

COMPANY PROFILE

橋本食品(株)

【業種・業態】食肉・惣菜販売業

●本社/〒801-0863 北九州市門司区柴町9番23号
TEL:093-331-0298 FAX:093-331-6273
http://www.hashimoto-foods.jp/

創業110年を超える老舗店の信頼を基盤に持ち
ユニークな商品や店づくりで注目される成長企業。
経営革新で社内のIT化と人材育成を推進し
品質・接客・クリンネス日本一、年商100億円を目指しています。



【事業内容】

食肉の販売、惣菜・すしの販売。精肉・惣菜の「お肉のはしもと」、幅広い品目の惣菜を提供する「惣菜や」、お持ち帰りの焼きとり屋「とっば家」の3業態を展開

【企業概要】

設立/昭和36年1月
代表者/代表取締役社長 橋本 和宏
従業員数/約170名 (パート・アルバイトを含む)
資本金/4,000万円
売上高/14億2,000万円
事業所/広島・山口・福岡に、精肉店・惣菜店合わせて18店舗



▲橋本食品(株)HP



従業員の豊かな生活と
お客様に満足を提供するために
ユニークな経営革新を進めています。



橋本 和宏さん
Kazuhiro Hashimoto

橋本食品(株)
代表取締役社長
■職業/会社役員
■勤続年数/11年(H16年入社)
■出身学部/経済学部卒

急な事業継承で4代目に就任

東京の大学に進み、卒業後は大手機械メーカーに勤めていました。先代社長の父が59歳で病に倒れ、経営を急に引き受けることになりました。事業継承の準備をする時間もないまま、4代目社長に就任。私には社員の経験しかなかったため、ベテランの幹部に経営を任せてみたのですが、うまくいきませんでした。現状打破のために、社長主導で新業態の惣菜店を出店したところ、これがまた大失敗。毎月100万円の赤字を出して1年半で撤退することになり、自分の力不足を痛感しました。真剣に経営者として力をつけようと思い、大学院に入学して経営の基礎を学びました。

人と事業の成長を支える仕組みづくり

一から経営を学んで気付いたのは、店舗を支える全社的な仕組みづくりが必要であること。社外専門家の力も借りて、IT化、ブランドづくり、人材育成を柱に経営革新を推し進めてきました。ITはマーケティングから教育まで幅広く活用。商品の売れ行きデータに基づく販売予測、事務作業の効率化、情報共有などに役立っています。生産性向上の取り組みが成果を上げ、一人当たりの賞与支給額もアップしました。ブランディング戦略で売り上げの核となる商品づくりを進め、経営革新の根幹である人材育成には、私自ら最優先課題として取り組んでいます。当社は100億円企業を目指してさらに成長していきたいと考えています。そのために若い人材を積極的に登用し、女性にもどんどん活躍してほしいです。

ギラヴァンツ北九州とタイアップ

北九州は生まれ育った故郷であり、私にとって愛着のある地です。最近では経営者として学んだこととお話しさせていただく機会もあり、地域の役に立てることがうれしいです。学生時代からサッカー観戦が好きで、地元でギラヴァンツができたころから応援してきました。現在は企業スポンサーにもなっています。選手の依頼で練習場に配達した当社の弁当が評判になり、試合会場での販売や、監督の名前を付けたオリジナル弁当の誕生につながりました。入社して今は営業の仕事頑張っている元選手もいます。好きなサッカーをご縁に、お付き合いや仕事が広がっていくのは本当にありがたいです。ギラヴァンツは私の元気の源ですね。



会社ぐるみで地元チーム「ギラヴァンツ北九州」を応援しています！

POINT 01 クリエイティブなブランディングで他にはないユニークさを構築しています。

プロの腕で調理した弁当や惣菜が話題になり、テレビや新聞、雑誌に何度も登場した門司港の「シェフがいる肉屋」。毎日食べたいやさしい味の唐揚げが人気となり、看板商品「テレから」(テレビに7回出たからあげ)が生まれました。当社では「テレから」を中心に、クリエイティブなブランドづくりを進めています。メディアを活用して積極的にPRを行い、2015年9月には北九州出身のシンガーソングライター池端克章さん作詞作曲の「テレから↑↑Song」が誕生。クリエイティブな仕事に携われるチャンスが、どんどん広がっている会社です。

POINT 02 ITを活用した人材育成 社内eラーニングシステム。

多店舗展開で情報共有が難しかった点を解決するために、ITを活用した動画配信システムを構築。若手社員がベテラン社員にインタビューを行い、その様子を録画して全社に配信しています。業績を伸ばしているベテランの知恵を共有し、仕事に生かすための取り組みです。この「eラーニングシステム」は社外でも注目を集め、先進的な社員教育事例として紹介される機会が増えています。また「顧客満足プロジェクト」を立ち上げ、若手の選抜メンバーで月1回ミーティングを行っています。社外研修への派遣も積極的に行いながら、実践的な社内教育を主軸とした人材育成を進めています。



全拠点のスタッフが情報を共有できる「eラーニングシステム」。