



# 知的資産経営報告書2011



有限会社 あ



1. 社長から皆様へ	P 3
2. 会社概要	P 4
◇会社情報	P 4
◇マスコミ掲載実績	P 4
◇4店舗の紹介	P 5
3. 経営哲学	P 7
◇社名の由来	P 7
◇当社の信条	P 7
◇基本理念	P 8
◇組織の在り方	P 9
◇従業員の在り方	P 9
4. 過去から現在	P 11
◇沿革	P 11
◇業績	P 12
5. 事業概要	P 14
◇ラーメンへのこだわり	P 14
6. 当社の知的資産	P 16
◇価値の全体像	P 16
◇各知的資産	P 17
知的資産①調理力	P 17
知的資産②チームワーク力	P 18
知的資産③教育訓練ノウハウ	P 19
知的資産④経営理念	P 20
7. 現在から未来	P 21
8. 連絡先	P 22

社長から  
皆様へ

会社概要

経営哲学

過去から  
現在

事業概要

当社の  
知的資産

現在から  
未来

連絡先



私は、素晴らしい伴侶や家族に恵まれ、そして何よりも本当に多くの方々の教えや支えがあり現在に至るまで生きてこれました。思い起こせば・・・

1979年（31歳）に、人通りの少ない場所でしたが「赤い屋根」と言う小さな喫茶店を開店させて頂き、当初は次のような思いでスタートさせて頂きました。

- ・ お客様が 来て良かった
- ・ 従業員様が 働いて良かった
- ・ お取引様が 取引して良かった
- ・ 地域の皆様が お店があって良かった
- ・ 親族、縁者が 良かったなー



有限会社 あ  
代表取締役 星野 孝和

と皆様に本当の意味で「良かったな～」と感じて頂ける人生・お店にしたいという思いでした。

現在もこの思いは変わってありませんが、これからも一人でも多くの方に当社を通じて「良かったな～と**思える人生**」を歩んで頂ければと思っております。皆様と出会えた事を本当に「感謝」しております。

「感謝」の心で行動すれば、すべて（人生・家庭・人間関係・社会・会社）が、良くなる事を信じて、共に歩みましょう。

## 企業情報

会社名	有限会社 あ 代表取締役 草野 秀和
資本金	300 万円
従業員	社員 11名、P/A 約50名
事業内容	飲食店（ラーメン店 4店舗【1店舗は独立採算】）
本社	〒665-0003 宝塚市湯本町9-10
ホームページURL	<a href="http://www.ramen-a.com/index.html">http://www.ramen-a.com/index.html</a>

## マスコミ掲載実績

発行年月日	掲載記事名	出版会社
1997年12月1日発行	毎日新聞	
1997年12月20日発行	まどMado	住宅都市設備団
1997年12月25日発行	電車&ウオーク【全47駅のスポット600件徹底掲載】	びあ株式会社
1998年1月20日発行	ランキンググルメ【年間ランキングベスト100】	びあ株式会社
1998年1月21日発行	宝島【全国20都市大取材ラーメン評判店500軒取材】	大日本印刷株式会社
1998年9月26日発行	週刊現代	
1998年11月5日発行	ラーメンポツポツ【ラーメン200杯】関西版	アインズ株
1998年11月20日発行	ラーメン大好き【通がすすめる127杯】関西版	株日本出版
1998年7月21日発行	神戸散歩道	成美堂出版
1998年9月1日発行	あまから手帳	株クリエ関西
1999年1月1日発行	関西ラーメンのうまい店200軒	株KG情報
1999年4月18日発行	産経新聞	
1999年9月11日発行	週刊現代	
2000年2月28日発行	びあ関西版【今、食べたいラーメン大特集】	びあ株式会社
2000年4月1日発行	宝塚発とおきのグルメタイム100店+α	エル・うえ〜ぶ
2003年3月1日発行	究極のラーメン	関西版びあ
2000年2月15日発行	関西一週間【冬のまんぷくドライブ】	株講談社
2000年11月20日発行	伝説のラーメン【関西・保存版】	アインズ株
2004年	噂のラーメン2004 200杯	
2005年4月21日発行	ぐるめ&キャリアー	
2006年9月20日発行	Meets【ときめき めんライフ】	
2007年1月	Kobe Walker【サイドメニューGP】	
2007年7月	シティライフ	
2007年10月	シティライフ	
2007年	ランチにいきましょう	
2008年	北摂阪神グルメ08	
2010年10月5日発行	KansaiWalker【関西ラーメンGP炎の300杯】	株角川マーケティング
2010年12月	究極のラーメン2010	関西版びあ



