

WILL

TENPOS GROUP MAGAZINE



Feature

戦略企画室がいよいよ始動

President Interview

森下篤史社長 諦めないということ



戦略企画室がいよいよ始動!!

ドクター化推進に向け7月11日新たに発足した**戦略企画室**。ドクター・テンポス事業の中核を担う同部署の狙いは何なのかその役割について毛利部長に伺いました。

「前期のバスターズの売上高は

128億で、その内ドクター商材の売上は1億円にも満たしません。戦略企画室の役割は、ドクター化に向けて、①新しいサービスや商品を開発し、②競合の動向や自社の販売実績を分析しながら、③既存サービスの改善に努める事です。サービスを開発するには、他社とタイアップするのか、OEMにするのか、自社開発で進めるか様々な方法が考えられます。お客様が満足できて、営業マンが自信を持って販売できる、そんな商品の開発・改善に務めてまいります。」

戦略企画室が発足してから、新たに「第一サービス」「おまかせサービス」が始まりました。

「今テンポスにはジョブや覆面、インターネット回線や保険紹介等、情サ商品だけでもざっと50はあります。販売実績を見てみると、新規開業の客数は全国で1200件ほどありますが、そのうちたった60件

(5%)のお客様しか3つ以上のドクター・情サ関連の申し込みを頂いていないことが分かりました。そこで、お客様に紹介する一番効果的なお勧めの順番は何か、トークは何か、どんな資料、申込書があると良いか、戦略企画室で精査しました。それが、「第一サービス」と「おまかせサービス」がスタートした経緯です。ゴールは5倍の300件(新規開業者の25%)のドクター・情サ商品の申し込み獲得です。

戦略企画室の役割の一つに、「政策提言」を集めて実行するとあります。これは何ですか？

「お店の全従業員が気付いたこと、今まで発信する機会がなく諦めていた事をなんでも「改善提案書」に書いてもらい、戦略企画室から人事部や商品部などの各部署に伝え改善していくことです。問題点に対して、各部署は実行項目として対策を立て、その実行を戦略企画室が管理していきます。「パートさんが退職して人手が足りない」「棚卸の時間短縮のために、こんなツールを導入したい」等、これを言ったらいけないなんて事はないのでどんどん意見をもらいたいですね。良い組織にしていきたいです。」

新規開業するお客様一人当たりのドクター・情報サービスの申し込み3件以上の獲得を、**月間60件から300件に伸ばす!**



戦略企画室メンバーの紹介

この男がマジになったらすごい!
今後の情サの新サービスに注目



毛利部長 (管理部兼務)

店舗の四半期毎の店舗別の売上高・営業利益を算出し分析及び実行項目の企画を担う。その他にも、情サの商品開発として大手メーカーとビジネスモデルから構築する交渉等も行う。

テンポスのデータサイエンティスト、いよいよ本気モードに突入



安永さん

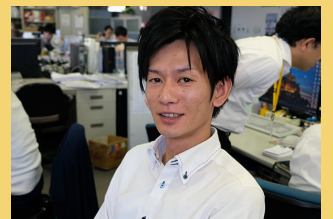
第一サービス・おまかせサービス、新規開業者数比率など、主にドクター事業に関わるデータの集計や分析、新サービスのトークファイル作り等を担う。

どこまでも、追いかけてくる、二人のチェックから逃れることはできない!



平島さん

情報サービス商品の協力企業の窓口を担う。情サの申込数アップのための店舗のオペレーションの改善、売りやすい資料やトーク改善等も行う。



白尾さん

飲食店の発注システムや予約システム等のWEBサービスの開発を担う。少しでも可能性のある企業にはアタックし協業の道を探っている。



おまかせランキング

最速獲得ランキング!

7月31日に開始した「おまかせサービス」から2日後。営業マン3名から申込獲得のFAXが届きました。中でも第1号は仙台店加藤さん！素晴らしいスタートダッシュ!



