KFC

COMMUNICATION REPORT 2025

価値創造の基盤

■ 人、地域、地球を豊かにつなぐ

KFCのサステナビリティ …… Page Jump 14 →

■ おいしさの秘密

創業から変わらない手づくりの調理法 …… Page Jump 16 →
「安全・安心なおいしさ」の追求 …… Page Jump 18 →

■ 環　境

地球環境を守る企業であり続けるために …… Page Jump 22 →
環境パフォーマンスデータ（2024年度） …… Page Jump 24 →

■ 人　財

KFCの人財育成 …… Page Jump 25 →
成長・活躍を支える制度 …… Page Jump 26 →

■ 地　域

地域を支え、人を支える力強いブランドであるために …… Page Jump 27 →

人、地域、地球を豊かにつなぐ

KFCのサステナビリティ

私たちKFCは「おいしさ、しあわせ創造」を企業理念とし、「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することを目指しています。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大切なのは、お客さまや地域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であると考えています。「店舗と地域の絆をつくり、あらゆる世代の活力をつなぐ。コミュニティ、地域社会への貢献」がKFCのサステナビリティの元であり、それが「社会を元気にするレシピ」に大きくつながっていくのです。

—スローガン—

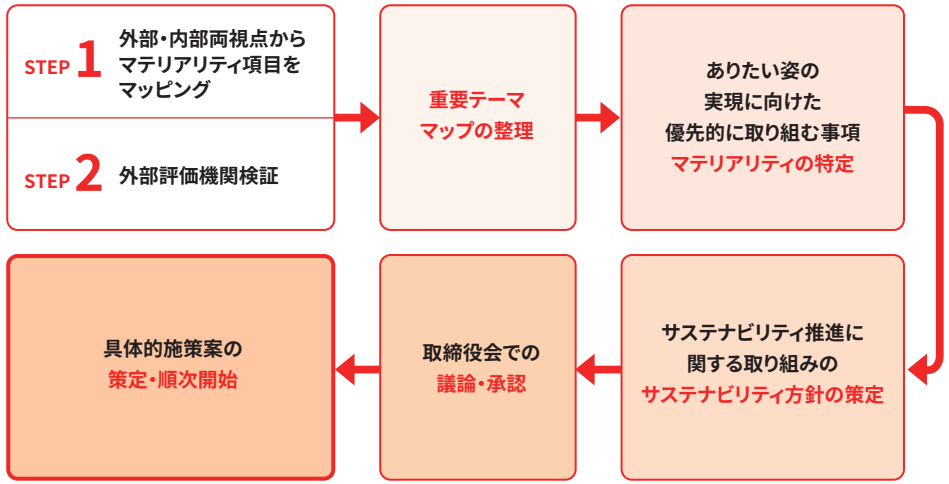
社会を元気にするレシピを。

人、地域、地球を豊かにつなぎ、世界をもっと元気にしたい。

そのための活動レシピをつくり、実践することが私たちの使命です。
地球の資源や食材を無駄なく循環させ、食と食文化の発展につなげる。
店舗と地域の絆を深め、働く人、集う人、みんなの活力を地域ごとに引き出す。

多彩なハーブやスパイスの組み合わせで、独自のおいしさを創り出すように、
さまざまな活動レシピをつくり、社会に元気を巡らせます。

■ サステナビリティ方針とマテリアリティ特定までのステップ



■ サステナビリティ方針とマテリアリティの相関図

人、地域、地球を豊かにつなぐ

KFCのサステナビリティ

お客さま、従業員、パートナーの皆さまをはじめとする、私たちのビジネスに関わるすべての人たちのしあわせのために。
私たちのアクションが社会を元気にするレシピそのものとなるように。「食」「地球」「人」「地域」の4つを軸に、未来へつなぐ活動を実践します。

