



**商品力を強化。山陰で一番、
買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そろえて私たちの暮らしを支えるスーパーマーケット。コンビニエンスストアや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、「山陰で一番買い物が楽しいスーパー」だ。滋谷仁志社長は、「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ません。ホックに来ればワクワクする。楽しくなる。そんな店舗を作ります」と宣言する。
就任3年目となる今年は、《西三柳店》をオープン。ニーズの高い惣菜や寿司コーナーは既存店の約1.5倍のスペースを取り、テナントに地元にある飲食店2店を誘致するなど、新たな試みも実践した。若い共働き世帯が多い地域ということもあり、19時以降の惣菜需要が高いことからサービスを強化。認知度が広がり、売り上げも伸びてきている。

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、おいしくて楽しめるものを考えています」と滋谷社長。物価高騰で財布のひもが堅くなりがちな昨今、思わず手に取りたくなるような商品はスーパーの売り上げにつながるだけでなく、消費者の心を弾ませるアイテムにもなっている。

今夏ヒットした商品の一つは、地元がまぼこメーカーと共同開発した《たまねぎ天》。鍋需要が高まる秋以降に比べ、練り物の売り上げが落ちやすい夏でもおつまみとして楽しめるよう工夫したところ、想定以上の売り上げとなった。毎月新商品を発売するベーカーリー部門では、甘辛ソースが絡んだ《ブルコギバーガー》が注目を集めた。「利益率や作業効率を考える必要もありますが、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」

ワクワク感の創出には仕掛けも必要だ。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、店頭で射

的やヨーヨー釣り、飲食などを楽しめる子ども対象の夜市を開催したりと、各店舗で工夫を凝らしている。スーパーの基本となる鮮度も改めて強化。リードタイム短縮化など発注の仕組みを見直すことはもちろん、担当部門外のスタッフが顧客目線で商品チェックする《鮮度パトロール隊》で、高品質化を実現している。

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。1949年店舗にもこまめに顔を出す滋谷社長。客の購買行動から食文化の変化を感じることも多い。「来客時のおもてなしやイベント時にも惣菜ニーズが高い。それらに応えつつ、食の価値の提案などスーパーとしてできることを考えたい」

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導入した。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った店舗は画期的だった。20年には《マルマン》と一緒に、市場シェアも一気に拡大した。昨年度はコロナ禍で休止していた海外研修を4年ぶりに復活。対象社員約60人が2回に分けてロサンゼルスに渡り、現地スーパーを視察するなどして知見を深めた。
生活スタイルや価値観が多様化する中、食をめぐる環境も大きく変わってきた。「お客様の食卓を豊かにするだけでなく、食文化の継承も担える存在になっていきたい」



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

47
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 1151名 (男345名 女806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

採用区分

新卒採用

キャリア採用

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さまざま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



新鮮でおいしい食を消費者に届ける

同じ商品でも陳列やパック詰め仕方、POP、季節や気温などによって売れ行きは変化する。新入社員はまず、消費者の肌感覚に触れられる店舗の現場に配属され、商品や売り場づくりを通して「食を届ける」スーパーの基本を学ぶ。



捉えたニーズを魅力ある売り場で発信

メーカーとの商談や展示会での出会いなどを重ね、消費者のニーズに合致した商品を見極めるのがバイヤー。杉村さんは「値段だけで判断すると大抵失敗します」と笑う。店舗スタッフと協力し、買物客の心を捉える売り場で仕入れた商品をアピールしていく。



誰もが活躍できる働きやすい環境

スタッフに気持ちよく働いてもらえる環境を作るのは、店長の重要な業務の一つ。店内を回ってコミュニケーションを重ね、各自の能力を最大限に生かせるよう配置を考える。イベント企画なども積極的にを行い、24年5月にオープンした両三柳店の売り上げも順調だ。



