



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

29
LEADING
COMPANY

テーマは「美と健康」。
常に挑戦を続けて
市場シェアを拡大

生活の三大要素の「衣食住」。そのうちの「食」を扱い、私たちの暮らしを支えているのがスーパーマーケットだ。「食がなければ人は生きていけません。私たちがスーパーマーケットは、いかに食を安定して仕入れ、よりおいしいものを提供できるかが重要。その上で、お客様に「リーズナブルだ」と感じていただける付加価値を生み出す必要があります」と語るのは、2022年4月に《株式会社フーズマーケットホック》の代表取締役社長に就任した澁谷仁志氏。ホックが掲げるテーマ「美と健康」の体現を目指しながら、新体制を構築中だ。「私たちが提案するのは、大げさなことではなくて健康的な生活のための基本的な食習慣。お客様が食を通じて健康で豊かな生活を手に入れられるように、品揃えや商品の見せ方を工夫していきます」という言葉の通り、売り場には新鮮な生鮮食品をメインに、惣菜や日用品まで色とりどりに並び、ワクワクとした気持ちにさせてくれる。

1949年設立。株式会社原徳チエーン本部の設立を足掛かりに山陰両県でスーパーマーケットチェーンを展開した。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、肉は精肉屋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。現在は、全国中小スーパーのボランタリーチエーン《協同組合セルコチエーン》に加盟し、従業員が各社の店舗状況をリアルタイムで確認できる「イフカメラ」の導入や、社員を定期的・国内外の先進地に派遣するなど、新しいものを貪欲に取り入れてきた。2020年9月には同業の《マルマシ》と一緒に、店舗数が19に拡大し、市場シェアが一気に高まった。

「新しいことに挑戦する社風は、昔からの伝統です」と語る澁谷社長は、原徳時代に新卒入社して以来、30年以上、会社とともに歩んできた。社長就任前には東京のグループ会社に出向し、都会のスーパーのレベルの高さを体感。「都会は競合店が多い分、商品、サービス、陳列など、それぞれが洗練されていて勉強になりました。都会と山陰、それぞれの良いところを組み合わせて発展させたいです」と意気込む。

就任後、まず組織体制と会議のあり方を見直し、組織体制では米子、松江、出雲の3地区をそれぞれ統括するエリアマネージャーを新たに配置して本部機能の一部を委譲。エリア内の情報共有や、スピーディーな対応が可能になった。「店舗によって文化やニーズ、規模などが異なり、店舗数の拡大に伴い導入の必要性を感じました。また、これまで店長は自店のことしか把握できなかったのが、情報共有されることで広い視野で店づくりができるようになります」と、より良い店づくりに余念がない。

また、これまで会議がルーティンになりがちだったが、活発化を狙いバイヤーアシスタント制度を導入。さらに本部主導のアンケートを行い幅広い視点を求めた。「スーパーで買い物をするのは主に女性であり、現在、当社で商品開発に携わるバイヤーも半数が女性です。確実にニーズをつかむためにも、さまざまな立場の意見を吸い上げ、みんなの力を合わせる大切」と、社員の多彩な意見やアイデアに期待を寄せる。



澁谷仁志代表取締役社長。「食を通じて社会貢献を」と、山陰のさまざまなお客様の要望を網羅できる店の構築を目指す。また、今後はコロナで中断しているイベントの復活や、過疎地への移動販売の取り組みも検討している。

新社長のもと
組織の活性化を目指す

「新しいことに挑戦する社風は、昔からの伝統です」と語る澁谷社長は、原徳時代に新卒入社して以来、30年以上、会社とともに歩んできた。社長就任前には東京のグループ会社に出向し、都会のスーパーのレベルの高さを体感。「都会は競合店が多い分、商品、サービス、陳列など、それぞれが洗練されていて勉強になりました。都会と山陰、それぞれの良いところを組み合わせて発展させたいです」と意気込む。

就任後、まず組織体制と会議のあり方を見直し、組織体制では米子、松江、出雲の3地区をそれぞれ統括するエリアマネージャーを新たに配置して本部機能の一部を委譲。エリア内の情報共有や、スピーディーな対応が可能になった。「店舗によって文化やニーズ、規模などが異なり、店舗数の拡大に伴い導入の必要性を感じました。また、これまで店長は自店のことしか把握できなかったのが、情報共有されることで広い視野で店づくりができるようになります」と、より良い店づくりに余念がない。

また、これまで会議がルーティンになりがちだったが、活発化を狙いバイヤーアシスタント制度を導入。さらに本部主導のアンケートを行い幅広い視点を求めた。「スーパーで買い物をするのは主に女性であり、現在、当社で商品開発に携わるバイヤーも半数が女性です。確実にニーズをつかむためにも、さまざまな立場の意見を吸い上げ、みんなの力を合わせる大切」と、社員の多彩な意見やアイデアに期待を寄せる。



株式会社 フーズマーケットホック

業種 小売業

事業内容 スーパーマーケット

設立 昭和24(1949)年10月
代表者 代表取締役社長 澁谷 仁志
社員数 1096名(男329名 女767名)
〒692-0001
島根県安来市赤江町1448-1
TEL/0854-28-8311

<https://hk.freshsaeki.co.jp>

- 広瀬店 ● 揖屋店 ● プラナー店
- 山代店 ● 乃木店
- 平田店 ● 大社店 ● 塩冶店
- 皆生店 ● 昭和町店 ● 伯耆店
- 安倍店 ● 夜見店 ● 笠町店
- 津田店 ● 茶山店 ● 黒田店
- 大社浜山店 ● 雲南店
- 本部

求める人材像 Check!!