社長から  
皆様へ

会社概要

経営哲学

過去から  
現在

事業概要

当社の  
知的資産

現在から  
未来

連絡先



## 4店舗の紹介

## 【店作り3原則】

- ・御客様に満足して頂ける味・サービス・空間にこだわった店作り
- ・心遣いで、お子様・お年寄り・女性にも、安心・支持される店作り
- ・従業員が、プライドを持ち、成長する働きやすい店作り

## ラーメン工房 あ 宝塚店【本店】



〒665-0003 兵庫県宝塚市湯本町9-10  
 TEL・FAX (0797) 84-3330  
 Eメール [a-takarazuka@cup.ocn.ne.jp](mailto:a-takarazuka@cup.ocn.ne.jp)



## 店舗コンセプト

- ・ラーメン工房あとして「あ」ブランド（1杯のラーメンで味・サービス・店作り「最上級のこだわり」を持ち日本一を目指す）を確立・証明させる為に出店
- ・お店のテラスからは山と川が臨め、その風景の中に宝塚大劇場・飛行機・電車・渡り鳥といったまるで童心に戻るような風景が広がり非日常的な「癒し」の空間を御堪能頂けます。

## ラーメン工房 あ 豊中店



〒561-0805大阪府豊中市原田南1丁目13-11  
 TEL・FAX (06) 6865-2788  
 Eメール [a-toyonaka-honbu@dance.ocn.ne.jp](mailto:a-toyonaka-honbu@dance.ocn.ne.jp)



## 店舗コンセプト

- ・車がたくさん行き交う国道に面した店舗でありながら、「癒し・やすらぎ」をテーマにお店の空間作りと裏庭の広がる自然が、一杯のラーメンで「ほっとする」ひとときの時間を与えてくれるような店です。
- ・既存店のバックアップや今後の出店をみこしたセンター機能を有した店です。

## ラーメン工房 あ 三田店



〒669-1534 兵庫県三田市横山町9-26  
TEL・FAX (079) 553-5311  
Eメール [a-sanda@image.ocn.ne.jp](mailto:a-sanda@image.ocn.ne.jp)



## 店舗コンセプト

・三田店は、三田の入り口と言われる立地にあり、「**地域密着**」をテーマに小さい店舗を活かし、**お客様と密にコミュニケーションを図れるような店**です。

## ラーメン工房 あ 塚口店【独立採算】



〒661-0984 尼崎市御園3丁目14番1-104  
TEL・FAX : 06-6491-0932  
Eメール [a-tsukaguchi@bridge.ocn.ne.jp](mailto:a-tsukaguchi@bridge.ocn.ne.jp)



## 店舗コンセプト

・ラーメン工房あ一号店として基礎の基礎となった店で、OPEN当時は今までのラーメン店にない斬新な店作り・サービス・味にこだわり、**今後のラーメン事業としての弊社の理念を実証した店**です。

