

観光エキスパート

2025

2



目次

2024 年日本観光特産大賞が決定 グランプリは「福岡県：玄海もん」	2
日本プロモーション大賞 2024 決定！！	6
2025 年度全国一斉資格試験 6 月 8 日（日）、11 月 10 日（日）開催予定	19
特集：MMP の果たす教育活動の未来	11
観光士・観光特産士・販路コーディネータ 資格取得を目指している方は必見	13
「市場の視点」からの言葉遣い 特別コラム 3 号連載 第 3 回 尾中謙治	15
知っているはず?? マネジメントマーケティング戦略シートとは	17
認定講師登録制度、資格別認定講師養成講座	19
JTCC 認定日本観光士会 認定講師登録制度	22
観光プランナーを団体に受験を希望される 学校・企業・団体様へ	23
モーイブ（モーニング・イブニング）講座 講師募集！	25
MMP 総研 研究員募集 ～MMC0 に挑戦する方へ～	26
紙の本と学ぶ映像 MMP コミュニケーション	27
JRM プレミア組合員（個人組合員）募集中！	28
MMP グループ・ホームページ & 資格研修スケジュール	29

今号の表紙 ～滋賀県～

写真上:琵琶湖第一なぎさ公園

「われは湖(うみ)の子、さすらいの…」、『琵琶湖周航の歌』は旧制第三高等学校(現京都大学)の学生歌にもなった。その琵琶湖の観光スポットである『琵琶湖第一なぎさ公園』には、カンザキハナナ(寒咲花菜)という菜の花が、この時期(1月下旬～2月上旬)に公園一面に約 12,000 本が開花する。圧巻の黄色と琵琶湖の藍(あい)色、雪残る比良山と青い空のカラーコントラストは、写真家を魅了する。

左下:近江牛(おうみぎゅう)

松坂牛と神戸牛と肩を並べる日本三大和牛の一つ。日本で最初に牛肉を食べられるようになったのが「近江の国」と言われ、彦根藩は陣太鼓に使っていた牛皮の副産物である肉を販売したのが始まりと言われている。仏教の教義のために食を禁止していたが、余りの美味しさのため滋養効果薬として「反本丸(へんぽんがん)」という名で味噌漬けや干し肉にして、将軍への献上品や各地大名に売られていた。「桜田門外の変」は井伊直弼が熱烈な仏教信奉者であったことで牛肉流通を禁止したことに端を発したと言われている。

右下:信楽焼(しがらきやき)

日本六古窯の一つに数えられ甲賀市信楽を中心に作られる陶器である。狸(たぬき)の置物がよく知られている。安土・桃山時代には茶陶が盛んになり、江戸時代になると茶壺の生産が盛んとなった。明治時代では火鉢生産が盛んとなり、近年では、タイル、庭園用品(食卓、照明)、食器など多様となった。

2024 年日本観光特産大賞が決定 グランプリは「福岡県：玄海もん」

日本観光文化協会一般社団法人日本観光文化協会は、2024 年 12 月 13 日(金)『日本観光特産大賞 2024』を発表、観光特産大賞の「グランプリ」を「福岡県：玄海もん(玄界灘の魚介「ふぐ」と「あなご」)」に決定しました。また、金賞「優秀賞」を「高知県：こけらずし」に、金賞「ニューウェーブ賞」を「千葉県：コーヒー「プリンス徳川カフェ」」に決定しました。

「日本観光特産大賞」とは、毎年 12 月に一般社団法人日本観光文化協会が、食と観光、地元グルメ、お土産品などでその年話題になった観光特産品を表彰してゆく制度です。授賞式は 2025 年 1 月 18 日(土)に開催される MMP グループの全国大会で執り行われます。※観光でその地域を訪れたいと望む人々にとっては、その地域が選択に値する魅力あるものが存在していることが重要となるため、一般社団法人日本観光文化協会では「観光特産」を「観光資源と地域特産の融合によって生み出された商品及びサービス」とであると定義しています。

観光特産 = 観光資源 x 地域特産

【詳細はこちら】 <https://jtmm.jp/award/>

👑 日本観光特産大賞「グランプリ」

福岡県：玄海もん(玄界灘の魚介)



◆受賞団体 宗像漁業協同組合

◆商品特性 宗像漁業協同組合の「ふぐ」と「あなご」は宗像の漁業者たち独自の漁獲技術と地元愛の情熱が込められた魚種。これらの特産品を通じて地域の経済を支えるだけでなく、観光客にとっても魅力的な体験を提供している。玄界灘の魚介は、その品質の高さと地域の歴史と文化を感じることができる貴重な観光資源となっている。「ふぐ」と「あなご」は、宗像市が進める「持続可能な漁業」への取り組み、そして

地域文化との強い結びつきを持つ観光特産。



◆推薦のことば

・玄界灘の荒波にもまれ育ったふぐやアナゴは、その「香り」「旨み」「身のしまり」「歯ごたえ」など最高品質と言われる。この最高品質を、リーズナブルな価格で、いろいろなスタイルで存分に楽しむことのできるイベントも開催されている。

(舘和彦)

・世界遺産『神宿る島』宗像・沖ノ島と関連遺産群の優秀な観光資源や玄界灘の水産資源、それを生業にしている人たちの熱意とバックアップする行政。地方創生 SDGs の未来都市にも選定されている。最近ではテレビ報道されている「ふぐ」「あなご」や九州でも最大規模の道の駅「むなかた道の駅」、素晴らしい観光特産への取り組みである。(笠谷圭児)



🏆 金賞「優秀賞」 高知県:こけらずし



◆受賞団体 高知県 東洋町役場

◆商品特性 「こけらずし」は、高知県東洋町の代表的料理。米が貴重だった時代、すしはなによりのごちそうだった。冠婚葬祭や出世祝い、還暦祝いなどのハレの日には必ず、すしが食べられてきた。代表的なすしの一つ「押しずし」の一種に挙げられるのが「こけらずし」である。四角い木枠に酢飯と具材をどんどん重ねていく「押しずし」で、デコレーションケーキのようなカラフルな見た目が特徴である。具を幾重にも重ねる様子が“喜びを重ねる”という意味合いを持たせ、縁起物として伝わっている。

◆推薦のことば

・「こけらずし」は、1986 年には「全国おにぎり 100 選」にも選定された。東洋町白浜では毎年 1 月に「こけらまつり」が開催され、「こけらずし」が振る舞われる。高知県民とは切っても切れないすし文化を県内外に発信しようと、2018 年には官民連携して「土佐寿司を盛り上げる会」を設立。メディアやイベントなどを通じて、「土佐寿司」の普及に取り組んでいる。(日野隆生)



・見た目がとにかく華やかで、写真を撮りたくなるような「映え」が感じられる。一方、脈々と続いてきた文化としての歴史も並立しているところが観光特産としての価値を感じる。(植田聡子)

