



～身心（カラダ）がよろこぶ  
食べ物を造る～

有限会社平野商店

ほっとデリカ田舎



知的資産経営報告書  
2012

## 1. 社長から皆様へ（報告書を見て頂くご縁を大切に）

我家は、呉で酒の小売店をやっていました。  
私は10人兄弟の10番目なのに後継ぎとなりました。  
酒は免許制度と全国統一価格で守られていましたが、免許緩和の余波で安売競争が始まり、エスカレートし、15%~20%有った荒利もついに0.3%にまでなりました。

これでは先はないと判断し、他の事業への方向転換を考えるようになりました。

我家は、兄弟も親類も多く、本家の立場から、度々「法事」を行う機会に恵まれ、妻は料理作りに意欲を持つ様になり、腕を上げていきました。

そこで料理関係の事業に目が向き、小さくてもメーカーになれ、自分で価格が決められる仕事を選びました。

そして31年前現地で食べ物の店としてスタートしました。  
やってみると、材料仕入から、調理、販売、後始末と大変でしたが、お客様から「うまい」「便利だ」と褒められると充実感もあり、やりがいのある仕事です。

幸いにして、立地条件も良く、良い客層にも恵まれ、従業員とは同じ立場で、仲良く仕事ができ、物作りの楽しさを共有することが出来るようになりました。

31年間続けられたのは、お客様に必要とされる店だったからだと思えます。

そこで、この仕事をやってきた経験を文字として残せないかと思い、この報告書を作成する事になりました。

お客様に対する気持ちは、「うまいは第二」「安心安全が第一」という心掛けでやってきました。

ぜひ御一読頂き、お役に立てれば幸いです。

有限会社平野商店  
ほっとデリカ田舎

代表取締役 **平野 晴彦**



## 2. 経営哲学と事業概要

### (1) 経営哲学

#### 『身心（カラダ）がよろこぶ食べ物を造る』

ほっとデリカ田舎は身体と心の両方を満足させる「食」を提供します。

#### 経営哲学の実現

##### ◎「安心、安全」を第一に、「うまい」は第二

お客様に安心していただけるように、95%手造りによる調理で、添加物、冷凍食品を使用しません。

##### ◎「日本伝統の食文化の継承」

「弁当には高野豆腐を入れる」これはお茶などがなくても高野豆腐の水分で喉に詰まらないようにするための心配りです。

日本の食文化を見直し、これまで受け継いできた日本人にあったバランスのよい食、気配り・心配りのある日本伝統の食文化を継承し、伝えていきます。

##### ◎「正直」をモットーに、人に喜んで頂く事

正直であることをモットーに、ありのままをお伝えし、お客様にご理解をしていただき、喜んでいただける「食」を提供します。

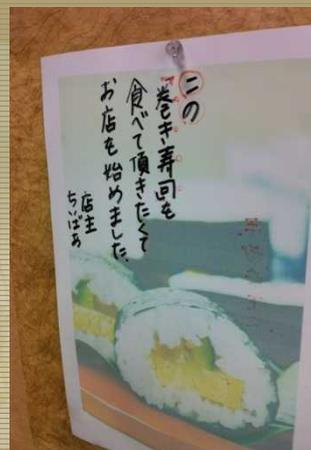
#### ～ほっとデリカ田舎のルーツは「巻き寿司」～

「地元で有名な巻き寿司専門店の巻き寿司を食べてみたら、自分がつくる巻き寿司のほうがおいしい。これなら自分のほうがおいしい料理をつくることができる」

大家族に嫁ぐこととなった店主ちいばあが受け継ぎそして自ら磨いた腕で巻かれた「巻き寿司」。

それがはじまりでした。

「巻き寿司はあともう一口食べたいと思う分量で巻く」受け継いできた日本の食の知恵がここに 있습니다。



## 2. 経営哲学と事業概要

### (2) 事業概要

ほっとデリカ田舎は、お客様の求める安心・安全な「食」を提供しています。



#### 【惣菜】

毎日25種類  
230円/100グラム  
(量り売り)



#### 【弁当】

10種類の弁当  
600円 (14時まで)  
700円 (14時から)



#### 【定食】

日替わり定食  
680円

3つの安心・安全な「食」を提供しています。

### ～手造りのこだわり～

家庭のもう一つの台所として、官公庁をはじめとするオフィス街に店舗を構え、お客様に安心して食べていただける家庭（おふくろ）の味、手間ひま、そして心をこめた95%手造りによる「食」を提供しています。持帰りの「弁当」、量り売りの「惣菜」、そして「定食」の3つの「食」を提供しています。

#### 「惣菜の主流は冷凍食品」

惣菜業界では、大量生産のための効率化や、過度の安全性の追求から、腐らない処理をし、いつまでも腐らないものまで生まれてきました。その主流に冷凍食品があり、飲食業界だけでなく、その手軽さ、便利さから、家庭の中でも「食」の中心としてあふれています。

そのような時代ではありますが、ほっとデリカ田舎では、お客様に安心、安全な食を提供するために、手間ひまをかけ、無添加・冷凍食品を使わない95%手造りにより、人のあたたかさのある「田舎」の味、「家庭（おふくろ）」の味をお客様に提供できるように心がけています。

