

6. コープ商品

コープ商品とは、組合員の暮らしに役立ち、より良くするために作られる商品です。コープ商品の評価は組合員の利用によって決まり、組合員の声に応える商品であり続けることが存在意義です。

コープ商品は『3つの基本的価値』を実現し『7つの付加価値』を追求します。そのために、たえず競争商品との関係で品質、価格、役割を比較検証し、より優れた商品に改善し、新しい商品価値を提案し、組合員に伝える努力をします。また、リスク管理や品質管理に不断の努力を行い、安全を保障し、誠実な事業姿勢を貫いて、組合員の「安心」を作り「信頼」に応えていきます。

6-1. コープ商品の『3つの基本的価値』と『7つの付加価値』

(1) 3つの基本的価値

① 「安全性の確保」

定義：使用場面において、商品自体の安全性が確保されていること

「安全」とは科学的視点から許容できないレベルのリスクがない状態を指します。原料調達、商品の生産から組合員宅に届くまでのフードチェーンにおいて、重要なリスクに着目して不断に品質管理の努力を重ねることで実現されます。

② 「品質の確かさ」

定義：使用する人、使用目的に対して十分な品質機能を実現すること

食品であれば「香り、味、食感」など、家庭用品であれば「機能」などについて、組合員が納得でき、繰り返して利用できる品質を維持します。また、誰にでも使いやすい商品設計、商品の選択と適切な利用に役立つわかりやすく読みやすい表示、商品の特徴が伝わりセンスの良いデザインなどを追求し、実現します。

③ 「価格の安さ」

定義：合理的な商品設計で価格の安さを追求し、競争環境にある商品と比較してより安い価格を実現すること

商品を利用する組合員層にとって必要な品質レベルや適切な規格容量を十分に考慮して商品を生産し、品質・規格容量が同等の競争商品に対しては、より安い価格の実現を目指します。また、日本では将来にわたって低所得層の増加、社会的負担の増加が予測され、「価格の安さ」の価値がさらに高まることも考えられ、その場合には「価格の安さ」を優先した商品設計をする開発も行います。ただしこの場合も、コープ商品としての安全性の確保、必要な品質の確保が条件です。

(2) 7つの付加価値

① 美味しさの追求

定義：美味しい理由が明確で、伝えられる価値

「原料のこだわり」、「製造方法のこだわり」、「新しい美味しさの提案」など

② 健康・体づくり応援

定義：健康の維持や体力づくりに役立つ価値

「カロリー、脂質、食塩量が適切」、「不足しがちな栄養素を補う」、「スポーツや体づくりに役立つ」、「健康維持に役立つ」など

③ 便利さ・使いやすさ

定義：くらしの中の不便さ、負担感などを軽減する価値

「適量の提供」、「家事の時間・手間の短縮化」、「難しい料理が簡単にできる」、「使いやすさ・開けやすさ・持ちやすさの工夫」など

④ 楽しさ・心地よさ

定義：商品を見て、使って、楽しさや心地よさを感じられる価値

「気分が癒される」、「デザインがかわいい」、「香りが良い」、「料理が楽しくできる」、「子どもや家族が喜ぶ」など

⑤ 食と食料への配慮

定義：組合員の利用・交流・コミュニケーションを通して、食と食料の継続的で安定的な確保に貢献し、食の「総合的な安心」を形成する価値

「日本農畜水産業の応援」、「産地がみえる関係づくり」、「海外も含めた優良産地との関係づくり」、「協同組合間提携」など

《国産品と海外品の考え方》

国産品、海外品ともに、生産管理に裏づけられた品質・安全とトレーサビリティの確保された原料確保を追求し、安定した量・価格での調達と産地拡大に取り組みます。国産品については、「産地がみえる」関係づくりをすすめ、組合員の利用・交流・コミュニケーションを広げます。

⑥ 環境への配慮

定義：低炭素社会、自然共生社会、循環型社会の実現に貢献する価値

「エコマーク」、「CFP（カーボンフットプリント）」、「海洋資源の保全（MSCなど）」、「森林資源の保全（FSCなど）」、「有機・特別栽培」、「リサイクルのしやすさの追求」など