画像提供: 東洋町

🏆 金賞「ニューウェーブ賞」

千葉県: コーヒー「プリンス徳川カフェ」



◆受賞団体

プリンス徳川プロジェクト

◆商品特性 江戸幕府最後の将軍徳川慶喜の弟で、最後の水戸藩主の徳川昭武の館がある松戸市のプロジェクト。昭武や渋沢栄一が幕末期にパリ万博に向けて渡仏し、飲んだコーヒーの美味しさに感動したとの日記を元に豆の産地や煎り方等を史実に由来し再現したコーヒーを松戸市内のみで販売し、またコーヒー抽出後の殻を使用したストールやマフラー、その

他関連菓子等、SGDsの観点から最後まで使い切る「作る責任、使う責任」を実行するプロジェクト。

◆推薦のことば

・徳川慶喜公の弟・昭武公がパリや欧州各国で愛したコーヒーをベースに、観光協会と松戸市が街と食を盛り上げようと企画されていて、このプリンス徳川のコーヒーを中心に、様々な展開がなされている。コーヒーはもちろんのこと、和菓子、洋菓子からビールまで多彩な展開が見られる。これらは松戸市内でのみ販売されている。また、コーヒー抽出後の殻までも上手く活用し、ストールやマフラーにするなど、最後まで使い切る SDGsの観点においても高く評価したい。このような取り組みはまさにこれからの観光特産の良い例となるであろう。(槇利絵子)

・モカの代表といえるイエメン産のモカ・マタリを、コクと香りを求めた深煎りで仕上げている。(金廣利三)

・コーヒーを使用した焼菓子や洋生菓子、あんぱん、月餅、わらび餅、サンドイッチ、クラフトビールなど様々な商品が開発され販売されている。どれも自慢の逸品なので、各店舗を回って、食べるのがとても楽しみである。(館和彦)

画像提供: 松戸市



< 日本観光特産大賞 >

◆審査方法: 一般社団法人日本観光文化協会会員によりノミネートされた品を当協会専門委員会による選考で 16 品に絞りこみ

◆最終選考: 審査員によるランキング付け・順位を数値化し集計

◆審査員(敬称略):

日野隆生(元東京富士大学教授) 舘和彦(愛知学泉大学教授)

笠谷圭児(経済産業省認可セールスレップ・販路コーディネータ協同組合副理事長)

金廣利三(6 次産業化プランナー)

槇利絵子(観光特産士マイスター・観光コーディネーター)

植田聡子(観光 PR コンサルタント、JTCC 認定観光コーディネーター、日本観光士会認定講師)

小塩稲之(日本観光文化協会会長)

【主 催】 一般社団法人 日本観光文化協会

【運 営】 日本観光特産士 運営事務局

【問い合わせ】 日本観光文化協会「日本観光特産大賞」事務局

担当 北(きた)TEL03-5948-6581

◆(一社)日本観光文化協会 小塩会長からのコメント

インバウンド需要により、都市圏だけでなく地方への外国人観光客の来訪も増え、国内だけでなく海外においても日本全国の観光特産品が注目を浴びています。観光特産品は「現地で食べないと」「現地で体験しないと」本当の意味で味わったとは言えません。一番大切なことは「現地で味わう」ことです。日本観光特産大賞の審査委員会では今後も全国の特産品をご紹介させていただきたいと考えています。本年、2024 年度は上記のように決定いたしました。



全国観光特産士会



Japan Tourism-adviser
Certification Council
日本観光士会

日本プロモーション大賞 2024 決定！！

グランプリは「日本一のすなば(砂場)」から誕生「すなば珈琲」の SUNABACOMPANY

日本販売促進協会は、2024 年 12 月 16 日(月)『日本プロモーション大賞 2024』を発表、グランプリは「すなば珈琲」(有限会社 SUNABACOMPANY)に決定しました。また、金賞を「栃木紅茶サミット 2024」(Y's Tea)に、特別賞を「荳わかめシャキシャキ CM による購入率向上プロモーション」(株式会社 壮関)に決定しました。

【詳細はこちら】

<https://www.jsp.or.jp/award/index.html>

「日本プロモーション大賞」

日本プロモーション大賞はわが国における販売促進、広告宣伝、広報部門等の担当者の向上およびプロモーションに対する一層の理解促進を図ることを目的として本年より開催しています。受賞作は 2025 年 1 月 18 日(土)に開催される MMP グループの全国大会で紹介します。



■日本プロモーション大賞 グランプリ 「すなば珈琲」

◆受賞団体 有限会社 SUNABACOMPANY

◆プロモーション活動 鳥取県に拠点を置くコーヒーチェーンで、鳥取砂丘の砂を使用して焙煎した「砂焼きコーヒー」を提供しています。この独特な製法により、ほどよい苦味とまろやかな味わいが特徴のコーヒーが楽しめます。自社のサイトでは、店舗情報や商品の詳細、オンラインでの購入方法などが確認できます。

◆推薦のことば

・「スタバは無いが砂場はある」という知事発言をヒントに、地域資産の鳥取砂丘を絡ませた商品及びネーミングの開発、情報発信を立体的に展開(吉留景子)
・砂丘「砂場」を利用した独特な「砂焼きコーヒー」の情報提供を評価(日野隆生)

グランプリを受賞した「すなば珈琲」は、2014 年に鳥取県で誕生したユニークなカフェチェーンです。その名称は、当時の平井伸治鳥取県知事が「鳥取にはスタバはないけど、日本一のすなば(砂場)がある」と発言したことに由来しています。2015 年、米大手コーヒーチェーンが鳥取県に進出することが決定し、「すなば珈琲」は存続の危機に直面しました。しかし、これを逆手に取り、「大ピンチキャンペーン」と称して、競合店のレシート持参でブレンドコーヒーを半額で提供するなどのプロモーションを展開しました。この大胆な戦略は大きな話題を呼び、県内外から多くの来客を集めることに成功しました。現在、「すなば珈琲」は鳥取県内に複数の店舗を展開し、地域の観光資源としても注目されています。また、オンラインショップを通じて、コーヒー

豆や関連商品を全国に提供しています。このように、「すなば珈琲」は自虐的なユーモアと逆転の発想を活かしたプロモーションで、地域活性化とブランドの確立に成功した事例として知られています。

■金賞 「栃木紅茶サミット 2024」

◆受賞団体 Y's Tea

◆プロモーション活動 紅茶サミット、プロモ、地域創生の上手さを評価されてのエントリー。4回目を数える今回のサミットには栃木県外の企業も初めて来場し、同社の取引先各社が独自に企画した紅茶関連のスイーツなどを発表しました。また、取引先各社においてワイズティーの紅茶を用いた商品や企画が展開され、初回の 2020 年に参加したのは 20 社だったのが、認知度が高まり今年は 75 社が関係し、初めて北海道や沖縄県の事業者も参加しました。

◆推薦のことば

・紅茶サミットの状況の情報発信が認められ、宇都宮市ともタイアップして地域活性化の活動として継続性がある(大山充)

■特別賞 「茎わかめシャキシャキ CM による購入率向上プロモーション」

◆受賞団体 有限会社株式会社 壮関

◆プロモーション活動 茎わかめの購入者属性を分析し、購入者当たり購入金額と購入率に着目した CM 制作・広告投入をすることによって、茎わかめの購入率を上げ、「そうかんの茎わかめ」を売上前年比で 110%以上に拡大させたプロモーションです。



