



McDonald's CSR Report 2015

企業概要

日本マクドナルド株式会社

所在地 〒163-1339 東京都新宿区西新宿6-5-1
新宿アイランドタワー

電話 03 (6911) 5000 (代表)

設立 1971年 (昭和46年) 5月1日

資本金 1億円 (2015年12月31日現在)

事業内容 ハンバーガー・レストラン・チェーンの経営並びに
それに付帯する一切の事業

店舗数 2,954店 (2015年12月31日現在)

売上高 376,552百万円 (直営店・フランチャイズ店合計売上)

従業員数 正社員／2,497名 (役員・契約社員などを除く)
パートタイマー／55,234名 (直営店)
(2015年12月31日現在)

Contents

企業概要・目次・編集方針など	1
トップメッセージ・マクドナルドのCSR	2
私たちの責任とは	3
ハンバーガーがお客様に届くまで	4
安全と安心を提供したいから	5
マクドナルドを支え、成長させるもの	6
「人」を育てる	7
豊かな生活を送るために	8
ありがとうの感謝を込めて	9
笑顔のために	10
未来をつくる子供たちのために	11
地球のことを考えて行動する	12
エネルギーについて	13
廃棄物について	14
コーポレートガバナンス	15
コンプライアンス&リスクマネジメント	16
食の安全と品質に関する取り組み	17

編集方針

本レポートでは、マクドナルドが取り組む5つの領域からなるCSR (企業の社会的責任) 活動を報告しています。

マクドナルドのCSR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をつくっていきます。

本レポートで報告する取り組みについては、ステークホルダーの皆様により理解していただくために、2015年に実施した取り組み以外の事例も記載しています。

また、マクドナルドのWebサイトでは、本データなどに加え、関連情報の開示も行っています。

報告の対象範囲ほか

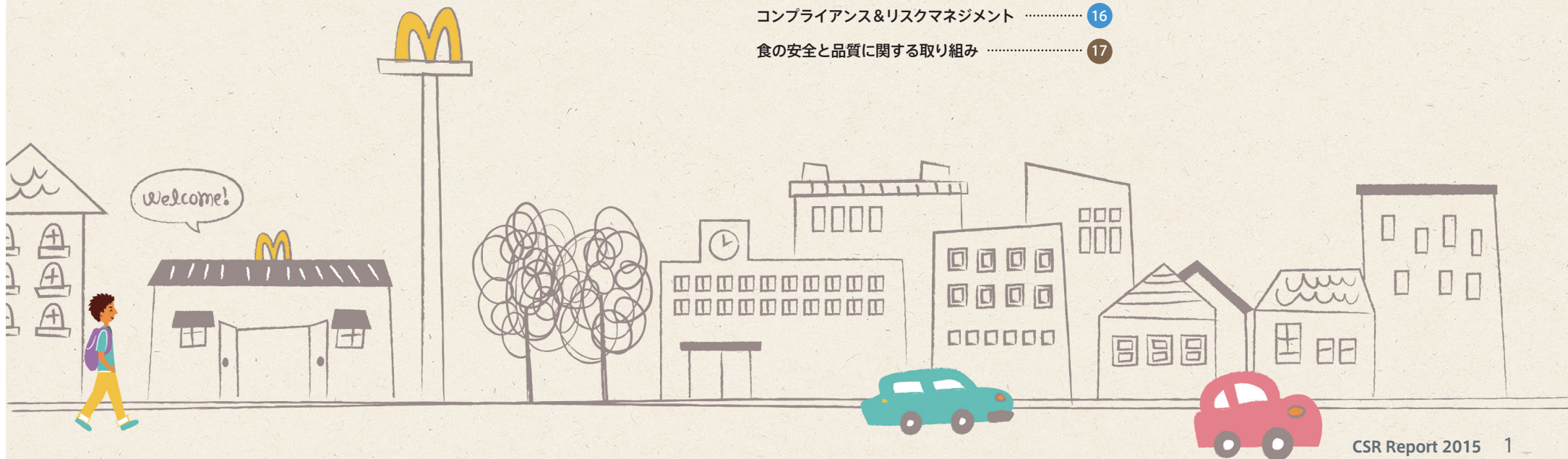
報告対象組織：日本マクドナルド株式会社
(一部日本マクドナルドホールディングス株式会社を含む)

報告対象期間：2015年1月1日～2015年12月31日

報告対象分野：社会責任領域全般 (経営・社会・環境)

次回発行予定：2017年3月

作成部署及び連絡先：コーポレート・リレーション本部
〒163-1339 東京都新宿区西新宿6-5-1
新宿アイランドタワー
電話03 (6911) 5000 (代表)



Top Message トップメッセージ

私たちのミッションはお客様にとって「お気に入りの食事の場とスタイルであり続けること」です。その実行に際して、私たちはさまざまな社会的責任（CSR）を果たさなければなりません。そのためにお客様をはじめとするステークホルダーの皆様や社会の声を聞き、誠実で最適な行動をとる必要があると考えています。具体的には、私たちの社会的責任を大きく5つのカテゴリーに分け、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）として活動しています。

