

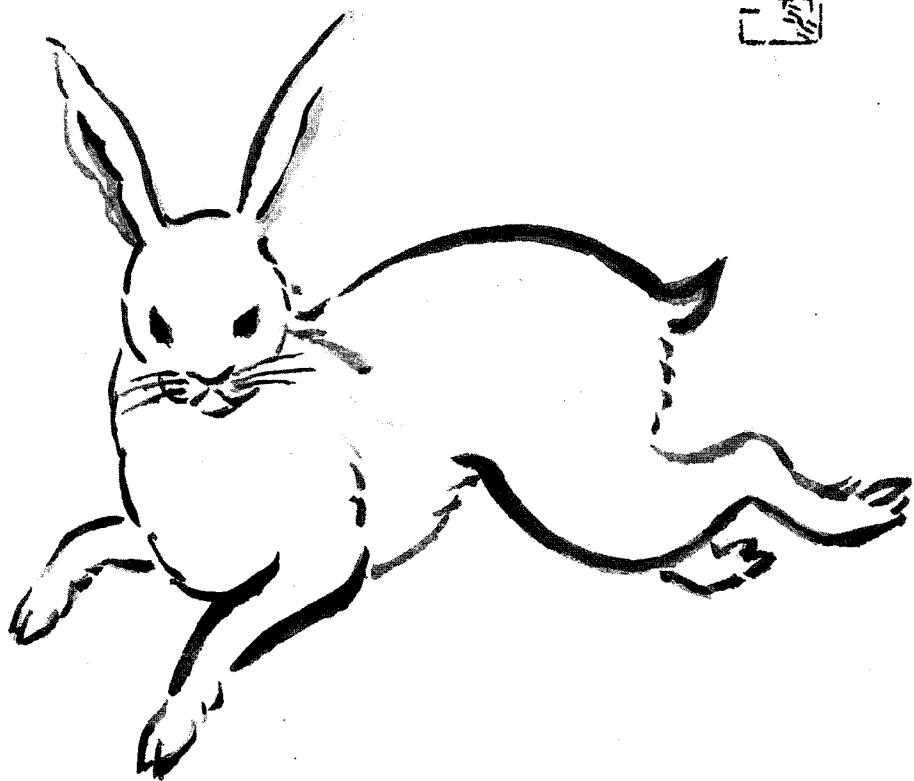


東京都家庭薬工業協同組合会報

かていやく

平成11年1月 通巻64号

春
ニ
三



かていやく

本組合は、組合員の相互扶助の精神に基づき、組合員のために必要な共同事業を行い、もって組合員の自主的な経済活動を促進し、かつ、その経済的地位の向上をはかることを目的とする。

定款 第1章 第1条(目的)より

目 次

通巻64号 1999年1月20日

| | | |
|---|------|----|
| 年頭のご挨拶 | 塩澤 譲 | 3 |
| 新年のご挨拶 | 山川洋平 | 4 |
| 新春特集 (1) —消費者座談会— 家庭薬のイメージは「伝統」と「安心」 | | 5 |
| 新春特集 (2) —第3回消費者対応担当者研修会から— 「クレーム処理のポイント」 消費者対応委員会副委員長 佐羽功一郎 | | 8 |
| 伝統薬物語／大木五臓圓 | | 16 |
| 情報協業化について | 藤井隆太 | 18 |
| 委員会だより | | 19 |
| 薬事、GMP、流通、広告、労務、厚生、 消費者対応、情報協業化、広報 | | |
| 会員会社紹介 ホーユー(株) | | 20 |
| 森下仁丹(株) | | 22 |
| 第9回GMP研修会レポート | | 24 |
| 家庭薬グラフティー | | 26 |
| 事務局だより | | 28 |
| 編集後記 | | |
| 表紙題字・第4代理事長 津村重舎 表紙絵・相談役 堀 泰助 | | |

年頭のご挨拶

転じて福となす



理事長 塩澤 譲

明けましておめでとうございます。皆様方には、お健やかに佳き新年を迎えられましたこととお慶び申し上げます。

昨年中は、当組合の運営につきまして、格別のご協力をいただき、誠にありがとうございます。本年も、何卒ご高配を賜りますよう、よろしくお願い申しあげます。

昨年、日本の景気は、消費の落ち込み、金融不安、株価の低迷、リストラ等により悪化の一途を辿って参りました。様々な景気対策も思惑どおりには機能せず、重苦しいムードに包まれた企業の景況判断指数も、調査開始以来最悪の数字になったとのこと。年末に至っても「まだまだ」とする悲観派と、「変化の胎動も感じられる」「兆しの兆しは見えてきた」とする楽観派の判断が交錯し、この1年、この景況感をめぐる論議と内外各層から湧出した醜聞に、世人の耳目は悉く集め取られた感があります。