創業より「食」にこだわり、二度の店舗形態、店名の変更をしながらも、31年間事業を続けております。



## 2. 経営哲学と事業概要

### (3) 市場環境

#### ①中心は、中食市場

ほっとデリカ田舎は中食を中心に事業をしています。中食（なかしょく・ちゅうしょく）とは持ち帰り惣菜のことを指す造語で、家庭外で調理された食品を家庭内でとる食事形態をさします。家庭で素材から調理する意味の「内食」、レストランなど外出先で食事をする意味の「外食」との中間にある食事形態として、「中食」といわれています。

#### ②中食の歴史

市場の拡大

##### 江戸時代

江戸時代初期の「煮売屋、煮染（にしめ）屋」がそのルーツといわれている。

##### 大正～昭和前期

「巷の惣菜屋」「煮豆屋」でコロッケ、揚げ物、煮物、煮豆が売られていた。

##### 昭和後期

百貨店などに「惣菜売場」ができ、量り売りがはじまるなど、現在の惣菜産業の基礎ができた。

スーパーマーケットが誕生し、スーパーでの惣菜が売上をのばし、スーパーの大型化、チェーン化など惣菜の大量生産などもはじまることとなった。

##### 平成（バブル崩壊まで）

高度経済成長で、女性の社会進出が増え、食の簡便化を促進し、コンビニエンスストアが急成長し、巨大な惣菜サプライヤーが誕生。

##### 平成（バブル崩壊から現在）

不況がつづき、少子・高齢化、晩婚化で単身世帯もさらに増え、共働きの増加によってさらに市場へのニーズが拡大。

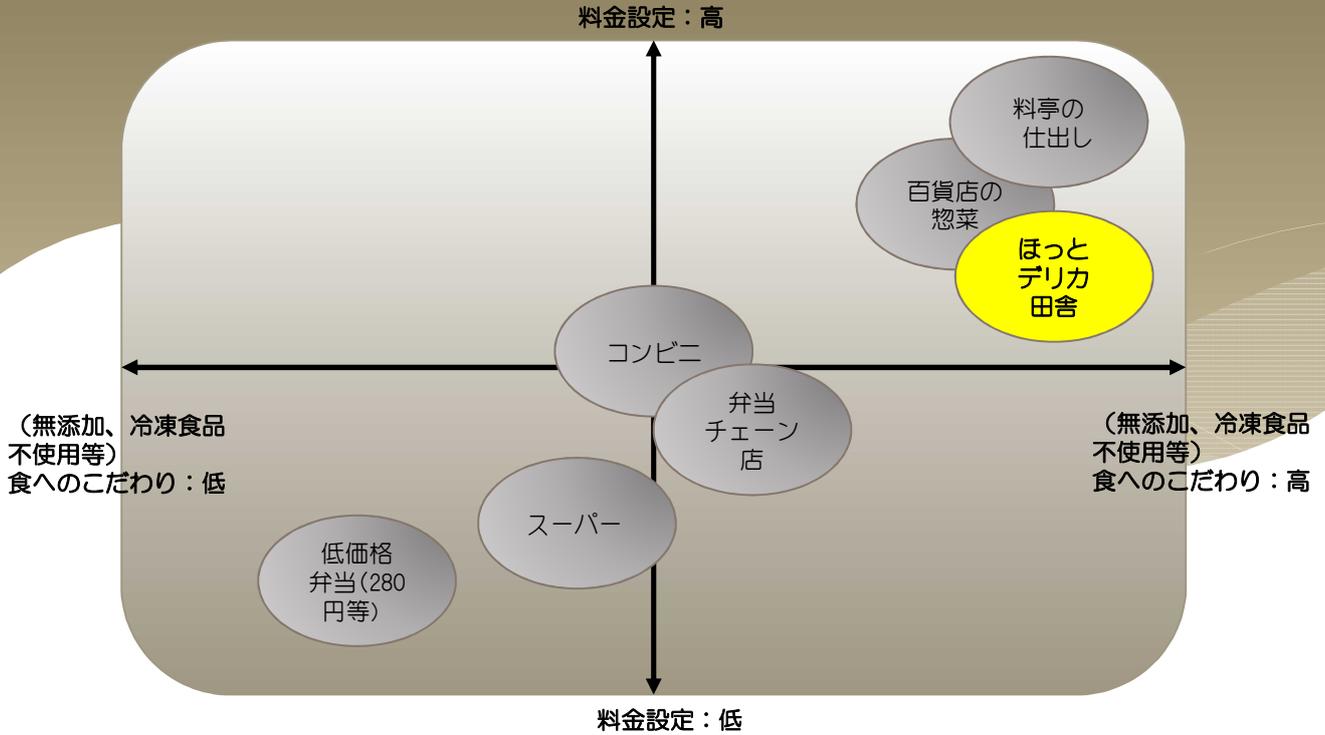
大量生産を可能にするために調理のオートメーション化や冷凍食品や添加物を多く使用するなどの効率化の体制が進む。

デフレや大量生産体制による低価格化がすすむ一方、食品偽装事件などもあり、「食」への意識がたかまり、「安心・安全」への需要が増えたことや、価格より質を求めるニーズもあり、「低価格業態」と「高価格業態」の二極分化の傾向となっている。



