

平成 22 年度 事業活動報告

「公益法人制度改革」における公益認定申請に向けて、部門別損益収支予算書の試算や定款変更案の策定などの諸準備を進めて、1月4日付で内閣府へ移行認定申請を行いました。4ヶ月の審査確認の後、3月上旬に公益認定等委員会から出された審査結果は、残念ながら「不認定の方向性」でした。その理由は、オープン・マネジメント理念の意義については理解をいただいても、当会が実施している事業活動（指導・研修・通信教育・検定）に於いて、理念が事業にどう反映されているのか、また、民間企業が実施している事業との違いについて納得いただけなかった、ということです。この結果を受けて、3月14日に行われた理事会の決議を経て、移行認定申請を一旦は取り下げました。

事業の“公益性”の主張が認められなかった、という根幹部分に係る審査結果であったため、今後は公益認定申請の再チャレンジは断念して、一般社団法人へ移行する方向で準備を進めたいと思います（移行期間満了は平成25年11月30日）。尚、一般社団法人であっても、当会が“非営利法人”として志向すべき目標は変わらず、「人々の消費生活の豊かさ」であり、そのためにオープン・マネジメント理念を基軸とした事業を推進してまいります。

会員サービスとしての月刊誌『公開経営』は学識経験者や実務家のインタビュー、実務密着の記事と誌上講座を中心とし、表紙には「公開経営アーカイブス」として運動団体時代のトピックスを掲載するなどの誌面改訂を行いました。

会員開発は、事業利用企業の賛助会員化（フレンドリー・メンバー登録）を進めましたが、会員数の増減結果は下掲のとおりでした。引き続き、協会の魅力を増すべく地道に活動してまいります。

会員数の増減

| | H22. 4. 1 | 入 会 | 退 会 | H23. 3. 31 |
|------|-----------|-----|-----|------------|
| 正会員 | 94 | 1 | 7 | 88 |
| 賛助会員 | 38 | 4 | 2 | 40 |
| 合 計 | 132 | 5 | 9 | 128 |

本年度も事業活動の位置づけを流通・小売業の「人づくり」＝教育事業をメインに置いて特化していくとの方針のもと、諸事業を推進いたしました。主な活動状況は、次の通りです。

1. コンサルティング・研修・セミナー事業

コンサルティング実施の企業実績は8社（延69回、分野：スーパーマーケット現場指導〔水産・青果・惣菜部門〕、バイヤー会議研修、店長研修、販売促進計画、ビジネススクール〔計数管理・売場管理・食品表示〕など）、研修実施の企業実績は38社（延150回、分野：人事、業務改革、リーダーシップ、店長、中堅社員、バイヤー、営業スタッフ、計数、ラッピング、接客、作業管理、販売士検定、スーパーマーケット検定、食品表示、衛生管理者、コストブレイクダウン、食データ、など）指導先のニーズは、現場密着の実践的な内容で、かつ細分化傾向にあり、厳しい経営環境の中、研修単価は下落傾向にあります。

また、他団体の検定（新日本スーパーマーケット協会のスーパーマーケット検定、日本卸売協会のリテールサポーター検定）に係る連携と新規共同開発事業（法政大学経営大学院・社日本中小企業団体連盟とのCO2削減・温暖化対策プロジェクト、財流通システム開発センターとのPOSデータ実践活用）を進展させました。

〔セミナー・研究会〕

- ① S 検（スーパーマーケット検定）セミナー（5/18 東京）
- ② 省エネセミナー（6/9 大阪・6/16 東京）

- ③ 販売士検定 3 級スクーリング (5/20-5/28 : 全国 7 会場、企業内 1 会場)
(12/9-1/14 : 全国 15 会場、企業内 4 会場)
- ④ 販売士検定 2 級スクーリング (8/6-8/31 : 全国 14 会場、企業内 5 会場)
- ⑤ 販売士検定 1 級合格対策セミナー (10/14-1/27 : 全 6 回)
- ⑥ まなびピア高知 生涯学習フェスティバル (11/20-22) 参加
- ⑦ 新日本スーパーマーケット協会主催 スーパーマーケット トレードショー (2/8-10) 参加
- ⑧ 民間教育企画会社との共催オープンセミナー (7 月-2 月 : 延 71 回 テーマ : マーケティング、
ビジネス文章力、ビジネス・スタンダード、先読み力・深読み力、メンタルヘルス、ビジネスイ
ノベーション、ビジネス数字、ダイバーシティ多様な人材の雇用活用、ITC 情報技術活用、プレ
ゼンテーション)

2. 通信教育事業

提案営業活動は、スーパーマーケット検定、SCA 検定などを中心に「通信教育＋研修＋検定」のワンパッケージプランを食品スーパーや百貨店、ホームセンター、金融機関等へ提案強化しました。ドラッグストアへは「実力店長講座」「販売士検定講座」「計数講座」を中心に再アプローチを図り、アパレル専門店への提案を推進しました。

受講生管理は、新規導入した他社システムの円滑運用化を進め、コスト面では個々の企業における印刷製本費 (ガイド費) 等の費用対効果を徹底させました。

講座開発改訂は、「チェッカーリーダー養成コース」「小売業 計数能力検定(中級・上級)コース」「POP 広告実技講座」の改訂を進めました。

尚、本年度の受講者数は 14,274 名 (昨年 15,695 名)、受講者 100 名以上の講座は 35 講座、受講者数の多い講座は「販売士検定講座 (1 級・2 級・3 級)」「スーパーマーケット検定 (マネジャー 2 級・3 級) コース」「商品知識と販売促進講座 (精肉・鮮魚・青果・日配・惣菜)」「売場の数字実務コース」「小売業計数能力検定コース (2 級・3 級)」「ユニバーサルサービス講座」「POP 広告実技講座」「ラッピングコース」「VMD 魅力ある売場づくりコース」「らくらく筆ペンコース」等でした。

3. 検定事業

小売業 計数能力検定の枠組みを変更 (2 級⇒上級、3 級⇒中級、初級を新設) して、初級試験を初めて実施しました。経費圧縮のため事務処理業務のインソース化を図り、三つの検定普及のための提案活動に注力しました。SCA 検定普及では、福岡でフォーラムを実施しました (1/27 コクヨマーケティングとの共催)。

- ① POP 広告クリエイター技能審査試験 (8/7・2/19) 1,030 名受験、709 名合格
- ② 小売業 計数能力検定 (10/21・2/19 準試験含)

| | | |
|------|----------|--------|
| 上級 : | 53 名受験、 | 8 名合格 |
| 中級 : | 240 名受験、 | 79 名合格 |
| 初級 : | 153 名受験、 | 72 名合格 |

準試験 : (中級) コープこうべ、セーブオン、コメ兵 (初級) 東京経済大学、中央学院大学、富士常葉大学、埼玉女子短期大学、トキハインダストリー

- ③ SCA (サービス・ケア・アテンダント) 検定 (4-3 月)

企業内受験 会場を含め 計 566 名受験、542 名認定

実施 : 三井住友銀行 (東京・大阪・名古屋) 大光銀行、北海道労働金庫、近畿産業信用組合、山梨県タクシー協会、資生堂美容技術専門学校、熊本スバル、天満屋、チェルシージャパン、大分銀行、阿波銀行

4. 図書事業 : 検定教材 (POP・計数・SCA) の販売を主体に行いました。

以 上