

株式会社CRISP、「データマネジメント大賞2026」を受賞

外食産業の意思決定をデータドリブンへ、全社データ統合の取り組みに高い評価

株式会社CRISP（本社：東京都港区、代表取締役：宮野浩史）は、一般社団法人日本データマネジメント・コンソーシアム（JDMC、会長：栗島聡）が主催する「データマネジメント賞2026」において、「データマネジメント大賞」を受賞しました。

本賞は、データマネジメントにおいて、他の模範となる活動を実践している企業・官公庁・団体・個人を見出し表彰する制度として2014年に設立されました。データマネジメントの役割や重要性を広く社会に周知するとともに、先進的な実践ノウハウの共有を目的としています。なお授賞式は、2026年3月11日に開催されるイベント「データマネジメント2026」（会場：京王プラザホテル）にて行われる予定です。

受賞理由（主催者発表・全文）

外食をデータで再設計、全社ファーストパーティーデータを統合

外食業界は長年、勘と経験に依存した意思決定が主流であり、注文・人事・オペレーションデータが複数のSaaSに分散されるという課題を抱えてきた。株式会社CRISPはカスタムサラダ専門店「クリस्पサラダワークス」を展開する中で、この課題に正面から向き合い、DXを経営の根幹に据えた独自の体制を構築している。

同社は注文・CRM・勤怠管理にいたるシステムをすべて自社開発し、購買データ・行動データ・オペレーションデータ・人事データを単一基盤に集約。売上の約50%をアプリ経由で獲得することで、ユニークユーザーに紐づくファーストパーティーデータを継続的に蓄積する仕組みを構築している。データ収集は既存業務オペレーションに組み込まれており、スタッフの通常業務のタイムスタンプがそのまま提供時間指標に転用される設計で、取得コストを最小化している。

さらに「クリस्पメソッド」として6つの経営領域にKPIを設定・可視化し、年間約20万件の顧客フィードバックをスタッフ評価・金銭インセンティブに直結させることで、約600名のスタッフ全員のサービスパフォーマンスを定量化している。

同社はDXを後付けのツールとしてではなく、経営・人事・オペレーションの設計段階からデータドリブンで構築している。全社KPIの外部公開を通じて飲食DXのベンチマークを業界に還元する姿勢も評価でき、その取り組みは他企業にとって有益な参照事例となることから、データマネジメント大賞を授与する。

代表取締役CEO 宮野浩史 コメント

このたび「データマネジメント大賞」という大変名誉ある賞をいただき、大変光栄に思います。

2014年に創業したCRISPは「日本の外食を、ひっくり返せ。」をパーパスに掲げ、テクノロジーを通じた日本の外食産業の変革を目指すと同時に、伝統的な慣習や「当たり前」とらわれず、外食の未来を進化させる新しいレストラン体験の創造に挑戦し続けてきました。

今回の受賞は、店舗で働くスタッフを含め、日々の業務の中でデータを活用し続けてきたチーム全員の取り組みが評価された結果だと受け止めています。今後もデータとテクノロジーを活用しながら、飲食業における新しい顧客体験の創造と、業界全体の発展に貢献してまいります。

データマネジメント賞について

「データマネジメント賞」は、一般社団法人日本データマネジメント・コンソーシアム（JDMC）が主催する表彰制度です。データマネジメントにおいて、他の模範となる活動を実践している企業・機関などの中から優秀なものを選定し表彰しています。データマネジメント賞大賞はじめデータ統合賞、データ基盤賞などの部門賞があります。活動を通じて、様々なデータや情報のマネジメントに関する社会的認知を高め、企業・機関などでデータマネジメントを実践する人や組織の活性化を促進し、日本企業・組織の競争力強化へ寄与しています。

クリスピーサラダワークス crisp.co.jp

2014年に東京で創業したクリスピーサラダワークスは、「熱狂的なファンをつくる」というミッションのもと、おいしくてお腹いっぱいになる高品質なサラダを提供するカスタムサラダ専門レストランです。現在は、東京/神奈川/大阪に51店舗を展開し、年間160万食以上提供するカスタムサラダのリーディングブランドです。

株式会社CRISP corp.crisp.co.jp

2014年に東京で創業した株式会社CRISPは「日本の外食を、ひっくり返せ。」をパーパスに掲げ、カスタムサラダ専門店「クリスピーサラダワークス」の展開を通じて、日本の外食産業をテクノロジーで進化させることを目指す新しい形の外食企業です。

報道関係者さまからの問合せ
株式会社CRISP
広報担当
pr@crisp.co.jp