

# コープきんき

発行/2010年2月15日・通巻35号  
生活協同組合連合会  
コープきんき事業連合  
〒532-0011  
大阪市淀川区西中島5丁目  
13番9号 新大阪MTビル1号館  
TEL06-6838-4556

発行責任者/元木 勲  
発行事務局/理事会室  
e-mail: info@kiniki.coop

コープきんき事業連合は、コープしが・京都生協・ならコープ・よどがわ市民生協・パルコープ・いずみ市民生協・わかやま市民生協の近畿7生協を会員とする生活協同組合連合会です。

## 北海道大豆生産者(JA北いぶき)との交流会を開催しました

1月25日、大阪いずみ市民生協堺東本部において「北海道大豆生産者交流会」を開催しました。生産者6名、JA北いぶき職員2名、大阪いずみ市民生協の組合員26名、納豆メーカーの方々を含め、合計49名の参加でおこなわれました。

昨年9月に、いずみ・よどがわ・しが・わかやまの組合員・職員が、「CO・OP北海道の小粒納豆」の原料大豆の産地(JA北いぶき)を訪問し、生産者の方々と交流をおこないました。今回は、北海道から生産者とJA北いぶき職員が来阪され、組合員との交流を深めました。

大豆・納豆の学習、納豆を使った料理の試食、生産者との交流をおこないました。生産者・組合員から「よかった」との声が聞かれました。



交流会に参加された生産者・組合員



9月におこなわれた産地交流の報告



交流会の様子



CO・OP 北海道の小粒納豆



納豆料理



生産者の宮岸組合長

### CONTENTS

- 「北海道大豆生産者との交流会」開催 ..... p1
- コープきんきの事業連帯・2010年度に向けて ..... p2,p3
- 「09年度第3回組合員懇談会」開催 ..... p4
- 京都生協、大阪いずみ市民生協の新店オープン「店长セミナー」開催 ..... p5

- 09年度 第3四半期までの到達  
無店舗 食品事業/非食品事業 ..... p6
- インターネット事業/店舗事業/品質保証 ..... p7
- 09年度 第3四半期共同開発商品のとりくみ  
組合員の声の実現  
会議報告 ..... p8

## 09年度第3四半期 共同開発商品のとりくみ

### 7会員の仕入金額

10月		単位:千円	
	実績	前年実績	前年比
エリア共同開発商品	2,700,939	2,956,399	91.4%
ネットワーク商品	27,212	59,220	45.9%
全国共同開発商品	1,058,353	963,322	109.8%
合計	3,786,504	3,978,941	95.2%

12月		単位:千円	
	実績	前年実績	前年比
エリア共同開発商品	2,339,519	2,366,419	98.9%
ネットワーク商品	29,713	57,697	51.5%
全国共同開発商品	820,778	846,557	96.9%
合計	3,190,010	3,270,673	97.5%

11月		単位:千円	
	実績	前年実績	前年比
エリア共同開発商品	2,168,620	2,409,373	90.0%
ネットワーク商品	20,651	52,665	39.2%
全国共同開発商品	839,148	701,026	119.7%
合計	3,028,419	3,163,064	95.7%

### 【用語解説】

エリア共同開発商品…日生協とコープきんき事業連合が共同して開発した日生協コープ商品。  
ネットワーク商品…各地域のエリア共同開発商品をお互いに共有しあうもの。  
全国共同開発商品…日生協とその会員生協が共同して開発した日生協コープ商品のうち、全国レベルで共同開発したものを。

## 組合員の声の実現

### 【第3四半期までの「組合員の声」受付状況】

食品	件数	新規商品	既存商品	商品への意見	商品案内への意見	おすすめの声	その他	受付件数合計
		企画要望	企画要望					
	2,658	10,762	5,854	658	581	88	20,601	
	構成比	12.9%	52.2%	28.4%	3.2%	2.8%	0.4%	100.0%
非食品	件数	1,267	4,629	1,842	213	52	106	8,109
		構成比	15.6%	57.1%	22.7%	2.6%	0.6%	1.3%

毎月、寄せられた声に基づき、コープきんき内部で「声の実現委員会」を開催して、実現のための検討を行っています。

### (1) 食品での実現事例(第3四半期)

商品名	「声」の内容	対応について
毎日食パン(6枚)1斤	食パンの袋を左右に引っ張ってもきれいに開封できません。	12月2回のお届け分から、包材に開封方法を表示しました。見やすい位置に印字の場所も変更し、挿絵も入れることにしました。
十勝豚丼のたれ250g	フタが固くて開きません。	12月5回のお届け分から、ワンタッチキャップに変更しました。