このような社会経済情勢のもと、私どもの業界は、規制緩和の進行、医療保険制度改革等に、地球環境問題、流通の再編等も絡み、相変わらず複雑な環境下に置かれています。明瞭なビジョンの策定が困難な中、専門性と伝統ブランドを橋とし強固な企業基盤を築いてきた我が組合の各企業にも、厳しい波が押し寄せてきています。戦後においては最も、といわれる程に高い波と強い風。しかし、どんなに社会状況が変節を繰り返そうとも、変わることのないのが、セルフメディケーションの担い手としての我々の使命はますます高

まる、という事実です。この事実を再認識しながら、低迷の中から何事かを学び取り、自らの今後と社会の今後に活かしていくのもまた、我々の使命であり責任であります。

その昔、医方の祖として人々の尊敬を集めた張仲景は、疫病で多くの親類縁者を失ったのを契機とし「古訓を集め広く衆方を探り」16巻にも及ぶ、あの『傷寒雜病論』をまとめあげたといわれています。災いを災いのままに留め置き悲嘆に暮れるのか、厳しい現実を認識したうえで、これを転じて福となすの精神に立脚するのかが、重大な岐路となると考えます。自分自身を信じた心の強さは、必ずや道を拓く、とあらためて思わざるをえません。

ほどなく、日本は国民医療費30兆円の世紀に入りますが、市場構造と消費構造の変容は、予想を超える速度と規模で我々に迫りつつあります。我々は、この変容に常に的確に対応しながら、時代における価値の拡大に務め、社会における絶対的な信頼を獲得していくたいものだと思います。幸いにも、当組合においては、ホームページによる情報発信、情報協業化の実践等もスタートし、新たな展開のための基盤整備が着々と進行しつつあります。本年も、組合員各位のご協力をいただきながら、その英知を結集し、多岐にわたる事業を進めていきたいと思います。旧年に倍しましてのご支援を賜りますよう、重ねてお願い申し上げます。

(養命酒製造株式会社 社長)

新年を迎えて

東京都衛生局業務部長

山川洋平



新年明けましておめでとうございます。

東京都家庭薬工業協同組合の皆様におかれましては、清々しい新年を迎えられたこととお慶び申し上げます。

日頃、東京都の薬務行政には格段のご協力を賜っておりますことに厚くお礼を申し上げます。

さて、東京は現在、人口や経済が拡大を続ける右肩上がりの時代を終え、21世紀の成熟社会に向けた大きな転換期にあります。

こうした状況に的確に対応するため、東京都は昨年11月に「生活都市東京の展開 改訂重点計画」を公表いたしました。

平成9年度に策定した計画について、この間の社会経済情勢の激しい変化を踏まえつつ、これから迎える成熟社会に向けて豊かな生活都市東京を実現していくための明確なビジョンとみちじをお示しするため、改訂を行いました。

その中でも、皆様方と関連の深い保健・医療・福祉にかかわる分野では、「一人ひとりを大切にした少子高齢社会」をテーマに、中長期的な取組の方向をあげております。

この分野は、都民の期待と関心が最も高い分野でもございます。

衛生局関連の施策としましては、少子高齢社会への備えとして、①療養型病床群の整備への支援 ②障害者の地域生活への支援 ③地域医療システムの充実 ④薬物乱用防止啓発活動の推進などを計画しています。

また、昨年12月には、都における包括的な保健医療体制の整備を進めるための基本方針

である保健医療計画の第二次改定を公示いたしました。今回の保健医療計画では、誰もが身近な地域で適切な医療を受けられる仕組みをつくるため、地域における医薬品の供給・相談役としての「かかりつけ薬局」の育成・定着に取り組んでいくこととしています。

昨年11月の都民の「保健医療に関する世論調査」によりますと、かかりつけ医師を決めていない人の3割が、一般薬を購入して病気に対応しているという結果が出ております。このような調査結果からも、家庭薬が身近に親しまれ信頼されていることが窺えます。

東京都家庭薬工業協同組合の皆様には、医薬品の製造販売を通じて、都民の保健医療の向上のため引き続きご尽力賜りますようお願い申しあげますとともに、医薬品の販売に当たりましては、購入者に応じた、医薬品の適正な使用のために必要な情報の提供をお願いいたします。

健康は、すべての都民がいきいきとして、豊かで充実した人生を送るために最も基本的な条件です。都民が生涯を通じ、生きがいとゆとりを持って暮らしていくためにも、活力ある社会を維持、発展させていくためにも、健康的の意義はますます大きくなっています。

これに貢献していくことが私どもの使命であります。

私も微力ではございますが、この使命を果たすため、なお一層努力してまいる所存であります。

本年もどうぞよろしくお願ひいたします。

家庭薬のイメージは「伝統」と「安心」

内海範子さん／黒田暁子さん／白川洋子さん
司会／東京都家庭薬工業協同組合広報委員会 委員長・伊沢隆司

長年の伝統と実績により消費者の確固たる信頼を勝ち得てきた家庭薬。しかし、スイッチOTCの増加や医薬分業の進展など、時代とともに移り変わる医薬品業界の情勢の中で、消費者の家庭薬に対する認識も変わりつつあるのではないかでしょうか。

