

岩渕薬品株式会社



- 我が社は顧客のために存在し、社員と共に栄えることを基本理念とする。
- 総合ヘルスケア企業グループとして営業を通じ、衛生的にして健康なる社会建設に寄与し、経営者、社員、一体となり我が社の繁栄をもたらすものであることを信条とする。

会社名	岩渕薬品株式会社
事務所	〒284-0033 千葉県四街道市鷹の台 1-5
代表者	代表取締役社長 岩渕 琢磨 代表取締役専務 岩渕 裕樹
設立	昭和 23 年 6 月 2 日 (1948 年)
資本金	1 億円
社員数	459 名 (2019 年 3 月 31 日現在)
事業内容	医薬品総合商社

テーマ：『100 年企業が実践し続ける 理念経営の本質』

企業が存続し続ける事は、非常に難易度が高い事です。例えば、中小企業庁によると起業してから 10 年後に存続している企業は 2005 年版で約 26%。つまり、約 7 割の企業が 10 年以内に廃業した事になります。更に、帝国データバンクによると国内の 100 年を超える老舗企業は、3 万 3,000 社、帝国データバンク掲載企業 143 万社でいうと 2.27%です。そして、老舗企業は、10 億円未満が多い事も特徴です。その中で、岩渕薬品は、売上高 726 億円です。売上高 500 億円以上の企業は、568 社、約

0.04%。岩渕薬品は、105 年間成長を続け、現在 726 億円の売上です。売上比較としてファーストフード業界を例にさせていただきますと、皆さんがご存じのケンタッキーフライドチキンの売上が 734 億円、日本モスフードサービスが 713 億円となっています。

当社は、お客さん・社員・地域社会の三方が幸せになってほしいという経営方針で 105 年間活動してきました。江戸時代に商売上手と呼ばれた近江商人の三方よしの考え方「売り手よし、買い手よし、世間よし」この三方よしの原則と同じ考え方を持っています。自分 1 人だけ勝つのではなく、多くの人と一緒に幸せを享受しながら、

もっともっと成功していきましょう、と定義しているのが、当社の経営理念です。

1. 企業の存続目的とは？

～経営理念～

当社は、105年間の存続と売上726億円と、多くの企業が実現できていない「長期存続」と「成長」を実現し続けており、企業経営としては成功している部類であると解釈してくださる方々もいらっしゃいますが、企業経営にとって『成功』とは何なのでしょう？広辞苑によると『成功とは目的を遂げること』、となっています。では『目的』とは何なのでしょう。令和元年8月に千葉県代表として、甲子園に出場した習志野高校。エースピッチャーとしての夢や目標を聞くとおそらく「甲子園の優勝投手になることです」と答えるのではないかと想像することができ、多くの方が納得する目標だと思います。企業経営においても同じで、まずなすべきことは、目的を明確化する事です。学生自身も同様、大学3年生の9月に自分自身の目的を持つことは、この先の将来において大変大事なことです。

企業の土台は、目的・ビジョン・目標の三本立てです。企業の目的は存在意義そのものであり、「誰のために、何のために、この企業は存在するのか」を定めたものです。そして、それをどのように実現するのかを設定するのがビジョンです。その目的とビジョンが明確になった上で初めて、目標設定が成り立ちます。しかし、多くの人や企業は、この目的とビジョンに焦点を当てられず、目標ありきになってしまいます。皆さん自身が「誰のために、何のために、

生きているのか」ということを認識しない、もしくは、「誰のために、何のために、この企業はあるのか」を解らないまま社会人（就職する）になると、どんな世界が待っているのでしょうか？社会人になるとお給料をいただきます。つまり、責任が発生します。責任とは、多くのケースでは数字目標です。毎月・年間の売上予算、この数字目標は、どんな企業にも例外なく発生します。「誰のために、何のために生きているのか」「誰のために、何のために、この企業はあるのか」これが解らないまま、与えられた売上目標だけのために働いていると疲弊します。病んでしまふかもしれません。このような当たり前のことが、出来ていない企業が数多くあるということです。

