

トリドールのDX戦略

磯村 康典

執行役員 CIO

IT本部 本部長

株式会社トリドールホールディングス



会社概要

株式会社 トリドールホールディングス

事業内容	飲食業を中心とするグループ会社の経営管理
主なブランド	丸亀製麺、肉のヤマキ商店、とりどーる など
創業	1985年8月（兵庫県加古川市）
設立	1990年6月（株式会社改組 1995年10月）
資本金	4,159百万円
本社	東京都渋谷区道玄坂1-21-1渋谷ソラスタ 19階
代表者	代表取締役社長 兼 CEO 栗田 貴也
従業員数	4,139名（15,358名） ※（）は臨時従業員。1日8時間換算による月平均人数により算出
グループ会社	株式会社丸亀製麺、株式会社肉のヤマキ商店 株式会社ソノコ、株式会社アクティブソース、株式会社ZUND 株式会社トリドールジャパン 株式会社トリドールビジネスソリューションズ 台湾東利多股份有限公司（台北） MARUGAME UDON USA, LLC（デラウェア） TORIDOLL KOREA CORPORATION（ソウル） GEORGE'S CORPORATION（ホノルル） TOKYO TABLE HOLDINGS, LLC（ロサンゼルス） WOKTO WALK INTERNATIONAL, SOCIEDAD LIMITADA（バリエロナ） Tam Jai International Co. Limited（香港） TORIDOLL (CAMBODIA) COMPANY LIMITED（プノンペン） MC GROUP PTE. LTD.（シンガポール）
連結子会社	59社
関連会社	42社



ミッション・ビジョン・バリュー Misson-Vision-Value

経営理念 Misson

Finding New Value.
Simply For Your Pleasure.

経営ビジョン Vision

- ・世界の外食トップブランドを目指し、2026年3月期世界6,000店舗、店舗合計売上5,000億円を達成する。
- ・外食業界で唯一無二の人材開発企業となる。

価値観 Value

① Customer Oriented

お客様起点で考え行動し、すべてにおいて質にこだわる

② Take Risk for Growth

常に成長を求め、リスクをとり挑戦し続ける

③ Take Ownership

自らが責任者のように行動し、結果に責任を持つ

④ Diversity and Respect

他者を尊重し、違いを受け入れる

⑤ Flexibility for Success

物事を柔軟にとらえ行動する

トリドールの強み

「手づくり・できたて」を作りだす 今までにない外食チェーン

当社グループは、「おもてなしの心」と「手づくり」「できたて」による食の感動を通じて“お客様と接する瞬間に、お客様のよろこびを最大化する”ことを追及し、常に変化を恐れず、果敢に挑戦を続けることで成長を遂げてまいりたいと考えております。



脱セントラルキッチン方式が生んだ 「おいしさ」のエンターテイメント

「手づくり・できたて」のおいしい食事を提供するため、また、その調理の様子をお客様にお楽しみいただくために、オープンキッチンを採用。臨場感あふれる、エンターテインメント性の高い空間を実現しています。



「食の感動」を世界に発信

世界に誇れる日本の「おもてなしの心」と、当社がこだわり続ける「手づくり・できたて」の味を提供するため、多くの国・地域において事業を展開。地域性や文化を考慮し、地元の方々に愛され続ける店づくりを行っています。



