



報道関係各位

2015年10月13日
日本マクドナルド株式会社

主要原料原産国・最終加工国情報、アレルギー情報、栄養情報を、よりわかりやすく

主要商品のパッケージをリニューアル

- ① ウェブサイトを大幅リニューアルし、各商品に関する詳細情報を公開
- ② 商品パッケージにはサイトへのアクセスが可能な「QRコード」をより大きく分かりやすく配置

日本マクドナルド株式会社(本社:東京都新宿区、代表取締役社長兼 CEO:サラ・エル・カサノバ)は、お客様がお知りになりたい商品情報をわかりやすくご提供することで、より安心してお召し上がりいただけるよう、主要商品(※)の主要原料原産国・最終加工国情報等を公開したウェブサイトと、各商品パッケージを刷新いたしました。 ※ドリンク、期間限定商品、スイートコーン、サイドサラダ、コールドデザート、ソース類、ドレッシングを除く



QRコードをパッケージの最も目立つ面に大きく配置。
10月中旬より順次切り替えを開始し、全店で展開。



今まで別々のページに分かれていた
主要原料原産国・最終加工国情報と、アレルギー情報・
栄養情報を、商品ごとに一元化。

今回の刷新は、商品の情報へ手軽にアクセスしたいというお客様のニーズに対して、ワンストップで
ご覧いただけるよう刷新するものです。調査から明らかになった、商品情報の到達の問題を向上させ、
お客様により安心してお召し上がりいただくことを目的にしています。

日本マクドナルドが2015年7月に実施した消費者調査では、女性50.6%の方から「商品パッケージに記載
されたQRコードから主要原産国・加工国が確認できると安心」との回答がありました。

また、同調査ではマクドナルドのメニューについて、「ビーフ(パティ)はビーフ100%、つなぎも添加物も入って
いないと知らなかった」(86.9%)、「卵は100%国産であると知らなかった」(96.1%)など、食材情報についての
情報がお伝えできていないことから、商品情報を記載したウェブサイトの刷新、「QRコード」を大きく記載した
パッケージへの変更を行います。これにより、アクセスしやすさを大幅に向上させることが出来るものと考えます。

<一般のお客様のお問い合わせ先>

マクドナルド公式ホームページ <http://www.mcdonalds.co.jp/>

■ 主要原料原産国・最終加工国情報、アレルギー情報・栄養情報サイトのリニューアルについて

最も使用されているデバイスであるスマートフォンでの閲覧を念頭に、お客様がお知りになりたい各商品の情報を、より明確に、よりわかりやすいサイトへとリニューアルいたしました。

主要商品に個別のページを用意し、これまで別々のページに分かれていた各食材の特徴、主要原料原産国・最終加工国に関する情報、アレルギーに関する情報・栄養情報を、一元的にご確認いただくことが可能です。

公開日 = 2015 年 10 月 8 日(木)

情報サイト トップページ URL = <http://sp.mdj.jp/menu/Index/r/>

各メニューの個別 URL = それぞれの商品パッケージに配置された「QR コード」に反映されています。



トップページ

主要原料原産国・
最終加工国情報

アレルギー情報

栄養情報

■ パッケージ リニューアルについて

主要商品について、お客様のお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を行います。また、お客様の目にとまりやすいよう、大きな虫眼鏡を目印として採用いたしました。

切り替えスケジュール = 10 月中旬より順次、全店への切り替えを順次実施。



バーガー類、サイドメニューなど、
主要商品のパッケージを切り替え。



ほぼ実物大の「QR コード」サイズ
(全商品共通、虫眼鏡部分含め約 33mm×50mm)

■ お客様の声

日本マクドナルド株式会社は 2015 年 7 月、お客様の声をお伺いするため、全国の 20～50 代・男女 800 人のお客様にアンケートを実施させていただきました。

その結果、マクドナルドの情報発信はいまだ充分とはいえず、多くのお客様へ、よりアクセスしやすく、よりわかりやすい原材料情報等の提示が必要であることが明らかになりました。

今回のウェブサイトリニューアル、パッケージリニューアルは、この結果を踏まえて実施するものです。

【調査概要】:

日本マクドナルドから調査会社への委託により、全国 20～50 代の男女 800 人を無作為に抽出、アンケートを実施（男女・年代別の人数は均等、インターネット調査）

