

**あなたは
ザグザグで
何がしたい？**

あなたが主役のドラッグストアチェーン
株式会社ザグザグ

中四国の エリアブランドへ。

変革するドラッグストア業界にあって、
ザグザグは着実に成長を遂げている。
ヘルス&ビューティーという永遠のテーマのもと、
地域密着、掛け付けドラッグストアの精神で
セルフメディケーションをザグザグ流に進化させてきた。
特徴ある商品構成と、特化したカウンセリング能力に磨きをかけながら、
地域のお客様満足度No.1店舗をめざし続けている。
そして、ザグザグのビジネスフィールドは
新たなステージを向かえようとしている。
ザグザグのビジネスとは、時代が変化しようとも
常にお客様から必要とされる新しい価値を創造すること。
ドラッグストアという概念を超えて、
お客様の暮らしを豊かにするものであれば何でも貪欲に取り組む。
これこそが、社員ひとり一人の、やりがいと存在価値であり、
新しいザグザグの存在価値を生むことにもなる。
求められるのは、時代変化への機敏で柔軟な対応力。
加えて、入社した次の日からでも、暮らしを豊かにしてやるぞ！
自分でキシキシ音がするほど成長するぞ！という情熱と意欲。
ザグザグは、そのビジネスパーソンを開花させたいと熱望している。
そして、ザグザグにはその環境が用意されているのである。

ZAGZAGは、 革新的な ビジネスパーソンを 求めています。



あなたが主役のドラッグストアチェーン ZAG ZAG

「ビジョンは常に白紙」というビジョン。

ザグザグには「5年で何店舗増やす」といった長期計画はない。刻々と変化する社会情勢の中では、企業本位の計画は無意味だと考えている。あくまでお客様本位。ニーズに順応する体制づくりこそがビジョンなのだ。

中四国エリアで業界トップクラスの出店ペース。

ザグザグにとって出店ペースは前提でなく結果。現在の出店ペースは、お客様に支持されている結果の証だと自負している。もちろん仕入・流通など独自のビジネスモデルで、それを実現できる体制を整えてこそだ。

7年平均120%の企業成長率を維持。

「店舗数が増えれば売上が伸びるのは当然」かもしれないが、ザグザグでは利益についてもほぼ同じ成長率。この数字は無理のない出店に加え、既存店が地域に根ざし、支持されているかの一つの指標ともいえる。

年功除外。実力主義の評価システム。

「実力主義」は言葉ではイメージできても、現実として決して楽なものではない。その分評価を重要視し、5段階で皆が携わる。入社1年で店長、入社3年で取締役も！・・・頑張る人はポストも給与も必ず報われる会社だ。

美と健康の、プロフェッショナルを育てます。

人財育成のメインの柱は勉強会。入社1年目の「A」から高度な専門知識を学ぶ「D」まで、レベルに応じた勉強クラスその他、WEBでの勉強システム、資格取得の勉強会など、常にスキルアップに取り組める環境にある。

やる気、意見、行動。ハンパな人は必要ない。

ザグザグは皆でつくる会社である。事業の方向、働く環境などトップダウンではなく、合議制で方向性が決まっていく。つまり、皆のやる気・意見・行動がザグザグの原動力であり、それがない人はザグザグに必要な。

企業というより、ひとり一人の情熱の集合体。

ザグザグは、社員の社員による社員のための会社。会社から「何を与えられるか」ではなく、あなたが「何をしたいのか」が発想のど真ん中になる。「自主性と個性を尊重する」といえば月並みだが、とにかく高い志とそれに向かう情熱があれば、ザグザグでは何だってチャレンジ可能なのだ。

「接客を極めてみたい」という畑尾は、その努力によってキャリアの階段を着実に上ってきた。入社してから、ずっと化粧品を担当。店に専属で勤務している化粧品メーカーの美容部員から、いろいろなことを学び、貪欲に吸収してきた。そんなステップアップの中で、次にめざしていた店長に。もちろん、これはまだ「夢の途中」と畑尾は言い切る。

その視界の先にあるのは「登録販売者」（薬剤師がいなくても薬店を営業できる県認可の資格）の資格。試験は法律の知

識も必要で難関だが、「絶対に取りたい」と意欲満々だ。

そんな畑尾の言葉だけを聞いていると「バリバリの厳しい上司」というイメージだが、本人はいたって温和で優しいような雰囲気。店長として心がけているのは、スタッフに「いかに気持ちよく働いてもらえるか」だという。店長だからといって、上から見下ろすのはイヤだ、とも。スタッフは全員、共通の目的意識を持った仲間。「上司というより、妹尾店というチームのキャプテンみたいな存在かな」と畑尾は笑う。

