招き、「マクドナルドで自分らしく成長する秘訣とは？」をテーマにお話しいただきました。クルー経験や現在の業務から考える多様性、成長の鍵、働きやすさ、女性としてのキャリア、働き方などに関する貴重なエピソードが共有されました。サプライヤー、フランチャイズ法人なども含む参加者の皆さまの共感を呼ぶ新たな気づきや学びを創出する機会となりました。



※ 対象者は日本マクドナルド株式会社社員



**● サプライヤーや他企業との取り組み**

社内だけでなく当社のサプライヤーの皆さまとも、インクルージョンを推進しています。サプライヤーの皆さまが主体となって、各社のアンケート結果から関心の高かった「女性活躍」と「外国人雇用」をテーマに現状と課題の解決策についてディスカッションが実施されました。この活動は、当社のサプライヤーサミットで共有され、関係する取引先のインクルージョンを推し進める一助となっています。

**働きやすさNEXTプロジェクト**



営業職の女性活躍の課題を可視化し、解決策を共創する取り組みである異業種6社による「働きやすさNEXTプロジェクト」を実施しました。本プロジェクトを通じて抽出した具体的な課題や、次なる働きやすさを目指すための取り組みなどをまとめたホワイトペーパー「働きやすさNEXTプロジェクト FOR THE NEXT 2025」を公開しました。

<https://www.mcdonalds.co.jp/company/news/2025/1210b/>

**柔軟な働き方を支援する仕組み・制度**

社員一人ひとりに合ったワークライフバランスを実現できるよう、ライフイベントも考慮した多様な働き方をサポートする制度の充実に取り組んできました。新しい制度の導入や、多様な人材が活躍する企業風土の醸成については、これまでも継続的に取り組んできており、今後もその定着を図っていきます。2025年は制度の浸透と活用促進、育児期の社員に対するロールモデル紹介やキャリア相談の機会を拡充しました。



**● 勤務制度**

オフィススタッフはフレックスタイム制と在宅勤務制度、店舗スタッフには変形労働時間勤務制度を採用しています。業務の繁忙期やプライベートに合わせて働く時間・休日を柔軟に変更でき、ワークライフバランスを保ちながら働くことが可能です。さらに、より柔軟に働くことができるよう、「店長フレックスタイム制度」も導入しています。

離職率<sup>※1</sup>

**9.4%**

月間平均残業時間<sup>※1</sup>

**18.7時間**

有給休暇取得率<sup>※1</sup>

**59.3%**

育児休業取得後の復帰率<sup>※1</sup>

**100%**

男性の育児休業取得率<sup>※2</sup>

**53.0%**

※1 対象者は日本マクドナルド株式会社社員 ※2 対象者は日本マクドナルド株式会社社員およびクルー



## 人材育成とキャリア

マクドナルドで働くすべての人々に「Feel-Good」な瞬間をたくさん感じていただける働きがいのある職場づくり、「Feel Good Place to Work」を目指しています。

## マクドナルドの人材育成

“Feel Good Place to Work”の実現のためには、「一人ひとりがポテンシャルを発揮すること」「誇りを持って働くこと」「成長を感じられること」が重要だと考えています。

### タレントマネジメント

継続的な人材育成のために、戦略的な人材配置や適材適所、ジョブローテーションなどを行い、後継者育成に取り組んでいます。

## ALL JAPAN CREW CONTEST (AJCC)



クルーの日々の貢献をたたえたい、誇りをもって働いてほしいという願いを込めて、1977年から毎年AJCCを開催しています。AJCCは、店舗やクルーにとってまさに甲子園ともいえます。毎年4月から店内戦、12月には全国戦を開催し、クルーの技術やサービスの向上はもちろん、モチベーションや店舗の団結力、クルー一人ひとりのさらなる成長に寄与しています。



チャンピオンには、オリジナルバッジなどの記念品が送られる



## 教育機関（ハンバーガー大学）

日本マクドナルドの本社に設置されている「ハンバーガー大学」は、最新の教育理論および手法を用いて、人材育成および教育システムの開発を担う専門教育機関です。世界11カ国に存在し、日本では1971年6月に設立されました。国内第1号店（銀座三越店）のオープンに先立つもので、「人材教育が何よりも重要だ」という姿勢の表れです。リーダーシップやチームビルディング、リレーションシップ、総合マネジメントなどのカリキュラムがあり、職責に応じた学びを提供しています。充実した各教育コースは、楽しみながら必要なスキルに自然と気づけるカリキュラムとなっており、座学以外にも動画やe-ラーニングなどでの学習も取り入れています。また、地域貢献活動の一環として、当社の誇るオリジナルのカリキュラムを活用した教職員の方に向けた研修も実施しており、好評を得ています。

受講従業員数	受講時間数	カリキュラム数
約 <b>14,000</b> 人	延べ <b>96,030</b> 時間	<b>10</b> 種類

[https://www.mcdonalds.co.jp/sustainability/people/hamburger\\_university/](https://www.mcdonalds.co.jp/sustainability/people/hamburger_university/)

## キャリア開発の推進

「UP TO YOU あなた次第で、どこまでも成長できる\*」という、創業者レイ・A・クロックの言葉は、企業文化として根付いています。社歴や年齢に関わらず、一人ひとりが自分のキャリアを考え、挑戦し続けることが、マクドナルドの成長を支えていると考えています。

※マクドナルドのキャリア選択は多岐にわたり、努力次第でどこまでも成長できるという方針

### 多様なキャリア選択

自分らしいキャリアを築けるよう、様々なキャリア選択が可能です。社内公募制度やフランチャイズへの転籍公募制度、フランチャイズオーナーへの独立支援といった制度やプログラムを用意しています。

