生活協同組合連合会コープきんき事業連合会報

ープきんき

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・おおさかパルコープ・ 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。

発行 / 2020 年 2 月 20 日・通巻 75 号 牛活協同組合連合会 〒 532 − 0011 大阪市淀川区西中島5丁目 TEL06 - 6838 - 4556

FAX06 - 6302 - 9533 発行責任者 / 畑 忠里

発行事務局 / 理事会室

URL: http://www.kinki.coop/ e-mail: info@kinki.coop

京都生協『コープ山科新十条』オープン

11月16日(土)、京都市山科区に京都生協の 新店「コープ山科新十条」がグランドオープンし ました。グランドオープン当日には約4.000人 のご来店がありました。

「コープ山科新十条」は、ふだんの食生活を 豊かで、楽しく、美味しいを提案する、日常的に 地域の消費者に選んでいただけるお店、そして、 「安心・安全・健康・簡単便利を実感してもらえ るお店しをめざしています。

コープきんきでは、3生協(コープしが、京都 生協、ならコープ)店舗事業連帯機能の拡大・強 化をすすめています。出店や運営の主体は会員 生協ですが、店舗事業に貢献するために新店や 既存店の改装を支援しています。「簡便・即食、健 康、エシカル、オーガニック、アレルギー配慮」な ど、これまでの改装店舗で導入した新MDを新店 につなげるとともに、価値訴求として「京都生協 プライベートブランド商品」「クオリティーコープ」 「地元の山科商品」を面展開するなど、京都生協 とともにオープン準備をすすめました。





<店舗概要>

住 所:京都市山科区西野山中臣町 41-1 売場面積:約464坪 営業時間:9時~21時 駐車台数:160台 アクセス:京都市営地下鉄東西線「椥辻」駅より、 京阪バス (17、88 系統)

「折上神社」下車すぐ









地元の銘品売場

CONTENTS

●京都生協『コープ山科新十条』オープン	Р1
●会員生協と連携した商品学習活動	Р2
● コープきんき主催 産地交流会	Р2
●組合員モニター活動のピックアップ	ΡЗ
■「組合員の声」実現の取り組み	Р4

●商品検査センターの検査結果報告	P4
●組合員理事懇談会、景品表示法学習会	P5
●eフレンズサイト デザインリニューアル ······	P6
●第3四半期事業報告(10~12月度)	P7
● 2020年度 業務執行体制と経営組織	P7
●新規開発商品	Р8

新規開発商品

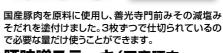
コープきんきでは、コープきんき共同開発商品(CO·OP商品)とコープきんき オリジナル(メーカーブランドでの留型)で、組合員のふだんのくらしに役立つ 商品の開発をすすめています。

コープきんき共同開発商品



国産鶏肉で作った から揚げ 280g

通常価格 本体298円 (税込322円)



豚味噌ステーキ(国産豚肉・ 減塩みそだれ使用) 270g(9枚)

簡便商品として、カットえのきを

開発しました。根元(石づき)の

诵堂価格 *#548円 (税込592円)



チョコレート 通常価格 本体 188円 (税込203円)





カナダ産の歯ごたえのしっかりした無漂白かずのこを 皮むき加工しました。皮むき済なので塩ぬきをするだ

皮むき済み塩かずのこ(無漂白) 220g 通常価格 440g 通常価格 ★体3.980円 ★株2.080円 (税込2.246円) (税込4.298円)

部分をカットしてほぐしました。 カットえのき 100g前後

本体98円 (税込106円)

を挟みこみ、えびに伸ばし加 工を施さずプリッとした食感 にしています。

プリッとえびフライ (ブラックタイガー) 285g(6尾×2袋)



通常価格 本体980円 (税込1,058円)

コープきんきオリジナル開発商品



デニッシュ生地に キャラメルチップ入り。 山崎製パン ザクザク

キャラメル 诵堂価格 デニッシュ **148円

(税込160円)



