

POP専門医は どんな勉強を しているの？

販促支援をトータルで提案できるPOP（ポップ）専門医はどんな勉強をして、どんな仕事をされているのでしょうか。

有料POPのポスターの提案から看板の販売までトータルで仕事をこなす京都店の松永さんに取材しました。



松永さん
和食屋を経営するお客様が、新しくラーメンを新商品として出すことになりました。

そこでポスターの提案をしたんです。お客様は第一に費用をかけたくないとの希望でした。まずは無料POP（フオーマット）に当てはめたポスター作成）のお話をしましたが、話を進める中でやはり、一からデザインをする有料POPを作成することになりました。

販促物では、写真のクオリティーが大事ですので、プロカメラマンの派遣も提案しましたが、「25,000円もかかるの!？」と驚かれて却下。オーナー様自身が撮影されたスマホの写真を使うことになりました。しかし、それでもできるだけ写真は良いものを使いたいため、情報館の小川部長に写真を見て頂き、「料理は画像の中央にく

りや内容が分かるようにする」と、最後に、価格や詳細情報を入れて、安心して入店できるような流れを作る等の販促物を作る上での知識やトークは少しづつ身につけてきていると感じています。

しかし、実際にお客様のお店を見に行った時に、勉強した観点からタベストーリーを新しくどこに置いた方がいいといった提案は出来るのですが、じゃあ、デザインはどんなものが良いかと具体的な提案をするにはまだまだ知識も経験も足りません。また、デザインしたものを、どんな素材の紙に印刷するのか、布に印刷するかも価格は変わってきますから、その相場感をさつと答えられるようにもなりたいです。そうすれば、お客様から『販促のことなら、松永さんに聞こう』そんなふうに思ってもらえるPOP専門医になれるのかなと

感じています。

ちなみに、テンポスが提供している有料POPの価格は相場の半値ほどです。仮にA3のポスターの作成をデザイン会社で依頼すると4〜5万円かかるんです。さらに、カメラマンに撮影をお願いすると、これも半日で4〜5万円かかるんです。それが、テンポスだとデザイン作成は約2万円、カメラマン派遣はプロで2万5千円、アマチュアカメラマンだと6千円でサービスを提供しています。

だからこそ、お客様にはもっとテンポスの販促物作成を利用していただきたいと思います。そして、私自身は総合的な販促の提案をしながら、A部門売上に貢献できるように取り組んでいます。



テンポスバスターズ
京都店
松永祐佳さん
以前は商品部で装饰品の買い付けなどを担当されていました。



ポスターの見積書をお客様に送る時に、事前に看板やその他必要な備品をリストアップし、写真付きで見積書に追加してお送りしました。



お客様ご自身のスマホで撮影して頂いた料理画像。できるだけ費用を抑えたいとのことで、ご自身で撮影するポイントをお伝えしました。



私が書いたポスターのデザインのラフ案です。



こちらは、完成したポスター。私のあのラフ案から、ここまで仕上げていただきました！

右前に置いているのが今回作成した看板

POP専門医が 目指すもの

2018年11月から始動したPOP専門医のトレーニング。POP専門医のゴールは、お客様が販促物の相談をしにテンポスに来店されるようになること、P部門（メニューブックやのぼり、有料POP等を総称したもの）の売上を2.3億円から5億円にすることを目標にサービスを提供していきます。

大橋店長（西宮店）

普段からパートさんも含めた飲み会はよく企画していましたが、そこではいつもプライベートの話で盛り上がる事が多かったんです。ですが、芋煮会では仕事の話をたくさん聞けました。居酒屋ではない、「職場」でやるから自然と仕事の話しも多くなったんだなと思います。やって良かった！



鍋の仕込みはパートさんが準備してくれました。

check!