また、従業員がこれらの機会についてより広く知り、理解を深めることができるよう、「キャリアブック」を配布しています。

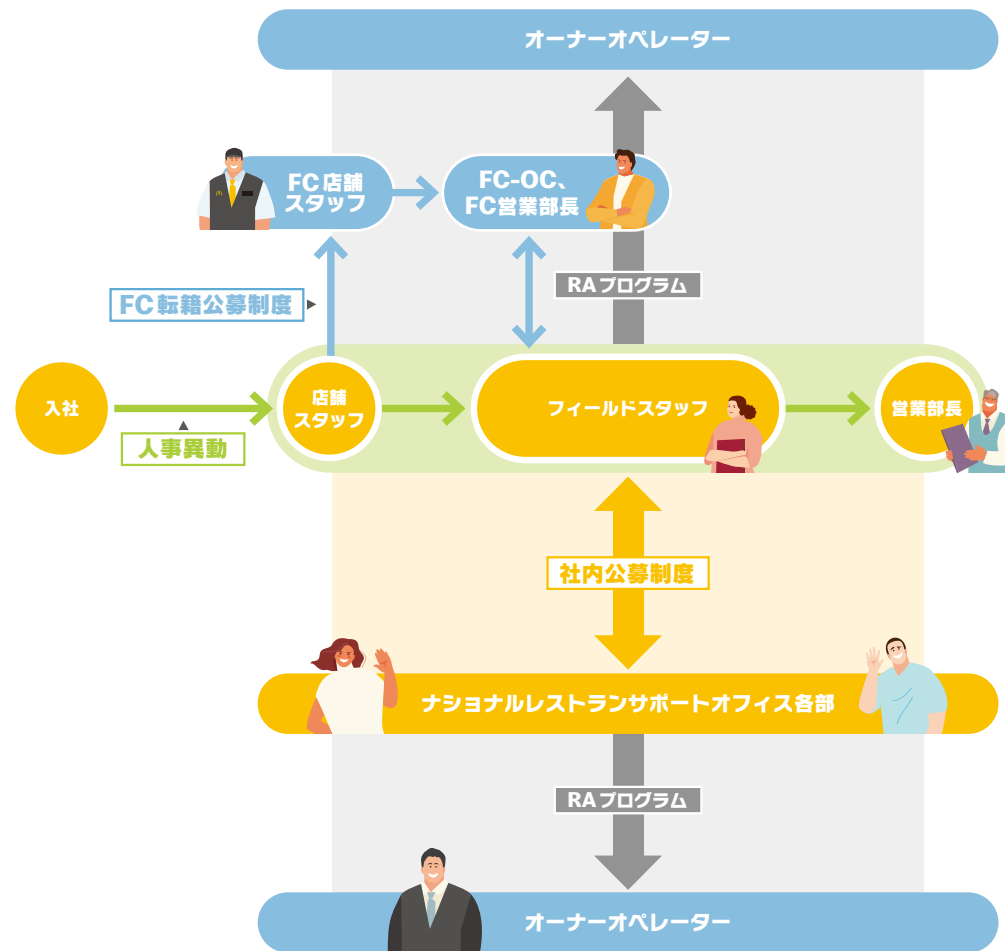
#### ●社内公募制度

会社が必要としているポジションを社員に公開し、応募者の中からそのポジションに適した人材を登用しています。対象となるポジションの部署や職位は様々で、適宜設定される応募資格や条件を満たす社員は誰でも応募できます。目指すキャリアの実現に向けて自らチャレンジし、経験を積む機会を提供することで、社員のキャリア形成支援や最適な人材配置の実現に努めています。

#### ●フランチャイズ独立制度

ピープルビジネスであるマクドナルドを支えるのは、地域に密着した経営を行っているフランチャイズオーナーです。マクドナルドの社員として培った経験やスキルを活かし、フランチャイズオーナーとして独立することもできます。

フランチャイズオーナーへの転籍・独立など、新たなチャレンジに挑む社員の数は年々増加しています。



### 成長できる職場(ポータブルスキル)

クルーとして店舗で仲間と一緒に働く経験を通じて、コミュニケーション力、協調性、リーダーシップなどライフステージの各段階で活躍し続けるために求められるスキルを誰でも自然と身に付けることができます。また、独自のトレーニングプログラムを受講することで、経験値だけではなく知識としても学びが定着していきます。このようにして身に付けた力は、マクドナルドで働くクルーならではの強みであり、クルー経験者が生涯を通じて幅広いステージで活躍できる秘訣となっています。

オフィススタッフも同様に、業務を通じてスキルを高めると共に、ハンバーガー大学のクラスや選択型研修を受講し、生涯活かせるスキルを身に付けることができます。また、グローバル共通の考え方・仕組みである評価育成制度(Performance Motivation)を設けています。これにより、従業員一人ひとりがOur Valuesに基づき行動し、モチベーション高く自らのゴールに取り組みパフォーマンスを発揮することで、個人のキャリアや能力開発と会社の成長を共に実現することができます。



## Community Connection

### 地域の仲間にサポートを

“私たちをいつも支えてくださっている地域の皆さまへお返しをする義務がある”。  
私たちのすべての活動は、マクドナルド創業者であるレイ・A・クロックのこの言葉を原点とし、  
コミュニティの一員として子どもたちの幸せな未来、  
そしてお客様や地域・社会の皆さまの笑顔を第一に考え取り組んでいます。

### Community Connection

- 40 ドナルド・マクドナルド・ハウスの支援
- 41 キッズスポーツ支援
- 42 地域コミュニティと連携した活動
- 43 教育支援

<https://www.mcdonalds.co.jp/sustainability/local/>



## ドナルド・マクドナルド・ハウスの支援

マクドナルドは共に助け合う社会を目指したチャリティ文化の醸成と「公益財団法人ドナルド・マクドナルド・ハウス・チャリティーズ・ジャパン」の支援などを通じて“病気の子どもとその家族”を笑顔にする活動に取り組んでいます。

### ドナルド・マクドナルド・ハウス

自宅から遠く離れた病院に入院する子どもとご家族のための滞在施設です。“第二のわが家”をコンセプトに病院のすぐそばに建てられており、2025年12月現在、全国に12カ所あります。日本マクドナルドはドナルド・マクドナルド・ハウスを設立当初から継続的に支援しています。多くの方が気軽にチャリティに参加できるよう、全店舗に設置した募金箱、募金付きクーポン、モバイルオーダーからの募金に加え、キャッシュレス決済サービス「PayPay」を使用した募金もご利用いただけるようになりました。



お客様から募金いただいた  
ドナルド・マクドナルド・ハウス支援総額

# 165,460,338円

お寄せいただいた募金は、すべてドナルド・マクドナルド・ハウスへ寄付させていただいており、ハウスの運営や建設などに使われています。

※店頭募金、モバイルオーダーによる募金、店頭におけるPayPayを使用した募金、募金付きセットによる募金、Yahoo! ネット募金ほか財団へ直接支援いただいた金額を含む



### ●青いマックの日

2025年10月19日(日)にチャリティ活動「青いマックの日」を実施し、ドリンクカップやペーパーバック、店舗の装飾をドナルド・マクドナルド・ハウスのテーマカラーである青にそろえて支援を呼びかけました。多くの方にご参加いただき、過去最高額となる募金が集まりました。「青いマックの日」当日にご購入いただいたハッピーセット1つにつき、50円を日本マクドナルドおよびマクドナルドフランチャイズ法人より寄付しています。

青いマックの日 募金・寄付総額

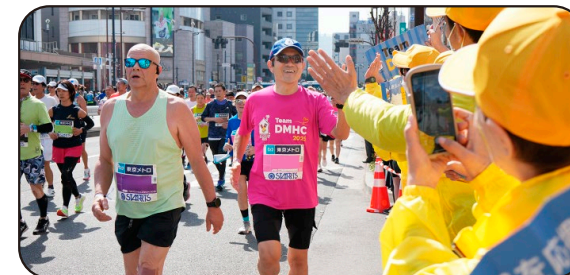
# 121,480,660円

※日本マクドナルド(株)および日本マクドナルドフランチャイジーからのハッピーセット販売数に応じた寄付と、2025年10月1日(水)~10月31日(金)のキャンペーン期間中にお客様からお寄せいただいた募金総額(店頭募金、モバイルオーダーによる募金、店舗におけるPayPayを使用した募金、募金付きセットによる募金、Yahoo! ネット募金ほか財団へ直接支援いただいた金額を含む)



### ●マラソンを通じた支援

2025年3月に開催された東京マラソン2025で、ドナルド・マクドナルド・ハウスへの支援のために“Team DMHC”ランナー852人が参加しました。約400人のマクドナルドスタッフ、ビジネスパートナーが応援団を結成し、沿道から“Team DMHC”ランナーに声援を送りました。また、マラソンを通じた支援が全国に広がっており、大阪・神戸・福岡で開催されたマラソン大会にも、“Team DMHC”ランナーが参加しました。東京マラソン2025でのチャリティランナーを通じた支援額は総額2億円にのぼります。



ドナルド・マクドナルド・ハウスは東京マラソン2025チャリティの寄付先団体です

### ●スマイルソックス募金

学童野球球児・サッカー少年少女・保護者・チーム関係者が、病気と向き合う同じ年頃の子どもたちへの想いを込めて、全国大会で「スマイルソックス募金」に協力していただきました。また、学童野球都道府県大会や全国各地で行われているイベント会場でも「スマイルソックス募金」を実施しています。





