

基本的考え方を支えるキーワード

1 生協観

生協は、組合員さんがくらしに必要なものを買うためにつくった組織です。形は似ていますが、一般小売業が商品を「売る」ことが目的なのに対して、生協は「組合員さんが欲しい商品を購入することに答える」ことが目的です。販売業ではなく購買業なのです。組合員さんと役職員とが、組合員さんのくらしにより役立ち続けるという同じ方向をめざして、力を合わせていく組織です。

2 組合員観

組合員さんは、組合員さんであるまえに一人の人間です。当然にも、「幸せにくらしたい」「家族のくらしをもっとよくしたい」と願っています。一人ひとりの組合員さんの日々のくらしを、「芸術家が芸術作品をつくるように」とても価値のある貴重なものとして尊重することが大切です。そのような人が、自分の意思で生協に加入してオーナーとなり、くらしに必要な商品を利用し、意見を言うてくださるわけですから、生協はその思いに答えていくことが求められます。組合員さんの出資・利用・運営参加を、組合員さんのオーナーとしての権利行使と捉えることが大切です。

3 職員観

職員はだれもが、「人の役に立ちたい」「人から認められたい」「自分を成長させたい」という思いを持っています。人としてのこの素朴な思いが尊重され、一人ひとりの職員が意欲的に働き続けられるような運営が求められます。仕事の目的が共有でき、達成目標が明確になり、自分の果たす責任が自覚できたところに、かみ合った情報が届けば、一人ひとりが自覚的に働けます。人はだれでも、わかれば納得でき意欲がでます。わかれば知恵がでます。わかればやれます。

4 お取引先観

コープみやぎきは、組合員さんがくらしに必要な商品を購入するための組織です。その商品やサービスを供給してくれる取引先があって、購買事業が成り立ちます。ですから、お取引先は、組合員さんのくらしに役立ち、生協事業が成り立っていくためのパートナーです。お互いに協力し合って組合員さんのくらしに役立つことで、お互いの事業経営が良くなることをめざします。同時に馴れ合いにならず緊張感のあるものにしていきます。

5 商品観

商品は、使われるときに「人間に役立つ」という値打ちを発揮します。ですから、商品の本当の値打ちは、その商品を買って使った組合員さんが判断します。生協は、使った人からその商品の評価を素直に聴いて、生産側に情報を伝え改善に生かしていく役割、役立った情報を求めている組合員さんに伝える役割をもっています。ですから、一人ひとりの組合員さんのくらしを知り、くらしにその商品がどんな値打ちを発揮しているかをつかむことが必要です。

6 労働観

生協で働くということは、組合員さんのくらしに役立つため役職員一人ひとりが自分の役割を果たすということです。商品と同じように、働くことの値打ちも組合員さんが判断します。役職員一人ひとりの「働き方」は自分の意思で変えられますから、より役立つように自分で努力していくことが求められます。そして、その努力が自分を成長させることにつながります。

7 生協財務運営観

73年の設立以来、組合員さんと役職員の努力が積み重ねられて、現在の無借金経営体質がつけられてきました。役職員は、組合員さんから出資金を預かり委託されて事業経営を行っていくわけですから、役職員一人ひとりに経営責任があります。年度年度を堅実に経営していくと同時に、将来にわたって組合員さんのくらしに役立ち続けられ確実な経営ができるようにしていくことが求められます。

8 組織観

生協という組織は、「組合員さんのくらしに役立つ」という目的のためにあります。その目的達成のために、一人ひとりとは分担して固有の役割を担います。構成員一人ひとりが、かけがえのない人として尊重される組織、そして構成員一人ひとりにとって心ひかれる組織であることをめざします。

9 「蝶を集めるには花を育てよ」

蝶を捕まえようと追い掛け回しても蝶は逃げていく。蝶が集まる環境をつくるのが大事ということ。蝶を「組合員さん」「お取引先」「職員」と置き換えてみるとわかりやすい。

蝶が集まる花は、かんたんには咲かない。土を耕し肥料をやり、丈夫な根と幹が育って初めて美しい花が咲く。地道な努力の積み重ねが、美しい花を育てる。

美しい花に自然と蝶が集まるように、いいものには自然と人が集まる。ひたすら自分を磨く、組織を磨くことに精進し、組合員さんやお取引先が気持ちよく集まってくるような生協でありたい。また、職員が気持ちよく働ける環境をつくっていくことも大切である。

