



The Kanagawa Association Of Retail Sales And Management Specialist

神奈川販売士協会

会報・総会号

販売士・かながわ

編集・発行

神奈川販売士協会

令和元年 7 月吉日

【 第 31 号 】

5 月 19 日、第 16 回総会を開催

神奈川販売士協会では、さる 5 月 19 日（日）、午後 2 時半より、横浜駅東口の崎陽軒本店 6 階会議室 2 号室で、会員 21 名が出席して、第 16 回総会を開催した。

まず、菅原会長から「神奈川販売士協会は、昨年 15 周年ということで、15 年の振り返りを行いました。今年は 16 年目を迎えることになります。昨年特筆すべきは、賛助会員の増加です。本日も講演をいただく一般社団法人ジャパンショッピングツーリズム協会、および一般社団法人公開経営指導協会が、両団体と相互入会の形で、賛助会員になっていただきました。また沖縄での企業内研修への講師派遣、いきいきまちづくり研究会などの活動も継続している。今後とも、人材育成、研修事業を柱に、それ以外の活動にもどんどんチャレンジしていきたい。」との挨拶があった。



ついで、来賓として出席いただいた日本販売士協会の岩間専務理事より、「神奈川販売士協会が開催している会員発表会に 2 年連続して参加しているが、素晴らしい発表が行われており、是非継続して欲しい。東海販売士協会では、3 級販売士の受験対策講習会で、学生をターゲットにしているが、大学等との連携も考えてはどうか。」との挨拶があった。

続いて議事に入り、2018 年度事業報告（案）および収支決算報告（案）、2019 年度事業計画（案）および収支予算（案）

および 2018・2019 年度役員（案）について会長より説明の後、原案どおり承認された。今回大久保浩孝理事（新任）が承認された。

議事終了後、「その他」として、永年神奈川販売士協会に貢献されてきた、古澤正春理事および石橋政俊監事に対して、会長から表彰状と記念品の贈呈が行われた。

この後、午後 3 時半から第 2 部に移り、「5 兆円市場を狙う～インバウンド市場の最新情報と今後の見通し～」と題して、一般社団法人ジャパンショッピングツーリズム協会 代表理事／事務局長兼株式会社 USP ジャパン代表取締役の新津研一氏より、1 時間強に亘って講演をいただいた。（詳細に関し、後述。）

さらに、午後 5 時から、会場を 2 階のレストランに移し、懇親会を行った。一般社団法人公開経営指導協会マネージャーの大神田氏からご挨拶の後、乾杯の音頭を取っていただき、懇親会が始まった。

今回多くの来賓の方々を含め、総勢 27 名の会となり、話題に尽



神奈川販売士協会

<http://rmkanagawa.wixsite.com/association>

きませんでした。午後7時過ぎ、菅原会長から中締め挨拶があつて閉会となった。今回の第16回総会・講演会・懇親会に際し、来賓として、千葉商工会議所販売士会副会長の宮川氏、東海販売士協合理事の青木氏、日本販売士協会広報委員の鴻本氏、株式会社 USP ジャパンの鈴木氏、元日本販売士協会専務理事の星川氏にも参加いただき、誠にありがとうございました。（会長 菅原 潤一）

記念講演「5兆円市場を狙う～インバウンド市場の

最新情報と今後の見通し～」を開催

5月19日（日）の総会に引き続いて、一般社団法人ジャパンショッピングツーリズム協会の代表理事で事務局長の新津研一氏をお招きし、インバウンド市場の最新情報と今後の見通しに関する講演会を行いました。

新津氏は伊勢丹（現三越伊勢丹）に勤務後、株式会社 USP ジャパンを設立し、現在はジャパンショッピングツーリズム協会の代表理事でもある日本国内におけるインバウンドの第一人者です。横浜国立大学の出身で神奈川県とも縁が深い方です。

講演は、「1. インバウンド市場のウソ・ホント」「2. 最も大切な2つの視点」「3. 全国の事例に学ぶ」「4. 最新情報と今後の見通し」の4つの章立てで行われました。



