



第32期中間事業報告書

2002年1月1日▶▶▶2002年6月30日

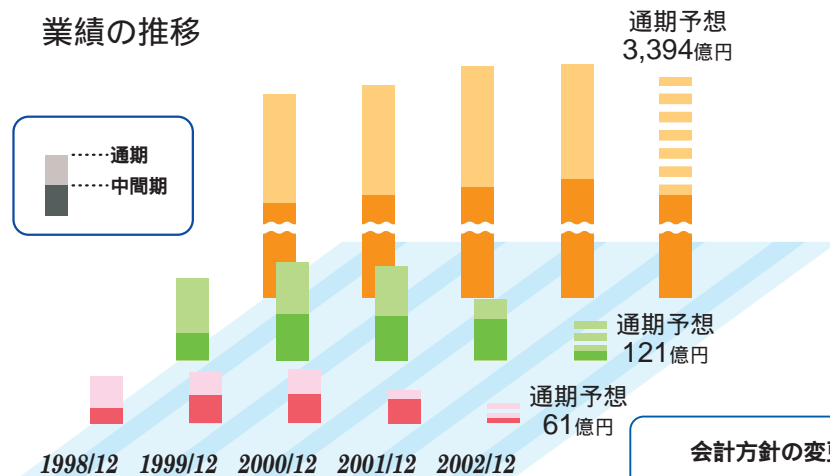


日本マクドナルドホールディングス株式会社
(旧 日本マクドナルド株式会社)

JASDAQ
証券コード：2702

中間決算ハイライト

業績の推移

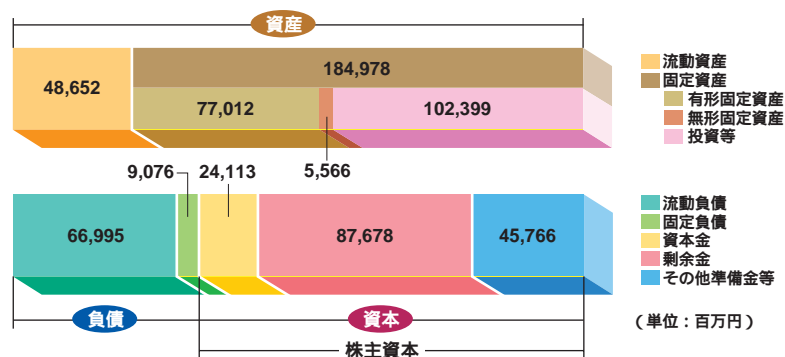


財務構成

株主資本比率

67.4%

株主資本比率は、前期末の63.2%からさらに向上し、67.4%となりました。



会計方針の変更等

当中間期より、固定資産の減価償却方法の変更、営業収益及び営業費用の一部について計上区分の変更、未回収プリペイドカードの会計処理の変更を行いました。詳細は9ページの「決算の概況」をご覧ください。

営業収益 1,583億円
 直営店売上高 1,450億円
 フランチャイズ収入 123億円
 その他売上 9億円

営業利益 28億円
 中間利益 14億円

株主の皆様へ



企業理念 QSC + V

Q(品質)、S(サービス)、C(清潔)が最高の形で結びついたとき生まれるのが、様々なValue(価値)。それは、おいしいものをおいしく食べられる素敵な空間、家族の笑顔がこぼれるくつろぎの場、いつ行っても楽しい場所、車に乗ったままで買えるドライブスルー。お客様の「満足」につながるものすべてがValue(価値)なのです。本物のV(価値)を生み出すために、私たちは常に完成されたQ、S、Cの実践を心掛けています。

「マクドナルド・ブランド・プロミス」

日本マクドナルドは創業以来、「Q(Quality = 信頼の品質) S (Service = スピーディーで心地よいサービス) C (Cleanliness = 清潔で快適な食事環境) + V (Value = 付加価値)」に基づく店舗作りを通して、日本全国、いつでも、どこでも安心してご利用いただける“親しみのブランド”として、多くのお客様から愛され続けています。また、その長年の経営努力は昨年、民間調査機関によって国内の有力企業を対象に実施された企業イメージ調査において、「顧客ニーズの対応に最も熱心な企業」として評価を頂戴する形で結実しています。成長性の面においても、現在のお客様の店舗への来店頻度は、米国・豪州の17回/1年に比べて5.8回とまだまだ少なく、長期的な食スタイルの変化を考えても、成長プロセス上にある業態といえます。

一方、日本マクドナルドのこれまでの成長は、如何なる順風下にあるうとも、その環境に漫然と甘んじることなく、常に、新たなる成長に向けて挑戦を続けてきた結果でもあります。上場外食企業の平均的な売上スケールが300~500億円程度にとどまっているなか、

日本マクドナルドの売上が抜きん出ている背景には、創業以来の徹底したマーケティングにより、お子様からファミリーまで、幅広いお客様層の獲得が図れたことに他なりません。しかし、ライフスタイルの変化に伴い、外食需要はますます多様化の様相を呈しているのも事実です。全体で27兆円という巨大な外食市場において、外食トップのマクドナルドでさえ、その市場シェアはわずか1%強。商品開発とともに、マクドナルドブランドだけでは取りきれない新規マーケットに対するアプローチの必要性は、今後ますます増大してくるものと思われます。