（「蝶を集めるには花を育てよ」は、元(財)JC総研・松岡公明氏のことばから引用）

10 コープみやざきは、出資金を出され利用されるあなたがオーナー（所有者）です。

（1998年総代会資料・組合員さんへの呼びかけより）

ご意見やご要望を出していただき、あなたのくらしに役立つ生協にしていくことは、あなたの権利なのです。意見や要望を伝えることに、遠慮があったり、少し勇気がいったりするかもしれませんが、しかし、あなたのご意見、ご要望によって実現・改善されていくことが、同じように思っていたり、困っていたりする組合員さんにもきっと役立ち喜ばれていくと思います。コープみやざきの役職員は、「“私たちの供給する商品を中心に家族の団らんがはずむこと”をめざします。」をスローガンに、あなたのご意見・ご要望に全力で応えます。結果は、発信していただいたあなたにきちんと伝わる形でお返しします。また、寄せられた声の中で、「よかったよ」の声については、カタログや「にじのわ」「ハロー！コープ」などで伝えたり、お店のPOPで紹介したり、メーカーに届けて仕事の励みにしてもらったりします。また、「何とかしてほしい」の声については、該部署やメーカーに伝え、商品やサービス、運営の改善に生かします。

そして、あなたに「私の共同購入」「私のお店」「私の生活事業」「私の生協」と思っただけのようになりたいと考えています。

今後とも、生協を利用されてのご意見、ご要望をぜひお寄せください。

1 1 組合員さんからみて、こんなお店に！ こんな共同購入に！ こんな生活事業に！ 私の生協に！

〔お店〕

お店に一步入ったらなにかワクワクさせてくれるような買い場の雰囲気
思わずこちらまで微笑んでしまうような働く人の笑顔とあいさつ
今日は何がおすすめの商品なのか、一目でわかる陳列やエンド
少しかしこくなったらうれしくなれる、組合員さんのくらしの知恵がつたわるPOPや情報
何でも気軽に相談できて、私の要望や思いを真剣に受け止めてもらえるお店
雰囲気がよく、自分の欲しい物が気持ちよく買えて、また来るのを楽しみにして後にする私のお
店・・・ 私の生協

〔共同購入〕

毎日のくらしにかかせないものが、選びやすく、わかりやすいカタログ
四季折々のくらしにうるおいを与えてくれる商品の数々
週一回の配達を楽しみに待つ気持ち
私の話（声）を聴いてくれて責任を持って実現することに力を注いで応えてくれる地域責任者
「知って良かった」「言ってくれた」と感じられる、商品と一緒に届けられる組合員さんの知恵や
情報
信頼と安心が実感でき、幸せな気持ちにしてくれる私のくらしになくてはならない共同購入
・・・ 私の生協

〔生活事業〕

くらしの中で困ったとき、生協に「相談してみようか」と気軽に相談できる窓口、家族の大切なこと
や楽しい計画の輪の中で、私の思いに寄り添った提案をしてくれる生活事業
いざというときには役立ち、自分が支払いを受けなくても（自分の）掛金が「人の役に立ってよかつ
た」と思える協同の力が感じられる私たちの共済
親身に話を聴いてくれる生活事業の職員と的確に専門知識を提供してくれるお取引先、相談してよかつ
たと、安心と誠実と優しさを実感できる生活事業・・・ 私の生協

1 2 購買事業における5つの大事なこと

- ①買おうと思ったとき、欲しい商品があるか
- ②スムーズに気持ち良く買えるか、商品の使い方は交流されているか
- ③一人ひとりが大事にされ、私も役立っていると思えるか
- ④これで事業としてなりたっていくか
- ⑤組合員さんのくらし全体から見て、その組合員さんにとって最も役に立つように、他の事業も適切に案内できているか

1 3 仕事をすすめる上で3つの大事なこと

- ①ウソを言わない
- ②言い訳しない
- ③自分の失敗（成功）を他人のこのように研究する、他人の失敗（成功）を自分のこのように学ぶ

14 商品の開発改善、および品揃えの6つの切り口

- ・より おいしく
- ・より 安全に
- ・より やすく
- ・より 分かりやすく
- ・より 使い勝手がよく
- ・より 環境や健康に配慮して

*店舗の品揃えについては上記に加え・トレンド・トップブランド・地域商品を切り口とする。

15 仕事改善の6つの切り口

- ・より 喜ばれるように
- ・より 楽しく
- ・より 楽に
- ・より 正確に
- ・より 速く
- ・より 自分に納得ができるように

16 自分に矢印を向ける

「うまくいった時は周りのおかげ、うまくいかなかった時は自分の責任。うまくいった時は周りに感謝し、うまくいかなかった時は自分に矢印を向ける」

17 トラブルなどで組合員さんに対応する時の4つの大事なこと

トラブルなどで組合員さんが意見を言われるときは、相当な勇気を出して発言されています。そして、発言の一つひとつは、その組合員さんにとっては事実です。組合員さんに「なってみて」、誠実に対応していくことが大切です。また、後方部門は、事実に基づき迅速に調査をしたうえで結果を伝えます。

