

## 組合員 web アンケート「あなたの声をパルシステム東京へ！2018」まとめ

パルシステム東京 機関運営室

## 1. 目的

2017 年度に引き続き組合員の声の集約を実施し、政策や事業の方針づくりの参考とする。

## 2. 実施概要

- (1) 実施期間 2018 年 11 月 12 日(月)～12 月 14 日(金)の 5 週間  
 (2) 集約対象と広報 全組合員を対象とし、各種チラシ、ホームページ、メールマガジン等で広報  
 アンケート回答方法はインターネット限定

## 3. 参加組合員属性

## (1) 参加総数

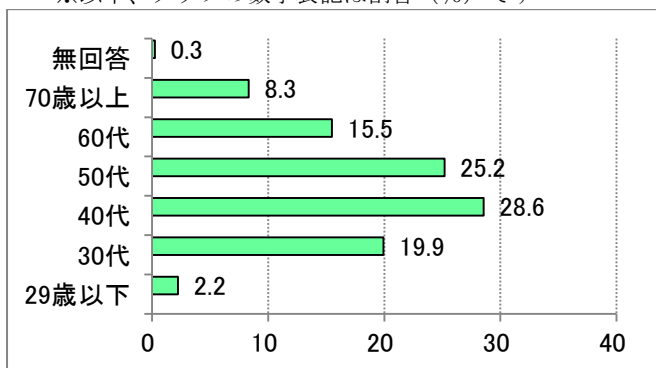
回答数 : 7,353 件

## (2) アンケートの参加

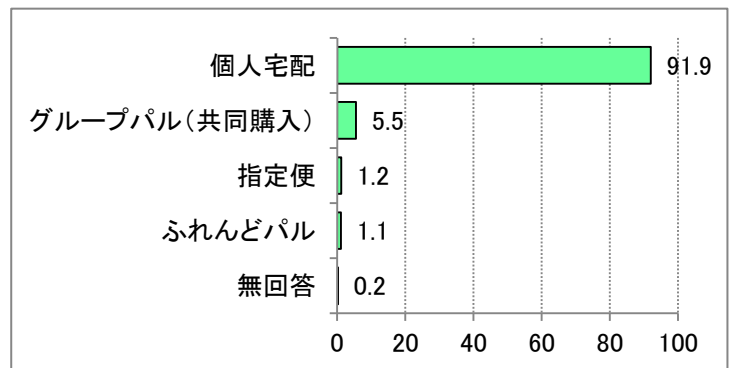
今回初めて意見を寄せた方 : 約 65%  
 去年もしくはそれ以前に意見を寄せた方 : 約 35%

## (3) 年代構成

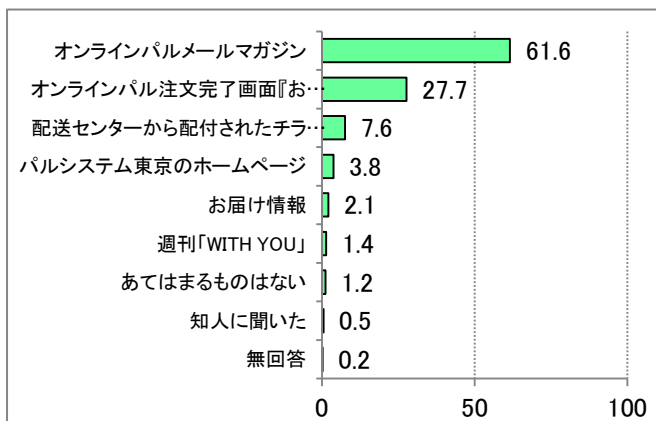
※以下、グラフの数字表記は割合 (%) です



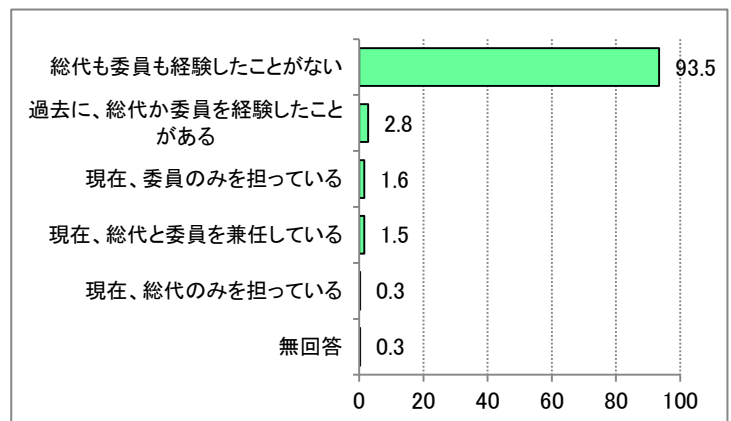
## (4) 利用形態



## (5) アンケートを知ったきっかけ (複数回答可)



## (6) 総代※1・委員の経験



※1 総代・・・パルシステム東京の 49 万人の組合員から 510 名を、9 つの地域区ごとに選出しています。事業や組織の活動の進捗をチェックし、生協の最高意思決定機関である「総代会」でパルシステム東京の事業や組織の活動の方針を議決します。その議決に参加できるのは「総代」のみとなっています。

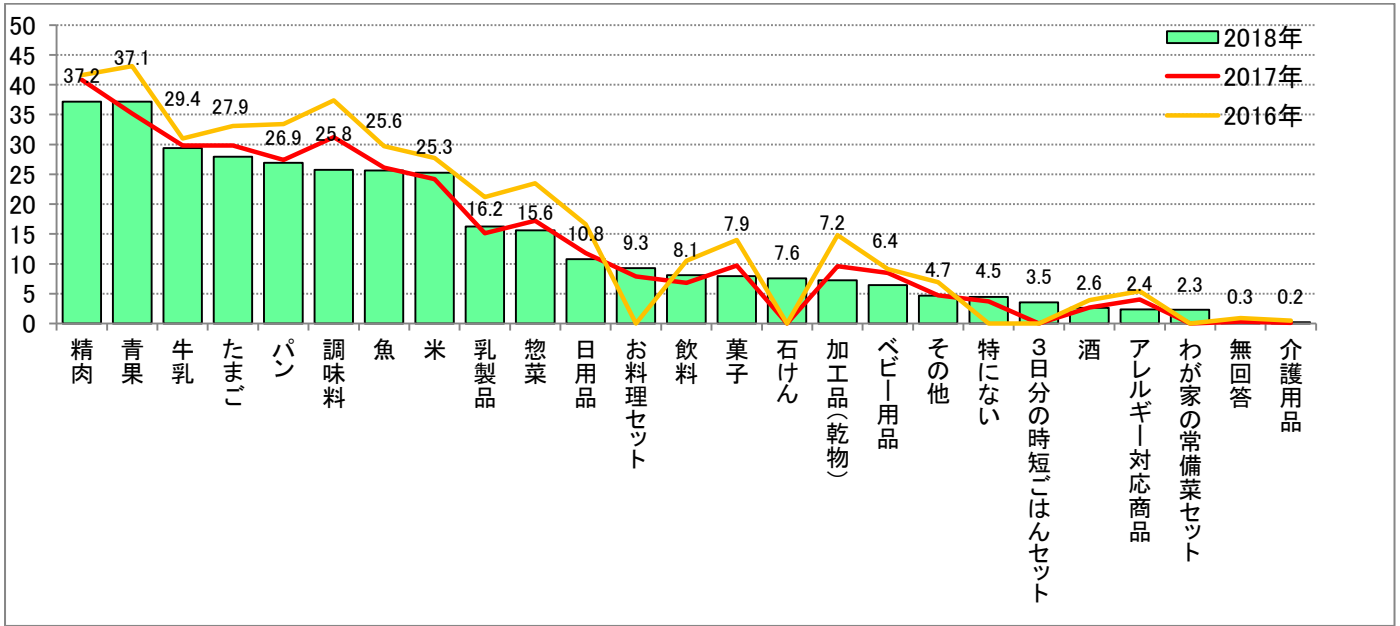
※以下、点線枠内は結果グラフに対するコメント、二重線枠内は該当する設問カテゴリ全体に対する評価コメントです。

