

(3) 日本生活協同組合連合会 ・ エフコープ生活協同組合
 「生協の本業を通じた地域貢献の取組」 (ヒアリング日：令和3年3月31日)

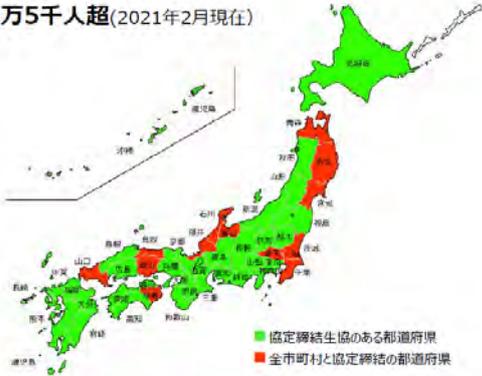
●取組の概要

生協は、普段の暮らしを支えるインフラとして地域社会に貢献しているだけでなく、宅配事業のインフラを活用した「地域見守り活動」など、本業を通じた地域貢献活動を積極的に行っている。

7

宅配事業のインフラを活用した「地域見守り活動」で協定を締結 **CO-OP**

- ✓ 全国95生協が、全47都道府県の**1,169市区町村**と協定を締結
- ✓ 全市区町村 (1,741) の**67.0%**
- ✓ 職員の認知症サポーターは、全国で**4万5千人超**(2021年2月現在)

市内全市区町村と締結したのは、青森県、岩手県、宮城県、茨城県、埼玉県、千葉県、富山県、石川県、福井県、岡山県、鳥取県、山口県、徳島県の**計13県**。

●包括連携協定の拡大

最近では包括的な連携協定を多くの都道府県と締結し、締結分野も多岐にわたる。

9

包括的な連携協定の締結も全国に広がる **CO-OP**

- ✓ 都道府県と生協の包括連携協定は**15事例** (コープさっぽろ、みやぎ生協、茨城県生協連、コープみらい (千葉県・埼玉県)、パルシステム埼玉、コープしが、ならコープ、大阪いずみ市民生協、おかやまコープ、広島県生協連・生協ひろしま、鳥取県生協連、とくしま生協、コープえひめ、コープおおいた)。その他、全国で**20生協がのべ101市区町村**と協定締結。(2020年度、日本生協連調べ)
- ✓ 災害時の物資支援や見守り活動に加えて、地域の暮らしの安全、消費者行政の推進、食育や子育て、環境保全など、様々な分野での連携を含んだ協定。



市町村等との主な連携項目



- | | |
|----------------------------------|------|
| (1) 地域産業の活性化に関すること | …12P |
| (2) 行政及び地域の情報発信に関すること | …15P |
| (3) 健康づくり・食育に関すること | …16P |
| (4) 子育て支援・教育に関すること | …17P |
| (5) 地域福祉の振興に関すること | …18P |
| (6) 暮らしの安全・安心に関すること | …19P |
| (7) 環境に関すること | …26P |
| (8) 防災・減災対策や災害時支援に関すること | …27P |
| (9) その他、地域社会の活性化・市民サービスの向上に関すること | …29P |
| ◆ その他の市町村との連携事例 | …31P |



●取組事例

生協ではさまざまな地域貢献活動が行われているが、エフコープにおいては消費者行政分野の取組も行われており、消費者被害防止チラシの配布や詐欺被害防止学習会の開催などが行われている。

(6) 暮らしの安全・安心に関すること



■消費者被害防止チラシの配布や詐欺被害防止学習会の開催



「令和2年7月豪雨」の際には消費生活センターからの消費者被害への啓発チラシを同封し、被災地域（筑後地域）を中心にタオルを配付しました。

● 行政への要望

現在でも行政と連携し積極的に地域・社会貢献活動を進めている生協が、その取組をより充実化するためには行政との一層のコミュニケーションが必要。



唐突ですが...

社会貢献活動を進めるにあたり、行政に要望すること

- まずは生協の話を聞いていただきたい。
- コーディネーターとして、地域の課題（困りごと）の解決をするべく、地域住民、地域の諸団体などとの間を取り持っていただければ。

■ WGとしてのまとめ

- ◎ 生協は、事業者の中でも特に積極的に地域貢献活動を行っており、行政との連携も活発に行われており、その分野也多岐にわたる。
- ◎ 消費者行政分野の取組も行われており、消費者被害防止チラシの配布や詐欺被害防止学習会の開催などが行われている。
- ◎ 生協の地域・社会貢献活動をより充実化するためには、行政との一層のコミュニケーションが必要。

(4) トヨタ自動車株式会社

「トヨタ消費生活アドバイザーの会」 (ヒアリング日：令和3年4月21日)