- ①基本はまず受け止める……………何を言おうとしているのかをよく聴き、理解する
- ②お詫びをする、ご要望に沿って対処する
……………組合員さんの満足を作れなかったことに対してお詫びし、
要望に沿って（くみとり）対処する
- ③説明する……………言い訳にならず、事実と誠意をもって
- ④感謝する……………おかげで気づくことができました の思いを込めて

18 数値でみる

“数値をみる”のではなく、“数値でみる”ことが大切です。

数値は自分たちの具体的な仕事の中身（結果）を表わしており、正直かつ冷厳です。解釈や言い訳でなく、事実を冷静に受け止め、よく検証・分析し、対策を考えることが必要です。数値から逃げてはいけません。

19 「楽しく仕事をする」ことを追求し、感動をつくる

人に役立つ仕事は本来楽しいものです。しかし、毎日の仕事というのは平坦ではなく地道な苦勞（努力）を伴うものです。この苦勞を乗り越えたとき、その苦勞の大きさ以上の楽しさが待っています。「楽しい仕事がしたい」と考えるより、「楽しく仕事をする」と仕事への向かい方の中に楽しさを求める方が、現実的で能動的で、その日々の努力が、人に喜びと感動を与え、自分の成長につながることとなります。

毎日の仕事の中で「さすが生協」「生協があって良かった」「あなたのおかげ」「あなたがいるから」「あなたから買いたい」、そんな小さな感動をつくっていききたいものです。一人ひとりが組合員さんや職場の仲間と一緒に、感動できる仕事をつくりだしていきます。

20 「経験のくりかえし」でなく「経験の積み重ね」を

同じ仕事を何年間も繰り返すのと、毎年経験を生かしながら積み重ねていくのでは到達点は全く違います。成長しながら「私は〇〇ができます」という自分の履歴書が毎年書きかえられなければなりません。

そのことができなくて給与だけアップしていくことは無理なことです。

組織としても、一人ひとりの失敗・成功をすばやく交流し、積み重ね、財産としていきます。

21 「リッスン・ドウ・シー」「まずはやってみる」「できている人や部門、事業所に徹底的に学ぶ」

組合員さんや仲間のことを思い、聴いたこと・よかれと思ったことは「まずはやってみる」。やってみて、結果・事実で振り返り、スピーディーに次に生かします。組合員さんの声は、より深く聴こうとすればより多くの気づきができます。その声を素直に受け止め、やってみることで新たな気づきが生まれます。

「できている人や部門、事業所に徹底的に学ぶ」ことを、すべての人・部門が取り組みます。大きな変化をつくった人や部門は、このことを実践しています。宮崎という同じ地域、コープみやざきという同じ組織で働く人の中で実際にできている人から深く学びます。真剣に学ぼうとする人へは真剣に教えてくれます。

現状に甘んじず、よりよい仕事、より喜ばれる仕事をめざして、同じ生協にいる仲間が創りだした宝を、みんなの宝にします。

22 「寝ても覚めても考える」「脳みそが汗をかくほど考える」

小さな改善や工夫にも光が当たり、それをみんなが評価する組織もめざします。そのために、一人ひとりの職員の知恵、アイデアがもっともっと出せる、出しやすい運営に努めます。目に見える形のものだけでなく、仕事のしかたや対応にも光が当たるようにします。

挑戦することを大事にし、よかれと思ってやった失敗は責めません。「寝ても覚めても考える」

「脳みそが汗をかくほど考える」。自分のアイデア・提案が実現し、多くの人に感謝され、コープみやざきの歴史に残ることは、仕事をする上で最高の喜びとなります。この喜びの積み重ねがコープみやざきの成長となります。