## ＜参加組合員の属性について＞

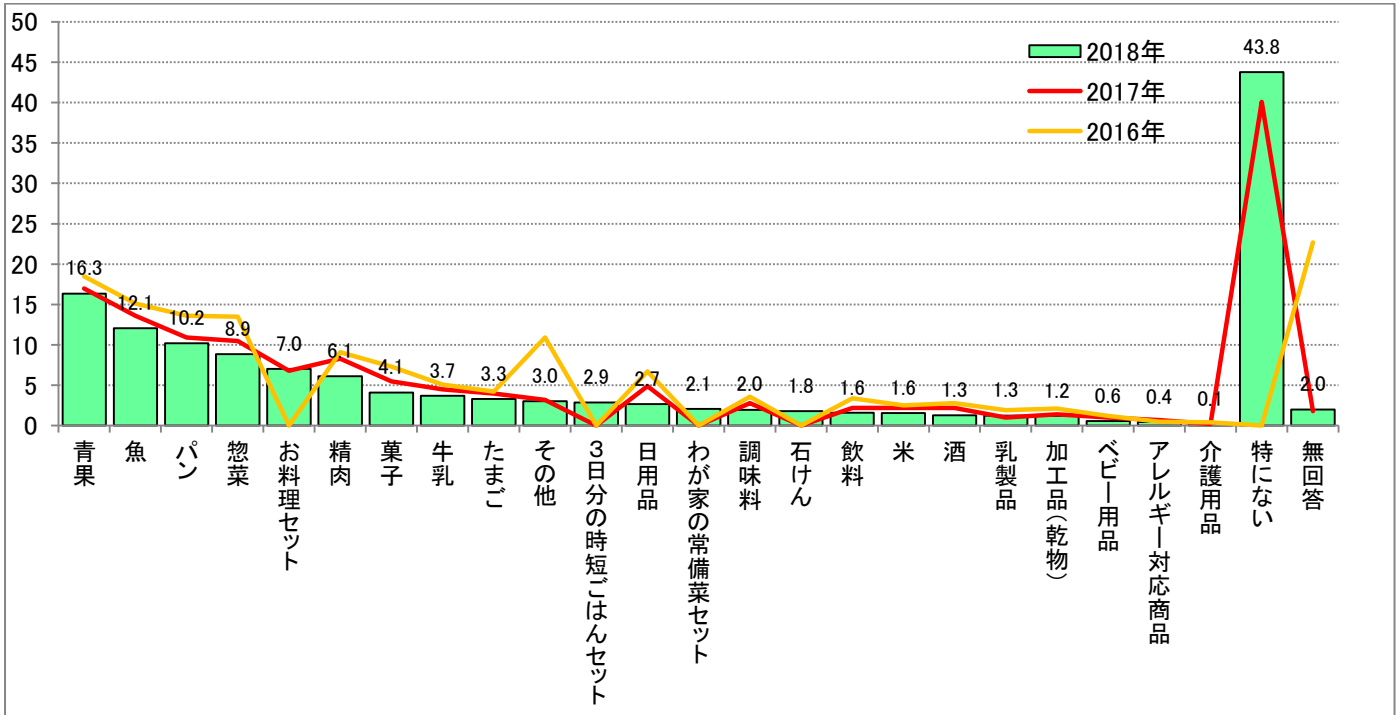
- ・2018 年の回答人数は、昨年対比 134.7%と増加しました。昨年に引き続きオンラインパルメールマガジンからの回答者が最多でしたが、パソコンやスマートフォンからの注文者が増加していることもありオンラインパル注文完了画面からの回答者も 15%増加しています。
- ・アンケートの参加については、2 回目以上の参加の方が昨年とほぼ同様の 35%ほどの比率で、全体の回答数が増加していることを考えると、毎年恒例で回答いただいている方が増加しているといえます。

#### 4. 回答結果

【設問1】 パルシステム商品を利用して、期待を上回った商品は何ですか（最大5つまで選択可）



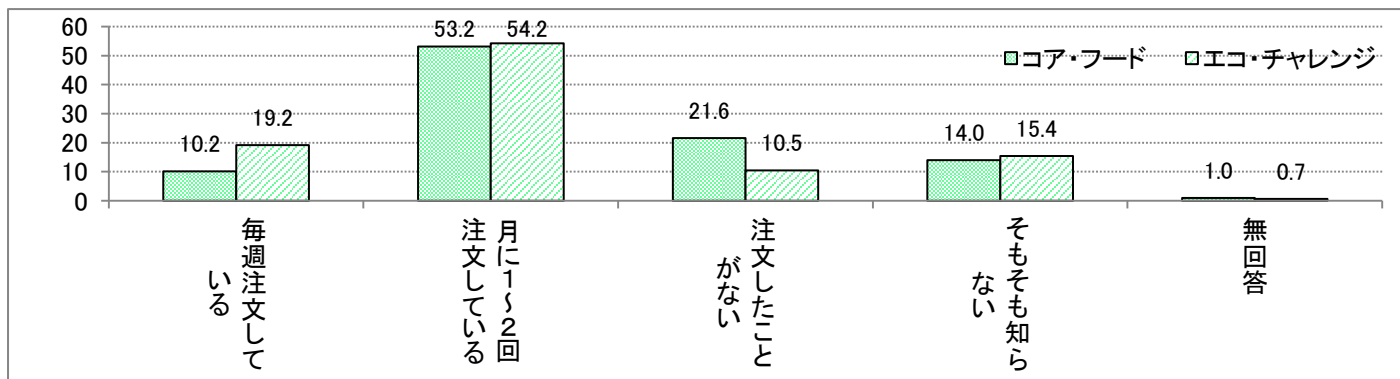
【設問2】 パルシステム商品を利用して、期待を下回った商品は何ですか（最大5つまで選択可）



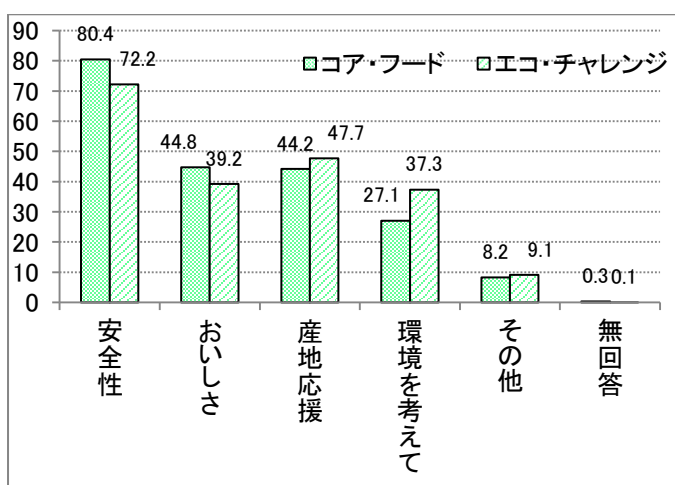
- ・ 期待を上回った商品の傾向は例年通り生鮮品が高くなっています。ただし、世代別に見ると 20・30 代は生鮮品を回答した人の割合が全世代の中でも低く（特に 20 代）、代わりに「お料理セット」「3 日分の時短ごはんセット」を回答した人の割合が高くなっています。20・30 代で支持率の低い生鮮品の中でも、特に「牛乳」「お米」「たまご」「魚」がより低い結果でした。また、20 代では約 1 割の方が「特にない」と回答しています。
- ・ 期待を下回った商品の傾向は例年通り生鮮品が高い結果でした。世代別に見て期待を上回った商品ほど顕著な傾向はありませんでしたが、60 代以上の方は他世代より「魚」「惣菜」を回答した割合がやや高く、20・30 代の方は逆の結果でした。

