

【参考資料】

2009 年度のまとめ

1. 2009 年度のまとめ

(1) 2009 年度の事業方針

(ア) 2009 年度は以下を事業方針の基調として事業活動をすすめてきました。

組合員が自ら参加し、身近に感じる生協づくりをめざします。

店舗の基盤づくりと組合員の利用実態に合わせた店舗づくりを行います。

大学とともに魅力ある大学づくりを積極的にすすめます。

(2) 2009 年度の活動のまとめ

(ア) 課題 組合員自らが参加し、身近に感じる生協づくりをめざします。

- 学生委員会を中心に、多くの組合員が学び、交流できる活動を行います。
- 一言カードやアンケートなどから、具体的な要求実現や改善を行います。

学生委員会を中心に、多くの組合員が直接事業（店舗）に参加できる場面をつくることができました。

- 「開学 60 周年記念・なつかしの給食メニュー」を公募し、試食会を経て第 1 食堂にて企画メニューとして 3 種類の給食メニューを提供しました。メニューの募集と合わせて心に残る給食のエピソードを書いてもらい、「エピソード大賞」として表彰・賞品の贈呈も行いました。学生組合員のみでなく、教職員の方にも募集したことで、大学全体を盛り上げる事業活動ができました。
- 購買部では「みんなでつくる企画棚」と称した学生の選ぶお菓子の棚を継続的に展開しました。組合員にアンケートをとって学生に人気のお菓子を集めたり、学生委員会のメンバーが POP（イラストやコメント入りの商品の宣伝カード）を作成して棚に貼ったりしました。

身近なところから「環境問題」を考えたり、取り組める場面をつくりました。

- テイクアウト弁当の「ホッかる」のリサイクルのとりくみが進みました。「ホッかる」は容器がリサイクルできますが、認知度が低く回収場所を知らない組合員も多かったため、学生委員が回収をよびかけるポスターを作成したり、昼休みに直接声かけをしました。結果、前期の強化週間では回収率が 37% 56% にアップしました。学生生活実態調査での「生協が環境保護のとりくみをしていること」への認知度も 65.5% 74.5% にあがりました。
- デンマーク・コペンハーゲンで開催された COP（気候変動枠組条約締結国会議）15 へ、学生委員 1 名が代表として参加し、さまざまな体験をしてきました。（別冊資料のレポート参照）

学生委員会主催の友達づくり・交流企画には多くの組合員が参加し、学生委員会の人数も飛躍的に増えました。

- 新入生の友達づくりをサポートする新歓企画は「第 1 段たこ焼きパーティ」に 137 名、「第 2 段大阪ツアー」に 36 名、「第 3 段バーベキュー」に 15 名と、これまでで最高の

人数が集まり、たくさんの新入生の大学生活への不安を解消することができました。また、これらを通じて「自分もやってみたい」という新入生が 20 名近く学生委員会に入部しました。

- 7月に行った「七夕祭週間」には、「Quiz Hunt」「肝だめし」「甘辛バイキング」「かき氷の店頭販売」「七夕祭ファイナル」と日替わりで企画を行い、述べ 200 名の組合員が参加しました。

学生生活実態調査での組合員からの生協評価は、2008 年度から若干点数を下げっていますが、全国の大学生協の中では、組合員からの評価は引き続き高いクラスにいるといえます。

生協はあなたにとって身近・まあ身近 94.1 93.4% (全国平均 86.9%)

トータルで見て生協を好き・まあ好き 94.1 90.1% (全国平均 85.4%)

一言カードやアンケートでの要求実現にもこだわってきましたが、担当の異動等で回答が滞ってしまった期間もあり、年間 300 通の目標には達成できませんでした。

(イ) 課題 店舗の基盤づくりと組合員の利用実態に合わせた店舗づくりを行います。

- 店舗の QSC レベルの向上にとりくみます。
- データを活用しながら、組合員の利用実態に合わせた商品・メニュー構成を実現します。
- 適正な剰余を残し、組合員への還元や施設への投資ができる店舗運営を目指します。

昼休みの混雑による不満を解消し、老朽化した設備を改修する目的で第 1 食堂を主に生協の投資で改装しました。また、店舗の QSC (クオリティ、サービス、クリンリネス) レベル向上のため、職員研修を実施したり、他の大学生協と合同で開催される研修会に正規職員・パート職員ともに多く参加しました。教育大生協の全職員が参加する研修では、3 月：フレンドリーサービス、9 月：クリンリネス、をテーマに実践研修をおこなっています。食堂部では「クリンリネスチェックリスト」を作成して貼り出し、閑散時間を利用して各自が分担して清掃に取り組むようにしています。