●取組の目的

消費生活アドバイザー資格者の知識・感性を活かし、お客様（消費者）志向の向上に貢献する。

9/16

3. 『トヨタ消費生活アドバイザーの会』活動

会の目的と活動

【目的】
消費生活アドバイザー資格者の豊富な知識・感性を活かし、お客様（消費者）志向の向上に貢献。

【活動内容】
「お客様志向」意識の向上に貢献できる活動の企画と実施

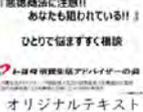
会員一人一人がお客様第一の視点を基に、自身のスキル・知識を向上させ、仲間とともに活動し、社内全体へ良い影響を与えることで、会社全体へのお客様第一の意識を浸透させる

●活動内容

社員としての自覚と責任感の醸成やお客様目線でのツールの検証など、会社全体へお客様第一の意識を浸透させ事業に活かしている。

10/16

3. 『トヨタ消費生活アドバイザーの会』活動

項目	取り組み事項	SDGsとの関連性
1. 消費者問題に関する研修	<ul style="list-style-type: none"> ・ 会員が講師となり、技能職新入社員(360名)とトヨタ工業学園卒業生(250名)に消費者トラブルに関する講義を実施。  <p>新入社員研修のようす</p>  <p>オリジナルテキスト</p>	 <ul style="list-style-type: none"> ・ 消費者トラブルによる貧困回避・消費者市民社会の一員として啓発 ・ トヨタ自動車の社員としての自覚と責任感の醸成
2. 会の活性化	<ul style="list-style-type: none"> ・ 生活者目線での「新型コロナウイルス関連情報」をweb上で発信。  <p>会のHP上にあるコロナ関連情報のアイコン</p>	 <ul style="list-style-type: none"> ・ 健康に関する正しい知識の共有
<div style="border: 1px solid blue; padding: 2px; display: inline-block;">pickup1</div> 3. 分かりやすいツールWG	<ul style="list-style-type: none"> ・ 近年車両搭載されたディスプレイオーディオに関して、会員が機能について勉強する事を目的に勉強会を実施。 ・ お客様が見て触れるツール(カタログ、取扱書等)を、より分かりやすいものにする事を目的にチェック。 	 <ul style="list-style-type: none"> ・ お客様目線でのツールの検証

