

# 同じ思いを持つ生協の仲間が 力を合わせ取り組んだ、 「東北の生協100店舗企画」

2011年度、コープ東北サンネット事業連合では東北6県の生協店舗が団結して取り組むプロモーション「がんばろう 東北の生協100店舗企画」を実施し、顕著な実績を挙げている。12年度もこの取り組みを継続するに当たり、5月16日、「サンネット・東北6県生協統一企画交流大会」が宮城県名取市で開催された。各生協から集まった店長や部門責任者、パート職員たちは昨年の取り組みから何を学び、12年度の取り組みにどう生かしていくのか、交流会の様子を報告する。

## 開会あいさつ

### 震災による経営危機を突破するため 東北6県の生協の力を合わせよう

伊藤 本日はお忙しい中ご参加いただき、ありがとうございます。コープ東北サンネット事業連合（以下、サンネット）の会員生協では、昨年の東日本大震災を契機に経営への危機感が強まりました。その経営危機を突破するためにサンネット店舗商品部では、「東北6県の生協の力を合わせよう」と、サンネット会員に加え、青森県庁県民生協さん、コープあいづさんにもご参加いただき、昨年8月から「がんばろう 東北の生協100店舗企画」（以下、「100店舗企画」）<sup>※1</sup>を始めました。震災で営業できない店舗や営業できない日があったため、当初、食品・菓子の年間バックリポートの確保見込みは厳しかったのですが、この「100店舗企画」に取り組んだ結果、震災前の年を上回る供給実績を挙げることができました。

東北6県の生協の力を合わせ、「100店舗企画」に取り組む目的は3つあります。1つは「商品の力」です。単体の事業では満たせない規模をつくることで、いい商品、いい条件を獲得していくという



サンネット事業連合  
常務理事

いとうあきよ  
伊藤明世氏

※1 12年度の参加生協：コープあおもり、コープあきた、いわて生協、生協共立社、みやぎ生協、コープふくしま（以上サンネット会員）、青森県庁県民生協。総店舗数100。

こと。2つ目は店舗事業での「組織的な力を強化していくこと」。3つ目は「個店の販売力をそれぞれの地域でつけていくこと」です。このために事業連合の力を結集して、商品事業委員会や店舗事業責任者会議を開催し、商品力、組織力について強化してきました。そして今回、個店の力をさらに強化していくため、皆さんに集まっていたいただいた次第です。

さて各グループで交流するに当たって、ぜひ考えていただきたいことがあります。それは、組合員さんの思いを実現し、商品提供するのには店舗というステージ（舞台）だということです。本日の「サンネット・東北6県生協統一企画交流大会」<sup>※2</sup>には、各生協の店長、チーフ、パート職員の皆さん、本部、関係者を合わせて228人に集まっていただきました。皆さんは、組合員から出資金をいただき、その出資金を活用して組合員に商品を提供するという生協の店舗事業に携わる、同じ思いを持った仲間です。各生協の特色は違いますが、皆さんは組合員さんのくらしの役に立つ仕事をしたいと考えています。そのような思いを実現する仲間として、今日は交流してください。

昨年の「100店舗企画」は、食料品・菓子部門でスタートし、途中から畜産加工品や日用品のアイテムを追加しましたが、12年度は生鮮も含めて全部門で取り組む予定です。組合員のくらしの役に立つ売場づくりを全部門で進めます。この交流会を、東北6県の生協の力を結集して競合に打ち勝ち、組合員さんのくらしに貢献できる店舗事業をつくり上げるきっかけにしていいただければと思います。