まず、「インバウンド市場のウソ・ホント」と題し、近年大きな盛り上がりを見せているインバウンドに関して我々が勘違いしている点に関する話がありました。みなさん、「訪日ブームはますます盛り上がっている」という認識は正しいのでしょうか、それとも間違っているのでしょうか？日本のインバウンド市場は急速に拡大傾向にあるので、訪日ブームは盛り上がっているとも言えますが、その要因は日本独自のものではなく、世界中で旅行者が増加していることが大きな要因になっているとのことです。世界各国の経済成長に伴い毎年3%前後で国際旅行者数が増加しており、その好影響を日本も受けているのだそうです。一方で、日本政府が2013年にビザ緩和や消費税免税などの整備を進めたことも、訪日ゲストの急増を促進しています。日本政府は2020年に訪日外国人を4千万人、2030年に6千万人にすることを目標にしています。

「モノからコトへ」というのは、日本の小売業においても重要なキーワードとなっていますが、訪日ゲストも“商品”を買うよりも着物で街歩きをするなどの“体験”に移行を始めているといった話をインバウンドでもよく耳にするようになってきました。この認識ははたしてホントなのでしょうか？新津氏からは、この認識も少し違うと話がありました。訪日ゲスト消費の6割がショッピングと飲食で、娯楽サービスはまだ4%に過ぎないことや、旅行の買い物はそれ自体がコト体験であるからだそうです。新津氏の友人の話として「友人夫婦がパリへ旅行に行った時にルイヴィトンの本店に立ち寄った。奥さんが『このバッグ安い～！』と楽しそうにショッピングをしている横で、友人がネット検索して『日本で買ったほうが安いよ』と言ったところ喧嘩になった。友人の奥さんはルイヴィトンのバッグを単に買ったわけではなく、ルイヴィトンの本店でバッグを買うという体験を楽しんでいたのに、友人に水を差さ

神奈川販売士協会

<http://rmkanagawa.wixsite.com/association>

れて怒ってしまった。このように、旅行での買い物は、すべてコト体験なのである」と事例を説明してくれました。



「インバウンドには専門知識が必要」という認識も少し違うという話もありました。インバウンド向けであろうが、日本国内向けであろうが、マーケティングの考え方は同じで、最高の「商品・販売・販促」を提供することが大事となります。しかし、小売はパイを奪い合う商売で、観光はパイを広げていく商売であるという違いがあり、小売と観光は似て非なる発想が必要であるとの説明もありました。小売業は商圈居住者がお客様で、例えば雨の日は来客が半減し、隣の店はお客様を奪い合うライバルとなりますが、観光業では

来街者がお客様となるので、雨が降ろうが雪が降ろうが旅行行程に沿って来店してもらえ、隣の店と一緒に来街者を増やしていく仲間という関係になるとのことです。

また、報道などの印象に惑わされずにデータを正しく把握する必要もあるそうです。例えば、一時期「中国人訪日ゲストの爆買いは終わり、インバウンド消費も停滞」といったニュアンスの報道がありましたが、その時の中国人観光客の外貨建て（円）での消費額は前年と変わっておらず、単に為替レートが元安に振れたことが円建ての消費金額を押し下げただけだったとの説明がありました。団体客から個人客へ移行しているという報道も、個人客のシェアは増えているが団体客の数が減っているわけではなく、個人客も団体客も絶対数は増えているというのがホントなのだそうです。

次いで、「最も大切な2つの視点」と題し、どのような視点でインバウンドに取り組めばよいのかという話をさせていただきました。その2つとは、「訪日ゲストを好きになり、良く知ること、ゲストの視点を持つ」ということと「自分の街や店を、改めて見つめなおし、魅力を発見することが大切」ということです。ただし、ゲストの視点を持つといっても3000万人を超える訪日ゲスト全員に対応することは無理です。誰をターゲットにするのか、つまりはどの国からのゲストをメインターゲットにするのかを考え、おもてなしを考えることが大切です。新津氏は、岐阜県の高山を例に話をしてくれました。高山は訪日ゲストに人気の観光都市の一つですが、近年はイスラエルの訪日ゲストを狙った誘致活動を強化しており、イスラエルからのゲストを年間3万人も呼び込んでいるそうです。岐阜県には第二次世界大戦中にユダヤ人難民を救いイスラエル人から尊敬されている杉原千畝氏の記念館があり、高山へ誘客しやすい環境にあるため、特に力を入れているのだそうです。最も人数が多い中国人ゲストだけに目を向けず、自分の街はどのような国の人たちに訪れてもらえるかを考えてみることも重要となります。