日本マクドナルドはお客様の期待に対して次のように約束します。「日本中の街角の全てのマクドナルドには、いつでも、おいしいフードと、うれしいバリューがあります。私たちは、大切なお客様ひとりひとりに、楽しさがあふれ、思わず笑顔になれるような、あたたかさに満ちた他に真似のできない食体験を、誇りを持って提供します。」

これまで同様、皆様の厚いご支援のほど、よろしく願い申し上げます。

2002年8月



代表取締役会長兼CEO
藤田 田



代表取締役社長兼COO
八木 康行

2002年度上半期の動向

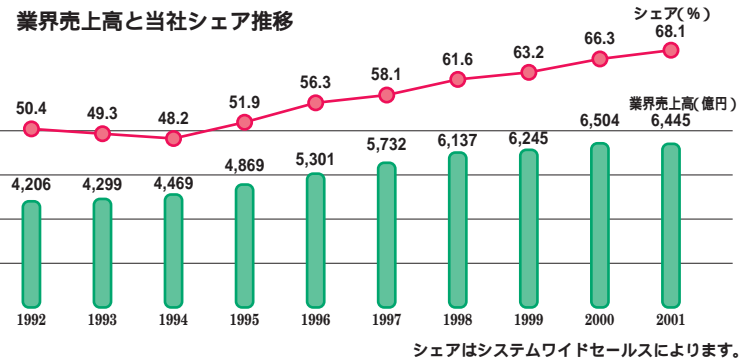
Report

McDonald's Japan

取り巻く市場環境とポジショニング

外食産業の動向

外食産業全体の市場規模は4年連続前年を下回り、2001年は約27兆円となっております(外食産業総合調査研究センター・データ)。BSEの報道以後、行政や民間企業による不正の発覚が相次ぎ、消費者の食の安全に対する信用不安は一段と高まりました。これにより、ハンバーガー・業界の年商規模も、若干ではありますが前年より減少しております。



マクドナルドブランドの評価

当社は日経新聞が、毎年、国内大手企業約1,100社を対象に行っている企業イメージ調査において、昨年度は「顧客ニーズの対応に熱心な企業」「親しみが持てる企業」「活気のある企業」の3つの項目で消費者の皆様から国内No.1の評価を頂戴しました。BSEや不当表示問題など、「企業に対する信頼の重要性」が今まで以上に増しているこの時代に、消費者の皆様からこのような評価をいただけたことは、当社にとって何にも変えられない喜びです。

一方、創業から、また90年のバブル経済崩壊以後、当社が行ってきた数々の取り組みについても、「スピード経営」「自己改革」「社会変化への順応」といった項目でも高い評価をいただいております。

1位 顧客ニーズの対応に熱心な企業	1位 親しみが持てる企業	1位 活気のある企業
3位 営業・販売力	2位 スピード経営	3位 自己改革に積極的
5位 広告力	4位 社会変化への順応	

出典：2001年日経企業イメージ調査



施策と事業展開

組織改革を行いました

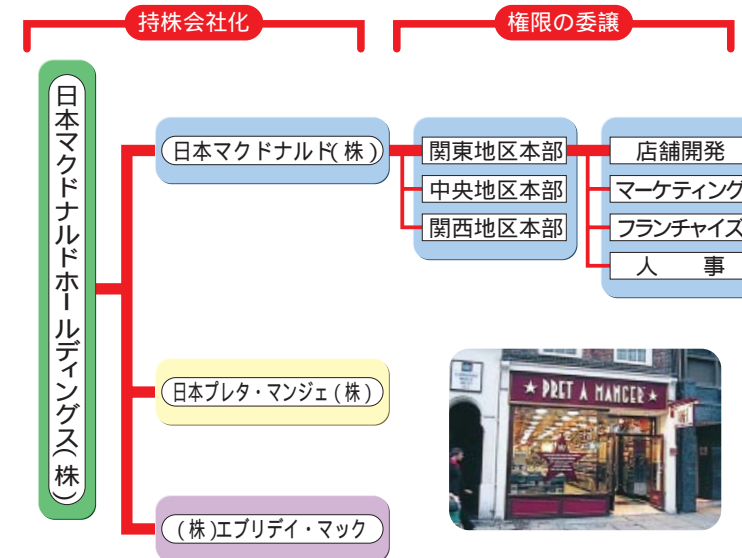
めまぐるしく変化する事業環境下では、適切かつ迅速な意思決定が事業成功の命運を分けることとなります。当社では、これらに対応すべく地区本部を基幹プロフィットセンターとして位置づけ、できる限りの権限委譲を通して、迅速な意思決定が行える体制づくりを進めています。これと同時に、自主責任経営が最も有効に反映される手法として、会社分割による持株会社体制に移行し、グループ経営を推進してまいります。

持株会社化

今日の日本において、多くの企業が“選択と集中”をキーワードに新規事業開発を進めるとともに、本業に特化したコアビジネスの強化を図っています。これらの推進のため、「会社分割」による持株会社体制に移行しました。

権限の委譲

地区本部に「店舗開発」「マーケティング活動」「フランチャイズビジネス」「労働環境の整備と充実」にかかわる権限と責任を委譲し、最適な店舗配置の実現や、地域の特色にあったプロモーション戦略立案、営業活動に専念できる体制づくりを行いました。