※2 開催日時：5月16日（水）10:30～17:00  
会場：宮城県名取市サッポロビール園ゲストホール。参加者：97店舗194人を含む計228人。



## 11年度実績と12年度の計画について

### 11年度、9メーカーさんと18企画を行ない 3億7,900万円を達成することができました

丸川 11年度の「100店舗企画」は11年8月から12年3月まで、9社のメーカーさんに協賛をいただき、18企画に取り組みました。

100店舗で取り組む理由は、東日本大震災により被災3県を含めて東北の生協が非常に大きな損失を受けたということがあります。メーカーさんも東北地区での販売は厳しいので、関東・関西・九州での販売に重点を置く流れになってしまうのではないかとという危惧がありました。そこで生協の力を結集し、大きな企画を計画し、供給数量を実現していこう、6県みんなでやろうということで始めました。またこの取り組みを通じて、東北生協の店舗職員の皆さんにも元気になってもらえるのではないかとという思いもありました。

メーカーさんからの条件を確保するために、われわれは4つの約束をしました。1つ目は、「東北の生協100店舗で、1企画について2週間必ずやります」ということです。2つ目は、「1企画ごとの供給高目標を出すこと」です。そのために、100店舗でどれくらい売れるかをメーカーさんと打ち合わせをしました。3つ目は、「供給実績をこまめに店舗やメーカーさんに提供すること」です。2週間の間に、立ち上がり後4日、1週間後、2週間後と「全体の供給実績」や「各店の販売順位」を出すことにしました。こうすることで、メーカーさんも、どれくらい自社商品が売れているか、追加・修正しやすくなります。4つ目に、「1メーカーにつき年間2回実施」を約束しました。これは、2回目には前回のプロモーションを修正した企画を行なうことで、供給実績、営業力をパワーアップさせるためです。この結果、計18企画で供給高3億7,900万円を達成することができました。加工食品部門だけでいうと供給高2億2,780万円です。

なお、途中から生鮮品も一緒に取り組みました。「100店舗企画」の食品メーカーに合わせて、サンマの供給企画や農産のサラダの供給企画を実施しました。生鮮とのコラボ供給は3回だけでしたが、1億5,000万円になりました。3回でこの動きですから、組合員さんの生鮮への要望が高いことが分かります。皆さんに分かっていただきたいのは、加工食品を売ろうと思ったら、組合員さんの要望の高い生鮮と一緒に商品展開することがいかに重要かということです。

利益目標は1,000万円でしたが、皆さんのおかげで1,820万円を上



サンネット事業連合  
店舗商品部  
加工食品統括マネジャー  
まるかわ ひさし  
**丸川 久氏**

げることができました。協賛いただいたのは、東北6県にしっかり営業所を配置し、地域をカバーできるメーカーさん9社です。おかげで、店だけでなくメーカーさんと一緒になって売場をつくる店舗が8月から続出しました。メーカーさんも、「本当に勉強になった」と言っています。また、メーカーの担当者さんの中には売場づくりの上手な方がいる場合もあり、皆さんも勉強になったと思います。

「100店舗企画」では毎回、取り組み全店の供給順位を出しました。第1回目のA社さんの飲料企画は、みやぎ生協・白石店（資料1）が1位でした。全体の供給高は3,800万円で、A社の仙台担当さんも、「過去にいろいろな地域で販促プロモーションを行ないましたが、2週間でこんなに売ったのは初めてです」と喜んでいました。また順位を見ると、サンネット会員以外の青森県庁県民生協さんが上位に入っています。現在もそうですが、皆さんが「100店舗企画」に真剣に取り組まれていることに大変感謝しています。

