

千葉県庁生活協同組合

第7次中長期計画(案)

(平成20年度～平成29年度)

<はじめに>

千葉県庁生活協同組合は、昭和 26 年に開設されて以来 58 年に渡り、組合員の暮らしと健康を守り、県職員の福利厚生事業の一翼を担う団体として、積極的な事業展開を図ってきました。

平成 19 年度から団塊の世代が退職を迎え、今後、5 年間で約 3,000 人が県を勇退することによる組合員の減少、また、50 歳代の生協利用者が多いことから、各事業が減少することが想定されます。

また、昨今私たちを取り巻く環境は非常に厳しく、生保及び損保の保険金不払い問題に始まり、食品部門においては、中国産冷凍餃子による食中毒事件、食品原材料の偽装表示、事故米の不正転売等、そして世界経済の不況がもたらした雇用問題、食物及び燃料の不安定な価格問題等、さまざまな環境の変化において生協経営を考えていかなければならない時期になっております。

一方、組合員の生活を守り応援することをスローガンに掲げてきた生協においては、これまで以上に組合員とのつながりを深めるとともに、組合員から信頼され親しまれる生協を築き上げていかなければなりません。

また、母体である県の施策への貢献、県からの生協事業への助言など様々な取組みを通して関係の強化を図っていくことが重要となっています。

そこで、これまでは 3 か年の期間で中期計画(第 1 次～第 6 次)を策定してきましたが、これからの環境の変化に対応し、長期的な視野で生協経営を考えていく必要があることから、ここに 10 か年を見据えた第 7 次中長期計画を策定しました。

なお、計画が 10 か年の長期に渡るため 3 年ごとに検証を行うこととする。

1 10 年間の変化と県庁生協の現状と今後の課題

<過去 10 年間の社会環境と生協の変化>

1 社会環境の変化

(1) 食の安全に対する不安が増大

平成 12 年 雪印乳業株式会社で食中毒事件・ノロウイルス発生

平成 13 年 千葉県において BSE 検査で陽性

平成 15 年 米国産牛肉輸入禁止・鳥インフルエンザ日本上陸

平成 18 年 不二家賞味期限不正表示

平成 19 年 ミートポープ・赤福等不正表示

平成 20 年 中国産冷凍餃子事件、食品原材料偽装表示
事故米の不正転売

(2) くらしに対する不安が増大

平成 9 年 消費税 3% から 5% へ引き上げ

- 平成10年 日本長期・債権信用銀行破綻、大手銀行への公的資金注入
- 平成13年 年金制度給付年齢の延長
- 平成17年 ペイオフ完全実施、保険会社不払い問題発生
- 平成20年 石油価格高騰による製品・商品価格の値上げ
サブプライム問題による世界同時株価安、派遣切など雇用問題

(3) 県庁内の変化

- 平成11年 本庁各課の庶務事務廃止、係制から班制
- 平成12年 給与・一時金の削減が始まる
- 平成13年 再任用制度導入、外郭団体の見直し
- 平成16年 総務ワークステーション新設（出先庶務事務の廃止）
各部局課の再編成
指定管理者制度導入
- 平成18年 人事評価制度・目標チャレンジプログラム導入

(4) 生協への影響

< 組合員とのつながり、運営において大きな転換 >

ア 生協運営の要である庶務事務の廃止

平成11年に本庁各課、平成16年に総務ワークステーションの新設に伴う庶務事務の廃止は、これまでの生協運営を各所属の庶務担当 = 生協担当として依存していたため、様々な運営に大きな影響を受けました。

総代選出と総代会本人出席減少

組合員拡大やあらゆる事業の普及活動の後退

商品選定委員会、生協事務担当者会議等の廃止

それに対し

生協職員による地区担当活動(職場訪問)の開始

ホームページとメールマガジンの開設

ふれあい活動の開始

< 組合員の減少が全ての事業規模に影響 >

イ 退職職員の増加による組合員の減少

平成13年度までの組合員数は微増ながらも増加していましたが、平成14年度から毎年200名~300名の脱退者により減少傾向に転じ、平成10年度に18,369名の組合員が平成19年度には16,613名になり、平成10年度比90.44%と1,756名の減少となり、今後職員の大量退職による大幅な組合員の減少が予想されます。

2 県庁生協の現状と今後の課題

(1) 事業規模の縮小と組合員の減少

ア 平成14年度からの組合員の減少は、県及び公社等の効率的な組織作りに

よる定数の削減及び退職者の増加、若年層職員の加入率低下(生協の魅力の低下)によるものです。

組合員拡大は、以前は新採職員研修での説明と各所属での担当者からの加入呼びかけ、各事業を利用することによる加入が主でした。

しかし、平成 11 年度から本庁での庶務系の廃止、平成 16 年度から総務ワークステーションの新設により出先も含めた庶務事務が縮小し、担当者の方の協力による加入呼びかけが少なくなりました。

