

# 日本マクドナルド株式会社



2016年12月22日  
コーポレートリレーション本部  
CSR部 岩井 正人

# 現況報告

## 2015年末

### McDonald Now

#### > GLOBAL

more than  
**36,000** restaurants  
in more than  
**110** countries

approximately  
**70** million  
daily **Customers**

approximately  
**1.9** million  
**Employees**

more than  
**80** % restaurants  
are owned by  
**Franchisees**

#### > JAPAN

全国47都道府県に  
**2,954** 店舗

年間あたりの来客数  
約 **10** 億人

フランチャイジー比率  
約 **70** %

従業員数  
約 **12** 万人



# CSRレポート

ホーム / 会社情報 / CSRレポート



メニュー

キャンペーン

見える、  
マクドナルド品質

ファミリーサービス

お店をさがす

採用情報

会社情報

社会とのつながり

マックデリバリー

ページ検索

## CSRレポート

マクドナルドが取り組むさまざまなCSR活動を、コーポレートガバナンスを基盤とし、次の5つの分野に分けて報告しています。5つの活動分野の内訳は、「フード(商品・品質管理)」「ソーシング(原材料調達)」「ピープル(従業員)」「コミュニティ(社会貢献)」「プラネット(環境)」となっています。マクドナルドの社会的責任に対する考え方や実践している取り組みを開示することで、多くのステークホルダーの皆様とともに持続可能な社会の構築を図っていきたくと考えています。

### マクドナルドCSRレポート2015



🔗 CSRレポート2015(日本語版)(15.0MB) / (English ver.)(8.68MB)

🔗 トップメッセージ・CSRの考え方(1.18MB)

🔗 私たちの責任とは(商品・品質管理・原材料調達)(2.10MB)

🔗 マクドナルドを支え、成長させるもの(従業員)(1.50MB)

🔗 ありがとうの感謝を込めて(社会貢献)(2.24MB)

🔗 地球のことを考えて行動する(環境)(3.35MB)

🔗 コーポレートガバナンス(752KB)

🔗 食の安全と品質に関する取り組み(562KB)

※CSRレポート(PDFファイル)が開けない場合は[こちら](#)  
これより先は外部サイト(CSR図書館.net)へ移動します

過去のCSRレポート

# マクドナルドのCSR



## Food (商品・品質管理)

「食」を提供する企業として、商品の安全を確保し、いつでも、どこでも、安心して食事をしていただくために品質管理が最優先の社会的責任です。



## Sourcing (原材料調達)

商品の原材料調達における生産者との関係、調達のプロセスは食の安全確保のために重要な要素であり、商品の安全を保障する原点です。



## People (従業員)

マクドナルドのビジネスはピープルビジネスであり、人の成長が企業の成長をつくるというポリシーのもと、人の成長をサポートしています。



## Community (社会貢献)

「私たちがいつも支えてくださっている地域の皆様へお返しをする義務がある」という考えが私たちの社会貢献の原点となっています。



## Planet (環境)

環境配慮は事業活動を行う企業の社会的責任であるという基本的な考えのもと、常に最適化を図る視点を持って環境対応に臨んでいます。

# 地球のことを考えて行動する

企業は、事業活動を行った結果として現れる環境への影響を考え、それをゼロに近づける努力をする責任があります。

事業活動を行えば、そこでさまざまな形でエネルギーが使われ、資源を消費し、温室効果ガスを排出します。

製造と販売においては必ず廃棄物が出ます。

事業活動が環境と密接に関連していることを自覚し、

マクドナルドでは「地球のことを考えて行動する」を環境理念とし、事業活動と環境の関係を意識して、

常にどのように行動するべきかを考えて

環境活動に取り組んでいます。

マクドナルドには、

「状況を把握し、効率を最適化する」という考え方があります。

これは環境に限ったことではなく、すべての行動に反映されるものです。

この考え方にに基づき、まず状況を知る努力を創業当時から行ってきました。

水光熱の定期検針作業や、廃棄物の計量、本部からの情報に基づき、店舗は自らの状況を把握し、取るべき方向を明確に意識して行動しています。



# 廃棄物について

廃棄物に関しては、ゴミを出さないことを基本に  
 廃棄量の少ないオペレーション（メイド・フォー・ユー）の  
 導入を行うとともに  
 出た廃棄物に関してはリサイクルの方向を追求しています。  
 廃食油はほぼ100%リサイクルされています。  
 他の食品廃棄物に関しても  
 分散型食品リサイクルの方向を進めています。