## 2. 経営哲学と事業概要

### (4) 業界地図(弁当・惣菜)



### (5) ほっとデリカ田舎を取り巻くSWOT分析

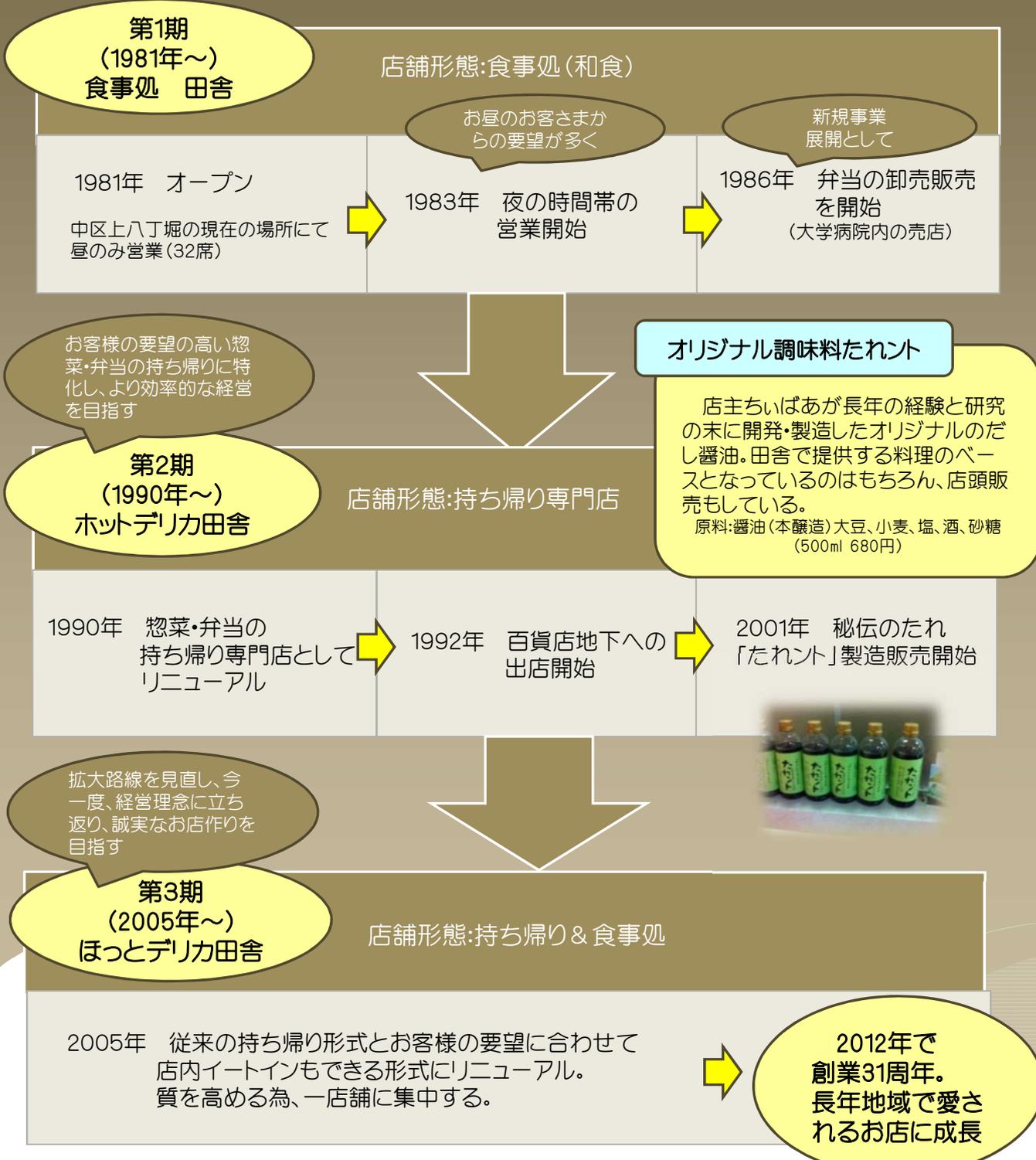
内部環境	Strength (強み)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・95%手造りの家庭の味</li> <li>・食品添加物、冷凍食品を使用しない</li> <li>・官庁街で客層の良い立地</li> <li>・オリジナル調味料「たれント」を使用し、常に統一した味を提供できる</li> <li>・作業ルール、レシピがあり、手間をかけた調理ながら、その中で効率よくできる技術がある</li> </ul>	Weakness (弱み)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・調理量に物理的な限界があり、大量生産できない</li> <li>・95%手造りのため、一般的な惣菜調理に比べ手間がかかる</li> <li>・広告・宣伝に力を入れていない為、集客は口コミが中心となっている(結果的に顧客対象エリアも店舗周辺地域が中心で、さほど広くない)</li> </ul>
	外部環境	Opportunity (機会)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・少子高齢化により核家族化が進展し、料理を作らない家庭がますます増加。(中食産業への需要増)</li> <li>・さらなる食の安全・健康志向の高まり</li> </ul>	Threat (脅威)



### 3. 過去から現在 (1) 沿革

ほっとデリカ田舎のルーツは1981年にさかのぼります。創業以来、これまでに2回、その時々のお客様のニーズへ対応すべく店舗形態と店名を変更してきました。

創業から現在までの31年を店舗形態別の第1期～第3期に分けたものが、以下の表となります。



### 3. 過去から現在

#### (2) これまでの経営方針・強みの蓄積

創業以来の  
経営理念

第1期～第3期にわたる沿革を、各期の運営指針と合わせて顧みると、現在に受け継がれているお店の強みがどのように蓄積されてきたかが見えてきます。

身心（カラダ）がよろこぶ食べ物を造る

#### 第1期

1981年  
～  
食事処  
田舎

- ・「正直をモットーに人に喜んで頂ける仕事の提供」
- ・創業時の第1期は、お客様にいかに喜んで頂き、いかに固定客になって頂くか、言わば事業を軌道に乗せるための運営に力を入れてきました。負けず嫌いで頑張り屋のちいばあのおいしい手造り料理を多くの人に味わって欲しいという想いが特に強く、新たなメニューを開発するたびにレシピとしてまとめていきました。

