

세계 1위 푸드 서비스 기업

맥도날드는 전 세계 118개국 4만 여개의 매장에서 매일 6,900만 명의 고객들에게 제품과 서비스를 제공하고 있다. 세계 프랜차이즈 매장 수 1위이자, 브랜드 가치 순위에서도 세계적인 수준이다. 기본에 충실한 훌륭한 레스토랑 운영을 바탕으로 최상의 고객 만족을 제공하여 궁극적으로 '더 나은 맥도날드'로 나아가기 위해 최선을 다하고 있다.

한국맥도날드 소개

한국맥도날드는 지난 1988년 한국에 진출한 이래 지난 35년간 드라이브 스루 플랫폼인 맥드라이브, 24시간 영업, 아침 메뉴 맥모닝, 배달 주문 서비스인 맥딜리버리 등 다양한 이니셔티브들을 최초로 선보이며 국내 퀵 서비스 레스토랑(Quick Service Restaurant, QSR) 업계를 선도해 왔다.



1992년

국내 최초 드라이브 스루 매장 도입
(부산 해운대점)



2015년

국내 최초 디지털
키오스크 도입



2005년

업계 최초 '24시간 운영 매장'
영업 시작



2020년

업계 최초 빨대가 필요 없는
음료뚜껑 '뚜껑이' 출시



2006년

업계 최초 아침 메뉴 '맥모닝' 출시



2022년

업계 최초 전국 직영매장 '친환경
전기바이크' 100% 전환 완료



2007년

업계 최초 주문 배달 서비스
'맥딜리버리' 런칭

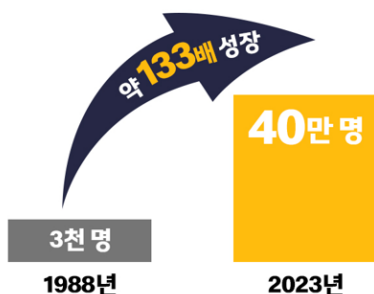


2022년

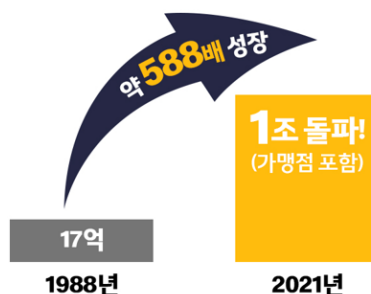
업계 최초 드라이브 스루
하이패스 결제 시스템 도입

현재는 매일 약 40만 명, 연간 2억 명 이상의 고객이 맥도날드를 방문할 정도로 대표적인 QSR 브랜드로서의 입지를 공고히 하고 있다. 현재 약 18,000여 명의 직원들이 근무하고 있으며 한국 사회의 고용 창출에도 적극 일조하고 있는 한국맥도날드는 책임 있는 글로벌 기업으로서 '더 나은 세상을 위한 작지만 큰 변화'를 위해 국내 시장에서 지속적인 성장을 추구하고 있다.

하루 평균 방문 고객



연 매출액



맥도날드의 핵심가치

맥도날드의 구성원 모두는 언제나 맥도날드의 다섯 가지 '핵심가치' 실천을 위해 최선을 다하고 있다. 핵심가치는 '사람중심', '포용', '정직', '커뮤니티', 그리고 '패밀리'다.

'사람중심'이란 언제나 고객과 직원을 가장 먼저 생각한다는 뜻이며, '포용'이란 맥도날드의 문은 누구에게나 열려 있다는 의미다. '정직'은 올바른 방식으로 일을 하는 것을 말하며, '커뮤니티'는 좋은 이웃이 되는 것이고 '패밀리'는 함께 더 나은 내일을 만드는 생각이다.

이 핵심가치는 '세 다리 의자 철학'을 구성하는 가맹점과 협력업체, 그리고 임직원들이 함께 공유하고 있다.