社長から  
皆様へ

会社概要

経営哲学

過去から  
現在

事業概要

当社の  
知的資産現在から  
未来

連絡先



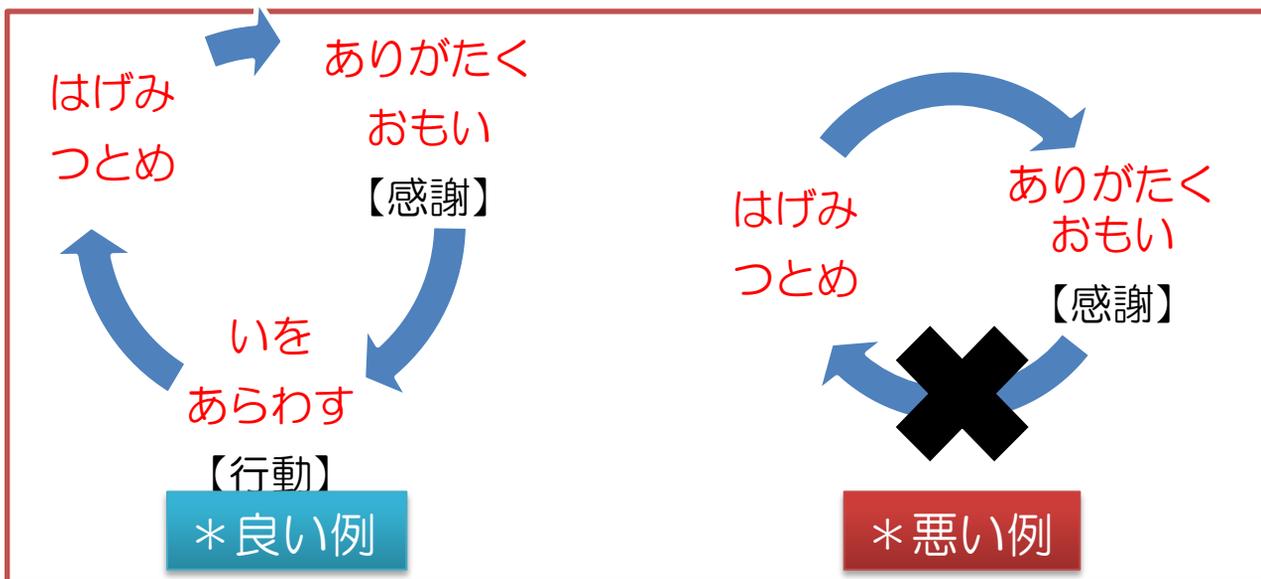
## 基本理念

# 「感謝」と「行動」

・当社では下図の **\*良い例** のように「感謝」とは「**感謝する気持ち**」に「**感謝する行動**」が伴って、はじめて**本当の感謝（感動に繋がる）**になると考えております。

**\*悪い例** のように「感謝」（＝思う）だけでは、人に伝わりません。

\*下図の青い矢印はお客様（お客様以外の全ての方も）の流れを表します。



## 結果

\*下図は「感謝」の気持ちが膨らんだ結果、様々な広がり繋がった事を示しております。



社長から  
皆様へ

会社概要

経営哲学

過去から  
現在

事業概要

当社の  
知的資産

現在から  
未来

連絡先



全ての「人」「物事」に対する  
当社のモットーです。

**あかるい**

「好印象」「笑顔」  
爽やか、元気が良い、はきはきしている等

**あいさつ**

「人との最初の一歩大事な接点」  
挨拶、礼儀正しい 等



こういった  
「気持ち」で接し

**あざやか**

「さすが！おみごと！」と思わせる  
あざやかな技術・接客等

**あじわい**

「接客・味・人としての深さ」  
美味しい味、味わい深い人等

**あたたか**

「心あたたまる」  
店・料理・人、温かい気配り等

**あんしん**

「あの店・あの人だったら」と思わせる  
安心感、（お客様や我々、全ての人）  
安全、信用 認識、サービス等



こういった「気持ち」「技術」を  
もって（習得し向上させて）

**あした**

「将来」  
明日・未来等

**あらたに**

「改善・変革」  
新鮮な気持ち 初心の気持ち 等



みなさんの「未来」の為に

**あなた**

「自分ではなく」  
お客様、我々の関係者、全ての人

**あいする**

「感謝する」  
大切に想う、大事にする、信頼する



「感謝して行動」する

**あの**

我々の

**あきない**

商売、事業、方針、認識、サービス

社長から  
皆様へ

会社概要

経営哲学

過去から  
現在

事業概要

当社の  
知的資産

現在から  
未来

連絡先

## 沿革

【なぜ飲食業を選択したか？】：

工業系で歩んできた私は手形商売では自分の長所（人の良さ）が裏目に出ると考え、「現金商売」を基本に置き、妻である専務の「人柄の良さ」や「適性」が生きる接客業＝飲食店の道を選択致しました。

歩み	西暦	出来事
創業期	1979年 4月	赤い屋根常光寺店 （喫茶軽食） 開店
	1983年 3月	赤い屋根杭瀬店 （喫茶レストラン） 開店
成長前期	1988年 2月	赤い屋根尼崎店 （セルフ喫茶） 開店
	1993年 8月	赤瓦 創作居酒屋開店
	1994年 4月	有限会社 あ 設立
成長後期	1994年 9月	ファストフード あ ア潮江店（和風ファストフード） 開店
	1996年 8月	ラーメン工房あ 塚口店 （ラーメン） 開店
発展期	1997年 6月	ラーメン工房あ 宝塚店 （ラーメン） 開店
	2000年 9月	ラーメン工房あ 三田店 （ラーメン） 開店
	2001年 4月	宝塚市へ本社移転
	2005年 2月	ラーメン工房あ 豊中店 （ラーメン） 開店

