



知的資産経営報告書 2021

有限会社 後樂園本店

目次

I.	あいさつ	02
II.	有限会社 後樂園本店について	
1.	概要	03
2.	経営理念	06
III.	沿革	07
IV.	お客様の価値創造の仕組み（知的資産）	
1.	知的資産について	14
2.	知的資産の分類	14
3.	業務プロセス	15
4.	知的資産	22
5.	知的資産まとめ	28
6.	現在価値ステップ	29
V.	今後の事業展開	
1.	外部環境の変化	30
2.	SWOT分析	32
3.	今後の課題	33
4.	アクションプラン	34
5.	将来価値ストーリー	36
VI.	あとがき	37

目次



1. 代表挨拶

毎度ありがとうございます。有限会社後樂園本店の諸岡博満と申します。

弊社は、お年寄りからお子様まで気軽に食べて喜んでもらえる準中華のお店です。

食は心を豊かにしてくれます。心が豊かになれば、家庭も笑顔になれると信じています。

新型コロナが一日でも早く終息することを願い、世界が平和でありますよう、心からお祈り申し上げます。

2. 後継者挨拶

日頃よりたくさんのご来店、ご愛顧、誠にありがとうございます。二代目店長の諸岡秀一と申します。

後継者として16年を迎え、味の継承や経営面など将来に向けて、様々な課題や期待と不安を抱えつつ、日々の業務に取り組んでおります。

現在、新型コロナウイルスの流行をはじめ、世界は日々、目まぐるしく変化しています。弊社もその変化に対応すべく、柔軟な考え、忍耐力、持久力、軽快なフットワーク作りをして、体力をつけて備えていかなければなりません。

事業承継するにあたって、お店だけでなく自己の成長、お客様への味と心満足を追求し精進してまいります。これからも、ご指導ご鞭撻のほどよろしくお願い申し上げます。



II. 有限会社 後樂園本店について



1. 概要

社名	有限会社後樂園本店
所在地	佐賀県多久市多久町1559-4
代表者	代表取締役 諸岡 博満
資本金	300万円
開業	昭和54年2月
事業内容	飲食業（ラーメン）店内飲食
役員	代表取締役 諸岡 博満 専務取締役 諸岡 栄子 取締役 諸岡 秀一 取締役 諸岡 摩王香
従業員	4名（令和3年1月現在）

有限会社後樂園本店はラーメンだけでなく、チャンポン、ギョーザ、ヤキソバの専門店であり、この他中華丼、焼飯をメインに、地域一番店を目指して営業しています。店内飲食の他に、出前・TAKE OUTも行っています。

営業時間は11:00～23:00（LO22:30）で、定休日は水曜日です。





食べてください このうまさ!
ラーメン・チャンポン・ギョーザ・焼きそば専門店

有限会社 **後樂園本店**

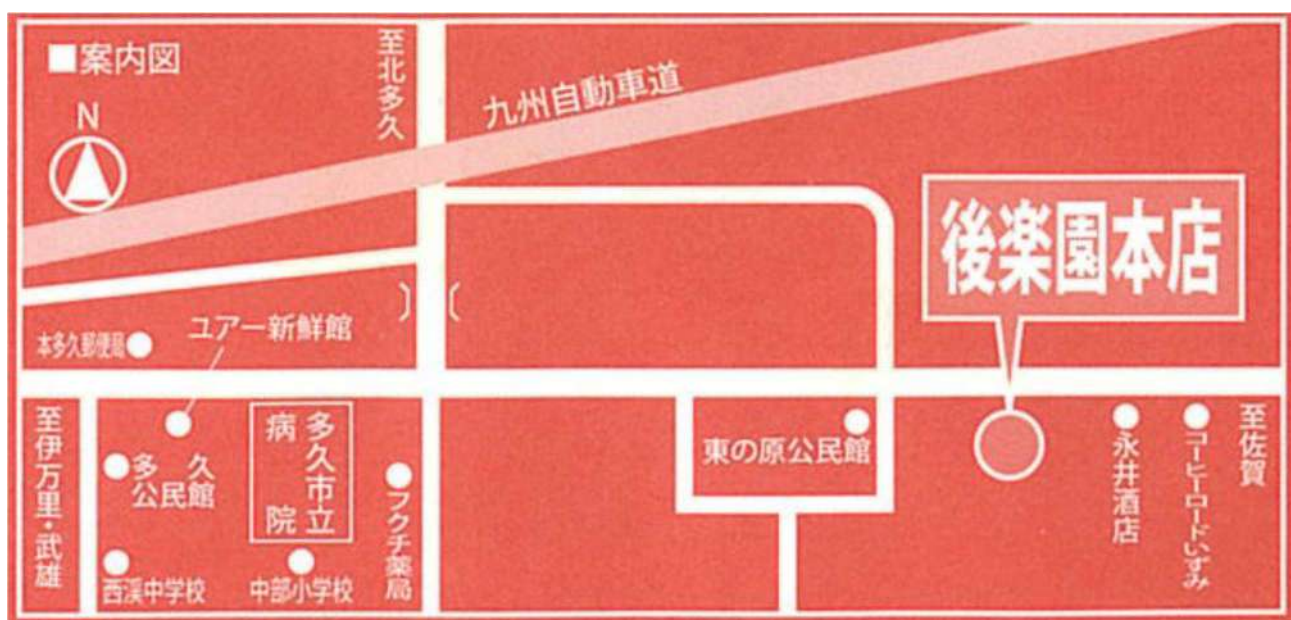
多久市多久町1559番地4 ☎(0952)74-3221

【営業時間】11:00～23:00(オーダーストップ 22:30)

【出 前】11:00～22:30

【定 休 日】水曜日(水曜日が祝日の際は翌日休業)

出 前
持ち帰り
OK!





後樂園本店

多久市多久町東ノ原

☎(0952)74-3221

【営業時間】11:00～23:00(オーダーストップ 22:30)

【出 前】11:00～22:30

【定休日】水曜日 (水曜日が祝日の時は木曜日定休)

人気メニュー

ラーメン 600円 ギョーザ (10個) 400円
 チャンポン 700円 焼 飯 650円
 ヤキソバ 700円 中華 丼 750円

出前・持ち帰りOK!

出前は店内の混み具合により、多少時間がずれる場合がございます。何卒ご了承下さい。

定番メニュー

ラーメン … 600円
 // (大盛) … 800円
 チャーシューメン … 700円
 // (大盛) … 900円
 卵入ラーメン … 650円
 // (大盛) … 850円
 特製ラーメン … 750円
 // (大盛) … 950円
 みそラーメン … 650円
 // (大盛) … 850円
 みそラーメン卵入り … 700円
 // (大盛) … 900円
 みそチャーシューメン … 750円
 // (大盛) … 950円
 卵入りみそチャーシューメン … 800円
 // (大盛) … 1000円
 替え玉 … 100円

チャンポン … 700円
 // (大盛) … 850円
 野菜増しチャンポン … 850円
 // (大盛) … 1000円
 ヤキソバ … 700円
 // (大盛) … 850円
 カレー風味ヤキソバ … 750円
 // (大盛) … 900円
 ギョーザ (10個) … 400円
 // (5個) … 200円
 ラーメンスープ … 150円
 // (かき卵入り) … 200円
 冷麺<醤油味> … 700円
 // (大盛) … 900円
 冷麺<唐味みそ> … 750円
 // (大盛) … 950円