サステナビリティ方針	領域	マテリアリティ	社会的インパクト	経済的インパクト	インパクトターゲット
1. 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	食 Food	「オリジナルチキン」のある安全・安心で豊かな食文化をつなぐ 関連するESGテーマ ▶安全・安心な食の提供 ▶人々の健康への貢献	▶クオリティーオブライフの向上 ▶健康寿命の延伸	▶KFCならではの顧客体験価値の向上 ▶新規顧客開拓	▶無理なく健康で豊かな食文化を楽しみ、地球にも良いことに貢献したいお客さま
	地球 Planet	持続可能な原料調達と資源の循環で地球環境をつなぐ 関連するESGテーマ ▶脱プラ　▶省資源 ▶資源の循環 ▶食品廃棄の削減 ▶持続可能な原料調達	▶地球も生産者も持続可能な生産環境の実現 ▶CO_2排出量の削減	▶質・量ともに安定した調達の実現による調達コストの削減 ▶業界連携でのリサイクルシステムによるコスト削減	▶持続可能な業界をともにつくっていこうと考える原材料生産者やサプライヤー
2. 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	人 People	誰もが自分らしい働き方を実現し、一人ひとりの可能性をつなぐ 関連するESGテーマ ▶働きがいのある職場 ▶DE&I※	▶誰もが生きがいを感じられる社会 ▶グローバルでのディーセント・ワークの実現	▶従業員のモチベーション向上による顧客満足度の向上 ▶安定的な人財確保による採用コスト削減	▶KFCで働く人々 ▶KFCの店舗で働きたいと考えている地域の人々
	地域 Community	店舗と地域の絆をつくりあらゆる世代の活力をつなぐ 関連するESGテーマ ▶コミュニティ、地域社会への貢献	▶地域住民のつながり構築による地域の活性化 ▶食問題に関心のある次世代の育成	▶将来のKFCファンコミュニティづくり ▶KFCも関わる新事業・サービスの開発	▶興味関心力が高くチャレンジ意欲が旺盛な地域の人（親子、学生、シニアなど）

※DE&I（ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン）＝「多様性」「公平性」「包括性」の頭文字を合わせた概念。

おいしさの秘密

創業から変わらない手づくりの調理法

「オリジナルチキン」は、誰もが調理できるわけではありません。調理担当者は、KFC独自の認定資格「チキンスペシャリスト」の取得が義務付けられています。
カーネル・サンダースが編み出した誰にも真似できない味を、お客さまがいつ、どの店舗で召しあがっても、変わらないおいしさで提供するための仕組みです。

チキンの鮮度を保つために店舗へ適温配送

KFCは、盤石な店舗への配送網を構築しています。
だからこそ、新鮮なチキンを日々、
全国約1,300店舗に供給できるのです。
※地域により、配送日数が異なります

カーネル秘伝のレシピ 11ハーブ&スパイス

カーネルが10年もの歳月をかけて編み出した
あの味のレシピを知っているのは、世界でもたったの3人だけ。
数種類ずつ調合されたスパイスが店舗に納品され、調理する際にブレンドして初めて完成します。
こうして、誰にも真似できない味を守り続けています。

生のチキンで
ひとつずつ手づくり

鮮度とおいしさを実現するための20工程

衛生管理

手順や回数を確認しながら、手洗いを行います。完全手洗いと呼ばれる、高い衛生状態を保てる方法を取り入れています。

下ごしらえ・調理

生のチキンにひとつずつ粉を付けて揚げます。チキンの下ごしらえから圧力釜に入れるまでの作業は、制限時間内に、正確に行うことが求められます。少しの差が、味と鮮度に影響を与えてしまうのです。