◆推薦のことば

・購入者の属性の分析を通じてターゲットを設定し、ターゲットに届く広告を効率よく投入している(尾中謙治)

・目の付け所が面白い。ターゲットユーザーを分析してプロモーションを行う STP 戦略が良い(岡田吉晴)

◇審査基準

プロモーション活動に求められる 4 つの(戦略的)項目「商・販・販促・マネジメント」に対して、そのアイデアに「独創性・優秀性、市場性」があるかを基準に審査します。プロモーション活動に関する体系立てた知識を活用し、優秀な活動事例に対し審査を行います。

・独創性・・・事業活動そのものに、独創性があり社会性があるか

・優秀性・・・優秀か、競争優位性があるか

・市場性・・・商品・サービスが市場のニーズにマッチしているか

以上の三項目をもとに、審査委員各自の採点及び討議によって賞が決定されます。

◇審査方法

審査委員長と5名の審査委員、事務局の計7名で構成される審査運営委員会による非公開審査会を経て審査します。全エントリーに対し厳正な審査を行い、「大賞」「金賞」「特別賞」の各賞を決定します。受賞者は第24回MMPグループ全国大会にて表彰します。

◇審査員(敬称略)

- ・小塩稲之(東北経済連合会販売支援ディレクター、経済産業省ベンチャー 企業公的調達促進研究委員等を経て、現在、日本販売促進協会会長、日本プロモーション大賞審査会長)
- ・大山充(厚生労働省地域雇用創造アドバイザー、経済産業省の中小企業支援事業に係る審査員を経て、現在日本販路コーディネータ協会副理事長、日本プロモーション大賞委員長)
- ・日野隆生(東京富士大学教授を経て、MMP 総合研究所 所長)
- ・吉留景子((株)電通九州営業部長、(株)博多ステーションビル取締役事業推進部門長を経て、現在 広告アドバイザー、観光コーディネーター)
- ・岡田吉晴(元中小企業大学校講師、MMP 総合研究所 代表理事)・
- ・尾中謙治(MMP 総合研究所 主任研究員)

◇日本販売促進協会 小塩会長からのコメント

販売促進、広告宣伝、広報部門等の担当者にとって、イベント、プロモーションやマスメディア、SP メディアなどの知識は必要不可欠です。しかし、実際、広告代理店や印刷会社の方に必要な知識は、クライアント側に立った「商品開発」「販売」「販売促進」「マネジメント」の知識です。これを当協会では「商・販・販促・マネジメント」と表します。当協会員だけでなく、一般企業・団体の販売促進、広告宣伝、広報部門等や広告代理店、印刷会社、その他制作会社等が企画実施する販促活動(広報を含む活動)の事例を自薦・他薦問わず広く募集し、審査を通して日本を代表する優秀な活動を表彰、公開するものとして、本年より実施しています。

2025 年度全国一斉資格試験

6 月 8 日（日）、11 月 10 日（日）開催予定

2025 年度の「全国一斉資格試験」は「商品開発」「営業販売」「販促広報」「マネジメント・マーケティング」「観光特産」「観光マネジメント」資格について、オンラインで全国試験を実施します！

これからの観光は、ますます地域が一体となって取り組むべきものとなっています。そのため、「まちづくり、村おこし」から「街づくりの3ステップ」(地域ネットワークづくりと人材育成といった受け入れ態勢の充実

化、地域資源の収集・発掘・整理、商品化システムの構築)、そしてエリア・アイデンティティ＝地域ブランドを確立していくことのできる観光コーディネーターの役割が重要となります。観光学や観光マーケティング、観光ビジネス論などの知識習得のみに留まらない、よりプロデューサー的な視点が求められており、日本観光士会ではそういった内容が学べます。

観光事業に関連した商品開発、販路開拓、営業などの資格を認定も含めて、試験はオンライン形式で、パソコンよりインターネット接続ができる環境であれば、協会の教材に基づいた試験が全国どこからでも受験できます。

2025 年度全国一斉資格試験は、6 月 8 日（日）、11 月 10 日（日）開催予定です。オンライン試験フォームでラジオボタン、チェックボックスで選択する選択問題です。



＜MMP グループの公認資格は、全部で7資格あります。販路に関する資格は 5 資格＞

◇販路:販路コーディネータ資格、セールスレップ資格、営業士資格、商品開発資格、プロモーション資格

＜観光に関する資格は 2 資格＞

◇観光:観光資格、観光特産士検定

【詳細はこちら】

<http://www.jtcc.jp/kankoshiho/shiken.html>

【2025 年 開催予定】

上期 6 月 8 日（日）、下期 11 月 9 日（日）

各資格の試験情報は以下 URL からご確認ください

◆販路コーディネータ3級	https://www.hanro.jp/shikaku/cd3.html
◆販路コーディネータ2級	https://www.hanro.jp/shikaku/cd2.html
◆販路コーディネータ1級	https://www.hanro.jp/shikaku/cd1.html

◆セールスステップ3級	https://www.jrep.jp/shiken/siken_3rd.html
◆セールスステップ2級	https://www.jrep.jp/shiken/siken_2nd.html
◆セールスステップ・マイスター	https://www.jrep.jp/shiken/siken_1st.html

◆営業士初級	https://www.nrep.jp/shiken/shiken_shokyu.html
◆営業士上級	https://www.nrep.jp/shiken/shiken_jyokyu.html
◆営業士マスター	https://www.nrep.jp/shiken/shiken_master.html

◆商品プランナー	https://www.jmcp.jp/course/planner/planner.shiken.html
◆商品開発士	https://www.jmcp.jp/course/product_planning/
◆商品開発コーディネーター	https://www.jmcp.jp/product_coordinator/

◆プロモーション・プランナー	https://www.jsp.or.jp/shiken/beginner.html
◆プロモーション・プロデューサー	https://www.jsp.or.jp/shiken/intermediate.html
◆プロモーション・コーディネーター	https://www.jsp.or.jp/shiken/advanced.html

◆観光プランナー	http://www.jtcc.jp/kankoshiho/shiken.html
◆観光士	http://www.jtcc.jp/kankoshi/
◆観光コーディネーター	http://www.jtcc.jp/kanko_coordinator/shiken.html

◆観光特産士4級	https://jtm.jp/tokusan4/
◆観光特産士3級	https://jtm.jp/tokusan3/
◆観光特産士2級	https://jtm.jp/tokusan2/
◆観光特産マイスター	https://jtm.jp/tokusanmeister/

特集：MMP の果たす教育活動の未来

■MMP＝マネジメント・マーケティング・プログラムとは

MMP®は、経済産業省認可のセールスレップ・販路コーディネータ協同組合の設立者であるMMPグループの代表である小塩稲之が開発したプログラム。「常にマネジメント(経営)よりも、マーケティングが先行すること。マネジメントマーケティングによって新たな事業を創出することです。」