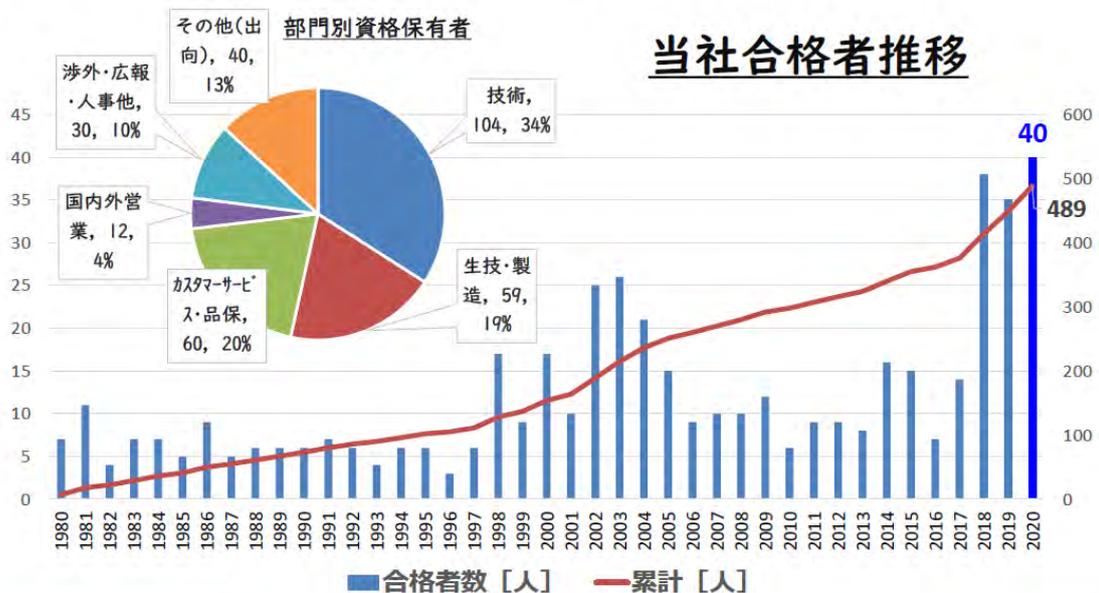
3. 『トヨタ消費生活アドバイザーの会』活動

項目	取り組み事項	SDGsとの関連性
<p>pickup2</p> <p>4. モビリティ新プログラム検証会</p>	<p>・トヨタ交通安全センター「モビリティ」で準備中の新規プログラムを、お客様の視点で体験し、意見交換を実施。</p>	<p>4 質の高い教育をみんなに 8 働きがい、経済成長、社会福祉 12 持続可能な消費生活</p> <p>・交通事故削減に向けた知識・技術の啓発</p>
5. 車両評価	<p>・発売前のテスト車両を確認し、評価を実施。(お客様にとって使いやすいか、分かりやすいかといった観点で評価)</p>	<p>8 質の高い教育をみんなに 9 働きがい、経済成長、社会福祉 12 持続可能な消費生活</p> <p>・お客様目線でのクルマの検証 ・安全・安心な目線での評価等</p>
6. 新機能評価	<p>・試乗することにより発表前の新機能を体感し、気付きを開発責任部署へフィードバック。</p> <p> 試乗会のようす</p>	<p>8 質の高い教育をみんなに 9 働きがい、経済成長、社会福祉 12 持続可能な消費生活</p> <p>・お客様目線での機能の検証 ・安全・安心な目線での評価等</p>

●資格の合格者数

累計で500名近くの社員が資格を取得。営業やカスタマーサービス部門よりも、開発・製造・技術部門の資格保有者の方が多い。

2. 消費生活アドバイザー制度への取り組み



- 開発・製造・技術部門の資格保有者が半数を超える
- よりお客様の目線や感性を汲み取りたいとの社員が多い

●取組事例

お客様が見て触れるカタログやホームページ等をより分かりやすいものにし、お客様満足度を向上させるため、関係部署と連携して改善を行っている。

3. 『トヨタ消費生活アドバイザーの会』活動

13/16

③ カタログチェック



◇内容 発売前の車両カタログを確認し、お客様に分かりづらい表現、誤解される表現がないかチェックし、カタログ作成部署へフィードバックする。

会からの意見は、お客様目線でカタログ全体を俯瞰してチェックしており、フラットな視点を求める我々にとっては非常にありがたいです。
引き続き連携しながら、カタログをより良くするためにご協力お願いします。



カタログ担当部署から

■ WGとしてのまとめ

- ◎会社全体へお客様第一の意識を浸透させるために、消費生活アドバイザー資格という公的なツールを用いて取り組んでいる。
- ◎社員としての自覚と責任感の醸成や、お客様目線でのツールの検証など、資格者の知識・感性を実際に事業活動に活かしている。
- ◎お客様が見て触れるカタログやホームページ等をより分かりやすいものにするため、資格者が関係部署と連携して改善を行っており、お客様満足度向上が図られている。
- ◎資格者が特定の部門に偏らず幅広い部署にいるため、お客様との接点が多い営業やカスタマーサービス部門だけでなく、さまざまな業務においてお客様目線での取組がなされている。

(5) トヨタ自動車株式会社

「この町いちばん活動」 (ヒアリング日：令和3年4月21日) ※資料非公開

●取組の目的

トヨタの全国6,000店舗のネットワークと、これまで築き上げたお客様との信頼関係を活かし、地域の「困りごと」を解決する。お客様・地域の困りごとに対して、5つの分野「移動手段の提供」「日常生活の支援」「地域コミュニティの形成」「商業・観光振興」「災害支援・防災力強化」を軸に取組を推進。

●取組の体制

地域の事業者である販売店（ディーラー）の地域・社会貢献の取組を支援するため、トヨタ自動車（国内営業部この町いちばん活動支援グループ）が取組をメニュー化し、販売店に提供・支援を行っている。地域・社会貢献の取組は、地域の販売店が中心となり地域の行政や団体等と連携して取り組んでいる。

●取組事例、メリット

地域の販売店が中心となり地域の行政や団体等と連携し、販売店の店舗スペースを活用し、地域住民向けに防災セミナーやスマホ教室などのイベントを定期的で開催。告知・PRは地域行政や公共団体が行い、地域の他の事業者がイベントの運営を行うこともある。

販売店・トヨタ自動車が地域に貢献できるだけでなく、地域とのつながりを深めることによって地域住民等との新規接点が創出されるメリットがある。

■ WGとしてのまとめ

- ◎トヨタの持つネットワークや技術、これまで築き上げた信頼などを活かし、地域の「困りごと」を解決するためにさまざまな取組を行っている。
- ◎地域の事業者である販売店の地域・社会貢献の取組を支援するため、トヨタ自動車（国内営業部この町いちばん活動支援グループ）が取組をメニュー化し、販売店に提供・支援を行っている。
- ◎販売店・トヨタ自動車が地域に貢献できるだけでなく、地域とのつながりを深めることによって地域住民等との新規接点が創出されるメリットがある。