Năm tài chính 2025

Danh sách giải thưởng

Khái quát các giải thưởng chính trong năm tài chính 2025 của Coop Sapporo và các công ty liên quan



10 tháng 10 Đơn vị tổ chức: Công ty cổ phần Wis Works



Giải Vàng Internal Communication Awards 2025

"Navi" được đánh giá là bản tin truyền thông nội bộ (internal communication) có độ hoàn thiện cao, nhờ các chương trình giải thưởng có sự tham gia của độc giả, xây dựng nội dung đa dạng, biên tập chỉnh chu và hài hước, biểu đạt phong phú, cùng những bức ảnh truyền tải được tính chân thật giữa nội dung và nhân vật xuất hiện, tất cả tạo nên một bản tin nội bộ thân thuộc.

11 tháng 4 Đơn vị tổ chức: The Japan Food Journal



Giải thưởng Cống hiến Xuất sắc cho Ngành Công nghiệp Thực phẩm lần thứ 58 - Hạng mục Phân phối và Truyền thông

Chủ tịch Hideaki Omi đã cống hiến nhiều năm cho sự phát triển của toàn khu vực, vượt ra ngoài khuôn khổ các hội liên hiệp tiêu dùng. Thành tích của ông được đánh giá cao trong việc xây dựng hệ thống phân phối bền vững, thúc đẩy kinh tế địa phương, và tạo dựng cơ chế kết nối giữa người tiêu dùng với nhà sản xuất.

28 tháng 10 Đơn vị tổ chức: Hokkaido



Năm tài chính 2025
Giải thưởng Khuyến khích Văn hóa Hokkaido (Hokkaido Cultural Encouragement Award)

"Quỹ hỗ trợ nuôi dạy chăm sóc trẻ em Coop" được thành lập từ lợi nhuận thu được trong việc tái chế tài nguyên. Giải thưởng này ghi nhận những đóng góp của Coop trong việc hỗ trợ chăm sóc trẻ em và thúc đẩy văn hóa sách tranh ở Hokkaido thông qua các dự án như "Ehon-ga Todok" và "Ehon Wakuwaku Caravan", dựa trên nguồn quỹ này.

28 tháng 10 Đơn vị tổ chức: Hiệp hội hợp nhất chung Hiệp hội Xúc tiến Nội dung Khu vực Nhật Bản (Japan National Societal Contents Association)



Giải Nhất - Giải thưởng Nội dung Xã hội Khu vực Nhật Bản, hạng mục Tạp chí Doanh nghiệp (Japan Regional Content Awards, Best Corporate Magazine Award)

Tạp chí "Cho-co-tto", với số lượng phát hành 630.000 bản và hơn 110.000 người theo dõi trên mạng xã hội, đã truyền tải một cách toàn diện sức hấp dẫn của "thực phẩm" từ khâu sản xuất đến bàn ăn bằng sức mạnh truyền thông vượt trội. Tạp chí được đánh giá cao như một mô hình mới kết hợp giữa thực tế và kỹ thuật số để quảng bá khu vực.

23 tháng 12 Đơn vị tổ chức: Bộ Đất đai, Hạ tầng, Giao thông và Du lịch



Giải thưởng Đặc biệt của Green Logistics Partnership Conference

Hokkaido Logi Service (công ty liên kết) đã được vinh danh vì những nỗ lực trong việc hiện thực hóa logistics bền vững bằng cách hợp tác với các bên liên quan để giải quyết những thách thức như "Vấn đề Logistics 2024", "Thiếu hụt lao động", "Chi phí tăng cao" và "Giảm thiểu tác động đến môi trường".

COOP CYCL
Coop Tái chế

Hiểu thêm về những nỗ lực của Coop Sapporo nhằm làm phong phú cuộc sống ở Hokkaido. Một nền tảng nhằm "biến việc sống ở Hokkaido trở thành niềm tự hào và niềm hạnh phúc".



SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

Đây là nội dung về [Những mục tiêu phát triển bền vững] được thế giới thông qua hướng đến năm 2030.

SDGs (Những mục tiêu phát triển bền vững, Sustainable Development Goals) là những mục tiêu chung cho thế giới đến năm 2030, đã được tất cả các nước tham gia đồng ý và thông qua tại Hội nghị cấp cao của Liên Hợp Quốc vào tháng 9 năm 2015. Có 17 mục tiêu cụ thể được thiết lập nhằm hiện thực hóa một tương lai trong đó mọi người đều được sống trong một xã hội bền vững, với kinh tế, xã hội và môi trường cùng phát triển hài hòa.

- Thời gian đối tượng báo cáo:
Tóm tắt các hoạt động chính của năm tài chính 2025, đồng thời báo cáo các thông tin bổ sung của năm tài chính trước đó, và các mục tiêu tương lai cũng như các hoạt động liên tục từ năm 2025 và về sau. Ngoài ra, khái quát các dự án tính đến thời điểm hiện tại ngày 20 tháng 3 năm 2026.

- Thời gian phát hành: Tháng 5 năm 2026
Kỳ tiếp theo dự định phát hành vào tháng 5 năm 2027

Về SÁCH SDGs COOP SAPPORO (Chính sách biên tập)

Coop Sapporo đã phát hành ấn phẩm [Báo cáo cống hiến xã hội, môi trường] từ năm 2005. Từ năm 2007, ấn phẩm đã cập nhật thành CSR Report, và chúng tôi đang tiếp tục công bố các thông tin để đáp lại sự quan tâm của các bên liên quan. Hiện tại, nỗ lực triển khai SDGs (Những mục tiêu phát triển bền vững) đang được đẩy nhanh tốc độ trên khắp thế giới để hướng đến mục tiêu năm 2030. Coop Sapporo hướng đến mục tiêu thúc đẩy SDGs tại Hokkaido, nỗ lực giải quyết các vấn đề để thực hiện mục tiêu SDGs bằng các [Dự án] cũng như các [Hoạt động hội viên]. Mặc dù chỉ giới thiệu một phần trong những hoạt động đó, nhưng chúng tôi hy vọng ấn phẩm này sẽ trở thành cơ hội để quý độc giả cùng suy ngẫm về một xã hội bền vững.

- Địa chỉ liên lạc:
Hội Liên hiệp Người Tiêu dùng Coop Sapporo,
Trụ sở Hiệp hội - Bộ phận Quan hệ công chúng
10-1, Hassamu 11-jo, 5-chome, Nishi-ku, Sapporo, Hokkaido 063-8501 Nhật Bản
TEL: 050-1741-5516

- Trang chủ: **https://www.sapporo.coop/**
(Trang chủ về các thông tin liên quan, dự định công bố vào tháng 6 năm 2026)

ミックス
紙 | 責任ある森林管理を支えています
FSC www.fsc.org FSC® C014687

SÁCH VỀ NHỮNG MỤC TIÊU PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

SDGs BOOK

COOP SAPPORO



Tuyển tập 1 Những thành tựu trong 60 năm, và thách thức của năm thứ 61

Cùng đồng hành với người dân trong đời sống hàng ngày

Những thách thức của Dịch vụ giao hàng tận nhà Todok và hoạt động kinh doanh siêu thị

Chặng đường 20 năm của Dịch vụ giao hàng tận nhà Todok

Tăng cường hàng tươi sống ở siêu thị

Tuyển tập 2 Tọa đàm

Nobuo Domae *Thành viên Hội đồng Chuyên gia Coop Sapporo*
&
Hideaki Omi *Chủ tịch và Giám đốc điều hành Coop Sapporo*

Kiến tạo tương lai của Hokkaido thông qua kỹ năng quản trị và nỗ lực hợp tác

2026

Báo cáo hoạt động

Con người với Con người
Con người với Thực phẩm
Con người với Tương lai

Ra mắt dịch vụ "Kiểm định xe Todok" - Chi phí xác định tại thời điểm báo giá

Tổ chức khám sức khỏe lưu động tại Sapporo, Iwamizawa và Kuromatsunai

Thực hiện chương trình "Bữa trưa học đường" ở Rumoi và Oshamambe vào năm 2025

Cung cấp miễn phí "Hộp quà dành cho con đầu lòng (First Child Box)" và "Thức ăn dặm Todok" (Baby Food Todok)

Triển khai dịch vụ mới "Kế hoạch tiết kiệm dầu hỏa" và "Bạn đồng hành tiết kiệm năng lượng" (Dịch vụ tiết kiệm năng lượng thông minh), và các hoạt động khác

- **Báo cáo hoạt động môi trường**
- **Khái quát về Coop Sapporo**
- **Bảng so sánh SDGs**

つなぐ COOP SAPPORO

つなぐ

COOP SAPPORO

Lời nhắn từ Coop Sapporo (Triết lý kinh doanh mới)

Khẩu hiệu của Coop Sapporo

Tsunagu (Kết nối)

Mục tiêu của Coop Sapporo

Xây dựng và thực hiện một hệ thống hỗ trợ lẫn nhau đối với người dân Hokkaido

Triết lý kinh doanh của Coop Sapporo

Biến việc sống ở Hokkaido trở thành niềm tự hào và niềm hạnh phúc

Sứ mệnh của Coop Sapporo

[An tâm] và [Đổi mới]

Quan điểm đối với từng lĩnh vực hoạt động

[Siêu thị] ---------- Xem trọng thực phẩm, là điều cơ bản để duy trì sự sống
[Dịch vụ giao hàng Todok] ---------- Trao nụ cười để nhận lấy nụ cười
[Xe bán hàng lưu động Kakeru] ---------- Mang sự tiện lợi cũng như niềm vui thích mua sắm đến khắp mọi nơi
[Cung cấp thực phẩm cho cộng đồng] ---------- Xem trọng sức khỏe và sự phát triển con người
[Năng lượng] ---------- Thúc đẩy năng lượng tái tạo bền vững và tự chủ ở Hokkaido
[Nhà máy nước] ---------- Gìn giữ nguồn tài nguyên quý giá của Hokkaido
[Bảo hiểm Kyosai] ---------- Chung một tấm lòng giúp đỡ lẫn nhau
[Dịch vụ nhà tang lễ Feriae] ---------- Trở thành một thành viên của gia đình và tiễn đưa một thành viên trong gia đình
[Du lịch] ---------- Làm phong phú thêm những chuyến đi của cuộc đời
[Dự án văn hóa cộng đồng] ---------- Biến niềm vui thích học tập trở thành niềm vui cuộc sống
[Nhà máy thực phẩm] ---------- Chế biến thực phẩm với tâm niệm hướng đến người thưởng thức
[Hậu cần] ---------- Luôn nhớ rằng có những người đang trông chờ chúng ta
[Chương trình khám sức khỏe] ---------- Biến việc khám sức khỏe thành thói quen hàng ngày
[Chăm sóc trẻ em sau giờ học] ---------- Tạo ra một nơi thân thuộc mà trẻ em có thể trở về và cất tiếng "Con về rồi đây!"
[Tuyển dụng người khuyết tật] ---------- Chào đón những đồng nghiệp mang đến những ý tưởng mới
[Tái chế] ---------- Tận dụng nguồn tài nguyên do các hội viên đóng góp để hỗ trợ việc nuôi dạy trẻ em
[Phát triển và xây dựng] ---------- Hỗ trợ các cơ sở hạ tầng phục vụ cuộc sống hàng ngày
[Hoạt động trường học] ---------- Tăng số lượng người nước ngoài yêu thích Hokkaido
[Chính sách khu vực] ---------- Biến các vấn đề khu vực thành vấn đề chung của Coop Sapporo

Những điều Coop Sapporo luôn xem trọng

Cùng chia sẻ　Cùng hỗ trợ　Cùng suy nghĩ　Cùng giúp đỡ
Cùng học hỏi　Cùng giao lưu　Cùng cổ vũ

MỤC LỤC

02 | **Lời nhắn từ Coop Sapporo (Triết lý kinh doanh mới)**
04 | **Coop Sapporo và những cống hiến cho xã hội ~ Thông tin cần biết trước khi đọc cuốn sách này**

Tuyển tập 1 Những thành tựu trong 60 năm, và thách thức của năm thứ 61
Cùng đồng hành với người dân trong đời sống hàng ngày
Những thách thức của Dịch vụ giao hàng tận nhà Todok và hoạt động kinh doanh siêu thị

07 | CASE1 Chặng đường 20 năm của Dịch vụ giao hàng tận nhà Todok
11 | CASE2 Tăng cường hàng tươi sống ở siêu thị

Tuyển tập 2 Tọa đàm
Kiến tạo tương lai của Hokkaido thông qua kỹ năng quản trị và nỗ lực hợp tác

12 | Tọa đàm giữa Ông Nobuo Domae và Ông Hideaki Omi
16 | **Sơ đồ hoạt động kinh doanh của Coop Sapporo**

Báo cáo hoạt động **Con người với Con người**

18 | Học bổng dành cho học sinh trung học có bố/ mẹ đơn thân
18 | Học bổng cho sinh viên đại học: Hỗ trợ 1 triệu yên trong 4 năm
18 | Trợ cấp hoàn trả học bổng cho nhân viên với "Hệ thống hỗ trợ hoàn trả học bổng"
19 | Coop Sapporo cùng với Công ty Reliable quyên tặng văn phòng phẩm cho các cơ sở chăm sóc trẻ em
19 | Triển khai "Kiểm định xe Todok" - Chi phí được xác định ngay thời điểm báo giá
19 | Mở cơ sở thứ 3 về "Dịch vụ tang lễ gia đình của Coop" ở Kushiro
20 | "Quỹ cứu trợ khẩn cấp động đất ở Myanmar" dành cho trẻ em ở các khu vực bị ảnh hưởng bởi thảm họa
20 | Quỹ cứu trợ thảm họa trong vụ cháy lớn ở Saganoseki, thành phố Oita, tỉnh Oita
20 | "Ngân hàng Thực phẩm Todok" - Cung cấp thực phẩm cho các cơ sở chăm sóc trẻ em
20 | "Đoàn xe Thực phẩm Todok" - Lớp học nấu ăn cho trẻ em tại các cơ sở phúc lợi
21 | "Khám sức khỏe lưu động" tại Sapporo, Iwamizawa và Kuromatsunai
21 | Dự án du lịch "Coop Travel" có kế hoạch hợp tác với sinh viên và hội viên Coop
22 | "Tỷ lệ tuyển dụng cho người khuyết tật" vượt hơn 8% nhờ tạo ra môi trường làm việc phù hợp
22 | Tổ chức "Triển lãm nghệ thuật Kubara Dandan Hokkaido 2025"
22 | Thực hiện chuyến tham quan khám phá (backyard tour) cho "Dự án hỗ trợ gấu Bắc cực"
22 | Quyên tặng "Trái cây chưa đạt tiêu chuẩn" cho các vườn thú đang gặp khó khăn về chi phí thức ăn do giá cả tăng cao

Báo cáo hoạt động **Con người với Tương lai**

27 | Suy nghĩ về ô nhiễm đại dương thông qua: "Đại chiến dịch làm sạch biển!"
27 | Làm sạch biển bắt đầu từ những con phố - "Đại chiến dịch làm sạch phố phường!"
27 | Ký kết Thỏa thuận hợp tác toàn diện với Levanga Hokkaido
28 | "Trung tâm sinh thái Eco Center" với 100% lợi nhuận được quyên góp cho việc chăm sóc trẻ em
20 | Cung cấp miễn phí "Hộp quà cho đứa con đầu lòng" (First Child Box) và "Thức ăn dặm trẻ em Todok" (Baby Food Todok)
29 | "Sách tranh cho trẻ em" (Ehon-ga Todok) và đoàn xe "Ehon Waku Waku"
29 | "Giải thưởng Sách tranh đọc cùng mọi người" dành cho quyển sách tranh được yêu thích trên toàn quốc
30 | "Chuyến tham quan học tập hòa bình" đến Hiroshima - nơi bị thả bom nguyên tử, dành cho học sinh trung học và phổ thông
30 | Chương trình cho trẻ sau giờ học của Coop - "Todok Kids Club Nopporo", chuyển đến tòa nhà mới
30 | "Quyên tặng vỏ cặp sách randoseru" cho học sinh vào lớp 1 trên khắp Hokkaido
30 | "Todok Station" - Khu vui chơi dành cho cha mẹ và con cái trên khắp Hokkaido
31 | "Túi Rice Resin®" chuyển sang sử dụng gạo nguyên liệu từ thị trấn Higashikawa
31 | "Hội nghiên cứu SDGs" học hỏi từ các thực tiễn mới nhất
31 | Mua hàng để hỗ trợ bù đắp carbon - "Cố vũ vì rừng và biển Hokkaido!"
31 | "Hãy bảo vệ thiên nhiên Kiritappu!" - Quyên góp khi mua các sản phẩm áp dụng chương trình
32 | Tổ chức lễ hội tại Rừng F cho "Dự án rừng tương lai"
32 | Triển khai dịch vụ mới "Kế hoạch tiết kiệm dầu hỏa" và "Bạn đồng hành tiết kiệm năng lượng" ("Dịch vụ tiết kiệm năng lượng thông minh")

Báo cáo hoạt động **Con người với Thực phẩm**

23 | Tổ chức Lễ hội Taberu Taisetsu 2025 (Ẩm thực-điều quý giá) ở 8 khu vực trên Hokkaido
23 | Triển khai chương trình "Bữa trưa học đường" ở Rumoi và Oshamambe vào năm 2025
24 | Tạo ra giá trị mới từ sự liên kết thông qua "Giải thưởng Nông nghiệp Coop Sapporo"
24 | "Nhà hàng trên cánh đồng" - Du lịch xanh xuất phát từ Hokkaido
24 | "Rau xanh địa phương" - Góc bán trực tiếp rau củ quả của địa phương
24 | "Dịch vụ giao cơm tối tận nhà" - Giao những bữa ăn khác nhau mỗi ngày
25 | "Bữa ăn trưa tại hội trường trẻ em" - Mở rộng khu vực để cung cấp bữa trưa trong các kỳ nghỉ hè và nghỉ đông
25 | "Cuộc thi thử thách ẩm thực dành cho học sinh trung học"
25 | "Animadore" - giúp học sinh trung học tìm hiểu về thực phẩm và nông nghiệp
26 | Xe bán hàng lưu động "Omakase-bin Kakeru" - Mang siêu thị đến tận trước cửa nhà bạn!?
26 | "Process economy" - Phát triển sản phẩm cùng với các hội viên

33 | **Nhờ sự ủng hộ của mọi người, năm 2025 Coop Sapporo đã kỷ niệm 60 năm thành lập (Giới thiệu các dự án kỷ niệm)**
34 | **Báo cáo hoạt động môi trường**
36 | **Tổng quan về tổ chức Coop Sapporo**
39 | **Bảng so sánh SDGs**
40 | **Danh sách giải thưởng năm tài chính 2025**

Coop có siêu thị và cả dịch vụ giao hàng có phải không?

Tại sao Coop lại đóng góp nhiều cho xã hội như vậy?

Người dùng được xem là "hội viên", chứ không phải chỉ là "khách hàng" có đúng không?

Coop có khác gì với một công ty thông thường không?

Về bản chất, Coop Sapporo là [một tổ chức tồn tại nhằm đóng góp cho xã hội.]

Hội Liên hiệp Tiêu dùng = Theo đuổi sự tương trợ lẫn nhau

*Tương trợ lẫn nhau là việc các thành viên trong xã hội hoặc tổ chức giúp đỡ lẫn nhau.



Mọi người cùng góp vốn (Tham gia)

Trở thành đồng sở hữu của Hội Liên hiệp

Hội Liên hiệp Tiêu dùng

Biến [mong muốn] của mọi người thành hiện thực

Mọi người cùng vận hành quản lý
- Phát triển sản phẩm
- Cải tiến sản phẩm
- Tổ chức sự kiện
- Hội thảo học tập

- Giao hàng tận nhà
- Các siêu thị
- Bảo hiểm hỗ trợ kyosai
- Phúc lợi và điều dưỡng

Mọi người cùng sử dụng







Hội Liên hiệp được các nhà đầu tư (= hội viên) ghi nhận nhờ "cống hiến cho xã hội".

Từ góc nhìn của người góp vốn "Điều đó có ích cho mọi người như thế nào?"

Cơ chế hoạt động của tổ chức được xây dựng theo cách thức các nhà đầu tư (=hội viên) khi mua sắm ở cửa hàng hoặc sử dụng dịch vụ giao hàng sẽ tạo ra phần thặng dư (lợi nhuận), phần lợi nhuận này được dùng để đóng góp cho xã hội, và thông qua đó được hoàn trả lại cho chính hội viên.

Dành cho những người mới tìm hiểu về Coop Sapporo: xem thêm thông tin ở đây

Để biết thêm về Hội Liên hiệp Người tiêu dùng Coop Sapporo, vui lòng truy cập trang web Liên minh Hợp tác xã Người tiêu dùng Nhật Bản, mục "Hội Liên hiệp là gì?"

Hội Liên hiệp Người tiêu dùng không phải là "Công ty".

[Công ty] là doanh nghiệp hoạt động kinh doanh để [theo đuổi lợi nhuận]. Họ đóng góp bằng cách phân phối lợi nhuận cho cổ đông và thực hiện nghĩa vụ thuế. Cổ đông nhìn vào doanh nghiệp với câu hỏi: "Điều này sẽ mang lại bao nhiêu lợi nhuận cho công ty?" Việc đóng góp cho xã hội chỉ có thể thực hiện trong phạm vi mà không gây áp lực ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh.

Coop Sapporo là Hội Liên hiệp Người tiêu dùng có trụ sở tại Hokkaido

Người góp vốn chính là các hội viên đang sinh sống tại Hokkaido. Coop Sapporo tồn tại nhằm mục đích cải thiện đời sống của người dân Hokkaido.

Chẳng hạn như:

Số lượng hội viên: 2.097.633 người (khoảng 85% trong tổng số 2.470.000 hộ gia đình)
*Thống kê dựa trên điều tra dân số quốc gia năm 2020

Sở hữu hệ thống logistics (hậu cần) riêng (Hokkaido Logi Service)

Dựa trên những thế mạnh này, Coop Sapporo vận hành các hoạt động kinh doanh vì lợi ích của người dân Hokkaido. Phần lợi nhuận thu được sẽ được hoàn trả cho các hội viên, tạo nên một cơ chế đóng góp cho xã hội.







●<Sơ đồ các dự án> Trang 16-17: Danh sách tổng quan về các hoạt động kinh doanh của Coop Sapporo.
●<Tổng quan về tổ chức Coop Sapporo> Trang 36-38: Bao gồm thông tin cơ bản, tình hình hội viên, số lượng và loại hình hoạt động kinh doanh.

Báo cáo hoạt động SDGs BOOK là một ấn phẩm giới thiệu chọn lọc những nỗ lực đóng góp xã hội mà Coop Sapporo đã thực hiện trong năm qua.

Hoạt động này góp phần vào các mục tiêu SDGs nào?

Hoạt động này được triển khai do những thách thức xã hội nào?

Nội dung về thực hiện hoạt động

Dữ liệu cơ sở về mức độ cống hiến và quy mô của hoạt động

Học phí tăng cao là nguyên nhân dẫn đến tỷ lệ sinh giảm và suy giảm dân số ▶▶▶

Hỗ trợ 1 triệu yên trong bốn năm [Học bổng cho sinh viên đại học]

Năm 2017, chúng tôi đã triển khai chương trình "Học bổng dành cho sinh viên đại học", nhằm tạo điều kiện cho nhiều em có hoàn cảnh tài chính gia đình khó khăn phải từ bỏ việc học đại học, được theo đuổi con đường học vấn cao hơn. Sinh viên đại học làm việc tại Coop Sapporo nhận được học bổng không hoàn lại trị giá 250.000 yên mỗi năm, tối đa bốn năm. Tổng số người nhận học bổng đã vượt quá 2.000 người, và tổng số tiền hỗ trợ là hơn 500 triệu yên.



Số em nhận học bổng và số tiền hỗ trợ năm tài chính 2025

289 người/ 72,25 triệu yên

(Tổng cộng đến nay: 2.299 người, 574,75 triệu yên/ từ năm 2017)

Những thành tựu trong 60 năm, và thách thức của năm thứ 61

Cùng đồng hành với người dân trong đời sống hàng ngày

Những thách thức của hoạt động kinh doanh Dịch vụ giao hàng tận nhà Todok và siêu thị

Kể từ khi thành lập, Coop Sapporo luôn lắng nghe tiếng nói của từng hội viên, xây dựng các hoạt động kinh doanh dựa trên những vấn đề địa phương, và tìm kiếm giải pháp cho các vấn đề đó. Tinh thần này vẫn không thay đổi sau 60 năm.
Năm 2026, Dịch vụ giao hàng tận nhà Todok sẽ kỷ niệm 20 năm thành lập.
Trong khi đó hoạt động kinh doanh tại các siêu thị đang phải đối mặt với tình trạng tăng giá chưa từng có.
Chúng tôi sẽ xem xét thận trọng tình hình hiện trạng của hai mảng kinh doanh quan trọng này, và cùng suy nghĩ về hướng đi tương lai.



