

DX戦略書

有限会社天辺ダッシュカンパニー

作成日:2024年3月13日

承認日:2024年3月19日

代表取締役 芝山 健一



1. DX取組宣言

私たち天辺ダッシュカンパニーは、時代と変化に挑戦します。

22歳で龍神麺を開業してから、思い返せば挑戦の連続でした。社会人としての経験がなく、バイトから開業し、製麺所をつくり、セントラルキッチンをつくり、そして、ラーメン店を16店舗を運営、さらに全国約460店舗のラーメン店の皆様とお取引ができるまで成長することができました。

現在、ラーメンの市場環境は猛スピードで変化しています。激しいライバル店との競争、ますます多様化するラーメンに対する消費者のニーズ・価格意識、原材料の高騰や人手不足等クリアすべき課題は山積です。

今は「大が小を喰う」のではなく、「スピードのある者が遅い者を破る」時代です。

スピードが大事であり、変化しない会社は倒産します。変化は我が社の都合を待ってはくれず、変化は我が社の都合をおいていってしまいます。この危機感をしっかりと認識し、我が社は日々変化成長し、これまでの経験や知見をベースに、デジタル技術やデータを活用しお客様の笑顔のために新しい商品・提案を行い、新規顧客を開拓していきます。

素人同然だった私が挑戦を繰り返し、ここまでこれたのも、挑戦する姿を見て協力してくれた人たちがいたからこそ。激変の時代である今こそ、幹部、各管理者、スタッフの持てる力を結集し、未来に向かう道しるべとしてDX戦略を定め、全社を挙げてDXに取り組んでまいります。

有限会社天辺ダッシュカンパニー
代表取締役 芝山健一

2. 経営理念・経営ビジョン

<経営理念>

お客様のご要望をより良い商品に、お客様の笑顔を大切にするために失敗を恐れずにチャレンジし、常に顧客の生活を豊かにする革新的なラーメンを提供し、常にお客様の期待を超える価値を創造する。

<経営ビジョン>

お客様には「安心して美味しい他にないラーメン」を提供し、ラーメンのプロには「店主と一緒につくるラーメンづくり」を行うために店舗や製造所を展開し、当社のお客様の期待値を超える日本一付加価値の高い唯一無二の会社になります。

私たちの挑戦は天辺(てっぺん)獲るまで止まりません。

3. DX戦略

私たち天辺ダッシュカンパニーは、「お客様の期待値を超える日本一付加価値の高い会社になる」という経営ビジョンを実現するために、以下に示すDX戦略を立案し、DXに取り組んでいきます。

【戦略①】お客様の声を生かした高付加価値商品・サービスの提供

・店舗・製造・ECのお客様から取得した声をデジタル技術を利用してデータ化し、分析した結果を商品やサービスに反映し、更にその反応を検証することによって高付加価値商品・サービス提供の好循環を創り上げる。例)トキカウ(商材購入システム)自動食券販売機

