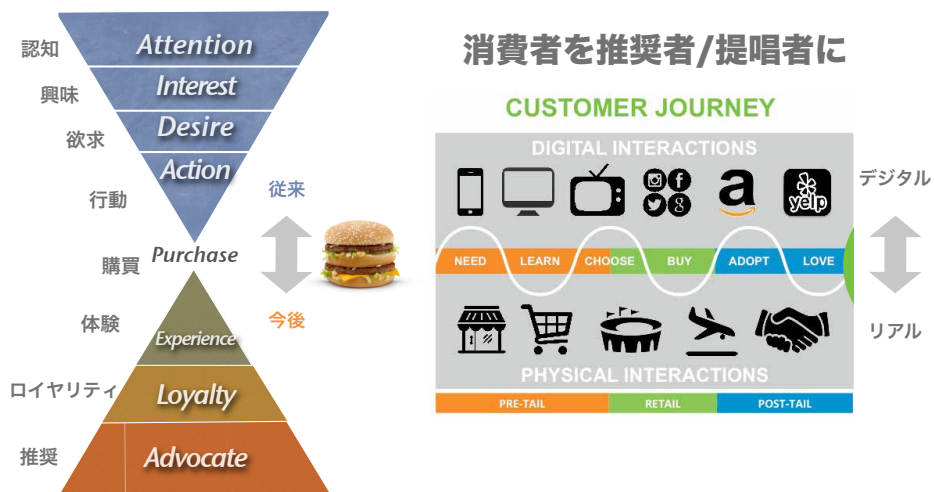


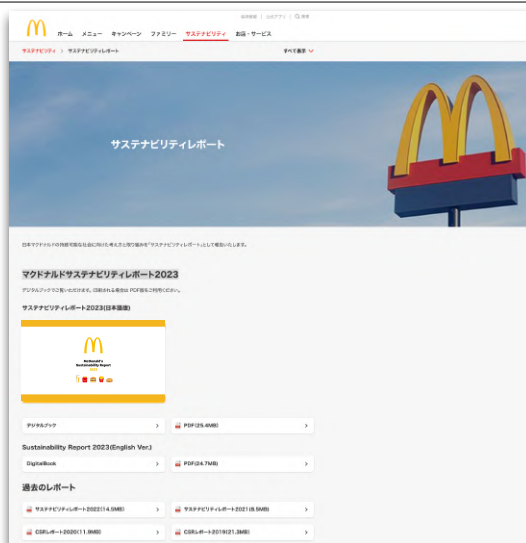
ブランド価値の創造



17



18



マクドナルドサステナビリティレポート2023

サステナビリティレポート2022
サステナビリティレポート2021
CSRレポート 2020
CSRレポート 2019

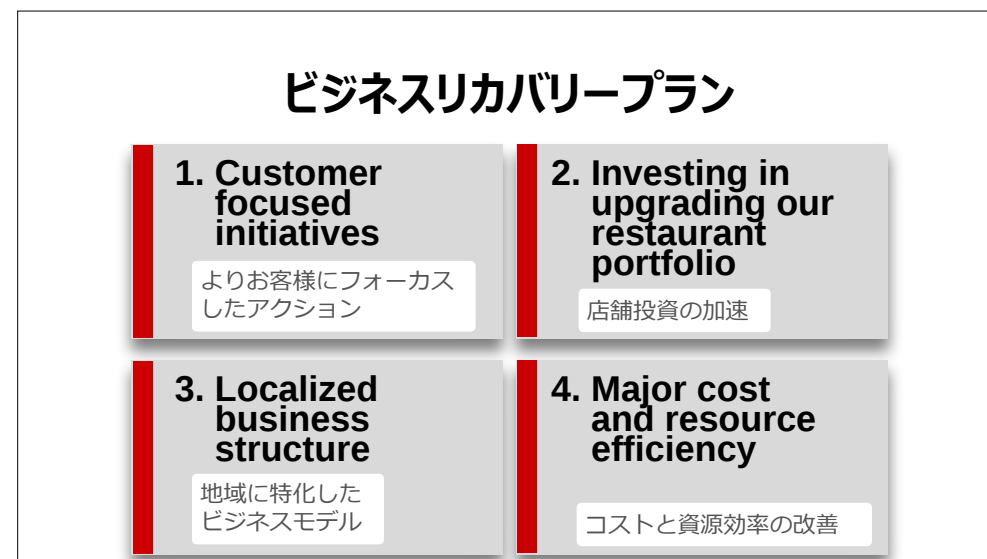
