

## 令和4年度 事業活動計画

今日の商業を取り巻く経営環境は、急激に変化しています。直近（3月15日時点）の出来事としてはロシアによるウクライナ侵攻があります。これにより原油価格の高騰、さらには食品の原材料費にも影響を及ぼし始めており、原油を材料とした製品や食品を取り扱う店舗では消費者に向けてこれまでのような「買いやすい価格」を提示できなくなることも予測されます。

また新型コロナウイルス（COVID-19）についても、2月初旬に全国の1日の感染者数が初めて10万人を超え、現在（3月15日時点）でも18の地域でまん延防止等重点措置が取られているなど収束にはほど遠い状況が続いており、企業は「With コロナ時代をどう生き抜いていくか」を重要な経営課題として捉え、取り組んでいかなければならない環境に置かれています。

本会は、「購買代理人」の視点から With コロナ時代を乗り越えていくための一助を担っていく団体として、まずは新たに展開しているプラットフォーム『JCIVoyager（ジェーシーアイボイジャー）』を“航空母艦”として位置付け、既存事業の各コンテンツを戦闘機としてJCIVoyagerから発信させていくと共に、会員同士、会員と事業利用企業、事業利用企業同士を結ぶ新たな事業の母艦としても積極的に運用してまいります。

また、「デジタルは目的ではなく、手段の一つである」という考えから、引き続き“リアル店舗の有用性”を提唱し、リアル店舗を構成する販売員の一人ひとりが、お客様志向の真のリテラー（商人）になるために、人材育成事業を推進することで寄与してまいります。

公開経営理念の普及と推進は、機関誌である『公開経営』誌上だけではなく、JCIVoyagerを活用したデジタル発信を行い、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。尚、現在機関誌『公開経営』は昨年11月より隔月による発行に切り替えています。今後JCIVoyagerでの発信を積極的に行っていくことを踏まえ、年4回の発行にさらに切り替えることを検討してまいります。

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]

- 本会の理念「心の経営」を踏まえ、会員・事業利用企業（メーカー・流通業・サービス業）等に向け「経営改善」「人材育成」面での時流に合った価値ある教育、サポートを積極的に推進していく。
- 他教育指導団体との差異化をより一層鮮明にするために、JCIVoyagerを航空母艦とした独自性のある人材教育・指導支援メニュー・サービスの開発・発信を計画的に図っていく。
- 加速するデジタル化社会への対応として、電子媒体やインターネットを活用したオンラインによる教育システムの構築を計画的に図っていく。
- 事業活動面での効果的かつ効率的な運営体制づくりのために、職員採用・能力向上、既存の営業支援体制・営業ツールの改廃、運営システム及び管理体制の刷新を図っていく。

### 1. コンサルティング事業

- ① リアルによるコンサルティングメニューの開発と共に、電子媒体やオンライン等のニーズにも対応できる体制をより一層強化し、提案営業の強化、新規顧客の開拓を継続する。
- 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。

### 2. 研修事業

- ① 業種・ジョブグレード別のラインナップを充実させると共に、提案ツールを整備し、研修提案力の強化を図る。
- ② 既存事業利用企業に対しての研修提案を強化し、OPP（ワンパッケージプラン）を積極的に推進していく。特にオンラインによる研修の仕掛けを徹底して進める。

### 3. セミナー事業

- ① オープンセミナーについては、JCIVoyager を活用したオンライン型セミナーを充実させ、既存事業利用企業への提案と合わせて、新規企業・個人ユーザー向けに発信力を強化していく。
- ② 販売士資格更新業務については、引き続き日本商工会議所からの依頼を受け、販売士資格の更新率アップに貢献していく。通信教育による資格更新の運営においては、効率的な経費管理を徹底していく。
- ③ 個人向けの販売士検定スクーリングについては、本年も日本商工会議所と連携したC B T (Computer Based Testing: コンピュータで受験する方式のテスト) による実施を行い、効率的な運営を行っていく。企業内スクーリングは、企業のニーズに合わせて、対面型、オンライン型、併用型それぞれに対応できる体制を整備していく。

### 4. 通信教育事業

- ① 学習方法の見直しを含めた講座のリニューアルを進める。
  - a. 幅広い階層に対応した、自己啓発に留まらない講座の開発に注力していく。
  - b. 電子媒体やオンライン等による新しい学習方法の増加・浸透を見据え、オンラインでの学習を前提にした講座開発を進めると共に、既存講座においても添削をオンラインでもできるメニューの充実を図っていく。
- ② 自己啓発としての通信教育の範疇から、企業の人事制度に合わせた必修講座の導入に積極的にアプローチしていく。
  - a. セミナーとも連携しながら「計数能力検定シリーズ」「売場の数字シリーズ」「商品知識と販売促進シリーズ」等本会の独自性のある講座を積極的に提案していくと共に、ニーズの高い資格取得支援系の講座も特に未導入企業に向けて積極的に提案していく。
  - b. 提携講座（P H P 研究所等）に関しては、小売業実務以外の幅広いビジネスニーズに合わせて、基幹講座を補完するような提案をしていく。
- ③ 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、通信教育の拡販やセミナーの企画を各地で提案していく。また、各地の販売士協会、販売士有資格者とパートナーシップを結び、本会と共同歩調しながら営業活動を仕掛けていく。
- ④ 管理体制として、不備のない安定的な業務管理を実行すると同時に、適正在庫の管理等を徹底し、経費コストの圧縮を図っていく。

### 5. 検定事業

- ① 3種類ある検定試験について、それぞれ内容や運営方法を見直し、ニーズに合ったものにリニューアルを図っていく。
  - 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。図書販売実績のある専門学校、ビジネス系やデザイン系の専門学校への新規提案に注力していく。
  - 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を徹底する。また、階層別に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・アテンダント検定試験』  
既存事業利用企業への提案を継続して行うと共に、CS接客対応のテーマとして、「高齢者・認知症対応」に注力して、本会のユニバーサルサービスの考え方、独自性を未導入企業に積極的に提案していく。
- ② POP検定、計数検定共にインターネット上でのC B T (Computer Based Testing) による受験やデジタル化対応を検討し、受験者増に向けた施策を進めていく。

- ③ メーカー・流通業・サービス業をターゲットとした本会の独自性のある新検定の開発を進め、検定メニューの充実を図っていく。

#### 6. 図書事業

- ① 定期的に購入いただいている企業や専門学校等に対し、引き続き営業活動を行い、取引継続を図っていく。
- ② 検定に関連したオンラインによるオープンセミナーを企画し、それに連動させた検定準拠教材として、図書の拡販を行っていく。

#### 7. その他

- ① 販売管理システムを活用した管理部門の“見える化”を引き続き図っていく。
- ② 原価、営業費、管理費等の見直しを図り、不要な支出を抑制すると共に、キャッシュフローを意識した経費コントロールを進め、健全な資金管理を行っていく。
- ③ 本会の次世代を担う人材の育成を目的に、職員が経営的視点を持って判断と行動ができるように教育を進めていく。

以上