



濱のおいしさ、そのままに。

SUSHIで、世界一。

採用サイト



<https://www.hama-sushi.co.jp/recruit/>

株式会社 はま寿司

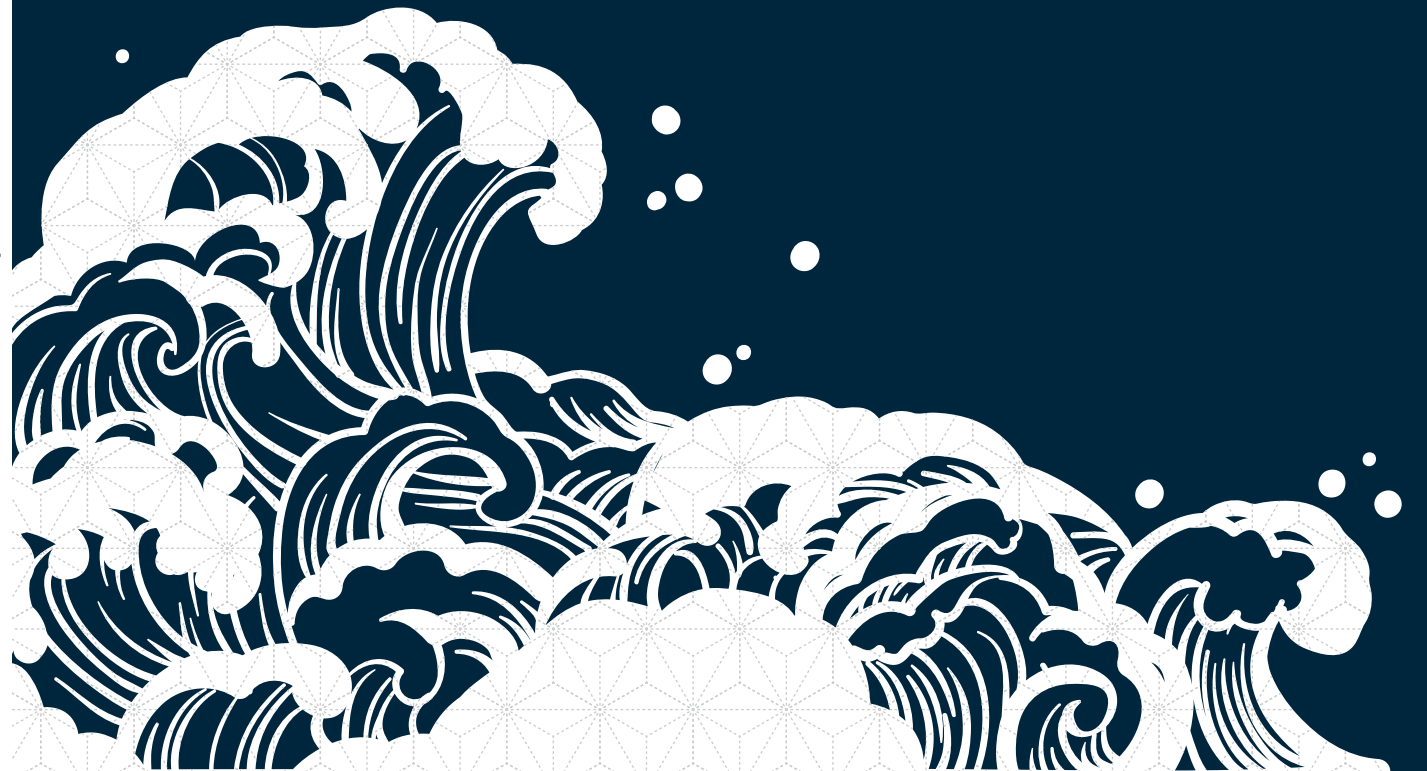
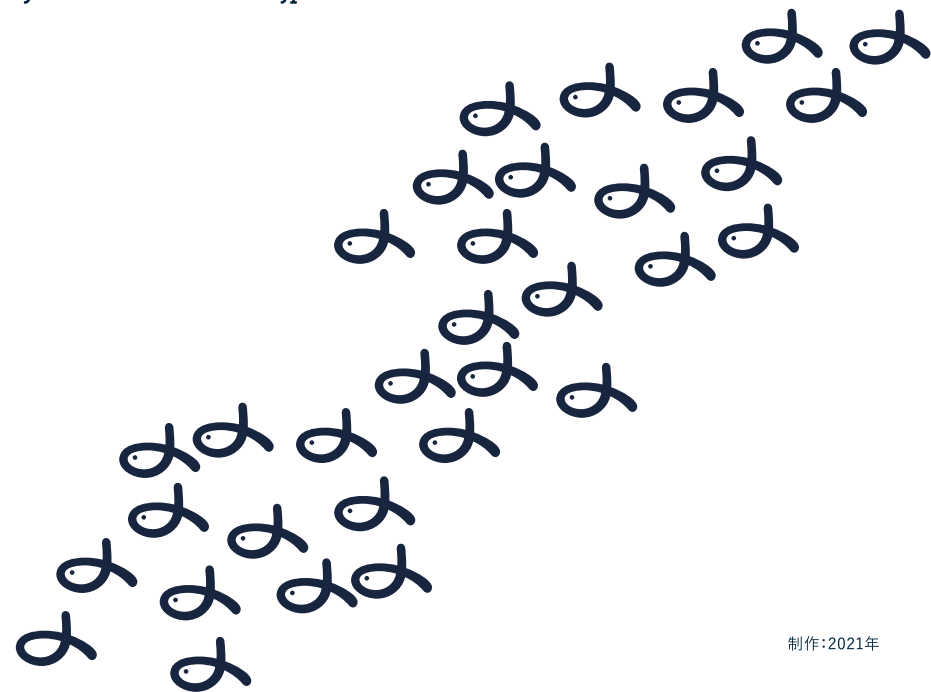
〒140-0002
東京都品川区東品川2丁目2-20
天王洲オーシャンスクエア