ザクザク コーヒー

デニッシュ **148円 (税込160円)



ルまたは内袋のまま 電子レンジで手軽に 調理できます。 テーブルマーク

冷凍うどん **198円 900g(5食) (稅込214円)



「大盛りパスタシ リーズ」に新しい仲 間が加わりました。

さぬき丸一製麺 大盛りミート スパゲッティ本体 198円 350g(1食) (稅込214円)



兵庫県丹波産の黒豆をトッピングし た、もっちりとした食感のよもぎ風味 の茲しパンです。

神戸屋 兵庫県産

丹波黑豆 よもぎ蒸し *#238円 (税込257円)

金時豆と なると金時 をトッピング。 山崎製パン

金時豆となると金時の 通常価格 白蒸しぱん 本体 198円 (税込214円)



黒蒸しぱん (くるみ&レーズン) 通常価格 本体 198円 5枚

(税込214円)



スヌーピー世界旅行シリーズが近畿地 区で登場! 近畿地区5府県のデザイン © 2019 Peanuts Worldwide LLC

スヌーピーマグ きんきJAPAN _{通常価格} 本体980円

(税込1,078円)

会員生協と連携した商品学習活動

ています どに職員を派遣し、商品学習活動のサ 員を対象とした商品学習会や交流会、 コ ープきんきでは、会員生協主催の組合員・職 ポ イベント トをし な

ど 40 参加があり 順で多く、 (で多く、のべ67,231人**の組合員・職員のル消費」「離乳食(きらきらステップ)」関連の40会場に参加しました。学習テーマは、「エシ 第3四半期は、商品学習会やフェステ ました。 「エシな

※「わかやまお城まつり」約6万人参加を含む

■コープしが ぱくぱく商品交流フェス

しがの各センターで開催される試食交流会です。引先と交流しながら商品を知る場として、コープた。「ぱくぱく商品交流フェス」は、組合員がお取された「ぱくぱく商品交流フェス」に参加しまし 月27日(日)、コープしが 彦根センタ - で開催

面品の紹介と試食提供を行いました。「『酢の物商品の紹介と試食提供を行いました。「『酢の物でコス』を子どもがおいしいと言って食べたのがびっくりした」「うの花を1歳の子どもが嫌がると思っていたが、パクパク食べていたのでびっくりしました。野菜をなかなか食べないので、今度りしました。「『酢の物生協で購入しようと思います」「気にはなっていても、なかなか試すことができなかった商品をたくさん試食できてよかっん試食できてよかった。



ど多くの感想が寄せ商品が増えました」なたです。お気に入りの られました。 128人) (参加組

■京都生協 西ブロック きらきらステップ学習会 11月8日(金)、京都生協 コープパリティ 会議室

を連れられた組合員12人が参加されました。 で開催された「きらきらステップ学習会」に参加 ような学習会として開催され、小さな子どもさん しました。お母さんの離乳食作り CO·OP「きらきらステップ」シリ のお役に立てる ・ズ開発の

商品説明と試食を行いました。試食では、アレ材、⑤大きさ・味付け)について紹介し、離乳食5つのこだわり(①声、②品質管理、③便利、④ を使ったスープの料理提案を行い、好評でした。 対応品やきらきらステップ品の残ったも のルの素



10月3日(木) コープきんき主催 産地交流会 4日(金)、コ ープきんき主催

2

流を行 摩もちもち豚」の産地、鹿児島県にあるJ産地交流会として、コープきんき共通産地 6名とコープきんき職員が参加し、生産者との トフーズ様を訪問しました。4会員の組合 いました。 きんき共通産地の「薩 A全農 交員