### (2) 非食品での実現事例(第3四半期)

商品名	「声」の内容	対応について
すっきりフィット立体マスクα	外箱が密封されていないので衛生面が気になります。	衛生商品であり、密封されていないと不安を招きます。シール止めをおこない、密封した状態でお届けするように改善しました。
雑貨のカタログに長さや大きさを測るメジャーを記載して欲しい	食品の商品案内カタログには、長さや大きさを測るメジャーが表示されていますが、"きもちのいいまいにち"、"きれいの時間"には表示できていませんでした。3月1回より、これらの商品案内カタログの裏面にもメジャーを表示して下さい。	スケール(メジャー)については、"くらしのパートナー"裏面右端に表示していますが、"きもちのいいまいにち"、"きれいの時間"には表示できていませんでした。3月1回より、これらの商品案内カタログの裏面にもスケールを表示します。

## 会議報告

### 第7期第4回理事会

1月27日(水)  
午後2時30分～  
5時50分

#### <報告・承認事項>

1. 第3四半期までの事業のまとめ
  - ①無店舗事業・商品事業
  - ②インターネット事業
  - ③店舗事業
  - ④決算報告
2. 諸報告
  - ①11～1月専務理事会議報告
  - ②12月事業連帯政策会議の報告
  - ③組合員会議関連
  - ④消費生活協同組合の事業運営に係る検査の実施結果について
  - ⑤コープのあげ類の供給中止に関する件
  - ⑥コープきんき10年度職員機構と体制について
  - ⑦コープきんき10年度機関会議日程(案)について

#### <協議事項>

1. 09年度総括・10年度方針関連
  - ①無店舗事業09年度見通しと10年度事業計画
  - ②09年度損益見通しと10年度収支予算編成の件
  - ③09年度総括・10年度方針(総会議案)
2. 無店舗 商品政策(改定案)

#### <議決事項>

1. 第7回通常総会の件
2. 第8期役員定数の件
3. 定款の一部改定(案)の件
4. 「食品添加物基準」「運用基準」の改定の件
5. 日本生協連との共同事業に関する覚書締結の件

# コープきんぎの事業連帯…2010年度に向けて

09年度は、次の2つを基本にとりくみました。

- 食の安全の確保と生協の信頼再形成のとりくみ
- 経済不況のもとで組合員の暮らしを守るとりくみ

品質管理検討委員会答申に基づいて、新たな品質保証のしくみをスタートさせました。特定原料の使用点検の強化や商品苦情の発生に対する重点的な取引先管理などをすすめ、品質管理レベルの向上に努めました。

商品事業では08年秋のリーマンショック以降の深刻な不況のもと、「くらし応援」企画など暮

らしを守る企画や商品配置を行いました。大手流通チェーンの低価格PB等の急速な展開によって、CO・OP商品の見直しや価格対応の強化が求められました。09年の夏以降、世帯利用高の減少傾向が顕著となり、利用人数伸長率も鈍化傾向がみられます。

組合員の暮らしと会員生協の経営に引き続き貢献するためには、組合員消費者の構成や暮らしの特徴・変化を正確にとらえ、より実態に即した事業設計が必要となつていきます。

## 2010年度の重点課題

### 《品質保証》

- ① 原料・製造管理点検、新規取り扱い工場の事前点検、定期的な取引先の評価を継続し、一層の品質管理レベルの向上を図ります。
- ② コープきんぎ商品検査センターを開設し、商品検査機能を強化します。
- ③ 商品苦情対応システムを活用し、「予兆情報管理」に会員生協とともにとりくみます。
- ④ 品質保証のとりくみに関わる広報・リスクコミュニケーションを推進します。

### 《無店舗事業》

- ① 商品構成と企画・紙面の改善・強化をすすめます。
- ② それぞれの地域の暮らしにあった最適品揃えを追求します。
- ③ 生鮮部門（農産・精肉）の強化、日用消耗品の品揃えの充実をすすめます。
- ④ 各利用層（ファミリー層Ⅱ、ボリュウム層の重点、シニア層Ⅱ伸長率の重点、子育て層Ⅱ新加入の重点）の特徴をふまえた品揃えと企画対応、媒体での打ち出しをすすめます。



