

2015年8月7日
日本KFCホールディングス株式会社

新・中期経営計画策定のお知らせ

新3ヵ年計画『Building The Future 2017』

当社ではこの度、2015年度から始まる3ヵ年を対象にした新・中期経営計画を策定、『Building The Future 2017』として、着実な成長に向け果敢に事業展開を進めます。

当社は、「おいしさ、しあわせ創造企業」という企業理念を掲げ、主にケンタッキーフライドチキンとピザハットの事業を中心に展開し、“本当のおいしさでお客さまを幸せにし、そして、ビジネスにかかわるすべての皆さんも幸せになる”ことを目指してまいりました。

内外ともに環境の変化はより一層激しさを増し、また、新しく登場するさまざまな技術は、消費者の生活スタイルを大きく変え、価値観もより多様により速く変化しています。このような中であって、当社は2020年にグループ全体の店舗数を2,000店、グループ売上を2,000億円という目標を掲げ、まずは2017年に向けた経営計画に基づいて、各施策を迅速かつ確実に実行し、企業価値の増大を図ってまいります。

詳細は、添付資料をご参照下さい。

以上

新・中期経営計画 『Building The Future 2017』

2015年8月

日本KFCホールディングス株式会社

1

<目次>

1. 2020年のあり姿
2. 新・中期経営計画 「Building The Future 2017」
 - 日本KFCホールディングス(株)
 - 日本ケンタッキー・フライド・チキン(株)
 - (株)フェニックス
3. 新・中期経営計画 業績目標サマリー

2

<目次>

1. 2020年のあり姿
2. 新・中期経営計画 「Building the future 2017」
 - 日本KFCホールディングス(株)
 - 日本ケンタッキー・フライド・チキン(株)
 - (株)フェニックス
3. 新・中期経営計画 業績目標サマリー

3

2020年のあり姿

グループ全体 店舗数 2,000店 売上 2,000億円

お客様にとって

“入りやすい” “入ってみたい”

“あってよかった”

“あって嬉しい” “楽しい”

働く人にとって

“楽しい”

“大事な人にお褒めできる”

“すばらしいと、自信を持って心からそう思う”

4

グループ企業理念、各事業スローガン

日本KFCホールディングス(株)

<グループ企業理念> おいしさ、しあわせ創造企業



日本ケンタッキー・フライド・チキン(株)

<スローガン> やっぱり、ケンタッキー



(株)フェニックス

<スローガン> おいしさ、もっと!

5

<目次>

1. 2020年のあり姿

2. 新・中期経営計画「Building The Future 2017」

- 日本KFCホールディングス(株)
- 日本ケンタッキー・フライド・チキン(株)
- (株)フェニックス

3. 新・中期経営計画 業績目標サマリー

6

日本KFCホールディングス(株)

7

1-1. 人財戦略 <コミュニケーション本部の創設>

ホールディングス
KFC事業
PH事業

「2020年のあり姿」を達成すべく、お客様と働く人を繋ぐコミュニケーション本部を2015年4月1日付で創設しました。

コミュニケーション本部では、

お客様にとって

“入りやすい” “入ってみたい”
“あってよかった”
“あって嬉しい” “楽しい”

『私たちが生き生きと働くことでお客様に喜んで頂けるお店づくり！』

働く人にとって

“楽しい”
“大事な人にお奨めできる”
“すばらしいと、自信を持って心からそう思う”

『お客様に喜んで頂くことで私たちが誇りをもって働ける職場づくり！』

を推進する人財戦略を展開し、企業風土を「即断・即決・即実行」へと革新します。

8

1-2. 人財戦略 <コミュニケーション本部スローガン>

『お客様の声をもっと、私たちの声をもっと！』

コミュニケーション本部の目指すもの

お客様の声、働く人の声をもっと聴いて、私たちの想いをもっともっと発信して、お客様にとって魅力的な店舗、働く人にとって働きやすい職場を実現します！

あるべき組織風土

お客様の目線で、柔軟に且つ自由闊達な意見をできる組織風土(全てはお客様視点で)