新規事業を立ち上げました

当社としては、次世代もリーディングカンパニーとなるべく、今後成長が期待される市場・業態への新規事業参入に対して積極的に取り組んでおります。新規事業立ち上げ調査のキーワードは「今後の成長が期待される市場」かつ「当社の強みおよび経営資源が有効に活かせる業態」です。ここから、当中間期においてはイギリスから来たナチュラル・サンドイッチチェーンの日本プレタ・マンジェ(株)およびeコマースを担う(株)エブリデイ・マックの2社を立ち上げました。今後もさらなる新規事業の調査・開発に注力してまいります。



2002年下期に向けたマーケティング戦略

マクドナルドでは、本年、お客様の声をもとに、Quality & Priceのバランスを重視したトータルバリューの提供を目指した商品戦略を進めており、これまでに、お客様からの要望の高かった香り高いプレミアムコヒ、メニューバリエーションへの要望にお応えするマックトキョメニューの全国展開をスタートしております。

7月には夏季限定メニューとして「野菜をサンドした商品を」という声にお応えする自然の素材にこだわったヘルシナチキンサラダサンドを発売しました。



1 マックトキョメニュー

マックトキョメニューは販売地域をさらに拡大、導入は3,040店舗にまで広がります。これによりニズの高かったサラダやスナックタイムに対応したメニューが、8割の店舗でお召し上がりいただけるようになります。



2 ハッピーセット 新プライス

みんなが大好きなおもちゃ付のハッピーセット。お子様をお持ちのお母様には、お昼代わりに、さらに気軽にご利用いただきたいとハッピーセットにお求めやすい新プライスを設定しました。

なっ得バリュー
¥360 セット

4 SSセット

セット価格についても、バーガーが2つもついて360円という一層お手頃価格でお楽しみいただけるセットを設定いたしました。

3 なっ得バリュー

マクドナルドはお客様の生活応援団。毎日食べたい、たくさん食べたい、そんな声にお応えして、品質そのままにハンパガ、チズパガ、フランクパガの特別価格を設定しました。なっ得バリューの商品や価格については、3ヶ月単位で見直す予定です。

新プロジェクト
開発中

5 新プロジェクト

「バリューセットは便利だが、サイドメニューにバリエーションを」というリクエストには、現在、岡山等でテスト中の「マックチョイス」です。これは、お客様自身が自分のお好きな商品を組み合わせるセットにしていくもので、秋には導入の予定です。



安全と品質への取り組み

Vol. 2

いつでも、どこでも、
同じおいしさ、同じ品質、同じサービス。
これがマクドナルドの「世界基準」です。

当社が1995年から採用しているHACCP(ハセップ)とは、NASAで開発された、原材料段階から加工、調理などすべての工程において、細菌の付着や増殖などの危険を予測し、対策を行う極めて厳格な安全管理システムです。

このセンターから店舗までの配送も専用の車両を使用し、冷凍庫や冷蔵庫の温度も常に運転席より確認できるようにしております。

原材料のこだわり

マクドナルドのミートパティは、クリーンでグリーンなオーストラリアの大地で、ストレスなく大切に育てられた牛だけを使用しております。ここでも温度管理、微生物検査などのチェックが行われ、安全性が確認されております。また食材のみならず、施設そのものにも厳しい基準を定め、その基準をクリアした工場だけに原材料の納入が許されております。

このセンターから店舗までの配送も専用の車両を使用し、冷凍庫や冷蔵庫の温度も常に運転席より確認できるようにしております。

店舗のこだわり

店舗に届けられたミートパティは、搬送状況を確認し、すばやく冷凍庫に保管されます。店舗にはお客様に安心と安全をお届けするためのマクドナルドにしかないカレンダーがあります。これには食材の温度管理、厨房機器のメンテナンス、商品の味覚チェック等毎日の作業が細かく分類され、計画的に継続・実施され、記録されております。

工場のこだわり

牛肉は、工場に入る前の段階での微生物検査が行われます。食材の安全性がチェックされ、基準をクリアした牛肉のみが加工工場内に搬入されます。その後解凍、ミンチ加工、成型、冷凍パッケージングの各工程にて、微生物増殖がおこりうる可能性のあるポイントのチェック作業が行われます。さらに出荷直前にも再度微生物チェックを行い、万全の管理方法で食材の安全性を実現しております。

人のこだわり

どんなに安全性の高い原材料でも、どんなに安心な加工工場でも、どんなに管理された物流センターでも、どんなに正確に準備された厨房機器でも、一番大切なのは、店舗で業務にたずさわる「人」の衛生管理です。どんなに優れた設備やシステムがあっても、大切なのは決まりごとをいつでもキッチンと守ることです。

配送のこだわり

「HACCP」管理は、流過程でも行われます。温度や品質の状態がチェックされ、記録されます。基準外の場合は、この段階で受け入れを拒否されます。全国13ヶ所の物流センターでは、ミートパティ以外の食材、包装材もすべて管理されております。保管中の資材は毎日温度を確認し、記録されております。また

店舗での品質・衛生管理は私たちがお客様に約束する最も大切なことです。今、市場ではさまざまな「食全体に対する不安感」がまだ払拭できておりません。私たちはお客様の笑顔を見るために日夜努力を続け、高いレベルでの品質・衛生管理をお約束いたします。

取り巻く環境

2002年上半期は、BSE（牛海綿状脳症）報道以降、昨秋から落ち込んだ来客数の回復の遅れが、当社の業績を大きく圧迫する結果となりました。しかし、後述のように当社が上半期を通じて実施した「顧客満足度調査」におきましては、既にBSEを理由に牛肉を使用した商品を敬遠する風潮は減少傾向にあり、これに代わり“メニューへの期待”といった外食産業本来の顧客ニーズが高まりを見せる結果となっております。