Hỗ trợ cho chặng cuối trong dịch vụ giao thức ăn ▶▶▶

Hành trình 20 năm của Dịch vụ giao hàng tận nhà Todok

Từ hình thức mua hàng theo nhóm đến Dịch vụ giao hàng tận nhà Todok

20 năm không ngừng phát triển để đáp ứng nhu cầu của người dân

Năm 2026, Hệ thống Giao hàng tận nhà Todok của Coop (Dịch vụ giao hàng tận nhà Todok) sẽ kỷ niệm 20 năm thành lập.

Nguồn gốc của hệ thống này bắt nguồn từ hệ thống mua hàng theo nhóm bắt đầu từ năm 1971. Hình thức các hội viên cùng tạo nhóm và mua hàng hóa tập thể, còn được gọi là "giao hàng theo nhóm". (sau này gọi là mua hàng theo nhóm). Theo thời gian thay đổi, số phụ nữ tham gia lực lượng lao động ngày càng tăng, dẫn đến dịch vụ giao hàng tận nhà ra đời, giúp tiết kiệm công sức thu gom và phân phối hàng hóa. Mặc dù là dịch vụ có thu phí, dịch vụ giao hàng tận nhà đã phát triển vượt bậc so với dịch vụ giao hàng nhóm. Do đó, ngày 16 tháng 10 năm 2006, dịch vụ giao hàng nhóm và giao hàng tận nhà đã được hợp nhất, ra mắt lại với tên gọi Dịch vụ giao hàng tận nhà Todok, với mức phí giao hàng thống nhất.



Khởi nguồn của Dịch vụ giao hàng tận nhà Todok bắt đầu từ việc mua hàng theo nhóm được khởi xướng cách đây 55 năm (ảnh chụp khoảng năm 1976)

Dịch vụ giao hàng tận nhà Todok vừa không ngừng phát triển, vừa luôn lắng nghe thấu đáo những nhu cầu hiện tại cũng như những thách thức mà Hokkaido đang đối mặt. Năm 2008, tại Hội nghị thượng đỉnh Hokkaido Toyako, với nhận thức về môi trường được nâng cao, chúng tôi đã giới thiệu xe tải BDF sử dụng nhiên liệu từ dầu ăn đã qua sử dụng. Từ năm 2009, chúng tôi đã thu gom các nguồn tài nguyên như giấy và bìa carton phế thải bằng cách tận dụng không gian trống trên các chuyến xe tải về. Năm 2011, khi tình trạng cô lập người cao tuổi trở thành một vấn đề xã hội, chúng tôi đã ký kết Hiệp định trông nom Người cao tuổi với thành phố Sapporo. Từ đó, chúng tôi cũng mở rộng liên kết hợp tác với những khu vực khác trên khắp Hokkaido.

Khi các cửa hàng bán lẻ dần rút khỏi khu vực nông thôn, và những khó khăn trong việc mua sắm của người dân trở thành vấn đề nan giải, Dịch vụ giao hàng tận nhà Todok đã đóng vai trò thiết yếu như một "cơ sở hạ tầng thực phẩm", đảm bảo người dân có thể dễ dàng mua sắm thực phẩm bất kể họ sống ở đâu. Có thể nói, hành trình của Dịch vụ giao hàng tận nhà Todok gắn liền với sự thay đổi cuộc sống của người dân Hokkaido.

< Hành trình phát triển của Dịch vụ giao hàng tận nhà Todok >

Năm 1971	Tháng 10	Bắt đầu hình thức mua hàng chung (giao hàng theo nhóm). Ban đầu, việc giao hàng được thực hiện hàng tháng (mỗi tháng một lần)
Năm 1973	Tháng 6	Trung tâm phân phối "Trung tâm mua hàng chung của hợp tác xã tiêu dùng thành phố" ra mắt tại Shiroishi, thành phố Sapporo
Năm 1982		Đưa vào sử dụng phiếu đặt hàng với công nghệ nhận dạng ký tự quang học (OCR)
Năm 1984	Tháng 3	Bỏ việc cung cấp hàng mỗi tháng, và hợp nhất thành cung cấp mỗi tuần. Và được đổi tên thành "Mua hàng chung"
Năm 1997	Tháng 6	Triển khai Dịch vụ giao hàng riêng biệt với tên gọi "Rakuraku Mate Delivery"
Năm 2006	Tháng 10	Ra mắt "Hệ thống giao hàng tận nhà Todok của Coop". Và triển khai giao hàng bắt đầu từ ngày 30 tháng 10
Năm 2008	Tháng 1	Vận hành toàn diện Trung tâm tiếp nhận cuộc gọi giao hàng tận nhà và Trung tâm đặt hàng qua điện thoại
	Tháng 5	Xe tải sử dụng nhiên liệu sinh học (BDF) bắt đầu hoạt động
Năm 2009	Tháng 7	Todok bắt đầu thu gom báo cũ, bìa cứng và khay xốp
Năm 2010	Tháng 9	300 xe Todok BDF cùng diễu hành. Được Sách Kỷ lục Guinness thế giới ghi nhận
Năm 2011	Tháng 2	Ký kết Thỏa thuận hợp tác với thành phố Sapporo về các hoạt động trông nom người cao tuổi
Năm 2012	Tháng 12	Bắt đầu tự thực hiện công việc giao hàng (khu vực Kitami và Kushiro)
Năm 2013	Tháng 10	Ra mắt "Mimamori Todok", cho phép địa điểm của người đặt hàng khác với địa chỉ giao hàng
Năm 2015	Tháng 1	Khai trương Trung tâm cuộc gọi Todok
	Tháng 2	Todok bắt đầu thu gom quần áo và hàng dệt may đã qua sử dụng
	Tháng 5	Vận hành xe giao hàng Todok được trang bị AED
	Tháng 6	Tích hợp điểm tích lũy (point) sử dụng ở siêu thị với Dịch vụ giao hàng tận nhà Todok
	Tháng 10	Khởi động các chuyến thăm của nhân viên hỗ trợ An toàn Todok
		Dịch vụ đặt hàng trực tuyến "e-Todok" bắt đầu hoạt động
Năm 2016	Tháng 4	Triển khai giao hàng miễn phí cho các hộ gia đình có "người từ 65 tuổi trở lên" hoặc "trẻ em dưới 3 tuổi"
	Tháng 5	Ra mắt Todok Station tại trung tâm Sapporo Chuo
	Tháng 5	Ngân hàng Thực phẩm Todok bắt đầu hoạt động
	Tháng 5	Chương trình "Todok Smile Caravan cho 179 khu vực" được triển khai, đoàn xe ghé thăm 179 khu vực ở Hokkaido để bày tỏ lòng biết ơn (đến 15/11)
	Tháng 12	Đưa vào sử dụng thiết bị đầu cuối thông tin giao hàng "PSCI" ở tất cả các trung tâm
Năm 2017	Tháng 5	Dịch vụ giao hàng tận nhà Todok nhận Giải thưởng Khu vực tại "Lễ trao giải Marketing Nhật Bản lần thứ 9"
	Tháng 10	Trạm sinh thái "Todok Eco Station" ra mắt tại khuôn viên Eco Center
	Tháng 10	Tự quản lý hoàn toàn hệ thống hậu cần giao hàng tận nhà
Năm 2018	Tháng 8	Hệ thống kho tự động "AutoStore" được đưa vào sử dụng.
	Tháng 9	Động đất ở khu vực Đông Iburi, Hokkaido, và việc giao hàng được thực hiện trong điều kiện mất điện toàn quốc
	Tháng 11	Ra mắt Thư viện Rừng Tương lai tại "Todok Eco Station 2"
Năm 2019	Tháng 8	Phát hành ứng dụng đặt hàng trên điện thoại thông minh "Todok App"
Năm 2020	Tháng 5	Lượng người sử dụng dịch vụ giao hàng tận nhà tăng hơn 140% so với cùng kỳ năm ngoái do nhu cầu ở nhà tăng cao vì đại dịch COVID-19
	Tháng 11	Trang web đặt hàng trực tuyến "Todok Site" được ra mắt (dịch vụ e-Todok kết thúc vào ngày 19 tháng 12)
Năm 2021	Tháng 11	Cập nhật ứng dụng "Todok App"
Năm 2022	Tháng 3	Todok bắt đầu phân phối các sản phẩm "MUJI"
	Tháng 12	Sách ảnh "Coop Sapporo Fan BOOK" được phát hành
Năm 2023	Tháng 3	Truyện tranh "Nhật ký giao hàng Todok: Gửi trao làn gió nhẹ nhàng" ("Todok Delivery Diary: Delivering the Gentle Breeze") bắt đầu được đăng nhiều kỳ trên tạp chí Cho-co-tto



Masafumi Matsuoka - Trưởng bộ phận Vận hành Dịch vụ Giao hàng tận nhà

Quê quán tại thị trấn Otofuke. Năm 2004, ông gia nhập Coop Tokachi (đơn vị sau đó sáp nhập vào Coop Sapporo năm 2007). Từ đó, ông cống hiến hết mình cho công việc giao hàng tận nhà, tích lũy được 16 năm kinh nghiệm thực tế. Năm 2021, ông trở thành Phó Trưởng bộ phận Vận hành, và đảm nhiệm vị trí hiện tại từ năm 2022. Sở thích của ông là công việc (!?). Phương châm sống của ông là "正範語録 [Seihan Goroku]", được cho là lời của danh tướng Takeda Shingen.

Chúng ta có thể bảo vệ bàn ăn của người dân Dịch vụ giao hàng tận nhà Todok hiện đang chuyện với ông Masato Toyota và ông hành mảng kinh doanh giao hàng tận nhà, về của Todok, khi mà dịch vụ này không ngừng

Dù bạn đang sống ở đâu, chúng tôi đều mong muốn mang đến những nụ cười ấm áp cho bữa ăn gia đình bạn.

Không chỉ đơn thuần là giao hàng, chúng tôi còn là người phụ trách khu vực đó

Hiện tại, Dịch vụ giao hàng tận nhà Todok đang được gần 490.000 hộ gia đình sử dụng. Tại sao nó được sử dụng phổ biến như vậy ạ?

Toyota: Trong bối cảnh các siêu thị và cửa hàng địa phương hoạt động suy giảm, việc tiếp tục cung cấp dịch vụ giống nhau trên khắp Hokkaido, bao gồm cả các hòn đảo xa xôi, vừa là thế mạnh vừa là sứ mệnh của Todok. Điểm khác biệt lớn nhất giữa chúng tôi với các siêu thị trực tuyến cũng như các dịch vụ giao hàng khác là việc giao hàng hàng tuần sẽ do cùng một người phụ trách. Bạn sẽ gặp họ trực tiếp mỗi tuần một lần. Thậm chí bạn có thể gặp họ thường xuyên hơn cả người thân. Chính vì điều này, khoảng cách giữa chúng tôi và khách hàng tự nhiên được rút ngắn lại.



Matsuoka: Lý do hoạt động Trông nom Người cao tuổi của chúng tôi hiệu quả là vì chúng tôi gặp họ mỗi tuần, nhờ đó có thể nhận thấy ngay cả những thay đổi nhỏ nhất.

Toyota: Đó là lý do tại sao chúng tôi gọi người đảm trách là "quản lý khu vực" chứ không phải chỉ là "phụ trách giao hàng". Điều đó nhằm truyền tải ý tưởng rằng họ chịu trách nhiệm cho toàn bộ khu vực, chứ không chỉ riêng việc giao hàng.

Xây dựng một hệ thống cho phép đối thoại ngay cả khi không thể gặp mặt trực tiếp

Có những thay đổi rõ rệt nào trong 20 năm qua không, thưa ông?

Matsuoka: Số lượng hộ gia đình không có người ở nhà đang tăng lên. Hiện tại, tỷ lệ giao hàng không có người nhận là 56%, và con số này đang tăng 2% mỗi năm. Điều này có thể là do sự gia tăng số lượng hộ gia đình có cả vợ và chồng cùng đi làm, và sự phổ biến của hình thức giao hàng không có người nhận trong đại dịch COVID-19. Thế mạnh của Todok là "khả năng kết nối với khách hàng". Việc ngày càng nhiều thành viên mà chúng tôi "không thể gặp mặt" thực sự là một thực tế đáng lo ngại. Do đó, chúng tôi đã cho ra mắt dịch vụ mới có tên gọi "Giao hàng thông minh không cần người nhận" (xem trang 10 để biết thêm chi tiết).

Toyota: Tôi tin rằng xu hướng này là điều tất yếu. Do đó, chúng ta cần một hệ thống cho phép giao tiếp mà không cần gặp mặt trực tiếp. Năm 2025, chúng tôi đã giới thiệu "Sổ tay Liên lạc" (xem chi tiết ở trang 10) cho phép chúng tôi nhận được yêu cầu từ các hội viên thông qua ứng dụng, và năm 2026, chúng tôi dự định bổ sung chức năng gọi điện ra ngoài (outbound) để liên hệ với các hội viên.

Chẳng hạn như sẽ liên lạc như thế nào ạ?

Matsuoka: Điều đó tùy thuộc vào từng trường hợp. Có thể trao đổi thông tin chi tiết, phù hợp với từng cá nhân thông qua ứng dụng, chẳng hạn như "Việc giao hàng sẽ bị chậm trễ do tuyết rơi" hoặc "Sản phẩm này sẽ có giá rất tốt vào tuần sau đấy ạ."

Toyota: Hiện tại, Dịch vụ giao hàng tận nhà Todok chủ yếu được ủng hộ bởi những người ở độ tuổi 60 và 70. Trong khi chúng tôi cần những hội viên này tiếp tục sử dụng dịch vụ, chúng tôi cũng cần thu hút những người dưới 50 tuổi trở thành người yêu thích Todok, nếu không thì mô hình kinh doanh sẽ không bền vững. Đó là lý do tại sao chúng tôi đang tập trung vào hỗ trợ chăm sóc trẻ em.

Quá trình phát triển Ứng dụng Todok

Ứng dụng đặt hàng trên điện thoại thông minh, "Todok App" được ra mắt vào tháng 8 năm 2019. Ban đầu, nó có giao diện đơn giản, người dùng nhập số đơn hàng khi xem danh mục. Sau đó, các tính năng như mua hàng lặp lại và tìm kiếm sản phẩm được thêm vào, và ứng dụng đã phát triển như hình thức hiện tại vào tháng 11 năm 2021. Hiện nay, hơn một nửa số người ở độ tuổi 30 và 50 sử dụng ứng dụng này, cho thấy mức độ phổ biến ổn định của nó. Chúng tôi đang tiếp tục phát triển ứng dụng dựa trên phản hồi của người dùng, nhằm mang lại cảm giác thích thú chẳng hạn như "Khi lật xem danh mục thôi mà tôi đã có thể bắt gặp những sản phẩm bất ngờ."



● Các cột mốc phát triển Ứng dụng Todok

Ngày 15 tháng 8 năm 2019
Phiên bản đầu tiên (ver.1) của ứng dụng Todok được ra mắt
Tháng 10 năm 2019
Thêm tính năng mua hàng lặp lại và tìm kiếm sản phẩm
Tháng 3 năm 2020
Thêm tính năng chẳng hạn như đặt hàng qua danh mục web và thay đổi chuyến định kỳ
Tháng 10 năm 2020
Cải thiện bảo mật với thay đổi phương thức đăng nhập
Ngày 21 tháng 11 năm 2021
Bản cập nhật rộng cho phép sử dụng Thẻ Cho-co-tto

Hokkaido đến mức nào? Đây là câu hỏi mà phải đối mặt. Chúng tôi đã có cuộc trò Masafumi Matsuoka, những người đang điều vị thế hiện tại cũng như kế hoạch tương lai phát triển thay đổi theo thời gian.

Masato Toyota - Tổng Giám đốc Bộ phận Kinh doanh Giao hàng tận nhà

Ông sinh ra tại thành phố Hakodate. Gia nhập Coop Sapporo vào năm 2003. Từ đó, cũng giống như ông Matsuoka, ông đã cống hiến hết mình cho lĩnh vực giao hàng tận nhà. Ông có 15 năm kinh nghiệm thực tế, sau đó giữ chức vụ Trưởng khu vực trong 6 năm. Sau khi đảm nhiệm vị trí Trợ lý Giám đốc Bộ phận Vận hành và Tổng Giám đốc Bộ phận Quản lý vào năm 2024, ông đảm nhận vị trí hiện tại từ tháng 3 năm 2025.



Matsuoka: Năm 2025, chúng tôi đã ra mắt "Thức ăn dặm Todok" (xem chi tiết trang 28) dành cho các hội viên đang nuôi con nhỏ. Chúng tôi cũng tạo ra một hệ thống trong đó các hội viên có tầm ảnh hưởng có thể trở thành "Đại sứ chính thức" (xem chi tiết trang 10), và giới thiệu những cách sử dụng Todok tiện lợi cũng như thông tin sản phẩm từ góc nhìn của hội viên.

Làm cho Todok trở nên tiện lợi hơn nữa nhờ sức mạnh của công nghệ kỹ thuật số và nỗ lực của con người

Ngay cả sau khi đã hoạt động 20 năm, các dịch vụ mới vẫn được ra mắt liên tục.

Toyota: Vẫn còn nhiều điều cần cải thiện. Ví dụ, chúng tôi hiện đang nỗ lực rút ngắn thời gian từ khi đăng ký mới đến khi giao hàng lần đầu. Hiện tại, từ khi đăng ký mới đến khi bắt đầu đặt hàng là một tuần, và lần giao hàng đầu tiên diễn ra hai tuần sau đó. Do không thể đặt hàng ngay lập tức như trên các trang thương mại điện tử thông thường, nên 23% người đăng ký trực tuyến rời bỏ trước khi đặt hàng. Chúng tôi đang cố gắng thay đổi điều này.

Có thể giải quyết bằng cách nào ạ?

Matsuoka: Chúng tôi sẽ sử dụng trí tuệ nhân tạo (AI). Ngay khi đơn đăng ký mới được chấp nhận trên WEB trực tuyến, AI sẽ chỉ định ngày giờ giao hàng và xác nhận "ngày giao hàng" ngay lập tức. Điều này giúp cho hội viên có thể đặt hàng ngay lập tức.

Trí tuệ nhân tạo (AI) thật tuyệt vời.

Matsuoka: Chúng tôi đã và đang nghiên cứu tối ưu hóa những tuyến đường giao hàng bằng trí tuệ nhân tạo (AI) trong nhiều năm nay. Hiện tại, chúng tôi đang tìm hiểu xem có thể tự động hóa việc kiểm tra các thiết bị ghi dữ liệu hành trình lắp đặt trên xe tải giao hàng bằng AI hay không. Trong tương lai, sẽ thật tuyệt nếu nhân viên phụ trách khu vực cũng có thể tự động hóa việc phân loại hàng hóa bên trong thùng xe bằng AI.

Công nghệ kỹ thuật số đang chứng tỏ sự hữu ích không chỉ về mặt tiện lợi mà còn giúp nâng cao hiệu quả công việc.

Matsuoka: Tình trạng thiếu hụt lao động là một thách thức lớn đối với Dịch vụ giao hàng tận nhà Todok. Chúng tôi muốn cải thiện hệ thống lương thưởng cho đội ngũ nhân viên khu vực hiện tại, những người đang làm việc chăm chỉ, và không chỉ nâng cao sự hài lòng trong công việc của họ mà còn mở rộng lực lượng lao động bằng cách tuyển dụng thêm những người lớn tuổi đủ sức khỏe và người nước ngoài.

Xin ông vui lòng chia sẻ cho chúng tôi biết thêm về tương lai của Dịch vụ giao hàng tận nhà Todok.

Toyota: Vâng. Trước tiên, chúng tôi sẽ quay trở lại với sự khởi nguồn, và tập trung vào việc nâng cao sự thu hút của sản phẩm. Chúng tôi sẽ tiếp tục mang đến các sản phẩm chất lượng cao từ Hokkaido cùng với tâm huyết của nhà sản xuất đến các hội viên của mình. Và đồng thời sẽ bổ sung thêm các sản phẩm có giá phải chăng để đảm bảo cuộc sống của các hội viên. Coop sẽ nỗ lực theo đuổi hai mục tiêu này. Hiện tại, có gần 490.000 hộ gia đình sử dụng dịch vụ giao hàng tận nhà, và chúng tôi đang hướng đến mục tiêu 1 triệu hộ gia đình sử dụng.



Matsuoka: Dịch vụ giao hàng tận nhà Todok hoạt động trên toàn tỉnh Hokkaido, nhưng nhu cầu của các hội viên tại Sapporo khác với nhu cầu của các hội viên trên đảo Rebun. Chúng tôi phân tích nhu cầu của từng khu vực và thành phố, và mỗi trung tâm tự xây dựng chiến lược để mở rộng việc sử dụng dịch vụ. Chúng tôi muốn tạo ra một môi trường thuận lợi cho việc này.

Vâng, xin cảm ơn hai ông.

Số người dùng Dịch vụ giao hàng tận nhà Todok

486.567 hộ gia đình
(Tỷ lệ sử dụng 19,6%)

*Tính đến ngày 20 tháng 3 năm 2026, tỷ lệ sử dụng dựa trên tỷ lệ phần trăm người dùng trong tổng số hộ gia đình tại Hokkaido

●Dự án kỷ niệm 20 năm Dịch vụ giao hàng tận nhà Todok (Dự kiến)

- Xe lưu động tri ân khách hàng trên khắp 47 địa phương ở Nhật Bản
- Lắp đặt Máy bán đồ chơi được đặt trong vỏ nhộng (Gashapon) tại các siêu thị và Todok Station
- Thử thách lập kỷ lục Guinness thế giới! Nghệ thuật khảm Todok làm từ giấy origami
- Lễ hội ẩm thực được tổ chức tại Trung tâm giao hàng Todok
- Quà tặng tri ân đặc biệt để kỷ niệm "Ngày Todok (16 tháng 10)"

Những hoạt động nổi bật của Dịch vụ giao hàng tận nhà Todok trong năm tài chính 2025

Nâng cao hiệu quả giao hàng đến những gia đình không có người ở nhà ▸▸▸

Hệ thống [Giao hàng thông minh] được triển khai, cho phép giao hàng tận nơi ngay cả khi không có ai ở nhà

Để nâng cao hiệu quả giao hàng, ngày 1 tháng 6 năm 2025 chúng tôi đã triển khai dịch vụ "Giao hàng thông minh", một hệ thống được phát triển bởi Linough (Tokyo) - công ty chuyên phát triển ứng dụng quản lý bất động sản. Nhân viên giao hàng đã được xác thực có thể mở khóa cửa bằng ứng dụng chuyên dụng và giao hàng đến địa điểm được chỉ định. Dịch vụ đã triển khai tại khu vực giao hàng của Trung tâm Kariki (Higashi-ku, Sapporo). Chúng tôi dự định sẽ dần mở rộng khu vực dịch vụ trong tương lai.



Số gia đình sử dụng và tỷ lệ giao hàng của dịch vụ"Giao hàng thông minh" trong năm tài chính 2025

43 hộ gia đình/ 56%

Mở rộng phạm vi sử dụng đến thế hệ trẻ ▸▸▸

Thể hiện tình yêu với Todok trên mạng xã hội: Ra mắt chương trình [Đại sứ chính thức]

Ngày 20 tháng 5 năm 2025, chúng tôi đã tổ chức lễ ra mắt lần thứ nhất các đại sứ chính thức của Todok, với 18 người được bổ nhiệm. Nhiệm vụ của họ là đăng bài về Dịch vụ giao hàng tận nhà Todok ít nhất ba lần một tháng trên mạng xã hội, blog và YouTube. Họ cũng sẽ tham gia các sự kiện như "Nhà hàng trên cánh đồng" và "Lễ hội Taberu Taisetsu" ("Ẩm thực-điều quý giá"), chia sẻ sự thu hút của Todok từ góc nhìn của các hội viên Coop.



Số lượng bài đăng trong năm tài chính 2025

555 bài đăng (Tương đương chi phí quảng cáo : 25,68 triệu yên)

Tăng cường giao tiếp hai chiều ▸▸▸

Tính năng [Sổ tay Liên lạc] ra đời giúp giải đáp mọi thắc mắc thông qua ứng dụng

Ngày 19 tháng 5 năm 2025, một công cụ giao tiếp mới - "Sổ tay Liên lạc" - đã được thêm vào ứng dụng Todok. Giờ đây, bạn có thể gởi các câu hỏi bất cứ lúc nào, bao gồm câu hỏi về sản phẩm đã nhận, các loại thủ tục khác nhau, và những thắc mắc về siêu thị, điện lực, dầu hỏa, v.v. Một đại diện phụ trách sẽ trả lời ngay sau đó. Bên cạnh đó bạn vẫn có thể tiếp tục sử dụng tổng đài như trước đây.



