

# DX経営方針

制定2026 年2月18日

改訂2026年8月1日



株式会社 キャピタルコーポレーション



本方針は取締役会の承認を経て公表し、環境変化と取組状況に応じて継続的に改訂します。

## メッセージ

創業1978年。炭焼雷は、広島で焼鳥の専門店として生まれました。  
多くの人に支えられ、受け継がれてきたこの仕事を、これからの時代へどうつないでいくのか。

「人が辞めないために。人が辞めても回るために。」  
一見矛盾するこの二つを両立させることが、私たちのDXの出発点です。  
飲食店には、長年培ってきた勘や経験があります。それを大切にしながら、データという新しい力を加え、人がもっと考え、もっと挑戦できる会社をつくる。  
まだない価値は、その挑戦の先にある。  
炭焼雷で生まれた挑戦と実践知を、店の中だけで終わらせず、広島の飲食業、そして地域へつないでいきます。

「人が辞めない」から、「地域が続く」へ。  
キャピタルコーポレーションは、人とデータで、新しい景色を創り続けます。

株式会社キャピタルコーポレーション  
代表取締役 村井 由香



経営理念：仕事によって自己を磨き 品質によって会社を伸ばし 事業によって社会に報いる



10年ビジョン  
2025-2035

「生きる未来」を創る  
仕事を通じて成長し 食を通じてつながり 地域とともに生きる未来。



DXビジョン

人とデータが、新しい価値を生み出すDXへ。  
「働く・味わう・つながる」体験価値を再構築する。



環境分析（外部/内部）

- 人口減少
- 人手不足
- 市場縮小
- 体験価値へのシフト



経営課題

- データはあるが、分析・行動・標準化まで至っていない



自社の強み

- 日報DX
- 心理的安全性
- 現場データ
- ブランド・職人技

NOW

1・可視化 | 2025-2027

収益性改善・風土改革  
データを統合・可視化し、  
「データで語る現場」をつくる。

2・行動化 | 2028-2030

売上拡大・データドリブン変革  
データを分析・予測、現場の判断と顧客体験の改善に繋げる。

3・資産化 | 2030-2035

ビジネス変革  
蓄積したデータと実践知を資産化し、新たな価値と事業を生み出す。

データと人の力で生み出した経営資源を、新たな顧客価値・事業価値へ▶▶▶

全phase共通基盤

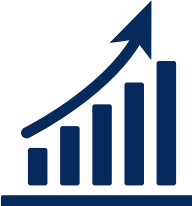
協力体制

人材育成

セキュリティ

継続的レビュー

目指す成果

  
売上・利益の拡大

  
競争力の強化

  
新規ビジネスの創出

| DX戦略                                                                                                                                                                             | 解決すべき課題                                  | 課題解決策（デジタルに期待することと目標）                                                 | KPI             |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|-----------------|
| <div>★ 01</div> <div>データ基盤<br/>収益性改善<br/>風土改革<br/>【可視化】</div> <div>2025-2027</div> <div></div> | ① データをつなぐ<br>データが分散し、店舗間比較・判断が属人的        | <ul style="list-style-type: none"><li>日報・注文・在庫・勤怠データを標準化・統合</li></ul> | データ入力・活用率98%    |
|                                                                                                                                                                                  | ② 数字を見えるようにする<br>売上・原価・人件費が改善行動につながっていない | <ul style="list-style-type: none"><li>店舗・本部・経営層が共通データを可視化</li></ul>   | 原価率・人件費5%改善     |
|                                                                                                                                                                                  | ③ データで考え、挑戦する風土をつくる<br>改善が個人の経験・判断に依存    | <ul style="list-style-type: none"><li>月次レビューで「仮説→実行→検証」を標準化</li></ul> | DX行動・改善件数 12件/年 |