【設問3・4】コア・フード、エコ・チャレンジ商品についてお答えください

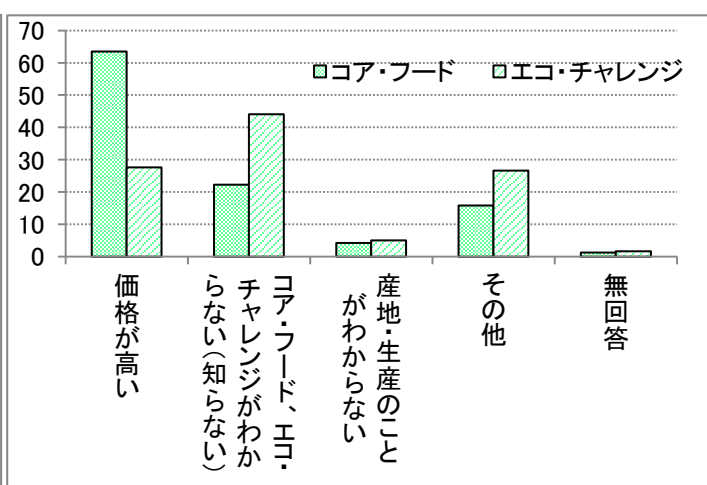
①コア・フード、エコ・チャレンジ商品を注文したことはありますか



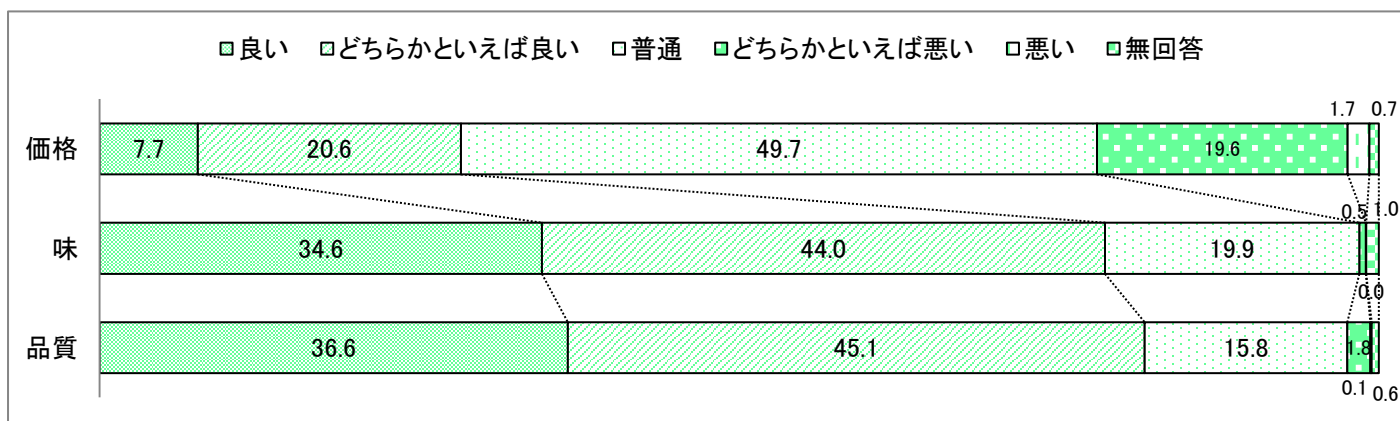
②コア・フード、エコ・チャレンジ商品を注文したことがある方へ、選んだ理由（複数回答可）



③コア・フード、エコ・チャレンジ商品を注文したことがない方へ、注文されない理由（複数回答可）

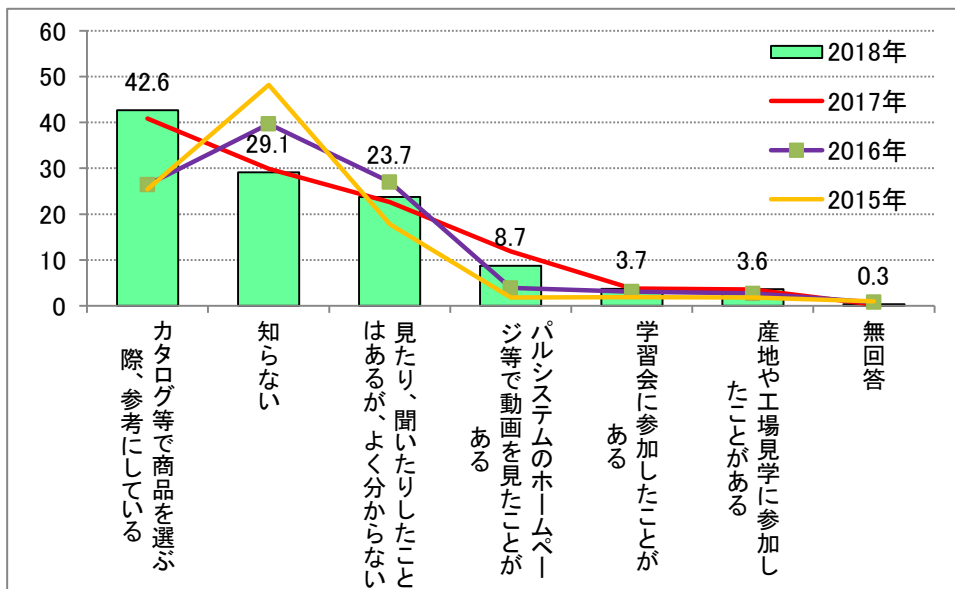


【設問5】パルシステムの農産物について日頃感じていることをお答えください



- ・コア・フード、エコ・チャレンジの注文頻度は大きくは差がありませんでしたが、コア・フードを注文しない理由は「価格が高い」からで、エコ・チャレンジを注文しない理由は「わからない」からが多く、認知度はコア・フードが高い結果でした。
- ・40～60代でコア・フード、エコ・チャレンジの認知度が高く、利用も多い結果となりました。
- ・パルシステムの農産物について、「価格」に対する評価はやや厳しく、「味」「品質」に対してはおおむね評価いただけている結果でした。「味」「品質」については年代が上がるほど悪い評価が多く、「価格」に対しては年代がさがるほど悪い評価が多い傾向でした。

【設問6】『「ほんもの実感！」くらしづくりアクション※2』についてあてはまるものをお答えください（複数回答可）



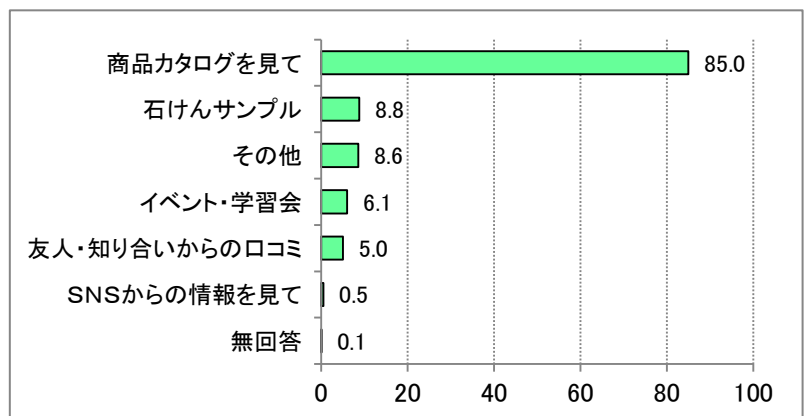
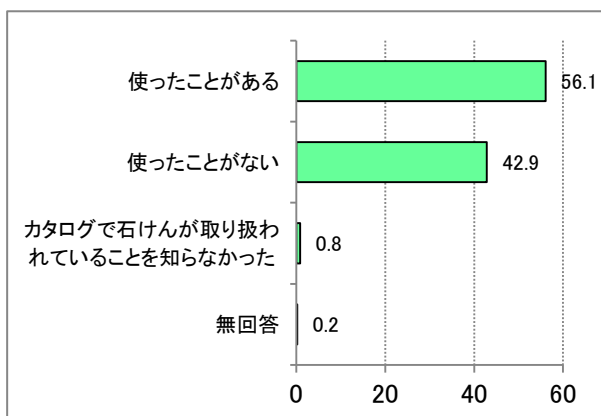
- ・2015年から続けている質問です。「知らない」は年々減少傾向でしたが、今回は昨年とほぼ同じ割合の結果となりました。
- ・世代別では20・30代で4割以上の方が「知らない」と回答しており、こちらも昨年とほぼ同様の結果です。特にホームページ等で動画を見たことがある人は、両世代とも5%以下と低い結果でした。