仙台店 加藤さん



京都店 大林さん



なんば店 李さん

8月27日~30日の4日間で提出された改善提案は68件。

売り場効率アップを目的とした店舗在庫に関する提案から、パート従業員の評価方法に関する改善案、自家用車使用に対する保険の要望など、多岐に渡る改善提案が提出された。

改善提案の内容	戦略企画室の対応	改善提案先
Zoomトレーニングで最後に5分の質問タイムが欲しい。人材事業部で取りまとめて戦略企画室から回答があると良い	人材事業部で取りまとめて、戦略企画室から回答する	人材事業部 +戦略企画室
飲食道場のライトプラン(半日プログラム)があると良い	人材事業部に提案する	人材事業部
商品部のA部門の指示がとにかく多い(1日に2件くらい)	1/5に減らす→商品部に提案する	商品部
TBの縦型が売場を圧迫しているので何とかして欲しい	森下部長が検討中→期限を切って改善してもらおう	商品部
売価変更のたびにJANを張り替えるのが手間。商品ごとの売価表示の変更ではなく、プライスカード変更のみにしたい	森下課長に相談する →ストアベースでの対応も含めて管理部でやる	管理部
本部スタッフリストで、こんな時誰に聞けばいいかが分かると良い	管理部から配信する	管理部
松山・広島西・小倉店の看板が色あせている綺麗な方がいいなあ	写真を撮って送ってもらう→必要であれば付け替える	管理部
棚卸をやりたくない	こういうのはいちいち取り上げない 怠け者の意見はいらない	-
自家用車を業務で使った場合に、会社の保険がきかないか	会社で従業員の自家用車に保険をかけないと無理なので今回は見送り	-

Q. 「第一サービス」や「おまかせサービス」のトークで、この人はすごいぞ!!という人を教えてください!



諦めないと ということ

代表取締役社長 森下篤史

子供を育てるにしても、会社で部下を育てるにしても、人を育てる時には、2つの事をやらなければならない。一つは、「もう無理だ、出来ないよ」と子供が弱音を聞いた時だ。この時、「分かった、手伝ってやるよ。」と言う親がいるが、これは非常にもつたいない。子供が無理だと言った時は成長のチャンスである。我慢させて続けさせることが大事だ。もし次に、「本当に無理だ」と泣き出してしまったとしても、「思いっきり泣きながらやってみる」と声を掛け、苦難を乗り越えさせる練習をさせなければならない。つまり、人を育てるとは、我慢させることと乗り越えさせることであり、その体験を与えれば与えるほど人は成長する。そしてその体験は人生の価値になる。

「我慢する」「苦難を乗り越える」ことの例を挙げると、一つが勉強。東京大学に合格したという人は、小学生の時から、遊びたい時間を我慢して何年も勉強を続けてきた人だ。「我慢すること」を続けてきたから難関大学に合格することができた。学歴自体に価値はないが、「我慢して続けた」ことに価値がある。

一方で、学歴が低くてもスポーツに打ち込み、甲子園や国体に出場する等の成果を残してきた人達は、遊

びたい気持ち我慢するだけでなく、暑い日もヘトヘトになるまで練習を続けてきた人である。これは東大に合格するのと同じくらい価値があるとと言えるだろう。いや、もっと価値があるとと言えるかもしれない。

しかし、これらを超える価値が「育歴」である。どんな人に出会い、どんな環境で育ってきたかで人の価値観は大きく変わる。友人が小学5年生の時、家は魚屋をしていた。父親は呑みだくで家は貧乏。父親の言いつけで長男だからと、売れ残りの魚をリアカーにのせて近所に売りに回っていたという。しかし、どんな風に使えばいいかわからない。面倒だからと安く売れば親父に怒鳴られる。だから、怒られないようにするためにと工夫するようになった。ある時は、一人のお客さんに話し掛けるよりも、3人で立ち話をしてい

るお客さんに話し掛ける方がたくさん売れることを知った。またある時は、港に行き、大量のサンマを運搬するトラックは、魚が少し籠から落ちても、安い魚だからとわざわざ拾わない光景を見て、その落ちた魚を拾って店で安く売るようにしたら、それが目玉商品になりお客さんが増えた。そんなことを中学3年生まで続けていると、これまで売り残りが出していた魚屋が、早い時間帯で完売してしまう人気の魚屋になったそう

だ。そして時は経ち私もその友人も社会人になった。俺は小心者で真面目なタイプだから、ビジネス書を読んで「これをやってみよう」なんてやっていたけど、彼の場合は、情報を入手したらすぐにその場に行ってみるし、すぐに自分でやってみよう工夫をする。成果を上げる最短期の道を進んでいくから、ビジネスの世界では彼に全く歯が立たなかったよ。育歴は学歴を超えるということだ。

しかし、学歴が無い、育歴が無いとあって案ずることはない。会社に入社して学歴が高い人、育歴が高い人と一緒に働き、苦労から逃げずに「我慢する事」と「工夫をする事」を続けていると5年、10年と経てば、その人達と肩を並べることもできるし、追い抜くことだって出来るからだ。大事なことは諦めないということである。「自分には無理だ」「自分には合わない」等とは言わずに、まずはやってみる。本当に出来ない事や自分に合わない仕事なんて数少ない。もっと自分にあった仕事を探そうなんて考えて違う道を選んだとしても、上手くいくことはほとんどない。今ある仕事の中で、働き甲斐を見つけるのは自分次第である。

