

地球環境を守る企業であり続けるために

私たちKFCは、限りある資源を大切に、環境を守るための取り組みを積極的に推進していきます。

プラカップを**紙製**に、カトラリーを**木製**に切り替え

「プラスチックに係る資源循環の促進等に関する法律（プラスチック資源循環法）」の施行を受け、また「SDGs」の達成に向けた取り組みの一環として、プラスチック使用量の削減を推進しています。2021年6月から、一部ドリンクで使用していたプラカップを紙製に変更しました。また、ウッドマドラーは2021年12月から、ウッドスプーンは2022年9月から切り替えを開始し、現在は全店で切り替えを完了しています。これらの取り組みにより、プラスチック使用量を合計179.3t（2020年出荷ベース）削減しました。



レジ袋の**バイオマス** 配合率を、 30%から**50%**に引き上げ

地球環境にかかる負荷をさらに減らし、持続可能な社会を実現するために、レジ袋のバイオマス配合率を30%から50%に引き上げました。加えて、現行のレジ袋を適切な厚みに見直すことで、プラスチックの使用量をさらに削減しています。バイオマスが50%配合されたレジ袋の導入により、プラスチック使用量は155t、CO₂の排出量は17%削減*できる見込みです。

*いずれも1年当たり。2020年度の使用量・排出量との比較



バイオマス素材を配合した製品に入っているマーク。数字は配合率を表します。

紙製パッケージに **FSC®認証紙**を使用

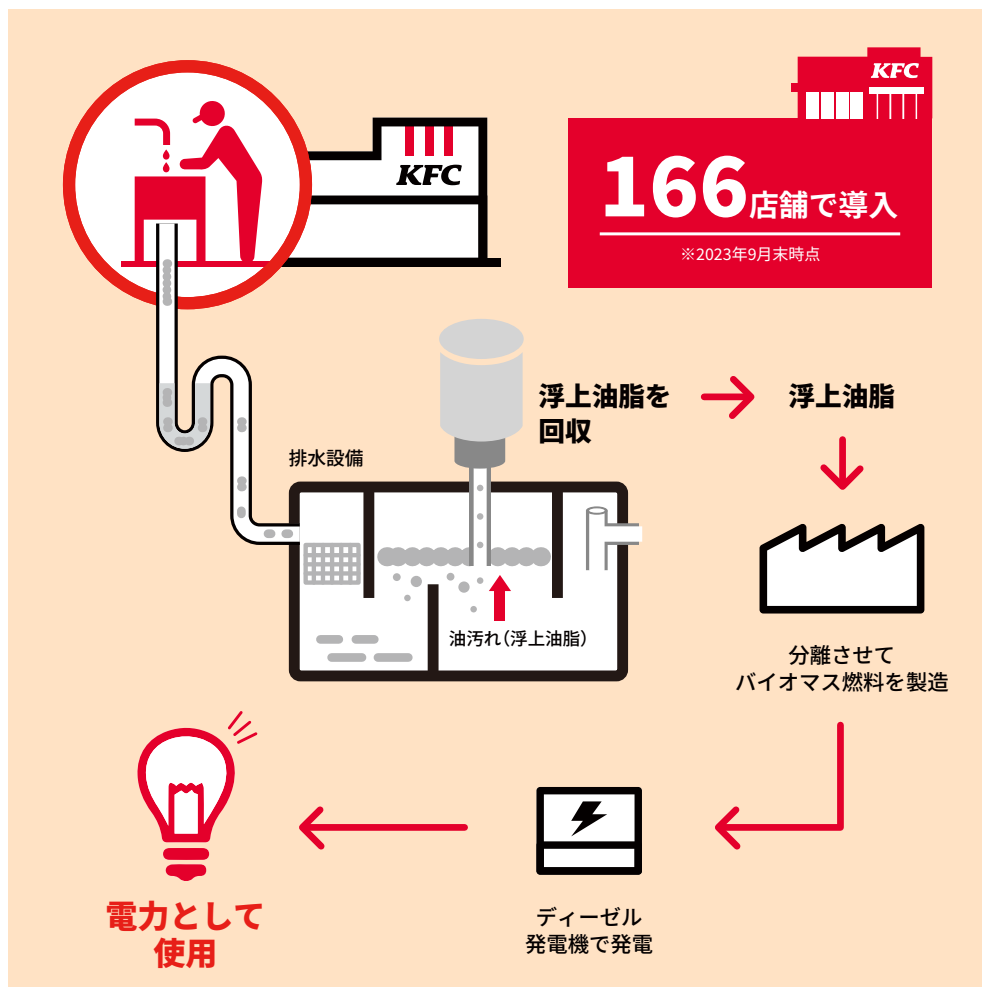
チキンを入れるバーレルやドリンクカップなど、すべての紙製包材はFSC®認証紙を使用しています。適切に管理された森林から産出・加工された紙を使用することで、自然環境にかかる負担を大きく減らせると考えています。資材を変更するだけでなく、紙の使用量そのものを減らす努力も継続していきます。