食べている豚肉ですが、今回の訪問で「薩摩もち用高が伸長しています。ふだん何気なく購入してた食感が特長で、2014年の供給開始以来、利 で実感しました。のちをいただくことの感謝の思いを参加者一同 0) た食感が特長で、20 た。と畜からカットの現場も希望者で視察し、 もち豚」が愛情あふれる肥育と徹底した品質管理 もとで商品化されていることを確認できまし 「薩摩もちもち豚」は、甘 み の供給開始以来、 あるも 利







組合員モニター活動 の ピックア ッププ

改善、 モニタ ニタ 28本、お届けモニター コ ー活動を行っています。第3四半期は51本のン、消費の意識・行動などについて、組合員モープきんきでは、商品開発・見直しや、生活 企画作成に役立てることができました。 880名の方に回答いただき、商品の開発・ (テストキッチン22本、Webモニター 1本)を実施しました。合計

■コープきんきテストキッチン

(10月実施) んじゃこ(減塩)」の新規導入調査

試食モニターを実施しました。 の商品を開発するために、既存品と減塩品の比較ありません。健康志向が強くなる中、減塩タイプを配では、ちりめんじゃこの減塩商品の配置が

いという声もありましたが概ね好評でした。モニ 倍近くとなりました。減塩品は風味がもの足らな が好きかでは、減塩品が7割となり、既存品 とくに若い年代ほど高評価となりました。どちら 総合的な評価では、減塩品の方が評価が高く、 結果を受け、発売に向けて減塩商品の開発を *Ø* 3





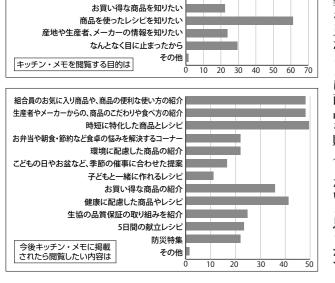
■Webモニター

(10月実施)

されている内容の抽出と、 配信に関する意識調査を行いました。 宅配の情報発信チラシ「キッチン・メ SNSを利用 モ」に期待 した動画

見る」が7割でした。 見るタイミングは、「商品を注文する時に一緒に ておられ、毎週必ず見る方が4割おられました。7割の方が「キッチン・メモ」という媒体を知っ

を使ったレシピを知りたい」「商品の情報を詳 情報を見たときに商品を購入したいと思う 順となりました。 く知りたい」「なんとなく目に止まったから」 いる」が8割と圧倒的に多く、 「キッチン・メモ」の印象は、 「キッチン・メ .見る目的は、 「レシピが載 モ」でどのよう 「商品 いって か なの



商品の情報を詳しく知りたい

がトップで4割を超えました。は、「商品を使ったレシピがおいしそうだった時」

る、商品情報を強化するなど工夫が必要と思われ紙面を改善する際には、レシピが見えるようにす 載されたら閲覧したい内容では、「時句媒体として機能していることがわかり 品を購入するために閲覧されているのではなく、 商品情報やレシピなどの情報を取得するため のこだわり・食べ方」などが上位となっています。 た商品とレシピ」「商品の便利な使い方」や「商品 「キッチン・メモ」は商品案内本誌と違って、商 「時短に特化 掲 0)



コープきんきのレシピ

したい情報としては「組合員さんの商品についてあまあ興味がある」で過半数を超えました。閲覧することについては、「とても興味がある」「まかりました。生協がインスタグラムで情報を発信かりました。年日複数頻度で利用していることがわSNSの利用については、若年層ほど複数の