この対策として、生協職員による職場訪問活動(地区担当者活動)を平成 14 年度から開始し、これにより新採職員の拡大も徐々に成果を上げてきました。しかし、20 代・30 代の職員にまだ未加入者が多く約 360 名(学校・外郭団体・看護師は除く)おり、今後この未加入者への積極的な働きかけが必要となっています。

イ 事業規模の縮小と変化するニーズへの対応の遅れ

組合員加入率の低下は組織環境の変化だけでなく、組合員のニーズの変化に生協の事業が追いつかず、事業の縮小のみで対応してきた事にもよります。供給高は、平成 10 年度 6 億 8,700 万円から平成 19 年度は 3 億 3,517 万円と 48.79%、総事業高でも 59.24%と大幅な減少となりました。

これは、共同購入事業の縮小、食堂なのはな店・喫茶の閉店、黎明店の縮小、そごう・三越カードの廃止、グループ保険の加入率の低下、ゴルフ場や指定店の減少など、経営環境と組合員ニーズの変化によるものでした。

これに対し新規事業・見直し充実事業は、中庁舎店舗・食堂のリニューアル、千産千消事業の開始、グループ保険の見直し、エネオスガソリンカードの開始等に止まっています。

こうした事業規模の縮小や利用の減少は生協の魅力の低下となり、生協加入に大きな影響を受けました。

組合員ニーズに応える事業展開で生協の魅力を向上させることが、加入者と利用者の拡大のための今後の重要課題となります。

ウ 組合員構成の変化

平成 13 年度から再任用制度の導入により、組合員の構成が現職組合員・再任用組合員・退職組合員と 3 つの層に分かれ、平成 20 年 12 月末現在 16,523 名の組合員の内、現職組合員が 13,175 名(80%)、再任用組合員が 922 名(6%)、退職組合員が 2,426 名(14%)となっており、今後、再任用・退職組合員の構成人数が増加することで、ニーズの変化や利用の減少など予想されます。

これらを踏まえ、多様化するニーズに対応しつつ、併せて経営の向上に努める必要があります。

(2) 組織・組合員活動

庶務(生協担当)という体制に支えられていた運営であったものが、県組織の再編及び電子媒体による庶務事務の廃止や職場環境の変化が生協活動に

大きな影響を及ぼしました。

ア 総代会を中心とした組織運営

総代会の総代出席が平成 16 年度までの 160 名前後から減少が始まり、近年は約 110 名前後の出席となりました。

また、生協の様々な方針や事業検討、商品決定を行っていた生協事務担当者会議や商品選定委員会などが、平成 14 年度から廃止となり、組合員の声を反映させた運営が厳しくなりました。

生協運営の基本は、組合員の声・ニーズを反映させることが原則であるため、今後は様々な方法により組合員の声を汲み取ることが必要であります。

こうした職場環境の変化に対し、平成 14 年度からの本庁以外の職場に対する地区担活動を開始し、11 名の職員による毎月 1～3 回程度の訪問で、組合員拡大や新規事業・商品の紹介、お勧め商品の普及及び、保険の募集活動等を実施し、組合員の声を事業や運営に反映させつつあります。

しかし、職務時間中の活動が難しい職場が増加していることと、生協職員の自分の仕事との調整が難しいことにより活動には限界もあります。

この活動は現在の組合員と生協を結ぶ重要な活動であり、再度役割を再認識するとともに、活動スタイル・生協職員の仕事に対する基本姿勢の構築を早急に行う必要があります。

イ 組合員への情報提供と組合員活動

組合員への情報提供は、生協だよりを中心に「リフレッシュ」「生協のしおり」「退職者へのご存知ですか？」などの小冊子などで提供してきました。しかし、小冊子等が廃刊となり多種多様な情報が少なくなる中その対応として、新たにホームページを平成 13 年度に開設しました。

今後の情報提供は、紙媒体中心からホームページを活用する方向で、組合員のニーズに合った内容の充実と使い易いホームページの普及拡大が求められています。

また、ふれあい活動や店舗懇談会、各種セミナー、試食説明会など様々な組合員ニーズに合った活動を充実させるとともに、これからは、家族でも参加しやすい休日開催などの検討も必要です。

(3) 経営

ア 経費の削減による経営の効率化

事業経費は、平成 10 年度で 5 億 1,835 万円から平成 13 年度に水道光熱費約 2,000 万円の負担が始まったにもかかわらず、平成 19 年度では 3 億 2,685 万円と 1 億 9,150 万円を削減しました。