## キッズスポーツ支援

子どもたちの心と体の健全な成長を願って、スポーツを楽しむ子どもたちを支援しています。また、経験の有無に関わらず、スポーツを子どもたちに楽しんでいただくイベントや体験の機会を提供しています。



### 野球

#### 高円宮賜杯全日本学童軟式野球大会 マクドナルド・トーナメント

1986年より、“小学生の甲子園”とも称される歴史ある大会を支援し、今年で40年目を迎えました。2025年の全国大会は新潟で開催され、多くの子どもたちが最後まであきらめことなく全力で戦いました。

支援活動の一環として、小冊子「野球プレーヤーブック2025」を、大会登録チームに所属する選手約37万人に配布しました。また、全国大会に出場するチームの活動拠点近隣店舗では、全国の学童球児の憧れである「マクドナルドワッペン」の贈呈式を開催し、地域コミュニティが一体となって選手たちをサポートしています。

#### 高円宮賜杯 第45回 全日本学童軟式野球大会 マクドナルド・トーナメント

全国約 **10,000** チーム 支援 児童約 **37** 万人 ※2025年度



### サッカー



#### JFA 全日本U-12サッカー選手権大会

12歳以下の選手で構成される全国のチームが出場を目指し、国内外で活躍するプロサッカー選手を数多く排出している日本最大規模の小学生サッカー大会を、2011年からサポートしています。2025年も支援活動の一環として、小冊子「サッカープレーヤーブック2025」を大会登録チームに所属する選手約39万人に配布しました。

#### JFA 第49回全日本U-12サッカー選手権大会

全国約 **8,200** チーム 支援 児童約 **39** 万人

#### マクドナルド フレンドリーカップ

より多くの選手にも出場機会をつくり、仲間たちと交流を深めてほしいとの想いから、「マクドナルド フレンドリーカップ」を2019年から開催しています。特別にスマイルソックスを履いて出場することをJFA(日本サッカー協会)に認めていただき、選手が病気と向き合う子どもたちを応援してプレーしています。

#### 日本障がい者サッカー連盟支援

「すべての子どもたちがスポーツを楽しめる社会の実現」を目指し、2016年より日本障がい者サッカー連盟を支援しています。この取り組みを通じて、障がいの有無に関わらず、誰もがサッカーを楽しめる環境づくりに貢献しています。



### バスケットボール

#### マクドナルド全国ミニバスケットボール大会

小学生年代の子どもたちに男女を問わずなじみの深いバスケットボール。2023年から小学生年代対象の「マクドナルド全国ミニバスケットボール大会」をサポートしています。3月末には、国立代々木競技場第一体育館・第二体育館で開催。各都道府県代表として男子・女子47チームずつが出場し、優勝は決めない交歓大会として開催されました。2025年度より、都道府県代表の誇りを胸にバスケットボールを楽しむ子どもたちがさらに輝くことを願い、全国大会出場選手全員にオリジナルの「マクドナルドワッペンステッカー」をプレゼントしました。

#### 第56回マクドナルド 全国ミニバスケットボール大会

全国約 **8,340** チーム





## 地域コミュニティと連携した活動

“あなたの街と共にあるマクドナルド”として、安全で安心な活気ある街づくりを目指し、地域に貢献する活動を行っています。

### 安全安心を守る取り組み

地域の警察本部などと協力し、子どもたちの安全を守るための様々な活動を行っています。マクドナルド店舗は、子どもが危険に遭遇した時や困った時に駆け込んで助けを求められることができる「子ども110番の家」として登録されています。2025年には岩手県、秋田県、奈良県でも参画を開始し、登録は35都道府県・2,535店舗となりました。また、全国交通安全運動などの期間中には、各警察本部と連携した「防犯教室」や「交通安全教室」を開催。トレイマットや店舗のアジタル掲示板では、「地域の安全安心」を呼びかけています。



「子ども110番の家」実施店舗数

**2,535**店舗

### 子育て支援

国と地方自治体が推進する「子育て支援パスポート事業」に協力しています。「子育て支援パスポート」をご提示いただいたお客様にチーズバーガーのハッピーセットを割引価格でご提供しています。

子育て支援におけるハッピーセット販売数

**541,596**セット

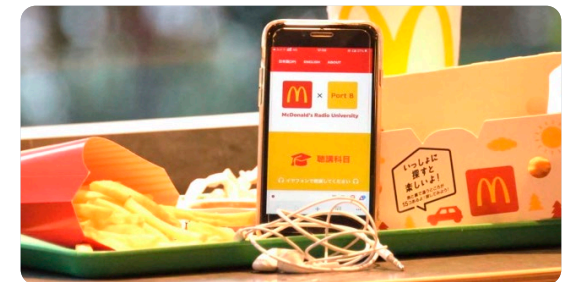


#### 子ども食堂

地域コミュニティの一員として、ご要望いただいた子ども食堂や支援団体の皆さまと連携したサポートを一部エリアで行っています。また、商品プロモーション後に余剰が生じた食材をフードバンクへ寄付する取り組みを継続して実施できる体制構築をサプライヤーの皆さまと協力して進めています。

### マクドナルドラジオ大学®

移民や難民を教授とし携帯で講義を聴講する、演出家/アーティスト 高山明氏 (PortB) のアート作品。美術館と連携し、お食事をしながら世界と繋がる「学び」や「発見」をお届けしています。2025年、経済産業省とForbes Japanによる「ART & BUSINESS AWARD 2025」のコーポレート・ストラテジー部門にてファイナリストに選出されました。





## 教育支援

子どもたちの笑顔をより豊かにするために、様々な学びの機会を提供しています。



### ハロードナルド!

未就学児と小学校低学年を対象に、日常生活に必要なルールやマナーを伝えるプログラムを実施しています。「交通」「防犯」「SDGs」の3つのプログラムを、訪問またはオンラインで提供しており、ドナルド・マクドナルドと一緒に分かりやすく楽しく学ぶことができます。

実施回数

314回



### マックアドベンチャー

ハンバーガーやポテト、ドリンクの作り方など、マクドナルドならではのお仕事体験ができる「マックアドベンチャー」。3歳~12歳の子どもの対象としたプログラムです。マクドナルドの正しい手洗いも学びます。

実施店舗数・回数

1,025店舗  
56,318回



## SDGs 授業

地球や社会のために「自分に何ができるのか」を考える機会につなげてほしいという願いを込めて、小学校高学年を対象に、一部地域で出張授業を実施しています。これまでに約2,300人\*の児童に受講いただきました。近隣店舗のスタッフがマクドナルドの取り組みを紹介し、児童たちに「地球のためにできること」を考えていただく内容となっています。

\*2025年12月末現在の報告数



## 食育支援

2005年に開発した小学生向けオリジナル教材「食育の時間」から20年間、「食」を提供する企業の責務として、教育現場の食育授業を支援してきました。現在、ホームページで公開している「食育の時間+(プラス)」は、全国の教育現場でご活用いただいています。また、家庭でも食育を学ぶ機会を増やしていただきたいと考え、2025年の夏休み期間にも「自由研究特設サイト」を公開しました。