しかしながら訪日ゲストの客数の4分の1、買い物消費の半分以上が中国人であることを考えると、中国人ゲストの動向も気になります。中国市場は異次元のスピードと規模で変化しており、そこで生活する中国人も圧倒的に情報感度が上がっているため、日本人よりも最新情報に敏感だったりするので、思い込みや古い情報で対応するのは危険だと新津氏からの説明がありました。

中国に次いで訪日ゲストが多い、韓国、台湾、香港の人たちは、格安航空LCCの激安料金を背景に、リピート化や多頻度化が進んでいるそうです。エステのために毎月日本へ日帰り旅行をする人など、リッチな旅行も当たり前になってきています。

神奈川販売士協会

<http://rmkanagawa.wixsite.com/association>

いずれにせよ、まずは来街している目の前の訪日ゲストに喜んでいただくことが大切で、そのためには外国人、旅行者の2つの特性でセグメントすることからスタートしなければいけません。セグメントすると新たに見えてくることがあると新津氏は話を続けます。例えば、旅行の形態が「日本にいる知人訪問」という人が全体の10%もいて、また移動手段で「レンタカー」を使う人が10%もいるとのことでした。このように各セグメントのボリュームや特性が見えてくれば、どのようなゲストを呼び込むことに力を入れるべきかという方針を立てられるというわけです。

自分の街・店・商品の自己紹介をするという視点では、日本人の当たり前が通じない外国人の目線で魅力をわかりやすく伝えることが重要になります。例えば、池袋の東武百貨店で「ここからどうやって日光に行けばいいのか?」と質問する外国人が多くいるらしいのですが、「TOBU」と書いてあるので東武鉄道の施設だと勘違いする人が多いからなのだそうです。日本人は常識だと思っていることでも、訪日ゲストの思い込みのない目線で見ると、不思議に感じることも多いので注意が必要です。

「全国の事例に学ぶ」という話では、まず神奈川県が運営する観光サイト「TOKYO DAY TRIP」の説明がありました。訪日ゲストの視点を徹底して「東京からの日帰り旅」というテーマで構成され、神奈川というアピールは非常に控えめになっています。また、「横浜」「鎌倉」「箱根」の3か所の紹介に絞り込んで、わかりやすさを追求しています。インバウンドの成功事例として有名な大阪の「黒門市場」の紹介もありました。大阪の商人魂に火がついてどんどん進化している商店街は、商品も受け入れ体制も対応力も宣伝販促もやはり抜きん出ているそうです。

とはいえ、インバウンド対応は一部の特殊なところしか取り組めないものではなく、誰でも取り組めると新津氏から説明をいただきました。例えば、語学力が堪能でないとインバウンド対応ができないのではないかという誤解がありますが、日本を体験したい外国人には「日本語+笑顔で挨拶」が良いとのことでした。簡単な接客は、「小売業の多言語対応ガイドライン」を活用すれば行えるので不安にならなくてもよいとのことでした。実際に、世界最大の旅行口コミサイト「trip advisor」で、日本のベストワンに選ばれている飲食店は、高山にある平安楽というどこの町にでもありそうな普通の中華料理店となっています。料理の美味しさでもなく、特に外国語が堪能なわけでもなく、目の前のお客様に家族や友達のような温かい対応をすることで喜んでもらい、かつ「ウチのことを口コミしてね」と頼むことで、人気店となっているそうです。

今回の講演会では、インバウンドの第一人者である新津氏から最新で有益な情報を聞くことができ、大変興味深い内容となりました。来年度の講演会もご期待ください。
(理事 上田 和成)

2018 年度販売士協会運営懇談会を横浜にて開催

さる3月9日(土)、一般社団法人 日本販売士協会の主催で、関東・東海地域の、「2018 年度 販売士協会運営懇談会(於:横浜)」が、横浜関内で開催されました。日本販売士協会の大島会長、岩間専務理事、および、東京販売士協会、所沢販売士協会、千葉商工会議所販売士会、東海販売士協会からの参加者および神奈川販売士協会から8名を含む17名が参加し、情報&意見交換を行いました。