これは、なのはな食堂・南庁舎店舗・食堂の閉店と、平成 10 年度に 29 名いた職員が、平成 19 年度 14 名と 15 名の職員の退職による人件費の削減の結果 1 億 2,491 万円と大幅な経費の減少になりました。

また、物件費では、なのはな食堂や南庁舎食堂などの閉店による器具備品の

減と、共同購入の大幅な縮小による倉庫・冷凍冷蔵庫の撤去等により、6,659万円の削減になっています。

今後は、組合員ニーズに応える新規事業の立ち上げと退職組合員を取り込んだ事業開発が不可欠です。また、新たな事業等の展開に伴う電算システム開発も欠かすことが出来ません。

イ 自己資本の充実と今後の投資

供給高、利用が減少する中、経費の削減により、経常利益については平成10年度3,269万円から平成19年度では7,027万円と事業廃止等に伴い減収増益となり、それに合わせ自己資本(積立金)を、平成10年度2億513万円から平成19年度には4億4,401万円と2億3,888万円増加させることが出来ました。

今後は、増収・増益となる安定した経営が求められています。

ウ 食の安全

平成12年に雪印乳業の大量食中毒発生を初めとして、BSE問題、ミートホープ不正表示、中国産冷凍餃子事件など現在も食品についての事件がニュースに出ないことが無いくらい、私たち消費者の「食の安全」に対する不安が払拭されずに続いております。

また、生協も食品を扱う組織として、組合員へ提供する商品・メニューについて「安心・安全」の確保のための具体的取組を明確にするとともに、組合員への情報の提供が欠かせないものとなっています。

エ コンプライアンスとリスクマネジメントの重要性

平成10年に金融機関・保険会社の破綻に始まり、平成17年には保険金不払い問題などの社会的に重大な問題が発生し、国民の暮らしに大きな影響を及ぼしています。

生協が社会的責任を果たし組合員の財産を守るためには、法令等の遵守やリスクマネジメントを行うとともに、組合員を第一とした立場を貫き、適格な情報を開示していくことが求められています。

3 個別事業の現状と今後の課題

(1) 共同購入事業

共同購入の食品利用が、平成10年度では月平均利用者1,047名いましたが、年々減少し平成14年度には月平均利用者564名に半減し、平成15年度に事業縮小(冷凍・冷蔵品の取り扱い中止、物流室の廃止)を行い利用者も339名と大幅な減少となり、平成19年度は297名と平成10年度比28.37%という状況になっています。

正月用品でも、平成10年度の供給高は4,545万円が平成19年度では1,526万円と平成10年度比33.58%という状況になっています。

これは、安心・安全な商品を求める組合員が地域生協へ移行したことや、コ

コンビニ・スーパーの進出、生活スタイルの変化によるものと考えています。

一方、千産千消・産直の取り組みについては、平成 15 年度から開始し供給高で 604 万円、平成 19 年度では 789 万円と平成 15 年度比 133.44%と伸びています。

(2) 店舗事業

中庁舎店舗では、平成 11 年度の 1 日利用者が 862 名、平成 12 年度に改装オープンし、平成 17 年度で 1,515 名と毎年利用者を伸ばし、平成 19 年度では 1,462 名、その内昼食時間の利用者が 812 名と昼食関連商品の利用増が支えています。

これは、職場生活のスタイルの変化と一貫した昼食商品の充実によるものと考えられます。

出先店舗では、店舗周辺でのお店の出店や庁舎職員の減少などの変化による利用と手数料収入の減少が見込まれる中、店舗の位置づけや存続についての検討が必要となっています。

(3) 食堂事業

平成 12 年度には、中庁舎食堂のリニューアルオープンにより、配達弁当も加え 1 日昼食利用者 1,416 名(黎明 350 名、中庁舎食堂 466 名、南庁舎食堂 310 名、配達弁当 290 名)と庁舎職員約 4,000 名の 35%の利用でした。

しかし、経営面ではオープンの経費増加もあり経常剰余が約 5,000 万円となり、平成 13 年度には水道光熱費約 1,160 万円の負担が始まり経営悪化が進みました。

平成 17 年度では南庁舎食堂の閉店、配達弁当の利用減少による中止もあり、1 日昼食利用者 1,164 名(黎明 464 名、中庁舎食堂 469 名、南庁舎食堂 235 名)と減少し、経営でも経常剰余が約 5,850 万円となりました。

平成 18 年度から始まった経営改革では、理事会の諮問機関の「食堂事業検討委員会」で答申案を作成し、答申の中ですぐ実践できる改善や南庁舎食堂の閉店もあり約 3,682 万円と約 2,100 万円の経営改善を図りました。

平成 19 年度は、1 日利用者 866 名(黎明 418 名、中庁舎食堂 448 名)の利用状況で、メニュー及び作業の改善、黎明店の喫茶営業の廃止、プリペイドカードの廃止などを実施するとともに、パート 10 名の削減などにより約 2,714 万円と前年から約 1,000 万円の経営改善となり、答申による改善を進めております。

