



進化を続ける。

株式会社 アイマニア
会社案内



Mission

社会・人々の発展に仕え、嗣ぐ。

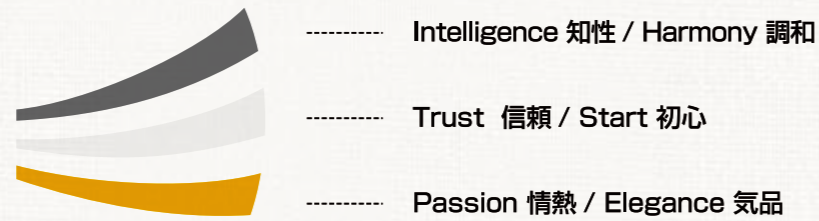
2020年2月頃から徐々に日本も騒がしくなった Covid-19 の流行。

3月下旬には目に見えてレストラン事業部の売上は減少しました。当時の安倍政権が「緊急事態宣言」を4月7日発出をする前4月5日に全店自主休業をすることとしました。デザイン事業部に於いても、ノベルティーや販促・POP 類の受注が止まり、この組織の「存在意義」を考える時間もなく、急速に存続が危ぶまれる状況になりました。慣性と情力による日常のマナーのような感じで存続していたかもしれないこの中小零細に「存在意義」の問いを突きつけてくれました。

過去色々な方々が当社をきっかけに出会い結ばれたり、初めて食べる食材や調理法、成人後初めてのアルコール、決まって毎年記念日利用のご夫婦、帰路にストレス発散御用聞き。デザイン室に於いては初めて世に売り出す販促、脱サラ一城の主になる開業のお手伝い。そしてそれらのサービスからヒントを得た商材をご自宅、遠方にお届けする EC 事業部スローガンにもある「好きなひと、ものと歩む」。豊かな生活や成長する事業の為のお手伝いを通して、社会・人々の発展にお仕えをしてきました。当社サービスに触れた方々に「なるほど」とご納得をいただける「昨日より新しい」、「明日へのアイデア・活力」を提供する集団であり続けることが我々の【Mission】。



社名由来とコーポレートカラー (CI: コーポレートアイデンティティー) ヨーロッパの小国のような独立国の精神。自立の精神に則り、社内で問題や課題に取り組む。「A」、「ア」は全てのはじまり。顧客満足を創造し、進化を続けます。



もくじ

- 2 CI
- 4 デザイン事業部
- 6 EC/ カタログ事業部
- 8 レストラン事業部
 - ・ Margarita
 - ・ VinVin
 - ・ 鴨みかど
 - ・ Magari 食堂
- 18 会社概要

Purpose

発展と永続のために

どこか欧州の小国の国名を連想できる名称、強い自立心と独立の精神を持つ事。社名由来でもある独立の精神を考えれば、私たちは下請けをせず、広告主様・依頼主様と直接の取引を社としてしているのは必然。サービス業に携わってきて、組織や人材が勝手に育つのではなく、お客様が育ててくれるという事を実感してきました。そして何よりお客様に喜んでいただける事がこのサービス業の醍醐味と考えています。わたくしども発展途上の会社が将来、発展し永続していくためにはこの原則が生命線と考えております。また、直接取引をして価格面でも質の面でも、双方にメリットがあるので、当社は全てダイレクトの取引のみです。(デザイン事業部)

食材などに関しても、自社開拓し現地にスタッフが行って納めできる食材・品質を直接仕入れる事で高品質ながら価格を抑える事に日々努力しています。多店展開の中でも産地直送や、その産品を説明出来るように勉強を重ねております。(レストラン事業部)

進化を続ける

欠乏したり困窮すると知恵が湧くとよく言いますが、これらと同じで与えられた難しい難題や困難をクリアした時に、ひと回り大きくなります。ただ単純作業の中から生まれる苦痛に似た困難ではなく、従来の方法の精度を上げ、新しいものに挑戦し、それらの困難に立ち向かって得られた知恵がまたお客様への提案力となり、解決のための発想力となっています。わたくしどもは同じお客様にあって同じ提案は用いません。常に変化をもたらして新しい提案をお客様に行ってまいります。またプロの集団となるべく、各々同じ目的意識を共有し、個々の良さを活かし、引き出せる環境を構築してゆきます。



じっくり根を張り実りをつける 広葉樹のような強い組織が目標。

自社だけでなく同業他社の従事者様の省力化や、当社のユーザー・顧客に食生活を通じて、豊かさを提供し存在意義のある企業体を目指すことが【Purpose】。

従来 (自社従業員)

いろんな考え、キャリアや年代に世別、尊重し合い共存できる組織を追求し、大きな実りをつけてゆきます。

同業他社

省力化を通じてコストダウン、付加価値商品を提供できる環境作りの商材を提案して「量から質」へを応援。

個人顧客

食生活の豊かさ向上に寄与し、娯楽と家庭での生活の充実を提案。



1 デザイン事業部

小規模制作会社ですが、下請け、孫請けはほとんどありません。直接取引で自由度の高い提案を日々行っています。アイデアの引き出しの多さが強みです。上場企業クライアントの仕事受注もあり、安定した業況を創業以来維持しています。また、デザイン事業で得た収益で、関連する他事業に投資してきました。当社の原点は創造する事。「考える」を続け、新しい事にチャレンジし続けます。