### 教職員研修の実施(ハンバーガー大学)

マクドナルドの人材育成機関である「ハンバーガー大学」は、教職員の方たちに対しても授業を実施しています。当社の誇るリーダーシップやコミュニケーションに関わるプログラムで先生方のスキルアップに貢献することは、地域の活性化につながると考えています。1999年に東京都の職員向け研修を開始して以来、対象を他県にも広げながら継続して実施しています。

延べ受講者数(卒業生数)

3,000人以上





# 2025DATA Our Planet

## 環境データ エネルギー使用状況 & CO<sub>2</sub>排出状況

### 全店の種別エネルギー使用状況

電気

**65,648**  
万kWh/年

対前年比 +0.9%

ガス (都市ガス換算)

**3,118**  
万m<sup>3</sup>/年

対前年比 +3.1%

水道

**527.3**  
万t/年

対前年比 +4.1%

原油換算値

**195,526**  
キロリットル/年

対前年比 ▲4.0%

### 売上100万円あたりの種別エネルギー使用状況

電気

**738.5** kWh/百万円

対前年比 ▲5.9%

ガス (都市ガス換算)

**35.1** m<sup>3</sup>/百万円

対前年比 ▲3.8%

水道

**5.9** t/百万円

対前年比 ▲3.3%

### お客様千人あたりの種別エネルギー使用状況

電気

**409.4** kWh/千人

対前年比 ▲4.2%

ガス (都市ガス換算)

**19.4** m<sup>3</sup>/千人

対前年比 ▲2.5%

水道

**3.3** t/千人

対前年比 ±0.0%

### 全店のCO<sub>2</sub>排出量 & 再生可能エネルギーの割合

CO<sub>2</sub>排出量

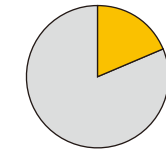
**286,113** t-CO<sub>2</sub>/年

対前年比 ▲9.0%

**92.0** t-CO<sub>2</sub>/店舗

対前年比 ▲9.6%

再生可能エネルギーの割合



**20.5%**

対前年比 +5.0ポイント

### 施設ごとの過去3年間のCO<sub>2</sub>排出量

		基準値 (2018年)	2023	2024	2025	
総量 <sup>※1</sup> (t-CO <sub>2</sub> )		399,436	332,899	314,273	286,116	
基準年対比削減率(%)		-	16.7	21.3	28.4	
Scope1 <sup>※2</sup>	オフィス(t)	0	0	0	0	
	直営店舗(t)	27,750.6	23,526.0	20,988.6	16,409.0	
	フランチャイズ店舗 <sup>※3</sup> (t)	53,763.9	51,036.3	54,781.4	38,304.6	
	マクドナルドの総合研究施設(t)	1.9	1.9	4.5	3.3	
Scope2 <sup>※2,4</sup>	マーケット基準	オフィス <sup>※5</sup> (t)	329.4	198.3	0.0	0.0
		直営店舗(t)	109,422.7	74,832.4	53,500.5	31,641.3
		フランチャイズ店舗 <sup>※3</sup> (t)	208,063.7	183,213.5	184,998.0	199,757.7
	ロケーション基準	マクドナルドの総合研究施設 <sup>※5</sup> (t)	104.0	90.8	0.0	0.0
		オフィス(t)	355.4	214.5	218.4	168.7
		直営店舗(t)	116,403.6	94,148.9	85,019.7	74,040.3
	フランチャイズ店舗 <sup>※3</sup> (t)	211,349.9	191,840.2	202,655.2	206,832.1	
	マクドナルドの総合研究施設(t)	111.7	102.0	102.3	73.8	

※1 総量合計値はマーケット基準の値を使用しています。また、GHGプロトコルに則った算定にあたり、基準年の排出量実績について集計方法が変更となったため、過去の開示数値から変更が生じています。

※2 Scope1、2の算定対象範囲のうち、マックアリバリー等での社有車走行による軽油・ガソリン使用に伴う排出量は、総排出量対比で1%未満(2023年実績で約0.3%)であるため除外しております。

※3 フランチャイズ店舗からの排出量は、本来Scope3-カテゴリ14の集計対象範囲ですが、店舗とオフィスからの排出量削減目標の対象範囲であるため、Scope1、2の範囲として計上しております。

※4 Scope2の算定に使用する排出係数は環境省が公表する電気事業者別排出係数を使用していますが、本レポートの作成時点では2025年度算定分の排出係数が未公表のため、2024年度算定用の排出係数を使用した暫定値を報告しています。

※5 オフィスおよび総合研究施設における電力使用に伴う温室効果ガス排出量については、再エネ化および非化石証書の適用によって実質排出量0としています。



## 2025DATA Our Planet

### 環境データ 廃棄物発生状況 & 容器包装類使用状況

#### 全店の食品・容器包装廃棄物量

全体

**169.5** 千t/年

対前年比 +3.0%

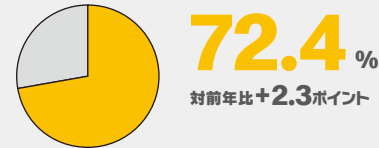


食品

**50.4** 千t/年

全体に占める割合 **29.7%**  
対前年比 **▲0.8%**

食品リサイクル率\*



\*食品リサイクル定期報告に基づく発生抑制を含む



パッケージ (容器包装)

**51.3** 千t/年

全体に占める割合 **30.2%**  
対前年比 +5.1%



梱包材など

**67.8** 千t/年

全体に占める割合 **40.0%**  
対前年比 +4.5%

紙類

**45.3** 千t/年

全体に占める割合 **26.7%**  
対前年比 +5.3%

プラスチック類

**6.0** 千t/年

全体に占める割合 **3.5%**  
対前年比 +3.4%



#### 商品売上100万円あたりの食品・容器包装廃棄物量

全体

**195.5** kg/百万円

対前年比 **▲3.7%**



食品

**58.2** kg/百万円

全体に占める割合 **29.8%**  
対前年比 **▲7.2%**

食品リサイクル法に基づく  
ファーストフード店の  
発生抑制目標値83.3kg/百万円を  
下回っています。



パッケージ (容器包装)

