

28P1-pm330

配置販売に於けるお客様相談内容の傾向と特徴

○長島 義昌¹, 青木 夏子¹, 齊藤 淑恵¹, 平嶋 澄子¹, 加藤 彩¹(¹富士薬品 学術室)

【目的】

現在日本は急激なスピードで高齢化社会が進み、また一般消費者のセルフメディケーションへの意識の高まりも顕著である。

弊社は配置販売業を柱として事業を展開しており、弊社学術室はお客様よりの薬・健康相談等の問合せ対応の業務を行っている。学術室に寄せられた問合せ内容について統計・分析し、配置販売に於けるお客様相談内容の傾向と特徴の把握を試みた。

【方法】

学術室に寄せられた年間の問合せについて統計・分析を行った。問合せ件数の年次推移の把握等に加え、特に平成18年の1年間の内容につき大分類（製品問合せ、健康相談、安全性に関する問合せ等）、中分類（例えば製品問合せに於いては効能効果、用法用量等）の2カテゴリーに分類しその傾向と特徴の把握を行った。問い合わせ内容の分析と共に、製品・薬効区分、問合せ元別等の内訳を確認し、数的な面を含め統計・分析を行った。

【結果および考察】

弊社製品に関する問合せと並び、健康相談（含：医薬品、健康食品全般に関する相談）及び医薬品・健康食品の安全性（妊娠中の服用、医療用医薬品との相互作用等）に関する問合せが高頻度でみられた。一般消費者各位の、健康全般に関する情報・知識への関心の高さ、豊富さを表すと共に、セルフメディケーションへの認識の高さをも反映している。そして、相互作用に関する問合せの多さは、特に高齢者の健康維持には医療用医薬品は不可欠とあって過言でない現況を現わしており、お客様に正確かつ実用的な健康情報を提供するという、我々の任務を再認識させられた思いである。

また、直接の問合せ者の内訳としては、配置担当者よりの割合が7割を超えた。お客様直接からでは「問合せ」までに及ばない素朴な疑問等も担当者が汲んでいる状況が表れており、お客様本人の代弁者としての役割が数字上からも窺える。直接お客様宅を訪問し、薬と共に健康情報を合わせてお届けする配置販売業の形態の特徴は、今後一層進む高齢化社会への対応に適したものである。当学術室としても、お客様からの問合せに迅速に対応できるよう複数の薬剤師を配した弊社の問い合わせ対応システムの特長をより一層効果的に機能させ、お客様のニーズに合った有用な情報提供を実践していく所存である。

今後も、問合せ内容全般及び推移を把握する一方、例えば妊娠中の服用や相互作用に関する問合せ内容の詳細分析といった形でテーマを絞り考察を続けたい。