また、今後は黎明店の夜営業について検討課題となっています。

(4) 利用事業

ア 旅行プレイガイド事業

旅行・プレイガイドは、平成 12 年度取扱高 4 億 6,824 万円をピークに平成 19 年度では 3 億 4,582 万円(12 年度比 83%)と大幅な減少となっています。

これは、出張や職場旅行の減少が主で、今は個人や小グループの旅行を中

心に移行しています。

組合員からの旅行プレイガイドに対する要望は高く、組合員のニーズに合った企画と情報の提供が求められています。

イ 利用事業

チケット手数料（分割支払い）

平成 10 年度 1,083 万円が、平成 19 年度では 160 万円と平成 10 年度比 14.77%となっており、出張販売指定店の指定業種の減少と商品の魅力の低下による不振が続いています。

代金収納手数料

そごうカード（平成 13 年度）・三越カード（平成 17 年度）の廃止により、平成 10 年度 1,289 万円が、平成 19 年度では 414 万円と平成 10 年度比 32.12%と減少しましたが、新たにエネオスガソリンカードの充実により利用拡大を図りつつあります。

追録法規手数料

平成 10 年度 3,178 万円が、平成 19 年度では 1,200 万円と平成 10 年度比 37.76%と減少傾向が続いています。

（ 5 ） 保険事業

生協グループ保険は、加入者が平成 10 年度で 6,143 名、平成 14 年度まで男女・年齢に関係ない平均料率の保険料を採用していたために、若年層の保険料が他社の保険料より高くなり、グループ保険の魅力に欠いていたことにより、若年層の加入者が減少し 5,416 名になりました。

平成 15 年度以降のグループ保険の改革により、年齢・性別に応じた保険料体系の確立や、第 2 グループ保険との統合を行い保障制度の確立を図りました。

また、募集においてもパンフレットを配布し、庶務 = 生協担当者への説明中心から生協職員による地区担活動で個々の組合員への説明へ大きく変えてきました。

グループ保険の改革後は、若年層(40 歳以下)の加入者は 353 名と加入が増えつつあります。

また、16 年度のグループ保険統合により、15 年度 5,400 名だった加入者は、19 年度で 7,541 名と順調に推移しています。

一方、金融破綻による保険会社の倒産や個人情報管理問題、最近の不払い問題などを含めコンプライアンスの遵守や契約者利益の優先を第一とした体質への変革も求められています。

また、このように多くの組合員から信頼され生協事業の柱ともなっている保険事業であることから、グループ保険と企業年金保険の 1 社引受のリスク回避について早急に検討する必要があります。

生協に関する組合員意識の変化

1 組合員意識調査

調査概要

(1) 調査方法 無作為抽出：3000名 回収：1227名

(2) 調査期間 平成20年1月7日～1月23日

2 組合員の意識の変化

毎日の生活における不安と生協への期待

現在の生活及び将来についての不安・・・定年退職後の生活への不安が高まる定年退職後の生活(老後の備え、ライフプラン、年金受給額、健康状態)」、一方20代で多いのは「生活費の確保」「現在の職場環境や仕事の内容」。

日常生活で充実したいこと

「趣味活動の充実」「自分や家族の健康管理」「住環境整備」「家族との交流」

生協との関わり

共同購入の利用

「利用する」が3割、「利用しない」が7割で、利用しない理由は「スーパーで買う」「注文方法が面倒」「欲しい商品がない」が主な理由となっている。

取り扱って欲しい指定店

飲食店、映画館、ホテル、CD・DVDレンタル店、メガネ・コンタクト用品店、フィットネスクラブ、車関連、住宅関連、スポーツ用品店など

旅行の申込

申込は「JTB・HIS等の窓口へ直接」「インターネット」が「生協旅行センター」を上回っています。

旅行センターに望む企画と望むことは、「体も心も癒される温泉めぐりツアー」「お得なツアー企画」「取扱商品の充実」「出先職場への営業」

今後の保険

充実してほしい保険は、「病気やケガの医療保険」「積立タイプの保険」「がん保険」など。アフターサービスでは、「事故発生時の迅速な支払い」「休日でも相談できる窓口」

組合員の情報源

日常生活の商品全般に関する情報源は、「インターネット」「広告」「店で直接」「新聞」と多く、インターネットを利用する頻度は、「毎日」が半分以上

生協職員への期待

「商品やサービス内容についての専門性」「苦情やクレームなどに対する迅速な対応」「てきぱきとした機敏さ、元気」「生活全般に関するアドバイス」

今後の生協への期待

「ホームページなどの充実で様々な情報を提供してくれる生協」「商品提案だけでなく、商品に関する知識などを提供してくれる生協」「県産品の充実や県の政策との連携のとれた生協」