「食」を提供する企業として、その信頼の原点は商品の品質と安全を確保することにあります。その達成のため、原材料調達と品質管理に関して、農場から加工工場、流通そして店舗に至るすべての過程において厳格な管理基準を定め、すべてのサプライヤーと緊密な連携を図っています。そしてすべての店舗で働くクルーやマネージャー、店舗を周りから支える従業員がいて初めて達成できるものです。マクドナルドのビジネスをピープルビジネスとし、人の成長が企業の成長をつくるというポリシーのもと、クルーを含めた従業員の成長のために積極的な取り組みを行っています。

マクドナルド創始者であるレイ・A・クロックの言葉に「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」というものがあります。これはマクドナルドの「社会貢献活動の原点」であり、DMH（ドナルド・マクドナルド・ハウス）へのチャリティ活動をはじめとし、教育・スポーツ支援、地域貢献活動など広範囲に活動を行っています。そして環境への配慮も忘れてはいません。「地球のことを考えて行動する」というポリシーのもと事業活動に伴う環境負荷の削減に継続的な努力をしています。

このCSRレポートからマクドナルドの社会的責任とその活動をご理解いただければ幸いです。皆様の変われぬご支援、ご愛顧に感謝いたします。



Sara El Casanova

サラ・エル・カサノバ
日本マクドナルド株式会社
代表取締役社長 兼 CEO

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。

私たちの責任とは

「食べること」は人間にとって必要不可欠な行為です。

ですから「食」を提供する私たちの責任は重いものです。

**いつでもどこでも確かな品質の商品をお客様に提供し、
安心して最高の店舗体験をしていただくこと、**

それが私たちの責任であり、お客様をはじめとする社会の皆様から信頼をいただける原点と考えています。

お客様に**確かな品質の商品の提供を約束するために品質管理があります。**

それが、私たちの“食の安全をすべてに優先させる”という理念のもと、農場から店舗までのマクドナルドに関わるすべての人間の共通認識となっています。

品質管理には厳格な基準があります。

その基準は3つの構成でなり、「品質・安全・衛生」に関するマクドナルドのグローバル基準と日本の法律・ガイドラインがあり、さらに、海外と日本の専門家チームでの協議により厳しい基準の設定があります。これらの基準をクリアすることにより安全が保たれるのです。

**マクドナルドが品質の高い安全な商品を提供するため、
原料調達に必要な食品管理システムがあります。**

4つの特徴として、
製品の品質・おいしさ・安全に関するグローバル基準。
国産を含め世界規模の安定した原材料の調達。
農場から店舗までの品質・衛生に関する連続した管理。
そして、労働や環境、動物福祉など社会的責任と持続可能性の確保があります。



生産地（農場）

原産地であるオーストラリア、ニュージーランドの農場では、牛1頭ごとに、飼育や獣医の治療などを記録に残し、確認ができるようにしています。

一次加工

この工程で牛は解体され、精肉に加工されます。HACCP[※]（衛生管理システム）により、牛肉で重大な食中毒の原因となる腸管出血性大腸菌O157の汚染を防止します。また、施設は動物の健康と福祉に関する基準をもとに運営されています。

※HACCP（危害分析重要管理点）
国際標準の衛生管理システム。
食中毒などの食品による
健康危害の発生を予防する。

二次加工

この工程ではビーフパティに加工されます。HACCP[※]による衛生管理のもと、規格に基づきパティを製造します。最終検査では細菌検査のほか製品評価でおいしさのチェックなども行います。マクドナルドスタッフや第三者機関の監査も実施しています。

物流

この工程では原材料を保管し店舗に配送します。温度管理のほか、倉庫や配送車の衛生管理などマクドナルド独自の衛生基準が導入されています。ここでも第三者機関の監査が実施されています。

ハンバーガーが お客様に届くまで



私たちは自信を持ってお客様をはじめとする社会の皆様に
確かな品質の商品を提供するために、

関係者が協力し品質や衛生管理の強化に努めなければなりません。

私たちの事業活動は最高のおいさと品質、

安全な商品をお客様に提供するために、

店舗で毎日お客様をお迎えする**フランチャイズオーナー、**

そして原材料を供給するサプライヤーと

マクドナルドの連携なくして達成できません。

この想いを共有するフランチャイズオーナー、サプライヤー、

マクドナルドの3者をマクドナルドファミリーと呼びます。

この理念を共有するための行動規範の遵守にも合意しています。

店舗

クルー及び従業員が原材料を調理し、お客様に最高のおいさと確かな品質、安全な商品を提供します。そのためのトレーニングや調理機器のメンテナンスがとても重要であり、すべてのマクドナルドスタッフがサポートしています。また、店舗を対象とする外部衛生検査もあります。



安全と安心を提供したいから

店舗はマクドナルドとお客様の接点です。原産地から店舗に至るまで、多くのサプライヤーによって提供された原材料を調理し、商品としてお客様に提供しています。

店舗でもHACCP（危害分析重要管理点）、GMP（製造・品質管理規範）、SSOP（衛生標準作業手順）をもとに衛生管理システムを使って継続的な衛生管理を行っています。それは決して特別なことではありません。

