

【こんな人にオススメ！】

- ・実践的なマーケティングに興味がある人
- ・商品が売れる仕組みが知りたい人
- ・将来就職を考えている人
(就職に役立つ情報が詰まっています！)
- ・普通の大学の授業では絶対味わえないリアルなマーケティングの話が伺えます
- ・マーケティングの基礎知識がなくても学べます

サンキュードラッグ社長兼CEO
平野先生から受講できるチャンス！



アントレプレナーシップ マーケティング応用

「商品の価値はほとんどのお客さまに伝わっていない」
私の使命は「お客さまと商品のマッチング」だ

ドラッグストアには2万アイテムの商品を取り扱っている。

誰も、すべてのアイテムの価値をお客さまに説明することはできない。

どの商品が自分にとってどんな価値をもたらしてくれるか、それを選んで教えて欲しいというお客さまの要望に応えられていない。

徹底的なデータに基づくマーケティングにより、顧客の要望に寄り添う試みを続ける平野氏より、実績的なマーケティング学ぶ。



(略歴)

ひらの・けんじ 1959年生まれ。一橋大学商学部卒、サンフランシスコ州立大でMBA取得。大手薬品メーカーを経て、85年サンキュードラッグに入社。2003年から代表取締役社長。今年9日、国際的なマーケティング実務家組織「MCEI」の日本法人から、昨年1年間にマーケティング活動で最も脚光を浴びた経営者として表彰された。

(サンキュードラッグ沿革)

1956(昭和31)年、平野氏の両親が北九州市門司区で平野薬局を創業。70年株式会社サンキュードラッグ設立。80年調剤薬局1号店開店。91年調剤薬歴管理システムを開発して店舗同士の薬歴共有化を開始。2000年センター調剤1号店開店。03年店舗面積300坪の医療介護併設単独タイプのドラッグストアを開店。04年売上高100億円を突破。05年医院や老人ホーム、保育園などの複合タイプのドラッグストアを開店。06年には九州初のドライブスルー調剤を開始。福岡県北九州市と山口県下関市の人口密集地(アーバン・エリア)に、徹底したドミナント出店で74店舗を展開。自社店舗同士の距離約1キロという高密度出店で高い地域密着度を保持する戦略を採用している。

これからの
DgS・薬局で
はたらく君たちに
伝えたいこと

【ドラッグストア進化録】



平野 健二
少子高齢化最先端地方都市で
はじまっている
コミュニティドラッグの挑戦

履修登録は
こちらから➡



【著書】

これからのドラッグストア・薬局で
はたらく君たちに伝えたいこと (2011)

日時：12月5日(土)・20日(日)

10:00~18:00

場所：Fukuoka Growth Next(予定)



【問合せ先】

九州大学ロバート・ファン/アントレプレナーシップ・センター

伊都キャンパス センター5号館7階 TEL:092-802-6060 LINE:QREC(公式) ➡

MAIL:staff@grec.kyushu-u.ac.jp

