
日本生協連 第72回通常総会

活動報告・データ集

日本生活協同組合連合会

目 次

I	総会議案の検討過程について	1
II	商品力強化・ラブコープの取り組み	19
III	日本生協連SDGs取り組み中期方針(2020-22)の進捗状況	27
	データ集	31

I

2022年総会議案の検討過程について

1 検討過程

	検討期間	主な検討会議
骨子案	2021年11月～12月	・常任理事会、理事会 ・第3回地連運営委員会（5地区）
一次案	2021年12月～2022年2月	・常任理事会、理事会 ・全国方針検討集会 ・第4回地連運営委員会（5地区）
総会予定議案	2022年3月	・常任理事会、理事会 ・地区別・総会議案検討会議（6地区）

2 地区別・総会議案検討会議の開催概要

2022年地区別・総会議案検討会議は、新型コロナウイルス感染症の流行拡大をうけ、2021年と同様にオンラインとリアル参加のハイブリッド型で開催されました。

開催地区	開催日	開催地	参加人数	発言本数
北海道・東北	2022年3月25日	仙台	19会員63人 (会場7人、オンライン56人)	11人12件
中央	2022年3月23日	東京	38会員154人 (会場18人、オンライン136人)	9人9件
東海・北陸	2022年3月24日	名古屋	16会員111人 (会場7人、オンライン104人)	9人9件
近畿	2022年3月31日	大阪	18会員95人 (会場3人、オンライン92人)	10人10件
中四国	2022年3月29日	岡山	24会員75人 (会場20人、オンライン55人)	10人12件
九州	2022年3月30日	福岡	19会員61人 (会場12人、オンライン49人)	12人12件
合計			134会員559人 (会場67人、オンライン492人)	61人64件

3 地区別・総会議案検討会議での主な質疑応答 (○=意見、●=日本生協連・コープ共済連役員からの答弁)

重点課題1 生涯にわたる心ゆたかなくらし

<宅配事業のリノベーション(再強化) >

- ウクライナにおける深刻な人道危機の中、一人ひとりの行動が、持続可能な世界につながるという生活協同組合の理念・価値が今こそ重要だ。物価上昇や、宅配市場における競合の参入加速、徹底したサービスレベル追求、デジタルへの積極投資に対応していかなければならない。世の中に先んじて持続可能性を追求する生協グループとして、DXの加速とともに、商品を中心とした持続可能なくらしの実現、社会貢献といった価値を今こそ打ち出すべきだ。商品利用と社会貢献が両立可能な事業・運動の広がりをつくる。そのためにデジタル活用を進めていく。食品表示をめぐる変化の中で組合員の安心が脅かされないように理解を広めていくことも必要である。全国生協との協力で取り組みが強化されることを願う。(中央)
- コロナ禍は3年目に入り、物流トラブルや職員の感染拡大など危機を迎えるながら、事業継続できているのは組合員との信頼関係や現場職員の奮闘があってこそだ。デジタルシフト、宅配市場の競争が激化する中、生協宅配は変化しなければ遠くない未来に消滅するという強い危機感を持っている。宅配リノベーションやDX-CO・OPなど、連帶を通じて進めている。最も大切にすべきは、生協の存在意義をシンプルに具体的な言葉で表し、内外へコミットし、事業・活動に実装していくことだ。それが組合員や職員の共感、Z世代の支持にもつながる。22年度スタートする自生協のビジョン論議では、若手職員参加のもと、他企業・他団体、他生協とともに生協の存在価値・パーカスとは何かを考え、話し合う場づくりを進めたい。生協陣営で心をひとつにして、未来をつくっていきたい。(中央)
- コロナ前、赤字決算が避けられない極めて厳しい経営状況の中、事業改革について必死に協議し「宅配収益性を飛躍的に高めることによる投資余力の確保」と「そのための宅配MD改革・紙面改革の断行」という方針をまとめた。商品企画構成を最適化するため組織体制を改革し、両業態同時バイイングにも踏み込んだ。店舗供給構成が30%を切る中、店舗の取引条件改善には宅配のスケールメリットを活用するしかない。他生協にも学びつつ、事業効率や市場規模・トレンドを踏まえ、商品分類の見直し、重複・過剰の削減、不足分の強化、別チラシ削減、コマ拡大による中核商品づくりなどを進めた。アイテム圧縮には抵抗もあるが数値計画を連動させ、納得性ある進め方を意識した。コロナ禍による利用拡大で、アイテム削減の必要が高まり、予期しない追い風となった。年間数億円のコストダウンだけでなく、単品効率の改善、受注数安定化、イレギュラー削減、これらによる取引条件の改善につながった。別積み削減で配送ポイント数削減の効果も出ている。組合員からは、カタログが見やすくなり、品揃えが増えたと感じるとの声が寄せられている。全体最適化、Web含めた買いやすさの追求がMD改革の大前提になるとを考えている。(中央)
- デジタルコミュニケーション強化の一環で、Instagramでのアンバサダー活動を開始した。商品の使い方交流、若年層の利用のきっかけにつながっている。eフレンズ注文は全体の1/3に到達、今後過半数を目指している。今年6月の改修にあわせ、DX-CO・OPで開発された「コープシェフ」導入も予定しており、より使いやすい仕様をともに検討していきたい。DX-CO・OPでは全国生協の連帶を活かし、機能・コスト面でメリットが出せるようにしていきたい。デジタル対応は一層重要になる。若年層を中心に、加入・利用しやすさ改善に全国とともに取り組みたい。(東海・北陸)

- 組合員の高齢化、若年層の加入率低下に危機感を抱いている。40代までの加入・利用・参加を重点として、目標を掲げているが Web 含めて取り組みは不十分だ。全国先進事例の発信や、Web 広告などに統一で使える、CO・OP 商品のよさを伝える動画などの開発をお願いしたい。(北海道・東北)
- コロナ禍で宅配事業の競争環境は大きく変化し、人口減少やコスト増も懸念されることから、DX-CO・OP、宅配リノベーションへの取り組みを決定した。宅配の基本インフラである媒体制作システムの変更を進めている。コープアプリはコープ東北の基盤を活用し、ダウンロードは想定の 3 倍以上であった。会員生協と問題意識を共有し、課題を明確にしながら成果を具体化していきたい。日本生協連には引き続きの支援をお願いしたい。(中四国)
- 組合員の高齢化の中、若年層中心とした加入促進は、店舗・宅配とも大きな課題だ。Web や SNS の活用を含め、事例の共有化・実践を期待する。(九州)

- 宅配リノベーションは、宅配事業の損益悪化の危機感から、コロナ禍の前に提起しました。週一宅配という業態を維持しつつ磨きをかけるため「リノベーション」という表現としています。収益性低下にメスを入れ、数値目標を示して組織や事業を変革された取り組みは大変参考になり、全国にも共有化していきたいと思います。
- 宅配リノベーションでは、地域生協のフィールドで、利用体験改善や、現場効率改善に向けた実験を進めています。アジャイル型で実験、検証、改善を素早く繰り返し、精度を高めていくことが大切です。地域生協、日本生協連とともに進め、成功事例の共有化・横展開を図ります。
- 若年層対応は、30代以下の加入率が低下する中、大きな課題と受け止めています。DX-CO・OP の利用体験改善や、SNS を活用したデジタルコミュニケーションを進めています。加入への一押しが難しく、引き続き実験と情報共有を進めます。CO・OP 商品の動画については検討します。ぜひ活用いただけるよう準備します。
- 生協の独自性という点では、産直商品や地域に貢献する商品、PB 商品にさらに磨きアピールしていくことが重要です。CO・OP 商品でもエシカル対応にさらに磨きをかけていきたいと思います。

<店舗事業の黒字化>

- 長年要望の高かったエリアに 3 号店を出店する。オンラインで組合員応援団を結成し、組合員の声の反映にとりくんでいる。県外資本流出を含め厳しいエリアだが、組織率は高く、宅配・店舗一体となって進めている。3,000 人の仲間づくりに取り組み、訪問が難しい中、加入受付所にお越しいただいている。既存店と同様に商品力・生鮮を強化、要望の高いインストアベーカリーなど、組合員の声に基づく品ぞろえを進める。地域に根差した個店強化、組合員の願い実現に向け、黒字化の道筋を示すことが重要。新たな出店モデルとして軌道に乗せたい。物流・システム・人材育成などは大きな課題で、全国生協や日本生協連の指導を仰ぎたい。方針にある黒字化や総合力発揮とともに、魅力ある商品づくり・声に基づく商品開発に期待している。(東海・北陸)
- 生協の総合力を発揮した、特色ある店舗づくりが必要だ。エシカル特化型や量り売り、お年寄りの教養と教育、居場所となる店舗などが展開できると面白い。(中四国)
- 買い物支援事業は、店舗事業でも重要課題として位置付けている。一方、店舗事業の赤字は深刻で、買い物支援での採算性が重要だ。機能や業務内容の見直しを進める。引き続き、先進事例や取り組みの共有をお願いしたい。(九州)

○店舗事業で21年度より自宅から店舗への無料送迎サービスと、店舗購入商品の自宅への有料お届けサービスを開始した。事例を学ばせていただいた他生協に御礼を申し上げる。送迎サービスは3店舗で週300名利用、お届けサービスは2月に22名利用、いずれも客単価が高い。組合員に喜ばれているが、送迎サービスは効率面での課題もある。移動販売車がカバーする買い物困難地域以外でも、買い物に行けない方がいる。宅配・夕食宅配・移動販売と併せ、ふだんの買い物に役立てるよう進める。(関西)

- 新規出店にあたり、組合員と職員がともに議論しながら進められている点が素晴らしいと思います。全国生協組合員意識調査でも、宅配・店舗の併用者は利用金額が高いことが分かっており、宅配組織率が高いエリアに出店して利用を高める取り組みをぜひ横展開できればと思います。店舗黒字化・総合力発揮に向けて、引き続き課題や事例の共有化を図ります。
- 店舗は地域における相対評価であり、選ばれるお店となることが重要です。地域のニーズや競合との関係で、コンセプトを考える必要があります。総合力発揮に向けた全国の取り組みを共有化しつつ、黒字化に向けた提起を進めます。
- 店舗黒字化について、DX-CO・OPプロジェクトでも課題検討を進めています。店舗事業委員会でも交流が進んでおり、事例共有化など役割を果たしていきます。
- 店舗近くでの買い物送迎サービスは、団塊の世代が後期高齢者となり、免許返納も進む中で、一層重要な課題です。利用単価や採算性、継続性も大きな課題です。先進モデルとして普及できるよう共有をお願いいたします。

<魅力ある商品づくり>

○CO・OP商品への組合員の声について支所担当に伝えたところ、製造上の工夫をすぐに回答してもらいカタログで案内できた。組合員から取り扱い要望のあった商品について、支所担当の迅速な対応により翌週取り扱いができた。また商品の変更点について、要望以上のことを教えてくれた支所担当にも感謝。九州地区で取り扱うことができないCO・OP商品について、供給制約はあるかと思うが、流通ルート構築や類似商品開発など検討いただきたい。(九州)

- CO・OP商品事業でも、組合員に喜ばれる仕事をしていきたいと思います。ご要望の商品については取引先の製造能力や、物流・賞味期限などの問題をクリアする必要があります。類似商品開発も含めて、支所を通じて協議させていただければと思います。

<共済(くらしの保障事業)>

○共済は店舗推進が苦戦する中、共済部局に店舗クロージングの専任職員を配置した。宅配センターではタブレット加入を推進し、すでに主流となっている。共済マイページ登録への誘導も強化している。1月末に導入された「どこでも加入」は想定以上のスピードで活用が進んでいる。大きな商品改定が実現、助け合いの輪を広げるため、テレビCMやネット加入のための広報の一層の強化をお願いしたい。(中央)

○共済推進はコロナ禍で山場キャンペーンが苦戦。コロナ禍の中、宅配センターの朝礼にZoomで参加してエールを送り、一体感が生まれた。基幹店に初めて共済カウンターを設置、新たな店舗への設置も進めたい。「広める活動」をカギと考え、早期加入率と資料請求加入率の向上に努めている。はじめてばこは毎年5,000件申し込みがあり、若年世帯への案内を強化した

い。大きな商品改定が実現し、今後も組合員の暮らしに寄り添える商品であるよう、全国生協で連携し、ともに邁進していきたい。(中央)

○保有件数の減少が10年以上続く中、情報連携型へ推進体制を抜本的に見直し、現場の評価指標を換算ポイントから新規ポイントに変更した。ベルフェイスによる非接触の推進も開始、案内後の加入手続きはインターネットで実施。22年度はテレフォンアポインターの資料請求対応強化、地区担当の学習、クロージング担当のスキルアップに取り組んでいる。引き続き支援をお願いしたい。(東海・北陸)

○コロナ禍で配送時の対面が難しく、情報連携が減少。Web資料請求・加入は増加したが情報連携不足をカバーするには至っていない。ハピハピボックスや赤ちゃんサポート登録により若年層加入を強化している。共済加入は少なく、早期加入・ゼロ歳児加入を強化していきたい。推進専任担当の教育には引き続き支援をお願いしたい。共済と保険で組合員の暮らしを総合的に守っていくことが重要。「生協の組合員の暮らしの保障に関する政策」づくりを支持し、積極的に協議に参加したい。(東海・北陸)

○店舗推進はコロナ禍により苦戦、宅配推進はキャンペーン集中型から脱却し、予算達成した。22年度の推進重点課題である「広める活動」「若年層シェア引き上げ」に積極的に取り組む。いずれも《たすけあい》を維持継続するため重要。ゼロ歳児加入は、すくすく箱からの加入が低迷しており、職員学習・交流を要望する。17歳・19歳加入強化も重要。ジュニアコース満期延長、学生総合共済、新社会人コースをうまく活用し広くお知らせする。共済連には19歳まで加入できるという点のアピールを工夫・強化してほしい。コロナ禍で事業連合内の3生協の連携、学習・交流ができていない。スケールメリットを生かした企画・宣伝を中心に、コンプライアンス水準向上、タブレット・どこでも加入強化など進めたい。(北海道・東北)

○コロナ禍において「広める活動」を重点に取り組んだ。生協としてできること何か、現場職員は考え続けた。支援に尽力いただいた共済連に感謝。コロナ禍で会議時間の短縮など良い面もあった。会議時間は最小限として、組合員対応やコミュニケーションに時間をとれるようにしたい。(北海道・東北)

○マスマディアを活用した広報や、Web共済金支払い手続き完結などのデジタル化をさらに強化してほしい。現場職員育成へのさらなる支援、共済連職員の会員出向・推進スタッフ派遣も検討してほしい。学生総合共済について、若年層の加入拡大は重要だが、共済未加入者は問い合わせがあっても大学生協での保有となり、会員生協ではその後のフォローが難しい。スムーズに連携できる方法を検討してほしい。(中四国)

○新規組合員の早期加入のため、本部での店舗の共済専門スタッフ配置、仲間づくり・共済推進スタッフの一体化など進めている。学生だけでなく保護者までの世代に学生総合共済や新社会人コースを勧めることで購買事業にもよい影響が期待できる。進学・就職での転居などの手続き簡略化、Web環境整備を進めてほしい。(中四国)

○若年層組織率について、共済からの加入に大きな期待をしている。新聞未購読世帯へのポスティングや、関係する大学への学生総合共済パンフ設置打診を進めている。共済連のテレビCMなど認知向上施策に感謝。さらにSNSやデジタルサイネージ、リターゲティングなどを強化いただきたい。「生協の組合員の暮らしの保障に関する政策」について全国論議を歓迎。システムの整備や組合員案内ツールが充実し、組合員に分かりやすく保障提案できることを願う。(九州)

○商品改定は大いに評価されるべき。学生総合共済、新社会人コースなど選択肢の広がりは大変喜ばしい。共済と団体保険の一体推進は重要だが、現場として限られた時間での推進は競合関係を生む。会員生協が分かりやすく取り組める形を検討してほしい。また「広める活動」を支える総合的なツール・学習素材の提供、推進スタッフ以外も含めた学習支援を希望する。インターネット

ト等からの加入者増に合わせ、単協で困難な DX や宣伝広報に継続して取り組んでほしい。(九州)

○若年層からの切れ目ない保障に大きな期待を寄せている。学生総合共済から新社会人コースへのスムーズな移行・在学時からの宣伝強化について、大学生協・地域生協が連携して取り組めるよう協力をお願いする。また広告宣伝については費用対効果を検証しつつ、より質の高い資料請求につながる施策を検討いただきたい。今後採用難が再燃する中、採用支援上限額の引き上げ検討、e ラーニングによる研修、事務支援もお願いしたい。(関西)

○22 年度の重点は、「組合員の保障がとぎれないような適切な対応と、給付申請忘れないよう定期的な呼びかけ」「火災共済・マイカー共済の推進」「ジュニアコース満期年齢延長、学生総合共済、新社会人コースの周知」。集中月間をやめ、平月での組み立てに変更する。業務都合でなく、組合員満足を大切に進める。「生協が大切にしていること」がさらに伝わり、共感が広がっていくような広告宣伝をお願いしたい。(関西)

- 店舗の共済カウンターのデザイン改善・統一に向けた準備を進めています。店舗クロージング支援などの新たな取り組みへ共済連でもしっかりと支援していきます。
- タブレット加入やどこでも加入の活用など、好事例はコーすけスタディルームなどを通じ共有化しています。「広める活動」についてはコープおきなわの友だち紹介の取り組みを好事例として紹介しています。加入前の説明時に「困ったときにたすけあい、支えあう仕組み」、「加入の輪で商品良くなる」ことを徹底してお伝えしており、このような取り組みが 10 年連続 1 位の実績につながっていると考えています。
- 情報連携型へのシフトや換算ポイントから新規ポイントへの変更は、他生協の好事例も多くあります。ベルフェイスからのインターネット誘導に加え、タブレット加入やどこでも加入も積極的にご活用をお願いします。
- 仲間づくり担当と共済担当の一本化は、早期加入につながる取り組みとしてぜひ進めていただきたいです。県境をまたぐ移動について、共済マイページでの手続きが可能になります。LINE での情報提供や LINE ・マイページ連携など強化していきます。
- 21 年度・22 年度と大きな商品改定があります。V4000 を除くすべてのコースで保障内容が改善し、既存組合員にとってもメリットがあるので、お友だち紹介を含め積極的に推進を支援していきます。
- 学生総合共済からしか加入できない新社会人コースを卒業間近の 4 回生に案内したところ、200 名以上が新たに学生総合共済に加入していただきました。若年層にとって魅力のある商品ということの現れだと思います。テレビ CM や全国高校サッカー協賛を含め、しっかり発信していきます。また「生協の良さ」をアピールできる広告を研究していきたいと思います。
- 若年層への保障の充実を活かし、購買事業にも貢献できるよう検討していきます。学生総合共済から新社会人コースへの連携について、大学生協とは入学時に親御さんがどの会員生協に加入しているかを把握し、新社会人コースにつなげることなどを協議しています。新聞未購読世帯へのポスティング、デジタルサイネージやリターゲティング広告も実験や事例を踏まえて検討を進めます。
- ゼロ歳児加入のアプローチについて、学習・交流の場づくりを共済連としても進めます。17 ~ 19 歳の加入強化は、7 月以降 19 歳の加入が倍増しているものの、さらにアピール方法を工夫していきます。
- Web 共済金手続き完結は、開発をさらに進めます。加入につながるよう広報をお願いします。
- DX 推進について、タブレット・インターネット加入がすでに 43% を占めています。今年 1 月にリリースした「どこでも加入」も含め、普及・開発を進めていきます。
- 教育について、共済連からの会員出向は難しいものの、採用広報費や新規スタッフ手数料の支援などを引き続き進めます。e ラーニング活用や事務教育も支援します。コーすけスタディルームは、

21年度に大きく動画を増やしており、ぜひ活用をお願いいたします。雇用支援金の引き上げは即答が難しいものの、地区にご相談ください。新設した店舗推進部では、スタッフが退職しないような取り組みも始めたいと思っています。

- 「生協の組合員のくらしの保障に関する政策」に関する論議は緒に就いたばかりです。しっかり議論して、くらしを守るニーズに応える、実のある政策をつくりあげていきたいと思います。

<高齢者対応事業>

○21年度は介護報酬改定の対応が発生、また新型コロナウイルス第5・第6波による利用控えやデイサービス休業の影響を受けた。その中でも福祉事業収入は予算・前年比を達成、経常剰余金は初めて1億円を超えた。24年度は医療と介護のダブル改定が予定されており、介護保険サービスの利用者負担引き上げや対象範囲拡大が検討されている。利用控えやそれに伴う状態悪化で、かえって社会保障費の増加も懸念される。現在の最大利用層は60・70代、あと10年したらどう対応できるのか。「福祉」をキーワードに全部門が連携して対応することが、全国規模で求められている。介護保険制度はくらしに大きくかかわる。協同組合らしい運動を通じ、国に地域の声を届けられるよう、日本生協連の役割発揮を期待する。(東海・北陸)

- コロナ禍で緊張が強いられる中、着実な経営で事業を拡大している取り組みは力強く、全国がめざす姿を提示いただいていることに感謝申し上げます。福祉事業だけでなく「高齢者対応事業」として、事業・活動全体で支えていくことは大きな課題ですが、コロナ禍もあり大きく進められていません。新たな事業連帶法人においても取り組みを検討します。24年度改訂に向けては医療福祉生協連と日本生協連で合同プロジェクトを立ち上げており、厚生労働省に地域生協の声を届けられるよう連携して進めます。

