

平成14年度6月 中間決算説明会

平成14年8月9日(金)

日本マクドナルドホールディングス株式会社

本日の予定

- I. 中間決算の概要
- II. 当期の戦略・成果
- III. 下期の戦略・計画
- IV. 質疑応答

I. 中間決算の概要

McDonald's®

I-1. 当中間期のハイライト

市場・業界環境

- 外食市場(個人経営含む)は26兆9千百億円(前年比1.5%減)。4年連続マイナス。
- 既存店売上高、外食55ヶ月、スーパー42ヶ月、コンビニ12ヶ月の連続マイナス続く。
- 飲食業界全体では、昨秋に端を発したBSE問題や不正表示問題、食品添加物問題により「食全体への不安」が消費マインドに影響。

主な業績・成果

- 来客数回復の遅れにより、売上高減少。(前中間期比13.9%減)
- 「食の安全性」を訴求する活動を積極的に展開。
- エブリデースマイルメニュー(2/14~)により価格、メニューの改定に着手。
- 多極化する消費ニーズに対応して、プレミアムコーヒー、マックトーキョーメニューを拡大。

I -2. 当中間期の決算概要

(単位:億円)

	2001.6 (前中間期)	2001.12 (前期)	2002.6 (当中間期)	前中間期比 (増減額)	前中間期比 (増減率/%)
システムワイドセールス	2,208	4,389	1,962	△245	△ 11.1
売上高	1,847	3,637	1,583	△264	△ 14.3
直営店売上高	1,696	3,334	1,450	△ 246	△ 14.5
FC収入	141	282	123	△ 18	△ 12.9
その他売上高	9	20	9	0	0.3
営業利益	133	208	28	△ 105	△ 78.7
経常利益	126	189	24	△ 101	△ 80.5
税引前当期利益	144	207	27	△116	△80.8
当期純利益	75	101	14	△ 61	△ 81.4
EPS(1株当たり純利益)(円)	62.81	80.73	10.63	△ 52.1	△ 83.1

I-3. 原価及びフランチャイズ収支分析

■売上原価率・販管費率・営業利益の推移



直営店売上原価

材料費: 売上高比	△0.3%
人件費: 売上高比	+1.1%
その他: 売上高比	+1.9%

フランチャイズ売上原価

売上高比	+1.3%
------	-------



I -4. 財政状態

(単位: 億円)	2001.12 (前期末)	2002.6 (当中間期末)	増減額
流動資産	665	486	△ 178
(現金及び預金)	485	342	△ 143
(売掛金)	103	74	△ 28
(その他)	76	69	△ 6
固定資産	1,857	1,849	△ 7
有形固定資産	769	770	0
無形固定資産	57	55	△ 1
投資その他の資産	1,030	1,023	△ 6
資産合計	2,522	2,336	△ 186
流動負債	761	669	△ 91
固定負債	166	90	△ 75
負債合計	927	760	△ 167
資本合計	1,594	1,575	△ 19
負債・資本合計	2,522	2,336	△ 186
自己資本比率	63.2%	67.4%	4.2%
1株当たり純資産(円)	1,199	1,185	△ 14.54

流動資産

前期末債務の決済及び借入金の返済により

現預金143億円減

セールス低迷により

売掛金28億円減

貯蔵品6億円減

固定資産

預託保証金の回収が進み

敷金保証金10億円減

日本トイザラス株式評価

11億円増

有利子負債

借入金返済 52億円

総資産と株主資本

利益配当金 39億円

有価証券評価差額金 6億円



I -5. キャッシュフロー分析

(単位:億円)

	2001.6 (前中間期)	2001.12 (前期)	2002.6 (当中間期)	前中間期比 増減額
営業活動キャッシュフロー	125	165	12	△112
(うち、減価償却費)	(58)	(123)	(46)	(△11)
投資活動キャッシュフロー	△108	△175	△64	43
(うち、設備投資額)	(△113)	(△192)	(△73)	(△40)
財務活動キャッシュフロー	△90	242	△91	1
現金及び現金同等物の(中間)期末残高	179	484	340	161

- **営業活動によるキャッシュ・フロー**
税引前中間純利益が大幅に減少したことにより、前年同期比112億円減(△89.8%)
- **投資活動によるキャッシュ・フロー**
出店抑制が主な要因となり、設備投資額は、前年同期比40億円減少(40.4%)
- **財務活動によるキャッシュ・フロー**
当中間期の91億円支払超は、借入金返済と配当金の支払によるもの