사람중심



포용



정직



커뮤니티



패밀리

버거를 만드는 '사람들'의 회사, 맥도날드

맥도날드는 사람이 가장 중요한 자산이라는 믿음 하에 성별, 나이, 장애, 학력 등 차별 없이 다양성을 존중하는 문화와 안정적이고 일하기 좋은 근무 환경 조성, 우수한 인재들을 양성함으로써 직원과 기업이 함께 성장할 수 있는 기업이 되고자 한다.

장애인, 주부부터 시니어까지 다양한 1만 8천여 명의 직원들과 함께하는 맥도날드

열린 채용



최근 5년간 신규 채용된 주부 크루

3,590 명



현재 재직중인 시니어 크루

567 명



현재 재직중인 장애인 크루 **192 명**

맥도날드 고용 문화의 가장 큰 특징은 학력, 나이, 성별, 장애 등의 차별이 없는 '열린 채용'으로 취업 사각지대에 놓인 이들도 적극적으로 고용하고 있다는 점이다.

특히, 고용 시장이 침체됐던 지난 몇 년 동안에도 맥도날드는 매 분기 정규직 공개 채용을 진행해 왔으며 올해 역시 약 500명 이상의 대규모 정규직 채용을 진행중이다. 업계 최초로 주부 채용의 날을 개최하며 결혼, 육아 등으로 인해 경력이 단절된 워킹맘들의 재취업을 장려하고 있다.

여성 직원의 비율은 50%를 넘어섰으며, 여성 임원의 비율 역시 국내 500대 기업의 평균인 6.3%를 크게 상회하는 47%다. 최근 5년간 신규 채용된 주부 크루는 3,590명이며, 현재 재직 중인 시니어 크루는 567명, 장애인 크루는 192명이다. 그중 최고령 시니어 크루는 80세이며, 최장기 장애인 크루의 근속 기간은 21년에 달한다. (2023년 3월 기준)



여성 직원 비율
50% 이상



여성 임원 비율
47%



재직 중인 최고령
시니어 크루
80세



최장기 운영
가맹점주
27년



최장기 근속
장애인 크루
21년

세상에 좋은 일이 맥도날드에게도 좋은 일

한국맥도날드는 앞으로 선도적 친환경 활동 등 국내 시장에 대한 투자를 지속하고, 이를 통한 사회적 책임의 실천도 이어갈 계획이다. 지금까지 맥카페 원두를 100% '열대우림동맹' 인증 친환경 원두로 교체하고 업계 최초로 빨대 없는 '뚜껑이'를 도입한 데 이어, 앞으로 2025년까지 모든 패키지를 재활용 또는 재사용이 가능한 친환경 소재로 전환하고 '동물복지란'을 100% 도입하는 등 적극적인 ESG 활동을 선보일 예정이다.

2018	2019	2020	2021
-외식업체 최초 온실가스 저감 선언 -무항생제 닭고기, RFA 인증 커피 원두 사용	-FSC 인증 친환경 포장재 사용 -친환경 전기 바이크로 교체	-업계 최초 빨대 없는 '뚜껑이' 도입 -업계 최초 해바라기유 도입	-3R 정책으로 ESG 경영 방향성 제시 (Reduction, Reusable, Recycling)
2022	2023	향후 예정	

-직영 매장 친환경
전기 바이크 100%
교체 완료

-PET 리사이클링
아우터' 도입

-전 포장재, 재활용 인증품 교체(2025)
-포장재 잉크, 천연으로 교체(2025)
-케이지프리(Cage-Free) 계란 사용(2025)
-넷제로(Net Zero) 달성(2050)

맥도날드는 좋아서 합니다



지난 3월 국내 진출 35주년을 맞아 재활용, 자원의 선순환, 다양성, 지역사회 네 가지 주제의 영상을 공개했다. 영상은 매장에서 버려진 뚜껑이가 고품질의 리사이클 충전재로 재활용돼 크루 아우터 유니폼으로의 변신을 통해 자원 선순환의 실천을 소개한다. 맥카페의 커피박(찌꺼기)이 가축의 사료로 재탄생 되는 과정을 비롯해, 학력·나이·성별·장애 등에 차별을 두지 않는 '열린 채용' 시스템, 'Taste of Korea(한국의 맛)' 프로젝트를 중심으로 지역사회와의 상생 실천 등 맥도날드의 다양한 활동을 담았다.