特に「市場の視点」に立って物事を見つめることが重要とされています。

グループの研究所であるMMP総研の理念も「マネジメントマーケティングを通じて、有意な人材を育成し、社会に貢献する」ということで、その上に立っています。

■「マネジメント・マーケティング・プログラム(MMP)」による、企業や学校の活用

MMPで得た知識やスキルは、企業や学校の多くの分野で役立てることができます。以下に、学校で学んだ内容を企業でどのように活用できるかについて具体的な方法を説明します。

1. マーケティングリサーチのスキル

＜学校で学ぶこと＞

- ・ 顧客ニーズの把握
- ・ 市場調査の手法(アンケート、インタビュー、データ分析)
- ・ 定量分析(統計)と定性分析(インサイトの抽出)

＜企業での活用法＞

- ・ ターゲット顧客の分析:市場データを用いてターゲット顧客を特定し、販売戦略を策定する。
- ・ 新規市場開拓:競合分析や顧客ニーズの変化に基づいて、新しいマーケットを見つける。
- ・ 商品の改良:リサーチ結果を元に、製品やサービスを顧客ニーズに合わせて改良する。

2. ブランディングとプロモーション戦略

＜学校で学ぶこと＞

- ・ ブランド価値の構築方法
- ・ プロモーション計画の立案と実行
- ・ デジタルマーケティングやSNSの活用

＜企業での活用法＞

- ・ ブランドイメージの向上:一貫したメッセージを通じてブランド認知を高める。
- ・ 広告キャンペーンの実行:学んだ理論を基に効果的なプロモーションプランを作成。
- ・ SNS活用:インスタグラムやTwitterなどのプラットフォームで顧客と直接対話し、ブランドのファンを増やす。

3. データドリブンの意思決定

<学校で学ぶこと>

- ・ KPI(重要業績指標)の設定方法
- ・ データ分析ツール(Excel、Power BI、Google Analytics など)の使用法
- ・ データからの戦略的なインサイトの抽出

<企業での活用法>

- ・ 売上向上施策の検討:売上データを分析して、どの施策が効果的か評価する。
- ・ 予算管理:リソース配分の最適化をデータに基づいて行う。
- ・ 顧客体験の改善:分析結果を基に、顧客満足度を向上させるアクションプランを作成。

4. リーダーシップとチームマネジメント

<学校で学ぶこと>

- ・ 効果的なコミュニケーション
- ・ チームのモチベーション管理
- ・ プロジェクトのスケジュール調整や進捗管理

<企業での活用法>

- ・ プロジェクトマネジメント:プロジェクトの目標を達成するため、リーダーとしてチームを導く。
- ・ 部門間調整:マーケティング部門と他部門(営業、製品開発など)の連携を強化する。
- ・ 人材育成:部下にマーケティング知識を共有し、組織全体のスキルアップを図る。

5. グローバルマーケティングの応用

<学校で学ぶこと>

- ・ 異文化コミュニケーションの重要性
- ・ 海外市場への進出方法
- ・ 国際マーケティング戦略の構築

<企業での活用法>

- ・ 海外市場の調査:特定地域の市場ニーズや文化に合わせた戦略を作成。
- ・ 輸出入ビジネスの推進:現地パートナーや規制に対応しながら、製品を海外で販売。
- ・ 異文化対応マーケティング:各国の文化や価値観に合う広告やサービスを展開。

■シナジー効果の発揮

マネジメント・マーケティング・プログラム(MMP)で学んだことは、企業の現場で非常に実用的です。以下の3つのステップでその効果を最大化します。

1. 実務に即した応用:学校で学んだ理論を現場の課題に即した形で試す。
2. 継続的な学習:企業で働きながら新しいマーケティング手法を学び続ける。
3. 成果を可視化:学んだスキルを活用した成果をデータやレポートで示す。

■認定講師登録制度について

<https://www.jmmp.jp/mm/koushi01.html>

【MMP®総研 | 公式ページ】

<https://www.jmmp.jp>

【MMP®研究会】

<https://www.jmmp.jp/seminar/research.html>

観光士・観光特産士・販路コーディネータ 資格取得を目指している方は必見

WW型 他資格取得編入制度・ダブルライセンス割引

日本観光士会・全国観光特産士会・販路コーディネータ協会複数資格取得を目指している方に吉報です。

【概要】

MMP グループでは、学習を支援する優遇制度が設けられており、各資格の最上位級の1級及びコーディネータは、他の資格の2級から受験、受講できます。

自分がやりたい分野の資格を取得し、次に挑戦できる資格を見つけることができるのがMMPグループです。WW 型 他資格取得編入制度を利用すると、①初級レベル試験免除、②2 資格目取得以降の初回登録料免除といったダブルライセンス割引が適用されるメリットがございます。

＜ダブルライセンス制度の詳細＞ <http://www.jtcc.jp/seido.html>

【① 初級レベル試験免除について】

例えば日本観光士会の観光コーディネーターが、販路コーディネータの資格を取りたいと希望した場合、販路コーディネータ3級の資格試験が免除され、2級から試験を受験、研修を受講することができます。



【②初回登録料免除、年会費(資格更新料)の取り扱い】

通常ですと資格取得後に初回登録料が発生しますが、WW 資格優遇制度では2 資格目取得以降の初回登録料が免除されます。

※ただし、年会費(13,200 円税込／1 年毎)のみお支払いいただきます。

なお、コーディネーターレベルの資格を取得されましたら、2 資格目以降の年会費も免除され、最初に取得した資格の年会費(1 年毎)のみ発生します。

【利用方法】

本制度を利用する方はまず、いずれかの資格の 1 級レベルの試験(観光コーディネーター、観光特産士マイスター級、商品開発コーディネーター、販路コーディネータ 1 級、営業士マイスター、セールスレップマイスター、プロモーションコーディネーター)に合格し、2 つ目以降に受けたい資格の申込フォームの通信欄に、最上位の資格名と認定番号を記載してください。また、事務局お問い合わせフォームより、申し込み希望の旨をご連絡ください。

【資格取得例】

資格取得例

最上級(コーディネーター)レベルの資格を 2 種取得されますと、年会費が一本化されお得になります。ぜひ取得を目指してください！



「市場の視点」からの言葉遣い 特別コラム 3 号連載 第 3 回 尾中謙治

市場の視点・お客様の立場から企業経営を検討していくことは重要であり、このことは浸透してきている。企業の調査などで訪問すると、「市場の視点から商品改良を検討することが大事」「お客様の立場に立った店づくりが必要」などの声を聞くことが多い。



しかし、実際に企業の中で話をしていくと、「市場・お客様の立場」は掛け声だけで、実際には定着していないと感ずることがある。

例えば、「この商品をどうしたら売れるか」という声をよく聞くが、これは企業側の視点である。市場の視点であれば「この商品はどうしたら買っていただけるか」「買いたくなるだろうか」という言葉遣いになる。このような言葉遣いが市場の視点から思考することを可能とする。

他にも、商品故障時などに問い合わせる先として、「アフターサービス」という名称の窓口があるが、これも企業側の視点である。アフターは、企業側が商品を売った後のことであり、お客様にとってはアフターではなく「今」なのである。

