



ベーカリーのパンが最も良く売れるのは、ランチタイムまでの午前中。細田さんは時計とにらめっこしながら、人気商品を次々に焼き上げ、店頭と並べていく。1日に作るパンの種類は約50種類。「お菓子にもご飯にもなるパン。奥深いアイテムです」



中学生の時は寿司屋になりたかったという一瀬さん。県外の大学に進学し、地元食材の魅力を見直し、地域密着型のスーパーを就職先に選んだ。最近はカット野菜のニーズも高い。「野菜によって切り方のポイントが違う。鮮度や見栄え、サイズを意識しています」

商品力を強化。山陰で一番、買いたい物が楽しいスーパーへ

生鮮食品から惣菜、日用品まで幅広い商品を揃えて私達の暮らしを支えるスーパーマーケット。24時間営業のコンビニエンスストアや、医薬品や化粧品に加えて安価な食品も扱うドラッグストアの台頭で、業態を超えた競争が激化する中、「株式会社フーズマーケットホック」が目指すのが、「山陰で一番買いたい物が楽しいスーパー」だ。「オーバーストア」の状況下、特徴を打ち出さなければ生き残れない。ホックに行けばワクワクする。楽しくなる。そんな店舗を作ります」と宣言する澁谷仁志社長(49)。昨年の社長就任以来、新たな売り場づくりや商品開発に注力し、売り上げも上昇している。「コロナ禍を経て、コミュニケーションツールとしての食が見直されています。笑顔あふれる食卓に貢献したい」「買いたい物が楽しいスーパー」の実現に向け、最も力を入れているのが「商品力」だ。バイヤーが担っている商品開発に、一般社員やパートにも参加してもらい、より幅広い目線で顧客ニーズをとらえた商品づくりに挑んでいる。月に一度のバイヤーアシスタント会議には、各部門から計約30人が集い、試作品を試食しな

がら意見交換する。「大事にしているのはメリハリ。大きさや値段、季節感や地域性などを特徴付けつつ、美味しく楽しめるものを考えています」と澁谷社長。商品化されたものの中には、3人前の天丼や大きなメンチカツとコロッケが載った丼など目を見張るアイテムも。「もちろんスーパーなので利益率や作業効率も考える必要がありますが、商品開発に携わることは社員やパートさんのモチベーションアップにもつながっているようです」

高需要の寿司やベーカリーなどの即食部門に「層注力するとともに、お客様目線でのこまめな鮮度チェックも改めて強化している。ワクワク感の創出には、仕掛けも必要。コロナ禍で自粛していた試食販売やイベントを次々と復活。ドラム缶にわらを入れ、カツオのたたきを店頭で実演販売したり、子どもを対象にした店長とのじゃんけん大会を行ったりなど、各店舗で工夫を凝らしている。新しいことに挑戦する社風は、今に始まったことではない。戦後間もない1949年の設立以来、山陰両県でスーパーマーケットチェーンを展開。70年代後半には、全国的にも珍しかったワンストップ型店舗を開設。野菜は八百屋、肉は精肉店で買うのが当たり前だった時代に、一つ

の店舗空間にあらゆる商品が揃い、さらにレストランまで併設された店舗は画期的だった。全国中小スーパーのポランタリーチェーンに加盟し、従業員が各店舗をリアルタイムで確認できるライブカメラの導入や、国内外の先進地に社員を定期的に派遣するなど新しいものを貪欲に取り入れてきた。20年には「マルマン」と一緒に、店舗数が19に拡大、市場シェアも一気に拡大した。地域に密着するスーパーマーケット

「美と健康」をテーマに掲げるホック。「予防医学が目目されています。『ホックで買いたい物をしていたら寿命が10年延びた』って言われるくらい、健康づくりのパートナーになれる」と澁谷社長の想いは熱い

トとして、プライベートブランド(PB)商品やローカルブランド(LB)商品の開発にも積極的だ。地元うなぎ店とコラボして作った「うなぎのたれ」は好評。おでん店と共同でレトルト商品を開発したり、通常より硬めの豆腐を豆腐職人と考えたりと、地域を巻き込んだ食の魅力発信にも力を入れる。「スーパーから食文化を育てることもできると思っています」と熱い想いを語る。今年、3年ぶりに社員向けの海外研修が復活。都市部のスーパーでの研修や工場や生産地見学なども推し進める。「視野を広げ、いろんなことに挑戦してほしい。失敗していいんです。野球と一緒に。3割打てたら十分だから」。元球児ならではのメッセージを送る。



株式会社 フーズマーケットホック

食を通じて美と健康を届け
地域の彩りある暮らしに貢献する

48
LEADING COMPANY



株式会社 フーズマーケットホック

事業内容

総合食料品スーパーマーケットのチェーン展開

創 業 昭和24 (1949) 年10月
 代表者 代表取締役社長 澁谷 仁志
 社員数 1095名 (男324名 女771名)
 本 社 島根県安来市赤江町1448-1
 電 話 0854-28-8340

採用エリア (勤務地)

安来市、松江市、出雲市
 雲南市、米子市、西伯郡

採用担当者からあなたへ

当社は美と健康をテーマに、日々地域のお客様により安心安全でおいしいものを提供できるように挑戦を続けています!そのため食に興味があり、おいしいものや好きなものにこだわりのある方と一緒に様々なアイデアを実現していきたいと考えています。ぜひ一緒に地域の食を支えてみませんか?