あるべき人財像

お客様(現場)の目線で、変化に柔軟に対応できる人財

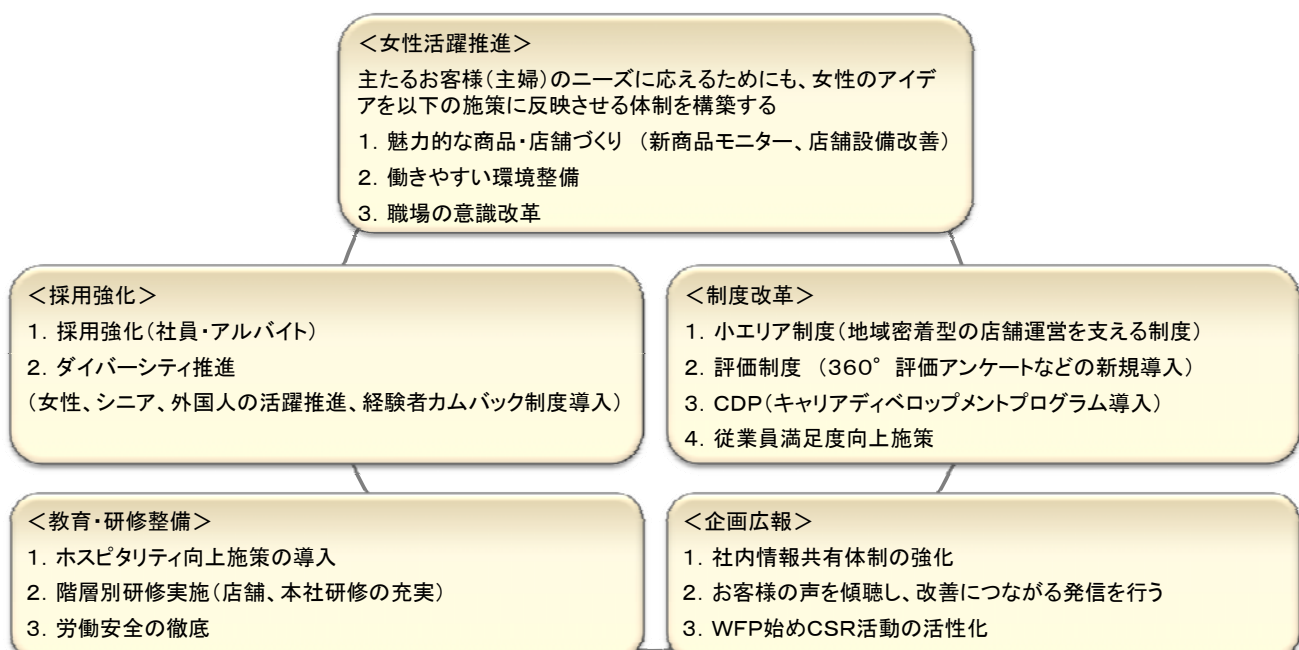
基本姿勢

オープン(公開)、フェア(公平)、フレキシブル(柔軟)、シンプル(簡潔)な、情報の受・発信、職場の環境づくり、人事制度、研修体系の整備を行います。

9

1-3. 人財戦略 <アクション・プラン>

前項に記載した『あるべき組織風土の構築』、『人財の育成』に向けて、以下のアクション・プランを推進し、次項以降の「収益力の強化戦略」の実行及び「各事業会社の中期経営計画」の実行につなげていきます。