写真撮影のサービス

成果物に必要な写真素材を当社スタッフがお客様の様々なニーズに合わせて撮影。(商品・料理・店舗・モデル撮影など)



広告制作

コーポレートデザイン、CIのご提案からパンフレット、カタログ、会社案内などの印刷物の制作に幅広くご提案させていただきます。(チラシ・パンフレット・カタログなど)



主なメニュー

商品デザイン



広告制作



写真撮影

出張
スナップ撮影



出張
フード撮影

店舗デザイン

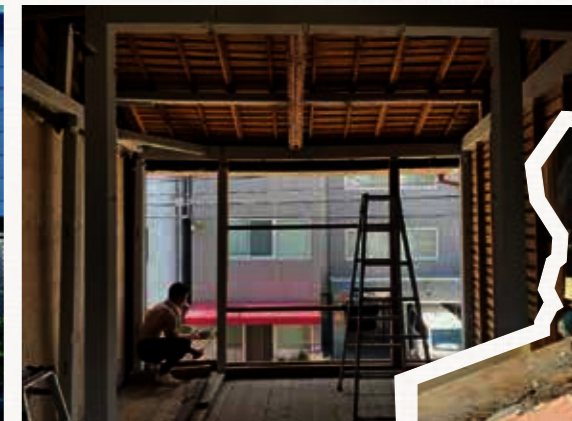


強みは内製、店舗設計から施工まで

Before



After



2

EC/カタログ事業部



店舗開発・商品開発が強みの当社がそのフットワークを活かして、同業飲食事業者向けBtoB、自宅での充実した飲食ライフを求める家庭向けBtoC、カタログ販売及びインターネット販売。事業セグメントを増やし安定から成長軌道に舵を切っております。

Business to Business **B to B** Business to Customer **B to C**

取扱商品



B to B **B to C**

欧州メーカー固形ブイヨン (ハーブ/有機野菜系)

EU 欧州

日本では味の素、ネスレ(マギー)、チキンやフィッシュ系が市場を独占状態。欧州ではハーブや有機野菜由来のブイヨンが多数です。健康志向や自宅での洋食調理などにニッチながらも需要を見込んでいます。



B to B **B to C**

ワイン

EU 欧州

当社レストラン事業部年間消費量 10,000 本以上(平均単価 1,000 円)社内消費だけでも需要があります。(100 円圧縮でも 100 万円の利益改善)シナジー効果の副効能があります。

B to B **B to C**

自社レストラン向け特注経験あり

食器(国産陶磁器)

日本

カラー ● ● ● ● ● ● ● ●

廉価価格/岐阜美濃焼・中価格帯/長崎波佐見焼・特注商品/滋賀信楽焼

ほとんどの飲食店が取り扱う「取り皿」意外に白、黒、グレーなど、特徴がありません。ニッチではあるがカラーラインナップを充実させ、SNS などの広報戦略に力を入れる飲食店舗をターゲットにしています。



B to B **B to C**

キャラクター磁器 (石川九谷焼)

日本



日本の伝統×アニメ/キャラクター「九谷焼」など先行事例あるも販売数量とイベント的要素で十分な市場ニーズに対応できていない中、サンリオや有名アニメとのコラボ商品を企画し国内販路だけでなく、海外でもチャンスがある商材です。

B to B **B to C**

樹脂製製氷皿(自社金型)

日本



自宅、店舗でのハイボール需要を見込みハイボール・ミックスカクテルが美味しく飲める製氷皿です。

2 個用皿 = 個人向け・酒類 / 4 大メーカーウイスキー首掛けノベルティーなどのチャンス
8 個用皿 = 業務向け全国 60 万の飲食店の半数「個人店」がターゲット

ハイボールに特化した製氷器は市場にはない。本格的なバーのような氷が手軽に作れる!

人間工学的シンク

B to B

当社では全店舗自社設計→発注

国内流通の業務用シンクは 99% は高さ 800mm ですが、900mm~950mm の高さにすることで男性平均身長 170cm が楽な姿勢で洗い物ができる腰に負担がなく労務改善、作業効率、省スペース化ができます。人間工学シンクは自社の既存 7 店舗全てドイツ製アンダーカウンター食洗機「Winterhalter」がすっぽりはまり都市部、高坪単価狭小店舗に最高のパフォーマンスを発揮しています。(他 H800mm の厨房什器が収納可能)



900mm~950mm 高

経験による省スペース化の必要性。汎用洗剤ボトル、清掃用具収納棚でデッドスペースも有効化。狭小通路に角がなく、稼働のしやすいタイプなど。

= 既存製品等と新製品の代替性が低い!