**59.1** kg/百万円

全体に占める割合 **30.2%**  
対前年比 **▲1.8%**



梱包材など

**78.2** kg/百万円

全体に占める割合 **40.0%**  
対前年比 **▲2.3%**

紙類

**52.2** kg/百万円

全体に占める割合 **26.7%**  
対前年比 **▲1.5%**

プラスチック類

**6.9** kg/百万円

全体に占める割合 **3.5%**  
対前年比 **▲4.2%**



お客様提供用  
容器包装類の取り組み

PFASの使用

2024年製造分  
よりすべて

**非使用**

事業年度中の環境関連罰金  
および罰則の総費用

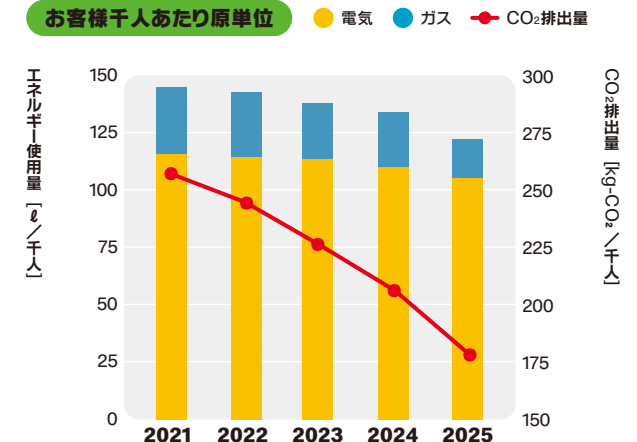
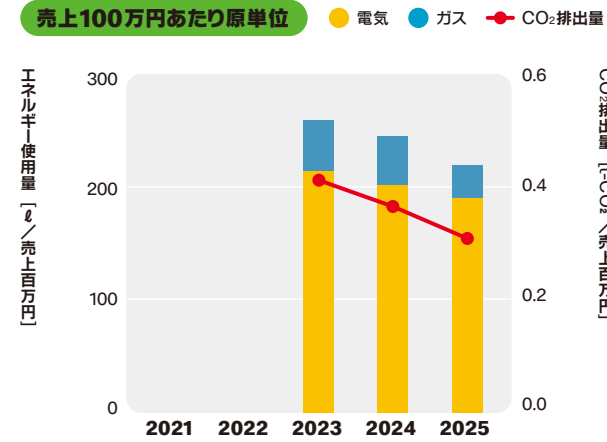
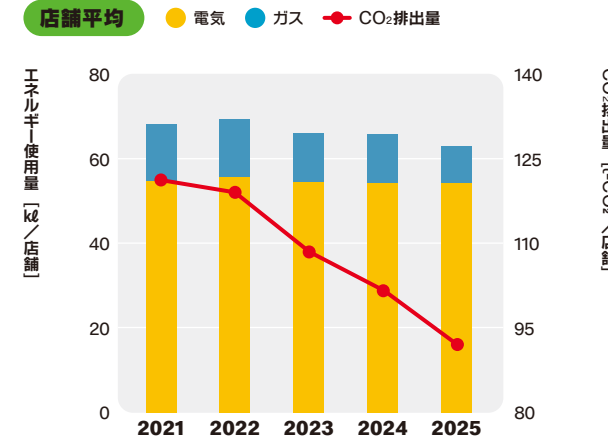
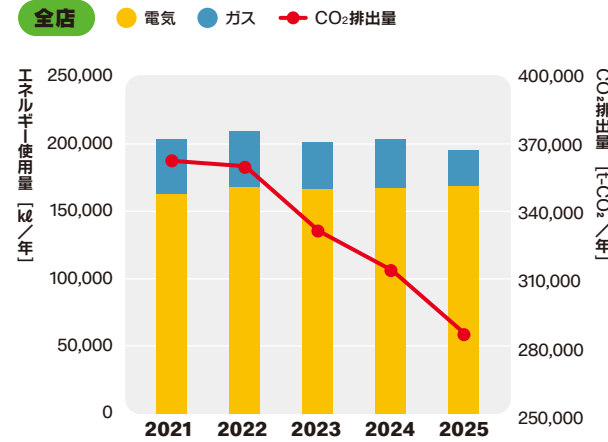
**0** 円



# 2025DATA Our Planet

## 環境データ推移

### エネルギー使用量 & CO<sub>2</sub>排出量



### 全店の種別エネルギー使用状況

	2021	2022	2023	2024	2025
<b>電気</b> (kJ/年)	163,032	167,859	166,333	167,342	168,897
対前年比(%)	+1.3	+3.0	▲0.9	+0.6	+0.9
<b>ガス(都市ガス換算)</b> (kJ/年)	40,524	41,747	35,120	36,279	26,629
対前年比(%)	+5.3	+3.0	▲15.9	+3.3	▲26.6
<b>原油換算値</b> (kJ/年)	203,556	209,605	201,453	203,622	195,526
対前年比(%)	+2.0	+3.0	▲3.9	+1.1	▲4.0
<b>CO<sub>2</sub>排出量</b> (t-CO <sub>2</sub> /年)	362,470	360,083	331,622	314,268	286,113
対前年比(%)	+3.1	▲0.7	▲7.9	▲5.2	▲9.0
<b>水道</b> (万t/年)	484.0	473.2	484.7	506.6	527.3
対前年比(%)	+11.8	▲2.2	+2.4	+4.5	+4.1
<b>再生可能エネルギーの割合(%)</b>	算出無し	算出無し	8.1	15.5	20.5
対前年比(ポイント)	-	-	-	+7.4	+5.0

### 店舗あたりの原単位種別エネルギー使用状況

	2021	2022	2023	2024	2025
<b>電気</b> (kJ/店舗)	54.6	55.6	54.5	54.2	54.3
対前年比(%)	+0.4	+1.8	▲2.0	▲0.6	+0.2
<b>ガス(都市ガス換算)</b> (kJ/店舗)	13.6	13.8	11.5	11.8	8.6
対前年比(%)	+4.4	+1.5	▲16.7	+2.6	▲27.1
<b>原油換算値</b> (kJ/店舗)	68.2	69.4	66.0	66.0	62.9
対前年比(%)	+1.1	+1.8	▲4.9	±0.0	▲4.7
<b>CO<sub>2</sub>排出量</b> (t-CO <sub>2</sub> /店舗)	121.5	119.3	108.7	101.8	92.0
対前年比(%)	+2.2	▲1.8	▲8.9	▲6.3	▲9.6
<b>水道</b> (t/店舗)	1,621.9	1,567.5	1,588.2	1,641.6	1,696.1
対前年比(%)	+10.8	▲3.4	+1.3	+3.4	+3.3

### 商品売上100万円あたりの原単位種別エネルギー使用状況

	2021	2022	2023	2024	2025
<b>電気</b> (kJ/100万円)	算出無し	算出無し	213.8	201.8	190.0
対前年比(%)	-	-	-	▲5.6	▲5.8
<b>ガス(都市ガス換算)</b> (kJ/100万円)	算出無し	算出無し	45.2	43.7	30.0
対前年比(%)	-	-	-	▲3.3	▲31.4
<b>原油換算値</b> (kJ/100万円)	算出無し	算出無し	259.0	245.5	220.0
対前年比(%)	-	-	-	▲5.2	▲10.4
<b>CO<sub>2</sub>排出量</b> (t-CO <sub>2</sub> /100万円)	算出無し	算出無し	0.43	0.38	0.32
対前年比(%)	-	-	-	▲11.6	▲15.8
<b>水道</b> (t/100万円)	算出無し	算出無し	6.2	6.1	5.9
対前年比(%)	-	-	-	▲1.6	▲3.3

### お客様千人あたりの種別エネルギー使用状況

	2021	2022	2023	2024	2025
<b>電気</b> (kJ/千人)	115.8	114.2	113.5	109.9	105.3
対前年比(%)	▲4.1	▲1.4	▲0.6	▲3.2	▲4.2
<b>ガス(都市ガス換算)</b> (kJ/千人)	28.8	28.4	24.0	23.8	16.6
対前年比(%)	▲0.3	▲1.4	▲15.5	▲0.8	▲30.3
<b>原油換算値</b> (kJ/千人)	144.6	142.7	137.5	133.8	121.9
対前年比(%)	▲3.3	▲1.3	▲3.6	▲2.7	▲8.9
<b>CO<sub>2</sub>排出量</b> (kg-CO <sub>2</sub> /千人)	257.6	245.1	226.3	206.5	178.4
対前年比(%)	▲2.3	▲4.9	▲7.7	▲8.7	▲13.6
<b>水道</b> (t/千人)	3.4	3.2	3.3	3.3	3.3
対前年比(%)	+6.2	▲5.9	+3.1	±0.0	±0.0

