

2020年9月28日

～コープ商品60周年特集号 vol.4～ 「コープ商品 声からの開発改善」編 「組合員モニターの裏側にせまる」

日本生活協同組合連合会（略称：日本生協連、代表理事会長：本田英一）は、1960年より組合員の想いをかたちにしたコープ商品をお届けしてまいりました。この度コープ商品第一号の「生協バター」を発売してから60周年を迎えました。

安全・安心、環境配慮、産地とのつながりなど、組合員の声から開発されたさまざまな商品には、開発当時は“特別”だったものの、時代を経て世の中の“あたりまえ”になった「特別な、あたりまえ」が数多くあります。

日本生協連では、コープ商品60周年を記念した全5回のニュースレターを発行します。ニュースレターの中では、コープ商品を開発する上で日本生協連が大切にしてきた“5つの約束”^{*}をテーマに、コープ商品にある「特別な、あたりまえ」を紐解いていきます。

^{*}日本生協連では、コープ商品づくりで大切にしていることを“5つの約束”としてまとめ、商品力強化に活かしています。詳細は最終ページをご参照下さい。

第4回となる本ニュースレターでは、“5つの約束”のひとつ「くらしの声を聴き、価値あるものをつくります。」をテーマに、組合員の声をより良い商品づくりに活かす「組合員モニター」の裏側にせまる「コープ商品 声からの開発改善」編をお届けします。

1. 組合員モニターって？

コープ商品の開発・改善の要！組合員の視点で商品进行评估する“組合員モニター”



Point!

長い年月をかけ、多様な組合員モニターのしくみを確立

日本生協連では、コープ商品の開発や改善にあたり、組合員の視点で商品进行评估する「組合員モニター」を1984年から実施しています。会場での試食評価、ご家庭での使用評価、アンケート、グループインタビューなど、さまざまな形で組合員から意見を吸い上げ、より良い商品づくりに活かしています。

組合員モニター基礎知識：目的によって主に4種類を使い分け！

「組合員モニター」は商品の内容や目的によって主に4種類の手法を使い分けています。サンプルを使って実際に味や香り进行评估する官能テストに加えて、くらしぶりなどの調査を行うWebモニターや、深く掘り下げるグループインタビューも実施し、商品づくりに活かしています。

来館テスト	在宅テスト	アンケート	グループインタビュー
<p>モニターとして登録された組合員が会場に集まって行うテストです。主に食品を対象に、同一条件の下、実際にサンプルを試食しながら味や香りなどについて評価をします。</p>	<p>自宅で実際に商品を使用して評価いただくテストです。主に、一定期間ご使用いただく生活用品や化粧品、ご家族に評価していただきたいもの、家で調理していただくものが対象となります。</p>	<p>インターネットを通じて質問に回答いただく形式の調査です。日頃の過ごし方や、発売前の新商品に対する意見や購入意欲を伺う際などに実施します。</p>	<p>グループインタビューは、数人のグループで、決められたテーマについてお話しいただく座談会形式で行われます。主に商品の使用感など実態把握する目的で実施します。</p>

コープ商品組合員テストの歴史：

“商品研究活動”は戦前から組合員活動の柱でした。現在の組合員モニターのしくみも長い年月をかけて今のスタイルを確立しました。



1957年

当時は世帯主が組合員になり、主婦が生協に参加する場合は婦人部や家庭会でした。戦後1957年に結成された「日生協婦人部全国協議会」で商品活動の交流が進みました。

※写真は1960年の総会の様子



1966年

コープ商品初の全国組合員テスト
衣料用洗剤「コープソフト」の開発にあたり、「日生協婦人部全国協議会」の協力で、52生協5,000人を対象にテストを実施。

※写真は翌年に3,600人を対象に実施した台所洗剤「Kソフト」のテストの様子



1960年代後半

全国に広がる組合員テスト
1960年代後半から全国各地に設立された「地域生協」では、大手メーカーの値上げに対抗した独自のコープ商品の開発に多くの組合員が参加しました。