#### 蓄積された強み

- ・経営者自身の心構え（正直さ、おもてなしの心）
- ・レシピノート

#### 第2期

1990年  
～  
ホット  
デリカ  
田舎

- ・「日本伝統の食文化の継承」
- ・第2期に入る頃には、中食産業の需要を追い風に、持ち帰り専門店として、質の高い惣菜・弁当をいかにより多くのお客様に提供するかに注力しました。より効率的な運営を模索してきた結果、この時期に数々の運営ノウハウが蓄積されました。また一方で、日本伝統の食文化が失われつつあることを強く感じていたこともあり、提供する惣菜・弁当の中にも日本伝統の食文化の継承という思いを込めるようになりました。

#### 蓄積された強み

- ・経営者自身の品質を保つ為の自己研鑽
- ・オリジナル調味料（たれント）
- ・仕入れ先管理ボード
- ・効率化の為の様々な店舗内ルール
- ・取引先銀行との良好な関係
- ・仕入れ先との協力関係（対等な立場でのパートナーシップ）

#### 第3期

2005年  
～  
ほっと  
デリカ  
田舎

- ・「安心・安全を第一にうまいは第二に」
- ・これまでの拡大路線からくる心労により、ちいばあが大きく体調を崩しました。その際に「身体的にも精神的にも食が大事である」と再認識する事となり、これまで以上にお客様への「食の安心・安全を第一に」考えるようになりました。今一度、純粋に経営理念に立ち返り、事業拡大路線を見直し、百貨店への出店をやめました。現在の「ほっとデリカ田舎」一店舗に集中させ、この第3期からは、あえて事業範囲を小さくすることで、自分達の納得のいく質の高い料理を提供する事に注力するようになりました。

#### 蓄積された強み

- ・味のMTG
- ・連絡ノート
- ・全スタッフの調理力
- ・経営者の飲食店経営における長年の経験と知恵
- ・スタッフとの良い関係（卒業したスタッフを含め）
- ・マナーを守って頂ける良い客層



## 4. ほっとデリカ田舎の強み (1) 知的資産の3要素による分類

前節に記した「過去から現在までに蓄積された強み」を知的資産の3要素である「人的資産」「構造資産」「関係資産」に分類してみると、以下のようになります。

### 人的資産

従業員が退職時に一緒に持ち出す資産

- ・ 経営者自身の心構え（正直さ、おもてなしの心）
- ・ 品質を保つ為の経営者自身の自己研鑽（京都の料亭巡り等での研究活動）
- ・ 全スタッフの調理力（ベテランスタッフはもちろん、店舗内の全スタッフが接客から仕込み・調理まで行える）



### 構造資産

従業員の退職時に事業所内に残留する資産

- ・ 経営理念（31年続いた伝統）
- ・ たれント（味の統一）
- ・ レシピ（95%手作りの料理）
- ・ 味のMTG（味の統一）
- ・ 交換ノート
- ・ 仕入先管理ボード
- ・ ルール（野菜の切り方、水の使い方、掃除の仕方、オウム返し、火の使い方、先入れ・先出し（赤ゴム））
- ・ 必要なだけ作る調理法（常に造りたての料理を提供）



### 関係資産

事業所の対外的関係に付随したすべての資産

- ・ お客様との関係（お客様への心遣いやお客様から学ぶ姿勢を大事にする結果、マナーを守って頂ける良い客層に支えられている）
- ・ 仕入先との協力関係（仕入先を大事にする姿勢）
- ・ 卒業したスタッフとの関係（成長できたと感謝の声）



田舎スタッフ 高木 篤子さん  
「8年前からお世話になっています。それまで、銀行に勤めていましたが、全く業務内容も異なるし、元々、食べる事が好きだった事もあり、食を造る楽しさが解りました。また、ちいばあの経験や考え方をたくさん教えて頂き、家庭に帰った時にも家事の段取りが良くなりました(笑)自身の成長にもつながっており、とても感謝しています。」