トリドールの主な国内ブランド

● 国内1,153店舗



讃岐 釜揚げうどん
丸亀製麺

845店舗



Kona's Coffee
Hawaiian pancake Cafe

34店舗



とんかつ かつ井
豚屋とん一

54店舗



切りたて牛肉専門店
肉のヤマキ商店

28店舗



揚げたて
天ぷら定食 まきの

16店舗



炭火焼鳥・唐揚げ・釜めし
とろどーる

13店舗



立呑み 晩松屋

45店舗



ZUNDO-YA
或どろ屋

48店舗



とんこつラーメン
博多ん丸

3店舗



自家製麺醤油ラーメン
丸醬屋

9店舗



焼きそば専門店
長田本庄軒
神戸 自家製麺

12店舗

※国内店舗数は2020年3月末時点のものです。上記以外に45店舗あります。

トリドールの主な海外ブランド

● 海外628店舗



MARUGAME UDON
UDON & TEMPURA

244店舗

世界13の国と地域へ
広がる丸亀製麺の味

譚仔 譚仔雲南米線

64店舗

香港で人気を二分する雲南ヌードルチェーン
「譚仔雲南米線」と「譚仔三哥米線」
香港において雲南ヌードルシェア約7割を占める
圧倒的No.1

譚仔三哥 米線

62店舗

**WOK
TO WALK**

116店舗

タイの屋台料理と欧米
のトレンドを融合した
「WOK TO WALK」
欧州ほか17カ国へ展開

Pokeworks

52店舗

ハワイで古くから親し
まれるローカルフード
Pokeが米国本土でト
レンドを取り入れ進化

The Original
Boat Noodle

47店舗

タイの水上市場
で食べられていた小
さなスープヌードルが
ルーツ

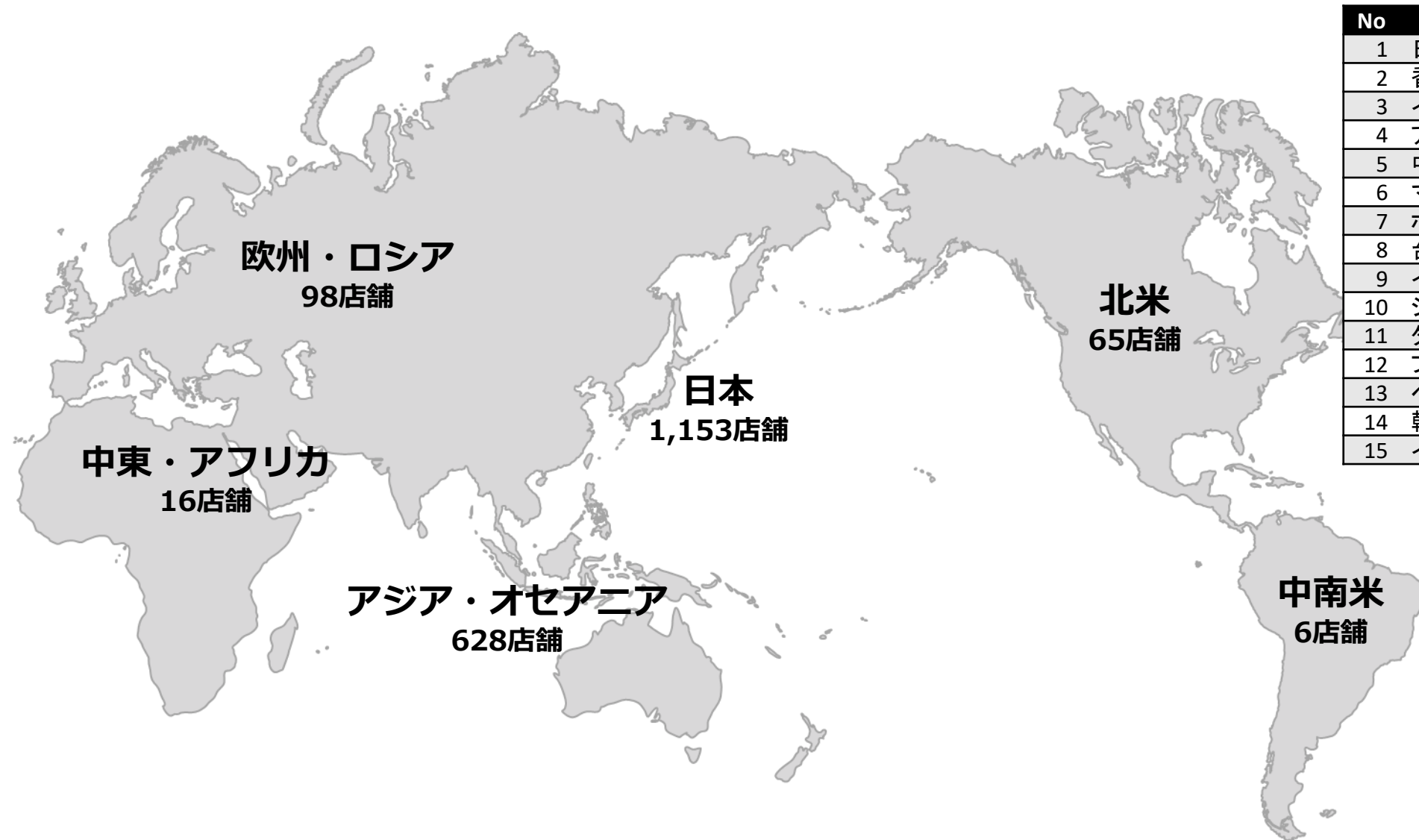
MONSTER CURRY
モンスターカレー

13店舗

国際都市シンガポール
で日本式カレーとして
シンガポールで圧倒的
なシェアNo.1

国・地域ごとの店舗数

● 41の国や地域へ1,781店舗を展開



No	国・地域	店舗数
1	日本	1,153
2	香港	143
3	インドネシア	66
4	アメリカ	61
5	中国	58
6	マレーシア	49
7	ポルトガル	38
8	台湾	34
9	イギリス	26
10	シンガポール	18
11	タイ	18
12	フィリピン	12
13	ベトナム	12
14	韓国	9
15	インド	8

No	国・地域	店舗数
16	オランダ	7
17	スペイン	7
18	イスラエル	7
19	ロシア	7
20	サウジアラビア	5
21	エクアドル	5
22	フランス	4
23	オーストラリア	4
24	ブルネイ	4
25	ブルガリア	3
26	カンボジア	3
27	ハワイ	3
28	モロッコ	2
29	パナマ	2
30	コロンビア	2
31	イタリア	1
32	エストニア	1
33	キプロス	1
34	マルタ	1
35	ラトビア	1
36	リトアニア	1
37	アラブ首長国連邦	1
38	オマーン	1
39	メキシコ	1
40	ミャンマー	1
41	カナダ	1
計		1,781