Số lượng câu hỏi trong năm tài chính 2025

74.380 câu hỏi

Mở rộng sử dụng và nâng cao nhận biết về Todok Station ▸▸▸

Triển khai [Chương trình thu thập tem tại các Todok Station]

Tổ chức "Chương trình thu thập tem" trong một năm bắt đầu từ tháng 4 năm 2025, dành cho tất cả 32 Todok Station trên khắp Hokkaido, bao gồm cả siêu thị và trung tâm giao hàng. Mọi người có thể dễ dàng tham gia và nhận được quà tặng khi thu thập đủ 5 tem. Mục tiêu là khuyến khích việc ghé thăm các Todok Station, tạo sự thân quen với nơi này và cơ hội để tăng cường kết nối giữa các hội viên.



Tổng số lượt tham gia chương trình thu thập tem

1400 lượt

Giá cả tăng cao kéo dài, ý thức tự bảo vệ đời sống ngày càng mạnh mẽ ▸▸▸

Tăng cường hàng hóa tươi sống trong siêu thị

Hướng đến trở thành siêu thị có mức giá phù hợp với ngân sách gia đình bạn

Giá lương thực tăng liên tục làm đẩy hệ số Engel lên mức cao

Ngoài giá nguyên liệu thô toàn cầu tăng vọt, đồng yên suy yếu và chi phí lao động, logistics tăng cao đã làm ảnh hưởng nghiêm trọng đến tình trạng tăng giá lương thực. Theo Bộ Nội vụ và Truyền thông, hệ số Engel (chỉ số thể hiện tỷ lệ chi tiêu lương thực, thực phẩm trong tổng chi phí sinh hoạt) dự kiến sẽ đạt 28,6% vào năm 2025, mức cao nhất trong 44 năm kể từ năm 1981. Trong khi doanh số bán hàng tại các siêu thị giảm giá đang tăng lên do xu hướng tiết kiệm ngày càng tăng, thì hoạt động kinh doanh của các siêu thị Coop Sapporo lại đang gặp khó khăn.



Các loại rau theo mùa được mua trực tiếp tại chợ sẽ được cung cấp luân phiên hàng ngày với mức giá "hai chữ số" (dưới 100 yên), chẳng hạn như cải bó xôi với giá 99 yên

Học hỏi từ các siêu thị ở Honshu – Chuyển hướng thành siêu thị tăng cường hàng tươi sống

Coop Sapporo từ lâu đã luôn chú trọng "quầy thực phẩm tươi ngon" và xem nông sản tươi sống là thế mạnh của mình. Tuy nhiên, theo lời ông Sakai Seiji – Phó Giám đốc Bộ phận vận hành siêu thị, những năm gần đây, ngày càng nhiều ý kiến từ hội viên cho rằng "giá cả quá cao". Vì vậy, chúng tôi đã đi khảo sát các siêu thị ở Honshu và nhận ra rằng vấn đề không chỉ đơn giản là giảm giá, mà "điều quan trọng là phải quay trở về với giá trị cốt lõi của các quầy rau, quầy cá, quầy thịt". Chúng tôi đã quyết định tăng cường cung cấp nông sản tươi sống cho các siêu thị và thành lập nhóm phụ trách cải tiến nông sản tươi sống.

Phát huy tính chuyên môn – Mang lại những giá trị vượt trội hơn mặt giá cả

Mô hình của các siêu thị là "tận dụng tối đa thế mạnh về hàng nông sản tươi sống và mang lại những giá trị vượt trội hơn mặt giá cả". Chúng tôi có hai chính sách. Thứ nhất là "cung cấp sản phẩm tươi sống với giá cả hợp lý bằng cách tối ưu hóa khâu thu mua và cung ứng". Thứ hai là "cung cấp những sản phẩm đặc sản của siêu thị chuyên doanh khiến bất kỳ khách hàng nào cũng hài lòng". Chẳng hạn, chúng tôi thu mua rau củ và cá "tươi ngon nhất trong ngày" từ các chợ và trưng bày chúng với số lượng lớn với giá cả phải chăng. Ngoài ra chúng tôi cũng bán các món thủ công như "Toyohiko" hay "món cá chiên ở tiệm cá", hướng đến mục tiêu trở thành "cửa hàng đáp ứng kỳ vọng của những người yêu thích ẩm thực."

Chúng tôi mua nguyên con bò Wagyu từ trang trại Oono (thị trấn Memuro) - một trang trại từng đoạt Giải thưởng Nông nghiệp.





Ở khu vực đồ ăn chế biến sẵn, siêu thị triển khai các món như "Sandwich kẹp trứng" hay "Sandwich gà rán" với giá 199 yên.

Chúng tôi đặc biệt tập trung vào thịt, cung cấp đùi gà và các phần thịt khác với giá cả phải chăng, đồng thời tăng cường thịt bò Wagyu nguyên con và các món ăn chế biến sẵn như thịt bò nướng, mục tiêu trở thành siêu thị mà mọi người đều muốn ghé thăm. Sáng kiến này đã bắt đầu và thực hiện trong năm tài chính 2026, với kế hoạch triển khai tại 24 cửa hàng, bao gồm cả siêu thị Nijuyonken và siêu thị Socia. Đây không chỉ đơn thuần là việc cung cấp giá rẻ; mà còn nhấn mạnh giá trị song song với giá cả từ góc nhìn của các hội viên, định vị siêu thị như một phiên bản nâng cấp của "quầy thực phẩm tươi ngon" nhằm đáp ứng nhu cầu hiện tại.

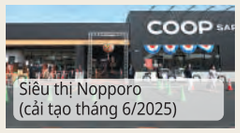
Ý kiến của các hội viên tham gia buổi thử món ăn

●Bình thường tôi ít ăn cá, nhưng món "cá chiên kiểu tiệm cá" với cá hokke rất ngon! Tôi muốn ăn lại lần nữa. ●Món cơm trứng ốp la có cả vị sốt demi-glace và vị ketchup, cả hai đều ngon. Giá dưới 500 yên khiến tôi rất vui ♪ ●Món "tô cơm cá ngừ hoàn chỉnh" sử dụng phần thịt bụng (haramo). Nhiều mỡ, béo ngậy! Vậy mà giá chỉ dưới 1000 yên!? ●Món "Toyohiko" làm từ trái cây tươi, tập trung vào phần kem tươi, tôi cảm thấy hương vị khác biệt hẳn.

Liên hệ ▶
Nhóm phụ trách cải tiến thực phẩm tươi sống

TEL 050・1751・7015
Thứ Hai - Thứ Sáu: 10:00~17:00

■Các siêu thị được khai trương hoặc cải tạo mới trong năm tài chính 2025



Siêu thị Nopporo (cải tạo tháng 6/2025)



Siêu thị Mashike (khai trương tháng 5/2025)



Siêu thị Higashikagura (khai trương tháng 10/2025)



Siêu thị Tottori (khai trương tháng 8/2025)

Tuyển tập 2 Tọa đàm

Kiến tạo tương lai của Hokkaido thông qua kỹ năng quản trị và nỗ lực hợp tác

Trong bối cảnh vật giá leo thang kéo dài, vai trò của Hội Liên hiệp Tiêu dùng trong việc hỗ trợ đời sống người dân đang được định hình lại.

Làm thế nào để Coop vừa duy trì hoạt động kinh doanh, vừa có thể đóng góp cho Hokkaido? Hãy cùng trò chuyện với ông Nobuo Domae, người đã đưa ra khẩu hiệu "phương thức quản trị mới" cho Ryohin Keikaku (công ty mẹ điều hành chuỗi cửa hàng đồ gia dụng và tiêu dùng toàn cầu MUJI), cùng với đó là những suy nghĩ về tương lai của Coop Sapporo.



Hideaki Omi
Chủ tịch và Giám đốc điều hành
Coop Sapporo

Nobuo Domae
Thành viên Hội đồng Chuyên gia
Coop Sapporo

Chúng tôi có điểm tương đồng về triết lý Chủ nghĩa nhân bản công ích (Quản trị lấy con người làm trung tâm)

Thông qua quá trình hợp tác, tôi đã trở thành một Thành viên Hội đồng Chuyên gia

Cơ duyên gặp gỡ của hai ông như thế nào ạ?

Domae: Đó là khi tôi còn giữ chức Giám đốc điều hành tại Ryohin Keikaku. Trong quá trình xem xét mở rộng thương mại điện tử tại Hokkaido, tôi đã quan tâm đến hệ thống Giao hàng tận nhà Todok. Todok xây dựng một mạng lưới logistics đưa thực phẩm đến mọi ngóc ngách ở Hokkaido, năm ngày một tuần. Cấu trúc chi phí của hệ thống này được tạo dựng bởi mối quan hệ tin cậy mạnh mẽ với các hội viên, đến mức họ tin rằng việc để hàng trước cửa cũng không thành vấn đề. Tôi nghĩ đây là một hệ thống tuyệt vời và đã thảo luận xem "Liệu có thể giao cả sản phẩm MUJI cùng với Todok không?", hoặc "Có thể mở cửa hàng MUJI bên cạnh Coop không?"

Tháng 11 năm 2021, MUJI khai trương cửa hàng trên tầng hai của siêu thị Yamahana, và từ tháng 3 năm 2012, các sản phẩm MUJI bắt đầu được giao hàng tận nhà thông qua Dịch vụ giao hàng Todok. Từ tháng 6, ông Domae được bổ nhiệm làm Thành viên Hội đồng Chuyên gia* của Coop Sapporo, hay còn gọi là Thành viên Ban quản trị độc lập.

Omi: Chính tôi là người đã chủ động ngỏ lời hợp tác. Khi theo dõi trực tuyến đại hội cổ đông của Ryohin Keikaku, nghe ông Domae chia sẻ "Từ nay chúng ta sẽ theo đuổi mô hình quản trị dựa trên Chủ nghĩa nhân bản công ích (Quản trị lấy con người làm trung tâm)." Điều đó có nghĩa là các bên liên quan tham gia vào quản trị thông qua việc đầu tư góp vốn và mua hàng, lợi nhuận thu được sẽ được hoàn trả lại dưới dạng cổ tức hoặc chiết khấu. Tôi nghĩ "Đây chẳng phải giống với triết lý kinh doanh của Coop hay sao?" Hơn nữa, ông Domae cũng rất am hiểu về hoạt động kinh doanh quốc tế. Tôi muốn học hỏi kinh nghiệm của ông ấy trong việc quản lý một doanh nghiệp bán lẻ trên quy mô toàn cầu, vì vậy tôi đã liên hệ với ông ấy.

Domae: Đối với tôi, đây cũng là một cơ hội học hỏi rất quý giá, nên tôi đã vui vẻ nhận lời. Vào thời điểm đó, Ryohin Keikaku (MUJI) đang thúc đẩy "khởi nghiệp lần hai", với mục tiêu không chỉ đơn thuần là một doanh nghiệp bán lẻ, mà còn trở thành một phần của cơ sở hạ tầng đời sống địa phương thông qua các sản phẩm thiết yếu. Trong bối cảnh như vậy, tôi nhận thấy Hội Liên hiệp Tiêu dùng có một điểm đặc trưng riêng: các hội viên vừa là khách hàng, vừa là nhà đầu tư góp vốn, và họ gắn bó với tổ chức không chỉ với tư cách người mua hàng, mà còn xem đó như là doanh nghiệp của mình. Ngoài ra, chúng tôi cũng đang triển khai các hoạt động nhằm giúp cho người dân địa phương sinh sống dễ dàng hơn. Tôi cũng muốn làm những điều tương tự như vậy ở Ryohin Keikaku (MUJI), vì vậy tôi nghĩ mình muốn chia sẻ những bài học kinh nghiệm từ Coop Sapporo trên khắp toàn quốc thông qua MUJI.

Quản trị theo Chủ nghĩa nhân bản công ích (Quản trị lấy con người làm trung tâm) nghĩa là: đóng góp cho xã hội = lợi nhuận

Quản trị doanh nghiệp theo Chủ nghĩa nhân bản công ích khác gì so với quản trị một công ty thông thường không ạ?



Domae: Trên thế giới có quan điểm gọi là quản trị theo Chủ nghĩa tư bản tài chính, theo đó công ty được xem như một sản phẩm tài chính, việc đầu tư và lợi nhuận được đặt lên hàng đầu. Ở đó, lợi nhuận là trung tâm, còn doanh nghiệp chỉ là công cụ để tạo ra lợi nhuận. Ngược lại, quản trị theo Chủ nghĩa nhân bản công ích đặt mục tiêu của doanh nghiệp là tối đa hóa giá trị cho xã hội. Ý tưởng của việc này là nếu doanh nghiệp thực hiện những hoạt động có ích cho xã hội, thì lợi nhuận sẽ tự đến sau đó. Ở đây, mỗi nhân viên đều là một nguồn tạo ra giá trị. Giá trị mà từng cá nhân tạo ra sẽ trở thành giá trị của cả tập thể, và khi điều đó đóng góp cho xã hội nó sẽ dẫn đến doanh thu và lợi nhuận. Nếu doanh thu thấp và không có lợi nhuận, chúng tôi tin rằng điều đó có nghĩa là đóng góp của chúng tôi cho xã hội là chưa đủ và các hoạt động chỉ dừng lại ở tính tự phục vụ. Coop Sapporo đóng góp cho xã hội thông qua các hoạt động kinh doanh, và từ những đóng góp cho xã hội đó cũng tạo ra lợi nhuận. Tôi cho rằng đây là một tư duy rất gần với quản trị theo Chủ nghĩa nhân bản công ích.

Omi: Điều khó khăn là, ví dụ trong lĩnh vực bán lẻ thực phẩm, ở Hokkaido cũng có hai đối thủ cạnh tranh lớn. Và thách thức là làm thế nào để cân bằng hoạt động kinh doanh trong khi vẫn tồn tại được trong môi trường cạnh tranh đó. Tóm lại, nếu chúng ta không cung cấp giá trị vượt trội so với giá cả, các hội viên sẽ không cảm nhận được lợi ích gì, và ý nghĩa của sự đoàn kết cũng sẽ mất đi. Chính vì vậy, tôi cho rằng việc tạo sự khác biệt với các doanh nghiệp khác, đồng thời hiện thực hóa những sản phẩm và hoạt động mang lại lợi ích cao cho cộng đồng dựa trên nhu cầu thực sự của các hội viên, là điều vô cùng quan trọng.



Nobuo Domae

Ông sinh năm 1969 tại tỉnh Yamaguchi. Gia nhập McKinsey & Company năm 1993. Gia nhập Fast Retailing năm 1998. Gia nhập Ryohin Keikaku năm 2019. Trở thành Tổng Giám đốc kiêm Thành viên Hội đồng quản trị năm 2021, và Chủ tịch Hội đồng quản trị vào tháng 11 năm 2024 (từ chức tháng 11 năm 2025). Đảm nhiệm vị trí Thành viên Hội đồng Chuyên gia Coop Sapporo từ tháng 6 năm 2022.

Lắng nghe cả những nhu cầu thầm lặng

Năm 2026, chúng tôi tăng cường sản phẩm tươi sống ở các siêu thị nhằm hỗ trợ cho cuộc sống của người dân



Năm 2025 thực sự là một năm mà chúng ta phải đối mặt với "những khó khăn".

Omi: Việc giá cả không ngừng tăng cao từ cuối năm 2022 đã dẫn đến mức chi trả thực tế cho những người nhận lương hưu bị giảm sút, kéo theo xu hướng tiết kiệm ngày càng mạnh mẽ hơn. Đến nửa đầu năm 2025, xu hướng này đặc biệt rõ rệt trong lĩnh vực bán lẻ. Chúng tôi đã bắt đầu các biện pháp phục hồi hoạt động kinh doanh cửa hàng từ nửa cuối năm 2025, và đến tháng 1 năm 2026, nhằm tối đa hóa lợi thế về giá cả, chúng tôi đã triển khai chính sách như rau củ "giá hai chữ số" (giá dưới 100 yên), và doanh số cuối cùng cũng đã phục hồi đến mức tương đương với các đối thủ cạnh tranh. Chúng tôi thực sự cảm nhận rõ rằng các hội viên trở nên vô cùng nhạy cảm với giá cả sản phẩm.

Dựa trên tình hình này, năm tài chính 2026 chúng tôi sẽ tập trung tăng cường mảng hàng hóa tươi sống tại các siêu thị.

Omi: Chúng tôi phải chú ý sát sao không chỉ các đối thủ cạnh tranh mà còn cả xu hướng của các cửa hàng thuốc. Những năm gần đây, các cửa hàng bán thuốc đã tăng cường sự đa dạng các sản phẩm thực phẩm để thu hút nhiều khách hàng hơn, và thu hút khách hàng từ các khu vực lân cận bằng cách tổ chức nhiều chương trình khuyến mãi cạnh tranh. Nếu siêu thị chỉ đơn thuần bày bán thực phẩm chế biến sẵn với giá rẻ, sẽ dẫn đến tình trạng cạnh tranh đồng chất, sự suy thoái của mô hình siêu thị sẽ xảy ra.
Điều quan trọng đối với hội viên chính là chất lượng, sự đa dạng trong danh mục hàng hóa, và giá cả, đặc biệt tập trung vào nhóm hàng tươi sống. Tôi cảm thấy lúc này chúng ta cần phải đối diện một cách nghiêm túc với những gì mà hội viên đang thực sự tìm kiếm. Điều quan trọng là phải nắm bắt chính xác "mức giá thực tế có thể bán ra được" và thiết kế sản phẩm phù hợp với mức giá đó. Đồng thời, để đáp ứng sự gia tăng số lượng hộ gia đình sống một mình, chúng tôi sẽ tiếp tục phát triển dự án thực phẩm chế biến sẵn quy mô lớn đã được triển khai từ năm 2020. Tôi tin rằng điều quan trọng là phải tận dụng thế mạnh riêng của Coop Sapporo trong khâu thu mua và chế biến ngay tại siêu thị để gia tăng giá trị, và tiếp tục theo đuổi mục tiêu trở thành "cửa hàng nơi ngay cả người sống một mình cũng có thể thưởng thức những món ăn ngon".

Domae: Tình hình khó khăn không chỉ riêng đối với Coop Sapporo. Những năm gần đây, các chuỗi siêu thị giảm giá như Lopia và Trial đã đẩy mạnh việc mở rộng tại Hokkaido, gây ảnh hưởng đến các nhà bán lẻ địa phương, bao gồm cả Coop Sapporo. Chính vì vậy, việc củng cố năng lực cốt lõi của chúng ta với tư cách là một siêu thị thực phẩm là vô cùng quan trọng. Ngay cả trong trường hợp không có sự hậu thuẫn từ hội viên, thì việc xây dựng sức mạnh đủ để cạnh tranh và vượt qua đối thủ cũng là điều cấp bách.

Omi: Một ví dụ điển hình là S Group (SOK) của Phần Lan. Đây là hội liên hiệp có quy mô rất lớn, với một nửa dân số là hội viên. Khoảng năm 2014, khi Phần Lan trải qua thời kỳ giá cả tăng vọt, S Group đã triển khai các biện pháp giảm giá, nhờ đó nhận được sự ủng hộ mạnh mẽ từ hội viên và phát triển vượt bậc. Vì vậy, tôi muốn Coop Sapporo trở thành một tổ chức hỗ trợ cuộc sống của người dân Hokkaido, và bằng cách nhận được sự ủng hộ của các hội viên, lượng người sử dụng sẽ tăng lên. Chúng tôi muốn tạo ra một chu kỳ tích cực như vậy.

Hành trình 20 năm của Dịch vụ giao hàng tận nhà Todok, và những giá trị được định hình lại

Năm 2026, Dịch vụ giao hàng tận nhà Todok sẽ kỷ niệm 20 năm thành lập. Ông có thể cho biết vị trí của mảng kinh doanh giao hàng tận nhà trong chiến lược quản trị của Coop Sapporo không?

Omi: Vào thời điểm phá sản năm 1998, mảng kinh doanh cửa hàng của Coop Sapporo thua lỗ nặng, nhưng hoạt động mua hàng chung lúc đó vẫn duy trì lợi nhuận. Trong quá trình tái cấu trúc, song song với việc vực dậy mảng kinh doanh bán lẻ, việc phát triển mảng giao hàng thành trụ cột chính trong kinh doanh là điều cần thiết. Do đó, năm 2006, Coop đã hợp nhất thành một dịch vụ giao hàng tận nhà duy nhất và đổi tên thành "Hệ thống giao hàng tận nhà Todok của Coop." Thế mạnh của Todok nằm ở hiệu quả, có thể giao hơn 10 mặt hàng cùng một lúc, ngay cả khi chỉ giao một lần mỗi tuần. Năm 2018, hệ thống kho tự động "AutoStore" đã được đưa vào sử dụng, giúp mở rộng số lượng mặt hàng từ 4.000 lên 20.000 mặt hàng. Trong đại dịch COVID-19, nhu cầu ở nhà tăng mạnh, dẫn đến số lượng người sử dụng dịch vụ giao hàng cũng tăng lên, qua đó một lần nữa khẳng định giá trị tồn tại của mảng giao hàng.

Còn rất nhiều việc chúng ta có thể làm được

Ông Domae, ông thấy thế mạnh của Todok là gì ạ?

Domae: Thế mạnh của Todok nằm ở sự cân bằng "vừa đủ tiện lợi", việc giao hàng mỗi tuần một lần nhằm giúp tiết kiệm chi phí, nhưng vẫn không khiến khách hàng cảm thấy bất tiện. Hiện nay ngày càng có nhiều dịch vụ giao hàng trong ngày, nơi sách được giao đến chỉ trong vài giờ sau khi bạn nhấn nút. Mặc dù việc nhận hàng nhanh chóng là rất tiện lợi, nhưng không phải tất cả sản phẩm đều cần thiết được giao ngay trong ngày, và việc phải chịu chi phí quá cao cho điều đó là không hợp lý. Hệ thống của Todok nắm bắt chính xác sự cân bằng giữa nhu cầu và chi phí.

Kế hoạch phát triển trong thời gian tới là gì, thưa ông?

Omi: Hiện nay, khoảng 490.000 hộ gia đình sử dụng dịch vụ của chúng tôi, chiếm khoảng 20% tổng số hộ ở Hokkaido. Ở một số khu vực, thị phần thậm chí vượt hơn 40%. Tại các khu vực đang đối mặt với tình trạng giảm dân số và môi trường kinh doanh đầy thách thức, Todok đã trở thành cứu cánh cuối cùng giúp hỗ trợ nhu cầu thực phẩm của người dân, đặc biệt ở các khu vực nông thôn, dịch vụ này vẫn còn nhiều tiềm năng phát triển. Mục tiêu của chúng tôi trong thời gian tới là tiếp tục mở rộng phạm vi khu vực sử dụng dịch vụ.

Để mở rộng phạm vi sử dụng, theo ông Domae, Coop nên tập trung nỗ lực vào đâu?

Domae: Theo tôi có hai điểm cần lưu ý. Thứ nhất là nâng cao tiện ích của công nghệ số. Nhóm khách hàng 50-60 tuổi được dự đoán sẽ có nhu cầu tăng cao trong tương lai, nhưng khả năng tiếp cận công nghệ số thấp, vì vậy cần phải làm cho dịch vụ của chúng ta dễ sử dụng hơn nữa. Thứ hai là tăng cường sức mạnh sản phẩm và năng lực kinh doanh. Khi cơ cấu tuổi của hội viên thay đổi, cần phát triển những sản phẩm "thật sự phù hợp", hợp tác với các nhà sản xuất địa phương và tạo ra những sản phẩm gần gũi với người tiêu dùng địa phương. Đây chính là phong cách tạo sản phẩm đặc trưng của Coop Sapporo.

Omi: Như ông Domae đã chia sẻ trong cuộc họp hội đồng quản trị, chúng tôi muốn tăng cường hệ thống kết nối giữa những nhà sản xuất và nhà máy chế tạo trên Hokkaido, thúc đẩy phát triển sản phẩm, đồng thời xây dựng hệ thống để truyền tải sức hấp dẫn của ngành nông nghiệp – ngư nghiệp – lâm nghiệp địa phương ra bên ngoài Hokkaido, thậm chí ra thị trường quốc tế.

Kết hợp kỹ năng quản trị kinh doanh và các giá trị của hội liên hiệp

Năm 2025, Coop Sapporo đã kỷ niệm 60 năm thành lập. Nếu xem như con người thì đây là cột mốc "hoàn lịch" (mừng 60 tuổi). Ông có thể chia sẻ về triển vọng của Coop trong 10 năm tới và xa hơn nữa không ạ?