今回の座談会では、各家庭における家庭薬の窓口ともいえる3名の主婦の方にお集まりいただき、家庭薬に対する印象やイメージといったお話をうかがいました。

●懐かしさと強すぎない安心感

司会 まず最初に皆さん知っている家庭薬あるいは使ったことのある家庭薬があったら教えていただけますでしょうか？

黒田 私が使ったことがあるのは、太田胃散、正露丸ですね。

白川 私の家族はのどをいためることが多いので、特に子供たちには浅田飴やうがい薬のイソジンを重宝していますね。

内海 私が子どもの頃から聞いたことがあるものの中では、先ほどのお話しに上がった浅田飴や龍角散、太田胃散、正露丸などは飲んだことがあります。



内海範子さん

フリーのイラスト레이ターとしてご活躍のかたわら、奥様として、また2歳になるご長男のお母さまとしても多忙な毎日を送られている。ドラッグストアにお出かけになる機会も多いとのこと。

黒田暁子さん

ご主人と1歳になったばかりのお嬢様との3人家族。お子様が生まれてから、薬の情報に関して敏感になってきたそう。本年初頭から、商社勤務のご主人とともにトルコへ転居の予定。

白川洋子さん

テレビ局勤務のキャリアウーマンとして、お仕事と子育てに多忙な毎日を送り、効率の良い生活を送ることを心がけている。ご家族は、ご主人と7歳のご長女、4歳のご長男の2児。



司会 それでは、それらの伝統家庭薬に関してイメージがあつたらお聞かせいただきたいのですが。

内海 やはり懐かしいCMというのが一番で、そのCMのイメージからもあると思うのですけれど、家庭薬のイメージは強すぎない薬のイメージがあって、とても安心感があります。

白川 やはり安心ですよね。正露丸も、今は匂いのしないのが出ていますけれど、やっぱり、茶色い瓶で匂いがするほうが昔からの安心感があります。

司会 お話をうかがっていると、「安心」とか「強すぎない」ということがキーワードかと思うんですけれど。強すぎないということは、裏返すと効きめが……ということになってしまふのでしょうか？

内海 実は先日主人と話していて話題になつたんですけど、主人の家では風邪をひいた時に何でもかんでも龍角散だったと、うちもそうだったんですけど。その話で、「でも龍角散って効いたのかな？」って（笑）。

司会 効いた実感はありませんでしたか？

内海 効いた実感はないんですけど、のどがいがらっぽい時なんかは飲むとよくなるような気はしましたね。粉っぽくて子ども向きではないところが、子ども心にそんな気がしていました。

司会 伝統家庭薬は自然治癒力に薬をあわせ

て飲んで、なんとか快方に向かっていくというものですから、明らかな効果というのは、すぐには認めづらかったかもしれませんね。

白川 私は、家庭薬は効く効かないというよりも、取り急ぎ何もない場合は仕方なく使うという感じです。風邪薬に関しては効きすぎてしまう恐さがあり、こちらに関しては、結構強くないというか安心感がありますね。

内海 咳止めとか鼻水を止める薬なんかは効きすぎると恐いんですよ。そういうのは、一度買って効きすぎると、もう買わなくなってしまいますね。

●より有益な情報の提供を

司会 家庭薬は、強すぎない、あるいは安心、安全だというお話しに大体収れんされていくようですけれど。家庭薬をちょっとはずして、薬というものの全体をイメージしたものをお皆さんにお聞かせいただきたいのですが。

黒田 薬ということですと、やはりネガティブなイメージがあります。症状を抑えるという感じでちょっと苦手なイメージがあります。

白川 薬は長い時間をかけないで治すものというイメージですね。

内海 以前は薬はもっと万能であるイメージがあったと思うんですけど、私たちの世代になって薬に対して疑いの目を持つようにな

ってますよね。一般的にお医者さんから出される薬もそうですし、普通に買う薬もそうなんですけれど、中味の成分とか効能に関して注意書きにもっと充分な説明が欲しいなとよく思います。

司会 例えばどんなもので、充分な説明がほしいと思われますか？

内海 中に入っている成分なんかは、いくらその成分名を書かれても私たち素人はわからないんですよ。今、例えば処方箋で渡された薬なんかは、「くすりがわかる本」なんていうのがあるので、必ず見てしまうんですけれど、逆に薬屋さんで買った薬というのは、わかりづらいですよね。それから、そんなに一度にたくさん飲むものでもないので、開封した後に半年、一年と平気で薬箱に入っていたりしますが、それをどこで見切って捨てたらいいのかわかりません。そういうことは説明書には書いていないですよね。

黒田 私も、まだ娘は丈夫なほうですから薬をあげたりしていないんですけど、子どもを産んでからそういうことを気にするようになりましたね。やはり成分が変質してしまっているような薬を娘に与えるのは恐いですから。