次の調理の準備

一度揚げるごとに揚げ油は濾過し、圧力釜の内側に付いた揚げかすを取り除く徹底ぶりです。

20工程

おいしさの秘密

創業から変わらない手づくりの調理法

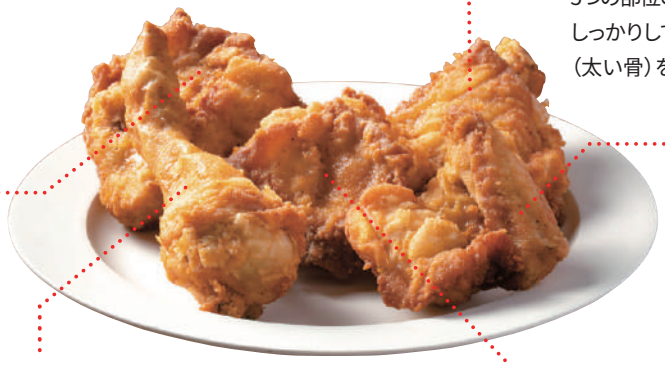
ふっくらジューシーに仕上げる
185℃ 15分の圧力調理

フライドチキンはフライヤーで調理されることが一般的ですが、
「オリジナルチキン」は、最高温度185℃で約15分かけてじっくり揚げています。
ふっくらジューシーで、骨からほろりと外れるやわらかさは、圧力調理のなせる業です。

知っているともっとおいしい

「オリジナルチキン」5つの部位

「オリジナルチキン」には5つの部位があり、
それぞれに味わいや食感が異なります。
知っているともっとおいしい、部位ごとの特徴をご紹介します。



サイ

脂身が多く食べ応えばっちり

5つの部位のなかでも最も脂身が多い、腰の部分。食感もしっかりしていて、食べ応えがある。中央にある大腿骨（太い骨）をひねって抜くと食べやすい。

ウイング

しっかりした肉質でコラーゲンもたっぷり

よく動かす手羽の部分なので肉質がしっかりしていて、濃厚な味わいを楽しめる。手羽中の2本の骨をひねって抜くと食べやすく、おすすめ。

リブ

深みのあるうまみが特徴

あばらの部分なので小骨が多いものの、
「しゃぶって食べるのが好き」と言う声も。
うまみは強いけれど、
脂身は少ないので意外とあっさり。

ドラム

食べやすくジューシーな味わいが人気

「オリジナルチキン」と聞くと、
大半の人が思い浮かべるであろう代表的な部位。
小骨がなく食べやすいことから、小さなお子さまに人気。

キール

あっさりしていてやわらかい

胸の部分。脂身が少なくてあっさりした
口当たりなので、特に女性から人気。
軟骨と小骨以外は肉なので、食べやすい点も好評。

おいしさの秘密

「安全・安心なおいしさ」の追求

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

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。

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

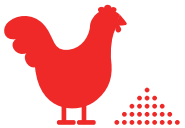
「オリジナルチキン」は100%国内産

KFCは、登録飼育農場で飼育された国内産鶏のみを使用。飼料のひと粒ひと粒までしっかり管理し、「安全・安心なおいしさ」にとことんこだわっています。

登録飼育農場は全国に175ヵ所

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175ヵ所あります。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35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は肉質やうまみにこだわって、生後35日前後飼育の中雛だけを厳選しています。

おいしさの秘密

「安全・安心なおいしさ」の追求

誰にも真似できない味へのこだわり

「オリジナルチキン」の調理法をカーネルから直々に教わった人は、口をそろえて「チキンへの強いこだわりを感じた」と言います。
20にも上る調理工程を守ることは当然のこと、食べる人を想い、徹底的に愛情を込めて調理する。今のKFCにも、カーネルの想いは脈々と受け継がれています。