※国・地域別店舗数は2020年3月末時点のものです。

中期3か年計画の概要

世界の外食トップブランドを目指す

- 2026年3月期 世界6,000店舗、店舗合計売上5,000億円*、連結売上高3,500億円

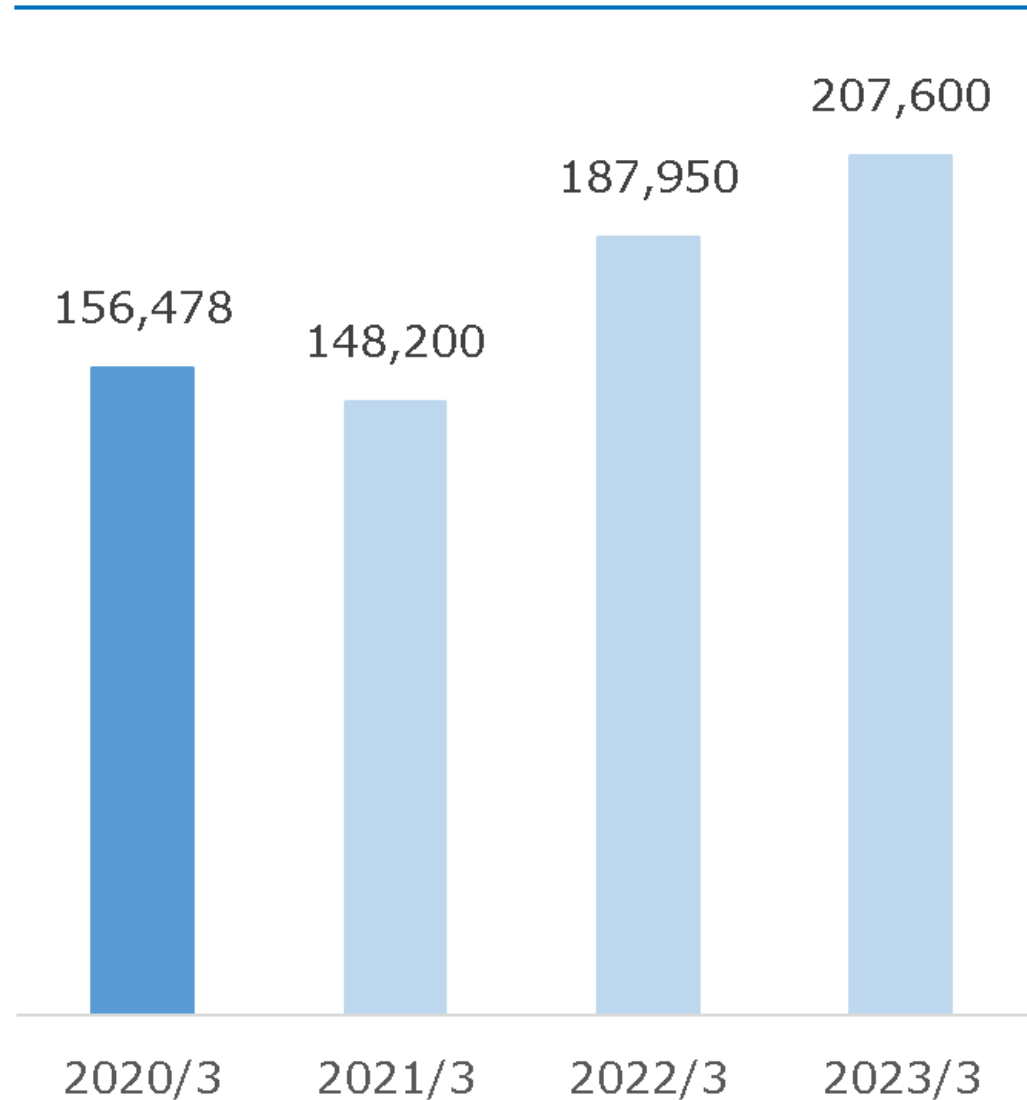


* 「店舗合計売上」は、グループ店舗すべての売上を合計したもので、非連結会社のブランド売上を含んでおります。

中期3か年計画（連結）

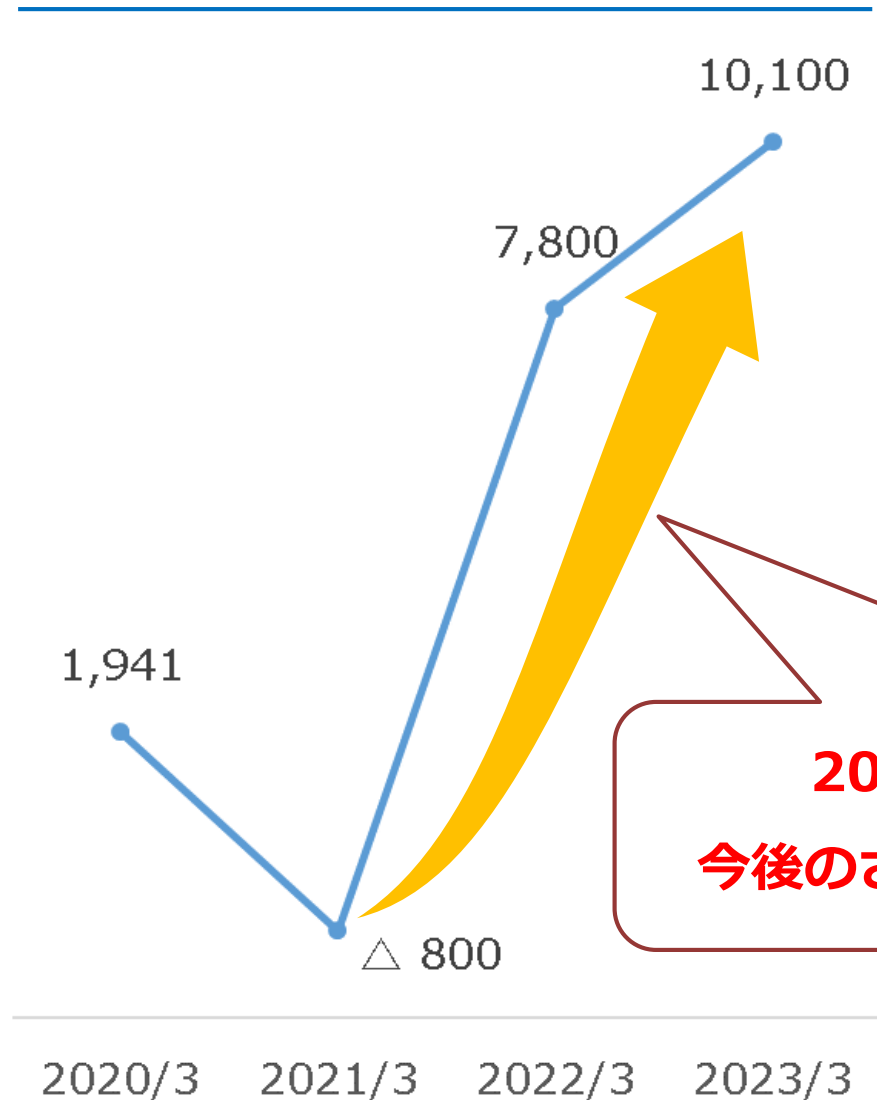
売上収益

(百万円)

