

はじめに

私たちは、『商品政策の基本』（下記）を大切にしていきます。

そして、商品事業を通じて生協組合員要求の実現を目指します。また、消費者の権利擁護の立場を堅持し、社会への貢献と協同、また地域経済への貢献をめざし、子どもたちの将来のくらしの豊かさを視野に入れ、食糧の安定確保のために日本の農業を守り発展させる取り組みや、環境保全の取り組みも商品事業を通じて具体化をめざします。

商品政策の基本

- ①安全で安心できること
- ②より良い品質と鮮度の追求
- ③より低価格を実現
- ④生鮮品の充実と安定した商品の供給
- ⑤日本の農業を守り発展させる取り組みの追求
- ⑥組合員の声を大切にした商品づくり

1. 商品事業の基本的な考え方

（1）商品事業の目的

- ① 組合員のくらしの願い、声を、商品事業で実現します。
- ② 生活必需品を中心に、「よりよいものを、より安く」供給することで、組合員の普段のくらしに貢献します。

（2）商品事業の目標

- ① 科学的に、より「安全」な商品の供給と情報提供。
- ② 品質に見合う、適正で納得できる価格の実現。
- ③ 便利で気持ちよく利用できるしくみやサービスの提供。

（3）商品事業の姿勢

- ① 法令（通達や条例も含む）を遵守し、社会的な基準や規範を守って商品事業をすすめます。組合員に約束した商品政策や基準を遵守します。
- ② 組合員の参加の中で、組合員の視点でたえず見直し改善をします。
- ③ 「誠実・正直」の姿勢を貫き、情報提供をし、組合員とともに考えます。
- ④ 供給者責任を果たす努力をします。（正確な表示、確実な品揃えと配達、品質の点検、適正な取引先の選定と管理、取引履歴の記録、事実にもとづく商品選択情報の提供など）

(4) 「安全」「安心」と生協取扱商品の基本条件

- ①「安全」性を最新の科学的知見から確保していく事に努め、ひとつひとつの商品を、事実(科学的)に則して評価し、限りなく危険を減らす努力を継続的に進めます。
- ②「安心」とは、生協と組合員との信頼関係の構築によりもたらされ、信頼関係は生協の様々な活動が、組合員や社会に評価された結果であると考えます。
以上のことから商品情報を正確に誠実・適切に組合員に公表し、「安心・安全」を安易に表現(商文等)することは差し控えます。
- ③ 商品の安全性を高める為に、危険性の度合いを客観的に推し測り(『リスクアセスメント』)、管理し(『リスクマネジメント』)、公表(『リスクコミュニケーション』)する社会的しくみの確立を求めながら、よどがわとしても自ら実施できるよう努力をします。

1. 商品事業の基本政策 (めざすもの)

組合員への貢献を高めることで多数の地域消費者に頼りにされる商品事業をめざします。エリア内の多数の消費者を生協に迎え入れ「よどがわ生協」の規模と役割を大きくすることで地域社会での役割を高め、よりよい社会の実現に貢献します。

- ① 食を中心に、組合員のふだんの暮らしに役立つ「品揃えと低価格」を実現します。
 - ・ 多様な組合員、エリア内消費者の多数が参加できる品揃えをめざします。
 - ・ 適正価格、組合員に支持される価格の実現をめざします。
- ② 「商品の安全性確保と確かな品質、正確な情報提供」により、「安心と信頼」に応えます。
 - ・ リスク管理を徹底することで「確かな品質の保証」をおこないます。
 - ・ 関連法規や社会的規範の遵守を強化します。
 - ・ 科学的知見に基づく継続的な見直しをすすめます。
- ③ 組合員の暮らしの変化に対応して、組合員ニーズにきめ細かく応えます。
 - ・ 少子高齢化、家族構成の変化に対応し、子育て世代からシニア層までの幅広い世代への対応をすすめていきます。
 - ・ 原料のこだわりやおいしさ、健康サポート、楽しさ・便利さなどのニーズに応えます。
 - ・ 原料・産地、添加物・アレルギーなど、正確で分かりやすい商品情報を提供します。
- ④ 広範な組合員の声が商品の開発・改善に活かされるよう、組合員参加のあり方を工夫します。
 - ・ 組合員のふだんの利用実感から生まれる味や使い勝手など組合員の使う側からの評価と見直しを徹底します。
 - ・ 商品の開発・改善では、開発途中のモニター活動などモニター制度の充実やインターネットの活用など、多様なルートによる組合員の声の集約を行い開発、改善に役立てます。
- ⑤ 生協の商品事業を通して、よりよい社会の実現に貢献します。
 - ・ 組合員の子育て支援、食育活動、暮らしの助け合い活動などのとりくみとの連携を強めます。