レストラン事業部

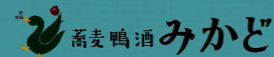
3

洋食（バル、ビストロ）業態とそば業態を主力に展開しています。初心者でも経験者でも活躍出来る現場がいっぱい待っています。ベースはお客様に接すること、“食”と“飲”に関わることを発展させて行えればと思っています。変化の激しい社会環境の中、一緒に歩み、成長出来る仲間との出会いを求めています。双方が利益を享受し、社会に存在意義を感じていただける会社づくりを目指します。2022年には酒類小売免許（実店舗・インターネット通信販売共に）を取得し、小売としての仕入れ、レストラン事業部/EC・カタログ事業部共同の飲料/食材類の仕入れ、元々スタートで母体となったデザイン事業部など、社内で色々なセクションにふれあい体験できるのも当社の魅力です。

店舗



ビストロピンピン



共通のこだわり

ビール

beer



カニ泡部分が無くなるまで泡を注ぎ続け惜しみなく捨て、実注量より注ぐこだわり。プレミアムビールを広く知っていただくために違いを意識しております。

駅近

near the station



「非日常を日常に！」家路までの途中、会社帰りの最寄駅、地元の友人との集い。迷子になりそうなターミナル駅ではなく、そこそこの利用客な駅を選び、徒歩 30 秒～3 分圏内に出店。

雰囲気

atmosphere

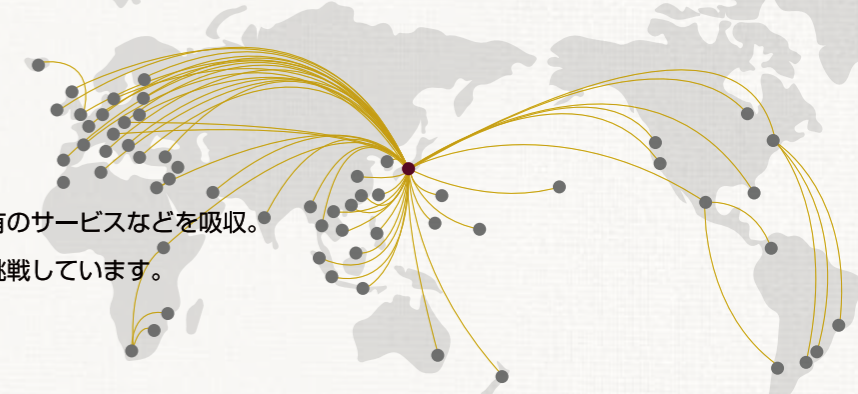


「女性だって居酒屋で集いたい！」日常づかいてできる価格帯なのに食器、グラスは高品位、インテリア/調度品にもこだわる。価格を抑えられる秘密は全て自社でできるから。



海外研修

過去 5 大陸 70 ケ国にアイマニア社員が散らばり、その国のワイン及び酒類、料理や店舗デザイン、固有のサービスなどを吸収。自店での顧客満足創造のため時間と投資を惜しまず挑戦しています。



日本式、働きながら学ぶ

人を育てるといのは、どの業種でも共通の課題です。ビジネスに必要なアイデアは日々の仕事から生まれるものだけではなく、休暇やある瞬間にとんでもないアイデアが湧き出てきたりするものです。しかしそのアイデアが湧き出てくる感性にもある程度のインフラが必要で、そのインフラがなければチャンスをチャンスと見抜けず日常の視界に同化させてしまい、見逃してしまうでしょう。国内研修 / 視察や海外研修 / 視察、仕入れ開拓、生産者訪問に注力し、会社が積極的に社員の学びに参画しています。いろんなものが興味深くも見え、注意力が最大限に働き、結果様々な考え方や見方、感性を与えてくれます。頭脳のマッサージには社外での学習が効果的と考え、積極的に実施しています。目の利益や仕事量の犠牲になるのであれば、それは経営者として失格になると覚悟しています。



レストラン事業担当取締役

階戸 一郎

ロス、スペイン、東京などでのレストランで多種多様なジャンルの料理を学ぶ。2009 年より当社の飲食店再生事業を手掛ける。その後当社直営店舗を次々に開店させ、エクセルも出来る器用な料理人、笑いもとれる社員全員から愛される料理長として、今日も現場に立っています。

Margarita

駅近便利で 日常使いできるお店

地中海料理とワインをテーマにイタリアシチリアや沿岸部、スペイン沿岸部、北アフリカ、ギリシャ、地中海諸島の料理とワインを提供
“進化し続けるバル”、“非日常を日常に！”を標語に“空前のバルブーム”が落ち着いた今も立地・品質・サービスを維持
/向上させています。ビールは高級ホテルのバーの様に超クリーミー。ワインはお手軽価格で中高級ワインも手軽に楽しめる
バルです。ピカピカグラスで提供し、旨安バルメニューを提案・提供、地元密着の“洋食”・“ワイン”・“地元飲み”なら
マルガリータ、地域一番店を追求し続けています。
スタッフみんな元気よく、明るく楽しめるお店、ドリンク一杯でも大歓迎のお店です。



産直鮮魚カルパッチョや地中海定番のタルタルの前菜、メインには牛ランプ肉の赤身肉にハーブを練り込んだ自家製のバターがマルガリータ流。クセの少ない赤身のヘルシーで執拗でない食べやすさにバターのリッチさが合います。他にもギリシャ産ピスタチオ100%を店で実をクラッシュした保存料や調味料を用いないピスタチオのパスタやシチリアのレモンを連想させるレモンパスタなどが楽しめます。

