



## Message from CEO

平素より格別のご高配を賜り、厚く御礼を申し上げます。

私たちKFCは「おいしさ、しあわせ創造」を企業理念に掲げ事業を推進しています。「食」を通じて社会を支え、「おいしさ」でお客さまとこのビジネスに携わるすべての人をしあわせにしたいという私たちの想いを表しています。この「おいしさ、しあわせ創造」の実現のため、「KFCをエブリデイブランドへ」「もっと近くに、より快適に」「『安全・安心なおいしさ』の追求」の3つのキーワードを軸に、さまざまな施策に取り組んでいます。

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

代表取締役社長 判治 孝之

私たちはより便利で満足度の高い購買体験をご提供し、「エブリデイブランド」としてより多くのお客さまに身近にKFCをご利用いただきたいと考えています。そのため、オリジナルチキンを中心とした定番商品の磨きこみや、あらゆる場面や時間帯でのニーズに合った商品・サービスの展開など、魅力的な商品やプロモーションの展開を推進してまいりました。さらに、店舗から距離があるお客さまや外出しなくても気軽にご自宅で商品を楽しんでいただけるよう、デリバリー対応を強化。デリバリー実施店舗数は、23年9月末時点で全体の約7割まで上昇しました。併せて配達代行、オンラインオーダー、アプリなど、デジタルの分野の各種メディアの機能強化を進めました。



「買いたいけど近くにお店がない」といったお客さまのお声を多く頂きます。より多くのお客さまに安全・安心なおいしさをお届けすべく、地域や場所ごとに最適な販売チャネルを選択して出店を強化してきた結果、23年4月末には1,200店舗を達成しました。今後も、テイクアウト専門店やドライブスルー特化型店舗などをはじめ、お客さまのニーズに合った柔軟な店舗形態での出店を進めてまいります。既存店においても戦略的に改装を行い、進化する店舗づくりに取り組んでいます。これらのお客さまの利便性・快適性を高めるための取り組みを継続し、「エブリデイブランド」としてこれからも着実な成長を進めてまいります。

お客さまの体験価値向上のためには、DXの推進やITインフラの整備と併せ、社員やお店の仲間が仕事に誇りを持っていきいきと働けるように変革を怠らないことが大切だと考えています。KFCの事業はピープルビジネスであり、すべての事業活動の基礎となるのは「ヒト」=人財です。KFCには、仲間の頑張りを認めたたえる「賞賛」や、KFCの仕事の基本である「QSC×H(Quality、Service、Cleanliness × Hospitality)」の実践により、一緒に働くすべての人が個性と力を発揮し、高め合える文化があります。ここにDX推進による働き方の変革を加え、もっと楽しく誇りを持って商品を提供できる環境整備を行います。DX推進と人財への投資を進めることで成長の基盤をしっかりとつくり、お客さまにハード・ソフト両面からの体験価値向上をご提供できる、良いサイクルにつなげてまいります。

私たちがこれからも地域を支え、人を支える信頼のブランドであり続けるために、お客さまとの直接の接点であるお店でのコミュニケーションやつながりを通じて、持続可能な社会に貢献したいと考えています。店舗と地域の絆をつくり、あらゆる世代の活力をつなぐことでコミュニティや地域社会へ貢献することがKFCのサステナビリティの原点です。

今般、社会課題に全社で取り組んでいくために、サステナビリティ方針とマテリアリティを特定しました。「食」「地球」「人」「地域」の4つの領域でマテリアリティを特定、それぞれの社会的、経済的インパクトを分析しました。サステナビリティ方針「食材や資源を無駄なく循環させ豊かな食文化を未来へつなぐ」「KFCに関わるすべての人と地域の活力と可能性を未来へつなぐ」の下、今後具体的な施策案とKPIの設定を実施してまいります。私たちのサステナビリティの取り組みが社会を元気にするレシピそのものになるように。未来へつなぐさまざまな活動を実践し、社会に元気を巡らせます。

創業時から脈々と受け継いできたことは、お客さまへのおもてなしの心、ホスピタリティです。そして、揺るぎない「安全・安心」をお客さまにお約束するために、素材に徹底してこだわり、カーネル・サンダースから受け継いだレシピを店舗で1ピースずつ手づくり調理しています。KFCに受け継がれるいつまでも変わらぬおいしさを守り届け続けるため、KFCに携わるすべての仲間たちとともに挑戦の歩みは止めないことをお約束します。今後も変わらぬご支援をよろしくお願いいたします。