공개한 ESG 영상 시리즈는 '세상에 좋은 일이 맥도날드에게도 좋은 일'이라는 의미를 담은 영문 슬로건 'Better World, Better McDonald's'을 나타내며 이러한 ESG 활동을 맥도날드는 좋아서 한다는 뜻을 담고 있다.

지친 환아와 보호자를 위한 RMHC 하우스



RMHC(Ronald McDonald House Charities)는 장기 입원을 해야 하는 중증 환아와 가족들이 병원 근처에 함께 머물 수 있는 집으로, 어린이들이 가족의 돌봄을 받으며 건강한 사회의 일원으로 성장하도록 지원한다. 한국맥도날드는 아동 복지 사업을 실시하는 글로벌 비영리 법인 한국 RMHC 재단의 가장 큰 후원사로서 다양한 후원 활동을 진행해왔다.

'해피밀', '행운버거' 판매 수익금 일부와 사내 자선바자회 '맥해피데이' 등을 통해 2022년 한해 동안 약 5억 3천만 원을 전달했다. 기부금은 경남 양산 부산대학교병원 내에 위치한 국내 1호 '로날드 맥도날드 하우스' 건립 및 운영 지원을 위해 전달됐다. 올해 5월에는 수도권 RMHC 하우스 2호점 건립을 위해 '0.3평 엄마의 침대' 기부 캠페인을 펼치기도 했다.

맥도날드가 찾은 한국의 맛

맥도날드에 대한 고객 경험 중 가장 큰 부분은 단연코 ‘음식의 맛’이다.

이에 한국맥도날드는 식재료의 품질을 높이고 차별화된 맛을 선사하고자 ‘Taste of Korea’ 프로젝트로 다양한 한국의 맛을 지속적으로 선보이고 있다. 이를 통해 창녕 갈릭 버거, 보성녹돈 버거, 허니버터 인절미 후라이, 한라봉 칠러, 나주 배 칠러 등 지역 농가와의 상생을 통한 로컬 메뉴를 출시했으며, 맛과 화제성 모두 좋은 반응을 얻고 있다.

국내산 식재료를 활용한 Taste of Korea 메뉴의 판매량



2022년까지 한국맥도날드 로컬 소싱 메뉴의 누적 판매량은 총 1000만개를 넘었으며, 버거 메뉴는 약 430만개, 사이드 메뉴는 약 28만개, 음료 메뉴가 약 590만개를 기록했다. 이중 창녕 갈릭 버거는 약 300만개 이상의 판매고를 기록하며 농산물 소비 활성화 및 농가와의 동반 성장을 이뤄냈다.

연간 국내산 식재료 수급량



양상추
2,698톤

계란
1,607톤

토마토
2,013톤

양파
484톤

돼지고기
3,264톤

닭고기
7,082톤

또한 한국맥도날드는 양상추, 계란, 닭고기 등 버거 주요 재료를 국내산으로 사용하며 지역 경제 활성화에도 기여하고 있다. 한국맥도날드는 연간 1만 7천톤이 넘는 양의 국내산 식재료를 수급하고 있으며 지역 농산물을 활용한 ‘Taste of Korea’ 한정 메뉴를 선보이면서 지역 농가에 활기를 불어넣고 있다.

한국맥도날드 대표이사 김기원



김기원 대표는 2022년 5월 한국맥도날드 대표이사로 부임했다.

2020년 4월 CMO(최고 마케팅 책임자)로 합류한 후, 'The BTS 세트'와, 'Taste of Korea(한국의 맛)', '베스트 버거', '맥카페' 등의 브랜드 마케팅을 총괄하며 맥도날드의 비즈니스 성장과 핵심 프로젝트 성공에 큰 역할을 해왔다.

한국맥도날드 대표이사 부임 전, 코카콜라, SBS 미디어 홀딩스, 프록터 앤드 갬블(P&G)에서 20년 이상 마케팅 전략 및 실행을 담당했다.