販売面について

当社が四半期毎に実施している「顧客満足度調査」に基づき、商品ラインナップと価格体系を一新した「エブリデースマイルメニュー」の販売を、2002年2月14日に開始いたしました。さらに2002年6月より、従来のコーヒーよりもワンランク上質な味の「プレミアムコーヒー」を全国の標準店舗に導入を開始いたしました。同時に、新鮮で高品質のブラックファースト、サラダ&スープ、スイーツ&カフェで構成される「マックトーキョーメニュー」の販売を全国約2,800店舗で開始いたしました。

商品開発につきましては、「マックスター」「サクッとメンチマック」「マック卵まん」「フランクバーガーwithとろーりチーズ」「さっぱりカルピ」の5種類のサンドイッチを投入いたしました。また、新商品の開発を強化するために商品開発部の増員を大幅に行いました。

イベントプロモーション（店舗全体のイメージを統一して行うプロモーション）につきましては、映画を題材としたものと「ワールドカップサッカー」の2本を実施し好評を得ました。当社では今後とも積極的にこのようなプロモーションの開発に取り組んでいきたいと考えております。

設備投資について

店舗設備につきましては、革新的な製造方法である「MADE FOR YOU」（新鮮な商品をより速くお客様に提供するためのオーダーメイド調理システム）を始めとする設備投資を行ってまいりました。

店舗展開につきましては、「エリアマーケット」（マーケットを面で捉えその中のポテンシャルを最大化する）の視点から、それぞれのマーケットの特性に合わせた適正規模での出店を続けております。当中間期は標準店舗31店、サテライト店舗70店、合計101店舗の出店を行いました。

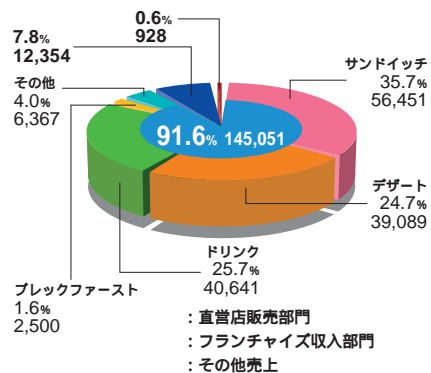
今後の対処すべき課題

当社調査によりますと、現在のお客様ニーズの上位項目は、①「メニューの充実」②「商品の安全性」③「価格」となっており、今後これらに対応した強力な施策の遂行が課題であると考えております。特にメニューや安全性の面においては、当社の基幹メニューである牛肉を使用したハンバーガー類の販売促進の拡大を中心課題としておりますが、これにつきましては、牛肉の供給国でありますオーストラリア政府とも連携を図りながら、お客様へ清潔で安全な当社製品の告知を行っていきたくと考えております。一方、店舗展開面につきましては、地域内における収益力の強化のため、地域内におけるリロケート（店舗の再配置）やスクラップ・アンド・ビルド（店舗の新設・閉店）が必要課題となっており、今後とも積極的に進めていく計画であります。

通期の見通し

当下半年以降の日本経済も、雇用環境に改善の兆しが見られないこともあり、個人消費の冷え込みが続くものと思われませんが、当社はお客様の満足度のさらなる向上と、それによる業績の拡大を目指してまいります。しかし、上半期の業績不振の影響は大きく、当期の売上高は期首見込みから256億円減少の3,394億円、経常利益は同116億円減少の110億円、当期利益は同52億円減少の61億円を見込んでおります。

部門別売上高構成比（単位：百万円）



- 直営店販売部門売上高金額にはフランチャイズ店舗売上高は含まれておりません。
- サンドイッチには、ハンバーガー、チーズバーガー、ビッグマック、フィレオフィッシュ、チキンタツタ等のバーガー類が含まれております。
- フランチャイズ収入部門はロイヤルティ、賃貸料、広告宣伝費、店舗売却代金等の収入です。
- その他売上とは、広告宣伝事業、委託販売事業および関係会社への役員提供事業から生ずる収益です。

エブリデースマイルメニュー

「もっといろいろな商品を選べたら良いのに」「平日も、休日もおトクだといいいのに」このふたつのリクエストにお応えしたのが、2月14日にスタートした『エブリデースマイルメニュー』です。3種類のハンバーガー類を新たにレギュラーメニューに組み入れるとともに、平日、土曜、日祭日のメニューを一律にお求めやすいプライスに変更して、お客様からご好評をいただいております。



プレミアムコーヒー

豊かな香りや深いコク。『プレミアムコーヒー』はマクドナルドが自信を持って提供する、お客様の嗜好にお応えした深煎りの本格派フレンチローストコーヒーです。コクのある「コロンビア」、キレのある苦味が特徴の「ブラジル」、ひときわ香りが豊かで柔らかな酸味を持つ「グアテマラ」を絶妙なバランスでブレンド。各店舗毎で豆を挽き、洗練された味わいをお客様にお楽しみ頂いております。



マックトーキョーメニュー

「もっと野菜を」「ティ・タイムのメニューに広がり」の声にお応えして登場したのがサラダ&スープ、スイーツ&カフェで構成される『マックトーキョーメニュー』。東京地区での好評を受けて2002年6月17日からは全国2,800店舗にその販売網を拡大。より多くのお客様に「多彩なメニュー」を「いつでも食べたい時に」お召し上がりいただけるようになりました。



