

POULET FRIT À LA KENTUCKY (POULET FRIT À LA KENTUCKY JAPON LTÉE)

Adresse : 1-1-1, Ebisu-Minami, Shibuya-ku, Tokyo 150 Téléphone : 03-719-0231	
PARTENAIRE JAPONAIS	<p>MITSUBISHI CORP.</p> <p>Adresse : 2-6-3, Marunouchi Chiyoda-ku, Tokyo 100</p> <p>Téléphone : 03-210-2121</p>
CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL (Exercice se terminant en novembre 1987)	94 172 millions de yens
NOMBRE TOTAL DE POINTS DE VENTE	725
EMPLACEMENT DES POINTS DE VENTE	Est du Japon : Ouest du Japon : n.d.
MOYENNE DES VENTES ANNUELLES PAR RESTAURANT	130 millions de yens
NOMBRE TOTAL D'EMPLOYÉS	n.d. À plein temps : 951 À temps partiel : n.d.
ANNÉE DE FONDATION	1970
TYPE DE RESTAURANT	Restaurant rapide de style occidental
MENU (juillet 1987)	<p>(Prix à l'unité, en yens)</p> <p>Casse-croûte combiné 580 ¥</p> <p>Déjeuner 580 ¥</p> <p>Sandwich de filet de poulet 290 ¥</p> <p>Casse-croûte à emporter 1 200 ¥</p> <p>Dîner économique 1 490 ¥</p>

À l'instar de McDonald's, Poulet frit à la Kentucky a remporté un très grand succès en pavant la voie à la restauration rapide de style occidental au Japon. En dix-sept ans d'exploitation, Poulet frit à la Kentucky a ouvert presque 725 points de vente et continue d'en ouvrir au rythme de 87 par an. Elle est le sixième restaurateur au Japon.

Il y a peu de différences entre La Villa du Poulet du Japon et celle du Canada. Certaines villas ont des tables, d'autres ne sont que des comptoirs de plats à emporter. La nourriture servie est pratiquement identique, assaisonnée du même mélange de « sept fines herbes et épices ». Ces restaurants ont d'abord visé la clientèle des piétons, comme la plupart des établissements de restauration rapide au Japon, et se sont en conséquence installés près des gares. Récemment, cependant, la société a fait construire le long des routes principales des restaurants pour recevoir les automobilistes.

Poulet frit à la Kentucky Japon Ltée a été fondé à la suite d'une association à parts égales entre la société mère américaine Kentucky Fried Chicken, R.J. Reynold's cie, et Mitsubishi (Trading) Corp., qui est aussi l'un des principaux fournisseurs de poulets frais de la société.

La clientèle est principalement constituée de mères de famille, de secrétaires ou d'employées de bureau (que l'on appelle euphémiquement au Japon des O.L. (Office Ladies)) et d'étudiants d'universités. Une Villa du Poulet type sert 600 clients par jour qui dépensent individuellement 1 000 yens (9,62 \$CAN).

Les points de vente sont répartis à peu près également à travers le pays, quoique près d'un tiers soient situés aux environs de Tokyo. Les Japonais ont déjà créé leurs chaînes locales de restaurants dans le style de McDonald's, mais il leur reste encore à développer leur chaîne locale de restaurants de poulet du genre des Villas du Poulet.