生のチキンにひとつずつ粉付けする 手づくりの調理法

全国175ヵ所の
KFC登録飼育農場から、
新鮮なチキンが届く。

袋を開け、
チキンの色と匂いを
ひとつずつ確認する。

余分な脂があれば丁寧に取り除く。
こうすることで、臭みのない、
うまみが際立つ仕上がりに。

部位ごとに皮を伸ばし、
骨を整える。こうすることで、
おいしく揚がる。

衣を付けるためのつなぎ液に浸す。
浸す秒数なども、
細かく決められている。

秘伝のスパイスを
ブレンドした粉の上に、
チキンを手早く広げる。

チキンと粉を底から
すくい上げるようにして、
粉をまんべんなくまぶす。
動作と回数は、
細かく決められている。

力を込めて両手でプレスして、
チキンひとつひとつに粉を
しっかりまぶし付ける。
味を左右する大事な工程。

両手にチキンを持ち、
振動で余分な粉を払い落とす。
機械ではできない
絶妙なさじ加減こそが、
あのおいしさを生み出す。

チキンを手早くカゴに並べる。
部位ごとに位置が
決められている。

専用の圧力釜で
約15分かけてじっくり揚げる。
最高温度は185℃。

揚げ上がり!

おいしさの秘密

「安全・安心なおいしさ」の追求

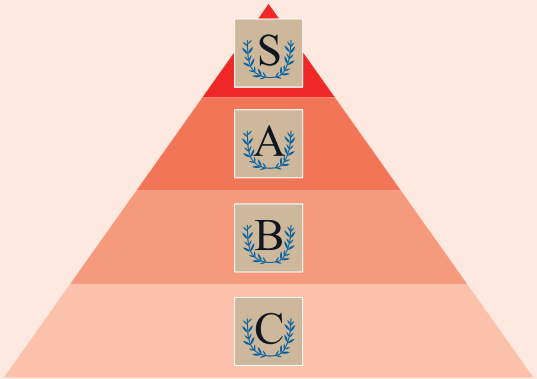
カーネルの教えを継ぐ品質の証

「オリジナルチキン」の調理を担う担当者には「チキンスペシャリスト」のライセンス取得が義務付けられています。取得して終わりではなく、毎年、知識と技術の確認を行い、一定の基準をクリアしてライセンスを更新します。こうした取り組みにより、KFCは常に安全で高品質な「オリジナルチキン」を守り続けているのです。その知識と技術は、カーネル・サンダースがレシピを生み出した1940年から今日まで、大切に受け継がれています。

チキンスペシャリスト ライセンス

試験は、筆記と技能の2種類。
技能は50項目にわたって細かくチェックします。
ライセンス取得者は全国に約19,000人。
ライセンス取得者の証として、取得ランクのシールが
貼られたネームタッグが授与されます。

※以下は実際のライセンスシールです。



試験の結果に応じてランクが決定します。

「オリジナルチキン」の品質維持のため、店舗社員には原材料の納品後の保管温度管理、販売有効時間の遵守を徹底して伝えています。
さらに、店舗で店長が調理担当者に対して「チキンスペシャリスト」テストを確実に実施することで、店舗全体として品質向上に取り組んでいます。
こうして全員がこだわりを理解し、日々の指導や実践につなげています。

営業本部 直営営業部 第一地区 地区長
小林 泰

おいしさの秘密

「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!

KFC登録飼育農場

KFCカットチキン生産認定工場

孵卵（ふ）・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。

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。

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

KFC

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。

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。

お客さまの食卓へ

環 境

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し、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。

KFCのプラスチック包材削減に関する主な取り組み

- **2020年7月から** レジ袋をバイオマス30%配合に切り替え
- **2021年6月から** ドリンクプラカップを廃止
- **2021年11月から** レジ袋をバイオマス50%配合に切り替え
- **2021年12月から** マドラーを木製に素材変更
- **2022年10月から** プラスチックスプーン、フォークをウッドスプーンへ切り替え
- **2024年6月から** ドリンキングリッドを順次導入

全店舗にストロー不要の「ドリンキングリッド」を順次導入

使い捨てプラスチック削減の取り組みの一環として、プラスチックストローが不要となる「ドリンキングリッド」を、2026年までに全店舗[※1]へ導入します。一般的な「ドリンキングリッド」に比べて厚みがない平らな形状となっており、よりプラスチック使用量が削減されます。また、素材には使用済みペットボトルをもとに生産されたポリエステル繊維「再生ペット[※2]」を25%使用しております。

