



新たな価値創造のために

■ 成長に向けた取り組み

Page Jump **6** →

■ お客さまに信頼され、愛されるブランドへ

KFCをエブリデイブランドへ

Page Jump **7** →

もっと近くに、より快適に

Page Jump **9** →

「安全・安心なおいしさ」の追求

Page Jump **10** →

成長に向けた取り組み

お客さまの利便性及び体験価値の向上を目指し、以下の取り組みを継続的に実施してまいります。



KFCを エブリデイブランドへ

- 魅力的な商品・プロモーションの展開
- 適切な価格戦略
- 個食需要への対応

デジタル戦略

- デリバリー対応の強化
- オンラインオーダーの進化
- CRM強化



もっと近くに、より快適に

- 積極出店
- 戦略的改装の推進
- セルフレジの導入

事業成長の基盤拡充

- DX推進・ITインフラの整備
- サステナビリティ推進



「安全・安心なおいしさ」 の追求

- QSC×H活動の徹底

お客さまに信頼され、愛されるブランドへ KFCをエブリデイブランドへ

データマーケティングの強化

VOICE 2023年度は「バーガー」、「季節定番」、「バリュー」、「デリバリー」に注力したさまざまなキャンペーンを実施しました。また、KFCの強みであるクリスマス・年末年始などのハレの日の需要もしっかり獲得することにより、既存店前年セールスを伸ばしました。

しかし、客数が前年を超えられなかった点は今後の課題として認識しています。KFCの売上をさらに伸ばしていくためには、客数の増加が不可欠です。そのための最も重要な要素である「コンビニエンス&バリュー」を高めるには、ネットオーダーやデリバリーの環境整備が必須です。特にリニューアルしたKFC公式アプリの仕様について、引き続きシステムを改修しながら顧客体験の向上に取り組んでいきます。

また、お客さまにバリューを感じていただくために、魅力的なバリューオファー、お得なケンタランチ、付加価値を高める期間限定商品を定期的に展開し、継続的にお客さまへの来店を促していきます。

最後に、2024年のクリスマス期間(12月23日～25日)は平日となります。事前の予約注文に力を入れるほか、当日の商品販売に対応できるようにすることが非常に重要だと考えています。今年は当日購入を促す広告で来店を喚起すると同時に、店舗ではネットオーダーやデリバリーを最大限活用していただくことでKFCクリスマスを最大化出来ると考えています。それにより、KFCファンを1人でも増やせるように努力してまいります。

日本ケンタッキー・フライド・チキン株式会社
常務執行役員 CMO
マーケティング本部 本部長
小室 武史



▶ 魅力的な商品・プロモーションの展開

オリジナルチキンを中心とした定番商品の磨きこみやランチメニューの充実、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、KFCファンを増やしてさらなる日常化につなげていきます。

<p>バーガーの認知度向上を図り、 日常にご利用いただける ブランドへ</p>				
..... 魅力的な新商品や季節定番商品の展開				
<p>あらゆる場面に最適な 商品・キャンペーンの展開</p>				
..... 季節のイベントに合った商品やキャンペーン				
		 おトク感のあるパックメニュー	

お客さまに信頼され、愛されるブランドへ

KFCをエブリデイブランドへ

▶ デリバリー対応の強化

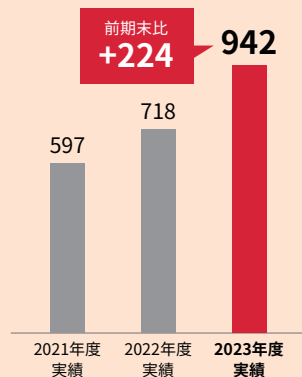
KFCではデリバリー対応を強化し、店舗から住環境まで距離のあるお客さまにもサービスが届くよう、また外出しなくても気軽に家で楽しんでもらえるような仕組みづくりに取り組み、日常化を推進しています。



ピックアップロッカー



○ デリバリー実施店舗数(店)

