

28PA-pm073

複合型医薬品企業における問合せ内容の傾向と OTC 学術室の役割

○萩原 圭美¹, 小関 雅裕¹, 斎藤 章代¹, 大嶋 淑恵¹, 中林 久佳¹ (¹富士薬品)

【目的】株式会社富士薬品は 1930 年の創業以来、伝統ある配置薬販売事業を展開し、全国販売網と製販一貫体制を構築してきた。1992 年からはドラッグストア (DgS) 事業にも取り組み、2013 年には医療用医薬品トピロリック錠を新発売し、複合型医薬品企業を目指している。弊社カスタマーサービスセンター OTC 学術室は、お客様や従業員から寄せられる薬・健康等の相談窓口となっている。OTC 学術室への問合せ内容等を集計し、傾向を分析することで、OTC 学術室の果たすべき役割について検討を試みた。

【方法】OTC 学術室では、問合せ内容を社内 VOC システムに入力しており、過去 7 年間 (2008~2014 年) の問合せデータを対象とし、その件数や商品区分別内訳の年次推移の分析を続けている。さらに、直近 (2014 年 1~12 月) については事業部ごとの問合せ内容と、問合せ元から見る特徴を分析し、考察を行った。

【結果・考察】配置事業・ドラッグストア事業ともに「製品について」、「安全性について」、「販売について」の問合せで全体の 7 割強を占めていた。問合せ内容の詳細を比較したところ、事業部間で問合せ内容に大差が無いことがわかった。また、問合せ元 (お客様・従業員) 別に問合せ内容を分析したところ、ともに「製品について」、「安全性について」の問合せで 6 割を占めていた。しかし、それに次ぐ問合せ内容に違いがみられた。以上のことから、事業部間で必要とする情報に大きな違いはないが、お客様と従業員が必要とする情報はそれぞれ異なっていることがわかった。お客様や従業員、それぞれのニーズに沿った適切な情報提供を行い、顧客満足度の向上をめざしていく所存である。