ワールドカップサッカー

日本中、いや世界中が沸きに沸いた2002 FIFAワールドカップ。マクドナルドはオフィシャルパートナーとして、サッカーフェスタ開催やプレーヤースクーター等で強気にサポートしてまいりました。これからはマクドナルドは、さらに熱く、さらにダイナミックに、さまざまなスポーツを応援してまいります。



決算の概況

Financial Statements

会計方針の変更等について

固定資産の減価償却方法の変更
当社では有形固定資産の減価償却方法を当中間期より定額法に変更しました。この変更により、従来と同一の方法による場合に比べ、当中間期の減価償却費は1,779百万円減少し、営業利益及び経常利益は1,779百万円、税引前中間利益は1,173百万円それぞれ増加しております。

売上及び売上原価の一部についての計上区分の変更
直営店舗において発生する費用のうち、従来販売費及び一般管理費に計上されていた一部の費用を、売上原価へ計上区分の変更を行いました。また、広告宣伝事業、委託販売事業及び関係会社への業務提供事業から生ずる収益及び費用は、従来は営業外損益に純額表示しておりましたが、当中間期より収益は売上へ、費用については売上原価へそれぞれ計上区分の変更を行いました。この変更により、従来と同一の方法による場合に比べ、当中間期の営業収益は911百万円、営業費用は6,254百万円それぞれ増加し、販売費及び一般管理費は5,959百万円、営業外収益は615百万円それぞれ減少しております。このため、営業利益は615百万円増加しておりますが、経常利益及び税引前中間利益への影響はありません。

未回収プリペイドカードの会計処理
販売後2年を超えて未使用のプリペイドカードは、使用される可能性がほとんどないことから、前受金を営業外収益に振替処理することとしました。尚、当中間期末現在、販売後2年を超えて未使用とみなされるもののうち、過年度において2年超過した分として929百万円について、特別利益に計上しました。

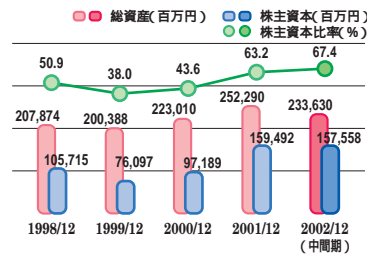
中間貸借対照表(要旨)

(単位:百万円)

	第32期 中間期 2002年6月30日現在	第31期 中間期 2001年6月30日現在	第31期 2001年12月31日現在
資産の部			
流動資産	48,652	35,363	66,525
固定資産	184,978	194,781	185,765
資産合計	233,630	230,145	252,290
負債の部			
流動負債	66,995	62,620	76,180
固定負債	9,076	52,585	16,617
負債合計	76,072	115,205	92,797
資本の部			
資本金	24,113	8,813	24,113
法定準備金	42,377	8,237	42,377
再評価差額金	2,745		2,786
剰余金	87,678	87,706	90,294
(うち中間(当期)利益)	(1,412)	(7,597)	(10,186)
その他有価証券評価差額金	6,134	10,182	5,493
資本合計	157,558	114,939	159,492
負債及び資本合計	233,630	230,145	252,290

1 総資産と株主資本

株主資本比率は「健全性の指標」とされており、この比率が高いほど財務の安全性が高いと判断されますが、当社の場合67.4%まで高まっております。総資産については、前期末より186億円減少しておりますが、これは借入金の返済、配当金支払等によるものです。なお、会社分割による資産・負債の承継により、2002年7月1日現在の総資産は2,081億円となります。



中間損益計算書(要旨)

(単位:百万円)

	第32期 中間期 2002年1月1日から 2002年6月30日まで	第31期 中間期 2001年1月1日から 2001年6月30日まで	第31期 2001年1月1日から 2001年12月31日まで
経常損益の部			
営業損益の部			
営業収益	158,334	183,853	361,672
営業費用	155,490	171,113	342,372
営業利益	2,843	12,739	19,299
営業外損益の部			
営業外収益	838	1,290	3,006
営業外費用	1,219	1,415	3,372
経常利益	2,463	12,614	18,933
特別損益の部			
特別利益	1,310	4,076	5,229
特別損失	995	2,224	3,429
税引前中間(当期)利益	2,777	14,467	20,733
法人税、住民税及び事業税	1,624	6,900	9,731
法人税等調整額	259	30	815
中間(当期)利益	1,412	7,597	10,186
前期繰越利益	85,411	79,118	79,118
再評価差額金取崩額	41		
中間(当期)末処分利益	86,783	86,716	89,305

システムワイドセールス

= 直営店舗売上高 + フランチャイズ店舗売上高

システムワイドセールスとは会計上の「売上高」ではありませんが、日本マクドナルドがマクドナルド・コーポレーションに支払うロイヤルティ及び藤田商店に支払うマネージメントフィーの算定の根拠となる数値で、経営成績に密接なかかわりを持っています。

2002年12月期(中間期): 支払いロイヤルティ・マネージメントフィー

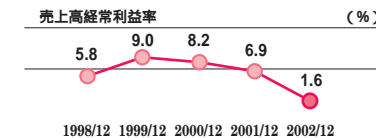
3% × 196,270百万円 = 5,888百万円 (前年同期比736百万円減)