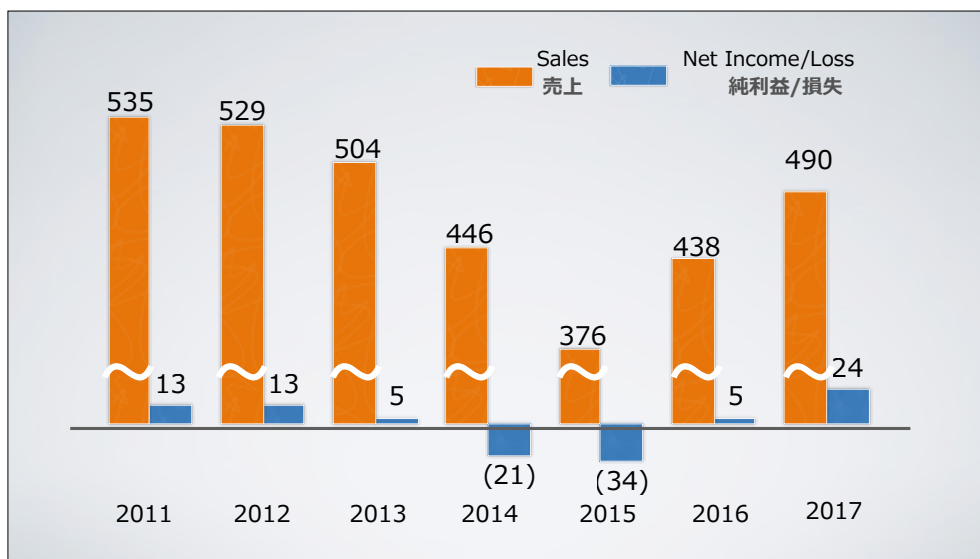
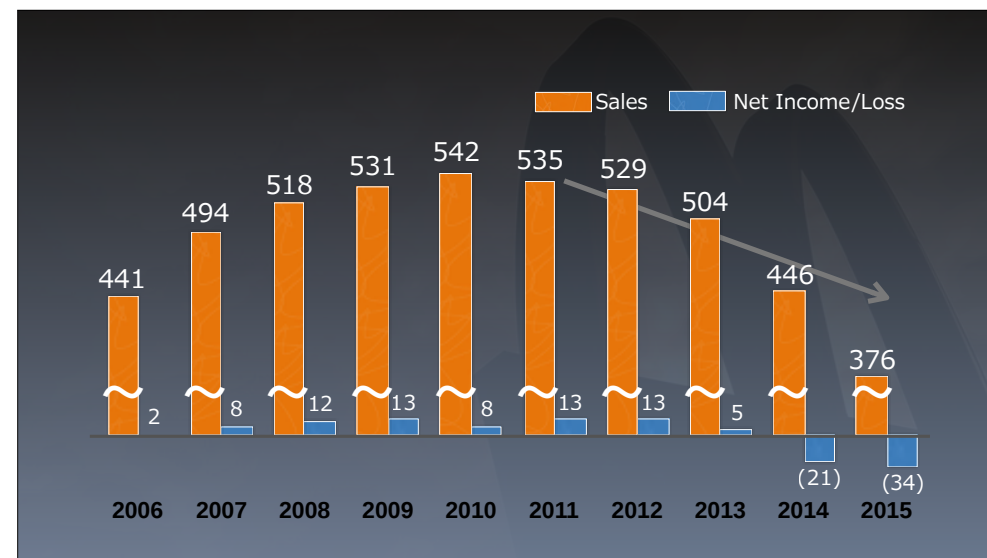
https://www.mcdonalds.co.jp/sustainability/sustainability_report/

19



(出所: マクドナルドサステナビリティレポート2023 https://www.mcdonalds.co.jp/sustainability/sustainability_report/)