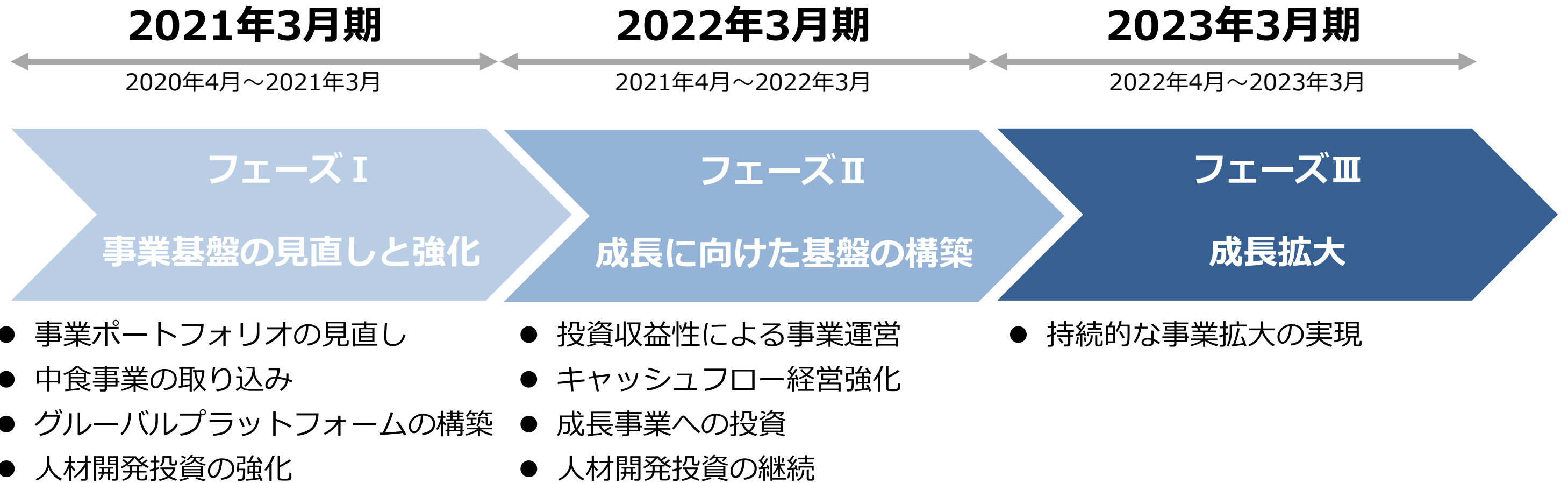


当期利益

(百万円)

