

東海コープ事業連合の活動報告発刊にあたって



統括専務理事
小野 修三

2025年は、気候変動による初夏からの猛暑で日常生活や消費、生産活動に影響が広がり、農水産物の生育や漁獲にも異変が生じるなど、食への不安が高まりました。国際社会では、ナショナリズムの台頭や紛争の長期化により、国際協調やSDGsの後退が懸念されました。経済面でも、関税や超円安による物価高、実質賃金低下が暮らしを圧迫し、貧困や格差拡大、消費の二極化が進んでいます。

2026年に入ると、米国・イスラエルのイラン侵攻で中東情勢が混乱し、国際秩序の不安定化が一層進みました。石油情勢の悪化が経済に影響する一方、国内では自民党の大勝、減税・金利上昇・社会保障費増など、家計への影響が懸念されています。

上記の環境の中で2025年度は、若年層・ミドル層・シニア層・グランドシニア層の4つの視点から宅配リノベーションを進め、持続可能な基幹事業として会員生協の経営基盤を支えてきました。下期には東海3生協で宅配統一ブランド「タノモット」が始動し、地場地元の生産者や文化を大切にしながら、

未来の暮らしにつながる循環をつくり、もっとたのしみに待ってもらえる宅配サービスをめざして動き出しました。

組合員の暮らしを応援する「くらし応援企画」や「30周年記念企画」を展開し、生協が大切にしてきた食の安全安心の取り組みを継続するとともに、生産者の努力を伝える「栽培自慢」・「はぐくみ自慢」や、商品利用を通して原料産地の環境を守り育てる「コープの森づくり」などSDGsに根差したエシカル消費を推進しました。ペットボトルリサイクルやEC化による紙削減、物流改革による冷凍品の品温管理向上やドライアイス削減など、環境・効率面の改善も進めました。

2026年度は、第5次中期計画の最終年として、少子高齢化を見据えた宅配リノベーションをさらに具体化していきます。

宅配統一ブランド「タノモット」を軸に宅配事業の価値向上と地域連携を深化させ、若年層の参加拡大とグランドシニア対応の試行、地場地元・県別商品の推進、エシカル消費の促進などを強化します。

引き続き、組合員の暮らしの厳しさに寄り添い、会員生協や取引先のみなさんと協力しながら、協同組合ならではの連帯と強みを生かし、持続可能な事業と活動を通じて組合員の暮らしに貢献してまいります。

2026年6月



未来につながる安心生活 東海の豊かな自然と、 人と人のつながりを大切にします

東海コープ事業連合について

生活協同組合連合会東海コープ事業連合は、東海3県で活動するコープぎふ・コープあいち・コープみえが会員となります。3生協から商品の企画・開発・調達、物流、情報システム等の事業の一部を委託された連帯組織で、組合員へのお役立ちと3生協の事業経営に貢献することをめざしています。

東海コープ事業連合 第5次中期計画 2022-2026 (前期2022~2023/後期2024~2026)

重点課題

- 1 持続可能な基幹事業、組合員の暮らしの願いに応える宅配事業となるよう会員生協主体の中期戦略に基づき、リノベーションと持続可能な事業への改革を進めます。
- 2 魅力あるMDへの改革を進め、年代ごとの要望に応えます。
- 3 東海コープの役割を明確にした店舗事業へ転換をします。
- 4 宅配リノベーションの実現を担う物流基盤へ転換をします。
- 5 会員生協と事業連合で連携して経営構造の見直し、一体的な人材育成に取り組みます。

第5次中期計画推進マーク



東海3県(コープぎふ・コープあいち・コープみえ)の形をモチーフに、東海コープ事業連合の頭文字の「TC」が浮かびあがるデザインです。第5次中期計画の達成に向けて、東海3生協への貢献と一致団結して取り組んでいく姿勢を表現しました。

CONTENTS

TOKAI CO-OP Sustainability Report 2026

03 1 コープのエシカルな取り組み

05 2 多様化する組合員の暮らしに応える企画・紙面づくり

07 3 商品の改善・開発

08 4 より便利に商品を利用できる注文の仕組みの改善

09 5 暮らしにお役立ちできる店舗へ

10 6 組合員の暮らしの幅を広げる品揃えに応える物流改革

11 7 安全と安心の取り組み

13 8 組合員の暮らしに寄り添ったサービスを提案

13 9 会員生協とともに進めるリサイクルの取り組み

14 10 働きやすい環境づくりと職員の学習

14 11 暮らしの保障をとおして安心と笑顔をお届け

SDGsは生協・協同組合の理念と重なり合っています

生協は、たすけあいの組織として、誰もが笑顔でくらすことができ、持続可能な社会であることをめざしてきました。誰も取り残さないというSDGsが求めるものは、生協の理念と重なり合っています。世界を変えるための壮大な目標であるSDGs、達成には一人ひとりの日々の生活や意識を変えることが不可欠です。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