当社は、理念経営の徹底というものを最大の強みにしています。理想を求めることで、行動が変わって行きます。自分が好きであると思いつけることで、その人自身の結果も変わってきます。例えば、採用面接で、「何が好きですか？」と質問すると「自己啓発が好きです」と答える学生が多くいます。ところが、「最近、どのような自己啓発本を読みましたか？」と聞くと、「最近就職活動が忙しくて読んでいません」と。これでは、思いと行動が伴っていません。自分が思い描いていることを日々の行動によって実現させること。これを当社では、成功と呼んでいます。ですから、土台に目的が必要なのです。

『わが社は顧客のために存在し、社員と共に栄えることを基本理念とする。総合ヘルスケア企業グループとして営業を通じ、衛生的にして健康なる社会建設に寄与し、経営者、社員、一体となりわが社の繁栄を

もたらすものであることを信条とする』これが、岩渕薬品の土台、経営理念です。つまりは冒頭で申し上げましたとおり「お客さん、社員、地域社会」この三方の幸せこそが、我々の求める道であるということが、岩渕薬品の原理原則です。これを軸に105年間やってきました。

2. 岩渕薬品の成り立ち

2-1. 創業期

岩渕薬品は、創業期、成長期、成熟期、安定期と四つのステップに切り分けすることができます。100年間をかけたこの4ステップを歩んできましたが、企業によっては、5年もしくは3年でこのステップを刻むこともできます。

まずは、創業期。「岩渕 剛」社長の代です。この時期は、当社の風土である顧客・社員・地域社会へ医療を通じて貢献することで、物心両面の追求を行う理念経営の土台を築きました。「誰のために、何のために存在するのか」という目的を設定したのが、今から105年前のことです。岩渕薬品の創業の地である佐倉は、当時、医療の町として栄えていました。幕末期の江戸藩の藩主、堀田正睦公が蘭癖と呼ばれるほど、オランダの学問に傾倒しており、何とか佐倉にオランダの医学を浸透させたいという事で、江戸の和田塾で名医として名を馳せていた佐藤泰然という医者をも自分の藩に招き入れます。ここに医学所兼大学を創設し、多くの門下生を輩出したことから、

千葉県佐倉市は医療の町として世間にその名が知れ渡るようになりました。

では、当時の市民がこの町で、どのような影響を受けたかという、当時国民皆保険ではありませんでしたので、医療行為を受けると大金がかかりました。医学の町と言われた佐倉でも、医療行為を受けられるのはお金持ちだけで、一般市民は医療を受けることができない状況でした。これを見ていた創業者である「岩渕 剛」は、「医学の町なのに一般市民に医療が行き届かないのはおかしい」と考え、より多くの人に医療が触れられるようにと、自身が薬学の道に進んだ事から当社の歴史は始まりました。

「岩渕 剛」が薬科大学を卒業後、大正3年3月に創業したのが「岩渕薬品」の始まりです。当時、「岩渕 剛」は、自ら配合・調合した薬の特許を取得し、風邪薬や胃薬など、いわゆる一般的な疾病に効く薬を販売していたそうです。これが安くてよく効くという評判を呼び、飛ぶように売れ、莫大な利益を得たそうです。剛は、その利益を地域社会のために使ったそうです。例えば、大正時代、赤痢などの感染症や抗生物質がないと治らないような病気がはやっていました。このとき剛は、大きな氷を購入し、患者さんに届けたそうです。薬がないので氷を使い、解熱と脱水症状を防ぐことで改善させる方法をとっていたのですが、当時はそれが一番効くという事で、多くの患者の命が救われたそうです。患者さんが完治し、お代を払わせ欲しいと言った際、剛は、「うちは薬屋だから、また調子が悪くなった時に、うちの薬局遊びに来てくださいよ」、と答え、利益を得ようとは

しなかったそうです。剛は、本業で得た利益は地域の人から買ってもらったおかげだと、その利益を、地域の人に返すのが当然だと考えていました。つまり、地域のため・顧客のため・社員のため、という弊社理念の土台を作ったのはこの「岩渕 剛」の思いであり、105年たった今もこの考え方を徹底的に教えられます。これが当社の土台であり強みの一つです。