Ⅱ. 当期の戦略・成果

McDonald's®

Ⅱ-1. 当期の戦略

持株会社体制への移行

日本マクドナルドホールディングス
株式会社



McDonald's

Ⅱ-2. 当期の戦略

日本マクドナルド株式会社

既存店の強化

エリア内における売上、利益の向上
スクラップ&ビルド、リロケートの促進

「ブランド」マーケティングの強化

プレミアムコーヒーの導入
マックトーキョーの拡大
メイド・フォー・ユーの拡大

新商品開発と品質訴求の強化

安全性の訴求
品質に“こだわった”商品開発

= 組織改革 =

地区本部への権限委譲

- 関東地区本部
- 中央地区本部
- 関西地区本部

店舗開発部門
マーケティング部門
フランチャイズ部門
人事部門

Ⅱ-3. 既存店の強化（スクラップ&ビルド、リロケート）



（出店220／閉店130）

McDonald's

II-4. 当上期の実績(店舗展開)

■出店と閉店の状況(上期推移)



■リロケートの状況(上期推移)

	2001.6 (中間期)	2000.12 (通期)	2001.6 (前中間期)	2001.12 (通期)	2002.6 (当中間期)	2002.12 (通期計画)
出店	117	399	112	285	101	220
標準店舗	48	151	42	100	31	95
サテライト店舗	69	248	70	185	70	125
閉店	28	59	33	61	50	130
標準店舗	7	21	11	23	16	50
サテライト店舗	21	38	22	38	34	80
純増	89	340	79	224	51	90
標準店舗	41	130	31	77	15	45
サテライト店舗	48	220	48	147	36	45

II-5. ブランド戦略の強化



プレミアムコーヒー
全国で915店舗導入

「マックトーキョー」メニュー拡大
全国で2865店舗実施



McDonald's

Ⅱ-6. 当上期の実績 (MFY推移)

新調理システム「メイド・フォー・ユー」導入店舗が着実に増加

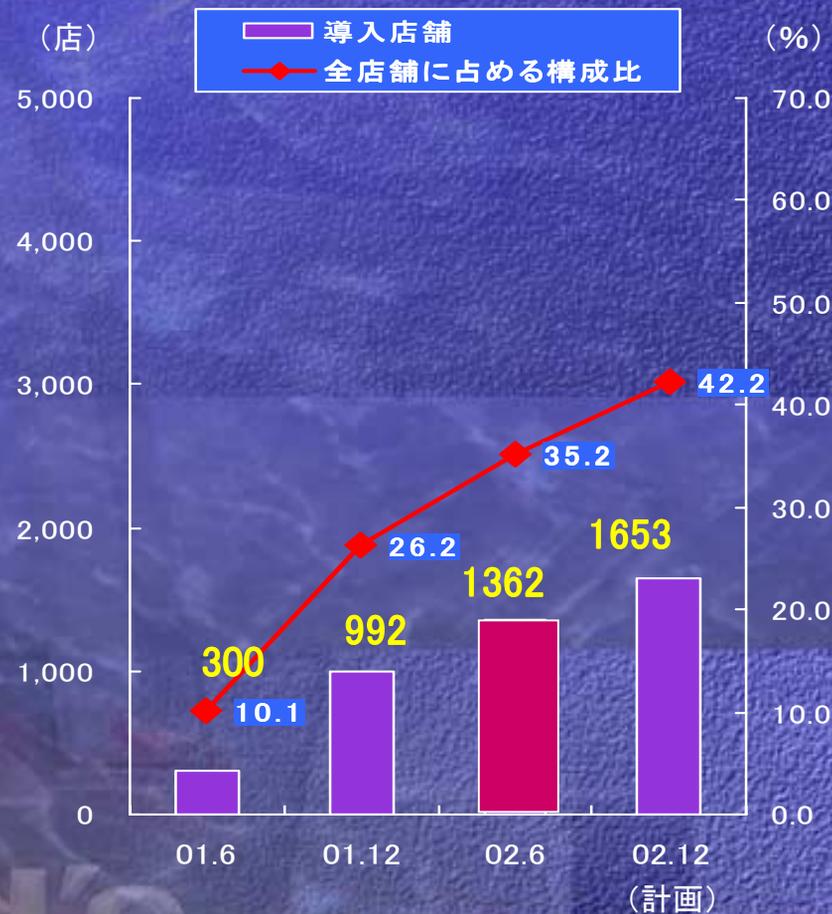
■導入店舗の状況



商品カアップ

食材ロスの削減

メニューのバラエティー化



II-7.品質訴求の強化



オーストラリアの大自然の中、マクドナルドの牧場で育つ牛は、天然の牧草と自然な穀物だけを飼料にしています。厳しい品質管理とクリーンな飼育環境から生まれる、安心できるおいしさ。

