

# お客さまとのかわり

商品に対するお客さまからのご意見、ご要望、ご連絡は私たちの発展の要です。どんなに小さなことでも改善につなげていきます。

## お客さまとのコミュニケーション

お客さまや医療関係者との日常的なコミュニケーションは私たちが果たすべき大きな責任であると考えます。

当社では、お客様相談室をはじめ、MRによる情報収集および提供、ホームページによる情報の提供、イベント、工場見学等の様々な機会を通じてお客さまのお役に立てるよう活動しています。

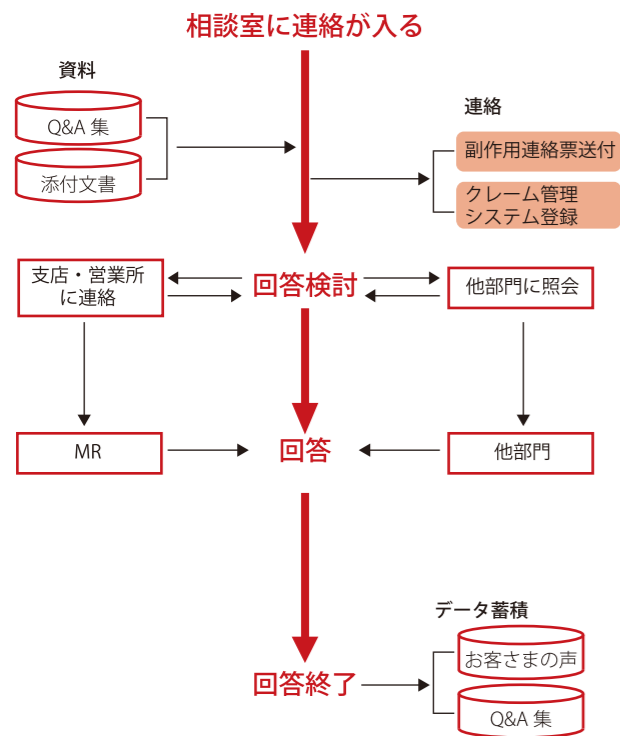
## お客様相談室

お客様相談室では、お客さまの「声」を真剣にかつ謙虚にお聞きして、速やかに対応しています。

2007年度は、約12,000件、2008年度は約12,400件の「声」をいただきました。

両年度とも、その大半はお客さまから直接のものであり、薬局、その他の順になっています。質問の内容の中で妊産婦・小児への使用上の注意に関するお問い合わせが多かったことを反映して女性からのお問い合わせ（6割）が男性からのお問い合わせ（4割）を上回っていました。

### お客様相談室での回答フロー



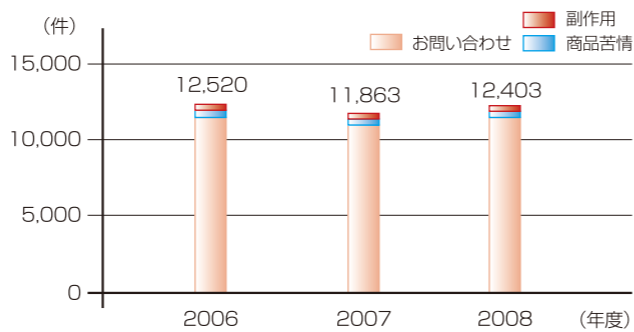
その他、他社商品との成分の違いや、使用期限に関するご意見・お問い合わせが多くありました。

なお、お客さまからいただいたご意見・お問い合わせについては厳重な管理を施した上、データベースに集積し、経営層および関係部署で活用し、商品の改善などに生かしています。

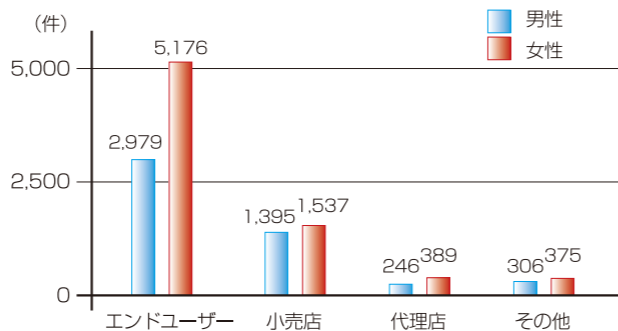
## ホームページでの情報提供

当社のホームページでは、商品を安全にお使いいただくための商品情報をはじめ、健康に関する情報、貼付剤の便利な貼り方案内、商品に関する問い合わせコーナーを設けています。

### お客さま対応数（お客様相談室）



### お客さま属性別対応数（2008年度お客様相談室実績）



## MR（医薬情報担当者）によるコミュニケーション

医薬品をお客さまに安心して使用していただくためには、薬局や医療機関の方に医薬品のことを十分にご理解いただく必要があります。適切な情報提供や、副作用などの情報に迅速に対応するため、MRを配置しています。十分な教育研修を受けたMRが医療機関等を訪問し、情報交換を行うとともに、医療関係者を対象とした説明会や疾患・病態等の関連情報の勉強会を定期的開催しています。

### 現場の生の声を集める

医療関係者を通じた要望の中にも商品の改善に生かすべき大変貴重なものがあります。MRは、日常業務の中で、これらの情報を漏らすことなく収集しています。副作用の取り扱いについては、専用の手帳を用意し、安全性情報部と連携した対応を図っています。また、使用感やご要望についても、専用はがきなどにより常時お客さまの声を収集・利用できる体制としています。

### 情報の提供

MRは医療関係者とのコミュニケーションを図るだけでなく、一般の患者さまに対してもよりご理解いただくため、関連情報を記載したパンフレットを通じて疾病へのご理解を促すとともに商品の正しい使用法の啓発を行っています。

### 商品の改善につなげる

MRがコミュニケーションを図り収集した情報は、関連各部署と連携し、商品の改善に役立てています。商品の包装などについては、ユニバーサルデザインの考え方を取り入れ、身体機能の低下などに影響されない商品づくりを進めています。



MRが携帯する手帳



調査はがき



患者さま向けに作成したパンフレット

## お客さま本位のパッケージデザイン

お客さまからのご意見や要望に対し、常に配慮して商品の開発にも生かすことが重要です。

モーラス。パップの包装についても、角を丸くしたり、切り取りやすい素材・デザインに配慮しています。手の自由が利かなくなってきた患者さまの中には、開封にも家族の手伝いを必要としている方がいらっしゃるという情報から、横型の薬袋にし、段差をつけて開封しやすく改良しました。



患者さまの喜びのために

医薬事業部東京第一ブロック

吉田 雄樹

病院の医師や薬剤師の方から「患者さんが久光のモーラステープを指名してくる」というお話をうかがうことがあります。モーラステープの効果および認知度は極めて高いものがあり、腰痛症への適応など他の類似品にはない

効果を持っています。製品の副作用についても十分に公開し、先生に正しく使用していただくためにサンプルや製品情報概要などを利用し、久光の商品に関する情報を提供しています。

副作用の情報をいただいたときは落ち込むことがありますが、正しくご処方いただき一人でも多くの患者さまに安心して使っていただけるよう情報の提供と収集に今後も努力してまいります。