内海 使用期限が書いてあっても、開封してからどのくらいもつかは書いていないですよね。

白川 目薬なんかは「これ、ちょっとママが試すわよ」なんて言って試してから、「う～ん、大丈夫みたい」という風に使ったりするんですけど、正式にわかるものがあればいいですね。もし、そこまで面倒も見切れないという場合でも、開封したあとの保存方法の注意書きなどが書いてあれば助かりますね。例えば冷蔵庫に入れるとか。

内海 入れてはいけないものもありますよね。

司会 一般用の医薬品の場合、使用期限については表示義務があるものとないものがあります。ないものに関しては、基本的には常識による判断で大丈夫だということです。

黒田 私のイメージだと家庭薬というのは、

症状がそれほど深刻でもない時にとりあえず飲むものというイメージがあるので、飲み残しもでてくるのだと思います。ですから、その辺の開封後の有効期限とか保存方法の情報提供がもっとあればいいですね。

司会 そういうことも含めて薬の情報というものを、日頃どういう所から得ていますか？

黒田 テレビのCMなどの広告が一番ですね。白川 結構雑誌とかにも出ていますよね。その時に、いろいろな宣伝文句ではなくて、雑誌の記事の中でこういうことがあったなんていうデータとか実績が入っているとより信じやすいですね。あとは、クチコミですね。

司会 クチコミはどういうところから？

白川 お母さん同士のコミュニケーションです。子どもの学校関係なども含めて情報ネットがすごくあるので。それから、同じ会社で働いている女の子達が「これいいですよ」なんて言ってくれたりします。

内海 私もほとんどクチコミです。お母さん関係ですとか、情報の速い友だちなんかが私の好きな傾向を知っていてくれて、それを教えてくれたりします。あとはパソコン通信をしているので、わりとそういうところから広く情報を入れたりしています。

●伝統と安心とやさしさ

司会 それでは最後に、ここまでのお話を踏まえて家庭薬から連想されるキーワードは何でしょうか？

黒田 やはり…「伝統」ですか。母親から子どもに伝わるような感じですね。

白川 私も同じで、親から子どもに伝えられて、見慣れた「安心」がある感じがしますね。

内海 親から伝えられたような「やさしさ」がありますね。

司会 本日はお忙しい中、ありがとうございました。

新春特集（2）

第3回消費者対応担当者研修会から

『クレーム処理のポイント』講演要旨

東京都家庭薬工業協同組合
消費者対応委員会副委員長

佐羽 功一郎

平成10年9月3日 東京薬業健保会館にて

クレームとは、消費者が何かの行為を強く求めること、一般的には苦情も含めたものをいいます。

ちなみに、当社（養命酒製造株式会社）におきましては、お客様相談室が昨年1年間でお客様から直接受けた相談件数24,000件のうち100件、0.4%が苦情も含めたクレームでした。

マスメディアを使った広告を『攻めの広告』とするならば、私ども消費者対応部門が行っているクレーム処理などのお客様対応は、お客様との信頼関係をつくり、商品、サービスを通じ次の購買に移っていただく、いわば『守りの広告』です。アメリカの調査では、クレームがうまく解決したお客様では高い購買率を示しており、クレーム処理の顧客満足の達成は、他のお客様のオピニオンリーダーとなって下手な広告活動より少ない費用で同等以上の効果をもたらすといわれます。

第1 クレーム処理担当者の心構え

1. クレーム処理の心構え

最近では直接メーカーがお客様の声を聞けることがほとんどなくなりました。しかし、我々が担当しております消費者対応部門はまさに直接、お客様からの声を聞き入れるという立場にあるのではないかと思います。私どもの仕事は、このように消費者と直接の接点がある仕事ですからお客様から会社への生の声を『情報発信』できる、これが製品の改良などに役立つのではないかでしょうか。この辺りがクレーム処理の仕事を進めていく上での大切な心構えではないかと考えております。

2. 担当者に求められるもの

私はお客様相談室を担当しまして「この仕事は短時間で習熟できるものではない。やは

り時間をかけてじっくり勉強していかなければならない」と実感しています。そのような意味で担当者には幅の広い知識と専門・商品知識・的確な判断力が要求されます。しかし、これは自分1人でできるものではありません。他部門の協力を得て初めてできるものだと思います。

それから『日頃より向上心を持ち、努力することが望まれる』これは当然のことと思います。それには『世間の常識を知る』（新聞・T Vのニュースに注目）ということになるわけですが、他に『物事に興味を持つ』ですとか『商品知識を豊富に』が求められることです。たとえば、最近の毒物混入事件は包装不備クレームにつながってくるわけです。包装不備がありますと、これは気持ちが悪いということでクレームが増えてくる。世の中の状況が我々にも影響するということです。

それから『商品知識を豊富に』ということ。1人で自社の製品をすべて知る事は難しい。ですから、最初は『得意分野で自信を付け、徐々に幅を広げる』。それでもすべてが判るわけではありませんから、研究所、工場等のスタッフを我々の一員であると考えていかなければならぬと思います。

