

発行/2011年2月28日・通巻39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

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。

2月4回より 商品案内をリニューアルしました!



10月1回から「もっと選びやすく」「もっと見やすく」をテーマに商品案内(食品)をリニューアルしました。リニューアルにより、表紙・特集・定番・「よりすぐり」のページでの利用が高まりました。反面、裏表紙の利用は改善が見られず低下する結果となりました。商品案内の前半のページは利用の改善が見られましたが、後半のページ

は改善が見られませんでした。世代別では35歳～44歳、50歳～55歳の組合員の利用が増えています。世帯利用高の低下傾向にも一定の歯止めをかけることができました。利用状況や組合員さんからのご意見にもとづいて、さらに2月4回から商品案内の改善を行いました。

2月4回からの主な改善点

※会員ごとに媒体名が違います。

1 「みんなのリクエスト」ページがお引っ越し

これまで
「くらしのキャンパス
パレット」から



2月4回より
「くらしのキャンパス」
51～53ページへ



リクエストカードは、引き続き「くらしのキャンパスパレット」に掲載します!

みなさんの
リクエスト
大募集!!

2 お菓子のページがパンの後ろにお引っ越し

これまで 42～44ページ

2月4回より 36～39ページ

楽しく選べる
並び・デザインに

3 調味料などの加工品ページをより分かりやすく

- スペースをゆとり取り、使い方など役立つ情報をプラス
- 大きく取り扱うCO-OPの調味料などには、原材料を記載します

お菓子のページの
後ろに移動

4 お得商品を集めた裏表紙、さらに「お得」を分かりやすく

特にお試しいただきたい商品を、毎回2点ピックアップして上段に



選びやすいように原材料を記載します

CONTENTS

- 商品案内(食品)をリニューアル p1
- 「くらしのパートナー組合員懇談会」工場見学 p4～p5
- コープきんきの事業連帯 2011年度に向けて p2～p3
- コープきんき食品クライシス合同研修会開催 p6～p7
- 「第22回商品開発組合員懇談会」開催 p4
- 2010年度第3四半期までの事業到達 p7
- 「第3回組合員理事懇談会」開催 p5
- 商品の紹介/組合員の声の実現 p8

商品の紹介

コープきんきで取り扱っている商品を紹介いたします。

今春に登場するエリア共同開発商品を紹介いたします。

商品名/規格	特徴	発売時期
CO・OP手間なし簡単 ブラックタイガー 190g(26/30むきえび)	ベトナム産ブラックタイガーの「産地1回凍結品」を原料としています。除頭、殻むき、背わたを取った中サイズのむきえびです。	11年3月～
CO・OP玉子豆腐 80g×3個	なめらかな口あたりの玉子豆腐です。タレはかつおだしを効かせた関西風に仕上げました。	11年3月～
CO・OP甘辛白菜キムチ 300g	国産白菜を使用し、辛さを抑えたタレに漬け込みました。ほのかな甘さと程やかに効いてくる辛さは、大人から子どもまで、辛いものが苦手な人にもおすすめできます。	11年3月～
CO・OP即席みそ汁 米・豆・麦の合わせみそ 20食	鰹と昆布だしで仕上げた生みそイブです。4種の味(わかめ、豆腐、長ねぎ、油揚げ)各5食入です。	11年4月～

手間なし簡単ブラックタイガーは5生協340人、玉子豆腐は4生協266人、甘辛白菜キムチは5生協350人、即席みそ汁は3生協350人の組合員さんがモニターとして商品開発に参加されました。

組合員の声の実現

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(10月～12月分)

