食の感動で、この星を満たせ。

TORIDOLL→

News Release

2026 年 11 月 25 日

トリドール HD、「心的資本経営」始動から 1 年
「ハピカン繁盛サイクル」の“正の連鎖”を実証

丸亀製麺、ハピネススコア 10Pt 向上で年間約 1.14 億円の売上貢献と分析

「心的資本経営」を原動力に、世界中へ食の感動体験を提供する株式会社トリドールホールディングス（東京都渋谷区、代表取締役社長 兼 CEO 粟田 貴也、以下、トリドール HD）は、2025 年 9 月の「心的資本経営」発表から 1 年を経て、これまでの取り組みと進捗を公表します。

丸亀製麺では、「心的資本経営」本格始動後、従業員の心の満足度「ハピネススコア」とお客さまの食後の感情を示す「感動スコア」、店舗の売上などの「繁盛スコア」の関係を検証するため、各種スコアや店舗データの分析を進めてきました。これまでの継続的な分析で、ハピネススコアが高い店舗ほど感動スコアが高い傾向を確認しました。さらに、感動スコアが高い店舗ほど客数の前年対比も高い傾向を確認し、従業員のハピネス向上がお客さまの感動、さらには店舗の繁盛へとつながる「正の連鎖」を実証しました。この分析結果を軸に、ハピネススコア・感動スコアの推移、ハピカンオフィサー制度の現在地と店舗での実践、お褒め件数・離職率・応募数などの変化を紹介します。

■「ハピカン繁盛サイクル」を、スコアの推移から分析

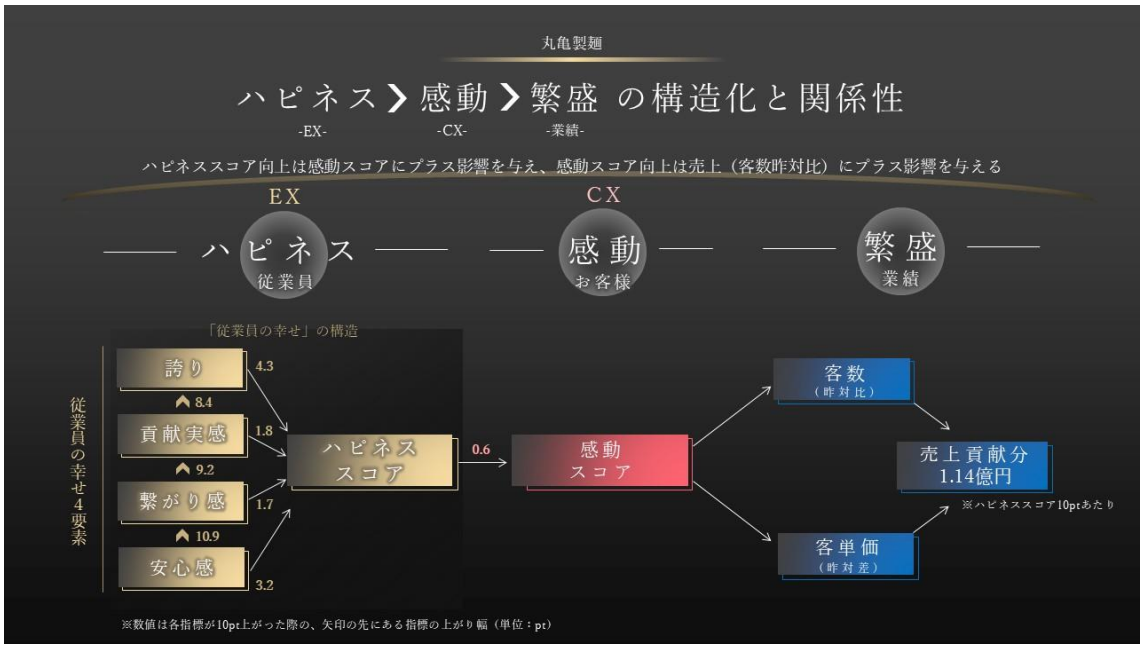
「ハピカン繁盛サイクル」は、従業員の幸福感（ハピネス）とお客さまの感動（カンドウ）、店舗の持続的な繁盛が循環する、トリドール独自の実践モデルです。丸亀製麺では、従業員の心の満足度を示す「ハピネススコア」と、お客さまの食後の感情を示す「感動スコア」、売上などの繁盛に関わる指標を継続的に確認し、指標間の関係を検証しています。

今回、従業員への AI 音声対話型インタビュー「ハピネススコアインタビュー」で一定数の回答が得られた店舗を対象に、従業員の「ハピネススコア」、お客さまの「感

動スコア」、店舗の「客数の前年対比」の関係性を分析しました。分析の結果、ハピネススコアが高い店舗ほど感動スコアが高く、感動スコアが高い店舗ほど客数の前年対比も高い傾向を確認しました。