【戦略②】ムダ・ムリ・ムラを排除した生産性の高い持続的な商品づくり

・店舗・製造・ECの現状の業務プロセスをデジタル技術で可視化し、ムダ・ムラ・ムリを排除することにより生産性を高め、地球環境にやさしい持続的な商品づくりを目指す。

【戦略③】Q(品質)S(サービス)C(清潔)A(雰囲気)の追求

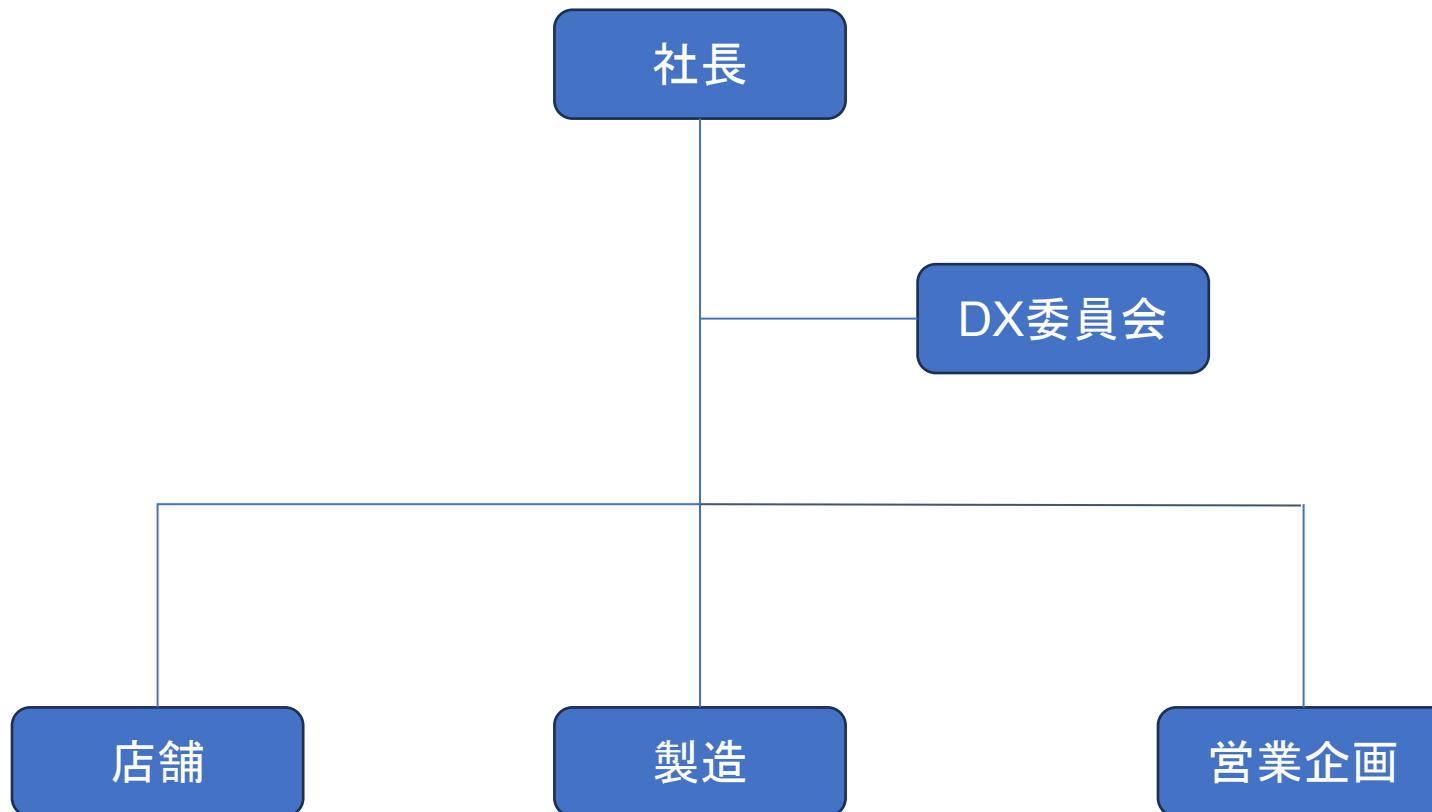
・当社が展開する店舗・製造・ECでは、天辺ダッシュ基準で訓練されたプロが対応し、最高の品質、サービス、清潔、雰囲気を提供します。

【戦略④】デジタル人材の育成

・当社のDX戦略を実践するために必要なデジタル人材の育成に努めます。

4. DX推進体制

私たち天辺ダッシュカンパニーは、「DX戦略」を実現するために、社長を実務執行責任者とした「DX委員会」を設置し定期的に進捗を確認しながら、DXに取り組んでまいります。また、DXに関する教育計画を立案し、デジタル人材の育成を推進します。



5. デジタル技術・環境整備

私たち天辺ダッシュカンパニーは、「DX戦略」を実現するために、DX委員会を通して、定期的に既存のシステムの見直しを行うとともに、新規システムの導入を行うことによりデジタル技術及び環境整備を実施していきます。そのために、毎年売り上げの1%をDXの取り組みに投資します。

既存システム	取り組み内容
インフォマート	必要に応じてシステム・設備の見直しを進め、改善していきます。データ活用または機能追加、刷新を行います。
レスダク	
ポスタス	
チャットワーク	
ルッカースタジオ	
googleワークスペース	

新規システム	取り組み内容
請求書発行システム	クラウド化を進めていきます。

6. 数値目標 (KPI)

当社は、DX推進の達成状況を測る指標として下記を定めます。

毎年各部門で実行計画を立案し、適宜進捗管理を行いながらDXを推進してまいります。

区分	取り組み内容	時期	目標値
【戦略①】お客様の声を生かした高付加価値商品・サービスの提供	店舗・製造・ECのお客様から取得した声をデータ分析し、商品に反映する。	2027年末まで	商品開発数 30件
【戦略②】ムダ・ムリ・ムラを排除した生産性の高い持続的な商品づくり	店舗・製造・ECの現状の業務プロセスをデジタル技術で可視化し、生産性を向上させる。	2027年末まで	食品廃棄率 5%削減
【戦略③】Q(品質)S(サービス)C(清潔)A(雰囲気)の追求	天辺ダッシュ基準の最高の品質、サービス、清潔、雰囲気を提供し顧客満足度を向上させる。	2027年末まで	顧客満足度 10ポイントup
【戦略④】デジタル人材の育成	当社で利用するデジタル技術を活用できるデジタル人材を育成する。	2027年末まで	デジタル人材 20人を育成

7. 社長メッセージ

【私たちのDX】

現在、ラーメン業界の経営環境は猛スピードで変化しています。激しいライバル店との競争、ますます多様化するラーメンに対する消費者のニーズ・価格意識、原材料の高騰や人手不足等クリアすべき課題は山積です。これらをクリアするためには、スピーディに会社に変化・成長し続けることが重要です。

私たち天辺ダッシュカンパニー株式会社は、デジタル技術やデータを駆使してビジネスモデルや業務プロセスを革新するためにDXを推進します。また、店舗・製造・ECサイトから得られたやお客様からのお声をデータ化し、満足していただける新商品を作り続けます。

私たちは、時代と変化に挑戦し、お客様の期待値を超える日本一付加価値の高い唯一無二の会社になります。

私たちの挑戦は天辺(てっぺん)獲るまで止まりません。引き続き、よろしくお願いいたします。

2024. 3.10

天辺ダッシュカンパニー株式会社
代表取締役 芝山 健一