KITCHEN MEMO "ちゃんと"も"ラク"も 時短で叶える和定食

3

き若年層に絞ったアンケートを実施ト」「お買い得情報」の順となっていの口コミ」「メーカーや生産者のおよ

トを実施しなが

や生産者のおすすめコメ

人について検討していきます。

「組合員の声」実現の取り組み

の改善について検討を行っています。 コープきんきでは、寄せられた「声」をもとに、「組合員の声実現委員会」を開催し、商品やカタログなどが寄せられました。既存商品に対する要望が最も多く、新規企画要望とあわせると半数を超えています。 第3四半期、会員生協組合員から、6,224件(食品4,536件、家庭用品1,688件)の「組合員の声」

|CO・OP | 讃岐肉うどん 536g(2食)|

組合員の声

額を高くしてもよいので肉を少し多くしてし入っていた。値段を下げないためなら、金肉が少なすぎる。以前は少なくてももう少

組合員の声を受け改善しました

回より

200gに変更し、牛肉の量を20%増量しました。

リニューアルし、麺の量を21

0gから

以前から改善検討をしてきましたが、10 月 4





■CO・OP「キッチン用ポリ袋(箱入)150枚」

組合員の声

め、箱と同様の表示に変更してほしいです。す。縦35×横25の商品と勘違いしやすいた(マチ9㎝含む)」との書き方になっていまいてありますが、カタログには「縦3×横25商品の箱には「縦35㎝横16㎝マチ9㎝」と書

組合員の声を受け改善しました

なっていました。グのサイズ表記』が異なっており、 グのサイズ表記、が異なっており、わかりにくくに記載しているサイズ表記、と、商品案内カタロお申し出いただきましたように、、商品本体

表記《縦35×横16 (+マチ9)㎝》に修正しました。 回の商品案内カタログから商品に記載の







組合員理事懇談会

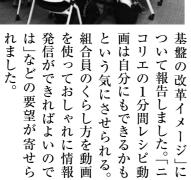
■第2回

プきんき役職員あわせて27名が参加しました。 会員生協の組合員理事12名、会員生協職員、コー19年度第2回組合員理事懇談会を開催しました。11月22日(金)、コープきんき会議室において、

から具体的なご意見や提案をいただきました。 などの展示、試食を行い、利用する組合員の視点た。商品開発・改善の報告では、開発検討中の商品 実績と宅配事業の取り組み」について報告しまし 畑理事長の開会あいさつの後、「第2四半期の

値(適正価格)であることを伝えることが生協ら心が紙面から見えてこない」「この価格でこの価合員に伝えなければいけない」「商品の安全・安 安いだけではだめ。生協の商品の良さや価値を組 ファミリー層)の利用低下傾向に対し、「商品はり組み」について報告しました。若年層(子育て・ しい」などのご意見をいただきました。 「若年組合員の利用実態とニーズと今後の取

を重ね準備をすすめている「次期インターネッ 2020年度リ -スに向け、会員生協と討議



■第3回

あわせて26名が参加し具、コープきんき役職員性協の組合員 1月24日(金)、コープ 事懇談会を開催しまし19年度第3回組合員理 ました。

半期の実績と宅配事いさつの後、「第3四 畑理事長の開会あ

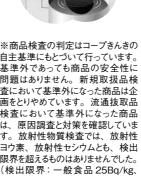
材プラスチックはどれくらい削減できるのか」な商品などの展示、試食を行い、「MAP惣菜で包をいただきました。商品開発・改善報告では、開発 面にして差別化をはかってほしい」などのご意見 生協に入ったらそんな季節感も学べるような紙い。旬の素材を使ってこんな料理ができるとか、 「キャ どのご意見や質問をいただきました。 配でしか手に入らない やポイント付与で対抗するのは無理がある。 業の特徴的な取り組み」につ もっと強めてほしい」「売場(紙面)に季節感がな ッシュレス5%ポイント還元に対し、価格 商品や価値 て報告しました。 のアピー 開発 ルを 宅

議をすすめていきます。 が行われました。ご意見を踏まえて今後の議案討みや宅配リノベーションなどについて質疑応答を報告しました。CO・OP商品の周年の取り組 年度のまとめ・2020年度基本方針」(1次案)17日に開催予定の第17回通常総会議案「2019 について共有化しました。それを踏まえて、6月況」を報告し、次期中期計画策定に向けての情勢「第6次中期計画(18年度~20年度)の到達状