したがって最近では「相談窓口」や「サポートセンター」という名称の方が増えているが、「アフターサービス」という言葉が定着している企業は改善した方が良くであろう。

新聞などの広告コピーでも企業側の視点が前面に出ているものがある。「当社は〇億円売上を目指します」「地域売上 NO.1 を目指します」などは企業側の勝手なメッセージで、お客様からすれば「勝手に目指せばよい」という感じである。「わからないことは納得いただけるまで説明」「お客様に寄り添うサービス」は、お客様にとっての不安軽減やメリットを訴求するもので、お客様は安心感や納得感が得られる。

旅行商品のコピーも同様である。「〇〇に来てください」という誘客地からの視点ではなく、「そうだ 京都、行こう。」のようなお客様を刺激するコピー作成をする必要がある。

電話の対応についてもひと言。取引先の担当者に電話をすると「いま会議中なので、戻りましたら電話するように伝えます」という対応をされる。これは「あなたよりも会議の方が重要である」というメッセージとして伝ってくる。優れた企業の担当者は、会議中でも席を外して対応してくれる。こういう企業は信頼できるし、継続的に取引をしたいと思う。このような対応をする企業は少ないので、実践するとひとつの差別化要因になるだろう。

う。

最後に、そもそも論だが、経営が上手くいっている企業の従業員はお客様のことを「お客様」、それより経営が見劣りするところでは「お客」、あまり上手くいっていないところは「客」という言葉を使用しているケースが多い。酷いところだと「やつら」というところもある。当然このような言葉を遣う企業の経営は良くない。



ここまでの例は、言葉遣いの違いだけと思われるかもしれないが、言葉遣いが従業員の意識や思考、行動、さらには企業文化に影響を与える。

企業の中での言葉遣いが市場の視点・お客様の立場に立っているか確認していただきたい。

感謝をこめて

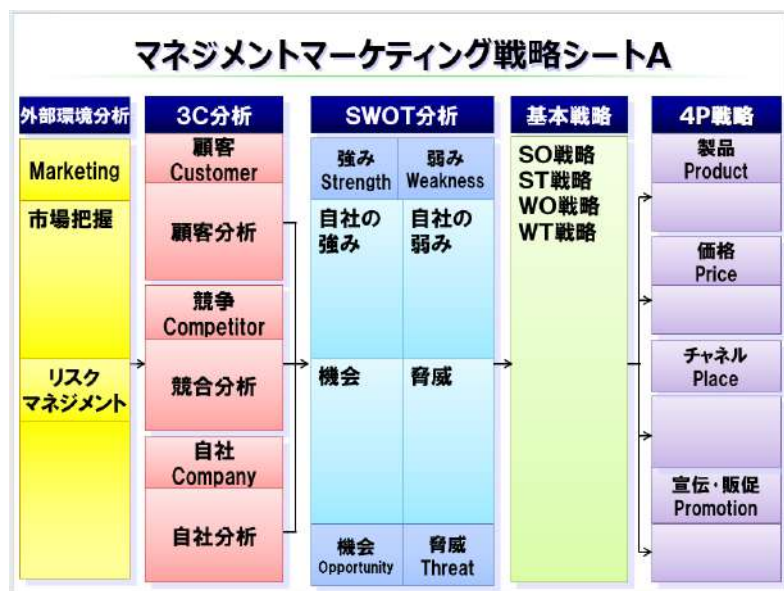
知っているはず?? マネジメントマーケティング戦略シートとは

マネジメントマーケティング戦略シートとは

マネジメントマーケティング戦略シートはマネジメントマーケティングの提唱者である小塩稲之が開発した MM のツールの中では、代表的なものである。特に新商品開発、ブラッシュアップを行うツールとして、マネジメントマーケティング戦略シート（以下呼称略:MMP 戦略シート）は有効である。



MMP 戦略シートは、大きく分けて、①マーケティング環境・外部マクロ環境分析、②3C分析、③SWOT分析、④基本戦略、⑤4P戦略の活用による事業戦略の5つから構成されている。



具体的には、

1つ目は、マーケット環境と顧客の瞳孔把握、ターゲットを明確化させる

2つ目は、競合を意識した、事業戦略の組立て

3つ目は、自社の強み、弱み、機会、脅威を検証

4つ目は、顧客の視点で、素材や原料、技術、ノウハウを構築する体制づくり

5つ目は、どのような方法で価格をきめ、販売し、チャネルを活用するのか

ということが重要になる。

【詳細はこちら】 <https://www.jmmp.jp/mmco-word/mmsenryaku.html>

■マネジメントマーケティングの展開

◇マネジメントマーケティング会議(MMC)

マネジメントマーケティングの考え方を基本として行う戦略会議。メンバーの多用性が極めて重要なポイントになります。画一的な背景を持つメンバー構成では、課題の気づきや、新たな発想のコラボレーションによるイノベーションが起こり得ないからです。マネジメントマーケティングでは、激動するマーケットを全社的に敏感に察知し、即応することが求められます。会議メンバーひとりひとりがマーケッターとしての視点を持ち、アンテナを張り巡らせ、会議にフィードバックする姿勢が重要になります。会議の基本的な進行は、8つのステップとして体系化されています。

◇マネジメントマーケティング・プログラム(MMP®)

マネジメントマーケティング会議の活動を基本に育成研修として体系化したプログラム。実践のスキルと知識を高めることが目的です。商品、販売、販売促進、技術における基礎知識の上に立ち、人材育成を軸に体系化した実践的な戦略型研修です。新規事業戦略コース、新製品開発コース、販売チャネル調査コース、販路開拓コース、販売促進コースなど、おける事業化支援領域で構成されています。チームで問題解決を図りながら、戦略策定を行います。

◇マネジメントマーケティング戦略シート

マネジメントマーケティング戦略の実行のために体系化されたツールのひとつ。ケースにより最適なモデルを選択し、必要に応じて最適化しながら活用します。

◇製品評価

販路コーディネータの製品評価では、製品の研究・技術評価、並びに新規性、優秀性、市場性の評価、企業力、経営力評価、事業計画の妥当性、事業遂行能力評価などに細分化して評価を数値化し、レーダーチャートとしてまとめます。

◇プロトタイプ調査

プロトタイプの段階で、対象市場の市場環境(新規性、優秀性、市場性、成長性)、競合環境、市場ニーズなどについて分析、設定を行い、想定した販売先を対象に市場調査を実施します。市場調査の実施を通じて、事業アイデアの市場可能性も同時に検証します。さらに市場調査の結果を踏まえて、市場ニーズにマッチした製品化の課題を抽出、対象市場の市場環境や、市場ニーズを明確化します。市場ニーズにマッチしない製品開発や、成長性が乏しいマーケットへの新製品の市場投入を防ぐことができます。

認定講師登録制度、資格別認定講師養成講座

MMP 総研では毎年度、企業及び公的研修、資格認定研修プログラムや MMP®等の認定講師を認定しています。協会からの各都道府県の派遣者講師、東京都中央会などの専門家派遣の方々などは、認定講師登録者が条件となっており、協会認定講師の方は各産業界で幅広く活躍されています。ご活躍されている認定講師の方をご紹介します。