また、『迅速・誠心・誠意・謙虚』ということです。クレーム処理を後回しに延ばしていくと二次クレームにつながることもあります。受けたクレームはすぐに、何でもいいから『相手に連絡を取る』ということが消費者によい印象を与えます。『早い対応・早い解決は、お客様の満足度も高い』、時によっては『即日訪問も効果あり』午前の電話で午後に訪問をしますと「お宅の会社は本当に早い」と感謝されます。誠意ということはお金だけではないと思います。

それから、『経過報告をマメに』ということですが、クレームを受けた時に、回答までに時間がかかる場合には中間報告をマメに入れてお客様に安心感を持っていただくことです。どうしても約束に間に合わなかつた場合にも理由を言ってお客様に安心して待っていただくということです。

そして、『お客様の言いたいことは全て聞く、途中で話の腰を折らない』、とにかく全部腹の中にあるものを出させる。黙って聞いているだけでなく、途中で相槌をうって聞いているのだということは示さなければなりません。途中で反論しないで、良く聞くということは直ぐにできるわけがないのです。ですから、『質の高い反復練習』しかないと思います。そのような意味でも消費者対応の仕事がある程度判るまでには数年の時間がかかります。



3.『べからず』集

クレーム処理担当者としての心構えを、「~してはならない」という語尾で13項目にまとめてみました。

●事実を確認せずに判断してはならない。

ものごとがはっきりしないうちから、勝手に決め込んで判断しないようにしましょう。

●「絶対」という言葉を使ってはならない。

絶対ということはありません。

●「当社だけではない」という言葉を使ってはならない。

他社でもあっては困りますから、そのような言葉は使わないようにします。

●「量産しているので少しくらい仕方がない」という言葉は使ってはならない。

大量生産した中のほんの一部だったとしても、手にしたお客様にとってはその商品が100%なのです。

●可能性のないことに希望を持たせてはならない。

できる可能性のないことに、うやむやな返事をしてはいけません。

●自社の他部門や販売店等の批判をしてはならない。



あくまでも起こった問題を事実に基づいて解決することを考えましょう。

●お客様を小バカにしてはならない。

当たり前の話です。

●「私に権限がない」という言葉を使ってはならない。

自分はメーカーの代表者であるという気持ちで。

●最初から電話だけで解決しようと思つてはならない。

時には訪問、手紙などを使わねばならない場合も当然でできます。

●お客様と議論をしてはならない。

解決のためには、しっかりとお客様の声を聞きましょう。

●感情的になってはならない。

会社の代表として話をしているという気持ちを忘れないことが大切です。喧嘩では解決できません。

●言い訳・弁解・責任転嫁をしてはならない。

これも当然の事です。

●曖昧に答えてはならない。

判らないことは回答できる日時を伝えておいた上で、改めて返事をします。

次に、お客様との応対における具体的な留意点を述べていくことにします。

第2 お客様対応における留意点

1. 基本的な留意点

電話でも手紙でも基本的な留意点としては、記録することです。対応用紙を上手に使って下さい。

電話の場合は必要な事項の聞き忘れを防止する。特に『氏名・電話番号・住所・製品名・購入店・購入日、それからどのような相談なのか、クレームならクレームの内容』をしっかり書き留めておいて下さい。この記録は後々、訴訟になった場合などに証拠にもなります。その為にも『処理経過の記録・問題の把握・報告・入力』などもしっかりと記載しておいて下さい。

それから『謝りの言葉』。クレームがあつて、その時に「ご心配をおかけいたし申し訳ございません」この言葉はいくら使っても構いません。お客様が心配したことに対してはいくらお詫びをしても構いません。しかし、クレーム本題に対してお詫びをしますと後で責任を取らされますのでご注意下さい。

『言い分を良く聞く』、「いつ・どこで・何が（誰が）・どうなって・どうして欲しいのか」、このうち「どうして欲しいのか」を言葉のやり取りの中で取り違えますと答えにななりません。言い分が聞き取りにくい時には

「ちょっと聞き漏らしましたので」あるいは「聞き違えたかもしれません、どのようなことでございましょう」と質問は入れていただいて結構です。

それから、判らないことは『曖昧に答えない』。「良く聞いて・良く調べ・確実な答えをする」これは後からでも良いのです。その場では答えがでないことは多々あることです。

また、『事実確認を十分に行い、事実に基づいて対応する』。早合点、思い込みや自分勝手な判断は二次クレームを生じ、処理が長引いてくることがあります。

それから「他社(販売店)や社内の他部門がからんでいる時には、その言い分も良く聞き、事実関係を正確に掴み判断することです。

次に『積極的に誠意をもって解決に努める』、これは当たり前のことです。

それから『回答に日数を要する場合は、途中にその旨、連絡をする』。

『冷静に、感情的にならない』ということも大切です。

『できないことは、はっきりその旨伝え、過大な期待を持たせない』ということです。それから『不当な要求には毅然とした態度でのぞむ』。不当な要求ははっきりと断っていただきたいと思います。弱みにつけこまれ、最終的には金品で過大なものを取られます。もし、脅し等が来ましたら警察に相談して下さい。特に暴力団関係の人ですと警察から情報がもらえます。