健康チェックから始まり、手洗い、機器の洗浄殺菌、機器のメンテナンス、食品の保管温度・調理温度のチェックと記録、賞味期限の厳守などです。大切なことはそれが継続されることです。

フードセーフティーチェックリストや機器や設備のメンテナンス頻度がプランされている全店共通のメンテナンスカレンダーを使って着実に実行されています。

また、店舗の衛生管理レベルを評価する外部衛生検査が実施されています。

これらの行動の背景には**“食の安全をすべてに優先させる”**という理念の存在があります。

機器管理

メンテナンスカレンダー

衛生管理

重点検査

アレルギー・栄養情報の公開



商品の17種類の栄養成分、27品目に及ぶアレルギー情報をWebサイトで公開しています。アレルギー物質を特定して検索できる「アレルギー検索」や「栄養バランスチェック」なども提供しています。また、商品パッケージのQRコードから携帯端末でも確認することができます。

http://www.mcdonalds.co.jp/quality/allergy_Nutrition/index2.html

主要原料原産国・最終加工国情報の公開



マクドナルドで使用する原材料はグローバルに連携して世界規模で調達しています。現在、商品ごとにその原材料の「主要原料原産国」「最終加工国」情報をWebサイトで公開しています。

<http://www.mcdonalds.co.jp/safety/quality/index.html>

Q&Aサイト



実際にお客様からの疑問や質問にお答えするQ&AサイトをWebサイトで公開しています。マクドナルドの原材料や商品についてのお客様の疑問にお答えすることにより、より多くのお客様に安心をお届けしたいと考えています。

<http://qna.mcdonalds.co.jp/>



マクドナルドを支え、成長させるもの

「人」の成長が企業の成長をつくるというポリシーのもと、マクドナルドのビジネスは**ピープルビジネス**であると考えています。この考えは従業員ばかりでなく全国約3,000の店舗で働くアルバイトであるクルーを含めたもので、さまざまな可能性の機会を提供し、その成長をサポートしています。



世界共通のシステム

「人」に関して、マクドナルドはグローバル企業として一貫したビジネスを展開するために全世界共通のグローバルシステムを持っています。これにより世界中のマクドナルドで働く人たちが共通した価値観と、グローバル基準で統一されたシステム、人材育成のツールに基づき「人」の成長を基本に置いたマクドナルドビジネスを展開しています。



人材育成

人材育成を行うためには、活きた人事考課や職場環境の整備、個人の将来と成長を踏まえた制度や仕組みが必要です。マクドナルドでは、独自の人事評価制度（PDS）の導入、ダイバーシティ（多様性）の推進、キャリアアップのための制度や仕組みの構築などを行っています。



教育機関 (ハンバーガー大学)

マクドナルドには 独自の人材育成機関としてハンバーガー大学があります。アルバイト従業員からマネジメントクラスの幹部に至るあらゆる成長ステップに応じたプログラムを用いてシステムとしてその成長をサポートしています。



店舗での 人材育成

店舗は人材育成の現場と言えます。日々の就業を通して学びと実践を繰り返し、そこから多くのことを身に付け成長する自己実現の場となっています。延べ約250万人がマクドナルドでアルバイトを経験しています。

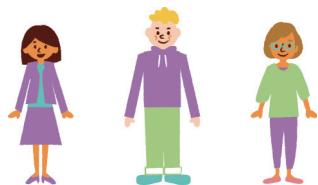
「人」を育てる

仕事の中で「人」が成長するためには、会社からのサポートや機会の提供、そしてさまざまな仕組みが必要になります。

「人」の成長が企業の成長をつくるというポリシーを持つマクドナルドでは、新しい組織の考え方や人事制度、キャリアアップの仕組み、そして多くのサポートプログラムを展開しています。

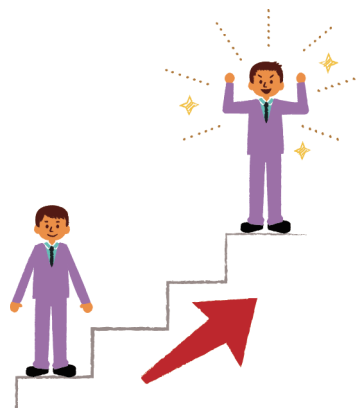
ダイバーシティ (多様性)の拡大

ダイバーシティ（多様性）の推進では、年齢、学歴、性別、国籍などによる差別のない雇用と組織づくりを推進しています。「男女を問わず誰でも生き生きと楽しく働き活躍できる会社になる」ビジョンのもと、女性社員の雇用を拡大し、女性が活躍できる場を設け、会社の活性化を図るとともに、意識改革を進めています。また、チャレンジクルー（障害者クルー）の雇用も積極的に行っており、障害のある、なしに関わらずチームの一員として共に働くことがごく自然な光景として定着しています。



人事評価制度

マクドナルドのビジネス成長には人の成長が不可欠であるという考えを反映した人事評価制度を採用しています。業務達成と個人の成長を関連づけた目標とアクションプランを設定し、何をどのように達成したのかを評価するもので、従業員の実務を通じた成長を促し、長期的に個人と会社の成長を実現する仕組みとなっています。