23 「善の循環」を広げる

店舗でも共同購入でも生活事業でも、組合員さんからの喜びの声や感謝の声がたくさん聴けるようになっていきます。また、職員やお取引先などからも、「よかったよ」や「ありがとう」の声が増えています。それらの声を、事業や仕事に生かすことと合わせて、喜びや感謝の声を形にして関わる人に伝えていくことで、仕事の励みや喜びにつながっていきます。「よかったよ」や「ありがとう」の声を生かして、喜びと感謝の思いが伝わり共感が広がり、次々に伝わっていくようなつながりを「善の循環」と呼びます。「善の循環」が広がっていくことが、生協に関わる、組合員さん・職員・お取引先など、人と人との共感関係を創ることになり、一人ひとりが大事にされる組織関係を創ることになります。

24 「相手の気持ちになって考える」「人の喜ぶことをする」

「自分の気持ち」は何も意識しなくてもわかりますが、「相手の気持ち」は、今の自分の気持ちを一旦捨てて相手の中に入って考えないとわかりません。いわば、「相手になってみる」努力が必要で、この努力は自分を磨くことにもなります。例えば、「新しい職員が入ってきた時」

は、自分が新人だった時の不安だった気持ちを思い出し、新しい職員になって考えると、自ずとどう対応してあげたらいいかわかってきます。相手の気持ちになって努力することが自分を高めることになります。一緒に働く仲間、利用していただく組合員さん、お取引先との関係でも、相手の気持ちになって考え、相手が喜ぶことをすることで、相手の喜びが自分の喜びになります。「試食を出す」「運転をする」「掃除をする、挨拶をする」「POPをつくる」全ての場面で生かせる言葉・考え方でもあります。何かを判断する時、行動を起こす時の軸になる言葉・考え方になります。

25 「決められた時間内に求められる成果を出す」

一人ひとりの職員が、決められた時間に求められる成果を出す努力を全力で行ないます。全職員で創るジグソーパズルの絵は、一人ひとりが自分の役割を果たし輝くことで素晴らしい絵になります。ただ、一つひとつのピースは、細胞と同じく生きたピースであり、全職員で創るコープみやざきという組織は、一人ひとりが自分の役割を生き生きと果たし輝くことで、よりいきいきとした素晴らしい組織にすることができます。時間を意識し、その中で自分の役割を精一杯果たすことが、お互いの信頼と団結を生み、求められる成果を生み出すことになります。

26 「サービス業はスピードと嗅覚が命」

(今日来てくれた組合員さんが明日来てくれるとは限らないのだから)

コープみやざきの職員は部門責任者という肩書があります。決裁においては、上長に確認しなければならぬ案件はありますが、「目の前の組合員さんによかれと思ったことは自分の責任で判断して対応してください」ということです。言われなくても「何を言わんとしているのか」「どうしてほしいのか」「どんな商品やサービスが求められているのか」など嗅覚を高めることは事業を進めるうえで大事な要素となります。また、あらゆる仕事において、組合員さん対応に対してもスピードは欠かせません。早すぎて問題になることはほとんどありません。「常に相手の期待の少し上を目指すこと」を意識すれば難しいことではありません。

これらのことは、対組合員さんだけでなく、職員間においても大事なことです。

27 「商品力を高める」

「商品力」とは「組合員さん一人ひとりが求める商品（品質・規格・価格・使い勝手・必要な表示など）を、一人ひとりに的確に供給し続ける力」だと考えます。だとすれば、商品力を高めるには、商品を知り、探したり、開発することができるだけでは足りません。まず、組合員さんが何を求めているかを知らなくてはなりません。

28 ことばの整理

『生協らしさ』・・・よりよいものをめざして、組合員さんと職員が力を合わせて商品や組織をつくりあげていくこと

『みやざきコープ商品』・・・コープみやざきの責任で供給する商品であり、コープみやざきの責任でつくりかえ続けられるもの

『組合員参加』・・・組合員さんが「自分の声が生かされている」「自分も役立っている」という実感がもてること

2023年のまとめと2024年の進め方

専務理事 泰山 誠

【1】2023年全体のまとめ（数値で観る） *数値は11月末時点

（1）事業全体

- ①組合員数は、27万2,030人 前年比101.2%。11月の事業利用組合員数は、17万3,431人で、昨年続き、事業を利用される組合員さんは増加している。
- ②供給高は、予算比99.6%、前年比100.5%。経常剰余は5億6,199万円の黒字で、予算比335.2%、前年比76.7%と予算を越え、好調に推移している。
- ③人時生産性は前年を上回り、3,086円（前年比101.9%）+57円。2019年比では、+247円の改善となっている。