総務人事課
今岡 愛さん

資料請求・お問い合わせ先

採用直通 TEL

0854-28-8340

採用直通 E-mail

hk-somu@freshsaeki.co.jp

公式サイトは
こちら



動画サイトは
こちら



大社浜山店が リニューアル

今年6月に全面改装した大社浜山店。従来から根強い人気を誇る海鮮寿司は売り場を2倍に拡大し、地元大社漁港直送の鮮魚を使った品々を堪能できる。ベーカリーを新設、幅広い品揃えのグロサリーも好評で、藤原店長の下、順調な売れ行きを見せる。



リニューアル店舗で、売り上げアップを実現

入社10年だが、店長就任は早くも4店舗目。人気の海鮮寿司と惣菜の売り場面積を広げ、ベーカリーを新設した今夏改装のモデル店では、PB商品の強化に力を入れた。「食品の値上がりが続く、お客様はディスカウントに目が行きがちです。そこで、お客様の動線や視線を意識した場所にPB商品の“シマ”を作り、定番商品に埋もれがちだった低価格商品にスポットが当たるよう工夫しました」。パイヤーやパートと協力しての取り組みは功を奏し、オープン直後から売り上げを伸ばした。リピーターも獲得。「ややマンネリ化してきたので、季節やイ

ベントに合わせ、商品やレイアウトを変えるなど工夫するつもりです」

店は全国から観光客が訪れる出雲大社に近く、地域住民以外の客層へのアプローチも行っている。地元特産品のラインナップを増やし、目に付きやすいカウンター近くに並べた。「県外の人から見ても魅力あるスーパーにしたいし、地元の人も地域の味を再発見してもらえきつかけになれば」

アルバイトを機にスーパーの面白さを知った。「商品開発や仕入れなどにも挑みたい」と意欲にあふれる。



第三販売グループマネジャー兼大社浜山店 店長
藤原 隆寛さん
2014年入社



惣菜需要好調 若者も来店

単身や共働き世帯の増加などで需要が伸びる惣菜。鉄板コーナーの新設を受けてラインナップも増え、週末には大容量のファミリーパックが人気だという。から揚げなどの定番に加え、季節感のある新商品も続々と登場しており、若い客層も増えている。



提案したメニューが商品化、全店舗で展開

大学卒業後に新卒で入って以来20年間、一貫して惣菜部門を担当。酷暑に襲われた今夏は、揚げ物の売り上げが大きく伸びた。「共働きや単身世帯が増える中、惣菜の需要は高まっていると感じます。お客様に頼られる美味しい品々を提供できれば」。妻も同じ会社で勤務。互いに休みをずらしながら協力して育児や家事を担っている松本さんの言葉には実感がこもる。

風通しが良い社内では、一社員の意見が商品化につながることも少なくない。東京出張時に他店で見た惣菜をヒントに、人気の自家製卵焼きと焼き鳥

を組み合わせ、弁当にした「焼き鳥&卵焼き重」をパイヤーに提案。好評のため、在籍していた店舗から全店舗での展開が決まり、想定外の数字を上げた。「単品で人気のメニューを組み合わせるため作業効率も良く、お客様からも喜ばれました」。リニューアルした店舗では、弁当や鉄板メニュー、鶏肉使用の惣菜シリーズ「鳥徹」などに注力する。

発注業務のほか若手教育も担う。「失敗しても新たな挑戦ができる社風。パートさんらとのチームワークで、いい商品、売り場を目指します」



大社浜山店惣菜主任
松本 清さん
2003年入社



陳列の工夫で 美味しさPR

彩り豊かで種類豊富な青果類は見ているだけでも華やかな気分。店舗入り口に配置され、買い物客の購買意欲を高める役割も担っている。一方、インスタアベーカリーから漂う焼き立てパンの香りも食欲をそそる。陳列に工夫をこらし、美味しさを一層伝えている。



若手が意欲的に挑戦できる職場

スーパーで最も高い売り上げを誇り、店舗入り口に売り場を構える青果。将来の店長候補として、売り場づくりや発注業務を担う一瀬さんは、「同じ商品でも見せ方一つで売れ行きが変わる。大変だけど面白い」と目を輝かせる。数字が伸びなかった高級ブドウが、小分けにして、陳列場所を変えるとぐっと売れ出した。値段が高くても、カット野菜の方が売れる店もある。「お客様のニーズに合わせたリアルタイムな店づくりが大事です」

新設ベーカリーで、朝6時からパンを焼く細田さん。今夏からチーフとなり、売り上げ目標に合わせ

た販売計画や発注なども任されている。「広告掲載や人気の品から焼き上げ、売れ行きが伸びるランチタイム前には陳列できるよう意識しています」。1年前からパイヤーアシスタント会議に出席し、自らも商品を提案。カレー味のチキンを挟んだハンバーガーは夏季限定で商品化された。今後は、近隣のパン屋で販売が少ないサンドイッチにも挑み、定番化を図りたいという。

2人とも20歳代半ば。挑戦を促す社風では、年齢も学歴も関係なく、各自の個性が生かされている。



大社浜山店ベーカリー部門主任 山代店青果担当
細田 桃花さん 一瀬 泰良さん
2019年入社 2022年入社