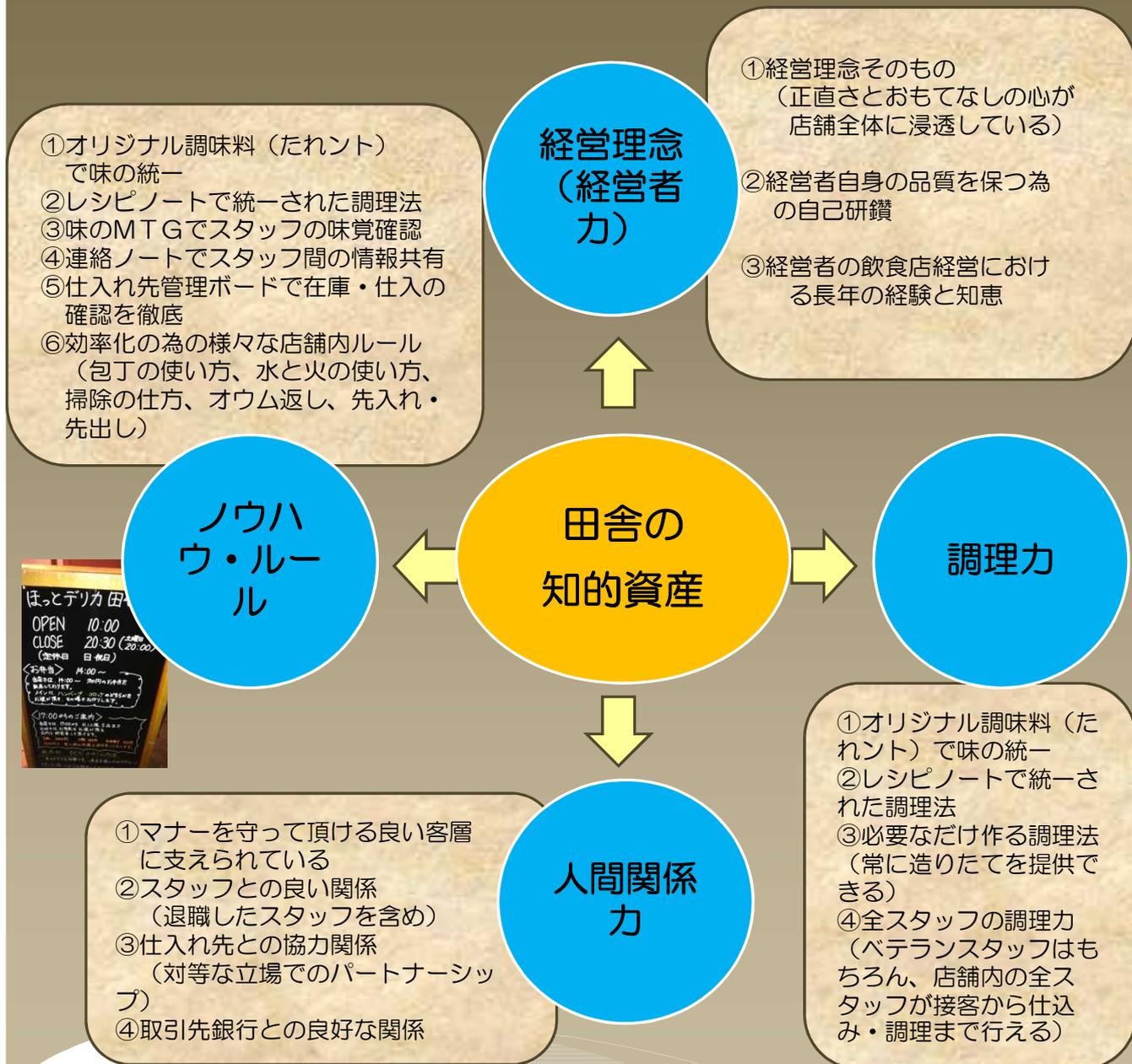
## 4. ほっとデリカ田舎の強み (2) 強みの蓄積ストーリーによる分類 (セグメント分析)

「セグメント分析」とは、企業経営の一連の事業活動を「経営理念・方針」「マネジメント」「技術・ノウハウ」「製品・サービス」の4つのセグメントに分類して知的資産の動的な価値を流れに沿って捉え表現していく分析フレームです。



## 4. ほっとデリカ田舎の強み (3) 4つの知的資産としてのまとめ

これまで、様々な視点から明らかにしてきた強み（知的資産）を、その性質ごとに大きく分けると、結果として以下の4つの知的資産として分類することができます。



## 4. ほっとデリカ田舎の強み (4) 4つの知的資産の詳細



### ① 経営理念（経営者の能力含む）

ほっとデリカ田舎の事業はその経営理念「身心がよろこび食べ物を造る。」の実現を目指したものであり、この経営理念が現在のほっとデリカ田舎をつくっています。

#### ① 経営理念そのもの（正直さとおもてなしの心が店舗全体に浸透している。）

→ 経営理念としてほっとデリカ田舎で働くときに伝えるだけでなく、日々の業務のなかの動きのひとつひとつがその理念に基づく行動であり、スタッフに身につけています。お客様も家族のように思いやる姿勢が正直さとおもてなしのサービスを生みだしています。

#### ② 経営者自身の品質を保つ為の自己研鑽

→ 「自分の味覚に絶対はない」との思いから、京都の老舗料亭で出される料理の基本である出汁の「のどごし」を自らの味のものさしとし、定期的に視察し、その確認を続けております。日本の家庭に伝えられてきた日本の家庭料理の伝統を受け継ぐことや、食べ歩きによる味の探求はもちろん、食材の素材を活かす知恵と知識の研究を続けています。味の統一のために考案されたオリジナル調味料「たれント」もそのために考案されたもののひとつです。

#### ③ 経営者の飲食店経営における長年の経験と知恵

→ 長年の飲食店経営の中で、現在の「ほっとデリカ田舎」となるまで、その店舗形態を変化させています。持続可能な経営理念の実現のためには変化も必要であり、変わることを恐れませんが、ほっとデリカ田舎は常に変化し続けています。

どの時期にも事業としては好調なときに惜しまれながら変化させてきました。変化をするには勢いがあるほうがいい、下降するなかでの変化には大きな労力が必要となり、難しいという経営者の長年の経験と知恵の判断で変化を成功させてきました。