マクドナルド・コーポレーション: 2.5%
藤田商店: 0.5%

Financial Statements

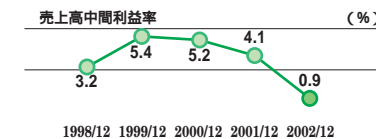
2 経常利益(中間期比較)

前年同期比80.5%減の24億63百万円となりました。これは、消費者の食に対する信用不安がさらに高まりを見せており、計画していた売上高を大きく下回ったことによるものです。

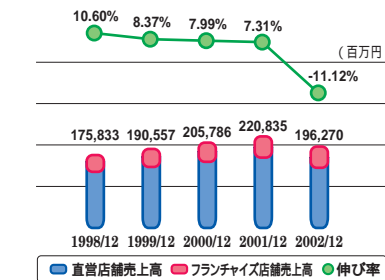


3 中間利益

当中間期は、賞与引当金戻入益、過年度未回収商品券戻入益等の特別利益及び過年度減価償却不足額等の特別損失を計上したことにより、中間利益は14億12百万円(前年同期比81.4%減)となりました。



[中間期比較]



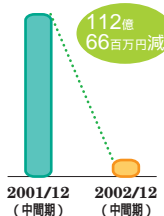
中間キャッシュ・フロー計算書(要旨)

(単位:百万円)

	第32期 中間期 2002年1月1日から 2002年6月30日まで	第31期 中間期 2001年1月1日から 2001年6月30日まで	第31期 2001年1月1日から 2001年12月31日まで
4 営業活動によるキャッシュ・フロー	1,276	12,542	16,587
5 投資活動によるキャッシュ・フロー	6,438	10,802	17,576
6 財務活動によるキャッシュ・フロー	9,194	9,000	24,218
現金及び現金同等物に係る換算差額	0	0	5
現金及び現金同等物の増減額(減少額)	14,356	7,259	23,233
現金及び現金同等物の期首残高	48,446	25,212	25,212
7 現金及び現金同等物の中間期末(期末)残高	34,090	17,953	48,446

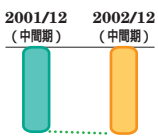
4 営業活動による
キャッシュ・フロー

当中間期における営業活動により獲得した資金は前年同期比89.8%減となりました。これは主に、税引前当期利益が前年同期と比べ、大幅に減少したことによります。



6 財務活動による
キャッシュ・フロー

当中間期において財務活動に使用した資金は91億94百万円(前年同期比2.2%増)となりました。これは、長期借入金の返済52億50百万円及び配当金支払39億44百万円によるものです。



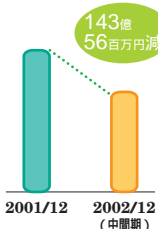
5 投資活動による
キャッシュ・フロー

当中間期において投資活動に使用した資金は前年同期比40.4%減となりました。これは店舗設備等への設備投資を40億36百万円抑制したほか、敷金・保証金の返還額の増加4億32百万円と差入れ額の減少4億31百万円によるものです。



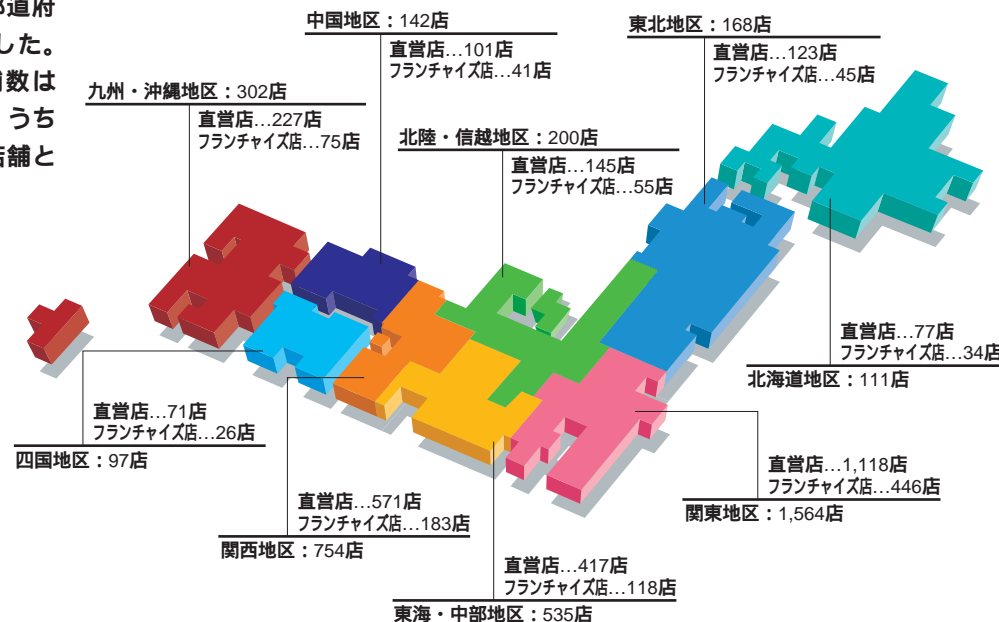
7 現金及び現金同等物の
中間期末(期末)残高

当中間期末における現金及び現金同等物の残高は、前期末に比して143億56百万円(29.6%)減少し、340億90百万円となりました。



店舗の状況

当社の店舗網は、1990年12月の山形県下への出店により、全都道府県への出店を達成いたしました。2002年6月末日現在の店舗数は3,873店舗(国内)にのぼり、うち直営店舗は約3/4の、2,850店舗となっております。