さらに、ハピネススコアが 10Pt 向上すると感動スコアが 0.6Pt 向上し、年間約 1.14 億円の売上貢献が見込まれるとの分析結果※1 が得られました。これにより、従業員のハピネス向上がお客さまの感動、そして店舗の繁盛へとつながる「正の連鎖」を確認しました。

※1：前年との比較が可能、かつ一定数以上のハピネススコアインタビューの結果が得られた店舗を対象に分析し、その結果を全店に拡大し試算





ハピカン繁盛サイクル図

＜従業員・お客さまの声を、データ・AI で店舗改善に生かす＞

丸亀製麺では、2025 年 12 月から「ハピカンダッシュボード」※2 を運用し、従業員のハピネスやお客さまの感動、店舗の繁盛に関わるデータを日々の店舗運営に生かしています。また、AI 音声対話型の「ハピネススコアインタビュー」を通じて、従業員の心の満足度を測定・スコア化しています。

2026 年 3 月には、一人ひとりの心の状態を把握できる「チームダッシュボード」を導入しました。ハピカンキャプテンやチーフマネージャーは、各従業員のスコアや回答内容の要約、AI による行動提案を確認し、それぞれの状態に応じたコミュニケーションに生かしています。2026 年 10 月には、ハピカンダッシュボードが数値管理のための業務管理ツールではなく、能動的に関わりたいと思える体験としての設計が評価され、2026 年度のグッドデザイン賞を受賞しました。

※2：ハピカンダッシュボード：従業員の心の満足度を示す「ハピネススコア」、お客さまの食後の感情を示す「感動スコア」、店舗の売上などの「繁盛スコア」を集約・可視化し、AI が店舗ごとの気づきや改善アクションを提案する店舗向けダッシュボード。



ハピカンダッシュボード（イメージ）



チームダッシュボード（イメージ）

■ハピカンオフィサー制度の現在地と、店舗での実践

トリドールグループは、従来の店長制度を刷新した「ハピカンオフィサー制度」を通じ、従業員一人ひとりの心に向き合い、店舗独自の食の感動体験を生み出す店舗づくりを進めています。丸亀製麺では、ハピカンオフィサーにあたる「ハピカンキャプテン」が、従来の管理業務の一部をチームメンバーに移管し、従業員との対話や一人ひとりの主体性を引き出す活動に力を注いでいます。

丸亀製麺では、2025 年 11 月に初代ハピカンキャプテン 5 名を認定し、同年 12 月から活動を開始しました。2026 年 11 月現在、丸亀製麺におけるハピカンキャプテン認定者は 5 名、候補者は 17 名です。丸亀製麺以外の業態でも、18 名のハピカンオフィサー候補生が誕生しており、認定に向けて研修を重ねています。

＜ハピカンキャプテンによる店舗づくりと、現場に生まれた変化＞

丸亀製麺のハピカンキャプテンは、従来の店長が担っていた管理業務の一部をチームメンバーに移管し、従業員一人ひとりと向き合いながら、安心感や貢献実感、仲間とのつながりを感じられる店舗づくりに取り組んでいます。従業員のハピネスを高めることで「お客さまに喜んでいただきたい」という内発的動機を引き出し、一人ひとりが自ら考え、行動することを後押ししています。

■「褒め合う」文化から、一人ひとりが安心して挑戦できる店舗へ

丸亀製麺 酒田店のハピカンキャプテンは、従業員同士が互いの良いところを認め合い、安心して働ける環境づくりを推進しています。従業員の誕生日や入社日を紹介するボードや、仲間同士で良いところを伝え合う「1 分褒めタイム」を設けるなど、日常的に相手への感謝を言葉にする機会を作り、従業員のハピネス向上に取り組んでいます。

こうした「自分を見てもらえている」「ここなら安心して働ける」と感じられる環境を土台に、従業員一人ひとりが自分らしく力を発揮し、新しいことに挑戦できる店舗づくりを進めています。さらに、酒田店では、お客さまに地域ならではの体験を届けるため、ハピカンキャプテンが山形県庄内地方の名産である「庄内麩（しょうないふ）」を使って考案した「庄内麩丼」を、2026 年 6 月 9 日（火）から約 1 か月の期間限定かつ店舗限定で販売しました。

■一人ひとりに寄り添い、「できた」を自信につなげる育成

丸亀製麺 君津店のハピカンキャプテンは、従業員一人ひとりの習熟度や気持ちに寄り添った人材育成を進めています。接客や所作、仕事に向き合う姿勢を見える化した「所作マスター制度」を導入し、自信を持ってお客さまと向き合えるようサポートしています。その結果、自然な笑顔や丁寧な所作に加え、お客さまにおすすめを伝えるなどのコミュニケーションも生まれ、従業員自身がお客さまのために一歩踏み込んで行動する接客につながっています。