## 資料1

## 第一回目・A社飲料フェア

	店舗	店舗名	客数(人)	総数量	総供給高(円)	数量PI(%)
1位	みやぎ	1250 白石店	30,708	12,863	1,281,771	418.9
2位	青森県	604 あじさい館	51,697	13,928	1,851,763	269.4
3位	岩手	24 マリンコープDORA	50,014	12,028	1,282,825	240.5
4位	青森県	603 ひまわり館	28,450	5,892	795,445	207.1
5位	青森県	601 はまなす館	35,856	6,728	912,359	187.6
6位	福島	1901 保原店	26,566	4,722	534,651	177.7
7位	岩手	25 コープ一関COLZA	46,281	8,185	927,844	176.9
8位	福島	1949 あだたら店	26,768	4,733	533,174	176.8
9位	青森県	602 コスモス館	35,138	6,210	827,842	176.7
10位	岩手	20 コープ西が丘	12,115	2,070	222,275	170.9
11位	みやぎ	1470 石巻大橋店	46,544	7,882	883,280	169.3
12位	青森県	606 アカシア館	39,574	6,598	866,907	166.7
13位	福島	1925 笹谷店	17,649	2,899	317,575	164.3
14位	福島	1951 やのめ店	24,028	3,860	460,475	160.6
15位	みやぎ	1511 巨理店	29,557	4,686	536,654	158.5

東北1位は、みやぎ白石店でした。表彰15位中、あおり5店舗で最多。ふくしま4店舗・いわて、みやぎ3店舗でした。飲料カテゴリーは、今月供給前年比80%以下と、不調でしたが、開始以来（7/21～8/17）、前年比92%まで回復しました。展開期間中（8/4～17）は112%！皆さんの取組がカテゴリー底上げに貢献しました。



## 爆発力のあるヒット企画は 生鮮と加工食品のコラボから生まれます

丸川 生鮮とコラボすることの効果についてお話しします。

昨年秋にはB社のポン酢とサンマで「100店舗企画」を実施しました。加工食品のポン酢の供給高は700万円で、サンマは2週間でなんと6,300万円でした。生鮮を売ると店の供給高も上がります。店全体を活性化するには加工食品だけでなく、生鮮とのコラボが重要だということが分かると思います。なお、このときの順位は1位がコープふくしま・保原店、2位がコープあきた・茨島店、3位が青森県庁県民生協・金沢店でした（資料2、上）。

生鮮がなぜこんなに売れるかという、例えば、みやぎ生協・黒松店（同、下）ではポン酢を大量陳列して目立たせています。とても素晴らしいのですが、ポン酢ではSKUを拡大できず、これだけでは異常値はつくれません。しかし、店長と生鮮担当者が打ち合わせをして、さんまの398円、500円の刺し身を作る、1,000円の盛り合わせを作るなど、品揃えを増やすことで売場に迫力を出しています。さらに「箱売りも」と、サンマひとつがこんなにいろいろな商品に“化ける”のです。それがポン酢の利用につながり、異常値を生み出しています。12年度の「100店舗企画」でも、生鮮とのコラボの際には、加工食品のポスターやパネル、演出で応援し、生鮮の売り上げをさらに上げたいと考えています。

またクリスマスには、C社のドレッシングやマヨネーズと農産のサラダ関係食材、ブロッコリーとミニトマトも一緒に展開しました。その結果、ドレッシングやマヨネーズだけで予算1,000万円に対し供給高1,900万円と、倍近く売り上げました。なお、農産も3,400万円の供給高を記録しています。

