

販売士・かながわ

(神奈川販売士協会 会報・総会号) 第 25 号 平成 28 年 7 月発行

5 月 18 名が出席し第 13 回通常総会を開催

神奈川販売士協会では、さる 5 月 21 日(土)、午後 2 時半より、横浜市本郷台の「あーすプラザ」で、会員 18 名が出席して平成 28 年度(第 13 回)通常総会を開催した。

まず、谷口会長から「神奈川販売士協会も 13 年目に入り、3 級および 2 級の直前講習会・公開模擬試験や商工会議所主催の販売士資格更新講習会、また流通見学会や研究会などの活動も軌道に乗ってきた。更に地域への貢献を目指して、事業内容の一層の充実を図りたい。」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、「リテールマーケティング検定試験の受験者数の減少傾向はまだ止まっていない。2 級検定試験の回数を年 2 回にすることで、27 年度の減少幅は小さくなったが、微減です。また現在、販売士制度に熱心な企業や学校を積極的に訪問し、HP 等へアップし、PR に努めている。認知度の向上にさらに努めたい。」との挨拶があった。

続いて議事に入り、平成 27 年度事業報告(案)および収支決算(案)、平成 28 年度事業計画(案)および収支予算(案)および平成 28・29 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。神奈川販売士協会設立から 12 年が経過しており、今回谷口会長が退任され新しく顧問に就任されたが、山本顧問、平川理事も退任された。谷口前会長からバトンタッチして、菅原新会長が就任した。

永年、神奈川販売士協会の発展に貢献された、谷口前会長、山本前顧問および平川前理事に対し、菅原新会長より感謝状および記念品が授与された。



永年貢献表彰 平成28年5月21日 横浜・あーすプラザ

この後、午後 3:30 から第 2 部に移り、「繁盛事例に学ぶ売れる店の方程式(キーワードは「狭小商圈」「顧客創造」「地域密着」)」と題して、月刊「商業界」編集長の笹井清範氏より、1 時間強にわたって講演をいただいた。(詳細に関し、後述。)

さらに、午後 5 時からは、会場を 2 階のレストランに移し、懇親会を行った。監事の石橋政俊氏より挨拶と乾杯の音頭があつて、会が始まった。途中、感謝状を授与された山本前顧問、谷口前会長からの挨拶および出席者全員から自己紹介も行われ、午後 7 時過ぎ、菅原新会長から中締め挨拶があつて閉会となった。(会長 菅原潤一)



神奈川販売士協会総会・記念講演「繁盛事例に学ぶ売れる店の方程式」

キーワードは「狭小商圈」「顧客創造」「地域密着」

月刊「商業界」編集長 笹井清範氏

・初めに：先日米国東海岸の小売業視察旅行から帰国した。感想をまとめると（１）オーガニック商品を売り物にする Whole Foods や（２）Trader Joe's の PB 商品や、接客重視の小売業が好調な一方、（３）販売重視の旧来型の Walmart 等が厳しい経営であった。これは Safeway など、売場からスタッフを無くす（全国一律の）標準化を進めてきたスーパーマーケットチェーンも同じ状況である。これらは既存店の売り上げが前年割れして、合併・買収に追い込まれるケースが多く出てきている。

これは米国でも“人の力”、接客が重視される方向に向かっている事を示唆している。



1. 日本の人口動態

・2010年の人口1億2,806万人、高齢化率23%、生産年齢人口割合63.8%が、2060年には各々8,674万人、39.9%、50.9%と人口減少、高齢化、少子化の“トリレンマ”が大きく進行する。世帯数と平均世帯人員も戦後間もない頃の1,718万世帯、5人から現在では5,043万世帯、2.49人と世帯数は増える一方、核世帯、単身世帯化が増えてきている。