採用フリーダイヤル

0120-314-520

(9:00~18:00)

saiyou@hama-sushi.co.jp



制作:2021年

Recruit Guide

『SUSHIで、世界一。』

超えよう。お客様の期待を。
寿司チェーンの常識を。昨日の自分を。

越えよう。国境を。言葉の壁を。
その先に世界一を目指して。

途方もなく大きな夢があるから
現状に満足せず、限界を超えていける。

夢を語るのは恥ずかしいことじゃない。
口に出さなきゃ叶わないことがある。
身の丈も、周りの想像も超えてゆけ。

この入社案内に書かれているのは、
はま寿司の夢、そして社員一人ひとりの夢。

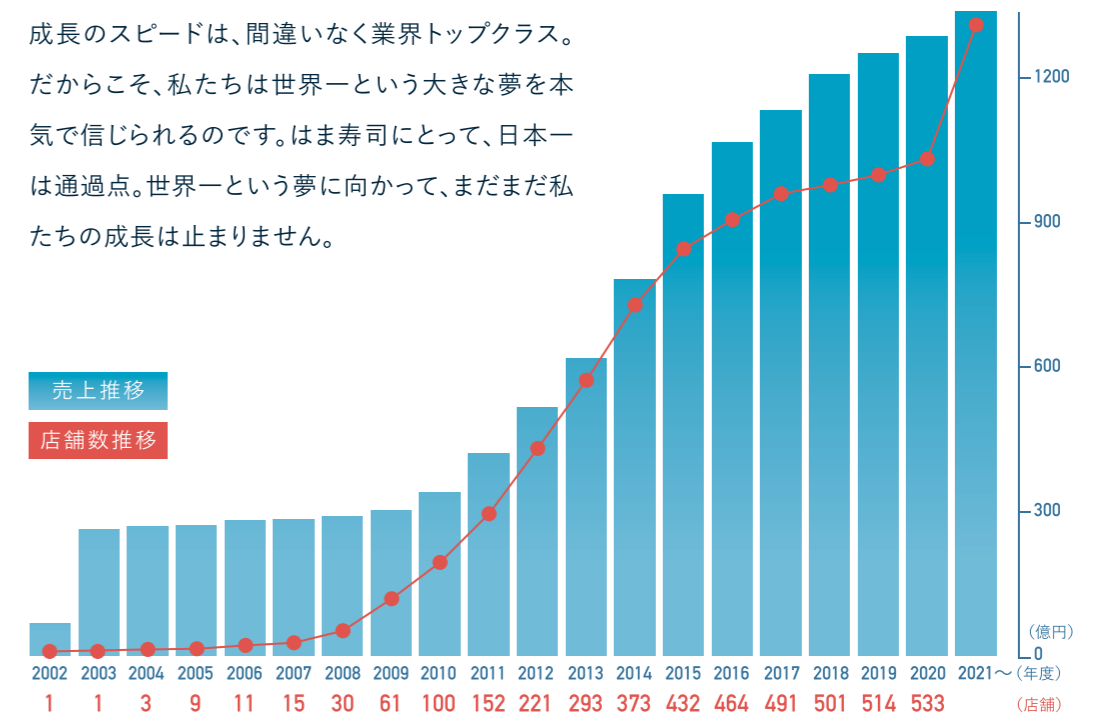
あなたは、どんな夢を見るだろう。



業界トップクラスの、成長スピード。

はま寿司が生まれたのは2002年。国内に数ある寿司チェーンの中でも、非常に若い会社です。そこから2018年には500店舗を突破し、売上・店舗数ともに日本一を目の前にしています。

成長のスピードは、間違いなく業界トップクラス。だからこそ、私たちは世界一という大きな夢を本気で信じられるのです。はま寿司にとって、日本一は通過点。世界一という夢に向かって、まだまだ私たちの成長は止まりません。



どこにも負けない、こだわりがあります。

はま寿司というブランド名の由来は、「全国の濱からおいしいものを届けたい」という想い。こだわっているのは、なによりも「味」です。日本全国さらには世界中から旬の食材を仕入れ、最も美味しい状態で食べられるよう、店舗での調理と提供方法も常に工夫を続けています。店舗のシステム化やサイドメニュー開発など新しい挑戦を続けつつも、いちばんに追求するのは最高の商品とサービス。王道で、世界一を目指します。