現在、妹尾店の正社員は7名。それにパートとインターンの学生を加えて、計18名。特にインターンの学生については気を使うという。「とにかく学生さんには、ありのままのザグザグをよく見てもらいたいです」と畑尾。単なるレジ打ちや荷物の運搬だけでなく、社員がやるような業務などを通じて、仕事の難しさ、厳しさも肌で感じとってもらっている。

学生時代の友人からは「いつも楽しそうでいいよね」と羨ましがられる。毎日が充実しているから、楽しい。楽しさが、表情や接客態度に表れる。それをお客様も感じとって、温かい言葉をかけてくださる。「本当にいい循環ですよ」と畑尾は自信たっぷりの笑顔を見せた。

難しい、厳しい。 だから 楽しいんですよ。



接客道を極めてたい……

●店長 畑尾 みずき

岡山商科大学商学部卒業
2003年4月 入社
2007年4月 妹尾店店長に
2007年12月 薬種商試験合格



「接客」で発想する…

●バイヤー 徳田 史明

倉敷芸術科学大学産業科学技術学部卒業
2004年4月 入社
2007年5月 商品部担当に
2007年12月 薬種商試験合格
2009年9月 バイヤーに



安いだけ の店なら どこでもできる。

ザグザグの商品は、ヘルス（健康関連品）、ビューティ（化粧品）、ライフ（日用品）の3部門に分かれる。徳田はヘルsteamに所属し、主に医薬品を取り扱っている。将来的にはMD（マーチャンダイザー）志望だが、現在はそのMDとタッグを組むバイヤーとして活躍している。

中庄店で3年、薬品担当として働いた徳田は、接客の仕事に自信と愛着を持っていた。「どんなお客さんにも対応できるスーパー販売員をめざしていました」と徳田は振り返る。学生時代から勉強してきた心理学の知識などを生かして、独自の接客術を模索。たとえば、一度接したお客様は名前、顔、病状などを細かくメモ

して、次に来店された時に名前を呼んでお迎えする。さらに、会話の中で気になった点は、その日の内にパソコンでしっかり調べてから後日説明する、など。こうした地道な努力が実を結び、わずか3年で、ザグザグ全店でも個人指名のお客様が多い販売員の一人になった。

そこまで打ち込んでいた接客に未練はないのか、という問いに、徳田は「一店舗でやっていた仕事が、全店になって、ただ規模が大きくなっただけ」とあっさり。商品部の中でもバイヤーの仕事はMDと相談をしながら今後の店舗での商品展開を考えていくこと。仕入れはもちろん、どのようにお客様に商品情報を提供するかと

いった販売促進の企画にも関わる。単に流行や価格設定だけではなく、お客様の心をつかむ「売るための戦略」を練ることがMD・バイヤーなど商品部の重要な仕事のひとつだ。キャンペーン品についても、商品部スタッフがひとつひとつの商品に説明と売り方、謳い文句などのコメントを添えて、売り場演出の画像とともに各店舗へ指示を出している。「ベースにあるのは、私ならこうすれば売れる、という確信。店舗時代の経験が生きています」と徳田は胸を張る。「趣味はザグザグです。」と公言する徳田にとっては、仕事がライフワーク。頭の中はつねに「次に何をしようか？」でいっぱいだ。



とにかく人が好きな・・・

●薬局長/薬剤師 平峰 総一郎

就実大学薬学部卒業
2007年4月 入社



掛け付けの 薬剤師は、 プロセスが違う。

大学に入った時点で、薬剤師になることは決まっている。就職に関しても、病院、調剤薬局、ドラッグストア、製薬会社と4つの選択肢しかない。平峰の就活は、この選択肢をすべて残すことだった。「とりあえず、すべての船を用意した上で、最終的にどの船に乗るかを決めたかったです」と平峰。他の3分野については、知人の紹介でルートを確認したが、最初から自力で就活したのはザグザグだけ。そこで、社長の強烈な個性に魅せられた。「とにかく社長の話が面白かったですね。会社も勢いがあって、つねに動いている。