<ICTによる事業・活動でのデジタル変革(DX)>

○DX-CO・OPプロジェクトにおいて、AIを活用したカタログ選択配布に取り組んでいる。組合員の不要カタログ削減要望に応えることとコスト削減が目的だ。供給減は想定の範囲内、コスト削減は計画を上回る効果だ。またAIで組合員の利用傾向・年齢・同世代の嗜好などをもとにおすすめ商品を選定し、ネット注文サイト・OCRで表示することで利用促進を図っている。またレシピ連携注文機能も導入した。日本生協連での成功事例の水平展開、DX-CO・OP推進を期待する。(北海道・東北)

○厳しくなる事業環境の中、組合員のくらしと会員生協の成長を支えるため、物流インフラ強化、生協版CRM活用や業態を超えたデジタル活用による組合員価値向上、安定的な情報インフラ構築を掲げている。日本生協連の重点課題であるICT中計、DX-CO・OPと合致しており、積極的に参画していきたい。物流共同事業は、各セットセンター等が2025年度以降リプレイスを迎える。今後10~20年を見据え、事業成長を支える物流インフラ強化・再編に日本生協連とともに取り組みたい。(九州)

- DX-CO・OPではアジャイル開発手法で、実証実験によって改善を繰り返しています。日本生協連とともに果敢にDXにチャレンジし、多くの実証実験の結果を共有いただいていることに感謝申し上げます。引き続きともに取り組みを推進していきます。
- ICT中計やDX-CO・OP、物流共同事業はぜひ一緒に進めていきたいと思います。人生100年時代の組合員軸の事業構築に向けて、業態を超えたCRM活用は先進事例として共有化していきます。

重点課題2 安心してくらし続けられる地域社会

<行政・諸団体と連携した地域社会づくり>

- 県内全市町村の首長訪問を進める中、飛騨市長への訪問から連携事例が生まれた。過疎地域において唯一のJA店舗が撤退することとなり、生協に宅配の依頼があった。道路や人員事情から宅配は困難、代わりにサロン活動と買い物支援を提案した。市予算で「地域複合サロン」の実証実験の後、住民自主運営によるサロンが開始された。月1回、注文商品を届ける生協宅配トラックと、JA移動販売車、衣料品・生活雑貨などの出張販売が集うものだ。別の協力会社に配達を委託している地域では、飛騨市から公共交通機関（路線バス）を使った貨客混載による生協商品お届け提案があり、実証実験を行った。また就労支援B型事業所を拠点としたサロン活動、ステーション、宅配サービスについても他事業者・行政と検討している。行政や地域団体とつながり、ともに地域社会に貢献していきたい。（東海・北陸）
- これまで移動販売車は車内で買い物する2トンタイプであったが、個人宅前の細い道に入りにくい、車内に入るための昇降が難しい方が増える、という課題が見えてきた。軽トラック移動店舗を導入し、利用者に喜ばれている。積載品目が減るが、週2回訪問して都度注文を受け、次回配達日に届けることで対応できている。損益も黒字となることが確認でき、21年度は軽トラックタイプを5台増車した。今後もいつまでも住み続けられる街づくりに貢献していく。（北海道・東北）
- 行政と県内の複数生協が協力し、自宅療養者への商品セットお届けを進めている。22年以降の感染拡大により3か月で1万個を超えた。配送体制が限界となる中、行政と対応策を検討し、他企業や社協の協力を得て製造・配送を継続している。連携すること、事業としての持続可能性の大切さを感じている。食品セットに入るおかげのレトルトパックが、CO・OP商品ではない。災害対応などでも使えるよう開発を期待している。（北海道・東北）
- 豪雨災害の被災自治体への支援を契機に、農地保全活動や特産品開発など連携が進んでいく。包括連携協定を締結し、買い物支援について行政や社協、地域団体との協議を始めた。村落支援員の協力による宅配利用の促進に加え、農産物直売所への宅配ステーション拠点設置、さらに県からの員外利用許可のもと、生協商品の供給も開始した。引き続き地域を支えられるよう取り組む。（九州）
- 自治体との包括連携協定は、県を含む13自治体と締結した。地域で欠かせない、密接につながる関係性を構築したい。フードバンク強化や、高齢者や子どもたちの居場所づくりを進める。また包括連携協定を結んで地元大学との連携を開始した。福祉・高齢者支援のため、小規模多機能事業所を開設する。行政委託は今回が初めて。直近ではALPS処理水の海洋放出問題署名活動に取り組み、全国的な広がりに少しでも貢献できた。若い世代を含め、福島に触れる機会をつくっていきたい。（九州）
- コロナ禍において、組合員による医療関係者への募金、府のたすけあい基金への寄付、社協への寄付などに取り組んできた。市の社協や社協施設連絡会とともに取り組むプロジェクトで、フードドライブへの組合員参加を呼びかけ、生活苦を抱える学生へ食の支援を行った。また市からの委託による新型コロナ自宅療養者への食材提供、山間エリアでの社協と連携した高齢者見守り配食サービス、社協との懇談で寄せられる困りごと・フードパンtryへの協力も行っている。（関西）

○今年度、協定締結済みの行政を訪問し、新たな課題について意見交換することで、安心してくらせる地域に生協がどのように関わられるのか、プロセスを丁寧に積み重ねてきた。また期首から、組合員の県産品利用1点につき1円が積み立てられる「がんばるサポート基金」を立ち上げた。コロナ禍で困っている方をサポートする目的で、1月まで積み立てられた約300万円を県内4大学の大学生協に送り、食堂での学生支援に活用していただいた。また県社協と包括的連携協定を締結した。県社協が進める子どもの支援に協力し、「がんばるサポート基金」の経験をいかして、組合員の県産品利用に応じた「こども笑顔はぐくみサポート基金」を始めた。ふだんのくらしの中で社会活動に関わるという協同組合の特性を活かしながら、組合員が地域に向けて一歩を踏み出すきっかけづくりを大切にしたい。(関西)

- 効率追求だけではなく、地域やくらしを支え続ける取り組みは生協ならではです。持続可能な事業として展開するため、地域で知恵を出し合い進められていることが素晴らしいと思います。貨客混載の事例は注目で、今後の展開も共有をお願いいたします。市長訪問を含め日ごろから地域の困りごとをよく聴く、寄り添う姿勢があったからこそその取り組みだと思います。日本生協連でも全国への事例の共有化を支援していきます。
- 移動販売車は2トントラックの取り組みを検証し、組合員ニーズを考慮して黒字化を実現されたことがすばらしいと思います。くらしを支えるとともに、事業の持続可能性が重要です。成功事例を共有化していきます。
- 自宅療養者支援は、行政や社協、他企業、生協間などの連携による緊急時の地域支援であり、まさに方針を具体化する取り組みです。CO・OP商品のレトルト食品へのご要望は受け止めます。緊急時の供給には、各地域での取り扱いが必要であり、共同開発の議論の場で協議します。
- 災害支援を契機とした行政・諸団体とのネットワークによる地域支援や、員外法人供給は地域社会づくりに向けた先進事例であり、全国でも共有化していきます。
- 自治体との包括連携協定を着実に締結されていることは心強く、日常的な関係や対話、協働から新たな生協の可能性が広がることを期待しています。大学との協定は非常に珍しく、単なる生協側の発信ではなく、学生に主体的に参加してもらうことの大切さが分かります。今後も発信をお願いいたします。
- 社協との連携は全国に広がりつつあり、面的広がりができる自治体もあると感じました。社協も地域ごとに組織が異なり、それぞれの特性があります。日本生協連ではまず社協とつながり、出会う、ということ提起してきましたが、関係づくりを進めるうえでの課題や工夫もぜひ共有をお願いいたします。
- 「がんばるサポート基金」は地域生産者応援と地域課題への貢献の両面で興味深い事例です。ご発言の通り、生協だけでは地域の問題を解決することはできませんが、生協の強みや良さを地域課題の解決につなげられる場面はこれから出てくると思います。地域ごとに特徴のある取り組みが生まれてきていますので、日本生協連としても特徴的な事例を丁寧に共有化していきたいと思います。

<貧困問題への取り組み、未来を担う若者・子どもへの支援>

- 子ども食堂などへのお米の緊急支援を行った。予備青果などの提供・支援先から相談があり、一方でお米の生産者から20年産米の在庫が豊富にあるとの連絡があり、双方をマッチングした。3か月で55トン、15,000世帯に提供した。毎回無償提供は難しく、今後に向けて継続した取り組みとするため、員外法人供給の取り組みを始めた。「パルのはこ」の仕組みを活用して、生活困窮者支援団体が員外利用し、対象者へ届ける。今後も暮らしの厳しさが増す中、連携した取り組みの必要性も高まる。日本生協連の力添えもいただきたい。(中央)
- 店舗のない地域の組合員も生協を通じて社会貢献できる取り組みとして、宅配の仕組みを使ったフードドライブを開始した。フードドライブ専門商品を設定し、注文番号で注文いただく。年2回の取り組みで、約4500個・1800名が協力、社協や母子生活支援施設などに寄贈した。地元生産者団体や大学生協と連携し、コロナ禍で経済的に厳しい大学生へのフードパンツリーも実施した。生活困窮の実態の理解、フードバンク・フードドライブの認知を広めるため、全国の事例交流・学習会を期待する。(北海道・東北)
- 連合、労福協、大学生協事業連合、道生協連の4団体の連携による「ほっかいどう若者応援プロジェクト」で、コロナ禍で経済的に厳しい一人暮らしの学生に食材・日用雑貨・マスクなどを配布してきた。のべ45大学・54キャンパス・2事業所で開催、16,127名の学生に届けることができた。協同組合のつながりの可能性、労働組合と生協陣営の助け合いの組織力、単独組織ではできないことも目的を共有することで助け合いの輪が広がることを再認識できた。本活動は一旦終了し、行政へ学生支援を求めていく。道連では学生や子ども、社会的弱者への支援に発展させていきたい。(北海道・東北)

- 生協がもつ仕組みと、地域の諸団体とのつながりを生かした取り組みは、大変参考になります。日本生協連でも事例の交流・紹介を進めます。内閣府の孤独・孤立対策官民連携プラットフォームには日本生協連も加盟しており、自治体・社協・他団体と連携して情報発信を進めたいと思います。
- 宅配注文の仕組みによるフードドライブは珍しく、全国に紹介していきます。日本生協連では、22年度も事例交流・学習の場づくりを進めます。
- コロナ禍での大学生支援は、全国方針があつたわけではなく、地域生協や大学生協から自然に始まり、全国に広がったすばらしい取り組みです。北海道では多くの団体が連携しメディア掲載など社会的に大きなインパクトがあったと思います。方針でも若者や子どもへの支援について見出しを立て補強しています。

<防災・減災と災害復興支援>

- 7月熱海市伊豆山土石流災害発生に対し、県生協連では県社協や県ボランティア協会による情報共有会議に参加した。以前から顔の見える関係が築けていたことで参加が可能となった。各生協では共同募金会への義援金、ボランティア協会への寄付、学用品の提供などに取り組んだ。また県社協から一時避難所の高齢者のための食品提供依頼があり、CO・OPレトルトがゆ320個を提供した。通行止めによる物流網混乱の中、翌日午前中には届けることができ喜びと驚きをもって受け止められた。罹災証明提示による店舗での割引や宅配送料無料を継続している。今後も平時から行政・社協をはじめ諸団体とコミュニケーションをしっかりとり、役割を發揮したい。(中央)

- 7月土石流災害では、以前から行政や他団体とネットワークを持っていたからこそ生協が迅速に対応できたということがよく分かります。引き続き平時からの地域ごとのパートナーシップ強化を呼びかけていきます。

<食料・農業の取り組み>

- コロナ禍による海外の需要回復、海外工場でのクラスター発生、異常気象による不作、国際情勢などにより、サプライチェーンの混乱や麻痺が発生した。地域ごとに持続可能なライフスタイルへの転換が求められる。国産・東海3県の地場・地元商品をさらに強化していきたい。「地産地消」としただけで利用されるわけではなく、地域ブランドとしての生産・販売体制や戦略が求められる。そのような地場・地元商品づくりに貢献するため、21年度より「特別商品部準備室」を立ち上げ、部門・業態を超えて開発・改善を進めている。日本生協連とのエリア共同開発のほか、3生協統一企画、最小単位のエリア限定・1センター・1店舗企画もある。宅配商品案内では地場・地元ページを新設し分かりやすい案内を目指している。供給構成は21年度目標26%を達成見込み、次期中計では30%が目標。商品を通して「地場・地方が主役」となるように日本生協連や全国の生協とも連携し、さらに進めていく。(東海・北陸)
- みどりの食料システム戦略について、有機農業拡大や農薬の使用をリスク換算で半分にするなどの目標はよいが、RNA農薬の使用やゲノム編集作物の作付増加など問題もあると考える。方針にある「組合員・消費者の理解促進を図る」よりも「学習する」のほうが適切だ。(北海道・東北)
- 気候変動、コロナ禍、ウクライナ情勢などにより、食料を海外輸入に依存してきたことのつけが押し寄せていると感じる。食料自給率の低下、不誠実な食品表示を看過することなく、日本の農業を支え、自給力を高める取り組みを求める。国産のものを安心して食べたい。農協とともにつくるJCAを通じ、協同組合陣営が団結して国産を増やしてほしい。適正価格を受け入れ、意志をもってエシカル消費や農業を支えようという消費者を育んでいくべきだ。地域生協でも取り組むが、日本生協連でも消費者団体としてリーダーシップを發揮し、日本の食料問題の解決を前進させてほしい。(九州)

- 地元商品の品ぞろえ・活用は、地域組織である生協がどう地域に貢献するかという点で大変重要です。CO・OP商品でも、エシカルの文脈で、身近な産地とのつながりを大切にした商品を強化しており、エシカル対応商品約2000億円のうちほぼ半数の約900億円が国産・産地指定となっています。組合員の要望の高まりの中、JAとも連携しながら、新たな産地開拓やラインアップ強化に取り組んでいます。一方で、ロットに見合う原料がないという困難もありますが、引き続き商品強化や組合員への広報に取り組み、持続可能な国内農業を支えていきます。
- 国際情勢不安定化の中、日本の農業の持続可能性の課題がさらに先鋭化しています。2020年の食料・農業問題検討委員会の答申では、産直事業では対応しきれていない小規模生産者も含めて支えるために、多様な農業者に合わせた供給形態にチャレンジが必要と呼びかけています。全国産直研究会では店舗限定での地場産品取り扱いなど事例交流を進めています。産地の実態を組合員や消費者に広く伝えることも重要です。実践事例について全国産直研究会で集約・共有化していきます。
- みどりの食料システム戦略についてはご指摘を踏まえ表現を修正します。

重点課題3 誰一人取り残さない、持続可能な世界・日本

<環境・サステナビリティの取り組み>

- CO₂削減に関連して、原発再稼働や小型原発の開発を求める動きがある。原発事故は処理水発言にあったように終わっていない。原発に頼らないエネルギー政策を求める点について加筆してほしい。(北海道・東北)
- 組合員に身近な商品を知ってもらい、エシカルなくらしを考えてもらうこと目標に、事業・活動でキャンペーンを展開した。キャラクターが好評でファンクラブもできている。エントリーは目標1万人を上回り1.5万人に上った。家族やお子さんとともに楽しく取り組んでもらい、くらしの中での様々な気づきの報告があった。次年度も内容をブラッシュアップし、盛り上げていきたい。(中四国)
- エシカル消費推進について。店舗でのエシカル学習企画に13組の親子が参加した。学習キットを使って自宅で学習後、店内のエシカル消費対応商品を探した。またオンラインで2件の生産者交流会に取り組んだ。コロナ禍の中、総代にエシカル消費対応商品や資料をお送りするなど多くのブロックで工夫しながら進めている。(九州)
- 当生協の2030環境ビジョンに基づき、再生可能エネルギー拡大や、電力小売事業の普及、店舗でのプラ容器等のリサイクル、店舗・宅配でのフードドライブなどを進めてきた。新たな中期計画では、宅配内袋の削減にもチャレンジする。日本生協連でも、EV車両早期導入、規格外農産物・それらを使った商品づくりに加え、CO·OP商品の賞味期限・消費期限の延長、プラスチック容器・包材使用量削減、回取りサイクルの確立などを期待する。また農業事業への参入準備を進めている。日本生協連でも、産直の取り組みが社会に認知され、安全安心な農産物を持続的に供給できるような取り組みを進めてほしい。(関西)

- 国際情勢や電力需給ひっ迫などにより、原発・エネルギーをめぐる世論が動いています。情勢や方針を加筆します。
- エシカル消費について楽しく分かりやすく共有化されていることはすばらしいです。2030年に向けた組合員の参加のあり方にに関する提言では、対面で集まるだけではなく、それぞれの場所で同じことに取り組み、集約して共有化していく新たなかたちについて提起しています。全国の事例交流でもぜひ発信をお願いいたします。
- 店舗やお買い物場面でのコミュニケーションは生協のエシカル消費推進で大きな役割を持っていると思います。オンライン産地交流会の工夫も含め、ご紹介いただけるように事例交流の場をつくっていきます。
- 2030年に向けた環境・サステナビリティ政策は、全国で進めるものを取りまとめましたが、生協ごとの地域の特性を反映した政策は大変参考になります。各生協での策定や推進を支援していきます。EV車両や容器包装・賞味期限については全国共通課題として取り組んでいきたいと思います。農業については、全国産直研究会を中心に事例共有を進めます。

<平和の取り組みと核兵器廃絶>

- ロシアのウクライナ侵攻で、平和外交の重要性がよく分かった。辺野古や宮古島の基地問題は日本全体の問題だ。台湾有事における日本の集団的自衛権行使・参戦を懸念している。憲法9条を守るという文言を明記できるとよいのではないか。(北海道・東北)

- ロシアのウクライナ侵攻に対し、日本生協連が素早く抗議声明を出したことは大変良かった。北海道・東北でも7道県連の会長名で抗議声明を発表した。生協の原点は平和憲法であることに触れつつ抗議と平和的解決を求めた。今回の事態に乘じた核共有、非核三原則見直し、防衛力強化の論議について看過してはならない。熱気に押された改憲論議、国民投票などは危険だ。平和憲法を守ること、世界平和は軍備増強や戦争ではつくれないことなど、強いメッセージを発するべきだ。生協ならではの平和に向けた発信や行動をこれまで以上に広げるべき時だ。方針にある「語り合い」から踏み出して、行動を起こしていくことを強調してほしい。(北海道・東北)
- 憲法については9条だけではなく広く改定の問題がある。「暮らしに関わる諸制度の学習と消費者市民社会の形成」の部分に憲法学習について記載されているが、ウクライナ問題を受けて、できれば「平和の取り組みと核兵器廃絶」の部分に記載していただきたい。(北海道・東北)
- 核兵器禁止条約の署名・批准を求める署名に職員・組合員が一体となって取り組んだ。被爆ピアノコンサートでは行政や地元とのつながりが広がったことが収穫だった。ウクライナ情勢で憲法の一節を思い出した。過去の戦争からの教訓を学び、活かし続けることが重要だ。日本生協連には生協の代表として、戦争反対と核兵器廃絶、創設時の平和宣言の精神を発信してほしい。(中四国)
- 今年の沖縄戦跡・基地めぐりには49生協で600名を超えるWeb参加をいただいた。教科書検定問題をめぐって、政府にとって不都合な部分を書き換える方向になっている。憲法解釈を変更して集団的自衛権行使できるようにすることなどと通底する。ロシアのウクライナ侵攻の危機感を利用し、核配備の議論などきな臭い動きも出ている。全国にもこの問題に着目し、コロナが明けたら辺野古にお越しいただきたい。(九州)

- ロシアのウクライナ侵攻に、100生協以上から抗議声明が発せられ、ユニセフの人道支援への協力も広がっています。市民一人ひとりが平和について考え、考え方の異なる人同士でも冷静に話し合うことが大切です。対話と外交による平和的解決を求めていきます。日本の安全保障についても同様で、社会的・国際的合意を覆すような性急な議論は危険だと考えています。情勢や方針での加筆を検討します。
- 憲法9条については全国の生協で論議を積み重ねているわけではなく、全体での方針一致は難しいものの、性急な議論は避けるべきです。加筆箇所について検討します。
- 沖縄戦跡・基地めぐりへのご協力に感謝申し上げます。現地からのご発信は非常に重要で、今後もご協力をお願いいたします。ウクライナ情勢を受けた極端な論議に対しては危機感を覚えており、加筆を検討します。

<暮らしに関わる諸制度の学習と消費者市民社会の形成>

- ゲノム編集食品について、政府は環境影響評価や安全性審査、表示を義務づけておらず、しっかりした議論がなく消費者が知識を持たないまま、一般流通が始まっている。環境影響や健康影響を懸念している。ゲノム編集トマト苗の無償配布について、県内首長や教育委員長に受け取らないよう要望書を出している。(北海道・東北)
- 政府は地元漁業者や国民の反対・懸念の声がある中、ALPS処理水の海洋放出を決定した。県生協連では漁協とともに関係者の理解が得られる別の方法での処理を求め、反対署名活動を進めてきた。18万筆近くの賛同が寄せられたが、海洋放出準備は淡々と進められている。環境汚染と風評被害の拡大につながることは間違いない。これからも全国に呼びかけ、声を上げ続ける。(北海道・東北)

- ゲノム編集は新たな技術であり、リスクアセスメントの考え方に基づく対応が基本となります。現段階では、食品としてのリスクは通常の品種改良以上のものとは考えていません。技術の広がりや活用状況については把握して消費者に情報開示していくことが必要です。農林水産省や厚生労働省に働きかけていきます。
- ALPS 处理水については、地元の協同組合間連携による取り組みに、賛同の声が寄せられています。地元の納得と合意をもとに進めることが重要で、その合意が得られていないのが現状です。代替手段が見いだせない中、全国での取り組みは難しいですが、賛同いただける生協とともに、ぜひ引き続き現地からの発信をお願いいたします。原油高やカーボンニュートラルの要請、電力ひつ迫を背景に、原発に期待する声も高まっています。原発に頼らないエネルギー政策を求めるという立場を守っていきます。