- ・ 生産者・取引先と協力して、より合理的な生産と流通のしくみづくりをすすめます。
 - ・ 環境配慮や省資源・リサイクル対応の商品づくり、子どもや高齢者、障がい者など誰でも使いやすい容器包装の工夫、見やすく分かりやすい表示の工夫など、よりよいくらしに役立つ提案をします。
- ⑥ 商品の選択の自由は生活者である「組合員」にあることを尊重します。
- ・ 世代や家族構成、家計、嗜好などに組合員の一人ひとりにくらしのスタイルがあることを認め合います。

2. 品揃えと価格の考え方

(1) 基本の考え方

- ① 「組合員のふだんのくらしに役立つ」商品の品揃えを基本とします。
- ・ 毎日の食卓をまかなう食材を基本に、ふだん使いの必需品を確実に提供します。
 - ・ 少子高齢化・世帯人数の減少など、組合員のくらしの変化に対応した商品を適切に配置します。
 - ・ 地域毎の歳時や食文化への対応、地場商品の取り扱いを大切にします。
 - ・ 組合員の利用実態に即して、コープ商品だけでなく、一般商品(NB・LB商品)の企画をおこないます。
- ② 「安全性の確保、確かな品質、鮮度・おいしさ、低価格、適正量目」による企画をめざします。
- ・ 組合員の使用実態や使用場面に立って、安全性の確保と確かな品質を大切にします。
 - ・ 組合員に支持される低価格、様々なくらしに対応する量目設定を大切にします。

(2) 品種・品目の考え方

- ① ふだんのくらしに必要な品種・品目の揃えの充実をめざします。
- ・ 組合員のくらしの実際や買物のしやすさに沿って、品揃えします。
 - ・ 利用や要望の多い部門(分類)は、量目、品質・グレード、価格に応じて、複数規格を配置します。
 - ・ 買いやすい価格と使いやすい提供単位を基本に、品揃えの幅を設定します。
- ② 組合員の利用ニーズに応じて、品質・グレードの幅を設定します。
- ・ ふだん使いの商品では、「確かな品質でより低価格」を基本とします。
 - ・ 品質重視やこだわりの商品では、「適正な価格でより美味しい」を追求します。

(3) ブランド配置の考え方

- ① コープ商品(PB商品)は、部門単位に供給の柱になるよう、中心的に配置し必要な開発、改善、育成強化をおこないます。
- ② ナショナルブランド(NB)商品は、NBブランド認知が高い部門を中心に適宜配置します。
- ③ ローカルブランド(LB)商品の取り扱いにより、“こだわり・楽しさ”“生活シーンの提案”など、多様なくらしのあり方に応えます。

語句説明

※PB（プライベートブランド）商品＝ある規模以上の小売業や生協などが、販売力を背景に、製造を担当するメーカーと共同で商品開発・企画を行い、小売業特有のブランド名をつけて販売する商品。

※NB（ナショナルブランド）商品＝大手メーカーがテレビCM等の宣伝を通じて、固有名詞としての商品名を持ち、全国どこでも入手でき、広く国民（消費者）に知られていることから国民的な（ナショナル）ブランドと呼ばれる。

※LB（ローカルブランド）商品＝ナショナルブランドが全国展開されたものであるのに対し、中小メーカーが、地域毎に展開する極めて限定された地域のみで認知されている商品。

(4) 価格の基本の考え方

<基本の考え方>

品質に見合っ、信頼感のある、安定した低価格の実現を基本とします。生鮮品は市場価格に柔軟に対応します。

- ① コープ商品は、品質・使い勝手が同等のNB商品より安い価格をめざします。
 - ・共同開発商品（エリア開発）は、コープきんき参加生協組合員と全国の生協組合員の力の結集で大手量販店PBに負けない、いつでもお買い得を基本に価格設定します。
- ② NB商品は、標準的なスーパーマーケットの実勢価格に負けない価格設定をめざします。
 - ・共同仕入商品は、大手量販店の販売価格を参考にします。日本生協連の「NB商品全国共同仕入」に参加していきます。
- ③ 新しい価値提案やテーマ性のある商品は、商品価値に見合った適正価格を設定します。

3. コープ商品について

(1) コープ商品の評価

コープ商品は、生協の「安心と信頼」の拠り所として、生協の発展に大きな役割を果たしてきました。また、メーカー主導の管理価格を打ち破り、不必要な添加物の削減や環境への配慮など、社会的に主張を持った商品として生協発展、社会的役割の向上に大きく貢献しています。

(2) これからのコープ商品

コープ商品開発では、『3つの基本的価値』と『5つの付加価値』を追求します。

3つの基本的価値	1. 安全性の確保 2. 品質の確かさ 3. 低価格の実現
5つの付加価値	1. おいしさの追求 2. 健康をサポート 3. 楽しさと便利さ 4. 環境配慮 5. 食と食料を見据えて