中長期計画策定にむけて期待する生協像

生活提案型生協

各年代の不安や人生設計を考える上で、適切なアドバイスや情報を提供できる生協

情報発信型生協

インターネットを活用したライフスタイルのノウハウや情報の提供

職員の顔が見える生協

「商品やサービス内容についての専門性」と職員の顔が見える関係づくり

組合員参加型生協

組合員活動のなかでモニターの要望が多く、企画や運営に組合員の提案なども盛り込んだ組合員参加の生協

ネットワーク型生協

地域の指定店や店舗、旅行センターなどと連携し情報の提供や商品の注文が出来るようなネットワーク型の生協

千葉県庁生活協同組合第7次中長期計画(案)

1 中長期計画の基本

基本理念

組合員の暮らしを支える「協同、協力/連携、自立」する生協をめざします！

- (1) 組合員と協同の力で、組合員とその家族の暮らしの充実に貢献します。
「組合員参加型の事業・組織」
- (2) 母体である県との協力/連携により県の施策への協力及び組合員の職場生活の充実に貢献します。
「職域生協の絶対条件、母体と一心同体」
- (3) 社会的にも財政的にも自立した経営体を構築します。

2 各事業活動

組合員とその家族の暮らしの充実、健康を守る事業の推進

(1) 共同購入事業

安心・安全な COOP 商品を中心に組合員の暮らしと健康を応援します。

- ア 県庁生協独自の食品企画(常温品)については安全性を確認し、要望の高い商品など充実を図ります。
- イ 希望者全員に配布していたチラシを、今年度からは利用実績のある組合員に限定して配布していますが、今後はホームページ注文へと移行させ、チラシについては、所属回覧での配布とし経費削減を進めます。
- ウ 取扱商品と事業形態の見直しを行い、利用実態によっては中止も視野に入れて検討します。
- エ 正月用品については物流委託している関係から、学校生協との提携を継続しつつ、商品の絞込みを図っていきます。

(2) 産直品事業(千産千消)

生産者の顔が見え「安心・安全」な季節の旬をお届けします。

- ア 生産農家の訪問などを通じて、組合員に生産過程での安全性の情報提供や生産者紹介などを行い、安心して利用できるようにしていきます。
- イ 果物や花などの千産千消を県の関係機関の協力を得ながら取扱いを広げ、月2回の取扱いをめざします。
- ウ 全国の旬の時期を見極め、全国都府県庁生協と連携し取扱いを広げます。

(3) インターネット事業

組合員のくらしに役立ち、気軽に自分の好きな時間に注文できるインターネット事業を確立します。

また、キャンペーンなどを通じて組合員に内容の周知を図っていきます。

退職組合員に対してもメール情報の提供を行い利用促進を図っていきます。

- ア 家電製品販売・・・「ソフマップ」(ビックカメラの子会社)
- イ 本・CD/DVD 販売・・・「e-hon」(東京出版)
- ウ お土産販売・・・「世界のおみやげ屋さん」
- エ 通信販売会社との提携

(4) サービス事業

組合員の多様なライフスタイルに応え、組合員のくらしを応援できるサービス事業を開発します。

現在の指定店契約での、預かり保証金・年間事務手数料、利用手数料などの見直しもを行い、生協と指定店の双方に無理のない運営を構築し、組合員のニーズにあった魅力ある指定店の選定を行います。

また、保険事業と連携し、セミナー・相談会・キャンペーンなど様々な取り組みを行い利用拡大に努めます。

ア カーサポート事業の充実

新車購入(ディーラー紹介)から車検まで、自動車ローン紹介も含む
自動車用品店、タイヤ交換
ガソリンカード
もしもの時の JAF
自動車保険

イ 住まいのサポート事業

持家、マンション・・・大手ハウジングメーカー、地元工務店等
改築、リフォーム・・・大手ハウジングメーカー、地元工務店等
住まいの相談会等の開催とクレーム処理に対応できる担保の確立