神奈川販売士協会

<http://rmkanagawa.wixsite.com/association>



冒頭、日本販売士協会の大島会長の挨拶に続き、横浜商工会議所事業推進部人材開発担当の田中課長より挨拶をいただき、各地販売士協会の近況報告および意見交換を行いました。

懇談会終了後、「横浜橋通商店街」に移動し、同高橋理事長から横浜橋通商店街の特徴、新たな事業展開等のご紹介を頂いて視察を行いました。多くの外国人を含む地元の方々から愛され、庶民的で親しみやすい商店街を堪能しました。

その後関内に戻り、老舗「天吉」で、交流懇談会を行いました。横浜の地に、各地の販売士協会の皆さまをお迎えできたことは、我々の励みにもなり、こういう機会をいただいた日本販売士協会にも感謝しています。（会長 菅原 潤一）



エアポートトレーディング会社様出張講義

賛助会員であるエアポートトレーディング株式会社様より、第 84 回本試験に向けた講習会（全 3 回）のご依頼をいただきました。前回同様、2 級のみで開催となり、第 1 回（5 月 27 日）を菅原会長と佐藤、第 2 回（6 月 26 日）を上田理事と大久保理事が担当しました。7 月 9 日に第 3 回目を山森氏と佐藤が担当しました。エアポートトレーディング株式会社様からのご依頼は、2016 年 6 月の直前講習会から 7 回目となります。今後も一人でも多くの合格者が出るように全力でサポートしていきたいと思っています。

（理事 佐藤 浩史）

3 級・2 級直前講習会 実施報告

6 月 9 日および 23 日に直前講習会を実施いたしました。6 月 9 日に行われた 3 級直前講習会は 1 名、23 日に行われた 2 級講習会では 3 名の方に参加頂きました。今後に向けて、より多くの参加者を募り一人でも多くの合格者が出るように全力でサポートしていきたいと思っています。（理事 佐藤 浩史）

東海販売士協会 5 周年記念式典に参加

5 月 18 日東海販売士協会創立 5 周年総会に参加させていただきました。終始、和やかな雰囲気の中、行われ、基調講演では東海販売士協会の理事でいらっしゃる株式会社タスクール Plus 代表取締役の渡邊氏より、「名古屋流の販売」をテーマとした講演を拝聴いたしました。わかりやすく、丁寧な講義で大変勉強になりました。

（理事 佐藤 浩史）

菅原会長、千葉販売士会 総会にて講演

6月2日、千葉商工会議所販売士会では第44回総会が開催され、総会記念講演を行いました。千葉商工会議所販売士会の松橋会長からの依頼を受け、「神奈川販売士協会の活動」と題し、約1時間お話しさせていただきました。概況として設立の経緯、現役員体制、神奈川県内の商工会議所と神奈川販売士協会の担当者、神奈川販売士協会の活動、設立以来の15年の歩み、および2018年度の活動等について、写真も紹介しながら説明し、質問に答えました。



また総会終了後の懇親会にも参加させていただき、貴重な意見交換を行い、今後の交流の礎が築けたかと思えます。
(会長 菅原 潤一)

藤沢 SST(サステナブル・スマートタウン)視察会報告

6月21日(金)に東京販売士協会と神奈川販売士協会の共催イベントとして、JR 藤沢駅と JR 辻堂駅の中間にある藤沢 SST (サステナブル・スマート・タウン) 視察会に参加した。大阪販売士協会、滋賀県販売士協会および千葉商工会議所販売士会からの参加者も含め31名が2班に分かれ、パナソニック(株)様の案内により、未来の暮らしを先取りした住宅や公共設備等の見学を実施したので概要を報告します。

1. タウンコンセプト：生きるエネルギーがうまれる街づくり

パナソニック(株)の工場跡地に立地しているこの新しい街は「街を育て、100年を生き続ける街づくり」を目指しエネルギー・セキュリティ・モビリティ・ウェルネスなど未来を先取りした取り組みを行っている。約1,000世帯(総開発面積19ha)が暮らすビッグプロジェクトで、次世代のライフスタイルのお手本を目指している。