この船に乗って、行き先を見届けたいという気持ちが強かったです」と平峰は笑う。もちろん、調剤部門なので、病院や調剤薬局とやることは同じ。だが、その過程が違うという。「調剤薬局は入りづらいイメージがありますが、ここは別。店の方に買物に来た患者さんが、気軽に声をかけてくれたり、時には差し入れもあったり。こんなに明るくていいのかなと思う時もあるほどです」と平峰。中には、処方せんと簡単なアンケートだけで済ませてしまうところもあるが、ザグザグでは患者さんへのカウンセリングを重視している。

症状や他の病気などをいろいろ聞いて、健康に関するすべてをしっかりと把握すること。そうしたやりとりの中で、患者さんとの間に壁がなくなり、厚い信頼関係が生まれていく。

また、病院勤務とは違い、ザグザグは薬剤師にとって、いろんな病院の処方せんが持ち込まれるので大変勉強になるという。患者さんにとっても、自分をよく知る薬局で薬を受け取れることに安心感がある。「めざすのは、かかりつけの薬局、さらにかかりつけの薬剤師ですね」と平峰。ザグザグでは、調剤併設の店舗を今後も増やしていく方針で、若い薬剤師の採用に力を入れている。「薬剤師にとって、大きなチャンスがある会社です」と平峰はエールを送る。

平成19年入社の杉田は、広島市出身。就活では当初、得意な英語を生かしたホテル関係を狙っていた。「合同説明会に3回行って合計12社。ザグザグは最後の1社だったんです」と杉田。説明を聞いて「これだ!」と衝撃を受けたという。「単なる利益主義の会社ではないな、と。お客様を大切にする、同時に社員も徹底的に大切に、それが決め手です」しかし、この仕事は思った以上に手ごわい、と杉田は言う。休みが少ない、力仕事もある、夜遅くなる。「それなのに、何でこんなに毎日が楽しいのかしら」と首をかしげる。その原因は、やはり職場の空気。

スタッフ全員の仲が良く、チームワーク抜群だから、仕事が多少きつくても楽しく働ける。「説明会で先輩たちが話していた通りでした」と満足そうに笑みを浮かべる。店では、洗顔、男性化粧品、ベビーのおむつ、介護全般などを担当。発注をとったり、棚を変えたり、売場の管理と接客が主な仕事になる。最初は商品について何も知識がなくて大変だったという。「走って先輩に聞きに行って、また走ってお客さんに説明して、もう必死でした」と知識不足を痛感した。それからは、毎月の勉強会に加え、自宅のパソコンで勉強漬けの毎日。

そのおかげで、最近では店内で走り回ることも少なくなった。逆にお客様から感謝される場面が増えてきた。たとえば、化粧品メーカーの研修に参加して化粧水の塗り方やマッサージの方法を習得、それをお客さんに実践して、大変喜んでもらっている。「最初は緊張で手が震えましたが、今では自信を持ってできるようになりました」と自己の進化を認める。モットーは、毎日笑顔。さらに、もうひとつ、努力。これは表裏一体のもの。「裏でしっかり努力することで、いつも笑顔でいられるんです」と杉田はとっておきの笑顔を輝かせた。

隠れた努力は 顔に出る。 だから、全力です。



心に笑顔を咲かせたい……

●店舗スタッフ
杉田 奈味

安田女子大学現代ビジネス学部卒業
2007年4月 入社



一宮店で手描きのPOPを設置する平岡。美術系の大学で学んだことが、今、こんな形で生かされている。「運動とは縁がなくて、入社当時は体力的にきつかった」と明かす。学生時代に比べると、4~5キロやせたという。「健康的にダイエットしたい人にはいいかも」と平岡は笑う。入社後の担当は、化粧品。「学生時はお化粧もほとんどしなくて、典型的な田舎娘でした」と当時を振り返る。だが、研修や勉強会に積極的に参加して、自分なりに勉強していく内に、どんどん興味もわいてきて、今ではお客様に堂々とメイ

クについて語っている自分が「不思議なくらい」という。化粧品販売の難しさは、カウンセリングにある。単にお肌に合う、顔つきに合うだけでなく、お客様がどんなメイクにしたいのか、その要望を引き出すことが大事。長い人は1時間くらい付きっきりで、いろいろ試してみる場合も。「こちらの考えとおお客様の希望を率直にぶつけ合うこと。お化粧はお客様との共同作業なんです」と平岡は断言する。毎日、化粧品コーナーの「顔」として立つので、プレッシャーも相当なもの。健康な

肌のために、睡眠・食事をしっかりとって、売場にある健康食品なども自分でいろいろと試してみるそうだ。「あなた、肌がきれいね」と褒められたら、「実は毎日、○○を飲んでいるんですよ」と別の売場の健康食品をおすすめすることも。自分で試しているから、自信を持ってプッシュできるという。女性は見られることで美くなる、そんな言葉がそのまま当てはまる平岡。「見られているから、きれいにしなきゃ、という気持ちが強いですね。でも、学生時代の友人に会ったりすると、まるで別人だね、とビックリされます」

健康で美しく ありたい。 を、支えたい。



美を追求し続ける...