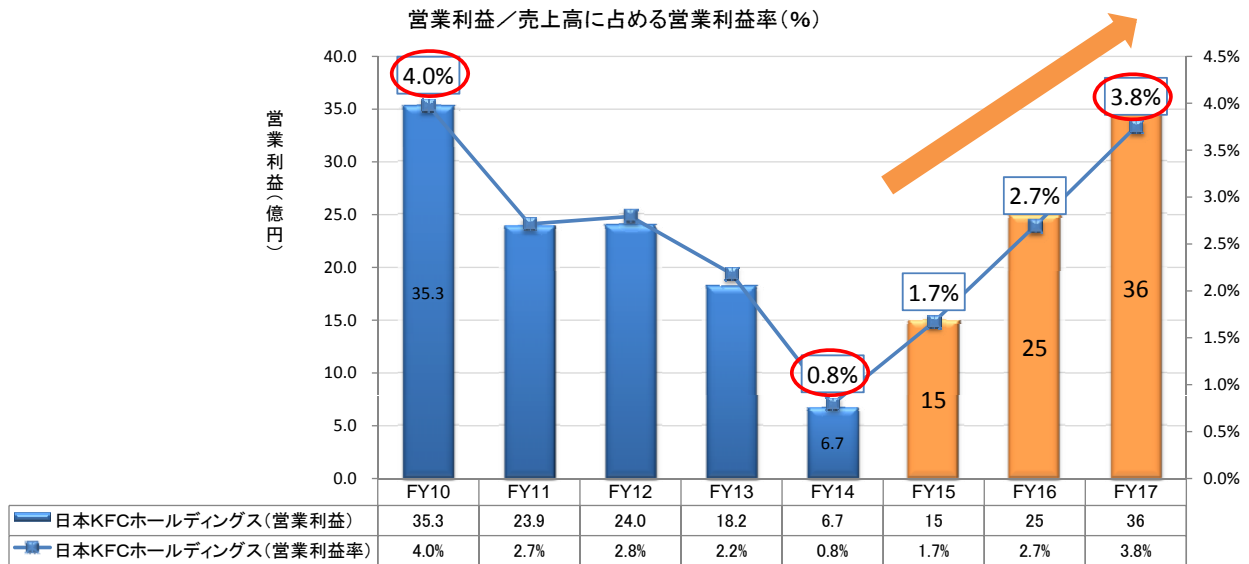


10

2-1. 収益力の強化戦略

わが社の営業利益率はFY2010以降低迷基調にあり、現時点で同業他社と比較しても伸長余地が大きい。

更なる成長に向けて、従来慣習を見直し、聖域の無い改革に取り組みます。



11

2-2. 収益力の強化戦略 <本社経費>

「2020年のあり姿」を達成するために、各事業会社の共通業務の集約・効率化できる体制の組織的確立など、ホールディングスとしての本部機能を拡充させながら、お客様の視点から最適化を図ります。

<施策例>

- ・本社人件費
スキルアップによる労働生産性の向上(研修制度の充実)
- ・本社管理費
各事業会社間IT共通インフラの最適化
本部・店舗・地域を俯瞰した最適メディアミックス体制の確立、等

12

3. 成長戦略(M&A・事業提携)

2020年のあり姿や事業環境を見据えたうえで、
成長戦略の一つとしてM&A・事業提携を検討していきます。

① 国内基盤の強化

外食チェーンストアオペレーションノウハウ、フランチャイズビジネスの基盤など、
わが社の強みを生かせる“食”に関連する事業の検討する。

② 海外成長市場の取り込み

目覚ましい経済発展を続けているアジア市場に対し、
海外で競争力のあるブランド(企業)を取り込み、新規市場を開拓する。

③ 既存ブランドの海外展開の検討

<KFC事業>

日本ケンタッキー・フライド・チキン(株)