『世界から飢餓と貧困を撲滅する。』

飢餓の原因は食料の生産不足ではない。

この世界における食料の生産自体は、地球の全人口をまかなえるだけの量がある。

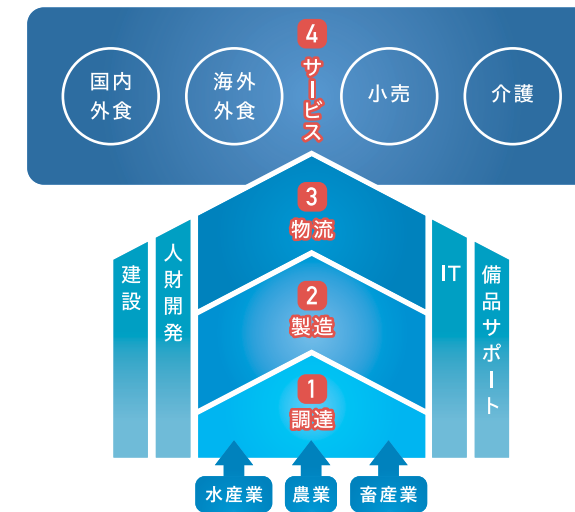
しかし、食料の多くは先進国に集中し、それが途上国の飢餓と貧困を生み出している。

ならば、世界一のフードカンパニーになって大きな食のインフラを作ることができればこの世から飢餓と貧困をなくせるはず。

ゼンショーグループの創業からずっと掲げ続けてきた夢に私たちは着実に近づいている。

世界中の人々に安全でおいしい食を手軽な価格で提供する。

世界から飢餓と貧困を撲滅するために必要なのは、まず食材を安定的に調達すること。製造・加工・販売の際に発生するムダを極限まで減らすこと。たくさんの人に行き渡らせるための物流と、安心・安全なサービスが受けられる店舗を確保すること。ゼンショーは、この食に関わる一連の流れを一貫して企画・設計・運営する「MMD(マス・マーチャンダイジング・システム)」という仕組みをつくっています。この効率的な食のインフラを広く定着させれば、きっと世界は変えられる。理想をカタチにするための現実的な方法を、私たちは創業からずっと追いかけています。



生産者のことも、守るために。

はま寿司では、フェアトレードで仕入れたコーヒーを販売しています。世界中から食材を仕入れているからこそ、生産者と公平に取引するだけでなく、定期的に現地に赴いて技術指導などを行うことで、生産者と共に成長していくのが、ゼンショーグループの目指す姿です。