武田さん（人材事業部）

年作りをテーマに献立をみんなで考えて料理をして、部屋の飾り付けも皆で行いました。また、会社内で「行うので小さなお子さんがいるパートさんでもお子さんと一緒に参加しやすいのではないかなと思います。次は4月に行いますが、「今回は私が企画をやる!」とパートさんたちが立候補してくれました。このように次に繋がる会になりました。嬉しかったです。



歓迎会も兼ねて18名（+お子様5名）で開催。ポーズ

芋煮会とは？

一緒に働く仲間とコミュニケーションを増やす食事会です。ルールは店舗内もしくはセンター内で開催すること。冬はお鍋、夏は流しそうめんもいいですね。仕事終わりにいっぱい飲みつつ、話合いの場を活かして親睦を深めていきましょう。

田口店長（大宮店）

普段の飲み会は社員中心になってしまっていますが、芋煮会にはパートさんも参加できたことが何よりも良かったと思います。鍋をつつきながら、普段よりちょっと本音もよく聞けたような気がします。お子さんたちとゲームできたのも楽しかった！



お鍋美味いよー!

3月からスタートした コミュニケーション企画「芋煮会」 各店舗の様子をご紹介します!



石毛店長（千葉店）
下川原さんが張り切って
旨のカレーをよそってくれました!



カレー美味しく出来た!

check!

木幡店長 （佐賀鳥栖センター）

イタリア料理店の経験がある石井さんの発案でピザを作ることに。前日に皆で生地を伸ばして発酵して当日に具材をのせて焼きました! 最高の時間。でも4人で14枚は作りすぎたかな(笑)



飾り付けも皆で一緒に頑張りました!



新宿店 嶋利幸(しまとしゆき)

わたしだって SNS を使って影響力を持ちたい！ それなりに人生経験を積んできてるんだから



テンポスは従業員に対し、インフルエンサーとしての副業を推奨しています。そこで3月1日、「社内インフルエンサー養成講座」が始まりました。受講生の多くはフェイスブックやインスタグラムを使って稼ぎたい!と参加しているのではないのでしょうか。そこで、受講生を代表して、新宿店の嶋さんに受講しようと思った理由、そして決意を聞かせていただきました。

少し前からSNSに興味があったんですよ。facebookやInstagramの本をブックオフで買い込んで自分なりに勉強してみたのですが、でも古いんですよね、内容が。自分のスマホの画面と本に載っている写真が違っているのがわかったようなわからないような。しかし、それでも読んでいると、爆発的にフォロワーを増やすような「裏技」なんて無くて、それよりも「ちよっとした工夫」や「ものの見方」、「視点の切り替え」ができれば、わたしでも少しくらいはフォロワーを増やせるんじゃないかって思えてきました。

正直、講座に申し込んだ動機ははっきり言って「副業」に魅力を感じたからです。インフルエンサーになって今の仕事をしながら別の収入源があったらいいな、と思ったんです。今の仕事が嫌なわけじゃないんだけど、このままじゃダメだなって。ちよっとそんなことを考えていた時にこの講座を知りました。物販で粗利を上げることだけが自分の存在意義なのか、このまま歳をとっていくとだんだん体もきつくなっていくし、今後の人生設計をどうしようかなんてことを考えていたんでしょね。

今じゃスマホを使って集客し、お客さんとはLINEでつながり、



3月25日の『毎日新聞』
くらしナビ・ライフスタイル面に副業を後押しする会社として、テンポスの「社内インフルエンサー養成講座」を掲載頂きました。

食材の発注からスタッフの管理までなんでもスマホでできちゃう時代でしょ。飲食の世界でもますますIT、デジタル化が進みますよ。だからテンポスにインフルエンサーが増えて、飲食業界でテンポスの影響力が増していけば、大企業も注目せざるを得ないような状況になるんじゃないかな。だからどうせやるんだったら、ITの世界で自分の力を試せるようなことを副業として取り組んだ方が絶対いいと思うんです。歳のせいなのか、講座のせいなのか分からないけど、最近自分を知っていることや今まで自分がやってきたことで人の役に立ちたいと思うようになりました。

でも、講座に参加するだけで副業ができるわけじゃないし、「稼がしてください!」みたいなスタンスも嫌だから、もっともっと勉強したいんです。だからさ、ビデオ講座は一ヶ月に一本じゃなくって一週間に一本くらいにして欲しいんです。本部も忙しいのはわかるけど、お願いだからせめて隔週くらいで学ばせてくれないかな。そうしたら、SNSで盛り上がって切磋琢磨し合える仲間も増えると思います。それと今後のスケジュールも教えてください。



嶋さんのSNSに対する熱い想いを聞いて、インフルエンサー養成講座を益々盛り上げていかなければと思いました。ありがとうございます。

講座動画の間隔はご期待に沿えるように、改善していきます。今後もインフルエンサー養成講座でどんどん学んでSNSの舞台で大活躍なさってください!