2-2. 成長期

成長期にやるべきことは、企業のビジョン・目標設定を描き発信する事です。2代目の「岩渕 好弘」が社長になる前に、第2次世界大戦中のビルマ（現ミャンマー）でそのビジョンを描きました。「岩渕 好弘」は、陸軍に召集され佐倉歩兵57連隊に入隊し南方戦線に出兵します。この大戦中の南方戦線は、悲惨極まりない。例えば、牟田口廉也大将が指揮したインパール作戦では、戦死者よりも餓死と病気で亡くなった方のほうが多かった。あらゆる場面、死と隣り合わせの状況でした。そんな状況で、「岩渕 好弘」は何をしていたのかというと、夜な夜な千葉県地図を砂地に描いては、岩渕薬品の将来のあるべき姿、即ちビジョンを描いていたそうです。戦争が終わったら必ず医薬品市場は伸びる。だから、この佐倉だけではなく、佐倉で得た利益を元手に県庁所在地である千葉に行こうと。佐倉と千葉のダブルインカムで利益を稼いだら、南から押さえていこう。このような事を一人で考えていたそうです。そして、明日、死ぬかもしれない状態で、好弘は、戦争が終わったら自動車社会が来るはずだとも考えていました。周りの人は、

「おかしい奴だ」と思ったかもしれませんが、成功している多くの実業家はこの思想を持っています。アメリカの思想家ナポレオン・ヒルが提唱した名著『思考は現実化する』は、目に見えない現実を描くからこそ、目に見える現実を描き出すことができるという意味です。例えば、iPadやiPhoneを創造したスティーブ・ジョブズ。世界で初めて鉄の塊で有人飛行をしたライト兄弟。Googleの創業者ラリー・ページもそうです。多くの実業家は今、目の前で実現できていないことを定義することから始めます。多くの人に笑われるような未来を、未来の成功者は必ず定義しています。この考え方を直感的に分かっていたからこそ、戦時中であっても「岩渕 好弘」は、このビジョン設定に焦点を当てた活動を行っていたのです。だから、企業経営の成功ステップ2としては、理念をベースにビジョンを描くという事です。これが大変大事で、好弘が、なぜ、千葉県中にこの岩渕薬品を広げる必要があると考えたかということ、『健康を通じて地域社会に貢献していく』という先代の考えは一ミリも間違いないという思いがあったからです。だから、理念・目的を土台にしてビジョンを描くということを、彼はひたすら邁進したのです。

このビジョンを描く、思考は現実化するという考えは、現代でも多く活用されており、例えば、プロ野球の大谷翔平選手。彼は15歳の時に『ドラフト1位指名を8球団から受ける』選手になると目標を設定しました。そのためには、160キロのスピードや鋭い変化球、そして運や人間性、メンタルも必要だと。そこで、サプリメントを飲み、スクワットをし、食事は夜7杯、朝

は3杯食べるなど、徹底的な行動管理まで落とし込んだ目的設定を行っていました。目的とビジョンと目標設定まで明確に落とし込んで日々行動した結果、現在の大谷選手が存在します。現代のフレームワークだから効果がありますので、参考にしてください。

成長期にもう一つ大事にしていたのが社員です。高度経済成長期の昭和25年から30年頃に、仕事を求めて東北から上京してきた中学校を卒業したばかりの15歳くらいの若者を数多く受け入れていました。親御さんも大変心配していたと思いますが、そのことを誰よりも理解していた好弘は、自宅を改造して彼らの寮にしました。寝食を共にして過ごすだけではなく、彼らが一人前の大人になるときに学問が足りないと恥をかけたらかわいそうだと、昼間、働いた後、夜は夜間学校、今の佐倉東高校に通学させていたそうです。18歳の卒業と同時に自動車の免許も取得させ徐々に親元に帰ると親御さんは、目を丸くして「立派になったわねえ」と。「岩渕さんに恩返しなさいね」と言われたことを、今でも大事に思っている社員がいます。戦後成長する岩渕薬品の中でも、大切にしていたのは、顧客のため、地域社会のため、そして社員のためという理念であるということがこのエピソードからもわかります。

2-3. 成熟期

40年程前、約615社あった医薬品卸の企業は現在、約70社と約9割以上の企業が淘汰されています。具体的には、合併などがほとんどです。千葉県にも医薬品の卸売業者は約40社ありましたが、実は、今