キャリアの成長

マクドナルドは仕事へのチャレンジを積極的にサポートし、成長の機会を与えることが「人」の成長を促すという考えにより、さまざまなキャリアの機会を設けています。クルーからの社員採用も積極的に行っています。個人のキャリアの可能性を拡大する機会として会社が人材を社員に公募する「スタッフ公募制度」、マクドナルド社員からフランチャイジーオーナーへの独立、海外へチャレンジする道も開かれています。



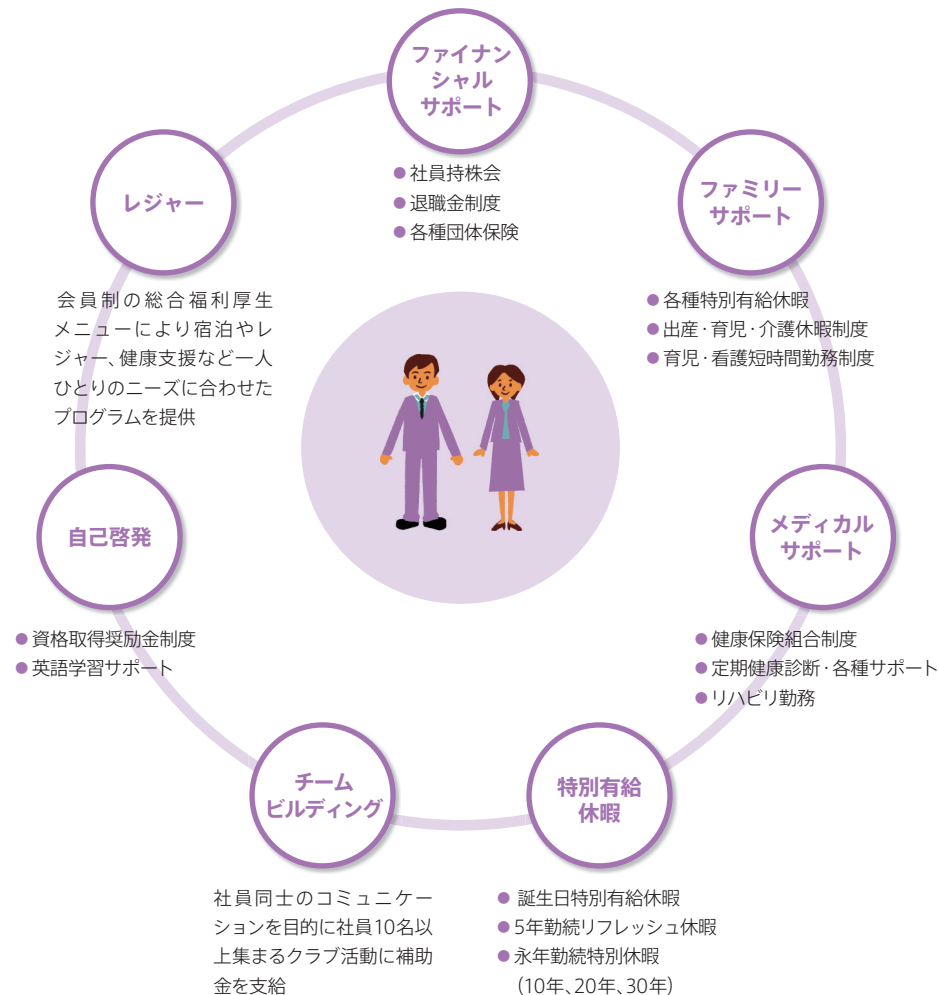
自己実現の場

約3,000の店舗で働くクルーの一人ひとりが誇りと目標を持って働くことができるよう、自己実現のプログラムがあります。そのひとつが全クルーが対象のAJCC（All Japan Crew Contest）です。店舗、地域単位の大会を経て最終的に全国大会で部門別日本一のクルーを決定し表彰します。日本代表クルーをオリンピックビレッジ内のマクドナルド店舗に派遣し、貴重な体験を提供しています。



福利厚生プログラム

社員ひとり一人の多様なワークライフバランスに対応した職場環境をつくるため福利厚生プログラムの充実を図っています。



豊かな生活を送るために

より質の高い仕事を実現するとともに一人ひとりの充実した生活があってはじめて満たされた毎日を送ることができます。

ですから社員一人ひとりの仕事と生活のバランスがとれることが重要と考えています。マクドナルドではこのワークライフバランス（雇用環境）をサポートすることに努めています。

フレキシブルな働き方

仕事と生活のバランスをとることの重要性を考え、長時間労働に頼らず一人ひとりの生産性を高める取り組みを行っています。また、これとともにフレックスタイムや在宅勤務制度の導入も行ってワークライフバランスの推進に努めています。



出産・育児に伴う支援プログラム

マクドナルドでは出産・育児に伴う支援プログラムとして出産・育児休暇はもとより、出産後の復職をサポートする復職支援プログラムや育児のための育児短時間勤務制度などのプログラムを用意し、安心して出産・育児ができる環境を整備しています。