ラーメンドクター始動



全国のテンポス販売員7名が一丸となって、ラーメンのプロデューサー、「ラーメンドクター」を目指す！

ラーメン店は、他の飲食店に比べて初期投資が低いため開業がしやすい一方で、トレンドに左右されやすいことから、3年で7割のラーメン屋が閉店すると言われていました。そこで、ラーメンドクター化プロジェクト『ラーメン大学』が今年の5月に発足しました。メニュー開発、オペレーションの効率改善を行う等、ラーメン店のプロデューサー・経営支援が出来ることを目指します。

業の相談を頂いた際に、「豚骨系のお店をお考えなんです。それなら、同じ系統でこんなお店が流行っていますよ」とサツとシートを見せて、新規開業の相談にもついていく、というように活用しています。また、1日の声掛けの件数やトーク練習の目標を設定し、それを達成できたかを全員が共有できるようにすることで、お互いの刺激にもなっているようです。実際のラーメン店の運営に関しては、グループ会社、元祖カレータン麺「カレタン」を運営する三輪専務や、ラーメン研究家の石山氏からアドバイスしてもらえ体制があります。7月12日には、繁盛店をまわる『ラーメンパック第一弾』を開催するなど精力的に活動している

ラーメン大学のメンバー。ラーメンの事で困ったら、まずは7名のドクターに相談してみましよう！

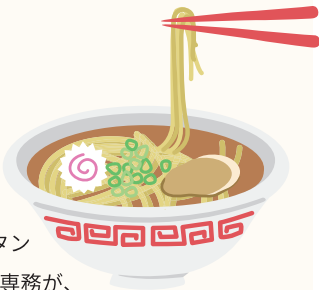
ラーメンドクターのメンバー(敬称略)
立川店 八重樫辰也、千葉店 吉野有亮、湘南店 小林寛武、春日井店 長谷川宗平、西宮店 松山尚樹、福岡店 中野敏久、鹿児島店 東聖太

サポートメンバー(敬称略)
西日本営業統括部長 遠山貴史、キッチンテクノ4課 課長 吉川武幸、小笠原充(券売機の師匠)、千野正弘(圧力寸胴のプロ)、サンライズキッチン 専務取締役 三輪享平(ラーメン店運営のプロ)



ラーメン繁盛店 見学ツアー

7月12日に、繁盛店をまわる『ラーメンパック』を東京で開催しました。第一部は、グループ会社、元祖カレータン麺「カレタン」を運営する三輪専務が、



第二部は、ラーメン研究家、石山氏がプロデュースした牛骨ラーメンダイニング「jing」での座談会形式で行われました。ツアーでは、メニュー開発の経緯や、運営に掛かるスタッフの人数、家賃、原価率等、具体的な店舗運営やラーメン店のトレンドについて質問が多く飛び交いました。

第二弾は8月31日に東京で実施予定で、名古屋、大阪、福岡、札幌でも展開していきます。



吉川課長からのメッセージ

1回目のラーメンツアーは、正直どうなるかとドキドキしていましたが、参加されたお客様からは、「勉強になった。業者さんとの横の繋がりが出来たのは大変ありがたい」とのお声を頂き、手応えを感じています。ラーメンツアーは、形式的なセミナーのようなものではなく、参加して頂いた方に本当に参加してよかったと言える、横の繋がりが作れる場にしていきたいです。



もーほんと撮るとかやめて・・・

春日井店 長谷川さんからのメッセージ

お客様と対等に話ができるようになるためには、食材の素材や、ダシの取り方まで踏み込んだ話が出来なければいけません。奥が深いですが面白い、そう感じています。ドクターになるまでは1、2年はおかると思いますが、「もっと早く！」なんて言われるかな。今はトーク練習と知識を蓄えることに集中して取り組んでいます！



誰がヤクザやねん！



Q. 人に自慢したいほど好きなラーメン屋さんを教えてください！



テンポス WEB 制作チームの現場から

サービス開始から毎月500件に上る申し込みが続く、無料HP作成サービス。実際のよう大量のホームページを制作しているのでしょうか、制作の現場をテンポスドットコムの大田さんに伺いました。

「まず、FAXの仮申込の内容をテキスト起こすところからスタートします。次にお客様にメールやお電話でHPの本登録をご案内し、掲載したい文章や写真をメールでやり取りをします。写真や文章が揃ったら、いよいよ制作開始です。今は、常に10サイトは同時進行で制作を進めています。メールよりもLINEの方がお客様からの返信率が高いので、LINE上で画像や店舗情報についてやり取りをしながら進めています。」