- | | | |
|----------------------|--|---|
| 1 貧困をなくそう | あらゆる場所のあらゆる形態の貧困を終わらせる | 2 飢餓を終わらせ、食料安全保障及び栄養改善を実現し、持続可能な農業を促進する |
| 3 すべての人に健康と福祉を | あらゆる年齢のすべての人々の健康的な生活を確保し、福祉を促進する | 4 質の高い教育をみんなに |
| 5 ジェンダー平等を達成しよう | ジェンダー平等を達成し、すべての女性及び女児の能力強化を行う | 6 安全な水とトイレを世界中に |
| 7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに | すべての人々の、安価かつ信頼できる持続可能な近代的エネルギーへのアクセスを確保する | 8 働きがいも経済成長も |
| 9 産業と技術革新の基盤をつくろう | 強靱(レジリエント)なインフラ構築、包摂的かつ持続可能な産業化の促進及びイノベーションの推進を図る | 10 人や国の不平等をなくそう |
| 11 住み続けられるまちづくりを | 包摂的で安全かつ強靱(レジリエント)で持続可能な都市及び人間居住を実現する | 12 つくる責任 つかう責任 |
| 13 気候変動に具体的な対策を | 気候変動及びその影響を軽減するための緊急対策を講じる | 14 海の豊かさを守ろう |
| 15 陸の豊かさを守ろう | 陸域生態系の保護、回復、持続可能な利用の推進、持続可能な森林の経営、砂漠化への対処、ならびに土地の劣化の阻止・回復及び生物多様性の損失を阻止する | 16 平和と公正をすべての人に |
| 17 パートナリシップで目標を達成しよう | 持続可能な開発のための実施手段を強化し、グローバル・パートナーシップを活性化する | |

SDGs(持続可能な開発目標)とは

2015年9月ニューヨーク国連本部において、150を超える国連加盟国首脳が参加のもと、国連持続可能な開発サミットで採択されたものです。2016年~2030年の15年間で達成するために掲げた、17の目標と169のターゲットからなる「持続可能な開発目標(SDGs)」です。本報告書では、SDGsの目標と関わりのある生協の事業・活動の事例にSDGsのアイコンを掲載しています。

1 コープのエシカルな取り組み

生協では地球や環境、社会や人々に配慮してモノやサービスを買うことを「エシカルなお買い物」（エシカル消費）と表現し、積極的に応援しています。エシカルとは「倫理的」という意味です。2025年度もさまざまな取り組みを行ってきました。

世界の子どもたちに笑顔

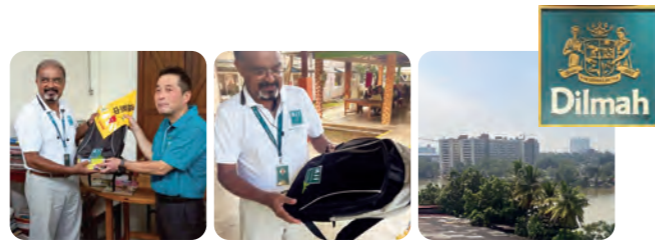
ディルマ スクールバッグ提供支援プロジェクト

エシカルな取り組みとして、組合員と一緒に支える「スクールバッグ提供支援プロジェクト」を2017年8月から始めて8年が経過しました。ディルマ紅茶製品1点利用につき1円※1が支援金として拠出されます。2025年度は、1月から小学校に入学するスリランカの子どもたちに、スクールバッグを26個届けました。2025年12月5日（金）にスリランカ中部のナワラピティヤ地域でスクールバッグ贈呈式を予定していましたが、1週間前に発生したサイクロンの影響で道路状況が悪化、被災された方もおり、急遽コロンボ市内のMJFセンターで代替贈呈式を開催し、根崎副理事長よりMJFセンターのカマル代表へ手渡されました。後日、カマル氏から茶園の子どもたちに届けていただきました。

●2018年度～2025年度の利用点数、スクールバッグの単価、贈呈数の推移

年度	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
利用点数	54,073点	49,341点	46,558点	54,367点	46,081点	39,718点	36,477点	29,035点
単価	684円	587円	604円	640円	838円	1,045円	1,105円	1,150円
贈呈数	79個	84個	77個	85個	55個	38個	33個	26個

※1:2026年4月より、支援金は1点利用につき2円へ変更します。



CO・OP×レッドカップキャンペーン※2

「コープヌードル」を中心とした商品を、2025年10月1週の特集紙面で紹介しました。対象商品1点利用につき1円を国連WFP協会に寄付しています。

取り組み期間	2025年10月1日～11月10日
寄付金額	185,224円(宅配164,753円、店舗20,471円)



※2:2025年度は、ミャンマーの子どもたちに学校給食を届けるために使われます。

コアノンスマイルスクールプロジェクト

コアノンロール1点利用につき1円を、ユニセフを通じてアンゴラ共和国に寄付する活動です。寄付金は「アンゴラの子どもたちが楽しく学べる環境づくり」のために使われています。

取り組み期間	2024年11月1日～2025年10月31日
寄付金額	743,405円(宅配670,905円、店舗72,500円)



資源保護と環境に配慮した商品活動

コープの森づくり

商品利用を通して、その商品の原料産地の森、川、海の環境を守り育てる取り組みを、北海道の野付、沖縄県の恩納村、インドネシアのタラカン島で取引先の皆さんと協力し交流しながら進めています。「コープの森づくりマーク」がついた商品



1点利用につき1円が北海道野付では山に植えられる苗木や植樹費用、沖縄県恩納村ではサンゴの森再生活動に活用され、インドネシアタラカン島ではマングローブ苗の購入に充てられています。2025年度は約170万円を産地に送ることができました。2024年度に恩納村では、長期間にわたる海水温の上昇の影響で多くのサンゴが死滅してしまいました。2010年度から継続してサンゴ苗を育成し植樹を続けてきましたが、大きな被害が生じました。恩納村漁協は現在もサンゴ再生に向けた取り組みを継続しています。これまでサンゴ苗を購入することでサンゴ再生を応援してきましたが、2024年度に引き続き2025年度の基金も恩納村で展開されるサンゴ再生のための活動を支援します。