※エネルギー使用量 (kJ/年) (kJ/年)は原油換算値を使用

サステナビリティに関するデータはHPでもご覧いただけます。

<https://w.mdj.jp/1a22am/>

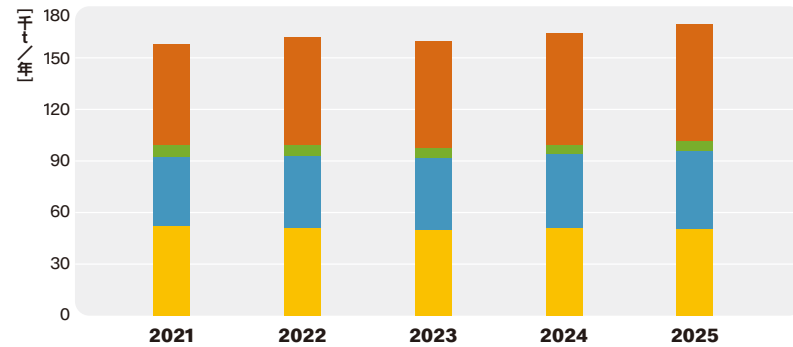


# 2025DATA Our Planet

## 環境データ推移

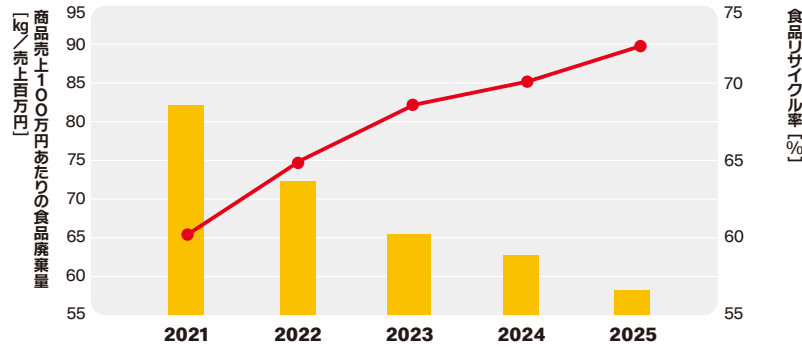
### 全店廃棄物排出量

● 食品類 ● 紙類 (パッケージ) ● プラスチック類 (パッケージ) ● 梱包材・他



### 商品売上100万円あたりの食品廃棄量 & 食品リサイクル率

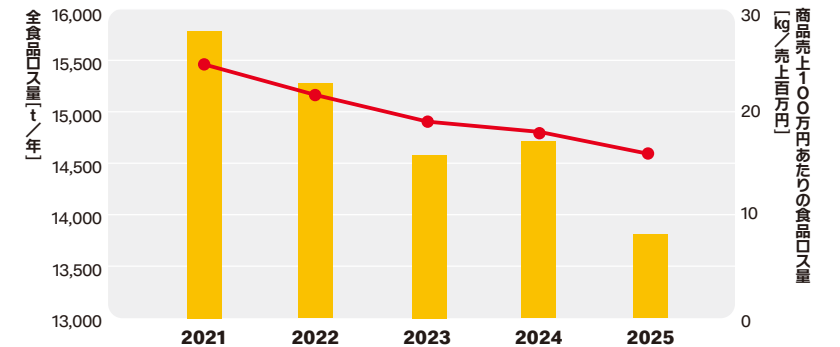
● 商品売上100万円あたりの食品廃棄量 ● 食品リサイクル率



※食品リサイクル法に基づくファーストフード店の発生抑制目標値=83.3 kg/百万円

### 全食品ロス量 & 商品売上100万円あたりの食品ロス量

● 全食品ロス量 ● 商品売上100万円あたりの食品ロス量



### 全店の食品・容器包装廃棄物量

	2021	2022	2023	2024	2025
全体(千t/年)	158.2	161.9	160.1	164.6	169.5
対前年比(%)	+9.9	+2.4	▲1.2	+2.8	+3.0
食品(千t/年)	52.3	50.8	49.9	50.8	50.4
割合(%)	33.1	31.4	31.1	30.9	29.7
対前年比(%)	+10.1	▲2.9	▲1.8	+1.8	▲0.8
食品リサイクル率 <sup>※1</sup> (%)	60.2	65.0	68.6	70.1	72.4
対前年比(ポイント)	+1.2	+4.8	+3.6	+1.5	+2.3
紙類 <sup>※2</sup> (千t/年)	40.1	41.8	41.4	43.0	45.3
割合(%)	25.3	25.8	25.9	26.1	26.7
対前年比(%)	+8.0	+4.3	▲1.0	+3.9	+5.3
プラスチック類 <sup>※2</sup> (千t/年)	6.5	6.7	6.0	5.8	6.0
割合(%)	4.1	4.2	3.7	3.6	3.5
対前年比(%)	+14.1	+3.7	▲10.4	▲3.3	+3.4
梱包材など(千t/年)	59.3	62.6	62.8	64.9	67.8
割合(%)	37.5	38.6	39.2	39.4	40.0
対前年比(%)	+10.8	+5.6	+0.3	+3.3	+4.5

### 商品売上100万円あたりの食品・容器包装廃棄物量

	2021	2022	2023	2024	2025
全体(kg/百万円)	248.2	230.3	210.0	203.0	195.5
対前年比(%)	▲0.3	▲7.2	▲8.8	▲3.3	▲3.7
食品(kg/百万円)	82.1	72.3	65.4	62.7	58.2
対前年比(%)	▲0.3	▲12.0	▲9.5	▲4.1	▲7.2
紙類(kg/百万円)	62.9	59.5	54.4	53.0	52.2
対前年比(%)	▲2.1	▲5.5	▲8.6	▲2.6	▲1.5
プラスチック類(kg/百万円)	10.2	9.6	7.8	7.2	6.9
対前年比(%)	+3.4	▲6.0	▲18.5	▲7.7	▲4.2
梱包材など(kg/百万円)	93.0	88.9	82.4	80.0	78.2
対前年比(%)	+0.4	▲4.3	▲7.3	▲2.9	▲2.3

### 全食品ロス量 & 商品売上100万円あたりの食品ロス量

	2021	2022	2023	2024	2025
全食品ロス量(t/年)	15,805.9	15,292.3	14,592.0	14,726.7	13,819.2
対前年比(%)	+4.9	▲3.2	▲4.6	+0.9	▲6.2
商品売上100万円あたりの食品ロス量(kg/百万円)	24.8	21.8	19.2	18.2	16.0
対前年比(%)	▲5.0	▲12.3	▲11.9	▲5.2	▲12.2

※1 食品リサイクル定期報告に基づく発生抑制を含む ※2 紙類とプラスチック類の和をパッケージとして算出

サステナビリティに関するデータはHPでもご覧いただけます。

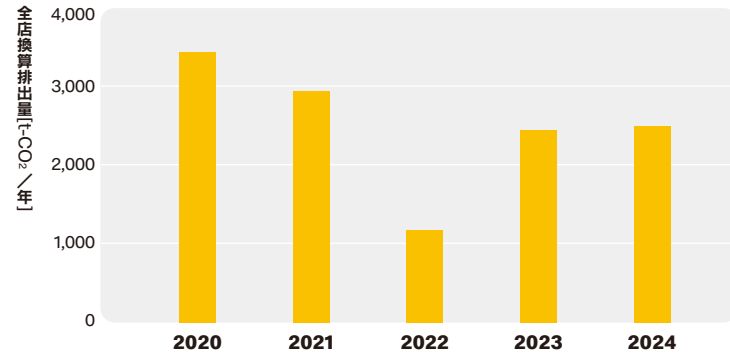


## 2025DATA Our Planet

### 環境データ推移

#### 全店フロン排出量

※4月から翌年3月までで算出



#### 廃棄物発生状況

##### 全店フロン排出量

	2020	2021	2022	2023	2024
フロン(t-CO <sub>2</sub> /年)	3,436	2,941	1,172	2,448	2,489
対前年比(%)	-	▲14.4	▲60.1	+108.9	+1.7