20



よりお客様に
フォーカスした
アクション

Food safety /
食の安全と品質

Menu
メニュー

Value
バリュー

OSC

Customer engagement
カスタマーエンゲージメント

25



26

Food safety /
食の安全と品質

Mom's Eye
ママズ・アイ・プロジェクト



「ママズ・アイ・プロジェクト」ママたちが自分でビッグマックを
チェックしてきました。

ハンバーガーの材料って何なの? 2人のママが店内のマクドナルドでハンバーガーづくりを体験



「ママズ・アイ・プロジェクト」ママたちが自分でビッグマックを
チェックしてきました。

ハンバーガーの材料って何なの? 2人のママが店内のマクドナルドでハンバーガーづくりを体験



「ママズ・アイ・プロジェクト」ママがお店に遊び打ち機を体験

ハンバーガーの材料って何なの? 2人のママが店内のマクドナルドでハンバーガーづくりを体験

マクドナルドホールディングス ニュースリリース
<https://www.mcd-holdings.co.jp/news/2015/csr/csr0731b.html>

27

Food safety /
食の安全と品質



アレルギー・栄養・原産国情報

アレルギー・栄養・原産国情報

アレルギー・栄養・原産国情報

アレルギー・栄養・原産国情報

アレルギー・栄養・原産国情報

アレルギー・栄養・原産国情報

アレルギー・栄養・原産国情報

アレルギー・栄養・原産国情報

アレルギー・栄養・原産国情報

アレルギー・栄養・原産国情報

アレルギー・栄養・原産国情報

アレルギー・栄養・原産国情報

アレルギー・栄養・原産国情報

アレルギー・栄養・原産国情報

アレルギー・栄養・原産国情報

アレルギー・栄養・原産国情報

アレルギー・栄養・原産国情報

アレルギー・栄養・原産国情報

アレルギー・栄養・原産国情報

アレルギー・栄養・原産国情報

アレルギー・栄養・原産国情報

アレルギー・栄養・原産国情報

栄養バランスチェック

栄養バランスチェック

栄養バランスチェック

栄養バランスチェック

栄養バランスチェック

栄養バランスチェック

栄養バランスチェック

栄養バランスチェック

栄養バランスチェック

栄養バランスチェック

栄養バランスチェック

栄養バランスチェック

栄養バランスチェック

栄養バランスチェック

栄養バランスチェック

(出所: マクドナルドCSR レポート2020)

28

消費者への伝え方・価値の創造

3

ソーシャルマーケティング

価値の増幅/行動と認識の変容

29

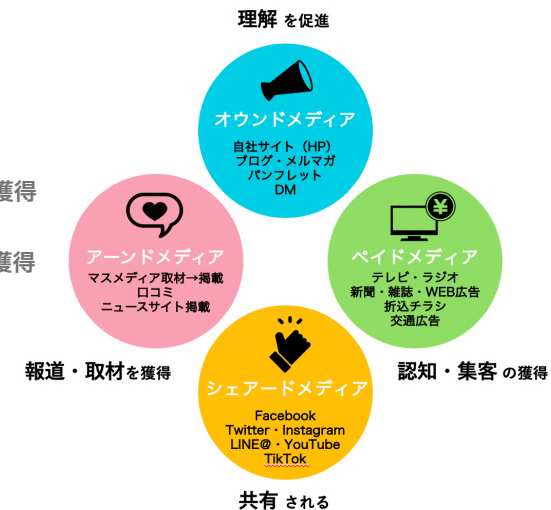
PESOメディア

Paid 認知/集客を獲得

Earned 報道/取材を獲得

Shared 共有される

Owned 理解の促進



30

戦略広報/PR

行動変容
Behavior
Change

… 行動を起こす
(新たな習慣)

認識変化
Perception
Change

パブリシティ (情報の露出)
Publicity

PRのピラミッド

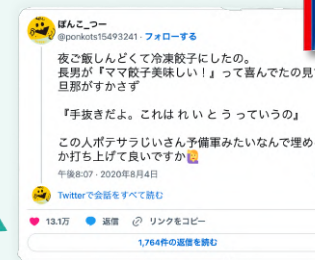
31

行動変容
Behavior
Change

認識変化
Perception
Change

パブリシティ (情報の露出)
Publicity

PRのピラミッド



32