2. マーケティング(消費者)分析

- ・昭和50年代前半から「心の豊かさ」を「物の豊かさ」より重視する傾向にある。
この傾向、差は年々大きく、今や60%対30%と倍に広がっている。
→「物の豊かさ」を重視すると価格訴求を取ることになるが、最近の小売業低迷の大きな要因となっている。
- ・また、1985年頃から「毎日の生活を充実させて楽しむ」方のニーズの割合が「将来に備える」より上昇傾向にある。この傾向、差は年々大きく、広がっている。
→ところが中々、小売業はなかなかこのニーズを充足させてくれない。
- ・今後消費を拡大したい分野として「食料品」「こどもの教育」「人との付き合い・交際費」「外食」などが右肩上がりの傾向にある。即ち、日常的な楽しみにまつわる消費を拡大したい傾向が継続していると言える。
- ・生活者1万人アンケートで「基本的な消費価値観の推移」「ブランド意識の推移」「情報感度の推移」などを分析すると、一単なる“安さ”より“品質（が良く長持ち）”、“安全性”、“環境に負荷のかからない”ことを重んじる傾向が拡大している。
——一体何が正しい、自分に最適なのか、情報が過多で消費者は見えなくなっている。従って、自分が親しい、信頼を置いている人の情報が重要になっており、この傾向は暫く続く。Facebook、Twitter等SNSのように人と人とが個人的に繋がり、このユーザーレビューも商品・サービス選択の際、参考となってきている。
- ・消費は4つのスタイルに分類できる。「利便性消費」「プレミアム消費」「安さ納得消費」「徹底探索消費」である。この内、「安さ納得消費」が減少し、「利便性消費」が拡大している。
- ・顧客は消費志向が二極化して来ている。「価格・利便性は絶対条件」「買い物は苦痛」「他によい店があれば乗り換える」等の“生活必需”消費と「価格・利便性以外の価値がある」「買い物は楽しい」「この店を応援したい」等の“人生充足”消費である。どちらでもない中途半端な店は客離れ、売上減少が進む。
- ・生活必需品を買うにはネットは大変便利で、これを追求していくとお店はいらなくなる。
- ・今や楽天もアマゾンも年間売上は1兆5千億円に達している。またアリババはWalmartの売上を抜いて世界

最大の流通企業となった。Walmart が 50 年以上かかって世界一になったのに対し、アリババは 10 年一寸で世界一となった。

- ・日本は食品スーパー業界を除けば、GMS にしても、コンビニにしても残るのは上位 1～2 社であり、良くて 3 社であろう。
- ・他方、“人生充足” 消費は資本の大きさや店の数などには関係ない。“人生充足” 消費の価値観は多様化傾向にある。これを的確に捉えたお店が残っていく。次に実例を紹介する。

3. 地域・顧客密着に寄り添う繁盛店

これらの共通項は

- ① 効率より効果を重視した経営
 - ② 顧客ニーズに立った強い商品を持つ
 - ③ 人材育成に注力し、高いチーム力を持つ 点である。
- (1) 和菓子店「小ざさ」 (東京・吉祥寺)
- ・行列の途切れることのない一坪の店に積み重なる顧客の信用がある。
 - ・一坪で年商 3 億円は多分日本一ではないか。
 - ・「小ざさ」のこだわり
 - ① 手作りの羊かんは日産 150 本限定
 - ② 自分の目の届く範囲で製造する
 - ③ 家族であっても公平に対応する
 ⇒量よりも質を大切にする姿勢が信用を生む
- (2) ジーンズショップ「マルニ」 (新潟県妙高市)
- ・本物を目指して自社開発、店主の思いに多くの顧客が共感
 - ・粗利益率 50% の高収益で、前年比 2 ケタ増を続ける。
 - ・「マルニ」の独自性
 - ① 1996 年、他に先駆けて完全オリジナル製造
 - ② 価格は NB の 2 倍、ユニクロの 4 倍以上
 - ③ 地元資源を生かしたブランド作り
 ⇒地元の資源を大切にするから全国で支持される。
- (3) 「角上 (かくじょう) 魚類」 (新潟県長岡市)
- ・規模より質を重んじ、“魚離れ” であっても業績は伸びている
 - 店数は上限があるとする柳下社長の考えで現在は 22 店舗
 - ・0.05% という驚異の廃棄ロス率を実現する「買う心 同じ心 売る心」
 - 一般的なスーパーの鮮魚部門の廃棄ロス率は 7%
 - ⇒売上げ・店数を目的としない。それは結果に過ぎない。