※2 「ほんもの実感！」くらしづくりアクション・・・パルシステムのこだわりを持った商品、パルシステム独自の商品、産直原料使用商品、組合員開発協力商品を伝え広げる取り組みです。

【設問7】パルシステムの石けん商品(洗濯用、台所用、浴用、シャンプー、リンス等)についてお答えください

①パルシステムの石けん商品を使ったことがありますか

②パルシステムの石けん商品を使ったことがある方へ、「きっかけ」や「理由」についてお答えください



- ・石けんについては、年代がさがるほど使ったことのない人が多い結果でした。その中でも20・30代で使ったことのある人のきっかけや理由は、他世代に比べて「カタログ」が低く「口コミ」が高い結果でした。

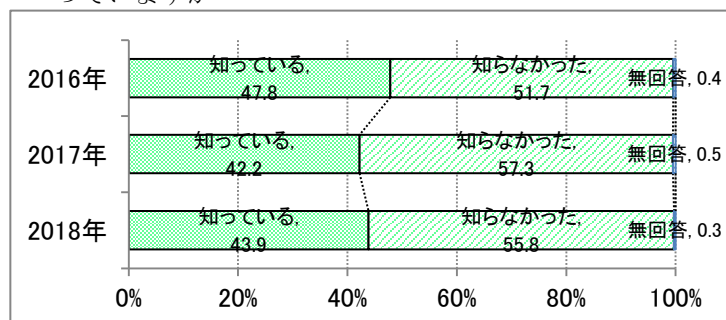
#### <商品に関する回答について>

- ・コア・フードとエコ・チャレンジについては2016年から両商品まとめて今回と同様に質問してきましたが、注文の頻度はほぼ変わらず、「知らない」人の割合が5%上昇しています。パルシステム東京では3年間の重点項目として「コア・フード商品、エコ・チャレンジ商品の理解を深め、利用を広げます」と掲げて取り組んでおり、今回のアンケートでは引き続きの取り組み強化が必要と考えられる結果でした。特に、生鮮食品の利用自体が少なく、価格に対するマイナスイメージの強い若い世代にどのように伝えていくかが課題です。

【設問 8】 パルシステムで始めたサービスについてお答えください

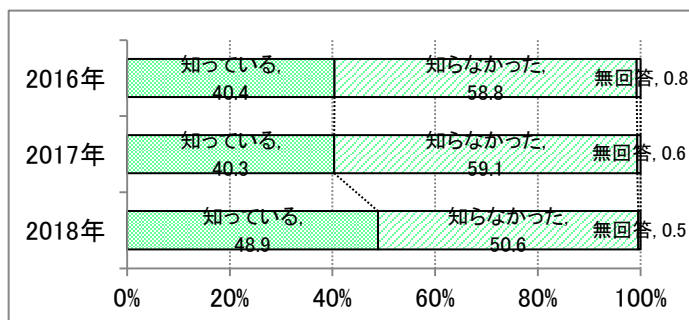
①見守り安心サービス

毎週お届け時に、お伺いした際の基本情報（在宅・不在等）をご指定の連絡受取者へメールでお知らせし、離れて暮らす親族の方に安心を提供する「見守り安心サービス」を知っていますか



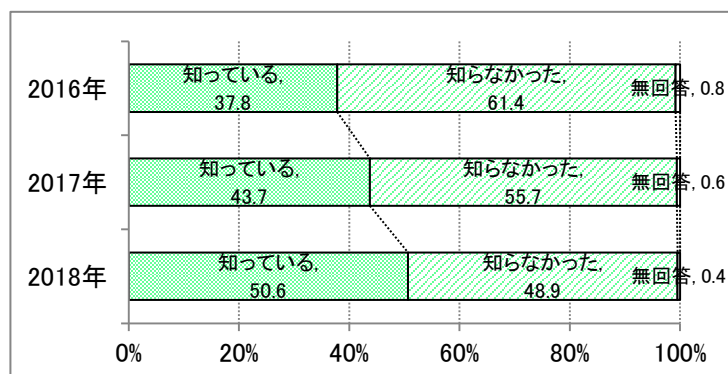
②お届け時間案内サービス

オンラインパルに登録すると当日の配送状況が閲覧できる「お届け時間案内サービス」という機能があるのを知っていますか



③お届け完了お知らせメール

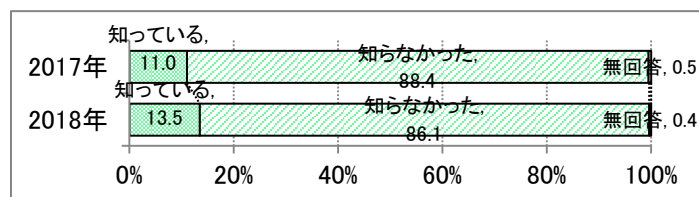
オンラインパルに登録すると商品のお届けが完了した時間にメールでお知らせをする「お届け完了お知らせメールサービス」という機能があるのを知っていますか



④マイスター制度

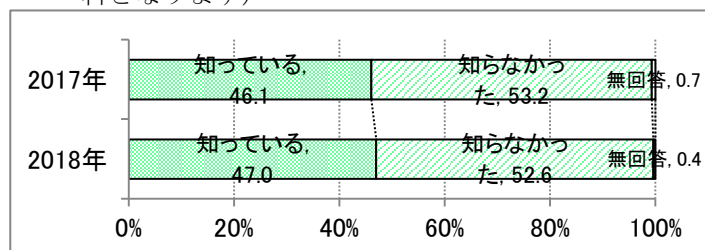
2017年8月より、配送担当や営業・共済担当を対象に「マイスター制度※3」を導入しました。職員（社員）のモチベーションと技術の向上につなげ、退職率を低減させることを目的としていますが、この制度を知っていますか

※3 マイスター制度・・・マイスター制度には4つの種類があり、パルシステムの認証基準を満たした優秀な職員（社員）に認証ピンバッジを贈呈し貰えるものです（胸元のピンバッジが目印）。

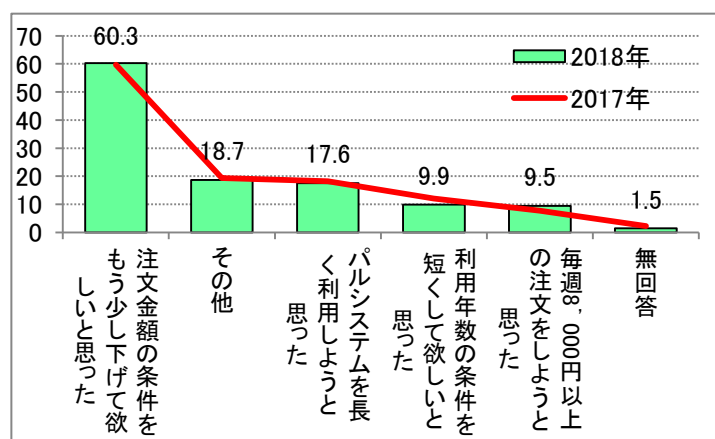


【設問 9】 パルシステム手数料についてお答えください

①パルシステム手数料が 2017 年 11 月より変更となったことを知っていますか。（5 年以上利用している組合員を対象とし、一企画回の注文が税込 8,000 円以上の場合において、パルシステム手数料が無料となります）