変化することで変わらない「食」を提供し、それを理解してくださるお客様に恵まれて31年間続けていくことができます。

### ～この知的資産を活用した事例～

• お惣菜の盛り付けも工夫（おもてなしの心）  
（お客様がとりやすいような盛り付けにしてある）

• お客様の健康を考えたメニュー  
（夏の日には熱中症防止のために塩分のあるものを）

• 「味の判断は舌でなくのどごし」  
（長年の自己研鑽から生まれた味のものさし、甘い辛いではなくのどごしが大切）

• 「食」の追求にともなう店舗形態の変化（食事処から持帰専門店、そして現在）  
（「食」を追求した結果、店舗の形態を変化させてきましたが、お客様にもその変化を受け入れていただき、31年間「食」の提供を続けていくことができます。）



定食の生卵とお漬物はサービスというおもてなしの心



## 4. ほっとデリカ田舎の強み (4) 4つの知的資産の詳細



### ② ノウハウ・ルール

ほっとデリカ田舎には、日本の家庭に受け継がれてきた調理の知恵や、「もったいない」精神からの作業の効率化を考えたルールがたくさん存在し、スタッフ全員がそのルールを守ることで、食材の無駄や調理の効率や、水道、光熱費だけでなく人件費の削減、サービスの質の向上につながっています。経営理念の実現のため知的資産が形になってあらわれているものです。

#### ① オリジナル調味料（たれント）で味の統一

→スタッフによっての味の違いがでないように味の基礎を統一するために考案された「ほっとデリカ田舎」の「食」に流れる血液のようなもの。

#### ② レシピノートで統一された調理法

→レシピノートには調理だけでなく、次の段取りなども盛り込まれています。

#### ③ 味のMTGでスタッフの味覚確認

→統一された味の質を継続するために、スタッフ全員の味見で味を確認しています。

#### ④ 連絡ノートでスタッフ間の情報共有

→調理中はお互いそれぞれの作業に集中するために、作業後にノートをつかい、情報交換や問題点の指摘、業務について提案などを行っています。情報の共有が難しいことが多いが、一度頭の中で整理してノートに書くということによって、自分の意見を整理することにもなり、スタッフの考える力を育てる社員教育ツールにもなっています。

#### ⑤ 仕入れ先管理ボードで在庫・仕入の確認を徹底

→スタッフ全員がルールを守るだけでなく、仕入れ先にも仕入についてのルールを守っていただくことで、スタッフ、仕入れ先のどちらが見てもすぐわかるような仕組みを作り上げています。信頼関係の向上にもなっています。

#### ⑥ 効率化の為の様々な店舗内ルール

（包丁の使い方、水と火の使い方、掃除の仕方、オウム返し、先入れ・先出し）

→ルールの徹底で大きな失敗をしなくなります。良い仕組みはルールとして取り入れ、効率よく質の高い「食」の提供につながります。

### ～この知的資産を活用した事例～



#### 【ほっとデリカ田舎にあるルールの一例】

- 「手だけ洗わない」「高野豆腐をつけた水は、打ち水としてつかう。」  
「米を研いだ水は植木に」  
→手を洗うときは皿などと一緒に洗い水を無駄遣いしない。環境にも配慮した水の利用
- 「洗う物は汚れの少ないものから洗う」「食材の皮むきは汚れないものから」  
→生活の知恵も作業に取り入れ効率アップ
- 「空の手で動かない」  
→空いた手は他のスタッフの手にもなるので手を貸すことで一人の手が何人もの手にもなる。
- 「はい」だけの返事はしない（オウム返しの返事のルール）  
→質問には復唱することで、誤解のない返事をするとともに、他のスタッフにも自分の状況を知らせることもつながる。
- 「赤い輪ゴム」  
→赤い輪ゴムをつかった在庫管理で誰が見てもわかる在庫管理を実現



## 4. ほっとデリカ田舎の強み (4) 4つの知的資産の詳細

### ③調理力

飲食・惣菜販売店にとって最も大切な能力として「調理力」が挙げられますが、ほっとデリカ田舎には、以下の知的資産により、その調理力がある事が証明できます。

- ①オリジナル調味料（たれント）で味の統一  
→いつでもどのスタッフでも統一された質の高い味。
- ②レシピノートで統一された調理法  
→いつでもどのスタッフでも統一された質の高い味。
- ③必要なだけ作る調理法・ノウハウ  
→各ルールにより作業効率を高めた結果、常に造りたてを提供。
- ④全スタッフの調理力  
→勤続8年のベテランスタッフはもちろん、各種のルール・ノウハウのおかげで、全スタッフの調理能力が総じて高まった。  
(各々が95%手造りで一から調理でき、新メニューを提案できる)



レシピノート

オリジナル調味料  
「たれント」開発秘話



百貨店に出店していたある日の事、その百貨店から、「今日の味はいつもと違う」とお客様からクレームがあった旨の電話が入りました。後日、調理を担当したスタッフが、レシピを守らず自分がいいと思った味付けで独自に調理していた事が解りました。この時の反省を元に、いつでも誰が作っても同じ味付けで調理できるように、ちいばあの研究と試行錯誤の末に誕生したのが「たれント」なのです。

### ～この知的資産を活用した事例～



- 無添加で冷凍食品を使わない手造りのメニューが豊富  
(毎日、日替わりで弁当10種類、惣菜25種類の品揃えを維持し続けている)
- 常連客に人気の定番の売れ筋メニューが存在する (からあげ、白和え、サバ煮付、コロッケ、ハンバーグ、煮しめ、なすのはさみ揚げ、特製巻き寿司など)



