



株式会社マツヤスーパー

京都市山科区竹鼻地藏寺南町9番地1(営業本部)
TEL:075-501-3388
http://www.matsuyasuper.co.jp/
従業員数:正社員175名
準社員・パート・アルバイト・嘱託 851名
合計 1,026名
設立:1961年8月
主な事業内容:スーパーマーケットの経営、
ショッピングセンターの運営開発



JOB INFORMATION

正社員募集

「おっちゃんとおばちゃん」の求人広告を
見ての応募です」とお伝えください。

2024年3月 第2新卒以上 面接重視
大学卒業見込 歓迎

※2024年3月卒業見込みの方の採用につきましては、
2023年6月1日以降に選考解禁します。

店舗管理スタッフ

【内容】店長、バイヤー、トレーナー、幹部(商品部・店舗運営部・開発部・管理部・人事総務部・販売促進部)等の候補生として研修、店舗など現場での実務経験を積んでいただきます。
【応募資格】2024年3月に大学・短大を卒業見込みの方(全学部学科)、および既卒者。
【給与】大卒240,000円 短大卒216,000円
【諸手当】通勤交通費(月額50,000円まで支給)、家族手当、時間外勤務手当など。昇給:年1回 賞与:年2回
【勤務地】京都、滋賀
【勤務時間】7:30~24:00の間で実働8時間
【休日】年間合計113日(交替制)、年次有給休暇、特別有給休暇
【福利厚生】健康保険、雇用保険、厚生年金、労災、財形貯蓄、確定給付企業年金(退職金制度)、育児休業制度、育児短縮勤務制度、介護休業制度、介護短縮勤務制度、健康診断、インフルエンザ予防接種一部補助、グループ保険共済制度、社員持株会、リゾートトラスト(リゾートホテル)加入 など
【その他】UAゼンセンマツヤスーパー労働組合
※入社後、加入していただきます。
【教育制度】
新入社員研修、各担当者研修会、通信教育制度、資格取得支援制度 など
【連絡先】
まずは一度お電話ください。
☎075-501-3388
(担当:高谷・横山)

高谷 他社では、小間切れ肉は250グラム〜800グラムの品揃えが主流です。でもお客様の立場からすれば、4人以上の大家族なら食べきれず、ひとり暮らしでは余ってしまいます。必要量は人それぞれです。そこであえて100グラムの少量パックを用意して、お客様に選んでもらえるようにしました。実際にこのサイズもよく売れています。マツヤスーパーではこうした



マツヤスーパーではフルセルフレジを導入。年配客からも厚い支持が得られた。スーパーマーケットとは経済心理学を学び、検証できる場でもある。

高谷 働きやすさや環境への取り組みは目に入りにくい部分です。でもそこがきちんとしていれば胸を張って働けます。仕事は人が生み出すものです。だから働く場も人も大切にしているのです。

要望を、意見箱や接客を通して拾い上げています。さらに、「これはいい!」と思っただけの商品に常にアンテナを張っています。
小須田 お客様の声がそのまま品揃えに反映されているんですね。
高谷 実はお客様からは見えない部分でも、そうした努力をしています。バックヤードをご案内しましょう。
小須田 想像以上に広い。しかも清潔ですね。あれ、手を洗う蛇口が2つ? **高谷** 左の強アルカリ水で汚れを落とし、次に右の強酸性水で殺菌する仕組みです。洗剤と違い、手にやさしく隅々まで洗えて、環境負荷も低いのです。
小須田 手がツルツルして気持ちがいい。人にも環境にもやさしいんですね。
高谷 働きやすさや環境への取り組みは目に入りにくい部分です。でもそこがきちんとしていれば胸を張って働けます。仕事は人が生み出すものです。だから働く場も人も大切にしているのです。

舞台の演出に答えはない。
正解を探し続ける仕事だと気づきました

ある演劇好きな学生が発見!
「人の集まるスーパーマーケットと舞台の共通点がある!」。
お客さまを満足させ、スタッフからワクワク感が伝わってくる。
それはなぜなのか。
地域一番店のマツヤスーパーを訪問した。



答える人

マツヤスーパー たかや あゆむ
人事総務部長 **高谷 歩**さん
バイヤー歴16年。自身は「お菓子とお酒が好き」で入社。マツヤスーパーは京都・滋賀で8店舗を運営する地元密着型量販店。1店舗平均の売上高が26.4億円と業界全国トップクラスを誇る。

聞いた人

京都橘大学 こすだ ゆうすけ
文化学部3年生 **小須田 有亮**さん
大阪府出身。演劇サークルに所属し、人と話すこと、人を楽しませることが好き。就活は始めたばかり。「いろんなものをいろんな人に知ってもらう仕事に興味があります」と、今回の訪問を志望。料理が得意。

人が集まる仕掛けとは?