●ビューティーカウンセラー
平岡 優香

倉敷芸術科学大学芸術学部卒業
2004年4月 入社
2007年12月 薬種商試験合格



裏方仕事に徹する……

●システム 中田 昌秀

大阪経済大学経営情報学部卒業
2004年4月 入社
2004年6月 本社システム担当に



問題と解決 の繰り返し が進化ですよ。

若手社員が原動力になって、市場で急成長を続けるザグザグ。そんな中であって、システムは地味な存在、と中田は笑う。人間で言えば、血液のようなもの。きちんと隅々まで循環しなければ、会社の活動自体がすべて麻痺してしまう。「私たちは、かえって目立たない方がいいんです。システムがうまく機能している証拠ですから」と中田。その控えめな言葉の奥に、裏方仕事であっても、「自分たちがいなければ、この会社は成り立たない」という自負が見え隠れする。

店長会議、SV（スーパーバイザー）会議などで出てきた要望をひとつひとつカタチにしていくのが主な仕事。基幹システ

ムに関わる大きな案件以外は、チームでなく、各自が単独でシステムづくりに取り組む。「個人事業者が集まったようなもの。それだけに責任は重大で、プロ意識が必要です」と中田。それは、新入社員でも関係ない。若くて経験がなくても責任ある仕事をいきなり任される。「入社して2、3年で基幹システムに関われるのは、すごいこと。普通の会社なら、長いアシスタント時代が続いて、自分では何もやらせてもらえないという場合がほとんどですから」と中田は言う。上記の仕事以外にも、新規出店における機器・システムの設置・メンテナンスを担当。また、新たなシステムを構築する際には、社内作業

だけでなく、社外のシステム会社とも連携するわけだが、その窓口として活躍している。「問題なく動いて当たり前ですが、システムは常に進化します。いざ、という時のために、日頃の研究が大事です」現在、本部システムには6名の社員が在籍する。日々の業務は、6名でほぼクリアできるという。だが、各店舗の機器・システムで不具合が発生した場合は、直ちにその店舗に向いて問題を解決しなければならない。トラブルが起こるたびに「人手不足」となるのが現状だ。そういう意味で「まだまだ人財は必要」とも。「やりがいのある仕事がしたい」という後輩の登場を中田は心待ちにしている。



満足度にこだわる…

●スーパーバイザー 畝森 直樹

大阪商業大学商経学部卒業
2003年4月 入社
2007年9月 SVに



社員満足なくして お客様満足は 生まれない。

「もともと小売業や店頭立つ仕事をしたかった」という畝森は「大企業で下にいるより、中小企業でも自分が主役となり、自由に仕事を動かしたい」という思いを、「この社風なら実現できる」と感じザグザグを選んだという。入社3年目で店長となり、その2年後には早くも、現在のSVに抜擢された。

SVとは、売場づくりからスタッフ育成まで、より良いサービスを様々な角度から摸索・指導する店舗の「総合プロデューサー」のようなもの。各店舗のノウハウを情報共有し、「全体的な底上げ」をする役目も担う、ザグザグにとって重要な牽引役だ。

現在、畝森は8店舗を受け持ち、エリア全体でのお客様満足度のアップのために奔走している。「権限も大きい。柔軟かつ機敏な決断力も求められる。責任は重大」だが「やりたいことを自分の意志でできる面白さが上」とキッパリ語る。

今は、いかにも頼もしい畝森も「店長になってすぐ大きなカベに当たった」という。店長として「技術的にはできた」しかしスタッフの育成が「心情的にできていなかった」と振り返る。「お店はチームワーク。スタッフの充実感がないといいサービスはできない」と痛感し、その解決のために「手探りの日々」が続いたという。

