

AJD 創設 50 周年記念特集

アカカベ・皆川社長×大木ヘルスケア HD・松井社長 特別対談

「学びの場」あるのがAJDの文化



皆川友範氏

今がある AJD のお陰

～皆川社長

—アカカベ現会長の皆川友夫氏が第14代本部長(2006-2010年)を務めるなど、AJDとは深い関係にあります。皆川社長にとりAJDはどういう存在ですか?

皆川 私はアカカベの3代目として、大学卒業後すぐに入社しました。当時は社内外から「社長の息子」という色眼鏡で見られており、結果を出して評価を得たいと、我武者羅に働いていました。

入社後しばらくして参加したのは、次世代の経営者の育成を目的にしたAJDの勉強会です。勉強会と同じ境遇や環境の有志が集まり、貪欲に学びを得る熱気に溢れていました。今の私、今のアカカベがあるのも、あの場があったからだ感謝しています。

—その勉強会に松井社長も参加していたのですか?

松井 従来は加盟社のみのお会でしたが、12年前にAJDに係わる人財を広く募る「次世代経営者育成ビジネススクール」に発展し、1期生として参加しています。2ヵ月に1回、1泊2日の缶詰状態の勉強会に1年間通いました。

AJDの特徴の1つが、加盟社や取引先に各種セミナーや勉強会などの学びの場を提供している点で、そこで学んだ経験が自社の事業や業界の発展にも活かしている。学びの場の一つである「次世代経営者育成ビジネススクール」は、次代を担う若い経営者の育成を目的としており、アカカベの皆川友範社長と大木ヘルスケアホールディングスの松井秀正社長は同胞である。このほど両者に、AJDでの経験をどのように活かし今日に至るのかについて語ってもらった。(取材と文＝本紙編集長・八島 充)

—スクールでどのようなことを学んだのですか?

皆川 マーケティングやMDといった技術論はもちろん、医療・介護の最新情報を基にした業界・業態論、事業承継を含む経営論など多岐に渡ります。大手メーカーのトップに講演して頂いたのも貴重な経験でした。

松井 講師陣はヘルスケア業界に特化した濃いメンバーでした。業界環境を知識として習得したうえで、何を目指し何に取り組むべきか、そのために自身をどう変えていくのか、中長期の視点で経営の基礎を学びました。

皆川 1年後の最終日に自社の経営戦略を発表し、終了証書も頂きました。証書は今も実家にありますよ。

松井 私は最終日だけ参加できず証書を頂いていないんです(苦笑)。

—そうした経験が活かしているとう実感もありますね?

皆川 草創期、成長期を経て、ドラッグストアも独自の戦略を磨き上げないと生き残れない時代になりました。先のセミナーは遊びが一切なく厳しいものでしたが、今では共に学んだ有志の多くが、地域を支える企

業としてマネジメントに携わっています。彼らの存在は大いに刺激になりますね。

松井 私も、AJDに育てて頂いた御恩を、業界全体の発展に貢献することで返していく所存です。

少量多品種で地域を支えたい

～松井社長

—大木は卸の立場で物流を含め加盟社をサポートしています。

松井 地域のお客様のニーズに応え、適時適格に商品と情報を届けることが当社の使命です。そして地域のお客様の窓口を担うドラッグストアの集団として、AJDが存在していると考えています。

ヘルスケアの流通は、少ない品種を大量に送り込むだけでは成立せず、地域のお客様に身近できめ細かい品揃え、すなわち少量多品種が求められます。この考えは地域密着を志向



握手を交わす松井・皆川両社長

するAJDのニーズとも合致しており、当社の機能が少なからずお役に立っているものと自負しています。

皆川 当社もそうですが、AJDの考える地域密着とは、医療を軸にした地域連携です。大木さんは提案会などを通じ、地域密着のための情報を提供してくれるパートナーという認識ですね。

—50年が経過したAJDも、ドラッグストアの成長とともに変化の中にあります。

松井 アマゾンの台頭で流通環境が世界的に変化しており、日本のドラッグストアも物販の枠を超えたビジネスを構築する段階にあるようです。皆川さんのような若いリーダー達が切磋琢磨し、物販の枠を超えた新たなチャレンジを始めていることに、当社も大いに期待しています。

皆川 高齢化や人口減、キャッシュレス化による金融環境の変化など、様々な課題はありますが、それを解決する方向を導くのが、これからのAJDの仕事です。新型コロナウイルスの影響で全国大会は10月に延期しますが、その大会で改めて、AJDの方向性を打ち出していきます。

—本日はありがとうございました。

2020年度 新規会員募集のご案内

「健康食品 表示規制研究会」

機能性表示制度も含め、実践的な講座で貴社をサポート！ 2020年6月スタート！

ヘルスビジネスマガジン社では、「健康食品 表示規制研究会」の2020年度(第28期)新規会員の募集を開始します。薬機法、景表法、健康増進法さらには食品衛生法、食品表示法、特商法も含めた広告表示全般、機能性表示食品関連の各種問題について引き続き、専門家より最新情報を提供していきます。

2020年度も6回のセミナーを予定しており、「ヘルスライフビジネス」編集部より最新情報の報告、大好評の広告表現研究会代表・山本浩二氏による「実際の広告事例を用いた表示指導」を軸としながら、毎回特別講師として専門性に優れ、且つ公な立場にいる法曹界・大学教授・行政関連からお招きする予定です。

当研究会は関連法規の違反をしないためにどのようなことを学ぶべきかという「法令遵守」という視点を研究会発足時より大切にしています。皆さまのビジネスにおいて役立つよう毎回充実したセミナーにさせていただきます。

【費用】

9万円(入会金3万円、年会費6万円)(全て税別)
 *年6回の「健康食品 表示規制研究会セミナー」が受講できます。
 *2019年度に当研究会開催のセミナーをスポット受講で受けたことがある法人・個人は、入会金3万円を無料とさせていただきます。

【2020年度の開催予定】(東京都内を予定)

- 第1回 2020年6月(平日) 13:00~17:00
- 第2回 2020年7月(平日) 13:00~17:00
- 第3回 2020年9月(平日) 13:00~17:00
- 第4回 2020年11月(平日) 13:00~17:00
- 第5回 2021年1月(平日) 13:00~17:00
- 第6回 2021年3月(平日) 13:00~17:00

*天災や震災など不可抗力の原因により、開催予定時期が変更となる場合がございます。

■お申し込みは

(株)ヘルスビジネスマガジン社「健康食品 表示規制研究会」事務局まで

規制の最新動向・広告表現がわかる！