## 4. ほっとデリカ田舎の強み (4) 4つの知的資産の詳細

### ④人間関係力

当然の事ながら、お店はそれを取り巻く様々な人々から支えられて成り立っています。ほっとデリカ田舎では、これまでに培うことのできた以下の人間関係力が、働いてくれるスタッフをはじめ、仕入れ先業者、金融機関、お客様との間に、知的資産として蓄積されています。

#### ①スタッフとの良い関係（卒業したスタッフを含め）

- ・連絡ノート  
各々のスタッフとの情報共有・コミュニケーションツールとして活用。
- ・レクリエーション活動（年に1回の社員旅行）  
スタッフ間の交流を深め、チームワークを高めるためにも社員旅行を定期的に行っている。研修も兼ねて京都の料亭にスタッフ皆で行く事も。
- ・卒業したスタッフから「成長できた」と感謝の声をもらえている。



連絡ノート

#### ②仕入れ先との協力関係（対等な立場でのパートナーシップ）

仕入れ先業者をパートナーとして大切に扱う姿勢を大事にしており、その結果、厨房に設置してある「仕入れ先別在庫管理ボード」を仕入れ先業者が定期的に見て勝手に補充してくれるような良好な関係ができている。



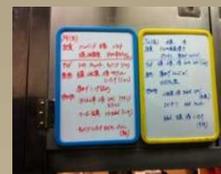
仕入れ先管理ボード

#### ③取引先金融機関との良好な関係

創業時からの取引先金融機関があり、ほっとデリカ田舎がこれまで順調に経営できてきた結果、良好な関係が築けている。

#### ④マナーを守って頂ける良い客層に支えられている

→全てのお客様に平等なサービスを提供することを心掛けてきた結果であり、同時にお客様の一言から学ぶ姿勢を忘れない結果であるといえる。



### ～この知的資産を活用した事例～

- ・地元金融機関から様々な面で協力してもらえる  
（融資はもちろん、新たな仕入れ先の紹介、事業ファンド等の新たな事業展開への提案など）
- ・仕入れ先が急な在庫切れにも迅速かつ優先的に対応してくれる
- ・卒業したスタッフがまた新たなスタッフを紹介してくれ、良質な人材雇用のサイクルができている
- ・お客様が講師となるミニセミナーを当店を会場として、2007年から現在までに10回開催した（料理教室をはじめ広島在住の文学者である金先生の日中韓講座など）→地域のコミュニティ作りに一役買っている