（2）店舗事業

- ①来店者総数は前年比98.9%と減少傾向が続いているが、11月の利用組合員数は前年比100.2%と増加している。店舗受付加入は4,751人、基礎購買圏加入率は62.5%（+0.8%）と増加した。
- ②供給高は、予算比99.4%、前年比100.5%。自宅療養支援物資の取り扱いはなくなったが、前年を超えた。
- ③経常剰余は、前年には届かなかったが予算を超え9,923万円。GPRは28.5%、予算前年を上回った。値引き・廃棄ロスの前年より後退した（+0.58%）。値入率は、31.0% 前年差+0.7%と高い水準を維持している。総労働時間は、前年比98.9%、人時生産性は、2,584円で前年差+70円の改善となった。
- ④供給高が前年を超えた店舗は、柳丸店、佐土原店、大塚店、財光寺店、赤江店、かおる坂店、花繰店、花ヶ島店、日南店。部門では、水産、畜産、惣菜、ベーカリー部門が前年実績を超えた。

（3）共同購入事業

- ①共同購入登録者は前年比99.2%、利用者は前年比98.3%、利用率は75.1%前年差△0.7%とやや後退したが、2019年と比べると、利用者107.0%、利用率+2.6%と高い水準を維持している。共同購入登録をしている組合員世帯数は17.3%となっている。
- ②供給高は、予算比99.3%、前年比99.7%。GPRは25.4%で予算を超えた。経常剰余は、5億889万円。前年には届かなかったものの予算比144.9%と好調に推移している。人時生産性は、5,128円で前年差+7円の改善となった。
2023年10月に商品センターが移転し、順調に稼働している。
- ③受注実績供給高の前年比は、食品100.8%、非食品98.0%、一人当たり利用高は増加、一人当たり点数は減少している。

（4）生活事業

- ①旅行・生活・住宅センターの利用者の合計は、5万5,623人 前年比104.3%。事業総剰余が予算比110.8%、前年比107.5%、経常剰余は2,351万円の黒字で回復基調。
 - ・住宅センター利用者は、前年比99.3%。2,678万円の黒字。
 - ・生活サービスセンター利用者は、前年比112.2%。759万円の黒字。
 - ・旅行センター利用者は、前年比58.6%。供給高前年比122.3%と回復傾向が強まっている。
- ②くらしの保障部・プラスサービスは、4,059人加入者が増えました。手数料収入は予算前年を超え、延べ1万2,231件、9億2千万円を超える支払いができた（9月末時点）。

【2】2023年の強めること、新たに取り組むことの振り返り

(1) 組合員さんの声を聴き、生かし切る努力を積み重ね、組合員さんのくらしの願いを実現する。

- ①組合員さんの「声」を聴き、「思い」を受け止め、事業に生かし切る実践は進んだ。また、事業の垣根を越えた事業の紹介や、組合員さんの「声」を関係部署につなぐ事例など組合員さんと協同する事例が増え、願いを実現する実践も進んだ。しかし、生活事業をはじめ、まだ知られていない事業も多く、必要とされる組合員さんに必要な情報を提供する研究は課題。また、望まれる商品やサービスを自分の頭で考え実現していく。
- ②「商品の気持ちになる」を意識した取り組みを提起した。商品の扱い方、陳列の仕方に思いを込める実践も進んだが、「陳列の際の商品の床への直置き」「商品の上に陳列用のコンテナを置くのは衛生的にどうか？そんな商品は買いたくない」という指摘もいくつか寄せられた。再度「相手の気持ちになる」「商品の気持ちになる」を意識した仕事をしたい。

(2) 改めて「すごい組織」へ挑戦していく。

- ①良好な人間関係をつくる基本となる「挨拶」については、未だに面談用紙に多くの方が不十分であると書かれており改善は進んでいない。すごい組織どころか、当たり前前の組織にすらなっていない。自ら進んで挨拶をする。また、ごみが落ちていたら拾う、ごみがたまったら所定の場所へ持って行く。「誰かがするのではなく、自分がする」ということを無意識にできる風土にしたい。改めて働く役職員皆が気持ち良く仕事ができる状態を追求し続ける。
- ③「改善無限・知恵無限」の仕切り直しをする。小さな改善の積み重ねは前進した。しかし、まだ改善できることはたくさんあると思う。面談用紙でも多くの改善提案が出されていたが、ほとんどはすぐに改善できること（例えばレジでJANが通りにくい、床が剥がれている、天井にカビがあるなど）。気づいた時に発信する風土にしたい。2,100人を超える職員の知恵を持ち寄り、さらに改善を進め、前進し続ける組織にしたい。「こんなことくらい・・・」などと思わずに積極的に発信してほしい。

