

# 元 氣 の 源 通 信

充実した人生を送るために心・技・体を磨き続ける  
みんなが笑顔で幸せに暮らせる社会をつくらう

特定社労士・人事コンサルタント 深川順次  
福岡市博多区比恵町 11-7-701  
深川経営労務事務所・(株)グッジョブ  
TEL092-409-9257 FAX092-409-9258

(今月の言葉) 感動体験で世界中をワクワクさせる

- ①体験価値の創造こそが強み
- ②体験価値創造の源泉は「人」
- ③職場をかけがえのない居場所にする

2025年2月号(第246号)

「食の感動で、この星を満たせ」(トリドール)

トリドールは、丸亀製麺やコナズ珈琲など20以上の飲食ブランドをもち、国内外2000店舗超を展開する、外食最大手に成長しています。

コロナ禍には、「丸亀うどん弁当」を開発、テイクアウトにも対応して、2年間で3000万食超を売り上げました。また、「丸亀シェイクうどん」や「丸亀うどんまつ」を発売し、若年層とくに女性層にも客層を広げています。

今回は、『「感動体験」で外食を変える 丸亀製麺を成功させたトリドールの挑戦』(栗田貴也)を紐解きながら、同社の成功の秘訣を学んでいきたいと思えます。

## 感動体験で世界中をワクワクさせる

### ■体験価値の創造こそが強み■

丸亀製麺の強みは、製麺所の風情を感じながら打ち立て、茹でたてうどんが食べられるという体験価値です。「それを手放したら、お客様は来なくなり、自分たちは丸亀製麺ではなくなってしまう」とまで言い切っています。

原点は、香川の製麺所での体験です。小さな製麺所を取り囲むように長蛇の列ができていました。「この行列は一体何なんや…」中に入ると、打ちたてのうどんを釜で湯がいて、どんぶりにいれてくれる。小屋のような簡素な建物に立ち込める湯気、小麦粉の香り、その臨場感に圧倒されたのです。

#### 【手間暇かけて手づくりに徹する】

そこで気づいたのが、「体験価値」の重要性でした。「うどんを打ち、茹でるという調理シーンが人を惹きつける、ライブ感が非日常を感じさせ、うどんを食べるという一見普通の体験を特別なものにしていく」製麺所での臨場感をそのまま、丸亀製麺で体現しました。この丸亀製麺1店舗目のヒットにより、それは確信となります。そして「ここから先は、どんなに店が増えてもこの強みは絶対になくさない」と心に決めたのです。

#### 【二律両立を貫く】

丸亀製麺のすごいところは、「うどんを手間暇かけて粉から手づくりする」と同時に「全国各地に店舗を増やし同じクオリティで提供する」という一見すると相反することを両立していることです。

多店舗展開する場合は、どうしても効率化・画一化を優先させます。例えば、セントラルキッチン化を進める。そうしたほうがどう考えても早い上に、クオリティも一定に保つことができ、コストも軽減できるからです。しかし、丸亀製麺はそうしない。創意工夫と信念で両立させているのです。

手間暇かけた非合理性を貫く、これが他社の追随を許さない強みとなっているのです。

### ■体験価値創造の源泉は「人」■

入口の製麺から始まり、麺を茹でて、湯切りしたり水で締めたりして器に盛り、天ぷらを揚げて、おむすびを握って、レジで会計する。このすべての担当スタッフの前をお客様が通過するように設計されています。洗い場すらそうです。

このスタッフの一挙手一投足から、体験価値が生まれると考えています。

## 【日々の仕事に目標と誇りをもたらす「麵職人制度」】

昨年、全店に麵職人の配置が完了しました。1739人（2024年11月現在）の麵職人がいます。この制度は、各店舗で提供するうどんを期待以上のおいしさにしていくこと、そして自分の仕事に誇りをもって働く人を増やすことが目的です。技術や経験に応じて4つのレベルがあり、最上位の4つ星とその下の3つ星に認定された人は未だいません。2つ星も全国でたったの9人です。だからこそ、社内で憧れられるポジションになっています。

## 【全国を行脚して開催する「粟田未来塾」】

最初に始めたのが、本社スタッフとの「EATING MEETING」です。社内にあるカフェスペースで軽食を食べながら語り合う会を実施しました。48回の開催で、本社スタッフ全員と話しています。

その後、全国に足を運び、その地域の10人ぐらいに集ってもらい、膝を突き合わせて話しをしています。そのときは一方的に話すのではなく、できるだけ全員にどんな思いで働いているのか、普段の取り組みなどを話してもらい、成功体験なども共有しています。

## 【成功体験で人は育つ】

粟田社長は、「任せる」ということに重きをおいています。それは「店を任せ、できたことを褒めながら見守っていると、ある時から頼もしい存在に成長している」という創業初期の体験に根差しています。

社員に任せた上で、その人自身が成功体験を積む。それが、成長のステップとなると考えています。それゆえ失敗は織り込み済みです。失敗したからといって、仕事をまかせられなくなったりはしません。まずやってみて、足りない部分を後から補完したほうが、成功の確度は上がると考えているからです。

## ■ 職場をかけがえのない居場所にする ■

いま最も力を入れているのが、採用難の時代を見据えた離職率の低減です。「離職率がこれからのトリドールの運命を左右する」とまで強調しています。

## 【働く充実度を向上させ定着率を上げる】

「トリドールも人を集めづらくなっていますし、人がどんどんやめていくという現実が、今すでに目の前に突きつけられています」

外食産業は、他業界に比べても離職率が高い。「トリドールも離職率が高い」と率直に認めたくうえで、定着率を上げるための環境づくりに取り組んでいます。

## 【「働く人の幸せ」モデルを独自開発】

「店（職場）を大好きになる」ことを目標に、「働く人の幸せ」を独自にモデル化しました。

「安心感」- ここに居てもいいと思える場所、「繋がり感」- 分かち合える仲間、「貢献実感」- 人に飲んでもらえる喜び、「誇り」- 心の中で胸をはれる自分、という4つの要素から明らかにし、取り組んでいます。

特に重要視しているのが、店長の働き方改革です。店長も月に決まった日数しっかりと休んでもらう、休みの日には連絡も来ずゆっくりできる仕組みを整える、また店長にはいくらか自由に使える予算を持ってもらい、そのお金でスタッフの誕生日を祝ったり、店での集まりに使ってもらうなどを進めています。

## 【ハピカン！コミュニティづくりを推進】

ハピネス創造と感動創造の2つが刺激されるような従業員コミュニケーションアプリも開発しました。目的は情報共有です。このアプリには「みんなの提案箱」「お客様からのありがとう」「仲間とのパッピーをシェアしよう」「粟田さんの直送便」などの欄があります。働くスタッフが意見を送りやすくなりました。お客様からの感謝の言葉もすぐ共有できます。また粟田社長の考え方や見方も日々目にすることができます。このようにアプリも活用しながら、風通しの良い職場づくりを行っているのです。

また給与制度（昇給制度）の改定にも着手、2024年度には10%の昇給をおこなっています。