## 2010年度の基本方針

# 「Step Up きんぎ」



会員生協組合員の食をはじめとする「ふだんの暮らし」へのお役立ち度を高めるとともに、会員生協の経営への貢献をめざして、会員生協とともにコープきんぎの事業をすすめ、着実にステップアップしていくことをめざします。

## 2010年度 3つの柱

### 生協への信頼度のアップ

品質管理の強化を継続します。商品に関するコープきんぎからの情報発信を強めていきます。  
コープきんぎ商品検査センターを開設します。



### 商品と売場の魅力アップ

品揃えの改善と企画力、商品力を高めていきます。

### 組合員の暮らしを守る力のアップ

「くらし応援」のとりくみを強化します。



⑤「コープベーシック」商品のシリーズや「くらし応援」企画を強化します。

⑥「生協ならではの」のおすすめの強化をします。

### 《インターネットやギフト事業》

- ① 会員登録の拡大や利用率アップをすすめ、eフレন্ズの認知度を高めます。
- ② eフレンド限定企画の充実、書籍・CDやギフト等のサイトの開設など、インターネット独自事業を強化します。
- ③ 2010年「母の日」・「中元」からギフト事業を開始します。「お祝い」や「ハレの日」のニーズにも対応していきます。



### 《店舗事業》

- ① 無店舗事業と店舗事業の取引先の再編統一によって、加工食品・菓子の仕入条件を改善します。
- ② 2010年度下期から、日配・畜産加工品の共同仕入にとりくみます。

### 《商品開発・商品調達》

- ① 日本生協連とともに商品の共同開発をすすめます。また、生鮮品を中心にコープきんぎ「オリジナル商品」の企画をおこないます。
- ② 原料需給の逼迫が国内外で深刻化する中で、調達ルート確保と安定供給をめざします。
- ③ 「組合員の声」の実現と組合員参加の拡大を図ります。

# 「09年度第3回組合員理事懇談会」を開催しました。

1月21日、チサンホテル新大阪において「09年度第3回組合員理事懇談会」を開催しました。

元木理事長から、開会のあいさつと併せて、第3次中期計画の議論、事業連帯・事業連合のあり方、多様性に応える重層的な事業連帯の構築、第3次中期計画でめざすこと(品質保証体系の再構築、マーチャンダイジング改革、ガバナンス・マネジメントの整備)、会員生協と事業連合の関係、日生協と事業連合の関係、商品政策の改訂(情勢分析、利用者の分析、生鮮の強化・品揃えの課題、産直問題等の残された課題)について報告がありました。

上田常務理事から、「09年度第3四半期までの事業到達」と「つすあげ、厚揚げ類の取り扱いについて報告し、ご意見をいただきました。

商品政策・開発室の佐古統括から、「商品政策」改訂の基本視点について報告し、ご意見をいただきました。



## いただいたご意見

①「09年度第3四半期までの事業到達」について

「井戸端モニター会」の提案は、スケジュールの中に組み入れにくかった。会員生協が取り組みやすいタイミングで提案にしてほしい。モニターをおこなう時期も考えてください。

・デビュープロモーションや重点商品の提案について、モニターや展示会など検討しましたが、会場の条件に合わない商品があります。その場で調理できるもの、食べられるものなど、重点商品を決めるときに配慮をお願いします。