| DX戦略                                                                                                                                                                                      | 解決すべき課題                                                | 課題解決策（デジタルに期待することと目標）                                                                          | KPI                            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|
| <div>★ 02</div> <div>売上拡大</div> <div>データドリブン変革</div> <div>【行動化】</div> <div>2028-2030</div> <div></div> | ① データから予測する<br>需要予測・仕込み・人員配置が経験や勘に依存し、再現性が低い           | <ul style="list-style-type: none"><li>日報・売上・予約等のデータを分析し、AIによる需要予測を活用。仕込み量・人員配置を最適化する</li></ul> | 需要予測精度<br>90%以上／食品<br>ロス率3%以下  |
|                                                                                                                                                                                           | ② データで顧客体験を変える<br>顧客・購買データが販促やメニュー開発に十分活用されていない        | <ul style="list-style-type: none"><li>顧客情報と購買履歴を統合・分析し、販促・商品開発・接客改善につなげる</li></ul>             | 再来店率 + 15%<br>顧客満足度 4.5<br>点以上 |
|                                                                                                                                                                                           | ③ データで判断する組織をつくる<br>数字の理解・活用に差があり、データが現場の意思決定につながっていない | <ul style="list-style-type: none"><li>店長・本部・経営層が共通データをもとに、改善策を実行・検証する</li></ul>                | データに基づく<br>改善 年間20件<br>以上      |

DX戦略

解決すべき課題

課題解決策（デジタルに期待することと目標）

KPI

★ 03  
ビジネス変革  
【資産化】

2030-2035



① 実践知を資産にする  
店舗運営・改善のノウハウが社内に蓄積されても、再利用・展開できる形になっていない

- 需要予測、店舗改善、人材育成等の実践データを標準化・体系化し、再現可能な「炭焼雷モデル」として蓄積する

DX実践モデル  
3件体系化

② 資産から新しい事業を生み出す  
DXの成果が自社店舗の改善にとどまり、新たな収益源につながっていない

- 蓄積したデータと実践知を活用し、飲食事業者へのノウハウ提供・支援等、新たなBtoB事業を創出する

外販・支援・講演等  
年3件以上

③ 地域・業界と価値を共創する  
自社だけでは解決できない飲食業共通の課題がある

- 地域企業・飲食事業者・専門家等との連携を進め、データ活用型の飲食店経営モデルを地域・業界へ展開する

外部連携プロジェクト  
累計3件

現在 | システム・データが分散

POS・売上 (NEC)

日報・シフト (kintone)

予約・顧客台帳(手書き)

勤怠・給与 (奉行)

発注・在庫 (kintone)

課題：

- ・店舗間比較に手間がかかる
- ・データの横断分析が難しい
- ・顧客データを十分活用できない
- ・経験・勘に依存する判断が残る



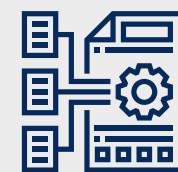
標準化・連携・統合



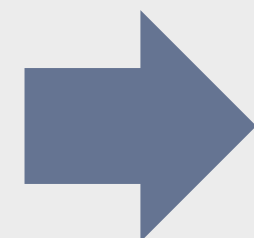
フォーマット統一  
ルール整備



システム連携

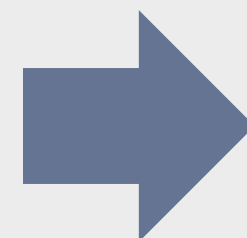


データ統合  
一元管理



統合データ基盤

|    |    |     |
|----|----|-----|
| 売上 | 原価 | 人件費 |
| 顧客 | 予約 | 在庫  |
| 日報 | 勤怠 | その他 |