※1. 国内全店舗数：1,301店舗（2025年9月末時点）　※2. 再生PETは広く食品包材にも使用されています。

紙製パッケージにFSC®認証紙を使用

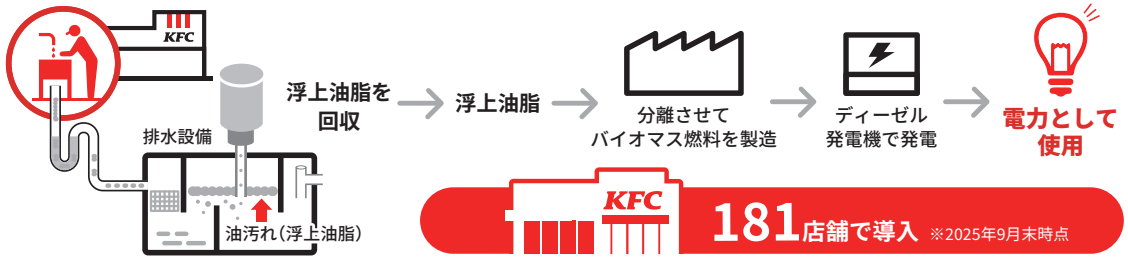
チキンを入れるバーレルやドリンクカップなど、すべての紙製包材はFSC®認証紙を使用しています。また、木製のカトラリーもFSC®認証を得た素材を使用しています。適切に管理された森林から産出・加工された紙や木材を使用することで、自然環境にかかる負担を大きく減らせると考えています。資材を変更するだけでなく、紙の使用量そのものを減らす努力も継続していきます。

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。

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にどうしても油汚れが流れ出てしまい、これらは産業廃棄物となります。KFCではこの油汚れ（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。



KFC 181店舗で導入 ※2025年9月末時点

環　境

地球環境を守る企業であり続けるために

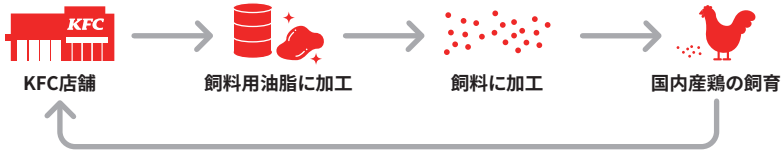
食品ロス削減の取り組み

食品リサイクルを実施

食品リサイクルを千葉県内の一部店舗で実施。店舗から排出された食品廃棄物は、専用の工場に運ばれ、堆肥化されます。できた肥料を使用してケールを栽培、そのケールを使って商品化するという活動にKFCが賛同し、食品リサイクルへ取り組んでいます。

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57店舗の調理済み揚げ油を再利用しています。



紙カップリサイクル

資源循環の推進と廃棄物・CO_2排出量の削減を目的として、浅草店・池袋西口店・王子店の3店舗において、客席で使用された紙カップを専用BOXで回収する取り組みを開始しました。店舗では、専用の黄色トラッシュを設置し、紙カップの回収を実施しています。従業員からは「1日にゴミ袋を交換する回数が減った」「リサイクルに貢献できる取り組みなので、今後も継続して実施したい」といった声が寄せられています。

ユニフォームリサイクル

使用済みユニフォームを本社会議で回収※し、再利用可能な素材として活用することで資源の無駄を減らし、環境負荷の軽減に貢献します。新たな原料の使用を抑え、循環型社会の実現を推進。将来的には社内イベントで再生素材を使用した服を着用し、環境に配慮した取り組みを社内外にアピールします。

※400枚、約80kg回収（2025年9月末時点）

環　境

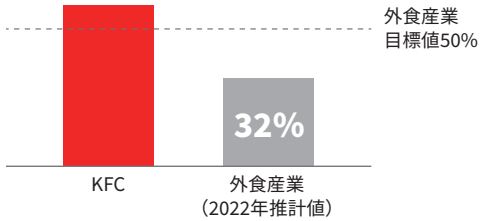
環境パフォーマンスデータ(2024年度)