●植樹本数の推移

年度	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	合計
沖縄県恩納村の里海づくり(サンゴ再生活動)	23	104	208	247	260	260	288	324	306	338	321	357	329	331	0	0	3,696
北海道野付のお魚を増やす植樹活動	500	330	50	530	500	530	750	730	700	700	700	700	700	700	700	700	9,520
インドネシア・タラカン島のマングローブ植樹活動	—	1,613	1,051	4,300	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	800	24,264

うなぎ資源対策協力金

2025年10月21日一色うなぎ漁業協同組合にて「うなぎ資源対策協力金」贈呈式が開催されました。その後、一色漁港で開催された供養祭、放流式にも参加し、うなぎ資源保護の取り組みを応援しました。2025年度はうなぎ資源対策協力金の対象期間(5月1週～8月4週)中、対象商品の利用の中から一定額を寄付金として拠出し、愛知県養鰻漁業協会へ248,364円、鹿児島県ウナギ資源増殖対策協議会へ44,455円、水産研究・教育機構へ4,940円の寄付を行いました。継続して、うなぎ資源の保護、増殖対策、種苗研究を応援しています。



※鹿児島県ウナギ資源増殖対策協議会、水産研究・教育機構への協力金は2024年9月21日～2025年9月20日までを対象期間としています。

●うなぎ資源対策協力金の年度別寄付金額

年度	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	合計
愛知県産※3	0円	483,606円	376,941円	393,222円	369,156円	225,324円	239,364円	275,556円	248,364円	2,611,533円
鹿児島県産※4	23,307円	17,493円	70,020円	79,605円	81,417円	65,231円	58,356円	52,900円	49,395円	497,724円

※3:愛知県産対象商品利用に応じた寄付金額 ※4:鹿児島県産対象商品利用に応じた寄付金額

持続可能なパーム油の生産などを支援

コープの洗剤環境寄付キャンペーン

対象のCO・OP洗剤1点利用につき0.5円を、WWFジャパンに寄付する活動です。「持続可能なパーム油の生産などを支援する活動」につながります。

取り組み期間	2024年5月21日～2025年5月20日
寄付金額	296,407円(宅配276,842円、店舗19,565円)

WWFジャパン(公益財団法人世界自然保護基金ジャパン)

WWFは100カ国以上で活動している環境保全団体で、1961年にスイスで設立されました。人と自然が調和して生きられる未来をめざして、サステナブルな社会の実現を推し進めています。WWFジャパンは、1971年、世界で16番目のWWFとして東京で設立された公益財団法人です。科学的な知見に基づき、「地球の温暖化を防ぐ」「持続可能(サステナブル)な社会を創る」「野生動物を守る」「森や海を守る」の4つのテーマを柱に活動をしています。



乳がんについての啓発と患者・家族への支援

ピンクリボン運動

対象のCO・OP化粧品1点利用につき1円を、認定NPO法人J.POSH(日本乳がんピンクリボン運動)に寄付し、乳がんに対する啓発活動や、患者や家族の支援を進めています。

取り組み期間	2025年9月1日～10月20日
寄付金額	66,558円(宅配57,542円、店舗9,016円)



2 多様化する組合員の暮らしに応える企画・紙面づくり

要望に応える品揃え・企画づくりと注文のしやすさの両立をめざしました。

東海3生協統一ブランド『タノモット』のブランディング



東海3生協の宅配統一ブランド「タノモット」を9月よりスタートしました。ブランド立ち上げにあたり、テレビCMの放映や特設ページの制作を通して、ブランドの世界観や価値をわかりやすく発信しました。従来の組合員のみならず、生協をまだ利用されていない方々にも、安心・便利な宅配サービスとしての魅力を広く知らせる取り組みを強化しています。



東海3生協の仲間づくり推進 Web・SNS広告、ハピハピボックスの取り組み

Web・SNS広告

地域に広く生協の認知を高めることを目的に、3生協で統合度を深めたWeb広報施策を推進しました。また、宅配統一ブランド「タノモット」と連動したWeb広告を展開し、若年層に向けたWeb・SNS広告を強化することで、地域接点の拡大につなげました。



ハピハピボックス

コープぎふ・コープあいち・コープみえから、東海3県にお住まいの1歳未満のお子さまをお持ちの方へ、赤ちゃんの誕生をお祝いして26,231個のハピハピボックスをプレゼントし、9,035名の方に加入いただきました。(2026年3月20日時点)



●中京テレビにて、ハピハピボックスのCMを放映中です。
 放送時間 毎週月曜・木曜夕方6時56分頃、情報番組キャッチ「かぞくのめばえ」の後

宅配統一ブランド『タノモット』の認知度を高めるため、表紙デザインを変更し『タノモット』特集を企画しました

2025年9月3週より、商品案内の名称を「週刊タノモット」に変更し表紙デザインを見直しました。デビュー時にはブランドキャラクターを大きく紹介しました。また、「タノモット」特集を毎週企画し、「e-フレンズクチコミ」や東海コープ「アンバサダー」の紹介などSNSやECと連携した取り組みを実施しました。



組合員の暮らしに役立つ商品の利用普及の取り組み

東海コープ30周年記念企画として、数十年にわたり企画しているロングセラー商品を丁寧に紹介しました。また、全国の生協と協同で取り組んだ「推しコープ」特集では組合員の声を掲載し、その商品の良さを伝えました。



