

Radixの会総会1部講演録

『らでいっしゅぼーや15年目の新たな挑戦』

らでいっしゅぼーや(株)取締役事業本部長 古原 岳志



Radix

今年「らでいっしゅぼーや」は1988年の設立から15年目を迎えております。宅配、そういう一般的で身近な手段で皆様とご家庭とを結んだ「らでいっしゅぼーや」という事業は、時代の要請もあって瞬く間にわずか14年の間にこれほどまでに大きくなっております。現在では全国に5つの配送センターと6万5000世帯の会員さんを抱える規模にまで育ってきております。農産品に加え、畜産、水産、加工食品、非食品の分野も加えて、お客様にはより一層利用しやすいような形態を取っております。

■2つの社会的課題

ただ、本当の勝負というものはこれからではないかと思っております。2000年及び2001年、そして残念なことですが、2002年も引き続き食品業界にとっては非常につらく大きな課題が立ちはだかっております。

1つは、洪水のように押し寄せる輸入農産物の問題です。食の自給率は一般的にカロリーベースで41%、穀物ベースで28%、こういう水準にまで落ち込んでいる。この問題というのは、やはり必要以上に高くなった為替の問題も大きくかかわってきているとは思いますが、今後真剣に対峙していかなければいけない問題だと思っております。

2つ目の問題は、今ちまたを席卷し

ておりますBSEに端を発する食の安全性の問題です。今まであまりにも無頓着に食に対して接してきたツケというものが、一気に我々の身の回りに押し寄せた感があります。逆に言えば、私どもらでいっしゅぼーや、それからRadixの会の皆さんがともにやってきたことが今、世の中のスタンダードになろうとしております。非常に名誉でありがたいことだとは思いますが、これに甘んじているようでは勝ち残れないと考えています。

今まで以上に、我が日本国内においても競争はますます激しくなっていくことは確実なことだと思います。広がっていく市場の中でしっかりとシェアを取っていかなければ、らでいっしゅぼーや及びここに集う皆さんというのは大きくなれないと。

■ともにブランドを築き上げよう

らでいっしゅぼーやは、よく生協さんと比較されます。確かに生協さんの個配部分というのは同じフィールドで、同じような形態で運営されていますが、我々としては、似て非なるものだと考えています。

らでいっしゅぼーやは個性と独自性を何より大切にしたいと考えています。その最も大きなポイントが、このRadixの会の皆さんにあると思います。生産

と流通の信頼、それも

言葉とか、ムードとか、そういうものではないきちんとした裏付けのある信頼関係、これがらでいっしゅぼーやの独自性ではないかと思っています。

我々は1つ1つを吟味し、納得のいく商品を納得いただける価格で会員の皆様にお届けしたいと考えています。大量生産、大量消費型の、どこでも買えるような大型企業のナショナルブランドの商品を採用するという商品戦略は採りません。高い付加価値を認めたらう、そういう領域で勝負していこうと考えています。それがいわゆるブランドと言われるものの価値と、我々は考えています。

ブランドの価値を高めるために必要なことは、まず第1に企業理念がしっかりしていること、これは絶対条件だと思います。そして、今我々らでいっしゅぼーやがやっていかなければいけないことは、認知度、皆様への普及率を飛躍的に高めるということです。

知る人ぞ知る、らでいっしゅぼーやはよく言われるのです。当たり前のことなのですが、知る人ぞ知る存在でよかった時代はもう終わったと思っております。これからは誰でも知っている、誰でもそんな会に入りたいなど、そういうふうにしていただけるような企業にしてい

15年目の新たな挑戦

2002年2月22日
らでいっしゅぼーや株式会社

