






◆基本情報◆	
開店日	西暦 2012年 5月 (設立 10年)
【店舗名】	陽はまたのぼる竹田本店
【店長名】	本田 智之
【店舗住所】	大分県竹田市竹田町259
【TEL】	0974-62-2177
【営業時間】	18:00-24:00 (日、祝)17:00-23:00
【定休日】	火曜日 不定休
【主な客層】	竹田市に住むオールターゲット、市外県外観光お客様
【立地】	駅徒歩(10)分 繁華街
【客単価】	4,200円
【席数・坪数】	28 席 20 坪


書類審査シートの書き方・注意事項 店舗独自の取り組みを教えてください。取り組みはより具体的にわかるよう、取り組み名や数値による表現などもあれば明記ください。赤字はご入力いただく際のご説明です。削除してご入力ください。

外観写真		理念 (企業理念) 地域必愛人～so many men.so many minds～
	想い つくられた背景	(ビジョン) 食を通じて地域で最も必要とされ愛される企業(店舗理念)人のために～ありがとうが溢れるお店～(背景)竹田市を飲食を通じて元気になりたい。ただその思いだけで代表が一人で開業。修行を積んだ福岡での出店を目指し構想を練っていたが、週末の竹田の繁華街の閑散とした景色に衝撃を受け、自分はそのまま故郷を捨て福岡に行ってしまうといいのか?と、自問自答を繰り返した末、決意。
	具体的に実践している取組み・仕組み	理念浸透経営に力を入れている。WOOD HOUSEマインドブックを作成し指針としている。企業理念と、飲食人 社会人としての在り方を社内共有している。毎日の朝礼時にマインドブックを読み合わせ、心に浸透させ営業に望んでいる。アルバイトスタッフにも、理念研修を実施させてもらいマインドブックを共有し、社員と同じ意識をもってもらえるように理念浸透をしている。地元食材を軸に料理提供させて頂くことでお客様、取引業者に理念を伝えている。
実践した結果どうなったか(数値による変化などもあれば)	(現場での結果)企業理念を一人一人の人生の目標や価値観をリンクする事により、会社としてのビジョンに添いながらも、それぞれのやりがいを見つけ、地に足がついたリーダーが生まれ、また、雇用の面でお客様のお子様を働かせるれないか?の声で 大学や専門学校がない場所でこれまでに約20人の学生をアルバイトとして雇用させていただき、お客様としてご来店いただいた方の直接採用を含めると30人。地域で一番若い世代の人材が働くお店として、街に活気を与えている。	



料理	看板メニュー写真	料理写真	こだわり 想い
			元来もつ鍋のルーツがない地域でもつは煮て食うもんじゃない、焼いて食うもんじゃと否定されながらもブルーオーシャンの考えのもと丁寧にブランディング。地元生産者様、業者様と取引をさせていただき地産地消を軸とし、竹田素材ともつ鍋を融合した。日本名水100選の名水をもつ鍋の命であるスープに使用する事でよりよらかな繊細な味に仕上げている。
	説明 10種類のスープを選べる元祖もつ鍋ハーフ&ハーフ・スープには日本名水百選の竹田の名水を使用。	説明 ご自宅で簡単にもつ鍋・陽はまたのぼるのもつ鍋をスープを注ぎ火にかけるだけでお楽しみいただけるもつ鍋セット。	具体的に実践している取組み・仕組み 往復1時間かき名水を10年間汲みにいき続ける。生産者様どころへも足を運び、思いや出来上がるまでの背景を学び、メニュー作りに活かしている。全10種類のもつ鍋スープをハーフ&ハーフで1人前ずつ食べられる独自のスタイルを確立し、人口が少ない地域で働けることなく何度でも通えるようスープの種類を増やした。手間隙なくご自宅で簡単に食べられるもつ鍋セットを開発した。
実践した結果どうなったか(数値による変化などもあれば)	もつ鍋の定着。年間通して注文率は90%。夏の時期でも、冷えた店内で熱々のもつ鍋とキンキンの生ビールを楽しむ文化ができた。冬の時期ではもつ鍋宴会の確立。12月の繁忙期にはご予約が溢れ隣にある姉妹店のお席を利用してもつ鍋を提供。テイクアウトもつ鍋は、年間で一番売上が多い月では全体売上の30%を占める。キャブで竹田の自然を活かしたシーンでのご利用も増えている。		