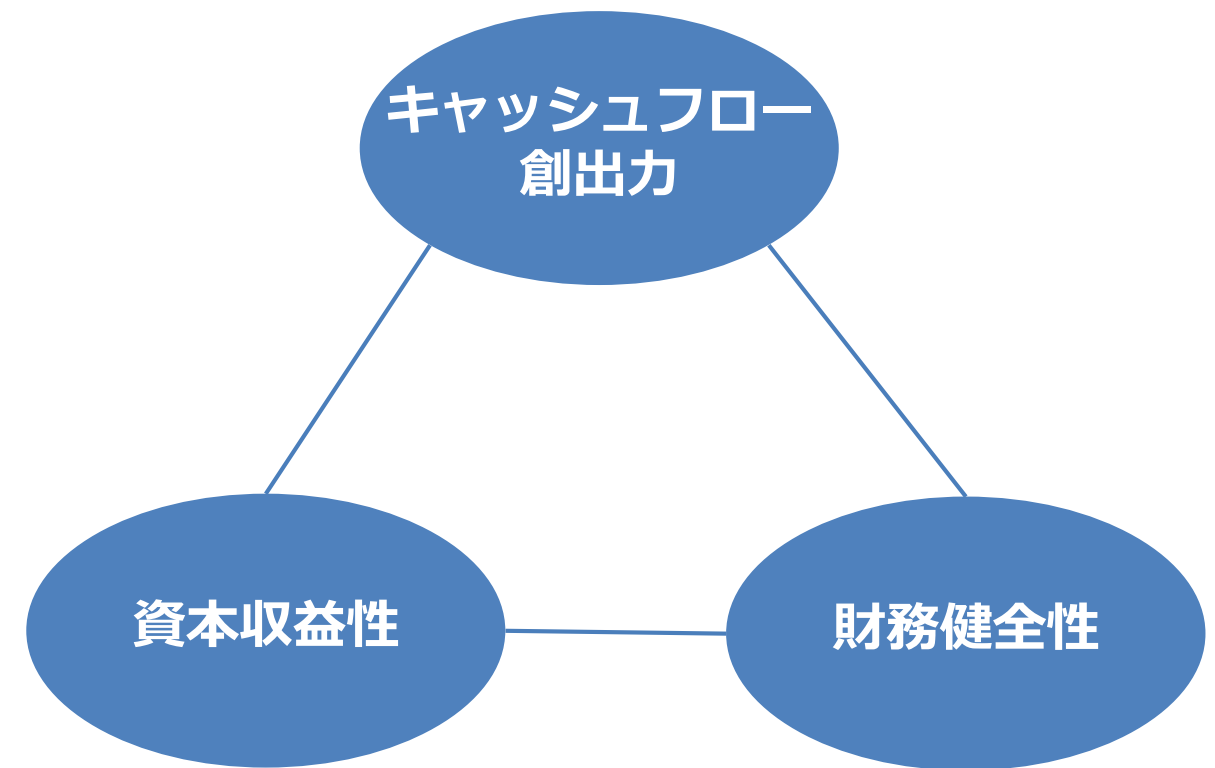
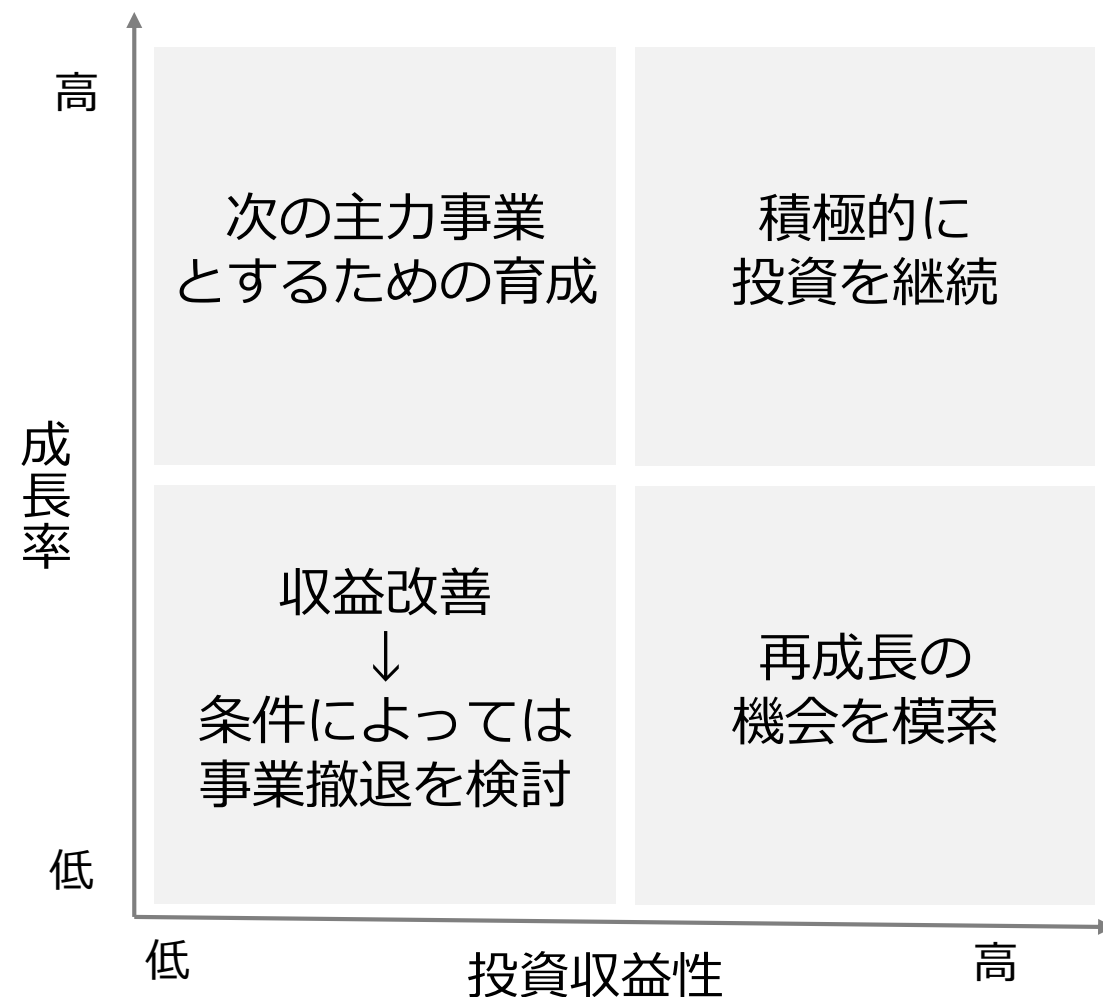