(3) 商品センター移転

関係する全ての役職員の努力で無事移転することができた。同時にリサイクルセンターも稼働し、段ボールやカタログのリサイクルができるようになった。(株)リサイクルセンターコープみやざきは特例子会社認定の承認を受けた。村角商品センターについては、活用方法の検討を進める。

*特例子会社・・・障がい者雇用において、親会社（コープみやざき）の雇用に含まれることのできる子会社

物流部新設

移転に伴い、店舗ドライ物流も同じ敷地内に移転すること、将来の物流事情を鑑みて、物流部を設置し、コープみやざきの物流をトータルで見て、自分たちで考えられる部署の配置を行なう。（効率的な店舗・共同購入物流構築、オーナーオーダーセンター清武など）

(4) 職員採用と運用

職員採用については、面談用紙にも多くの方が書かれていたように苦労している。これは業種問わずどこもが苦慮している問題でもある。そんな中でも、本質的な問題は何かを見極め必要な対

応を進める。特に広報、他団体との協同の可能性について検討を進める。一方で、今いる職員のスキルアップも課題のひとつだが、店舗の「マルチスキル化」の取り組みで店舗のスキルは大きく前進した。「マルチスキル化」は、他部署でも少しずつ広がっている。このことはスキルアップだけでなく、個々の、部署の仕事の壁をなくす意味も持ち合わせているので、さらに前進させたい。

*マルチスキル化・・・一人ひとりの職員が、垣根を越えて一人2役3役を担えるよう努め、自身の成長や喜びを感じながら仕事をすすめること

(5) 職員育成

将来を見通し職員育成の考え方の整理は進まなかった。しかし、「亀田塾」の開催で、コープみやぎの歴史や基本方針の背景などを知ることができ、多くの喜びの声が寄せられているので今期も開催することにした。店舗では、「マネジメント研修会」「専任職員交流会」、共同購入でも「リーダーマネジメント研修会」を開催しそれぞれがスキルアップした。ディズニーランド研修も再開し、その後の仕事に生かされているので継続する。OJT・OFFJTの強化に加え、職員採用、採用後の研修期間を事業本部と協力して支えること、その他の研修など、体系的な職員育成を構築するために総務部の中に人事課を設置する。

*OJT・・・On-the-Job-Training 実際の業務を行う中で、必要な知識や技術を身につけていく研修方法の一つの手法

*OFFJT・・・職場外での教育訓練。自己啓発のため、研修・講演会・通信教育等、日常の業務を離れて行う教育訓練

(6) 共同購入の酷暑対策

経験したことのない異常気象で、農・水産物だけでなく人々のくらし方も変化してきている。11月中旬でも半袖で過ごせるような気温変化もあり、ファン付ベストの支給などを進めてきたが、今年度は職員の酷暑対策として、お盆の一週間共同購入の配達をお休みする。

(7) 提携店、新規事業

新規事業の広がり、物価高や、業界の人手不足などの影響もあり、大きな広がりには至らなかった。再度仕切り直して、組合員さんに喜ばれるサービス事業を強化する。弁当宅配については、他生協の調査を進め、いくつかクリアしなければならない問題はありますが、事業として成り立つことは分かった。体制が整い次第スタートさせたい。

(8) 面談用紙の改善

見習いたい人の欄を3人書いてもらっているが、その検証が弱いこともあり、1人に変更し検証を強めてスキルアップにつなげたい。同時に、表彰の対象となっていることが足かせになっていることも分かったので対象から外すことにする。

(9)「POPは一人の職員」 コトPOPの進化

対面してくれる職員の代わりと位置付けて、知恵を絞って作成する。買う人に話しかけるPOP。職員一人分の仕事をしてくれることを意識して作成する。

(10) 50周年記念企画を皆で成功させる

経営企画室・総務部を中心にそれぞれの事務局が役割を果たし、すべての取り組みやイベントが成功し組合員さんに喜ばれている。関わったすべての役職員に感謝したい。仲間づくりも進み27万人目の組合員さんを迎えることができた。『50周年記念誌』は全役職員に配布されているので、熟読しコープみやぎの歴史に学び、さらに深化し続けたい。