次に『マニュアル通りに処理するとクレームになることがある』。クレームの解決は答えが1つではないのです。ケースバイケースで的確に、その場で判断しなければならないのです。マニュアル通りにやりますとクレームになることが不思議と多いのです。応用編があるということを肝に銘じておいていただ

きたいと思います。

それから『メーカーの常識はお客様の常識ではない』。私どもも家に帰れば一消費者なのです。そのような事を念頭に置いてお客様のクレームなり、相談に携わっていただければと思います。

次に『クレーム品などを預かる時』は、「原因究明の為には、クレーム品をお預かりします」と言います。検査をした結果でないと、基本的には代替え品を渡しません。問題がなかった場合にはその報告をしてあれば良いわけです。ただ、製品に不備があり検査にクレーム品を使った場合は、代替え品をお渡ししております。このような場合も渡せばいいのだということではなく、渡す意味を説明します。お客様は「物をくれたのだから保証しろ」と言われることがありますので注意が必要です。それから、自社で検査する場合、結果が白と出てもお客様が疑う場合があります。従って、検査をする場合には私どもではお客様に自社の品質管理室の検査で良いか確認を取っております。「ダメだ」と言われた場合には「消費生活センターで調べて下さい」と言います。これを「第三者機関ですと、検査の為に数万円かかります。お客様が検査をして欲しい、しかも会社の中に検査機関があるのにそれを拒まれているのですから、どうぞお客様が第三者機関にお持ち下さい」と私どもでは言っております。

次に、代替え品を提供するかどうかを判断するということです。薬局・薬店はお客様からのクレームがあると直ぐに交換してしまいます。このような場合はやむを得ないので商品の補填をしておりますが、お店には「このような場合は私どもで処理しますから代替え品を渡さないで下さい」と言っています。電話の場合には「私どもで対応しますから、代

替え品は渡さないで下さい」と言って対応します。お客様から直接送ってもらった場合は届いた旨を直ぐに連絡します。これを行わない二次クレームになることがあります。

次にお客様が会社のいろいろな部門に連絡する場合があります。その場合、社内の連絡が旨くいくように「お客様から連絡があればお客様相談室に回して下さい」と連絡しておき、クレーム処理の一本化を図っております。社内連絡を取って窓口の一本化を進めることが大切です。

2. 電話の留意点

電話応対の場合に、特に留意すべき点をいくつか挙げてみます。

まず、ベルは3回以内にとります。

当然、メモを取りながら聞きますが、必ず復唱して確認します。

もしその場で即答できないことがあれば、前述の通り、後ほど改めて連絡します。受信者が責任を持って応対し、電話のタライ回しはなるべく避けるようにします。ただし、質問に答えられる者が部内にいる場合には「より専門的な者に替わります」と言い電話を替わります。電話を替わる時や、途中で中断する時には、電話口をしっかりと塞いで下さい。

フリーダイヤルではない電話をお使いでしたら、長距離電話、長電話になりそうな時には、こちらから掛け直す配慮が必要です。

公衆電話で掛けてくるお客様は、長電話をしようと思って掛けてきているわけではないので、手短に要領よく済ませます。

いつでも電話の録音ができる状態にしておくことも大切です。訴訟などになった場合に、書類同様、証拠になるからです。

携帯電話は電波状況によって切れてしまうことがあります、二次クレームにつながる可能性

がありますので、外に出てる場合には公衆電話を利用して下さい。

3. 手紙の留意点

当然『差出人と宛先を確認する』のですが、差出人不明は気を付けて下さい。このような場合は総務とか、開封する所は決まっていると思いますが、なるべく現状のまま残して指紋を付けないようにして下さい。

クレームなどで小さい品物はなくしてしまう場合があります。『開封時には小さい物、小異物等、同封してあることがあるので気を付ける』ことです。

それから、『受取日は記録し、手紙・封筒は保管しておく』。これは当たり前のことでしょ。

受け取った品物、クレーム品が送られてきた場合は『受領した旨、連絡を入れる』。また、回答できる日時も一緒に連絡した方がよいと思います。

また、『何を言っているのか判らない手紙』がありますが、これは電話で確認しても構いません。

『回答する場合』手紙の回答はどのような形式にするか、場合によっては内容証明付で出すということです。後は一般的なことですので省きますが、写しは対応用紙と共にどのような経過で対応したかということで保存をしておいて下さい。