Omi: Hiện tại, doanh thu bán hàng tại các siêu thị đạt khoảng 200 tỷ yên, và doanh thu dịch vụ giao hàng tận nhà đạt khoảng 120 tỷ yên. Các công ty liên kết cũng liên tục tăng trưởng doanh thu, đạt gần 90 tỷ yên. Do đó, phương châm hoạt động của chúng tôi trong thời gian tới sẽ là xây dựng "trụ cột thứ ba và thứ tư" từ các công ty liên kết, sau mảng kinh doanh siêu thị và giao hàng tận nhà. Cụ thể, lĩnh vực năng lượng và logistics là những lĩnh vực đầy triển vọng. Ngoài ra, mảng kinh doanh cung cấp suất ăn cũng có tiềm năng rất lớn. Chúng tôi muốn tận dụng cơ sở hạ tầng của mình trong khu vực, đóng vai trò như chức năng thay thế cho chính quyền địa phương, qua đó tăng cường sự đóng góp hơn cho Hokkaido.

Domae: Điều then chốt để đạt được mục tiêu đó chính là đội ngũ nhân viên. Toàn bộ tổ chức cần cùng chia sẻ một khát vọng chung là "làm cho Hokkaido trở nên tốt đẹp hơn", đồng thời mỗi nhân viên đều vẽ ra ước mơ và tầm nhìn riêng của mình, rồi từng bước hiện thực hóa chúng. Nếu Coop Sapporo trở thành một tổ chức như vậy, tôi nghĩ chắc chắn sẽ là một mô hình lý tưởng. Hơn nữa, các hội viên sống tại Hokkaido cũng cần cảm thấy rằng chính họ cũng là một phần cấu thành Coop Sapporo, như những "nhân viên" của tổ chức – để từ đó tự hào tham gia vào vận hành và đồng thời hưởng thụ dịch vụ. Chu trình này sẽ dẫn đến một xã hội đáng sống hơn. Tôi tin rằng đây là hình thức cao nhất của Chủ nghĩa nhân bản công ích. Việc dung hòa giữa năng lực quản trị theo chủ nghĩa tư bản với các nguyên tắc của hội liên hiệp ngày càng trở nên quan trọng.

Omi: Xin cảm ơn ông về cuộc trò chuyện ngày hôm nay. Rất mong tiếp tục nhận được sự giúp đỡ của ông!

Xem video về buổi tọa đàm này ở đây

*Thành viên Hội đồng Chuyên gia: Những thành viên này cung cấp lời khuyên chuyên môn về quản lý Coop Sapporo và đóng vai trò hỗ trợ xây dựng một hệ thống quản trị lành mạnh. Ngoài ông Domae, còn có Giáo sư Akie Iriyama của Trường Kinh doanh Đại học Waseda và bà Chiaki Hayashi, Chủ tịch kiêm Giám đốc điều hành của Công ty cổ phần Q0, cũng là Thành viên Hội đồng Chuyên gia (tính đến tháng 4 năm 2026).

SƠ ĐỒ

Các hoạt động của Coop Sapporo

Coop Sapporo thực hiện các hoạt động [Kết nối] để giải quyết vấn đề trong nhiều lĩnh vực. Dưới đây là sơ đồ các hoạt động chính của chúng tôi và quy mô của chúng.

Số hội viên	2.097.633 người
(Tỷ lệ tổ chức hội viên 84,7%)	
※Dựa trên tổng số 2,47 triệu hộ gia đình ở Hokkaido	
Số tiền góp vốn	87,3 tỷ yên
Tổng doanh thu kinh doanh	315,9 tỷ yên
Doanh thu cửa hàng	191,8 tỷ yên
Kinh doanh giao hàng tận nhà	118,5 tỷ yên
Kinh doanh bảo hiểm Kyosai	2,2 tỷ yên
Kinh doanh khác	3,2 tỷ yên
Lợi nhuận hoạt động	3,3 tỷ yên
Số lượng nhân viên	15.640 người
※Tuyển dụng người khuyết tật	8,41% (887 người)
※Lao động nước ngoài	650 người

Tính đến ngày 20 tháng 3 năm 2026
FY: Fiscal Year (Năm tài chính/ Năm tài khóa)

Todok Station

Không gian cộng đồng trong các trung tâm giao hàng
34 địa điểm trên khắp Hokkaido
(bao gồm 10 địa điểm tại các cửa hàng)
41.950 người dùng trong FY 2025
(Tổng cộng 260.455 người/ từ 2016)

Hộp quà dành cho con đầu lòng (First Child Box) Hộp quà dành cho gia đình có con thứ hai (Coop Child Box)

Phát miễn phí nhằm hỗ trợ chăm sóc trẻ em
11.338 người nhận quà trong FY 2025
(Tổng cộng 92.828 người/ từ tháng 4-2018)
*52% số ca sinh ở Hokkaido vào năm 2025

Trung tâm sinh thái (Eco Center)

Tổng doanh thu kinh doanh:
503.020.000 yên
Thu gom được 33.151 tấn/năm
(Tổng cộng: 545.120 tấn/ từ năm 2008)
Quần áo cũ: 1.142 tấn/năm
Thu gom chai PET: khoảng 5.231.000 chai/năm

Nền tảng (Platform) SDGs

Hội đồng Công nghiệp - Học viện - Chính phủ
Hỗ trợ cho vấn đề môi trường, vấn đề đói nghèo của Hokkaido, v.v.
(Ban thư ký: Coop Sapporo)
Số người tham gia Hội nghiên cứu SDGs lần thứ 11
250 người
(Tổng số 2268 người, 11 lần tổ chức/ từ 2019)

Dự án trồng rừng Vì tương lai Coop

4.908 cây trồng mỗi năm
(Tổng số cây đã trồng: 134.847 cây/ từ 2008)

Coop Partners (Người đồng hành với Coop)

Tỷ lệ việc làm cho người khuyết tật
8,41%
Số người khuyết tật đang làm việc
887 người

Sách tranh cho trẻ em (Ehon-ga Todok)

Phát miễn phí sách tranh
Số hộ gia đình nhận sách trong FY 2025
12.160 hộ
(Tổng cộng: 153.356 hộ/ từ năm 2010)
Số sách được phát trong FY 2025:
84.218 cuốn
(Tổng cộng: 728.505 cuốn/ từ năm 2010)

*Chương trình đoàn xe "Ehon Waku Waku Caravan"
Số trường mẫu giáo được ghé thăm trong FY 2025: 196 trường
Số trẻ em được tiếp cận trong FY 2025
17.254 em
(Tổng cộng: 1.654 trường mẫu giáo, 141.084 trẻ em/ từ năm 2012)

Todok EcoStation

Nơi học tập về môi trường
Số khách tham quan: 2.677 người/năm
*Trong đó có 796 học sinh tiểu học và trung học đến từ 16 trường
Tổng cộng: 14.815 người/ từ năm 2017)

Enecoop (lĩnh vực năng lượng)

Doanh thu: 13,13 tỷ yên
15 văn phòng, 2 nhà máy điện mặt trời quy mô lớn (Obihiro)

Điện lực Todok (lĩnh vực điện)

Doanh thu kinh doanh: 6,331 tỷ yên
Năm tài chính 2025
Số gia đình sử dụng: 43.828 hộ
Số cơ sở doanh nghiệp sử dụng dịch vụ trong FY 2025: 650 đơn vị

Các trường đại học liên kết

- Đại học Kansai
- Đại học Thương mại Otaru
- Đại học Rakuno Gakuen
- Đại học công lập Asahikawa
- Trường Cao đẳng công lập Asahikawa
- Viện Công nghệ Muroran
- Đại học Hokkaido Bunkyo
- Trường Cao đẳng Hakodate
- Đại học Sapporo
- Đại học Hokkaido
- Đại học Hokkai Gakuen
- Đại học Sapporo Gakuin
- Đại học Hokusei Gakuen
- Trường Cao đẳng Hokusei Gakuen

Cửa hàng liên kết

- JA Minenobu (Thành phố Bibai)
- Uocho (Thành phố Hakodate, Thành phố Hokuto, Thị trấn Nanae/ 18 cửa hàng)
- Cocowa (Thị trấn Hokuryu)
- Fresh Mart Shintani (Thị trấn Moseushi)
- Okoppe Mart (Thị trấn Okoppe)

Đại chiến dịch làm sạch phố phường!

Số người tham gia năm 2025:
1023 người
(Tổng cộng: 1553 người/ từ năm 2024)

Liên kết Y tế

Năm tài chính 2025
Số cơ sở kinh doanh tham gia khám sức khỏe
Tổng cộng 222 cơ sở
Tổng số người được khám sức khỏe
10.517 người

Quỹ hỗ trợ thiên tai do hỏa hoạn lớn ở Saganoseki, Tỉnh Oita

Tổng số tiền quyên góp
19.543.585 yên

Quỹ cứu trợ khẩn cấp sau động đất ở Myanmar

Tổng số tiền quyên góp
21.301.335 yên



Hoạt động kết nối

Tạo dựng sự gắn kết và phát

Hoạt động hội viên | Lớp học văn hóa | Dịch vụ tang lễ

Con người với Con người

triển Hội Liên hiệp Tiêu dùng

Hoạt động phúc lợi | Y tế | Du lịch | Tuyển dụng

Hoạt động kết nối Con người với Tương lai

Khả năng phát triển thương mại xã hội

Bảo hiểm Kyosai | Hỗ trợ chăm sóc trẻ em | Năng lượng | Tái chế | Hoạt động môi trường

Thúc đẩy 100% năng lượng tái tạo

Là thành viên thứ 13 tại Nhật Bản gia nhập "RE100", mục tiêu đến năm 2040 hoạt động kinh doanh hoàn toàn bằng năng lượng tái tạo

Có 101 cửa hàng đã chuyển sang sử dụng năng lượng tái tạo

Lượng CO_2 giảm trong năm 2025:
khoảng 55.000 tấn
(Lũy kế từ năm 2021: 302.002 tấn)
Đưa vào Hệ thống điện mặt trời tự cung, tự tiêu
13 GWh trong năm (dự kiến FY 2026)
Dự án PPA năng lượng mặt trời: Đã triển khai tại 5 cơ sở, cung cấp khoảng 441MWh trong năm (dự kiến FY 2026)

Bảo hiểm Kyosai

Doanh thu kinh doanh: 2,27 tỷ yên
Số lượt tham gia: 680.000 lượt

Đại chiến dịch làm sạch biển!

Số người tham gia năm 2025:
13.498 người
(Tổng cộng 46.179 người/ từ 2021)
Số địa điểm tổ chức: 48 địa điểm

Học bổng Coop Sapporo dành cho sinh viên đại học

Hỗ trợ 1 triệu yên trong 4 năm
Số người nhận học bổng trong FY 2025
289 người
(Tổng cộng từ 2017 đến nay: 2.299 người)
Tổng số tiền hỗ trợ trong FY 2025:
72,25 triệu yên
(Tổng số tiền hỗ trợ từ 2017 đến nay:
574,75 triệu yên)

Ngân hàng Thực phẩm Todok (Todok Food Bank)

Số tiền hỗ trợ 96.385.865 yên/năm
(Tổng cộng 625.835.822 yên/ từ 2016)
Đã hỗ trợ cho 22 cơ sở nuôi dưỡng trẻ em, 1 cơ sở hỗ trợ trẻ tự lập, và 5 tổ chức khác

Hoạt động kết nối Con người với Thực phẩm

Khả năng sản xuất thực phẩm

Siêu thị | Sản xuất | Bán hàng lưu động | Giáo dục ẩm thực | Giao hàng tận nhà/ Giao bữa ăn

Các nhà máy sản xuất

Doanh thu hoạt động 21,5 tỷ yên
• Trung tâm chế biến thực phẩm tươi Coop Sapporo (chăn nuôi, thủy sản)
• Công ty Coop Foods Ishikari (Thực phẩm chế biến sẵn), Ebetsu (Thực phẩm hàng ngày),
7 nhà máy giao thức ăn trên khắp Hokkaido
(*Nhà máy mới hoạt động vào FY 2025: Nhà máy Rumoi),
Công ty chuyên phục vụ bữa ăn
• Công ty Sapporo-eki Tachiuri Shokai (Bensai-tei)
• Công ty Thực phẩm Hokkaido Hamanasu (đậu natto)
• Trung tâm bảo tồn tài nguyên nước Taisetsu (nước)
• Công ty Thực phẩm Sakura (kem)
• Công ty Cradle Kounou
(Nhà máy ở Kimobetsu, nhà máy ở Date)
• Công ty Cosmo Japan (chế biến chăn nuôi)
• Công ty Agritech Makkari (chế biến nông sản)

HATAKE Restaurant (Nhà hàng trên cánh đồng)

Kết nối các nhà sản xuất, đầu bếp và hội viên
Chỉ mở cửa một ngày duy nhất. 9.000 yên/người
Số lần tổ chức trong FY 2025: 15 lần
(Tổng cộng: 281 lần/ từ năm 2010)
Số người tham gia trong FY 2025:
636 người
(Tổng cộng: 10.205 người/ từ năm 2010)

Hiệp định Trông nom Người cao tuổi

Ký kết với 176 khu vực (trong tổng số 179 khu vực ở Hokkaido)
Số vụ xử lý trong FY 2025
149 trường hợp
(Tổng số đến nay:
1991 trường hợp/ từ năm 2010))

Lớp học Văn hóa, Phòng học Cho thuê, Hội thưởng lãm Văn hóa

17 lớp học văn hóa/ 3 phòng thực hành nấu ăn
33 phòng học cho thuê/ 635 hội viên tham gia hội thưởng lãm văn hóa
Doanh thu kinh doanh
465,5 triệu yên
Số học viên tham gia các khóa học thường xuyên trong FY 2025: 7.566 người

Dịch vụ Tang lễ Coop

43 nhà tang lễ trên khắp Hokkaido
Doanh thu FY 2025: 447.420.000 yên
Số tang lễ tổ chức 4000 đám
(Tổng cộng 12.040 đám tang/ từ 7-2022)

Xe bán hàng lưu động [Omakase-bin Kakeru]

137 khu vực, 61 cửa hàng,
97 phương tiện đang hoạt động
Doanh thu 2,24 tỷ yên

Giao hàng tận nhà Todok

Số hộ gia đình sử dụng dịch vụ
486.567 hộ
Trung tâm logistics: 52 địa điểm
Doanh thu: 118,5 tỷ yên
Số lượng xe giao hàng: 1.370 xe

Hokkaido Logi Service (ngành Logistics)

Số lượng xe tải 750 xe
(Số lượng xe tải vào Trung tâm Logistics Ebetsu trong một ngày)

Tổ chức lễ hội Taberu Taisetsu (Ẩm thực-điều quý giá)

Sự kiện giáo dục về ẩm thực
Số người tham gia năm 2025
35.924 người
(Tổng số người tham gia đến nay:
384.998 người/ từ năm 2007))

Rau củ địa phương

Tổng giá trị hàng hóa cung cấp trong FY 2025
khoảng 2,8 tỷ yên
Khối lượng bán hàng: 14.424.945 mặt hàng
Số nhà sản xuất đang hoạt động
khoảng 1.000 hộ

Bữa trưa học đường

5 đơn vị thực hiện: Thị trấn Samani, Thị trấn Aibetsu, Làng Shosanbetsu, Thành phố Rumoi, Thị trấn Oshamanbe
Năm tài chính 2025
Số suất ăn trưa phục vụ:
364.984 suất
(Tổng cộng: 645.648 suất/
từ tháng 9/2021 - 25/3/2026)
*Hiện cung cấp khoảng 1.900 suất ăn/ ngày

Dự án Hỗ trợ gấu Bắc cực

Số người tham gia chương trình du lịch trải nghiệm địa phương (backyard tour) (cả cha mẹ và con cái)
Mùa hè 219 người
Mùa đông 120 người

Đoàn xe Thực phẩm Todok (Todok Food Caravan)

Đoàn xe dạy nấu ăn cho các cơ sở nuôi dưỡng trẻ em
Số chuyến đi trong FY 2025:
8 chuyến
(Tổng cộng: 81 chuyến/ từ năm 2016)
Số người tham gia trong FY 2025:
85 người
(Tổng cộng 990 người/ từ năm 2016)

Coop Travel (ngành du lịch)

Doanh thu hàng năm: 2,43 tỷ yên
Số lượng cửa hàng: 5 cửa hàng
(2 cửa hàng ở Sapporo, 1 cửa hàng ở Tomakomai, 1 cửa hàng ở Asahikawa, 1 cửa hàng ở Hakodate)

Siêu thị

110 siêu thị
Doanh thu kinh doanh
191.899.070.000 yên

Coop Trading (Thương mại)

Nhập khẩu, chẳng hạn từ Coop Ý, v.v
Số danh mục sản phẩm 30 loại

Dịch vụ giao thức ăn tối

Số người dùng trong FY 2025
12.550 người
Số bữa ăn cung cấp hàng năm:
2.138.248 suất
Số lượng xe giao hàng: 193 xe

Cho-co-tto

Tạp chí quảng bá của Coop Sapporo
(Tạp chí thông tin về thực phẩm)
Phát hành vào ngày 21 hàng tháng
630.000 bản / tháng

Bữa trưa tại hội trường trẻ em

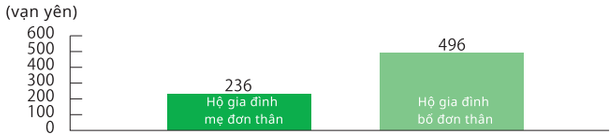
8 thành phố, 3 thị trấn tham gia
Số trung tâm tham gia: 405 cơ sở
Tổng số suất ăn cung cấp:
63.994 suất
(Từ 21/03/2025 đến 20/03/2026)

Cuộc thi Thách thức ẩm thực dành cho học sinh trung học

Cuộc thi với công thức nấu ăn được phát triển từ các nguyên liệu địa phương
Số khu vực tham gia trong FY 2025:
17 khu vực
(Tổng cộng 63 khu vực/ từ năm 2013)
Số trường học tham gia trong FY 2025:
18 trường
(Tổng cộng 73 trường/ từ năm 2013)



■Thu nhập lao động bình quân hằng năm của các hộ gia đình đơn thân



(Theo: Bộ Y tế, Lao động và Phúc lợi Nhật Bản – Kết quả khảo sát toàn quốc về hộ gia đình đơn thân, năm tài chính 2021)

Chia sẻ của các em học sinh đã nhận học bổng

- Em đã được chọn là một trong 10 thí sinh lọt vào vòng chung kết toàn quốc trong cuộc thi hùng biện của Viện Chính phủ và Quản lý Matsushita, và đã có cơ hội góp mặt tại vòng chung kết. (Học sinh lớp 12)
- Em đã được trải nghiệm ở homestay 5 ngày 4 đêm tại thành phố Suwon, Hàn Quốc. Em ngày càng quan tâm đến Hàn Quốc và hiện đang chăm chỉ học tiếng Hàn và tiếng Anh. (Học sinh lớp 11)

Hoàn cảnh kinh tế khó khăn gây ra sự chênh lệch trong giáo dục ▶▶▶

[Học bổng khuyến học] dành cho học sinh trung học phổ thông trong gia đình đơn thân

Hiện có đến một nửa số hộ gia đình đơn thân ở Nhật bản đang sống trong tình trạng nghèo đói, khiến nhiều học sinh buộc phải bỏ học vì lý do tài chính. Trước thực trạng đó, Quỹ Phúc lợi Xã hội Coop Sapporo được thành lập từ năm 1989, đã và đang duy trì suốt hơn 30 năm chương trình Học bổng khuyến học dành cho học sinh trong gia đình đơn thân hoặc có hoàn cảnh khó khăn. Đối tượng được hỗ trợ là học sinh trung học phổ thông, sinh viên cao đẳng và học sinh trường giáo dục đặc biệt thuộc hộ gia đình đơn thân có hoàn cảnh kinh tế khó khăn, được cấp học bổng 10.000 yên/tháng, không hoàn lại và kéo dài 3 năm đến khi tốt nghiệp. Nguồn học bổng từ quyên góp cá nhân, tổ chức và 10% lợi nhuận thông thường của các công ty con Coop Sapporo.

Số em nhận học bổng và số tiền hỗ trợ trong năm tài chính 2025

650 em/ 77,77 triệu yên

(Tổng cộng 5.456 học sinh, 701,45 triệu yên/ từ năm 1989)

Liên hệ ▶ Quỹ Phúc lợi Xã hội Coop Sapporo | TEL 050・1751・6989 Thứ Hai, Thứ Ba, Thứ Năm, Thứ Sáu, 10:00-16:00 (trừ các ngày lễ)

Xem thêm ở đây

Vấn đề hoàn trả học bổng là rào cản trong việc kết hôn và sinh con ▶▶▶

[Chế độ hỗ trợ trả nợ học bổng cho nhân viên] nhằm giúp nhân viên trong việc trả nợ vay sinh viên

Nhằm tạo môi trường làm việc an tâm cho nhân viên mới, năm 2019 chúng tôi đã thành lập "Hệ thống hỗ trợ hoàn trả học bổng cho nhân viên". Đối tượng là nhân viên mới tốt nghiệp đại học hoặc cao học gia nhập Coop. Chúng tôi hỗ trợ một nửa số tiền trả nợ học bổng dưới dạng phụ cấp vào lương hàng tháng . Nếu số tiền trả nợ mỗi tháng từ 20.000 yên trở lên, phần vượt quá 10.000 yên sẽ được hỗ trợ toàn bộ. Khoảng 30% nhân viên mới tốt nghiệp đang sử dụng chế độ này.



※Hình ảnh mang tính chất minh hoạt

Số nhân viên sử dụng chế độ và số tiền hỗ trợ năm tài chính 2025

44 người, 358.064 yên/tháng

(Tổng cộng: 157 người, 37.995.984 yên/ từ năm 2019)

Học phí tăng cao là nguyên nhân khiến tỷ lệ sinh giảm, dân số giảm ▶▶▶

[Học bổng khuyến học cho sinh viên] Trao tặng 1 triệu yên trong 4 năm

Năm 2017, chúng tôi đã triển khai chương trình "Học bổng dành cho sinh viên đại học", nhằm tạo điều kiện cho nhiều em có hoàn cảnh tài chính gia đình khó khăn phải từ bỏ việc học đại học, được theo đuổi con đường học vấn cao hơn. Sinh viên đại học làm việc tại Coop Sapporo nhận được học bổng không hoàn lại trị giá 250.000 yên mỗi năm, tối đa bốn năm. Tổng số người nhận học bổng đã vượt quá 2.000 người, và tổng số tiền hỗ trợ là hơn 500 triệu yên.



Số em nhận học bổng và số tiền hỗ trợ trong năm tài chính 2025

289 em/ 72,25 triệu yên

(Tổng cộng: 2.299 em, 574,75 triệu yên/ từ năm 2017)

Giải quyết nỗi lo về chi phí và những phiền phức khi kiểm định xe ▶▶▶

Ra mắt dịch vụ [Kiểm định xe Todok] với chi phí xác định tại thời điểm báo giá

Việc kiểm định xe thường gây nhiều lo ngại về chi phí cũng như thời gian và sự phiền phức. Ngày 29 tháng 9 năm 2025, Enecoop - công ty liên kết chuyên cung cấp dầu hỏa và dịch vụ thu mua xe phế liệu, đã hợp tác với Công ty Nalnet Communications cho ra mắt dịch vụ kiểm định xe. Điểm nổi bật nhất của dịch vụ này là chi phí được xác định ngay tại thời điểm báo giá. Ngoài ra, còn kèm theo các tiện ích như nhận và giao xe miễn phí, cung cấp xe thay thế, bảo hành bảo dưỡng phụ tùng.



Số hợp đồng thành công và xe phế liệu được thu mua năm tài chính 2025

80 hợp đồng/ 335 chiếc

(Số yêu cầu liên hệ: 840 trường hợp)

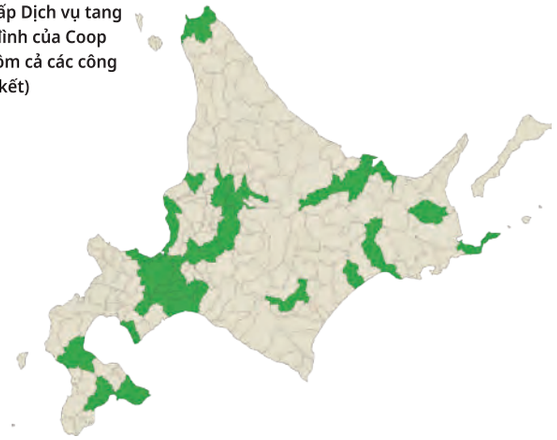
Hỗ trợ cho việc học tập và cuộc sống hàng ngày của trẻ em ▶▶▶

Coop Sapporo cùng Công ty Reliable quyên góp văn phòng phẩm cho các cơ sở chăm sóc trẻ em

Coop Sapporo và Công ty cổ phần Reliable đang cùng tham gia các hoạt động đóng góp xã hội dựa trên Thỏa thuận hợp tác toàn diện. Theo đó, Công ty Reliable đã cung cấp văn phòng phẩm và các mặt hàng lưu niệm không còn bán tại Coach & Four do hết hạn sử dụng, và Coop Sapporo đóng vai trò trung gian để quyên tặng chúng cho các cơ sở chăm sóc trẻ em ở Hokkaido.