ありがとうの感謝を込めて

マクドナルドの創始者である レイ・A・クロック の言葉に
次のようなものがあります。

「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」

これはマクドナルドが社会貢献を行う原点となるもので、
私たちのもうひとつの責任です。

未来の社会を担う子供たちの

「食・体・心」が豊かに育まれることを目指して、

日本マクドナルドでは、社会貢献活動を

大きく4つのカテゴリーに分け

チャリティ活動、教育支援、スポーツ支援、地域貢献活動として
さまざまな活動を展開しています。



チャリティ活動 (ドナルド・マクドナルド・ ハウス支援)

病気と闘う子供とその家族を支えるため、ドナルド・マクドナルド・ハウスへの支援を通じて、日本のチャリティ文化のさらなる醸成を目指し、さまざまなチャリティ活動を展開しています。



教育支援（食育支援）

年間延べ10億人以上のお客様へ食を提供する企業の責務として、子供たちが楽しく食べるよろこびを知り、食に関する正しい知識と習慣を身に付けてほしいと願い、食育を中心とした教育支援活動を行っています。



地域貢献活動

“あなたの街とともにあるマクドナルド”として、街の美化清掃活動や防犯など、安全で安心な街づくりを目指し、地域貢献活動を積極的に行っています。



スポーツ支援

子供たちの健全な心と体の育成を願って、それぞれの地域貢献の活動から世界規模のイベントまで、子供たちの夢や希望、情熱を応援するさまざまなスポーツ支援活動に取り組んでいます。



笑顔のために

ドナルド・マクドナルド・ハウス (DMH) 支援

ドナルド・マクドナルド・ハウスは病気と闘う子供とその家族のための滞在施設です。1974年にアメリカのフィラデルフィアで発足しました。



2015年末現在で、世界42カ国358カ所、日本には全国10カ所に施設があります。ドナルド・マクドナルド・ハウスの建設費や運営費はすべて企業や個人からの寄付によるもので、また運営は地域のボランティアの支援で成り立っています。**全国のマクドナルドの店頭**に置かれた**募金箱**もそのひとつです。また、去年はチャリティキャンペーンとして「**スマイルソックス募金**」を全店舗で展開させていただき、2015年の店頭募金総額は1億3,791万円となりました。たくさんの皆様からの温かいご協力をいただきました。

災害支援活動

台風第18号など大雨災害への義援金店頭募金活動及び寄付

- 義援金店頭募金 1,561,332円 (2015年10月26日現在)
- 実施店舗：東北・関東・甲信越の日本マクドナルド
- 実施期間：2015年9月15日～10月4日 ●寄付先：日本赤十字社

上記の皆さまの温かいご支援とともに、日本マクドナルド㈱から100万円を店頭募金と合わせて寄付させていただきました。

地域貢献活動

“あたなの街とともにあるマクドナルド”として、「美化清掃活動」や「防犯活動への参加」、「子育て支援活動への参加」、「地域でのさまざまなイベントの実施」など、積極的に取り組んでいます。



例えば、全国の教育委員会や警察本部の協力をいただき、入学式の時期には新小学1年生を対象に「**防犯笛**」の配布を行っており、2015年は全国で計86万5,617個を贈呈しました。また、子供たちが自分の身を守る方法や、日常生活に必要なルール・マナーを身に付けてもらいたいと願い、ドナルドと楽しく学ぶ「**ハロードナルド**」を全国の幼稚園・保育園・小学校で展開しています。2015年は全国で1,096回実施しました。そのほか、各自治体が行っている「**子育て支援パスポート事業**」や「**美化清掃活動**」への参加。また店舗周辺の清掃「**クリーンパトロール**」などにも取り組んでいます。

2015年12月、警視庁と日本マクドナルドは、防犯活動に関する協定を締結いたしました。今後、さらに安全で安心な街づくりに貢献してまいります。





未来をつくる子供たちのために

教育支援（食育支援）



食について正しい知識と習慣を身に付けることで、身体も心もすくすくと育ってほしいとの願いから**食育支援活動**を展開しています。2005年にWeb教材「食育の時間」を開発し、小・中学校を対象とした食育授業を支援しています。

2007年よりNHKエデュケーショナルと共同で「食育授業支援事務局」を設置し、全国各地で授業を実施する先生方の授業づくりのサポートもしています。



2007～2015年12月までの授業実施回数：5,048回
受講した児童・生徒数：約144,518人



そのほか、親子向けの食育支援活動として、実施している「おいしい笑顔プロジェクト“ハンバーガースクール”」の第6回目となるイベントを開催しました。

「“集まれスポーツ大好きキッズ”夏休み応援特別合宿」（2015年8月29～30日）

スポーツ支援

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

は全国約13,000チームの中から勝ち抜いてきた強豪が出場することから「小学生の甲子園」とも呼ばれている大会です。1986年より支援を始め、マクドナルドにとって最も歴史のある活動のひとつです。

