



おいしいもので
人をしあわせにしたい

Col. Harland Sanders

創業メンバーが初めてフライドチキンを口にしたとき

「こんなにおいしいものがあるのか」と驚きを隠せなかったといいます。

おいしさを創造し、お客さまをしあわせにしたいと願うのと同時に、
私たちKFCは確固たる安全・安心をお客さまにお約束してきました。

素材・物流・調理・サービスまで、一気通貫したすべての工程にこだわる。
こだわりに終わりはなく、常に磨き上げ、さらなる高みを目指す。

1970年の日本上陸から、カーネル・サンダースの想いを受け継ぎ、
さらに進化させてきた私たちKFCのチャレンジはこれからも続きます。

Corporate Philosophy

おいしさ、しあわせ創造

Mission Statement

食の「安全・安心」を通じ、
人々の健康づくりに寄与し
社会に貢献する

おいしさを創造し、
お客さまに楽しく、豊かで、
しあわせな生活を提供する

このビジネスで
働く人々を
しあわせにする

CONTENTS

イントロダクション	1
沿革	3
トップメッセージ	5
新たな価値創造のために	7
成長に向けた取り組み	7
お客さまに信頼され、愛されるブランドへ	9
培ってきた強み	14
おいしさの秘密	14
サステナビリティ	18
価値創造の基盤	20
環境	20
人財	23
地域	25
About KFC	28
財務ハイライト	28
店舗情報	29
組織構成図／コーポレート・ガバナンス	30
会社概要／株式の状況	31

編集方針

日本KFCホールディングス株式会社が発行する本レポートは、当社グループの事業活動に伴う社会的な責任を踏まえて、提供価値や事業戦略、サステナビリティ活動を分かりやすくまとめたものです。

報告対象組織

日本KFCホールディングス株式会社 (KFCH)、
日本ケンタッキー・フライド・チキン株式会社 (KFCJ)

報告対象期間

2022年4月～2023年3月の活動を報告対象期間としていますが、一部、期間外の活動についても報告しています。