■ Những khu vực có cung cấp Dịch vụ tang lễ gia đình của Coop (bao gồm cả các công ty liên kết)



Phản hồi của khách hàng

Từng phần giải thích đều rất rõ ràng, họ cũng nhiệt tình tư vấn về các lựa chọn và số lượng. Chọn Furie quả là một quyết định đúng đắn. Buổi tang lễ đã diễn ra vô cùng trọn vẹn, xin chân thành cảm ơn.



Đảm bảo sự an tâm trong buổi lễ tiễn đưa cuối cùng ▶▶▶

[Dịch vụ tang lễ gia đình của Coop] mở cơ sở thứ 3 ở Kushiro

Đáp ứng yêu cầu của các hội viên, "Dịch vụ tang lễ gia đình Coop" (trước đây là "Furie-sou") đã được triển khai từ năm 1996. Năm 2012, Coop ra mắt "Nhà tang lễ Tsukisamu", và năm 2017 ra mắt "Nhà tang lễ Shinkoto", cả hai đều do Coop trực tiếp quản lý. Đến năm 2021, Coop Sapporo đã hợp tác với "Dịch vụ tang lễ With House" (do Công ty cổ phần Memoru Holdings vận hành), qua đó mở rộng khu vực tổ chức tang lễ đến Sapporo và các vùng lân cận, cũng như Tomakomai, Chitose, Hakodate, Asahikawa, Ebetsu, Kushiro, Kitami và Abashiri. Tháng 11 năm 2025, Coop đã mở nhà tang lễ mới "Dịch vụ tang lễ gia đình Coop With House Kushiro Kitacho", là nhà tang lễ thứ ba tại khu vực Kushiro, nâng tổng số 43 nhà tang lễ của Coop tại Hokkaido.

Số buổi lễ tang thực hiện và số lượng nhà tang lễ trong năm tài chính 2025

4.000 buổi/ 43 nhà tang lễ trên Hokkaido

(Tổng cộng: 12.040 buổi lễ tang/ từ tháng 7 năm 2022)

Liên hệ ▶ Dịch vụ tang lễ gia đình Coop | 0120・617・750 Hỗ trợ 24 giờ

Xem thêm chi tiết ở đây

Hỗ trợ mang lại cuộc sống thường nhật cho người dân càng sớm càng tốt ▶▶▶

[Quyên góp tiền cứu trợ thảm họa do vụ cháy lớn ở Saganoseki, thành phố Oita, tỉnh Oita]

Ngày 18 tháng 11 năm 2025 đã xảy ra một vụ hỏa hoạn lớn tại Saganoseki, thành phố Oita, tỉnh Oita. Do thiệt hại trên diện rộng, chúng tôi đã phát động hoạt động gây quỹ cứu trợ tại tất cả các siêu thị và thông qua Dịch vụ giao hàng tận nhà Todok. Hoạt động gây quỹ hỗ trợ tại các siêu thị bắt đầu từ ngày 25 tháng 12 năm 2025, và thông qua Dịch vụ giao hàng tận nhà Todok từ ngày 12 tháng 1 năm 2026, và kéo dài đến ngày 20 tháng 2 năm 2026. Các khoản quyên góp nhận được từ các hội viên đang được sử dụng để hỗ trợ những người bị ảnh hưởng bởi thảm họa.



Tổng số tiền quyên góp 19.543.585 yên

Quyên góp qua siêu thị/ ứng dụng: 25/12/2025 đến 20/2/2026
Quyên góp qua dịch vụ giao hàng: 12/1/2026 đến 20/2/2026

Hỗ trợ mang lại cuộc sống thường nhật cho người dân càng sớm càng tốt ▶▶▶

[Quỹ hỗ trợ khẩn cấp cho nạn nhân động đất ở Myanmar] - Hướng đến trẻ em ở khu vực bị ảnh hưởng bởi thiên tai

Sau trận động đất ở Myanmar ngày 28 tháng 3 năm 2025, chúng tôi đã phát động chiến dịch gây quỹ khẩn cấp từ ngày 7 tháng 4 đến ngày 31 tháng 5 năm 2025 tại tất cả các siêu thị và thông qua Dịch vụ giao hàng tận nhà Todok, với mục đích hỗ trợ trẻ em bị ảnh hưởng bởi thảm họa. Số tiền quyên góp được sẽ được sử dụng để hỗ trợ trẻ em thông qua Ủy ban UNICEF Nhật Bản với tên gọi "Quỹ hỗ trợ khẩn cấp cho động đất ở Myanmar".



Tổng số tiền quyên góp 21.301.335 yên

Quyên góp qua siêu thị/ ứng dụng: 7/4 đến 31/5/2025
Quyên góp qua dịch vụ giao hàng: 21/4/2025 đến 31/5/2025

Hỗ trợ trẻ em tự lập trong ăn uống ▶▶▶

[Đoàn xe Thực phẩm Todok] Lớp học nấu ăn cho trẻ em tại các cơ sở phúc lợi

Chương trình giáo dục thực phẩm tiến hành tại các cơ sở nuôi dưỡng trẻ em được cung cấp thực phẩm từ "Ngân hàng Thực phẩm Todok". Tại đây, nhân viên của Coop Sapporo sẽ truyền đạt cho các em những kiến thức cơ bản về nấu ăn và niềm vui trong ẩm thực. Trẻ em tại cơ sở nuôi dưỡng sẽ phải rời cơ sở muộn nhất từ năm 22 tuổi và bắt đầu cuộc sống tự lập. Thông qua các buổi thực hành nấu ăn, chương trình giúp khích lệ và hỗ trợ các em trên con đường tự lập.



Số lần thực hiện và số người tham gia năm tài chính 2025

8 lần/ 85 người tham gia

(Tổng cộng 81 lần, 990 người tham gia/ từ năm 2016)

Tận dụng [Thực phẩm Mottainai] ▶▶▶

[Ngân hàng Thực phẩm Todok] Cung cấp thực phẩm cho trẻ em ở các cơ sở nuôi dưỡng

Nhằm giải quyết vấn đề lãng phí thực phẩm, chương trình Ngân hàng Thực phẩm Todok (Todok Food Bank) đã được triển khai vào năm 2016. Chúng tôi cung cấp những thực phẩm được hoàn trả lại thông qua Dịch vụ giao hàng Todok đến cho các cơ sở nuôi dưỡng trẻ em và các cơ sở khác trên Hokkaido. Từ năm 2022, vào tháng Một hàng năm, chúng tôi cung cấp các sản phẩm thực phẩm theo mùa thuộc nhóm "Thực phẩm Mottainai" nhằm tránh lãng phí, và gửi đến cho 22 cơ sở nuôi dưỡng trẻ em, 1 cơ sở hỗ trợ tự lập cho trẻ em, 30 Family home (chăm sóc trẻ em nội trú tại nhà) và 4 tổ chức khác ở Hokkaido.



Giá trị thực phẩm cung cấp trong năm tài chính 2025

96.385.865 yên

(Tổng cộng 625.835.822 yên/ từ năm 2016)



5 khu vực có tỷ lệ khám sức khỏe định kỳ thấp nhất

Hokkaido	46,6%
Wakayama	48,8%
Nagasaki	49,7%
Nara	50,0%
Okinawa	51,2%



5 khu vực có tỷ lệ khám sức khỏe định kỳ cao nhất

Tokyo	72,9%
Yamagata	67,5%
Toyama	63,3%
Miyagi	62,4%
Niigata	62,4%

Tỷ lệ trung bình toàn quốc 57,8%

Nguồn: Bộ Y tế, Lao động và Phúc lợi Nhật Bản –
[Tỷ lệ khám sức khỏe định kỳ theo địa phương năm tài chính 2022]

Những chia sẻ của người tham gia khám

- Trước khi nghỉ hưu, tôi thường khám sức khỏe định kỳ hàng năm tại nơi làm việc, nhưng từ đó đến nay tôi chưa khám lại lần nào. Đây là lần khám lại đầu tiên của tôi sau hai năm rưỡi. (Nam)
- Đây là lần khám sức khỏe đầu tiên của tôi sau 10 năm. Tôi gặp khó khăn khi đi ra ngoài do bị chấn thương lưng, nên đã trì hoãn việc này. (Nữ)

Góp phần duy trì sức khỏe và giảm chi phí y tế ▶▶▶

Triển khai [Khám sức khỏe lưu động] ở Sapporo, Iwamizawa, Kuromatsunai

Hokkaido hiện có tỷ lệ tham gia khám sức khỏe định kỳ thấp nhất cả nước. Với mong muốn đóng góp vào ngành chăm sóc sức khỏe tại Hokkaido, chúng tôi đã thành lập Bộ phận Liên kết Y tế vào năm 2023. Chương trình khám sức khỏe lưu động cho hội viên được triển khai từ năm 2025, chủ yếu tại các siêu thị và trung tâm giao hàng trên khắp Hokkaido. Hiện tại, chúng tôi đã ký hợp đồng với 3 chính quyền địa phương về chương trình khám sức khỏe định kỳ, và đã tiến hành khám sức khỏe tại thành phố Iwamizawa từ tháng 9 năm 2025, tại thị trấn Kuromatsunai từ tháng 11 năm 2025 và tại thành phố Sapporo từ tháng 1 năm 2026. Với hình thức "kết hợp việc đi mua sắm và khám sức khỏe", chúng tôi muốn hướng đến giảm bớt rào cản khi đi khám sức khỏe, đồng thời tiếp tục xây dựng môi trường để mọi người có thể dễ dàng tham gia khám sức khỏe trong tương lai.

Số cơ sở thực hiện khám sức khỏe và tổng số lượt người tham gia trong năm tài chính 2025

222 cơ sở/ 10.517 lượt

Liên hệ ▶ Phòng khám sức khỏe Coop Sapporo (Bộ phận Liên kết Y tế) | TEL 050・1752・2011 | Thứ Hai – Thứ Sáu, 9:00 – 17:00 (trừ ngày lễ) | Email: iryorenkeijigyobu@sapporo.coop | Xem chi tiết







Mang đến những chuyến đi vui vẻ ▶▶▶

Dự án du lịch [Coop Travel] có kế hoạch hợp tác với các sinh viên và hội viên

Với mong muốn "nuôi dưỡng sự quan tâm đến ngành du lịch đối với thế hệ trẻ", công ty liên kết Coop Travel đã tổ chức tour du lịch trong ngày dành cho các em học sinh sinh viên ở Sapporo. Năm 2025, chúng tôi đã tổ chức những chuyến đi như thu hoạch nho tại thị trấn Niki vào tháng 9 và thu hoạch bí ngô tại thành phố Ebetsu vào tháng 10. Để "hiện thực hóa giấc mơ du lịch của hội viên", Coop đã kêu gọi ý tưởng từ hội viên, và từ 45 đề xuất được chọn ra, chúng tôi đã tổ chức "Tour xe buýt trong ngày đến nhà hàng sushi ở cảng Furubira và bảo tàng Tarako" vào tháng 9/2025. Ngoài ra, nhằm khuyến khích hội viên tham gia du lịch nước ngoài, chúng tôi đã triển khai chiến dịch hỗ trợ 50% chi phí làm hộ chiếu cho 100 người đăng ký đầu tiên.

Số tình nguyện viên tham gia chương trình tour trong ngày

34 người (Đại học Quốc tế Sapporo 21 người, Trung học Sapporo Shinyo 13 người)

Số người tham gia tour do hội viên tổ chức

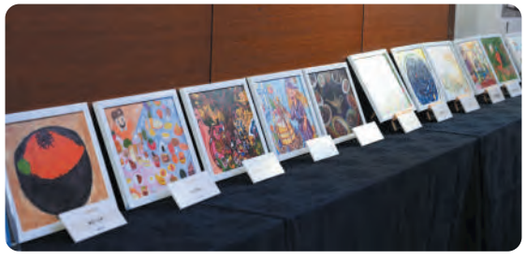
58 người

Xem chi tiết về Coop Travel

Kết nối xã hội với những tài năng đa dạng thông qua nghệ thuật ▶▶▶

Tổ chức [Triển lãm nghệ thuật Kubara Dandan Hokkaido 2025]

"Chúng tôi muốn tạo cơ hội cho người khuyết tật hòa nhập vào xã hội thông qua hội họa". Giải thưởng Coop Sapporo đã được thành lập năm 2025 nhằm hỗ trợ mục tiêu "Dự án Nghệ thuật Kubara Dandan" do Tập đoàn Kubara Honke thực hiện. Tổng cộng 245 tác phẩm, bao gồm cả tác phẩm đoạt giải thưởng lớn và giải thưởng Coop Sapporo, đã được trưng bày trong 4 ngày từ 16 đến 19 tháng 7 năm 2025 tại Phòng trưng bày Thành phố Sapporo.



Số tác phẩm dự thi từ Hokkaido trong năm tài chính 2025 (trong tổng số bài dự thi)

402 bài (trong tổng số 1170 bài)

(Thời gian nộp tác phẩm: 1/7 đến 1/10/2025)

Thúc đẩy xóa bỏ rào cản trong tuyển dụng ▶▶▶

[Tỷ lệ việc làm cho người khuyết tật] vượt hơn 8% nhờ tạo ra môi trường làm việc phù hợp

Chúng tôi đã đạt được tỷ lệ việc làm vượt xa mức 2,5% do chính phủ quy định về việc tuyển dụng người khuyết tật. Bằng cách tận dụng nhiều địa điểm làm việc đa dạng trên khắp Hokkaido, bao gồm các siêu thị, trung tâm giao hàng, trung tâm hậu cần và nhà máy thực phẩm, chúng tôi đang tạo ra một môi trường làm việc an tâm cho người khuyết tật, đáp ứng nguyện vọng "làm việc tại địa phương" và phù hợp với đặc điểm riêng của từng người.



Tỷ lệ tuyển dụng người khuyết tật/ Số người được tuyển dụng

8,41%/ 887 người

*Tính đến tháng 3 năm 2026

Hỗ trợ cho động vật có cuộc sống khỏe mạnh ▶▶▶

Quyên tặng [Trái cây không đạt tiêu chuẩn cho các vườn thú] đang gặp khó khăn về chi phí thức ăn do giá cả tăng cao

Việc giá rau củ quả tăng vọt gần đây đang gây ảnh hưởng nghiêm trọng đến các loài động vật. Hưởng ứng lời kêu gọi của Vườn thú Sapporo Maruyama, từ ngày 15 tháng 7 năm 2025 Coop Sapporo đã bắt đầu chương trình hỗ trợ cung cấp miễn phí các loại trái cây không đạt tiêu chuẩn. Cùng với sự hỗ trợ của Công ty ANA Foods và Công ty Snowple Sapporo, chúng tôi đang cung cấp khoảng 250 kg chuối và 100-150 kg táo mỗi tháng.



Số trái cây không đạt chuẩn được cung cấp trong năm tài chính 2025

Táo: khoảng 6.900kg

Chuối: khoảng 2.500kg, Cam: khoảng 700kg, Nho: khoảng 20kg

Hỗ trợ cho động vật có cuộc sống khỏe mạnh ▶▶▶

Thực hiện chuyến tham quan khám phá cho [Dự án hỗ trợ gấu Bắc cực]

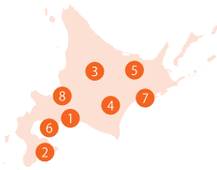
Từ năm 2009, chúng tôi đã thực hiện dự án hỗ trợ loài gấu Bắc cực đang có nguy cơ tuyệt chủng, và quyên góp 2 triệu yên mỗi năm cho 4 vườn thú trên Hokkaido. Tháng 7 - 8 năm 2025 và tháng 1 năm 2026, chúng tôi đã tổ chức chuyến tham quan khám phá (backyard tour) tại các vườn thú như là một phần của lễ kỷ niệm 60 thành lập Coop. Thông qua những chuyến đi này, các em học sinh tiểu học sẽ hiểu sâu hơn về động vật bằng cách tham quan các cơ sở chăm sóc động vật và chuẩn bị thức ăn cho chúng.



Số người tham gia chuyến tham quan khám phá (cha mẹ và con cái)

Mùa hè 219 người
Mùa đông 120 người

(Tổng số người tham gia tại Vườn thú Sapporo Maruyama, Vườn thú Asahikawa Asahiyama, Vườn thú Obihiro và Vườn thú Kushiro)



	Khu vực	Địa điểm	Ngày tổ chức	Số người tham gia
1	Tomakomai	Tomakomai General Gymnasium	30/8	2204người
2	Hakodate	Đại học Hakodate	13/9	2820người
3	Asahikawa	Dohoku Arcs Taisetsu Arena	20/9	5027người
4	Obihiro	Agri Arena (Trung tâm triển lãm chăn nuôi của Liên đoàn Hợp tác xã Nông nghiệp Tokachi)	27/9	3316người
5	Kitami	Sundome Kitami & Sunlife Kitami	27/9	3905người
6	Muroran	Kuribayashi Shokai Arena	18/10	2084người
7	Kushiro	Trung tâm Du lịch & Giao lưu Quốc tế Thành phố Kushiro	15/11	2337người
8	Sapporo	Dome Premist Daiwa House	22/11	14231người

食べる.たいせつ フェスティバル2025





Chia sẻ từ những người tham gia sự kiện

●Mặc dù miễn phí nhưng không khí rất yên tĩnh, tôi cảm thấy rất an toàn và thoải mái khi vui chơi.●Đây là một sự kiện thú vị đến nỗi tôi quên mất thời gian trôi qua. Tôi rất mong chờ được tham gia lần nữa vào năm sau! ●Tôi rất thích xem các gian hàng trưng bày, nếm thử đồ ăn và mua sắm.

Liên hệ ▶ Bộ phận Hoạt động Hội viên Coop Sapporo | Email: csap.katudou@sapporo.coop

Nâng cao sự quan tâm đến giáo dục dinh dưỡng, môi trường và đời sống ▶▶▶

[Lễ hội Taberu Taisetsu (Ẩm thực–điều quý giá) 2025] được tổ chức ở 8 khu vực trên Hokkaido

Sự kiện giáo dục ẩm thực quy mô lớn, miễn phí vào cửa [Lễ hội Taberu Taisetsu 2025] giúp bạn vừa giải trí vừa hiểu về tầm quan trọng của ẩm thực. Bắt đầu từ năm 2007, sự kiện này hiện được tổ chức tại 8 khu vực trên khắp Hokkaido. Sự kiện cung cấp các chương trình trải nghiệm về nhiều chủ đề khác nhau, không chỉ về "ẩm thực" mà còn cả "môi trường" và "đời sống". Ngoài các gian hàng do Coop Sapporo chuẩn bị, còn có sự tham gia của các nhà sản xuất quen thuộc với người dân Hokkaido, các trường học, cũng như gian hàng bán rau củ địa phương, tạo nên một bầu không khí mang đậm màu sắc vùng miền. Đặc biệt, hoạt động "trải nghiệm nghề nghiệp" – nơi trẻ em có thể thử sức với công việc giao hàng hoặc làm thu ngân, rất được yêu thích các năm qua. Năm 2025, sự kiện ngày càng phong phú và hấp dẫn hơn với việc tăng cường các nội dung dành cho cả người lớn và trẻ em.

Số người tham gia trong năm tài chính 2025

35.924 người (8 địa điểm)

(Tổng số tham gia đến nay: 384.998 người/ từ năm 2007)







Hỗ trợ dinh dưỡng cho trẻ em địa phương ▶▶▶

Chương trình [Bữa trưa học đường] được triển khai ở Rumoi và Oshamambe năm 2025

Năm 2021, công ty Coop Foods, một công ty liên kết của Coop, đã bắt đầu cung cấp bữa trưa học đường cho các trường tiểu học và trung học ở thị trấn Samani với mục tiêu "mang đến những bữa trưa nóng hổi". Sau đó, chương trình được mở rộng đến thị trấn Aibetsu và làng Shosanbetsu, và vào tháng 4 năm 2025, triển khai tại thành phố Rumoi, tiếp theo là thị trấn Oshamambe vào tháng 10. Công ty cũng cung cấp những bữa ăn phù hợp với người bị dị ứng, tăng cường sử dụng các nguyên liệu địa phương trong thực đơn, ưu tiên sự cân bằng dinh dưỡng và quản lý vệ sinh, thể hiện cam kết mạnh mẽ đối với giáo dục thực phẩm. Tại thành phố Rumoi, bữa trưa được cung cấp cho 7 trường tiểu học và trung học, được gọi là "bữa ăn học đường" theo Luật Bữa ăn Học đường. Đây là lần đầu tiên một tổ chức tư nhân cung cấp bữa trưa học đường tại Hokkaido, và là trường hợp hiếm hoi trên toàn quốc.

Số người được phục vụ bữa trưa tại thành phố Rumoi

1141 người/ngày (Từ 7/4/2025 - Học sinh và giáo viên của 7 trường tiểu học và trung học)

Số người được phục vụ bữa trưa tại thị trấn Oshamambe

305 người/ngày (Từ 1/10/2025 - Học sinh và giáo viên của 3 trường tiểu học và trung học phổ thông)

Hỗ trợ các nhà sản xuất! Làm cho địa phương thêm sôi động thông qua ẩm thực ▶▶▶

Du lịch xanh tại Hokkaido - [Nhà hàng trên cánh đồng]

Nhà hàng chỉ mở cửa một ngày duy nhất, nằm giữa những cánh đồng của các nhà sản xuất đã nhận được [Giải thưởng Nông nghiệp Coop Sapporo]. Đầu bếp tài năng đang làm việc tại Hokkaido sẽ phục vụ thực đơn bữa trưa đặc biệt được chế biến từ các nguyên liệu địa phương. Thực khách đi dạo giữa cánh đồng và lắng nghe những câu chuyện từ các nhà sản xuất và đầu bếp - đây là khoảnh khắc để bạn thực sự cảm nhận được sự trù phú của vùng đất này giữa thiên nhiên, và làm sâu sắc thêm tình yêu của bạn dành cho cuộc sống ở Hokkaido.



Số lần tổ chức và số người tham gia trong năm tài chính 2025

15 lần/ 636 người tham gia

(Tổng cộng: 281 lần, 10.205 người tham gia/ từ năm 2010)

Hỗ trợ nhà sản xuất từ góc nhìn của người tiêu dùng ▶▶▶

[Giải thưởng Nông nghiệp Coop Sapporo] Tạo ra giá trị mới từ sự kết nối

"Giải thưởng Nông nghiệp Coop Sapporo" ra đời vào năm 2004 với mục tiêu "hỗ trợ các nhà sản xuất nông nghiệp xuất sắc tại Hokkaido từ góc nhìn của người tiêu dùng". Đến nay, 223 tổ chức đã được vinh danh, và tổng số lên đến 1.322 đơn đăng ký tham gia. Sự kết nối với các nhà sản xuất đã phát triển thành nhiều dự án đa dạng, chẳng hạn như các dự án "Nhà hàng trên đồng ruộng" và "Rau củ địa phương". Lễ trao giải tiếp theo (lần thứ 13) dự kiến sẽ được tổ chức vào năm 2028.



Hỗ trợ bữa ăn và trông nom người cao tuổi ▶▶▶

[Dịch vụ giao thức ăn tối] mang đến những bữa ăn đa dạng mỗi ngày

Dịch vụ giao bữa ăn tối được bắt đầu từ năm 2010, dành cho những người gặp khó khăn trong việc tự nấu ăn tại nhà. Một chuyên gia dinh dưỡng được chứng nhận sẽ chuẩn bị thực đơn hàng ngày, có tính đến hàm lượng muối, calo và sự đa dạng của các nguyên liệu, và khách hàng có thể lựa chọn theo sở thích của mình. Người dùng có thể đăng ký từ 1 lần/tuần, và mỗi lần đều được giao bởi một nhân viên quen thuộc, đồng thời đóng vai trò như một hình thức trông nom hỗ trợ.



Số người dùng và tổng số bữa ăn phục vụ năm tài chính 2025

Số người dùng trong năm 12.550 người

・Số suất ăn phục vụ 2.138.248 suất

(Tổng cộng 155.950 người, 23.431.248 suất ăn/ từ năm 2010)

Mở rộng vòng tròn sản xuất và tiêu thụ địa phương ▶▶▶

[Rau củ địa phương] - Góc bán hàng trực tiếp rau củ của địa phương

Góc "Rau củ địa phương" trưng bày các loại như rau, trái cây và trứng gà thả vườn được sản xuất ở khu vực quanh cửa hàng, với thông tin rõ ràng về nhà sản xuất. Tính đến tháng 3 năm 2026, có khoảng 1.000 nhà sản xuất đang hoạt động. Do các nhà sản xuất tự định giá và bán sản phẩm dưới tên riêng của mình, nên doanh thu gắn liền trực tiếp với nỗ lực của họ, đồng thời mang lại động lực làm việc. Khoảng cách vận chuyển từ khu vực sản xuất đến cửa hàng ngắn cũng góp phần giảm lượng khí thải CO_2.



