

Radixの会総会1部講演録

『みんなの力で夢の実現を』

Radix

さらには、例えばその方が自分の知り合いと非常に深い信頼関係、自分と仲のよい友達と非常に深い信頼関係で結ばれているもう一つの友達だということがわかったとき、その信頼感というのは非常に強固なものになっていくでしょう。

■信頼できる商品

さて、このように考えると、まず何をもちってお客様は私たちを信頼してくれるのか。まず第1番に商品です。

まず食べてみて、使ってみて、おいしかった、ああ、このお芋はすごく香りが高い、ニンジンも香りが高い、何と甘いホウレンソウなの、これは誰が作っているの、何て甘いミカンなのでしょう、何とおいしいお肉なのでしょう、これです。そこに信頼の第1番目が始まる。

京都大学のある先生が「食べるという行為は、他の生命のタンパク質を情報として体内に取り込むという大変危険な行為なのだ。もっと人間は食べることに真剣にならなければいけない」ということをおっしゃっていました。

今まで食べるという行為がいい加減に行なわれてきた、そしていい加減に食べる人のところにはいい加減な物でよかろうということで、食品産業は妙な形で発展してきた部分もあるように思います。

皆さんたちは違いますよ。野菜も生き物なのです。生き物を生き物であるという尊厳をまず払うことです。そして尊厳を払った上で、より適性に育ってくれと、そしてより良い、より喜んでくれるものとしてお客様の手元に届けという思いを、作っていらっしゃる方が持っているか持っていないかなんです。

ごく当たり前ではありますが、このいのちによっていのちを育むという、非常に大切な意志を、作り手の皆さんが明確に持っている。そういう商品は、基本的に信頼できるのです。このように、信頼関係のまず第1番は商品です。

■信頼性の高い情報開示

そして2番目、これは先ほど言いました、会った印象ではなくてどういう人かと聞く、これは情報が入ること。情報開示です。情報開示によって信頼は確立します。

食品流通という業界はここ数年、一部の不心得な方もいらっしゃったと思いますし、もちろん失政の問題もあるかと思いますが、非常に重要な曲がり角に来たなと考えています。以前から安全である物、安心である物というものを求める消費者の皆さんの声は実際に存在していました。しかしこれから先は、これが、ものすごい大きなうねりとして我々のところに押し寄せてくると考えています。

ここではさらに高度な情報開示、トレーサビリティという言葉がありますが——最近新聞にどんどん載っています——ただ開示するだけではなく、その情報が客観的合理性をもって証明できるものなのかどうなのかということまで、恐らく求めてくる。そういう時代になってくると思います。

市場というのは、巨大な個々の意志の塊ですから、実現不可能な要求は出してくれません。こっちがいいという端っこの人がいれば、その反対の人も存在するのが市場ですから、ある程度バランスが取れたものになるのです。

しかし一旦これが動き出したときには誰にも止めることができない。そしてその意志に応えられないものは、市場からこぼれ落ちていくのです。

ですから、これからさらに高度な情報開示が求められるのは間違いないが、市場というものの満足を得るといふ不断努力をし続けなければ、最終的にお客様からの信頼は確立しないというふうを考えます。

■顔の見える関係

3番目は、どうやって信頼が強固なものになっていくかです。それは継続性の担保です。その商品