## 2025DATA Food Quality & Sourcing

### 食品安全



#### 食品安全にかかる重大な違反

食品安全監査機関から重大な違反を受けた件数

0 件



#### 食中毒の集団発生件数

0 件



#### 食品リコール件数、リコール総量

0 件 0 t



#### SQMS (サプライヤー品質マネジメントシステム)

GFSI規格要求事項に独自項目を追加した、さらに厳しい食品安全マネジメントシステムの要求事項を満たしたサプライヤーの割合

100 %



#### DQMP (物流倉庫品質マネジメントプログラム)

第三者による監査を実施し、当社の基準を満たした配送センター数・割合

14センター 100 %



#### 店舗の外部衛生監査

外部の検査会社を通じて実施された監査としての要件を満たした店舗数・割合

約 3,000 店舗 100 %

### 責任ある調達



#### FSC® 認証 (森林保全)

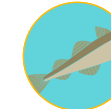
お客様向け紙製容器包装類、トレイマットおよび木製カトラリー類のFSC認証取得率

100 %

(FSC®N004151)



www.fsc.org



#### MSC 認証 (水産資源保全)

MSC認証取得漁業で獲られたフィレオフィッシュの白身魚の割合

100 %



MSC-C-57384



#### レインフォレスト・アライアンス認証 (持続可能な農業)

コーヒー豆のレインフォレスト・アライアンス認証取得率

100 %



Coffee ra.org/ja



#### RSPO 認証\*

(持続可能なパーム油の調達)

フライオイルのRSPO認証取得率

100 %

※マスマランス認証



#### ビーフ

森林破壊を伴わないサプライチェーンによる調達率

77 %

※マクドナルドグローバルの数値 (2024年)



#### 大豆

チキンの生育用の飼料大豆におけるRTRS®認証のクレジットの購入率

100 %

※責任ある大豆に関する円卓会議



# 2025DATA

## Jobs, Inclusion & Empowerment

### 人事データ



#### 従業員構成比率

##### オフィス社員

全社員数（正社員）

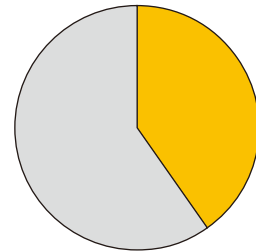
**2,780** 人

障がい者雇用比率<sup>※2</sup>

**1.79** %

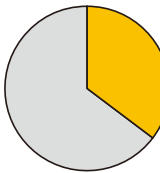
男女構成比率<sup>※1</sup>

男性 **59.9** %



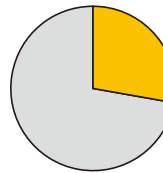
女性 **40.1** %

女性店長比率<sup>※1</sup>



**35.4** %

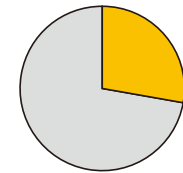
女性役員比率<sup>※1</sup>



**27.8** %

2030年度目標 **40** %

女性管理職比率<sup>※1</sup>



**27.8** %

##### クルー（アルバイト）

全国クルー人数

約 **220,000** 人

若い世代のクルー（24歳以下）

約 **140,000** 人

プレミアムエイジクルー（60歳以上）

約 **14,000** 人

外国人クルー

約 **24,000** 人



#### 職場環境

従業員エンゲージメント<sup>※2</sup>

**91.2** %

従業員サーベイのエンゲージメントに関する項目より算出

離職率<sup>※1</sup>

**9.4** %

月間平均残業時間<sup>※1</sup>

**18.7** 時間

有給休暇取得率<sup>※1</sup>

**59.3** %

育児休業取得後の復帰率<sup>※1</sup>

**100** %

男性の育児休業取得率<sup>※2</sup>

**53.0** %

出産・育児・介護休業制度利用者<sup>※1</sup>

**61** 人

男女の賃金格差

全労働者<sup>※2</sup>

**76.4** %

うち正規労働者<sup>※1</sup>

**77.4** %

うち非正規労働者<sup>※3</sup>

**96.9** %

男性の賃金に対する女性の賃金の割合

#### 地域ごとの平均時給

最低賃金は各都道府県により定められており、2025年は全国平均で1,121円となっています。いずれの地域においても最低賃金を100%担保すると共に、マクドナルドのグローバル報酬ポリシーに則り、役割と責任の大きさに基づく競争力ある報酬水準を設定しています。

#### 労働関連法規の遵守

マクドナルドはピープルビジネスであり、法令遵守の徹底を重視し、教育や体制づくりに取り組んでいます。



#### 教育研修・健康プログラム 受講者実績

##### ハンバーガー大学

受講従業員数、研修時間、カリキュラム数

約 **14,000** 人 延べ **96,030** 時間 **10** 種類

##### 健康・福祉増進プログラムの提供

社員の健康診断受診率<sup>※1</sup>

**98** %

ストレスチェック受診率<sup>※1</sup>

**86** %

※1 対象者は日本マクドナルド株式会社社員 ※2 対象者は日本マクドナルド株式会社社員およびクルー ※3 対象者は日本マクドナルド株式会社のクルー

サステナビリティに関するデータはHPでもご覧いただけます。

<https://w.mdj.jp/1a22am/>

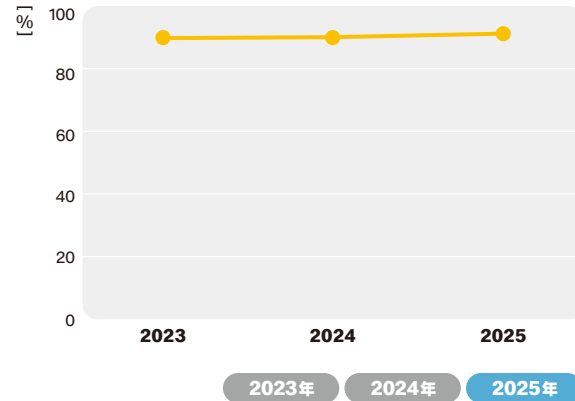


## 2025DATA

Jobs, Inclusion & Empowerment

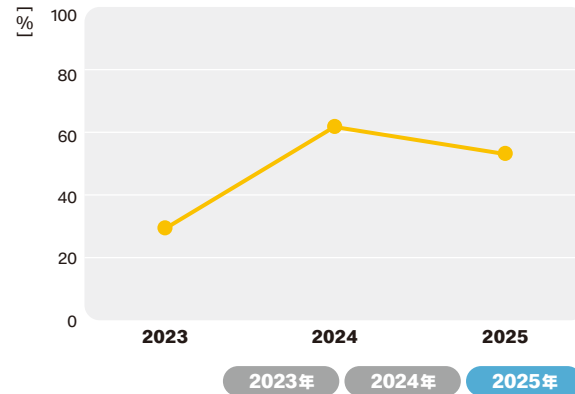
### 人事データ推移

従業員エンゲージメント\*1



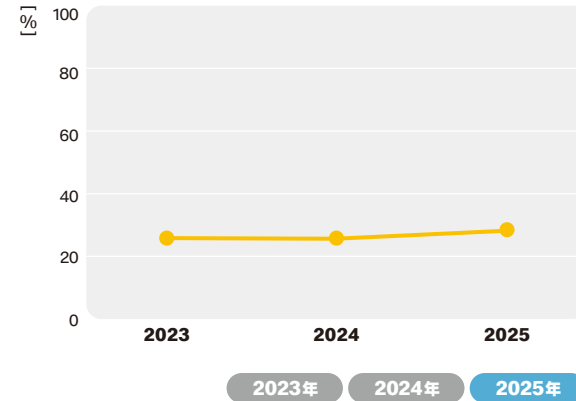
従業員エンゲージメント(%)	2023年	2024年	2025年
	89.8	90.1	91.2