夏季限定

ご飯類・サイドメニュー

中華 丼 … 750円
 // (大盛) … 850円
 焼 飯 … 650円
 // (大盛) … 750円
 // (半) … 330円
 親子 丼 … 600円
 他人 丼 … 600円
 玉子 丼 … 550円

野菜炒め … 550円
 // (大盛) … 650円
 おつまみチャーシュー(焼豚) … 400円
 おでん(1個) … 100円
 生 卵 … 50円
 め し(大) … 200円
 (中) … 180円
 (小) … 150円



2. 経営理念

- 一. "食べて下さい、このうまさ！"をキャッチフレーズに、日々美味しさと味の向上に努力邁進いたします。
- 二. お客様に満足と喜びを提供し、“あ～おいしかった。”その一言を励みに店の発展に努めます。
- 三. 従業員一同明るい笑顔で接客に努めます。
- 四. 新鮮素材・衛生管理に心掛け、安心して食事が出来る店作りに努力邁進致します。

3. 社訓

“儲け”とは“人”あってのもの



1. 創業（昭和 54 年）～有限会社設立（平成 4 年）

当社は昭和 52 年に当時の地主の奥様によって開業された喫茶店「^{ひじり}聖」を昭和 54 年 2 月に現社長が引き継ぎ、「後樂園」として開業しました。店名の由来は「後樂園球場」です。当時、社長がプロ野球球団の読売巨人の大ファンであったため、当時の本拠地であった「後樂園球場」から名前を拝借しました。開業した当初のメニューはラーメン、ギョーザ、おでんがあり、すでにこの頃から出前も行っていました。

開業後、2 年目には 2 号店（^{あざみぼる}筋原店）、3 年目に 3 号店（東多久店）をオープンしましたが、筋原店はのれん分け独立し、東多久店は立ち退きのため閉店となりました。この開業後 2 年目からチャンポン、中華丼、ヤキソバ、野菜炒めがメニューに加わりました。

本店は昭和 59 年 12 月に現在の場所に移転し、1 店舗で勝負することとなりました。焼飯、カレー風味ヤキソバ、親子丼、他人丼、玉子丼、焼豚、冷やし中華がメニューに加わりました。この時点で主要なメニューがそろったこととなります。

平成 4 年 1 月 17 日に有限会社後樂園本店を設立しました。



III. 沿革



年	沿革	当社を取り巻く環境の変化
昭和 52 年	聖、開業	
昭和 54 年	後樂園、新規開業 メニューはラーメン、ギョーザ、 おでんでスタート	
昭和 55 年	長男秀一、誕生	
	筋原店、オープン メニューにチャンポン、中華丼、 ヤキソバ、野菜炒めを追加	
昭和 56 年	東多久店、オープン	
昭和 59 年	後樂園本店、現在の場所に移転 メニューに焼飯、カレー風味焼 きそば、親子丼、他人丼、玉子丼、 焼豚、冷やし中華を追加	
昭和 60 年	東多久店、立ち退きのため閉店	
平成元年		消費税（3%）施行
平成 3 年	筋原店、のれん分け独立	バブル崩壊
平成 4 年	有限会社後樂園本店、設立	多久ショッピングセンター「コーリー」 オープン



3. 有限会社設立後（平成4年）～店長就任（平成18年）

有限会社設立後平成9年に店舗改装し、厨房を拡大しました。

この際、リニューアルオープンとしてイベントを行いました。各メニューを創業当時の価格で提供し、地域住民に利益を還元いたしました。

平成18年2月には長男秀一が店長に就任しました。



年	沿革	当社を取り巻く環境の変化
平成7年		温泉施設「ゆうらく」オープン
		阪神・淡路大震災
		有明佐賀空港開港
平成8年		佐賀唐津道路一般通行開始
平成9年	店舗改装	消費税（5%）改定
平成10年		長野オリンピック開催
平成14年		FIFA ワールドカップ日韓大会
平成18年	長男秀一、店長就任	



4. 店長就任（平成 18 年）～現在

長男の店長就任後、様々なイベントにチャレンジしました。

a.) 創業 30 周年祭

平成 21 年 2 月に創業 30 周年祭を 3 日間実施しました。開業当時の価格で販売し、持ち帰り OK としました。1 日 300～400 人の来客があり、地元客への PR・還元・認知度を高めることが出来ました。



b.) ボリューム丼対決

平成 21 年 9 月にサガテレビのスタジオでボリューム丼対決に生出演しました。ボリュームのある中華丼を PR でき、しばらく中華丼の売上が増加しました。



c.) 灼熱のラーメン祭り

平成 25 年 7 月にサガテレビ主催の灼熱のラーメン祭りに参加しました。当社のラーメンを PR でき、しばらく売上が増加しました。



III. 沿革



d.) 伊万里パチンコ店でのイベント販売

平成 27 年 2 月に当社の長年の顧客である伊万里パチンコ店の店長からイベント販売のお誘いを受け、ヤキソバ・カレー風味ヤキソバを販売した。地域住民に当社のヤキソバを PR することができました。



e.) リニューアルセール開催

平成 27 年 3 月に下記店舗改装を経て、リニューアルセールを 2 日間行いました。各メニューを通常の価格よりも割安で提供しました。地元客へ日頃の感謝のお礼として利益を還元し、お店の PR・認知度向上へとつなげることができました。

後樂園本店
リニューアルセール
26日・27日
2日間限定!

リニューアルオープンしました。日頃の感謝も込めて、心より御礼申し上げます。

26日(木)27日(金)2日間アッ!と驚きの価格!!

* 2日間は下記のメニューだけの注文になります。
* 2日間は出前はいたしません。

* 営業時間 11:00~21:00 (ラストオーダー 20:00)

ラーメン	400	替え玉	80
みぞラーメン	450	おでん	80
チャンポン	500	親子丼	400
おしながき	500	他人丼	400
餃子(1人前)	200	玉子丼	350
野菜炒め	300	*めし(小)	
中華丼	550	ごはん(おかわり)	100
焼飯	400	無料! 何杯でもOK!	

f.) 波田陽区訪店

令和 2 年 11 月に佐賀県のロケで波田陽区が訪店されました。気さくな方で一緒に写真を撮ってもらいました。





III. 沿革

この期間に店舗改装を3回行いました。

a.) 外構の改装

平成25年7月に外壁塗装・看板手直しを行い、店の外観を向上させました。

b.) 内装の改装

平成27年2月にはクロス貼り替え・照明をLEDへ交換、店内の衛生面を向上させました。

c.) トイレ改装

平成28年1月にトイレを改装、女性客が増加しました。

d.) 駐車場の舗装

さらに令和元年には駐車場を舗装し、大型トラックを止められるようにしました。

この他、平成26年に健康増進野菜増チャンポンをメニューに追加しました。令和2年にはコロナ禍によりTAKE OUTを始めました。



III. 沿革



年	沿革	当社を取り巻く環境の変化
平成 20 年		リーマン・ショック
平成 21 年	創業 30 周年祭	
	ボリューム丼対決	
平成 23 年		東日本大震災
平成 25 年	灼熱のラーメン祭り	
	店舗改装（外構）	
平成 26 年	メニューに健康増進野菜増チャンポンを追加	消費税（8%）改定
平成 27 年	店舗改装（内装）	
	イベント販売（伊万里パチンコ店）	
	Wifi 設置	
	リニューアルオープン	
平成 28 年	トイレ改装	
平成 29 年		県道多久若木線「女山トンネル」開通
平成 30 年		天山多久温泉「TAQUA（タクア）」グラウンドオープン
令和元年	駐車場舗装	消費税（10%）改定
令和 2 年	TAKE OUT 開始	新型コロナ流行
	波田陽区訪店	