・アイテム数が多くて、商品案内カタログを見るだけでも大変です。高齢者の方が増えているので、整理をお願いします。欲しい価格帯の商品が企画さ



れていても、どこにあるかわかりません。見やすさの研究が必要です。

・アレルギー対応商品の企画をコープきんきで引き継いだことが、組合員の中で話題になり、評価されています。期待しています。

・お試して2kgのお米があるが、お試しでなくいつも2kgの米が欲しいとの声があります。飲料はケース企画が多いです。もっと買いやすい規格にしてほしい。



②「商品政策」改訂について

・子育て層(20〜39歳)で生協ファン増やすことが大切です。単協でも事業連合でも一体となって取り組んでほしい。若い人でも食に関心のある人が多いです。



層(40〜55歳)、シニア層(56歳〜)の対応について「この層にはこの対応」と判りやすく提案してほしい。

・若い層、子育て層、働く主婦、高齢者にも気を配ってほしい。

・生協の商品を利用することで、社会参加できるものを打ち出してほしい。食料自給率の向上や環境への配慮など、社会的役割発揮の課題の具体化を急いでほしい。

・組合員の「ふだんのくらし」を知るツールが少ないのではないだろうか。子育て中の人を求めているのか、情報収集が追いついていないように思えます。



## 京都生協、大阪いずみ市民生協の新しいお店がオープンしました。

### 京都生協 コープ桃山

「ふだんの食卓から、みんなの笑顔へつなげたい・・・」をコンセプトとして、毎日の食生活に「楽しさ」「美味しさ」「豊かさ」の提供をしていきます。

住所：京都市伏見区竹中町609番地  
売場面積：300坪(駐車場121台)  
営業時間：9時〜21時  
スポーツジム、クリーニング、ATM併設



11/27  
プレオープン  
11/28  
グランドオープン

### 大阪いずみ市民生協 コープ泉佐野

「居心地がよくワクワクする楽しさや得した気分、明るくて元気があり、気持ちのよいお店づくり」をめざしています。「メニューとくらしの提案ができるお店」をコンセプトとし、「毎日が楽しい」「選べる楽しさ」「価値ある情報」を提供していきます。

住所：泉佐野市市場西3丁目2番45号  
売場面積：629坪(駐車場202台)  
営業時間：9時〜22時  
セガミドラッグ、クリーニング、ATM併設



12/16  
プレオープン  
12/18  
グランドオープン

## 店長セミナーが開催されました。

2009年11月5日(木)チサンホテル新大阪にて第6回店長セミナーを開催しました。今回は、昨年を大きく上回る94名(昨年62名)の参加がありました。

日本生協連の栗原宗昭様、(有)フード・サポート細川良範様を講師にお招きし、生協と大手量販店の年末商戦のとりくみについて講演をいただきました。

5会員の店長からは、それぞれの店舗で取組まれた貴重な実践事例について報告があり、参加者全体で共有化しました。



セミナーの様子

### 開催概要

- ・2009年11月5日(木)チサンホテル新大阪
- ・参加人数94名(内会員生協 86名)
- ・講演：日本生協連・会員支援本部 栗原宗昭様  
「全国の概況報告と08年度大手生協の年末商戦取組み」  
(有)フード・サポート 細川良範様  
「実力を高めるA社の08年度年末商戦の実際」
- ・店長実践事例報告

# 09年度第3四半期までの到達

## 無店舗 食品事業

### 利用人数の回復で

### 前年の供給高を上回りました

累計の供給高は1327億7261万円（予算比98.4%、前年比101.0%）、荒利益高は370億5279万円（予算比98.5%、前年比100.4%）、世帯利用高は4473円（予算比98.9%、前年比97.8%）となりました。

9月のシルバーク以降、世帯利用高の減少が顕著になっています。第1四半期99.1%、第2四半期97.4%、10月度97.3%、11月度97.2%、12月度97.0%と減少しています。供給高は、9月度10月度と2ヶ月連続で前年を下回りましたが、11月度と12月度は利用人数の回復（11月度102.9%、12月度104.0%）によって、前年の供給高を上回ることが出来ました。

引き続き、「くらし応援宣言」、EDLPの継続・強化、低価格商品の拡大、今春から登場するコープの低価格商品「コープベーシック」の展開など、「くらし応援」を強化します。



<2009年度累計 無店舗食品事業>

	酒・飲料		ドライ・冷食		生鮮Ⅰ (水産・畜加工品・日記)		生鮮Ⅱ (農産・精肉・米・牛乳・卵)	
	計画比	前年比	計画比	前年比	計画比	前年比	計画比	前年比
供給高	98.3%	99.9%	99.6%	103.1%	99.0%	100.9%	96.2%	98.8%
荒利益高	97.5%	99.0%	99.8%	102.2%	98.9%	100.5%	96.0%	97.8%
世帯利用高	98.8%	96.7%	100.1%	99.8%	99.5%	99.7%	96.8%	95.7%

注) 数値はコープきんぎ7生協の合計です。

## 無店舗 非食品事業

### 利用人数は伸長、世帯利用高・

### 供給高は伸び悩みました

累計の供給高は221億2361万円（予算比96.9%、前年比99.9%）、荒利益高78億1095万円（予算比94.6%、前年比98.5%）となりました。

利用人数は10月度107.2%、11月度106.2%、12月度101.1%と前年より伸長しましたが、世帯利用高は10月度97.6%、11月度96.4%、12月度92.0%と前年を下回りました。供給高は、10月度は前年を維持しましたが、11月度・12月度は前年を下回りました。秋のキャンペーン商品（羽毛布団、ブレスサーモ）、日用消耗品のケース企画・増量企画の買い控えが影響しました。