男性の育児休業取得率\*3



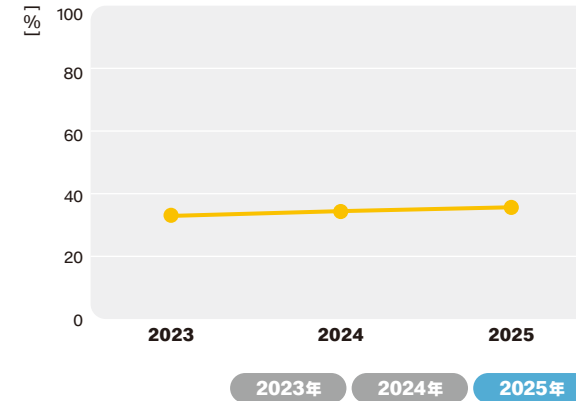
男性の育児休業取得率(%)	2023年	2024年	2025年
	29.3	61.5	53.0

女性管理職比率\*2



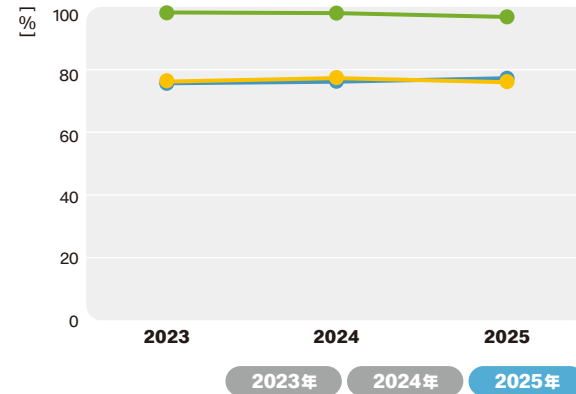
女性管理職比率(%)	2023年	2024年	2025年
	25.5	25.3	27.8

女性店長比率\*2



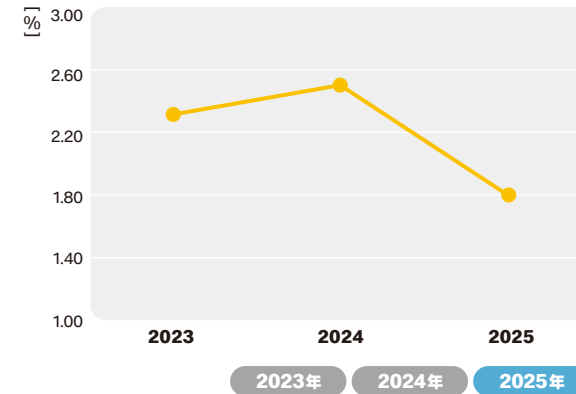
女性店長比率(%)	2023年	2024年	2025年
	32.7	34.2	35.4

男女の賃金格差



全労働者*3(%)	2023年	2024年	2025年
	76.6	77.7	76.4
うち正規労働者*2(%)	2023年	2024年	2025年
	75.8	76.3	77.4
うち非正規労働者*4(%)	2023年	2024年	2025年
	98.3	98.1	96.9

障がい者雇用比率\*3



障がい者雇用比率(%)	2023年	2024年	2025年
	2.31	2.50	1.79

## 2025DATA

Community Connection

### 社会貢献活動支出額

総額

701,547,626 円

うち 非営利団体への寄付額

22,673,900 円

\*1 従業員サーベイのエンゲージメントに関する項目より算出しています。対象者は日本マクドナルド株式会社社員およびフルー \*2 対象者は日本マクドナルド株式会社社員 \*3 対象者は日本マクドナルド株式会社社員およびフルー \*4 対象者は日本マクドナルド株式会社のフルー

サステナビリティに関するデータはHPでもご覧いただけます。

<https://w.mdj.jp/1a22am/>



## 第三者意見

マクド（関西人としてあえてこう呼ばさせていただきます）は、子どもの頃から、身近ながら特別な存在でした。わが家は、母が専業主婦で、料理もお菓子も手作りが多かったので、子どもの頃、日常的に外食や中食（買ったものを家などで食べることを）をすることはありませんでした。ですが、週末に出かけた際には、家族連れでも気楽に入れて、いろいろ選べるマクドで食べることもあり、それがとても楽しみでした。

頼むのはいつもホットケーキかフィレオフィッシュ……。特にフィレオフィッシュは、当時の私の味覚の幅を大いに広げる存在で、なんとも言えぬ衝撃であったことを、今でも覚えています。それがまさか、持続可能な水産資源であることを証明するMSC「海のエコラベル」の代名詞になる日が来るとは……。2年連続のMSCジャパン・アワード受賞は素晴らしいことです。

大学では、地球環境問題を専攻しました。また、「京大ゴ三部」というサークルを立ち上げ、環境活動も始めました。そこで、様々な思想の方との出会いがあり、中にはマクドを、グローバルイゼーションや食事スタイルの面などから批判的に語る方もおられました。物事には必ず良い点・悪い点があると思います。私は、地球環境問題のように、難しいけれども、多くの方の理解と協力が必要な課題においては、まずは良い点を強調し、前向きな取り組みを伸ばすべきと考えています。日本ではなかなか広がらない持続可能な責任ある調達やアニマルウェルフェアといった概念についても、グローバルスタンダードとして取り組む日本マクドナルドに、大きな期待を寄せています。

大学院卒業後、教員として大学に残った私は、初となる「京都大学環境報告書」の発行に携わることになりました。データ集めからのスタートで大変でしたが、何より悩んだのは、誰に、何のために読んでもらうか?でした。特に学内の意見は割れ、肅々と事実だけ書けばよいという声もありました。しかし、単なるデータ集ではなく、サステイナブルキャンパス構築に向けたアクションの出発点にしたいという強い思いを持って編集にあたりました。マクドの報告書を手にした際にも、どうしてもそのような目線で隅から隅まで読んでしまいました。かなりのボリュームですが、多くのページがわかりやすくデザインされ、小学生でも学べる内容です。他方、目標値や計画、データ集など、専門家にとっても読みごたえのあるコンテンツも押さえられています。常に多様な方々と向き合っているマクドの本領が、ここでも発揮されているのかもしれない。

こみ・資源循環研究の専門家として、特に評価・注目しているのは、定着してきたハッピーセットのおもちゃ／廃棄物の削減・リサイクルなどに加えて、新たに2025年11月に導入された「ストローレスリッド」です。世界的課題であるプラスチック問題への対策ですが、いずれも消費者の方の理解・協力がなければ継続できません。研究者としてモニタリングを続けたいと思います。

学びの玉手箱のようでしたが、一点だけ申し上げるとするならば、成果のみならず、今後の課題などの記載もあってもよいかもしれません。課題を共に解決する共創の時代へ……。マクドがいつまでも身近で特別な存在であることを願っています。



総合地球環境学研究所  
副所長・教授  
あさり みすず  
**浅利 美鈴**