商品名	「声」の内容	対応の方向性
CO・OP ①えび茶わんむし ②松茸茶わんむし ③貝の多い茶わんむし		賞味期限の記載が包材に書いている為、包材を捨ててしまうと賞味期限がわかりません。カップに直接印字してもらえないでしょうか?
あじの三枚おろし		あじの三枚おろしは180g入りとカタログには記載されていますが、例えば、約〇枚入りと表示はできないですか?
CO・OP 冷凍かき大粒(徳用) 350g		写真を見て、なんとなく量がイメージできるけど...できたら「約何個入りです」と個数のお知らせをして欲しいとの声寄せられました。
		12月4回より目安粒数の表示をしました。 「大粒180g = 約5～7粒」 「大粒徳用350g = 約11～15粒」

2) 非食品での実現事例(10月～12月分)

商品名	「声」の内容	対応の方向性
藍ろまんレンジで蒸し器	使い方やレシピがついていないため、使い方がわかりません。	10月3回企画分よりオリジナルのレシピを入れるように改善いたしました。
不織布マスク 子供用50枚	子供用と表示があったので小学生の子供にと思い購入したが、園児、低学年用で小さすぎた。商品案内はサイズだけで、わかりづらい。改善して欲しい。	商品に記載されている「子供向け(園児・低学年向け)」の表示が商品案内では案内できていませんでした。2月2回から「子供向け(園児・低学年向け)」と商品案内に表示しました。
キッチン 泡ブリーチ	本体容器にも付替え2回を目安にスプレー取替を促す注意書きがあるのに、付替え企画の頻度に比べて本体企画が少ないため、本体の企画を要望する声をいただきました。	本体企画を2011年度より月1回の頻度に見直します。

コープきんきの事業連帯 2011年度に向けて

10年度は、生協への信頼度のアップ、商品と売場の魅力のアップ、組合員の暮らしを守る力のアップに取り組みました。

1 生協への信頼度のアップ

- コープきんき商品検査センター“コープラボ”が7月から稼動し、コープきんきとしての品質保証体系再構築の大きな節目となりました。



2 商品と売場の魅力のアップ

- 宅配 食品事業では、世帯利用高が計画値を下回り、供給高も予算比 97.9%、前年比 99.4%となりました。非食品事業では、世帯利用高は前年を維持し、供給高は予算比 98.3%、前年比 100.3%と、前年実績は維持しました(4～12月度累計)。
- 食品事業では見やすく買いやすい売場をめざして、10月から商品案内紙面の改革を行いました。世帯利用高の減少は小さくなりつつありますが、予算を安定的に達成するには至っていません。
- その要因として、「宅配事業 商品政策」の具体化・実践の立ち遅れがあります。「政策」を全面的に実践し、品揃えをはじめとする売場の改革やそれを支える商品力の強化などを、強力に押しすすめていかなくてはなりません。

3 組合員の暮らしを守る力のアップ

- 「くらし応援」のとりくみを継続し、新たにコープベーシックシリーズの取り扱いを開始しました。また、生鮮原料の一括調達や非食品のコンテナ単位・ロット単位の調達を拡大し、価格の引き下げを図りました。
- しかし、一方で市況のトップNB商品の価格攻勢により競争が強まる中、生協が提供する価格では「安さが実感できない」との声をコープベーシック商品などでもいただきました。

2011年度の基本方針

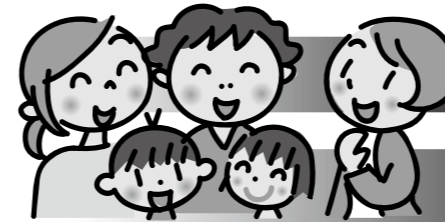
StepUp きんき

を継続します。

生協への信頼度のアップ

商品と売場の魅力アップ

組合員の暮らしを守る力のアップ



2011年度の重点課題

2011年度の重点課題

宅配事業

1. 売場作り強化のとりくみ
見やすく利用しやすい売場の実現
 - ①食品、非食品それぞれの売場改革
 - ②「自動注文」や「いつでも注文」の仕組みづくり
2. 品揃え充実のとりくみ
 - ①商品構成の見直し
 - ②世代別品揃えの強化
 - ③生鮮・日配分野の品揃えの強化
 - ④三大家事に対応する日用消耗品群の事業強化
3. 暮らしを守るとりくみ
 - ①組合員の暮らしを守るための価格対応
 - ②コープベーシック商品の展開
 - ③トップNB商品の価格対応の強化