店舗減少、業績の低下から廃棄物量は全体に減少傾向にあります。  
 食品リサイクル率が前年より0.8ポイント減少となり、  
 現場管理の強化とともに  
 廃食油以外のリサイクルの推進が今後の課題と考えます。  
 紙製容器包装類に関しては2020年までに  
 すべてFSC®森林認証を得たものにすることを決定しました。

FSC ライセンス番号：FSC®N002365

## 2015年廃棄物量の状況

### 全店の廃棄物量

**106.3** 千t/年 (対前年-17.4%)

#### 食品廃棄物



**39.8** 千t/年  
(対前年-15.3%)

#### 紙製廃棄物



**26.7** 千t/年  
(対前年-18.1%)

#### プラスチック製廃棄物



**4.2** 千t/年  
(対前年-25.0%)

#### その他



**35.6** 千t/年  
(対前年-18.0%)

### 客数千人あたりの廃棄物量

**89.3** kg/千人

#### 食品廃棄物



**33.5** kg/千人

#### 紙製廃棄物



**22.4** kg/千人

#### プラスチック製廃棄物



**3.5** kg/千人

#### その他

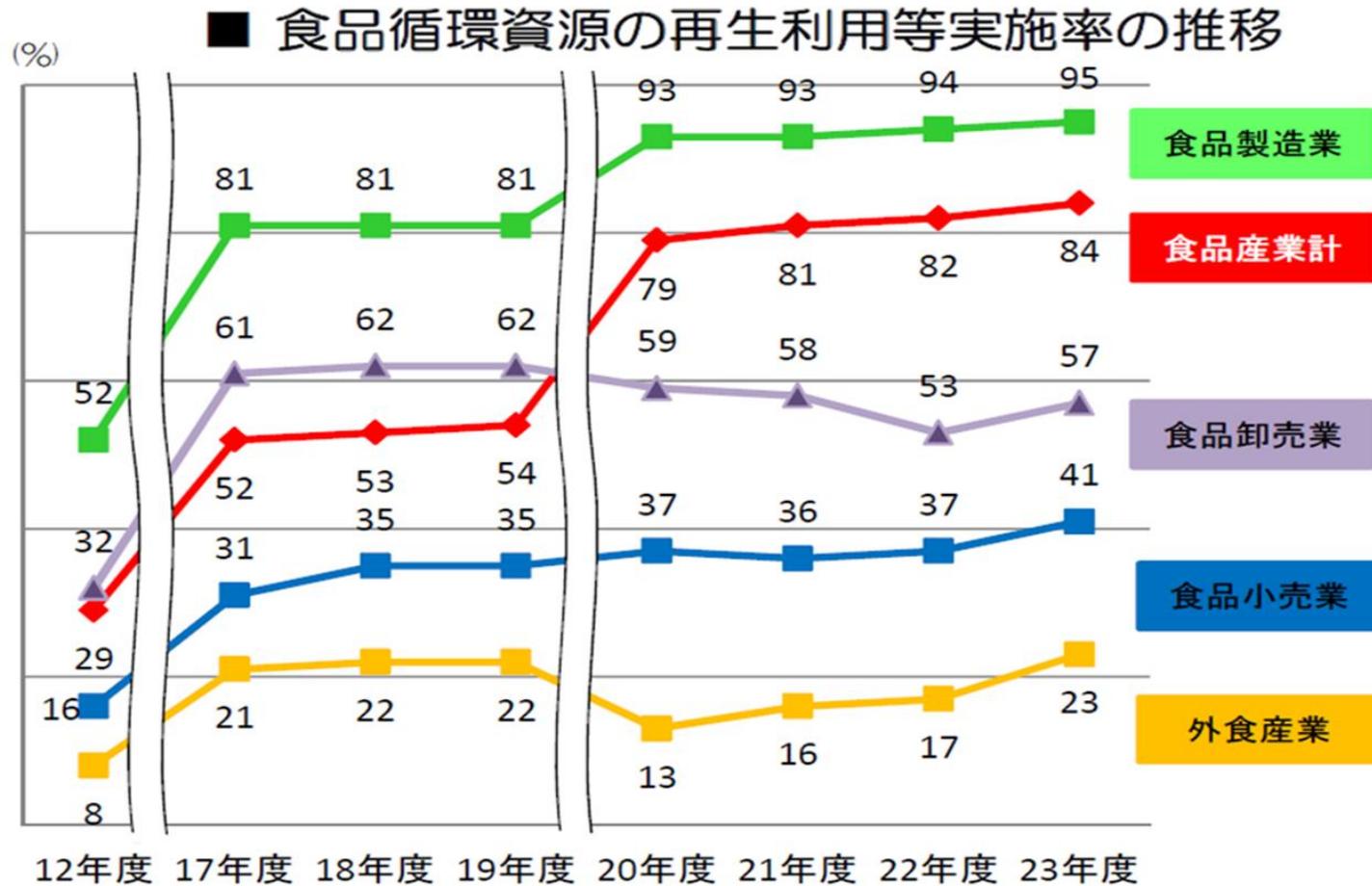