Giá trị hàng hóa cung cấp và số lượng nhà sản xuất đang hoạt động trong năm tài chính 2025

Khoảng 2,8 tỷ yên/ Khoảng 1000 hộ



Giảm áp lực việc nhà cho phụ huynh ▶▶▶

Mở rộng khu vực thực hiện chương trình [Bữa trưa tại hội trường cho trẻ em] - Cung cấp bữa ăn trưa vào kỳ nghỉ hè và nghỉ đông

Trong thời gian nghỉ hè và nghỉ đông sẽ không có suất ăn trưa ở trường, phụ huynh thường phải chuẩn bị cơm hộp cho các con để tham gia câu lạc bộ thiếu nhi. Việc chuẩn bị những bữa trưa này cũng khá mất thời gian. Để giảm bớt gánh nặng này, Coop Sapporo đã nhận yêu cầu từ chính quyền địa phương, và đã cung cấp bữa trưa cho các câu lạc bộ thiếu nhi từ mùa hè 2024. Trong năm đầu tiên, chương trình được triển khai tại 5 thành phố và 2 thị trấn, bao gồm như Sapporo, Kitahiroshima và Asahikawa. Mùa hè năm 2025, chương trình được mở rộng sang Hokuto và một phần thành phố Obihiro, và trong kỳ nghỉ đông, được bổ sung thêm Eniwa và Otofuke. Phụ huynh nhận xét rằng "tôi đã bớt gánh nặng chuẩn bị bữa ăn trưa", "những bữa ăn cân bằng dinh dưỡng làm tôi yên tâm và tin tưởng hơn".

Phản hồi của khách hàng

"Các món ăn kèm rất đa dạng, và con trai tôi (lớp 3) rất hài lòng. Là một phụ huynh, tôi cảm thấy nhẹ nhõm vì không còn phải chuẩn bị bữa trưa hàng ngày và lo lắng về việc thức ăn bị hỏng do thời tiết nóng bức. Ngay cả những ngày con tôi nghỉ học vì sức khỏe, việc có thể nhận suất ăn tại câu lạc bộ thiếu nhi cũng thật sự đáng quý." (chia sẻ từ phụ huynh đã sử dụng dịch vụ trong kỳ nghỉ hè)





Số cơ sở, đơn đặt hàng và khu vực tham gia năm tài chính 2025

405 cơ sở/ 63.994 suất ăn 8 thành phố 3 thị trấn

Liên hệ ▶ Bộ phận Giao Thức ăn Coop Sapporo | 0120・279・949 Thứ Hai - Thứ Bảy, 10:00-18:00

Truyền tải tầm quan trọng của thực phẩm đến học sinh trung học ▶▶▶

Dự án [Animadore] - Trải nghiệm ẩm thực và nông nghiệp dành cho học sinh trung học

Dự án "Animadore" với sự đồng hành của Coop Sapporo là chương trình giáo dục, trải nghiệm về ẩm thực và nông nghiệp kết hợp với định hướng nghề nghiệp dành cho học sinh trung học. Các hoạt động trải nghiệm độc đáo liên quan đến nông nghiệp như tour tham quan nông trại bằng xe buýt, hay trải nghiệm bán nông sản tại cửa hàng. Chương trình này cũng được chỉ định là chương trình hợp tác liên trường giữa các trường trung học thành phố Sapporo.



Số trường và số học sinh tham gia trong năm tài chính 2025

6 trường/ 34 người

Các trường tham gia: Trường Giáo dục Trung học Sapporo Kaisei (khóa học cao hơn), Trường Trung học phổ thông Sapporo Shinkawa, Trường Trung học phổ thông Sapporo Kiyota, Trường Trung học phổ thông Sapporo Odori, Trường Trung học phổ thông Sapporo Asahigaoka, Trường Trung học phổ thông Sapporo Hiragishi

Tìm hiểu về quê hương và xã hội thông qua ẩm thực ▶▶▶

[Cuộc thi Thử thách Ẩm thực dành cho học sinh trung học]

Cuộc thi này dành cho học sinh trung học, các em sẽ phát triển và trình bày thực đơn với mục tiêu bán sản phẩm thực tế. Thông qua việc nghiên cứu, khám phá văn hoá ẩm thực và nguyên liệu khắp các vùng miền, các nhóm tham gia còn kết hợp với doanh nghiệp và chính quyền địa phương để phát triển những "món ngon quê hương". Giải nhất Challenge Gourmet Grand Prize lần thứ 13 (năm tài chính 2025) đã được trao cho đội "Gia đình Menchi" đến từ trường Trung học Nông nghiệp Shizunai ở Hokkaido, với món menchi katsu đặc sản địa phương.



Số khu vực và số trường trung học tham gia trong năm tài chính 2025

17 khu vực/ 18 trường (53 đội)

(Tổng cộng: 63 khu vực/ 73 trường/ từ năm 2013)







Phản hồi của khách hàng

"Các cửa hàng bán lẻ trong khu vực khá xa để đi bộ, vì vậy chúng tôi thường trông chờ vào xe bán hàng lưu động của Coop. Để đi đến các siêu thị lớn, cần phải di chuyển bằng xe buýt, vì vậy chúng tôi luôn nói với nhau, "xe bán hàng lưu động đúng là cứu cánh!" Chúng tôi cũng rất thích trò chuyện với nhân viên phụ trách." (Khách hàng nữ, ở thị trấn Hidaka)

Hỗ trợ ngày càng nhiều người gặp khó khăn trong việc mua sắm ▶▶▶

Mang siêu thị đến nhà bạn với Xe bán hàng lưu động [Omakase-bin Kakeru]

Do tình trạng suy giảm dân số, các siêu thị lớn đã rút khỏi nhiều khu vực, và chỉ riêng ở Hokkaido đã có tới khoảng 450.000 người được cho là gặp khó khăn trong việc mua sắm. Coop Sapporo đã thành lập bộ phận bán hàng lưu động vào năm 2010 với mục tiêu "giải quyết khó khăn trong việc mua sắm cho 70% người dân trên toàn Hokkaido". Hiện nay, xe bán hàng lưu động "Omakase-bin Kakeru" đã được triển khai tại 137 khu vực (độ phủ 77%). Chiếc xe tải 2 tấn được trang bị tủ lạnh lớn chở khoảng 1.000 mặt hàng, bao gồm cá tươi, thịt, rau củ, thực phẩm chế biến sẵn, hoa cúng và các nhu yếu phẩm hàng ngày, mang cả "siêu thị" đến tận nhà các hội viên Coop. Tháng 6 năm 2025, chúng tôi đã bắt đầu dịch vụ phân phối hàng hóa cho các siêu thị gặp khó khăn trong việc tìm nguồn cung ứng do tình hình thiếu hụt lao động của các công ty vận tải.

Khu vực hoạt động, tỷ lệ bao phủ và số người dùng trong năm tài chính 2025

137 khu vực, 77%, 840.000 người

Liên hệ ▶ Bộ phận Kinh doanh Bán hàng Lưu động Coop Sapporo | TEL 050・1752・1931 Thứ Ba - Thứ Bảy, 10:00-17:00

Xem chi tiết







Đánh giá của khách hàng

●Nước chấm Noko Tsuyu đậm đà: "Ngay khi đưa lên miệng...mùi thơm của nó thật tuyệt vời," "Tôi thực sự thích hương vị này," "Đậm đà gấp ba lần! Hương vị này với mức giá như vậy thì quá tốt." ●Nước sốt bơ Ponzu: "Rất ngon. Rất đáng để thử!", "Nước sốt bơ Ponzu thật tuyệt vời," "Đây không chỉ còn là nước sốt Ponzu nữa. Nó là một loại nước sốt trái cây tuyệt hảo!"

Doanh số bán hàng của nước chấm Noko Tsuyu

38.956 sản phẩm/ doanh thu 19.501.409 yên

(Từ ngày 18 tháng 2 năm 2025 đến ngày 20 tháng 2 năm 2026)

Doanh số bán hàng của Hokkaido Batapon™ by Ajipon®

33.366 sản phẩm/ doanh thu 16.330.138 yên

(Từ ngày 20 tháng 5 năm 2025 đến ngày 20 tháng 2 năm 2026)

Giúp nâng cao giá trị cho thực phẩm của Hokkaido ▶▶▶

Chương trình [ProEco] - Phát triển sản phẩm cùng với các hội viên

"Process Economy" (ProEco) là một phương pháp tiếp thị không chỉ tập trung vào sản phẩm hoàn chỉnh, mà còn công khai và chia sẻ quá trình phát triển sản phẩm để tạo sự gắn bó và biến nó thành giá trị kinh doanh. Coop Sapporo đã áp dụng phương pháp này vào việc phát triển sản phẩm. Các hội viên tham gia từ giai đoạn lập kế hoạch, tạo ra ý tưởng và tiến hành thử nghiệm hương vị để phát triển sản phẩm mới. Ngày 18 tháng 2 năm 2025, Coop Sapporo hợp tác với công ty Ninben - chuyên về cá ngừ bào khô, để cho ra mắt nước chấm "Noko Tsuyu" sử dụng nguyên liệu cao cấp từ Hokkaido như tảo bẹ Hoshikuzu Kombu của vùng Hiroo. Tiếp đó, ngày 20 tháng 5, Coop Sapporo phối hợp với công ty Mizkan phát triển và tung ra sản phẩm nước chấm "Hokkaido Batapon™ by Ajipon®", một sản phẩm nước chấm Ponzu đặc sản địa phương.

Liên hệ ▶ Bộ phận Quan hệ Công chúng Coop Sapporo

TEL 050・1741・5516

Thứ Hai - Thứ Sáu, 10:00-17:00 (trừ ngày nghỉ cuối năm và đầu năm mới)

Khoảng 80% rác thải trên biển phát sinh từ các khu đô thị ▶▶▶

Hãy cùng làm sạch biển, từ nơi mình sống, thông qua [Chiến dịch làm sạch phố phường!]

Rác thải đại dương phần lớn phát sinh từ các đô thị. Để bảo vệ đại dương, điều quan trọng là ý thức về việc không xả rác từ sinh hoạt hàng ngày. Với mục đích nâng cao nhận thức và thúc đẩy việc làm sạch đẹp đô thị, chương trình "Chiến dịch làm sạch phố phường!" đã được tổ chức vào ngày 25 tháng 10 năm 2025 tại Hội trường Odori, Hiragishi và Shinkotoni, với sự hợp tác của Ban Tổ chức Lễ hội YOSAKOI Soran và Công ty Enecoop.



Số người tham gia và số túi rác đã sử dụng trong năm tài chính 2025 (ngày 25 tháng 10 năm 2025)

1023 người/ 20 túi rác

(Tổng cộng 1553 người, 31 túi rác/ từ năm 2024) *Túi khoảng 45L

Phá hủy môi trường biển do rác thải nhựa ▶▶▶

Suy nghĩ về ô nhiễm đại dương thông qua trải nghiệm [Chiến dịch làm sạch biển!]

Ô nhiễm biển nghiêm trọng là vấn đề cấp bách cần giải quyết, năm 2021 chúng tôi đã khởi động chương trình "Chiến dịch làm sạch biển Hokkaido!". Trong năm tài chính 2025, các hoạt động dọn dẹp rác thải đồng loạt được tiến hành trong hai ngày tại 48 bãi biển trên khắp Hokkaido. Rất nhiều người đã tham gia, bao gồm nhân viên và hội viên của Coop Sapporo, cũng như đại diện từ nhiều doanh nghiệp, trường học và chính quyền địa phương, tất cả đều nỗ lực hết mình và đóng góp cho chiến dịch này.



Số người tham gia và số túi rác được sử dụng trong năm tài chính 2025 (ngày 14 và 17 tháng 5 năm 2025)

13.498 người/ 3.464 túi rác

(Tổng cộng 46.179 người, 20.988 túi rác/ từ năm 2021) *Túi khoảng 45L







Tạo cơ hội cho trẻ em và đóng góp cho địa phương ▶▶▶

Ký kết Thỏa thuận hợp tác toàn diện với Levanga Hokkaido

Ngày 25 tháng 8 năm 2025, Coop Sapporo đã ký kết Thỏa thuận hợp tác toàn diện với đội bóng rổ Levanga Hokkaido thuộc giải hạng nhất B.League. Theo như thỏa thuận, nhằm tạo thêm cơ hội để trẻ em làm quen với bóng rổ, Coop sẽ tổ chức các giải đấu bóng rổ mới dành cho học sinh tiểu học trên Hokkaido, đồng thời lắp đặt các khung rổ dành cho trẻ em tại các trạm Todok. Ngoài ra, trong các trận đấu diễn ra tại sân nhà Hokkai Kitayell, Coop sẽ đặt thùng thu gom quần áo cũ, sau đó gửi những bộ đồng phục thu được sang Campuchia. Doanh thu từ các hoạt động này sẽ được dùng để hỗ trợ nuôi dạy trẻ em. Như một phần của thỏa thuận, ngày 27 tháng 11, Coop đã phối hợp cùng linh vật "Levird" của Levanga để tổ chức hoạt động gây quỹ ngay tại siêu thị Hiraoka.

Liên hệ ▶ Bộ phận Quan hệ Công chúng Coop Sapporo

TEL 050・1741・5516

Thứ Hai - Thứ Sáu, 10:00-17:00 (trừ ngày nghỉ cuối năm và đầu năm mới)







Thu gom tài nguyên nhằm hỗ trợ nuôi dạy trẻ em ▶▶▶

Trung tâm sinh thái [Eco Center] với 100% lợi nhuận được quyên góp cho việc chăm sóc trẻ em

Trung tâm sinh thái (Eco Center) là cơ sở tái sử dụng và tái chế, tiến hành xử lý nguồn tài nguyên không còn sử dụng thành nguồn tài nguyên mới. Tài nguyên được thu gom từ các siêu thị trên khắp Hokkaido và từ Dịch vụ giao hàng tận nhà Todok, hoạt động liên tục 365 ngày một năm. Ngoài hộp carton, tờ rơi và bao bì giấy, từ năm 2024, bát đĩa và dụng cụ nấu nướng cũng được thu gom thông qua Dịch vụ giao hàng tận nhà Todok. Hơn nữa, để thuận tiện hơn trong việc thu gom quần áo cũ, vốn dĩ trước đây chỉ được xử lý thông qua Dịch vụ giao hàng tận nhà Todok, "thùng thu gom quần áo cũ" đã được lắp đặt tại tất cả các siêu thị từ tháng 10 năm 2025. 100% lợi nhuận từ việc thu gom tài nguyên được sử dụng để hỗ trợ chăm sóc trẻ em, chẳng hạn các chương trình như "Ehon-ga Todok" (Sách tranh cho trẻ em) và "First Child Box" (Hộp quà dành cho đứa con đầu lòng) cũng được thực hiện từ nguồn lợi nhuận này.

Tổng khối lượng thu gom tại Eco Center và số lượng thùng tái chế sinh thái được lắp đặt trong năm tài chính 2025

33.151 tấn/ 4 thùng

(Tổng cộng 545.120 tấn/ 19 thùng/ từ năm 2008/ từ năm 2024)

Liên hệ ▶ Trung tâm sinh thái (Eco Center) Coop Sapporo | TEL 011・391・1177 Thứ Hai - Thứ Sáu, 10:00-17:00

Xem thêm chi tiết

Phản hồi từ những người nhận được sách

Tôi đã ngay lập tức gửi những cuốn sách tranh nhận được cho con gái tôi ở Tokyo. Con gái tôi đã gửi cho tôi một đoạn video cho thấy cháu rất vui mừng, khiến tôi cũng cảm thấy hạnh phúc. Trước đây tôi cũng thường tặng sách tranh làm quà, nhưng nhờ có chương trình này mà tôi có thể gửi đi nhiều cuốn sách hay, những cuốn sách mà tự mình khó có thể tìm được. Tôi thật sự rất biết ơn.



Thời gian đăng ký chương trình Ehon-ga Todok năm tài chính 2026
Từ ngày 1 tháng 4 đến ngày 30 tháng 11 năm 2026

Sự gắn kết quý giá giữa cha mẹ và con cái ▶▶▶

[Sách tranh cho trẻ em] (Ehon-ga Todok) và đoàn xe [Ehon Waku Waku]

Sách tranh giúp nuôi dưỡng trí tưởng tượng và tăng cường giao tiếp giữa cha mẹ và con cái. Chương trình "Ehon-ga Todok" bắt đầu từ tháng 6 năm 2010. Với mong muốn tạo cơ hội tương tác giữa cha mẹ và con cái trong gia đình, cũng như truyền tải những giá trị quan trọng thông qua việc đọc sách, chúng tôi đã tặng miễn phí tổng cộng 8 cuốn sách tranh cho các gia đình có trẻ em từ 1-2 tuổi (từ năm 2026 sẽ là 4 cuốn). Ngoài ra, từ năm 2012, Coop đã thực hiện chương trình đoàn xe "Ehon Wakuwaku Caravan", trong đó nhân viên Todok đến thăm các nhà trẻ và trường mẫu giáo trên khắp Hokkaido để truyền đạt niềm vui đọc sách cho trẻ em. Những hoạt động này được duy trì nhờ lợi nhuận từ việc thu gom rác tại Eco Center (Trung tâm Sinh thái).

Số trường mẫu giáo và số người tham gia chương trình đoàn xe "Ehon Wakuwaku Caravan" năm tài chính 2025:

196 trường/ 17.254 người

(Tổng cộng: 1.654 trường mẫu giáo, 141.084 người/ từ năm 2012)

Số hộ gia đình và tổng số sách "Ehon-ga Todok" đã phát trong năm tài chính 2025

12.160 hộ/ 84.218 cuốn

(Tổng cộng 153.356 hộ gia đình, 728.505 cuốn sách/ từ năm 2010)

Liên hệ ▶ Bộ phận Hoạt động Hội viên Coop Sapporo, Nhóm Xúc tiến Hỗ trợ Chăm sóc Trẻ em | TEL 050・1751・4885 Thứ Hai - Thứ Sáu, 9:00-15:00 (trừ ngày lễ) Email ehon@sapporo.coop

Xem chi tiết



Phản hồi từ những người nhận được "Hộp quà cho đứa con đầu lòng" (First Child Box)

Quần áo chắc chắn hơn so với các sản phẩm may sẵn khác. Có thể mặc như một lớp áo ngoài thay vì chỉ mặc như đồ lót. Chăn đủ dày đến mức có thể trải xuống sàn cho bé chơi. Nói chung, tôi thấy rất tiện lợi và vô cùng hài lòng.

Hỗ trợ chăm sóc trẻ em an toàn và an tâm ▶▶▶

Cung cấp miễn phí [Hộp quà cho đứa con đầu lòng] (First Child Box) và [Thức ăn dặm trẻ em Todok] (Baby Food Todok)

Từ năm 2018, Coop Sapporo đã triển khai chương trình "Hộp quà cho đứa con đầu lòng" (First Child Box (FCB)) – cung cấp miễn phí các vật dụng cần thiết cho mẹ và bé dành cho những gia đình chuẩn bị sinh con đầu lòng, và "Coop Child Box (CCB)" - hộp quà dành cho gia đình có con thứ hai trở đi. Vật dụng bên trong hộp quà vô cùng phong phú, được nhiều bà mẹ và trẻ em ở Hokkaido sử dụng. Để tiếp tục hỗ trợ việc nuôi dạy trẻ, từ tháng 8 năm 2025 Coop bắt đầu chương trình "Thức ăn dặm Todok" (Baby Food Todok), cung cấp miễn phí 3 sản phẩm thức ăn dặm "Kirakira Step" thông qua 3 lần gửi tặng. Trong năm tài chính 2025, chương trình chỉ dành cho những người đăng ký First Child Box và Coop Child Box. Tuy nhiên, từ năm tài chính 2026, bất kỳ ai sử dụng Dịch vụ giao hàng tận nhà Todok đều có thể đăng ký. Vui lòng đăng ký trong khoảng thời gian bé từ 0 đến 3 tháng tuổi.

Số người nhận First Child Box/Coop Child Box trong năm tài chính 2025

11.338 người

(Tổng cộng: 92.828 người/ từ năm 2018)



Liên hệ FCB/CCB ▶ Bộ phận Hoạt động Hội viên Coop Sapporo, Nhóm Xúc tiến Hỗ trợ Chăm sóc Trẻ em

TEL 050・1751・4885 Thứ Hai - Thứ Sáu, 9:00-15:00 (trừ ngày lễ)

Email csap.kosodate@sapporo.coop

Xem chi tiết

Số người đăng ký chương trình "Thức ăn dặm trẻ em Todok" (Baby Food Todok) năm tài chính 2025

1207 người

(Chỉ áp dụng cho những người đã đăng ký FCB/CCB. Từ tháng 8 năm 2025 trở đi)



Liên hệ về Thức ăn dặm trẻ em Todok (Baby Food Todok) ▶

Trụ sở Dịch vụ Giao hàng Coop Sapporo, Bộ phận Điều hành Giao hàng tận nhà

TEL 050・1752・1287 Thứ Hai - Thứ Bảy, 9:00 - 17:00



Phản hồi từ người tham gia

Việc tham gia <hạng mục do các bé mẫu giáo và giáo viên bình chọn> đã cho tôi cơ hội khám phá những cuốn sách tranh mà tôi chưa biết đến, và tôi đã có khoảng thời gian vui vẻ với các bé!



◀Giải thưởng Sách tranh đọc cùng nhau lần thứ nhất, cuốn sách tranh "Ninjinjin" đã giành giải nhất ở hạng mục "Do các bé mẫu giáo và giáo viên bình chọn!"

Hạng mục do các bé mẫu giáo và giáo viên bình chọn!
Số lượng bình chọn sách tranh đọc cùng nhau

2.330 trường trên toàn quốc
(bao gồm 241 trường ở Hokkaido)

Hạng mục do người yêu thích sách tranh bình chọn!
Số phiếu bình chọn sách tranh đọc cùng nhau

5626 phiếu trên toàn quốc
(bao gồm 1292 phiếu từ Hokkaido)

Truyền tải vẻ đẹp của việc đọc sách cùng nhau ▶▶▶

[Giải thưởng sách tranh đọc cùng nhau] - Những cuốn sách tranh được yêu thích nhất trên toàn quốc

"Thời gian cha mẹ cùng con đọc sách tranh chính là kho báu suốt đời của tình thân." Với quan niệm đó, vào năm 2025 chương trình "Ehon-ga Todok" đã kỷ niệm 15 năm kể từ khi bắt đầu, đồng thời Coop Sapporo cũng kỷ niệm 60 năm thành lập. Trong năm đặc biệt này, với suy nghĩ tận dụng sự kết nối đã xây dựng được thông qua các chương trình sách tranh của mình, Coop đã cùng các hội liên hiệp trên toàn quốc thành lập giải thưởng "Giải thưởng sách tranh đọc cùng nhau". Giải thưởng có hai hạng mục: Hạng mục "Do các bé mẫu giáo và giáo viên bình chọn!" dành cho các trường mẫu giáo trên toàn quốc (tham gia) bình chọn, và hạng mục "Do những người yêu sách tranh bình chọn!" dành cho tất cả mọi người trên toàn quốc. Người chiến thắng giải thưởng lớn được lựa chọn thông qua các hạng mục này. Lễ trao giải đầu tiên được tổ chức tại Tokyo vào tháng 10 năm 2025.

Kế hoạch năm 2027 *Dự kiến. Tổ chức hai năm một lần.

Thời gian đăng ký hạng mục do các bé mẫu giáo và giáo viên bình chọn: vào tháng 6 năm 2026
Hạng mục do người yêu sách tranh bình chọn: vào tháng 5 năm 2027
Thông báo giải thưởng lớn: vào tháng 10 năm 2027

Xem chi tiết

Liên hệ ▶ Bộ phận Hoạt động Hội viên Coop Sapporo, Nhóm Xúc tiến Hỗ trợ Chăm sóc Trẻ em

Hỗ trợ nuôi dạy trẻ cho các gia đình có cha mẹ cùng đi làm ▶▶▶

Câu lạc bộ cho trẻ em sau giờ học của Coop [Todok Kids Club Nopporo] - chuyển đến tòa nhà mới

Câu lạc bộ ngoại khóa dành cho trẻ em "Câu lạc bộ cho trẻ em sau giờ học Todok Kids Club của Coop" (cơ sở Shinkotoni và Nopporo) khai trương vào tháng 4 năm 2025. Cơ sở Nopporo sau đó đã chuyển đến tòa nhà mới và hoạt động tại đó từ ngày 1 tháng 12. Tận dụng mạng lưới của Coop Sapporo, Todok Kids Club hướng đến việc bồi dưỡng nhân cách toàn diện cho trẻ em thông qua các trải nghiệm đa dạng, bắt đầu từ ẩm thực.