商品開発・調達

1. 商品開発・調達力強化
 - ①きんきエリア共同開発商品の全面見直し・開発
 - ②「留め型商品」(オリジナル商品)の展開の拡大
 - ③生鮮原料の一括調達の拡大
 - ④主力の定番商品の年間数量計画に基づく調達力の強化
2. 組合員参加と事業広報の強化
 - ①エリア共同開発商品の再開発での組合員参加の拡大
 - ②生協の取扱商品の魅力や価値等の事業広報の強化



品質保証

1. 品質保証計画の遂行
 - ①取扱商品の安全性の確保と品質の向上
 - ②農産の品質改善



インターネットやギフト事業

1. インターネット事業の強化
 - ①新たなインターネット共同基盤への移行と安定稼動
 - ②宅配事業の受注ツールとしての使い勝手の改善、コスト効率の改善
 - ③会員生協の利用者拡大の支援
2. ギフト事業の充実
 - ①ギフト事業の着実な伸長を図ります。
 - ②「(仮称)お取り寄せ企画」の共同化などの検討・準備



店舗事業

1. 共同仕入
 - ①加工食品・菓子部門の品揃えの最適化と利益の改善
2. 共同企画、会員生協対応
 - ①3生協の日配部門や日用雑貨部門の共同仕入の実施
 - ②店舗事業連帯について、各会員生協のニーズに応えた対応や運営方法の検討



第22回 商品開発組合員懇談会を開催しました。

2011年2月3日、おおさかパルコープにて「第22回商品開発組合員懇談会」が開催されました。会員生協50名、お取引先41名(27社)、日本生協連等からの参加も含めて合計130名の参加で行なわれました。

全体会では、門脇専務理事より、「10年度12月までの事業状況と特徴、「11年度の基本方針と最重点課題」、上田常務理事より、「10年度12月までの状況と今後の取り組みについて」、中村統括より、商品関連の報告がありました。

予定していたイシハラフーズ(株)(宮崎県都城市)の特別報告「自ら栽培!畑から始まる『九州のカットほうれん草』」は、新燃岳噴火の影響で



分散会の様子



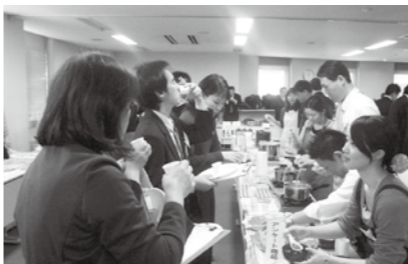
報告予定者が来阪できず、事務局からの報告になりました。

お取引先と日本生協連のご協力により、きんぎ開発改善、コープ商品見直し中、春の展示試食会商品、日生協の新商品など58品目の展示試食を実施しました。

分散会では、「味付けもずくの見直し」「惣菜シリーズの追加開発」「コープの見直し中の商品」をテーマに意見交流を行ないました。



見直し中の商品も試食しました。



見て、聞いて、食べて確認します。



全体の様子

第3回組合員理事懇談会を開催しました。

2011年2月8日(火)、チサンホテルにおいて「10年度第3回組合員理事懇談会」を開催しました。

元木理事長より、鳥インフルエンザ、新燃岳噴火、大雪の状況ときんぎの対応、くらしをとりまく状況(デフレ)の進行、グローバル化、少子高齢化、TPP、食糧問題、穀物・原油価格の高騰、10年度の会員生協の経営状況、売場改革・商品開発・商品調達の実践、事業連合の役割等について報告がありました。