※写真は静岡生協（現ユウコープ）での醤油の試食テストの様子（1968年）



1984年

日本生協連テストキッチンでテスト開始

北欧の生協に学び、商品検査センターの「テストキッチン」で組合員の来館テストが始まりました。1993年からは生協会館での組合員テスト（「来館」「在宅」）をスタート。

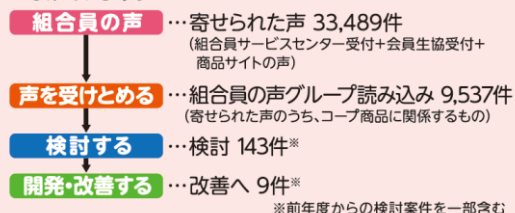
まとめ知識：選考を経て選ばれた6人の「くらしと商品コミュニケーター」。 生活者の目線で寄せられた声を読み込み、商品の開発・改善に貢献！

日本生協連へ寄せられた声は、「くらしと商品コミュニケーター」による読み込み・検討を経て、改善につながっています。「くらしと商品コミュニケーター」とは、1年以上の組合員モニターを経験を経て、選考により選ばれた6人の組合員のこと。メンバーは1年ごとに刷新し、現在は第6期のメンバーが参加しています。

「くらしと商品コミュニケーター」は組合員から寄せられた声のうち、「こんな商品があるとうれしい」「この部分をもっとこう変えてほしい」など、コープ商品に関係するものを読み込み、生活者の感覚を大切に、実際に検討するべきかを決定します。さらに、声の読み込み・検討だけでなく、“使う人の目線”から、コープ商品の開発・改善の過程でも意見を出し合います。「くらしと商品コミュニケーター」は組合員と生協をつなぐ重要な役割を担っているのです。

声を活かす取り組み（2020年度累計）

日本生協連へ寄せられた声は、読み込み・検討を経て、改善につながっています。



左：第1期メンバー。“使う人目線”にこだわり、時には厳しい意見も飛び交います。



右：現在の第6期メンバー。コロナ禍でも3密に配慮しながら活動しています。

ご参考：「くらしと商品コミュニケーター」について <https://jccu.coop/story/voice/>

2. 「来館テスト」の仕組み

組合員モニターによる試食評価が行われる「来館テスト」。実際の様子とは？

Point

年間約30回開催。120名の登録者の中から毎回40名が参加する

「来館テスト」

各種モニターテストの中でも、組合員を会場に招き、同一の条件で行うのが「来館テスト」。実際にサンプルを試食しながらアンケートに回答するテストで、味や香りの評価に非常に役立ちます。



来館テストを行うことが多いケース

- 開発中の商品の試食評価
- 現行品とリニューアル用試作品の比較
- ロングセラー商品と他社商品の比較

※テストの一例です

とても気を遣う?! “五感”をフルに使う「来館テスト」

試食テストは「五感」をフルに使って行うテストです。モニターに参加いただく組合員の評価に影響しないよう、テストには細心の注意を払っています。

来館テスト モニターの方への依頼事項

- 朝食はいつも通りに食べてきてください
- テスト開始の30分前から、タバコやコーヒーは控えて下さい
- 香水など、においの強い化粧品類の使用は控えて下さい
- 評価室内では、私語は禁止。携帯電話はマナーモードにしてバッグにしまってください

五感とは

- 視覚：見た目、色、つや、形
 味覚：味（酸味、塩味、甘味、苦味、旨味、辛み、渋み、後味）
 嗅覚：香り、におい
 触覚：かたさ、やわらかさ、なめらかさ
 聴覚：噛む音、食べる時の音



担当者に聞く! 「来館テスト」開催のポイント ～ある日の来館テストの様子から～

「来館テスト」では、1回のテストで通常3品程をテストします。1品あたり15～20分で試食評価を行います。口に残った味で評価に影響を及ぼさないような順番でテストします。

来館テストで「栗粒入り蒸しようかん」「緑茶」「わいわいスティックゼリー」の3つを試食した際の様子を、開催側の注意点とともにご紹介します。(2017年4月実施)

9:40 モニター集合



ポイント：味覚、嗅覚、聴覚など五感に影響のあるものは極力排除!