**29.9** kg/千人

**食品廃棄物リサイクル率 49.3%** (対前年-0.8ポイント、飲食業界目標50%)



# 食品リサイクル率の推移



# H31年までの再生利用実施率目標

- 平成27年7月に公表されました基本方針では、平成31年度までに業種全体でシヨク本製造業は95%、食品卸売業は70%、食品小売業は55%、外食産業は50%を達成するよう目標が設定されています。食品関連事業者の皆様方におかれましては、引き続き、別に定める基準実施率に従って、食品リサイクルに取り組んでいただきますよう、お願いいたします。

## 基本方針の実施率目標

(目標年度:平成31年度)				
	これまでの目標		新たな目標	
食品製造業	85%	⇒	95%	
食品卸売業	70%	⇒	70%	
食品小売業	45%	⇒	55%	
外食産業	40%	⇒	50%	

# 外食産業発生抑制の目標

【外食産業における食品廃棄物の発生抑制の目標値(平成26年4月)】

業種	業種区分	目標値	
外食産業	食堂・レストラン(麺類を中心とするものを除く。)、居酒屋等	152	kg/百万円
	食堂・レストラン(麺類を中心とするものに限る。)	175	kg/百万円
	喫茶店、ファーストフード店、その他の飲食店	108	kg/百万円
	持ち帰り・配達飲食サービス業(給食事業を除く。)	184	kg/百万円
	給食事業	—	kg/百万円

# マクドナルドで食べ残しを見ないのはなぜ？

## 発生抑制の取り組み①

- 様々な大きさのバーガー類を用意しています。お客様の胃袋に合わせて注文できます。
- ドリンクやポテトの大きさも胃袋に合わせてご注文できます。
- 牛肉、豚肉、鶏肉、魚、卵などの主要食材を豊富にラインアップしています。