FSC®認証紙を使用していることを証明するマーク。

産業廃棄物の 再生エネルギー化

店舗の調理機器を洗浄するときどうしても油污れが流れ出てしまい、これらは産業廃棄物となります。KFCではこの油污れ(浮上油脂)を回収してバイオマス燃料を製造し、ディーゼル発電機で発電するシステムを導入しています。



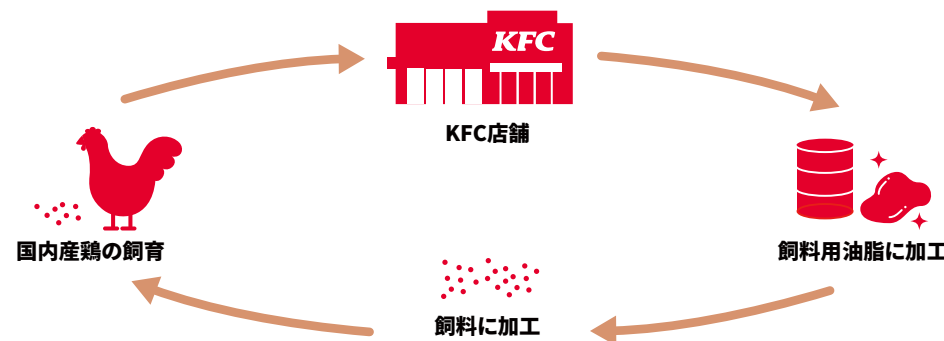
RSPO認証を得た パーム油を使用

アブラヤシからつくられるパーム油は、世界で最も多く生産・消費されている植物油です。パーム油の生産に伴う森林伐採が、熱帯雨林の破壊や温暖化を引き起こす要因だとされています。2017年から、KFCのフライオイルはRSPO認証 (Mass Balance) を得たパーム油を使用しています。



調理済み揚げ油を 飼料として再利用

店舗で排出される調理済みの揚げ油を、KFC登録飼育農場で飼育している鶏の飼料として再利用しています。このリサイクルループは、飼料のひと粒ひと粒から飼育方法まで、厳しい基準の下で鶏を飼育しているからこそ実現できること。関西地区の直営53店舗の調理済み揚げ油を再利用しています。

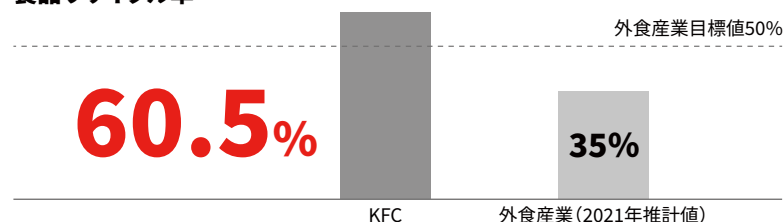


環境パフォーマンスデータ(2022年度)

