

日本販路コーディネータ協会出版局発行情報誌

エキスパート

2022
11 月号



一般社団法人 日本販路コーディネータ協会

目次

生涯教育の情報をメインとした 総合出版と映像メディアの YouTube チャンネル 「MMP コミュニケーション ch」	2
抽選でプレゼント！チャンネル登録キャンペーン！	2
11 月商品開発スキルアップ研修 「数字につながる商品開発」	3
2023 年 1 月 21 日（土） 第 22 回 JMC グループオンライン全国大会	4
セールスステップ・販路コーディネータ協同組合主催セミナー（無料講座）	5
コンサルティングの実情 セールスステップ・販路コーディネータ協同組合における公的販路支援事業	6
第 134 回 MMP®研究会 「水中カメラ開発のための共創マーケティング活用」	7
認定講師講習会のご案内	8
基礎から学ぶ販売促進学 プロモーションマーケティング	9
「MMP 戦略 8 つのステップ」の活用、実践事例	10
地域支部紹介	13
MMP コミュニケーション DVD 販売開始	14
DVD 販売キャンペーン！	14
ご存知ですか？ JMC プレミア組合員（個人組合員）	15
MMP 総研研究員募集	16
研修・試験スケジュールのご案内	17
ホームページのご案内	18

当誌「エキスパート」では全国の優秀な協会会員に原稿を依頼して、掲載しています。

生涯教育の情報をメインとした 総合出版と映像メディアの YouTube チャンネル 「MMP コミュニケーション ch」

生涯教育の情報をメインとした総合出版と映像メディアの「MMP コミュニケーション」は、Youtube のチャンネルを開設した。商品プランナー、営業士、販路コーディネータ、プロモーションプランナー、観光プランナー向けの「面白くて役に立つ」情報発信チャンネル。温泉、グルメ、旅、ショッピングなど生活文化、スポーツ、匠の技の工芸品から民芸品までさまざまなシーンをご紹介します。



MMPコミュニケーションch



#コンサルタント #セミナー #市場
【社会人必見！】できるコンサルタントになるには。プロのコンサルタントが教えるプロコンのためのセミナー

抽選でプレゼント！チャンネル登録キャンペーン！

今このチャンネルに登録すると、会員の方の中から抽選で合計 10 名様に、新刊「日本の観光特産」もしくは「作ったけれど売れない」が当たる！（10月31日（月）までにチャンネル登録の上、下記内容を明記し、support@jmmp.jp 宛てにメール連絡いただいた方が対象。）

1. 氏名
2. 認定証番号
3. 郵便番号・住所
4. チャンネル登録した日時（○月○日○時○分頃）
5. YouTube アカウントのメールアドレス
6. ご希望の書籍をどちらかご記入下さい。

▼下記の YouTube サイト（URL）からチャンネルにご登録いただけます

<https://www.youtube.com/channel/UC2mWd56h0yxNOs-jDFN9YkA>

当選者の発表は、当選された方への賞品の発送をもってかえさせていただきます。

11 月商品開発スキルアップ研修

「数字につながる商品開発」

現場では、早く商品を作って売りたいという要望が多いのが現実である。少しでも早く、売れる商品を世に出す方法とともに、「販路コーディネータ」でもある講師が大切にしている数字につながる商品開発・改良のコツを解説する。商品開発の基本を学んだ方が対象であるが、関心のある方であればどなたでも参加可能。

〔日時〕 2022 年 11 月 27 日（日） 10：00～12：00

〔会場〕 オンライン配信

〔セミナー参加費〕 協会資格登録者 税込 3,300 円／
一般 税込 5,500 円 組合員無料

〔申込締切〕 2022 年 11 月 22 日（火）



〔主な内容〕

ライフスタイルの多様化などを背景に、商品ライフサイクルの短期化にも拍車がかかっています。基本に忠実であることは理想ですが、1 日でも早く売れる商品を世に出して数字につなげたいと思いませんか？ 確実に売り上げを上げた商品事例をもとに「販路」を意識した商品開発、その成功の秘訣をお話します。

1. プロローグ 販路を見据えた商品開発をしよう
2. 商品開発は何のため？ ゴールの設定／商品開発の基本フロー／地域食品の課題
3. まずは戦略から 商品開発 4 つのパターン／事例でみる商品開発 成功の秘訣
4. 新商品開発のフロー 商品開発の基本フローの短縮技 1・2・3
5. コンセプトは 2 度つくる 必要な 2 つのコンセプト／商品コンセプトから事業コンセプトへ
6. コンセプトから PR 設計へ 2 つめのコンセプト PR 設計へ

〔講師〕 平山 友美（ヒラヤマ トモミ）



フードプロデューサー／（株）平山友美フードトータルプランニング代表取締役
「食」を核とした B to C 事業の企画開発を得意とし、コンセプトに基づいた新商品・ブランドライン・料理メニューの開発、また既存商品・メニューのブラッシュアップを行っている。「食」による誘客事業、地域活性化のための特産品開発事業など、豊富な事例に基づいたアイデアを提供、事業全体のコーディネートも実施。地元の新聞や専門誌に 10 年超の長期連載を執筆した経験から、食材・商品の特徴を俯瞰的に捉え、的確に表現。ほか、RCC テレビ「イマナマ！」では料理コーナーにレギュラー出演。著書「おうちでつくる絶品広島ごはん」など。