KFCは環境負荷低減に取り組み続けています。

▶ 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

58.5%

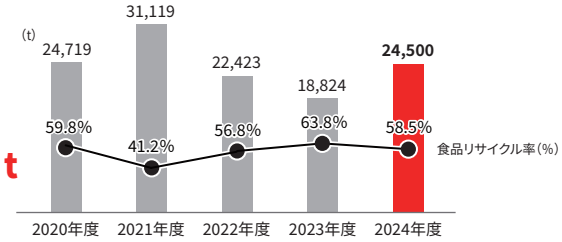


廃食油リサイクル率

100%

廃棄物排出量

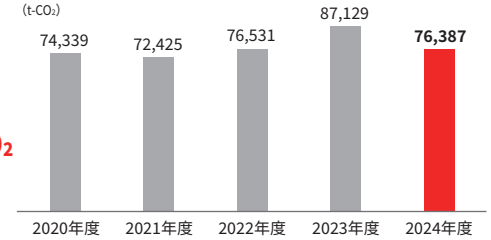
24,500t



▶ 店舗の機器変更やエネルギー管理による、CO_2排出量削減の取り組み

CO_2排出量

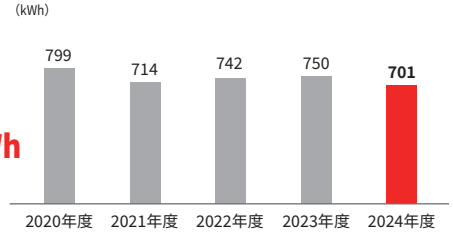
76,387 t-CO_2



▶ 売上100万円当たりのエネルギー使用量

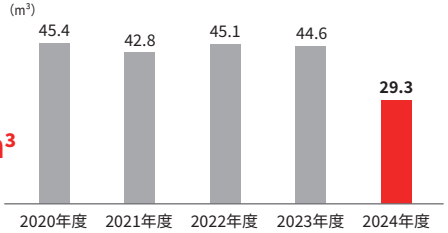
電気使用量

701kWh



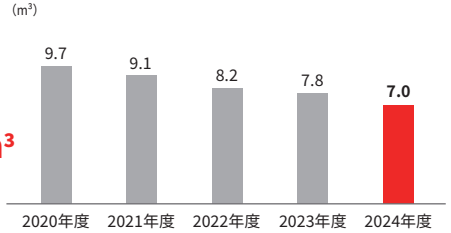
ガス使用量

29.3m³



水道使用量

7.0m³



※各環境報告書の対象期間に準じています。
※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

人 財

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

KFCで働く人として

最高の自分でいよう
楽しんで働こう
変革をもたらそう

×

働くうえで大事にすること

商品に情熱を込め、自信を持って提供する
最高のサービスで、すべてのお客さまを家族のようにもてなす
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

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

毎年、春から夏にかけて、日ごろお店で培った調理や接客の技術を発揮する競技大会「CHAMPSチャレンジ」が開催されます。
店内大会、各社社内大会、全国のブロック大会を経て、日本最高峰の大会「JAPANファイナル」へと進みます。
これらは、実際の店舗で実践形式で行い、動作のひとつひとつま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、そして日々の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てているか
Speed with service	迅速なサービスができているか

人 財

成長・活躍を支える制度

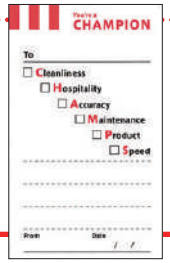
ライフスタイルに合った働き方が選べる 限定社員制度

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、勤務日数・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

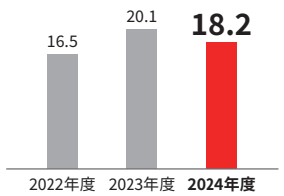
チャンピオンカード（賞賛カード）を使って、仲間を賞賛する文化がKFCにはあります。店舗や従業員、パートナーを積極的に表彰して頑張りを認めることで、個々の意欲や能力を更に引き出します。