- ① 商品の安全性の確保と品質管理に責任を持ちます。
 - ・ 生協と取引先・生産者が取り決めた約束事（仕様書）や社会的な法規を遵守します。
 - ・ 日本生協連、コープきんきとともに原材料・産地・添加物管理、製造工程・衛生管理、品質・鮮度管理、商品検査、包材・表示などの点検・管理を徹底します。添加物や安全性の点検を継続して続けます。
- ② 品質に見合って、市販の同等商品より安定した安さを実現します。
 - ・ 適切な品質水準を確保しながら、包装や製造方法などの製造コストの削減を追求します。
 - ・ 販売計画と連動して原料調達、流通・在庫の改善により、商品コストを引き下げます。
- ③ 日生協との共同開発を積極的にすすめます。
 - ・ 全国の生協組合員と日本生協連の力と知恵を生かしたコープ商品の開発、改善をすすめます。
 - ・ 全国やエリアの生協が結集し市販の同等商品に負けない低価格を追求します。
 - ・ こだわりや美味しさ、世代別への対応など、テーマを明確にした商品開発をすすめます。
- ④ 組合員の声に基づいて、商品評価や見直し改善をすすめます。
 - ・ 商品の開発・改善では、味や使い勝手など組合員からの評価と見直しを徹底します。
 - ・ モニター制度の充実やインターネットの活用など、多様なルートで組合員の声を受けていきます。

4. 産直事業の発展をめざして

(1) 産直事業の到達点と課題

- ① 産直 3 原則のもと、生産者(団体、中間流通者)と協力し、生産者を明確にした上で、生産内容の相互確認により、環境に優しい農業の構築をすすめ、栽培記帳やトレースにもいち早くとりくみ社会的な役割を先進的に果たしてきました。
- ② 組合員との交流を通じて消費者と生産者の相互理解をすすめてきました。生産意欲の向上や後継者の育成などコープ商品同様に生協の発展、社会的役割の向上に大きな役割を果たしています。
- ③ 産直協議会を通じて生産量の確認、品質改善、ポジティブリスト制への対応などの課題を相互理解のもとで前進させてきました。食品衛生法、農薬取締法等の改正にも大きな役割を果たしました。
- ④ 食品衛生法、農薬取締法等の改正実現のなかで産直事業を新しい視点で発展、強化することが求められています。

(2) 産直事業のめざすもの(よりよい産直事業をすすめるために)

産直事業を商品事業の柱として位置付け、産直事業を強化するため「5つの産直基準」に基づいて生産者とのパートナーシップを強め、品質保証、検証システムの整備をすすめます。

- ① 生協産直は、産地・生産者との継続的な提携を通して、組合員により安心・信頼できる商品をお届けすることを基本とします。

- ② 組合員の利用を通して、国内自給率の低下に歯止めをかけ、持続可能な環境保全型農業づくりに貢献します。また、生産者との交流を通じ新たな担い手づくりに貢献します。
- ③ 生産履歴の管理や定期的な産地点検を通して、組合員との約束事を守ることを大切にします。そのために、情報開示できる仕組みを整備します。
- ④ コープきんきを柱に近畿エリアの産地・生産者との提携を大切にします。

【5つの産直基準】

1. 組合員の要求・要望を基本に、多面的な組合員参加が推進できること
 2. 産地、生産者、栽培・飼育管理、流通方法を明確にし、情報公開できること
 3. 記録、点検、検査データの保存により、追跡調査が可能なシステム（トレーサビリティ）が確立できること
 4. 生産者との自立・対等を基礎としてパートナーシップを確立できること
 5. 持続可能な生産と、環境に配慮した事業を推進できること
- ① 5つの産直基準をもとに「農産」「畜産」それぞれに4つの産直要件で産地の評価をおこないます。産地・生産者との継続した取引・提携と産地点検・反省会を通して、相互に改善課題を確認し、農薬（薬剤・添加剤）削減のとりくみ・品質の安定を評価します
 - ② 生産物の品質を確保するため、日本生協連「青果物品質保証システム」を運用します。
 - ③ 産直商品は、商品案内で「産直」マークを表示し、推奨します。
 - ④ 産直は、品種・品目毎に設定します。
 - ・「産地単位」での「産直」指定は原則としておこないません。
 - ・対象は、ふだんのくらしを賄う定番商品とし、嗜好品は対象としません。

(3) 産地指定、指定産地

生産者、肥培管理は明らかであるが、共通目標や定期協議、交流が出来ない産地を「指定産地」と位置付けます。相互理解、条件整備をすすめることで「産直産地」をめざします。