②パルシステム手数料の変更についてご意見をお聞かせください（複数回答可）



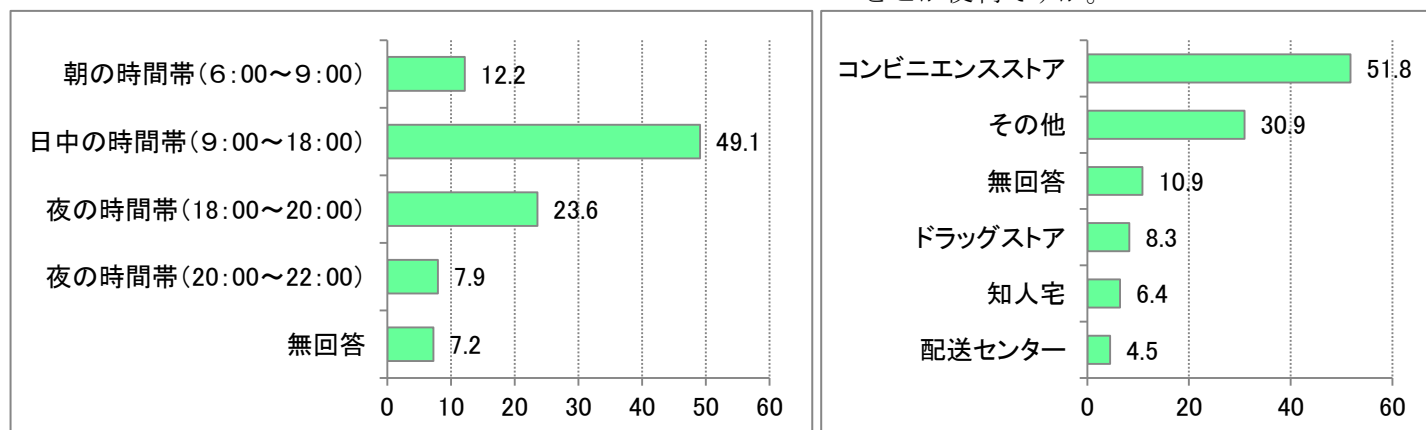
- ・【設問 8】 ①～③は 2016 年から引き続きの質問、④は昨年からの質問です。年々知っている人の割合が少しずつ高くなっており、広報の効果があらわれています。ただし、メールマガジンやオンラインパル注文完了画面からの回答者が約 9 割の中、オンラインパルに関する「お届け時間案内サービス」「お届け完了お知らせメールサービス」の認知度は半数程度にとどまりました。世代別では 20・30 代では「見守り安心サービス」を知らない方が 7 割近く、「お届け完了お知らせメールサービス」を知っている方は 7 割以上、特に 20 代では 8 割の方に認知されていました。
- ・【設問 9】 は昨年に引き続きの設問で、結果もほぼ同様となりました。意見については「注文金額の条件をもう少し下げてほしいと思った」が 1 位で、世代が下がるほど割合が高く 20・30 代では 7 割以上の方が選択していました。



【設問 10】 配達の時間帯と配達場所のご希望についてお答えください

①希望する配達の時間帯はありますか

②自宅以外の場所で商品を受け取れるとしたら、どこが便利ですか。

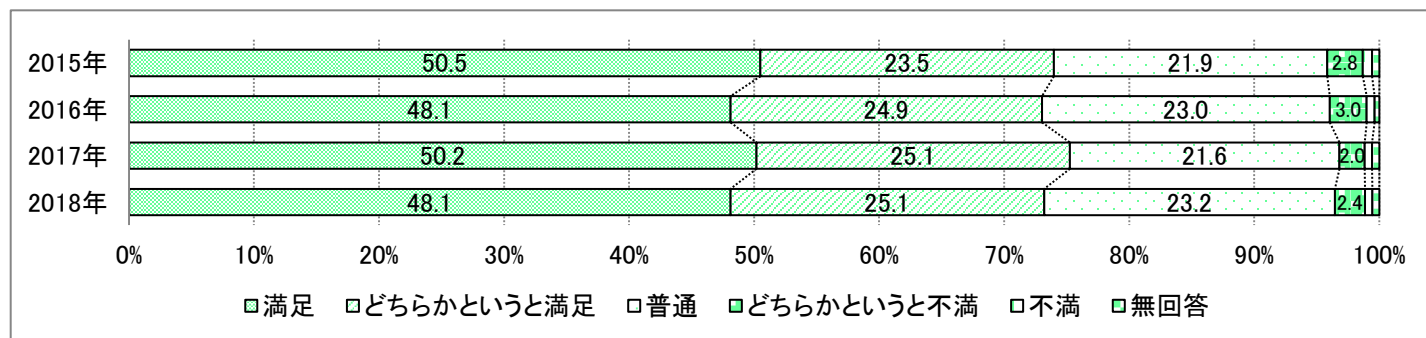


- 希望する配達時間帯は、全体では日中が多くなりましたが、20・30代では夜の時間帯2つが多く、特に「18:00~20:00」は両世代ともに3割を超えていました。
- 配達場所は「コンビニエンスストア」が多く、20代で75%、30代で65%でした。70代以上では「その他」が4割を超えており、自宅での受け取りを希望していると推測されます。
- どちらも、世代による回答の差が大きく出る設問でした。

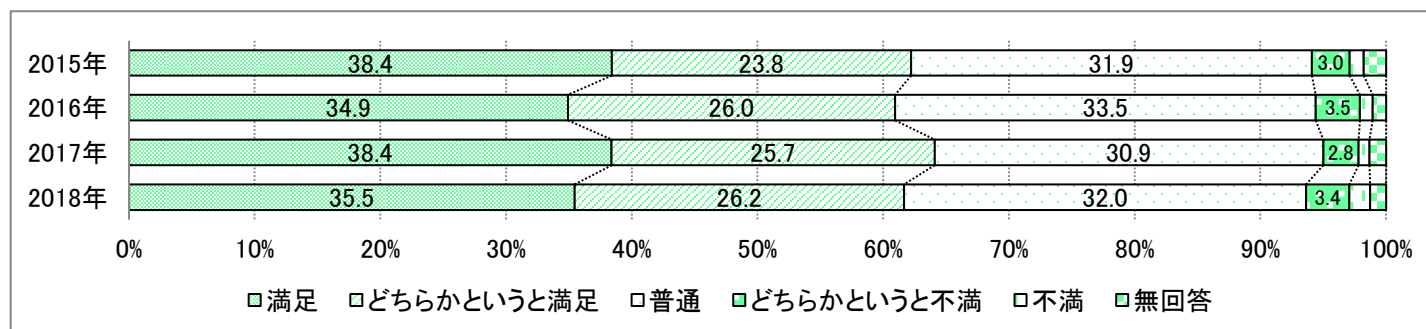
【設問 11】 組合員への接遇向上を目的に「配送担当4つのころえ※4」という行動指針を掲げました。①配送担当、②パルシステム問合せセンターの対応について、満足度をそれぞれお選び下さい

※4 配送担当4つのころえ・・・1. 私たち配送担当が窓口となります 2. 商品を大切にお届けします  
3. 組合員のみなさんとの約束を守ります 4. 地域の配達担当として心配りを大事にします