テンポスフードプレイス
社内インフルエンサー
養成講座担当 高橋さん

株式会社テンポスホールディングス 森下篤史社長

自分はどんな人生を送りたいかを考えたときに、ほとんどの人は幸せになりたいと考えるよね。では、どんな状態が幸せかと聞くと、「成功することが幸せだ」と考える人が多い。そんな、成功したいと考えている人に伝えたいことは、仕事で成果を上げるだけでは成功しないということ、徳を積み人間力を積み上げる必要があるということです。自分の給料を上げたい、出世したいといった自分の得になる事ばかりに考えが向いてしまう人はまだ徳が低い。仕事で成果を上げ稼いだ自分の財産を社会のため人のために使えるかどうかで、徳があるかどうかの一つの指標になる。そのため、成果を上げてもらいたいのに人のために言っている人は、ただの自己満足で綺麗事をいう人間。周りからは「あのひとは良い人だね」と言われるだけで、大して役に立たない人だ。だから成果を上げる動機が「稼ぎたい!」という我欲であっても、それは悪いことではない。充分な所得を稼ぎたい、地位に就きたいというエネルギーがあるからこそ一生懸命働き、結果として成果を上げる事ができるんだ。そして、自分の力がついてきたなら、その我欲を抑え世のため、人のために自分の稼ぎを使えるようになる。そこまで考えられるよ

成功者ほどなくても、 幸せになりたいと思う人へ

どんな生き方をしたいか考えた時に、成功者になるほどでなくても幸せに生きたいと思う人は、成功者とは違う動きをしなければならぬ。まずは、「〇〇が手に入ったら幸せになれる」という考え方を捨てることから始めていこう。縄文時代の竪穴式住居に住んでいた人は、冬になれば家族の一人が餓死するような厳しい環境で生きていて、『温かい家があったら幸せだろうな』『なんて事を考えていたことだろう。しかし現代ではどの家族も当たり前で温かい家で過ごすことができ、それ以上いろいろな物が手に入るようになったのに、皆が幸福だと感じているわけではない。つまり、何かが手に入るということ、幸福度は関係が無いということだ。自分は幸せだと思っている人は、目の前にある出来事に幸せを感じられる人だ。そして、幸せになりやすい人というの

は、幸せ因子を持っている。慶応大の前野隆司教授によると、幸せを感じている人には4つの共通因子があるそうだ。1つ目は「やってみよう」因子。自ら望んで成長しようとする。2つ目は「ありがとう」因子。感謝できる人は人の役に立ちたいと思い、人を喜ばせたり応援したりする。3つ目は「何とかできる」因子。楽天的で悔やまない、我慢できる、努力してもうまいかない時、災難や困難な状況になった時この因子は強い働きをする。4つ目は「ありのままに」因子。周りを気にしないで、自分らしくいることが出来る(自分勝手と似ているが全く違う。自分勝手は自分の得になるようにしか動かない)5つ目は「人と上手くやれる」因子。その人の立場に立つて考えて、己の欲せざるどころ、人に施すなかれと気配り気遣いができる。5つ目は私が考えた因子だ。これらの因子を持つことで、今まで気づかなかった目の前の幸せを感じれるようになる。そうなることで、自分の幸福度が上がる。幸福度が上がれば、今よりもっと幸せを感じながら人生を過ごしていく事ができる。

さあ、春の季節、あなたはどんな一歩を踏み出しますか。



4月1日テンポスグループ 入社式

これから人生を送るうえで、『自分の人生は”なにになに”のせいでこうなった』と言ってはいけないよ。どんな環境であれ、その人生を選択したのは君たち自身なんだ。と森下社長は、新社員にメッセージを贈りました。