(11) 安全運転、労働安全、健康づくりは、幸せにくらししていくための前提条件。風土としていく。

①安全運転については、事故は微増・違反は前年と同レベルで推移している。職場での怪我は減少傾向。健康については一人ひとりが自覚を持ち自己管理することが求められる。

【3】コープみやぎの進路設計「5ヵ年スケッチ」

全国の生協（56生協集計）の2023年度9月累計供給高は、前年比100.5%（前年差+653万円）、店舗103.0%、共同購入99.6%となっている。コープみやぎは、同100.5%と全国平均と同率となっている。店舗は昨年の支援物資の影響もあり全国の伸び率を下回り100.4%、共同購入は99.5%（配達日数換算100.3%）となった。

共同購入は登録者、利用者が減少している。店舗は、来店者総数は減少したが利用組合員数は増加。仲間づくりが前進し、店舗の支持は維持されている。

情勢から観ると、ロシアによるウクライナ侵攻に端を発した原油価格の高騰および円安による物価上昇は続き、消費者物価指数（2023年9月）は前年より総合で3.1%上昇、食料は9.4%（2020年より+15.0%）上昇と高い伸びとなり、家計に大きく影響している。一方で、賃金の伸びは物価上昇に追いつかず、実質賃金指数は2022年4月以降、前年同月比マイナスで推移、個人消費は低迷している。

宮崎県の人口は、1996年117.7万人をピークに減少継続（2023年105.2万人 ピーク時比88.3%）。2030年には100万人を割る予測になっている。また、1世帯当たり人員は、コープみやぎ設立時（1973年）3.49人、2023年2.20人と減少。世帯数では一人世帯が最も多く16.7万世帯（35.8%）、そのうち約4割は65歳以上の一人暮らしとなっている。年齢構成比は、生産年齢人口（15～64歳）が1975年66.0%から2022年53.6%と減少、老年人口（65歳以上）が同9.5%から同33.4%と増加している。

こうした中で、組合員さんの願いを受け止め、より役立ち喜んでもらい、事業として成り立たせること、併せて、働く職員の雇用・給与を守ることを追求する。2024年は一人ひとりの職員が、仕事の質を高めていくことに決意と期待を込めて5ヵ年間でスケッチする。

スケッチにあたってのポイントは次の通り。

- ① 店舗は、毎年2店舗のリニューアルを計画している。
- ② 共同購入は夏季休業を予定している。2024年度に高鍋支所を移転する。
- ③ 生活事業の供給高は、主に旅行である。コロナ禍以前への回復を見込む。
- ④ 共済手数料を含めて、受取手数料は事業収入として事業総剰余金に反映させている。

数値で観る過去5年間の動きと今後5年間のスケッチ（単位：億円 端数2位切捨）

年度	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
店舗供給高	185.0	197.4	194.8	198.7	199.3	200.9	203.6	206.6	209.9	213.5
共同購入供給高	119.2	140.1	138.3	137.1	136.4	132.4	128.5	128.5	129.1	129.8
生活事業供給高	6.5	1.9	3.2	5.8	6.7	6.9	7.1	7.2	7.2	7.2
総供給高	310.9	339.5	336.4	341.6	342.6	340.4	339.3	342.3	346.4	350.6
事業総剰余金	90.1	99.2	97.9	99.2	99.7	98.9	98.7	99.5	100.6	101.7
人件費	51.0	55.4	55.9	55.6	57.5	58.1	58.5	58.8	59.2	59.4
物件費	30.9	31.7	31.5	33.4	36.5	37.9	37.4	37.1	36.6	36.3
経費総計	82.0	87.2	87.5	89.1	94.1	96.0	95.9	96.0	95.8	95.8
事業剰余金	8.0	12.0	10.4	10.0	5.6	2.8	2.7	3.5	4.7	5.9
事業外損益	1.0	1.2	1.5	2.4	1.5	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1
経常剰余	9.1	13.3	11.9	12.5	7.1	4.0	3.9	4.6	5.9	7.1
経常剰余率 (%)	2.9	3.9	3.5	3.3	2.0	1.1	1.1	1.3	1.7	2.0

* 供給高は毎月使っている月次決算書の年累計である。総代会に出す年次決算では、旅行事業など生活事業供給高や学校生協分が手数料収入に振り替わる。しかし、日常的には供給高として計上しており、この方が分かりやすいと思われるので、基本方針では供給高として表現する。