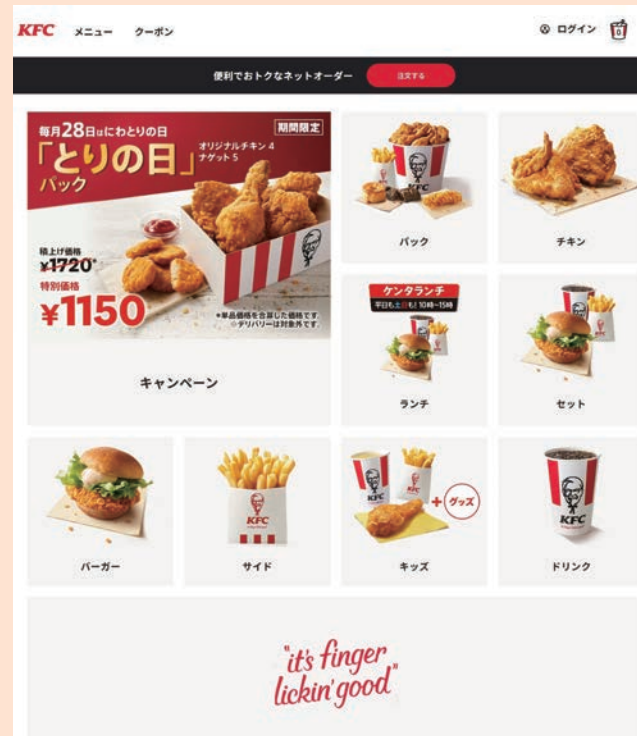


▶ デジタル戦略

利便性と効率的な店舗オペレーションを追求し、お客さまと従業員の満足度のさらなる向上のため、システムをリニューアルしました。シンプルなデザインに生まれ変わった「KFCネットオーダー」では、メニューページから直接商品をカートに入れてご購入いただけるようになったことで、大幅なフローの簡略化を実現。店舗選択、日時選択、メニュー選択のわずかに“3ステップ”で注文いただけるようになりました。

公式サイト・アプリのリニューアル

- 注文から決済までのスピード向上
- ウェブサイトでもアプリ同様のサービスが利用可能に



お客さまに信頼され、愛されるブランドへ もっと近くに、より快適に

進化する店舗づくり

VOICE 業界のボーダレスなサービスの多様化、競争が続くなか、お客さまの生活スタイルやニーズの変化に柔軟にお応えできる店舗を増やしていくため、テイクアウトやデリバリー需要を捉えた出店に加え、アフターコロナにおけるイートイン需要を取り込む客席を備えた新規出店を進め、2023年度末の店舗数は1,232店(前年度比+35店)となりました。お客さまの店舗体験を向上させ、競合との差別化を図るために、セルフレジやデジタルサイネージを拡充。また、おいしい商品を素早く提供できる店舗レイアウトや機器、システム開発、調理キャパシティの増強、省エネルギーへの対応

を進めています。次世代に向けた戦略的な改装とさらなる出店強化を図り、お客さまの利便性向上を進めてまいります。

日本ケンタッキー・フライド・チキン株式会社
常務執行役員
開発本部 本部長
小山 典孝



▶ 店舗開発

「近くに店舗があればもっと利用するのに…」というお声を多数、お客さまからいただいています。

より多くのお客さまへ安全・安心なおいしさをお届けするためにも、KFCならではの強みを活かした最適な販売チャネルを選択することで柔軟な店舗形態での出店を進めていきます。

📍 生活立地への積極出店 もっと近くに!



テイクアウト専門店舗の
積極展開

20店舗出店



低投資ドライブスルー店舗の
出店

お持ち帰り、デリバリー特化型

3店舗出店

通常ドライブスルー店舗

4店舗出店

🔧 既存店の体験価値向上 より快適に!

2023年までの5年間で
改装店舗

全国の85.2%



セルフレジ導入
752店舗へ設置済み

💡 省エネルギー対応 サステナビリティへの取り組み!

