ここのうどんは、生きている。
丸亀製麺

食の感動で、この星を満たせ。
TORIDOLL

2026年10月15日
株式会社丸亀製麺

Press Release

≪「心的資本経営」を店舗の日常へ≫

従業員の“幸せ”とお客さまの“感動”を可視化する「ハピカンダッシュボード」

2026年度グッドデザイン賞を受賞

運用開始から約10か月 丸亀製麺国内約900店舗で導入
内発的動機を高め、お客さまの感動につなげる「ハピカン繁盛サイクル※1」を推進

株式会社丸亀製麺（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：山口　寛）が展開する、食の感動体験を探求し、手づくり・できたてにこだわる讃岐うどん専門店「丸亀製麺」は、トリドールホールディングスが掲げる経営思想「心的資本経営」のもと、国内全店舗（約900店舗）で運用する店舗向けダッシュボード「ハピカンダッシュボード」で、2026年度グッドデザイン賞を受賞しました。

「ハピカンダッシュボード」グッドデザイン賞詳細ページ：https://www.g-mark.org/gallery/winners/35511

※1 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、その力が顧客に感動（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。

≪能動的に関わりたいと思える設計が高評価！ハピネスと感動を力にする、次世代ダッシュボード≫

「ハピカンダッシュボード」は、従業員の幸福感（ハピネス）とお客さまの感動（カンドウ）が店舗の繁盛につながる独自の実践モデル「ハピカン繁盛サイクル※1」を支えるために開発された、次世代のダッシュボードです。経営理念が現場の行動変容に結びつきにくいという課題に対し、従業員一人ひとりが自身の仕事やお客さまとのつながりを実感できる仕組みとして導入されました。

従業員の心の状態を計る**「ハピネススコア」**、お客さまの食事体験後の感情を計る**「感動スコア」**、店舗の売上などを計る**「繁盛スコア」**を一つの画面に集約・可視化。お客さまから寄せられた声もすぐに確認できるため、自分たちの仕事がお客さまの感動につながっていることを実感でき、一人ひとりの内発的動機を高める機会にもなっています。

今回、本ダッシュボードが評価されたのは、数値管理のための業務ツールではなく、能動的に関わりたいと思える体験として設計した点です。数値やデータを確認する行為そのものを「感情的に意味のある体験」へと転換し、一人ひとりの内発的動機を引き出した点が高く評価され、2026年度グッドデザイン賞の受賞に至りました。

運用開始から約10か月、90％以上※2が継続的に活用。お客さまから寄せられた声を現場で共有しながら改善活動に活かしたり、店舗の状況を振り返ったりするなど「ハピカン繁盛サイクル※1」を支える仕組みとして活用されています。

※2 2026年9月5日～10月2日の期間「ハピカンダッシュボード」利用者アンケート（従業員888名対象）

■審査委員からのコメント

株式会社丸亀製麺の思想「ハピネス、感動、繁盛」が体現されたダッシュボードである点が高く評価された。パーパスとビジネスを切り分けずに、ひとつにつなぐシステムにした新しい挑戦。従業員の内発的動機づけやハピネスにAIエージェントを使っている点にオリジナリティがある。UIも、従業員、顧客、ビジネスの3つを可視化し、アクションを提示する、という設計がきちんとされており、また、色々なインターフェースに対応していて完成度が高く、わかりやすく使いやすい。

■グッドデザイン賞とは

グッドデザイン賞は、1957年創設の、日本で唯一の総合的なデザイン評価・推奨のしくみです。製品、建築、サービス、システム、地域の取り組みなど、有形無形を問わず、さまざまなものごとを対象としています。受賞のシンボル「Gマーク」は、よいデザインを社会に広げるマークとして親しまれています。2026年度は第70回の節目にあたります。
https://www.g-mark.org/

GOOD DESIGN AWARD 2026

2025年12月に運用を開始した「ハピカンダッシュボード」は、株式会社トリドールホールディングス（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長 兼 CEO：粟田 貴也）と株式会社プレイド（本社：東京都中央区、代表取締役CEO：倉橋 健太）が共同開発し、tacto株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役：板倉 隼）がビジュアルアイデンティティとUI/UXデザインを担当しました。