しています。るために、自主基準にもとづいて商品検査を実施る「食の安全・安心」を求める組合員の信頼に応える「食の安全・安心」を求める組合員の信頼に応えコープきんきでは、生協で取り扱う商品に対す

第3	第3四半期までの商品検査実施状況			
	₹	负查区分	検査品目	基準外
	新規商品検査	微生物(NB 商品)	1276	28
		食品添加物(NB 商品)	460	0
		ヒスタミン	1	0
	流通品検査	微生物(CO·OP 商品)	1605	23
宅		微生物(NB 商品)	4953	60
配		残留農薬 (輸入加工品)	71	0
	事前検査等	アレルゲン	65	0
		品種判別 (DNA)	20	0
		残留放射性物質	155	0
		残留農薬 (農産品)	595	1
	新規商品検査	微生物(NB 商品)	319	16
舗		食品添加物(NB 商品)	2	0
	流通品検査	微生物(NB 商品)	180	28
		9702	156	

	S.		
※自基問査画検はすヨ限(牛務主準題にを査、。ウ界検乳品基外はおとに原放素を出・ないでおり、国限を開いました。 ウストラ はおいでおりに対している。	もとづいてあっせん。ま基準のは、またかではん。 またいではないでは、またいでは、ないでは、ないでは、ないでは、ないでは、ないでは、ないでは、ないでは、な	「行の規た流ではない。」 での規た流でではいる。 に確はいるではないできる。 では、もんできる。 では、これでは、している。 では、これでは、これでは、これでは、これでは、これでは、これでは、これでは、これ	ま性品は取商い射検が





コープきんき職員は去る等なであり、人があり、景品表示法上、誤った表示をするリスクがあり、 にあたる必要があります 00万部を超える宅配の商品案内カタログや コープきんきでは、会員生協組合員向けに毎週

部署を中心に48名の職員が参加しました。 加を呼びかけ、紙面制作やインタ に関する学習会を開催しました。会員生協にも参 て、不当景品類及び不当表示防止法(景品表示法) 、10月18日(金)、公正取引委員会から講師を招いコンプライアンス経営を推進する取り組みとし ーネット関連の

明をいただきました。Q&Aについてご説マで、景品表示法の概要と違反事例、事前質問への 取引課 取引第二係長 井上雅人氏にお越しい 、「景表法の基本的な考え方と違反事例」のテージ引課 取引第二係長 井上雅人氏にお越しいただ当日は、公正取引委員会 近畿中国四国事務所



が重要であること、まあり、表示に関しては保護のための法律で保護のための法律で 参加者の理解が深まはいけないことなど、 生協として違反して た、消費者組織である

5

商品検査センタ

検査結果報告

第3四半期事業報告(10~12月度)

■宅配事業実績(コープきんき共通企画・会員生協実績)

		実績	予算比 (差)	前年比(差)
供給高	(千円)	41,518,847	98.5%	98.5%
粗利益高	(千円)	11,415,297	97.8%	98.3%
粗利益率	(%)	27.49%	▲ 0.20%	▲ 0.07%
世帯利用高	哥 (円)	4,330	+10	▲ 68円

■コープきんきの供給高 (単位:千円)

業態別供給高	実績	予算比	前年比
宅配食品事業	23,844,917	97.3%	99.6%
宅配家庭用品事業	5,792,408	97.1%	95.7%
店舗事業	3,810,255	101.3%	100.1%
ギフト事業	966,404	104.4%	99.1%
通販事業	2,630,927	100.7%	96.7%
合計	37,044,913	98.1%	98.8%

宅配事業の特徴

宅配事業(コープきんき企画分)の会員生協供給高は、 第3四半期415億1.884万円となり予算、前年実績に届 きませんでした。世帯利用高は計画通りとなりました が、利用人数の計画未達成が続いています。