〔詳細・お申込〕 <https://www.jmcp.jp/event/careerup.html>

2023年1月21日（土）

第22回 JMC グループオンライン全国大会

来春の全国大会は、「理論で考え、実践で学ぶ」をコンセプトに、「商・販・販促」「観光」（※）のプロフェッショナルによる講演会を行う。

※「商・販・販促」とは、商品戦略・販売戦略・販売促進戦略の3つをいい、「観光」は、地域の文化や景観、暮らし方の再評価、まちおこし事業などの支援をさす。JMC グループでは、「商・販・販促」「観光」、さらにマネジメントマーケティング戦略の考え方を基本に、資格認定・人材育成を行っている。

年明け2023年1月21日（土）にオンラインによる開催を予定しており、日本商品開発士会、日本販路コーディネータ協会、日本セールスステップ協会、日本営業士会、日本販売促進協会、日本観光士会、全国観光特産士会の会員の方をはじめ、マネジメントマーケティング・コーディネーター、セールスステップ・販路コーディネータ協同組合員、MMP®総研研究員、また「商・販・販促・観光」にご興味あるすべての方が参加可能。

<包括テーマ> プロモーションマーケティング

<タイムスケジュール>

13:00～14:00

- ・コーディネーター表彰
- ・観光特産大賞表彰

14:05～15:35

プロモーションマーケティング



◆詳細は以下ホームページにて随時更新

http://www.hanro.jp/event/jmc_zenkoku_2023.html

観光特産大賞 2022 ノミネート締め切り間近！

全国大会で表彰式を予定している、連携する日本観光文化協会主催『日本観光特産大賞 2022』がノミネート募集中である。日本各地で育成されている観光特産を再発見&再発掘し、一定の価値を付与することで、観光資源としての成立を目指し、認定された特産品と特産物の価値を内外に発信する活動となっている。日頃「商・販・販促」に携わっている日本販路コーディネータ協会の会員の方々にも、観光特産に興味を持っていただく機会となっている。観光特産大賞の推薦は、協会の会員ならどなたでも申請可能である。

ノミネート応募はこちら [応募フォーム](#)

ノミネート応募期限：2022年11月1日（火）

セールスレップ・販路コーディネータ協同組合主催セミナー（無料講座）

「観光地域づくりの基本」と 「DX、IT、AIによる組織づくり、地域づくり」 ～地域経済を活性化させるためには～

セールスレップ・販路コーディネータ協同組合では、東京都中小企業団体中央会と連携し、下記の内容で講習会を開催する。

【日時】

第1回：2022年11月19日（土）

第2回：12月10日（土）ともに10:00-12:00

（第3回は2023年1月21日（土）に実施）

【受講料】 無料

テーマ：

「観光地域づくりの基本」と「DX、IT、AIによる組織づくり、地域づくり」 ～地域経済を活性化させるためには～



地域経済が縮小するなかで、地方創生の意義と、着地型観光や観光5資源体系活用による持続的な地域づくりについて学びます。さらには、一過性ではない人気コンテンツの開発やマネジメント戦略、後継者育成につなが事業のあり方についても解説。



【会場】 オンライン配信

【講師】 株式会社ナルド 取締役 赤嶺 輝昌 氏

【主催】 セールスレップ・販路コーディネータ協同組合

※このセミナーは連携する協同組合が実施し、協会も協力しています。

※受講希望者多数の場合、抽選となりますのでご了承ください。当選された方には、ズームリンクをご連絡いたします。

〔詳細・お申込〕 <http://www.hanro.jp/event/chuou.html>

コンサルティングの実情

セールスステップ・販路コーディネータ協同組合における公的販路支援事業

上級の販路コーディネータ、そしてMMコーディネーターである笠谷圭児氏が県の依頼を受けた外部事業者と連携し、バイヤーなどに対して“プレゼンテーションをどう強化するか”という内容のセミナーと、メーカー企業への個別商品改良相談会を実施した。

「プレゼン力強化セミナー」～売れるモノづくり・仕組みづくり～

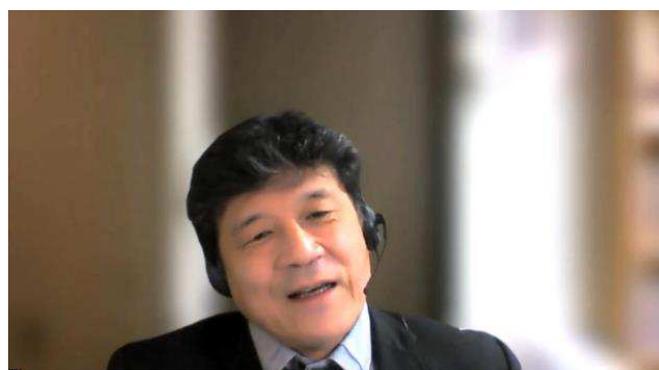
売れないというのは		
『低い』『高い』『知られていない』		
チェックポイント	売れない	売れる
新規性・優秀性・市場性	なし	あり
商品の完成度	低い	高い
トレンド・ニーズ	アンマッチ	マッチ
価格競争力	良い商品だけれど高い	良い商品でもあり 価格もリーズナブル
コンセプト・デザイン	商品・客層とアンマッチ	商品・客層とマッチ
販売促進	知られていない	知られている