お店で店長と生鮮とドライ担当者がコミュニケーションをとって一緒に行なう企画は、供給数が爆発的に出るというのがわれわれの実感です。

## 資料 2

## 初の生鮮コラボ企画 (B社ポン酢・秋刀魚企画)

ポン酢					秋刀魚						
	生協	コード	店舗名	総供給高(円)	供給高PI		生協	コード	店舗名	供給高(円)	供給PI(円)
1位	福島	1901	保原店	137888	5809.2	1位	宮城	1690	蛇田店	1644491	68,233
2位	秋田		茨島店	139321	5351.5	2位	宮城	1470	石巻大橋店	2358910	56,050
3位	青森県	102	金沢店	175916	5021.7	3位	宮城	1250	白石店	1413846	52,900
4位	宮城	1250	白石店	127729	4779.0	4位	共立社	406	桜田協同の家	830858	51,020
5位	秋田		土崎店	85546	4506.2	5位	宮城	1602	大河原店	1084345	46,009
6位	青森県	101	つくだ店	135526	3474.8	6位	宮城	1511	亘理店	1079714	42,559
7位	福島	1963	いずみ店	65705	3326.0	7位	岩手	24	マリノコブDORA	1574752	40,620
8位	青森県	602	コスモス館	102046	3145.0	8位	宮城	1298	岩沼店	803591	39,839
9位	青森県	604	あじさい館	153200	3134.6	9位	宮城	1236	桜力丘店	1426639	39,150
10位	福島	1937	方木田店	100717	2872.8	10位	宮城	1523	塩釜杉の入店	726244	39,102
						11位	共立社	401	東原センター	855992	38,689
						12位	共立社	108	切添センター	714949	38,308
						13位	宮城	1016	多賀城店	723457	38,228
						14位	宮城	1482	高砂駅前店	830706	37,768
						15位	宮城	1468	柳生店	879726	37,286

ポン酢は700万(初の600ml大瓶が売れた)。秋刀魚はなんと6,300万。異常値

## ポン酢売場と秋刀魚売場(さんまは刺身・箱売り・焼き売り) 多彩な仕掛け

みやぎ生協・黒松店



みやぎ生協・塩釜栄町店



さんま箱売り5,200円



# 12年度は予算4億円、協賛メーカー21社 加工食品・生鮮・日配の全部門に拡大します

丸川 12年度の「100店舗企画」では、4億円の供給予算を組み、協賛メーカーさんも21社に増やしました。また加工食品・生鮮品だけでなく、日配品も予定しており、さまざまな販促バリエーションを組めるように計画しています。例えば、D社フェアでは加工食品のお菓子に、日配の乳製品を合体させ、「メンバー（組合員）企画は日配・食品、どちらを購入してもらってもいいですよ」とし、コンテストをパワーアップしたいと思います。

なお、この4月から12年度の企画が始まっています。1回目のE社企画では、「ラーメンの協演」という展開をしました。これは予算1,000万円で組みましたが、実績1,920万円と、初回から予算比192%を達成しました。順位は1位コープあきた・茨島店、2位青森県民生協・はまなす館、3位コープあきた・土崎店で、サンネット会員以外の生協が非常に強いのが現在の状況です（資料3）。

12年度のポイントは、まず生鮮と一緒にあってどのように取り组むかということがあります。また全部門で実施しますので、店長と

資料3

## 12年4月・E社ラーメン協演企画結果

順位	店コード	店名	供給PI (円)	打点数	換量PI
1位	Cあきた	茨島店	31101	8000	326.8
2位	Cあきた・協演	601 はまなす館	24324	5052	195.5
3位	Cあきた	土崎店	22709	4216	235.7
4位	Cあきた・協演	606 アカシア館	19916	5787	168.4
5位	宮城	1250 白石店	16888	3655	146.6
6位	C青森・協演	145 桜ヶ丘店	16849	772	128.7
7位	Cあきた・協演	604 あじさい館	16812	5947	134.6
8位	Cあきた・協演	602 コスモス館	16440	3955	142.9
9位	Cあきた・協演	607 あやめ館	16057	3063	138.1
10位	Cあきた・協演	101 つくだ店	16013	4798	130.5
11位	Cあきた・協演	103 八重田店	15975	1637	140.8
12位	C青森・協演	144 松原店	15884	1866	124.5
13位	C青森・協演	142 西弘店	14383	1606	115.5
14位	Cあきた・協演	102 金沢店	13746	3614	112.8
15位	宮城	1470 石巻大橋店	13647	4054	120.8
16位	C青森・協演	141 平賀店	13538	1382	108.5
17位	福島	1896 梁川店	13320	1521	115.4
18位	宮城	1212 大代店	11734	2672	108.0
19位	岩手	24 マリンコープDORA	11177	3416	93.0
20位	宮城	1652 八木山店	11056	2874	93.5
21位	Cあきた・協演	603 ひまわり館	10943	2275	91.6
22位	宮城	1690 鮫田店	10875	2239	103.8
23位	岩手	20 コープ西が丘	10560	898	95.7
24位	宮城	1195 松島店	10274	1130	93.1
25位	宮城	1482 高砂駅前店	10146	1774	87.9