◆ 日本販路コーディネータ協会 認定講師紹介 <https://hanro.jp/jmc/leader.html>

◆ 日本観光士会 認定講師紹介 <http://www.jtcc.jp/koushi/index.html>

◇ お持ちのライセンス資格の認定講師は、ミドルは3級、エグゼクティブは2級、3級を教えることができます

【認定講師登録制度の詳細はこちら】

<認定講師登録制度>

(一社) 日本販路コーディネータ協会の認定講師は、スキルを増幅し、実績を増やすことによって、ミドル→エグゼクティブの2段階の認定講師のランクを取得できます。

ミドルとエグゼクティブでは、使用できるカリキュラムテキストや、活動範囲の制限が異なります。エグゼクティブ認定講師では、年間の更新が無料になるほか、協会講師の推薦制度もあります。



<ミドル認定講師>
お持ちのライセンス資格の3級クラス講師として教えることができます

<エグゼクティブ講師>
お持ちのライセンス資格の2級、3級クラス講師として教えることができます

■ミドル認定講師とエグゼクティブ認定講師の資格認定の登録制度

観光士会 <http://www.jtcc.jp/event/koushi.html>

場おこし認定講師 <https://jtm.jp/baokoshi-nintei/>

販路コーディネート <https://www.hanro.jp/event/koushi.html>

セールスレップ <https://www.jrep.jp/inforep/koushi.html>

営業士会 https://www.nrep.jp/eigyoushi_info/koushi.html

商品開発 <https://www.jmcp.jp/koushi/>

販売促進 <https://www.jsp.or.jp/event/koushi.html>

■ミドル認定講師・登録制度の概要

◇ ミドル認定講師とは

企業、専門学校、大学を対象とした、販路コーディネータ 3 級レベルの研修を行うことができる認定講師です。MMCO 資格保有者であって、ミドル認定講師養成研修受講の講師であることを基本としています。

◇ 本格的な企業研修、学校教育

認定講師は事務局に届出の上、公式テキストを使用した企業内研修を開催できます。
本格的な企業研修、学校教育では、

- ① 3 級研修講師は MMCO 資格取得者で、ミドル認定講師が必須条件となっています。
- ② 研修内容は、相手先の要望に合わせることができます。また、実施時には協会の研修ツールを随時、分野ごとに各研修先企業に合わせて編集しますが、その著作権等は協会に帰属しています。
- ③ テキストは、書籍、公式テキスト、事例問題、DVD などが協会から発行されているものに遵守します。

◇ 参加資格 MMCO 資格を取得している方

◇ 登録台帳および名簿の作成等

講師登録者の氏名等は、本協会備え付けの講師登録者台帳に記帳します。

※講師は 3 級レベル、2 級レベル、1 級レベル向けごとの登録制度としています

(2 級レベル講師登録者は 3 級レベルの資格研修を行うことができます)。

※各地域の JMC 認定研修センターにおいては、每期ごとに 3 名以上の講師登録者の申請、在籍を必須としています。

※講師は年度ごとに更新が必要です。

◇ 認定講師の活動分野について

(一社)日本販路コーディネータ協会のカリキュラムに沿った講師活動が認められる。

民間企業向けカリキュラム研修講師など

- ・認定登録者向け研修:(一社)日本販路コーディネータ協会 MM 戦略会議研修及び研修カリキュラム講師等
- ・民間企業研修:(一社)日本販路コーディネータ協会 3 級、2 級、1 級研修プログラム、MM 戦略会議研修及び企業研修カリキュラム講師等
- ・民間企業合同開催研修:(一社)日本販路コーディネータ協会 3 級、2 級、1 級研修プログラム、MM 戦略会議研修及び企業研修カリキュラム講師等

◇ 公的機関等の研修講師など

公的研修:国、地方自治体、公共団体、外郭団体及びそれらに準じる組織、団体向け(一社)

日本販路コーディネータ協会研修カリキュラム講師など

◇ 学校教育授業教育など

(一社)日本販路コーディネータ協会カリキュラムでの授業教育

高校・専門学校学校向け:単科教科 ……ビジネス基礎教育向け

大学・専門学校等教科向け:販路コーディネータ等……選択科目向け

◇ 認定研修センターの開設について

研修生の教育にあたっては、認定教育機関は各都道府県ごとの(複数センター開設可)研修センターとし、センターにおいては販路コーディネータについての広く深い理解と専門力を養い、その知識を高めると共に、普及啓蒙活動に努めることをその研修方針としています。

また、(一社)日本販路コーディネータ協会においては、必要な専門的知識、技能を修得させると共に、技能者として必要な本分野におけるビジネス知識を高めることをその研修方針としています。

認定教育機関の開設にあたっては、(一社)日本販路コーディネータ協会に申請書と認定教育センター連携計画書をご提出いただき、認定教育センター指定のご契約をさせていただきます。

認定研修の開講については、事前に(一社)日本販路コーディネータ協会が審査を行います。

■ (一社)日本販路コーディネータ協会認定研修センター申請について

- (1) 認定研修センター登録申請書の提出と審査
- (2) 認定研修センター年間計画書提出と契約書締結
- (3) 教育機関講師登録申請と手続きについてのご案内送付
- (4) 講師登録の届出

【資格別認定講師養成講座】

ミドル認定講師は各資格の3級クラス認定講師養成講座を受講、エグゼクティブ認定講師は各資格の2級クラス認定講師養成講座を受講することで、大学、短大、専門学校、もしくは職業訓練校などを含む研修講座等の講師として活躍するチャンスが生まれます。

【認定講師養成講座のスケジュールなど詳細はこちら】

観光プランナー講師養成講座	http://www.jtcc.jp/kanko_coordinator/yousei_3.html
販路コーディネータ 3 級講師養成講座	https://www.hanro.jp/shikaku/yousei_3.html
セールスステップ 3 級講師養成講座	https://www.jrep.jp/inforep/yousei_3.html
商品プランナー講師養成講座	https://www.jmcp.jp/product_coordinator/yousei_3.html

【ミドル 認 定 講 師】 講師としての基礎的な知識とスキルを持っている

【エグゼクティブ認定講師】 講師としての実践的な知識と応用的な知識とスキルを持っている

【資格別認定講師養成講座】 上記の資格所持者が受講し、各々の分野(資格)ごとの専門知識(2, 3 級)を教えることができる

本制度に関するお問い合わせは、「MMP®総研」までお願いいたします。

【お問い合わせ】 <https://www.jmmp.jp/contact/index.html>

JTCC 認定日本観光士会 認定講師登録制度

日本観光士会では毎年度、企業及び公的研修、資格認定研修プログラムや MMP®等の認定講師を認定しています。協会からの各都道府県の派遣者講師、東京都中央会などの専門家派遣の方々などは、認定講師登録者が条件となっており、協会認定講師の方は各産業界で幅広く活躍されています。



【詳細はこちら】 <http://www.jtcc.jp/event/koushi.html>

■ミドル認定講師 新規登録希望の方

・MMCO 資格取得者で、認定講師への登録を希望される方は、ミドル認定講師講習会にお申し込みください。 ※ミドル認定講師は資格ごとに審査が必要となっており、資格ごとに料金も別となります。