日本ケンタッキー・フライド・チキン(株) スローガン

やっぱり、ケンタッキー

<基本戦略>

1. KFCブランドの再強化 ～ファスト・レストランへ～
 - a. 差別性強化（他では得られない）
 - b. 適切性強化（「自分」や「その場」にふさわしい）
2. 顧客ニーズの分析と施策立案への活用
3. 体制整備（現場力の強化）

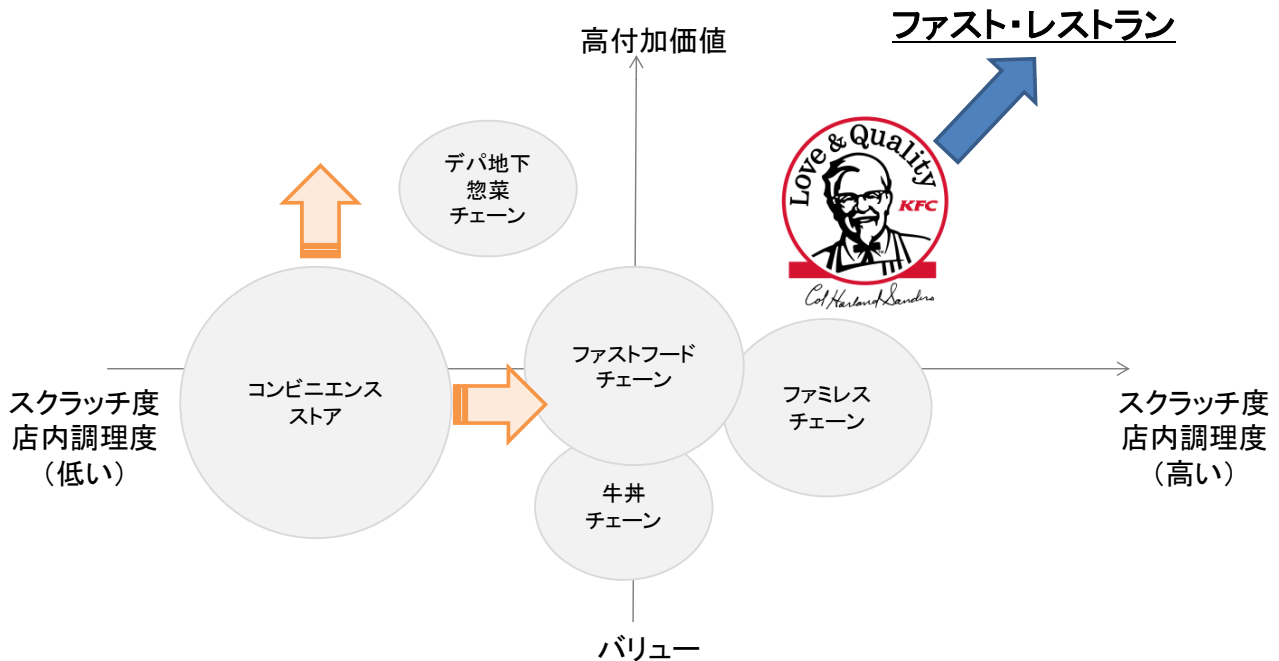
次期経営戦略(サマリー)

KFCブランドのあるべき姿に向けて、「お客様・現場視点からの経営」を基軸として、以下のアクション・プランにつなげていきます。

① KFCブランドの再強化 ～ファスト・レストランへ～	a.差別性強化	<ul style="list-style-type: none"> ・FHH&Hの再徹底 (原材料、素材、手づくり調理へのこだわり) ・商品開発力の強化
	b.適切性強化	<ul style="list-style-type: none"> ・ケンタッキーブランドをベースとした業態最適化 ・中食分野への対応強化(利便性向上) 「ハレの日はケンタッキー」を「いつでもケンタッキー」へ
② 顧客ニーズの分析と施策立案への活用	<ul style="list-style-type: none"> ・PONTA-ID POS分析の経営全般への活用 ・個別店舗データベースの整備 	
③ 体制整備(現場力の強化)	<ul style="list-style-type: none"> ・企業カルチャーの変革(やりきる体制) ・人事制度再設計 ・小エリア制の導入 ・店舗設備・オペレーションの高度化 ・食材調達戦略の構築 ・モニタリング & コントロール体制の整備 	

KFCブランドの再強化 ～ファスト・レストランへ～

ブランド力を再強化する為に、ファスト・(カジュアル・)レストランのポジションを確立し、差別性(他では得られない)、適切性(「自分」「その場」にふさわしい)を向上させていきます。



17

KFCブランドをベースとした業態最適化ー1

立地毎の顧客ニーズにあわせて、店舗設備(内外装)、商品ラインナップ、サービスの違う業態を開発し、総合的体験での差別化を図ります。

<カフェ業態>



「居心地の良い空間」と、その雰囲気にあった商品をご提供し、一席あたりの売上は3倍に伸長。(当社比)

18

KFCブランドをベースとした業態最適化ー2

オリジナルチキンを中心としたKFC定番メニューに、カーネル秘伝のレシピを参考にした限定メニューを取り揃え、店内でゆっくりと食事を楽しんでいただける業態の開発に着手します。