供給予算1,000万が  
実績1,920万と  
初回から192%達成

青森県民生協・コスモス館



それぞれの担当者がいかに打ち合わせを強めていくのかがカギになると思います。5月24日からF社さんの中華企画がありますが、今回初めて生鮮2部門と加工食品が一緒に行なうフェアということで、農産も水産もコンテストの対象になります。

今年度協賛いただいているメーカーさんも、各県でしっかり皆さんの店をフォローする営業担当を配置し、一緒に「100店舗企画」を盛り上げていく決意でいます。ぜひ今年度も目標を高く持ち、みんなで供給高と利益額を確保していきたいと思いますのでよろしくお願いたします。

## 11年度「100店舗企画」店舗別総合順位 (上位10店) と表彰式の様子



総合1位：みやぎ生協・白石店



総合2位：青森県庁生協・金沢店



総合3位：コープあきた・土崎店

- 以下、4位：コープあきた・茨島店                      5位：青森県民生協・あじさい館  
 6位：青森県民生協・ひまわり館                      7位：青森県庁生協・つくだ店  
 8位：いわて生協・マリンコープDORA              9位：青森県民生協・アカシア館  
 10位：青森県民生協・あやめ館

※順位は1企画ごとに1位を取った店を100点、2位を99点としてポイント化し、累計ポイントで決定。

## 同・会員生協別総合順位

- 1位：コープあきた  
 2位：青森県庁県民生協  
 3位：みやぎ生協

※順位はポイント制で、企画ごとに会員生協別順位を出し、1位7点、2位6点とし、全企画のポイントを合計したものの。



## グループ交流報告

今回の交流会では、参加した97店舗の店長・部門責任者・パート職員194人が23のグループに分かれ、「企画成功のためのマネジメント上の課題」「競合対策で成功したこととこれからの課題」「店舗を元気あり元気にする取り組み課題」について話し合った。また議論を踏まえて、「昨年度よりも上位に上がるために実践すること」などについてまとめ、全体を代表して4つのグループが発表を行った。各グループの発表の一部を紹介します。

### 1 グループの発表より

(青森県庁生協・金沢店、コープあきた・土崎店、いわて生協・コープAterui、みやぎ生協・白石店、同・高砂駅前店)

#### ◆青森県庁生協・金沢店 店長 三上光明さん

「100店舗企画」を、しっかりパートさんやバイトさんに伝え、店舗全体で取り組んでいきます。また、生鮮企画の順位が低いので、生鮮のチーフと今以上に売るための対策に取り組むと同時に、売れない時の対策について、この研修で得たことを生かしていきたいと思います。

#### ◆コープあきた・土崎店 副店長 大塚 寿さん

昨年度、当初目標にしていたのは5位以内でしたが3位でした。今年狙うところは2位と1位しか残っていません。コープあきたは、たった2店舗しかないなので、思い切ってやっていきたいと思っています。



グループ交流・討論の様子。



◆ いわて生協・コープAterui 日配マネジャー 小西陽介さん

「100店舗企画」の目的、意義である、「組合員が元気になる、店が元気になる」を強く意識していきたいと思いました。またこの企画を自部門だけの取り組みにせず、各部門を巻き込んで温度差の解消に努めます。少なくとも「100店舗企画」が何なのかということアルバイト職員まで分かるようにしていきたいと思えます。

◆ みやぎ生協・高砂駅前店 店長 荒英二さん

新年度の企画がスタートすることで、職員ともう一度取り組みの目的を理解し合って、一丸となって取り組めるようにします。具体的には、店舗会議やチーフ会議を通して商品の紹介をしながら進めます。次に「特注」の情報や展開事例を共有化できる仕組みをつくること、成果が上がったことに関しては本部に情報を上げ、水平展開を進めて全店の元気が出るようにしていきたいと思えます。