分析・可視化・AI予測

BI  
ダッシュボード

AI需要予測  
売上・人員  
仕込み

アラート  
異常探知

2030 | データが経営を動かす

店舗運営の最適化

- ・需要予測による仕込み・発注最適化
- ・人員配置・食品ロス・オペレーション改善

経営判断の高度化

- ・売上・原価・人件費をリアルタイム把握
- ・店舗比較・経営判断の高度化

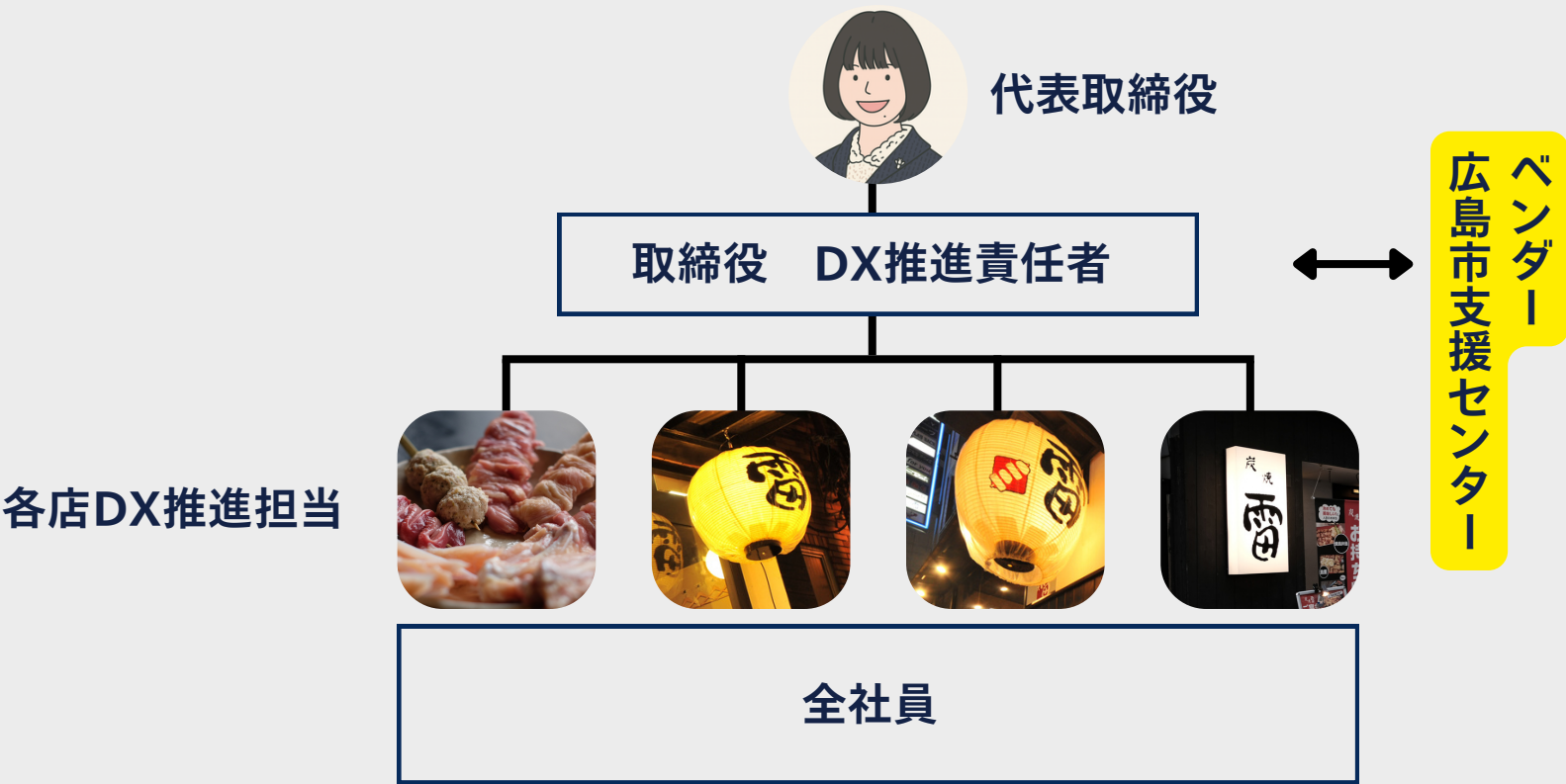
顧客体験の向上

- ・顧客分析による販促・商品改善
- ・接客品質・リピート率向上

「システムを導入するDX」から、「データが経営と現場の意思決定を支えるDX」へ

DX推進体制

- 経営主導 × 現場参加 × 外部知見でDXを推進
  - ・ 代表取締役がDXを統括
  - ・ 管理本部と各部署選出メンバーによるDX推進プロジェクトを編成
  - ・ 店舗と本部が一体となって課題抽出・改善を実践
  - ・ 外部専門家・ベンダーと連携し、専門知識を取り入れる



DX人材育成・確保の方針

- ① 全社員が学ぶ  
DX・データ・AI活用の基礎教育を年1回以上実施
- ② 現場で実践する  
各店舗にDX推進担当を配置し、データから課題を発見・改善
- ③ 挑戦を評価する  
DXへの挑戦・改善活動を評価制度・キャリア形成に反映