日本販路コーディネータ協会

まずもって大切なのは「市場」の視点であることを伝えた。資金力が小さい中小企業だからこそ『マーケティング力』を活用しなければならないことを念頭に、ワンシート企画書、マーケティング環境分析、マクロ環境分析、マーケティング手法の活用、SWOT分析、基本戦略、4Pの視点など丁寧に解説。さらに製品から商品へ、商品コンセプトの作り方、地域商材が全国で売れる仕組み、さらにはアйдマ理論によるプレゼンテーションスキルも伝授。参考になりそうな事例の紹介なども行った。

「商品改良相談会」

zoomにて実施した個別相談会では、数多くの相談に対してひとつひとつ丁寧に対応。ニッチ市場での差別化、消費者向けのPRの仕方、インパクトのあるクッキング動画、発信チャンネル（Instagram等からのホームページへの誘導）の活用提案、FCPシートへの落とし込み方法（画像を入れたPR）など親身に提案。プレゼンでの応酬話法やシナリオ作りも一緒に行った。相談者からは、消費者目線で捉えなおすことや凝り固まった概念を打破することができたとの感想が得られた。「知名度低いからこそ、チャンスはある」「どんどんトライしていくことが必要」と期待を込めてアドバイスを行った。



販路コーディネータは、このように商品開発よりも商品改良などを行い、アドバイスで終わりではなく実際にセールスステップへ連携するなどして販路を開拓していく。こういった公的販路支援事業が、セールスステップ・販路コーディネータ協同組合の中心軸となる。

第 134 回 MMP®研究会

「水中カメラ開発のための共創マーケティング活用」

日々、現場でさまざまなことにチャレンジしている講師が、資格取得の際に学んだ知識をどのように活かしているのか、今後どのようなビジョンを抱いているのかについて本音で語る。

〔日時〕 2022 年 12 月 10 日（土） 15:00～17:00

〔会場〕 オンライン配信

〔セミナー参加費〕

協会会員 税込 3,300 円／一般 税込 5,500 円／組合員無料

〔申込締切〕 2022 年 12 月 6 日（火）



「水中カメラ開発のための共創マーケティング活用」

〔概要〕

1. 共創マーケティングとの出会い
2. 従来マーケティングとの違い
3. 開発共創・販路開拓共創
4. 共創マーケティングによる水中カメラ開発とニーズ掘起こし事例

※詳細内容は変更になる場合あり。

【こんな方におすすめです】

- ・コンサルティング先のクライアント様向から新規と一緒に製品・サービス開発依頼を受けている方
- ・自社だけではなく外部のパートナーとタイアップしてイノベーションを起こしたいと検討されている方
- ・観光、体験する場で今までとは違うサービスを必要と感じ検討したい方
- ・付加価値が高い製品・サービスを検討されている方



〔講師〕 中川進（販路コーディネータ）

大学卒業後、電子（機構）部品業界で 15 年間エンジニア、26 年間マーケティング業務に従事。2014 年 妻が立ち上げた合同会社 SharWiz でマーケティングを活用したアジア圏顧客、インバウンド集客を中心に食品サンプル体験業務支援を開始。現在は新たなつながりを深めるために共創マーケティングに取り組中。