KFCは環境負荷低減に取り組んでいます

○ 外食産業の目標値を上回る食品リサイクル率を達成

食品リサイクル率

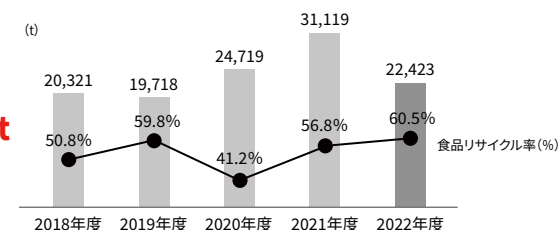


廃食油リサイクル率

100%

廃棄物排出量

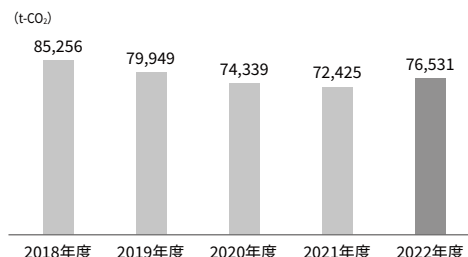
22,423 t



○ 店舗の機器変更やエネルギー管理による、CO₂排出量削減の取り組み

CO₂排出量

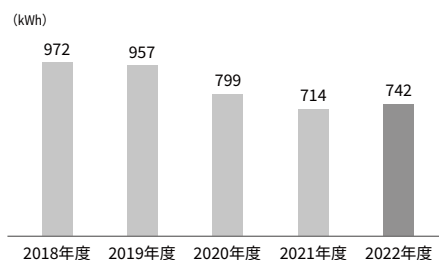
76,531 t-CO₂



○ 売上100万円当たりのエネルギー使用量

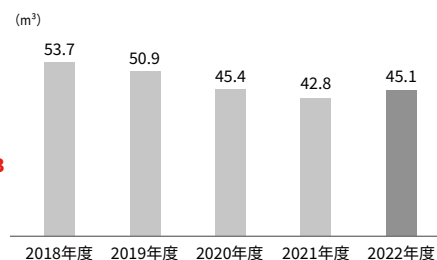
電気使用量

742 kWh



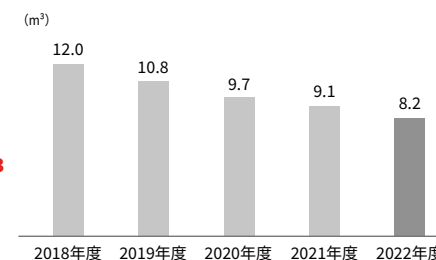
ガス使用量

45.1 m³



水道使用量

8.2 m³



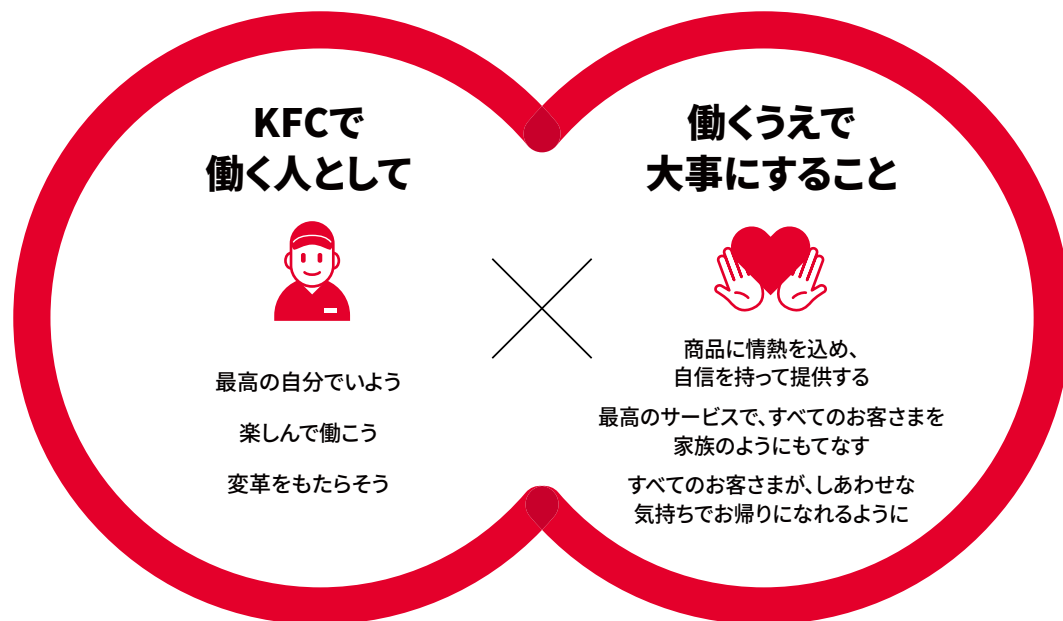
※集計期間：2022年4月～2023年3月

※数値はKFCチェーングループ全体(直営+FC店舗)を対象としています

KFCの人財育成

お客さまをワクワクさせるブランドであり続けられるよう自分を高め、仲間と互いに高め合う。
常に変革を起こし続けるブランドであるには、人の成長が欠かせません。

人がブランドを創り、ブランドが人を創るピープルビジョン



実現するための行動指針

賞 賛

仲間の頑張りを認め、称える文化がKFCにはあります。とびきりの笑顔と「ありがとう」のひと言を忘れずにいることが、KFCで働くすべての人のモチベーションにつながります。

QSC × H

私たちKFCの仕事の基本です。お客さまにしあわせな気持ちでお帰りいただくためには、ひとつでも欠けてはいけません。そして、すべての行動に、おもてなしの心を忘れずに。



Quality
(商品の品質)



Service
(サービス)



Cleanliness
(清潔さ)

×



Hospitality
(おもてなしの心)