4. 結 語

- ・“生活必需” の商いは お客は買う、商人は売の“タテの間柄”、“主従の関係” である。
“タテの間柄” とは商人が「ありがとう」と言う間柄である。
- ・これに対し、“人生充足” の商いは お客は参加する、商人は教える・触発するの“ヨコの間柄”、“仲間・同志” の関係である。
“ヨコの間柄” とはお客が「ありがとう」と言う間柄である。
- ・商いと経営の価値軸は下記 9 つあるが、消費者の価値観が厳しさを増す中、原理原則から外れた商いは成り立たない。
 1. 経営目的 (利 vs 義) 2. 立脚点 (売り手の都合 vs 買い手の満足) 3. 視点 (物 vs 心)
 4. 競争観 (他店の表層的模倣 vs 独自性の追求) 5. 競争環境 (レッドオーシャン vs ブルーオーシャン)
 6. 市場観 (奪い合い vs 需要創造) 7. 競争手段 (価格訴求 vs 価値創造) 8. 行動軸 (他店・業界動向 vs 自店の顧客) 9. 従業員観 (コスト／兵隊 vs 価値創造の担い手／家族) (広報担当 飯田善明)

以上

3 級・2 級直前講習会

一般社団法人神奈川県商工会議所連合会の後援を頂き、平成 28 年 1 月 16 日（土）と 30 日（土）にリテールマーケティング（販売士）3 級および 2 級の直前講習会、2 月 7 日（日）に公開模擬試験をフォーラム横浜にて実施しました。

直前講習会では、3 級 12 名、2 級 10 名の方が参加し、合格に向けて熱心に学習されていました。

講師は、当協会の上田氏（小売業の類型、マーチャライジング）、菅原氏（ストアオペレーション）、飯田氏（マーケティング）、佐藤（販売・経営管理）の各氏が担当しました。また、本試験と同様な条件（出題形式・問題数・試験時間）で実施された公開模擬試験には、13 名（3 級 7 名、2 級 6 名）の方が参加されました。

直前講習会、公開模擬試験ともに受講者の方からは、大いに役に立ったとのたくさんの声を頂きました。（研修担当 佐藤浩史）



相模原商工会議所主催「販売士 2 級・3 級 資格更新講習会」

平成 28 年 2 月 3 日（水）、3 月 12 日（土）、相模原商工会議所開催の販売士更新講習会へ講師を派遣しました。当協会の菅原氏、佐藤がそれぞれ担当しました。2 月 3 日（水）は、「相模原市立産業会館」で開催され、2 級 20 名、3 級 35 名の合計 55 名の方が参加されました。

3 月 12（土）は、「ユニコムプラザさがみはら」で開催され、2 級 38 名、3 級 31 名の合計 69 名の方が参加されました。

3 級の方は 3 時間、2 級の方は 5 時間におよぶ講義でしたが、みなさん真剣に受講されていました。（研修担当 佐藤浩史）

横浜商工会議所主催「販売士 2 級・3 級 資格更新講習会」

会報誌第 24 号で掲載した、昨年 11 月 26 日（木）の、横浜商工会議所主催の「販売士資格更新講習会」の講師に引き続き、3 月 10 日（水）、「販売士資格更新講習会」の講師を担当させていただきました。

2 級販売士資格更新の方が 60 名、3 級販売士資格更新の方が 40 名、合計 100 名の方が参加されました。受講者からは、資格を取得した時と時代が変わって

いるので参考になった、ネットスーパー、オムニチャネルおよびインバウンドの動向といった新しいトレンドについて勉強になった、といったコメントをいただきましたが、今後さらに皆様の役に立つ講習会にしていきたいと思っています。

（会長 菅原 潤一）

出張講義の実施

6 月 27 日・28 日、那覇空港で 6 店舗の物販店を経営するエアポートトレーディング株式会社様にて直前講習会の出張講義を行いました。



今回は、3 級 14 名、2 級 20 名の方が合格に向け熱心に受講されました。（研修担当 佐藤浩史）



神戸の小売業流通視察会に参加して

2月25日に販売士協会主催の神戸流通視察会に参加した。小生の場合、一昨年の京都、3年前の大阪に続き三回連続の関西地区の流通視察会参加であった。（昨年は開催されず）これで“三都流通視察会”が成就した。今回の参加者は13名、その内、神奈販の参加者は菅原会長と小生であった。