世界を目指すCOOへ。 店舗の社員から、

わたしは2010年にグループ会社から、はま寿司に異動しました。当時、はま寿司は店舗も少なければ知名度もない会社。世界一なんて、とても現実的ではない目標です。しかし、創業からずっと世界一を目指すと言い続けてきました。それから現在、寿司チェーンとしての店舗数なら、日本一(つまり世界一)は目前です。人は手頃な目標を掲げてしまうと、その先へ到達するのが難しい。どこかで諦めて妥協していたら、絶対ここまで来られませんでした。我々が目指すのは、地球上の誰もが知っているくらい圧倒的な世界一。まだまだ遠い目標ですが、だから

こそ共にワクワクしながら夢を見れる人と働きたい。世界一なんて無謀だ、何度もそう言われてきました。わたし自身、はま寿司では新入社員と同じく店舗業務からスタートして、その頃はいつか社長になるなんて思ってもみなかった。でも、本気で目指せば叶うんです。社員の皆にも自分のやりたいことはアピールするように常日頃から伝えていきますし、実際この入社案内に載っているように目指していた道へ進む人をたくさん見てきました。はま寿司は、全員で一つの大きな夢を追い、その中で一人ひとりが自分の中にも夢を持っている会社です。

理由がある。 狙える、 世界一を

もちろん、この夢には勝算があります。そもそも寿司チェーンは、海外展開しやすいジャンルです。なぜならアイデア次第で、どんな食材も出せるから。魚は食べられないけど、寿司チェーンは好きという方もいます。日本食でありながら、様々な土地や文化に合わせてアレンジできるのが寿司チェーンの特徴。そこに我々は活路を見出しています。はま寿司の武器は、あらゆるジャンルの飲食店が集まったゼンショーグ

ループの一員であること。たとえば、すき家が持っている肉の仕入れや加工のノウハウを活かせば、はま寿司でも高いレベルの肉料理をお手頃価格で提供できます。これは他の寿司チェーンとは大きく異なる点です。新しく店舗を出すときも、他ブランドが全国各地や海外で出店したときのデータを活かしますし、グループ全体で効率的に土地を探すことができます。そのおかげで、はま寿司は店舗数を急速に伸ばせているのです。店舗が増えるということは、ポストが空くということ。はま寿司では、若いうちから大きな組織と裁量、そして幅広い選択肢を任せられます。だから、どうか今から5年後・10年後を見据えてほしい。就職したら、人生の大部分は仕事です。どうせなら自分が本当にやりたいことをやりましょう。



■ 代表取締役社長

遠藤 哲郎

Tetsuo Endo

VOICE 01



営業部

店長

齊藤 さくら

Sakura Saito

2019年入社



みんなが楽しく働ける お店を増やしたい。

はま寿司との出会いは高校生の頃。家の近くの新店で、オープニングスタッフのアルバイトを始めたのがきっかけでした。当時から抱き、現在の私の原動力になっている夢があります。その夢とは「みんなが楽しんで働ける職場にする」こと。当時の店長が楽しい雰囲気をつくる方で、自分もそんな存在になると心に決めたのでした。店長として配属されたのはブロック内でも売上の低い無冠の店舗。漂っていたあきらめムードを吹き飛ばすために提案したのが、クルーのレベルを競う「オペレーション検定」で1位を獲得することでした。まず、みんなの心に火をつけるために自分が店長の考課会で1位を獲得。検定の傾向から勝ち筋を伝え、空き時間でロールプレイングを行うなど「楽しく」を念頭に練習を重ねました。結果、1人がフロア部門の1位に。さらに出場した5人全員がいずれかの部門で5位以内に入賞し、総合1位を獲得。以来、みんなに自信が生まれ、店内の雰囲気が一変したことは言うまでもありません。

はま寿司での
アルバイトが
変わるきっかけを
くれた。

私がなぜ「みんなが楽しんで働ける場所」にこだわるのか。それは他でもない私自身が、はま寿司でのアルバイトをきっかけに変わることができたからです。自分にとってはま寿司は、楽しく過ごせる居場所のような存在でした。コミュニケーションも得意ではありませんでしたが、仲間やお客様とのやりとりを通じてその大切さや楽しさに気づき、大げさに言えば生き方そのものまで変わったように思います。だからこそ店長として、いずれはブロックマネージャーとして、地域に楽しく働ける店舗を増やすことで、高校生の頃の自分のような人たちに、何かのきっかけになれる場所をつくり続けたいです。