- 「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
- 新しいことに積極果敢に挑戦する方

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

資料請求

インターンシップ

会社見学

動画サイトはこちら



公式サイトはこちら



2人とも売り場に出る機会が多く、お客様から質問されることもしばしば。わからないことは先輩社員に尋ねて回答しているが、自分で答えられることも増えて「ありがとう」と感謝されることもやりがいだ



黒田店は規模が大きいいため、精肉部門の予算も高い。「予算を超えた売り上げを出す、達成感を感じます」と平原さん。お客様に手に取ってもらえるように、品質の良い肉を見極め、見せ方を工夫する



栗原さんは出勤後、まず各売り場を回ってスタッフの顔を見て挨拶し、健康状態を確認することが日課。三谷さんは今後、女性に優しい地元野菜や、ブランド鶏を使った惣菜開発を目指している



挑戦を応援してもらえて、誰もが輝ける職場

新入社員の杉谷亜衣香さんと祖田瑞季さんは、2人とも子どもの頃からホックが身近にあり、大人になってから「地域に貢献したい」との思いで入社を決意した。祖田さんは入社前に参加した東京のグループ店舗での研修が強く印象に残っているという。「それまで、スーパーはモノを買うところという認識しかありませんでしたが、プロが見極めた商品だけが並べられていて、プロの手で自分たちの生活が支えられているのだと驚きました」

入社後は3か月間の新人研修で各部署をローテーションして回り、同期との絆も深めた。新人研

修後は、杉谷さんは鮮魚、祖田さんは青果に配属され、品出しや陳列などを担当。丁寧な指導を受けている。「鮮魚は包丁の扱いを覚える必要がありますが、段階を踏んでステップアップしています。わからなくても先輩たちは優しいので安心して質問できます」と杉谷さん。1年目ながら鮮魚惣菜の担当も任せられ、やりがいは大きい。祖田さんもまたスーパーのプロを目指して前向きに仕事に取り組む。2人は「やりがいがあり、先輩も優しく、それぞれが輝ける職場です」と働きやすさに納得している。



揖屋店青果担当
祖田 瑞季さん
(2022年入社)

皆生店鮮魚担当
杉谷 亜衣香さん
(2022年入社)

責任を持ってお客様に美味しいお肉を提供する

牛、豚、鶏のさまざまな部位が鮮やかに並び、メインディッシュを選ぶ人で賑わう精肉コーナー。ホックの精肉部門の中でも、もっとも規模が大きい黒田店のチーフを任されている平原勝志さんは、肉の品質や銘柄にこだわり、商品陳列にも工夫を凝らす。「普段、お客様と接する機会は少ないのですが、アンケートで『商品づくりが綺麗』『対応が良かった』と言っていただけでも、うれしく思います」と笑顔を見せる。

平原さんはスーパーや精肉店での勤務経験を経て、ホックに入社。これまで4店舗を経験し、2年

前、黒田店に異動すると同時にチーフに就任した。知らないメンバーの中にチーフとして入り、手探りのスタートだったが、職場の雰囲気づくりをしながら8人のスタッフとも打ち解け、今では連携もスムーズだ。現在はシフト調整や指示出し、発注などのチーフとしての仕事と並行して、肉のスライスやカット、品出しなどを行っている。「スライスを始め集中する作業が多いので、自分の仕事に責任を持って取り組める人が向いていると感じます。技術やセンスも必要なので、若手を育成していきたいです」と3年目に向けて抱負を語ってくれた。



黒田店精肉チーフ
平原 勝志さん
(2015年入社)

お客様に喜ばれる商品やお店づくりを

日々の食卓の頼もしい味方の惣菜コーナー。惣菜バイヤーの三谷真里さんは、商品の販売計画や商品開発を主に担当し、最近では《鶏肉と野菜の黒酢餡》など人気商品の開発を手がけている。「大変なのは、何をつくるかという最初の部分。自分だけでなく、メーカーの人や上司、売り場担当者などいろいろな人の意見を聞いて、レシピをつくっています」と開発の苦労を語りつつ、「売り場の反響が良かったり、数字に表れたりするとうれしい」と醍醐味を感じている。

店づくりや商品づくりで能力を発揮しているの

は、松江地区エリアマネージャーで黒田店店長の栗原大樹さん。店長業務をこなしながら松江地区9店舗を統括し、それぞれの店舗の成功事例を他店に水平展開させ、エリアの活性化を狙う。例えば、黒田店ですでに実績がある独自のチラシや、惣菜に注力した水曜夕方マルシェの開催を他の店舗にも展開したところ、お客様からの反響が高く数字にも反映されている。「黒田店の成功事例を他店で試したいと思っていたので、やりがいを感じています。ホックは社員の裁量が大きく、挑戦させてくれる。長く働ける理由のひとつです」



松江地区エリア
マネージャー兼
黒田店店長
栗原 大樹さん
(1999年入社)

惣菜バイヤー
三谷 真里さん
(2010年入社)