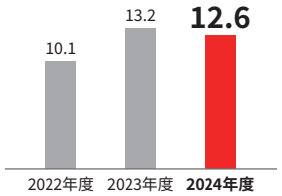
誰もが生き生き働ける ダイバーシティへの取り組み

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・治療との両立などの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。

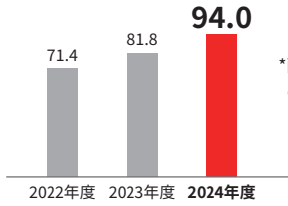
女性店長比率（%）



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）

※毎年12月末時点の数値を元に作成

健康経営

▶2024年度実績

定期健康診断受診率	100.0%
年次有給休暇5日間の取得率	100.0%
社内ウォーキングイベント参加率	91.0%

▶2024年度実施内容

育児・介護・医療・年金制度など、各年代で迎えるライフイベントに応じた情報提供や交流会を行い、今後のキャリアやライフプランの設計に生かせるよう支援する取り組み

- **育児者交流会**
  経験を共有し新しい気付きやアイデアを得てキャリアと子育ての両立に生かす
- **ファミリーデー**
  相互理解と家族支援を通じて、多様な働き方の理解とファンづくりを促進
- **健康セミナー（食生活、睡眠、禁煙、腸活など）**
  心身の健康を維持・向上させ、能力を最大限に発揮し、生き生きと働くためのセルフケア支援
- **階層別研修（キャリアライフ研修）**
  - ・キャリアライフ入門研修（入社時）
  - ・キャリアライフベーシック研修（入社3年目）
  - ・キャリアミドル研修（8年目）
  - ・キャリアライフ研修（40歳）
  - ・ライフ&キャリア研修 I（50〜55歳）
  - ・ライフ&キャリア研修 II（58歳）

「くるみん」認定取得
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ています。
※2020年以降継続取得

「えるぼし3段階」認定取得
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ています。
※2021年取得

「健康経営優良法人」認定取得
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ています。
※2022年以降継続取得

地 域

地域を支え、人を支える力強いブランドであるために

KFC サステナビリティ

KFCおいしナブルキッチン

“262回開催、2,200名参加”
※2024年4月～2025年9月末

「未来を担う子どもたちに、食の楽しさや大切さを伝えたい」との想いから2009年にスタートした「KFCキッズスクール」が、プログラム内容をさらに充実させて「KFCおいしナブルキッチン」としてリニューアル。「オリジナルチキン」の調理体験と試食を通じて、食の楽しさや大切さを参加者一人ひとりが“自分ごと化”して考え、体験しながらKFCのサステナビリティ方針の4つの軸である「Food（食）」「Planet（地球）」「People（人）」「Community（地域）」に対する取り組みも学ぶことができます。

KFC おいしナブル キッチン

おいしナブルキッチンプログラム例　タイムテーブルに基づいてプログラムを進めていきます。（実施時間：約120分）

おいしナブルポイント：食 Food／地球 Planet／人 People／地域 Community

Step1 問い

ケンタッキーの“おいしナブルポイント”を体験しましょう！

ごあいさつ&初めの言葉

手を洗おう

指の間もしっかり洗ってね！

Step2 体験

つくってみよう！

調理体験しながら、おいしさのポイントを説明！

チキンとカーネルについて学ぼう

「オリジナルチキン」が完成

Step3 答え

お食事&記念撮影

参加者にとって思い出深いものになり、「また参加したい」と思えるような「お土産」もご用意しています。

開催店舗の声

参加されたお子さまが、帰宅後に『ケンタッキーごっこ』をして遊んでいたと聞いて、うれしくなりました！

「どうすれば紙芝居が楽しくなるか？」を従業員たちで一生懸命考えました。みんなから、たくさんの意見が発表されたことがうれしかったです！

お客さまの声

普段は入ることができない厨房を見学させてもらえました！子どもが終始とても楽しそうで見てる私までうれしくなりました！

色々な経験をさせてもらいました！自分でつくったチキンを食べられるうえにお土産までもらえるなんて感動しました！お店の皆さま、素敵な時間をありがとうございました！

KFC おいしナブル キッチン

応募はこちらから ▶

地 域

地域を支え、人を支える力強いブランドであるために

KFC サステナビリティ

こども食堂等へチキンを寄贈

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

576拠点で提供 ※2025年9月末時点

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

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・徳島県・群馬県・兵庫県・熊本県・愛知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、しあわせ」に変わるお手伝いをしています。