4. 訪問の留意点

訪問する場合、『事前に電話で連絡する』ことは礼儀もあるかと思います。

行く前に『問題の内容に対する情報を事前に調査・検討していく』。『解決案を幾つか』持つて行きますが、相手の出方で対応できるように準備していくということです。

クレーマーのような場合には行った先をはっきりさせておく、複数で対応する、できれば事前に警察に連絡を取っておく、余分なものは持て行かない等が注意点です。特に悪質クレーマー、暴力団関係の人ですと大変な目に遭いますので、この辺は注意して下さい。

『見舞品・手土産などの要・不要』これをどうするか。クレームで心配をかけたという程度でしたら通常は何も持て行きません。次回訪問の時に、会社の誠意を示すということで「これは私どもの気持ちです」とお渡しするのが良いかと思います。状況に応じて最初から手土産を持参する場合もありますが、これもケースバイケースということでしょう。

『2人で訪問』、これは先程のクレーマーにかかわってくることです。

『行った時に誰もいなかった時には、訪問した証拠』を残してください。名刺に訪問の日時を書き「不在でしたので後程ご連絡します」と残してくださいということです。

『1回の訪問で解決しようと思ったら大間違い』です。2回、3回は覚悟しておいた方が良いと思います。

『見舞金の支払いには領収書か示談書を取り交わす』。ここで示談書までいくと大袈裟になるかと思いますが、ただ金銭の出入りには会社が金を出すわけですから、領収書は必要になります。示談書までいかない場合には、領収書に印を貰ってきます。その時「この件に関してはこれで解決しました」と書いていきます。このように示談書をかねて領収書を使う場合が、私どもではあります。

5. 来社の留意点

来社されたお客様です。この時、あまり狭い個室ですと相手に圧迫感を与えます。また、

一般事務室のコーナーで対応しますと皆の前で大きな声を出して威嚇してくる場合もあります。しかし、応接室ですと大声を出した所で2人くらいの対応ですから意味がありません。ですから、私は応接室を準備して対応された方が良いのではないかと思っております。

『できれば2人で対応する』1人が対応し、もう1人がメモを取って話のポイントを把握、かつ、確認を取るということが必要です。

『不快感を持たせるような言葉を避け』議論ではなくて解決させる意志を感じさせなければなりません。相手の話を良く聞いてその場で回答できなければ、冷却期間を持つと意外と旨く問題を解決できることもあります。

6. 難クレームの留意点

難クレームの留意点です。『事実に基づいて対応する』、『とにかく相手に言わせる』、『揚げ足を取られないように注意する』、『ゆっくり、丁寧に話す』。難クレームですから『録音テープをとる』、『安易な妥協や一時逃れの回答をしない』、『期待を持たせる発言はしない』。相手は何かをしようと思っていますから、先程話したように「誠意を見せろ」と言います。一般のお客様はそのようなことは言っていませんが、では「誠意」とは何か、わかりません。お金なのか、物なのか。納得しないであまりしつこいようと、「どのような誠意をお見せすれば良いのか、よく判りません」と逆にお客様に言わせると良いと思います。根気強く話し合いを行い、一時逃れとか期待を持たせる発言はしないということです。できないことははっきり断ることが大切です。このようになりますと『長期戦は覚悟』しなければなりません。でも、根負けとしては駄目です。これは根負けするのではありません

くて、何回も足を運べば、相手も人間ですから向こうが折れてくるということです。

7. インターネットの注意点

お客様相談をインターネットで受けるのは結構だと思いますが、不特定多数にマイナス情報までもが流れてしまうので、答えはインターネット上で流さないことです。

また、Eメールの場合でも、時には検索機関によって誰にでもメールが読める状況が考えられますから、相手の住所・氏名が判るなら手紙で別途連絡をするようにします。メールアドレスしか判らない場合には、Eメールで連絡して教えてもらいます。

8. 事故・被害の申し出があった場合の留意点

事故・被害が起きているのですから、まずはともあれ、お見舞いを申し上げましょう。そして、その被害の程度を尋ねます。もし治療しているようであれば、医師の診断結果や診断書の有無を尋ねます。病院名、担当医師名も教えていただきます。医師に私ども第三者が問い合わせる場合は、本人の同意が必要になります。

未治療ならば、身体の状況を元に復するために病院に行くことを勧めなければなりません。

事故品については、検査が必要ならば受け渡し方法の相談をします。そして因果関係を明らかにします。

被害があれば改めて訪問することが基本です。子細は面談の上ということになります。補償の要求が出てきたら、診断書・因果関係証明書が必要になります。お見舞金等の支払いには領収書か示談書を取らなければなりません。

第3 少額訴訟制度

1. 主旨

改正民事訴訟法の少額訴訟制度とは、30万円以下の少額訴訟事件について、原則として1回の審理で判決を下すことを言います。この手続きは、一般市民が少ない費用と時間で迅速に問題解決することを目的に、平成10年1月1日からスタートしました。