◆新規登録の流れ

(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 (mp4 形式動画、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。

【ビデオ提出〆切】 2025 年 3 月 17 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)

【審査結果のご連絡】2025 年 4 月 1 日 (月)

◆登録料・・・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) ※ 資料は事前にお送りします。

■ミドル認定講師 更新希望の方

◆更新の流れ

(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更新料 (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、認定講師認定証を送らせていただきます。

※ミドル認定講師更新は、各資格ごとに更新料金が必要となります。

◆認定講師登録料・・・税込 5,500 円／年

事務局でお振込みを確認後、更新の認定講師認定証を発行いたします。エグゼクティブ認定講師は年会費が無料となります。

観光プランナーを団体で受験を希望される 学校・企業・団体様へ

会員の方で学校関係、大学や専門学校で、団体で受験したい先生や生徒さんは、下記にある受験の詳細からお問い合わせください。企業、団体などでの受験も同様とさせていただきます。

【詳細はこちら】 http://www.jtcc.jp/kankoshi/kankoushi_dantai.html

■ 学校、学習塾、企業などの団体で原則5名以上

集まれば、団体受験として申込みが可能です。

- ・一斉試験(団体)…10%割引
- ・研修小試験(団体)…20%割引

■ 受験日当日は、それぞれの団体で用意する会場(認定会場)で行っていただきます。

■ 一斉試験では、当協会が開催している6月、11月の日時以外でも指定が可能となります。ご相談ください。

- ※ 初級のみ日時指定可となります。
- ※ 団体受験では、試験監督を1名置いていただく必要があります。
- ※ 申込責任者に団体の取りまとめをお願いいたします。
- ※ 申込責任者は受験できません。

■ 団体申込みには、下記「団体控除(学生の場合の割引参照)」が適用されます。旅行代理店様、交通機関様、観光サービス業者様、流通・フード関連企業様、その他関連企業様など団体単位でのお申込みも割引適用(10%団体割引)としております。

■ プランナー研修・試験合格者は、観光士研修・試験に進むことができます。団体受験・受講手続き方法企業、団体等で受験・研修受講される場合は、上記の内容をご確認いただき、お問い合わせフォームからご申請ください。

■ 観光士研修・試験に進む方は資格登録が必須となります。

■ 特典_5名以上の場合の団体受験、お申し込みについての割引適用

【受験手続】

学校、企業、団体等で受験・研修される場合は、下記の内容をご確認いただき、申込責任者の方が下記のお問い合わせフォームよりご申請ください。

【お申込みフォーム】 <http://www.jtcc.jp/cgi-bin/mail/form.cgi>



■ 観光プランナー団体受験の流れ

1、受験者の募集

団体受験が決定しており、協会にて、団体内募集用のパンフレットをご用意しておりますので、ご利用ください。

2、受験者の集約、検定料の集金

各級・科目ごとに、申込人数を確定してください。各申込者から、お申し込みの前に検定料を集めてください。テキストにつきましては、申込書にご記載の上、一括指定銀行口座までご入金ください。ご入金確認次第、テキストを一括送付させていただきます。

3、協会より申込責任者宛に申込受理のメールを送信

お申し込み時に、Eメールをご記入いただいた団体には、申込受理の旨をEメールにてお知らせいたします。

4、お振り込み

申込期限内に、協会の指定銀行口座まで検定料をご入金ください。

5、協会より申込責任者宛に試験問題等を URL 送付または郵送(準会場設営団体に対してのみ)

＜オンライン受験実施の場合＞ 検定日の4～5日前に、試験問題の URL をお送りいたします。

＜紙の試験の場合＞ 検定日の4～5日前に、準会場用の試験問題、解答用紙等検定資料をお送りいたします。不備がないか、中身をご確認ください。検定日の3日前になっても資料が届かない場合は、必ず協会までご連絡ください。

6、試験

公開会場受験者は、協会が指定した公開会場にて、他の一般受験者と一緒に受験します。

準会場受験者は、各団体の申込責任者が定めた準会場にて、申込責任者の監督のもとで受験します。

申込責任者は、厳正公平に試験を実施してください。

7、結果通知

申込責任者宛に、合否にかかわらず受験者全員分の結果通知を郵送します。

【詳細はこちら】 http://www.jtcc.jp/kankoshi/kankoushi_dantai.html

【お問い合わせ先】 日本観光士会 一般社団法人日本観光文化協会内アクセス

お問い合わせフォーム <http://www.jtcc.jp/cgi-bin/mail/form.cgi>

モーイブ（モーニング・イブニング）講座 講師募集！

通勤通学時間を利用したスマホ視聴で認定資格講座が1ヶ月で学べる「モーニング・イブニング講座」が、いよいよ今期から開催されました。

MMP 総研は、社会人教育の基礎講座として「商品開発」「販路コーディネータ」「販売促進・広報」「観光コーディネータ」など 7 つの講座をモーニング・イブニング講座として開講しています。

MMP 総研の通学通勤講座「モーニング・イブニング講座」は1か月で学べ、朝と夕方の通勤電車の中でスマホを使って講義を視聴でき、しかも小試験も通勤中に手軽にできるという、正に「OMO（Online Merges with Offline）」デジタル（オンライン）を前提として、リアルの世界（オフライン）もデジタルの中に包含して捉えようという考え方を取り入れた画期的な講座です。

法人・団体において、人材育成のオンライン化、リスクリリングといった需要に対応しており、販売力、システム力、コンテンツ力、組織力を高めるお手伝いをしています。もちろん個人の学習にも対応しています。

「モーニング・イブニング講座」とは、「モーニング講座コース：平日 AM6 時～9時迄」「イブニング講座コース 平日 AM11 時～PM9 時迄」の時間帯を設定し、資格別・コース別に講師が担当する講座です。資格の勉強を始めたいけど、忙しくてその一歩が踏み出せない。

そんな悩みを解決するために生まれたのが、忙しい人専用の学習法「スタディング」です。これは「いつでも、どこでも、学べる」講座です。

そのような「モーニング・イブニング講座」の講師をやってみませんか？

MMP グループの資格を持っている方なら、だれでも応募できます。新しいチャレンジにジャスト・トライ・イット・・・。



【詳細はこちらから】 <https://www.jmmp.jp/study/index.html>

【研修講座のご案内】 <https://jmmp.jp/study/hanro/shikaku.html>

【モーイブ講座の講師を希望の方はここからの問い合わせから】

<https://www.jmmp.jp/cgi-bin/institute/form.cgi>

MMP 総研 研究員募集 ～MMC0 に挑戦する方へ～

最上位資格者は、MMC0 (マネジメントマーケティング・コーディネーター)を受験することができます。さらに、MMC0 資格者は、他の条件(下記)を取得すると研究員に応募できます。



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ます。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の成長を広く支援することこそが、MMP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ます。

【詳細はこちらから】 <https://www.jmmp.jp/research/index.html>

【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 総研から各学校への授業講師派遣、各都道府県への講師派遣も行っている。

【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 (MMC0) 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 2024 年 6 月末を締切とし、8 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)