〔詳細・お申込〕 <http://www.hanro.jp/event/mm131.html>

認定講師講習会のご案内

来年の認定講師講習会は、新規・更新（ミドル・エグゼクティブ）どちらも同日に講習会を以下の日程で開催予定。

〔日時〕2023年3月5日（土）13:00～15:00 ミドル・エグゼクティブ認定講師講習会

〔会場〕オンライン配信

〔内容〕2023年度版『オンライン対応の講師テクニック』

◆更新の方

- (1) 更新のご案内（2月中）。
- (2) 受付フォームより申し込み／認定講師講習会の受講
- (3) 更新の認定講師認定証を発行。

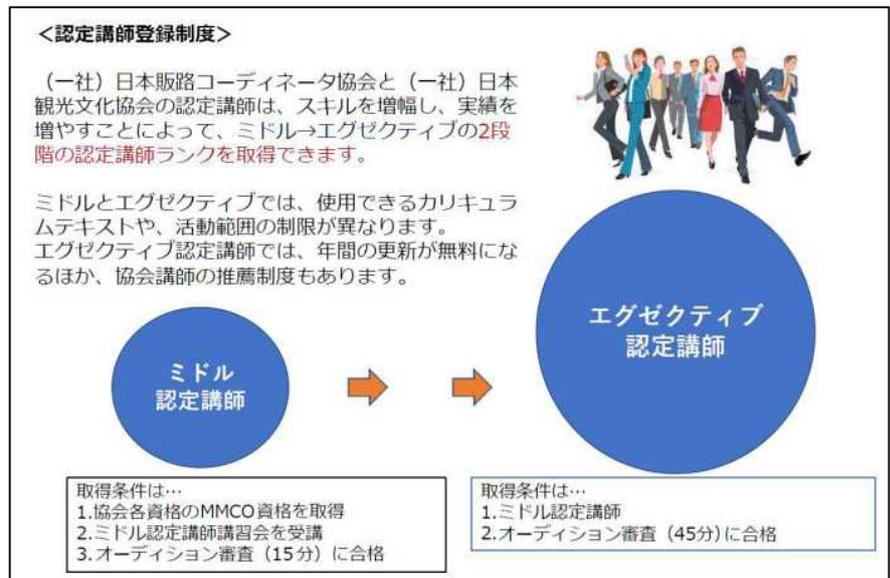
※ミドル認定講師の方は登録料（税込5,500円／年）をお支払いください。事務局で入金を確認後、講習会資料を送付。

◆新規登録の流れ（ミドル）

- (1) 受付フォームより申し込み／認定講師講習会の受講
- (2) オーディションビデオ（15分）とパワーポイント（5枚）を提出
※資格に応じたミニセミナーで、パワーポイント5枚を準備し15分でまとめてください。
提出締切：2023年3月19日（日）
- (3) 合格通知後、登録書類提出（HPに認定講師として顔写真・プロフィール等の掲載が可能）
〔研修受講料、資料および審査料〕33,000円（資料、オーディション審査料、初年度登録料含む）
2023年3月31日（金）：審査結果のご連絡

◆新規登録の流れ（エグゼクティブ）

- (1) 受付フォームより申し込み／認定講師講習会の受講
- (2) zoomにてオーディション（45分） 実施日：2023年3月26日（日）
- (3) 合格通知後、登録書類提出（HPに認定講師として顔写真・プロフィール等の掲載が可能）
〔研修受講料、資料および審査料〕55,000円（税込）
※エグゼクティブ認定講師は登録翌年から認定講師更新料が無料。
2023年3月31日（金）：審査結果のご連絡



詳細・お申込については今後ホームページにて更新予定

<http://www.hanro.jp/event/koushi.html>

基礎から学ぶ販売促進学

プロモーションマーケティング

前号まで MMP ツールについて解説してきたが、今号からは「基礎から学ぶ販売促進学」より全資格にとって必要不可欠なプロモーションマーケティングの概要について解説する。

企業、団体など組織が行うマーケティング活動は、常に「市場の視点」が重要である。そういったマーケティングの視点から、消費者・顧客との様々なコミュニケーションの手法（市場調査・分析など）、そしてプロモーションにおける「ものの見方、捉え方、考え方」が学ぶことが求められる。

◆マーケティングは心理学

マーケティングで重要な点は、「商品が売れる仕組みをどのようにつくるか」である。個別商品・チャネルから入ると、マーケティングというのは専門的なプロの領域だとの誤った認識を与えている側面がある。しかし、実際は、「マーケティングは心理学」であり、顧客・ユーザーの購買心理・行動を理論的に整理・データ化したもので、生活に身近な分野である。（詳しくは YouTube でも解説）

そのほか「マーケティング基礎編」ではマーケティングプロセス（環境分析、市場の細分化、市場の絞り込み、ポジショニング、3C分析とSWOT分析、4C）、マーケティングの4Pと呼ばれる、製品（Product）、価格（Price）、流通（Place）、販売促進（Promotion）の各戦略を、市場の状況を捉えてもっとも効果的な戦略を組み合わせるマーケティングミックスについて学ぶ。

◆広義と狭義のプロモーション

「広義」の意味でのプロモーションは、「マーケティング活動の4Pのひとつ」で、広告、人的販売、パブリシティを含むあらゆるプロモーション活動を示す。一方、「狭義」の意味でのプロモーションは広義のマーケティングのプロモーション活動の中で「販売促進」に特化した「売上を上げるためのプロモーション活動」である。セールス・プロモーションともいう。

そのほか「プロモーション編」では広告の種類や効果、パブリシティ、人的販売と販売促進（SP=Sales Promotion）のほかプロモーション・ミックスや広報、メディアの変貌とマーケットの変化、プロモーション・イベントについて学ぶ。

