

特集 組合員と生協とが会える「場所」

02

「紙」だけではできない多様化への挑戦
インターネットを利用したコープこうべの取り組み

竹野 豊（京都市立大学経済学研究所博士後期課程）



浜地研一氏

はじめに

日本国内の BtoC-EC（消費者向け電子商取引）市場規模の拡大が止まらない。2007 年から 2016 年までの 10 年間においても 2007 年の 5 兆 3340 億円から 2017 年の 15 兆 1358 億円と約 3 倍まで伸びている。また、この 10 年間に継続的に拡大しているといえる¹⁾（図 1）。

その背景の一つとして、スマートフォンによるインターネットの利用が考えられる。全体のインターネット利用者は約 80% で頭打ちとなっているのに比べ、端末別利用状況としてスマートフォンの利用状況は大きく伸びており、最も利用されている PC からの利用とほぼ同等に利用されるようになってきたことがわかる²⁾（図 2）。

前記した BtoC-EC 市場規模の拡大とスマートフォンによるインターネット利用の拡大に対して各生協も対応が求められる。今日まで生協が大事にしてきた「宅配」「店舗」におけるフェイストゥフェイスのコミュニケーション、「紙のカタログ」や「チラシ」ももちろん重要である。それと同時に、インターネット上にも組合員と近い接点を持つチャンスがそこにはある。

電車やバス等の公共交通機関に乗ると、多くの人がスマートフォンでインターネットを利用していることが確認できる。彼らの中には移動時間で買い物を済ませる人もいるであろう。また、情報収集をする人もたくさんいるであろう。そこには組合員と接点を持つチャンスがあるのではないか。

その糸口として、生協の中でもインターネット事業において様々な先進的な取り組みに果敢に挑戦しているコープこうべの取り組みを紹介していく。

本稿は生活協同組合コープこうべ所属インターネット事業部インターネット事業推進統括浜地研一様への取材をもとに書き上げた。取材にご協力いただき感謝申し上げます。

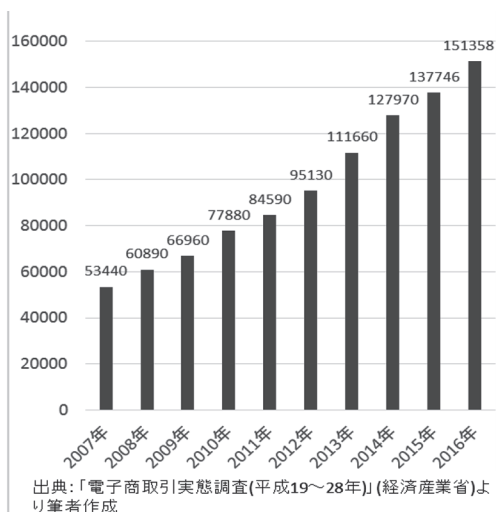


図1 日本国内のBtoC-EC市場規模（億円）

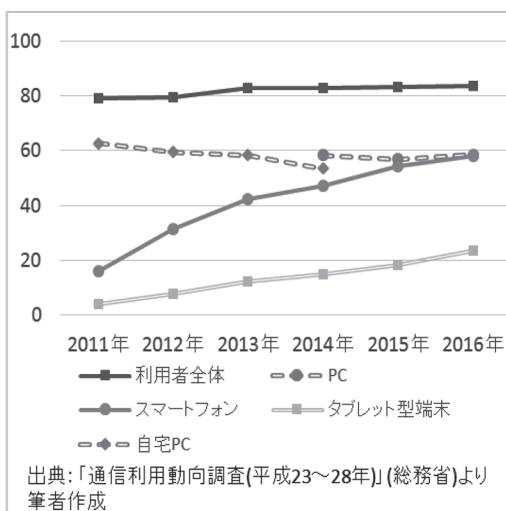


図2 インターネットの端末別利用状況（%）

コープこうべのインターネット事業

コープこうべのインターネット事業は2000年に開始された。当初は「小さく生んで大きく育てる」というコンセプトのもとで「お買い物とコミュニティのサイト“コープこうべネット”」としてスタートした。最初はコープこうべの週間商品情報紙

「めーむ」の品番入力注文と掲示板のみのサービスであった³⁾。

現在は同生協のお買い物&コミュニティサイトであるコープこうべネットでは「めーむ」「ネットショッピング」「本/CD・DVD」「コミュニティ」等を展開している。その他にもスマートフォン向けのアプリの提供やネットスーパーの展開も行っている⁴⁾。コープこうべネットの会員数としては33万4660人、受注額としては223億9694万円となっている（2016年度末）。