「スタッフの言わば『心のボタン』を、ひとつ一つ考えられる全てを押してみた。ハンパなく苦勞しましたが投げませんでした」その経験が「今のSVとしての自分を支えている」と畝森。今、SVとして一番大切に考えることは問いに、「いろいろな満足度を生むこと。お客様はもちろんスタッフの働く満足度が大切なんです」と言葉を噛み締める。

成長を続け、規模も拡大するザグザグだが「今、分岐点にある」と畝森は見る。そして、さらなる成長のためには今迄にも増して「人の育成がカギ」と言い切る。畝森自身が手厚く教育され「自由に発想・行動できる人財に育てられた」経験を活かし「これからはこの社風を引き継ぎ、自分が手にしたものを、今度は全社員に還元する番です」と表情を引き締めた。

ザグザグ本部にずらりと置かれた、商談用テーブル。ここでは、来客があっても、お茶は出ない。無駄な人員を省くため。かわりに「激安」の自動販売機が並んでいる。テーブルの上には、喫茶店のようなメニュー表。「お客さんにドリンクを気軽に試していただけるようデザインしたんです」と林は笑う。

セールスプロモーションチームの仕事は商品販促の企画・コンセプトを立案し、POP、ディスプレイほか、あらゆる媒体を駆使し商品の魅力を引き出し、お客様に伝えること。時にはパッケージデザインからも携わる。「SPは商品とお客様を結ぶ“緑の下”の力持ち”なんです」と林は言う。林はSPチームの中でデザインを担当。

自らをデザイナーというより、「よろず屋」と表現する。販促物のデザインは後輩2名に任せて、それ以外の、社内を円滑に動かす事や、店舗の外観など三次元のデザインを手がけている。また、MD主導で開発するPB（プライベートブランド）品のパッケージも担当。テレビCMも放映する「ビイレバー」は、他社でも同成分の商品があるが、ザグザグでは全店あげての売り出しを決断。オリジナルパッケージを制作し、あらゆる媒体を使って「ビイレバー」の魅力を紹介してきた。それが大ヒットして主力商品となり、今では「ビイレバー」専用のスタンプカードまで発行している。「安売り競争じゃない。次世代のドラッグストアをめざすザグザグにと

って、差別化を図るための一つの成功例」と林は目を細める。

そんな林にとって、デザインとは何か。「単にかっこいいとか面白いという基準ではなく、あらゆる無駄を省くためのもの」と言い切る。時間、お金、ゴミ、さらに従業員の無駄な手間を徹底的に省くこと。それをデザインによって解決できないかと苦闘する毎日。ルールは敷かれていない。教えてくれる人もいない。自分で考え、自分で仕事を作る開拓者としての困難、そして喜び。「それは他の部署でも現場でも同じです。“ザグザグ”の社名の意味の通り、入った以上、自分で開拓して進み続けるんです」と林は自分に確認するようにうなずいた。

自分で考え 切り拓いてこそ 「クリエイティブ」。



「よろず屋」を自認する・・・

●セールスプロモーション
林 加織

岡山県立大学デザイン学部卒業
2001年4月 入社
2004年4月 本社SP担当に



就職ナビ各社が主催する合同説明会では先頭に立って、積極的に話しかけていく下村。「私、入社するまでは人見知りもするし、引っ込み思案な性格だったんです」という言葉が冗談に聞こえるほど、快活によく動き、よくしゃべる。

店舗勤務から、総務に異動になったのは、入社半年後。直後の合同説明会で、いきなりぶっつけ本番で話をしろと命じられる。他に出展している企業の人事担当者は、経験を積んだ年配の方がほとんど。そんな中、下村は若さと気合いだけで乗り切ったという。「普通では考えられないようなことを、この会社は平気でやらせるんです」と笑う。だが、その時に対応した学

生さんが履歴書に「下村さんみたいになりたいです」と書いてくれた。それを目にして、涙が出るほどうれしくて、同時に大いに励まされたという。「私にもできるんだ、と自信がわいてきました」と下村は振り返る。

総務の仕事は、採用のほか、給与、各種保険などの事務的な業務もある。ただ本人は、「デスクワークは向いてないかも」と本音をもらす。毎年、説明会の時期が近づくと、目の色が変わってくる。特に1月から3月までは、岡山、広島、香川、兵庫と、毎日、合同説明会に飛び回り、ほとんど本社にはいない。「スケジュール帳はもう見事なくらい真っ黒」だ。

