

特集 組合員と生協とが会える「場所」

04

職員の声を組合員へ届ける「担当者ニュース」の現在 〜おおさかパルコープにおける事例

加賀美 太記 (就実大学経営学部講師)



おおさかパルコープ配送センター

はじめに

協同組合である生協は、組合員と強い絆を結んできた、と言われる。その代表的な事例として注目されたのが、いわゆる「一言（ひとこと）カード」である。例えば、ベストセラーになった『生協の白石さん』をはじめとして、大学生協の職員と組合員である学生とのユーモアに溢れ、捻りの利いたコミュニケーションは、今でも時折、インターネット上で話題になっている。

この「一言カード」は、基本的に組合員が生協へと投げかけるものだが、それとは逆に、生協から組合員へと投げかけるコミュニケーションもまた、生協では多様に実践されている。そうしたコミュニケーションには、利用のためのカタログやチラシ、あるいは職員とのフェイストゥフェイスの交流も含まれる。そのひとつが、長らく生協が独自の活動として取り組んできた「担当者ニュース」である。

担当者ニュースとは、班配（共同購入）、あるいは個配の配達担当者が個人で作成して、配達先の組合員へと配布する、紙ベースのニュースのことである。個人で作成するため、内容やフォーマットは統一されていない。商品や企画の案内もあれば、組合員の声の紹介や担当者自身の思いを伝えるコーナーなど、バリエーションは多岐にわたる。この担当者ニュースが、職員と組合員とを結ぶ「場」として機能してきた、とは従来からの配達担当者の多くが語るところである。

しかし一方で、担当者ニュースの位置づけは個人の自発的な取り組みとされることが多く、結果的に配達担当者の労働負担を増すことにつながったり、あるいは、コミュニケーションの内容が「商品を勧める」ことに注力してしまい、チラシ等との違いが不明瞭になってしまったケースもある。こうした事情も踏まえて、現在では、担当者ニュースの見直しを進めたり、あるいは原則として廃止した生協もある。

生協職員の働き方、職員と組合員の関係性も依然と様変わりする中で、担当者ニュースもそのあり方を模索せざるを得なくなっている。

しかし、デジタル化が進む生協のシステムにおいて、アナログで個性的な担当者ニュースは、組合員と生協とを結びつける独特な「場」として機能する可能性も秘めている。今回は、おおさかパルコプの現場職員のインタビューを紹介することで、「担当者ニュース」の現在と、その課題や可能性について考えるきっかけとしたい。

1. 出会えない組合員とも つながるニュースの力

一人目のインタビューは、おおさかパルコプ港支所の班配担当である大村昌氏である。大村氏は「ちりめんJO」というタイトルの担当者ニュースを発信し続けてきた（図1.P43）。港支所では、強制ではない担当者ニュースを約5割の職員が発信しているそうだが、その背景にある思いについて語って頂いた。

Q 担当者ニュースはいつごろから発行しているのでしょうか？

【大村】 私は1998年3月に入協しました。その年の5月からずっと出し続けています。

とにかく喋りが上手ではないので、それをカバーしたくて書き始めました。お会いできない方でも、ニュースを手にした時に「ああこういう人が配達してるんだな」



とか、商品を受け取った方にもあとで見ってもらって自分の横顔を知ってもらおうとか、そういう役割が担当者ニュースにはあるんだ、と先輩が教えてくれました。そのうえで、「俺は書いてないけど、お前は書いたほうがいいんじゃないか」ってアドバイスしてくれたのがきっかけです。

ニュースの本文は日頃から考えていて、カタログが出てから商品の事を書いていきます。

Q タイトルは「ちりめんJO」というユニークなものですが、この由来は何でしょうか？

【大村】 タイトルは始めからです。最初に入った支所でフットサルチームがあり、名前が「ちりめんjo」でした。強いチームだったので、それにあやかったことと、当時の商品で「ちりめん上」がよく購入されていたのでそこからとりました。

Q 日常のできごとがメインですが、なぜこのような構成になっているのですか？

【大村】 ニュースのコンセプトは担当者それぞれで違うと思いますが、あえて、業務課題のことは書かないです。たとえと新聞の4コマ漫画みたいな位置づけです。組合員さんにとっておまけみたいなものです。組合員さんからも、この内容いいよと褒められたこともあります。

がちがちの課題、共済キャンペーンですよ！という内容にすると読んでもらえないと思っています。自分でもそんな内容はたのしくないの。妻も一組合員なので、チェック入れてもらっています。また、趣味が写真で、野鳥の写真をよく撮りに行くので、イラストにして掲載しています。

Q 再下段は必ず商品のおすすめですが、おすすめの書き方で特に工夫している事は？

【大村】 できるだけ手書きにしています。写真コピーだときれいですが、手書きのほうが温かみあると思っています。できるだけシンプルにするのと、「買ってください」といった売り込む言葉は避けています。食べ方とか、他の組合員さんが良かったという声を入れるようにしています。