Số người dùng trong năm tài chính 2025

43 người (sức chứa: Shinkotoni 40 người, Nopporo 35 người)

Nhằm tiếp nối ngọn đuốc hòa bình ▶▶▶

[Chuyến tham quan học tập hòa bình] đến Hiroshima - nơi bị thả bom nguyên tử, dành cho học sinh trung học phổ thông

Là một phần của giáo dục hòa bình, hằng năm các học sinh trung học và phổ thông ở Hokkaido được cử đến Hiroshima – nơi từng hứng chịu bom nguyên tử. Chúng tôi đã kêu gọi quyên góp tiền thông qua các siêu thị, dịch vụ giao hàng và ứng dụng, đồng thời sử dụng số tiền đó để trang trải chi phí cho việc cử học sinh tham gia và tổ chức các buổi báo cáo. Tháng 9 năm 2025, một buổi báo cáo đã được tổ chức tại không gian đường hầm đi bộ trước ga Sapporo. Tại đây, các học sinh tham gia đã trình bày báo cáo và cùng nhau thảo luận về chủ đề hòa bình.



Số tiền gây quỹ, số người tham gia diễn đàn hòa bình và các buổi báo cáo ở trường học trong năm tài chính 2025

2.850.607 yên/ 3.414 người

Tạo dựng không gian cộng đồng dành cho cha mẹ và con cái tại địa phương ▶▶▶

[Todok Station] Nơi vui chơi cho cha mẹ và con cái

Những không gian cộng đồng này được triển khai rộng khắp Hokkaido kể từ năm 2016. Sân chơi được đặt trong các siêu thị Coop Sapporo và trung tâm giao hàng Todok, với vé vào cửa miễn phí, đồ ăn thức uống miễn phí, và thậm chí có cả khu vực chăm sóc em bé. Trong thời điểm rất khó tìm được không gian nơi cha mẹ và con cái có thể thư giãn cùng nhau, những sân chơi như thế này ngày càng phổ biến như là nơi trẻ em có thể vui chơi tự do trong khi người lớn có thể thư giãn.



Số cơ sở trên khắp Hokkaido và số người sử dụng trong năm tài chính 2025

34 cơ sở/ 41.950 người

(Tổng cộng 260.455 người/ từ năm 2016)

Mục tiêu không để xảy ra tai nạn giao thông cho các em học sinh lớp 1 ▶▶▶

[Trao tặng bọc bảo vệ cặp sách] - Dành cho học sinh vào lớp 1 trên khắp Hokkaido

Từ năm 2010, chúng tôi đã quyên tặng vỏ bọc cặp sách randoseru cho các em học sinh mới nhập học lớp một. Theo dữ liệu (từ năm 2019-2023) cho thấy học sinh lớp 1 có nguy cơ gặp tai nạn giao thông khi đi bộ cao gấp 2,9 lần so với học sinh lớp sáu, và sáng kiến này bắt đầu với hy vọng góp phần vào an toàn giao thông. Những chiếc vỏ bọc này có hình ba nhân vật, "Todok," "Kakeru," và "Kururin," sẽ bảo vệ các em nhỏ.



Số khu vực được tặng và số bao cặp đã tặng năm tài chính 2025

142 khu vực ở Hokkaido/ 17.142 tấm

(Tổng cộng 329.786 bao cặp/ từ năm 2010)

Nâng cao việc thúc đẩy SDGs tại Hokkaido ▶▶▶

[Hội thảo nghiên cứu SDGs] Học hỏi từ những thực tiễn mới nhất

"Nền tảng thúc đẩy SDGs ở Hokkaido" (ban thư ký: Coop Sapporo) được tổ chức như một diễn đàn báo cáo các điển hình tiên tiến, nhằm thúc đẩy SDGs. Hội thảo nghiên cứu lần thứ 11 năm 2025 được tổ chức trực tuyến, bao gồm bài phát biểu quan trọng của chuyên gia tư vấn lâm nghiệp Asako Nagano, cùng các báo cáo thực tiễn điển hình từ các trường đoạt giải SDGs QUEST Mirai Koshien 2024 khu vực Hokkaido.



Số người tham gia Hội thảo SDGs lần thứ 11

250 người

(Tổng cộng 2.268 người/ từ năm 2019 ~ 11 lần tổ chức)

Giảm thiểu CO_2 và sử dụng hiệu quả các nguồn tài nguyên sản xuất tại Hokkaido ▶▶▶

[Túi gạo nhựa Rice Resin®] - chuyển sang sử dụng gạo nguyên liệu từ thị trấn Higashikawa

Túi nhựa làm từ nhựa gạo Rice Resin® đã được sử dụng tại các siêu thị từ năm 2023. Nhựa gạo Rice Resin® là một loại nhựa sinh học được làm từ gạo không dùng cho thực phẩm. Nó góp phần giảm thiểu tác động đến môi trường bằng giảm việc sử dụng nhựa có nguồn gốc từ dầu mỏ và hạn chế phát thải CO_2. Từ ngày 21 tháng 8 năm 2025, chúng tôi đã chuyển sang sử dụng gạo nguyên liệu thô (không dùng cho thực phẩm) từ thị trấn Higashikawa, và dần đưa túi này vào sử dụng tại các siêu thị.



Tỷ lệ từ bỏ sử dụng túi nhựa thông thường

87,6%

Mong muốn giữ lại Đầm lầy Kiritappu cho thế hệ tương lai ▶▶▶

Quyên góp khi mua các sản phẩm tương ứng [Hãy bảo vệ thiên nhiên Kiritappu!]

Chiến dịch được phối hợp thực hiện với Tập đoàn Suntory, và tổ chức hàng năm kể từ năm 2023. Từ ngày 27 tháng 8 đến ngày 30 tháng 9 năm 2025, với mỗi sản phẩm đủ điều kiện được mua tại siêu thị hoặc qua Dịch vụ giao hàng Todok, 1 yên sẽ được quyên góp cho Hội Bảo tồn di sản văn hóa và thiên nhiên (National Trust) đầm lầy ở Kiritappu - đơn vị đang thực hiện các hoạt động bảo tồn với sứ mệnh "giữ lại đầm lầy cho thế hệ tương lai".



Số tiền quyên góp trong năm 2025

968.870 yên

(Tổng cộng 2.618.145 yên/ từ năm 2023)

Đối mặt với vấn đề nóng lên toàn cầu ▶▶▶

Mua hàng để bù đắp carbon [Cổ vũ vì rừng và biển của Hokkaido!]

Sapporo Group cùng các đối tác đã đồng tổ chức chiến dịch chung "Cổ vũ vì rừng và biển Hokkaido!". Khởi động từ năm 2013, đến nay đã là lần thứ 13. Khi mua các sản phẩm tham gia chương trình của các công ty liên kết, lượng CO_2 tương ứng với mỗi sản phẩm sẽ được bù đắp, doanh thu sẽ được quyên góp cho những hoạt động bảo vệ biển và rừng của Hokkaido. Thông qua việc mua sắm này, chúng tôi cùng các hội viên đều đóng góp vào hoạt động bảo tồn môi trường.



Lượng carbon bù đắp và tiền mua quyền phát thải năm 2025

202 tấn CO_2/ 2.525.000 yên

(Tổng cộng 2.097 tấn CO_2, 28.680.000 yên/ từ năm 2013)









Phản hồi của người tham gia Lễ hội Rừng F
Tôi đã tham gia cùng chồng và con trai. Chúng tôi có thể tận hưởng lễ hội theo nhịp độ riêng của mình, và con trai tôi, người thường nói "không thích" và "không thể", dường như đã có một khoảng thời gian tuyệt vời. Ngay trước khi đi, tôi đã phân vân không biết có nên mang theo vợt bắt côn trùng hay không, nhưng lẽ ra tôi nên mang theo. Nếu lễ hội có tổ chức vào năm sau, tôi chắc chắn sẽ tham gia.

Bảo vệ rừng ở Hokkaido cùng với cắt giảm khí CO_2 ▶▶▶

Tổ chức lễ hội tại Rừng F [Dự án rừng tương lai]

Khi khách hàng từ chối sử dụng túi nhựa tại siêu thị Coop Sapporo, 0,5 yên sẽ được tích lũy vào "Quỹ kiến tạo rừng tương lai Coop", số tiền này được sử dụng rộng rãi cho hoạt động trồng rừng ở Hokkaido. Hiện tại, "Rừng Coop" đã có ở 16 khu vực, được hình thành thông qua các thỏa thuận hợp tác với chính quyền và các tổ chức địa phương ở Hokkaido. Các hội viên cùng chúng tôi tham gia vào hoạt động trồng rừng này. Trong số những khu rừng này, vào tháng 9 năm 2025 tại "Rừng F" đã diễn ra sự kiện "Cùng vui chơi trong rừng! Lễ hội Rừng F". Sự kiện có nhiều hoạt động trải nghiệm như đi bộ tham quan trong rừng có hướng dẫn, ban nhạc trong rừng, sân chơi vận động trong rừng. Buổi chiều, mọi người cùng nhau tham gia trồng cây. 270 người tham gia đã có một ngày đặc biệt giữa thiên nhiên.

Số cây trồng và số người tham gia trong năm tài chính 2025

4.908 cây/ 270 người

(Tổng cộng 134.847 cây/ từ năm 2008)

Liên hệ ▶ Quỹ kiến tạo Rừng tương lai Coop | Email: csapmori@sapporo.coop

Xem thêm chi tiết ở đây







Giảm gánh nặng chi phí dầu hỏa và tiền điện ▶▶▶

Ra mắt dịch vụ mới [Kế hoạch tiết kiệm dầu hỏa] và [Bạn đồng hành tiết kiệm năng lượng]

Trước tình trạng giá dầu thô tăng cao và yêu cầu từ các hội viên "muốn lên kế hoạch trước cho những chi phí gia tăng phải trả vào mùa đông", công ty Enocoop - một công ty của tập đoàn, đã bắt đầu triển khai chương trình "Kế hoạch tiết kiệm dầu hỏa Coop" từ tháng 7 năm 2025. Bằng cách tiết kiệm một khoản tiền cố định mỗi tháng từ mùa hè, gánh nặng chi phí dầu hỏa đối với ngân sách hộ gia đình có thể được san bằng. Bên cạnh đó, tùy theo số tiền tích lũy, bạn có thể nhận được hoàn điểm tối đa 5 yên cho mỗi lít dầu hỏa. Ngoài ra, nhằm ứng phó với giá điện tăng cao và xu hướng khử carbon, công ty Điện lực Todok cũng ra mắt chương trình "Bạn đồng hành tiết kiệm năng lượng" ("Dịch vụ tiết kiệm năng lượng thông minh") - một giải pháp kết hợp nhiều sản phẩm tiết kiệm năng lượng khác nhau, cung cấp cho cả hộ gia đình và doanh nghiệp để giảm chi phí sử dụng năng lượng.

Số đăng ký dịch vụ tiết kiệm dầu hỏa **5.311 yêu cầu**

Số đăng ký dịch vụ đồng hành tiết kiệm năng lượng **30 yêu cầu**

Liên hệ ▶ Dịch vụ Tiết kiệm dầu hỏa 0120・012・458 (Thứ Hai - Thứ Sáu, 9:00-18:00, Thứ Bảy, 9:00-16:00) Xem chi tiết

Dịch vụ Đồng hành tiết kiệm năng lượng (Công ty Điện lực Todok) 0120・012・877 (Thứ Hai - Thứ Bảy, 9:00-18:00 (trừ ngày lễ cuối năm và đầu năm)) Xem chi tiết

Nhờ sự ủng hộ của mọi người, năm 2025 Coop Sapporo đã kỷ niệm 60 năm thành lập.

60th Anniversary

Coop Sapporo được thành lập năm 1965 (Showa 40) với tên gọi Hiệp hội Hợp tác Cộng đồng Thị dân Coop Sapporo. Năm 2025 (Reiwa 7), chúng tôi đã kỷ niệm 60 năm thành lập. Trong năm 2025, Coop đã tổ chức nhiều sự kiện để bày tỏ lòng biết ơn đến các hội viên tại Hokkaido, những người đã luôn ủng hộ chúng tôi trong suốt thời gian qua. Cảm ơn quý vị đã ủng hộ chúng tôi trong suốt 60 năm. Và rất mong tiếp tục nhận được sự ủng hộ của mọi người trong tương lai.

Thu thập tem bằng cách đến các siêu thị! Chương trình thu thập tem Coop Sapporo

Chương trình thu thập tem đã được tổ chức tại các siêu thị Coop Sapporo từ 1/4 đến 31/8/2025. Người tham gia thu thập tem tại các siêu thị trên khắp Hokkaido và nhận được phần quà là sản phẩm độc quyền của Coop Sapporo tùy thuộc vào số lượng tem thu thập được.



Ấn phẩm sách "Tương lai học về Hokkaido" (Hokkaido Futurology)

Cuốn sách này tập hợp các bài giảng được thực hiện tại Đại học Thương mại Otaru từ năm 2023 đến năm 2025, với sự tham gia của những giảng viên hàng đầu trong và ngoài nước. Sách có 3 phần, trong đó các chuyên gia tiên phong ở nhiều lĩnh vực khác nhau trình bày những định hướng để kiến tạo tương lai cho Hokkaido.



Ngoài ra, chúng tôi đã hợp tác với Hội Chữ thập đỏ Nhật Bản để tổ chức các sự kiện như "Đoàn xe hiến máu Hokkaido".

Xuất bản cuốn sách "Lịch sử đời sống ở Hokkaido" (The History of Daily Life in Hokkaido)

Đây là một cuốn sách với mục đích lắng nghe và ghi lại cuộc sống của nhiều người đang sinh sống tại Hokkaido. Cuốn sách được hướng dẫn bởi Giáo sư Masahiko Kishi, Khoa Cao học Văn học, Đại học Kyoto, và được biên tập sản xuất bởi Hokkaido Shimbun Press. Sách đã được xuất bản vào ngày 21 tháng 1 năm 2026.







Chuyến thăm bày tỏ lòng tri ân của Giám đốc trung tâm giao hàng

Giám đốc trung tâm giao hàng đã đến thăm nhà các hội viên sử dụng Dịch vụ giao hàng Todok trong nhiều năm. Từ tháng 7, Coop đã gửi tặng các phần quà như bộ sản phẩm Coop tổng hợp cho hội viên, đồng thời bày tỏ lòng biết ơn sự ủng hộ của họ trong suốt thời gian qua.



Tìm xe Todok! Xe tải may mắn Todok nhân dịp kỷ niệm 60 năm

Những chiếc xe tải giao hàng màu vàng đặc biệt nhân dịp kỷ niệm 60 năm thành lập đã xuất hiện khắp Hokkaido! Chúng tôi đã tổ chức chiến dịch, trong đó bạn có thể giành được giải thưởng bằng cách tìm và chụp ảnh những chiếc xe màu vàng của Dịch vụ giao hàng Todok và đăng tải lên X hoặc Instagram với hashtag "#FindLuckyTodok".



Chuyến tham quan tri ân bằng xe buýt cùng với Người quản lý cửa hàng

Người quản lý cửa hàng đóng vai trò hướng dẫn viên, sẽ hướng dẫn các hội viên tham quan. Bắt đầu từ cuối tháng 6, khoảng 60 chuyến xe buýt đã được triển khai, cho phép các hội viên trực tiếp trải nghiệm những hoạt động ở các khu vực sản xuất. Dự án này kết nối ba bên: "hội viên", "nhà sản xuất" và "Coop Sapporo".



Hộp ký ức tương lai 60×60 (Tomorrow's Memory Box)

60 nhân viên của Coop Sapporo đã tham gia đối thoại với 60 người tiên phong trong nhiều lĩnh vực khác nhau. Vừa xác định vị trí hiện tại của Hokkaido vừa hướng tới tương lai, họ đã thảo luận về các chủ đề này và những nội dung đó được triển khai dưới dạng các bài viết trên web, áp phích, quảng cáo truyền hình, sách và các hình thức khác.

コープさっぽろの 明日の小箱



Năm tài chính 2025

Báo cáo hoạt động môi trường

Triết lý môi trường

Coop Sapporo hoạt động dựa trên "7 lời hứa" với hội viên, toàn thể nhân viên và hội viên cùng nhau hướng tới hòa bình vì "an tâm cuộc sống" và "cuộc sống phong phú hơn". Tôn trọng con người, bảo vệ môi trường toàn cầu, tích cực thúc đẩy việc tạo ra một cộng đồng tràn đầy phúc lợi và hỗ trợ lẫn nhau. Coop Sapporo mục tiêu tạo ra một xã hội bền vững, bảo vệ môi trường để các hoạt động này phát triển khắp Hokkaido, và mọi người dân Hokkaido có thể sống tràn đầy hy vọng cho tương lai.

7 lời hứa với hội viên

- Lời hứa 1: Luôn cung cấp những sản phẩm đáng tin cậy và lời hứa với các thành viên về "an tâm, an toàn lương thực" và "cuộc sống phong phú hơn".
- Lời hứa 2: Luôn xem trọng ý kiến của các hội viên và thực hiện mong muốn của họ.
- Lời hứa 3: Giúp các hội viên học hỏi lẫn nhau và hợp tác với nhau, với mong muốn "yên tâm trong cuộc sống".
- Lời hứa 4: Thực hiện công việc hoạt động liêm chính, luôn công khai kinh doanh và bảo vệ tài sản chung của các hội viên.
- Lời hứa 5: Hợp tác với các hợp tác xã trong tỉnh, cải thiện cuộc sống của người dân cũng như sự phát triển ngành công nghiệp của Hokkaido.
- Lời hứa 6: Bảo vệ môi trường toàn cầu và góp phần tạo ra một cộng đồng đầy phúc lợi và hỗ trợ lẫn nhau.
- Lời hứa 7: Góp phần hiện thực hóa "cuộc sống giàu đẹp" đầy hòa bình, nhân văn.

Chính sách về môi trường

Thông qua các hoạt động kinh doanh như siêu thị, dịch vụ giao hàng tận nhà Todok, bảo hiểm Kyosai, Coop Sapporo đang cung cấp các sản phẩm và dịch vụ an toàn, an tâm cho hội viên sử dụng, và góp phần xây dựng một xã hội phát triển bền vững, bảo vệ môi trường, cuộc sống ấm no phồn thịnh cho người dân Hokkaido.

① Chúng tôi nỗ lực để ngăn ngừa ô nhiễm trong hoạt động kinh doanh và thực hiện hoạt động kinh doanh có thể tạo ra giá trị lớn hơn với ít tác động nhất đến môi trường. Chính vì thế, chúng tôi đưa ra mục đích, mục tiêu môi trường ngắn hạn, trung hạn, tiến hành điều chỉnh định kỳ, cải thiện liên tục hệ thống quản lý môi trường.

② Tuân thủ các yêu cầu bắt buộc chẳng hạn như các thỏa thuận, cũng như các điều lệ, pháp lệnh liên quan đến bảo vệ môi trường.

③ Toàn thể nhân viên phải nắm rõ chính sách này, từng người một phải nhận thức được vai trò của bản thân và hành động trong phạm vi áp dụng hệ thống quản lý.

④ Cùng với việc công khai rộng rãi chính sách môi trường này, chúng tôi sẽ cũng sẽ thông báo định kỳ về toàn bộ các dự án hoạt động môi trường.

● Sử dụng một cách hiệu quả tài nguyên năng lượng như điện năng, nhiên liệu, góp phần ngăn chặn hiện tượng nóng lên toàn cầu. ● Nỗ lực giảm thiểu và hạn chế phát sinh rác thải. ● Cố gắng sử dụng các loại văn phòng phẩm thân thiện với môi trường. ● Nỗ lực phổ biến và phát triển các sản phẩm thân thiện với môi trường. ● Xây dựng văn hóa của tổ chức luôn quan tâm tích cực đến môi trường trong các hoạt động kinh doanh. ● Lắng nghe ý kiến của hội viên, nâng cao kiến thức về các vấn đề môi trường đối với địa phương. ● Nỗ lực xây dựng xã hội địa phương gắn kết bảo vệ môi trường.

Thu hồi rác tài nguyên của Coop Sapporo

Coop Sapporo thu gom rác tái chế từ các siêu thị, văn phòng và hộ gia đình hội viên tại Eco Center. Trong năm tài chính 2025 đã thu được 33.151 tấn rác tái chế. Tương đương với việc giảm 20.980 tấn CO_2.

●Số lượng thu hồi tại Eco Center

(Đơn vị: tấn) *(FY (Fiscal Year): Năm tài khóa/ Năm tài chính)*

	FY2013	FY2014	FY2015	FY2016	FY2017	FY2018	FY2019	FY2020	FY2021	FY2022	FY2023	FY2024	FY2025	So với FY 2024
Bìa các-tông	16.870	16.617	16.991	17.602	17.598	17.178	16.799	18.344	18.649	18.168	17.349	16.535	16.441	99%
Tuần san Todok	8.262	8.950	9.948	11.041	12.085	13.788	14.735	14.637	15.573	15.993	14.045	13.294	13.188	99%
Báo giấy	976	975	983	1.000	954	906	893	704	815	833	686	596	587	98%
Tạp chí	———	———	———	———	———	———	———	———	———	———	49	89	107	120%
Túi giấy	289	292	280	283	276	272	273	274	282	284	270	262	257	98%
Thùng xốp	416	384	411	388	374	374	346	372	351	316	297	276	262	95%
Túi lót bên trong	128	125	117	116	116	122	123	119	119	122	118	115	112	97%
Chai nhựa	60	58	61	66	47	32	34	42	72	106	160	159	163	103%
Lon nhôm	44	44	46	58	68	62	55	60	61	74	97	88	89	101%
Lon thép	30	27	18	24	16	14	12	14	17	12	14	8	6	75%
Dây PP	41	40	42	44	43	34	32	35	33	30	29	27	27	100%
Dầu ăn thừa	726	773	813	854	866	878	901	933	911	740	644	640	637	100%
Quần áo, vải cũ	———	21	671	728	747	838	970	1.184	1.324	1.295	1.185	1.208	1.142	95%
Dụng cụ ăn uống	———	———	———	———	———	———	———	———	———	———	———	154	136	88%
Tổng cộng	27.841	28.306	30.379	32.203	33.190	34.499	35.172	36.718	38.208	37.972	34.942	33.451	33.151	99%

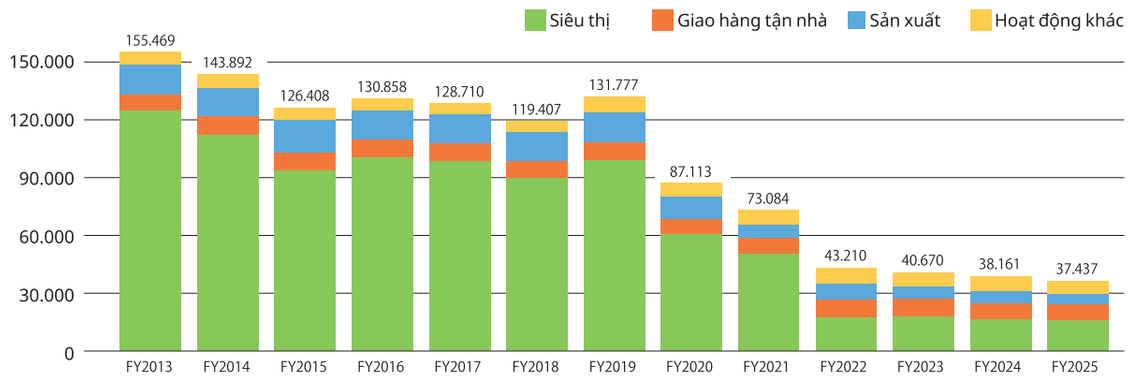
Doanh thu hoạt động thu gom quần áo cũ sẽ được quyên góp cho Quỹ chỉ định của UNICEF

Chúng tôi tiến hàng thu quần áo cũ thông qua hoạt động thu gom tài nguyên của Dịch vụ giao hàng tận nhà Todok. Từ số tiền thu được, trong năm tài chính 2025 Coop đã quyên góp 3.894.249 yên cho Quỹ chỉ định của UNICEF với chương trình "Dự án hỗ trợ Đọc – Viết – Tận hưởng niềm vui! của Campuchia". Quần áo cũ có thể được tái sử dụng ở Campuchia, hoặc dùng làm vải lau trong sản xuất công nghiệp.

※Vì các con số được làm tròn lên nên tổng số lượng và bảng tính chi tiết có thể không khớp.