ウ 飲食店の指定

郷土料理店、ファミリーレストラン、組合員推薦店

エ 葬祭事業

今年度より、ほぼ県全域をカバーできるようになったため、パンフレットなどを作成し、いざという時に利用できるよう周知を図ります。

オ メガネ・コンタクトレンズ用品

指定店である勉強堂・メガネスーパーの他にコンタクト専門店等の新たな指定店開発をします。

カ ホテル

ホテルや結婚式場を兼ねる有名ホテル等の指定を検討します。

キ その他

組合員のニーズに応える指定店を開拓します。

なお、指定店の開発を進めるために他生協との提携も模索します。

(5) 旅行プレイガイド事業

組合員のニーズに合った情報を提供し、組合員と家族の心豊かな暮らしを応援します

ア 様々な旅行企画を提案し、気軽に相談できる窓口にします。

価格訴求型の旅行や目的型旅行、癒しの旅行まであらゆる旅行の提案を行います。

旅行に行かれた組合員さんからの情報や、大手旅行航空会社等からの情報などを活用し、多くの組合員が参加しやすい、個人や小グループの旅行を提案します。

イ 多種多様なプレイガイドの充実を図ります。

コンサートやイベント、美術館などプレイガイドの充実を図ります。

総務ワークステーションの協力を得ながら、商品の充実を図ります。

ウ ホームページによるリアルタイムな情報提供とシステムを構築します。

ホームページの情報を充実するとともに、申込可能なシステムを構築します。

休日でも申込みできるシステムを旅行会社の協力を得ながら進めていきます。

エ 旅行センターのカウンター業務について、嘱託職員・パート職員で運営できる体制にし、経営の効率化を図ります。

職場生活をより快適にすごすための事業活動

(6) 店舗事業

・昼食を中心とした快適な職場生活を応援する楽しいお店を目指します。

ア 職場生活に必要な商品の品揃えにより組合員の多様なニーズに応えるとともに季節感なども出せる店舗を目指します。

昼食商品の飽きのこない新規業者開発と新メニュー開発を行います。

店舗弁当については組合員の健康づくりに応えるために県の協力を得ながらヘルシー弁当を開発します。

店舗に陳列できない商品について、チラシやインターネットによる商品充実を図ります。

イ お昼休みの大切な時間に、楽しんで、リフレッシュできるお店にします。

千産千消を推進し、県や農家の方の協力を得ながら、県産品の紹介を増やすとともに、生協事業全体のアンテナショップ的な役割も果します。

店内の催事コーナーでは、専門店などの出店をふやし、通常の品揃えを補完することにより、組合員さんが楽しめる店舗を目指します。

ウ モニター活動を通じて組合員のニーズを把握し店舗運営に反映させます。

- エ 「食の安全」について定期的に仕入れ業者の点検を強化します。
- オ 中庁舎店舗において都庁舎からの移転に合わせ改装を行い、混雑緩和や組合員のニーズに合ったより利用しやすい店舗にします。
- カ 経理システムやレジシステムの開発で効率的運営をめざします。
- キ 災害時には県の災害配備体制にあわせて、営業時間の延長(夕方・朝)や食堂による朝食の提供を行います。
- ク 出先店舗は新たに予約注文を始めるだけでなく、旅行や保険などその庁舎・地域の生協の総合的窓口・拠点としての役割を果たします。
しかし、利用と手数料の減少が予想されることから経営効率と周辺的环境を考慮し、廃止も含めての検討を行います。

(7) 食堂事業

- 「食の安全」を考慮し職員の快適な職場生活を支え、健康に配慮した食堂を目指すとともに、経営改善に取り組みます。
- ア 利用者に満足してもらう低価格で安心できる食事を提供します。
季節感、土産消費などを生かした幅広い年齢層に喜ばれるメニュー作り、イベントを行います。
モニター活動を実施し利用者の声を基に、食堂・店舗利用者に喜ばれる新メニューづくりを行い、利用拡大につなげます。
組合員の健康づくりに応えるために、栄養士の雇用によるカロリー表示を行うとともに、県の関係機関の協力を得ながら、ヘルシーメニュー、ヘルシー弁当の販売を開始します。
- イ 安心できる食事提供するための管理体制を確立します。
衛生管理の徹底と職員教育を実施します。
仕入れ業者の管理を徹底します。
- ウ 効率的運営による経営改善を図ります。
定期的作業の見直し、及び2店の作業分担を統一し効率化を図ります。
2店、正規職員1名体制とし、各食堂を嘱託職員中心としたパート職員で運営できる体制を作り人件費を抑制します。
効率の良くない黎明店の夜営業について廃止します。