このように、ハピカンキャプテンが一方的に指示するのではなく、一人ひとりが安心して働き、小さな成功体験を積み重ねることで「もっとやってみたい」「もっとお客さまに喜んでいただきたい」という気持ちを引き出すことを大切にしています。こ

うした日々の積み重ねを通じ、従業員のハピネスを内発的動機へ、さらにお客さまの感動へとつなげる店舗づくりを進めています。



丸亀製麺 酒田店　誕生日ボード


丸亀製麺 君津店　所作マスター制度

■お褒めの声・離職率・応募数から見る、お客さまの声や人材面の変化

　こうした取り組みを進める中、トリドールグループでは「心的資本経営」の対外発表以降、お客さまからのお褒めの声や人材に関わる指標にも、以下のポジティブな変化が見られています。

指標	確認できた変化
トリドールグループに寄せられたお褒めの件数※3	2,002 件（前年同期間比 15.3％増加）
トリドールグループ従業員の離職率※3	前年同期間比 15.7％改善
トリドールグループへの応募数※3	前年同期間比 16.2％増加

※3：「心的資本経営」宣言前（2024 年 10 月 1 日～2025 年 9 月 30 日）と宣言後（2025 年 10 月 1 日～2026 年 9 月 30 日）の期間を比較しています。

　また、丸亀製麺では、会計レシートを通じてお客さまアンケートを取得しており、お客さまより月間約 20 万件のコメントが寄せられています。お褒めの声や感謝のメッセージは、ハピカンダッシュボードを通じて従業員本人や店舗の仲間に届け、日々の仕事を振り返る機会や、仲間の良いところを知る機会として生かしています。

　各指標の変化については、お客さまの声の収集状況、採用活動や雇用環境、店舗の状況なども踏まえて確認し、引き続き分析を進めます。

■現在の課題と、今後の取り組み

トリドールグループは、今回確認した「ハピカン繁盛サイクル」の正の連鎖について、今後も継続的に分析・改善を進めるとともに、従業員のハピネス向上につながる実践知を蓄積し、一人ひとりの「やってみたい」という内発的動機を引き出し、自発的な行動につながる環境づくりを進めていきます。

また、ハピカンオフィサーのさらなる育成・輩出を進め、店舗やハピカンオフィサーから生まれる「やってみたい」という声を支えられる本部の体制や、従業員同士のコミュニケーションを促進する仕組みを強化します。今後も、人と人とのつながりを大切にしながら、AI やデータも活用し、従業員のハピネスがお客さまの感動、店舗の繁盛へとつながる「ハピカン繁盛サイクル」のさらなる進化を目指します。

海外ブランドにおいても、心的資本経営の考え方を伝えるコンテンツの整備などを進め、トリドールグループならではの心的資本経営を世界へ広げていくための基盤づくりを進めてまいります。

■「心的資本経営」について

トリドール HD が推進する「心的資本経営」とは、「従業員の“心”の幸せ」と「お客さまの“心”の感動」を共に重要な資本ととらえ、どちらの“心”も満たし続けることで持続的な事業成長を実現する新たな経営思想です。
従業員が幸福感（ハピネス）を持って働ける環境が整うことで内発的動機が育まれ、その力がお客さまの感動（カンドウ）体験を生み出し、その感動が店舗の持続的な繁盛へとつながります。成果を従業員に還元することで再び幸福度が高まり、感動体験がさらに深化する好循環が生まれます。この好循環をトリドール HD では「ハピカン繁盛サイクル」と定義しています。
トリドールグループは、心的資本経営を基盤に、従業員の内発的動機を高め、唯一無二の感動体験を創造し続けることで、世界中に食の感動を届けてまいります。

■心的資本経営サイト
https://www.toridoll.com/management-philosophy/happiness-capital-management
■トリドール HD 公式 note アカウント
https://note.com/toridollholdings

トリドールホールディングスについて

「食の感動で、この星を満たせ。」をスローガンに掲げ、さまざまな業態の飲食チェーンを展開し、味覚だけでなく五感が揺さぶられる、本能が歓ぶほどの感動を探求し続けています。

トリドールグループは「心的資本経営」を原動力に、従業員の“心の幸せ”とお客さまの“心の感動”を生み出し、持続的な事業成長を目指しています。

今後も「食の感動体験」をどこまでも追求し、世界中で唯一無二の日本発グローバルフードカンパニーを目指して、予測不能な進化を遂げるため、国内のみならず海外での展開を積極的に推進してまいります。