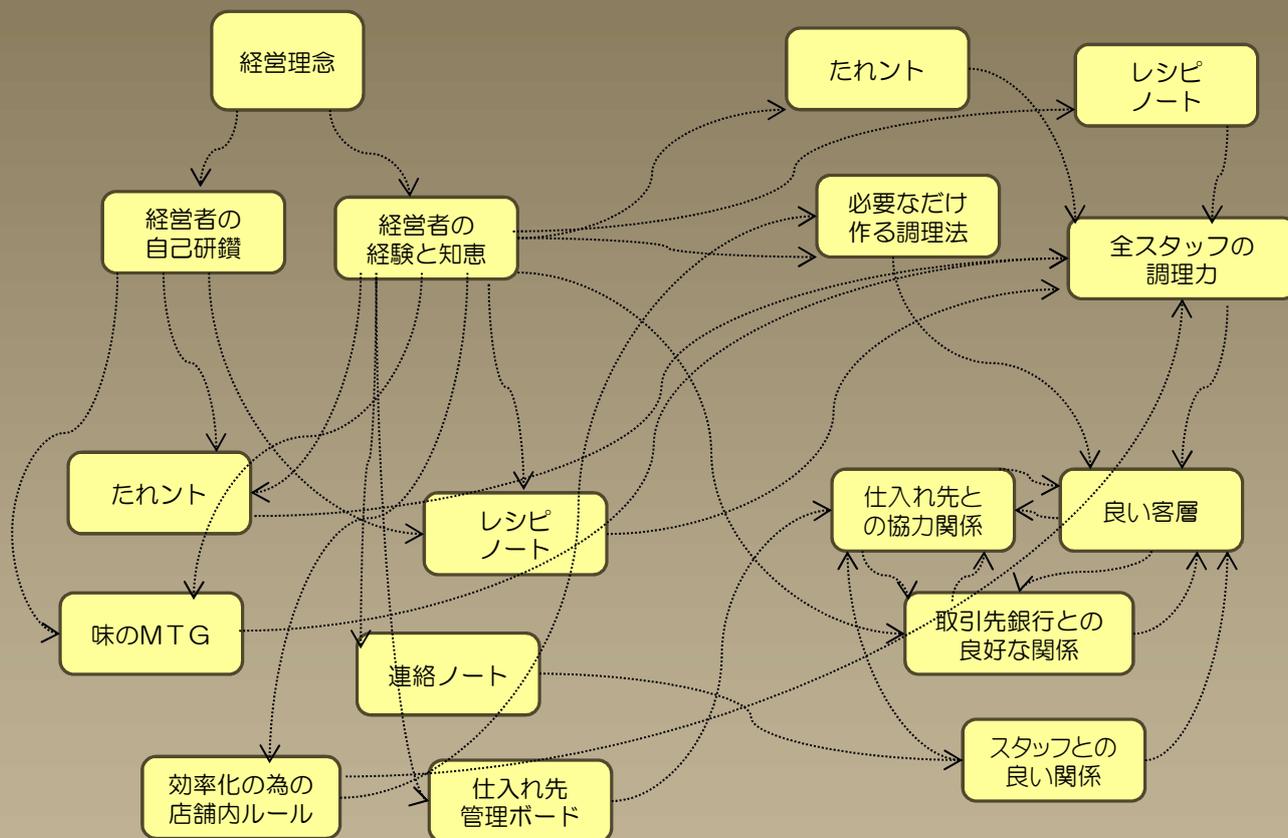
## 5. これからの事業展開 ～知的資産の活用方針（知的資産活用マップ）～

ほっとデリカ田舎の持つ様々な知的資産は、単独で効果を発揮するというよりむしろ、複雑に相互に影響し合うことでより大きな相乗効果をもたらしています。

ほっとデリカ田舎では、これらの知的資産を今後も活用しつづけ、「これからも100年間さらに地域に愛されるお店」を目指していきます。

### <経営理念（経営者力）>

### <調理力>



### <ノウハウ・ルール>

### <人間関係力>

**製品・サービス**  
「全てのお客様にいつでも変わらぬ質の高い味とサービスの提供」

経営ビジョン  
これからも100年間さらに地域に愛されるお店



## 6. 会社概要（会社データ）

### ① 店舗

店舗名	ほっとデリカ田舎	
所在地	広島市中区上八丁堀5-5	
事業内容	弁当、惣菜（量り売り）の製造、販売、飲食店	
事業開始日	昭和56年4月29日	
事業の沿革	昭和56年4月29日 食事処「田舎」開店（昼のみの営業） 昭和58年 夜の営業開始 平成2年3月25日 店舗改装「ホットデリカ田舎」として開店 平成13年 秘伝のたれ「たれント」製造販売開始 平成17年3月22日 店舗改装「ほっとデリカ田舎」として開店 平成24年 現在に至る	
事業実績	昭和61年～ 平成4年～ 平成6年～平成8年	大学病院売店へ卸売販売 百貨店地下への出店 サタケジャパンクラシック（広島女子オープンゴルフ）参加者へ弁当の提供
従業員数	5名	
営業時間	10:00～20:30（土曜日は20:00）	
T E L	082-223-0124	
F A X	082-223-7070	

### ② 会社

商号	有限会社平野商店	
本店	広島県呉市宮原十一丁目8-24	
会社成立日	昭和59年7月16日	
資本金	金300万円	
役員	代表取締役 平野晴彦	
	取締役 平野千紗子	



## 7. 店主ちいばあからのメッセージ

### ～100年後の「ほっとデリカ田舎」は 薬師寺の塔のごとく～

100年後、そうっとお店の前を通過してみた。  
「やってる。やってる。」  
いりこの出汁の味噌汁の薫り。  
ハンバーグを焼いている薫り。

昔も今もやることは一緒。  
そうして作り続けて、脈々と伝わる、「食」を楽しむ仕事。  
その中で、その時その時の時代の流れを心に刻み、お客様の  
嬉しそうな姿から、己も幸せを感じ、共に宝の汗を流し、  
笑顔がお店一杯に広がっていること、間違いありません。

なぜ？  
それは昔から続いている「老舗」は、別に変った事をされて  
来た訳でもなく、100年、200年、時代と共にその心を守っ  
てこられたから今日があるのだと思います。  
当店もそうで有ると信じています。

薬師寺の塔がしっかり歴史を語り続けて  
いる様に・・・。

ほっとデリカ田舎  
店主ちいばあの日常の  
想いを綴った本が発売  
されます！

「ありがとうの  
心がけ」

平成24年5月  
(株)文芸社より発売！



有限会社平野商店  
ほっとデリカ田舎  
店主 ちいばあ こと  
**平野 千紗子**



## 8. あとがき

### ①知的資産とは

知的資産経営とは、従来バランスシートに記載されている資産以外の無形の資産であり、企業における競争力の源泉である人材、技術、技能、知的財産（特許・ブランドなど）、組織力、経営理念、顧客とのネットワークなど、財務諸表には表れてこない、目に見えにくい経営資源の総称を意味します。よって、「知的資産経営報告書」とは、目に見えにくい経営資源、即ち非財務情報を、債権者、株主、顧客、従業員といったステークホルダー（利害関係者）に対し、「知的資産」を活用した企業価値向上に向けた活動（価値創造戦略）として目に見える形でわかりやすく伝え、企業の将来性に関する認識の共有化を測ることを目的に作成する書類です。経済産業省から平成17年10月に「知的資産経営の開示ガイドライン」が公表されており、本報告書は原則としてこれに準拠しています。

### ②注意事項

本知的資産経営報告書に掲載しました将来の経営戦略及び事業計画ならびに付帯する事業見込みなどは、全て現在入手可能な情報をもとに、当社の判断にて掲載しています。

そのため、将来にわたり当社の取り巻く経営環境（内部環境及び外部環境）の変化によって、これらの記載内容などを変更すべき必要が生じることもあり、その際には本報告書の内容が将来実施又は実現する内容と異なる可能性もあります。よって、本報告書に掲載した内容や数値などを、当社が将来に亘って保証するものではないことを、十分にご了承願います。

### ③問い合わせ先

ほっとデリカ田舎

所在地：広島市中区上八丁堀5-5  
TEL：082-223-0124  
FAX：082-223-7070



作成支援者 社会保険労務士・行政書士 岡本 典親  
行政書士 用皆 光康





有限会社平野商店

ほっとデリカ田舎

知的資産経営報告書  
2012