もっと、おいしく。もっと、安心を。マクドナルド



【品質向上】おいしく安心していただく「安心マーク」
オーストラリアの自然環境と、厳格な品質管理のもと、清潔な畜舎と十分な飼料と適切な飼育によって育み育てられているオーグービー・オーストラリア産牛肉。この「安心マーク」は、MCA（オーストラリア産牛肉品質保証協会）の厳格な品質管理とクリーンな飼育環境から生まれる、安心できるおいしさの証です。

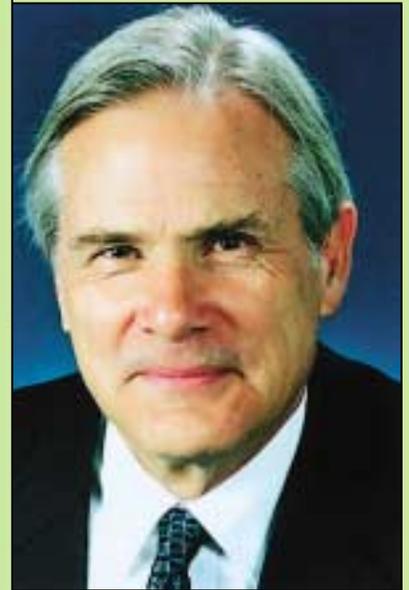


なるほどおいしい、なるほどあんしん。
マクドナルド
おいしさのひみつ
オーストラリア産ビーフ&新鮮レタス編 Vol.3

栄養成分表
付き



もっと、おいしく。
もっと、安心を。
マクドナルド



【品質向上】おいしく安心していただく「安心マーク」
オーストラリアの自然環境と、厳格な品質管理のもと、清潔な畜舎と十分な飼料と適切な飼育によって育み育てられているオーグービー・オーストラリア産牛肉。この「安心マーク」は、MCA（オーストラリア産牛肉品質保証協会）の厳格な品質管理とクリーンな飼育環境から生まれる、安心できるおいしさの証です。

お客様サービス部 03-5561-0100-4919
（土曜・日曜・年末年始を除く）03-5561-17200
お客様サービス部公式ホームページ <http://www.mcdonalds.com.jp/>

日本マクドナルド株式会社
〒140-0126 東京都中央区銀座6-1-1 銀座ダイアモンドタワー
TEL: 03-5561-0100 発行人: 本報局 2009年10月号