1. 知的資産について

「知的資産」とは、従来のバランスシート上の資産（現金預金、有価証券、設備、建物土地など）とは違い、「人材、技術、技能、特許・ブランド、組織力、経営理念、顧客とのネットワーク」など、財務諸表上に表れてこない「目に見えにくい経営資源」の総称を意味します。言い換えると、「知的資産」とは、企業の保有している真の価値・強みであり、競争力・持続的な存在の源泉となるものです。

2. 知的資産の分類

「知的資産」は、各々の資産の特徴により「人的資産」「組織・技術資産」「情報資産」「風土資産」「理念的資産」「関係資産」「顧客提供価値」「顧客から得ている価値」に分けられます。これらの「知的資産」の内容とその組み合わせにより、顧客価値を実現します。

知的資産の分類

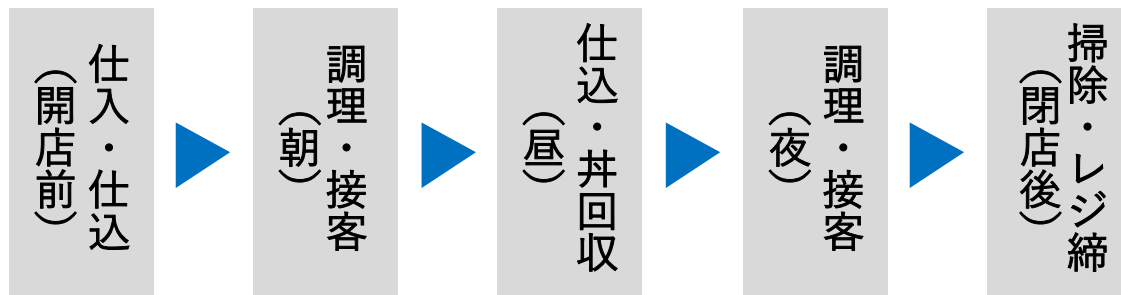
分類	内容
人的資産	組織活動において、人に依存している資産 例) ○○な経営者、管理者、技術者、社員など
組織・技術資産	組織活動において、人に依存していない資産 例) ○○なビジネスモデル、技術、知財、仕組み、制度など
情報資産	組織活動において、情報として蓄積されている資産 例) ○○なデータベース、顧客情報（台帳）、情報システムなど
風土資産	組織に根付いている資産 例) ○○な風土、伝統、礼儀作法、習慣など
理念的資産	組織活動の根本的な方向性やあるべき姿を示した資産 例) ○○な経営理念、思い、ミッション、方針、ビジョンなど
関係資産	外部との関係で生み出されている資産 例) ○○な協力会社、販売会社、連携、マッチング、チャネルなど
顧客提供価値	お客様に提供している資産、選ばれている理由 例) ○○な利便性、効率性、感動性、幸福性など
顧客から得ている価値	顧客から頂いている価値であり、組織が持続的成長を実現するために必須の資産 例) ○○な評判、リピート、ブランド、信用、信頼、苦情、利益など



3. 業務プロセス

当社の業務プロセスは「仕入れ・仕込み（開店前）」「調理・接客（朝）」「仕込み・井回収（昼）」「調理・接客（夜）」「掃除・レジ締め（閉店後）」に分類されます。

業務プロセス



仕入れ・仕込み（開店前）



調理・接客（朝）



仕込み・井回収（昼）



調理・接客（夜）

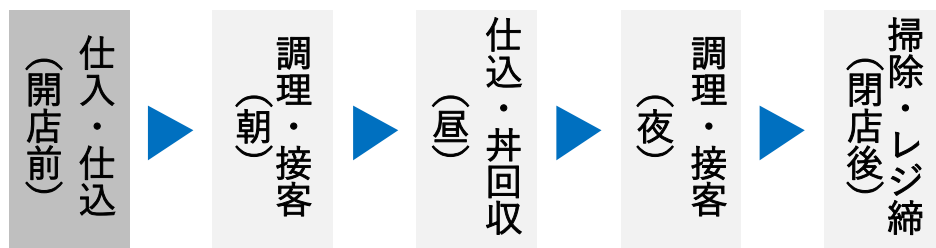


掃除・レジ締め（閉店後）





(1) 仕入れ・仕込み（開店前～11時）



i. 実施事項

a.) 栄子専務

食材の準備や仕入、ご飯の仕込み、チャンポンの出汁、ラーメンの醤油ダレの仕込みを行います。

b.) 秀一店長

肉・野菜の下ごしらえやラーメンの出汁の仕込み、チャーシュー作りを行います。

c.) 摩王香取締役

掃除や下ごしらえ、仕入れ、お茶・コーヒーの準備、ギョーザの包みを行います。

d.) 従業員

掃除や店内準備、ご飯の仕込み、刻み野菜の準備を行います。

e.) 博満社長

ギョーザの仕込み、具材・スープのチェックを行います。



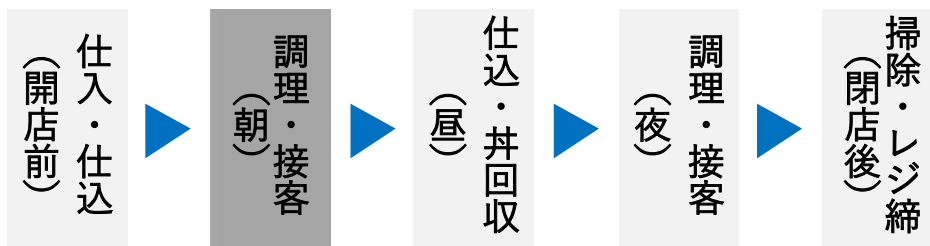


IV. お客様の価値創造の仕組み（知的資産）





(2) 調理・接客（朝 11～14 時）



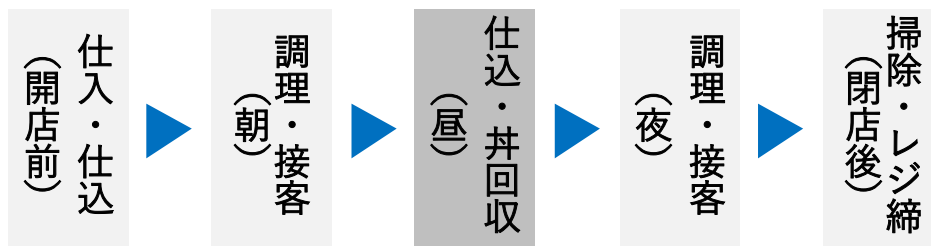
i. 実施事項

- a.) 栄子専務
調理全般や出前、レジ打ちを行います。
- b.) 秀一店長
調理全般や出前、レジ打ちを行います。
- c.) 摩王香取締役
ラーメン・ギョーザの調理や接客、レジ打ちを行います。
- d.) 従業員
接客・配膳や刻み野菜の準備、後片付けを行います。
- e.) 博満社長
調理全般や仕入れ、事務処理を行います。