タウンコンセプトを実現するために、下記の数値目標とガイドラインを設定し、住人活動の活性化に繋げている。

① 環境目標： CO2 70%削減、 生活用水 30%削減

戸建住宅、施設、公共エリアに太陽光パネルや蓄電池、省エネ設備を導入。また、電線、電話線、ケーブルなどが全て地下埋設され、すっきりした街並みになっており、道路を隔てた一般の街並みと著しい違いを見せている。

節水商品の導入や雨水を積極的に利用する。

② エネルギー目標： 再生可能エネルギー利用率 30%以上

公共用地を活用する「コミュニティソーラー」等で創ったエネルギーを有効活用。

③ 安心・安全目標 (CCP)： ライフライン確保3日間

CCP (コミュニティ・コンティニュイティ・プラン) とは、非常時に通常の状態に復旧するまでの計画。復旧までの生活用水、食料、飲料水の備蓄、マンホールトイレ、カマドベンチなども備え非

常時に対して万全の体制を整え、周辺住民との“共生”の役目も果たしている。

2. 100年先も「生きるエネルギー」が生まれる街の計画

①「太陽」という生きるエネルギー (Fujisawa Energy)

自然のエネルギーと「創エネ・蓄エネ・省エネ」などの先進技術のハイブリッドによって自産自消のエネルギーマネジメントを実現。

②「安心」という生きるエネルギー (Fujisawa Security)

「バーチャル・ゲーテッドタウン」という新しいセキュリティサービスで安心・安全な暮らしを実現。

③「行動」という生きるエネルギー (Fujisawa Mobility)

車に乗らない人もアクティブになる。乗る人もエコになる。「トータル・モビリティ・ライフ」を実現。

④「健康」という生きるエネルギー (Fujisawa Wellness)

日常生活の中で街にかかわる全ての人々が触れ合いながら健やかになれる暮らしを提供。

⑤「つながる」という生きるエネルギー (Fujisawa Community)

必要な情報をポータルサイトでワンストップで提供。人と人が、人と街がつながり合えるコミュニティライフを実現。

3. 文化複合施設：湘南 T-SITE

この街で生まれる新しいライフスタイルを世界に発信し続ける拠点として、TSUTAYA（蔦屋）が運営する湘南 T-SITE がある。湘南 T-SITE は、単にモノを売る場所ではなく、住人はもちろん湘南の地に訪れる人々の感性を刺激し、新しいライフスタイルを育て、そのライフスタイルを街の外に発信し続ける拠点でもある。湘南の自然に包まれ、「居心地」に徹底的に拘った空間設計、ショップ、商品、さらに様々な提案で、湘南ならではの健やかなライフスタイルをリードしている。例えば、購入前の本や雑誌をコーヒーを飲みながら読んだり、スローフードレストランで地元産の食材を使ったランチを楽しんだり・・・誰もが豊かなライフスタイルを発見できる空間を創造しており、常に時代の先を行くライフスタイルを提案し続けている。これは TSUTAYA の増田社長が標榜、唱導しているライフスタイル提案&発信型の店舗と、SST のコンセプトが合致してこのような複合文化施設が生まれたものである。

4. 街を支える3つのスクエア

①Fujisawa SST スクエア

様々な住人活動の拠点になる街のランドマークであり、コミュニティ機能、インキュベーション機能、タウンマネジメント機能を備えている。

② ウェルネス スクエア

街にかかわる全ての人々が、触れ合いながら健やかになる空間づくり。

③ ネクストデリバリー スクエア

街区の入口に生まれた“宅配の未来の発信地”ICT (Information and Communication Technology) を活用したエコでスマートな荷物の受取。

5. まとめ

藤沢 SST の街づくりは 100 年先も住みたい街になるように、住宅、商業施設、健康・福祉・教育施設、公園、街区などを計画されており、これから私たちの街づくりを実践していく上で大変参考になった。特に、街を支える 3 つのスクエアの 1 つであるウェルネス スクエアにある特別養護老人ホームやサービス付き高齢者向け住宅、訪問介護サービス、保育所、学童保育、クリニック、薬局、学習塾などが分野の垣根を越えてシームレスにつながっており、少子高齢化社会のニーズにも的確に対応しているのも今後 100 年も安心して住める街が計画されているのがよく理解できた。ちなみに、販売価格は一戸当たり約 6,000 万円で、売り出し後すぐに完売するということである。