■ マクドナルドのメニュー、原材料や主要原産国・加工国などに関する認知率

調査ではマクドナルドのメニューについて、主要な商品特徴の認知率を確認いたしました。

その結果、各商品特徴はホームページで開示しているものの、その認知は非常に低く、改善の余地が大きくみられました。

対象：無作為に抽出した男女・20 代～50 代（性別・世代ごとに各 100 名、n=800）

質問形式：下記を含む複数の商品特徴を提示し、複数回答にて認知している項目を選択

主な項目文：「ビーフはビーフ 100%、つなぎも添加物も入っていません」「ポテトはジャガイモ 100%、採れたジャガイモを丸ごとそのまま細長くカットしています」「卵は 100% 国産です」「レタスは契約農家で栽培をしたレタスです」



お客様はマクドナルドのメニューについて どのように思われているか



ビーフはビーフ100%、つなぎも添加物も入っていない

知っている

知らない

86.9%



ポテトはジャガイモ100%、
採れたジャガイモを丸ごとそのまま細長くカットしている

知っている

知らない

88.9%



卵は100%国産

知っている

知らない

96.1%



レタスは契約農家で栽培している

知っている

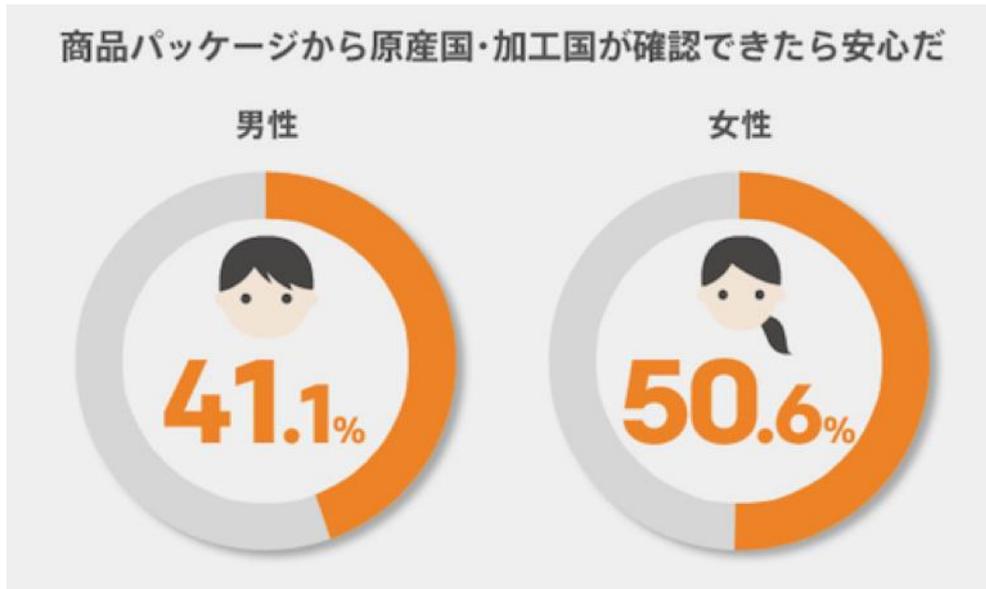
知らない

95.1%

■ 過半数の女性が「商品パッケージの QR コードから主要原産国・加工国が確認できると安心」

同調査では、マクドナルドでお食事をお楽しみいただくにあたり、どのような情報があるとお客様の安心につながるかもお尋ねしています。

下記は、各商品パッケージの「QR コード」から主要原産国・加工国が確認可能である場合、安心安全をお感じいただけるか、という質問への回答結果です。男性の 41.1%、女性の 50.6%の方が「安心安全を感じる」と回答されました。男女での回答差は 9.5pt であり、特に女性のお客様にとって、原産国・加工国へのアクセス向上が「安心」に関係していることが確認できました。



対象：無作為に抽出した男女・20代～50代（性別・世代ごとに各 100名、n=800）

「商品パッケージに添付されている QR コードから主要原産国、加工国をご確認いただけます」と提示された場合に安全安心と感じるかを単一回答で質問。

「非常に安心安全だと感じる」及び「やや安心安全だと感じる」の合計が男性 41.1%・女性 50.6%。「どちらともいえない」が男性 46.5%・女性 38.3%、

「あまり安心安全だと感じない」及び「全く安心安全だと感じない」の合計が男性 12.4%・女性 11.1%

お客様が、より安心してお食事をお楽しみいただけるように、お客様がお知りになりたいときに知りたい情報をお取りいただけるように、日本マクドナルドは各商品パッケージのデザインをリニューアルして、メニュー情報にアクセスできる「QR コード」を、より大きく目立たせます。



<報道関係各位のお問い合わせ先>

日本マクドナルド株式会社 コミュニケーション本部 PR 部 長谷川・^{とうやま}富山 TEL:03-6911-5710

<一般のお客様のお問い合わせ先>

マクドナルド公式ホームページ <http://www.mcdonalds.co.jp/>