売上に応じて適正な人員配置ができるよう、購買部では「曜日別作業割当表」を作成し、誰もがわかるよう店舗内に掲示するようにしました。食堂部では、1 人の職員が複数のポジションをこなせるようにローテーションを行ったり、メニューごとのレシピ (食材と分量、調理手順の資料) を整備することで効率的な発注や調理ができるような取り組みを行いました。また、パート職員の積極的な配置転換を実施し、店舗の活性化につなげるようにしました。2009 年度は第 1 食堂改装という大きな投資を行いました。2009 年度の費用計上は約 1,700 万 (適正な在庫管理による粗利益率向上や人件費の抑制で、生協全体では 2.1% (前年 3.3%)、購買部で 6.3% (前年 4.8%)、食堂部で 12.6% (前年 10.1%) の経常剰余を残すことができました。ただ 2007 年度より 3 期連続で供給高が減少し 2009 年度は前年に比べて 9.5% 売上が減少しています (購買部で 11.4%、食堂部で 4.4%)。今後は、客数を増やし、供給高を高めることにも注力しながら、生協全体で累積赤字を解消しながら次の投資に備えていく必要があります。

組合員の満足度の指標としている学生生活実態調査の結果は、購買部・食堂部ともに 2008 年度より数値がダウンしています。2010 年度は改めて、組合員満足度を高め、かつ利益を残すためにどうすればよいかを店長のみでなくパートアルバイト含め一人ひとりの職員が考え、真摯に取り組む必要があります。

	購買部		食堂部	
	09年	08年	09年	08年
総合評価（10点満点）	6.7点	7.1点	7.2点	7.6点
学生の声が活かされている	77.8%	81.8%	80.7%	83.6%
欲しい商品（好みのメニュー）がある	46.9%	59.1%	64.6%	72.7%
店内がきれい	75.3%	85.5%	57.7%	64.5%
*経営数値（経常剰余）	6.8%	4.8%	12.6%	10.1%

(イ) 課題 大学とともに魅力ある大学づくりを積極的にすすめます。

- 大学開学60周年にあたり、オリジナルグッズの制作やタイアップ企画に取り組みます。
- 大学と協力し、学生の「キャリア形成」を支援する事業に積極的に取り組みます。
- 供給高の0.2%以内での、大学への寄付を行います。
- 大学関係者との懇談会を定期的に行い、大学と協力しながら魅力あるキャンパスづくりをすすめます。

新ロゴマーク制定に伴い、大学広報室と協力しながら「新ロゴマークグッズ」開発のためのアンケートを取り、開発する商品の企画を行いました。また第1食堂の扉やトレイにロゴマークを活用したり、大学の写真をデザインに取り入れ、大学開学60周年記念事業の一環としての改装工事を行っています。

2009年度は、2010年の教員採用試験を受験する方のための対策講座を、学生サービス課や就職支援実施委員会とも協力・調整しながら、12月より新しい形でスタートさせました。また主に企業に就職活動する方がEラーニングで勉強するための「E-testing」の登録カード販売、リクルートスーツの着こなしセミナーなどの取り組みも新たに始めています。

大阪教育大学教育振興会からの協力を得ながら、第1食堂の改装を実施しました（生協としての投資総額は約1億円）。改装にあたっては、「大学の顔」を意識しながら、デザインに「大教大らしさ」を取り入れるとともに「居心地のよい空間」や「魅せる演出」にもこだわった食堂になるよう改装を行っています（別冊資料の「第一食堂リニューアル事業計画書」参照）。近年は大学費用ではなく、生協の自己投資で店舗を改装する大学生協も増えています。「生協が行える大学への貢献」の一つとして、今後も定期的な店舗改装に取り組みたいと考えます。学内自動販売機の売上から学内環境整備のための寄付は2% 3%に増やし、留学生への奨学金寄付は昨年同様に実施しました。

2009年度から「個人ロッカーの受付・管理業務」を大学より委託され、事業としてスタートさせました。長尾学長からはインタビューの際に「大学と生協は運命共同体である」というコメントをいただきましたが、「パートナー」としてふさわしい存在になるよう生協としての積極的な事業提案を進めていく必要があります。2010年度より大学は新たな中期計画の年に入っています。生協窓口の学生サービス課との定期懇談会は今後も実施しながら、大学がどんな方向を目指し進んでいくのかを踏まえ、全国の大学生協に学びながら「魅力ある大学づくり」のための、生協としてのビジョンとアクションプランを持って大学役員の方へも提案していく必要があります。