Lượng khí thải CO_2 ※ Đơn vị: tấn

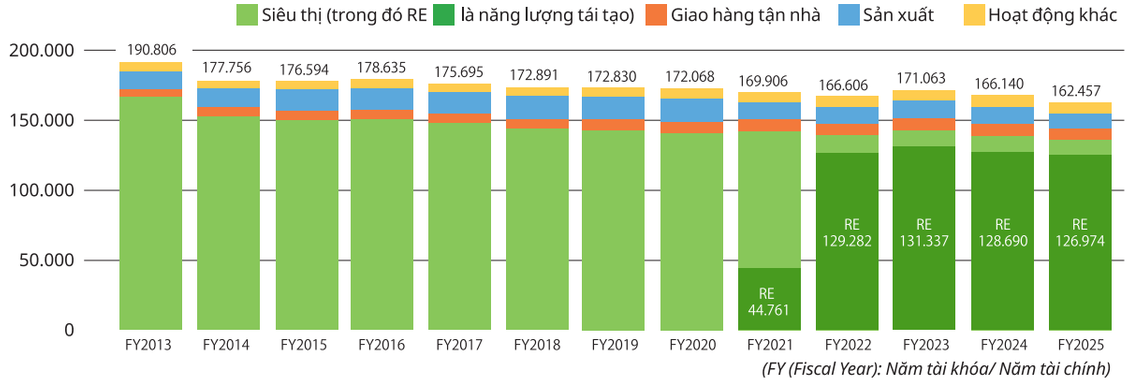
Mục tiêu đến trước năm tài chính 2030 sẽ giảm 50% lượng khí thải so với năm tài chính 2013.
Chúng tôi đang cắt giảm 75% đến thời điểm năm tài chính 2025.



(FY (Fiscal Year): Năm tài khóa/ Năm tài chính)

Lượng điện năng sử dụng ※ Đơn vị: nghìn kWh

Coop Sapporo đã tham gia RE100 vào tháng 10 năm 2018.
Chúng tôi hướng đến sử dụng 100% năng lượng tái tạo cho lượng điện tiêu thụ trong các hoạt động kinh doanh của mình.
Mục tiêu sử dụng năng lượng tái tạo là 60% trước năm tài chính 2030, và 100% trước năm tài chính 2040.
Từ tháng 12 năm 2021, chúng tôi chuyển sang sử dụng các nguồn năng lượng tái tạo cho điện sử dụng trong các cửa hàng. Tính đến năm tài chính 2025, 78% lượng điện được sử dụng là năng lượng tái tạo



(FY (Fiscal Year): Năm tài khóa/ Năm tài chính)

※ Lượng phát thải từ các thiết bị điện được tính toán bằng cách sử dụng các hệ số phát thải đã điều chỉnh.
Do hệ số phát thải năm tài chính 2025 chưa được công bố nên chúng tôi đang tính toán theo dữ liệu năm tài chính 2024.

●Năng lượng sử dụng khác (ngoài điện)

(FY (Fiscal Year): Năm tài khóa/ Năm tài chính)

	FY2013	FY2014	FY2015	FY2016	FY2017	FY2018	FY2019	FY2020	FY2021	FY2022	FY2023	FY2024	FY2025	So với FY 2024
Dầu nặng (nghìn lít)	3.633	3.434	4.033	3.186	2.657	2.292	2.343	2.050	1.242	1.328	1.296	1.224	1.277	104%
Dầu hỏa (nghìn lít)	1.778	1.725	1.704	1.817	1.808	1.670	1.500	1.406	1.327	1.198	1.110	1.043	1.079	103%
Khí gas đô thị (nghìn m^3)	1.006	979	1.154	1.358	1.324	1.285	1.359	1.394	1.484	1.445	1.484	1.410	1.468	104%
Khí LP (nghìn m^3)	485	490	464	492	513	544	604	642	673	676	721	682	698	102%
Dầu nhẹ (nghìn lít)	1.956	2.097	2.189	2.228	2.216	2.198	2.284	2.409	2.489	2.480	2.527	2.445	2.405	98%
Xăng dầu (nghìn lít)	142	158	169	235	351	402	1.346	1.575	1.447	1.399	1.448	1.429	1.251	88%

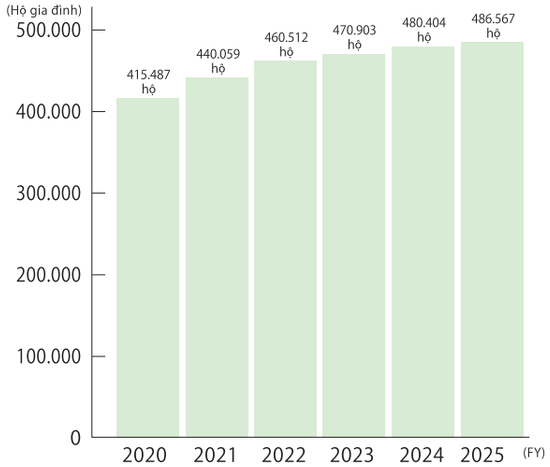
Từ năm tài chính 2019, sẽ bao gồm luôn nhiên liệu được sử dụng trong các phương tiện thuê (charter).

Thông tin cơ bản

Tên gọi	Hội Liên hiệp Tiêu dùng Coop Sapporo (Tên cũ Hiệp hội Hợp tác Cộng đồng Thị dân Coop Sapporo, được đổi tên vào năm 2000)
Ngày tháng năm thành lập	Ngày 18 tháng 7 năm 1965 (Showa 40)
Ngày tháng năm hoạt động	Ngày 1 tháng 10 năm 1965 (Showa 40)
Trụ sở	10-1, Hassamu 11-jo, 5-chome, Nishi-ku, Sapporo, Hokkaido 063-8501, Nhật Bản
Lãnh đạo (Ban thường vụ)	● Chủ tịch và Tổng Giám đốc: Hideaki Omi ● Giám đốc Quản lý: Hitoshi Komatsu ● Giám đốc Điều hành: Toru Yoneuchi ● Giám đốc Điều hành: Yuko Suzuki (Thời điểm tháng 3 năm 2026)
Khu vực hoạt động	Toàn bộ Hokkaido (theo Điều lệ hoạt động)

Tài liệu

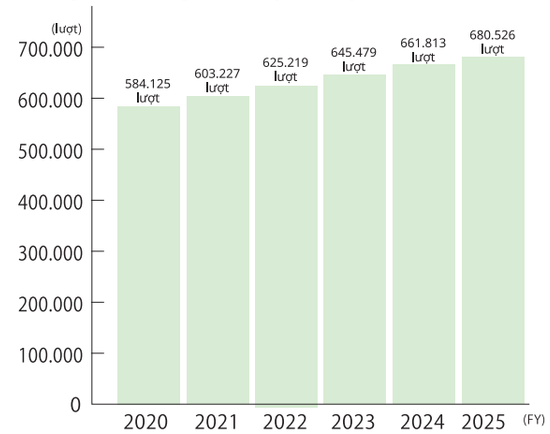
Số người đăng ký Dịch vụ giao hàng Todok



Tài liệu

Tình hình Bảo hiểm Kyosai Coop

Số người tham gia 4 sản phẩm Kyosai



Tài liệu

Tình hình vốn

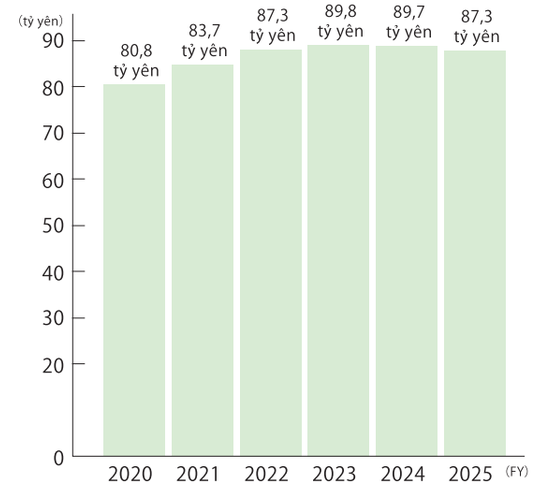
Tình hình vốn qua từng năm

FY: Fiscal Year (Năm tài chính/ Năm tài khóa)

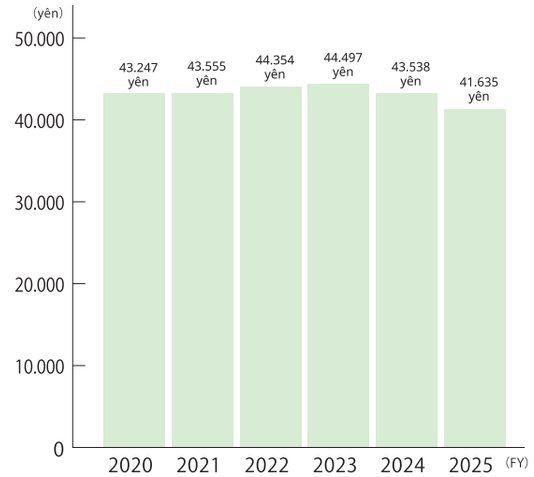
Mục / FY	Số tiền (nghìn yên)	Số tiền tăng so với năm trước (nghìn yên)	Tỷ lệ tăng (%)	
			So với năm trước	So với FY 2020
2020	80.809.922	3.210.372	104,1	100,0
2021	83.674.043	2.864.121	103,5	103,5
2022	87.309.263	3.635.220	104,3	108,0
2023	89.778.259	2.468.996	102,8	111,1
2024	89.657.058	▲121.201	99,9	110,9
2025	87.336.995	▲2.320.063	97,4	108,1

※ Số tiền vốn trên bao gồm cả tiền cọc (deposit) dưới 1000 yên. Tiền vốn dựa theo điều lệ hoạt động (đơn vị nghìn yên) là 89.229.891nghìn yên.

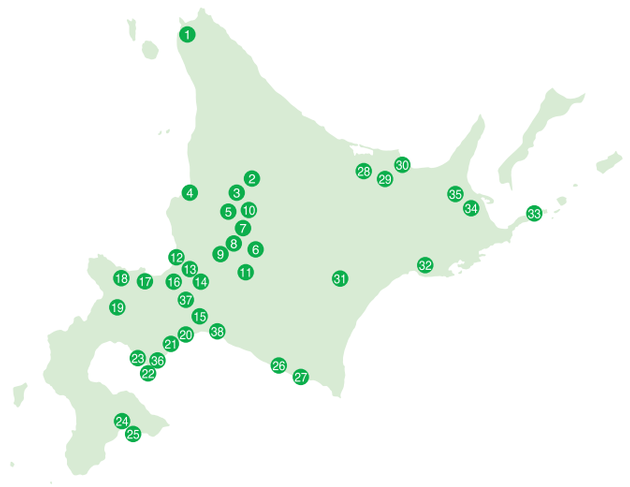
Số dư vốn chủ sở hữu theo từng năm tài chính



Tiền vốn trung bình 1 người



FY: Fiscal Year (Năm tài chính/ Năm tài khóa)



Số hội viên theo năm tài chính

FY: Fiscal Year (Năm tài chính/ Năm tài khóa)

Mục / FY	Số lượng hội viên (người)	Số hội viên tăng lên so với năm trước (người)	Tỷ lệ tăng (%)	
			So với năm trước	So với FY 2020
2020	1.868.534	57.327	103,2	100,0
2021	1.921.098	52.564	102,8	102,8
2022	1.968.441	47.343	102,5	105,3
2023	2.017.607	49.166	102,5	108,0
2024	2.059.239	41.632	102,1	110,2
2025	2.097.633	38.394	101,9	112,3

*Ngày 20/3/2021, hủy tư cách hội viên 263 người do không sử dụng hoặc không rõ địa chỉ.
*Ngày 20/3/2022, hủy tư cách hội viên 155 người do không sử dụng hoặc không rõ địa chỉ.
*Ngày 20/3/2023, hủy tư cách hội viên 145 người do không sử dụng hoặc không rõ địa chỉ.
*Ngày 20/3/2024, hủy tư cách hội viên 159 người do không sử dụng hoặc không rõ địa chỉ.
*Ngày 20/3/2025, hủy tư cách hội viên 305 người do không sử dụng hoặc không rõ địa chỉ.
*Ngày 20/3/2026, hủy tư cách hội viên 383 người do không sử dụng hoặc không rõ địa chỉ.

Tỷ lệ tổ chức hội viên mỗi đặc khu hành chính trong thành phố Sapporo

Chuo-ku	76.061 người (53,8%)	141.429 hộ
Kita-ku	109.066 người (78,1%)	139.675 hộ
Higashi-ku	81.562 người (62,2%)	131.188 hộ
Shiroishi-ku	93.278 người (86,2%)	108.233 hộ
Toyohira-ku	83.325 người (70,2%)	118.650 hộ
Minami-ku	69.658 người (112,1%)	62.134 hộ
Nishi-ku	79.897 người (76,9%)	103.849 hộ
Atsubetsu-ku	49.122 người (85,7%)	57.289 hộ
Teine-ku	54.430 người (89,1%)	61.080 hộ
Kiyota-ku	37.785 người (82,8%)	45.634 hộ

Tình hình hội viên

Số hội viên (Tỉ lệ tổ chức) | Tổng số hộ gia đình

Số hội viên và tỉ lệ tổ chức

2.097.633 (84,7%) — 2.476.846 hộ

Số hội viên đăng ký tính đến ngày 23/03/2026.
Số hộ gia đình dựa trên kết quả của cuộc điều tra dân số quốc gia năm 2020.

Tỷ lệ hội viên theo thành phố, thị trấn

1 Wakkanai	6.013 người (37,4%)	16.060 hộ
2 Asahikawa	151.419 người (96,9%)	156.195 hộ
3 Fukagawa	11.058 người (120,2%)	9.198 hộ
4 Rumoi	11.900 người (121,2%)	9.816 hộ
5 Takikawa	16.614 người (88,9%)	18.688 hộ
6 Furano	11.992 người (125,7%)	9.538 hộ
7 Sunagawa	8.575 người (112,8%)	7.599 hộ
8 Bibai	12.681 người (134,4%)	9.434 hộ
9 Iwamizawa	37.663 người (105,8%)	35.584 hộ
10 Akabira	6.208 người (138,1%)	4.494 hộ
11 Yubari	4.935 người (129,6%)	3.807 hộ
12 Ishikari	25.539 người (110,5%)	23.102 hộ
13 Ebetsu	45.923 người (85,1%)	53.977 hộ
14 Kitahiroshima	27.357 người (111%)	24.640 hộ
15 Chitose	29.224 người (66,7%)	43.809 hộ
16 Sapporo	734.184 người (75,8%)	969.161 hộ
17 Otaru	57.203 người (108,3%)	52.817 hộ
18 Yoichi	9.841 người (118,8%)	8.283 hộ
19 Kutchan	8.005 người (104,9%)	7.631 hộ
20 Tomakomai	76.608 người (95,6%)	80.130 hộ
21 Shiraoi	9.912 người (128,9%)	7.688 hộ
22 Muroran	31.229 người (74,8%)	41.766 hộ
23 Date	11.936 người (80,4%)	14.844 hộ
24 Hokuto	18.173 người (99,1%)	18.337 hộ
25 Hakodate	121.013 người (99,4%)	121.793 hộ
26 Shinhidaka	10.730 người (105,4%)	10.176 hộ
27 Urakawa	9.346 người (157,4%)	5.936 hộ
28 Engaru	12.151 người (137,9%)	8.813 hộ
29 Kitami	50.174 người (90,9%)	55.188 hộ
30 Abashiri	17.751 người (102,9%)	17.253 hộ
31 Obihiro	54.404 người (67,9%)	80.175 hộ
32 Kushiro	79.897 người (99,4%)	80.349 hộ
33 Nemuro	9.510 người (85,3%)	11.153 hộ
34 Betsukai	6.222 người (102,1%)	6.092 hộ
35 Nakashibetsu	8.539 người (80,7%)	10.577 hộ
36 Noboribetsu	19.357 người (92,5%)	20.928 hộ
37 Eniwa	21.555 người (71,2%)	30.276 hộ
38 Mukawa	4.581 người (125,6%)	3.647 hộ
Tổng cộng các thành phố, thị trấn (và làng) khác ngoài danh sách trên	308.211 người (79,5%)	387.892 hộ

Các địa điểm và Hình thái kinh doanh

Trụ sở chính

Trụ sở	1	Chi nhánh khu vực	8 (Sapporo, Obihiro Hidaka, Kushiro, Kitami, Tomakomai, Muroran, Hakodate, Asahikawa)

Siêu thị

110 siêu thị (thời điểm ngày 20/3/2026) ở 28 thành phố 22 thị trấn

Thành phố Sapporo	28 siêu thị	Thành phố Sunagawa	1 siêu thị	Thị trấn Urakawa	2 siêu thị	Thành phố Akabira	1 siêu thị
Thành phố Ebetsu	2 siêu thị	Thành phố Takikawa	1 siêu thị	Thị trấn Erimo	1 siêu thị	Thị trấn Betsukai	1 siêu thị
Thành phố Kitahiroshima	2 siêu thị	Thành phố Furano	1 siêu thị	Thị trấn Samani	1 siêu thị	Thành phố Noboribetsu	3 siêu thị
Thành phố Ishikari	1 siêu thị	Thành phố Rumoi	1 siêu thị	Thành phố Kushiro	6 siêu thị	Thành phố Eniwa	1 siêu thị
Thành phố Chitose	2 siêu thị	Thành phố Hakodate	8 siêu thị	Thị trấn Nemuro	1 siêu thị	Thị trấn Fukushima	1 siêu thị
Thành phố Otaru	2 siêu thị	Thành phố Hokuto	1 siêu thị	Thị trấn Kushiro	1 siêu thị	Thị trấn Haboro	1 siêu thị
Thị trấn Yoichi	1 siêu thị	Thành phố Tomakomai	4 siêu thị	Thị trấn Nakashibetsu	1 siêu thị	Thị trấn Shiriuchi	1 siêu thị
Thị trấn Kutchan	1 siêu thị	Thành phố Date	1 siêu thị	Thành phố Kitami	3 siêu thị	Thị trấn Taiki	1 siêu thị
Thành phố Iwamizawa	2 siêu thị	Thị trấn Kikonai	1 siêu thị	Thành phố Abashiri	1 siêu thị	Thị trấn Embetsu	1 siêu thị
Thành phố Bibai	1 siêu thị	Thị trấn Makubetsu	1 siêu thị	Thị trấn Engaru	2 siêu thị	Thị trấn Higashikagura	1 siêu thị
Thành phố Yubari	1 siêu thị	Thị trấn Mukawa	1 siêu thị	Thị trấn Bihoro	1 siêu thị	Thị trấn Mashike	1 siêu thị
Thành phố Asahikawa	6 siêu thị	Thị trấn Shiraoi	1 siêu thị	Thành phố Obihiro	2 siêu thị		
Thành phố Fukagawa	1 siêu thị	Thị trấn Shinhidaka	1 siêu thị	Thành phố Muroran	2 siêu thị		

Trung tâm giao hàng tận nhà Todok Coop

43 trung tâm 9 kho bãi (thời điểm ngày 20/3/2026)

Xe bán hàng lưu động

97 xe (137 khu vực khắp Hokkaido)

Nhà máy sản xuất

Trung tâm chế biến thực phẩm tươi sống Ebetsu

Cơ sở tái chế

Eco Center

Nhà tang lễ

Lễ đường dịch vụ của Coop: 43 địa điểm

Công ty lễ đường liên kết: 80 công ty

Các cơ sở mới khai trương năm tài chính 2025

Siêu thị	Tháng 5/2025	siêu thị Mashike
	Tháng 6/2025	siêu thị Nopporo
	Tháng 8/2025	siêu thị Tottori
	Tháng 10/2025	siêu thị Higashikagura

Các công ty liên quan

- Công ty cổ phần Ene Coop
- Công ty cổ phần Điện lực Todok
- Công ty cổ phần Thực phẩm Coop
- Công ty cổ phần Thực phẩm Hamanasu Hokkaido
- Công ty cổ phần Logi Service Hokkaido
- Công ty cổ phần Matehan Engineering
- Công ty cổ phần Thi công Xây dựng M･G
- Công ty cổ phần Trung tâm Bảo vệ Tài nguyên nước Taisetsu
- Công ty cổ phần Coop Travel
- Công ty cổ phần Duarcanum
- Công ty cổ phần Coop Trading
- Công ty cổ phần Hợp tác Bảo hiểm Coop
- Công ty cổ phần Coop･Partners
- Công ty cổ phần Chuo Supermarket
- Công ty Sapporo Eki Tachiuri Shokai
- Công ty cổ phần Hiệp hội Bất động sản C's
- Công ty cổ phần Kaneko
- Công ty TNHH Koudensha
- Công ty cổ phần Thực phẩm Sakura
- Công ty cổ phần Coop Feriae
- Công ty cổ phần Coop Media
- Công ty cổ phần Thực phẩm Cradle Kounou
- Công ty cổ phần Meets
- Công ty cổ phần International Industry Transport (IIT)
- Công ty cổ phần Will Carry
- Công ty cổ phần Logience Hokkaido
- Công ty cổ phần Derivery
- Công ty cổ phần Oriental Foods
- Công ty cổ phần Agritech Makkari
- Công ty cổ phần Cosmo Japan
- Công ty TNHH F-CARGO
- Công ty cổ phần Thực phẩm Moriya
- Công ty cổ phần Okuba Shouten
- Công ty cổ phần Accel
- Công ty TNHH Ito Shoten
- Công ty TNHH Nanae Gas Nakagawa

Chỉ tiêu SDGs mà Coop Sapporo đóng góp qua các hoạt động

[Bảng so sánh SDGs]

Coop Sapporo tiến hành những kế hoạch ở từng năm thông qua dự án [Kết nối] [Con người/ Thực phẩm/ Tương lai] nhằm hướng đến hiện thực tất cả các mục tiêu SDGs.

Chủ đề các dự án			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
Dự án kết nối [Con người với Con người]	Học bổng dành cho học sinh trung học có bố/ mẹ đơn thân	P18	●			●						●							
	Học bổng cho sinh viên đại học	P18				●				●		●							
	Trợ cấp hoàn trả học bổng cho nhân viên	P18				●				●		●							
	Quyên tặng văn phòng phẩm cho các cơ sở phúc lợi trẻ em	P19										●		●					●
	Kiểm định xe Todok	P19											●						●
	Dịch vụ tang lễ gia đình của Coop	P19			●														
	Quỹ cứu trợ khẩn cấp động đất ở Myanmar	P20																●	●
	Quỹ cứu trợ thảm họa trong vụ cháy lớn ở Saganoseki, Oita	P20											●						●
	Ngân hàng Thực phẩm Todok	P20		●										●					
	Đoàn xe Thực phẩm Todok	P20		●		●													
	Khám sức khỏe lưu động	P21			●														●
	Dự án du lịch "Coop Travel" hợp tác với sinh viên và hội viên	P21				●							●						
	Tỷ lệ việc làm cho người khuyết tật vượt hơn 8%	P22								●		●							
	Triển lãm nghệ thuật Kubara Dandan Hokkaido	P22								●		●							●
	Dự án hỗ trợ gấu Bắc cực	P22													●		●		●
	Quyên tặng trái cây không đạt tiêu chuẩn cho các vườn thú	P22													●		●		●
Dự án kết nối [Con người với Thực phẩm]	Dịch vụ giao hàng Todok	P07			●								●	●					●
	Tăng cường thực phẩm tươi sống ở siêu thị	P11		●										●					●
	Lễ hội Taberu Taisetsu 2025	P23				●								●					●
	Bữa trưa học đường	P23		●	●	●													
	Giải thưởng Nông nghiệp Coop Sapporo	P24												●					●
	Nhà hàng trên cánh đồng	P24												●					●
	Rau xanh địa phương	P24												●	●				●
	Bữa ăn trưa tại hội trường trẻ em	P24		●	●								●						
	Cuộc thi thử thách ẩm thực dành cho học sinh trung học	P25		●	●								●						
	Dự án Animadore tìm hiểu thực phẩm và nông nghiệp	P25				●					●			●					
	Xe bán hàng lưu động	P25				●								●					
	Omakase-bin Kakeru	P26			●								●						●
	ProEco phát triển sản phẩm cùng với hội viên	P26												●					●
Dự án kết nối [Con người với Tương lai]	Đại chiến dịch làm sạch biển!	P27											●			●	●		
	Đại chiến dịch làm sạch phố phường!	P27											●			●	●		
	Thỏa thuận hợp tác toàn diện với Levanga Hokkaido	P27			●									●					●
	Trung tâm sinh thái Eco Center	P28												●	●				●
	Hộp quà cho con đầu lòng/ Thức ăn dặm cho trẻ em	P28			●								●						●
	Sách tranh cho trẻ em và Đoàn xe Ehon Waku Waku	P29				●								●					
	Giải thưởng Lớn cho Sách tranh đọc cùng nhau	P29				●													
	Chuyến tham quan học tập hòa bình	P30																●	●
	Chương trình Todok Kids Club	P30			●	●													●
	Quyên tặng vở cặp sách randoseru	P30			●								●						●
	Khu vui chơi Todok Station	P30			●								●						●
	Túi Rice Resin®	P31												●	●				●
	Hội nghiên cứu SDGs	P31																	●
	Mua hàng để hỗ trợ bù đắp carbon	P31													●	●	●		
	Hãy bảo vệ thiên nhiên Kiritappu	P31														●	●		●
	Dự án rừng tương lai	P32													●		●		●
	Dịch vụ mới "Kế hoạch tiết kiệm dầu hỏa" và "Bạn đồng hành tiết kiệm năng lượng"	P32							●					●	●				●