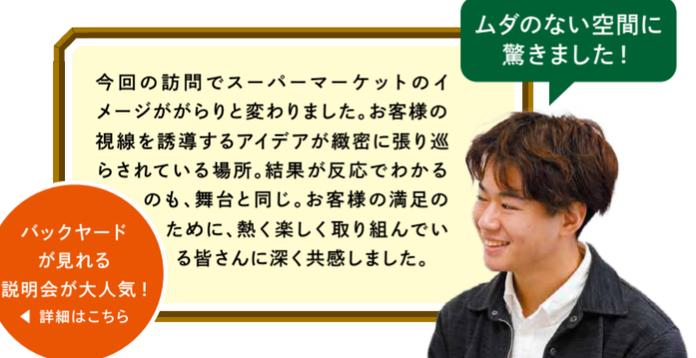
小須田 スーパーマーケットによって商品の並べ方が違いますね。
高谷 そうですね。マツヤスーパーは、お客様の「普段の食生活を満たし、購買頻度の高い日常生活の必需品を販売すること」が使命です。旬や鮮度感を伝えるため、入口に野菜や果物、次に市場直送の鮮魚、切りたて・挽きたての精肉、豆腐や牛乳などの日配品、作らたての惣菜へと続きます。店内を周れば必要なものが全て揃う仕掛けです。
小須田 スムーズに買えて便利ですね。
高谷 一方で、死角になるのが副通路の乾麺や菓子、缶詰、ドリンク等の定番商品です。ここも見てもらえるよう、通路入り口に催事商品や、新商品を、その先に定番商品を並べています。
小須田 そうか! パスタが安いと思っただけで取ると、奥にはパスタソースや缶詰などの調味料が並んでいる。すべてこの通路で完結するので便利!
高谷 はい。探す手間が省ければ、スイスイ買えることができます。マツヤスーパーではお客様がストレスなく買えることを重視しているため、「見やすく・取りやすく・選びやすい」動線を考えているのです。さらに欠かせないのが「迫力」です。
小須田 それ、舞台にも欠かせません。
高谷 迫力は表現の基本ですね。ここを見て! という思いをいかに伝える

どんな人が向いていますか?

小須田 求めるのはどんな人ですか?
高谷 素直な人です。前向きに物事を受けとめて、好奇心がある。演劇と同様、人を相手にする仕事に正解はありません。でも答えを見出そうと考え続け、努力する姿勢が大事なんです。マツヤスーパーが手がけるのは「食」の



小パックの細切れ肉。こういった工夫が、顧客満足度を高める。



バックヤードが見れる説明会が大人気!
▶ 詳細はこちら

ムダのない空間に驚きました!
今回の訪問でスーパーマーケットのイメージががらりと変わりました。お客様の視線を誘導するアイデアが緻密に張り巡らされている場所。結果が反応でわかるのも、舞台と同じ。お客様の満足のために、熱く楽しく取り組んでいる皆さんに深く共感しました。

品揃えはお客様との「コミュニケーション」

小須田 お客様とはどのようにコミュニケーションを取るのですか?
高谷 毎日何千人と来店されるお客様に挨拶はしますが、全員と話さずにはありません。でもスーパーマーケットでは品揃えも大きなメッセージです。この肉のパックを見てください。
小須田 小間切れ肉の100グラムトレイ。一回で使い切れて便利ですね!

か。ポップや配置、量、アナウンスなど、自分の創造力を働かせて計画、演出し、売場という舞台を作り上げていく。それがお客様に響いたときに商品が爆発的に売れるのです。この感動は大きいのです。
小須田 自分の努力が認められ、承認されるんですね。私なら絶対泣くなあ。



パスタを見上げた先にソースがある陳列。「計算され尽くしている!」と驚く小須田さん。