また、**全日本少年サッカー大会**は全国約9,000チームの

中から勝ち抜いたチームが出場する大会で、マクドナルドは2011年より支援を行っています。



マクドナルドでは、2014年に引き続き、スポーツを頑張る子供たちを支援するため、両大会に登録する約62万名にオリジナルの野球・サッカー手帳をプレゼントしました。また、都道府県大会優勝チームの子供たちを店舗に招待し、「団結式」を開催するなどさまざまなスポーツ支援活動を続けています。



2020年東京オリンピックに向けて

マクドナルドは、グローバルなスポーツ支援として、オリンピックをサポートしています。1976年にオフィシャルスポンサーとなり、1998年より**ワールドワイドオリンピックパートナー**としてサポートを強化、2020年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。



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。



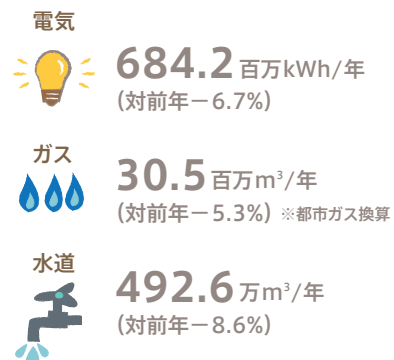
エネルギーについて

エネルギー対応では、その基本を現状の設備機器及び施設(店舗)の性能(能力)を最大限に活用することを目的として、プログラムされたメンテナンス(メンテナンスカレンダー)、ON/OFF管理のルール化(ドットシステム)や、最適な設備機器運用のためのオペレーションコントロールを行っています。また、適切な投資行動に基づき、高効率設備機器の導入や施設(店舗)の改装を継続的にを行っています。

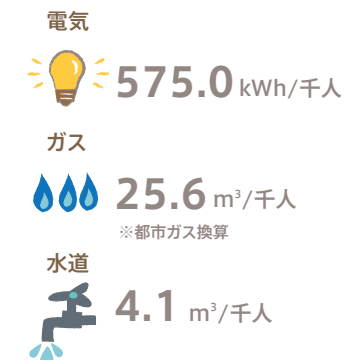
エネルギー使用状況は全体的に見て減少傾向にあります。これは店舗数および客数の減少が主要因と考えられます。CO₂排出量は1億レジカントあたり64,546t-CO₂、対前年+4.1%。排出係数が大きく変動していないことからさらにエネルギー使用削減のため電気を中心にエネルギー管理の強化が課題と考えます。

2015年エネルギー使用状況

全店の種別エネルギー使用状況



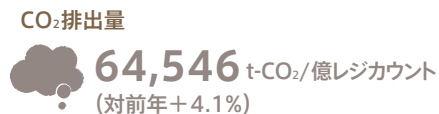
客数千人あたりの種別エネルギー使用状況



全体のエネルギー使用量



温室効果ガス排出量



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。

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%)



コーポレートガバナンス



ガバナンス体制

マクドナルドはコーポレートガバナンスを経営の重要課題のひとつと認識し、「立法、行政、司法」の三権分立的な視点から各機関・機能間における「チェック アンド バランス」体制を確保して会社経営にあたっています。会社法、J-SOX法などの社会要求に適切かつ迅速に応じるとともに、公開会社としてすべてのステークホルダーの利益の最大化のため、広い視点から常に新しい取り組みのできる体制構築を目指しています。