重点課題4 組合員と生協で働く誰もが生き活きと輝く生協

<組合員参加>

- ブロック委員は地域のつながりづくりや未来のファンづくりを進めているが、職員にも地域にも知られていない。知ってもらうことで、事業・活動の連携や課題解決につなげたいという思いから、コロナ禍でもできる「オンライン交流フェスタ」に取り組んだ。300人のブロック委員から22のブロックの紹介を行う動画を配信し、多くの方に見ていただいた。活動の見える化は、行政訪問時の活用など、地域のつながりづくりに役立つものだ。ともに目指す方向を確認しながら、異なる者同士がつながることで、新たな価値を作り出せる。一人でも多くの人が参加したいと思える活動づくり、2025ビジョンに向けて引き続き取り組みたい。(中央)
- 「2030年に向けた組合員参加のあり方に関する提言」にある問題意識や危機感を共有し、6つの論点に賛同して取り組みを進めたい。「商品を真ん中にした食、暮らし、参加を広げる」については、地元生産者とともに商品開発に取り組み、商品の価値を再発見した。「組合員組織のあり方を考える」については減少し続ける参加者と担い手が大きな課題だ。受け止める仕組みづくりが必要だ。「地域社会と組合員参加」について、資格や経験を持つ組合員が地域や組合員に貢献できるアドバイザー制度と地域サポーター制度を創設した。地域と組合員のつながりを生み出したい。(東海・北陸)
- 委員会・委員数の減少の危機感から、新たな活動の仕組みづくりをスタートした。ふれんずクラブは組合員のグループで商品を試し、おしゃべりを通して暮らしを豊かにする取り組みだ。内容はふれんずレターで共有する。理事制作メンバーが共有化をサポートする。地域や組合員の暮らしづくりを応援するエリア会も実施する。自立した会になることが目標だ。理事会も一緒になって進めている。(中四国)
- コロナ禍において、オンラインでの親子企画、生協商品を通じたおしゃべり会、産直産地との交流などにチャレンジした。今できる力を出し切って取り組み、経験を積み重ねているところだ。組合員活動に縁のなかったシステム系職員にも関わってもらえていている。これからの方になると信じて進めたい。(中四国)
- 組合員組織と活動の改革の取り組みとして、エリア委員会に代わり生協と地域をつなぐ「くみかつスタッフ」を役割配置して2020年春に活動を開始した。コロナ禍で落ち込むこともあったが、エリア担当理事や職員、くみかつスタッフ同士の横のつながりで推進した。新たな参加層とのつながり維持は課題だが、くみかつスタッフが新しいことを創り出すことに期待する。「安心して

くらし続けられる地域社会」に向け、事業と組合員活動で地域とつながっていきたい。(九州)

- これから地域社会づくりに向け、「地域ネットワークづくり」「見える化」をテーマに組合員活動を進めている。日本生協連の学習会や交流会、調査報告は力や学びになっている。他生協や諸団体とのつながりを広める取り組みを期待している。(九州)

- コロナ禍でも立ち止まらず前進するブロック委員の皆さんのお活動は大変勇気づけられます。2030年に向けた参加のあり方に関する提言では、参加のかたちを多様にすること、参加を広げることを呼びかけるとともに、コーディネーターの役割の重要性にも言及しています。全国で提言を共有化し、事例交流の場をつくっていきます。
- ふれんずクラブは、2030年提言で提起した多様な参加の入り口づくり、持ち寄り型の活動、商品を真ん中にしたコミュニケーションなどを先取りする実践です。理事会と事務局による全体での共有化、コーディネート機能の点でも参考になる事例です。
- コロナ禍による企画中止の連続で落ち込むこともある中、オンライン活用を含め新たな挑戦を進めていただき心強いです。これまで関わってこなかった職員が関わる機会ができたということも大切な点だと思います。2030年に向けた参加のあり方に関する提言がまとまりました。全国で提言を共有化しつつ、すでに生まれている多くの事例の交流・学び合いを進めます。
- 地域に開かれた生協のあり方や、持ち寄り型の活動、見える化の取り組みなどは、先進事例として2030年に向けた論議の中でも学ばせていただきました。今後も共有をお願いいたします。生協以外ともつながりを広げられるような機会をつくっていきます。

<多様な仲間が働き続けられる環境づくり>

- コロナ禍で奮闘する職員のため、全国で賃金アップに取り組んでほしい。経営に大きく影響するが、消費者物価上昇の中、職員に報いるため検討してほしい。(中四国)

- コロナ後、人手不足の再燃が予測されます。生協を選んでもらうため、待遇や働きがい、賃金や福利厚生を含めたトータルでの対応が必要だと考えます。

<健全な事業経営の確立>

- 当生協は現状のままだと2030年に剩余確保が難しい見込みだ。要因は人口減少、最低賃金の上昇、DXやGX対応による経費増だ。対応として供給増のための新規出店・新規事業を考えているが、今一度「班」を最重点として、山間地での社協や介護施設等との連携を進め、配送効率の悪い地域でくらしを支えるインフラであり続けたい。経費減では車両共同調達の取り組みに期待する。DXやGXが単なる経費増にならないよう効果検証が必要だ。既存店リニューアルを予定しているが、設備の一新とともに問題解決ができる職員集団づくりが肝だ。(関西)

- 宅配リノベーションでも、宅配事業の収益性低下を課題と認識しており、担当者・配送車当たりの供給高が厳しくなっていきます。解決策として、過疎地において、人と人とがつながる場として班を機能させながら強化していくのは理にかなったやり方であると感じました。DXや宅配車両EV導入など新たな課題については、全国でまとまり、日本生協連でも貢献できるように進めたいと思います。

重点課題5 より多くの人々がつながる生協

<事業連帯の推進>

- 2022年3月21日、コープにいがたとコープクルコの組織合同により「コープデリにいがた」が誕生した。日本生協連、コープ共済連、コープデリ連合会、コープデリグループをはじめ多くのご支援・ご協力をいただいた。両生協の組合員から寄せられた「わたしの夢つなぐアンケート」をもとに、6項目のありたい姿をまとめた。両生協が競合、違いを強調していたが、それでよいのかという思いがあった。協働を積み重ね、組合員理事同士が「思いは一つ」ということを確信しながら準備を進めた。コープデリグループとともに、くらしの願いの実現、より多くの人々がつながる生協を、組合員みんなの力でつくりあげていきたい。(中央)
- 2022年4月1日に富山県内地域生協が合併し、「とやま生活協同組合」が誕生した。約5年かけ論議を積み重ねて準備した。コープいしかわ、コープあいち、生協くまもとの先進事例に学び、コープ北陸事業連合、日本生協連にも支援をいただき、物流センター建設、配送センター新築・統廃合、システム統合、新たな組合員組織体制づくり、人事制度・ガバナンス統合に取り組んだ。富山市、魚津市との包括連携協定締結など行政との連携も進んだ。宅配を経営の柱とし、福祉、配食、共済に加え、くらしへの貢献・環境問題への対応に向け新たな事業にも挑戦する。安心してくらし続けられる地域社会づくりをめざし、事業・活動を通じたお役立ちを高める。(東海・北陸)
- これまで独自に商品部を持ちカタログ制作していたが、多様な組合員ニーズに応えることや、システム投資・人材育成への不安から、4生協カタログ統一の決断に至った。組合員からは目新しい商品や品目増加を喜ぶ声の一方、戸惑いの声もある。見やすさは改善していきたい。配達曜日は火～土から月～金に変更し、働き方は改善したが利用人数が若干落ちた。統合による効果は利用点数増や粗利率の改善である。次年度は利用人数の回復と仲間づくりが課題だ。媒体統一を機に他生協との学び合いを積極的に進めたい。(中四国)

- 歴史も組織文化も違う中、組合員にありたい姿を聴きながら組織合同を進めていかれたことが、大変すばらしいと思います。地域社会からの期待が高まり、また事業環境も厳しくなる中、安心してくらし続けられる地域社会づくりに向けた連帯、リージョナル連帯強化が改めて重要になると考えます。
- 約5年間をかけ、一つひとつの課題を丁寧に協議しながら乗り越えて来られたことに敬意を表します。地域からの生協への期待が高まる中、合併によって行政・諸団体との関係も発展すると考えます。地域や県民のためのさらなる役割発揮を祈念します。
- 事業連帯は、経営強化とともに、学び合いを深めるという両側面があることを感じました。連帯の果実を活かし、組合員の利用しやすさの改善を期待します。

<中央会機能の強化・協同組合間連携>

- 中四国の大学生協は全体では経常黒字見込みで、経営改善しているが、2極化傾向がある。22年度は大学生協連の再生方針に基づき計画策定を進める。DX-CO・OP学習会など、デジタル活用の学びの機会に感謝しており、次年度も続けてほしい。大学生協共済連のコープ共

済連への合流にあたり、生涯を通じた助け合いをともに積極的に広めていきたい。大学生協と地域生協の懇談会を実施しており、協働・協力を強めたい。大学自体も生き残りをかけて地域連携を重点とする中、地域生協や医療生協、大学生協が地域貢献とともに取り組むことを期待している。(中四国)

○市と「エシカル消費普及促進に係る連携協定」を締結し、エシカル消費の啓発、循環型社会への取り組み、生物多様性保全への支援などを進める。またコロナ禍での学生支援企画として、京都生協と京都の生産者・メーカーが、大学生協の学食へ食材を無償提供した。またJA京都の協力で、新型コロナワクチン職域接種を実施できた。SDG17にある通りパートナーシップは今後ますます重要になる。中央会機能の強化・協同組合間連携に期待している。(関西)

○府の協同組合連絡協議会では、JAと協議のうえ、コロナ禍で困窮する学生への支援を考えるイベントを開催した。NHKの取材も入り放送された。翌日JAに学生支援を相談したところ、お米を提供いただき学食でライス無料キャンペーンを実施することができた。また新型コロナワクチン職域接種でもJAに協力いただいた。JCAから「ゆるやか、あいのり、やってみる」という姿勢で背中を押してもらっていることに感謝する。さらに諸団体との連携を進められるよう方針の補強を検討してほしい。適格消費者団体については、消費者に一方的に不利な契約条項や不当な勧誘、表示の改善を求めて多くの改善を実現してきているが、多くが各地域の生協・連合会の支援で成り立っており、財政が厳しい。社会的に価値のある活動を安定して進めることができるよう、生協として、活動内容を分かりやすく発信するなど支援が必要だ。(関西)

- 大学生協は2極化を含めいまだ大変な状況ですが、22年度は攻めに転じる転換点となります。地域生協との連携は、コロナ禍の中でこれまでになく進んでいます。中四国での事例づくりに期待します。
- 自治体との連携協定でエシカル分野は珍しく、時宜にかなったものだと思います。大学生支援は協同組合連携により大きく進みました。今後も生協同士はもちろん、外部とのつながりも重要となります。JCAと協力して事例共有や協働を進めたいと思います。
- 学生支援は各地で注目度が高く、メディアからも取り上げられています。社会的に上の世代が学生の世代を機にかけているということが大切だと思います。適格消費者団体については各地で着実に成果をあげているものの、それが知られていないのはご指摘の通りです。成年年齢引き下げなど、新たな消費者課題と併せて、それを解決する仕組みとして伝えていければと思います。

<協同組合関連の法制度整備>

○協同組合基本法についての研究に賛同する。韓国では2012年に基本法ができ、多数の協同組合づくりや雇用創出につながった。新たな分野での社会的的事業が可能となり、経済活性化とともに、協同組合の新たな時代の発信という効果があった。新自由主義が行き詰まる中、コロナ禍が追い打ちをかけ、貧困や格差が問題となっている。協同組合への期待が高まり、真価が問われている。将来にわたって協同組合が発展し、協同組合間連携が活性化するための理念法として「協同組合基本法」が必要ではないか。JCAでの研究から、さらに本格的な取り組みが進むことを期待する。

- 基本法は韓国などで制定され、イタリアでも社会的協同組合法ができ、協同組合が地域課題に役割を果たす裏付けとなっています。長年、生協総研で研究を進めていましたが、生協だけの論議ではいけないので、日本生協連からJCAに働きかけ、研究会テーマとして設定しました。労働者協同組合法が、協同組合横断で取り組むことで制定に至ったように、協同組合全体で共助組織として進めることへの熱量がなければ、法制定は難しいと思っています。JCAでの研究会には日本生協連・法務部も参加しており、積極的に議論していきます。このような社会だからこそ、協同組合が地域で果たす役割に期待が高まっており、協同組合一丸となって取り組める基盤づくりに、日本生協連も貢献していきたいと思います。

学校生協の活動まとめと重点課題

○「組織課題」が中期計画の重点課題に入っているが、到達点として組織課題についてまとめられていない。学校生協部門の中期計画は2006年に学協部会がつくった21世紀新ビジョンをもとに提起されている。組織縮小・経営難の中、これで新たな中期計画をつくるのは難しい。きめ細やかに到達状況をまとめ、中期計画を早期につくるべき。(北海道・東北)

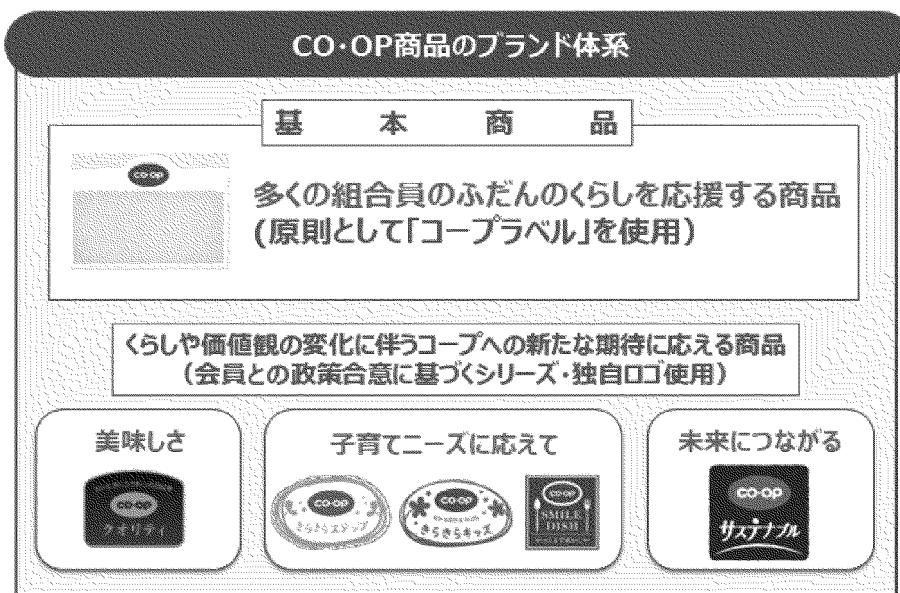
- 学協部会で検討し、加筆・補強します。

II 商品力強化・ラブコープの取り組み

1 CO·OP商品ブランド体系

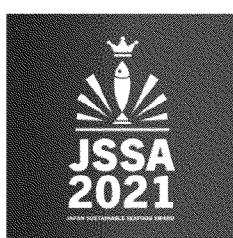
(1) 全体体系

2021年春より正式展開した「コープサステナブル」シリーズを含めて、現在のCO·OP商品ブランド体系は以下のようになっています。



(2) コープサステナブルについて

コープサステナブルシリーズについては、SDGsなど環境意識の高まりを受けて、注目を頂くシリーズ品となりました。2021年度発売商品は127品となり、総供給高は149億円となりました。また、2021年10月には、第3回「ジャパン・サステナブルシーフード・アワード」において、『コープ サステナブル』"海の資源を守る"シリーズ発売、及び『責任ある調達』への取り組みが、リーダーシップ部門のチャンピオンに選ばれました。明確な数値目標を策定し、進捗状況も公表している点、また共通ロゴマークによる認知拡大などの点が評価されました。



(受賞のロゴマークと授賞式の様子)



(コープサステナブルシリーズ)

また、『コープ サステナブル』"海の資源を守る"シリーズについては、人や環境、社会への特別な配慮を持つ優れたソーシャルプロダクトを表彰する「ソーシャルプロダクト・アワード2022」でも「ソーシャルプロダクト賞」に入選しました。

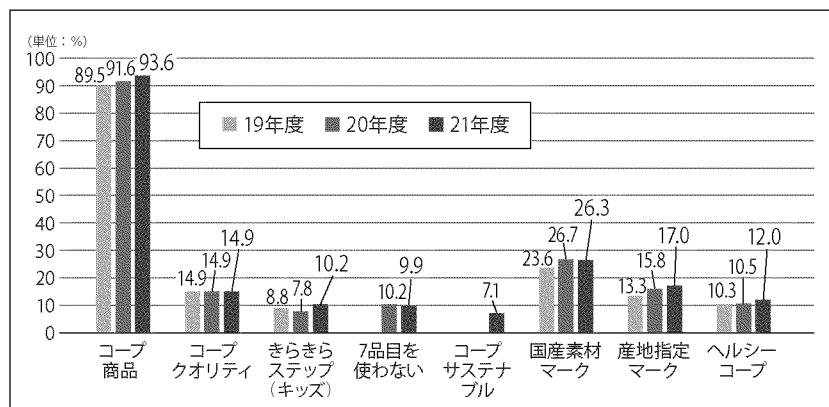


(3) 既存シリーズ商品について

- ①コープクオリティは、年間供給 75 億円(前年比 113%)、品番数 87 ($\triangle 2$)となりました。アイテム数は全体で削減となりましたが、引き続き菓子分類が前年比 112%と拡大しており、コロナ禍でもおうちで美味しいお菓子を、という組合員のニーズを満たす商品として支持いただいています。
- ②乳幼児向け商品「きらきらステップ」は、年間供給 19.7 億円(前年比 124%)、品番数 26 ($\triangle 2$)と、組合員の支持を受けて引き続き伸長しています。歯が生えそろった後の幼児を対象とする「きらきらキッズ」は、11 品番($\triangle 1$)となりましたが、新商品「CO・OP 北海道産小麦のフライパンで作るパンミックス 300g」の貢献もあり、年間供給は 5.2 億円(前年比 215%)となりました。
- ③食品アレルギー対応の「7 品目を使わない」は年間供給 6,400 万(前年比 84%)、品番数 10 (± 0)となり規模は減少しましたが、リピート購買など商品認知は定着しました。
- ④健康に配慮した商品群については、「手軽にとれる」「おいしく減らす」マーク付き商品として展開しています。年間供給 300 億円(前年比 106%)、品番数 287 (+2) となり、健康配慮した商品としての認知・支持を得ています。
- ⑤新たなシリーズとして配置した「コープサステナブル」は、品番数としては 127 品、年間供給 149 億円となりました。

※ 2021年度累計の実績に基づく年間推計値(供給高は組合員供給価ベース)です。

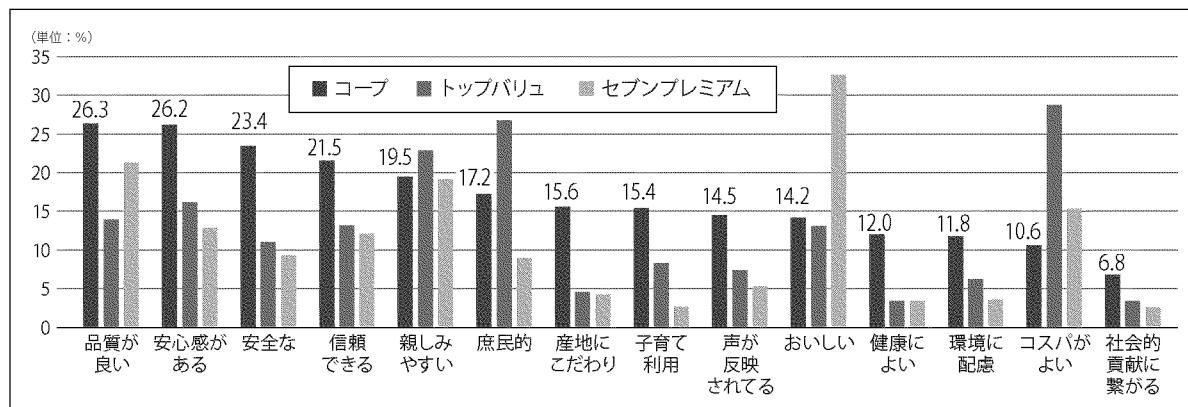
(4) コープブランド認知の調査結果



コープ商品全体や各シリーズ・マーク等についての認知は2021年度も広がっていると捉えています。

21年春に本格展開したコープサステナブルシリーズについても、初年度ながら認知は広がっています。

(5) コープブランドへの意識調査結果



ブランド比較調査では、CO・OP商品は「品質」「安心感」「安全」「信頼」「産地」「子育て」「健康」「環境配慮」といった項目で高い評価を得ており、引き続き「安心」「誠実」のブランドとして高い評価を保っています。引き続き「コスト」「美味しさ」の評価向上に取り組みます。

2 エシカル消費の取り組みについて

(1) CO・OP 商品の配置と実績

- ①エシカル消費対応商品は、総供給高 2,036 億円・2,131SKU (前年比 101% (+240SKU))となりました。引き続き再生・植物由来プラスチックの導入を強力に推進しており、エコマークは前年比 134% と大きく伸長しました。認証紙容器の導入が進んだ FSC®認証品も前年比 116% となりました。
- ②今年度新たな水産認証として、BAP 認証が導入されました。