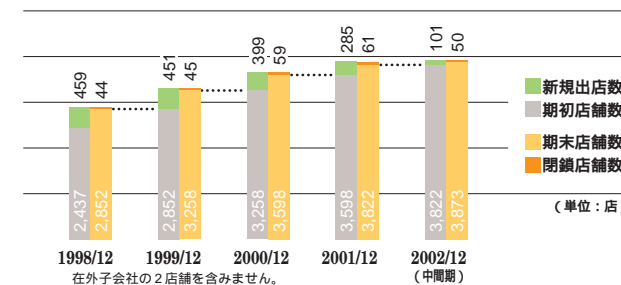
計3,875店
直営店 2,850店
フランチャイズ 1,023店
海外 2店

2002年6月末日現在

当期の店舗展開と店舗数の推移

当期の店舗展開は、出店が220店舗、閉店もしくはリロケーション(店舗のロケーションの変更)が130店舗で純増90店舗を予定しております。このうち当中間期では、101店舗の出店と50店舗の閉店もしくはリロケーションを行った結果、中間期末現在の店舗数は3,873店舗(純増51店舗)となりました。

なお、フランチャイズビジネスに係るフランチャイズ総店舗数は、中間期末現在1,023店舗(純増100店舗)となり、総店舗数の26.4%となりました。



株式インフォメーション

Stock Information

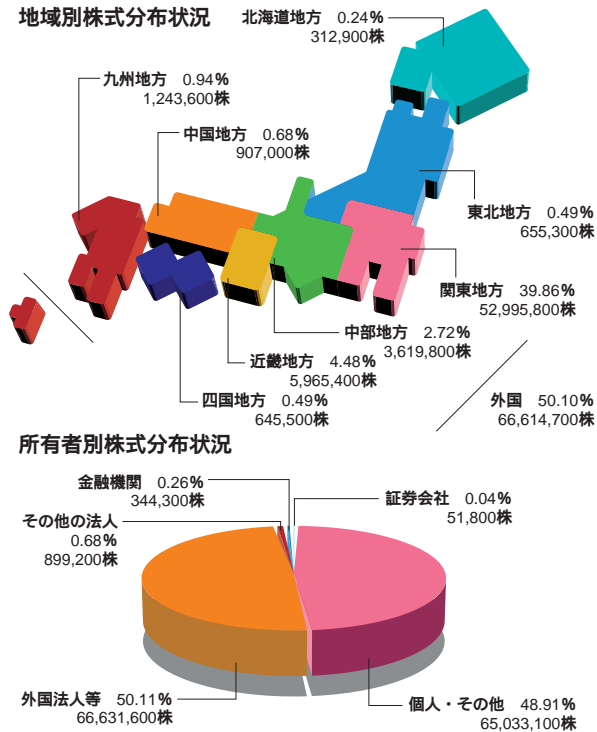
株式の状況 (2002年6月30日現在)

会社が発行する株式の総数	480,840,000株
発行済株式総数	132,960,000株
株主数	165,131名 (前期末比 8,680名増)

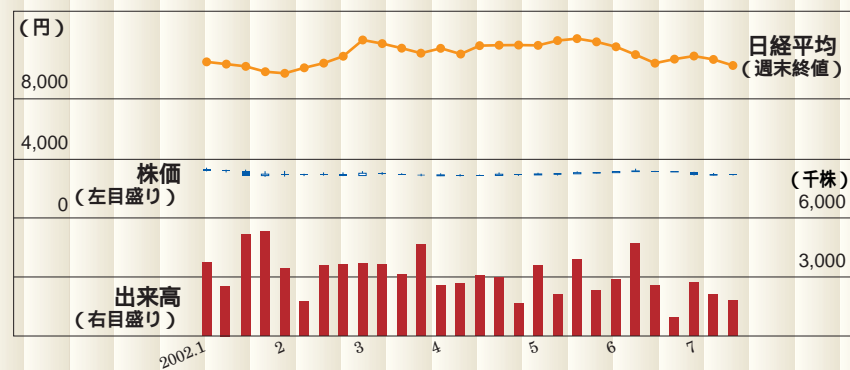
大株主

株主名	当社への出資状況	
	持株数(百株)	出資比率(%)
マクドナルド・レストラン・オペレーションズ・インク	390,900	29.40
マクドナルド・レストランズ・オブ・カナダ・リミテッド	273,900	20.60
藤田 田	157,700	11.86
藤田 元	100,000	7.52
藤田 完	100,000	7.52
日本マクドナルド社員持株会	37,365	2.81
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	960	0.07
日本マクドナルドグル-プ持株会	769	0.05
太陽生命保険相互会社	510	0.03
UFJ信託銀行株式会社(信託勘定A口)	348	0.02

(注) 持株数は、百株未満を切り捨てて表示しております。



株価チャート(週足)



株主様ご優待のお知らせ

2002年12月31日権利確定分より
ご優待内容の変更がございます。

日本マクドナルドホールディングス株式会社では
毎年6月30日・12月31日現在(半年ごと)におい
て、株主様名簿に記載のある100株以上の株式を
所有されている株主様に下記の株主優待をご用
意しております。