天候にも恵まれ、神戸・三宮の小売業者を10軒以上徒歩で精力的に訪問した。食品スーパー、GMS、百貨店、ファッションビル、老舗と新興のセレクトショップと様々な業態の小売店を視察できた。（南京町ではお利便の天ぷらで有名な「民生」で昼食を摂った。他の二都と比較して神戸らしく、お洒落でファッションナブルなお店が多かった。来店する顧客（特に女性）もそれを意識しており、チェーン店では買えない、自分だけにあった商品を揃え、拘りがある店が多かった。またお店の方もターゲットやストアコンセプトを明確にしていた。例えば40代以上の婦人向けストレッチパンツを販売している「B-3（ビースリー）」（SPA）は単に顧客の要望だけでなく、今まで尻込みしていた細見サイズのパンツにも挑戦してもらう提案を行っていると言う。それを履くことができた顧客の達成感（感動）をお店のスタッフが共有することが差別化になっていると感じた。

最後に訪れた高級婦人向けセレクトショップ

「MATTOTTI」では鈴屋出身でバイイングに関する著書も出している女性専務から話を聞いた。自らヨーロッパに出かけ、お客のニーズを踏まえ仕入れてくるので、お客は安心して10万円以上、数十万円の洋服を買っている。また、神戸＆芦屋マダム相手なので、買った洋服を披露できるパーティやイベントも専務自ら企画しているとの事。日本では少ない「ハレ」の機会の提供と言う付加価値をつけ、顧客満足度を上げる取組にも感心した。

セレクトショップに関しては、別稿の笹井編集長が触れている“お客が店にありがとうと言う「横の関係」”であると感じた。



尚、紙面の都合上、流通視察会の詳細については「販売士6月号」（株式会社プランニングの渡辺社長執筆）をご参照願いたい。（広報担当 飯田善明）

大岡川の花見と野毛三山・開港の歴史散歩および懇親会を実施

当協会の昨年度最終イベントとして、「大岡川の花見と野毛三山・開港の歴史散歩および懇親会」を3月27日（日）に参加者9名（東京販売士協会からの参加者1名を含む）で実施しました。JR桜木町駅ではシティガイドの案内により、まず鉄道発祥の地桜木町駅（明治5年、我が国初の鉄道である横浜～新橋間が開通した時の横浜駅）の詳しい説明を受けました。明治5年（1872年）9月12日、新橋～横浜間の29kmに日本初の鉄道が開通し、明治天皇御臨幸のもと、盛大に開業式典が催された。鉄道頭の井上勝をはじめとする数多くの鉄道関係者や各国公使が見守る中、午前10時、イギリスから輸入した1号機関車がお召し列車を牽引し、新橋停車場を出発した。列車は約1時間後、横浜鉄道館に到着した。このときの新橋駅は旧・汐留駅の場所にあり、横浜駅は現在の桜木町駅であった。次にガス灯発祥の地の記念碑→紅葉坂→奉行所跡→掃部山公園→能楽堂→伊勢山皇大神宮と江戸・明治・大正への歴史が薫る野毛散策を楽しみました。



ガス灯発祥の地の記念碑：1872年（明5）、わが国最初のガス灯が馬車道から大江橋、本町通りにかけて10数基灯り文明開化横浜の名物となった。現在、ガス会社の跡に建てられた本町小学校の一面に「ガス灯」と「記念碑」が建てられている。奉行所跡県立図書館・音楽堂・青少年センター・文化資料館などのある県文化センター一帯は、横浜開港にそなえて置かれた奉行所の跡。横浜開港直後の安政6年（1859）6月4日に開設され、前年7月以来開港準備を担当してきた水野筑後守ら5人の外国奉行全員が当初の神奈川奉行を兼任し、輪番で横浜黎明（れいめい）期の行政事務を処理していた。

奉行所は、戸部役所と横浜運上所にあったが、前者は貢租徴収、検察裁判などの内政事務を、後者は外交事務を行った。掃部山公園：掃部山は、昔、明治初期の鉄道敷設に携わった鉄道技師の官舎が建てられていた。地下から湧く水を蒸気機関車の給水に利用していたことから鉄道山と呼ばれていた。その後、横浜開港に貢献した井伊直弼の記念碑を建てる際に、井伊家の所有になったが、大正3年に市に寄付され掃部山公園となった。野毛の街へ降りて大岡川岸の