Wine ワイン

地中海をテーマにフランス/スペイン/イタリアからギリシャ/イスラエルに至るまで、豊富な商品で美味しいワインを案内します。

ワインは嗜好品、「おいしく」「かっこうよく」ワインを愉しんでいただける様に、グラスはRIEDEL社製はじめドイツ製のグラスを使用しています。



Margarita 野田

【福島野田】
●大阪市福島区吉野3-7-11
●JR野田から30秒
大阪メトロ玉川から3分
●TEL:06-6468-5750



Margarita 板宿

【神戸板宿】
●神戸市須磨区平田2-3-24
●山陽・地下鉄板宿から1分
●TEL:078-734-5758



ビストロビンビン

非日常を日常に



洋和（調理法・食材）を問わず、おいしい料理を洋皿（洋風）で提供。

鮮魚は京都宮津・熊本天草・長崎佐世保・新潟新潟港、野菜はほとんど淡路島から直送しています。生牡蠣も現地生産者を訪ねるこだわり、「非日常を日常に」をテーマに、客単価 4,000 円でお食事とワインを楽しめるお店です。サービスは心遣い地域一番、料理には驚き、ワインはグラスにこだわりワインバー顔負け、全て丁寧で上品だけど手軽さを追求し、お財布にはカジュアル、満足度はヘビー級を目指して成長を続けます。



年中オイスターが食べれるカリフォルニアスタイルのビストロ。産地直送の食材を洋風にも和風にもアレンジ。
【1】本日の産直鮮魚カルパッチョ 【2】前菜盛り合わせ 【3】セル真牡蠣（生 or 加熱）のグラス高台皿 3 段の“3vinvin”当店名物をスターターとして、炭火で調理した肉、鮮魚、淡路野菜を愉しみ、パエリアかパスタでメは当店黄金級の定番。



ワインバー代わりに使って頂けるこだわりがあります。豊富なボトルメニューはもちろん、ご相談いただければお好みのワインを抜栓致します。グラスは RIEDEL 社製はじめドイツ製のグラス。ワインの Value はもちろん、お料理と一緒にお客様のダイニングの雰囲気盛り上げます。ワインへの情熱は、遠く様々な生産国（フランス/イタリア/スペイン/ドイツ/ポルトガル/カリフォルニア/チリ/南アフリカ）まで赴き学習し教育しています。料理とのペアリングに至るまでお客様のニーズにお応え致します。

Bistro vinvin 上本町 5

【大阪上本町】
●大阪市天王寺区東高津町 4-21
AimanianHouse1 階 ●近鉄上本町から 5 分、地下鉄谷町九丁目から 8 分
●TEL:06-6777-6794



Bistro vinvin 上本町 6

【大阪上本町】
●大阪市天王寺区上汐 3-1-2
●近鉄上本町から 3 分、地下鉄谷町九丁目から 4 分
●TEL:06-6772-5750



Bistro vinvin 三宮

【神戸三宮】
●兵庫県神戸市中央区琴ノ緒町 5-7-6
●JR 三ノ宮 / 地下鉄三宮から 3 分、阪急三宮から 5 分、阪神三宮から 7 分
●TEL:078-219-5631



日々使いできる SOBA DINING

【鴨、蕎麦、日本酒】をテーマに2019年大阪福島区野田駅前にオープンいたしました。

駅前ですが決して「安易」な期待には迎合せず、あくまで品質 / サービスが秀でた立地至便性が高い蕎麦屋を目指し、料理はもちろんお酒や調度品、空間などにも改善を重ね長く愛される街の蕎麦屋を目指して進化を続けております。

蕎麦

当店では全国各地から取り寄せた蕎麦の実を石臼で挽き、毎日手打ちで提供しております。蕎麦の実も現地に赴き、面識のある生産者さんから想いをのせて直送していただいております。北海道幌加内キタワセ種をはじめ、茨城県常陸秋、福井県大野 / 丸岡在来種など時々で様々な顔を見せる二八蕎麦。季節の食材 / 素材 / 花などと切る「変わり蕎麦切り」も用意し、嗜好品としての蕎麦の醍醐味をお楽しみいただけます。



鴨

蕎麦屋といえば鴨。
古くは江戸時代、養鶏が盛んではなかった明治時代と、蕎麦屋といえば現在の居酒屋（呑み処）のようなもので、主菜として鴨肉を提供していたとか。ですから蕎麦屋の定番の一つに鴨南蛮があるのかもしれませんが。古くから日本人は鴨肉を親しんできたわけですが、現在では3大肉類の後陣を拝す立ち位置になっております。私たちは原点を重要視して「鴨料理」を楽しめる蕎麦屋を目指すこととしました。和歌山の紀州鴨、現在では岡山県が主な肥育場所ですがルーツは京都の「京鴨」ブランドで知られる鴨を主に使用し、たたきでも使用できる鮮度抜群のものをほんのりレアで鴨つけや鴨南蛮に使用しています。



紀州鴨
ロースの
たたき

鴨肉の
親子丼



蕎麦鴨酒 みかど 野田店

【福島野田】
●大阪市福島区吉野3-1-12ピエラ野田●JR野田から30秒、地下鉄玉川から1分 ●TEL:06-6468-4000

ワイン クラフトビール それらの角打ち

マカリー食堂：Magari はクラフトビールとワインに仕入～販売を絞ったマカリー酒店併設の角打ちイタリアン食堂。長くレストラン事業を通じて世界各国のワインや食を学んできました。実際にスタッフ全員が訪れた国は60ヶ国を超えます。そんな私たちが素材 / 製造過程とのお酒のストーリーを含めお届けしたいものを販売するのがマカリー酒店。また角打ちだからできる他店とは異なるリーズナブルな価格設定。仕入れから他店と全く異なります。カジュアルな洋風食堂で、日本 / 世界各国のクラフトビールとワインをお楽しみください。