「エシカル・SDGs(4つの切り口)」の継続した紙面での取り組み

エシカル消費を推奨する取り組みとして、毎週、環境配慮商品や、はぐくみ自慢・栽培自慢商品、国産素材商品など特集し利用を呼びかけました。



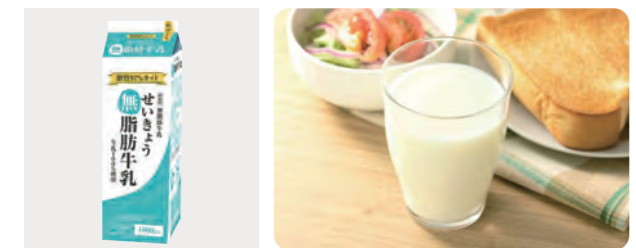
3 商品の改善・開発

組合員の改善要望の「声」に応えました。



組合員との商品づくり

せいきょう無脂肪牛乳
 コープみえ桑名センターの組合員の皆さんと無脂肪牛乳の商品名とパッケージデザインを検討しました。無脂肪牛乳の学習から始め、試飲を通して商品イメージを共有し、伝えたい特徴が自然に伝わるシンプルなデザインを組合員が意見を出し合いながら作成しました。また、比較情報の掲載方法など、分かりやすいパッケージにするための工夫も組合員と検討しました。



●組合員との商品づくりでデビューした商品数(リニューアルを含む)

組合員との商品づくり	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
組合員発、会員生協発の商品	1	2	7	0
東海コープ発、会員生協で検討してもらう商品	2	3	4	7
東海コープ発、デビュー前に会員生協モニターを実施する商品	45	28	28	28
合計	48	33	39	35

東海3県 地場・地元の商品

会員生協の要望を受け、東海3県の地場・地元商品に焦点を当て、導入に向けた検討を進めました。東海3県の原料活用、地域の食文化や産業、地元高校との産学連携、伝統産業の紹介につながる商品など、多様な視点から調査しました。また、農産物の産地づくりや地元企業との協働による商品の検討も行いました。あわせて、工場や産地を訪問し、生産の現場を確認することで理解を深めながら、組合員が東海3県の魅力を再発見できる商品の導入を進めました。

●東海3県の原料を活用した商品の導入例



声をカタチに改善・開発事例集の発行

会員生協組合員の商品づくりや商品改善、商品確かめ活動など、商品を中心としたコミュニケーションの事例などを掲載しました。組合員・役員・取引先への情報発信と共有化をめざし4月、10月に発行しました。

●改善した商品の紹介事例

●改善・開発事例集で情報発信した商品数(組合員検討商品)

事例集	2023年度	2024年度	2025年度
4月発行	11	9	7
10月発行	10	11	10
合計	21	20	17

●会員生協の要望で商品導入、開発をした商品数

商品部	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
農産商品部	10	7	1	1
水産畜産商品部	12	13	12	12
日配冷蔵商品部	13	23	14	10
食品商品部	53	59	44	38
生活雑貨事業部	20	8	13	10
合計	108	110	84	71

4 より便利に商品を利用できる

注文の仕組みの改善



e-フレンズの新しい売り場が出来ました

2025年10月より、e-フレンズのトップバナーから商品の特長や、こだわりを特集し、購入できるページを新設しました。特集では、アンバサダーの投稿を積極的に引用し、若年層からの支持を頂いています。クチコミなども参照しやすくなっています。

口座登録・変更が可能になりました

2025年11月10日以降、e-フレンズのマイページから、口座登録・変更ができるようになりました。(年間約5,200件の利用です。)

- 登録時の郵送料削減 … 約75万円/年
- 職員の作業時間削減 … 約57万円/年
- 事務C不備対応削減 … 約90万円/年
- 他、口座登録用紙の削減など

年間約222万円の費用削減見込みです

くらしと生協・スクロールの6桁注文が可能になりました

らくらく注文・注文番号注文から、くらしと生協・スクロールの6桁注文が可能になりました。(注文が簡単になりました。)



商品案内の利用状況が変化しました

商品案内について、デジタルでの案内を選択される組合員が増え、紙の商品案内を利用される方が減少しました。紙での案内を希望される方への対応は継続しています。その結果、2025年3月4週から2026年3月3週までの1年間で、商品案内1部あたり約103円(会員生協)、帳合等で約17円(東海コープ)の削減となり、森林資源の削減と共に

- コープぎふ … 約4,000万円
- コープあいち … 約1億円
- コープみえ … 約4,300万円
- 東海コープ … 約3,100万円

の費用削減につながりました。紙の商品案内を利用されなくなった割合は、全体で10.22%でした。

予約注文の表示変更を行いました

組合員アンケートより、「強制的に予約の画面が表示され、使いにくい」との声から変更しました。予約注文忘れを防ぐため未確定の場合は、予約ボタンを表示するよう改善しました。

5 暮らしにお役立ちできる店舗へ ……



コープのお店ならではの品揃え

店舗MDコンサルタント指導に基づく品揃え・売場の改善

2025年度より3生協と東海コープの店舗MDに関わるコンサルタント指導がスタートし、各店での定番と季節性商品の展開・拡縮および売場作り、商品部での品揃えや棚割りの改善が進みました。



長良店での研修の様子

日進店での売場修正の様子

惣菜コンサルタント指導に基づく商品開発

「美味しさ」を優先事項としながら、「季節性」のある商品展開(変化のある売場)の充実を目指し、新規商品の試作と検証を行いました。巻き寿司、春の玉子焼き、季節の弁当など新規導入し各店で展開しました。



発売した商品例

利用しやすい仕組み

普及が進んでいるコード決済について、3生協の各店舗でも導入し、組合員の支払いの利便性向上に繋がりました。(コード決済はPayPay、楽天Pay、d払い、メルPay、auPayの5社)