## 感性検証

『我々の感性（思いが）が通用するか否か？』  
『商売に合うかどうか』検証する。

## 感性の再検証

常光寺店の成功を偶然と言われないように、  
自分の感性をこの杭瀬店で証明するために出店。

## 社会環境に適応した経営

日本経済は天を打ったと考え負担の少ないセルフ  
のお客様・従業員（新人類）を把握し、経営の形  
態を変える

## 高客単価の開発

客単価の高い商売を行いたいと考える。

## 個人経営から組織経営への転換

社会的な信用と今後の展開を見据え、個人事業か  
ら法人に変更する。

## 情報収集機能の強化、新形態の開発

発展するJR尼崎の情報収集のため出店。SC  
内での初めての店舗となる。

## 専門店の開発

多品種商売から単品商売で専門性を追求し、全  
ての作業の簡略化を図る。味・サービス・店作  
りを追及する専門店を開発する。

## 旗艦店の出店

ブランド力を確立する旗艦店として、既存店の  
売上アップを目指すとともに、企業の信用力  
アップや今後の展開力を高めるために出店する。

## 成長力の維持

確立したブランドを強みにチェーン展開を図る。

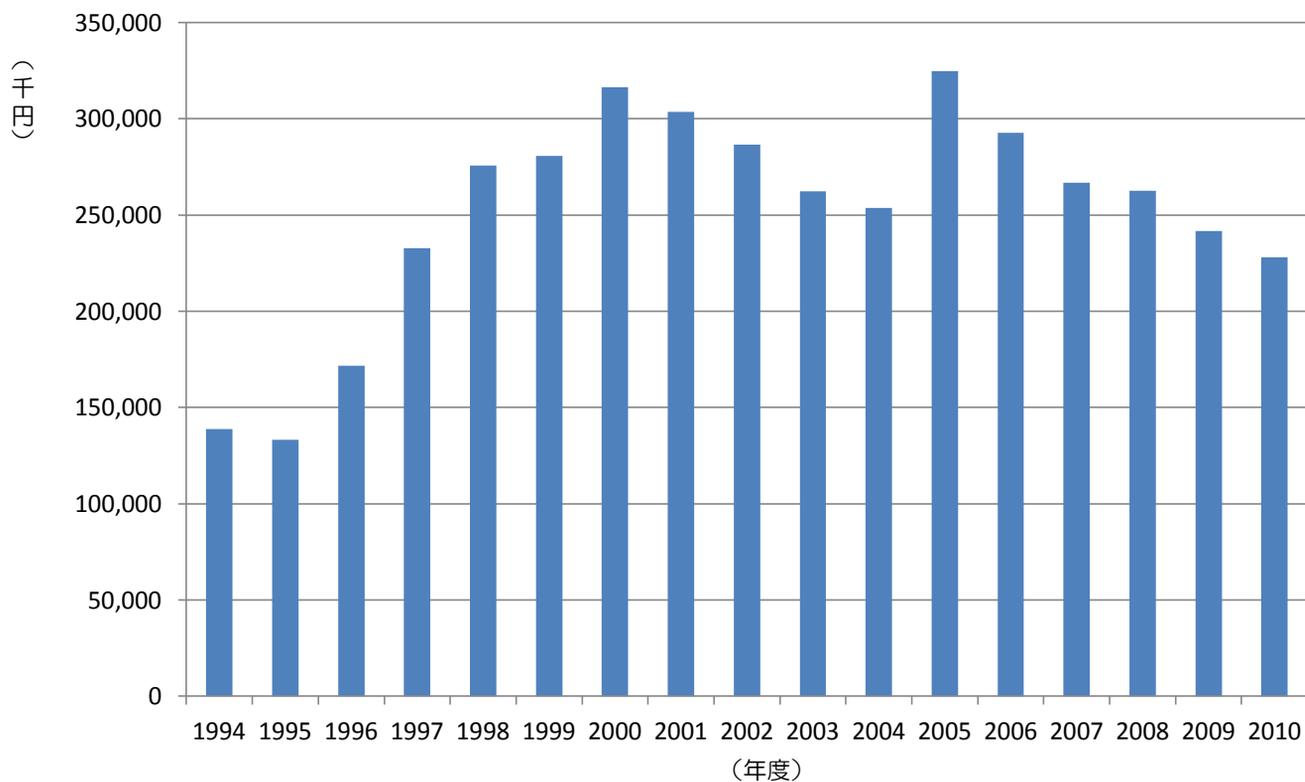
## センター機能の確立

立地・店舗規模等を考えると、既存店のバック  
アップや今後の展開にセンター機能としての役  
割を期待し、出店する。

## 業績

## (1) 全社の業績

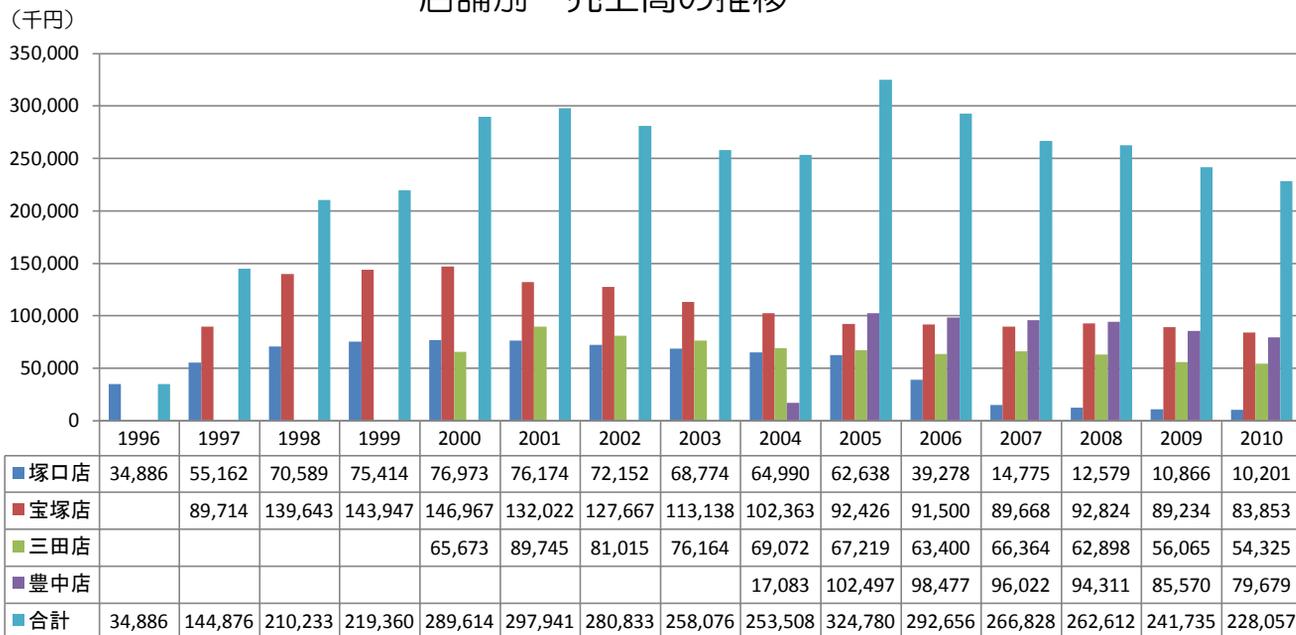
## 売上高の推移

業績への  
プラス要因塚  
口  
店  
オ  
ー  
プ  
ン宝  
塚  
店  
オ  
ー  
プ  
ンT  
V  
チ  
ャ  
ン  
ピ  
オ  
ン三  
田  
店  
オ  
ー  
プ  
ン豊  
中  
店  
オ  
ー  
プ  
ン業績への  
マイナス要因杭  
瀬  
閉  
店赤  
い  
屋  
根あ  
閉  
店  
フ  
ア  
ー  
ス  
ト  
フ  
ー  
ド杭  
瀬  
閉  
店  
赤  
瓦尼  
崎  
店  
閉  
店  
赤  
い  
屋  
根塚  
口  
店  
独  
立