Food フード

当店は南欧料理に源流を持つグループの店舗。ビールやワインと合う洋食はお手の物。

産直のオイスターや鮮魚、野菜をはじめ産直だからできる品質と価格設定。円安に負けない努力でプライスもカジュアル。カルパッチョ、サラダ、フリット、アヒージョ、ピザ、パスタ、パエリアみんな大好きなメニューをラインナップ。

Drink ドリンク

ドリンクメニューにあるワインはカジュアル価格のもののみ。酒屋のスペースではシャンパン、フランスブルゴーニュからボルドーまで

ワイン好きにもご納得いただけるワインをお選びいただき食堂に持ち込めます。



Magari 食堂 酒店

【西九条】

- 大阪市此花区西九条 3-11-18
- JR/ 阪神西九条から 2 分
- TEL:06-6460-5750

目指すはおもしろいやつの銀河系集団。

2011年入社 レストラン事業部

林 佑馬

<主な仕事内容>

レストラン神戸エリアマネージャー

過去、不振店舗再建、サービス向上のための教育に尽力。愛妻と2人の子供。

<会社について>

この会社は「人」がおもしろいですね。仕事も楽しんでやってるし、遊びも本気。そういう人たちを見るのがおもしろいです。お腹痛くなった事何回もあるし（笑いで）、腹立った事何回もあります。でもそんな人と人のぶつかり合い楽しんでるんですかね？入社から14年。再婚と妻の出産/子育てを経験し、仕事と家庭の両立もなんとか。理解のある会社でうまくいっています。これからも一緒に盛り上げて行きます。



成長していく会社と社員達を見てみたい。

2011年入社 レストラン事業 担当取締役

秋田 結花

<この会社との出会い>

当社との出会いは「パートさん」からのスタートな元ニューヨーカー。3人の子どもを育て上げ国籍は日本とアメリカに別れる（選択制）。

男性的だった視点に新しい風、危うくワンマンな会社に透明性をもたらし、仕事の取り組みに革命をもたらす。

<会社について>

ニューヨークより帰国後、一番下が小学高学年でパートに出ようと思い、近くにあった神戸市内店舗を雰囲気を選びました。良く働き気立ての良い人たちばかりだなと思いました。決して凛とした接客ではなく、カジュアルで抜けてるけどいつも笑いがありました。家庭の事情も相まって正社員として働くことに。そこから私も触発されながらがむしゃらに。今でも自分自身とともに成長し続けていきたいです。



仕事・家庭で一緒、もういや？

2003年創業～ デザイン事業部

中島 愛

<主な仕事内容>

デザイン室業務と繁忙時のレストランの配膳

<会社について>

社長が主人というのがあるので周りの皆さんへの気遣い、もちろんしないといけないけど、アイマニアの皆さんはいい意味で気を使わず接してくれて、業務改善点や要望など現場で一緒に時など耳打ちしてくれます。キャラの強い社長に、耐性持ちながら良く付き合ってくれてるなあ〜と、主人を見る目として会社の皆さんに感謝しています。偽装なしで子供三人と私の家族生活にも一生懸命。なかなかワークライフバランスうまくやっていると、思います。大変なのはハツカネズミのようにずっとなんかしてるので心休まらない時はあります。



代表取締役社長
デザイン/EC事業担当
松永 公道



お疲れ様です

社長

● 会社概要

株式会社アイマニア (2025年4月現在)

創業	2003年(平成15年)6月1日
設立	2007年(平成19年)2月20日
資本金	5,010,000円
役員	代表取締役 松永 公道 取締役 階戸 一郎 取締役 秋田 結花
社員数	正社員：16人 全体：51人 (男性9人、女性7人) (男性17人、女性33人)

● Desingn(デザイン事業部)

2003年6月1日 大阪市北区西天満で創業
2007年2月20日 株式会社に改編

● EC(無店舗販売事業部)

2024年8月 開設/大阪府古物商、酒類通信販売免許取得

● Restaurant(レストラン事業部)

2009年11月	マルガリータ堺東=現在FC店舗 (堺市堺区)
2009年3月	マルガリータ須磨~2020 (神戸市須磨区)
2011年4月	マルガリータ野田 (大阪市福島区)
2012年4月	マルガリータ寺田町~2016譲渡 (大阪市天王寺区)
2012年8月	マルガリータ西九条~2023譲渡 (大阪市此花区)
2013年3月	マルガリータ板宿 (神戸市須磨区)
2013年10月	ビストロvinvin上本町6 (大阪市天王寺区)
2013年11月	マルガリータ鴻池新田~2019 (東大阪市)
2015年7月	マギーリ食堂 (大阪市此花区)
2016年4月	vinvin玉造~2017譲渡 (大阪市東成区)
2016年11月	串カツくしろー~2018譲渡 (東大阪市)
2018年4月	ビストロvinvin三宮 (神戸市中央区)
2019年2月	鴨そばみかど野田 (大阪市福島区)
2024年8月	ビストロvinvin上本町5 (大阪市天王寺区)