食品ロス削減の取り組み

冷惣菜のアウトパック商品について、消費期限に関わらず一律で入荷日当日に販売期限としていた基準を、消費期限当日の販売期限に見直しました。夕方の時間帯の品揃えが充実し、食品ロスの削減(廃棄削減)にも繋がりました。



暮らし応援の取り組み

9月～11月にかけて「暮らし応援全国キャンペーン」に取り組みました。いつも利用する商品をよりお値打ちに提供し、組合員の暮らしを応援しました。また毎月「推しコープ」の取り組みを行い、生協のお店ならではの商品の価値訴求を進めました。



6 組合員の暮らしの幅を広げる品揃えに …… 応える物流改革



冷凍品質向上と冷凍コールドチェーン運用の拡大について

2024年度より本格的に冷凍商品の品質向上(溶け対策)とドライアイスの削減を目標に、冷凍コールドチェーン※1運用に向け、会員生協と小牧要冷SC※2と検討を進めました。小牧要冷SC内へ50台の冷凍蓄冷材凍結機を増設(計100台)し、冷凍Zシッパー※3にあらかじめ冷凍蓄冷材6枚を投入、スノードライアイスを使用せずに支所センターの冷凍庫に納品、更に冷凍蓄冷材9枚を朝の積込み時に追加投入して配送します。2025年度からコープあいち港センター・中川センター・阿久比センター、コープぎふ益田支所で運用が開始し、冷凍コールドチェーン運用は、計6事業所となりました。また、品温検証や運用上の課題や手順の整理、冷凍蓄冷剤の

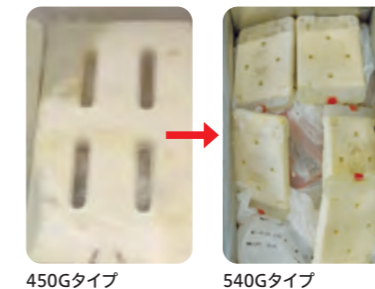
グレードの変更、小牧要冷SC側での冷凍品の補充時間の短縮などの対応から溶けのお申し出の点数が前年比59.3%(2025年度累計)、また出荷時に投入するドライアイスは冷凍蓄冷材に変更したことにより1,191t(前年比11.2%)の削減ができました。2026年度以降も、小牧要冷SCの大型凍結庫の設置を計画しており、全員生協で検討されている支所センターのリニューアル・再編計画に対して、一定対応できる準備を進めます。

※1:冷凍コールドチェーンとは、食品物流の特徴の一つで、冷凍食品など低温管理が必要な商品を生産～消費者(組合員)にお届けするまで、所定の温度(冷凍)を保ったまま管理し、流通させる仕組み。

※2:SCとは、東海コープの物流センターで商品を箱にセット(仕分け)する場所。(全国一律の呼称ではありません)

※3:Zシッパーとは、大型の保冷ボックス(断熱材使用)

●冷凍蓄冷剤



450Gタイプ

540Gタイプ



フードバンク活動

パッケージ変更や賞味期間が基準より短くなり、処分せざるを得ない商品を、NPO法人セカンドハーベスト名古屋、NPO法人フードバンクぎふ、NPO法人のわみサポートセンター、ヤマモリ株式会社を通じて支援を必要とするご家庭や諸団体にお届けしています。2025年度に提供した量は、約78トン(前年比102.7%)でした。物価高騰の影響が大きく、食品を必要とする団体が増え、行政の相談窓口を訪れる困窮者も増えている状況ですが、食品メーカーでの食品ロスの削減が益々すすみ、食品寄贈の減少が顕著となっています(前年対比10～15%)。フードバンク団体では、食品関連会社などへ訪問するなど、積極的に活動を展開していますが、寄贈量の減少に歯止めをかけるまでには至っていません。引き続き、東海コープ事業連合は、継続的な支援活動を展開します。



フードバンクぎふ



セカンドハーベスト名古屋



のわみサポートセンター

●フードバンクへの提供量 単位: kg

提供団体	2023年度	2024年度	2025年度	前年比
東海コープ	86,465	73,865	74,443	100.8%

●フードバンクでの活用量 単位: kg

支援団体	区分	2023年度	2024年度	2025年度	前年比
フードバンクぎふ	個人支援	5,923	6,287	6,177	98.3%
	団体支援	14,119	10,044	9,708	96.7%
セカンドハーベスト名古屋	個人支援	56,892	44,695	47,004	105.2%
	団体支援	9,531	12,839	11,554	90.0%
のわみサポートセンター	個人支援	86,465	73,865	74,443	100.8%
合計					