その中でも近年力を入れており生協らしさを感じられる「コープこうべアプリ」「テレビめーむ」「iバリアフリー」を中心に紹介していく。

コープこうべアプリ

今まで組合員向けのアプリとしては2013年4月稼働のコープこうべのカatalog「めーむ」の注文を可能とする「めーむアプリ」や店舗情報チェックができる「コープのお店アプリ」が存在したが、2017年4月より新アプリとして「コープこうべアプリ」が登場した。

コープこうべアプリはコミュニケーションツールであるLINEに似たような画面でめーむの注文等が出来るアプリである。コープこうべのキャラクター「コピー」と会話しているような感覚で品番や個数を入力すると注文が出来る。注文を行うと「ありがとう！」などと表示される⁵⁾。

アプリ利用注文者の平均年齢はそれ以外の注文者より平均年齢は低いものの、60代で利用している組合員も少なくない。平均年齢が高いといわれる組合員においてもその効果は期待できる。また、若年層に対しても購買としての利用、加えて組合員活



図3 コープこうべアプリ 左からトップ画面、注文画面、子育て支援画面

動などへの参加も期待できるのではないかな。

将来的には人工知能（AI）を活用した買い物に最適な商品提案や情報提供を行うサービスも提供予定である。また、めーむ注文だけでなく、「店舗情報」「組合員活動情報」等も同アプリ内で提供可能にしていき、組合員同士や組合員と職員のコミュニケーションも可能な「コミュニティ」の役目も果たせるようにしていく予定である。友だちの輪を広げていき、若年層が参加を控えがちな組合員活動や子育て支援などにも気軽に参加できるように出来たらと考えている。

つまり、アプリ1つでコープこうべの組合員として事業と活動を横断的に可能にしていける、そのようなアプリになればと考えている。今後の予定としては、店舗向けの組合員証機能を追加予定である。

テレビめーむ

テレビめーむとは、専用端末を使用し自宅のテレビ画面からインターネット経由で宅配商品の注文ができ、高齢者を想定した見守りや、家族間のコミュニケーションも図れる機能を備えたサービスで2015年3月より開始した。月額利用料は組合員またはその配偶者が65歳以上ならば税込み540円で利用できる（それ以外は税込み1814円）。

来店が難しくなったり、宅配用のカタログの文字が読みにくくなったりした組合員に利用を促す目的として、主に高齢者を対象として導入したサービスである⁶⁾。

現状の導入結果としては利用者の大きな拡大には至っていない。その原因として考えられるのは対象とする組合員とのアンマッチである。高齢者に向けて画面や簡単なリモコンを一から開発したものの新しい端末の使い方を覚えるより既存のカタログ（めーむ）の文字を大きくしてくれた方が嬉し



起動後画面



端末

図4 テレビメーム

いというような声が上がる、また高齢者の中でもインターネットに対応している組合員は自らネット経由で注文を行うという。大きな挑戦であったが高齢者にネットの利便性と感じていただくには課題もあり、別の方法も含めて検討している。

iバリアフリー⁷⁾

iバリアフリーとは視覚に障がいのある組合員向けの商品注文システムである。「自分もインターネットで商品購入をしたい」という組合員の声から2004年に開設された。組合員が実際に売り場をめぐるような工夫がなされている。

実際の注文画面は図5のようになっている。Tabキーを用いることにより商品間の移動を容易に行うことが可能になっている。ページを訪れた組合員に対して「ここ

は野菜売り場です」という音声読み上げを行ったり、商品情報をめーむと同じようにして、それを読み上げるようにしたり等の工夫を行っている。これらの工夫の背景には、やはり組合員の声がある。視覚に障がいのある組合員向けゆえにより深く組合員と密にコミュニケーションをとり、その声を聞くことが必要となる。

現在利用者数としては70名ほどだというが、視覚に障がいのある組合員の自立支援にもなり、生協らしさを持つこのシステムは全国的に広げていく価値があるといえる。他生協の視覚に障がいのある方から導入してほしいとの問い合わせも多く、コープこうべとしてはぜひ全国にこのシステムが広がればという。また、他大手小売業等は採算性の問題もありなかなか手を付けがたいシステムだといえるので、生協として挑戦していく価値があるのではないか。

「めーむ」8月4回の売り場

食料品の配達日は09月04日です。

売り場を巡るでご希望の商品の「注文する」ボタンを押してください。商品一覧は品番・商品情報・本体価格の順に表示しています。Tabキーで移動しやすいうように商品名にリンクを設定していますが、リンク先はありませんが、商品の詳細情報をお表示にすることもできます。