<レストランタイプ>



19

<ピザハット事業>

(株)フェニックス

20

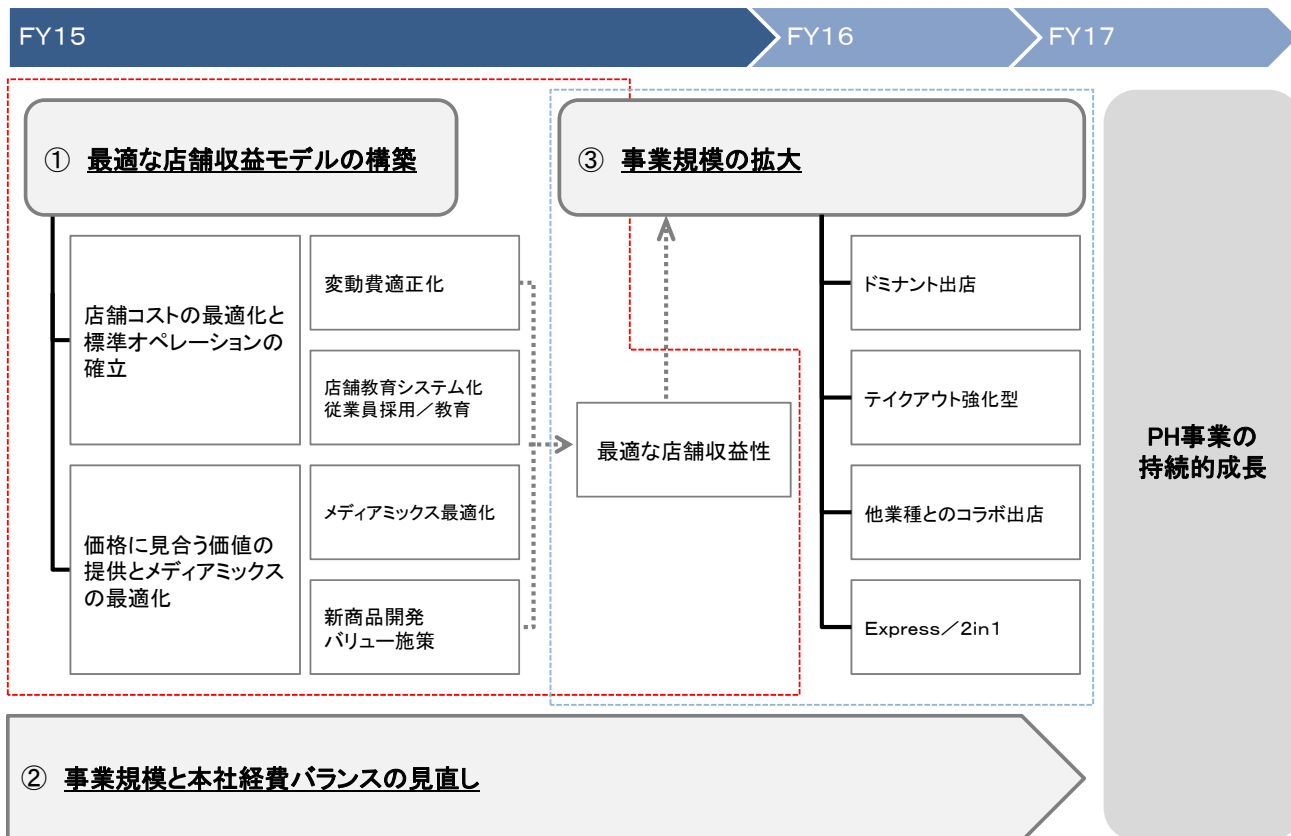
(株)フェニックス スローガン

おいしさ、もっと！

＜基本戦略＞

1. 最適な店舗収益モデルの構築
 - a. 店舗コストの最適化と、標準オペレーションの確立
 - b. 価格に見合う価値の提供と、メディアミックスの最適化
2. 事業規模と本社経費バランスの見直し
3. 新規物件の売上予測精度向上と、全体戦略と整合した最適な店舗開発

次期経営戦略(サマリー)



全体戦略と整合した、最適な店舗開発

視認性の高い立地や、他業種との共同出店、Expressでの新規市場開拓など、立地ごとのニーズにあわせて最適な店舗開発を実施していきます。

イオンタウン金沢駅西本店(石川県:2014年11月オープン)



大和深見台店(神奈川県:2015年6月オープン)



Express イトヨーカドー古淵店(神奈川県:2015年3月オープン)



2in1 高松屋島店(香川県:2008年9月オープン)