店長の仕事

店長として実際に店内で働き、店舗を管理します。
飲食の基礎を学ぶために、すべての従業員が通る道です。

平均年齢
29歳

(2020年12月現在)

営業部
ブロックマネジャー

矢内 拓郎
Takuro Yanai
2013年入社



世界一へ向けて
地域一の店を増やしたい。

「世界から飢餓と貧困を撲滅する」——入社前、会社説明会でこのゼンショウグループの企業理念に強く惹かれたことを鮮明に覚えています。数ある食品のなかでも寿司は日本独自のもの。だからこそ「はま寿司」で世界一となり、企業理念に描かれる世界の実現に貢献したいと強く思いました。世界一を目指すと言っても、まずは足元から。自分にできることは、担当する店舗を地域一にすることです。そのためには、お客様一人ひとりにファンになっていただく他ありません。とはいえ、お客様と直接向き合うのは各店の店長でありクルー。私の仕事は彼らに感謝し、鼓舞することでサービス向上を図り、その先にいらっしゃるお客様の満足度を上げることです。自らの経験、競合店やホテルなど他業態のサービスから得た学び、データから読み取る仮説などあらゆるヒントを伝えながら、店舗と一体となってサービス向上に取り組んでいます。その結果が数字やお客様の声として現れたときが、何より嬉しいです。

約600名の
クルー
一人ひとりに
声をかける。

ブロックマネジャーに昇格して間もなく、先輩から言われ肝に銘じている言葉があります。それは「クルーの話はよく聞いたほうがいい」というもの。お店のことを最も知っているのはクルー。常連のお客様からのお褒めのお言葉、ご指摘など、ときには店長さえ知らないことも教えてくれるからです。現在、私が担当する店舗のクルーは約600名。現場へ足を運ぶときは時間の許すかぎり一人ひとりに声をかけ、話に耳を傾け、1対1の関係を築けるよう心がけています。これからも現場に軸足を置き、全国に地域一の店を増やすことで日本一、そして世界一に貢献していきたいです。



BMの仕事

1ブロック10~15店舗を管理します。
店内の業務を行うことはなく、複数店舗をまわって
チェック・改善指導するのがBMの仕事です。

平均年齢
33歳
※中途採用者除く

(2020年12月現在)

営業部
ディストリクトマネジャー

小林 洋介
Yosuke Kobayashi
2005年入社



寿司チェーンの、可能性を切り拓きたい。

いまの寿司チェーンは、ある意味ラーメン屋で、時には居酒屋で、人によってはカフェでもあります。いろんな飲食店の役割を担う、新しい食のエンターテイメントです。はま寿司もそうですが、従来の回転寿司とは異なり、レーンが「回らない」お店も増えてきました。どのジャンルよりも変化が激しくて、だから面白い。私はそんな寿司チェーンのまだ見ぬ可能性を切り拓きたいです。たとえば、はま寿司のような大型店舗が出店できない土地に、こぢんまりとした新しいスタイルの寿司店を開くとか。さらに世界へ目を向ければ、同じ「SUSHI」という言葉でも、各地の文化に合わせて様々な形があります。そこからもヒントを得て、世界で闘える新たな業態をつくりたいですね。子どもの頃、家族で外食に行ったときの楽しい思い出が、わたしの原動力。寿司チェーンというジャンル、はま寿司というブランドで、誰かの楽しい思い出をつくるためのアイデアを、これからも考え続けていきます。

お客様としての
自分を、
忘れない。



週2回は必ず外食をしています。知らないお店に行ってインスピレーションを受けることもありますし、はま寿司にもプライベートでよく行きますね。ひとりのお客様として感じた良い点・気になった点は、店長に伝えています。頻繁に外食をするのは単純に好きという理由もありますが、ずっと仕事モードだと「これはコスト的にできない」など、お店側の理屈ばかり考えてしまうからです。でも、それはお客様にとっては関係ないこと。自分がされて嬉しいサービスを素直に実現するため、「よき消費者であれ」というのがモットーです。もちろん仕事としても、できるだけ多くの店舗に顔を出すようにしています。ヒントは、常にお店の従業員とお客様の中にありますから。