新卒採用の担当として、武器は「身近な存在であることと笑顔」と断言する。採用担当というと気軽には話しかけにくい印象を持つ学生も多いかもしれないが、下村は身近なアドバイザーになるべく、学生にどんどん話しかけていく。だが、「人集め」のようなことはしたくないという。合わないから辞める、いわゆる早期退職はどの企業でも起こるが、下村はそれを避けるために、単にいいところばかりを並べるのではなく、厳しい面も含めて、ありのままのザグザグを正直に紹介するように心掛けている。

2007年12月、取締役役に就任。入社から2年8ヶ月でという記録を塗り替える大抜擢だが、本人は「若手代表として、自分にしかできない方法でザグザグをPRしていきたい」と気負いはない。

「できません」 は通用しません。 実行あるのみ!



縦横無尽に走る...

●総務 下村 かほり

岡山大学教育学部卒業
2005年4月 入社
2005年11月 本社総務担当に
2007年12月 取締役就任

売場の視点で考える・・・

●営業企画/マーチャンダイザー 井上 健

岡山大学第二部経済学科卒業
2003年4月 入社
2004年12月 総社中央店店長に
2007年12月 取締役就任
2009年9月 本社MD担当に



商品一つ、 誰の何のために 売るのが、がある。

「実は、最初に入ったお店で、その店長がダメなら会社を辞めようと思っていた」と、いきなり過激な発言をする井上。学生時代、飲食店やカラオケ店などさまざまなアルバイトを経験する。その時に痛感したのが、店長の重要性。「ぼくのバイト先は、横柄な店長が多かった。店長がいない時はみんな楽しくやっているのに、店長がいると元気がない。反面教師ですね」と井上。そこで、冒頭の発言につながるわけだが、幸いにも「最初に配属になった店の店長が素晴らしくて、この人についていけば間違いない」と確信したという。そして、本人の思いと努力が実り、入社2年目で早々と店長に抜擢された。店長になって井上は、まず従業員との人間関係、全員が気持ちよく働ける環境づくりに着手した。一人ひとり個性も考え方

も違うので、単に「自分のやり方」を押し付けるだけでは従業員はついてこない。井上自身も試行錯誤しながら、一緒に仕事をしていくうちに、ある日突然、店の空気が変わったという。「やっとみんなに受け入れられた」ことを井上は肌で感じとった。一方、活気のある店にするには、売上げなど数字に表れる達成感をみんなで共有することも重要。売れない商品を売る、売れている商品をさらに売るため、新しい売場づくりに取り組んだ。「普段、日常的に使っていても、どこで買っているかわからないようなものに勝機がある」と考え、商品を徹底的に掘り起こした。そ

の結果、ザグザグ全店ある中で、井上がいた店だけで売れる商品がたくさんあったという。

さて、店長志望で入社した井上だが、店長として成功したことにより、次の道を歩むことになる。2009年9月から本社MDに（2007年12月に取締役就任）。過去の業績を全店舗に拡大することが、その狙い。思い切った異動だが、本人は今までやり続けてきたことの「延長線上」と言い切る。商品部のスタッフは、店舗経験よりも本社勤務が長い人がほとんどで、「自分に加わることで、広い視野で商品開発を強化したい」と自信を深める。

これからのZAGZAGをつくるのは これからの人。

1990年の創業以来、ザグザグの躍進を導き、現在は日本ドラッグチェーン（NID）の会長職でもある藤井社長。ザグザグのスタートには、どんな構想があったのかと思いきや、「実は創業する気などさらさらなかった」と意外な言葉。「大阪のね、某大手ドラッグストア会社をクビになり、先のことはゆっくり考えようと思っていたら、元の部下が30人ほど私の後を追って辞めてきた。気持ちは嬉しかったが、彼らに対しては責任を持たなくてはいけない。それで仕方なく起業となった」と苦笑しながら振り返る。それから紆余曲折を経て、成功した現在のザグザグの姿に「社員が頑張ってきた結果。私がこういう会社にしたかったのではなく社員がつくってきた姿ですよ。私は基本的に任せてきた」と語る藤井社長。ただ創業時から現在も、変わらず