CS接客	店内内観写真1	店内内観写真2	こだわり 想い
			お客様からの信用を一番に、長く愛してもらえる関係性作りを意識している。飲食店の基本や、礼儀を大切にしながら、お客様にとって居心地の良い空間と居酒屋らしい活気と温かみのある接客を目指している。商品知識と美味しさだけを提供されるサーバーを育成している。どうやってお客様にできるかに頭を使うのではなく、どうい気持持ち備わっていたかをご大事にしている。
	説明 竹田の無垢材を使用した趣のあるカウンター席。1Fはオープンキッチン2Fはお座敷で大宴会も対応可能	説明 店内外で使用している暖簾は、竹田の監染工房にオーダー。内装にも竹田のこだわりを随所に取り入れる	具体的に実践している取組み・仕組み 来店～退店までを5つのシーンに分け具体的なおもてなしやポイントを明確にした。当店オリジナルの接客マニュアル「SS11A」を開発。それをもとにお客様に感動していただけた接客を目指している。特に意識しているのは「お見送り」。どんなに忙しくても2人以上で外までお見送りをする。7年前よりタッチパネルを導入、人にかきできない接客の時間を多く取れたため客単価に響いてきた。
実践した結果どうなったか(数値による変化などもあれば)	するべき接客を明確にした事により、特に新人スタッフの成長が早くなった。接客の質が底上げされリピート率が上がった。近隣他店舗との差別化を図ることができ、Googleクチコミ点数では街で一番高い☆4.8をいただいている。お店の接客に信頼と定評をいただき近隣のビジネスホテル様やゲストハウス様より月約20組以上のお客様をご紹介いただいている。		

社名	WOOD HOUSE株式会社
----	----------------

ES スタッ フ教育 ・スタッ フ満足 度向上	スタッフ集合写真 	こだわり 想い	まず何よりも大分県竹田人口2万人過疎化が進む街を飲食を通じて活性化するんだという共通の認識、共通の理解、共通の言語、共通の体験を何よりも大切にする。ドミナント経営の強みを活かし、店舗の枠を超えチームワークを大切にしている。人づくりは店作り、店づくりは街づくりの認識を大切に、お店の成長が街の活性化となりその発展を担うのが「人」であり、それが経営理念である「地域必愛人」地域から必要とされ愛される人の体現である。日常生活と飲食人のプロとして大切なお客さまとリンクさせ理念の地域必愛人になるために人材育成に力を入れている。一人一人のスタッフの個性を大切に、長所を伸ばし短所はカバーしあう風。
	説明 30m圏内にドミナント3店舗、食品加工グループ会社1社。竹田を愛し地に足のついた個性溢れるリーダー達	具体的に実践している取組み・仕組み	店舗だけの会議ではなくエリアを超えて全社員会議を行う事により視野が広がり、視点が変わり、制度が向上することを大切にしたい全社員会議を7年間毎月実施している。会議ごとに学習テーマを設け全社員で取り組み、外部講師をお招きし全社員で学ぶ場をつくる取り組みも行っている。ひとつ例をあげるならばチームビルディング。自分と他者との思考の癖がわかりコミュニケーションが円滑になる。ハーマンモデルの利き脳の推定と分析を利用し、理論的、数値的にそれぞれの特性を理解してスタッフ教育に役立て、チームによるES向上による生産性アップの取り組みをしている。
		実践した結果どうなったか(数値による変化などもあれば)	全社員会議でインプットだけでなくアウトプットの場を多くつくる事により自立性が養われてきている。ラーニングピラミッドの学習方法でいくと人に教える事により90%以上の学びを得ることを外部講師から学んだ。ハーマンモデルではそれぞれの得意のタイプ(ミッション型、タスク型、ビジョン型、コミュニケーション型を明確にする事により得意、苦手な事を踏まえ長所を伸ばす教育ができることで生産性を考えるようになった。地域全体を飲食を通じて活性化したいという想いのもとで居酒屋甲子園の大分県版「大分KARUU会」を弊社代表と幹部社員が立ち上げた。それにより全社員の学びの場が増えさらに大分県全域の飲食店企業様と学びの場を共有している