(3) 仕込み・丼回収（昼 14～17 時）



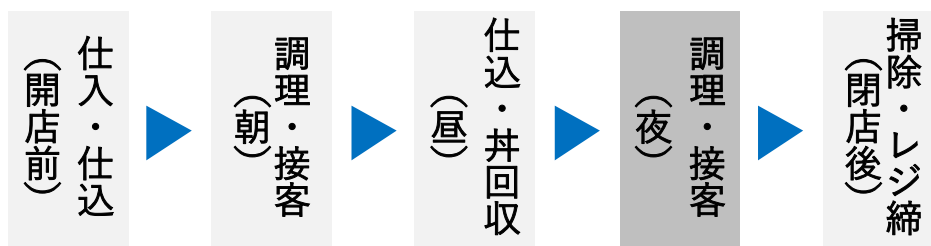
i. 実施事項

- a.) 栄子専務
出前・丼回収を行います。
- b.) 秀一店長
ラーメン・チャンポンの下ごしらえ、仕込みを行います。
- c.) 摩王香取締役
ギョーザの包み、米の仕込みを行います。
- d.) 博満社長
丼回収を行います。





(4) 調理・接客（夜 17～23 時）



i. 実施事項

a.) 栄子専務

調理全般や接客・配膳、出前を行います。

b.) 秀一店長

調理全般や接客・配膳、出前、仕込みを行います。

c.) 従業員

刻み野菜の準備や接客・配膳、後片付けを行います。

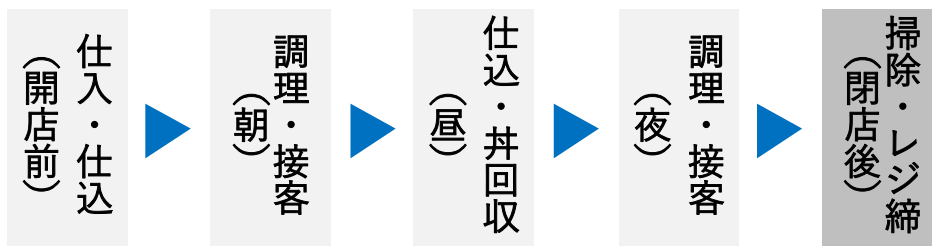
d.) 博満社長

調理全般や出前を行います。





(5) 掃除・レジ締め（閉店後）



i. 実施事項

a.) 栄子専務

店内・厨房の掃除や次の日の仕込みを行います。

b.) 秀一店長

厨房の掃除を行います。

c.) 博満社長

レジ締めや麺の残数確認、麺の注文、店内・ビールサーバーの掃除を行います。





4. 知的資産

a.) 人的資源

後樂園の味を作り上げ、地域住民や仕入先と信頼関係を構築してきた社長

博満社長は現在の後樂園のメニューをすべて考案しています。特にギョーザの皮は社長が考案し、現在の老舗の製麺所に教え、製造してもらっています。このギョーザの皮は現在では他の飲食店でも使用されています。

このように、美味しい料理を提供するだけでなくギョーザの皮をはじめ様々な地域貢献により、現在の地域住民や仕入先との信頼関係を結ぶことができたと考えられます。



社長の意思をつぎ、新たな後樂園を作り上げる店長

秀一店長は店長就任後、社長の味を再現するだけでなく様々なことにチャレンジしてきました。具体的にはⅢ、沿革でも記載したような「創業 30 周年祭」「リニューアルオープン祭」の開催、「ボリューム丼対決」「灼熱のラーメン祭り」といったイベントへの参加、「伊万里パチンコ店でのイベント販売」といった地域への貢献が挙げられます。残念ながらコロナ禍により「創業 40 周年祭」は開催できませんでしたが、次は「創業 45 年祭」を目指し日々努力しています。

また、後述するⅤ、今後の事業展開のとおり新メニュー開発、ネット通販を開始しようと準備しております。





b.) 技術資産

麺とスープ、国産野菜にこだわったラーメン・チャンポン

老舗の製麺所と製粉会社がタイアップ、研究を重ねて開発した麺、アルカリイオン水でとった出汁、秘伝のしょうゆスープ、国内産の野菜、特に白石町の良質な玉ねぎ・キャベツを仕入れています。特徴は老若男女食べやすくあさりしたラーメン・チャンポンです。



社長が開発し、手作りにこだわったギョーザ

ギョーザの皮は社長が開発し、老舗の製麺所に伝授・そこから仕入れています。その皮で国内産の野菜と鶏・豚のミンチを練って作った手作りの具を、「手」で包んで提供しています。特徴は熱々で食べやすく、ジューシーなことです。ギョーザを食べたお客様が、さらにギョーザをTAKE OUTされることもあります。



ボリュームたっぷりの中華丼

中華丼は国内産の野菜と肉を国内産の卵でとじて、国内産の米を炊いたご飯にたっぷりとかけています。ボリュームたっぷりで熱々なことが特徴で、III. 沿革で記載したとおり「ボリューム丼対決」としてテレビで取り上げられたほどです。



IV. お客様の価値創造の仕組み（知的資産）



玉ねぎの甘さが引き立つ焼飯

焼飯は白石産の玉ねぎ、国内産の米、卵、ねぎ、かまぼこ、自家製の焼き豚を強火で一気に炒めています。パラパラ、熱々で、玉ねぎの甘みを引き立てていることが特徴です。



とがった商品のカレー風味ヤキソバ

カレー風味ヤキソバは賄いから生まれたメニューです。国内産の野菜の他、豚肉、カレースライス、老舗の製麺所の麺を使用しています。

他店にはない独自のメニューで、III. 沿革で記載したとおり「伊万里パチンコ店でのイベント販売」で販売をお願いされるほど大人気のメニューです。



効率的な調理作業

当社は特にお昼の時間帯にお客様が集中します。料理を素早く出すために、調理工程を工夫しています。具体的には以下のとおりです。

- メニューの具材を統一化し、野菜や肉をどのメニューでも同じ大きさで使用できるようにしています。
- ヤキソバとチャンポンの麺も同じものを使えるよう、調理を工夫しています。
- 野菜をいっぺんに炒められるよう、最適の比率で事前に混合しています。
- 動かずに調理できるよう材料や調味料の配置も工夫しています。



IV. お客様の価値創造の仕組み（知的資産）



素早く対応できる出前と効率的な井回収

出前は常連客が多いのが特徴です。常連客の住所はすべて記憶しているため、出前や井回収の際には伝票を確認し最適な配達ルートを瞬時に把握することが出来ます。



c.) 情報資産

お客様から得られた生の声

常連のお客様との雑談から当社の忌憚ない意見や地域の様々な情報を得ています。長距離トラックの運転手様からは遠方の情報も得ています。

d.) 風土資産

丁寧な接客

コロナ禍の中、感染予防のためお客様に消毒の声掛けを行っています。注文受付時に調理に時間がかかるときは時間がかかることの声掛けも行っています。

料理を運ぶときはタイミングに注意しています。例えば2人のお客様が注文した料理がそれぞれ異なる場合でもできるだけ一緒に食べていただけるよう調理の順番も工夫しています。