(4) 一般産地、一般品の取り扱いについて

- ① 食料自給率低下の中で、国内の優良産地を中心に生活必需品である農産物を届けることは生産者、組合員に対しての生協の大切な使命となっています。
- ② 生協産直への理解や共通の目標、組合員との交流を実践している産直産地（産地指定）とその品目だけで組合員の食卓すべてをまかなうことはできません。
- ③ さらに日本農業は生産者の高齢化、不安定な気象、など生産量は不安定な状態が続いており複数産地での企画をおこない安定供給に努めます。

語句説明

※トレーサビリティ (traceability) = 製品の流通経路を生産段階から最終消費段階あるいは廃棄段階まで追跡が可能な状態をいう。追跡可能性とも言われます。

※日本生協連「青果物品質保障システム」=日本生協連が生協産直における青果物の品質を確保するために、生産者から消費者に届くまでの全ての段階において守るべき規範の策

定をすすめ、生産者、流通関係者、生協等による実証実験や、実践的な品質保証のとりくみを通じてまとめました。

(2) 「農産」「畜産」の4つの産直要件

① 農産の4つの産直要件

i) 生産者の記帳・管理

栽培履歴（作付け・栽培・肥料・農薬散布）の記帳と管理ができていること。

ii) 定期的な産地点検と反省会（協議会） 年1回以上の産地点検。改善課題の相互確認と進捗点検。

iii) 農薬削減のとりくみ 地域の慣行栽培と比較して、農薬使用量の削減に努力していること。

iv) 品質の安定 品質クレーム削減のとりくみ、鮮度・食味の維持・改善に努力していること。

②

畜産（精肉）の4つの産直要件

i) 生産者の記録・管理

肥育履歴（出生・受入・肥育）、肥育期間中の薬剤・飼料添加剤の記録と管理ができていること。

ii) 定期的な産地点検と反省会（交流会） 年1回以上の産地点検。改善課題の相互確認・進捗点検。

iii) 薬剤・添加剤削減のとりくみ 薬剤・添加剤など、可能な限り削減できるよう努力していること。

iv) 品質の安定 生体出荷時の点検。肉質改善のために肥育技術の改善に努力していること。

5. 取引先への基本的考え方

- (1) 取引先の選定は、取引先の事業の大小でなく商品提案力（開発・調達・価格）、品質管理、売り場提案力を基本とします。
- (2) 生協活動への理解、法令遵守と社会的信頼を維持する経営理念、組織体質があることを重視し、取引先と生協はコンプライアンスに基づく取引関係を維持します。
- (3) 取引先と生協は「生産と消費」をつなぐパートナーとして相互の信頼関係を築き、コンプライアンスに基づく取引関係を維持します。

6. 重大商品事故時の基本方針

重大商品事故発生時、速やかに組合員対応を進めるため基本方針を定めます。対応基準は「商品事故対応判断基準」として別に定めます。

1. 商品事故発生時の基本方針

- (1) 組合員への情報提供は適切な時期とより正確な情報提供に留意し、不必要な不安や取引先への誤認のない情報提供に努めます。
- ①お知らせは該当商品利用組合員を原則とし商品事故の与える影響などを考慮してお知らせの範囲を拡大します。
 - ②告知方法は商品事故対応判断基準をもとに電話、ホームページ、ダイレクトメール、ちらし、ポップ（店舗）、機関紙などを有効に活用します。
- (2) 商品回収は危害要因、法令違反の内容など事故内容を検討したうえで実施します。
- ①安全性評価において危害性、拡散性が認められると判断した場合は、商品の回収を実施します。
 - ②行政、取引先の商品自主回収判断があった場合は協力します。
- (3) 商品代金の返金は商品の現物の回収時を原則としたうえで「商品事故対応判断基準」に基づき判断します。
- ①特定指定原料商品の仕様書違反などで原料差額が生じた場合は、使用された原料と本来使用すべき原料の差額を基本とします。
 - ②取引先の倒産などで返金原資が得られない場合や経営に支障のなる場合は、重大事故対策会議等の協議を経て判断します。
 - ③過去に遡る返金が生じた場合の返金期間は賞味期限または発生日時より1年間を原則とします。
- (4) 人命クライシス及び社会問題化した場合は日本生協連、コープきんき、おおさかパルコープと連携をとり対策、対応を講じていきます。

3. 「商品事故対応判断基準」について

- (1) 商品事故の内容を「安全性評価（危害性・拡散性・緊急性）」「信頼性（違法性・社会性）」「不快・異味異臭（不快性・拡散性）」による評価をもとに「商品事故対応判断基準」を定めます。
- (2) 「商品事故対応判断基準」に沿わない事例が発生した場合は、よどがわ生協関係部署で当面の対応を確認した上で対応を行いません。その後対応が適切であったかを検証し必要であれば「商品事故対応判断基準」の改定を行いません。

《付記》

国の政策、社会情勢、科学的知見、組合員のくらし等の変化も考えられます。

今後も、組合員のくらしの願いに貢献できるよう、商品政策、基準などの見直しをおこないます。