松永 公道 「三流経営者が描く、二流の経営プラン。一流の幸福人生。」

社会不適合と挫折、誤った復讐心。

私は松屋町の「いとさん」として育ったため、うらやましい母親と、大日本帝国軍が野心を光らせていた上海はフランス租界で生まれた中華民国人の父の下で大阪市玉造で生まれました。同市生野区に「公道会病院」というのがありまして、その産婦人科で生まれました。中国生まれの父、のちに国民党员として台湾に渡り、紆余曲折かくかくしかじかに日本に辿りついた彼が名付けようにも、日本の伝統はともい、日本の男児につける適当な名前が分らず、用意された中国風の名前に反発し、母が「先生が決めてください。」と言、「間も無く産婦人科も閉まりますので、ご縁かもしれません。おやおやけのみち・公道でいかがでしょうか?」となりました。私を名付けた後を追ってすぐに父は「中華」から一文字を取って「中道」と自身に名付け日本国籍を取得しました。父は寡黙でした。上海の復旦大学出、元官僚ということもあり、中高自分には三人で外出するにも距離を置きたくなる、なんとも言えない自分に劣等感と被害者意識を持った時期がありました。

教育方針を持たない母親と教育に於ける考え方や方法は持ち合わせても息子との共通の言語を持ち合わせない父親。わたしは遠回り

二流の経営プランに見る自信。

前述のように泥試合の様相を呈する飲食業界、参入障壁も低く離職率も高く、育てても果立って行ってしまうリスク高。なかなか生産性が上がらない今日の低迷する日本を象徴するような業種のひとつです。

「私自身が戦術であり切り札です。」と超個人的な解です。私は当然、この会社の皆さんの「センス」を磨き続け、信じて商品サービスを開発する。自社消費物を自前で調達し、同業者や一般消費者に販売してゆく無店舗小売業(BC)事業部。既存の店舗がショールーム・実験場となり同業者向けの省エネ、労務改善、人間工学に基づいたメンテナンスがキツくない仕具の開発・販売を提案。既存所有する業態とのシナジー効果と考え次の成長戦略に二流にも映る経営プランで構えています。

それらに取り組み、付加価値をあげ従業員への待遇向上に努める。属人的のアイマニアの現在の社長であり私の仕事はそれしかないという切り確信しています。

ともいえない自分に道標のないまま、すく健康に成長していき、父親から感じ取る余裕とも受ける他者と比較したときの劣等感。誤った復讐心をずっと増幅させていました。学校生活は良い友達や良い先生に出会ったのだと思いつつ、「不適合者」と自薦するようになり、自分もそうであって欲しいと憧れた日本企業のサラリーマンではなく、早くして起業すべきだと決めました。父、五十五歳で私を授かったのは自分は二十五歳で家庭を持つと十八くらい頃には決めていました。

水が合ったベルギー、ホストとの出会い。

ベルギーでは高校卒業後の欧州旅行時、偶然知り合ったオランダ人のホストの家に転がり込むことになりました。全ての生活が新鮮で、その彼の家にはベルギー人やオランダ人はあまり来ず、マイノリティである東欧の人や北欧の人が良く出入りしていました。日本で言うパートのようなものをしながらポールペンで絵を描く芸術家でした。しかもテーマはSM。毎日ひっきりなしにくるいろんな国の来客とホストがマグカップ片手に会話しているわけですが、僕は聴講生のように英語辞典を持ち合わせてきました。ホストは非常に「利他的」な人でした。同じ国籍、在来のベルギー人と比べもしいからホスト自身劣等感を持っていたかもしれない。ですのでマイノリティである東欧の人やそれら

一流の幸福人生の共有と百年企業へ

宇宙は無限の様に広がり膨張を続けていると知り、一方でマイクロに見ていくとどうなるのだろうか、物理もとい、原子物理学なる物は全く分かりませんが、良く妄想をします。

お金(売上)は力や幸福を計る一つの物差しかもしれない。です。ではまだ私の力量は二流三流の域を出ません。ただ自分はどこかの独裁国家の王族やマネージャーを持った人間より幸せなのではないかと思っています。先に述べた無限とも思える宇宙や原子のことに想いを馳せると自分の役割はあくまで生物の摂理に沿って子孫やDNAを残すことにある。また自分の目が黒いうちが全てではなく、帰属する国、地域、社会または組織、家系の発展・維持、衰退の無限にも似たしなれない、コマかけになるコマではないか、コマという原子にも遠に及ばないサイズ感ではないか。そう俯瞰、鳥瞰、宇宙ステーションの窓から見るようにズームアウトしていくと思え、目が行き届く従業員の皆さんやお客様、関わっていた人々、リモートでもオンラインなどで繋がっている人々の人生の幸福の向上のためにアイマニアができることを提案し続けるBC。そして自分が感じる幸福を感じる人生のためのきっかけを提供していきたい。循環とも言えない直線的な一本のレールにこの組織を乗せて能動的に転がし百年と続く。社会にとってハッピーでポジティブな存在にしたい。そのため手段、存続の危機に陥った時の防衛手段として副次的に売上一利益が必要なので手に入れている、なんとも一致しない綺麗事ですが、そう理想と現実を持っていきます。