そして、「お待たせしました」を笑顔で、謝罪のときは気持ちを込めて行っています。





IV. お客様の価値創造の仕組み（知的資産）

きめ細やかな掃除

テーブルはもちろん、調味入れの汚れなどお客様が手を触れるものを中心に適宜拭いています。

開店前の掃除では窓のよごれもチェックしています。コロナ禍の中、お店全体にエタノールでの消毒を行っています。

また、夜に床・調理器具を中心に掃除しているため、朝、これらの掃除がキッチンとできているかチェックしています。



e.) 理念的資産

“儲け”とは“人”あつてのもの

「諸岡」の「諸」に「人」をつけると「儲け」になります。転じて、当社が経営を続けていくためには様々な人の助けが必要であるというのが当社の社訓です。

f.) 関係資産

良質で信頼のおける麺や野菜、肉の仕入先

IV. 知的資産でたびたび登場した老舗の製麺所、県内産の玉ねぎ、キャベツ、ニンジンの仕入先である巖木の青果店、小ネギの仕入先である巖木の農家などが当社の古くから付き合いのある仕入先です。これらの仕入先がないと、当社の料理の味が変わってしまうため、非常に重要な仕入先です。



IV. お客様の価値創造の仕組み（知的資産）



g.) 顧客提供価値

おいしくて安全、笑顔になる料理

これまでの知的資産から、当社は信頼できる仕入先から材料を仕入れ、熱々・ボリューム感・こだわりのあるメニューを提供、丁寧な接客を心掛けることで、お客様に満足感と笑顔になってもらっています。

安心して食事をできる環境

コロナ禍においてきめ細やかな掃除・消毒を行うこと、カウンターでは席数を減らし、アクリル板で仕切ることによって、安心して食事をできるよう配慮しています。



h.) 顧客から得ている価値

「おいしかった」、「また来るね」という言葉

おいしくて安全、笑顔になる料理を安全な店内で提供することでお客様からは「おいしかった」「また来るね」という言葉を頂いています。

「〇〇から来た」「〇〇のついでに寄った」などお客様との会話から得られる情報

c.) 情報資産でも記載したとおり、当社に満足していただいたお客様から様々な情報を得ています。また、常連のお客様からはお叱りの声を頂くこともあり、経営改善へとつなげています。

IV. お客様の価値創造の仕組み（知的資産）



5. 知的資産まとめ

3. 業務プロセス、4. 知的資産から当社には様々な知的資産が存在することが分かりました。これらをまとめると以下ようになります。

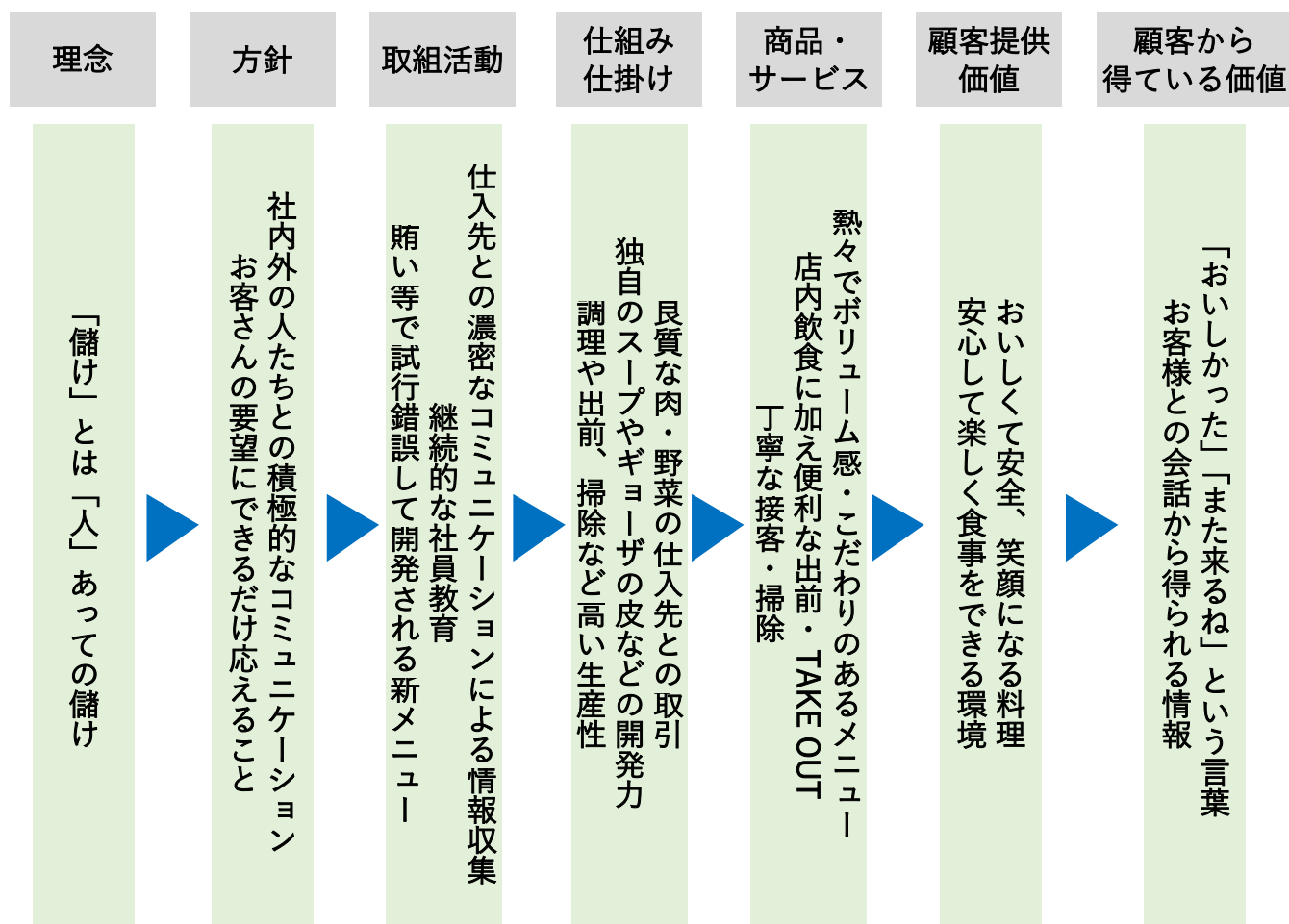
資産名	知的資産
人的資産	<ul style="list-style-type: none">■ 後樂園の味を作り上げ、地域住民の信頼を得てきた社長■ 社長の意思をつぎ、新たな後樂園を作り上げる店長
組織・技術資産	<ul style="list-style-type: none">■ 麺とスープ、野菜にこだわったラーメン・チャンポン■ 社長が開発し、手作りにこだわったギョーザ■ ボリュームの多い中華丼■ 玉ねぎの甘さが引き立つ焼飯■ とがった商品のカレー風味ヤキソバ■ 効率的な調理作業■ 素早く対応できる出前と効率的な丼回収
情報資産	<ul style="list-style-type: none">■ お客様から得られた生の声
風土資産	<ul style="list-style-type: none">■ 丁寧な接客■ きめ細やかな掃除
理念的資産	<ul style="list-style-type: none">■ “儲け”とは“人”あってのもの
関係資産	<ul style="list-style-type: none">■ 良質で信頼のおける麺や野菜、肉の仕入先
顧客提供価値	<ul style="list-style-type: none">■ おいしくて安全、笑顔になる料理■ 安心して食事をできる環境
顧客から得ている価値	<ul style="list-style-type: none">■ 「おいしかった」、「また来るね」という言葉■ 「〇〇から来た」「〇〇のついでに寄った」などお客様との会話から得られる情報