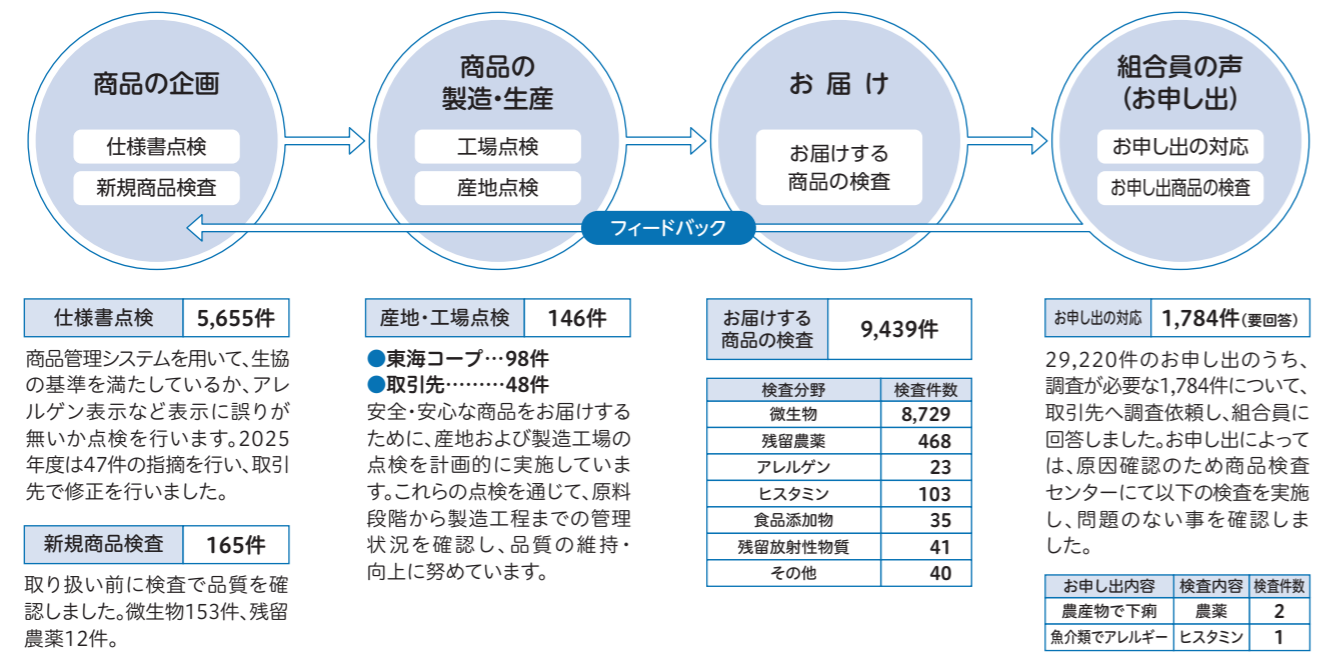
単位: 点数

提供団体	2023年度	2024年度	2025年度	前年比
ヤマモリ株式会社	2,017	2,114	3,643	172.3%

会員生協や商品部と連携し、商品管理とお申出対応レベルの向上に取り組んでいます。



2025年度 品質保証の取り組み



品質管理の強化

冷凍品の品温検証

ドライアイスを使用しない冷凍物流へと切り替えていくため、冷凍品の品温について、温度を記録できるデータロガー（右写真）を使い、物流センターから配達終了までの温度を測定し、温度管理の改善を行いました。



お申し出対応の学習会

支所センターの困りごとや、お申し出対応に関する課題解決のための学習会を実施しました。今年度は3事業所で開催し、事業所の状況や要望に応じて内容を調整したことで、実務に役立つ学びができたとの評価をいただいています。



品質管理の力量アップ

職員の力量アップを目指した取り組み

- 食の安全知識テスト
日常的に食の安全を学ぶ機会を作るため、現場の職員を対象に、オンラインで取り組める食の安全知識テストを年7回実施しました（今年度のテーマは食品添加物）。継続的な学習機会を設けることで、日々の業務における食の安全への理解向上につなげています。優秀な事業所には表彰を行いました。
- 安全安心マイスター育成講座
現場で食の安全安心について自信を持って話せる職員の育成を目指し、2024年度より開催しています。講座では生協の安全・安心の歴史、農薬や食品添加物に関する講義に加え、グループワークを実施しました。また11月には外部講師を招き「食品表示について」のWeb学習会を開催し、食品表示制度への理解を深める機会になりました。マイスター認定された参加者が自身の職場で食の安全について学習会を行うなど、積極的な取り組みが報告されています。

取引先の力量アップを目指した取り組み

「虹の会品質管理研究会」は、取引先61社が参加し、東海コープのお申し出事例報告と「食品安全文化」について講演やパネルディスカッション、小グループでの交流を行い、取組みや悩みを共有しました。参加者からは「食品安全文化について考えるきっかけになった。」「グループ交流では悩み事、困りごとを共有できて良かった。」などの感想をいただきました。



商品検査センターの学習・体験機能の活用

組合員の学習会や地域のイベントに対応
食の安全・食と健康に関わる組合員向けの学習会や商品検査センターの見学会に対応しました。また、コープぎふ・コープあいち・コープみえの地域向けのイベントでは、食事の摂り方のヒントなどを体験していただきながら、生協の食の安全や品質管理の取り組みについてお知らせしました。

●2025年度 学習会等対応数

	組合員		職員		イベント・その他		合計	
	会場数	人数	会場数	人数	会場数	人数	会場数	人数
コープぎふ	6	141	6	115	2	35	14	291
コープあいち	4	65	17	228	11	812	32	1,105
コープみえ	1	10	3	47	2	3,150	6	3,207
東海コープ	3	173	2	24	5	308	10	505
総計	14	389	28	414	20	4,305	62	5,108



※今年度より機材貸出のみ場合は集計から除外しました。

生協の食の安全・食と健康についてお知らせする活動

中学生の家庭科授業に協力

長久手市立南中学校1年生(約280人)の家庭科授業に協力しました。商品検査センターの見学では、手洗い実験や残留農薬・食品添加物について、体験を交えた学習をしました。栄養バランスの良い献立を考える体験では結果を持ち帰ってもらう事で、家庭で生協を話題にしてもらう事ができました。