①配送担当の満足度



②パルシステム問合せセンターの対応満足度

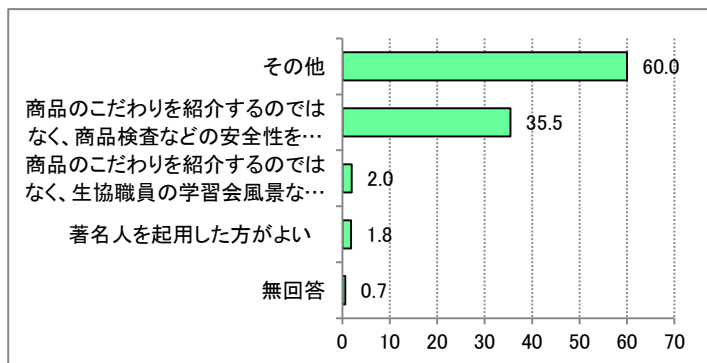
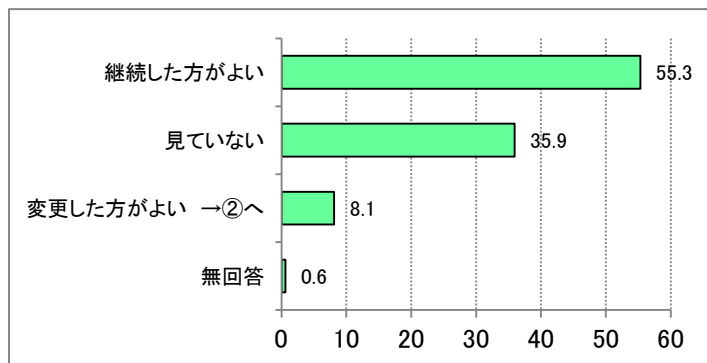


- 2015年から続けている質問で、どの項目も大きな増減はありませんが、問い合わせセンターの方が配送担当より対応満足度がやや低い傾向です。電話の応答率が下がっていることも要因の可能性があります。
- どちらも年代が上がるほど満足度が高く、さがるほど普通や不満が多い傾向でした。

【設問 12】 パルシステムのテレビCMの内容について、お答え下さい

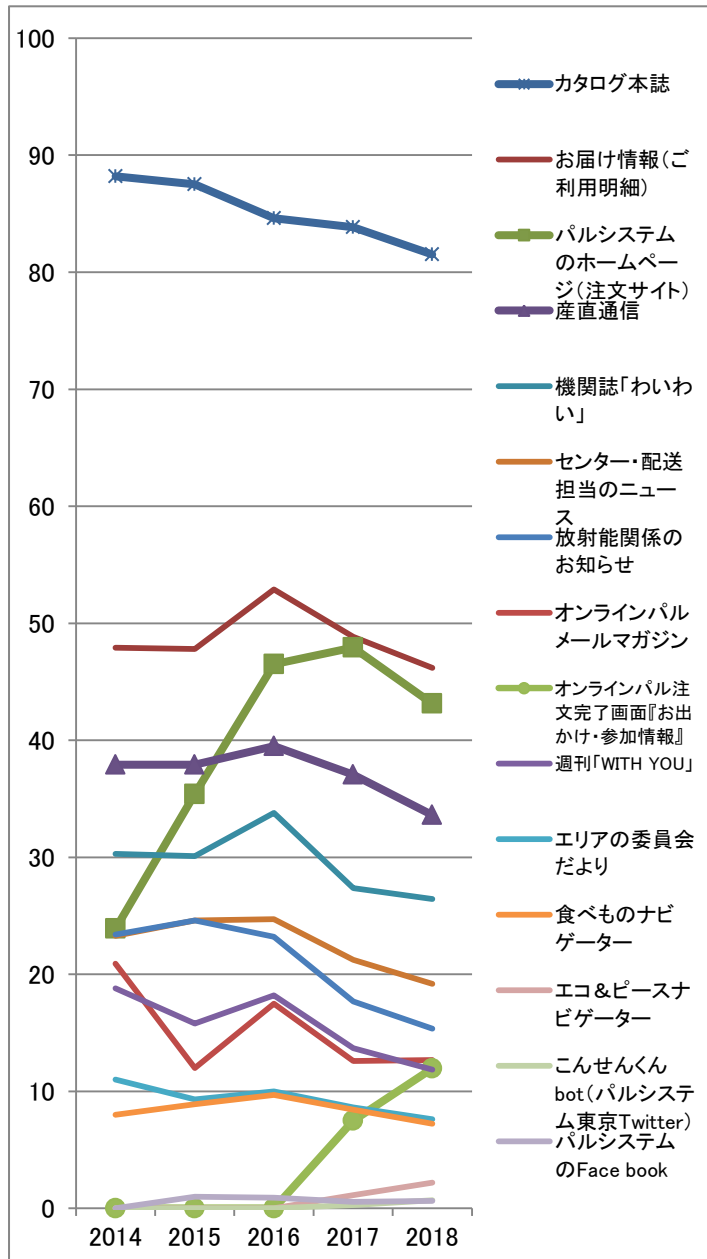
①2018 年度の秋のCMは、仕事や育児、家事を頑張っている女性や夫婦をサポートする日常イメージを描きました。今後も継続した方が良いと思いますか

②変更した方がよいとした方にお聞きします。  
その理由をお答え下さい



・CMの内容は変わりましたが、ご覧になった方からは昨年引き続きおおむね好評の結果です。変更した方がよい理由も昨年と同様に「その他」が多く、多様な要望が含まれている可能性があります。

【設問 13】 配付されるチラシやインターネットなどの情報で、よくご覧になるものは何ですか（複数回答可）



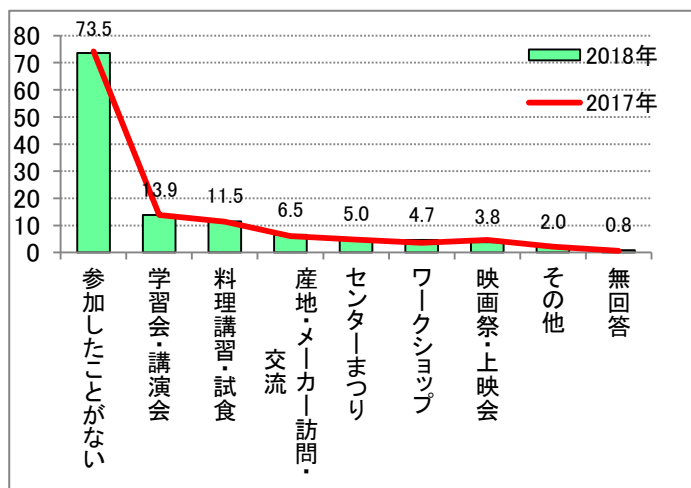
・2014 年からの質問です。カタログ本誌含む紙媒体は全て減少傾向で、ネット完結の人が増加している結果となりました。特に 20・30 代はカタログ本誌で 7 割程度、お届け情報も 3 割程度の閲覧でしたが、かといってネット媒体が他世代より高い閲覧率ということもなく、全ての媒体で全世代中、最も低い結果となっています。

<パルシステム事業に関する回答について>

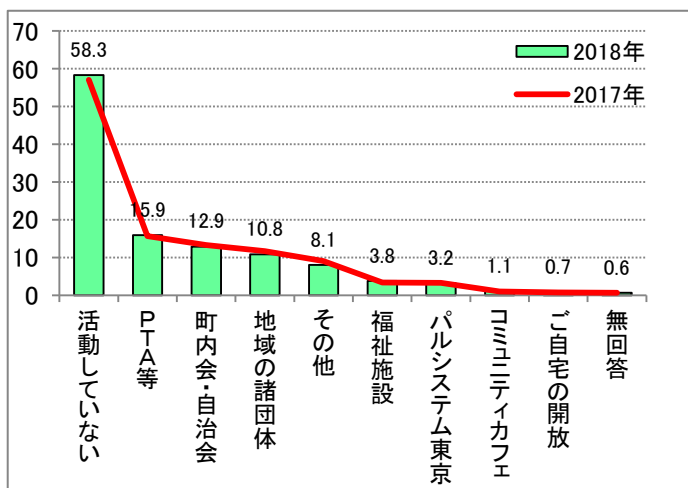
・施策の認知度については微増傾向にありますが、広報媒体（特に紙媒体）の閲覧率が下がる中、パルシステムの取り組みについて認知度を上げ、様々なサービスを利用いただき組合員の満足度をあげるには、紙以外の広報媒体、SNS等の更なる研究が必要と考えられます。