サイバーセキュリティ対策の方針

- ・ SECURITY ACTION「二つ星」を自己宣言
- ① ルールを整える  
情報セキュリティ基本方針・社内ルール・責任体制を整備
- ② 全員で守る  
定期教育を通じ、全社員のセキュリティ意識を向上
- ③ 継続して見直す  
リスク・インシデント対応体制を整え、定期的に対策を改善



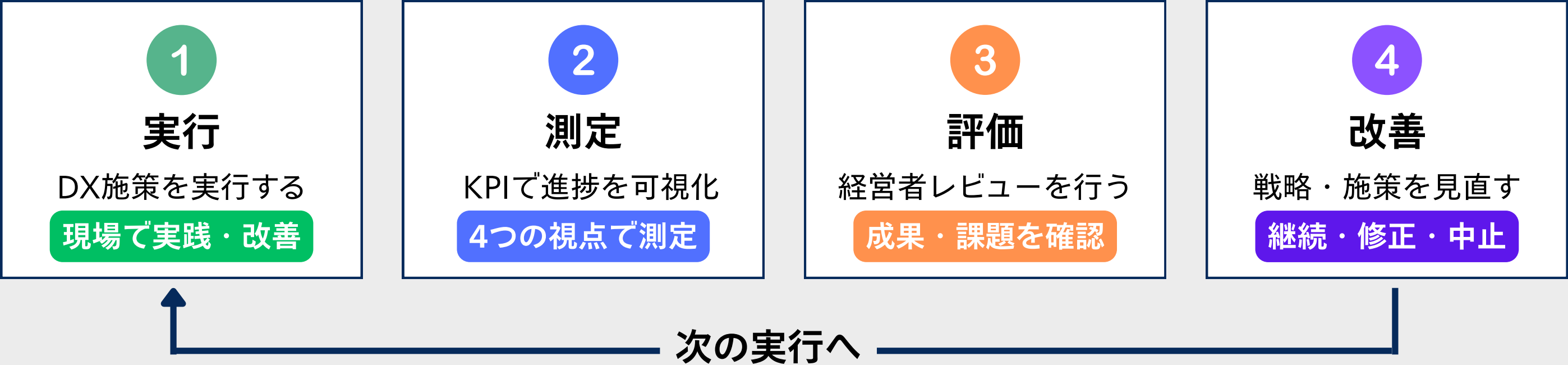
DXを動かすのは、人。学び、挑戦し、安全にデータを活かせる組織へ

01 可視化  
2025-2027

02 行動化  
2028-2030

03 資産化  
2030-2035

| 目的                     | KPI                                                                     | 取組内容                                                                                                             |
|------------------------|-------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| データ基盤<br>収益性改善<br>風土改革 | データ入力・活用率 98%<br>原価率・人件費 5%改善<br>DX行動・改善 年間12件以上                        | <ul style="list-style-type: none"><li>データ標準化・統合</li><li>収益データの可視化</li><li>月次レビューによる仮説→実行→検証</li></ul>            |
| 売上拡大<br>データドリブン変革      | 需要予測精度 90%以上<br>食品ロス率 3%以下<br>再来店率 +15%<br>顧客満足度 4.5点以上<br>(現状 4.2点/5点) | <ul style="list-style-type: none"><li>AI需要予測</li><li>仕込み・人員配置最適化</li><li>顧客・購買データ分析</li><li>販促・商品・接客改善</li></ul> |
| 実践知の資産化<br>新規事業・共創     | DX実践モデル 3件<br>外販・支援・講演 年3件以上<br>外部連携PJ 2035年までに累計3件以上                   | <ul style="list-style-type: none"><li>実践知の体系化</li><li>「炭焼雷モデル」の構築</li><li>BtoB事業化</li><li>地域・業界との共創</li></ul>    |



|        |         |                                    |
|--------|---------|------------------------------------|
| 月次レビュー | DX推進責任者 | KPI・施策進捗・課題を確認し、必要なうち手を検討          |
| 年次レビュー | 代表取締役   | DX戦略・ロードマップ・KPIを見直し、経営環境を踏まえて戦略を更新 |