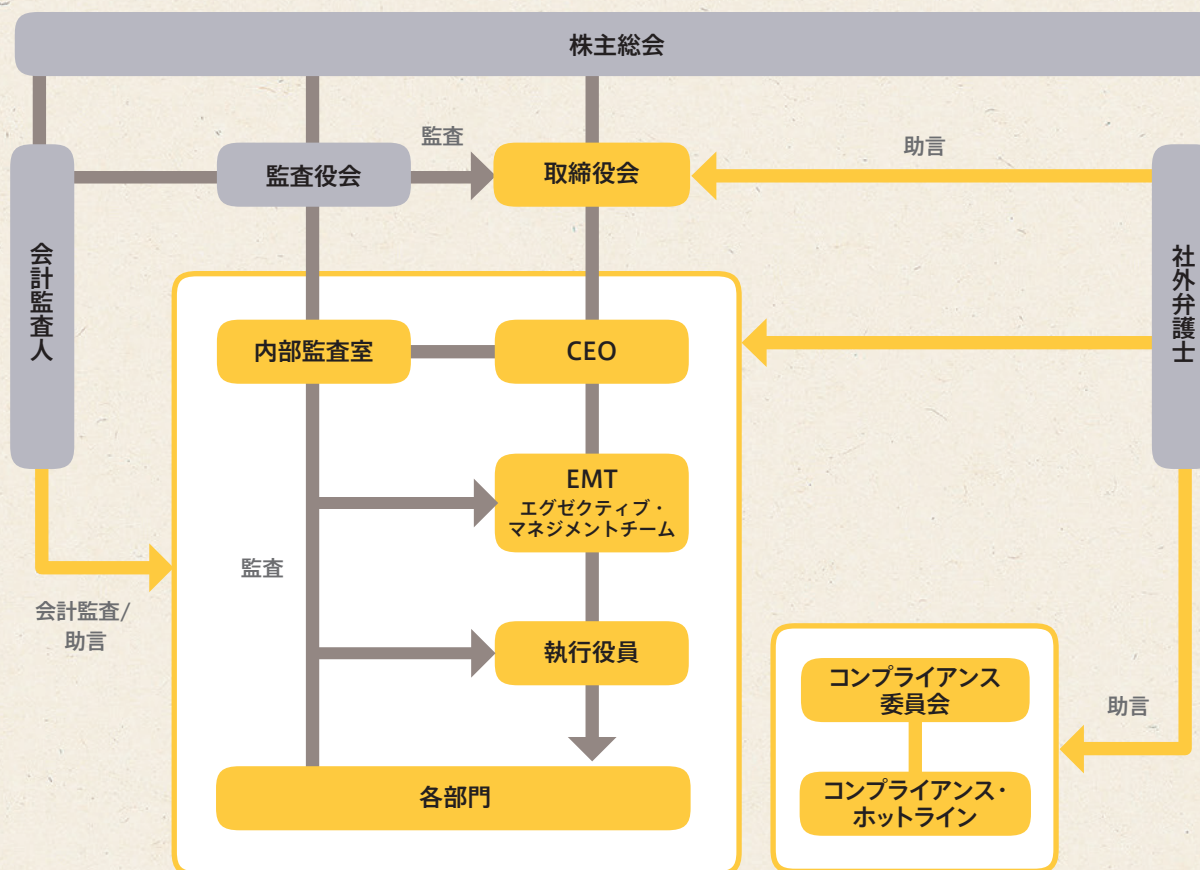
取締役会と執行役員制度

企業経営の効率化と規律強化、透明性向上を目的とし、取締役会とは別に執行役員制度を設け、業務執行機能の強化と業務執行責任者の明確化を図っています。執行役員は最高経営責任者（CEO）の指揮統括のもと、執行役員会議を通し、経営戦略、業務執行に関する意思決定に参画しながら、担当業務を忠実に執行する義務を負っています。日本マクドナルドホールディングス株式会社では、取締役会を設置し、社外取締役1名を含む4名の取締役に構成されています。

監査役会と内部監査室

適正な執行を担保するため、1名の常勤監査役と3名の非常勤監査役で構成する監査役会を設けています。また、監査役会及び業務執行部門から独立した内部監査室が中心となり、会計監査人を含めた相互の情報・意思交換を通じて会計及び業務の両面から監査を行っています。

日本マクドナルドホールディングス株式会社のガバナンス体制



コンプライアンス&リスクマネジメント

コンプライアンス体制

「私たちマクドナルドは倫理的で誠実、且つ信頼される存在となることをビジネスの基本としています。」

これはマクドナルドの創始者であるレイ・A・クロックの言葉であり、マクドナルドのコンプライアンスの考え方の原点となっています。コンプライアンスの推進は企業の社会的責任において重要課題と捉え、法令の遵守、及び社会的要請に著実に応えるべく前向きな姿勢で取り組んでいます。

業務上の行動規範

マクドナルドでは、高い行動基準と倫理を守り常に責任ある行動を実践するために「業務上の行動規範」を策定し導入しています。これは企業の基本的な指針を示す重要な基準であり、自己責任と各ステークホルダーに対する姿勢を規定したものです。

コンプライアンス・ホットライン

従業員からのコンプライアンスに関わる通報や相談窓口として第三者からなる「コンプライアンス・ホットライン」を設置しています。これは従業員のみならず、パート従業員まで利用対象者とし、問題の客観的で適切な解決対応を行っています。