- 先入観なく評価いただくため、当日まで何を食べるかお知らせしません。また商品名などの情報も一切お知らせしません。
- 独り言もほかの方に影響を及ぼすことがあるため禁止です。
- 視覚からの先入観が評価に影響しないように、評価室には装飾など一切ありません。

10:00 「栗粒入り蒸しようかん」テスト開始 説明を聞き、試食後にアンケート記入



ポイント：同一条件になるようサイズも均等に

- サイズが均等になるよう注意して切り分けます。
- 切る前の状態の見本も回覧して意見を聞きます。

10:15 「緑茶」テスト開始 コープ商品と他社商品の比較



ポイント：試食の順番やラベルの記号にも配慮

- どういう商品が分からないよう、記号を付けたカップに入れてテスト。記号もA、Bや1、2など連続性のあるものだと評価に影響を及ぼすことがあるため、相互に関係のない記号にします。
- 食べる順番も評価に大きく影響するため、半数の方は一口目にSを飲み、もう半数の方は一口目にTを飲む、としています。

10:30 「わいわいスティックゼリー」テスト開始 コープ商品と他社商品各2フレーバー計4種の比較



ポイント：個包装から出した状態で提供

- 何の商品が分からないようにするため、すべて個包装から出して提供します。

10:45 テスト終了 比較サンプルのうち、どちらがコープ商品だったか種明かしします。

3. 組合員の声からの改善事例

「野菜たっぷり和風ドレッシング」の容器リニューアル。 キャップからボトル本体まで使いやすさを追求したオリジナル容器が完成！



Point! CO・OP 野菜たっぷり和風ドレッシング（2018年リニューアル）

1994年の発売以来親しまれているロングセラー「CO・OP野菜たっぷり和風ドレッシング」。これまでの容器は、「開けづらい」「液だれする」「持ちにくい」などの声があり、オリジナル容器を開発。2018年春の発売に向けて新容器の来館テストを行いました。

新容器 来館テストの舞台裏をご紹介

ボトルを「持つ」「振る」「キャップを開ける」「注ぐ」といった一連の動きを、それぞれ現行の容器と新容器で評価。さらに、3つのサイズの容器でテストを繰り返しました。



ボトル本体	キャップ	ノズル
<p>「持ちにくい」の声に・・・ 中央にくびれと溝をつけ、手にフィットする形状に。</p>	<p>「開けにくい」の声に・・・ 中栓を抜く必要がなく、ラベルをはがして回すだけ。つかみやすい大きさに。</p>	<p>「液だれする」の声に・・・ 細長い形はそのまま、「そり返し」をつけて液だれ防止。</p>
<p>「持ちやすさ」「振やすさ」をチェック！ スタッフの合図に合わせ、同時に10秒振って評価しました。</p> <p>テストを受けて</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 持つ部分がくびれていて持ちやすいし振りやすい ● 同じ量なのに旧容器より重みを感じない 	<p>「開けやすさ」をチェック！ 未開封の2つの容器をそれぞれ試しました。</p> <p>テストを受けて</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 新容器の方が断然開けやすい ● 新容器の方がキャップが大きくて開けやすい 	<p>「出しやすさ」「液だれ」をチェック！ 小皿に3周まわしかけて評価しました。</p> <p>テストを受けて</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 新しい容器の方は、混ざって出てくるので良い。液だれの心配が全くなかった ● 新容器は適量出てくれるので、かけすぎ防止にもなると思った



当時の開発担当者から：

2018年にリニューアルとなった「CO・OP 野菜たっぷり和風ドレッシング」は、容器の改善の検討に入ってから、発売に至るまで約3年の月日がかかった商品です。

組合員モニターから寄せられた声から従来品の容器の課題を見つけ、それを改善することで、理想的な容器の開発検討を進めてきました。

検討途中では、ボトルの強度が不足し凹みや不具合がみられ、発売を1年延期したことも。その後プロジェクトメンバーで試行錯誤しながら改良を重ね、使いやすく品質面でも安心してお届けできる容器が完成したのです。

