

令和元年度（2019年度）事業活動計画

商業を取り巻く経営環境は激変しています。人口減少とマーケット縮小、超高齢社会の到来、バーチャル店舗の進展など、かつてない程の“難しい時代”となっています。

しかし、誠実経営を標榜する商業者の皆様には、「購買代理人」の使命を實踐して発展してほしいと願います。将来的にコンビニとバーチャル店舗だけしか生き残れないとしたならば、ショッピング（買物）は“貧しい”ものになってしまうでしょう。消費の多様性を維持するためにも、本会は“リアル店舗の有用性”を提唱していきたくと考えます。

リアル店舗を構成するのは、モノ（商品）やサービス、販売員です。「変化対応業」と言われる小売業は、モノ（商品）やサービスに関しては、時代の変遷と共に「変化対応」していかなければなりません（人工知能をはじめとする技術的革新は加速度的に進み、多くの仕組みや商品・サービスが開発されて人々の暮らしを変えていくでしょう）。一方、販売員の使命は変わりません。本会が目指すのは、販売員の一人ひとりが、お客様志向の真のリテイラー（商人）になることです。本会では、引き続き、商業の人材育成事業を推進することで、人々の心豊かな消費生活と安定向上に寄与していきたくと考えます。

公開経営理念の普及と推進は、月刊『公開経営』誌上を中心に展開し、事業活動を通して、本会の精神と理念の賛同者である会員の維持と入会促進を図ってまいります。

事業方針および各部門の主な活動計画は、次の通りです。

〔事業方針〕

- 「原点回帰」：「公開経営理念」「心の経営」に立ち返り、会員企業、事業利用企業（メーカー・流通業・サービス業）等への「経営改善」「人材育成」面での指導、サポートを積極的に推進していく。
- 「差異創造」：他の教育指導団体との差異化をより一層鮮明にするために、独自性のあるオンリーワンの人材教育・指導支援メニュー・サービスの新規開発を計画的に図っていく。
- 「体制構築」：組織体制づくり、職員の採用・能力向上、既存の営業支援ツールの改廃、運営システム及び営業管理体制を再構築していく。

1. コンサルティング・研修・セミナー事業

- ① 業態別・規模別のコンサルティングメニューの開発と提案営業の強化、新規顧客を開拓していく（特に②とも連動してスーパーマーケット向けの販売促進、人材育成ツールの開発など）。
- ② 協力コンサルタントの発掘と組織化を図り、指導体制を整備していく。
- ③ 通信教育顧客企業への研修提案を強化、ステップアップ型研修においては、通信教育で修得した知識の活用、個別の要望に対応すべく、提案を強化していく。
- ④ 業種・ジョブグレード別の基礎研修と実務研修から作業改善等、新メニューを開発していく。
- ⑤ 生鮮（青果・鮮魚・精肉）惣菜部門の実務研修（初級編）の実績を積み上げて、「生鮮技能検定」の立ち上げを検討していく。
- ⑥ 通信教育の「リテールサポート実務講座」について、メーカー・卸売業の営業担当者向け研修を積極的に推進していく。
- ⑦ 公開セミナー・講習会等
 - ・販売士資格更新講習会（2級・3級）10月～2月 全国68会場（1級）全国7会場
 - ・販売士スクーリング（2級・3級）：5月・12-1月 全国13会場及び企業内

2. 通信教育事業

- ① 講座体系を見直して、改廃計画を進める。
 - a. 「商品知識と販売促進講座（鮮魚・精肉・青果・日配・惣菜）」「スーパーマーケット

- 検定（ベーシック1級・マネジャー2級・マネジャー3級・バイヤー）」の改訂を順次進めていく。
- b. ウェブサイト等を活用した講座開発を進め、内容面での充実を図っていく。
- ② 提案営業体制の強化：自己啓発としての通信教育の範疇から人事制度へのリンク、メーカーにおいては営業部門推奨という形での提案と業態別に積極的に推進していく。また、単なる講座の“物売り”ではなく、顧客に合わせたイージーオーダーの提案を行っていく。
- a. スーパーマーケット業界に対しては「スーパーマーケット検定講座」「商品知識と販売促進講座」「計数講座」「衛生管理者講座」などを中心に、ドラッグストア業界に対しては、「計数講座」「販売士検定講座」「実力店長講座」などの基幹講座と「登録販売者講座」「サプリメント管理士講座」を中心に、金融機関・サービス業に対しては、「ユニバーサルサービス講座」「金融機関向け高齢者・認知症講座」を中心に提案を図っていく。
 - b. 提携講座（PHP研究所ほか）に関しては、顧客のニーズに合わせて、基幹講座を補完するような提案を積極的に行っていく。
- ③ 総合営業体制の強化：競合他社との差別化と協会の独自性をアピールしていくために、研修・検定・コンサルティング部門との共同提案活動をさらに高めていく。
- ④ 販売士検定普及の一環として、各地の商工会議所と連携して、受験対策セミナー（通信教育受講者対象スクーリング）を各地で開催の提案を行っていく。
- ⑤ 受講生管理：業務の見直しとコスト圧縮を進めていく。

3. 検定事業

- ① 各検定の内容や運営体制の見直し・強化をして、受験者増に向けて普及を図っていく。
- a. POP広告クリエイター技能審査試験：専門学校への継続したアプローチと新規導入に向けた提案、日本POPサミット協会との協力体制を強化して、受験者増を目指していく。
 - b. 小売業 計数能力検定試験：人事制度とリンクさせた検定提案、研修と組み合わせた計数強化プランの提案を推進していく。
 - c. サービス・ケア・アテンダント（SCA）検定試験：実績のある金融機関（特にメガバンク・地方銀行）への継続アプローチをする。生協、ドラッグストア、ホームセンターなど流通・小売業にも提案を再度徹底していく。
- ② ユニバーサルサービスの新たな事業展開に向けて、様々な企業体や公共機関との関係強化を図っていく。SCA認定者とのネットワークを深め、資格の意義を高める“出口戦略”を強化、多方面に向けて更なる普及と啓発に取り組んでいく。
- ③ 新たな検定（リテールサポート実務検定）の試験制度・能力要件整備し、新たな検定事業の柱にすべく、メーカー・卸売業に向けた新規提案営業に注力していく。メーカー・卸の各業界団体との連携を図り、新たな市場を開拓していく。

4. 図書事業

- ① 既存購入先への継続営業：事務処理作業の明確化を図り、定期購入頂いている企業・専門学校への取引継続を行っていく。特に、販売ビジネス系の専門学校への拡販に注力する。

5. その他

- ① 販売管理システムの導入によって、管理部門の“見える化”を図っていく。
- ② 行政庁（内閣府）に対して、公益目的支出計画を確実に実施していく。
- ③ 機関誌内容の充実とホームページの情報発信機能の連動を行い、充実を図っていく。