・ライフスタイルの多様化がすすむ中、求められる配達形態も多様化しています。また世代による要望の違いもあり、どこまで組合員のニーズに合わせた事業が展開できるかが今後の課題の1つと考えられます。

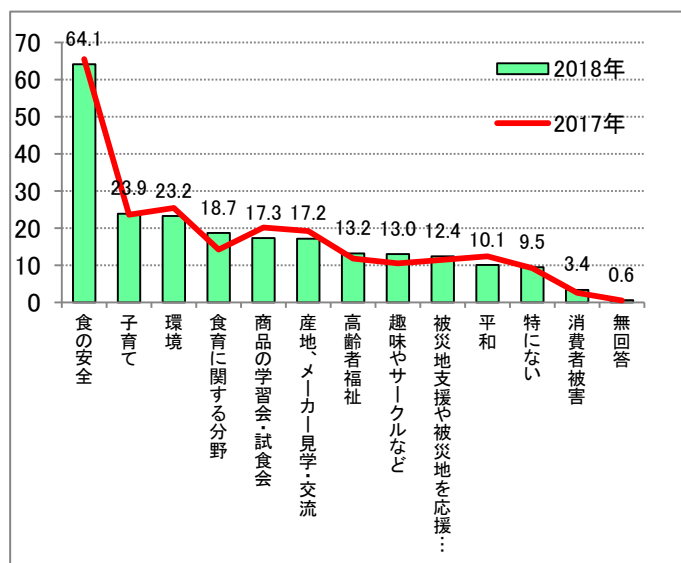
【設問 14】パルシステム東京や組合員が企画した学習会や講演会などに参加された事がありますか（複数回答可）



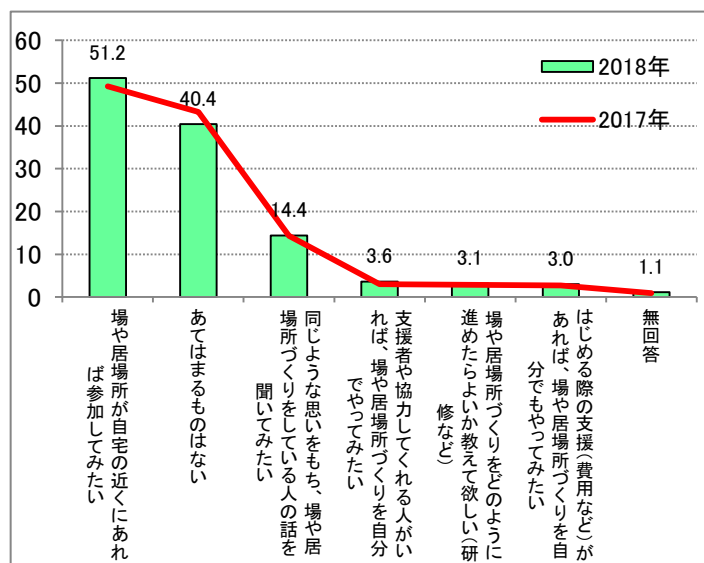
【設問 15】ご自身が地域で活動している場はどんなところですか（複数回答可）



【設問 16】パルシステム東京では、くらしや地域を豊かにしていくさまざまな活動を行っていますが、興味を引かれる分野は何ですか（最大3つまで選択可）



【設問 17】パルシステム東京では、さまざまな立場や多世代の組合員が集える場や居場所を広げていきたいと考えていますが、今後のご自身の関わりとしてあてはまるものをお答え下さい（最大3つまで選択可）



### ＜活動に関する回答について＞

- ・ どの設問も傾向は昨年とほぼ同様となりました。地域で活動していない方が全体で6割近く、特に20代は85%、30代は75%の人が活動していない結果でした。その中でも、「場や居場所が自宅の近くにあれば参加してみたい」は両世代で6割程度の方が選択しており、全世代で最も多く、ニーズに合った居場所づくりができれば地域での活動に参加いただける可能性があります。
- ・ 20・30代で興味を引かれる分野として「子育て」「食育」が高いのは当然ですが、「平和」「環境」「復興支援」については1割以下の回答でした。活動に参加する若い世代を増やすには、回答率の低かった取り組みについての広報をすすめると共に、注力する分野の検討を含め、更なる工夫が求められます。



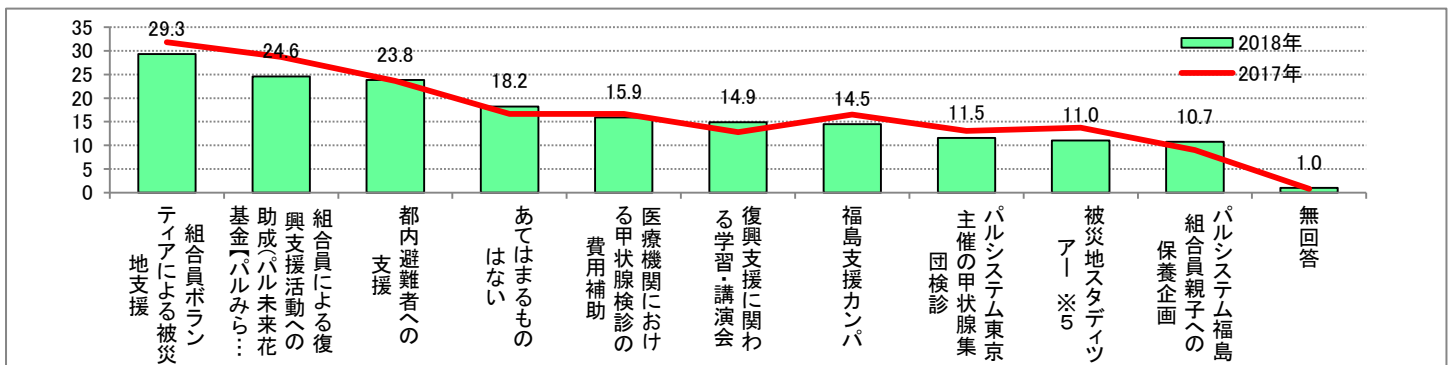
活動内容	2018年 (%)	2017年 (%)
高齢者介護事業に積極的に取り組んでほしい	49.8	49.8
保育園など子育て事業に積極的に取り組んでほしい	47.0	47.0
障がい者への支援に積極的に取り組んでほしい	17.5	17.5
あてはまるものはない	14.5	14.5
事業ではなく、たすけあい活動で取り組むべき	8.8	8.8
福祉事業に取り組むべきではない	1.6	1.6
無回答	0.5	0.5

This bar chart compares the number of staff per facility for different types of facilities in 2017 and 2018. The Y-axis represents the number of staff, ranging from 0 to 40. The X-axis lists the facility types. Green bars represent 2018 data, and a red line with circular markers represents 2017 data.