商品の売り場一覧・野菜・果物売り場にはいます	
品番	品名
104	安納りんご 250g 今週のめーむです。●山口県産安納市より、品種は「シロひばり」●シーズン限定！店頭では購入できません。山口県産安納市より、次週の掲載は予定
174	奥大根 200g 今週のめーむです。●京都府産 山P11でめーむに●期間限定 ●やや太く上品な甘みがある特選です。店頭では購入できません
193	サラダクラブ お家で作るごちそうサラダ (和風サラダ用) 110g 冷蔵 今週のめーむです。消費期限：お届け日を含め3日 ●2〜3人前●国産 アメリカ、オランダ、オーストラリア産の野菜を使用。消費期限：お届け日を含め3日。国産、アメリカ、オランダ、オーストラリア産の野菜を使用。消費期限：お届け日を含め3日。

商品一覧：102商品で6ページあります。	
104	安納りんご 250g 今週のめーむです。●山口県産安納市より、品種は「シロひばり」●シーズン限定！店頭では購入できません。山口県産安納市より、次週の掲載は予定
174	奥大根 200g 今週のめーむです。●京都府産 山P11でめーむに●期間限定 ●やや太く上品な甘みがある特選です。店頭では購入できません
193	サラダクラブ お家で作るごちそうサラダ (和風サラダ用) 110g 冷蔵 今週のめーむです。消費期限：お届け日を含め3日 ●2〜3人前●国産 アメリカ、オランダ、オーストラリア産の野菜を使用。消費期限：お届け日を含め3日。国産、アメリカ、オランダ、オーストラリア産の野菜を使用。消費期限：お届け日を含め3日。

図5 iバリアフリー注文画面

インターネット事業のねらい

ここまで、「コープこうべアプリ」、「テレビめーむ」、「iバリアフリー」という3つの取り組みを紹介してきた。それぞれの取り組みの対象としては、コープこうべアプリは若年層と中年層中心、テレビめーむは高齢者層、iバリアフリーは視覚に障が

いのある組合員向けである。

本稿では触れることができなかったが、2011年7月にはtwitter 公式アカウントを設立するなど、インターネット事業は若年層向けの取り組みを中心に行ってきた。これは主に、組合員が少ない若年層にコープこうべを知ってもらうために行ってきたという。

生協組合員は高齢者層が多く、割合を占めており、その傾向もより強まっている。そのため高齢者向けのサービスも必要だが若年層組合員獲得のチャンスがあるインターネット事業に対する期待は大きい。

おわりに

以上のようにインターネット時代におけるコープこうべの取り組みについてみてきた。大きな視点としては既存の注文方法からインターネットを利用した注文への変更という点と組合員との接点としてのインターネットという2つの視点で考えてきた。

ただし、紹介した3つの取り組みともどちらか一方に対する取り組みではなく両方に対する取り組みであるといえるのではない。この背景には、コープさんと呼ばれ兵庫県民に親しまれてきたコープこうべの長い歴史で築かれた「生協」という関係があるのかもしれない。

本稿では触れることができなかったが、コープこうべはネットスーパーについても3店で実施している。そこでは、他大手小売業と同様に当日・翌日配達を行っている。ただし、取材の中でも強調されていたのは、めーむでの注文による週1回 配達の「こはい」（コープこうべの個人宅配）があくまでメインであり、他はそのサポートであるという。組合員が1週間の献立を考え、

それに合わせて注文を行う、このライフサイクルが一番大切であるという。その手助けを行い共に生きていくのが「生協らしさ」なのではないか。

注

- 1) 「電子商取引実態調査(平成19～28年)」(経済産業省)より
- 2) 「通信利用動向調査(平成23～28年)」(総務省)より
- 3) 久保木勲(2010)「コープこうべのインターネット事業(特集インターネットを利用した事業の動向)」『生活協同組合研究』417号、27～33頁。
- 4) コープこうべネットホームページより、2017年8月8日アクセス。
- 5) 神戸新聞NEXT「スーパー売り上げ増へ AIにスマホアプリ活用」2017年3月31日 <<https://www.kobe-np.co.jp/news/keizai/201703/0010051250.shtml>>2017年8月8日アクセス。
- 6) 「テレビめーむについて」、<<http://www.coop-kobe.net/ck/cam/tvmemu/>>2017年8月8日アクセス。
日経流通新聞「東芝、生協宅配をテレビで(NewsClip)」2015年2月27日9頁。
- 7) 本章は今回の取材と過去の浜地氏インタビューより記述した。
ドリームアーク「【インタビューレポート】コープこうべ インターネットお買い物システム『iバリアフリー』」、<<http://www.dreamarc.jp/archives/3813/>>2017年8月8日アクセス。