# マクドナルドで食べ残しちゃったら？

## 発生抑制の取り組み②

- お客様が残したものを  
お持ち帰りしたいという  
ご要望があれば、大き  
さに見合った袋をご用意  
させていただきます。



# マクドナルドのアルバイト教育って？ 発生抑制の取り組み③

『コーヒーにミルクと  
シュガーはひとつづつで  
よろしいですか？』

例えばシュガー1個3g、  
3000店舗で9kg・・・

最前線でも発生抑制(もつ  
たいたない協力)をこころが  
けています。



# 発生抑制の取り組み

## MFY(受注製造販売)システム



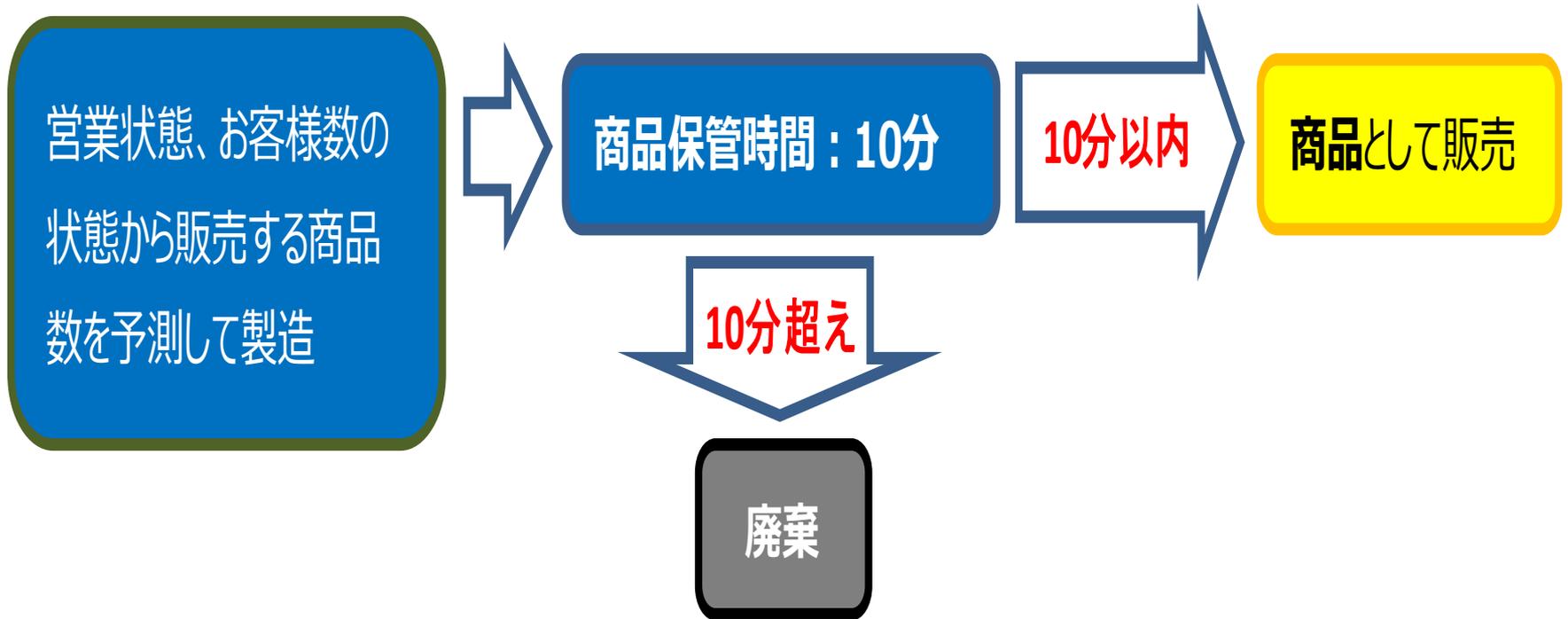
Made For You  
お客様のご注文をいただいてから製造するシステム



作り置きシステムでは、  
時間内に販売できない場合  
商品を破棄するために  
販売ロスが発生する

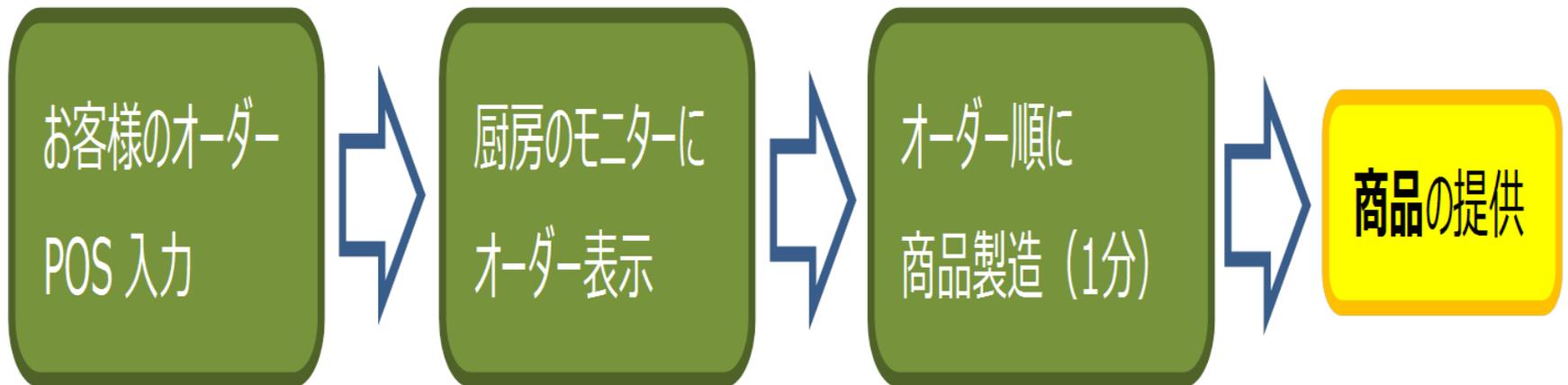
# MFYシステム

以前：作り置き



# MFYシステム

## MFY(受注生産)システム



# 新たな取組として FSC認証された商品の使用

FSC®

= Forest Stewardship Council®  
(森林管理協議会)