◆集客◆			
具体的に実践している取組み・仕組み	コロナ禍で街に一人でも感染者が出ると売り上げが激減する地域柄があるため創業から10年間つづけてきたもつ鍋お取り寄せ販売、全国発送に力を入れた。販促チラシの配布SNSでの集客と地元道の駅の委託販売の契約をさせていただき販売している。お取り寄せでもスープに使う水を汲みに行きこだわりを大切にお店オリジナルを全国に届けている。メのちゃんぽん類にも竹田名水使用	実践した結果どうなったか(数値による変化などもあれば)	最高売上UP2021年12月250万円(昨対180%) 初年度から比べると売上UP10倍。全国発送する事により、お歳暮としてのご利用、年末年始のご自宅でのご利用、地元企業様の忘年会ができない代わりに社員への福利厚生での商品として営業する事により売り上げを伸ばした

◆お店のこだわり・強み◆コロナ禍で生まれた新たな取り組み・強み	
お店のこだわり・強み	 1次会のご利用要素が強いお店で、コロナ禍 特2次会や深夜帯の集客が弱い現状があった中、お客様からいただいた声「ラーメンを食べたい」に応えさせていただきました。この街の繁華街にはラーメン屋がありませんでした。お食事でもお酒を飲んだメの一杯にも老若男女問わずお年寄りからお子様まで喜んでいただけるラーメンを試行錯誤して「竹田中華そば」を新メニューとして開発しました。竹田市の湧水と県産鶏ガラをベースにしたスープ。竹田市の奥豊後隊のチャーシュー。竹田市藤野屋さんの卵で煮卵。大分県の醤油と竹田の干し椎茸を使用して秘伝の返しを。そこから新たな流れができました。街を楽しんでいただくためのエリアでのお客様の紹介を行う。例えばもつ鍋を食べに陽はまたのぼるへ。そこから姉妹店のスナックをご紹介します。そのまま出前で中華そばや名物の手羽先などを配達。もしくは締めでそのまま戻って中華そばを一杯食べにさせていただきます。これはターゲットではなくニーズ(街に必要としているから)に合ったもの。こちらはすぐに反響を呼び、繁忙月には月50組185名 売上30万円 全体の10%の売り上げを上げました
新たな取り組み・強み	 自社保冷トラックを活用してのサービス「陽はまたのぼる」を開始。なかなかお店まで足を運ばないご年配の方がたくさんいらっしゃる中で、ウーバーイーツや出前館が無い地域だからこそ、自分たちでできることを考えて頂こうとスタートしました。ありがたいことに常連様からお店を応援いただくもなかなかできないから、これなら応援できると逆に励まされたこともありました。独自の陽はまたのぼるは売価はそのままで、「いって何でおつくりできる」のサービスと一緒にしました。ご注文と一緒に丸亀さんの唐揚げ、クローネカフェさんのケーキ、スーパーでイレットペーパーなど。街のお店でいってなんでも買えるという私たちの強みという強みで取り組みました。こんな時だからこそ街に少しでも活力を戻したいとの創業からの変わらぬ想いでいた。結果一番多い月で50組30万円の売り上げをあげコロナ禍でお客様との接点がないが確実に「信用から信頼」を結ぶことができた取り組みでした。

社会課題に対し取り組んでいることがあればお書きください。(任意)	
	深刻に過疎化が進む我が街の竹田市。このままだと数十年前には限界集落として機能できなくなるなど言われています。私たちはこの問題と向き合いながら飲食業をこの街でさせていっています。地域の宝の「水」をもつ鍋の最大のご店にすることに全国へ竹田を発信しています。湧水の使用量は年間36000L、10年間で36000L。系列店全体で年間240000L、10年間で2400000L。微々たるものですが地域の資源を活用し経費の削減にも繋がった。私たちは飲食業をこの街で根付かせ魅力ある人間であることで、若い世代に竹田でもやりがいある仕事があるんだ。竹田で就職しよう。いずれかは竹田帰ってこよう。と思ってもらうことがこの街を愛する大人としての任務だと考えています。店長の本田はウーバーですが、この街で結婚し、子供を持ち、家を持つこの人生を竹田と共にすると覚悟を決めた一人です。全国にも竹田市と同じ過疎化が進む街がたくさんあります。地方創生のモデルとなれるよう飲食業を通じ街の可能性を最大限に発信していくことを使命とさせていただきます。

居酒屋甲子園事務局使用欄	確認者
--------------	-----

上記の情報は、ガイドブックやHP等にも使用させていただきます。宜しくお願い致します。