DMの仕事

50店舗ほどで構成される一つの地区を管理します。より経営に近い立場で、会社の戦略を店舗での改善に落とし込むのがDMの役割です。

平均年齢
40歳
(2020年12月現在)

営業部
ゼネラルマネジャー

町野 岳
Gaku Machino
2002年入社



働くことが、
自慢になる会社になりたい。

そこでアルバイトしていると、友達に自慢できるカフェってありますよね。就活をしていても、「ここに入ったら両親に胸を張れる!」と感じる会社があると思います。そんな風にアルバイトも社員も関係なく、はま寿司で働いていることを大きなステータスとして、もっと誇れる会社にしていきたいです。そのためには、寿司チェーンというジャンルで1位の売上や店舗数になるだけでは、まだまだ足りないと思います。世界的に名の知れた外食企業とも、肩を並べる存在になる必要がある。もちろん、ただ有名になればいいわけではありません。従業員に無理をさせていると、必ずどこかで破綻します。仕事が楽しくできて、しっかり休みも取れる。そんな働きやすい環境で、はま寿司という場所に愛着を感じてもらうのが最優先。はま寿司のことを従業員が好きになってくれて、喜んで家族や友達を呼べるようになれば、サービスは自然と良くなり、会社も成長していくはずですよ。

現場の
小さな改善を、
積み重ねていく。

世界的に有名な外食企業を目指すなら、「はま寿司=〇〇」というわかりやすい特徴が必要です。それを作るには、現場の小さな改善を積み重ねていくしかありません。ご案内ロボットや、完全注文式のストレートレーンの導入なども、現場の意見から生まれた挑戦です。はま寿司は従業員の提案を、絶対に門前払いしません。どんな内容も一度は必ず耳を傾けます。世界一を目指すには、店舗で働く従業員との濃密なコミュニケーションが一番の近道なのです。飲食は人に動いてもらわないと成り立たないビジネスで、キャリアが上がるほど多くの人を動かす力が求められます。何歳になっても、コミュニケーション能力が鍛えられる仕事ですね。



GMの仕事

東日本・西日本・中日本、
それぞれの営業部を統括するポジションです。
5年後、10年後を見据えて、
自ら経営戦略を企画・設計します。

平均年齢
41歳
(2020年12月現在)



VOICE
05

クルー採用課
主任

青木 真樹
Maki Aoki
2008年入社

世界各国、
誰でも働ける
場所にしたい。

人財育成課とは別に、新店舗を立ち上げる際のスタッフ教育を専門に行うのがオープン課。店舗を急速に増やしている、はま寿司ならではの珍しい部署です。この部署があるおかげで、オープン時のノウハウは、どこよりも効率的に蓄積できています。今後はそれを海外展開に活かして、どんな国の人でも働ける仕組みを作りたいです。はま寿司は高校生からご年配の方まで、1店舗に70~100人ものスタッフが働く場所。だからこそ、みんな違って当たり前、お互いを尊重しようとオープン課では教えていて、この考え方は海外でも重要になると考えています。現在は日本全国のオープン店舗を飛び回る日々ですが、いつかそれが世界中になったら嬉しいですね。

動画で、言葉の壁を超える。

はま寿司は、いろんなタイプの人活躍する会社です。多様性がある職場での教育に重要なのは、教える側が話す内容を統一すること。ちょっとしたニュアンスの違いで受け手の認識がズレてしまうため、全員が同じ内容を教えられるよう、オープン課では資料の整備に力を入れています。最近、動画でマニュアルをつくるという試みも始めました。これなら言葉が通じなくても視覚的に伝えられるので、海外展開に向けた大きな武器になる予感がしています。