に準ずる人々を招き入れ、御用聞や助け合いをすることで自分の存在意義を探していたのかも知れません。自分も日本に於いて「社会不適合」と自薦していましたが、何か出来ることがないか考えるようになり、学業もサボって来たし友達付き合いもおろそかにしていたので情報弱者でした。しかし二十代前半に良くある「全能感」だけが私の原動力を支えていました。一時帰国のため東京に到着した日、父が亡くなります。

初めての就職、妻との出会い。

葬儀などが終わり悲しみに耽る時間でもそこそこの一番苦しい進路を決めなければいけなくなりました。もう一度ベルギーに行くのもいいけど学費はありません。とりあえずそのうち戻るつもりで正社員の仕事を探そうになりました。洋食店舗を経営する会社です。そこで美大を出て進路を決めかねていたパートの妻と出会います。一年弱で辞めその妻とデザイン事務所を開業する運びとなります。「アイマニア」。ベルギーで良くお話しした相手「ブルガリア」「ルーマニア」「ウクライナ」「スロバキア」...似せたのでしよう。開業時顧客開拓の方法も知らないわけで安直にタウンページなどで有利と思い「あ」「あ」と頭文字を持ってきたとも、現妻の名前が「愛」だったからとも(ここでは言いません)。

レストランと出会う。

ロクな売上もないのに成長イメージだけに貪欲でした。妄想狂です。昔から金銭的な物欲は人並みだと思えます。売上がいくら

社会民主主義な会社、スウイングできるか?

断りませんが、私は無宗教です。教祖にも元首にもなりたくないわけはありません。この会社に国公立大学や有名私立大学群の人間はほぼ入ってきません。社会に不安と自信がないまま放り出された新卒社員、過去複数社を渡り歩き、越冬のための目的中途で羽休めのつもりはあがらずに居心地を感じてくれる人、決して強く無い、少し軟弱な動機で当社に来てくれた人たちと知恵を出し合って、努力と改善を重ね日々を過ごしています。

古いものには価値がある。

銀行の担当者が言いました。「御社は既存店や既存事業の売り上げが落ちない。むしろ上がっている。飲食業においてはスクラップ&ビルドや新規開業で既存店の売り上げの落ち込みをカバーして成長し

とかはあまり考えたことありません。放流された社会に「不適合」ながら生かされていただけ。二十五で結婚しました。二十六で長男、二十七長女、三十次男と続きました。業界では見積もり前提の受注の慣例なのに対し、即断していたらしく、料金表を作ったがむしろにポステイングをしてみました。応接、対応、制作時間が最低時給にも満たない仕事でも、仕事がある喜び、出地もわからぬデザイナーに仕事を与えてくれる感謝の気持ちで経験を積ませていただきました。ある時、ご依頼いただいたレストラン運営会社から売上のお悩みを聞きます。厚かましきも再建計画のような大袈裟なものを策定しプランニングから販促制作までの受注に成功します。自分より年下の社員・アルバイトが多く働く百八十席ある大きな店舗でした。呼ばれもしていませんに毎夜お店に行きました。時間を共にしているうちにベルギーのホストがしたように自分も「利他的」とも言い難いお節介りだったのかもしれないが、いつしか和がで、ムードが良くなり売上もみるみるあがりました。万年赤字の店舗が月間数百万円の利益を上げる、そのグループでも優秀な店舗になってゆきました。

チーズはどこに消えた?

既存の顧客、そのレストラン運営会社から預かる店舗も増えミルク代も順調に稼いでいました。しかしある時、その運営会社は証券会社系のファンドに売られ、属人的な営業スタイルであったレストラン事業が切り離されることになりました。

てゆくモデルが多い中、プラットフォームを怠っていない。いちはん嬉しい褒め言葉に感じてもその評価のために頑張ろうと思えます。新規開業・改装でも残地物や既存の設備什器・建物備品などからなるべく使えるものを抽出・加工再利用してインテリアに活かすなど工夫をします。お客様にも好印象です。時代に自分も寄ったのか、その逆か?妻には酔いながら迷惑な自慢をして満足しています。元々はベルギーははじめ欧州の新旧コロージュから見「古いものには価値がある」に共感しているのかもしれない。

人をすり減らさない経営

レストラン事業一・二号店までは泥試合を決め込み、夕方五時から翌五時までの営業時間でした。二店舗目が神戸市須磨区にあり、大阪市北区の自宅まで車で帰路、何度かまぶたが落ちたのを機に、危機感を持ちながらそれを続けていました。ある時一店舗創業からともにしてくれている社員に「このままでは店増えても誰も続きませんよ」と忠告してくれました。二時までにして現在では二十三時がほとんどに落ち着き、有給休暇も消化してもらい、ノー残業デーなる昔流行った習慣も導入し、人をすり減らさず、ともに育ち健全な経営を求め続けています。

サブスクにも似た月賦と成果報酬をいたっていたので、なくなるミルク代収入源も不安定になりました。譲受先会社からも残って欲しくないかと誘っていたが、新しい環境に身を賭すために断りました。二年後そのお店は無くなります。商売は属人的なものだとこの時強く思ったと同時に、初めて「自信」が沸きました。大きなチーズは失ったかもしれないが、外界に出てチーズを探す勇気を得たかもしれない。