組合員のライフステージを応援、生活設計確立のための協力活動

(8) 保険事業

「組合員とその家族」が

“ 安心して豊かに暮らせる生活 ” を支援します。

< 新規事業 >

ア 組合員の様々なライフステージに応えるため、生協取扱い保険のラインナップを強化します。

自動車任意保険の取扱いを開始します。

団体優良割引制度の導入で割安(5% ~ 約 20%)な保険料を実現するとともに、事故発生後の不安感を取り除くため、アフターサービスを生協で支援します。

火災(建物・家財)、地震及び長期の休職に備えた所得保障保険の取扱いを開始します。

< 充実事業 >

イ 組合員の安心と信頼に応えられる生損保の総合代理店を進めます。

ウ 生協保険制度を知ってもらう活動を充実し、更なる加入拡大を図ります。

生協保険未加入者に対して年間 2000 名の対面説明を実施し、5 年間で全員に周知することを目標とします。

生協保険制度の中心であるグループ保険の加入率 50%を目指します。

エ 組合員の保険ニーズに応えるため生協取扱い保険について、期間を定め一斉募集に変更します。

オ 加入者の利益を最優先にした保険相談活動を更に充実します。

「保険の見直しセミナー」、「個別相談会」の固定化を図り、土日の相談窓口についても検討します。

退職者の保険の見直し相談について充実を図ります。

中庁店舗内に「保険窓口」の設置を検討します。

カ 加入者に対するアフターサービスの充実を図ります。

給付金請求時や事故発生後において、生協が誠心誠意を尽くす体制を構築します。

現在の自分の保険についての加入内容の照会、加入受付、事務請求等をインターネットで行うシステムを構築します。

迅速かつ適切な契約者管理や組合員の申込手続きなどの利便性向上のため、電算システムを構築します。

キ 契約者の財産を守るため、グループ保険・企業年金保険の引受会社を既存の阿克苏生命 1 社体制から複数社の引受に変更し、破綻時におけるリスク分散を図ります。

3 組合員参加型の組織運営と安定した経営

(1) 組織活動

組合員が参加し、生き生きとした活気ある組合員活動を進めます。

ア 組合員の輪を広げる活動を進めます。

新採職員の加入を、総務ワークステーションの協力を得ながら、地区担当者活動を通して加入率 100%を目指します。

若年層に対し魅力ある事業を構築し、未加入者（特に 20・30 代）の加入率 90%以上(現在 79.2%)を目指します。

退職組合員についても、再加入したいと思う魅力ある事業を展開します。

総代会の活性化をめざし地区別懇談会を実施し、組合員の声を運営に反映させます。

また、総代の選出方法について見直します。

イ 組合員のくらしに役立つ情報を発信します。

ホームページを柱としたリアルタイムな情報の提供を行います。

なお、生協だよりの紙媒体については、資源問題とあわせて検討します。

ホームページの見やすさ、使いやすさ、楽しさを常に追求しリニューアルに努めます。

組合員の体験談やお得な情報など、組合員同士が交流できる場を提供します。

ウ 組合員とのつながりを一層強めます。

店舗・食堂の新商品・メニューの開発について選定や評価に携わってもらうモニター制度を確立し、組合員の声を取入れたお店作りを目指します。

総務ワークステーションとの提携事業である「ライフプラン相談会」や各種セミナーを事業と連動させながら実施し、組合員のくらしをサポートします。

ふれあい活動として千産千消や生協事業と連携させ、関係機関の協力のもとに開催します。

平成 23 年度には県庁生協創立 60 周年を迎えることから、組合員とともに祝い生協事業の飛躍につながる記念事業を実施します。

また、60 周年を機に生協事業全般を紹介し、組合員が活用できるパンフを発行します。

エ 地区担当者活動を強化し組合員と生協の結びつきを広めます。

この活動が職場での各種生協事業の広がりとなるので、職場の生協窓口担当者を始めとした組合員さんとの日常的つながりを強化します。

組合員ニーズを常につかむ工夫をすると共に、職場のニーズに合ったセミナーなど組合員参加の活動を追求します。

組合員の期待に応えられるような商品知識の学習など、職員としての資質向上を図ります。

オ 人と地球にやさしい環境を守る活動を推進します。

店舗において県と共同し、CO₂削減のためにマイバック運動を推進し、レジ袋の削減を目指します。

ホームページからの情報提供を積極的に推進し、チラシ等を減らし資源のムダをなくすように努めます。

生協職員が環境についての学習をし、職場・家庭で率先して実践します。また、環境等についての情報を組合員に提供します。

(2) 経営強化

ア 経営の効率と福利厚生事業の2つの視点からの事業・活動の見直しを図ります。

電算の導入により適正な人事配置を行い、経営の安定化をめざします。

事業部門別の健全経営をめざし、不採算部門について整理や見直しを行い、新規事業を展開する中で、減収・増益から増収・増益への転換をめざします。

健全経営を図る中で組合員との結びつきを一層深めるため、剰余の直接・間接の組合員還元について検討します。

イ 組合員の財産保護と経営効率の向上のためシステムを構築します。

システム開発により個人情報などの組合員財産の保護を強化します。

組合員情報の一元管理により組合員の利便性の向上を図るとともに、DMなどの広報や事業活動の分析などに活用し、事業展開及び宣伝活動に生かします。

ウ 法令等の遵守とリスクマネジメントを確立し組合員の財産を守ります。

組合員の食の安心・安全を確保するために生産者や仕入れ業者と連携し、生産から流通等までの点検を実施し、組合員への情報の開示を行います。

生協法や定款及び法令等を遵守した管理体制の強化を図ります。

組合員の財産を守るため保険会社の複数社の配置を行います。

エ 将来の人材育成を見据えた計画的職員採用や電算導入等により効率的事務局体制の確立をめざすとともに、給与や人事制度の見直しを検討します。

オ 信頼される職員・事務局体制を確立します。

専門家と提携し生協職員の専門性を向上させる教育・研修を実施します。

組合員の声を事務局運営に反映させ、組合員対応の向上を目指します。

4 中長期計画の検証計画(案)