そして、「商品開発編」、「市場調査編」、「経営・マーケティング編」、「マネジメントマーケティング編」と段階的に習得していくのである。

次回もテキストより一部抜粋し、解説していく。

（プロモーションプランナーテキスト「基礎から販売促進学」より）

「MMP戦略8つのステップ」の活用、実践事例

「MMP戦略8つのステップ」の活用 ～ポータブル蓄電池事業支援の成功例～

松村正幸

「MMP戦略8つのステップ」は、計画から実行までの8つのステップを経ながら、その解決策を実行レベルへ具体化していくものである。それぞれのステップごとの会議では、各専門家が課題を明らかにし、最終的に経営環境を考慮した、実行可能な解決策を提案する。MM戦略会議は、これらが体系化されていることで、メンバー全体がその戦略を理解し、実施することが可能となっている。したがって、「MMP戦略8つのステップ」を実践することで、問題抽出と問題解決を効果的なものにし、事業化の成功に役立てることができることを主張する。実際私が支援した会社の「ポータブル蓄電池事業」の成功例をもとに検証する。マーケティングの専門家がいなかったなか、コロナ禍に外部環境の大きな変化に対応するために立ち上がったプロジェクトに、私がどのような支援を、誰とどのような順番で実施したのか、という事例である。



ステップ1 経営ビジョンとともに、経営計画、商品・サービスなどをリスニングする。

私に対し、あるバッテリー製造販売会社（以下「依頼会社」という）から、事業化支援の依頼があった。そこでまず「キックオフミーティング」において、経営ビジョン、経営計画、商品・サービスの現状についてリスニングした。ここで、技術担当部長に技術資料の作成を依頼した。これには電気関係にうとい「経営陣の学びの機会」という役割、そして世界的に問題になっているコロナウイルスと対峙し、社会貢献していくという「ビジネスモデルを社内に浸透させる」狙いがあった。

ステップ2 販売先、エンドユーザーのニーズを設定する。

次に「ドメイン決定会議」において、依頼会社の販売先、エンドユーザーのニーズを設定した。コロナワクチンは冷凍保管が必須であり、希少なコロナワクチンを厳重に保管するために、万が一の停電時でも電力供給ができる蓄電池へ視線が向けられていた。そこで新たなエンドユーザーとして「自治体・病院」、ニーズとして「コロナワクチン保管用冷凍庫の非常用電源」というニーズを設定した。ディープフリーザーに対応する蓄電池の仕様を確認するため、接続テストや稼働テストを実施。さらに競合の状況も確認した。

ステップ3 解決策を検討する。

次に「戦略オプション発想会議」において、ステップ1で把握した現状と、ステップ2で設定したユーザーニーズを検討した。課題としては、「ディープフリーザー用非常電源」というニーズに対し、商品面・営業面など、どのように対応していくかということがあがった。そしてこの課題解決のための解決策を検討し、10個ほどが挙げられた。

ステップ4 解決策を評価し、実行における優先順位を選択する。

「基本戦略決定会議」において、ステップ3で挙げた各解決策が評価され、実行の優先順位が選択された。実行の優先順位の最上位に選ばれたのは、まず商品改良において、ディープフリーザーの電流波形に対応させることだった。順位づけの後押しとなったのは、「ものづくりデータベースサイト」における依頼会社のデータダウンロードが4日間で36件もあり、しかもそのほとんどがディープフリーザー対応商品についてであったことである。次に優先されたのが、販売チャネル面である。コロナワクチンを管理する警備保障会社と話をつなぐ必要があり、営業グループを動かすことを決めた。またプロモーション面において、自社ホームページでの訴求と「ものづくりデータベースサイト」でのDMで、ディープフリーザー対応商品が依頼会社のラインナップ追加について告知することを決めた。

ステップ5 解決策を実行する。

「個別戦略ブレイクダウン会議」から、ステップ4で決定した解決策をさっそく実行に移した。

ステップ6 実行した解決策の問題点を抽出する。

ステップ5で問題解決策を実行した後に、「経営戦略報告会」において、その解決策の実行に伴う新たな問題点はないのか、改善点はないのかを確認するために、経営改善報告会を実施した。メンバーには、現場の声を聞くために、営業グループ長と検査・管理グループ長が参加した。この会議では3つの新たな問題が発生していることがわかった。3つの問題点とは、第一に商品改良作業の人員不足、第二に製品が高温化する可能性、第三に満充電時に液晶表示だけ充電残量が低下してしまうことである。問題解決策を実行しているうちに、時は流れ、外部環境も内部環境も変化していく。その間にさらに良い解決策が生まれることもあるため、問題解決策を実行するだけでなく、問題点は常に見つけていく必要がある。

ステップ7 問題解決を図る。

「経営問題解決会議」において、ステップ6で確認された新たな問題点の解決策を検討した。問題を一つ一つ解決していくことで、より堅実なビジネスにつながっていったのである。

ステップ8 問題解決策を図ったものを実行する。

「経営戦略改善会議」から、ステップ7で検討し決定した解決策をすみやかに実行した。商品改良作業の人事面について、営業グループから1名を技術グループへ人事異動した。また商品の品質面について、高温化する可能性があるロットを特定し、交換対象製品がどこに何台あるかを特定した。代替品として発送する製品は、検査項目に温度検査を加えた。また液晶プログラムを変更し、充電残量が満タンの時に充電残量表示が下がらないことを、24時間の充電残量エージング検査で確認してから出荷した。顧客対応面については、販売代理店からは、依頼会社のスピード対応については評価をいただけた。