コープきんきの責任数値である世帯利用高は、4,330 円となり予算を上回りました。そのうち、食品は3.660 円(予算差+13円、前年差▲37円)、家庭用品は619円 (予算差±0円、前年差▲27円)、拡張事業(子育て、シニ ア向けカタログ)は51円(予算差▲3円、前年差▲4円) でした。世帯あたりの利用点数の低下傾向が続いていま す。

10月に実施された消費税率の引き上げに対し、家計 を応援するプロモーションを展開しました。家庭用品で

常務理事

三上

淳

常勤

マーケティング推進室に食品事業部、家庭用品事

中 村

清

郎

常勤

経営管理部、

事業

支援部

品質保証部

は増税前後の対応として、 「くらしに良い値!|企画 を実施し、食品では増税後 を重点に価格訴求やポイ ント付与などを実施して、 組合員のくらし応援を強 めました。



21

H

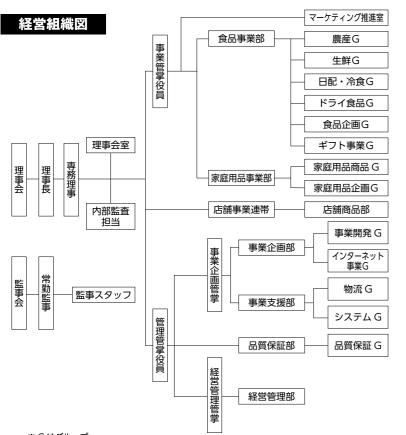
0)

経営組織を

部

変更

2020年度 コープきんき事業連合 業務執行体制と経営組織



※ G はグループ ※家庭用品事業部:日用消耗品グループと雑貨グループを統合し、家庭用品商品グループとしました。

専務理事 理 小池 畑 忠男 常勤 非常勤 理 内部監査担当

eフレンズサイト デザインリニューアル

コープきんき会員7生協で共同運用しているインターネット注文サイト「eフレンズ」のトップデザイン (ファーストビュー) をリニューアルしました。

リニューアル前



【これまでのサイトの問題点】

- ① 「ゴチャゴチャしていて見にくい、わかりにくい」
- ・色数が多い、フォントも様々。ぎゅうぎゅう詰め。余白がない ▶デザインコンセプトが明確でない
- ・すべてのバナーが派手、主張している
- ▶トータルコーディネートできていない
- ②「何の売場かわからない」「毎週変わり映えしない」
 - ・何がおすすめ商品かわからない
 - ▶新しい発見のあるおすすめ商品や特集プロモーションがない
- ③ 「新しい組合員にとってわかりにくい」
 - ·OCR注文書を補完するサイト設計になっている
 - ▶注文番号注文、Webカタログへの導線が中心の設計
 - ▶一般ECサイトのように検索をどこからしたらよいかわからない
 - ▶探せない、迷うストレス



リニューアル後

| 京文書号 | 東京の一覧 | Web | お苦に入り | ラスカリ | ウェヌズ | ウルヌズ | カタログ | ウルヌズ | 哲田・日1 9л1н Нахер \$4. TOT! シバイヤーおすすめ ランキング 28/8/88 (50/5-190) €750×XBE 🚯 w milit COD ₩ 983H **(833**) A ESSU CER a ***** A D III MIL w stre din たこにこほっべ Desatto 今週の新聞品 Supple BERRE 以来 あなたがよく注文される商品 pickUp

【 デザインリニューアルでめざしたこと 】

- ●白を基調にシンプルで見やすく、わかりやすいサイトに
- ●新しい組合員でも直感的にわかるサイトに
- ●毎週変化のあるワクワク感と楽しさ、新しい発見のあるサイトに

スマートフォン向け注文アプリ「ニコリエ」で人気の特集コンテンツの掲載をスタート









6

11/22世いい夫婦の日

eフレンズならではの企画[3日分の献立おまかせセット]を一部の会員で実験的にスタート



2020年度には取り扱う会員を広げていきます

7