こども実験教室 「もっともっとたべよう～果物ひみつ探検隊～」

夏休みに「こども実験教室」を開催しました。今年は「生協の果物」をテーマに果物ゼリーを作りながら果物の酵素について実験したり、商品検査センターの見学をしながら生協の果物の特徴をお知らせしたり、また取引先の方からバナナの産地の様子などをお知らせしました。参加者の方からは「実験や食べ比べ、バナナが出荷されるまでの工程を写真などで見たり聞いたりでき、子どもにとっても分かりやすかったと思います。大人もいい勉強になりました。」といった感想が寄せられました。冬には、同じ果物のテーマでインスタライブも実施しました。



またコープぎふ1カ所、コープあいち2カ所、コープみえ1カ所を、検査センター会場とリモートでつなぎ、サテライト会場でも体験していただきました。この取り組みにより2024年度と比べて20組45名の参加者が増えました。2025年度から金城学院大学との共同開催としています。

(写真中央の2人は金城学院大学の学生さんです。)

大学との共同研究

2025年度は金城学院大学の皆さんと、栄養成分について以下の共同研究を行いました。

- マフィンの原料を変えた場合（小麦粉→おから、大豆粉）の嗜好性及び栄養成分の変化
- ブロッコリーの茎の活用と栄養成分について
- ゆで時間による麺の塩分量の比較

※共同研究については日本調理科学会2025年度大会でポスター発表されました。（写真中央は検査センター担当の落合さん。両側は大学の先生です。）



情報提供

商品検査センター25周年記念企画

東海コープの商品検査センター開設25周年を記念して、イベント等を企画しました。2026年度も引き続き周年企画に取り組み、検査センターや生協の品質管理についてお知らせしていきます。

また、25周年記念のノベルティとして、食事の栄養バランスを整えるヒントにご活用いただける「タノモット食育ランチョンマット」を作成しました。



「リスクコミュニケーション」食の安全おしゃべり会

外部講師による学習会と参加者との意見交流を行うリスクコミュニケーションを、7月は「カビ」、2月は「健康食品」をテーマにWebで開催しました。申込時や当日に寄せられた質問には講師から丁寧な回答があり、理解を深める機会となりました。

アンケートでは「カビについて科学的な話は断片的には聞くものの、対策まで含めた体系的な説明は貴重で参考になった」、「健康食品を利用する際にはメモを取り、まずは食習慣・運動・生活習慣の改善を基本として、必要に応じて摂取することなどポイントが理解できた」と、好評でした。

8 組合員の暮らしに寄り添ったサービスを提案 ……

Webカタログの改修と生活サービス媒体「みらい」・「楽チケ」の統合と定期配布

2025年5月2週より、これまで不定期配布となっていた生活サービス「情報誌みらい」と「楽チケ」を統合し、毎月2回配布(2週・4週)の定期刊行物としました。配布回数が増え、これまでより季節にあったサービス・商品の紹介ができるようになりました。また媒体の統合に合わせ、e-フレンズ内のWebカタログからも各サービスの購入サイトに遷移して申し込みできるようにし、利便性を向上させました。e-フレンズに登録することで、店舗の利用者も抽選チケットを含む生活サービスの利用ができます。



宅配包丁研ぎサービス

新サービス「宅配包丁研ぎ」を導入しました。石川県能登町の老舗鍛冶屋「ふくべ鍛冶」と提携し、鍛冶職人による包丁研ぎサービスを提供しています。ポスト投函で手軽に包丁を送れるため、仕事や家事で忙しい方も無理なく利用できます。また、包丁研ぎサービスを利用することで、能登半島地震後に仕事が減少した地元鍛冶職人の支援にも繋がっています。



9 会員生協とともに進めるリサイクルの取り組み ……

資源リサイクルの取り組み

組合員にお届けした商品案内や容器を、会員生協を通して回収し再生品の原料として活用しています。

単位: kg

		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
商品案内等(紙類)	回収量	8,865,520	9,200,492	8,774,342	8,447,001	8,260,222
	回収率	75.0%	78.0%	77.3%	77.7%	76.5%
卵パック(A-PET)	回収量	98,357	98,870	89,435	94,090	93,987
	回収率	75.0%	54.7%	51.5%	53.0%	56.7%
商品とカタログのお届け用ポリ袋	回収量	152,198	149,871	145,144	143,124	139,803
	回収率	40.5%	42.9%	41.3%	41.7%	42.2%

- 商品案内等(紙類)…再生紙の原料としています。
- 卵パック(A-PET)…再び卵パックなどの原料としています。
- 商品とカタログのお届け用ポリ袋…「ハンガー」「クリアファイル(文具)」「建設資材」などの原料としています。

10 働きやすい環境づくりと職員の学習 ……

毎月実施するeラーニングによる学習、ワークライフマネジメント※の実現などに取り組んでいます。

ワークライフマネジメント※の実現に向けた取り組み

「ノー残業デー」「フレックスタイム制」を導入しています。毎週木曜日のノー残業デーの取り組みでは、始業・終業時の館内放送、掲示板や館内モニターなどでの告知により、定時退勤を促し、仕事とプライベートを両立できる環境づくりを推進しました。商品部や管理本部、宅配物流部ではフレックスタイム制を導入しており、働き方にメリハリをつけ、業務効率を意識しながら仕事に取り組むことができ、総労働時間の削減につながっています。

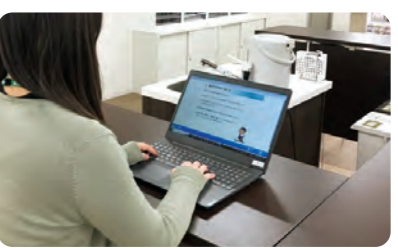
※ワークライフマネジメントとは、個人が主体的に自己を管理して仕事と生活の両方を充実させるという考え方