## 業績

## (2) ラーメン店舗の業績

店舗別 売上高の推移

社長から  
皆様へ

会社概要

経営哲学

過去から  
現在

事業概要

当社の  
知的資産現在から  
未来

連絡先

## こだわり



一杯のラーメンでの「感動」をテーマに  
味・サービス・店作りにこだわりを持っております。

## ラーメン工房

## 「あ」のこだわり

## 一、だし

自然のめぐみをたっぷり、受けた素材を吟味して頑固なまでにこだわったさっぱり味のとんこつ風味秘伝のだしがこれ絶品也。

## 二、麺

細麺なのにコシがあり、かみしめるとコクがある。生の卵をたっぷり、赤穂の塩を、パリときかせ寝かせ具合は気候次第でさじ加減也。

## 三、焼豚

薩摩の大地でのびのびと育った豚は日本一美味なる訳は、肉汁を逃さぬように焼きあげたあるじの技の賜物也。

## 四、おもてなし

出逢いはすべて一期一会を信条とすべし。中身の味もさることながら器にこだわることすなわち、もてなしの心と心得る也。

## それぞれの素材にこだわる理由

ラーメンは「スープ」「麺」「焼豚」それぞれが、「三位一体の味」になる事が重要と考え当社では、それぞれの具材にこだわりをもっています。

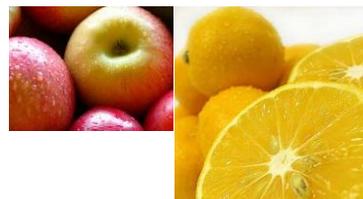
(\*よく「だし」はおいしいけれど・・・「麺」は・・・?という事はございませんか?)

## スープ【とんこつ】へのこだわり

当社では、**お子様からお年寄りの方まで幅広い年齢層の方に「おいしい」と**思って頂けるように、**臭みのないあっさりした深みのあるとんこつ**を開発致しました。

【特長と致しましては・・・】

- ・果物、野菜、昆布、鶏がらをふんだんに使用
- ・国産の豚骨や、その他「臭み出ない」骨を使用
- ・スープの熟練した技術を習得するのに最低3年以上の経験が必要になります。
- ・「スープは生き物」という当社の概念から熟練した者でしか「おいしいスープ」は作れません。
- ・更なる「おいしさ」を追及する為、日々研究・改良をしています。



## 麺【卵麺】

当社では、細麺ストレートの「卵麺」を使用しています。

【特長と致しましては・・・】

- ・麺の風味を出す為に卵麺を使用
- ・赤穂の塩を使用し、**コシがあり伸びにくい麺**に仕上げています。
- ・麺は、少しの気候の変化や何グラムという水分量で「味」「コシ」が変化する為、(自家製麺は味が一定しない為) 全国でTOPレベルの製麺業者様(品質管理設備のある)に 当社オリジナルのPB卵麺を製造して頂いています。



## 焼豚

当社では、「うまみの強い」国産豚バラ肉(鹿児島産指定)を使用しております。

【特長と致しましては・・・】

- ・国産豚バラは九州産指定です。
- ・国産(特に鹿児島産)は外国産・鹿児島以外の国産と比べ、**臭みがなく「豚本来のうまみ」**が違います。
- ・創業以来、**炊き続けている秘伝のタレ**を使用
- ・1枚の豚バラ肉をおしみなく4分の1の大きさにして巻き、脂と肉身のバランスも考え調理し **秘伝の下処理**をすることで「**うまみがあり柔らかくジューシーな焼き豚**」に仕上がります。