上記知的資産のうち、特に重要な知的資産は人的資産「社長・店長」です。当社のメニューは社長が作り上げ、店長が引き継ぎ発展させています。これが組織・技術資産の「評判の高いメニューや効率的な作業」や関係資産の「信頼のおける仕入先」などの基本になっています。



6. 現在価値ステップ

ここまで、当社の知的資産について述べてきました。普段気付かないですが、当社にはあらゆる業務プロセスにおいて、知的資産があることが理解できたかと思います。ここでは、現在の知的資産がどのようにして「仕入れや仕込み、調理、接客など」に活かされ、「顧客提供価値」へつながっているかを「現在価値ストーリー」として図で表しています。



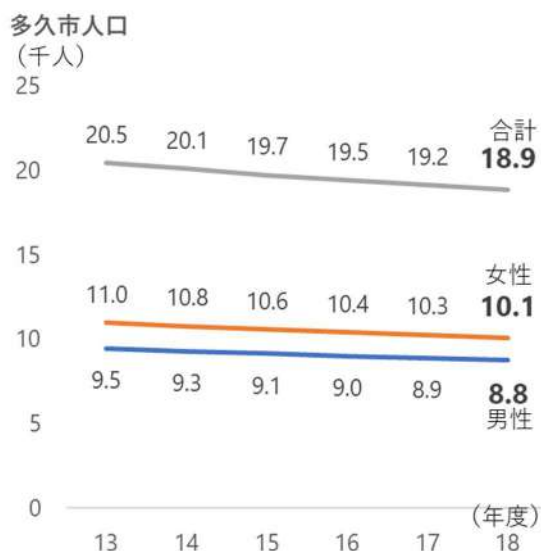


1. 外部環境の変化

(1) 地域人口の減少と高齢化

佐賀県「統計年鑑(年報)」によると、多久市の2018年度末人口は男性約8.8千人、女性約10.1千人、合計約18.9千人です。その推移をみると、過去5年で男性は約7.1%、女性は8.2%減少しています。

また、年少を14歳以下、生産年齢を15～64歳、老年を65歳以上とすると、多久市の2018年度末人口は年少人口約2.2千人、生産年齢人口約10.0千人、老年人口約6.7千人です。その推移をみると、過去5年で年少人口は約16.4%、生産年齢人口は15.3%減少し、逆に老年人口は約8.8%増加している。

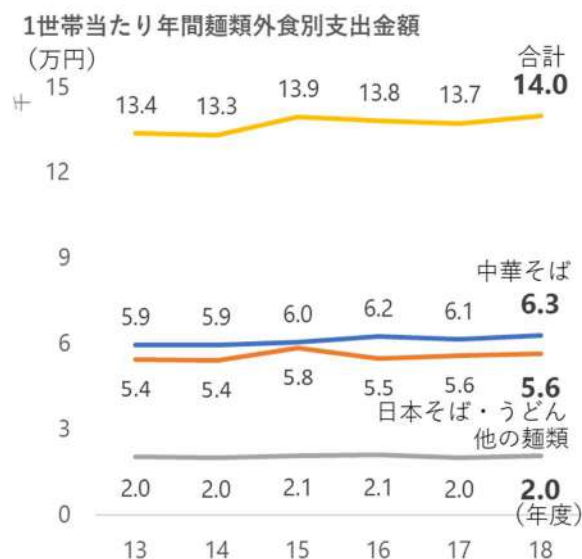


(2) 世帯当たりラーメン消費額の増加

総務省統計局「家計調査」によると、2018年度1世帯当たり年間麺類外食支出金額(1人世帯含む)は14.0万円です。その推移をみると過去5年で約4.6%増加しています。

また、中華そばの2018年度1世帯当たり年間外食支出金額(1人世帯含む)は6.3万円です。その推移をみると過去5年で6.1%増加しています。

しかし、直近の2020年度の年間外食支出金額はコロナ禍による外食から内食への転換により大幅に減少する見込みです。





(3) EC 市場と EC 化率の拡大

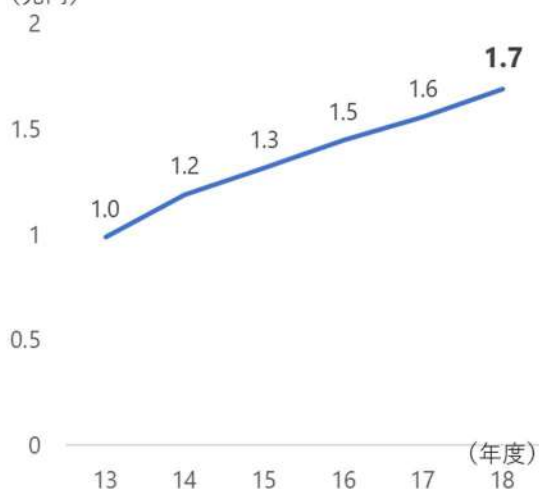
経済産業省「電子商取引実態調査」によると、2018年度の食品、飲料、酒類のEC市場規模は1.7兆円です。その推移をみると過去5年で約71.0%増加しています。

また、2018年度の食品、飲料、酒類のEC化率は2.6%です。その推移をみると過去5年で1.06%増加しています。他の分野を含む全体のEC化率は6.22%ですので、他の分野と比較して成長の余地が大きいといえます。

※ ECとはElectronic Commerceの略で、電子商取引と訳されます。インターネット上でモノやサービスを売買すること全般を指します。

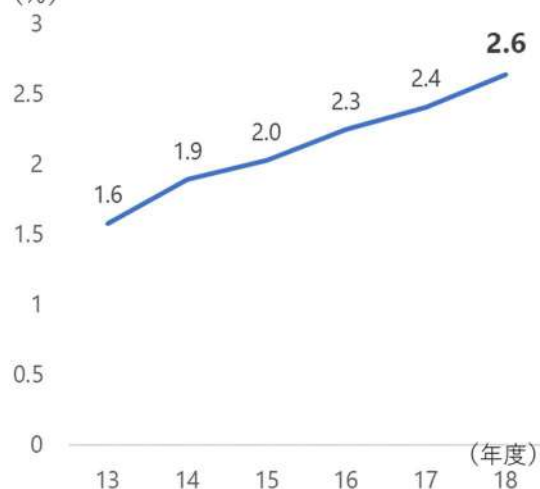
食品、飲料、酒類のEC市場規模

(兆円)



食品、飲料、酒類のEC化率

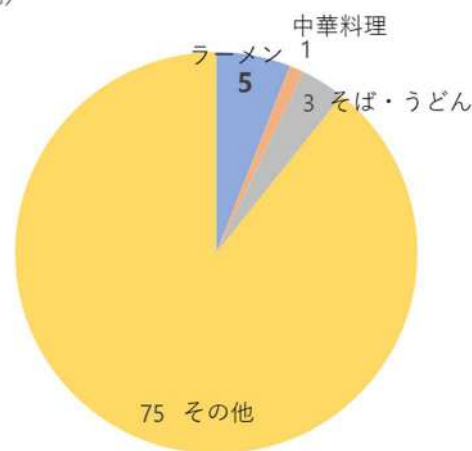
(%)