職員の意識調査アンケートを実施

職員の意識や職場の運営状況を把握するため、東海コープ全職員に意識調査アンケートを実施しました。アンケートは「自分自身の意識・行動レベル」と「職場での推進レベル」の調査を目的とした28の設問とし、回答には職員が普段感じていることなど率直な意見も数多くあり、働きやすい環境づくりにつながっています。

職員の学習

パソコン環境を活用したeラーニングを実施しています。パソコン環境のないパート・アルバイト職員には、教材を配布して職場学習を実施しています。職員ハンドブックと連動させ、毎月「コンプライアンス」「情報管理」「働き方のルール」などの各単元をテーマとし、eラーニング学習を通して理解を深めています。



11 暮らしの保障をとおして安心と笑顔をお届け ……

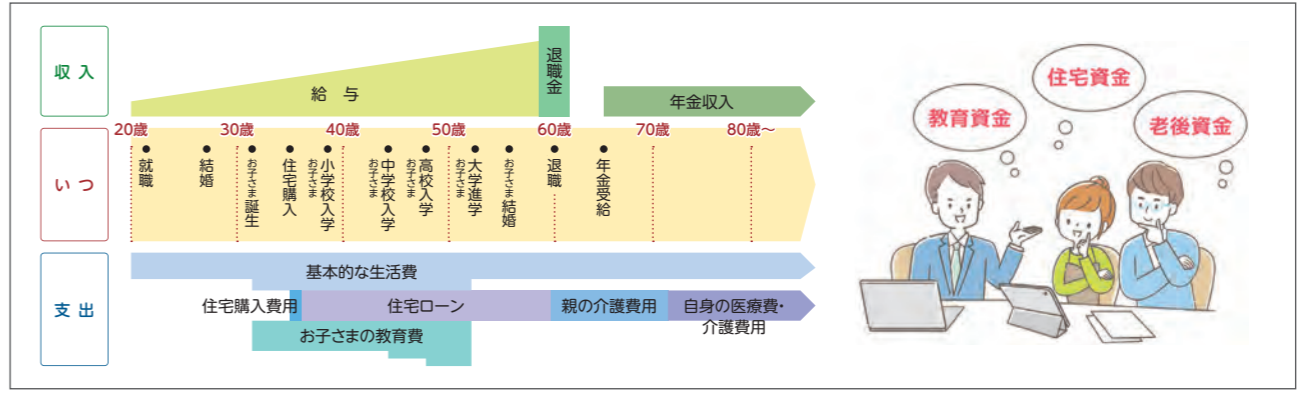
株式会社コープサービス東海

2021年より始まったライフプラン提案企画はこれまでに5,550人の組合員に利用いただきました。2025年度は761名の方に利用いただき、261世帯で589件の保険契約となりました。ライフプランを作成することで、10年後…20年後…どんなライフイベントがあって、必要資金はどれくらい必要なのか家計の収支状況のシミュレーションをみることで、多くの組合員から満足の声寄せられています。

利用者の声(抜粋)

- 漠然としていた将来の貯蓄と現状の支出の見直しをすることができました。何度も丁寧に対応していただき、説明も分かりやすくてありがたかったです。生協からの電話だったので安心して話を聴くことができました。
- 老後に向けて、何が足りないのか、どうしたらいいのかが分かった。色々な資料を準備してくれて、分かりやすく説明してくれました。物腰の柔らかい話し方でとても良かったです。

●ライフプランニングイメージ



TOKAI CO-OP Sustainability Report 2026

東海コープ事業連合の事業概要

2026年3月20日現在

■事業の概要

名称	生活協同組合連合会 東海コープ事業連合
本部	愛知県名古屋市名東区猪高町 上社字井堀25-1
設立	1994年4月1日
区域	岐阜県・愛知県・三重県
総事業高	927億円(2025年度) 総事業高は会員生協への出荷高、及び会費・分担金、 その他の事業収入を合計したものです。
出資金	9.86億円(2025年度)
職員数	584人(パート含む)
東海3生協 の組合員数	1,064,803人

■事業内容

商品事業	商品の仕入れ・調達、商品の開発・改善、 お申し出管理、品質管理業務・商品検査業務
宅配事業	宅配商品の商品案内書作成・企画、受注業務
店舗事業	店舗商品の仕入れ・調達、企画、プロモーション
情報システム事業	宅配・店舗事業のシステム開発・運用
物流事業	宅配・店舗商品の仕分け事業、 会員生協配送センター・店舗までの物流管理
生活サービス事業	旅行事業、提携事業、チケット取扱い業務

■子会社の概要

株式会社コープサービス東海	
所在地	名古屋市名東区猪高町上社 字井堀25-1
業務	損害保険代理店業務、 生命保険募集に関する業務

お問い合わせ

経営管理部 TEL 052-703-1769 FAX 052-703-5567

発行日：2026年6月17日 発行者：生活協同組合連合会 東海コープ事業連合



FSC® 認証

Forest Stewardship Council® (FSC®) は、責任ある森林管理を世界に普及させることを目的とする国際的な非営利団体です。FSCは、環境、社会、経済分野の利害関係者の合意によって支持された、責任ある森林管理の原則に基づく規格を定めています。この冊子はFSC® 認証紙を使用しています。



ベジタブルインクマーク

この冊子は、印刷インキ工業連合会が定めた大豆油、亜麻仁油、桐油、ヤシ油、パーム油等植物由来の油、及びそれらを主体とした食用用油等をリサイクルした再生油を使用した植物インキを使用し、印刷しています。