環境配慮商品					
	 68品目52億円	 18品目3億円	 12品目4億円	 1品目0.5億円	 331品目571億円
環境配慮商品			日本農畜水産業応援		
 45品目47億円	 24品目40億円	 156品目28億円	 36品目38億円	 193品目168億円	 844品目701億円
フェアトレード					
寄付金付商品					
 14品目4億円	 寄付金1,052万円	 寄付金438万円	 (目標500万)	 寄付金102万円	 寄付金61万円

※2021年度累計の実績に基づく年間推計値(供給高は組合員供給価ベース)です。コアノンスマイルスクールの寄付金額は、商品供給見合い分(日本生協連補填額除く)です。

(2) 2021年度の主な取り組み

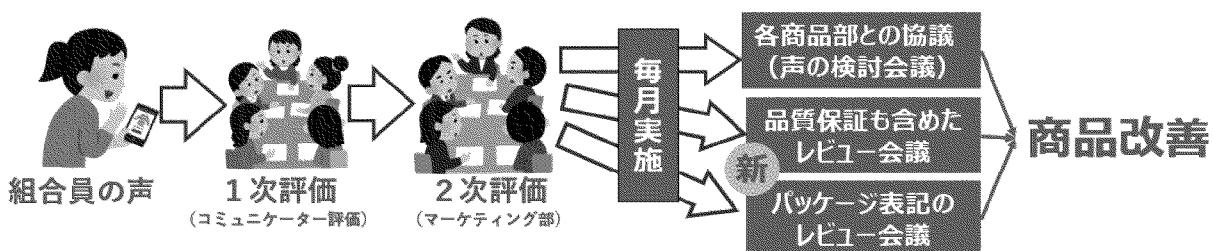
- ①水産については、ノルウェーさばの MSC 認証復活が依然見通せないものの、アメリカ産の赤魚やマツイカが近年 MSC 認証を取得し、MSC ラベル付き商品の発売を進めています。国内では、生産者・取引先の協力による MEL 認証の取得により、22年春に「ふっくらしらす干し」などを MEL ロゴ付商品に切り替えます。
- ②紙(製品・容器)については、引き続き再生原料・FSC®認証品の拡大に取り組んでいます。主力の紙衛生品は、22年度の「コープサステナブル」シリーズ化に向け準備を進めています。
- ③プラスチックの3R(リデュース・リユース・リサイクル)と植物由来素材利用を重点課題として推進しています。「ラベルのない」タイプの飲料は、分別時にラベルをはがす手間のなさも組合員に受け入れられ、6SKUまで拡大し、好調な実績です。米袋の薄肉化などプラスチックの削減にも取り組んでいます。再生・植物由来プラスチック容器への切替は、2021年度内に 273 品増加し 512 品に到達しました。次年度はさらに高い目標を立て、一層の前進を図ります。
- ④サプライチェーンにおける人権・環境問題への対応強化に向け、CO・OP 商品「責任ある調達基本方針」を定め、2030 年目標とともに、社会に向けて公開しました。方針に沿って取り組みを前進させ、CO・OP 商品への期待に応え、社会的責任を果たしていきます。

3 組合員の声を生かした取り組み

(1) くらしと商品コミュニケーション、アンケート調査、インタビュー調査、の取り組み

組合員から届く商品に対する声を「くらしと商品コミュニケーション（以下コミュニケーション）」が読み込み、利用する立場で気付いたことを「よかったの声」と「気づき」に分類し、毎週日本生協連内部に声レポートとして発信し、共有しています。そのレポートの中から改善が必要と思われるものについては、「声の検討会議」で各担当商品部ごとに商品改善を提起します。

2021年度累計では561件の声を検討し、改善確定が94件、改善方針確認が230件、検討中が138件、対応困難が37件となりました。（取り下げ62件）。また、本年度から更に多角的に「声の活用」を進める為に、新たに品質保証本部と協議する会議とパッケージデザイン担当部署と協議する2つの「声レビュー会議」を毎月開催しています。



[声からの改善事例]



(2) コロナ禍におけるモニター実施について

来館テストを一時中止せざるを得なくなり、在宅テストへ切替え、組合員参加のモニターを継続しました。実参加によるインタビュー調査も実施困難となり、Zoomを活用したインタビュー調査を実施し、今までにない幅広いエリアの組合員の生の声を調査することができました。また、昨年から新たに開始した商品設計段階での受容性評価を行うWEB商品コンセプトアンケートも累計で228品実施しました。アンケート結果により開発断念した商品や、寄せられた声は商品名や商品仕様に反映させ商品開発へ生かしています。2021年度に実施したモニター件数※は161件でした。

※2021年3月21日～2022年3月20日の報告件数で勘定しました。

※同一商品の再テスト・別モニターでのテストは別件として勘定しました。

日本生協連で実施しているモニターについて

2021年度も新型コロナウイルス感染症流行の影響を受け、オンラインや在宅での実施テストの機会が増えることとなりました。感染防止対策を徹底できる方法にて各種実施しました。

日本生協連 モニターの種類	取り組み状況
コミュニケーションモニター 6名 (コープみらい 4名、ユーコープ 4名) 実施 365 件	<ul style="list-style-type: none"> 新発売・リニューアル発売商品を組合員コミュニケーションモニターが試食評価を行い、コープ商品として発売して問題無いか確認を行います。
来館モニター 登録者 120 人 (コープみらい 89 人、ユーコープ 31 人) 実施 28 件	<ul style="list-style-type: none"> 管理された環境下で登録モニターにご協力いただきながら、官能評価を実施しています。 新型コロナウイルス感染拡大のため、2020年度に引き続き2021年度は10月上旬まで来館テストを休止したことにより、例年より実施件数は減少しています。
在宅モニター くらしと商品に関するインターネットアンケート 延べ 2,705 人 実施 57 件	<ul style="list-style-type: none"> 化粧品や実際に家庭で調理いただく食品など、ご家庭で使い勝手をお試しいただくテストです。また、子ども等、ご家族による評価が必要な場合にも実施します。 来館テストの休止により例年よりも食品のテスト件数が増加しました。
グループインタビュー 組合員の声モニター（登録 138 人）、 実施 0 件	<ul style="list-style-type: none"> 新型コロナウイルス感染拡大のため、組合員による座談会開催は困難となり、2021年の開催は0件となりました。代わりにオンラインインタビューを実施しました。
オンラインインタビュー 上記の Web アンケートモニター 6 名参加 実施 1 件	<ul style="list-style-type: none"> 冷凍厚揚げのパッケージ見直しについて、ご応募いただいた全国の生協の6名にZoomを活用したインタビューを実施しました。
Web アンケートモニター くらしと商品に関するインターネットアンケート 登録者 7,594 人* 実施 42 件	<ul style="list-style-type: none"> アンケートモニターにご登録いただいている全国の組合員インターネットアンケートを実施しています。 2021年度はミルクチョコビス、彩果菜園、応援食クッキーなどのリニューアルに向けたアンケートを実施しました。
その他 実施 9 件	<ul style="list-style-type: none"> コープクオリティのおいしさ評価を約 100 人のモニターに対して実施しています。 「国産素材で作った肉まん」、「はちみつヨーグルト」、「調理済おでん」などを実施しました。

*くらしと商品に関するインターネットアンケート登録者7,594人の内訳(2021年12月現在)

コープさっぽろ941人、コープ東北496人、コープデリ1,319人、ユーコープ465人、東海コープ877人、コープ北陸163人、コープきんき888人、コープこうべ1,018人、CSネット714人、コープ九州713人

④ ラブコープ(CO・OP商品のブランド力強化)の取り組み

(1) 声からの新発見～ネクストブレイク～

①取り組み概要

2021年度上半期は、総選挙の「声」を様々な切り口で分析し情報を整理し、「組合員の声」から商品の良さを発見し共感を広げる取組み「ラブコープ2021～声からの新発見！」を実施しました。「声からの新発見」では結果として、ロングセラー商品を中心に紹介してきましたので、認知度は大きくないけど、もっと知ってもらいたい「こだわり商品」「地域で人気の商品」などオリジナリティの高い商品を「ネクストブレイクCO・OP商品」として「声」から商品を紹介しました。

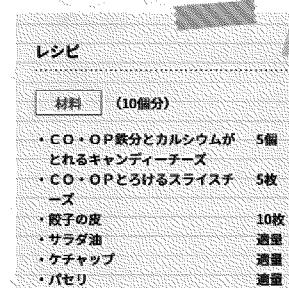


6つのテーマに分けて、計39品を紹介しました。各商品に寄せられた声とともに、レシピ紹介や動画(声CM)などを紹介しました。

②声から生まれたレシピ

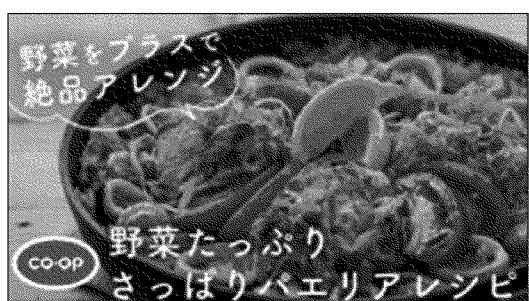
ネクストブレイク対象品でも引き続き、組合員の声から生まれたレシピを掲載しました。ひとつふうある40個のレシピを紹介しています。

キャンディーチーズの包み揚げ



③動画(声CM)

組合員の声から商品の魅力をさらに伝えていく動画も新たに作成しました。レシピ紹介やアニメーションなど、様々な形式・内容で商品の魅力を紹介しています。



④プレゼントキャンペーン

ネクストブレイクCO・OP商品を対象に、「お気に入り」や「気になる」商品への投票形式のプレゼントキャンペーンを企画しました。新規組合員も参加しやすいように、商品を知らなくても気になる商品への応募も可能になりました。2ヶ月間の応募期間でしたが、全国から延べ30,698名の応募をいただく結果となりました。今後も投票結果ランキングや商品へのコメントを発表することで、さらなる声の循環を図ります。



(2) ブランドコミュニケーションについて

①商品サイトリニューアル

2022年3月にコープ商品サイトのリニューアルを実施しました。商品の価値・商品政策などを判りやすく訴求・理解促進を図れるように、情報発信が可能なコーナーを新設するほか、アクセス分析に基づいてユーザーインターフェイスの刷新を行いました。



②SNSによるコミュニケーション

コープ商品のインスタグラムは、レシピ紹介を中心に展開していますが、キャンペーンとして「#コープの夏祭り会場は自宅! おうち縁日」や「じゃんけんキャンペーン」を行っています。

フォトコンテストとしては、コロナ禍で在宅が続く環境下でも楽しんでいただける企画として「#コープのおうち縁日」キャンペーンを実施しました。



縁日風の食事や飾りつけなど、自宅で夏祭りを楽しんでいる風景を撮影して、投稿いただくプレゼントキャンペーンです。結果として、期間内投稿数は357件、キャンペーンページには1万3千件以上の流入がありました。

「じゃんけんキャンペーン」は今回で第3弾です。コープのお菓子商品についている、じゃんけんマークを使って、インスタグラム上でじゃんけんを行います。事務局に勝った方の中から抽選でプレゼントをする企画であり、こちらもコロナ禍でもお子様に楽しんでいただける企画として実施しました。

③ヘルシーコープ通信の配信

組合員の関心の高い「健康」に関して、「CO・OP商品に関する健康情報やレシピ活用」などの情報を7月から配信しています。会員生協の広報紙、宅配・店舗での売り場での訴求、プロモーションとの連動、などに活用いただいているます。



④ラブコープ 商品工場見学・交流会のオンライン開催

昨年に引き続き2021年も新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けて、オンラインによる商品学習と工場見学を通して、製造者（本社、工場など）と東京のスタジオをつないで同時中継し、試食、製造工程の動画視聴や質問コーナーなどを通して、CO・OP商品の知識を深めました。

ZoomだけでなくYouTubeでもライブ配信することで直近の企画では約800名（申込人数・同時視聴者数から主催者推定）まで増えており、オンライン実施により多くの方に参加いただいているます。



III

日本生協連SDGs取り組み中期方針(2020-22)の進捗状況

日本生協連では「コープSDGs行動宣言」の7つの取り組みにそって、17の具体的な中期方針を策定し、取り組みを進めています。2021年度の進捗状況の概要は次の通りです。

1. 持続可能な生産と消費のために、商品とくらしのあり方を見直していきます

SDGs 取り組み中期方針	進捗状況
①持続可能な生産と消費のため、食料・農業政策づくりを進めます。	<ul style="list-style-type: none">生協の産直の現状について、SDGs の観点から進捗評価できるよう産直Gと連携しながら調査を企画しました。2022 年度に実査を行う予定です。
②エシカル消費対応商品の開発と拡大・普及をよりいっそう推し進めます。持続可能な社会の実現に向け、エシカル消費に共感できる消費者を社会の中に増やしていきます。	<ul style="list-style-type: none">エシカル消費対応商品の開発・拡大では、総供給高は 2,036 億円(目標比 112%、前年比 101%、組合員供給価格ベースの推計値)でした。再生・植物由来プラの導入を強力に推進しており、エコマークは前年比 134% と大きく伸長しました。パーム油を主原料としている商品について、MB 油の導入を進めており、コープヌードル、CO・OP & マルちゃん(カップめん)、マーガリン類(明治)で導入または導入決定しました。
③原料調達から生産・消費までを通して、人権や環境などに配慮した「責任ある調達」ができるように取り組みを進めます。	<ul style="list-style-type: none">CO・OP 商品事業の人権課題について海外産原料の横断的リスク評価を初めて実施しました。力カオの問題で対策強化を進めています。国内では外国人労働問題に対するグリーバンスマニフェストの構築が必要であり、JP-MIRAI に加入しました。CO・OP 商品の『責任ある調達基本方針』の役員ビデオメッセージと、2020 年度アンケート結果を全取引先に配信しました。2021 年度のアンケートも実施しており回答率は 98.4% でした。コープサステナブルシリーズとして 2021 年秋に MEL(新規格)、BAP 認証の商品を発売しました。水産部門コープ商品供給高に占める水産エコラベル付き商品の構成比は、2021 年度累計で 12.8%(前年同期より +0.6pt)になりました。衣類のコットンのサステナブル原料への利用を進めており、2021 年度は前年より約 2 倍の利用実績になりました。
④「再生原料」「植物由来原料」を使用した包材への切り替えと減量化を進め、生協事業における容器包装と資材の使用量を削減します。	<ul style="list-style-type: none">再生・植物由来プラスチック包材を使用した商品の増加は 512 品番となりました。飲料の主力商品である麦茶 600ml ボトルを再生 PET100% にしました。他にもトレイやキャップシュリンクをなくす、包材を薄くする、PET ボトルを紙パックへ変更するなどの取り組みを進めています。紙使用量削減として、通販では顧客管理システムの再構築を行いました(2021 年度目標 1.5% 部数削減)。キャロットではコープデリで指定配布を導入し、1 企画あたり 20 万部削減しました。
⑤会員生協とともに、サプライチェーン全体における食品廃棄物・食品ロスの削減を進めます。	<ul style="list-style-type: none">CO・OP 商品に由来する食品廃棄物の削減を進めています。2021 年度の DC 廃棄実績は在庫金額で 63,861 千円でした(食品ロスに含まない家庭用品の廃棄約 3 割含む)。CO・OP 商品のドライ食品・飲料・菓子を対象に、業界動向に配慮しながら賞味期間の“年月”表示の切替を進めており、これまでに 196 品目を切り替えました(予定含む)。

2. 地球温暖化対策を推進し、再生可能エネルギーを利用・普及します

SDGs 取り組み中期方針	進捗状況
⑥会員生協とともに 2030 年の 温室効果ガス削減目標（2030 年に CO ₂ 排出量を 2013 年度 比で 40% 削減）の実現に向け、 気候変動対策を推進します。	・日本生協連グループでは全国生協の温室効果ガス総量削減長期計画に基づき、2020年度にCO ₂ 排出量を2005年度比15%削減することを定めています。日本生協連グループの2020年度CO ₂ 排出量は47,514t-CO ₂ となり、2005年度比22%削減と目標を達成しました。地球クラブの基礎排出係数が大きく減少（0.210→0.100kg-CO ₂ /kWh）したため、各オフィス、施設の排出量が大きく減少しました。
⑦会員生協とともに 2030 年の 再エネ開発目標実現に向け、 再生可能エネルギーの電源開 発を推進します。	・日本生協連が保有する全ての物流施設の屋上に、太陽光自家消費型 発電設備を設置しています。尾道流通センター・尾道冷凍流通セン ターの社員駐車場にカーポートタイプの太陽光自家消費型発電設備 の設置を計画しており、補助金採択を前提に建設を進める予定です。

3. 世界から飢餓や貧困をなくし、子どもたちを支援する活動を推進します

SDGs 取り組み中期方針	進捗状況
⑧国際機関との連携や商品を中 心にした活動を通じて、世界 から貧困と飢餓をなくす取り 組みを支援します。	・「レッドカップキャンペーン」の寄付額は 4,378,061 円でした。2/17 に国連 WEP 協会と贈呈式を開催しました。 ・「スマイルスクールプロジェクト」の供給個数は 10,518,894 個でした。 12/22 に日本ユニセフ協会と贈呈式を開催し、1,240 万円を寄付しました。

4. 核兵器廃絶と世界平和の実現をめざす活動を推進します

SDGs 取り組み中期方針	進捗状況
⑨平和な社会の実現をめざし、 組合員の平和への思いを大切 にしながら、核兵器廃絶、被 爆・戦争体験の継承の取り組みを推進します。	・3/26 に「ピースアクション in オキナワ～第 38 回沖縄戦跡・基地めぐり」をオンライン開催し、51 生協・516 人が参加しました。 ・8/4 ～ 8 に「ピースアクション in ヒロシマ・ナガサキ」をオンライン 開催し、のべ 95 生協・6,500 人が参加しました（開催期間外の見逃し配信は +2,555 人）。 ・ロシアによるウクライナへの軍事侵攻について日本生協連は 3/1 にロシア政府への抗議声明文を発表し、在日ロシア大使館に提出しました。

5. ジェンダー平等（男女平等）と多様な人材が共生できる社会づくりを推進します

SDGs 取り組み中期方針	進捗状況
⑩全国の生協で働く女性が活躍 し役割發揮できる職場づくり に向けて、会員生協における 女性職員の採用・定着・育成 への取り組みをサポートし、 女性職員比率や女性幹部比率 の向上への支援を進めます。	・2021 年度人事労務実態調査では、全国生協における課長級以上の女 性職員比率は 11.4%（前年 + 0.5%）でした。年度により増減はありま すが、微増傾向で推移しています。
⑪時間制約がある職員やシニ ア、障がい者、外国籍、LGBT など、多様な人材が働きがい があり、働きやすい職場環境 づくりを進めます。	・女性職員の幹部ライセンス受験に向けて、女性職員限定で先輩職員 との交流会やメンター制度の実施、人材開発室長との面談を行い、 受験率は微増ながら受験人数が 13 人から 22 人と増加しました。 ・2 月度現在、常用雇用障がい者 36.5 人（法定雇用障がい者 + 5.5 人） です。引き続き、障がい者の職種を拡げ、様々な職場で障がい者雇 用が進むよう対応を進めています。 ・2021 年度の男性の育児休業取得率は 47.4% です（2020 年度は 42.9%）。

6. 誰もが安心してくらし続けられる地域社会づくりに参加します。

SDGs 取り組み中期方針	進捗状況
⑫宅配事業の業態改革（宅配リノベーション）を成功させ、くらしと地域を支える生活インフラとしての機能を果たし続けます。	•DX-CO・OPプロジェクトおよびコープデリ連帯協議での座組みを中心として、各テーマの取り組みを進めました。「紙カタログ最適化」「配達コース最適化」については実証実験段階に進んでいます。「献立アプリによる注文」は、実験生協の拡大も進んでいます。「SNSを使ったコミュニケーション展開」「お試し利用の全国共同化」についてTRY CO・OPの立ち上げ、SNS施策による誘導を実施しています。
⑬多様な人々が暮らしやすい社会をめざして、地域の人々が協力し、支え合う取り組みを進めます。	•全国の生協で認知症センター養成講座が135回開催され、認知症センター養成者数は1,066人(3/31現在)になりました。このうち305人はオンライン開催での養成です。 •「子どもの未来アクション」では、アンバサダーのつどい、子供の貧困支援活動応援助成に取り組みました。アンバサダーの登録は863人(4/8現在)になりました。コロナ禍で学習会の開催頻度は落ちていますが、学習ツールの改定、学習会の開催事例の紹介など行いました。累計で14,690人が学んでいます(事務局把握分)。 •「障害者ノルディックスキー日本チーム」の支援として、「応援食クッキー」シリーズを1点お買い上げごとに1円を積み立て、日本障害者スキー連盟に寄付しています。2021年度は611,020円になりました。
⑭被災地ならびに被災地生協への復興支援の取り組みを推進します。	•2021年8月大雨災害に対し、日本生協連が全国の生協に呼びかけた「2021年8月大雨災害支援募金」は61生協から222,151,987円が寄せられました。 •福島の子どもたちを支援する取り組みとして始まった、くらしと生協「すくすく応援団」カタログの供給金額の一部を活用した助成は、取り組みの枠を広げて「子どもの未来アクション活動」の活動資金として助成しています。今年度から日本コープ共済生活協同組合連合会の「子ども・学生未来応援プロジェクト」からの寄付も加わり52団体からのエントリーに対して26団体に709万円を助成することが決まりました。
⑮災害時に備え、生協と行政や地域の諸団体とのパートナーシップ構築に向けて、支援を進めます。	•生協が参加する県域ネットワークは14県です。 •JVOADが11月に設置した災害支援そなえ令和基金の立ち上げにより、複数エリアの会員生協・都道府県生協連がネットワークを支援するための寄付を行っています。