(4) 同業他社店舗数・販売額の増加

多久市商工会に登録している飲食店名簿から、2020年現在の多久市のラーメン・中華料理店の店舗数は合計6店舗です。第13次業種別審査辞典「ラーメン専門店」によると人口1万人当たりのラーメン店を含む中華料理店店舗数は全国平均で4店舗、人口が少ない地域ほど少ない傾向にあります。多久市の人口1万人当たりのラーメン店を含む中華料理店店舗数は3.2店舗なので、人口の少ない地域の平均とほぼ同等といえます。

多久市飲食店店舗数
(店舗)



(2020年現在)



ii. SWOT 分析

SWOT 分析とは、自社の強み（Strength）と弱み（Weakness）、外部環境の変化から見た成長機会（Opportunity）と脅威（Threat）を把握し、自社の課題を抽出する分析手法である。機会を活かして、脅威を回避・克服し、強みを維持・強化し、弱みを克服するための課題の抽出がポイントとなる。

当社を SWOT 分析すると、以下の表のようになる。

内部環境	<p>強み Strength</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 【人】社長の商品開発力 ■ 【人】店長のチャレンジ精神 ■ 【人】良質な仕入先 ■ 【人】効率的な調理作業 ■ 【人】丁寧な接客・掃除 ■ 【人】素早く対応できる出前 ■ 【物】熱々でボリューム感のあるこだわりのメニュー ■ 【物】大型トラックが止められる広い駐車場 ■ 【物】衛生的な店内 ■ 【情報】地域住民への高い知名度と信頼 ■ 【情報】お客様から得られる生情報 	<p>弱み Weakness</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 【人】社長が 71 歳と高齢である ■ 【物】セットメニューがない ■ 【物】子供向けメニューがない ■ 【物】クレジット決済に対応していない ■ 【物】障害者対応が遅れている ■ 【物】食べ物アレルギーへの対応が遅れている ■ 【情報】SNS での発信頻度が低い ■ 【情報】IT の利用が遅れている ■ 【情報】顧客情報をデータ化していない ■ 【情報】外国語に対応していない
外部環境	<p>機会 Opportunity</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ ネット販売の増加 ■ TAKE OUT の増加 ■ 地域高齢層の増加 ■ ラーメン消費量の増加 	<p>脅威 Threat</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ コロナ禍による外食の減少 ■ 地域人口の減少 ■ 地域若年層の減少 ■ 自然災害の増加 ■ 電子決済の増加



iii. 今後の課題

SWOT 分析を踏まえて、想定される重要な経営課題は以下のとおりである。

(1) コロナ後の顧客ニーズの変化に対応すること

V.今後の事業展開の1.外部環境の変化で記載したとおり、地域住民は減少、かつコロナ禍により外食から内食への転換し、店内飲食は減少傾向にあります。コロナ禍終了後を見据え、今後は「店内で飲食する」取り組みを行うことに加え、「お客様の自宅で飲食する」というニーズに対応する必要があります。

(2) 事業承継

上記は外部環境変化における課題です。これに対し、内部環境変化における課題として、事業承継が挙げられます。中小企業庁の「事業承継に関する現状と課題について」によると経営者の平均引退年齢は、中規模企業で67.7歳、小規模事業者では70.5歳となっています。現社長も70歳を超え、事業承継を考慮する時期に入っています。

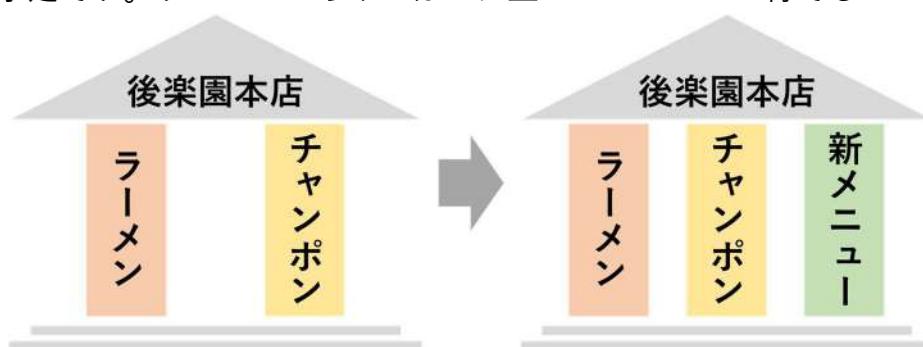


iv. アクションプラン

3. 今後の課題を解決するための改善策として、以下を実行していく。

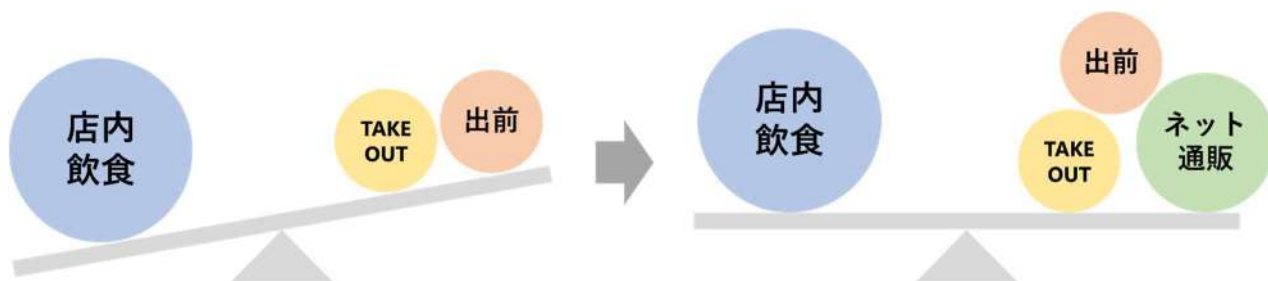
(1) 新メニューを開発する

コロナ禍終了後にお客様に再度当社に来てもらうため、事業承継により現店長が社長になったことを社外に広報するためにも新メニューを発表することが効果的です。強みである「社長の商品開発力」によるアドバイスと「店長のチャレンジ精神」により新メニューを開発し、新聞・テレビなどのマスメディアやチラシ、後述する SNS を活用して新メニュー広報する予定です。ラーメン・ちゃんぽんに並ぶメニューへと育てることが目標です。



(2) ネット通販用の商品を開発する

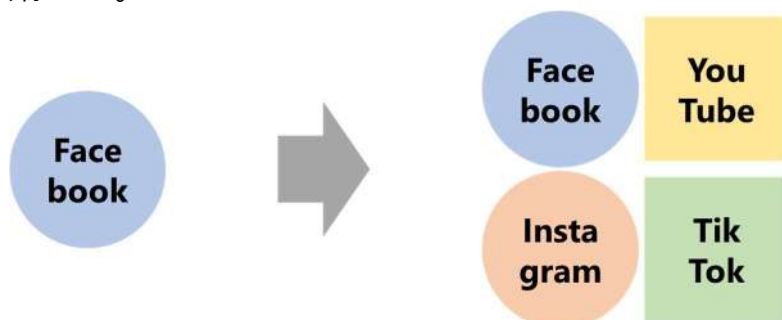
「お客様の自宅で飲食する」というニーズに対応するためには現状、出前と TAKE OUT を行っています。これらに加え、強みである「店長のチャレンジ精神」を活かし、「ネット販売の増加」という機会を掴むため、真空パック技術を活用したネット通販用の商品を開発します。麺やスープを真空パックすることで保存性を高め、日本中に「後楽園の味」をお届けしたいと考えています。販売サイト作成はホームページ制作会社に協力していただき、後述する SNS やマスメディアを活用し、販売サイトのアクセス数増加、商品販売へとつなげていきます。まずはふるさと納税へ出品することから始め、出前・TAKE OUT・ネット通販の合計で店舗販売の売上高と同等にすることが目標です。