今後も、「期間値下げ」「年間最安値」など「くらし応援」を引き続き強化します。利用しやすい売場づくり、商品分類ごとの重点の設定、組合員の利用変化に対応した規格、ふだんのくらしに役立つ品揃えと価格を実現し、利用を高めて行きます。



<2009年度累計 無店舗非食品事業>

	日用消耗品		家庭用品		化粧品・衛生用品他		趣味娯楽・身の回り	
	計画比	前年比	計画比	前年比	計画比	前年比	計画比	前年比
供給高	95.8%	101.9%	94.1%	95.8%	96.4%	107.0%	100.3%	96.3%
荒利益高	93.8%	101.5%	91.3%	94.3%	94.4%	105.7%	97.6%	95.1%

注) 数値はコープきんぎ7生協+コープ北陸の合計です。

## インターネット事業

### 登録会員が増え、 利用も伸びています



12月末時点のeフレンド登録会員は24万6000名、前年比118.3%となりました。登録率は27.0%になりました。

eフレンド会員限定企画は、12月3回に2482万円の供給高となり、これまでの最高金額となりました。12月度は回平均でも2000万円を上回っています。

共同購入に占めるeフレンド利用の割合は、12月度では供給高10.3%、利用人数10.4%になりました。

eフレンド会員限定企画の携帯電話対応、限定企画の充実と拡大、画像付のメールマガジン発行、自動注文機能の導入、ギフト事業の準備をすすめています。

2009年第3四半期(12月末時点)eフレンド登録会員数の到達

	実績	計画	前年比
会員数	246,000名	277,834名	118.3%

eフレンド会員限定企画の利用状況(2009年度第3四半期)

	供給高	回当たり平均供給高
10月	70,989千円	17,735千円
11月	77,536千円	19,384千円
12月	68,286千円	22,762千円

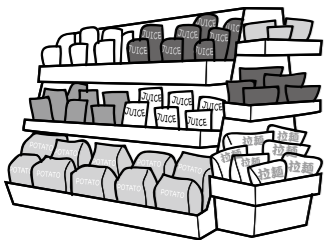
## 店舗事業

### 「くらし応援宣言」 商品が支持されています

累計の供給高は77億6846万円となりました。部門別では加工食品58億5403万円（予算比100.3%）、菓子部門19億1443万円（予算比94.5%）になっています。

「くらし応援宣言」は、4月から12月まで合計4383品目を設定し、供給高に占める構成比は加工食品で9.3ポイント、菓子で9.8ポイント前年より高くなりました。引き続き、1月度617品目、2月度489品目、3月度510品目の設定をおこない、くらしを応援します。また、今春から登場する「コープベーシック」のプロモーションを強めていきます。

無店舗事業と店舗事業の取引先の再編統一により加工食品・菓子の仕入条件を改善していきます。



## 品質保証

### 品質管理レベルの 向上に努めました



- ① 新たな品質保証体系のしくみのもとで、新規商品取扱工場の点検、特定指定原料の点検をすすめています。また、商品苦情の発生を減らすために品質管理上の点検活動をすすめています。
- ② 商品検査は、12月末までに8351品目12802検体を実施しました。新規商品検査で基準外になった商品については、取り扱いを中止し、流通品検査で基準外になった商品については、原因調査と対策を確認しています。
- ③ 会員生協と共同して、コープきんぎ商品検査センター開設の準備をすすめています。

第3四半期(12月まで)の商品検査実施状況

検査区分	品目数	検体数	基準外数	
新規商品検査	微生物検査	1,556	5,981	19
	食品添加物検査	446	464	0
	輸入加工食品残留農薬検査	56	64	0
	加工食品アレルギー検査	84	84	0
	加工食品畜種検査	1	1	0
流通品検査	CO・OP商品微生物検査	2,437	2,437	45
	NB商品微生物検査	3,343	3,343	49
事前検査	中国製品残留農薬検査	158	158	0
	農産物残留農薬検査	270	270	0
合計	8,351	12,802	113	

※商品検査の判定は、自主基準に基づいておこなっています。基準外であっても商品の安全性に問題はありせん。