FSC®は、国際的な森林認証制度を作るために環境保護団体や林産業者などにより1993年に設立された非営利組織で、本部はドイツにあります。

FSC®は、「環境」の観点だけではなく、「社会」「経済」の3面から適切な林業(森林管理)のあり方を模索し、右の"10の原則"と基準を定めました。

FSC®森林認証制度はこの基準に沿って、独立した第三者の審査機関が審査を行い、認証していく仕組みです。

# FSC® 10の原則

- 法律、国際的な取り決め、FSC®の原則を守っている
- 森を所有する権利や利用する権利が明確になっている
- 昔から森に暮らす人々（先住民）の伝統的な権利を尊重している
- 地域社会や森で働く人に十分な配慮をしている
- 豊かな収穫があり、地域からも愛され利用されている森である
- 多くの生物がすむ豊かな森である
- 調査した情報を基に計画を作り、実行している
- 適切な森林管理を行っているかどうか、定期的にチェックしている
- 保護すべき貴重な森を守り育てている
- 植林による人工林の形成が、自然の森に影響を及ぼしていない



# TOIPC FSC宣言(2014年)

グローバル マクドナルド 調達方針をプレスリリース

- 2014年4月21日 -

WHAT WE'RE FOCUSED ON - GOOD SOURCING

## OUR 2020 ASPIRATIONAL GOALS



### Beef: Support Sustainable Production

Lead development of global principles and criteria in 2014.  
(goal achieved)

Begin purchasing verified sustainable beef during 2016.  
(goal achieved)

Develop targets for purchasing sustainable beef.

~~100% of coffee, palm oil and fish verified as supporting sustainable production~~

100% of fiber-based packaging from certified or recycled sources by 2020.



2020年迄に紙製品である包材は、すべて(100%) 認証されたものを調達します

# FSC認証取得

- CSRとは、自社で決めるものではなく、社会によって認められるものでなければならないという発想がCSRの原点であると理解しています。
- 2015年、パリで開催されたCOP21では2020年からすべての国が協調して地球の気温上昇を2°C以下(可能であれば1.5°C以下)に下げるという決議が採択されました。
- SDGs(持続可能な開発目標)の取り組みの一環として企業としての役割を果たしていく行動のひとつです。
- グローバルマクドナルドも循環型社会の実現、持続可能な社会への実現を目指す社会の一員としてFSC認証に着目しました。
- 日本マクドナルドも持続可能な社会の実現に向けて動き出しました。

# なぜFSC認証取得なのか？

- ①明確な基準
- ②ステークホルダーの合意
- ③国際統一基準
- ④第3者による認証
- ⑤第3者が定期的に基準の適否を確認

FSC認証は上記5点が整えられている

COC認証も整備されている

※現在最も信頼置ける国際的な認証制度のひとつであると  
考えています



オリンピックとマクドナルド

# Olympics & McDonald's

マクドナルドとオリンピックの関係は、1968年のグルノーブル冬季オリンピックでのエピソードから始まります。1976年のモントリオールオリンピックのオフィシャルスポンサーとしてサポートを正式に開始して以来、継続的にサポートを行っています。次の東京オリンピックに向けてさまざまな計画を進めています。

マクドナルドがオリンピックのサポートを続けている背景にはマクドナルドの価値観とオリンピック精神に共通するものが存在するからであり、マクドナルドの創業からのゆるぎない姿勢があるからと考えています。



2020 東京

1968 グルノーブル

マクドナルドとオリンピックの出会い  
(ハンバーガーをアメリカの選手に空輸)



official restaurant

2012 ロンドン

ボランティアプログラムをサポート

1976 モントリオール

オフィシャルスポンサーとして  
サポート開始

1998 長野

ワールドワイドオリンピックパートナーとして  
世界レベルでサポートを開始

1996 アトランタ

オフィシャルレストランとして初めてオリ  
ンピックでフード提供