23

<目次>

1. 2020年のあり姿
2. 新・中期経営計画「Building The Future 2017」
 - 日本KFCホールディングス(株)
 - 日本ケンタッキー・フライド・チキン(株)
 - (株)フェニックス
3. 新・中期経営計画 業績目標サマリー

グループ目標ー1

FY2017にグループとして、営業利益36億円、営業利益率3.8%、純利益20億円を達成する

新・中期経営計画 『Building The Future 2017』 2015 - 2017

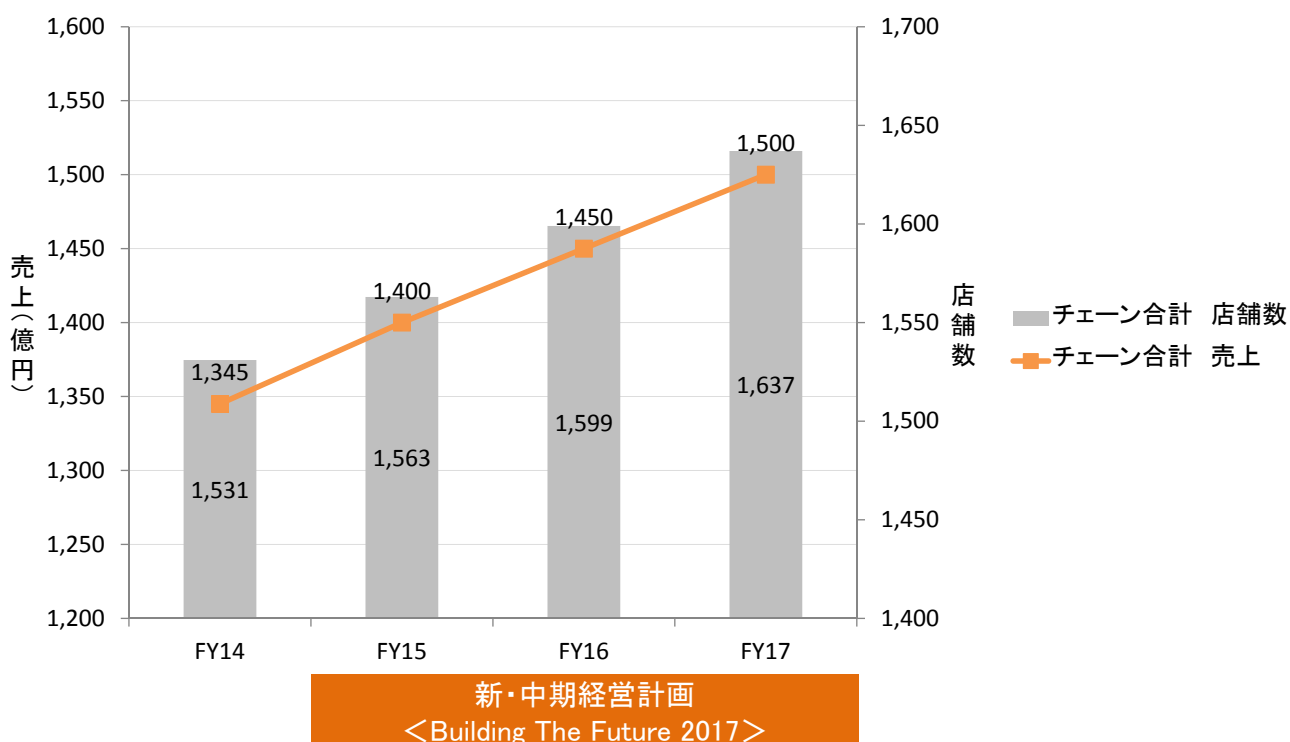
連結ベース

KFCHグループ	FY2010	FY2014	FY2015	FY2016	FY2017
	実績	実績	目標	目標	目標
システム売上	1,406億円	1,345億円	1,400億円	1,450億円	1,500億円
売上高	888億円	846億円	900億円	930億円	960億円
営業利益 (営業利益率)	35億円 (4.0%)	7億円 (0.8%)	15億円 (1.7%)	25億円 (2.7%)	36億円 (3.8%)
純利益	19億円	▲5億円	6億円	13億円	20億円

25

グループ目標ー2 チェーン合計(システム売上／店舗数)