今後のさらなる成長のための構造改革



事業ポートフォリオの最適化

- 投資収益性と成長性の2軸で事業運営を判断する
- 双方のバランスを取りながら、キャッシュフローの最大化を目指す

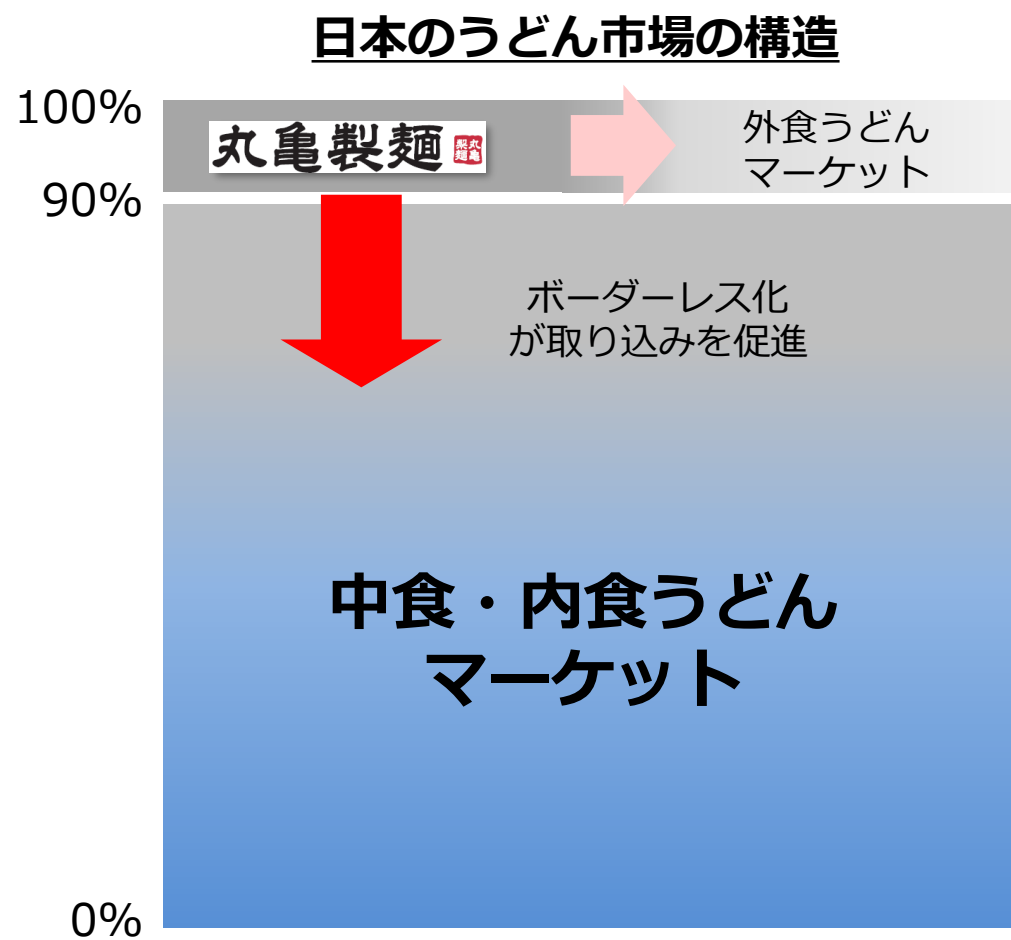


投資収益性による経営判断へ移行

中食ニーズの取り込み

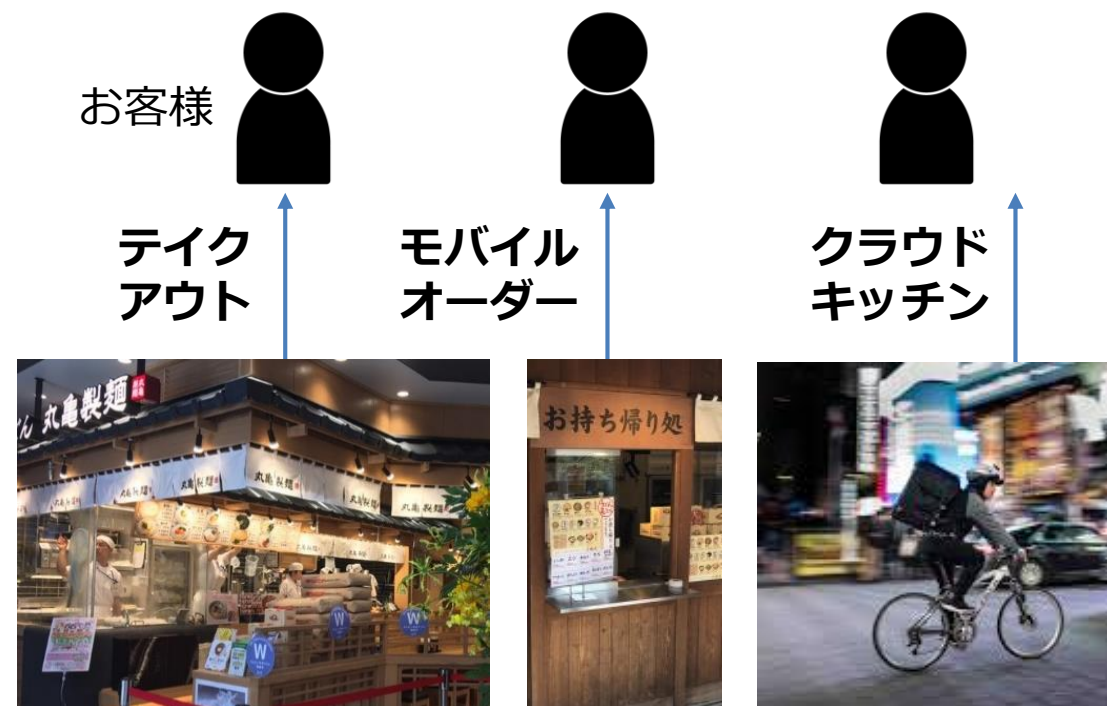
- 外食と中食のボーダレス化が進行すると予測し、外食の強化と共に多様な販売チャネルを構築し、中食ニーズを取り込んでいく

中食ニーズの取り込みイメージ



取り込みの方向性

丸亀製麺だけでなく、他業態や海外事業においてもテイクアウトやデリバリーといった販売チャネルの多様化に取り組む



グローバルプラットフォームの構築

- グローバルプラットフォームを構築することで、海外事業の成長を加速させる



DX戦略の概要

トリドールのDX基本方針

- DXを実施するための6つの基本ルール

クラウド・サブスクリプション

IT機器やソフトウェアは購入せず、SaaSやDaaSを活用する【ノンアセット化、BCP対策】

シングルサインオン

全てのシステムは、1つのアカウント（ID/パスワード）で認証する【SAML】

ノンカスタマイズ

業務ソフトウェアは、独自カスタマイズしてはならず、不足機能は標準機能にしてもらう【変化対応力】

ユーザ・プロビジョニング

人事情報に基づき、各システムのアカウント作成と利用権限を自動的に付与する【SCIM】

業務アウトソーシング

会社運営に不可欠なオペレーション業務は、BPOセンターへ業務委託する【PMI推進、BCP対策】

APIによるデータ連携

店舗、メニュー、レシピ、原材料データを一元管理し、全システムをAPIにて共有する【データ整合性の担保】

トリドールのDX戦略

- 中期3か年計画を実現するために、業務システムとオペレーション業務を抜本的に見直す

中食ニーズへの取組み

- ① テイクアウト、デリバリーへの対応
- ② モバイルオーダーへの対応
- ③ キャッシュレス決済への対応強化
- ④ セルフレジ、セミセルフレジの導入
- ⑤ ハウス電子マネーの導入

リモートワーク、BCPへの取組み

- ① データセンターのクラウド化
- ② 業務システムの完全SaaS化
- ③ IT機器のDaaS化
- ④ オペレーション業務のBPO化
- ⑤ コールセンター機能の強化
- ⑥ 受発注システムの強化
- ⑦ 契約管理システムの導入

SaaS連携基盤の整備

- ① シングルサインオン (SAML)
- ② ユーザプロビジョニング (SCIM)
- ③ デバイス管理システム (MDM)
- ④ SaaS間データ連携基盤の構築
- ⑤ データ分析基盤のSaaS化