実際には営業1名と技術1名が同行し、交換作業を実施した。営業部門と技術部門で共通の資料として修理完了報告書を作成。情報の蓄積と知識の共有化によって、お互いのスキルアップにつながっていった。

これまで見てきたように「MMP戦略8つのステップ」を活用して事業を成功に導いていくためのポイントは、①MMP戦略を念頭においてヒヤリングと調査を行い、「問題を抽出」すること。②「問題の抽出」をベースに、その「問題解決策を策定」すること。③策定した「問題解決の実践方法を決定」し、「実行」することである。

さらにはプロジェクトに参加しているメンバーが、現在の問題を解決するだけでなく、一緒に問題を抽出し、問題解決策を決定することで、実践として現場に生きるような人材育成の意味も含まれている。ステップを踏む中で、問題解決を抽出して解決しても、また新たな問題が抽出されることもある。この問題抽出、問題解決策の検討、問題解決の実行というPDCAを回すことで、プロジェクトへの参加者それぞれが成長することができる。MMPツールの理解と活用に磨きをかけ、より多くの事業の成功を支援していきたい。

株式会社 R&C マネジメントリーダー代表取締役 松村正幸

保有資格：マネジメントマーケティングコーディネーター、MMPリーダー、
商品開発コーディネーター

地域支部紹介

JMCグループの強みとして、協会資格者が全国で活動していることがあげられる。今年の全国大会での活動報告とともに北海道支部、東北支部、中京支部について紹介してきたが、今号では中国四国支部について紹介する。

中国・四国支部

支部長：金廣利三氏

実践経験を基本に、理論と実践をストーリー展開。人材育成の大切さと厳しさ・楽しさを織り交ぜた思想を根底にマーケティング理論を現場で具現化する手法、組織運営の最適化など。

販路コーディネータ1級、JSRA認定講師。中国・四国地域支部長。



常に心がけているのが「作っても売れない」現実が控えていることである。産業振興財団での商談会では成立が5%、追跡調査した半年後でも18%となっており、つまり8割が無駄な努力に終わっていた。伝えたいことが伝わっていない、商品開発者とバイヤー両者のニーズ等が合致していないのである。

そのため、商品（4P）に関すること、ビジネスに関することに分け、問題点を因数分解して原因を突き止め、個々の対応策をまとめ上げた（PSシート）。取り組み姿勢、マーケティングスキルの不足、コミュニケーションの不足、知識の不足等が組み合わさってバイヤーの目に留まらないことが分かり、7回コースの販路開拓実践塾（マーケティング勉強会）を実施。受講者の商談会の成果は、従来2割であったものが4割まで改善できた。このような課題と解決策をもって、それぞれの企業・支援機関とともに勉強会を展開している。

また観光特産大賞でも毎年審査員としてコメントしているが、観光特産品に学ぶものも多くある。2021年金賞「優秀賞」の長崎県：五島手延うどん、金賞「ニューウェーブ賞」の沖縄県海洋深層水など、いいものを作り上げていくこと、戦略の練り方、お客さんに喜んでもらうという気持ちを念頭におくことが、さらに豊かな食生活を作り上げていくのであろう。

地域へのアプローチ

販路開拓に関する公的機関との取り組み

- 2013年度：食の6次産業化プロデューサー育成セミナー 岡山校・高松校・大阪校
：販路開拓実践塾 真備船穂商工会、新見・玉島・倉敷・児島商工会議所
- 2014年度：食の6次産業化プロデューサー育成セミナー 岡山校
：都市実践型地域雇用創造事業 雇用拡大メニュー
：南国市実践型地域雇用創造事業 雇用拡大メニュー
：収益力アップセミナー 児島・津山商工会議所
- 2015年度：香川県農政水産部 第5回かがわFOODセミナー
：西予市実践型地域雇用創造事業 人材育成メニュー
：鳥取市実践型地域雇用創造事業 人材育成メニュー
：売れ続ける仕組みづくり 吉備信用金庫
- 2016年度：鳥取市実践型地域雇用創造事業 人材育成メニュー
：岡山県公共職業訓練 フードビジネス科
：岡山県総合流通センター卸協同組合 販売力強化
- 2017年度：岡山県公共職業訓練 フードビジネス科
：日生信用金庫 販売戦略立案
- 2018年度：えひめ産業振興財団 総合化事業計画
：ホリテセンター山口 顧客分析手法
：岡山県公共職業訓練 営業事務科（毎年）
- 2019年度：えひめ産業振興財団 6次産業化支援
：ホリテセンター鳥根 新サービス・商品開発の基本プロセス



今後 JMC グループとしても、中国・四国での活動の拡充を目指す。

MMP コミュニケーション DVD販売開始

MMP コミュニケーションでは、セミナーに参加出来なかった方、もう一度セミナーを聴きたい方向けに、過去セミナー・研究会のDVDの販売を開始した。

MM研究会 2022年夏編 ～売れる食品を「創る」ということ～

レシピ開発、販売チャネル、販売戦略、新商品アイデア、研修セミナー



MD 計画に基づいたレシピ開発、販売チャネルに合わせた新商品アイデア、販売戦略に沿った売り方をお教えます。



※価格 会員・組合員：3,300円(税込) / 一般：5,500円(税込) ※送料1枚300円、2枚以上無料

※ご注文

お申込みはこちらから http://www.jmmp.jp/cgi-bin/mmpc_dvd/form.cgi

DVD 販売キャンペーン!