2002年6月30日

ご優待内容: 下記のA~Cの中から、
ひとつお選びいただけます。

- A** 当社お飲物(Sサイズ)
無料優待券(50枚)
対象店舗: マクドナルド全店
有効期限: 発行日より6ヶ月
- B** 当社バリューセット
無料優待券(10枚)
対象店舗: マクドナルド全店
有効期限: 発行日より6ヶ月
- C** 当社ハッピートイ
(ハッピーセットに付くおもちゃ)
4個1セットとし、株主さまがご指定される
お客さまへ6ヶ月間連続してお届けいたし
ます。但し、国内限定となります。

所有株数にかかわらず1名義につき1口のご優待となりますのでご了承下さい。
9月9日(月)までにお申し込みがない場合は、自動的にBをお送りいたします。
Cについては10月~翌年3月の6ヶ月間お届けいたします。

2002年12月31日

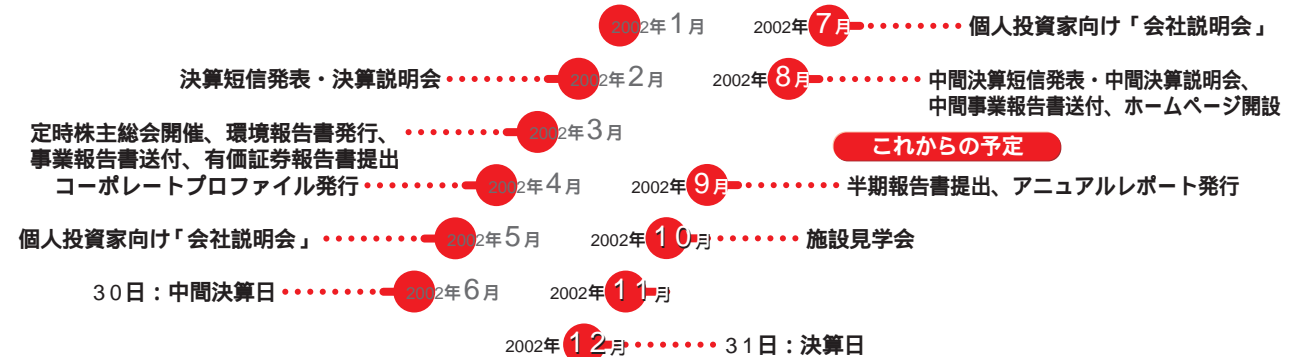
ご優待内容: 株主さまから頂戴したご意見
にお応えして、下記内容に変更いたします。

当社商品無料優待券(6枚セット)



100株以上.....1冊(6枚)
300株以上.....3冊(18枚)
500株以上.....5冊(30枚)
切り離して単品でもお使いいただけます。

IR・株式カレンダー



会社概要

(2002年6月30日現在)

商号	日本マクドナルド株式会社	資本金	241億1,387万円
所在地	本社 / 東京都新宿区西新宿6-5-1 新宿アイランドタワー 〒163-1339 電話 03(3344)6251(代表) 関東地区本部 / 東京都新宿区西新宿6-5-1 新宿アイランドタワー 〒163-1336 電話 03(3345)6861(代表) 中央地区本部 / 神奈川県横浜市保土ヶ谷区神戸町134 横浜ビジネスパーク・ウエストタワー 〒240-0005 電話 045(337)8000(代表) 関西地区本部 / 大阪府吹田市江坂町5-14-10 マクドナルド緑地公園ビル 〒564-0063 電話 06(6369)3611(代表)	業務内容	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事業
		役員	代表取締役会長兼CEO 藤田 田 代表取締役社長兼COO 八木 康行 代表取締役副社長 田中 明 代表取締役 クレア・パブロウスキー 代表取締役 マシュー H. ポール 取締役 藤田 元 取締役 ジェームズ A. スキナー 取締役 川村 明 常勤監査役 藤木 努 監査役 又市 義男 監査役 デビッド M. ボイマン 監査役 吉野 賢治
設立年月日	1971年(昭和46年)5月1日	従業員	正社員 5,433名 パートタイマー 23,612名(8時間換算)

株主メモ

決算期日	毎年12月31日	名義書換代理人	東京都千代田区丸の内一丁目4番3号 UFJ信託銀行株式会社
定時株主総会	毎年3月	同事務取扱所	〒137-8081
上記基準日	毎年12月31日 その他必要あるときは、あらかじめ公告して 臨時に基準日を定めます。	(郵便物送付先)	東京都江東区東砂七丁目10番11号
配当金受領株主確定日	毎年12月31日及び中間配当を実施するときは 6月30日	(電話照会先)	UFJ信託銀行株式会社 証券代行部 電話(03)5683-5111(代表)
		同取次所	UFJ信託銀行株式会社 全国本支店
		電話(通話料無料)	☎0120-24-4479(本店証券代行部) ☎0120-68-4479(大阪支店証券代行部)
		ホームページアドレス	http://www.ufjtrustbank.co.jp/
		公告掲載新聞	日本経済新聞

スマイルをスマイル



マクドナルド

日本マクドナルドホールディングス株式会社
(旧 日本マクドナルド株式会社)

東京都新宿区西新宿6-5-1 新宿アイランドタワー
TEL 03-3344-1239 FAX 03-3344-6102 (IR直通)
ホームページアドレス <http://www.mcdonalds.co.jp/>



古紙配合率100%再生紙を使用しています