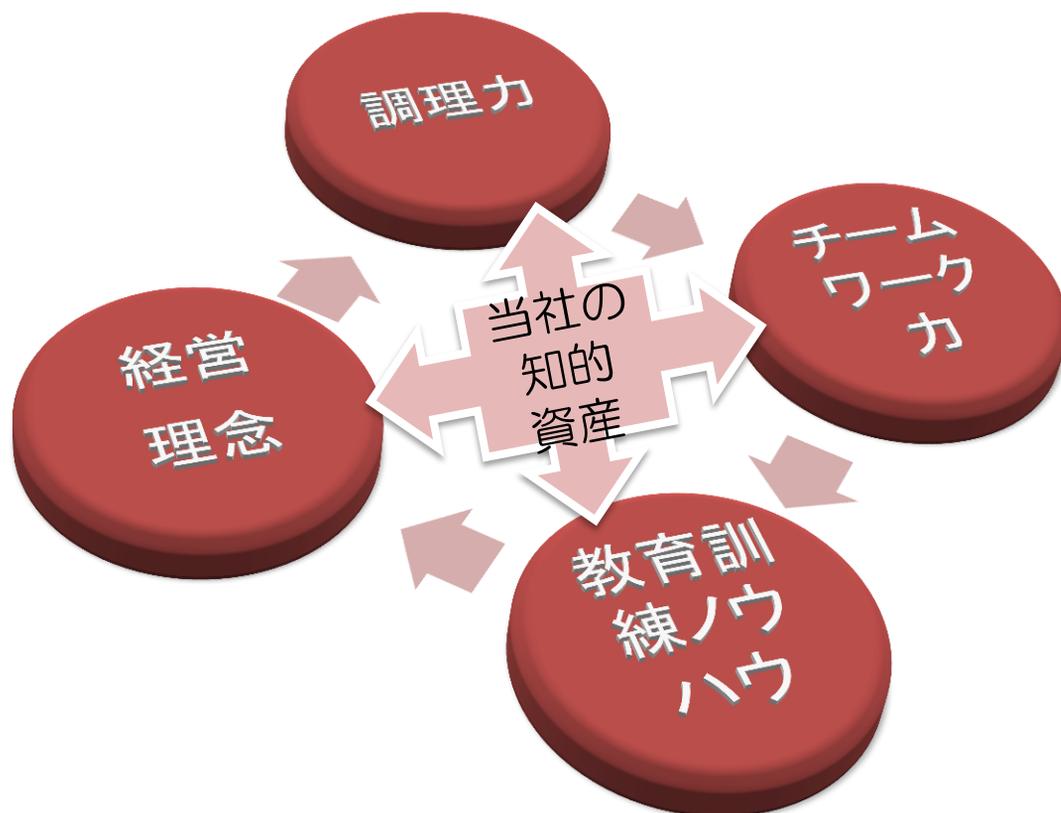


(\*材料は、99%鹿児島産指定ですが、仕入業者様の仕入れの都合により変更がある場合があります。)

当社が過去から現在にかけて蓄積した根源的な強み、すなわち知的資産は、以下の4つです。

これら4つの知的資産が有機的に結合することにより、こだわり抜いた製品の提供ができています。以下に当社の知的資産活用マップを記載し、次ページ以降では、各知的資産の内容について詳述いたします。

### ～全体像～



### 知的資産の3分類とは

**人的資産とは**、「モチベーション」や「行動特性」、「経験」など人に帰属する資産のことです。その人が退職などで会社から離れると失われる資産です。

**組織資産とは**、「組織の柔軟性」や「データベース」、「企業文化」などを指します。人に依存することなく、組織として有している資産です。

**関係資産とは**、「関係会社」や「顧客」、「ブランド」などステークホルダーとの間に築き上げた資産のことです。自社とステークホルダーとの関わりの中で、蓄積されている資産です。

## 特長

当社では、全店直営ということでラーメンに関する全製造作業行程

(スープ作り・焼豚など)を自店で行います。これにより、FC(セントラル工場のある)で展開する競合店(ラーメン店)との差別化ができています。様々な業態を経営する中で培った調理力がラーメンに対する“美味しさ”へのこだわりにつながっています。



これら調理力を習得した従業員は、社内でのキャリアアップや独立する等、自身の夢を実現しています。

## 取組み

- ・常に「**更なるおいしさ**」を求め日々研究しており、それに関する様々な情報収集も行います。
- ・他の飲食業(ラーメン店にこだわらず)はもちろん、仕入業者の視察も定期的に行います。
- ・技術向上の為、店舗間での技術交流を行っています。

## 第三者評価

- ・過去「**TVチャンピオン**」をはじめ50件以上の雑誌・メディア(本誌では記載しきれておりませんが)に取り上げられております。

- ・当社のスタッフが、「**ちちんぷいぷい**」の『**キッチンぷいぷい**』の初代講師に選ばれました。



テレビ東京  
1998年月1月1日放送

TVチャンピオンでラーメンチャンピオンに選ばれた5人が**全国20万店舗の中で推薦した10店舗**の中に当社が選出。

TV史上初めての『**日本一うまいラーメン決定戦**』を争いました。



毎日テレビ  
1999年10月放送

## ～知的資産を証明する事例～

・各界(政治家・芸術家・芸能人・プロスポーツ選手等)でご活躍している著名な方々に調理力を評価いただき、御来店頂いておりますが、当社ではその方のプライベートを守る為、公表はしていません。