上田常務理事より、「宅配・商品事業の第3四半期までの事業到達と今後の展開」について報告し、関連して、「宅配食品事業 10月からの改革と今後の取り組み」、「非食品事業 COOP商品を中心とした価値訴求事例検証」「非食品事業第4四半期ベジネーションの変更について」、「eフレنزリニューアルの稼動について」について報告し、ご意見をいただきました。

門脇専務理事より、「10年度総括・11年度方針 総会議案」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

《宅配・商品事業の第3四半期までの事業到達と今後の展開、関連

報告》

・10月の商品案内(食品)の変更は、改善による効果も生まれて成功だったと考



報告予定者が来阪できず、事務局からの報告になりました。

お取引先と日本生協連のご協力により、きんぎ開発改善、コープ商品見直し中、春の展示試食会商品、日生協の新商品など58品目の展示試食を実施しました。

分散会では、「味付けもずくの見直し」「惣菜シリーズの追加開発」「コープの見直し中の商品」をテーマに意見交流を行ないました。



見直し中の商品も試食しました。



見て、聞いて、食べて確認します。



全体の様子

えています。2月からの商品案内改善についても変更見本を見て、良くなったと感じました。価格マークもすっきりしました。

・非食品でもマンガを使って訴える「いいもの発見!」コーナーなど良い事例が生まれてきています。よく見ていただける商品案内を作るため今後も頑張ってください。

・会員登録していない組合員でも(ログインなしで)eフレنز画面を見られるようにしたことは大変良い変更だと思えます。また「この商品を購入した人は他にこんな商品を購入している」との関連表示も購入動機になり大変良いと思えます。

《10年度総括・11年度方針 総会議案》

・現状はシニア層に支えられているのが実態です。しかし、今後の生協を考えると子育て層、ファミリー層に依拠した事業展開が必要です。今後とも宅配事業の仕組みやシステム改善を不断にすすめ、組合員の満足度を高める取組みを強めて下さい。

・シニア層への対応として、見やすい表示などユニバーサルデザインへの取組みが大切です。メーカーへの呼びかけなど対応を強めていただきたい。



「くらしのパートナー組合員懇談会」では、お取引先を訪問しての商品学習会や工場見学会のとりくみを進めています。

株式会社サンスターの工場見学会を行いました。

2010年10月27日(水)徳島県板野郡松茂町にあるサンスター株式会社徳島工場を見学しました。工場見学会には、組合員・ご家族21名、お取引先・関係者を含めて25名が参加しました。

最初に、「会社概要」及び「オーラル用品、コープ化粧品品の製造」、「環境配慮・地域貢献」についてのお話を伺いました。歯ブラシ工場と化粧品工場を見学した後、参加者全員が「ヘチマ水配合の化粧水」を作りました。

参加者からは、「空気の綺麗な場所にある、綺麗な工場」、「安心して使える化粧品や歯ブラシであることがわかった」などの感想をいただきました。



工場見学の様子



ヘチマ水配合の化粧水を作りました

株式会社ナリス化粧品の工場見学を行いました。

2010年12月8日(水)兵庫県三木市にある株式会社ナリス化粧品兵庫工場を見学しました。工場見学会には、組合員17名、お取引先・関係者を含めて21名が参加しました。

最初に「会社概要」及び「化粧品の製造」についてのお話を伺いました。工場を見学した後、コープ「フリーリア」について、お話をいただき、「肌診断」を行いました。参加者からは、「多くの方々の手によって検査され、安全安心であることを再認識しました」との感想をいただきました。



参加された組合員のみなさん



工場見学の様子



**2010年11月の
商品検査実施状況**

検査区分		品目数	検体数	自主基準外
新規検査	微生物検査	129	524	4
	食品添加物検査	35	36	0
	輸入加工食品残留農薬検査	0	0	0
	加工食品アレルゲン検査	10	10	0
	加工食品畜種検査	0	0	0
流通品検査	CO・OP商品微生物検査	199	199	0
	NB商品微生物検査	474	474	7
	農産物残留農薬検査	75	75	0
	中国関連食品残留農薬検査	15	15	0
	合計	937	1333	11