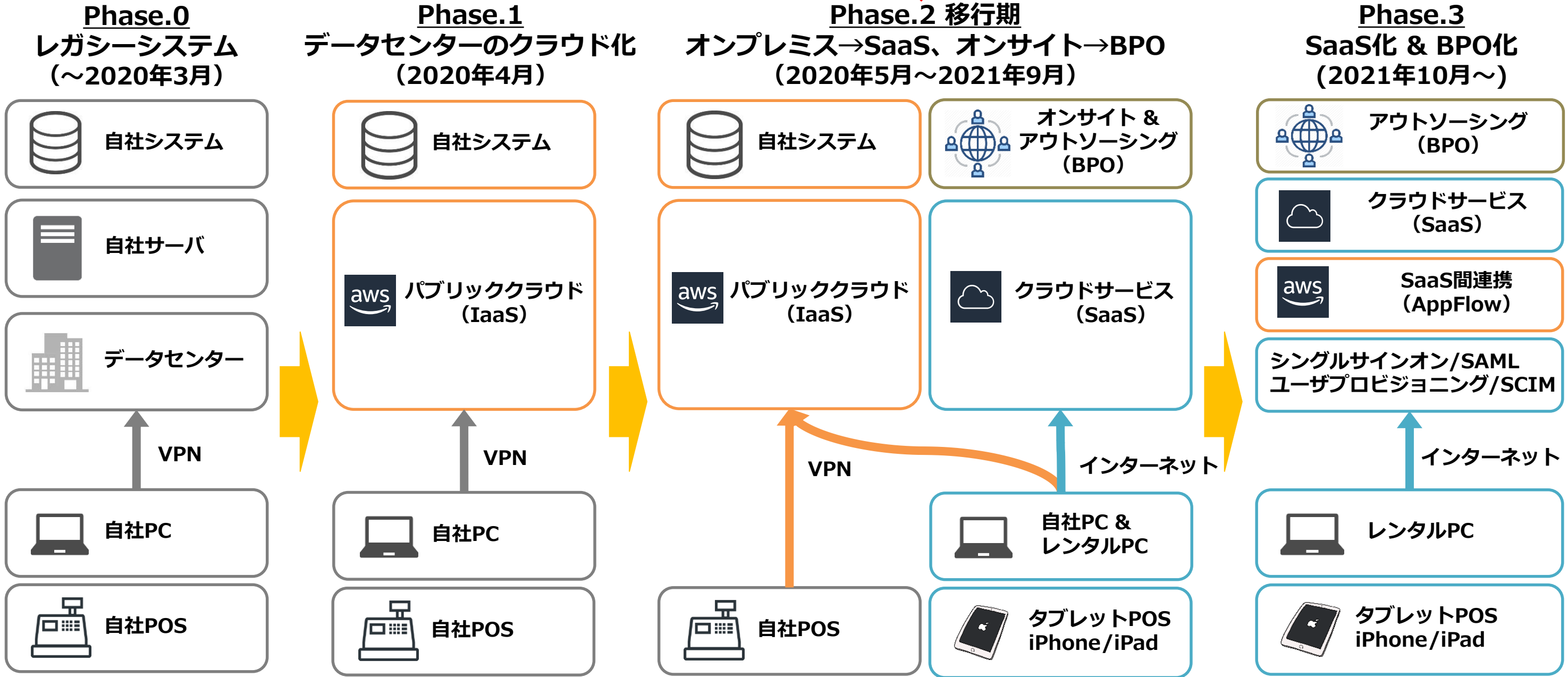
グローバルプラットフォームの構築

- ① コミュニケーション基盤の導入
- ② グローバル会計システムの導入
- ③ グローバルSFL管理システムの導入
- ④ グループ会社のPMI推進

人材開発プラットフォームの構築

- ① 目標評価システムの導入
- ② 雇用契約/人事諸届の電子化
- ③ 給与計算BPO
- ④ 人材教育プラットフォームの導入

トリドールのDXシナリオ2021



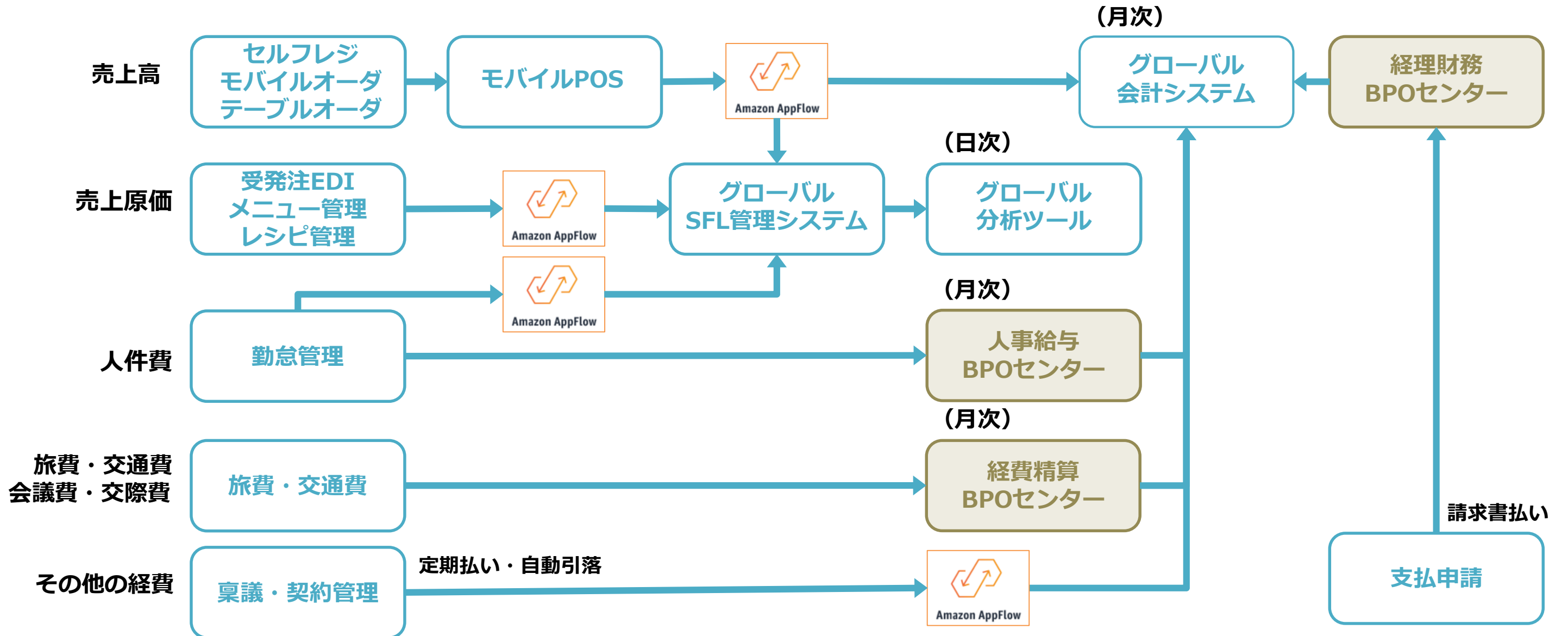
DXシナリオ実現後のトランザクションデータの流れ

凡例

SaaS

BPO

- 売上高、売上原価、人件費など全てのトランザクションは会計システムへ仕訳連携する



※上図は2020年7月時点での実装イメージです。今後の各種サービス評価によっては変更する場合があります。

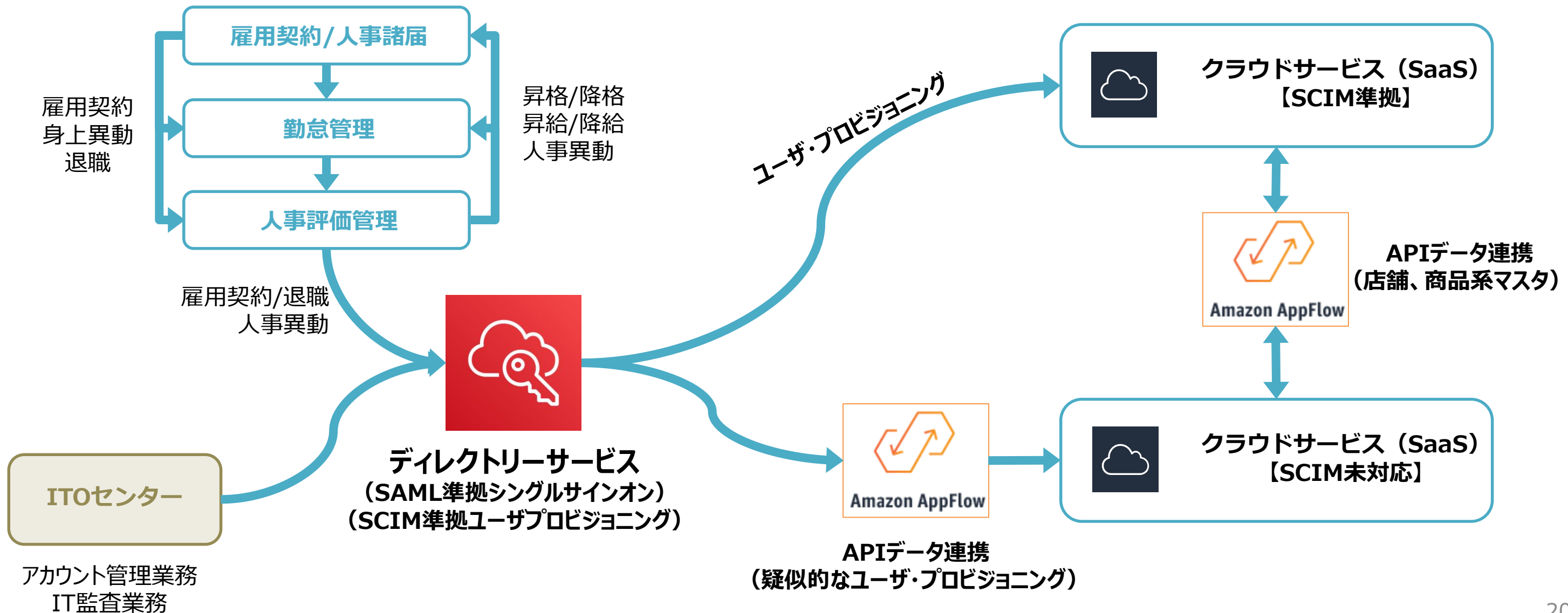
DXシナリオ実現後のアカウントおよびマスターデータの流れ

凡例

SaaS

BPO

- 人事システムからディレクトリーサービスを介して、各SaaSのアカウントとロールを管理する

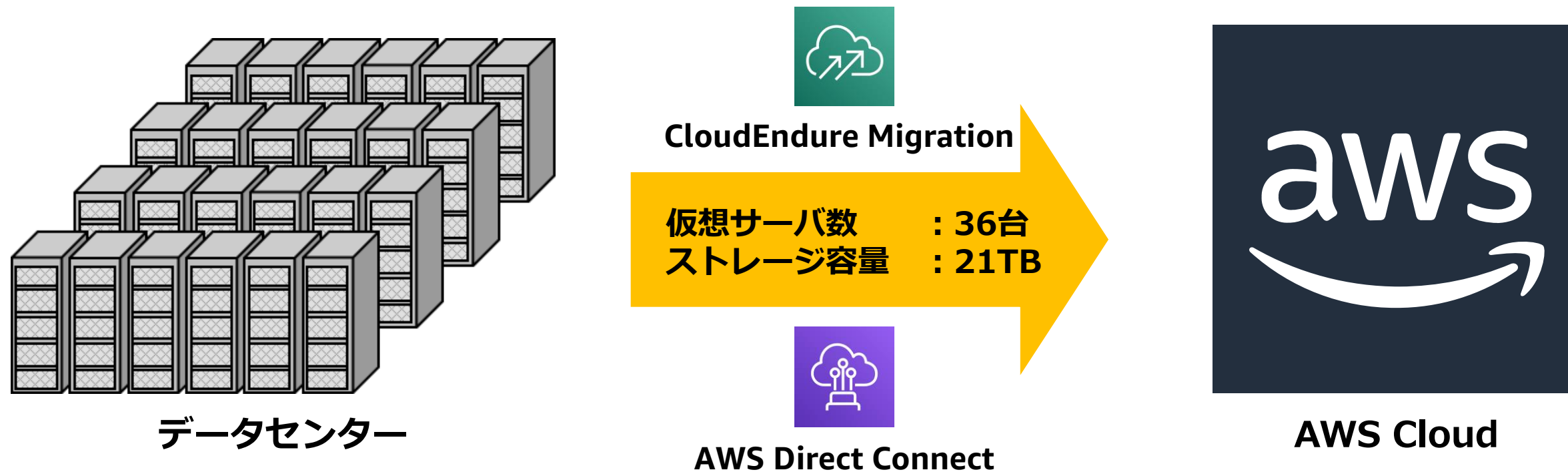


※上図は2020年7月時点での実装イメージです。今後の各種サービス評価によっては変更する場合があります。

データセンターのクラウド化 (AWS移行)