でも医療用薬品を取り扱う千葉の企業は当社しかありません。それ以外の企業は、日本全国を営業基盤とする全国規模の卸4社のみです。この時代、昨日まで同規模のライバル卸が合併することで全国規模の卸となっていくということが日常的に起きていました(売上金額で10倍、20倍)。当社は規模の経済に押されて、徐々に売上が落ちた時期もあり、合併をしなければ、路頭に迷う社員がでてくる可能性もあると、好弘からバトンを受け継いだ第三代社長「岩渕 康昭」の苦悩の日々が続いていました。そのとき、合併に「待った」をかけてくれたのがお客さんでした。各市町村にある医師会・薬剤師会、特に医師会長さんたちが千葉県に岩渕薬品という名前が残せないのなら、われわれは取引をやめますと宣言してくれたのです。お客様から声を聞いた「岩渕 康昭」も、環境は一層厳しくなるなかで決意を決めました。そして、緻密な営業戦略と徹底的な合理化策により、この難局を乗り切ることになりました。現在、千葉県内のシェアは、五つの卸会社中、当社は17パーセントのシェアと大手企業とも対等に戦うことができます。商社は人と人との付き合いで、1軒1軒どう崩していくのか、その人自身の人間性が勝負だったりします。当社のように人で勝負しているところは結構強い。先ほどの合併話の時に、医師会や薬剤師会の会長が動いてくれたのも、「岩渕 康昭」社長の人柄。そして、現場で頑張っていた社員のおかげです。東北から上京して、先代「岩渕 好弘」が手塩にかけて育て上げた社員が、40代・50代の経営幹部となり各エリアでお客さまに対応していました。彼らが、

岩渕薬品のためにがんばり続けた結果、岩渕薬品は良い考えを持っている企業だから残したいと、お客さんが応えてくるようになったのです。だから、「顧客のため・社員のため・地域社会のため」という思いを信じ行動し続けていくと、互いが支えあう仕組みが築かれていくのです。これは100年の歴史が証明していると、自信を持って言えます。

2-4. 安定期

今年、「岩渕 琢磨」新社長に交代しました。「岩渕 琢磨」はさらにチャレンジの姿勢を鮮明にしています。当社は、医療用医薬品の売上が9割を占めています。健康を通じて地域社会に貢献することが経営理念にありますが、健康を通じて地域から頼られるくらいになろうと、新社長はメッセージを発信しています。ここからが理念経営の成功の第4のステップで、時代に合わせた理念のバージョンアップを行っています。

2025年には75歳以上が4人に1人なるといわれており、75歳以上の高齢者には高額な医療費がかかります。その彼らを支えていくためにも、国民全員が健康で長生きしてもらいたいというのが国の方針です。だから今、国は、健康については治療から未病の領域にシフトしていこうと宣言しています。当社が今までやってきた、薬で治療するという行為自体も時代遅れになる可能性があります。健康にフックすることであれば、様々な挑戦をおこなっていくということで、今、未病領域に足を踏み入れ、昨年8月にフィットネスジムをオープンしました。既に、会員数700人を突

破しました。これに留まることなく、未病にさらに特化していこうと、積極的にこの領域に進んで行く予定です。

また、コンサルタント営業への発展として、昨年、経営革新等認定支援機関の登録を受け、銀行や税理士事務所、コンサルタント事務所などが請け負う企業の経営相談に乗る資格を取得しています。当社の取引先は約4,000軒ありますが、経営者の多くが人・物・金・情報、いわゆる経営資源になんらかの悩みを抱えています。医薬品卸として、お薬をお届けするだけではなく、経営の相談に乗らせていただきたい。このような思いを込め、昨年、経営革新等認定支援機関の登録を受け、こちらの領域についても成果をあげはじめています。

3. 学生へのメッセージ

就職活動を行う上で、希望している企業がどんな理念を持っているのか、一般の社員と接して、その理念が形骸化していないかを確認してください。ホームページの理念と現場で接している社員の温度差を確認してください。理念と日々の行動がずれている企業が多くあります。

次に、就職を希望する企業の理念が、ご自身の道とつながっていることが大事です。お互いに良いことを望んでいるにもかかわらず、本当にやりたいことのずれが生じた場合、これは不幸にもミスマッチとなり、良く言われる離職率3割の中に入ってしまう。だからこそ、誰のために、何のために、人生を歩んでいきたいのか。今後、自分がどうなりたいたいのか、自身の棚卸しをしっかりとやる事がと大事だと考えています。

以 上