⑦ 人・社会への配慮

定義：くらしの助け合いや倫理的取引を推進する価値

「被災地支援」、「フェアトレード」、「ユニセフ募金などへの協力」、「人や動物が生きやすい環境・社会づくりに働いている組織・人々の応援」など

なお、コープ商品には、日本生協連が開発し、ユーコープエリアのみで取り扱っている「エリア共同開発商品」、ユーコープエリアとコープネット事業連合エリアで取り扱っている「ブロック共同開発商品」、全国の生協で取り扱っている「全国共同開発商品」などがあります。また、「ユーコープセレクション」のシリーズに含まれる「ユーコープエリア限定商品」は、「ユーコープならではの強み」を生かした商品をユーコープが主体となって日本生協連と共に開発するものです。

なお、ユーコープが独自に供給している商品にはユーコープが販売者となる瀬谷工場商品、コープの産直、コープの産地指定商品などがあります。

日本生協連「CO・OP商品政策」(2013年版)より

1. CO・OP商品の3つの役割

(1) 「組合員のふだんのくらしに役立ち貢献する」役割

組合員のふだんのくらしに役立つ、より良い、より安い商品を提供し、健康でより良いくらしに貢献することがCO・OP商品の最もたいせつな役割です。

(2) 「商品を通して社会に貢献する」役割

CO・OP商品をより良くする取り組みを通じて、国や社会のシステムの発展を促す役割を發揮します。

(3) 「会員生協の経営に貢献する」役割

組合員のくらしに貢献し、組合員の利益を守るためには、生協の経営が健全である必要があります。CO・OP商品は生協の競争力の源泉となる商品です。組合員層を広げ、利用の拡大に貢献する役割、会員生協の事業形態に合い供給の核になる商品としての役割、適正な利益貢献により生協経営の発展に寄与する役割、そして事業共同化の核として全国生協の連帯を促進する役割を發揮します。

2. CO・OP商品の3つの要件

(1) 基本的価値の実現

全てのCO・OP商品が3つの基本的価値を備えること。

(2) 比較優位性の実現・維持

競争環境にある商品に対して、商品の価値(品質、価格、付加価値)または役割(品揃え、政策上の必要性や社会的価値など)のいずれかにおいて、比較優位性を実現し、維持すること。

(3) 組合員・会員生協に貢献する合理的設計の実現

組合員のくらし、会員事業に貢献できる合理的な商品設計、合理的な生産・流通条件により、製造されること。

6-2. 適切な表示と情報提供

コープ商品表示基準を定め、組合員に商品の内容物や特性を正しく伝え、商品の選択に役立つ適切な表示を行います。店舗や宅配でのお知らせ、ホームページ、機関誌、その他の媒体における商品説明も、同様の考え方に立って適切な情報提供を行うとともに、組合員が食や生活のスキルを高めるために役立つ商品情報もあわせて発信します。

6-3. 組合員参加

コープ商品開発にあたっては、組合員の意見反映を重視し、組合員活動と事業活動の連動を追求します。

6-4. コープ商品の開発管理

コープ商品は、取引先に対して、仕様書を指定する方法で製造されます。製品は、取り決められた仕様書に合致した条件で製造され、コープの基準に定める品質・表示を実現している必要があります。

十分な製造管理能力を有する取引先を選定し品質保証を行うことはコープの責任です。なお、商品基準については、社会の進歩と組合員の変化に合わせて継続的な見直しを行います。

6-5. コープ商品の開発・改善・廃番

コープ商品の開発・改善にあたっては「ねらい」を、廃番にあたっては「廃番理由」を明確にしてすすめます。

開発したコープ商品は、日常的に寄せられる組合員の声を大切にしながら、評価テスト、各種アンケートなどにも計画的に行い、利用普及学習にも努めます。

開発・改善・廃番商品については、組合員・職員へ必要なお知らせを行うとともに、コープの関連する諸会議に報告します。

参考資料

2013 「CO・OP商品政策」(2013年版) 日本生協連