■株式会社プレイドについて

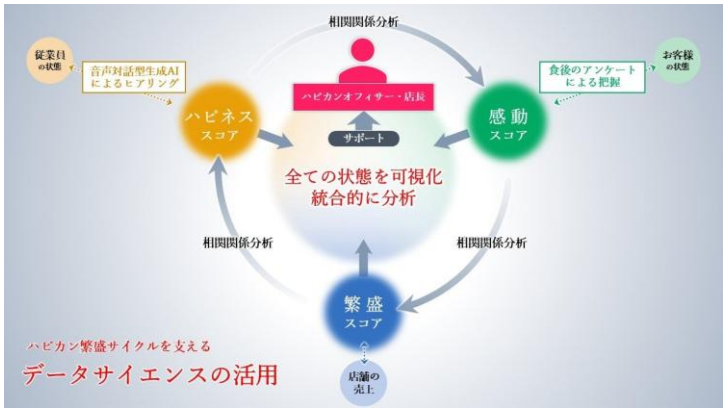
プレイドは「データによって人の価値を最大化する」をミッションに、データを起点に企業価値の最大化を支援する企業です。膨大な顧客行動をリアルタイムに解析するデータ基盤とその文脈（コンテクスト）までを構造化する技術をもとに、データ×AIのプロダクト群と専門人材による伴走を提供しています。企業の顧客中心経営の実現を支えることで、持続的な事業成長とその先にいる生活者一人ひとりへの価値創出に貢献します。
https://plaid.co.jp/

■tacto株式会社について

tactoはストーリーのある体験をつくるエクスペリエンスデザインファームです。ブランドやサービスが何のために存在し、人の生活や社会をどう変えるのかを言説化・可視化し、プロジェクトに明確な意志を宿らせる。それを軸に、プロダクトやOMOのUI/UX、アプリやWEBサイトの企画制作、ブランドコミュニケーション開発などをトータルでサポートしています。凝り固まった視点をほどき、あらゆる行きづまりや閉塞感を乗りこえること。それがtactoの存在意義です。日本のデザインを変え、世界における日本のデザインの立ち位置を高めていくことを目指しています。
https://tacto-inc.com/

■「心的資本経営」とは

トリドールホールディングスが推進する「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、その力が顧客に感動（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ホールディングスでは「ハピカン繁盛サイクル」と定義しています。



▼「心的資本経営」サイト：
https://www.toridoll.com/management-philosophy/happiness-capital-management

■丸亀製麺について

「ここのうどんは、生きている。」をブランドメッセージに掲げ、日々、食の感動体験を探求し手づくりの「おいしいうどん」をお客さまに提供しています。私たちは一軒一軒が製麺所であり、徹底的に鮮度にこだわり、国内800を超えるすべての店で、手間を惜しまず粉からうどんを日々つくり続けています。
技と感性を磨いた「麺職人たち」が、北海道産小麦100%を毎日打ち、その場で麺を切って、茹でて、つくりたてをお客さまに提供しているからこそ、独自のもちもちの食感とおいしさを守り続けることができているのです。
海外でも「Marugame Udon」として、つくりたて、できたての、おいしいうどんと天ぷらを、自分のスタイルで楽しめる活気あふれる店として、多くのお客さまにご支持いただいています。

【丸亀製麺のサステナブルな活動について】

丸亀製麺ではサステナブルな活動に取り組んでいます。
例えば、ダイバーシティ＆インクルージョンの推進を目的として、2023年8月より兵庫県加古川市に、釜揚げうどん桶のリユースを行う「丸亀製麺　桶工房」を開設しました。2027年までに障がい者雇用を進めながら、年間10,800個の修理を行い、年間廃棄木材約1.5tの削減を目指します。
また、こども達に食の楽しさや尊さを伝える「食育活動」にも積極的に取り組んでいます。「こどもうどん教室」では、うどんを粉と塩と水を手で混ぜるところから体験でき、キッチンカーを用いての出張教室も日本中で実施をしています。そして、環境面ではプラスチック使用量の削減にも取り組んでいます。店内では繰り返し使用可能な食器の活用や、テイクアウト商品のカトラリーやビニール袋へのバイオプラスチック配合など、石油由来素材の使用削減を進めています。
HP：https://www.toridoll.com/sustainability/

■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、多様な飲食チェーンを展開し、味覚だけでなく五感を揺さぶる、本能が歓ぶ感動体験の提供を追求しています。そのためには従業員の“心”の幸せとお客さまの“心”の感動の両方を高める「心的資本経営」が原動力となると信じています。
今後も「食の感動体験」をどこまでも追求することで、予測不能な進化を遂げ、世界で唯一無二の日本発グローバルフードカンパニーとなることを目指し、国内・海外で積極的に展開してまいります。
HP：https://www.toridoll.com/