◆プロフェッショナル講師養成講座I (講師：大山充)

- ・ アイディア発想法/プロ講師のデジタル DX
- ・ 伝える技法/事前の心得と実践スキル
- ・ 実技 実践・自他評価

※価格 会員、組合員、一般 33,000円(税込) ※送料1枚300円、2枚以上無料

※こちらをご購入いただいた方には「自発定年のち人生起業/大山充著」、「作ったけれど、売れない/金廣利三著」の2冊をプレゼント!

◆営業士キャリアアップセミナー (講師：金廣利三)

「作っても売れない」 ～この事実から学ぶ営業の本質～

※価格 会員、組合員、一般 5,500円(税込) ※送料1枚300円、2枚以上無料

※こちらをご購入いただいた方には、「作ったけれど、売れない/金廣利三著」をプレゼント!



[詳細] <http://www.jmmp.jp/mmpc/dvdcampaign.html>

ご存知ですか？

JMC プレミア組合員（個人組合員）

セールスレップ・販路コーディネータ協同組合の JMC プレミア組合員（個人組合員）になると、下記のセミナー・研修、講習会に無料で参加できる。

- ・ MM 研究会：年 10 回程度、1 回あたり協会会員：3,300 円（税込）
- ・ MMP リーダー研修：年 2 回開催、1 回あたり協会会員：3,300 円（税込）
- ・ スキルアップ研修・キャリアアップセミナー：1 回あたり協会会員：3,300 円（税込）
- ・ 認定講師更新料：ミドル認定講師年間更新料 年間 5,500 円（税込）

専門家との出会いの場があり、他業界との情報共有も可能である。

■JMC プレミア組合員（個人組合員）

法人格を持たない（青色申告事業者を除く）個人の方を対象とした制度です（ただし、個人組合員は、組合総会には出席できません）。申請書類等をご提出していただき、理事会の審査を経て登録となります。地域の制限はありません。

※入会金：20,000 円、年会費：12,000 円（一括支払い）

販路コーディネータ、セールスレップ資格保有者に限らず、営業士や観光資格保有の方も加入が可能であり、生涯学習できる場、交流できる場が広がる。組合の年会費を払えば、協会主催の各種セミナー・講習会が無料になるため、多く参加すればするほどお得になるといったメリットもあり、加入を検討する中級レベル以上の資格保有者が増えている。

JRM セールスレップ・販路コーディネータ協同組合
(仮称：レップ販路観光コーディネーター協同組合)

■JMC プレミア組合員（個人組合員）
プレミアム組合員になると、下記のセミナー・研修、講習会に無料で参加できます。

- ・ MM 研究会 (年 10 回程度、1 回あたり協会会員：3,300 円税込)
- ・ MMP リーダー研修 (年 2 回開催、1 回あたり協会会員：3,300 円税込)
- ・ スキルアップ研修
- ・ キャリアアップセミナー (1 回あたり協会会員：3,300 円税込)
- ・ 認定講師更新料 (ミドル認定講師年間更新料 年間 5,500 円税込)

他にも…

条件 中級以上の資格保有者
中級とは・・・

- ・ 日本商品開発士会…商品開発士
- ・ 営業士会…営業士上級
- ・ 日本セールスレップ協会…セールスレップ 2 級
- ・ 日本販路コーディネータ協会…販路コーディネータ 2 級
- ・ 日本販売促進協会…プロモーションプロデューサー
- ・ 日本観光士会…観光士
- ・ 全国観光特産士会…観光特産士 2 級

・ 学業登録している方
・ 税務署に青色申告している方はこちら

■正規組合員
※加入時に一口の出費：10,000 円
入会金 40,000 円
年会費 2,000 円
(税込月会費、一括払い)

当協同組合の活動に賛同して組合員として加入頂ける企業、団体は申込書添付後、オンラインにて面接を行います。申請書類等をご提出していただき、理事会の審査を経て組合員登録、法的組出許可としています。

※協会の「役員」「会長」「幹事職」は別途募集要項が適用となります。

入会金 20,000 円
年会費 12,000 円

専門家との出会いの場があり、他業界との情報共有ができます。

JRM 経済産業省認可 認定施設 1075 号
レップ・販路CO協同組合

〔詳細〕 <http://www.e-rep.jp/rep-kiyaku.html>

MMP 総研 研究員募集

MMP®総研は、「一般社団法人 JMC 日本販路コーディネータ協会」及び「一般社団法人 JTCC 日本観光文化協会」を核に、調査・研究活動等に取り組んでいる。当研究所の名称でもある MMP®は、マネジメントマーケティング・プログラムの略称であり、当グループのコンセプトである「モノづくり、コトづくり、場おこし」＝「人づくり」や、MM（マネジメントマーケティング）の考え方をベースにした MMC、MMP®の普及を目指している。学生やビジネスパーソン成長を広く支援することこそが、JMC グループに与えられた大きな取り組みのテーマであると考えている。