VOICE
06

オープン課
新店立ち上げチーム
主任

中村 大貴
Daiki Nakamura
2015年入社



はま寿司の夢に、
全力で
乗っかりたい。

店舗で働くクルーの募集と定着を助ける部署で働いています。実を言うと、やってみたら楽しかったものの、この仕事が元々やりたかったわけではないし、絶対に行きたいという部署でもありませんでした。ですが、急速に店舗数が増えているときに入社し、店舗オープンの最前線で自分の仕事が会社の成長へ直結することは間近に感じてきました。だからこそ、はま寿司が目指す世界一を、自分の夢のように追っています。別に、今すぐやりたいことが決まらなくてもいいんです。とりあえず会社の大きな夢に乗かって、目の前にある自分の役割に全力を出してみるだけでもいい。そうすれば、どんな人でも本気で仕事を楽しめるようになる。はま寿司は、そういう会社です。

データを分析して、的確に人財を集める。

世界一に向けて店舗数を増やすには、クルーの確保が欠かせません。シフトが上手く回るように、働ける曜日や時間帯の異なる幅広い世代を採用することも重要です。そのため過去のデータを分析して、学生向け・主婦向けなどターゲット層に合わせた採用活動に力を入れています。また、わたしは少し前に育休から復帰したのですが、周りの協力もあって働き方に制限はなく、むしろ親としての視点が役に立つこともあるので、それもさらに活かしていきたいです。



ブランド力を高めたい。
デザイン部署をつくり、

販売促進室は、チラシやCMの制作、TV・雑誌の取材対応、SNSの運営など、販促にまつわる仕事全般を手がけている部署です。現在は広告代理店や制作会社と協力して、様々な制作物を作っています。それを、いずれは社内の「はま寿司を100%理解している人間」だけで作れるようにするのが、わたしの目標です。世界的に有名なブランドは、チラシやCMでも、パッと見ただけで伝わる特徴を持っています。“全体のレベルは高いけど、わかりやすい特徴がない”。これは、はま寿司が抱えている課題の一つでもあります。社内にデザイン部署を立ち上げ、「はま寿司らしさ」を追求することで、世界中の誰が見ても一目でわかるブランドを作りたいです。

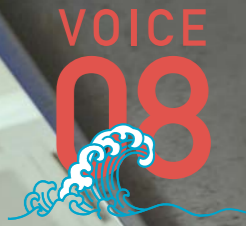
あらゆる来店のきっかけをつくり出す。

ブランドの魅力を高めることはもちろんですが、はま寿司を知らない人や、お寿司をあまり食べない人に興味を持ってもらう取り組みも必要です。以前、タッチパネルの音声と店内アナウンスを、期間限定で有名キャラクターの声優さんをお願いしたことがあります。これを聞くために来店したという方も多くて、嬉しかったですね。デザインという手段だけに捉われず、あらゆる方法で販促にチャレンジできるのが、この仕事の面白いところです。



販売促進室
主任

横山 千春
Chiharu Yokoyama
2016年入社



仕入課
主任

有馬 拓弥
Takuya Arima
2013年入社

どんな寿司を出すのか考え、そのための食材を仕入れてくるのが、我々の仕事です。はま寿司では全世界から旬の魚を仕入れ、国内外の工場加工しています。これから世界へ展開するにあたって、その体制をさらに強化していくため、海外に水産の拠点となる会社を立ち上げたいです。特に東南アジアは水産資源が豊富であり、日本の寿司では馴染みの薄い淡水魚の加工と生産に強いので、チャンスを感じています。そこで今までにない魚の加工法や、新しく養殖できる魚が見つければ、ゼンショーグループが目指す食料の安定供給にも一歩近づかずはずです。自分の夢が会社の夢にも繋がっていると感じながら、これからもチャレンジし続けます。

迷ったら、初心を思い出す。

仕入課では、漁港や市場に行くところから、加工場の視察、店舗での調理・提供方法のチェックまで、あらゆる工程に携わっています。幼い頃から魚が大好きだった自分にとっては、夢のような環境です。この部署に入れたのは、以前配属されていた人財開発課での就活生の面接を通して、自分が働く理由について改めて考え直したことがきっかけ。“大好きな魚に深く関わる仕事がしたい”。その初心を忘れず、ありのまま自分の夢を追いかけたいです。