(3) SNS を広告宣伝に活用する

上記「新メニュー」や「ネット通販用の商品」を開発してもお客様に認知していただければ、売ることにはできません。今までも Facebook はやってきましたが、情報発信の頻度が少なく、閲覧回数もそれほど伸びていません。そこで、摩王香取締役役に協力してもらい、情報発信の頻度を増やすこと、Facebook だけでなく Instagram への写真の掲載や YouTube、TikTok への動画の掲載を行うことで、幅広い性別、年齢、国籍へと新商品はもちろん後樂園を認知していただき、来店や商品購入を増加させます。少なくとも週 1 回投稿することが目標です。



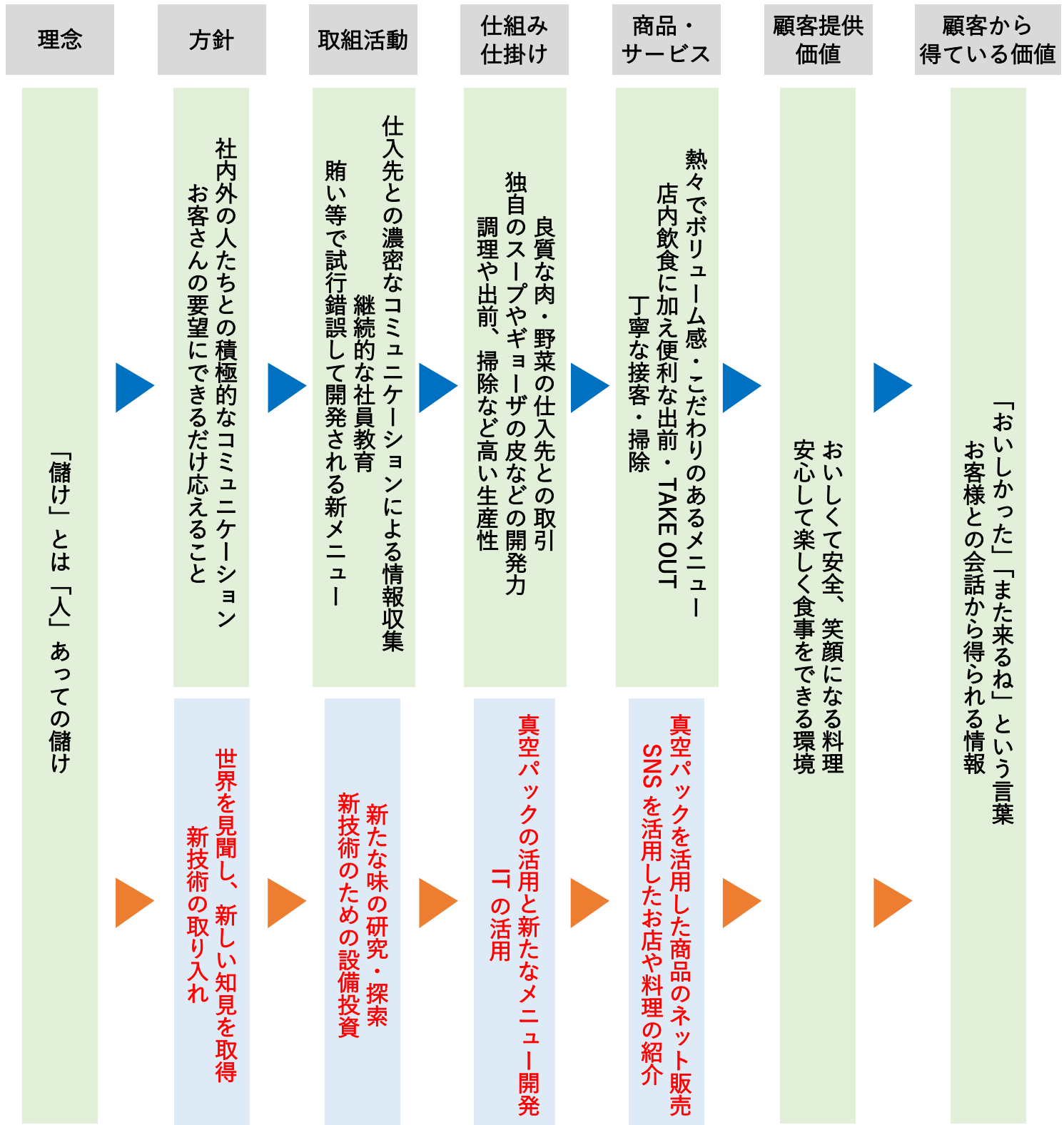
(4) 令和 5 年に事業承継を行う

事業承継には大きく分けると①親族内承継、②役員・社員等による承継、③第三者による承継（M&A）があります。現社長は約 3 年後、75 歳での①親族内、店長への事業承継を考えています。今後、(1)～(3)を実行し、業績を拡大させます。同時に、通常業務、事務処理、就業規則作成など店長が承継に関する準備を行うことで、スムーズに事業を承継することができます。



v. 将来価値ストーリー

IV. お客様の価値創造の仕組み（知的資産）で記載した現在価値ストーリーに4. アクションプランを実行することによって、将来価値ストーリーは以下ようになる。





(1) 知的資産報告書とは

「知的資産報告書」とは、企業における知的資産の認識・評価を行い、それらの知的資産を活用して企業の価値創造活動（価値創造戦略）に繋げていくプロセスを示すもので、過去から現在までの企業の価値創造プロセスおよび将来の中期的な価値創造プロセスを明らかにすることによって、企業の価値創造プロセスを高い信頼性をもって説明する報告書である。

(2) 注意事項

知的資産経営報告書に掲載した将来の経営戦略、事業計画、および付帯する事業見込の内容や数値は、現在入手可能な情報をもとに当社の判断にて掲載したものである。将来、当社の取り巻く経営環境の変化によっては、これらの記載内容を変更する必要があることがあり、その際は本報告書の内容が将来実施または実現する内容と異なる可能性がある。

したがって、本報告書の記載内容を当社が将来にわたり保証するものではないことを了承願う。

(3) 作成者

有限会社後樂園本店 取締役：諸岡 秀一

(4) 作成支援

本知的資産経営報告書の作成にあたり、本書記載内容につき、その客観性を維持し内容の向上を図る趣旨から、次に掲げる支援機関が支援・監修を行っている。

株式会社佐賀共栄銀行

多久市商工会

一般社団法人佐賀県中小企業診断協会

(5) 問い合わせ先

商号		有限会社後樂園本店
所在地		〒846-0031 多久市多久町1559番地4
担当者名		取締役：諸岡 秀一
TEL		0952-74-3221