提供メニュー例

ナポリタン

オムライス

能登半島震災 ボランティア活動

2025年6月14日（土）、石川県・輪島マリンタウンにおいて、こども食堂メニューの調理及び600食の提供、並びに食材や生活支援品の配布を実施しました。
本活動には、フランチャイズオーナーである吉田興産株式会社から2名、日本ケンタッキー・フライド・チキン株式会社から14名が参加しました。

調理の様子

提供の様子

地 域

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1,300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。

©Mayumi Rui

2007年からの累計金額
6億8,100万円

スペシャルオリンピックス日本

Special Olympics Nippon

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。

©Special Olympics Nippon

©Special Olympics Nippon

©Special Olympics Nippon

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など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
（2025年9月末時点累計）

“段ボール**201**箱分”

- お米 272kg
- 乾麺 371袋
- レトルト食品 498袋
- 缶詰 307個
- 嗜好品 644個
- 生活用品（タオル／せっけん／洗剤など）1,884個 他

地 域

地域を支え、人を支える力強いブランドであるために

会社訪問

■訪問数：小学校から高等学校まで
計18校、558名
（2024年4月～2025年9月末時点）

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、本社内の模擬店舗を見学するなど、楽しい体験の時間を過ごします。

参加者さまの声

KFCの歴史やカーネル・サンダースの想いを知れて、とても良かったです。普段はなかなか知ることができないお話を聞けてワクワクしました！

社員の方が明るく迎えてくださり、普段は入れない場所を見学できて特別な体験になりました！

KFCの取り組みを知ることができ、社内見学やチキンがどのようにつくられているかを見ることができて、とても貴重で楽しい経験になりました。

チキンをつくるためにたくさんの努力をされていることを知り、KFCのことをもっと詳しく知ることができました。よりファンになりました！

KFCがSDGsに取り組んでいることを分かりやすく説明してもらい、すごく興味を持ちました。将来について考えるきっかけにもなりました！

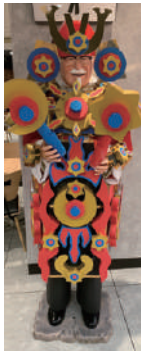
武者カーネル

■展示店舗数：1,156店舗（2025年5月）

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40年以上の歴史を刻んできた「武者カーネル」。今年はお客さま・従業員で「推し武者カーネル」に投票するコンテストも実施し、盛り上がりました。

大宮大和田店

イオン那須塩原店


阪急茨木店

横浜GRITS

日本KFCは2022年から横浜GRITSを支援し、地域スポーツ振興に貢献。2025年7月には運上 雄基選手を社員として迎え、競技とキャリアを両立するデュアルキャリアを支援しています。

※デュアルキャリア：競技活動と仕事の両立という働き方改革によって、スポーツ選手を目指す子どもたちに夢と希望を与えるロールモデル。横浜GRITSでは、この仕組みを先駆的に導入し、「デュアル・プロ育成モデル(DPM)」の確立を進めています。

デュアルキャリアに挑戦したのは、前職での採用経験を生かしつつ、新しい環境でさらに成長したいと考えたからです。KFCの新卒採用強化の取り組みを知り、面接を経て今年の夏に入社しました。入社後は、職場の温かい人柄に触れる機会が多く、学生からも「KFCのアットホームさに魅力を感じた」と言われることが多く、“ピープルビジネス”を身をもって実感しています。
（横浜GRITS 運上 雄基選手）