レッドオーシャン、参入障壁、離職率。

パソコン一台で始められるデザイン、ハコだけ作ってしまえばある意味誰でも始めることができる飲食業。過去当社でノウハウを得て巣立って行った仲間が七名ほどいます。六名は上手にやりくりしているようです。当社店舗は駅近でありながら低コスト開業を追求し、質料も入念な交渉により抑えて損益分岐点を最大限低く考えて開発しています。複数再建した経験からサブスク的な売上管理システムが馬鹿らしいと思いつける私は、自社作成の簡素化され、見やすい計算書を毎年改良を以て社員が管理しています。ある意味これがあれば当社での経験とある程度器用さがあれば失敗しない、負け戦はさせないと自負しています。育って行った社員は当社での経験が非常に役立っていると思えます。たまに店に来てくれるのがその証拠だと思います。当初は開店時が一番来客数の多い廉価型の業態展開でした。売上が下がってくると殺伐としてきます。それに対抗すべく手段を持つていない三流経営者からは自ずと人離れ、離職率も上がります。現

衰退した家系の復興。

最後にこの会社の繁栄に自分の両親から成る衰退した家系の復興を描いてみるかもしれません。それに付き合わせられた周りの人間はたまったものではありません。唯、たかが会社案内ではありませんがその会社のリーダーの実情や考えを知っていたこともありかなど。人に質問するのは好きなのですが、過去自分自身の考えや未来像をうまく一緒に働いてくれた仲間には伝えられていなかったのではないかと思います。

Kodo Matsunaga

1980年、大阪市生まれ。高校卒業後ベルギーアントワープ留学→遊学。23歳で広告デザイン事務所「アトリエアイマニア」を妻と開業。現取締役階戸一郎と出会い、2010年レストラン事業部を開設。2024年度はEC/カタログ事業を開設し新たな成長戦略を描く。



趣味：テニス、ハイキングなど
Covid-19の時期は運動不足の社員達と大阪平野から見える山々を片っ端から登る。「山ハラ」と言われながらも強行。



● 給与体系

<月給の部>

未経験者・新卒 **月給24万円** スタート

経験者・即戦力 **月給27万円** 以上

<賞与の部>

夏冬賞与
決算賞与

<不定期手当の部>

勤続手当 (3年)
勤続手当 (5年)
勤続手当 (10年)
結婚手当
出産手当 (本人)
出産手当 (配偶者)
販促表彰
海外研修旅行

<福利厚生の部>

健康保険
厚生年金
介護保険 (40歳以上)
雇用保険
労災保険

<固有の福利厚生>

iDeCo手当
(個人型確定拠出年金)

社員年齢 単位：歳

21<50

主任昇進

1年 or less 入社平均1年で昇進できるプログラム。

マネージャー平均年収

509万円 ※2024年度

管理職女性割合 3:2

40% ※2025年度

正規雇用率

31% 100%
※所定労働時間超え非正規雇用従業員社会保険加入率
デザイン/EC事業部75%

有休消化率

98% 100%
2023年度 2024年度

全従業員性別割合

男性 **33%** 女性 **67%**

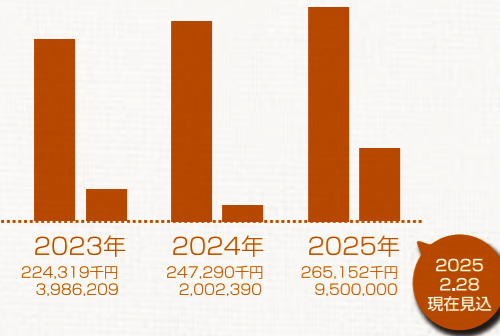
● 離職率

過去3年 平均 **6.2%**
勤続年数 平均 **7.8年**

● 第21期業績目標 (2026年3月期)

売上高 300,000千円
経常利益 20,000千円 利益率6.6%

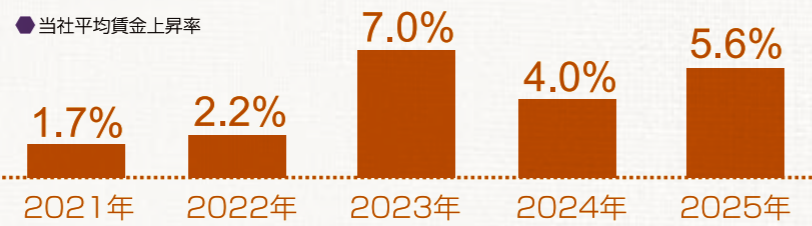
● 売上と純利益推移 (単位：売上千円/利益円)



社員ひとり当たりの売上

1,656万円

● 当社平均賃金上昇率



※各社員期首給与から期末給与対比平均値

小さな会社でも「夢」は大きい。その「夢」を支えるのは従業員。

福利厚生を毎年拡充して支える人々に還元。

幹を太く大きく葉を広げ社会（顧客）に貢献できる

持続可能な成長企業を目指します。

そしていろんな考え、キャリアや年代に性別、

尊重し合い共存できる組織を追求し、

大きな実りをつけてゆきます。



立ち止まらない経営。

人やものを大切に、経年することに価値を感じながら、

新しい時代にあったものに変容させてゆく。

常に走りながら考え、立ち止まらない。

出会った人やものから得た経験、与えられた課題に向き合う。

それらを克服して、

進化を続ける。



古いものには価値がある