<http://www.jmmp.jp/labo/>

【事業ミッション】 「コトづくり、モノづくり、バおこし、人づくり」

「コトづくり、モノづくり、バおこし」における継続的な人材育成連携ネットワークを目指す。

MMP®総研の役割

- (1) 人材育成の在り方の調査・研究と必要な教材の開発
- (2) 人材育成講座の研究、開発、実施
- (3) 専門家集団としての資質の向上
- (4) MMP®研究の募集と評価
- (5) コンサルティング技法の研究・開発
- (6) 研究・開発の登録及び内外への啓蒙活動
- (7) マネジメントマーケティングに関する情報の収集及び分析
- (8) 中小企業経営、マーケティング、販路開拓、商品開発支援活動
- (9) マネジメントマーケティング・コーディネーター（MMCO）の研究員募集と審査登録
- (10) その他、上記に関連する必要な諸活動

【一般研究員募集】

申込みは 6 月末／11 月末を締切とし、8 月中／12 月中の審査

【一般研究員申請の条件と申請方法】 以下 3 資格の全取得者

- ① マネジメントマーケティング・コーディネーター
- ② ミドル認定講師
- ③ MMP®リーダー取得者（統括リーダーまでは必要なし）

〔詳細〕 <http://www.jmmp.jp/labo/research/index.html>

MMP 総研から、各学校への授業講師派遣、各都道府県への講演者派遣も行っている。

研修・試験スケジュールのご案内

ホームページの専用受付フォームよりお申し込みください。

都合により日程は変更になる場合があります。最新の日程表はホームページをご覧ください。

2022 年上期全国一斉試験	
	2022 年 11 月 6 日 (日)
日本販路コーディネータ協会資格認定研修プログラム	
販路コーディネータ 3 級研修	2022 年 11 月 20 日 (日)
販路コーディネータ 2 級研修	2022 年 12 月 18 日 (日)
販路コーディネータ 1 級研修	2023 年 2 月 5 日 (日)
日本商品開発士会資格認定研修プログラム	
商品プランナー研修	2022 年 11 月 19 日 (土)
商品開発士研修	2022 年 12 月 17 日 (土)
商品開発コーディネーター研修	2023 年 2 月 4 日 (土)
日本セールスレップ協会認定研修プログラム	
セールスレップ 3 級研修	2022 年 11 月 20 日 (日)
セールスレップ 2 級研修	2022 年 12 月 18 日 (日)
セールスレップ・マイスター研修	2023 年 2 月 5 日 (日)
日本販売促進協会資格認定研修プログラム	
プロモーションプランナー	2022 年 11 月 19 日 (土)
プロモーションプロデューサー研修	2022 年 12 月 17 日 (土)
プロモーションコーディネーター研修	2023 年 2 月 4 日 (土)
日本観光士会資格認定研修プログラム	
観光プランナー研修	2022 年 11 月 19 日 (土)
観光士研修	2022 年 12 月 17 日 (土)
観光コーディネーター研修	2023 年 2 月 4 日 (土)

～あらゆるメディアの創造に挑戦～

JMC グループは、専門知識を得たい人に

その知識や関連する情報の提供を目指しています

ホームページのご案内

日本販路コーディネータ協会	www.hanro.jp
販路コーディネータ 3 級 販路コーディネータ 2 級 販路コーディネータ 1 級 MMCO 資格	
日本セールスレップ協会	www.jrep.jp
セールスレップ 3 級 セールスレップ 2 級 セールスレップ・マイスター資格	
日本営業士会	www.nrep.jp
営業士初級 営業士上級 営業士マスター資格	
日本商品開発士会	www.jmcp.jp
商品プランナー 商品開発士 商品開発コーディネーター資格	
日本販売促進協会	www.jsp.or.jp
プロモーションプランナー プロモーションプロデューサー プロモーションコーディネーター資格	
日本観光士会	www.jtcc.jp
観光プランナー 観光士 観光コーディネーター資格	
全国観光特産士会	www.jtmm.jp
観光特産士 4 級 3 級 2 級 マイスター資格	
セールスレップ・販路コーディネータ協同組合	www.e-rep.jp
MMP®総合研究所	www.jmmp.jp/lab/

エキスパート 2022 年 11 月号

2022 年 10 月 25 日発行（隔月刊）発行

発行 MMP コミュニケーション

協力 セールスレップ・販路コーディネータ協同組合（一社）日本観光文化協会

〒115-0045 東京都北区赤羽 1-59-8 ヒノデビル 4 階

TEL：03-5948-6581 E-mail mmpc@jmmp.jp

※本誌に掲載されている文章・画像等無断転載及び複製等を禁じます。

※掲載内容についてのお問い合わせは、協会（info@hanro.jp）までご連絡ください。

©JMC All Rights Reserved.