【登録詳細】 <https://www.jmmp.jp/research/index.html>

紙の本と学ぶ映像 MMPコミュニケーション

◇ あなたも本を一冊創りませんか

～自分流出版！自分の生き方本を有名書店に並べよう～

MMP コミュニケーションは、あなたの「本づくり」をお手伝いします。ジャンルは「商品開発」「営業・販売」「販売促進」「観光」「観光特産」「マネージメント」「マーケティング」分野に限ります。

【出版規定】

- ・A5版、約 160 頁(本文モノクロ)
- ・表紙デザイン(カラー)は協会規定のもの
- ・完全原稿(pdf データ)で書籍の規定の形で入稿できる方
- ・印刷用 pdf データにご対応いただける方

制作する本は、大手書店ならびにオンライン書店などに流通させる

ISBN コード(図書バーコード)を正式に割り振り、著名なサイトで販売も可能です。たとえば、MMP コミュニケーションの書籍が大日本印刷運営のオンラインショップ「honto」で紹介されています。お気軽にお問い合わせください。

【詳細】 <https://www.jmmp.jp/mmmp/publication.html>

【お申込み】 mmmpc@jmmp.jp MMP コミュニケーションまで

◇ 出版物紹介

<https://www.jmmp.jp/mmmp/books.html>

MMP コミュニケーションの書籍は、大日本印刷運営のオンラインショップ「honto」でも紹介されている。



◇ DVD 販売のご紹介

【ご案内はこちら】 <https://www.jmmp.jp/mmmp/dvd.html>



スマホで！パソコンで！

**MMPコミュニケーションの
動画配信サービスが始まります！！**

【ご案内はこちら】 <https://www.jmmp.jp/mmmp/Test-video-contents.html>



セールスステップ・販路コーディネータ協同組合は、販路コーディネータ・セールスステップ資格保有者に限らず、観光資格保有の方(観光士以上／観光特産士２級以上)も加入が可能な組合で、生涯学習できる場、交流できる場が広がる。

- ・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: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)

■JRM プレミア組合員(個人組合員)

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る。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。



セールススレップ・販路コーディネータ協同組合

(スレップ販路観光コーディネーター協同組合)



■JRM 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・研修講習会に無料が参加できます。

- ・MM 研究会
(年10回開催、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…

- ・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。

条件

中級以上の資格保有者

- ・日本商品開発士会・商品開発士
- ・営業士…上級以上
- ・日本セールススレップ協会…セールススレップ2級以上
- ・日本販路コーディネータ協会…販路コーディネータ2級以上
- ・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、または観光生産士2級以上










■正規組合員

※加入料(初年度)：10,000円
入会金 40,000円
月会費 2,000円
(加入料・入会金・月会費はすべて一括前払い)

当協同組合の活動に賛同して組合員として加入する企業、団体は申込み確認後、オンラインにて登録を行います。
申請書類等を提出していただき、理事会の審査を経て組合員登録、法的認可可としています。

入会金 20,000円
年会費 12,000円

※加入料「入会金」10,000円、「年費」は日本銀行振込で毎月1万円です。

※入会金・年会費・登録料・手数料・印刷代・送料はすべて一括前払いとなります。

※入会金は50万円以内の保証金として預け入れさせていただきます。

※入会金は50万円以内の保証金として預け入れさせていただきます。

※入会金は50万円以内の保証金として預け入れさせていただきます。



利根商事株式会社 代表取締役 100% 株主

スレップ・販路CO協同組合

28

MMP グループ・ホームページ & 資格研修スケジュール

ご案内ホームページ	
観光プランナー・観光士・観光コーディネーター資格	http://www.jtcc.jp
観光特産士会・観光文化協会	https://www.jtnm.jp
販路コーディネータ・MMCO資格	https://www.hanro.jp
営業士資格	https://www.nrep.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	https://www.jmcp.jp
セールスステップ・販路コーディネータ協同組合	http://www.e-rep.jp
セールスステップ資格	http://www.irep.jp
プロモーション資格	https://www.jsp.or.jp
2025 年上期全国一斉試験	
2025 年 6 月 8 日 (日)	
日本観光士会資格認定研修プログラム ※最新はホームページをご覧ください	
<u>観光プランナー研修</u>	2025 年 2 月 8 日 (土) または 2025 年 2 月 9 日 (日) オンライン受験のみ 2025 年 3 月 22 日 (土) オンライン受験のみ
<u>観光士研修</u>	2025 年 1 月 11 日 (土) オンライン受験のみ 2025 年 7 月 5 日 (土) オンライン受験のみ
<u>観光コーディネーター研修</u>	2025 年 2 月 8 日 (土) オンライン受験のみ 2025 年 9 月 20 日 (土) オンライン受験のみ
日本販路コーディネータ協会資格認定研修プログラム	
<u>販路コーディネータ 3 級研修</u>	2025 年 3 月 23 日 (日) オンライン受験のみ 2025 年 5 月 11 日 (日) オンライン受験のみ
<u>販路コーディネータ 2 級研修</u>	2025 年 7 月 27 日 (日) オンライン受験のみ
<u>販路コーディネータ 1 級研修</u>	2025 年 9 月 14 日 (日) オンライン受験のみ

日本商品開発士会資格認定研修プログラム	
<u>商品プランナー研修</u>	2025 年 3 月 15 日(土) 動画研修+試験 2025 年 5 月 25 日(日) 動画研修+試験
<u>商品開発士研修</u>	2025 年 7 月 19 日(土) 動画研修+試験
<u>商品開発コーディネーター研修</u>	2025 年 9 月 6 日(土) 動画研修+試験
日本セールスレップ協会認定研修プログラム	
<u>セールスレップ 3 級研修</u>	2025 年 3 月 16 日(日)オンライン受験のみ 2025 年 5 月 18 日(日)オンライン受験のみ
<u>セールスレップ 2 級研修</u>	2025 年 7 月 6 日(日)オンライン受験のみ
<u>セールスレップマイスター研修</u>	2025 年 9 月 7 日(日)オンライン受験のみ
日本販売促進協会資格認定研修プログラム	
<u>プロモーションプランナー研修</u>	2025 年 1 月 25 日(土)26 日(日) 2日間 動画研修+試験 2025 年 4 月 12 日(土)13 日(日) 2日間 動画研修+試験
<u>プロモーションプロデューサー研修</u>	2025 年 5 月 24 日(土)オンライン受験のみ
<u>プロモーションコーディネーター研修</u>	2025 年 2 月 1 日(土) 動画研修+試験 2025 年 7 月 26 日(土) 動画研修+試験

観光エキスパート 2025 年 2 月号

2024 年 1 月 15 日発行

発行 (一社) 日本観光文化協会 <https://www.jtmm.jp/> <http://www.jtcc.jp/>

協力 セールスレップ・販路コーディネータ協同組合 (一社) 日本販路コーディネータ協会

お問い合わせ先 <https://jtmm.jp/contact/><http://www.jtcc.jp/cgi-bin/mail/form.cgi>

※掲載されているテキスト、画像等の無断転載を禁じます。