【4】「コープみやざきのめざすことと基本的考え方」、「基本的考え方を支えるキーワード」

方針書への補強

1. 「商品力を高める」

「商品力」とは「組合員さん一人ひとりが求める商品（品質・規格・価格・使い勝手・必要な表示など）を、一人ひとりに的確に供給し続ける力」だと考えます。だとすれば、商品力を高めるには、商品を知り、探したり、開発することができるだけでは足りません。まず、組合員さんが何を求めているかを知らなくてはなりません。

2. 「うまくいった時は周りのおかげ、うまくいかなかった時は自分の責任」うまくいった時は周りに感謝し、うまくいかなかった時は自分に矢印を向ける。

3. P3 「小さくてもキラリと光る生協」→「宮崎の地でキラキラと光る組織」に変更

4. P10 19 「楽しく仕事をする」・・・

自分の成長をつくることになりす→自分の成長につながるようになります。

【5】各(事業)本部、各室のまとめと進め方

(詳細は各本部の方針を参照)

店舗事業

1. マルチスキル化をさらに進化させる。
2. 水産の検定試験によってこの間スキルは上がった。他部門でも検定試験の要綱を整理した上で進める（希望者が受験する。全ての職員に求めるものではない）。
3. 北小路店に続き日南店の実践で、方針に沿って地道にやり続ければ、他店出店の影響は少なくできることが証明できた。ふれずに進めていく。
4. 日南店、財光寺店の年度内のリニューアルを行なう。
5. レジで「買い物をする上で困ったことはないですか？」の声かけを行ない、設備上の問題、必要な品揃え、陳列場所などの改善につなげる。

共同購入事業

1. 1月1週に次いで供給高の低い8月に1週間休業する。共同購入だけで生活している方が困らないように、正月同様前週、翌週の丁寧な案内を行う。暦によっては週またぎ（2週に休みを分散させる）も検討する。
2. 支援に入った職員からの指摘で効率の見直し提案が多く寄せられた。効率の良いコース見直しを行う。
3. 新センターの稼働が安定した時点で、卵、バナナ、低頻度の小さい雑貨品など可能な限り集品し、別載品を減らす。
4. 朝の立ち上げを西支所の実践に学び、全支所に広げる。

生活事業

1. コープカード利用提携先を増やすこと、手数料見直しを含め再度強化する。
2. 暮らしの保障部、プラスサービスとの保障相談を連携して行う。
3. システム化を加速的に進める。
4. 旅行事業の将来に向けた資格保有者を確保する。

商品本部

1. 「商品力」は事業を進めていく上での肝。商品力を高めレベルアップする。
2. 仕入開発部、店舗商品の品揃え・使い方交流部、共同購入商品の品揃え・使い方交流部は、仕事の中身をすべて洗い直し、決められた時間内に求められる成果を出す。期限設定の自分との約束を果たす。
3. 商品開発をさらに強化し、組織を活性化させる。

バックアップ本部

1. 経営企画室をなくし、総務部、機関運営部体制に変更する。総務部の中に人事課を配置する。
2. 仕事が属人化しないようにマルチスキル化を進める（バックアップ本部だけでなくすべての事業所共通）。
3. コープみやざきらしい制度の改定と、採用問題は喫緊の課題。知恵を寄せ合って難題を乗り越える。
4. SNS配信（LINE、インスタグラムなど）の研究と効率的な配信を検討する。
5. メンテナンス事業課の補強（什器や機器のメンテナンスの内製化）を研究する。同時に職員の持っている資格を調査する。

開発室

1. 高鍋支所移転、店舗リニューアルを滞りなく進め、村角商品センターの活用方法の検討に入る。
2. 省エネ、店舗廃棄物の効率化や情報収集を行う。
3. 新店、移転など店舗、支所の立地情報収集と検討を進める。

経営監査室

1. 期末予測、5カ年予測を正確に行うこと、投資計画や経営数値などについて、法的な立場からの発信を続ける。

物流部

1. 各事業のすべての物流の実態を調査し課題や問題を明らかにする。
2. 新たな物流の可能性について調査検討を進める。
コープみやざきは事業を進める上で、「システム・物流・商品は自前でコントロールできる状態にしておく」ということを大事に進めてきた。今回の移転をきっかけに、今年から商品センター、リサイクルセンターを事業部から切り離し、物流部を立ち上げ、一つの頭で物流を考え、効率化や新しい取り組みなど検討を始めることにする。

CMS

1. 改善無限・知恵無限の受け止めだけでなく、システム側（外から）見た気づきや改善を積極的に発信する部署にする。
2. 将来に向けた職員育成を行なう。