施設の種類	2018年 (人)	2017年 (人)
特になし	34.7	-
保育園	27.7	-
訪問介護事業（ホームヘルプサービス）	15.5	15.5
通所介護事業（デイサービス）	13.4	13.4
障がい者支援事業	12.6	12.6
短期入所生活介護（ショートステイ）	12.5	9.0
特別養護老人ホーム	11.8	10.0
宅 サービス付き高齢者住宅	11.7	10.0
居宅介護支援（ケアマネジメントサービス）	10.0	10.0
認知症対応型共同生活介護（グループホーム）	7.5	7.5
有料老人ホーム	4.9	4.9
無回答	1.0	1.0

質問内容	2016年 (%)	2017年 (%)
高齢者や子どもの見守り	30.0	29.3
子育て援助	25.6	23.9
交流広場(ミニミニテラスやカフェ)	22.4	20.6
家事援助(同居の家族を含む)	7.7	7.0
あてはまるものはない	6.4	6.1
健康体操や介護予防教室の開催	1.2	0.0
買物の同行(お手伝い含む)	7.7	7.0
通院、銀行などの同行(お手伝い含む)	6.4	6.1
お出かけ/日常的なものではない/同行	6.1	1.2
ベッタのお世話	1.2	0.0
無回答	0.0	0.0

活動のうち、今後も取り組むべき、または取り組  
お答え下さい（最大3つまで選択可）

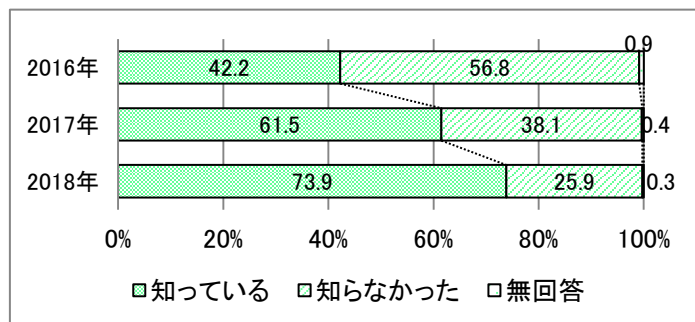


9 ページ

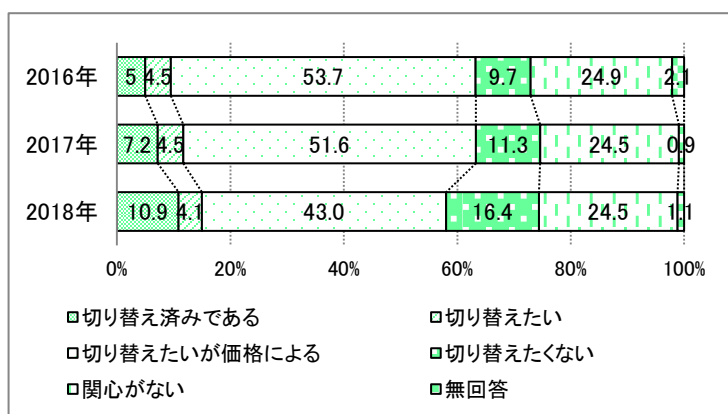
【設問 22】 パルシステムの電力事業について、お答え下さい

①パルシステムが再生可能エネルギー※6を使用した電力事業を始めたことを知っていますか

※6 再生可能エネルギー・・・有限で枯渇の危険性を有する石油・石炭などの化石燃料や原子力と対比して、自然環境の中で繰返し起こる現象から取り出すエネルギーの総称。

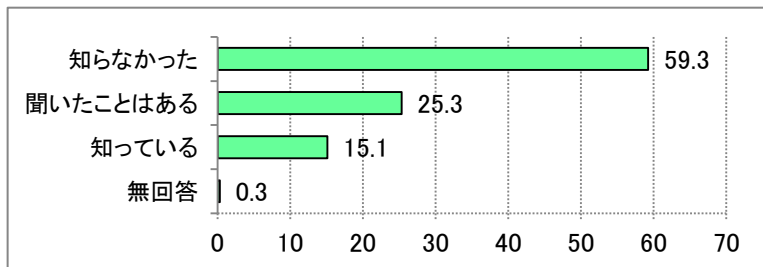


②再生可能エネルギーを使用した新電力に切り替えをしたいと思いますか



【設問 23】 エシカル※7や、SDGs※8についてお答え下さい

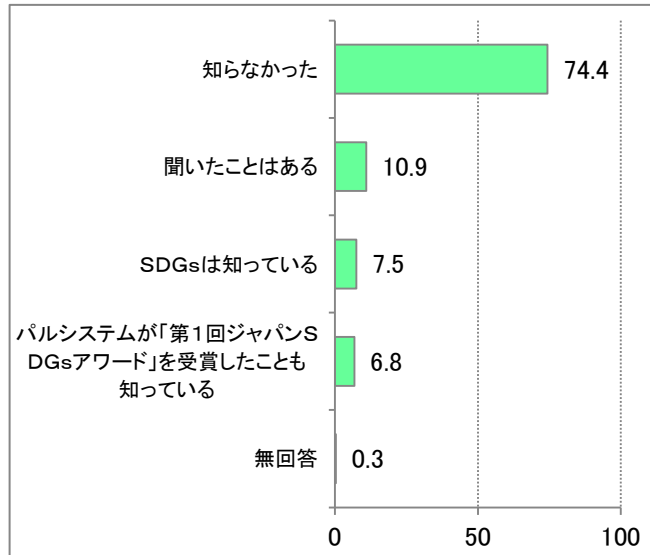
①エシカル（消費）を知っていますか



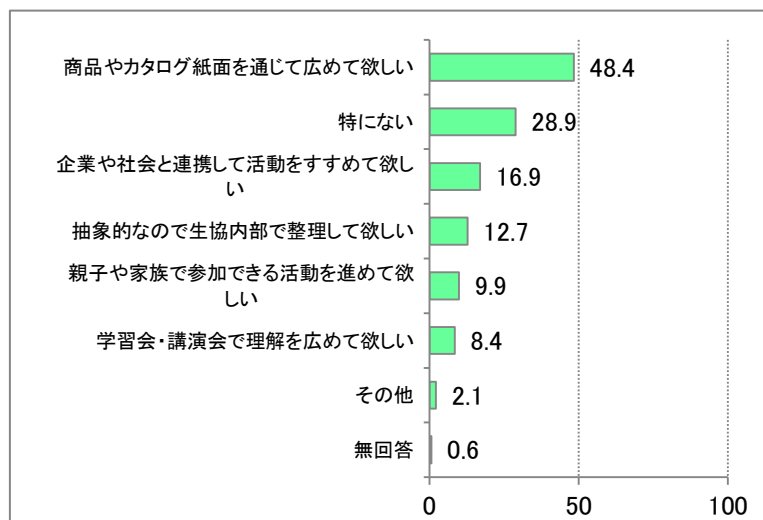
※7 エシカル・・・「倫理的」「道徳的」という意味。パルシステムでは4つの事業（商品供給／共済／保険／総合福祉／電力）すべてにおいて人や環境への配慮、すなわちエシカルであることを基本に考えます。運動や事業を通じて、誰も取り残さない、つながり豊かな地域社会をつくっていくことをめざします。

※8 SDGs・・・2015年9月の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」に記載された2016年から2030年までの国際目標。貧困や飢餓、エネルギー、気候変動など17の目標を定めています。

②パルシステムは昨年「第1回ジャパンSDGsアワード」を受賞しました。SDGsを知っていますか



③SDGsやエシカル（消費）と生協活動との関わり方についてお答えください。



<政策・取り組みに関する回答について>

- ・パルシステム電力の認知度は年々増加しており、チラシの回数を増やしている効果があらわれています。「切り替えたい」「切り替えたいが価格による」という層に向けて引き続きのアピールが必要です。ただし、「切り替えたくない」が微増傾向で、若い世代では「興味がない」が4割近い結果でした。
- ・エシカルやSDGsについてはまだまだ認知度が低く、若い世代ほど関心も低い結果です。

5. おわりに

2011年から行っているアンケートも今回で8回目です。アンケート自体の認知度もあがり、例年回答してくださってる方も増えています。お寄せいただいた声を大切に、次年度以降の方針づくりをすすめます。アンケートにご協力いただいた皆様、ありがとうございました。