普段の交流で、組合員さんからこういう声がたくさん集まると、ニュースを書くのもすごくラクになります。情報をくれた組合員さんに載せましたよと、交流のもとにもなります。

Q 組合員さんはニュースを見てくれますか？

【大村】 たまに感想はいただいています。「あれ読んだよ」「うちの近くにもあの鳥とんできたよ」とか。どれくらいの組合員さんが読んでくれているかはわかりませんが、配送地域が変わる時などに「あんたのニュースもう見れへんの？」と言われたりして、「あっ、この人読んでくれてたんや」と、うれしかったこともありました。

配送では、留守などもあって、約 20%の方とお会いできていません。ずっと不在でお会いしたことがない組合員さんから配送途中に名札を見て「大村さんやね。ニュース見てるよ」と声かけてもらったことがあり、ありがたいと思いました。

Q 利用につながることはありますか？

【大村】 あまり利用につなげるということは念頭においていません。過去のニュースを読み返しても、営業課題だけしか書いて

ないものはおもしろくありません。自分で読み返してみても、いいなと思えるものを作りたいです。やはり組合員さんが手に取ってみたときにどんな気持ちになってもらえるかが大事だと思います。

一連のインタビューからは、大村氏の担当者ニュースが売り込みを中心としたものとは一線を画している様子と、普段は出会えない組合員ともつながるコミュニケーションを支えている様子が伺える。

大村氏の配属先である港支所長山本啓司氏も、担当者ニュースの効果を、次のように語ってくれた。

「対面できる時間は配送中でもわずかです。そのわずかな時間でも、担当者の人柄がわかってもらえることにつながります。商品についても、売り込みの内容でなく、どんな商品なのか、背景の物語を伝えることで、人と商品がつながるのではないかと思います。」

「ニュースを作り続ける時に、組合員さんの事をものすごく思い浮かべながら書いている。あの組合員さんにはどんな伝え方がいいかとか、こうすればもっとわかってもらえるのではないかとということを考えることによって、職員にとって大事な教育の機会にもなっています」。

2. 組合員に互いの「声」を届けるニュース

二人目のインタビューは、枚方支所長の甲斐信喜氏である。おおさかパルコプの個配事業では、現在、「お気に入りの『声』の回覧板」を発行している（図 2 P42）。これは、おすすめ選定商品を決めて、その商品を利用している組合員にどんな利用の

仕方をしているかを聞き、その生の声を職員が整理して掲載するニュースである。

今回は、こうした組合員の声を核としたニュースの取り組みについて語って頂いた。

Q「お気に入りの『声』の回覧板」ニュースはどのような意図から始まったのでしょうか。

【甲斐】 パルコープで利用者の分析をしてみると、子育て・ファミリー層（20～49歳）でかつ、加入して1年～3年と、生協歴の浅い組合員さんが未利用になる傾向が強くなっています。今年の4月に未利用になった組合員さんは2038人。そのうち、子育て・ファミリー層の組合員さんが65%を占めています。



生協歴が浅く、特に気に入った商品もなく、たまに利用するが、利用金額で1回2000円以内。たまに職員に声をかけられたら利用するという組合員さんたちです。せっかく加入して頂いた組合員さんが生協商品の良さを知る機会がないままに、利用しなくなるのは生協にとっても組合員さんにとっても残念なことです。そうしたことを防ぎ、利用定着をすすめるためのニュース発行を始めました。

Qこのニュースの特徴はどこにあるのでしょうか。

【甲斐】 「お気に入りの『声』の回覧板」では、その名前のおり、生協職員側からのおすすめを並べるのではなく、実際に使った組合員さんの声を全面に出しています。

教育アドバイザーの毛利敬典氏よりアドバイスを受けて、組合員さんの実感の声を数多く貼り付けたら、生協都合の売り込みじゃなく、「本当のことを言ってるな」と思ってもらえるのではないかとということが発端です。

掲載商品は、商品部企画責任者も交えて選定しています。「低価格になっている商品」でかつ「子育て・ファミリー層からの支持がある商品」を毎週選定しています。現在個配事業所は6か所あります。選定商品、ニュースのレイアウトは同じですが、組合員さんに記入いただいたものをそのまま貼り付けたり、パソコンで打ち込んだりと違いがありました。

毎月の振り返りの中で見やすさについても論議し、現在は手書きでかつ大きい文字で統一されるようになりました。

Q実施の途中経過はどのようなものでしょうか。

【甲斐】 今年の初めから毎週実施しており、その結果も集約しています。組合員さんに黙って渡すだけではなく、掲載商品の話を一言、声掛けしている担当者のコースの利用が高くなっている傾向がみられます。

例えば、3月3回では選定商品として「小松菜」を取り上げました。組合員への広がり率（利用された方の割合）は、平均19.1%ですが、高い担当者では31.9%、低い担当者では12.2%となっています。