## 9 グループの発表より

(青森県庁生協・新城店、生協共立社・鶴岡こびあ、みやぎ生協・柳生店、同・虹の丘店)

◆ 生協共立社・鶴岡こびあ センター長(店長) 阿部広明さん

「100店舗企画」の内容をセンター(店舗)全体に配信し、どこで何を実施しているかが分かるような売場、状態にしています。部門担当者だけの課題でなく、センター全体の意識が向くようにして上位を目指します。また担当者とのコミュニケーションツールとして売場展開計画や場所、数量などを活用し、担当者が元気になり、頑張ったことが評価できるセンターにしたいと思えます。

◆ みやぎ生協・柳生店 ドライチーフ 羽田道子さん

「100店舗企画」の中でも特に売りたい物、売れるものに着目し、メリハリをつけた発注と売場づくり、商品展開をしたいと思えます。その中で自店が得意な商品を強化します。試食などを出しているのですが、なかなか有効に活用できませんでした。試食やサンプル、ツールを有効活用していくのが今後の課題です。11年度は総合22位だったので、12年度は20位以内を目指します。

◆ みやぎ生協・虹の丘店 店長 大友一男さん

交流大会に参加して強く感じたのは、職員全体を巻き込んでいくことの大切さです。店長として計画づくりから関わり、全体を

巻き込むことを強化していきたいと思います。他の店も頑張っているわけですから負けないう進捗管理を強化し、売場の変更もパートさんを巻き込んで適切にやっていきます。また頑張ったことに対してはきちんと評価して、職員のモチベーションを上げられる店舗運営を進めていきたいと思います。

## 18グループの発表より

(いわて生協・ベルフ山岸店、みやぎ生協・桜ヶ丘店・同・鶴ヶ谷店、コープふくしま・あだたら店)

### ◆みやぎ生協・桜ヶ丘店 ドライチーフ 安田英祐さん

現在はパート職員さんと担当者だけで打ち合わせをしているので、部門全体の取り組みとしての意識が低いところにあります。週次、日次のミーティングで落とし込みをして、部門全体で意思統一をしたいと思います。また、企画数量を決める時に全体数量だけでなく、販売数量の目標を決めて、その数量をどうやって販売するかという手立てをきちんと打ち合わせしていきます。

### ◆みやぎ生協・鶴ヶ谷店 ドライ担当 小林妙子さん

店長との事前打ち合わせの際に目標の数量、PI値や手立てを明記した作成書などを用意し、部門全員が分かるように共有化を図ります。試食や調理見本、他の部門への商品の試食など店全体でドライ部門が今何をやっているか分かるよう、お知らせしていきたいと思います。

### ◆コープふくしま・あだたら店 店長 渡辺智浩さん

販売の原点に立ち返り、「100店舗企画」の意味を再度全職員に伝えます。また事前打ち合わせをして販売目標を具体的に決め、発注を決めます。毎週、全体朝礼などで全職員の前で対象食品を紹介して共有化し、商品の説明アピールを実践します。また店長として計画と振り返りを行ない、記録として残して、良かったところはフィードバックをするというところで関わりを深めていきたいと思います。

## 23グループ発表より

(コープあおもり・るいけ店、いわて生協・コープ高松店、みやぎ生協・蛇田店、コープふくしま・国見店)

### ◆コープあおもり・るいけ店 店長 高田寛之さん

現状よりも順位を上げるために、店全体で「100店舗企画」の内容の共有をしっかりと行ないます。さらに、上位を実現できる目標数値の設定、展開場所、関連陳列を含めて計画を店全体で共有していきます。また進捗管理を行なって目標数値を達成する手立てを実施していこうと思っています。