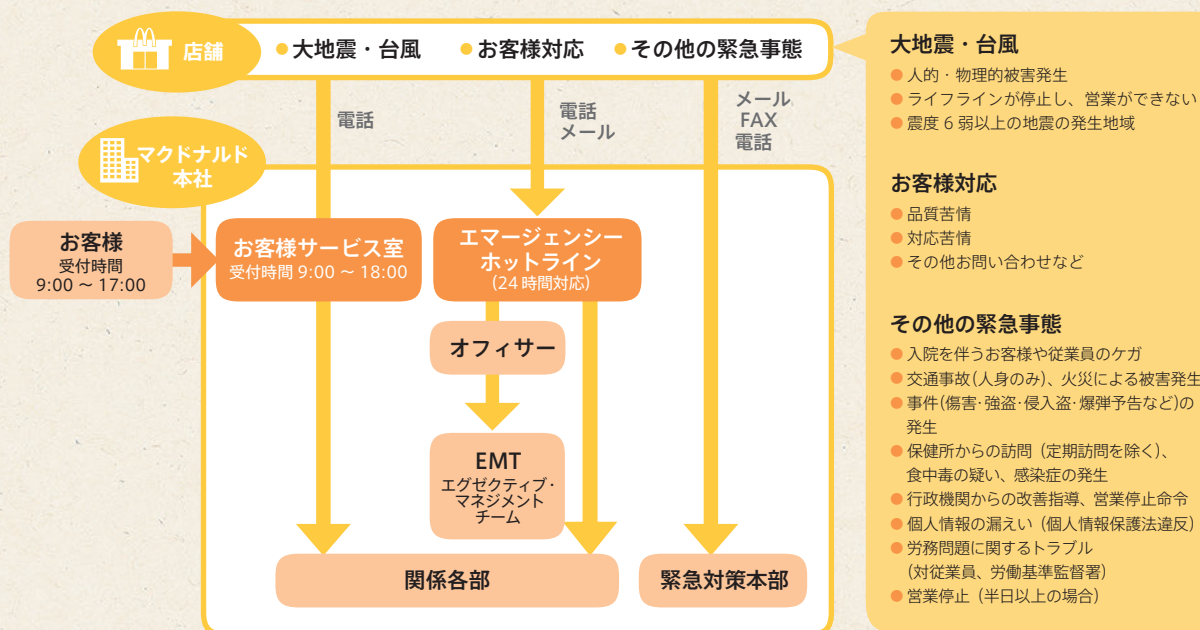
リスクマネジメント体制

突発的に発生する災害や事故、そして不祥事などの発生のリスクを最小限に留めるため、あらゆる事態にも対応するリスク管理体制を構築しています。店舗からの情報は「エマージェンシーホットライン」、お客様からの情報は「お客様サービス室」を通して受け取り、緊急事態発生時には会社横断的な対応がとれる体制となっています。

反社会的勢力との断絶

マクドナルドは、総会屋・暴力団などの反社会的勢力とは絶縁しており、今後も、これら反社会的勢力からの不当な要求に対して断固としてこれを拒否します。

緊急事態発生時の対応



食の安全と品質に関する取り組み

マクドナルドは、お客様に安心して召し上がっていただける商品を提供するため、食の安全を強化するさまざまな新たなアクションに取り組んでいます。

**外部有識者を加えた「お客様対応プロセス・タスクフォース」を立ち上げ、
お客様対応プロセスを再検証いたしました**

**「お客様対応プロセス・タスクフォース」の最終答申と、
「お客様対応」向上のための活動内容、食の安全と品質についてのお客様との
コミュニケーションに関わる自主行動計画を公表しました（2015年4月30日）**

①「お客様対応プロセス・タスクフォース」最終答申

http://www.mcdonalds.co.jp/safety/taskforce/pdf/taskforce_01.pdf

異物混入を「ゼロに近づけるための取り組み」だけでなく、「起きてしまった時に被害を与えてしまったお客様に誠実に対応すると同時に、被害が他に拡大するのを防ぎ、かつ同じ問題を再発させない取り組み」を時代の変化に合わせて充実していくことが求められる。

②「お客様対応」向上のための活動内容

http://www.mcdonalds.co.jp/safety/taskforce/pdf/taskforce_02.pdf

- ・異物の取り扱い及び、情報伝達基準の見直しとプロセスの徹底
- ・お問い合わせの情報管理、未然防止のための情報の活用
- ・聞く姿勢、見ていただく姿勢を持つ
- ・お客様対応に関する基準の見直しと一元化

③お客様対応に関する基準の見直しと一元化を行うために「食の安全と品質についてのお客様とのコミュニケーションに関わる自主行動計画」を策定

http://www.mcdonalds.co.jp/safety/taskforce/pdf/taskforce_03.pdf

第1回食の安全サミットを開催

2015年5月29日、国内外のサプライヤーと関係者を招き、「食の安全」を目指した取り組みについて活発な意見交換を行いました。

**品質に関する問い合わせに答えるサイト「見える、マクドナルド品質」を
Webサイト内に開設しました**

このサイトには商品の原材料の「主要原料原産国」及び「最終加工国」一覧も公開。商品の原材料に関する情報を、より分かりやすく公開しました。

お客様の声をよりダイレクトに、より多く伺うための新アプリ「KODO」を導入

ご利用いただいた店舗に関するお客様からのご感想・ご意見・ご要望を、その場で簡単に投稿いただけるスマートフォンの新アプリ「KODO」を導入。お寄せいただいたお客様の声をさらなるサービス向上に活用しています。

Mom's Eye Project（ママズ・アイ・プロジェクト）を実施

母親目線でマクドナルドの食の品質管理や安全を確認する「ママズ・アイ・プロジェクト」を発足させました。現役ママからなるプロジェクトメンバーには一般のお客様からいただいた「聞いてみたいこと」「確認したいこと」を実際に見ていただき、原材料の農場や工場を訪問・視察いただく見学ツアーを実施しました。そのほかにも、お客様からいただいたご意見・ご質問に1日1答形式で答える「今日の質問」を開始したほか、サラ・カサノバCEOが47都道府県を巡り、全国のママたちと直接マクドナルドについて話し合う活動「Mom's Town Meeting」を実施し、2015年12月に全ての店舗訪問を達成しました。

お客様への情報開示

原材料の「主要原料原産国」及び「最終加工国」情報をスマートフォンでの閲覧を念頭に、お客様が知りたい各商品の情報を、より明確に、より分かりやすいサイトへとリニューアルしました。また、主要商品について、お客様の手元から見て一番目立つ面に、大きく「QRコード」を配したパッケージデザインへと切り替えました。