組合員に育ててもらった「野菜たっぷり和風ドレッシング」。いつも愛されるドレッシングを目指し、その後も改善は続く…

「CO・OP 野菜たっぷりドレッシング」は2018年のリニューアル後も、組合員の声に応え進化し続けています。

2020年春には、「オイルと調味液が分離しやすい。次の人が使う時にまた振って混ぜないといけない」の声を受け、従来よりもたまねぎの粒を大きくすることで混ぜやすく、かつ分離しにくくリニューアルしました。



食卓でお子様と楽しめるよう、一番売れている500mlボトルに隠れデザインを採用。



2020年春の改善事例から：作り方の表示を分かりやすく、おいしくリニューアル「CO・OP（長崎風）ちゃんぽん」

改善①

「作り方が分かりにくい」の声を受けて…

作り方の表示を分かりやすく！

改善案について組合員モニターに意見を聞き、スープを解凍する工程は①から独立させて入れました。また、文字は黒と赤を使い、ふきだしを減らしてすっきり見やすくしました。

旧	調理方法(1食分)	凍ったまま 鍋調理	新	調理方法(1食分)	凍ったまま 鍋調理
1	水とスープを沸とうさせる	スープは直前に、袋のままお湯につけて解凍する。鍋に水とスープを入れ、沸とうさせる。	●「スープ」はあらかじめ袋のままお湯につけて解凍してください。袋から出しやすくなります。	1	水とスープを沸とうさせる
2	「具付きめん」を入れる	凍ったままの具付きめんを内袋から出し、具を上向きに入れて入れる。	2	「具付めん」を入れる	凍ったままの具付めんを内袋から出し、具を上向きに入れて入れる。
3	再び沸とうするまで加熱	めんがほぐれ、再び沸とうするまで加熱する(調理時間は具付きめんを入れてから約2分30秒)。	3	再び沸とうするまで加熱	めんがほぐれ、再び沸とうするまで加熱する(調理時間は具付きめんを入れてから約2分30秒)。
水の量			水の量		
濃いめ 260ml			濃いめ 260ml		
標準 300ml			標準 300ml		
あっさり 320ml			あっさり 320ml		

改善②

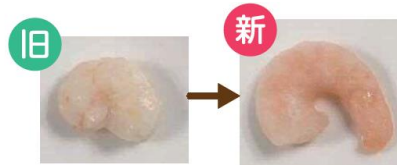
「たっぷり野菜がとれてうれしい！」の声を受けて…

野菜を1/3日分に増量！

1食あたりに含まれる野菜の量を112.6gから118gに増量しました。(生換算)



※画像はイメージです。



えびもサイズアップしてよりおいしく！

リニューアル品への組合員の声 <試食評価：2019年9月実施>

- 1/3日分の野菜がとれるのはうれしい。野菜がシャキシャキしていて、甘くておいしい。えびが大きくなって味もはっきりした。
- 野菜の量目が増えるのはうれしいです。簡単に済ませたいときにめん料理にしますが、野菜がどうしても不足しがちなので、もともと入っているのはありがたいです。

● 2020年、コープ商品は発売60周年を迎えました

日本生協連では60周年を機に、全国の生協と協力し、組合員や生産者、取引先とのつながりに感謝するとともに、コープ商品のよさを改めて伝えていくことでファンを増やし、未来につながるブランドを目指します。



● コープ商品の“ブランドメッセージ”と開発における“5つの約束”

日本生協連では、2015年6月より、コープ商品づくりで今後も変わらずに大切にしていくことを、改めて「ブランドメッセージ」と「5つの約束」にまとめ、これらに基づいた商品力強化をおこなっています。

ご参考：コープ商品サイト「コープ商品を知る」 <https://goods.jccu.coop/feature/>

ブランドメッセージ



5つの約束

- 安全と安心を大切に、より良い品質を追求します。
- 暮らしの声を聴き、価値あるものをつくります。
- 想いをつなぎ、共感を広げます。
- 食卓に、笑顔と健康を届けます。
- 地域と社会に貢献します。

● 60周年ニュースレターの発行（全5回。発行月：3、4、6、9、10月）

第5弾ニュースレター「生協の品質保証（仮）」編は10月の発行を予定しています。

<お問い合わせ先>

日本生協連広報部

TEL：03-5778-8106