東南アジアに
水産の会社を
立ち上げたい。



1
仕組み
カイゼン活動



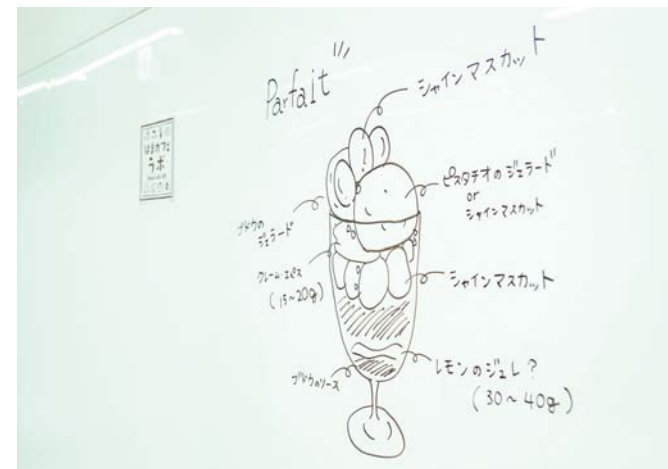
店舗や日々の業務についての「こうしてほしい」というアイデアは、誰でも気軽に本部へ届けることができます。1年に数百件以上も寄せられる改善提案書は、各部署の責任者が必ず目を通して精査し、実現に向けて検討。業界初のドライブスルーなど、社員はもちろんクルーからの改善提案書からカタチになったアイデアもたくさんあります。

2
仕組み
新設備の導入



お客様に早くおいしくお寿司を提供するため、そして従業員の負担を軽減するため、はま寿司は積極的に新しい機械やシステムを開発しています。新設備は一部の店舗へ実験導入して、効果や使い勝手がよかったものを全店舗へ展開。リスクは最小限に抑えつつ、どんどん新しいことにチャレンジしやすい仕組みができています。

3
仕組み
はまカフェラボ
Hama Café LAB



見た目も味も鮮やかな本格スイーツを提供するため、世の中で流行っているスイーツの研究や、新メニューの開発会議を行っているのが、はまカフェラボ。週に1回、スイーツを愛する社員が自主的に集まっています。はま寿司では、同じ目的を持った仲間が集まれば、部署を超えて新たなプロジェクトを立ち上げることも可能です。

夢を 叶える力を 身につける。

何事にも、
基本の型が
あります。

店舗での仕事がお客様に喜んでいただくための全ての基本です。それを自ら実践できなければ、クルーを育てることも、いい商品やサービスを考えることもできません。だからこそ、はま寿司では最初に店舗で「ムダ・ムラ・ムリ」のない動きをマスターします。グループ全体でのノウハウを活かし、オペレーションと教育研修が細かく仕組み化されているので、誰もが効率的に店舗業務を習得し、最短21ヶ月で店長を目指すことが可能です。



成長には、
正当な評価が
欠かせません。

昇進に求められるのは、年齢や上司からの好感度ではなく、より大きな組織を率いるための人格と実力が備わっているかどうか。担当店舗の業績や事業への貢献度が見られるほか、階層別に一人ひとりのリーダーシップがチェックされる機会もあります(年2回)。成長のモチベーションを高めるためには、正当な評価が不可欠なのです。さらに成長を促すため、店長より上の段階でも、明確な基準を定めた昇進資格制の導入が進んでいます。



能力の5段階

会社の経営戦略を決定し、社内外に展開していく力です。みなさんは最終的に、この段階を目指すことができます。

COO

経営幹部

アドミニ
ストレーション

それぞれの部署の責任者として、はま寿司だけでなく、ゼンショーグループ全体の未来に向けた道筋を描いていく能力です。主に店舗展開と商品計画の土台をつくります。

DM

GM

部長

マネジメント

営業部と本部の各部署で
ジョブローテーション

マネジ

BM

課長

より多くの部下や資産を動かし、目的を達成する力です。相手と向き合うコミュニケーションとリーダーシップを合わせた総合的な人間力が求められます。

新入社員は
ここからスタート

コントロール

SM

AM

主任

自ら計画を立て、店舗の課題を認識し乗り越えることで、計画との誤差なく仕上げられる能力です。主に店長としてスタッフを教育・指導し、「地域1番店」を目指します。

オペレーション

トレーニー

アシスタントマネジャー

仕事は一つひとつの作業によって構成され、その作業はいくつかの動作が組み合わさってカタチ作られるもの。そのため最初に店舗で学ぶオペレーションこそが、すべての仕事の基礎となる能力です。