



マクドナルドでは、政府による「緊急事態宣言」および「まん延防止等重点措置」適用の対象エリアの店舗において、飲食店への営業時間短縮要請が出ている期間、要請対象時間帯では店内客席のご利用を中止しています。また、医療従事者の皆さまへお食事券の提供をするなど、地域で医療にかかわる皆様の支援を行っています。

マクドナルドは、[地域貢献活動](#)の一環として、4月に小学校へ入学する新1年生へ「安全笛(防犯グッズ)」を贈呈する活動を行っています。各地域の教育委員会や警察などのご協力のもと、2003年の活動開始以来累計約1,218万個の安全笛を贈呈しており、今年は新1年生の約80%以上に相当する計82万5,600個の安全笛を贈呈しました。

マクドナルドではこの他にも、「こども110番の家」の活動や、各都道府県警察本部と連携して「身を守るための安全教室」の開催なども行っています。今後も、積極的に地域の安全・防犯活動に取り組んでまいります。

4月の全店売上高は、前年同月比+10.0%、既存店売上高が前年同月比+9.2%となりました。

既存店の客数と客単価は昨年新型コロナウイルスの影響で大きく変動した影響があり、それぞれ+20.9%(昨年は-18.9%)、-9.7%(昨年は+31.4%)となりました。

- 安全で利便性の高い店舗でのアクション、ドライブスルー、デリバリー、デジタルの強化、バリュープログラム継続やお客様との繋がりを強化するマーケティング活動といったこれまで実施してきた取り組みにより、ベースセールスが着実に上昇しています。
- 新レギュラーバーガーとして、『サムライマック』と銘打った2商品「炙り醤油風 ダブル肉厚ビーフ」と「炙り醤油風 ベーコンマト肉厚ビーフ」を発売しました。期間限定商品「コーク® 辛ロジンジャー／フroot」とあわせて、多くのお客様にお楽しみいただきました。
- ハッピーセット®には、「トミカ」と「シルバニアファミリー」のおもちゃ、絵本「チムとタムのたからさがし」とミニ図鑑「花／春から初夏の花 クイズつき」が登場しました。

月次動向 2021年度(前年同月比)

(月)		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
全店	売上高(%)	19.4	1.7	8.4	10.0								
	客数(%)	-3.2	-11.3	0.8	20.9								
既存店	売上高(%)	18.7	1.0	7.5	9.2								
	客単価(%)	22.7	13.8	6.6	-9.7								

*既存店売上高は、少なくとも13ヵ月以上開店している店舗を対象とし、その店舗の売上高を当年と前年それぞれ合計して比較したものです。

2020年度月次動向は[こちら](#)

マクドナルドは、引き続き、新型コロナウイルスの感染拡大の状況を注視しながら、変化する社会やお客様のニーズに柔軟に対応し、進化を続けます。そして、持続可能な社会の実現に向けて取り組み、「おいしさと笑顔を地域の皆さまに」ご提供してまいります。

※マクドナルドの「新型コロナウイルス感染拡大抑制の取り組み」は[こちら](#)