7. 健康づくりの取り組みを広げ、福祉事業・助け合い活動を進めます

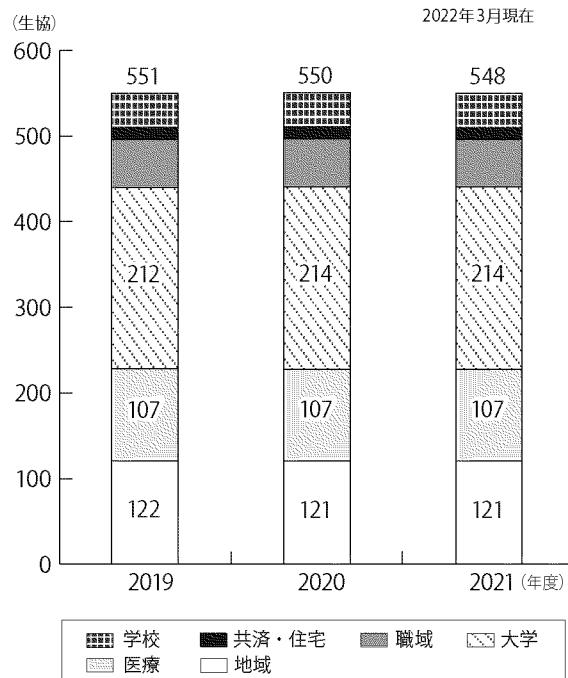
SDGs 取り組み中期方針	進捗状況
⑯健康でより豊かなくらしと食生活の向上をめざした取り組みを商品事業と組合員活動で推進します。	•ヘルシーコープの「手軽にとれる」「おいしく減らす」マーク付き商品の開発は287品番となりました。7月から管理栄養士の資格を持つ職員が執筆する「ヘルシーコープ通信」の発行を開始しました。 •私の健康、食習慣チェック活動(BDHQ)は21年度に2.4万IDを発行しました。2017年からの累計では6.2万IDを発行しています。 •コープ化粧品と「くらしと生協」の商品展開を通じた日本乳がんピンクリボン運動へ、コープ化粧品1,020,908円、くらしと生協451,328円を寄付しました。
⑰持続可能な生協福祉事業に向け、「生協介護サービスの標準化・ブランド化の推進」「全国の事業連帯の検討と高齢者等対応事業の研究」を進めます。	•会員生協と参画した「生協10の基本ケア・ブランド化プロジェクト」を4回開催しました。組合員向け学習会開催に向けて、学習ツールとガイドラインの策定を進めました。 •生協福祉事業の中長期の発展に向けた事業連帯のあり方と協同事業の推進を目的に「福祉事業・事業連帯強化検討委員会」を6回開催して、2022年3月に「最終報告」をまとめました。 •生協総研と連携して、高齢者のニーズや会員生協・他社の取組事例の情報を収集し、2022年3月に会員生協に発信しました。

データ集

1. 単位生協数推移	33
2. 組合員数の推移	33
3. 総事業高の推移	33
4. 地域生協 組合員数と世帯加入率の推移	33
5. 地域生協 出資金、一人当たりの出資金の推移	34
6. 地域生協 組合員一人当たり月利用高の推移	34
7. 地域生協 役職員数の推移	34
8. 地域生協 正規職員と管理職（課長級以上）の 女性比率の推移	34
9. 地域生協 業態別供給高の推移	35
10. 地域生協 業態別経常剰余率の推移	35
11. 地域生協 業態別部門別供給構成比	35
12. 地域生協 班供給と個配供給の推移	35
13. 地域生協 店舗数と売場面積の推移	35
14. 地域生協 出店状況について	36
15. 地域生協 事業連合・大規模生協の状況	37

16. 事業連帶・共同化の状況	38
17. キャロット事業の供給高	39
18. キャロット事業 商品へのお申し出受付状況	39
19. カタログ事業の供給高	39
20. ギフト事業の供給高	40
21. カタログ・ギフト事業へのお問合わせ受付状況	40
22. CO·OP共済の顧客満足度指数推移	42
23. 全国のライフプランニング活動の状況	43
24. 地域生協が母体となって作られた社会福祉法人の状況	44
25. 平和への取り組み状況	45
26. 国際活動の概況	47
27. ユニセフ募金の実績	50
28. パブリシティ広報のまとめ	51
29. 生協の取り組みへの社会的評価	52
30. 政府審議会などへの参加状況（日本生協連）	56
● 作成部署一覧	57

1 単位生協数推移



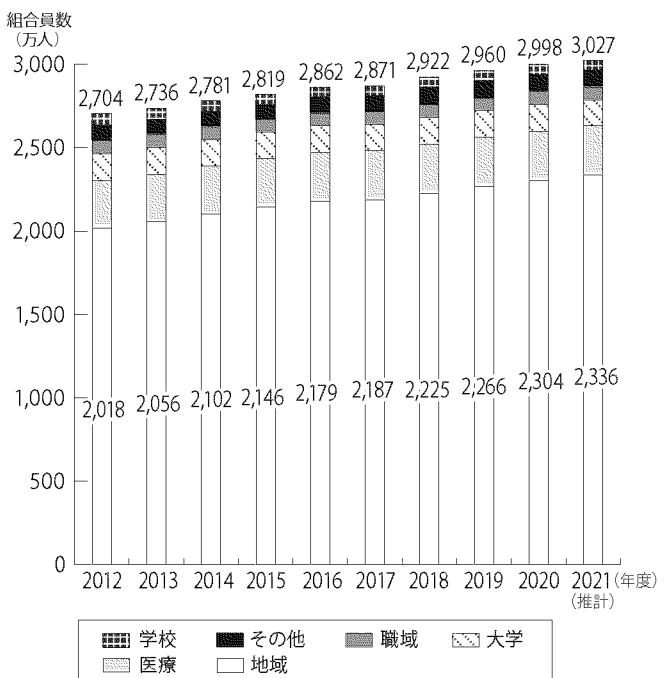
※事業連合は含みません。

※医療福祉生協、大学生協は日本生協連非会員を含みます。

※2016年度から購買事業のない地域生協を事業実態に合わせて種別変更しました。

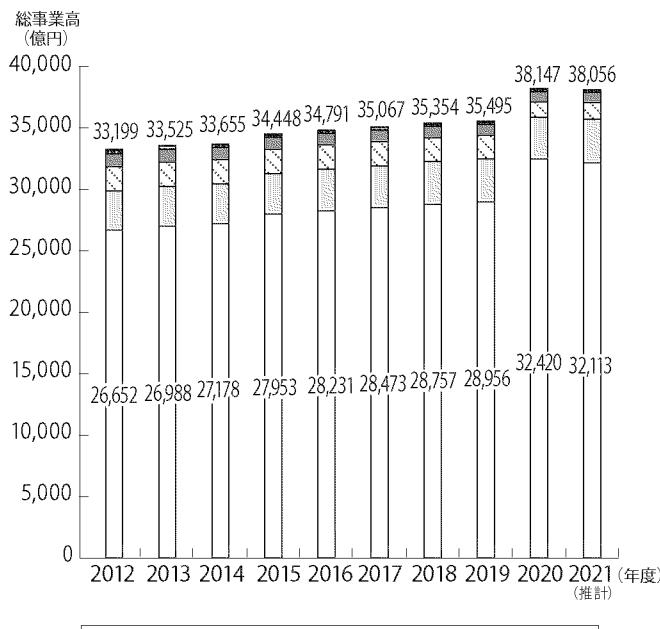
消費者信用、東京俳優、埼玉県労働者生協は「その他生協」に、福祉事業のみの東京高齢協、神奈川高齢協、さんコープ、いきいきコープは「医療福祉生協」に変更。

2 組合員数の推移

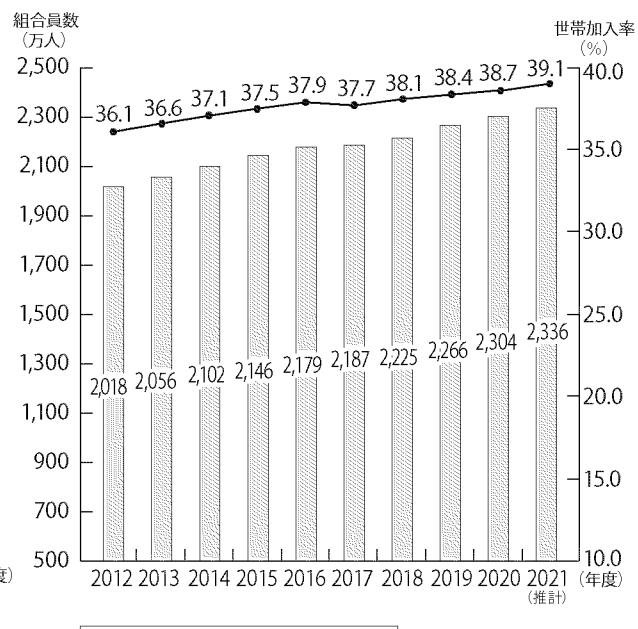


※新潟総合が職域から地域生協に、大分総合が職域から共済住宅に移動。
過去に遡って修正しました。

3 総事業高の推移



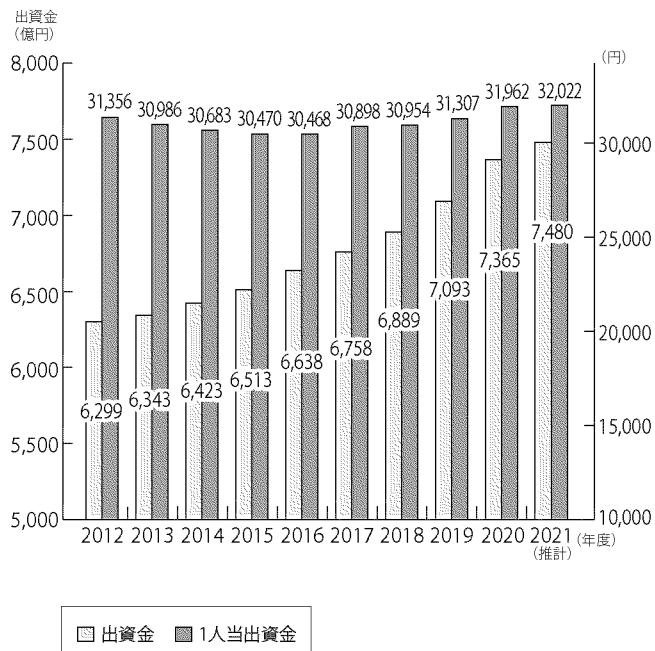
4 地域生協 組合員数と世帯加入率の推移



※2017年度は新潟総合生協(33万人)が脱退したため、世帯加入率が低下しています。

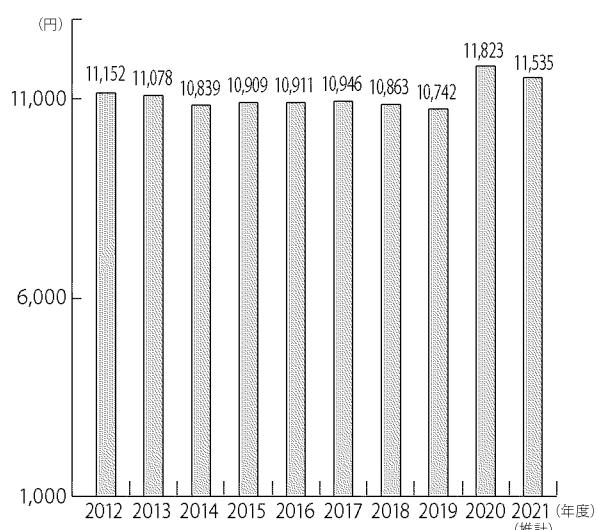
5 地域生協

出資金、一人当たりの出資金の推移



6 地域生協

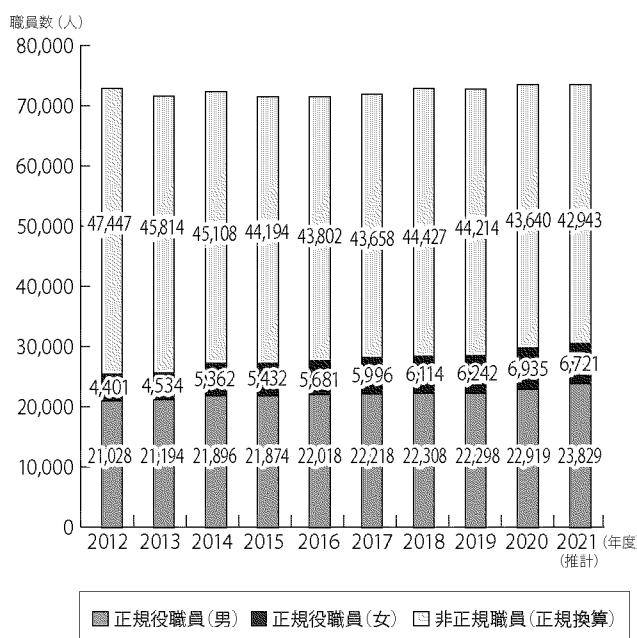
組合員一人当たり月利用高の推移



■ 出資金 ■ 1人当出資金

7 地域生協

役職員数の推移



■ 正規役職員(男) ■ 正規役職員(女) □ 非正規役職員(正規換算)

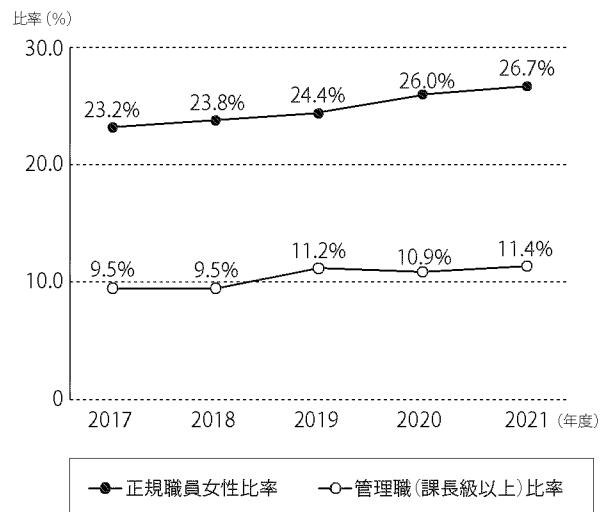
※新潟総合生協が居住地職域から地域生協に移動。過去に遡って修正しました。

8 地域生協

正規職員と管理職(課長級以上)の女性比率の推移

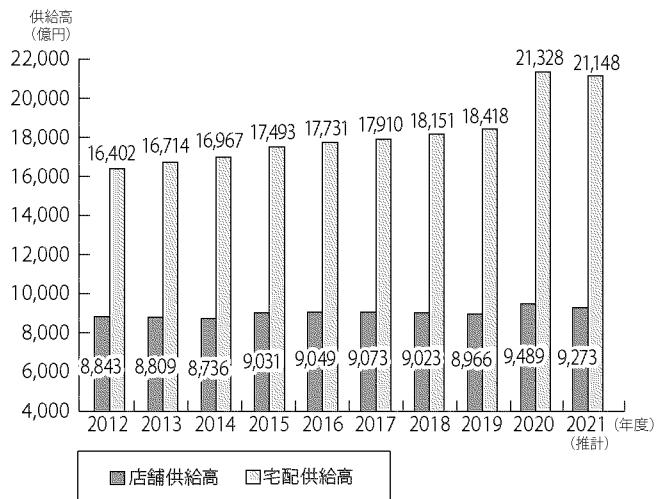
①女性活躍推進の前提となる正規(総合+限定)女性比率は、26.7%と毎年増加し、2020年の全国の生協全体の目標20%からさらに前進しました。

②正規職員の課長级以上の女性管理者比率は、一進一退してきたが、今年度は11.4%(+0.5%)と微増しました。

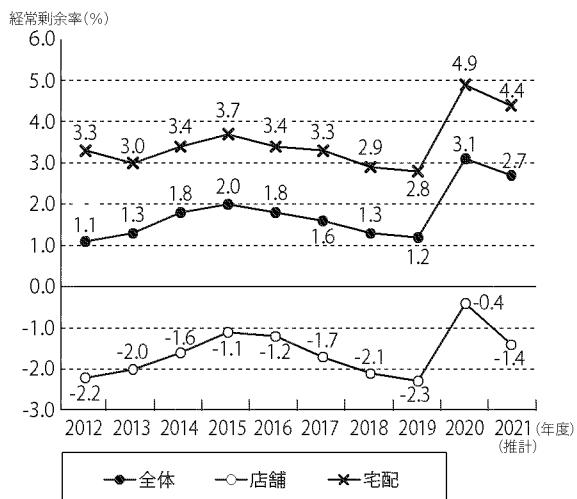


—●— 正規職員女性比率 —○— 管理職(課長級以上)女性比率

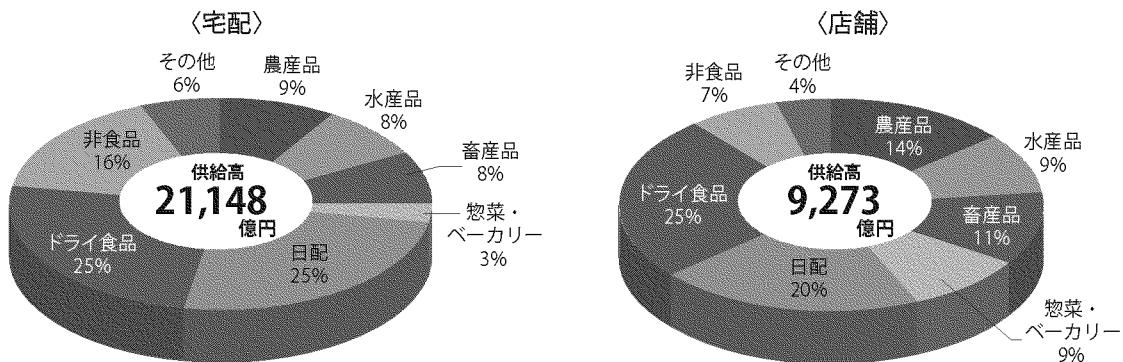
9 地域生協 業態別供給高の推移



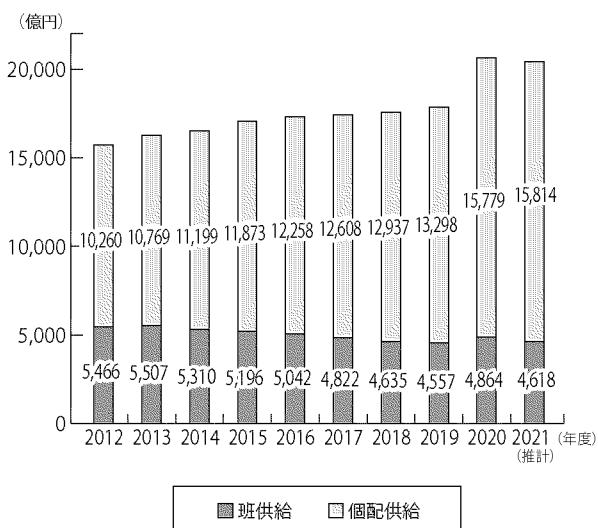
10 地域生協 業態別経常剰余率の推移



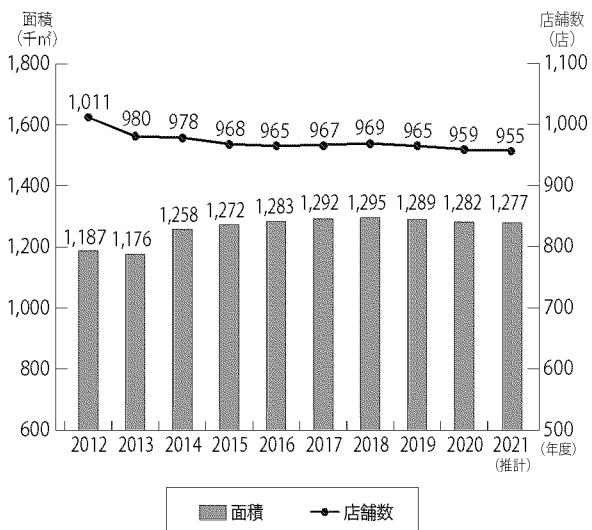
11 地域生協 業態別部門別供給構成比



12 地域生協 班供給と個配供給の推移



13 地域生協 店舗数と売場面積の推移



14 地域生協 出店状況について

(1) 出店店舗数と店舗面積

出店店舗は、2会員生協3店舗で直営店舗面積の合計は6,931m²となりました。

出店区分の内訳は、コープさっぽろ新規2店舗、コープこうべ移転新店1店舗です。

閉店店舗は4店舗で、全体の店舗数は昨年度と比較し、2店舗減となりました。

(2) 年度別規模別推移

年度	1,000m ² 未満		1,000～1500m ²		1,500m ² 超		合計	
	店舗数	構成比(%)	店舗数	構成比(%)	店舗数	構成比(%)	店舗数	直営面積(m ²)
2021	0	0	1	21.5	2	78.5	3	6,931
2020	1	33.3	0	0.0	2	66.7	3	3,794
2019	4	36.4	3	27.3	4	36.4	11	14,909
2018	3	37.5	2	25.0	3	37.5	8	10,300
2017	5	41.7	2	16.6	5	41.7	12	15,794
2016	3	27.3	0	0.0	8	72.7	11	18,090
2015	5	38.5	2	15.3	6	46.2	13	18,674
2014	9	50.0	4	22.2	5	27.8	18	22,820
2013	3	37.5	1	12.5	4	50.0	8	10,686
2012	3	25.0	4	33.3	5	41.7	12	17,309