ホームページ制作の目標数30万件に向けてどのように取り組んでいますか？

「高い目標値ですが、チームでPDCAを繰り返しながら目標を達成させていきます。協力企業さんとの打ち合わせや交渉も担当者として任せてもらえるようになったので、その期待に応えていきたいです。」

課題としては、お客様から『写真がきれいに撮れない』『文章が書けないから制作まで進められない』などの声をよく聞きます。営業担当(テンポス)の方が、写真や文章についてもアドバイスできるような資料や仕組みを作り、もっとお客様に便利だなと思って頂けるようなサービスにできるように、改善に取り組んでいます。」

今後は、HP制作以外にも、クーポンアプリの運営や商品開発の中心メンバーとなっていく大田さん。彼女の益々の活躍に期待です！



テンポスドットコム
大田祐香子さん (入社4年目)

大学では日本画を専攻。WEBデザインの仕事に就きたくて学生時代はWEB制作会社でアルバイトを経験。入社の上志動機は「人の心を動かす仕事(デザイン)がしたい」、今もそのためにスキルを磨く日々を送っています。



フードレイス事業とは別に、テンポスグループの企業HPを作成するのも業務の一つ。あさくまグループの『エビス参』『スラバヤ』のHP作成では、撮影からデザイン、システムまで一貫して担当。フードレイス事業でも、ゆくゆくはお客様の希望に合わせた独自HP作成も可能にしていきます！

メディア掲載

「リサイクル通信」8月25日号にて、平野前社長と新宿店角野店長の活躍が紹介されました。ダイジェストでお伝えします。

「リサイクル通信」8月25日号



©ねむようこ/祥伝社フィールコミックス
大人気の少女漫画、ねむようこさんの漫画に、なんとテンポス名古屋千種店が登場です！『ポンクラボンボンハウス3巻』8月8日から発売しています。



テンポス新宿店
角野綾太店長

「このままでは年明けの営業ができない」。昨年12月30日夜、恵比寿にある鉄板焼き店「ぶち」でコールドテーブルが突然壊れた。日にちが変わろうとする中、中土厨機器を扱うテンポスパスターズ(東京都大田区)の平野前社長(当時)のケータイに連絡が入った。声の手はあちを経営するWIDE ISLAND(同渋谷区)の石原智弘社長。購入元であるメーカーの営業担当に連絡するも、「何えるのは年明け」と業救いを求めたのがテンポスパスターズだった。これは店舗の者から折り返しさせます(平野前社長)。平野前社長は石原社長から用件を聞き、テンポス新宿店の角野綾太店長に繋いだ。角野店長が石原社長に連絡したのは翌31日の朝7時。石原社長はこれに即座

テンポスパスターズ エピソード 大晦日の緊急依頼に対応 コールドテーブル取替の奇跡

「2100mm幅のコールドテーブルがないか関東の店舗の在庫状況を確認していた。実は2100mm幅の物は、飲食店によく出回っている1200mm×1800mm幅の物と違い、全国の店舗を探しても1台あるかないかのレア物(角野店長)。なんと1週間程前に買ったばかりの1000mm幅の物が、しかもぶちから最も近いテンポス新宿店に、新品店在庫が1つあったのだ。搬入は同日14時頃。テンポス新宿店から直接トラック



「ぶち」店内。厨房奥のコールドテーブルを取替えた



WIDE ISLAND
石原智弘社長

れず、同日の昼15時頃に折り返した。「奇跡的にありましたよー」(角野店長)。昨晩、休中だった角野店長は自宅からウェブの在庫管理システムに入り商品を検索。石原社長が希望する幅の物が、飲食店によく出回っている1200mm×1800mm幅の物と違い、全国の店舗を探しても1台あるかないかのレア物(角野店長)。なんと1週間程前に買ったばかりの1000mm幅の物が、しかもぶちから最も近いテンポス新宿店に、新品店在庫が1つあったのだ。搬入は同日14時頃。テンポス新宿店から直接トラック

編集部紹介

■広報販促部



乙丸千夏



谷口光晃



松本一希



小川結子



森泉利江
(森下社長秘書)

皆さん、第一弾社内報はいかがでしたか？

こんな情報を掲載して欲しいなどありましたら、ぜひ教えてください！

社内報に関するお問い合わせ

広報・販促部
TEL : 03-6855-2205 / Mail : tenpos-koho@tenpos.co.jp
乙丸・谷口