### ◆いわて生協・コープ高松店 店長 藤村正人さん

私の店は正規職員が私1人のため、より現場の目標数値に関わっていくことが求められています。それを踏まえて、現状より順位を上げていくために、店長自身が明確な目標数値・到達点を持ち続ける。目標数値からパートさんが発注し、売場づくりができる。日別・週別の成果からパート職員さんへ声掛けをし、モチベーションを維持する、などしていきたいと思います。

### ◆みやぎ生協・蛇田店 店長 伊藤勝巳さん

「100店舗企画」商品について収支計画書をいろいろ見ているのですが、目標を含めてしっかり提起をしたいと思っています。まず1单品ごとに数字を把握し管理する、商品別管理にしていきます。また毎日の順位などを店で共有化し、競争を意識する組織をつくろうと思っています。複数展開陳列や関連販売は、メニュー提案や使い方の提案で他の部門と関連した提案になりますから、全部門共有の課題として運営上の注意を払いたいと思います。

### ◆コープふくしま・国見店 店長 千葉憲一さん (5/16時点)

発注担当者および担当者が個人で考えていることを、部門ミーティングで他のパートさんを含めてアイデア出しを行ない、より良い売場をつくっていきます。また「100店舗企画」を常に店内で話題化することをやっていきます。次に数値データについても発注担当者のところでは分かっている、それが部門全体では必ずしも共有化されていない現状があるので、数値データを見て会話ができるようにしていきます。また私どもの店は売場が狭いので、限られたスペースで量販していくための売場計画を立て、それを振り返って次につなげられるような運営を目指していきたいと思っています。

## 閉会あいさつ

### 心が折れてしまいそうな時、 100店舗の仲間を思い出してください

嶋田 皆さん、交流大会お疲れさまでした。青森県庁県民生協はサンネットには加盟していませんが、この共同企画に参加できたことを本当にうれしく思っています。「100店舗企画」は、東日本大震災の経営危機から立ち直るために事業連帯を深めよう、そのために経営を頑張ろう、そして店舗の力を強化しようということから始まりました。

最初に、このお話をいただいた時は、正直「これで利益を出せる」という思いが先に立ちました。しかし実際に取り組んでみて感じたことは、現場の力の素晴らしさでした。1年間一生懸命頑張った現場の皆さんの力が、「100店舗企画」を成功させた原動力だと思っています。

さて現在、競合関係は非常に厳しくなっています。北海道の流通大手が青森や岩手の地場スーパーを傘下に収め、一方、南の福島にも強大なスーパーがあります。それらの競合はより大きくなるために小さなスーパーをのみ込んでいきます。その競合にどう立ち向かえばいいのか。それは、お店から半径2キロの地域で1対1の勝負に勝つか負けるかの戦いです。そして負けた方がその地域から出ていくという戦いを、われわれはこれから10年、20年と続けていかなければなりません。

この「100店舗企画」で目指すものは何かといえば、「勝ち方」を学ぶことです。商品一つひとつを売る技術を通して、組合員さんへの心遣い、販売の仕方、計画、接客、それらを含めて「勝ち方」を学び、みんなで共有していけば、非常に大きな力になります。

しかし、それぞれのお店で競合店と戦う時、現実には厳しいし、心が折れてしまいそうになることもあると思います。そんな時こそ、今日この場で生まれた、店長や部門担当者とのつながりを思い出してください。年齢も住んでいる場所も違いますが、同じ生協という名前のもとに、それぞれの店で同じ目標のもとに頑張っている仲間がいます。その仲間がいるからこそ、われわれは頑張れるということ。心を持っていれば、東北の生協が一つになることができます。本日ここに集まった皆さんの今後の奮闘努力、そして競合との勝利を期待して、この場を締めさせていただきます。本日は皆さんありがとうございました。

(文 早坂恵美)



青森県庁県民生協  
常勤理事  
しまだ じゅんいち  
嶋田 順一氏