言い続ける言葉がある。「目の前のお客様を自分の一番大切な人と思え」だ。その気持ちがあれば必ず信頼へと結び付く。そして「商売をするからには『満足』をつくることを考えろ」と続く。まず働く自分達、取引する業者の人、そしてお客様。「皆、生活がかかっている。皆が満足できる商売でないと、その商売＝会社の存在価値はない」。全ては「暮らしを豊かにするために」が藤井社長の信念だ。暮らしが豊かに便利になるためには「日々革新が必要」だという。「家電、ケータイ、量販店、コンビニもろもろ全部そうでしょ。日々革新と共に進化している。それはザグザグにも必要なこと」。その実践ために不可欠な要素とはズバリ人財の「気質」だ。「最近野心家というかギラギラした人がめっきり減った」と嘆く藤井社長。その分、人財の育成では「自主性と自己

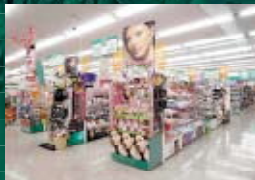
責任」を重要視する。勉強会などのカリキュラムの充実と同時に、自主性を重んじて仕事を「任せる」のがザグザグ流だ。「まず、できるかどうか、ではない。まず任せる。やってみてどうかで人を見る。失敗しても文句は言わない」。この環境が、ひとり一人の高い志を支えるモチベーションになっているようだ。これからのザグザグの進む方向はと聞くと「そんなもの分からない。それはお客様が決めること。私達はお客様を見て商売してるのだから」と即答。「はっきり言えるのは、これからのザグザグの方向は、これから入る人が決めること」と語気を強める。「時代は動いている。これからの暮らしを革新させるのは、これからの人ですよ。またそうならないとダメ。大いに夢と野心と闘志を持って、挑んでほしい。そういう人を待っているんです」。



社員に任せる・・・
●代表取締役
藤井 孝洋



あなたが主役のドラッグストアチェーン ZAG ZAG



●企業概要

社 名 株式会社ザグザグ
設 立 平成2年4月
代 表 者 代表取締役 藤井 孝洋
社 員 数 正社員600名、パート・アルバイト 800名
(2009年10月現在)
事 業 内 容 ドラッグストア「ザグザグ」の経営及びチェーン展開
本社所在地 〒703-8243 岡山県岡山市中区清水369-2
事 業 所 本社、配送センター、岡山・広島・香川・兵庫県内

●沿 革

H.02年04月 岡山市西古松にて創業
H.02年08月 一号店・笠岡富岡店オープン
H.03年04月 本社を岡山市倉田に移設
H.05年09月 日本ドラッグチェーン(NID)に加盟
H.08年09月 業務拡張のため本社を岡山市西市に移設
初の配送センターを併設
H.09年04月 調剤薬局一号店・妹尾調剤店オープン
H.11年06月 日本チェーンドラッグストア協会(JACDS)設立と同時に入会
H.12年03月 出店20店舗目となる天城店オープン
H.14年07月 FC一号店・高梁落合店オープン
H.16年02月 出店30店舗目となる大門店オープン
H.16年04月 出店40店舗目となる宇野店オープン
H.16年12月 業務拡張のため本社・配送センターを岡山市大内田に移設
広島県一号店・沼南店オープン
H.17年05月 出店50店舗目となる南蔵王店オープン
H.17年08月 売上高100億円達成(H17年8月決算実績)
H.17年09月 業務拡張のため本社を岡山市清水に移設
配送センターを倉敷市稲荷町に移設
H.17年10月 岡山市内初400坪規模の大型店舗となる津高店オープン
H.18年07月 出店60店舗目となる町苅田店オープン
H.18年11月 香川県一号店・中央インター店オープン
H.19年03月 兵庫県一号店・赤穂尾崎店オープン
H.19年07月 出店70店舗目となる蓬萊店オープン
H.19年10月 業務拡張のため配送センターを倉敷市玉島に移設
H.20年08月 売上高200億円達成(H20年8月決算実績)
H.20年11月 四国出店エリア拡大のため坂出市林田町に四国配送センター設置

あなたの挑戦に期待します。



株式会社ザグザグ

本社 〒703-8243 岡山県岡山市中区清水369-2

企業情報、採用情報などリクルートサイトをご覧ください。

オフィシャルサイト

<http://www.zagzag.co.jp>

リクルートサイト

<http://www.zagzag.co.jp/recruit/index.html>

「ZAGZAG」とは、ラテン語で「一方向へ進む」という意味の「ザグ」を重ね、「ひとつの方向にだけでなく、物事にとらわれないで自由に進もう」という気持ちをこめています。「あっちにもこっちにもアクティブに動き、自由な発想で今までにない会社を創ろう」という企業精神を表しています。