15 地域生協 事業連合・大規模生協の状況

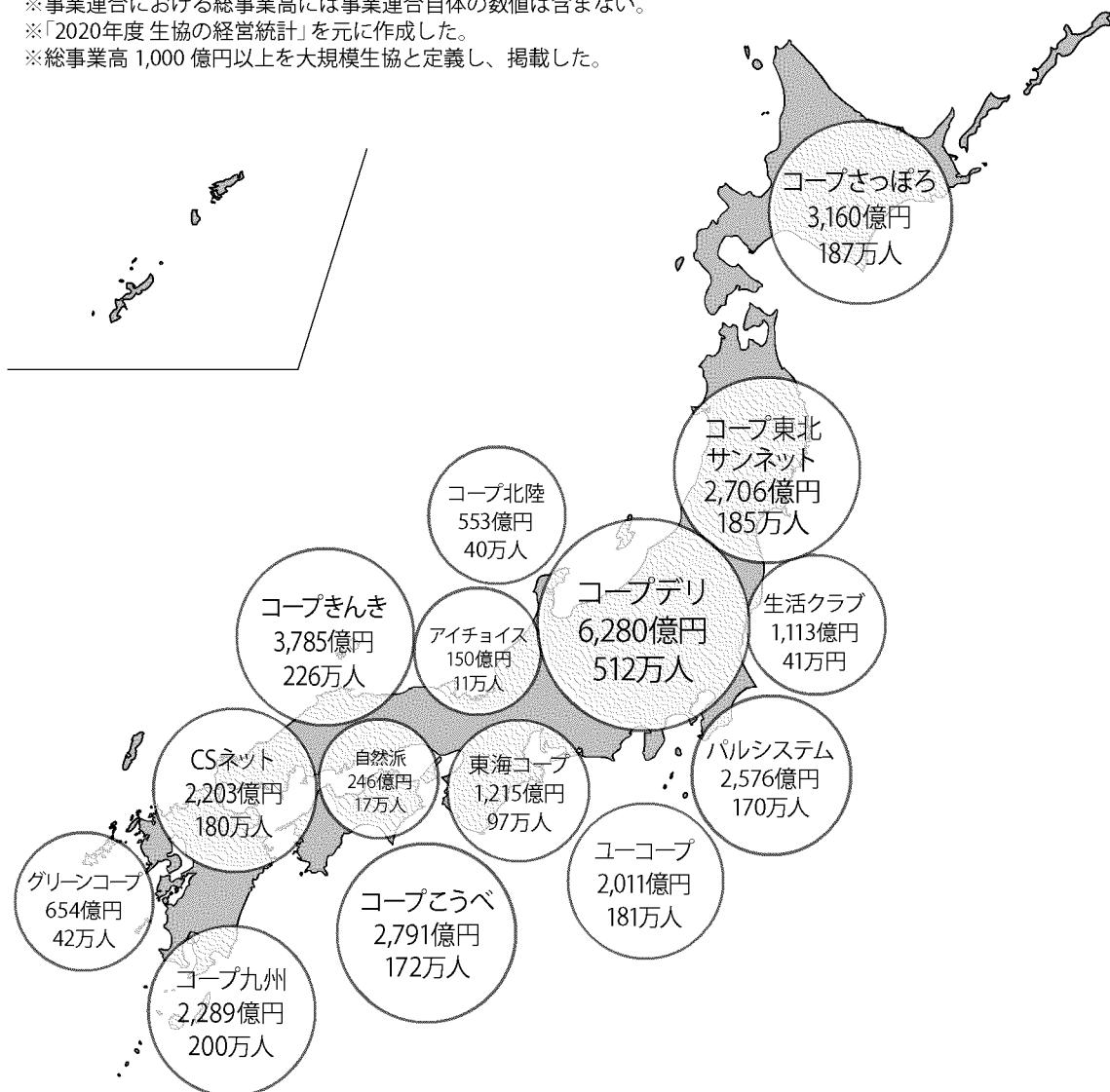
生協名	コープさっぽろ	コープ東北サンネット事業連合	コープデリ連合会	生活クラブ連合会	パレシステム連合会	ユーコープ	コープ北陸事業連合	アイチョイス
総事業高	3,160億円	2,706億円	6,280億円	1,113億円	2,576億円	2,011億円	553億円	150億円
組合員数	187万人	185万人	512万人	41万人	170万人	181万人	40万人	11万人

生協名	東海コープ事業連合	コープきんき事業連合	コープこうべ	コープ自然派事業連合	コープCSネット	グリーンコープ連合	コープ九州事業連合	合計
総事業高	1,215億円	3,785億円	2,791億円	246億円	2,203億円	654億円	2,289億円	31,732億円
組合員数	97万人	226万人	172万人	17万人	180万人	42万人	200万人	2,262万人

※事業連合における総事業高には事業連合自体の数値は含まない。

※「2020年度 生協の経営統計」を元に作成した。

※総事業高 1,000 億円以上を大規模生協と定義し、掲載した。



16 事業連帯・共同化の状況

(2022年3月現在)

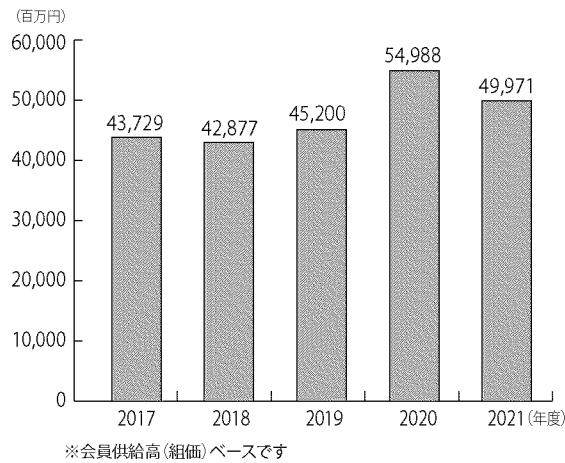
●・・共同化済み　◎・・連合会に所属する一部の会員生協等が共同化　◎・・共同化準備中　○・・共同化検討中　網掛・・2021年3月からの変化

	共同化課題項目	さっぽろ	コープ東北	パルシステム	コープデリ	ユーコープ	東海コープ	コープきんき	コープこうべ	コープ北陸	CSネット	コープ九州
商 品 事 業	共同事業契約会員	●	●		●	●	●	●	●		●	●
	一般契約(部分包括、単品型)			●(単品)						●(単品)		
	全国共同開発 供給高(21年4～22年3月度 単位：百万円)	4,094	8,287	1,238	35,016	11,168	6,646	14,200	6,657	1,417	10,959	10,751
	〃 前年比(%)	98.1	97.5	108.4	99.8	96.3	98.4	99.1	94.4	102.3	98.1	97.7
	エリア共同開発 供給高(21年4～22年3月度 単位：百万円)	510	4,454	819	46,944	16,747	2,080	14,011	2,915	-	4,061	8,859
	〃 前年比(%)	91.2	98.8	99.6	97.6	97.5	101.9	97.5	104.2	-	103.9	97.1
	(全国NB) 共同仕入 れ事業幹事会	オプサー バー	幹事		幹事	幹事	幹事	幹事	幹事	オプサー バー	幹事	幹事
非 食	キャロット事業：媒体 利用	●	●		●		●		●			
	カタログ事業	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	ギフト事業				●	●	●		◎	○	○	
	ドライDC				●						●	●
	ドライSC				●						●	●
	冷凍DC				●						●	●
物 流	冷凍SC				●						●	●
	冷蔵SC										●	●
	ドライTC				●							●
	NBC				●							●
	要冷TC											●
品 質 保 証	安全・品質協議会	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	お申し出作業部会 (上記の部会)		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	工場店舗点検作業部会 (〃)		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	検査共同作業部会 (〃)		●		●	●	●	●	●	●	●	●
	お問合せ管理システム (クリックプロⅡ) 共同 利用		●	(データ連携)	●	●	●	●	●	●	●	●
	品質管理担当職員の 教育出向				●			●			●	●
	受付・回答機能の連 携強化				●							
	検査業務の共同化		◎		◎							
テ ジ タ ル	DX-CO・OP		●		●		●					
	CWS(受注システム)		●			●				●	●	●
	加入促進ポータル (単位生協での契約含む)	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	Web加入システム	●		●	●	●	●	●	●	●	●	●
他	車両共同調達 (単位生協での契約含む)		●	◎	●	●	●	●	●	●	●	●
	燃料共同調達 (単位生協での契約含む)		○	●	●	●	●	●		●	●	●
	管財保険 (単位生協での契約含む)	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	電力事業 (地域クラブからの電力 供給)		●	(小売対応あり)		(小売対応あり)	○					

17 キャロット事業の供給高

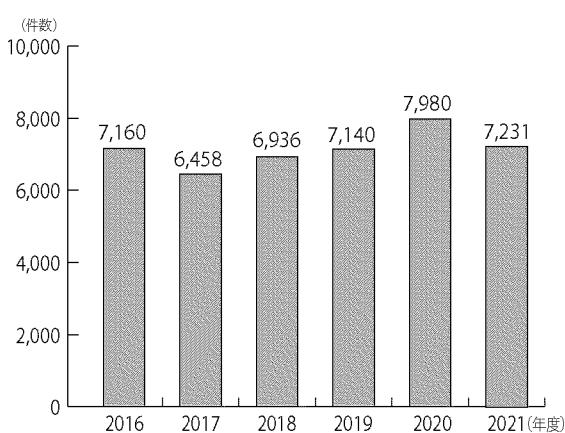
新型コロナウイルス感染拡大で伸長した宅配利用の定着により、コロナ禍以前と比較すると、2020年度から引き続いて高い水準で供給が推移しました。マスク等の衛生消耗品、調理用品、園芸用品が好調でした。

反面、マスク生活の定着や外出機会の減少により、マイク関連の化粧品やアウター類が苦戦傾向でした。前年異常受注となった紙、ソーサイング関連、健康用品の需要が落ちていたことから他事業と比較して前年比の落込みが大きくなっています。



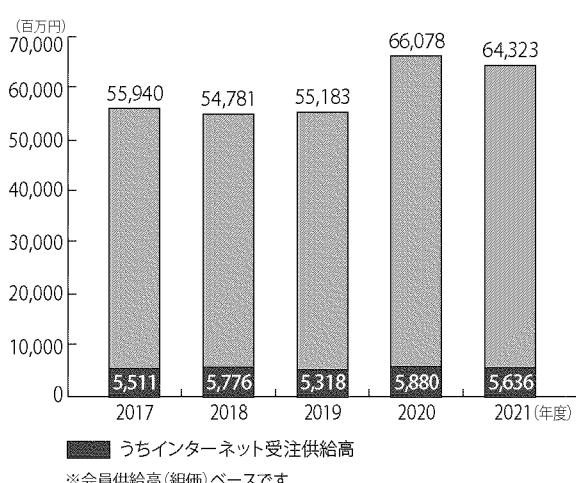
18 キャロット事業 商品へのお申し出受付状況

2020年度はコロナ禍の影響によるキャロット企画のご利用の伸長の影響もあり、お申し出件数が大きく増加しました。2021年度も2020年度にくらべると落ち着いているものの2019年度比では同様に伸長傾向となっています。マスク関連や園芸品など、コロナ禍の中での感染対策品や「巣ごもり需要」商品分類でのお申し出が通常より多くなっています。



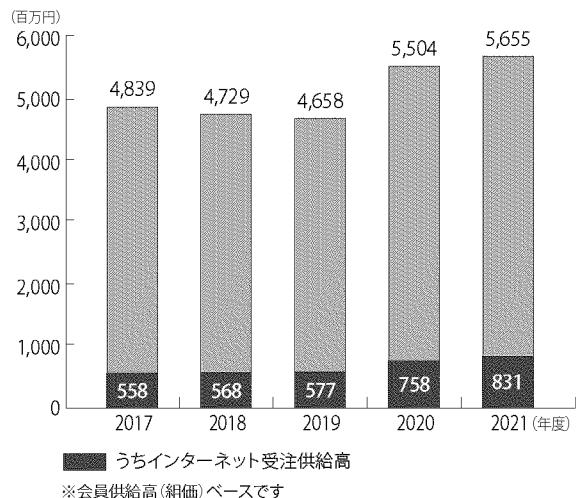
19 カタログ事業の供給高

夏～春の全てのシーズンで予算達成しました。家庭用品(家具、寝具、インテリア、日用品)は、前年の特別給付金や巣ごもり需要の反動で前年未達ですが、調達改善もあり予算比では大幅達成しました。衣料品(アウター、インナー、服飾雑貨)は、下期にシーズン品の売り方改善で防寒商品が伸長するなど、予算・前年とも達成しました。



20 ギフト事業の供給高

コロナ禍の中で伸長したギフト利用者の継続利用をテーマに取り組み、夏・冬ギフト・母父ギフトとも前年を上回り、全体でも前年を上回る供給実績です。インターネット受注は全体の伸びを上回る伸長です。また、インターネット専用企画にて、旬のフルーツや年間を通じてギフトを贈ることができる企画を立上げ、充実を図りました。



21 カタログ・ギフト事業へのお問合わせ受付状況

・カタログ

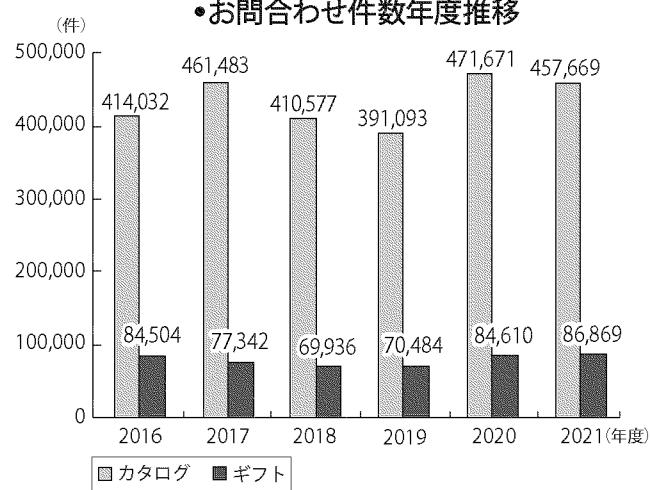
お問合わせは、物流トラブルの影響により商品がいつ届くのかの配送問合せが前年比2割増となりました。受注問合せは減少し、全体の件数は前年並みです。

お申し出は、カーペットの毛羽が抜ける等の状態不良のお申し出が前年比3割増で最多となりました。また、物流のお申し出が前年比3倍、欠品・遅配についてのお申し出が前年比5割増となりました。

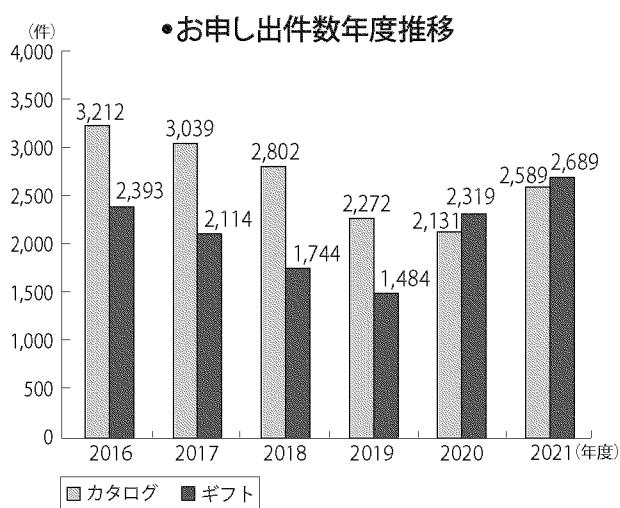
・ギフト

例年と傾向は変わらず配送問合せが最も多くなっております。商品お申し出は農産品のお申し出が多く、夏ギフトでさくらんぼ・なし、冬ギフトで柑橘類が多くお申し出をいただいています。

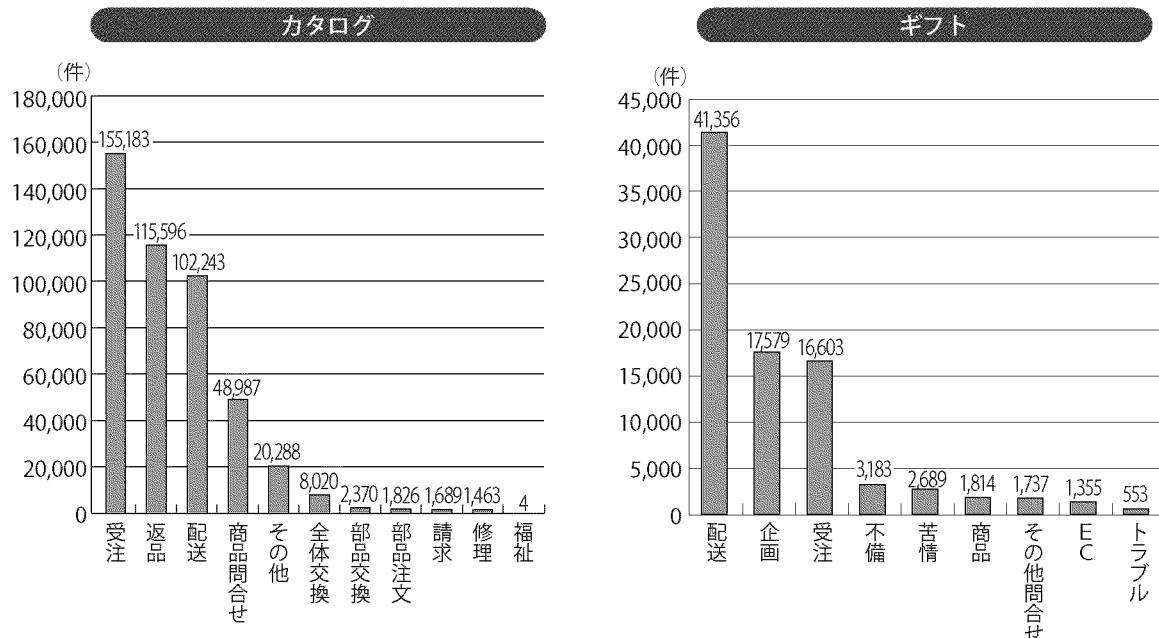
・お問合わせ件数年度推移



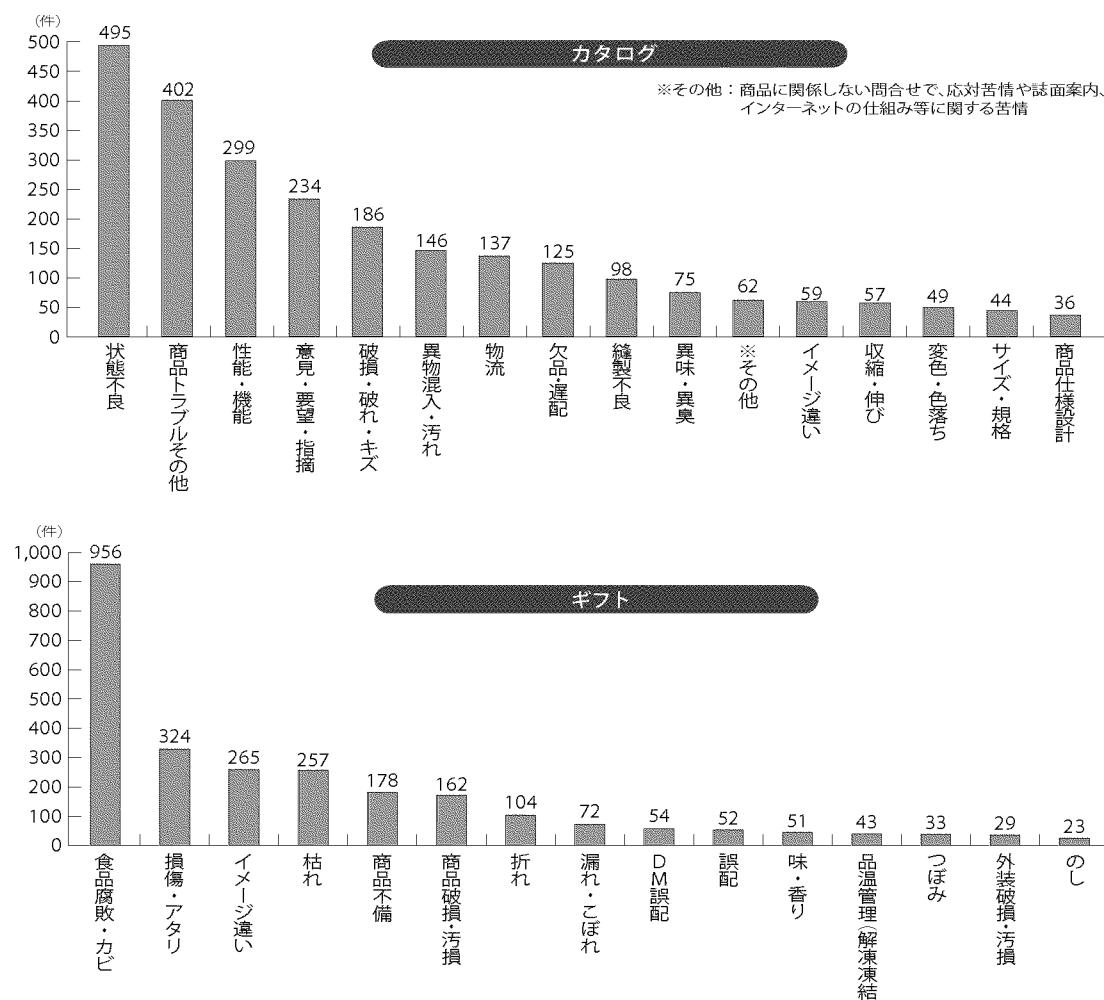
・お申し出件数年度推移



・お問い合わせ分類別件数



・お申し出分類別件数



22 CO・OP共済の顧客満足度指数推移

CO・OP共済は、「2021年度JCSI（日本版顧客満足度指数）第3回調査」^(*)において、生命保険分野では通算6度の1位を獲得しました。この調査において、CO・OP共済は2013年度以降、上位に位置しており、2021年度は他部門を含めて、総合第9位となりました。