桜を見ながら散策しましたが、開花が遅かったため満開には早すぎました。歩き疲れた所で懇親会場の横浜ビール「驛の食卓」へと向かいました。懇親会ではウェイターのカンツオーネを聞き、飲み放題の地ビールやワインを飲み大変楽しく、話も盛り上がり時間も忘れて話も尽きませんでした。が予定の時間がききましたのでお開きとし、昨年度の最終イベントを予定通り終了しました。

(企画担当 鹿又 和弘)

神奈川販売士協会 事務局からのお知らせ

神奈川販売士協会のホームページリニューアルオープン致しました。

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

神奈川販売士協会会員の皆さま メーリングリストに是非登録お願いします!!
会員の皆様へ色々な貴重な情報を「らくらく連絡網」メーリングリストを通じて、
迅速に連絡したいと考えています。会員のうち、まだ多くの方が未登録となっております。
是非共、下記に空メールを送付していただき、登録をお願いします。

空メールの宛先: 59089117@ra9.jp



— 編集後記 —

2016 年も早いもので半分を過ぎました。そのような中 4 月半ばに熊本地震が起きました。被災された方々には心からお見舞い申し上げます。参院選よりも英国の国民投票よりも一足早く行われた「第8回AKB48選抜総選挙」。中継したフジテレビの平均視聴率は17・6%（関東地区、ビデオリサーチ調べ）で「AKBというコンテンツの強さを見せつけた」と週刊誌担当記者が伝えています。その一方、「今年も新陳代謝ができなかった。誰かダークホース的な存在が抜け出ないと、マンネリになる」という危機感も聞こえてきます。それは当日のメンバーのスピーチからも受け止められます。15位で初の選抜入り（16位以内）を決めた高橋朱里さん（18）は「AKB48が第1章で完結したら悔し過ぎます」。6位となり、2年連続“神7”入りを果たした宮脇咲良さん（18）は「先輩たちが卒業して、どんどん不安が広がっていきます」。女王、指原莉乃さん（23）に敗れ、2位の口惜しさを味わった渡辺麻友さん（22）は「正直に言いますと、AKB48はピンチだと思います」と切り出し、「私は先輩たちが作ってくれたこのAKB48を、このまま終わらせたくありません」とまで言い切りました。AKB総選挙はいつもドラマがあり、人の成長を感じさせてくれます。また、AKBグループの活性化が求められています。神奈川販売士協会も同様に活性化が求められているとAKBの総選挙を見ていてそう感じました。当協会会員の満足度を高めていくとともに顔の見える出会いや意見・交流など各個人の人間性に触れ合い、刺激しあい個人の成長・発展を目指していきたいと思っています。最後に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います。

協会事務局 〒247-0006 横浜市長区笠間 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 kano0711.jp@yahoo.co.jp

4253
神奈川県販売士検定試験結果報告

○ 第 77 回 3 級販売士検定試験 (2 月 17 日 (水))

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	194	178	105	59.0%
川崎商工会議所	95	88	61	69.3%
相模原商工会議所	30	27	21	77.8%
横須賀商工会議所	16	15	14	93.3%
藤沢商工会議所	30	29	23	79.3%
平塚商工会議所	12	11	10	90.9%
厚木商工会議所	47	43	25	58.1%

県下平均 427 391 259 75.3%

全国平均 12,049 11,038 6,375 57.8%

○ 第 44 回 2 級販売士検定試験 (2 月 17 日 (水))

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	224	191	119	62.3%
川崎商工会議所	88	80	56	70.0%
相模原商工会議所	13	11	8	72.7%
横須賀商工会議所	7	5	2	40.0%
藤沢商工会議所	28	28	19	67.9%
平塚商工会議所	21	18	12	66.6%
厚木商工会議所	29	26	16	61.5%

県下平均 410 359 232 63.0%

全国平均 5,001 4,374 2,557 58.5%

全国平均 1,375 1,144 220 19.2%