ア 検証期間

(ア) 第7次中長期計画第1節

平成20年度～23年度・・・23年度に検証・修正

(イ) 第7次中長期計画第2節

平成24年度～26年度・・・26年度に検証・修正

(ウ) 第7次中長期計画第3節

平成27年度～29年度・・・29年度に総括と第8次計画策定

イ 検証体制

中長計画の実施については理事会が責任をもち、監事及び組合員において検証し、理事会で修正を行う。

(ア) 監事

中長期計画監査を節の最終年度ごとに実施(決算監査とは別に実施)

監査実施後、理事会に報告

(イ) 組合員

アンケートの実施

地区別懇談会

モニター活動

(ウ) 事務局

管理部総務課・・・課長

内部検証・・・年度ヒアリング時に実施

附属資料

千葉県庁生協第7次中長期計画検討委員会名簿

| | | | |
|----|-----|-------------|---------------|
| 桜井 | 満 | 総務ワークステーション | 給付グループ長 |
| 大胡 | 利夫 | 管財課 | 庁舎管理室長 |
| 本居 | 聡子 | 君津農林振興センター | 振興普及部 上席普及指導員 |
| 藤 | しず江 | 千葉地域整備センター | 主査 |
| 深澤 | 太志 | 千葉県庁生活協同組合 | 副理事長 |
| 安西 | 正己 | 千葉県庁生活協同組合 | 専務理事 |

千葉県庁生協第7次中長期計画検討委員会開催状況

- 第1回 平成20年 5月16日(金)
- ・討議方向、県庁生協の現状
 - ・組合員アンケート結果報告
- 第2回 平成20年 9月17日(水)
- ・中長期計画(案)の基本方向
 - ・中長期個別計画(案)
- 第3回 平成20年12月25日(水)
- ・中長期計画部門別年次計画(案)
 - ・中長期計画(案)の第三者検証機関
- 第4回 平成21年 1月30日(金)
- ・日生協会会員支援本部の検証結果、中長期計画(案)
 - ・中長期計画(案)のまとめと留意事項

第7次中長期計画検討委員会の意見

[全 体]

今後の生協事業については、生協への関心を持ってもらう(生協を利用したくなる)よう組合員ニーズに対応した事業展開を図る必要がある。

各年齢層において利用できる事業内容を基本とするが、昨今の新規組合員の加入状況から、若い人が魅力(生協への信頼感・生協の存在感)を感じる事業が必要である。

第7次中長期計画は、これからの県庁生協の事業展開の方向性等について、検討委員会で検討したものであり、今後、生協事務局で計画の具体化を図り、実行していくことが重要である。

また、組合員に対してホームページや生協だよりなどにより、分かりやすい形で公表していく必要がある。

本計画の進捗状況等について、事務局において随時検証を行うこととし、必要に応じて監事等による検証を実施し、計画の修正等適宜適切な対応を図ることが必要である。

最後に、生協組合員であることのメリットのひとつとして、また、生協加入の促進のためのPRとして、60周年記念事業において、組合員へ利益金の還元について何か検討したらどうか。

[各 事 業]

1. 県庁生協としての「らしさ」が必要である。

千産千消だけでなく、安全・安心を基本に地場産業への貢献、地域への貢献(千葉からのお土産「名物」・「特産品」等)について努力して欲しい。

2. 買い物をする時間の無い職員に向けて、ホームページによるネット販売を強化していく必要がある。

3. ハウジング事業の実施にあたっては、クレーム対応等のリスクを考えたうえで、慎重に進める必要がある。

4. ライフプラン相談は、非常に良い事業であるが、ホームページを見ただけでは事業内容がよくわからず相談する意欲がわからないので、内容のPR方法を工夫したほうがよい。

5. 出先店舗は、証紙の売り捌きなどは、地域の利便性に大きく貢献しているが、印旛店以外の店舗は赤字となっているため、庁舎周辺の環境等を考えて廃止を含め検討する必要がある。

6. 職員の健康に対する意識を高めるため、食堂メニューのカロリー表示の計画を早めを実施して欲しい。

また、健康を踏まえた食材の検討、ヘルシーメニューの開発、ヘルシー弁当の販売を実施したらどうか。