視察終了後、日本野菜ソムリエ協会認定レストランであるカムラッド湘南 T-SITE 店で懇親会を行い、東京販売士協会、神奈川販売士協会他のメンバーが参加し、全員自己紹介も行い、情報交換を行うことが出来、有意義な交流会となった。

最後にパナソニック（株）様の案内で大変有意義な視察会ができましたことを御礼申し上げます。
(理事 古澤 正春)



春の見学ツアーを開催

神奈川販売士協会平成 30 年度の最終イベントとして「開成町 瀬戸酒造店 & 大井町 ビオトピア見学ツアー」が 3 月 24 日（日）に開催されました。

神奈川県西部で話題の施設ですが小田急線新松田駅から路線バスかタクシーを利用しないと訪問できない場所にあるため、個人ではなかなか訪れにくい場所にあります。小田原駅からマイクロバスをチャーターし車窓を楽しみながら移動できる有意義な一日でした。

新規会員や千葉商工会議所販売士会の岩崎副会長を含め 11 名の参加があり、バスの中では会員相互の情報交換が行われ親睦も深めることができました。

瀬戸酒造店は慶応元年（1865 年）創業の酒蔵ですが後継者不在で 1980 年に自家醸造を中断していました。地方創生に携わる建設コンサルタント会社の新規事業として開成町及び東京農業大学醸造学科と連携し 2018 年 4 月に醸造が再開されました。試飲会で銘柄の特徴や名称の由来の説明を受けましたが、良い酒を造るだけでなく、購買意欲をそそる商品説明、洗練された会社や商品のロゴデザインと販売企画力も優れていると感じました。

ビオトピアは第一生命大井本社ビルを購入したコーヒー通販会社(株)ブルックスホールディングスが運営主体となり大井町及び神奈川県と連携した「未病」の拠点施設です。健康と病気の間に「未病」という段階が存在し、「未病」を改善することで病気自体を防ぐことができます。「me-e-byo エクスプラザ」では、先進のデジタル映像など

神奈川販売士協会

<http://rmkanagawa.wixsite.com/association>



を用いた設備で実際に体を動かして健康年齢を測定したり、生活習慣病や認知症のリスクを学習できます。ビオトピアの中のマルシェでは神奈川県西部2市8町の特産品が購入することができ、未病をテーマにしたレストランでは地元食材を味わえます。大自然の中での森林浴は心身を癒せます。

遊休施設をリノベーションし地域と連携した2施設を見学でき、地方活性化の参考事例となりました。

今回の企画・運営を担当された理事の皆様に感謝いたします。

(会員 齋藤 彰)

新理事紹介



このたび、理事に就任いたしました大久保浩孝です。令和を迎え、協会を取り巻く環境が変わっていく中、新時代にふさわしい神奈川販売士協会へと、取り組んでいきたいと思っています。先日の日経MJ（2019年6月21日付）には、「ライフスタイルアソートメント型スーパーマーケット」について、ヤオコー 川野社長の記事が掲載されていました。

価格訴求型から価値訴求型のスーパーを目指していこうというもので、安さを魅力とするスーパーマーケットから、品ぞろえの充実に舵をきることを明言されていました。変革のキーコンセプト“ライフスタイル”を、再確認しました。コンビニエンスは、店舗が飽和状態となる一方、セルフレジ、スマホ決済、加盟店オーナーとの関係から24時間営業が論議を呼んでいます。これから、大きなうねりをともなって、私たちの生活が変わっていくことは自明のこととなっています。

改めて、これからの「神奈川販売士協会が、果たすべき役割は何か？」を自問し、販売に従事する人たち、これから販売に携わる若い人たちにとって、支えとなる場となるよう努めていきたいと考えています。どうぞ、よろしくお願いいたします。