最高の知識と技術を発揮する
オペレーション競技会

CHAMPSチャレンジ

店舗で培った最高の調理や接客の技術を発揮する「CHAMPSチャレンジ」を開催しています。実際の店舗で実践形式で行い、動作のひとつひとつで細かくジャッジし、評価・フィードバックを行います。それが個々のスキルアップと、店舗のチームワークとQSC×Hの向上に直結します。

※CHAMPSとは、お客さまがKFCに期待する6つの項目の頭文字

- Cleanliness 身だしなみや店舗は常に清潔か
- Hospitality おもてなしの気持ちを常に持っているか
- Accuracy 商品提供は正確にできているか
- Maintenance 施設のメンテナンスは行き届いているか
- Product quality 良質な品質を一定に保っているか
- Speed with service ... 迅速なサービスができているか



誰もがいきいき働けるように

成長・活躍を支える制度

ライフスタイルに合った働き方が選べる

限定社員制度

エリア・店舗限定社員

勤務する地域や店舗を限定できる。勤務時間数は、通常の正社員と同じ。

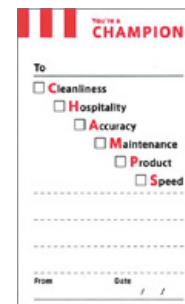
日時限定社員

地域や店舗といった働く場所に加え、勤務曜日・時間も限定できる。

個々の能力をさらに高める

賞賛の文化

チャンピオンカードを使って、仲間を賞賛する文化がKFCにはあります。店舗や従業員、パートナーを積極的に表彰して頑張りを認めることで、個々の意欲や能力をさらに引き出します。



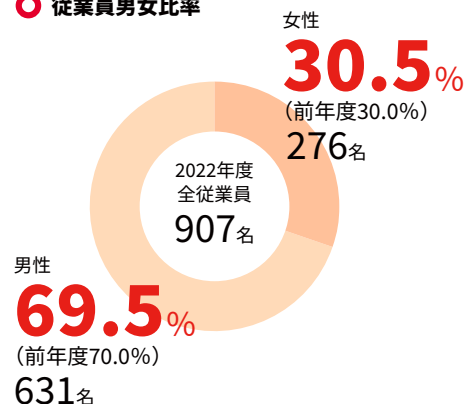
誰もがいきいき働ける

ダイバーシティへの取り組み

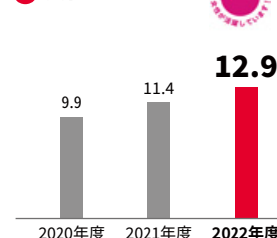
国籍や年齢、性別、障がいの有無などを超えて、すべての人が能力を発揮して活躍できる環境を用意しています。人がブランドを創る。そう考えるKFCにとって、個性は大切な財産です。育児・介護といったライフスタイルの変化に合わせた働き方の支援もしています。

