

うと思っています。

そして、信頼。お客様はブランドを信頼してご購入いただいています。先ほども述べましたが、単なる言葉とかムードではない裏付け、これが信頼関係には必要だと思っています。そしてらでいっしゅぼーやで働いていること、らでいっしゅぼーやに商品を提供いただいていること、それ自体が誇りとなる、それがある意味では僕にとっての夢です。

■らでいっしゅぼーや事業

この3年間でらでいっしゅぼーやは、売り上げ200億円、会員数8万人という目標を立てました。足元ばかりを見ていると結構大変な数字かなと思いがちですが、今後の市場動向、それから人の関心の度合い、今持っているらでいっしゅぼーやの事業構造、事業基盤を併せて広い視野で物事を考えてみると決して難しい数字ではないと考えています。そのためにも、らでいっしゅぼーやの供給主体であるRadixの会の皆さんとこれまで以上に連携していく必要があると考えています。

ではらでいっしゅぼーやの最近の取り組み、業績及びこの3月から始まる第15期、そして3年間の中期計画について簡単ではございますがお話しさせていただきますと思います。

【業績】

業績推移を見ますと、2000年、12期にキューサイとの連携が生まれました。

それから第12期、13期、14期と、この2年間は、ある意味では世の中の動き、食品業界の伸び悩みに対して健闘しているのではないかと考えています。13期と14期の売上高の月次推移を見ますと、一部昨年対比で下回っている月もありますが、ほぼ昨年対比で大体104%から105%ぐらいで推移してきております。

【会員数】

会員数の推移では、第1期1988年、約6000名のお客様でスタートしておりますが、14年間を経て、現在は6万5000名、こういう驚くべきというか順調な伸びを示しております。この間ご入会されたお客様がどういう推移をたどって現在に至っているかを見ますと、第1期のお客様は約6000名いらっしゃって、現在は3000名ぐらいでしょうか。

今まで、産地メーカーの方々といういろいろなお話をさせていただいてきた中に、らでいっしゅぼーやのことを本当に理解していただける会員さんを相手にしていけばいいじゃないかと、本当に私たちのことをよくわかっているお客様に売りたいのだ、というお言葉をちょうだいします。

これは6万世帯もありますと、何らかのご事情で、例えば子どもが巣立ったとか、転居したとか、そういう理由で徐々にお客様というものは減っていきます。それを大きくする、さらにしっかりしたものにするためには、やはり新しいお

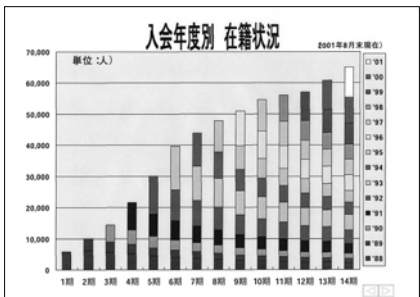
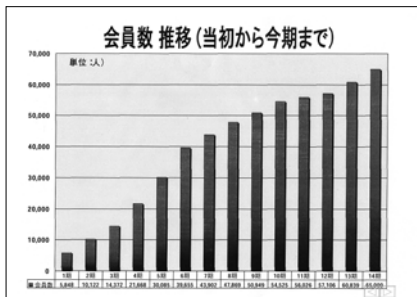
客様をいかに持つていくことができるか、また、この減っていくカーブをいかに緩やかに、基本的には全然減らない横のカーブがベストです。これをいかに実現するかが、らでいっしゅぼーやという企業に与えられている命題です。

それでも、入会3年を超えると減っていく率は極端に落ちていきます。らでいっしゅぼーやに入ってから3年間続けていただいたお客様は、やはりらでいっしゅぼーやの良さというのを、またそこにある商品の良さがある程度ご満足いただいで、なかなかやめないというか、こぼれていかないということです。我々は年次を重ねて、こうしたお客様を少しでも積み重ねていく努力をしていきたいと思っています。

【この2年間の施策】

これまでの2年間の活動では、まず前受け金というものがありません。これはばれっと代金を、ちゃんと届けるからお客様は1カ月分、金額にして1万円です、これをとりあえずこの事業の継続のために出してくださいと、お預けくださいという制度でした。これはやはり企業の黎明期であれば、誕生期であれば許されたことであろうと思いますが、もはや我々としては企業活動をやっていく上では許されないと考えまして廃止しました。あと、代理店のエリア制を実施しました。また、これは皆さんも見ているらでいっしゅぼーやのカタログの全商品を写真

次ページへ続く



4つの施策 (過去2年間)

- 1.前受け金廃止 (ばれっと)
- 2.代理店エリア制 (地区毎配送担当制)
- 3.カタログ大幅改訂 (全商品写真入)
- 4.配送料半額 (300円→150円)