プラスチック製メニューボードの減少により
プラスチックの使用量の削減を推進

デジタルサイネージ導入

**店内1,104店舗^{*1}、
ドライブスルー
230店舗^{*2}**

^{*1} 全体の約7割に導入済み

^{*2} 2025年度末までに全店導入予定

燃焼効率の良い機器へ入れ替え、
二酸化炭素の排出減少へ

調理用の圧力釜の入れ替えを促進

全国の約50%の店舗へ入れ替え済み



お客さまに信頼され、愛されるブランドへ

「安全・安心なおいしさ」の追求

さらなる管理体制の強化

VOICE 1970年に名古屋で日本1号店を出店して以来、創業者であるカーネル・サンダースから受け継いだレシピで、店舗で手づくり調理しています。提供する商品が「安全・安心」であるために、鶏の飼料から配送・店舗での調理に至るまで、KFCはすべての工程の徹底した管理に日々取り組んでいます。同時に、安定的に商品をご提供できるよう供給産地との連携を強化するとともに、出店強化に対応すべく、新たな仕入れルートの開拓も行っています。このように、「安全・安心」な食を提供し続ける

ことで社会を支えていると自負しています。これからも本当のおいしさを継続してお届けするため、チキンのスペシャリストだからこのこだわりと覚悟を守り続けていきます。

日本ケンタッキー・フライド・チキン株式会社
取締役 専務執行役員 CIO
商品本部 本部長
野村 聖



▶ 素材への徹底したこだわり

KFCのオリジナルチキンは、管理の行き届いた登録飼育農場で育てられ、厳選された中雛びなのみを使用しています。

それは、誰にも真似できないおいしさへのこだわりであると同時に、揺るぎない「安全・安心」をお客さまにお約束するためのKFCの覚悟でもあります。

世界レベルの基準

600項目で安全な品質をチェック

KFCカットチキン生産認定工場は、Yum! Brandsが定めた世界レベルの基準で、安全・安心な品質をチェックしています。機器や設備はもちろん、従業員の管理や危機対応に至るまで基準が設けられています。

KFCで働くすべての人の行動指針

QSC × H

- Quality** (商品の品質)
- Service** (サービス)
- Cleanliness** (清潔さ)
- Hospitality** (おもてなしの心)

KFCでは、すべてのお客さまにしあわせな気持ちでお帰りいただくために、品質 (Quality)、サービス (Service)、清潔さ (Cleanliness)、おもてなしの心 (Hospitality) を持って接することを、仕事の基本としています。

登録飼育農場は

全国に約 **170**カ所

北は北海道から南は沖縄まで、KFC登録飼育農場は日本全国に約170カ所あります。だから、全国どの店舗にも新鮮なチキンを日々、供給することができるのです。

独自に開発した飼料で飼育

自然にも鶏にも優しい、独自に開発した飼料で飼育しています。

生後36日前後飼育の中雛を厳選

スーパーなどで売られている若鶏は、生後50日前後飼育が一般的。KFCは肉質や旨みにこだわって、生後36日前後飼育の中雛だけを厳選しています。

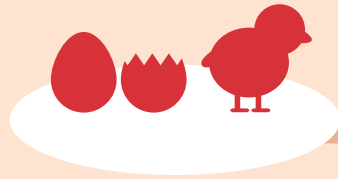


お客さまに信頼され、愛されるブランドへ

「安全・安心なおいしさ」の追求

一気通貫した安全・安心な仕組み

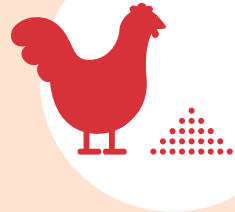
Start!



ふ 孵卵・選別

衛生管理の行き届いた種鶏場で孵化した雛は、健康チェックを経てKFC登録飼育農場に送られます。

KFC登録飼育農場



飼育

衛生管理はもちろん、温度・湿度、採光、換気も細かくチェックしてアニマルウェルフェアに配慮した環境で鶏を飼育しています。

KFCカットチキン生産認定工場



カット

世界レベルの厳格な認定基準を満たした工場で、チキンは鮮度を保ったままカットされます。

鮮度を保って 適温配送

カットされたチキンは、鮮度を保った状態でその日のうちに出荷されます。
※地域により、配送日数が異なります

KFC店舗



ひとつずつ 手づくり調理

独自の調理法で生のチキンから、ひとつひとつ手づくり調理します。

お客さまの食卓へ



ホスピタリティあふれる行動

すべてのお客さまがしあわせな気持ちでお帰りになれるように、おもてなしの心でお迎えしています。