**2010年12月の
商品検査実施状況**

検査区分		品目数	検体数	自主基準外
新規検査	微生物検査	65	455	2
	食品添加物検査	27	27	0
	輸入加工食品残留農薬検査	0	0	0
	加工食品アレルゲン検査	12	12	0
	加工食品畜種検査	0	0	0
流通品検査	CO・OP商品微生物検査	364	364	0
	NB商品微生物検査	590	590	6
	農産物残留農薬検査	14	14	0
	中国関連食品残留農薬検査	16	16	0
	合計	1088	1478	8

※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。
 ※新規商品検査において基準外になった商品は供給を中止しています。
 ※流通品検査において基準外になった商品は原因調査と対策を確認しています。

コープきんきでは、生協で取り扱う商品に対する組合員の信頼に応えるために商品検査を行っています。

品質保証のとりくみ



奈良県立医科大学教授今村知明氏の講演

2010年11月13日日本生協連生協会館新大阪会議室において「コープきんき食品クワイシス合同研修会」を開催しました。研修会には、会員7生協29名、きんき14名、日本生協連2名等を含めて総勢49名の参加がありました。講師として奈良県立医科大学教授今村知明氏、また、コメントータとして大阪食品衛生協会常任理事福井彰三氏にご参加いただきました。

**コープきんき食品クワイシス
合同研修会を開催しました。**

今村先生からは、「毒物混入事件への備えの必要性、ギョーザ事件の検証で得た教訓」について、講演をいただきました。「初動において、限られた情報の中で、被害拡大防止の手立てを尽くすこと」の重要性やそのための訓練の必要性について語られ、他社の事例も含めて報告があり、改めて認識を深めました。

シミュレーション演習は、過去に関東地方で発生した重大な細菌性食中毒の拡散事例をふまえ、散発的な危害情報から「人命クワイシス」に急速に事態がエスカレートしていく局面への対応を2つのフェーズに分けて、状況付与型で実施しました。

第1フェーズでは初動での事態把握と対策本部の立上げ、被害拡散防止措置の実施について、第2フェーズではマスコミ対応・被害者対応について、会員生協ごとのチームで実践的に深めました。

研修の様子



2010年度第3四半期までの事業到達

宅配事業



《宅配 食品事業》

供給高、荒利益高、世帯利用高とも予算・前年を下回っています。

	実績	予算	昨年実績	予算比	前年比
供給高(百万円)	122,024	124,647	122,805	97.9%	99.4%
荒利益高(百万円)	33,323	34,236	34,107	97.3%	97.7%
利用人数	29,183,014	29,492,556	28,338,923	99.0%	103.0%
世帯利用高(円)	4,181	4,226	4,333	98.9%	96.5%

注) 数値はコープきんき7会員生協の合計です。

《宅配 非食品事業》

供給高は前年を維持しています。荒利益高、世帯利用高は前年を下回っています。

	実績	予算	昨年実績	予算比	前年比
供給高(百万円)	22,185	22,571	22,108	98.3%	100.3%
荒利益高(百万円)	7,611	8,061	7,811	94.4%	97.3%
非食品利用人数	13,684,859	14,518,855	13,439,441	94.3%	101.8%
非食品世帯利用高(円)	1,621	1,555	1,645	104.3%	98.5%

注) 数値はコープきんき7会員生協+コープ北陸の合計です。

店舗事業

共同仕入部門の供給高(百万円)

	実績	予算比	前年比
加工食品部門	5,467	96.5%	100.5%
菓子部門	1,969	97.8%	102.9%



ギフト事業

冬ギフト(歳暮)

	実績	予算	予算比	前年比
供給高(百万円)	956	953	102.3%	112.7%

eフレンズ登録会員数

	実績	計画	計画比	前年比
登録会員数(人)	279,016	296,746	94.0%	113.6%