新入会員紹介



昨年8月に登録講師講習会に参加して神奈川販売士協会のことを知り、すぐに入会しました加藤英明と申します。小売業界は、様々な業態に携わってきました。製造業では、製品開発なども経験しました。ちょうど10年くらい前に薬事法が改正され、一般薬販売の新しい資格「登録販売者」が新設されました。2015年から誰でも受験できるようになったことで、人気が急上昇しています。6年前に大手コンビニで、一般薬販売との融合による新規事業開発に取り組んでいる中、体調崩し、意識不明となり、一命をとりとめたものの、後遺症で

下半身マヒとなり、現在は車椅子生活になってしまいました。現在は、体の状態が少しでも良くなるようにリハビリに専念しておりますが、今後は、登録販売者の養成と共に、相乗的に販売士の魅力を多くの人に伝えていけたらと思っております。今後ともよろしくお願いいたします。

— 編集後記 —

今回、春の見学ツアーで訪れた瀬戸酒造店様は、2019 インターナショナルワインチャレンジでメダル受賞し、KuraMaster 純米酒部でもプラチナ賞 ToP5 を受賞されました。再開して一年で、このような栄えある賞を受賞できたのは、蔵元・杜氏はもとより、スタッフ全員の努力の賜ものであると感服しました。当協会としても、酒蔵を見学させていただいたご縁を大切にしていきたいと思えます。

なお、インターナショナルワインチャレンジ・メダル受賞に関して当協会より祝電を贈らせていただきました。

自分自身、日本酒を初めて飲んだのが20歳でした。それから17年経ち日本酒の銘柄、味、酒蔵さんのことなど詳しくなるとは思いませんでした。この出会ったご縁を大切に日本酒の唎酒師の資格に挑戦する予定であります。

今現在当協会の理事企画担当を拝命させて頂いておりますが、笑顔で溢れる協会を会員の皆様とご一緒に創って行きたいと思っております。諸先輩方のご指導ご鞭撻のほど宜しくお願い致します。

当協会は今年で16年目を迎え、会員1人1人の行事、研究会への参加が重要となってきます。会員の積極的な参加を宜しくお願い致します。登録講師の交流はもとより、各地協会同士の交流や情報交換なども、神奈川販売士協会は積極的に行っていきたいと考えておりますので、神奈川方面へお出かけの際にはお声かけ宜しくお願い致します。神奈川県商工会議所連合会をはじめ販売士検定を実施している県下商工会議所の関係者皆さまのご協力に感謝するとともに、今後も本会報を情報発信の場として充実させていきたいと思っております。

協会事務局 〒247-0006 横浜市栄区笠間 3-45-1-1004 菅原潤一方

Tel/FAX : 045-896-0183 E-mail : jsuga@ii.em-net.ne.jp

編集担当・鹿又和弘 [携帯] 090-7720-4478 E-mail kano0711jp@yahoo.co.jp

第83回 3級販売士検定試験 (2月22日)

2019

商工会議所	受験者申込数	受験者数	合格者数	合格率
横浜商工会議所	278	252	192	76.2%
川崎商工会議所	95	86	70	81.4%
相模原商工会議所	25	24	22	91.7%
横須賀商工会議所	12	9	8	88.9%
藤沢商工会議所	28	24	19	79.2%
平塚商工会議所	20	20	17	85.0%
厚木商工会議所	34	32	28	87.5%
県下	492	447	356	79.6%
全国	10,012	9,244	6,370	68.9%

第83回 2級販売士検定試験 (2月22日)

商工会議所	受験者申込数	受験者数	合格者数	合格率
横浜商工会議所	160	140	101	72.1%
川崎商工会議所	91	83	54	65.1%
相模原商工会議所	28	23	19	82.6%
横須賀商工会議所	15	13	10	76.9%
藤沢商工会議所	30	28	20	71.4%
平塚商工会議所	20	17	10	58.8%
厚木商工会議所	34	30	18	60.0%
県下	378	334	232	69.5%
全国	5,866	5,175	3,553	68.7%

第83回 1級販売士検定試験 (2月22日)

商工会議所	受験者申込数	受験者数	合格者数	合格率
横浜商工会議所	52	44	11	25.0%
川崎商工会議所	21	18	6	33.3%
相模原商工会議所	0	0	0	-
平塚商工会議所	7	4	0	0.0%
県下	80	66	17	25.8%
全国	1,215	995	242	24.3%