*この調査は、日本生産性本部 サービス産業生産性協議会（SPRING）がサービス産業30業種前後、約400の企業・ブランドを対象に、年6回程度に分けて調査を実施しているものです。
(<https://www.jpc-net.jp/research/detail/005629.html>)



2021年度JCSI(日本版顧客満足度指数)
調査結果 生命保険部門

2013年度 顧客満足 上位	
1 東京ディズニー	86.8
2 劇団四季	86.1
3 帝国ホテル	83.7
4 宝塚歌劇団	82.8
5 オルビス	82.7
6 リッチモンドホテル	81.4
7 CO・OP共済	81.1
8 ドーミーイン	80.7
9 ヨドバシ.com	80.5
10 都道府県民共済	80.4

2014年度 顧客満足 上位	
1 劇団四季	84.6
2 東京ディズニー	82.7
3 宝塚歌劇団	82.1
4 CO・OP共済	81.9
5 都道府県民共済	81.0
amazon.co.jp	
オルビス	
帝国ホテル	
ヨドバシ.com	
スーパーホテル	79.4

2015年度 顧客満足 上位	
1 劇団四季	87.5
2 宝塚歌劇団	84.5
3 CO・OP共済	81.9
4 ヨドバシ.com	
5 帝国ホテル	80.9
6 都道府県民共済	80.4
7 住信SBIネット銀行	79.8
8 リッチモンドホテル	78.6
9 クックパッド	78.5
10 オルビス	78.4

2016年度 顧客満足 上位	
1 宝塚歌劇団	86.8
2 劇団四季	86.7
3 ヨドバシ.com	81.6
4 リッチモンドホテル	80.9
5 CO・OP共済	80.7
6 帝国ホテル	80.5
7 ドーミーイン	
8 ヤマト運輸	79.9
9 オルビス	79.6
10 都道府県民共済	79.4

2017年度 顧客満足 上位	
1 宝塚歌劇団	87.2
2 劇団四季	86.8
3 ヨドバシ.com	83.0
4 帝国ホテル	82.1
5 レクサス店	81.8
6 都道府県民共済	81.7
7 リッチモンドホテル	81.2
8 CO・OP共済	81.1
9 スーパーホテル	80.7
10 ケーズデンキ	79.8

2018年度 顧客満足 上位	
1 宝塚歌劇団	87.8
2 劇団四季	87.3
3 帝国ホテル	84.6
4 ヨドバシ.com	84.1
5 都道府県民共済	83.6
6 CO・OP共済	82.2
7 リッチモンドホテル	81.8
8 東京ディズニー	81.1
9 レクサス店	80.5
10 オルビス	80.2

2019年度 顧客満足 上位	
1 劇団四季	87.5
2 宝塚歌劇団	86.6
3 ヨドバシ.com	84.5
4 帝国ホテル	82.6
5 CO・OP共済	82.5
6 東京ディズニー	81.9
7 都道府県民共済	81.8
8 ドーミーイン	81.7
9 スターフライヤー	81.6
10 OK(オーケー)	81.3

2020年度 顧客満足 上位	
1 ヨドバシ.com	85.1
2 帝国ホテル	84.6
3 レクサス店	83.7
4 都道府県民共済	82.9
5 CO・OP共済	82.6
6 オルビス	82.1
7 コスモス薬品	81.5
8 びっくりドンキー	81.3
9 Joshin web	81.2
10 スカイマーク	81.1

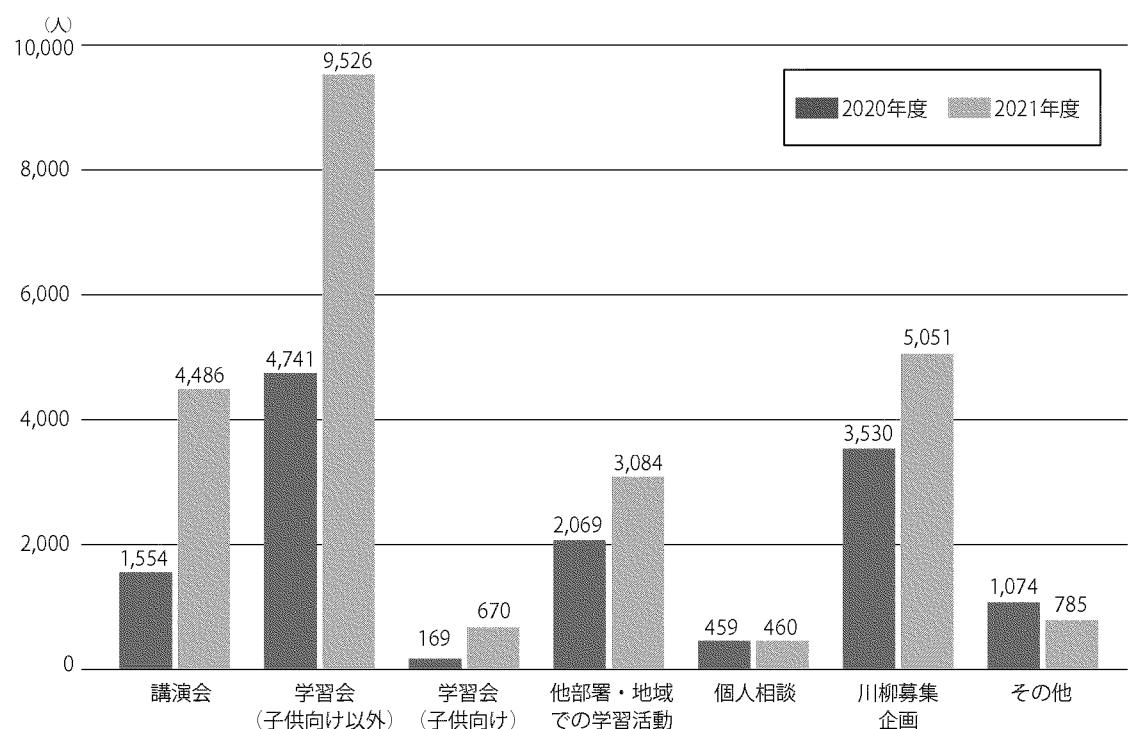
2021年度 顧客満足 上位	
1 宝塚歌劇団	87.0
2 ヨドバシ.com	86.2
3 劇団四季	85.5
4 東京ディズニー	84.4
5 帝国ホテル	82.9
6 ドーミーイン	82.3
7 リッチモンドホテル	82.2
8 レクサス店	81.8
9 CO・OP共済	
USJ	81.3

*2020年度は全5回の予定でしたが、新型コロナウイルス感染拡大に伴う緊急事態宣言の再延長をうけ、各種専門店・ビジネスホテル・旅行・エンタテインメント・フィットネスクラブ・映画館の6業種についての調査は中止となりました。

23 全国のライフプランニング活動の状況(2021年度)

2021年度のライフプランニング活動への参加者数(合計)は24,062人で、開催会場数は1,264会場です。

2021年度は新型コロナウイルス感染拡大の影響を受ける中でライフプランニング活動を安全に実施するためオンラインでの学習会や講演会の取り組みの広がりもあり、徐々に活動も戻ってきています。また公募を郵送やオンラインで可能なことから「川柳募集企画」は前年比で増加しています。またCO・OP共済2030年ビジョンを受けて、親子体操のオンライン講演会の開催や、LPA向け健康づくり支援センター養成講座をスタートしました。



24 地域生協が母体となって作られた社会福祉法人の状況

地域生協が母体となって設立された社会福祉法人は、特別養護老人ホームを含む多様なサービスを実施し地域福祉を支えています。経常剰余率に相当する経常増減差額率は1.8%、事業開始まもないきらめき福祉会を除くと2.0%となり、黒字になっています。

名 称	母体となった生協	2020年度 事業実績 (単位百万円)	実 施 サ ー ビ ス														
			居宅介護	訪問介護	訪問看護	通所介護	ショートステイ	福祉用具	地域包括支援センター	診療所	(看護 小規模 多機能)	定期巡回	有料老人ホーム	特別養護老人ホーム	高齢者住宅	保育・子育てサービス	配食サービス・食事サービス
こーふ福祉会	みやぎ生協	715	●	●	●	●	●		●			●		●	●		
みんなの輪	あいコープみやぎ	759														●	
ふれあいコープ	とちぎコープ	1,775	●	●		●	●			●	●	●	●	●	●	●	●
生活クラブ風の村	生活クラブ生協千葉	6,664	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
ぱる	パルシステム埼玉	1,902	●	●		●	●	●	●	●		●		●			
悠遊	生活クラブ生協東京	697	●	●		●			●		●	●	●			●	●
いきいき福祉会	生活クラブ生協神奈川	1,735	●	●		●	●		●		●	●	●	●	●	●	●
きらめき福祉会	福井県民生協	100									●	●		●			
協同福祉会	ならコープ	4,801	●	●	●	●	●		●		●	●	●	●	●	●	●
協同の苑	コープこうべ	2,642	●	●	●	●	●		●		●	●		●	●		●
グリーンコープ	グリーンコープ	5,985	●	●		●	●			●	●	●	●	●	●	●	●
			サービス活動収益計			27,775											
			経常増減差額計			498											
			経常増減差額率			1.8%											

25 平和への取り組み状況

くらしの中から平和への思いを考え、語り合う活動や学習会、つどい、展示会、地元の戦跡めぐり、戦争・被爆体験者からの証言を聞くなど、さまざまな平和活動『ピースアクション』が取り組まれています。2021年のピースアクションは、全国で445件の取り組みが行われ、のべ21万人（核兵器禁止条約の署名含む）が参加しました。

2021年の主な取り組みをご紹介します。

- (1) 2021年3月に沖縄県生協連と日本生協連の共催にて「ピースアクションinオキナワ～第38回沖縄戦跡・基地めぐり～」をオンライン学習講演会で開催しました。沖縄戦体験講話や平和の取り組み、沖縄戦・米軍基地について学び、51生協のべ516人が参加しました。
- (2) 2021年8月に広島県生協連・長崎県生協連・日本生協連の共催にて「2021ピースアクションinヒロシマ・ナガサキ」をオンラインで開催しました。被爆の実相や平和の大切さについて学ぶとともに、次の世代への継承と核兵器廃絶にむけた取り組みを共有し、全国から95生協のべ6,500人が参加しました。
- (3) ロシアによるウクライナへの軍事進攻をうけ、声明文を代表理事統括専務名で在日ロシア大使館に提出しました。全国の生協でも活動が広がっており、100生協以上が声明文を出しています。
- (4) 2019年7月よりCO・OP PEACE MAPを公開しています。全国の生協で取り組まれている平和活動をインターネットサイトの地図上に一元的に表示し、いつでも・どこでも・だれでも、そして生協間を超えて平和活動を知ることができます。2022年3月末時点で55生協・265件の会員生協の取り組み投稿、389件の組合員・会員生協からのメッセージ投稿がされています。2021年8月に平和への想い・願いを共有する「メッセージ投稿キャンペーン」を開催し、86件の投稿がありました。

CO・OP PEACE MAPはパソコン、タブレット、スマートフォンからご覧いただけます。（ブラウザはGoogle Chromeのご利用をおすすめします。）

▶ CO・OP PEACE MAP URL
<http://coop.archiving.jp/>



※実際の画面の例

登録した情報は地図上に反映され、閲覧いただけます

- (5) 2021年1月、核兵器禁止条約が発効しました。核兵器廃絶を願う市民の声を可視化し、さらに世論を盛り上げるために、下記の取り組みをしました。

①会員生協へ核兵器禁止条約についての学習と署名活動の呼びかけをおこない、学習用ビデオの活用を進めました。2022年3月末時点で46生協・生協連が取り組みをしています。

＜署名・学習会取り組み生協・生協連一覧＞(2022年3月末現在 日本生協連把握分)

岩手県生協連、宮城県生協連、みやぎ生協、コープあいづ、よつ葉生協、コープぐんま、パルシステム群馬、パルシステム千葉、パルシステム東京、東京都生協連、コープみらい、東都生協、自然派くらぶ生協、ユーコープ、神奈川県生協連、パルシステム神奈川、生活クラブ生協神奈川、福祉クラブ生協、富士フィルム生協、コープにいがた、富山県生協、CO・OPとやま、パルシステム山梨、コープぎふ、全岐阜県生協連、コープあいち、コープみえ、コープしが、滋賀県生協連、おおさかパルコープ、大阪いずみ市民生協、京都生協、ならコープ、奈良県生協連、わかやま市民生協、鳥取県生協、鳥取県生協連、おかやまコープ 生協ひろしま、広島県生協連、コープ自然派兵庫、コープやまぐち、山口県生協連、愛媛県生協連、エフコープ、生協コープかごしま

②日本生協連は、2022年1月に日本政府に核兵器禁止条約の署名・批准と締約国会議参加を求める要請をおこないました。

③2020年NPT再検討会議に向けて全国の生協がおこなった募金を活用し、2021年12月から約1か月間、日本被団協主催にてニューヨーク国連本部ロビーで原爆展が開催されました。

<原爆展タイトル>

ヒロシマ・ナガサキから75年

:ヒバクシャ_核兵器廃絶に取り組む勇気ある人々

<日時>

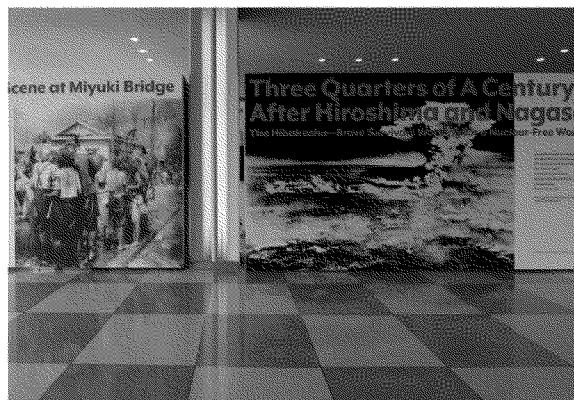
2021年12月13日～2022年1月12日

<会場>

ニューヨーク国連本部来訪者ロビー

<主催>

日本原水爆被害者団体協議会（日本被団協）



2021年の主なピースアクション

(2022年3月末現在 日本生協連把握分)

のべ生協数・件数		主な取り組み
募金	26生協・連合会 42件	<ul style="list-style-type: none"> 平和募金 書き損じハガキなどの回収 ユニセフ募金
意見書	106生協・連合会 109件	<ul style="list-style-type: none"> 核兵器禁止条約 締約国会議への参加要請
平和に関する学習企画	40生協・連合会 82件	<ul style="list-style-type: none"> 平和や憲法に関する学習企画 参加企画の報告会 地元の資料館や戦跡等の見学 平和に関する映画上映やコンサートの開催
集会つどい	33生協・連合会 45件	<ul style="list-style-type: none"> 平和、憲法、ユニセフなどの集会・つどい
展示会	17生協・連合会 33件	<ul style="list-style-type: none"> 平和の取り組み 戦争や空襲、原爆に関する写真や絵 ユニセフパネル展
平和行進	9生協・連合会 9件	<ul style="list-style-type: none"> オンライン開催 メッセージ募集

※各会員生協のホームページや機関誌、個別にお申し出いただいた活動等から日本生協連組合員活動グループにて集計した。

※ひとつの生協・連合会で、複数の意見書の提出や目的が異なる募金・署名などを行っているなど、生協・連合会数とのべ件数が異なっている場合がある。

26 国際活動の概況

アジア生協協力基金の積み立てと協力活動

1987年に会員生協と日本生協連の寄付によって設立された「アジア生協協力基金」の基本財産は2022年3月31日現在879,413,230円となっています。2021年度のアジア生協協力基金の助成企画は、新型コロナウイルス感染症の状況により、ICA-AP選抜生協マネジャー研修、ICA-AP生協委員会ワークショップ、医療福祉生協連の視察などが計画されず、全国大学生協連のICAアジア太平洋地域教育機関協同組合委員会のワークショップ・ウェビナーのみが助成申請され、161,039円が利用されました。

2021年度 国際協力助成企画

相手国	企画名	助成金
韓国 (開催国)	(全国大学生協連) ICA-AP 教育機関協同組合委員会／ 教育機関協同組合のワークショップ・ウェビナー	161,039 円

ICA関係の活動

1. ICAグローバル会議・行事

(1) ICAグローバル

ICA年次総会(本部・ベルギー)はベルギーの法律に基づき毎年1回総会を開催しています。今年もコロナ禍のため、昨年に引き続きバーチャル方式で年次総会が開催され、日本生協連から代議員3名がオンライン参加しました。

ICAソウル大会は、ICA創立125周年を祝うとともに、「協同組合のアイデンティティを深める」をテーマとし、1995年に採択された「協同組合のアイデンティティ声明」の見直しについて検討を始める機会とすることを目的として、ソウルを実会場とするハイブリッド形式で開催されました。

日 程	参 加 者	内 容
2021年 6月29日	A.グアルコ会長 124名。 日本生協連伊藤執行役員ほか2名。	<ICA年次総会（オンライン）> • 2020年決算報告 • ICA監査人、理事の解任 • 2021年予算・財務報告 すべての議案が承認された。
2021年 12月1～3日	A.グアルコ会長 実参加・オンライン合わせて1,570 名（韓国から800名、韓国以外から 770名。うち実参加はそれぞれ650 名、290名。） 日本生協連新井副会長、伊藤執行 役員ほか、国際部3名が実参加。8 名がオンライン参加。	<ICAソウル大会（ハイブリッド）> • グアルコICA会長、文在寅韓国大統領、洪楠基副首 相兼企画財政部長官の挨拶。 • アイデンティティをめぐり「考える」「強める」 「コミットする」「実践する」の4つのパートで 全体会、分科会で議論。 • 日本生協連から二村常務理事、朝比奈本部長が分 科会にオンライン登壇。 • 最終日に会場から新型コロナウイルス陽性者が見 つかり、閉会式は後日オンライン配信。

(2) ICAジェンダー平等委員会

新井副会長が執行委員を務めるICA ジェンダー平等委員会の活動がオンラインで開催されました。

日 程	参 加 者	内 容
2021年 12月9日	エウゲニア委員長、新井執行委員 他3か国執行委員、協同組合関係者、国際機関代表者 ※参加者数不明	<グローバルウェビナー> 女性や少女に対する暴力撤廃に向けた取り組みについて事例共有

2. ICA-AP(アジア太平洋)会議・行事

(1) ICA-AP地域会議

地域理事会2回と地域総会が、オンラインおよびハイブリッド形式で開催されました。

日 程	参 加 者	内 容
2021年 8月26日	李会長、新井副会長他7カ国地域理事、B.アイヤー地域事務局長	<地域理事会(オンライン)> ・ICA ソウル大会への招待メッセージ ・11月末予定の地域理事選挙の方法 ・「連結廃止に関する特別委員会」の提言 すべての議案が承認された。
2021年 11月29日	李会長、新井副会長、他7カ国地域理事、B.アイヤー地域事務局長	<地域理事会(ハイブリッド)> ・地域総会と地域理事選挙の内容、例外要望の扱い、選挙委員会選出 ・2021年度活動報告、財務報告 ・2022年度活動計画、予算案 すべての議案が承認された。
2021年 11月30日	李会長、新井副会長、他9カ国地域理事、ICA加盟委員およびオブザーバーを含む20カ国130名以上	<地域総会・理事選挙(ハイブリッド)> ・会員の状況、各種委員会の活動報告 ・李会長の退任あいさつ ・インドのヤダフ氏がAP 新会長に就任。 ・新井副会長が地域理事に就任。

(2) ICA-AP会計に関する特別委員会

ICAグローバルとの連結会計の廃止に関して議論する特別委員会を2020年度末の第1回会議に引き続き、2回の会議がオンライン開催され、新井副会長が委員長を務めました。

日 程	参 加 者	内 容
2021年 4月22日	新井委員長、他4か国委員、B.アイヤー地域事務局長	<第2回会議(オンライン)> ・グローバル理事会からの関連情報報告 ・インド政府の海外寄付規制法の状況報告
2021年 7月23日	新井委員長、他4か国委員、B.アイヤー地域事務局長	<第3回会議(オンライン)> ・連結会計廃止問題、インド政府の海外寄付規制法に関する地域理事会への提言

(3) ICA-AP女性委員会

新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、ICA-AP 女性委員会の諸活動は、ウェビナー、会議、フォーラムがオンライン及びハイブリッドで開催されました。

日 程	参 加 者	内 容
2021年 8月24日	新井委員長代行、委員・オブザーバー含め9か国35名	<地域ウェビナー(オンライン)> ・コロナ以降、アジア太平洋地域女性協同組合関係者に開かれた機会について事例共有
2021年 10月28日	新井委員長代行、委員、オブザーバー含め7か国13名	<委員会総会(オンライン)> ・委員会活動報告(2018年～2021年) ・2022年度活動計画案 ・その他、ジェンダー平等戦略の延長、役員選挙の実施時期、委員会内の協働とコミュニケーションの強化策等について議論
2021年 11月29日	新井委員長代行、委員、オブザーバー含め60名 ※国数不明	<第11回アジア太平洋地域女性フォーラム(ハイブリッド)> ・なぜ女性にとって協同組合のアイデンティティが重要なのかをテーマに、協同組合原則の実践事例共有、協同組合のアイデンティティ声明に含まれるべき重要な価値としての平和と非暴力について議論・提言