【公式サイト】
www.mcdonalds.com/jp/ 詳細情報はこちら。

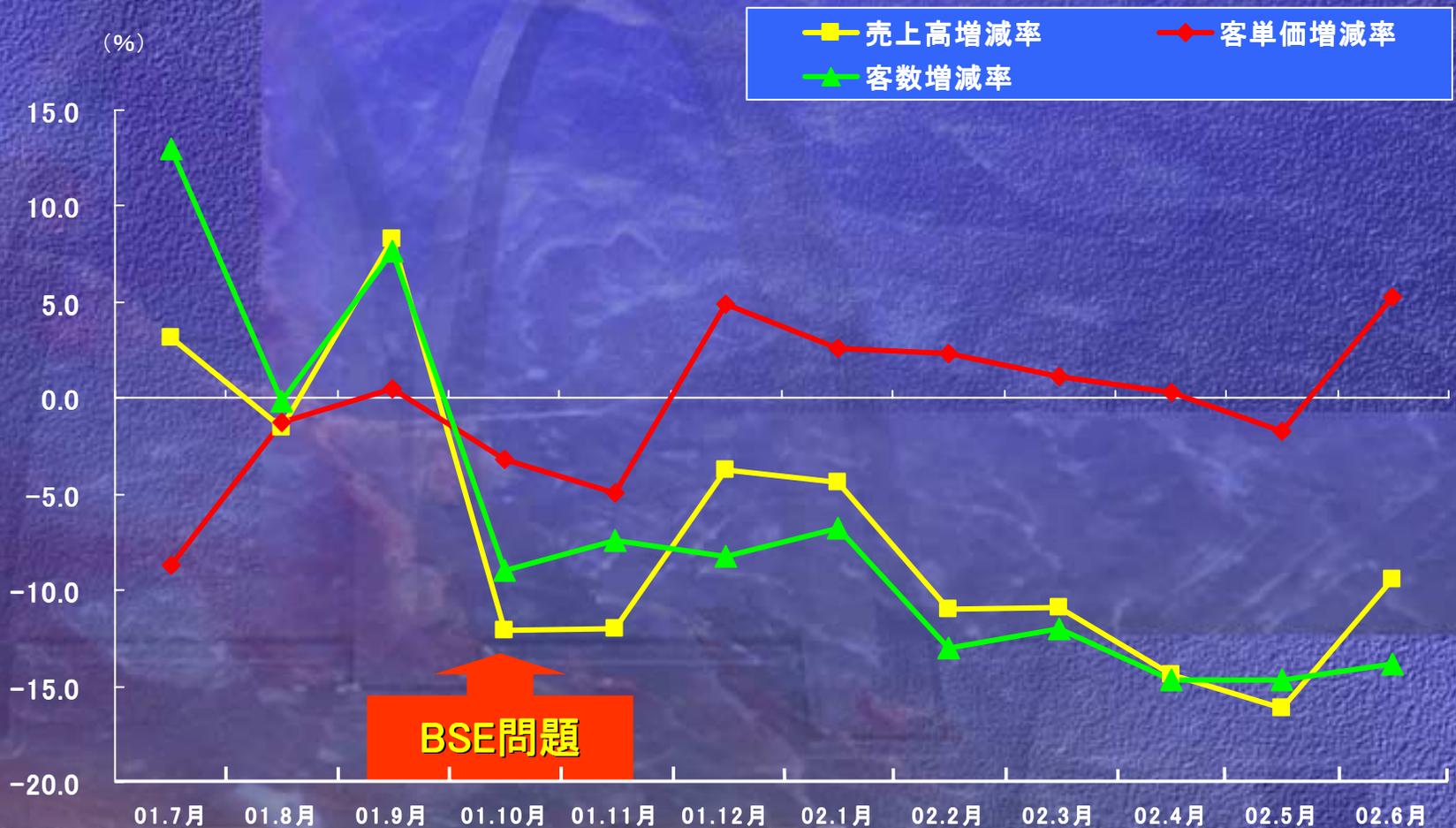


Ⅲ. 下期の戦略・計画

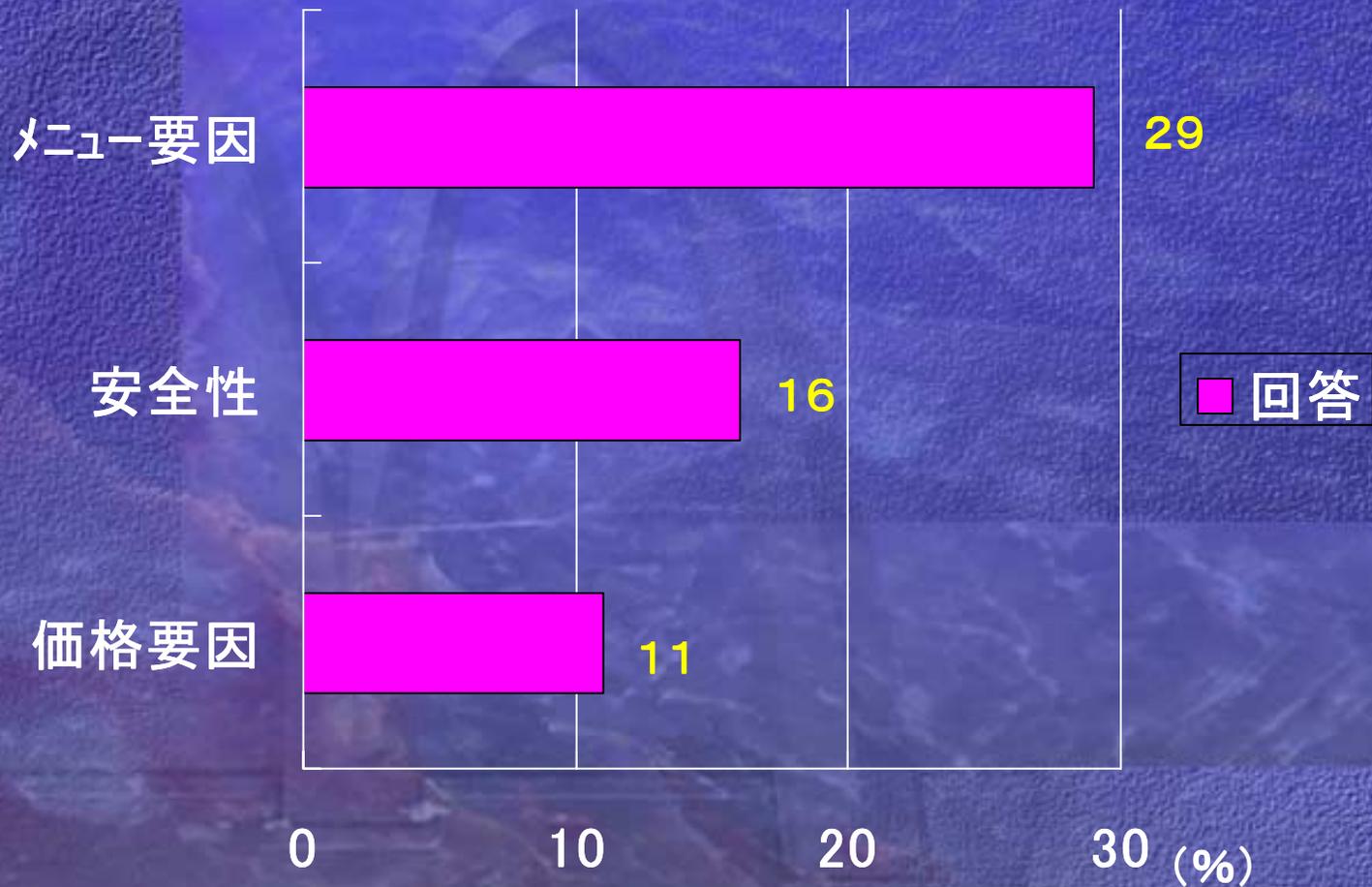
McDonald's®

Ⅲ-1. 当上期の実績(全店:売上推移)

■前年同月比の増収率・客単価増減率・客数増減率



Ⅲ-2.マクドナルド利用回数の減少理由



マクドナルド調査、本年4月

使いこなそう。マクドナルド。

マクドナルドにしてほしいこと、うかがいました。

「お茶したいな」 「おトクなのがほしいな」

「いろいろ食べたいな」 たくさんのご希望に

お応えして、どんな時でも楽しんでいただける、

いろんなマクドナルド”はじめます。



※お茶はマクドナルドのメニューにはありません。マクドナルドのメニューにはありません。

なっ得バリュー

※お茶はマクドナルドのメニューにはありません。マクドナルドのメニューにはありません。



290 ハッピーセット

※お茶はマクドナルドのメニューにはありません。マクドナルドのメニューにはありません。

なっ得バリュー
¥360 セット

※お茶はマクドナルドのメニューにはありません。マクドナルドのメニューにはありません。

新プロジェクト
開発中

McDonald's

複合型のマーケティング



AC

新プロジェクト
開発中

AC

Brand



TC/AC

Promise

なっ得バリュー
¥360 セット

AC

なっ得バリュー

TC

TC: 客数
AC: 客単価

McDonald's

Ⅲ-3. 通期計画

	2001.6	2001.12	2002.6	2002.12	前期比	
	(前中間期)	(前期)	(当中間期)	(通期計画)	(通期ベース) 増減額 (億円)	増減率 (%)
(単位:億円)						
システムワイドセールス	2,208	4,389	1,962	4,250	△139	△3.2
売上高	1,847	3,637	1,583	3,394	△243	△6.7
直営店売上	1,696	3,334	1,450	3,097	△237	△7.1
FC店収入	141	282	123	277	△5	△1.8
その他売上高	9	20	9	20	0	0
営業利益	133	208	28	121	△87	△41.9
経常利益	126	189	24	110	△79	△41.8
税引前当期利益	144	207	27	112	△95	△45.8
当期純利益	75	101	14	61	△40	△39.6



McDonald's

IV. 質疑応答

McDonald's®