日本KFCホールディングスグループ雇用情報 ※2023年3月末時点

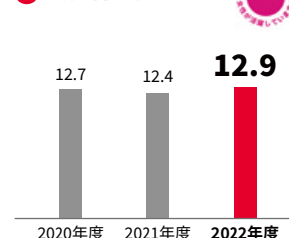
従業員男女比率



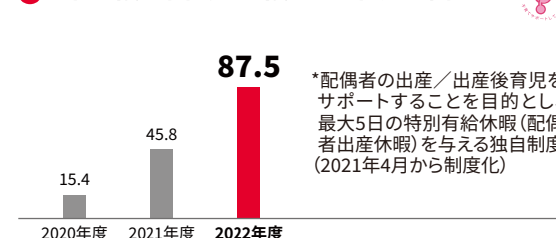
女性店長比率 (%)



女性管理職比率 (%)

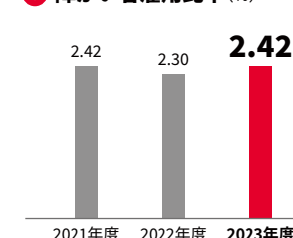


男性の育児休業等及び育児目的休暇*の取得率 (%)



*配偶者の出産／出産後育児をサポートすることを目的とし、最大5日の特別有給休暇(配偶者出産休暇)を与える独自制度(2021年4月から制度化)

障がい者雇用比率 (%)



健康経営

実績

	2022年度 (%)
定期健康診断受診率	100.0
社内ウォーキングイベント参加率	77.2
有給取得率(社員)	55.1

2022年度実施内容

- 社内ウォーキングイベント:健康推進支援アプリを活用し、年2回開催
- 禁煙施策:禁煙成功者、非喫煙者にインセンティブを付与
- メンタルヘルス研修実施:セルフケア/ラインケア研修を実施



KFCパートナー人数(パート・アルバイト)

※フランチャイズ社を含めたブランド全体
※2023年3月末時点

約34,000名



2023年2月「くるみんマーク」認定
社員の子育てを積極的にサポートする企業として、厚生労働大臣の認定を受けました。(KFCH, KFCJ)



2022年度「えるぼし3段階」認定
女性活躍を積極的に推進する企業として、厚生労働大臣の認定を受けました。(KFCH, KFCJ)



2023年3月「健康経営優良法人2023」認定
優良な健康経営を実践している企業として、経済産業省の認定を受けました。(KFCH, KFCJ)

地域を支え、人を支える力強いブランドであるために

KFCは、日本全国に約1,200の店舗を構えています。地域のお客さまにご利用いただいて初めて、店舗を運営することができます。創業者カーネル・サンダースの言葉を借りれば、「地域のお客さまは家族」。地域のお客さまなくして、KFCの店舗運営は成り立ちません。

私たちは地域と、その地域に暮らすお客さま・従業員の未来のために、さまざまな取り組みを進めています。



国連WFP 「学校給食支援」

国連WFPは、途上国に暮らす子どもたちの栄養状態を改善するために、さまざまな国や地域で学校給食を提供しています。KFCはその想いに賛同し、2007年から活動を支援しています。国連WFPはその功績が認められ、2020年度のノーベル平和賞を受賞しました。



2007年からの累計金額
6億5,000万円

スペシャルオリンピックス日本

スペシャルオリンピックスは、知的障がいのある人たちに日頃のトレーニングと、その成果の発表の場である競技会を提供しています。KFCは、スペシャルオリンピックス日本が発足した1994年から、活動を支援しています。



フードドライブ

自宅で余った食材などを横浜本社に持ち寄り、フードバンク横浜を通じて横浜市内のひとり親世帯等に寄付するフードドライブを行っています。「地域のお客さまは家族」というカーネルの言葉は、私たちKFC社員にも根付いています。

寄付した物資一覧

(2023年9月時点累計)

段ボール

143箱分



- お米 203kg (約3,770食分)
- 乾麺 279袋
- レトルト食品 257袋
- 缶詰 230個
- 嗜好品 437個
- 生活用品 (タオル/せっけん/洗剤など) 1,195個 他



こども食堂などへチキンを寄贈

閉店時に余ってしまうチキンを、
ニーズのある場所に届けたい...