スーパーの魅力をお客様に伝えたい

健康福祉を学んだ大学時代は愛媛で過ごした泉谷さん。「美と健康」をテーマに掲げるスーパーに興味を持ち、地元京都から1ターン就職した。既に4店舗を経験。「店や地域によって商品の売れ方が違って面白い。工夫次第でお客様に喜んでいただいたり、売り上げが伸びたりするのでモチベーションが上がります」。現在は発注も担当。「青果は鮮度が重要。過去の売れ行きや市場価格も確認しつつ、売りたい品を新鮮なまま提供できるよう、仕入れ数や売り場のレイアウトを考えています」。両三柳店オープン時は、目玉商品のトマトを大胆に

並べて売り上げを伸ばした。

食べることが大好きな小草さんは、「食に関わる仕事がしたい。商品開発にも挑戦できれば」とスーパーを選んだ。今は主に鉄板調理を担当し、1日にお好み焼きを24枚焼くことも。「上に載せる卵に穴を開けないよう苦労しています。見た目も大事ですから。食物アレルギーを持つ従兄妹がいることから、対応食に関心がある。「同じ料理と一緒に食べられた時の従兄妹の笑顔が印象的で。スーパーでもアレルギー対応の惣菜などが作れたら」。管理栄養士の資格も生かせそうだ。



黒田店 惣菜部担当
小草 舞佳さん
2024年入社

津田店 青果主任
泉谷 尚希さん
2023年入社

おいしさを提案できるのがバイヤーの面白さ

バイヤーの仕事は、まず食べることに始まる。「まずはおいしくないとダメ。価格が課題になることもあります。おいしければ売り方を考えることができる」と断言する。菓子を担当していた時は、海外で割れチョコがダイナミックに販売されていることにヒントを得て、取引先のメーカーにA4サイズのチョコを依頼。量り売りスタイルが大好評となった。昨年から豆腐や納豆などの日配品と冷凍食品を担当。地元かまぼこメーカーと共同開発した、おつまみタイプの《たまねぎ天》が、練り物需要の落ちる夏にヒットした。「大事なのは店舗

との連携。ベテランスタッフの意見を聞きながら、一緒に売り場をつくっていくことが結果につながっています」。さまざまな視点を大事にする中、自身の視野も広がったという。

2歳になる長男の保育園が休みの日曜日は、スーパーにとってかき入れ時。夫が仕事を休めない時にはシフト調整するなどして対応している。慌ただしい日常だが、年に一度は有給休暇を活用して家族旅行も実施。「上司も有給取得を勧めてくれるので休みやすいんです。今年は3人で東京に行きます」と笑顔を見せる。



商品開発部 バイヤー
杉村 知世子さん
2013年入社

お客様の期待に応えられる楽しい店舗を

新店舗、両三柳店のオープンを任された。「当初はお客様の数や売れ行きなどが予測できず、試行錯誤を繰り返しました」と苦笑する。近隣店舗に比べて19時以降の来店客が多いなど、開店後の発見も少なくなかった。「人気の惣菜や寿司は閉店近くまで商品を切らさないようにしたりして、お客様の期待を裏切らないよう努めました」。まずは店舗に足を運んでもらおうと、夏休みに子ども向けの夜市を開催。各種屋台やゲームを楽しめるイベントは多くの親子連れでにぎわった。

店長就任は5店舗目。大規模店では70人以上も

のスタッフを束ねてきた。「手先が器用な人がいれば、接客力に長けた人もいる。こまめに店内を回ったり、主任と相談したりして適材適所を心がけています」。元々は人前で話すのが苦手だったという。「店長って人と話すのが仕事なんです。いろいろな考えを聞いたり、こちらの思いを伝えたりする中で、対応力が上がった気がします」と照れる。

一国一城の主とも言える店長職。「責任も苦労もありますが、店独自にさまざまな企画もできるし、采配次第で良い結果を出せる点が大きなやりがいにつながっています」



両三柳店 店長
足立 智昭さん
2003年入社