(4) ICA-AP生協委員会

新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、ICA-AP生協委員会の諸活動はオンラインセミナー3回、オンライン会議1回が開催されました。

日 程	参 加 者	内 容
2021年 6月2日	アジア・太平洋地域の協同組合職員、日本の生協職員等 合計14か国140名	<オンラインセミナー> ・アジア太平洋地域の生協や多目的協同組合が事業・活動を通してどのように地域コミュニティーへ貢献しているかの事例共有
2021年 8月25日	ICA-APアイヤー事務局長、アジア・太平洋地域の協同組合職員、日本の生協職員等 合計180名	<オンラインセミナー> ・フィリピンのピクト多目的協同組合の新世代型店舗「C&S コープスーパーマート」を紹介し、今後の店舗の在り方を考察
2021年 9月16日	アジア・太平洋地域の協同組合職員、日本の生協職員等 合計17か国120名	<オンラインセミナー> ・アジア太平洋地域の協同組合がどのようにSDGsや持続可能性に貢献しているか事例共有
2021年 11月29日	天野委員長、ICA-AP生協委員会メンバー 合計6か国12名	<オンライン会議> ・2021年決算、2022年予算案 ・2021年活動報告、2022年活動予定案 ・委員会規約改定の議論 ・山越委員長と副委員長2名を選出

27 ユニセフ募金の実績

2021年度に全国の生協が組合員に協力を呼び掛け集約されたユニセフ募金は、2021年4月1日～2022年3月31日までに、一般募金、指定募金、緊急募金を合わせて約4億5,800万円となり、1983年以降で過去最高の募金額となりました。全国の生協の募金は、1983年からの累計で99.9億円になりました(2022年3月末時点)。コロナ禍で対面の募金活動が難しい状況のなか、全国の生協では、オンラインでの募金の呼びかけや学習会などの活動が広がっています。

指定募金は、コープデリ連合会やユーロープのコープ牛乳の購入を通じた募金、地域ごとに取り組まれているミャンマー指定募金、東ティモール指定募金、インドネシア指定募金、CO・OPコアノンロールの購入を通じたアンゴラ指定募金など、合わせて、約8,200万円になりました。

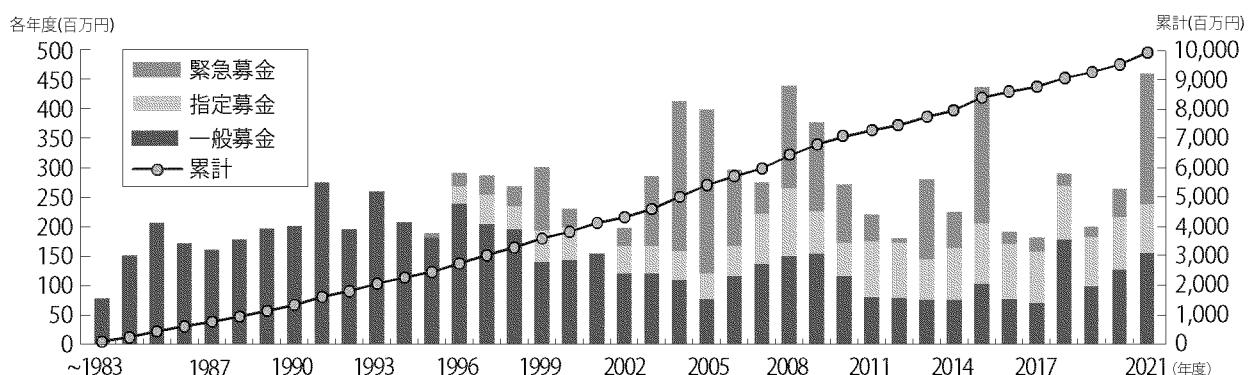
また、2021年度は「新型コロナウイルス緊急募金」をはじめ、トンガ沖噴火・津波の被災地支援のための「自然災害緊急募金」や、ロシアによるウクライナ侵攻を受けて立ち上がった「ウクライナ緊急募金」など多くの緊急募金が呼びかけられ、緊急募金の総額は、約2億2,100万円になりました。ウクライナ緊急募金は4月以降も取り組みは続いており、今後更に募金額は増える見込みです。

2021年度募金実績一覧

(単位:円)

募金種別	2021年度*	2020年度*
① 一般募金計	153,789,255	125,941,120
② 指定募金計	82,696,201	89,460,794
カンボジア子どもの保護	6,326,492	15,586,802
ミャンマー栄養	16,010,254	15,099,840
東ティモール保健	24,138,295	24,307,032
インドネシア教育	12,000,000	11,647,800
アンゴラ教育	12,399,480	11,181,240
コートジボワール栄養	11,821,680	11,638,080
③ 緊急募金計	221,632,980	48,001,450
ロヒンギャ難民緊急	1,523,322	1,530,700
アフリカ栄養危機緊急	9,970,422	2,147,515
新型コロナウイルス緊急	24,726,546	44,323,235
ウクライナ緊急	177,116,170	－
人道危機	1,783,256	－
自然災害	6,513,264	－
総合計 (① + ② + ③)	458,118,436	263,403,364

*各年度4月1日～翌年3月31までの日本ユニセフ協会入金分を集計



*1983年～1994年までは一般募金と緊急募金の内訳は不明です。

28 パブリシティ広報のまとめ

2022年3月時点

2021年度は、コロナ禍での生活も1年がたち、生協宅配や店舗のご利用も昨年より継続していることから、関連する報道は落ち着きを見せていました。その中でも、困窮学生への支援や感染の波（第5波、第6波）による在宅需要に関して、引き続き生協へ注目をいただいています。

テーマ別ではSDGs、環境、サステナビリティ関連は注目度が高く、生協の事業・活動が報道につながっています。その他、宅配リノベーション、DX-CO・OPプロジェクトも注目を浴び、新しい業界（IT系）への露出もありました。

◆会員生協・日本生協連が掲載された記事件数

年度	会員生協	日本生協連	年度の特徴的な報道内容
2021	3,434	222	環境サステナビリティ政策、DX-CO・OPプロジェクトなど
2020	3,443	216	コロナ禍における生協の事業と活動、食料支援など
2019	3,467	368	消費税増税、買い物弱者支援、被災地支援など

※いずれの数字も日本生協連把握分

◆新聞・雑誌などで記事掲載の多かったテーマ

掲載テーマ
事業・商品関連
新型コロナウイルス関連（巣ごもり、宅配需要）
食料支援・災害寄付（困窮大学生、子ども食堂、募金）
SDGs関連（環境、サステナブル、持続可能、）

◆新聞・雑誌での生協特集企画およびテレビ放映事例

媒体名(発売号)・特集企画のタイトル	内 容
TBS ラヴィット 2021年4月26日、5月27日	朝の情報番組「ラヴィット」の「買い物の達人」コーナーで、コープ商品のことわりや良さを伝える内容。2週にわたりそれぞれ15分程度放送されました。
日経クロステック 2021年7月28日	DX-CO・OPプロジェクトについてアジャイル開発や宅配ルート最適化について掲載されました。
読売新聞 2021年10月11日	「あれから」特集コーナーにて、2005年11月「生協の白石さん」旋風を巻き起こした当時と今について紹介されました。
『ダイヤモンド・チェーンストア』 2021年11月1日号	特集「生協の宅配×DX」で、生協・連合会の宅配事業や店舗などの取り組みが、27ページにわたり掲載されました。
『激流』 2021年11月号	土屋敏夫会長インタビュー取材。タイトル「生協の連帯を強め、持続可能な社会に貢献」

◆日本生協連が実施した記者会見

実施日	会見名	記者数	内 容
2021年4月13日	2020年度末業績報告および社会的取り組みについて	47人	オンラインにて開催。2020年度、コロナ禍における生協の業績の報告及び、社会的取り組みを報告。
2021年7月15日	新役員体制と2021年度重点方針	36人	コロナ禍で初のリアル会見。新会長お披露目と役員体制、2021年度の重点方針について報告。
2021年10月26日	2021年上期業績発表会	40人	オンラインにて開催。2021年上期業績やDX-CO・OPプロジェクトの進捗を報告。

29 生協の取り組みへの社会的評価

日本生協連把握分(2021年3月21日～2022年3月20日)

テーマ	表彰生協	表彰等内容	主 催
環境	コープさっぽろ	旭川動物園・円山動物園・おびひろ動物園・釧路市動物園 ホッキョクグマ応援プロジェクトに対する感謝状	旭川市 / 札幌市 / 帯広市 / 釧路市
		動物園・水族館応援募金に対する感謝状	日本動物園水族館協会
	みやぎ生協・ コープふくしま	温暖化防止に取り組む「福島議定書事業」最優秀賞 (オフィス・店舗部門)	福島県(2021/2/4受賞)
	コープみらい	第2回ジャパン・サステナブルシーフード・アワード 「ファイナリスト」	ジャパン・サステナブルシーフード・アワード実行委員会
		「埼玉県官民連携 SDGs プラットホーム」認定	埼玉県
		「埼玉県環境SDGs取組企業宣言」認定	埼玉県
		「さいたま市 CS・SDGs パートナーズ共同宣言」認定	さいたま市
		「かすかべ SDGs パートナーズ」認定	春日部市
	コープデリ連合会	第8回グッドライフアワード 「実行委員会特別賞サステナブルデザイン賞」	環境省
		サステナアワード 2020 伝えたい日本の“サステナブル”「レジェンド優秀賞」	農林水産省 (あふの環 2030 プロジェクト)
		令和2年度彩の国埼玉環境大賞「奨励賞」	埼玉県
		令和3年度食品ロス削減推進大賞 「審査委員会委員長賞」	消費者庁
		令和3年度地産地消等優良活動表彰 「関東農政局長賞」	農林水産省
	パルシステム連合会	「サステナブルコスマアワード 2021」 企業部門 SDGs 賞、審査員賞	MOTHER EARTH
		「サステナアワード 2021 伝えたい日本の“サステナブル”」佳作	農林水産省 (あふの環 2030 プロジェクト)
	ユーコープ	感謝の盾(自社完結の「トレー to トレー」のリサイクル実用化 30周年を記念し協力企業に表彰)	株式会社エフピコ
		食品ロス削減推進のためのコースターデザイン募集協力に対する感謝状	公益社団法人 フードバンクかながわ

テーマ	表彰生協	表彰等内容	主 催
環境	富山県生協	富山県食品ロス・食品廃棄物削減優良活動表彰	富山県食品ロス・食品廃棄物削減推進県民会議
	CO・OPとやま	令和3年度富山県食品ロス・食品廃棄物削減優良活動表彰	富山県食品ロス・食品廃棄物削減推進県民会議
	わかやま市民生協	「和歌山県緑化功労賞」社会貢献部門	和歌山県
	こうち生協	県民部会会長賞 (企業・団体部門で一人当たりCO ₂ 削減)	高知県地球温暖化防止県民会議
	エフコープ	令和3年度リデュース・リユース・リサイクル推進協議会会長賞	リデュース・リユース・リサイクル推進協議会
福祉	みやぎ生協	コープくらしの助け合いの会活動表彰	仙台市
	ユーコープ	フードバンクへ食品の寄贈と募金の寄付活動に対する感謝状(3月29日 / 5月27日)	公益社団法人 フードバンクかながわ
		社会福祉推進への寄付活動に対する感謝状	神奈川県社会福祉協議会 / 横浜市社会福祉協議会
	コープあいち	あいち医療応援基金に対する感謝状	愛知県
	おかやまコープ	岡山市デイサービス改善インセンティブ事業表彰	岡山市
	こうち生協	子ども食堂支援募金に対する感謝状	高知県
	コープおきなわ	第17回うるま市社会福祉大会 特別功労団体表彰	社会福祉法人 うるま市社会福祉協議会
消費者支援	コープさっぽろ	手洗い教室実施及び寄贈に対する感謝状	札幌市 / 江別市
	いわて生協	消費者支援功労者表彰「内閣府特命大臣表彰」	消費者庁
	パレシステム連合会	「消費者志向経営優良事例表彰」長官表彰	消費者庁
	福井県民生協	「令和3年度消費者支援功労者表彰」 ベスト消費者サポーター賞	消費者庁
	鳥取県生協	「令和3年度消費者支援功労者表彰」 ベスト消費者サポーター賞	消費者庁
	とくしま生協	徳島県消費者志向経営推進事業者表彰	徳島県
	生協くまもと	「令和3年度消費者支援功労者表彰」 内閣総理大臣 表彰	消費者庁

テーマ	表彰生協	表彰等内容	主 催
次世代支援	コープさっぽろ	「ほっかいどう若者応援プロジェクト」への寄付に対する感謝状	ほっかいどう若者応援プロジェクト
		北海道ユニセフ協会 ロヒンギャ難民緊急募金に対する感謝状	北海道ユニセフ協会
	コープみらい	ウーマンエンパワーオンラインアワード 2020 「奨励賞」	株式会社ルバート
	コープデリ連合会	「第 14 回キッズデザイン賞」消費者担当大臣賞	特定非営利活動法人キッズデザイン協議会
	パルシステム連合会	「ベビカムアワード 2022」 食材宅配優秀賞	株式会社ベビカム
		「日本子育て支援大賞」	一般社団法人 日本子育て支援協会
	福井県民生協	「将来世代企業表彰」最優秀賞	日本創生のための将来世代 応援知事同盟
地域貢献 その他	コープさっぽろ	ランドセルカバー寄贈に対する感謝状	苫小牧市教育委員会 / 室蘭市 / 旭川市
		「北海道ワインのヌーヴェルヴァーグ研究室」 開設に対する感謝状	北海道大学
	コープあきた	大仙市社会福祉大会・コープフードバンク基本協定締結生活困窮者への支援に対する感謝状	大仙市社会福祉協議会
		美郷町社会福祉協議会表彰式・社会福祉事業の支援に対する感謝状	美郷町社会福祉協議会
		秋田県南地域大雪被害支援募金に対する感謝状	横手市社会福祉協議会 / 東成瀬村社会福祉協議会
	コープ東北サンネット事業連合	東日本大震災被害からの復興支援に対する感謝状	南三陸町
	福島県生協連	東日本大震災復旧復興支援に対する感謝状	南相馬市
	茨城県生協連	茨城県立医療大学学生支援に対する感謝状	茨城県
	コープみらい	ランドセルカバー寄贈に対する感謝状	浦安市

テーマ	表彰生協	表彰等内容	主 催
地域貢献 その他	パルシステム東京	令和3年度「障害者雇用エクセレントカンパニー賞 (東京都知事賞)」	東京都
		令和3年度「独立行政法人高齢・障害・求職者雇用支援機構 理事長表彰 障害者雇用優良事業所」	独立行政法人高齢・障害・求職者雇用支援機構
	ユーコープ	ユニセフお年玉募金活動に対する感謝状	日本ユニセフ協会
		書き損じはがき寄付活動に対する感謝状	社会福祉法人 中央共同募金会
		令和三年七月静岡県東部豪雨災害ボランティア支援金に対する感謝状	特定非営利活動法人 静岡県ボランティア協会
	富山県生協	富山県新型コロナウイルス対策応援基金に対する 感謝状	富山県
	コープぎふ	令和2年7月岐阜県豪雨災害の義援金寄附に対する 感謝状	岐阜県
	コープみえ	紺綏褒章受章（「新型コロナ克服みえ支え“愛”募金」 への寄付に対して） ※注：紺綏褒章は、国の褒章制度のひとつであり、地方公共団体等へ1,000万円以上の寄附をした企業および団体、 500万円以上の寄附をした個人に授与されるものです。	国（伝達者：三重県知事）
	山口県生協連	山口県選奨（社会活動功労）受賞	山口県
	コープやまぐち	令和3年度「やまぐち子ども・子育て応援ファンド」 に対する感謝状	山口県
コープえひめ	とくしま生協	大学生支援に対する感謝状	学校法人四国大学 / 德島文理大学・徳島文理大学短期大学部
	コープえひめ	赤い羽根共同募金に対する感謝状	愛媛県共同募金会
		学生支援に対する感謝状	松山東雲大学・松山東雲短期大学 / 愛媛大学 / 松山大学・松山短期大学 /
		あつたか NPO 応援基金に対する感謝状	愛媛県
エフコープ	エフコープ	松山市市民活動推進表彰	松山市
		令和3年度「ふくおか共助社会づくり」表彰	福岡県

30 政府審議会等への参加状況（日本生協連）

2022年3月現在

審議会等名	所属部会名・就任名等	委員名	所管
独占禁止懇話会	会員	笛川博子(常務理事)	内閣府
食品安全委員会	企画等専門調査会専門委員	足立真由(お申し出管理部長)	
	研究・調査企画会議 事前・中間評価部会委員	鬼武一夫(品質保証本部長スタッフ)	
	研究・調査企画会議 事後評価部会委員	鬼武一夫(品質保証本部長スタッフ)	
男女共同参画推進連携会議	議員	新井ちとせ(副会長)	
薬事・食品衛生審議会	食品衛生分科会委員	二村睦子(常務理事)	厚生労働省
	食品衛生分科会添加物部会委員	二村睦子(常務理事)	
	食品衛生分科会食品規格部会委員	二村睦子(常務理事)	
	食品衛生分科会農薬・動物用医薬品部会委員	二村睦子(常務理事)	
	薬事分科会動物用医薬品等部会臨時委員	峯松浩史(安全政策推進室)	
食品安全制度懇談会	委員	片野縁(社会・地域活動推進部組合員活動GM)	
食品衛生管理に関する技術検討会	構成員	鬼武一夫(品質保証本部長スタッフ)	
食品の営業規制の平準化に関する検討会	構成員	鬼武一夫(品質保証本部長スタッフ)	
飲食店等食品事業者におけるHACCP理解醸成事業実施団体選定審査委員会	委員	鬼武一夫(品質保証本部長スタッフ)	
医療介護総合確保促進会議	構成員(民間介護事業推進委員会代表委員)	山際淳(組織推進本部長スタッフ)	
社会保障審議会 介護分野の文書に係る負担軽減に関する専門委員会委員	委員(民間介護事業推進委員会代表委員)	山際淳(組織推進本部長スタッフ)	
生物多様性戦略検討会	委員	二村睦子(常務理事)	農林水産省
政策評価第三者委員会	委員	二村睦子(常務理事)	
国立研究開発法人農業・食品産業技術総合研究機構 動物衛生研究部門	運営委員会委員	鬼武一夫(品質保証本部長スタッフ)	
農業資材審議会	飼料分科会臨時委員 *農業資材審議会飼料分科会並びに中央環境審議会合同会合(ペットフード関連)を含む。	峯松浩史(安全政策推進室)	
リスク管理検討会	メンバー	早川敏幸(安全政策推進室長)	経済産業省
安全な農畜水産物安定供給のための包括的レギュラトリーサイエンス研究推進委託事業のうち課題解決型プロジェクト研究運営委員会	委員	鬼武一夫(品質保証本部長スタッフ)	
国際植物防疫条約に関する国内連絡会	委員	早川敏幸(安全政策推進室長)	
資源エネルギー庁 総合資源 エネルギー調査会	臨時委員 資源・燃料分科会委員	二村睦子(常務理事)	
ガスシステム改革小委員会	委員	二村睦子(常務理事)	環境省
日本工業標準調査会標準第一部会	高齢者・障害者支援専門委員会臨時委員	齋藤直人(福祉事業推進部)	
化学物質ファクトシート作成委員会	委員	早川敏幸(安全政策推進室長)	環境省

● 作成部署一覧

No	項目名	担当部署
I	総会議案の検討過程について	政策企画室
II	商品力強化・ラブコープの取り組み	マーケティング部
III	日本生協連SDGs取り組み中期方針2020-22の進捗状況	総合マネジメント部
1	単位生協数推移	事業支援部
2	組合員数の推移	事業支援部
3	総事業高の推移	事業支援部
4	地域生協 組合員数と世帯加入率の推移	事業支援部
5	地域生協 出資金、一人当たりの出資金の推移	事業支援部
6	地域生協 組合員一人当たり月利用高の推移	事業支援部
7	地域生協 役職員数の推移	事業支援部
8	地域生協 正規職員と管理職（課長級以上）の女性比率の推移	全国生協・人づくり支援センター
9	地域生協 業態別供給高の推移	事業支援部
10	地域生協 業態別経常剰余率の推移	事業支援部
11	地域生協 業態別部門別供給構成比	事業支援部
12	地域生協 班供給と個配供給の推移	事業支援部
13	地域生協 店舗数と売場面積の推移	事業支援部
14	地域生協 出店状況について	事業支援部
15	地域生協 事業連合・大規模生協の状況	政策企画室
16	事業連帶・共同化の状況	事業連帶事務局
17	キャロット事業の供給高	キャロット事業部
18	キャロット事業 商品へのお申し出受付状況	お問合せ管理センター
19	カタログ事業の供給高	通販事業管理部
20	ギフト事業の供給高	通販事業管理部
21	カタログ・ギフト事業へのお問合わせ受付状況	通販事業管理部
22	CO・OP共済の顧客満足度指數推移	コープ共済連 経営企画部
23	ライフプランニング活動の状況	コープ共済連 経営企画部
24	地域生協が母体となって作られた社会福祉法人の状況	福祉事業推進部
25	平和への取り組み状況	社会・地域活動推進部
26	国際活動の概況	国際部
27	ユニセフ募金の実績	社会・地域活動推進部
28	パブリシティ広報のまとめ	広報部
29	生協の取り組みへの社会的評価	渉外部
30	政府審議会などへの参加状況（日本生協連）	役員室