・宝塚店では、宴会料理(創作料理)を行っており、チラシ・メニュー等の宣伝広告なしで、おいしいという「口コミ」だけで年間300件以上の新規ご予約を頂いております。

社長から  
皆様へ

会社概要

経営哲学

過去から  
現在

事業概要

当社の  
知的資産

現在から  
未来

連絡先

## 特長

当社は、「人間関係が良い」事と「目的に向かって協力して達成する団結力がある」ことが特長です。

## 取組み

- ・全スタッフが敬語で話をする事と、お互いが「人格の尊重」（思いやり）をする事で、組織としての秩序と良い人間関係が生まれています。
- ・各店舗間でも全店会議や日報等での情報交換により意識統一を図っております。
- ・全スタッフに日頃の感謝の気持ちを込めて、年一回の全店合同バーベキュー大会をしています。
- ・長期（卒業）にわたり、勤務して頂いたアルバイトさんの卒業式なども行っています。



全店合同バーベキュー大会



卒業式

## 第3者評価

- ・当社を卒業されたスタッフの御両親がわざわざお礼の御挨拶に来て下さいます。（アルバイト先まで来られる事は非常にうれしい事です。）
- ・弊社卒業後、他社に就職された元スタッフが弊社で学んだ事の深さを実感し、実際に戻って来られる方もいらっしゃいます。

## ～知的資産を活用した事例～

- ・店舗の装飾などもスタッフたちが創意工夫をしながら手作りで仕上げています。
- ・創業30周年イベントを全社員が一丸となり企画・実行致しました。



有限会社 あ 30周年イベントでの一コマ

特長

当社では、仕事の能力の前に「人柄＝人間性」を重視しております。誰にでも得手不得手はあり、それに関しては本人が努力すれば改善できますが、「人間性」（＝性格）に関しましてはなかなか変える事は難しいからです。

取組み

- 誰に対しても「笑顔と目を見る」事を徹底することで、機械的ではなく、「心＝気持ち」が通います。
- 良い人材（企業理念を理解して頂ける方）のみを残し、まず風土を作ります。
- 個人プレーではなくチームワーク力を意識して頂き、個人の能力をチームワークに繋げます。
- 人によって指導の仕方に相違がないよう、教育方法を統一しています。
- コミュニケーションノートというものを使用し、全業務の変更事項等を日々記入、情報共有しています。
- 外部セミナーに参加し、教育訓練ノウハウを蓄積しています。



笑顔で目を見る教育



チームワーク強化の為の全店BBQ大会

【教育4原則】

1. 相手を知る【人によって指導方法が全て違う為】
2. 自分が模範となる【説得力】
3. 理念（思い）を常に伝える【方向性】
4. 日々のコミュニケーションを大切にする 【変化に対応】

社長から皆様へ

会社概要

経営哲学

過去から現在

事業概要

当社の知的資産

現在から未来

連絡先



## 特長

何事に於いても「感謝」＝「思いやり・尊重の気持ち」の気持ちがあれば人・物・生きる上での全ての物に対する見方・考え方がわかり、物事の本質が見えるようになります。

当社は、「御先祖・人・物全ての物を尊重」する気持ちを持ち、様々な事業を取り組む中で、培った

「**自分が変われば(成長すれば)、  
相手(これから出会う全ての方)が変わる**」

この精神が当社の根本にある知的資産です。

## 取組み

- ・経営理念を御理解頂ける方のみ採用
- ・入社時（アルバイトさんも含む）に座学にて経営理念を文書と面談にて説明させて頂いています。

## 第三者評価

- ・数多くある企業様の中から、平成23年1月に宝塚商工会議所より**優良企業賞**（元気アップ賞）を受賞致しました。

ラーメン工房 あ

座学

【2008年度版】



座学の指導風景



## ～知的資産を活用した事例～

- ・何世代にもわたって来て下さるお客様もいらっしゃいます。
- ・在職中の社員の9割の方が、当社の企業理念に共感して下さりアルバイトから社員になって下さいました。
- ・当社の社風が良いという事で、アルバイトさんからアルバイトさんの御紹介もさせて頂いています。
- ・地域貢献での中学トライアルウィークでは、学校・御両親からも当社での経験が厳しいけれど勉強になりましたとお礼のお言葉を頂き、その後も御家族で来られたり、大きくなられてアルバイトとしてまた働きに来て下さる方もいらっしゃいます。
- ・出店の際には、家主様に実際お店を見て頂き「御社なら」と言って物件をお貸し頂いています。

## 【全社3年後の目標】

目標売上高：282,000千円（2014年3月31日）

※228,057千円（2011年3月31日）

目標営業利益：37,200千円 13.19%（2014年3月31日）



## 全社の課題

- ①社風の浸透
- ②更なる人材力の強化
- ③商品力の情報発信強化
- ④仕入力の強化