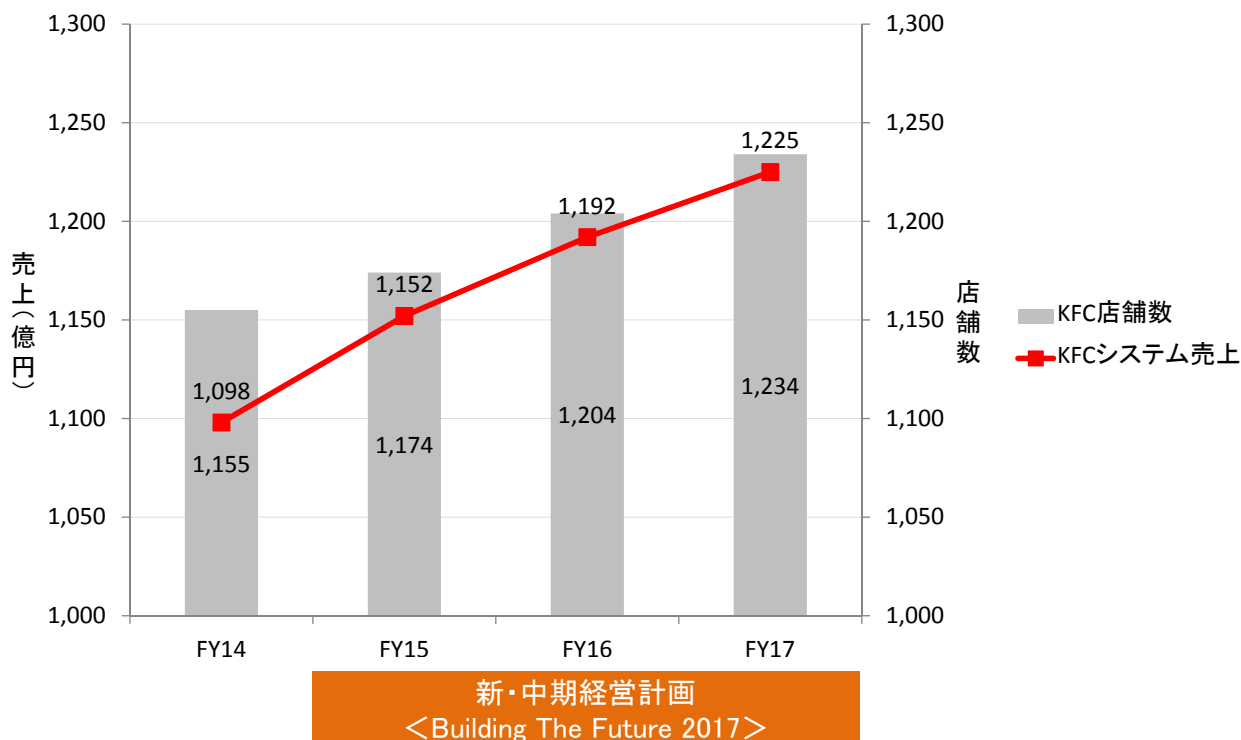
FY2017には、チェーン合計で、システム売上1,500億円／店舗数1,637店を達成する



26

グループ目標ー3 KFC事業(システム売上/店舗数)

FY2017には、KFC事業で、システム売上1,225億円/店舗数1,234店を達成する



27

グループ目標ー4 ピザハット事業(システム売上/店舗数)

FY2017には、ピザハット事業で、システム売上275億円/店舗数403店舗を達成する



28

取り扱い上の注意

・この資料には、将来の見通しに関する記述が記載されており、これらの記述はこの資料の作成時点において入手可能な情報から得られた当社経営者の判断に基づくものです

・これら将来の見通しに関する記述は、当社の将来の業績等について保証するものではありません

・将来の見通しに関する記述において、今後変化が予想される可能性のあるリスクや不確実性として、税制・社会保険等の制度的コスト、環境問題等の社会的コスト、食品に関する規制の強化、フランチャイズ契約の更改等を含む様々な要因が考えられますが、これらに限定されるものではありません

・当社は将来において、これらの見通しに関する記述を予告なしに変更することがあり、また新たな情報、将来の事象その他の要因にかかわらず、常に当社が将来の見直しを見直すとは限りません