AWS移行プロジェクトの概要

- データセンター上のサーバ36台をAWSへ移行し、データセンターを完全撤退



- プロジェクト期間は約3か月、初回データ移行は約1ヶ月、その後は移行日まで差分データ移行を継続的に実施
- 移行日の2週間前に移行リハーサルを行い、移行時に発生する問題点を洗い出し、再発防止策を検討
- 移行は4/11(土) 22時～4/12(日) 6時までの約8時間のサービス停止期間中に実施

AWS移行プロジェクトの総括

■ AWSへのフル移行を決断したポイント

- DC上のサーバは全てWindows、Linuxであり、AWS上で再現できる見通しがあったこと
- DCの運用コストより、移行後のAWS運用コストのほうが下がる見通しがあったこと

■ 短期間で実現できた理由

- 経営方針に基づいてDX戦略を策定しているため、プロジェクト内で決断がぶれなかったこと
- PJ推進中に問題が発生したら移行日を見直す前提で、最短スケジュールを策定したこと
- 移行ツール「CloudEndure」、移行用回線を用意できたことで移行時間を推測できたこと

■ 移行後の効果

- 移行後にサーバリソースの最適化を行い、運用コストを30%削減できたこと
- システムリソース不足によるトラブルが減少したこと

Thank you!

磯村 康典

執行役員CIO

IT本部 本部長

株式会社トリドールホールディングス

広報担当：齋藤

TEL:03-4221-8918

E-mail:tori-pr@toridoll.com