閉店時にまだおいしく食べられるチキンを廃棄すること
を、もったいなく思っていました。食品ロスへの取り組みが
盛んになるなか、何かできる
ことはないか...と方法を模
索してきました。



海外のKFCを参考に チキンを寄贈する 仕組みを構築

海外のKFCでのガイドラインを参考に、おい
しさも安全性も担保した上でチキンを寄贈
する仕組みを2019年11月に構築しました。
調理済みの商品を食材としてこども食堂な
どに寄贈するのは、全国展開する外食企業
としては初の取り組みです。



ルールにのっとって、 安全・安心なおいしい食事を提供

チキンはルールにのっとって凍結保管され、こども食堂などへ届けられます。子どもたち
の安全に配慮し、解凍後に骨を取り除き、さらに加工・加熱調理をして提供されます。

DATA
累計
305拠点
で提供
(2023年9月末時点)



横浜市・川崎市・埼玉県・富山県・千葉県・沖縄県・
宮崎市・長野県・鹿児島県・栃木県に
支援の輪が広がっています

こども食堂などの支援活動に、KFCはサポーターとして加わっています。
「もったいない」が「おいしさあわせ」に変わるお手伝いをしています。



調理シーン



提供メニュー例

武者カーネル

1984年から続く地域活動のひとつ

こどもの日はファミリーのご来店が増えることから、当時の従業員たちが「お客さまに喜んでもらいたい」と、カーネル立像に
手づくりの鎧・兜を着せたことが始まりです。この取り組みにも、創業者カーネルの想いが受け継がれています。

地域のお客さまとともに笑顔で、元気に！

2023年は、全国の129店舗が制作に当たりました。感染症が一日でも早く収束するように願いを込めた装飾をするなど、店舗ごとに想いを込めて制作して
います。お客さまが思わず笑顔になったり、一緒に写真を撮る様子を見て、従業員もとても元気を頂きました。地域のお客さまとこのような交流ができるこ
とは、私たちの喜びでもあります。



DATA
カーネル立像がある
店舗のうち、
129店舗
が実施



泉大津店



福知山店

キッズスクール

KFCの安全・安心への取り組み、本当のおいしさへのこだわりを知ってもらう機会として、2013年から始まったキッズスクール(手づくり調理体験)。地域のお客さま、次世代のお客さまにつながるためのアプローチとして実施しています。

2019年度にコロナで休止するまで66回開催し、6年間の累計で約4,300組8,600名の方が参加されました。新型コロナウイルス感染症の5類移行に伴い、2023年度はキッズスクールを再開しました。



衛生管理体験
(手洗いの大切さ)



KFCのこだわりの説明
(オリジナルチキン、カーネル・サンダースの想い)



調理体験
(オリジナルチキンの粉付け)



卒業証書授与の後は
お楽しみの喫食タイム!

会社訪問

子どもたちに、KFCの「食」へのこだわりに親しんでいただきたいため、会社訪問を受け入れています。パネルやスライドでの説明の他、本社内を見学したり、オリジナルチキンでのランチなど、楽しい体験の時間を過ごします。新型コロナウイルス感染症の5類移行に伴い、2023年度は会社訪問を再開しました。



2023年の実施事例

訪問されたお客さま

アメリカ山
ガーデンアカデミー株式会社

場所

日本KFC横浜本社

日付

8月4日(金)

人数

小学校1年生～
小学校6年生:70名
付き添い教師:10名



KFCの会社概要説明



KFC横浜本社内見学

おいしい〜!



オリジナルチキンでランチ

社長と対面!

子どもたちは
カーネルくん
に大興奮でした



担当社員 の声

本社内にあふれた
子どもたちの
元気な声で、
私たちが明るく
前向きな気持ちに
なれました

説明時、
見学時は
終始興味津々で
たくさん質問をして
きてくれました