また、組合員さんからは、「安い時にすすめてくれてありがとう」「他の組合員さんの利用実感が掲載されているので参考にしています。」「この商品以前に買ったことがあるけど、利用実感を読んで、改めて良い商品だと感じ、もう1回買ってみようと思った」「ネットの口コミ・レビューのよ

うな感じなので、買ってみようかと思った」といったお声をいただいています。

Q ニュースの今後については、どのようにお考えでしょうか。

【甲斐】 個配の担当職員にとって、良い結果が出ています。

選定商品の購入履歴を持つ組合員さんに「利用実感を聞いていくこと」が各担当の役割となっており、このことで組合員さんとの会話が増えています。

個配はほとんど男性担当者ですが毎週商品の話をお聞きする中で、自分も知識を高めたいと、奥さんと一緒に買い物に行く回数が増えた担当者もいます。

このとりくみはパルコープの個配事業責任者が毎月集まり、話し合いながらすすめてきました。教育アドバイザーの毛利敬典氏にも中に入っていて、「人と人とを商品でつないでいけたら」という思いで

進めていけたらと思います。

おわりに

ここまで、おおさかパルコープの担当者ニュースの現在について、ごく簡単にだが、インタビュー形式で紹介してきた。従来からの、あるいは新しい取り組みとしてのニュースが、職員と組合員、そして広く生協や商品とを結びつけるものとして機能している様子が伺えた。また、その中で、職員にとって前向きな効果が出ていることも共通した要素であった。

このように、協同組合という関係性に基づく組織であるからこそ、職員一人一人が組合員とつながる「場」の意義は変わらず大きなものがあると言えよう。

新しい働き方、技術の発展など、環境そのものは大きく様変わりしているが、その変化を踏まえながら、より良い関係性を取り結ぶための「多様な場」を、今後とも育て広げていくことを期待したい。

8月3回 お気に入りの『声』の回覧板

普段は、食パンにのせて焼く事が多いですが、子供達には、ハンバーグやオムライスにのせて食べさせるのが好きです。

生協で買うチーズは味にクセがなく食べやすいです。他では買わずに必ず生協で注文しています。

食パンにピザソースをぬって、このチーズをかりて、よく朝食にしています。

よく、グラタンに使っています。他のと比べて味も美味しいので大好きです。

かぼちゃと煮て、チーズをかけて少し溶けたくらいで食べるのがオススメです。

タコライスの上にかりて食べると、すごく美味しいのでオススメです。

他で売られているチーズより、原材料が少なく安価で使えるので買っています。

よく、朝食で、パンの上にのせて使っています。朝食、バタバタしている時にサッと使えてとても便利です。

家族みんなチーズが大好きで、よく、グラタンや厚揚げにかりて食べてます。

配合チーズの種類を工夫しました
1003 冷蔵チーズ
とろ〜りミックスチーズ
400g
100gあたり ¥100
¥398 (税込 ¥430)
賞味期間: 3ヵ月

図2

担当者ニュース

ちりめんJO



おおさかりんくろ

発行:生活協同組合 おおさか
パルコ 港支所 大村 昌



皆さんこんにちは。私は兵庫県川西市から出勤しているのですが...と書き出したらピンとくる方はきたと思いますが、JR福知山線の脱線事故から先月25日で12年が経ちました。私も当日は1時間前に現場を通過して出勤し、会議後に携帯電話を見たらずいぶん不安を問う親や兄弟からのメールや着信履歴。そこで事を知った次第です。その日から6月19日までJR福知山線は尼崎一宮塚間は運休となり、代替輸送の阪急電車や、その阪急が終了したらタクシーで帰宅したものです。毎年この日はJR車内で現場付近を通る際にアウンスが流れ、車掌も乗客も黙祷をさせます。事故後遺症に苦しめられる方は今なお多く、通る度にこの事故を風化させてはならない、と思うばかりであります。

案外向いて長々と書く...の田舎で画内には限界あるのでとらえず、ということにしています



ヒバリ Alauda arvensis
スズメ目 / ヒバリ科
① ヒバリは警戒すると冠羽が立つ

話をかえりますが、近所の河川敷にピークパークと長いアースで繋がり続けるヒバリの聲が。童謡の歌詞や落語「愛宕山」の冒頭にも出るいかにものどかなイメージですが、懸命なヒバリ主張なんですね。ウグイスの囀りは2回セットですが、2回目の方が1回目よりも半音高いのはお気づきでしょうか。

全員でご利用
くだま
ウィーク

この日
受け入れ
ない
常温・冷凍
一週間お休み
ご相談
ください

一度食べてみ
舌の上でとろける〜
by おおささんほか

5月3日

363 国産大豆の
29P-ジ
とろける
絹とうふ
130g
だし醤油つき

国産さば
ふっくらし
(骨とり)

試食しました。さばといえは
1ルウエーのうがおいしいんじか
と永く思っていたのがコロ
とくがえした
ワンダスタ
のさばですよ

も、と
くわくは
港支所
をより
で

2点以上お求め
で
90円
税別