手続きは簡易裁判所で行われます。そして第1審で判決が行われ、1回で決着します。通常の訴訟のような控訴・上告はありません。

2. 内容

①訴訟の提起

訴訟を提起する裁判所は、被告の住所地、義務履行地、不法行為地。なお、相手方住所等が不明の場合は、少額訴訟として提起ができません。

②訴訟費用

30万円の場合、収入印紙代3,000円プラス3,910円、合計6,910円。

これが通常の裁判だと、着手金が訴訟額の8%かかるため、30万円の訴訟額に対して24,000円を必要とします。

③対象の制限

金額30万円まで。利息、遅延被害額がある場合は30万円を超えて可。訴訟申請回数オーバー（年10回）は不可。また、内容が複雑で1回の審理では解決が不可能と簡易裁判所が判断すると通常訴訟へ移行します。

④裁判の経過

訴訟から裁判まで、4～6週間かかります。裁判所に行く回数は、原告は普通2回、被告は普通1回。裁判開始から判決までには1～2時間が目安です。公開裁判となっています。

⑤控訴上告の禁止

簡易裁判所に対する異議申し立てはできま

ですが、上告は禁止されています。

判決に対して不満の場合、その少額訴訟制度の中で何度も審理をされます。

3. 訴えられた場合の対応

簡易裁判所から「訴状・口頭弁論期日呼び出し状・答弁書・手続証明書等」が送られてきてから初めて被告として訴えられたことが判ります。

まず、訴状の内容の確認をします。原告の要求は何かをしっかりと見極め、また少額訴訟によるものかを確認します。

受け立つ検討も必要です。事実はどうなのか確認しなければなりません。そして、裁判以前に原告との相対交渉をするべきか、それとも通常訴訟を求めるかの決定をします。

裁判をするとして、4～6週間以内に言い分を裏付ける書類、写真の収集、承認の確認といった書類一式が揃えられるかどうかも重要です。対応できるならば、少額訴訟による審理に同意します。書類が揃わなかった場合は、裏話になりますが「通常訴訟に持ち込みたいと思います」と言いますと、少額訴訟裁判はなくなります。

答弁書は簡易裁判所にある定型答弁書用紙を利用して記入の上、期日までに提出します。請求の趣旨に対する答弁、事実を認めるのか、認めないのか、書類の添付等が必要になります。書類は写しでは駄目で、原本を提出しなければなりませんので、前述の通り、クレームの記録はしっかりと取っておくことが大切です。

裁判期日は原則として、提訴があった日から30日以内です。

我々消費者対応部門の人が被告人として出廷するのでは何もできないといった場合に、専門の法定代理人を申請すると、その人が法廷に出ることも可能です。期日までの間に許

可申請が必要になります。

裁判当日は、ラウンドテーブル状のところで、司法委員、裁判官、事務官、原告、被告、証人が出席し審理を行います。

一旦終了すると、別な部屋で司法委員による和解勧告が行われます。地裁としては決着をつける前になるべく和解に持っていきたいのです。和解が成立すればそれで終了ですが、不成立の場合は再度審理して裁判が終了し、その後、判決が出て決着します。

4. 判決と対応

判決は、原則として裁判当日、その場で判決文が交付されます。

判決に不服がある場合、原告被告とも、翌日から計算して2週間以内に、書面で異議を申し立てることができます。裁判所は異議申立書の副本を相手方に送り、異議が申し立てられたことを知らせます。

この場合の再審理は、同じ簡易裁判所で行われます。異議申し立て後の裁判は通常の裁判に準じた形式で行われるため、審理は裁判官や当事者が納得するまで何度も開かれます。そのため、数カ月、あるいは1年以上かかるて決着することもあり得ます。途中で異議申し立ての取下げを行う場合は、異議申立人が書面で「異議申し立て取下げ」を書いた内容を裁判所に申請し、裁判所が相手方にその書面の副本を送り異議取下げを通知し、取下げとなります。

今後、PL法のみならず、この少額訴訟での訴えも一般メーカーに及んでくることが予想されます。

少額訴訟制度についての詳細は、東京簡易裁判所の広報（TEL03-3581-5411 内線6115）へお問い合わせ下さい。

大木五臓圓

万治元年、家伝薬として生まれ340年

●五臓圓のルーツ

五臓圓が世に生まれたのは、大木製薬の初代大木口哲が江戸両国で大木五臓圓本舗として拠を構えたことから始まります。

もともと五臓圓の処方を考えた人は、江戸時代（徳川家綱の時代）中国で漢方の修行を積んで江戸で漢方医をしていた湖竜斎が中国の医学書よりヒントを得て大木口哲に伝授、口哲はこれをもとに大木五臓圓を創製し売り出したと伝えられています。

●元禄から平成へ …現代に伝える漢方の心

340年を経て、今なお滋養強壮剤として愛用されている訳は、天然の生薬（人参・芍薬・桔梗根・当帰・川芎・茯苓・地黄・山茱萸）をそのまま粉末状に碎き、水を使わずに蜂蜜で練り上げ、強壮成分を含む生薬の組み合わせによる相乗効果を高め、その効能は体の五臓（肝・心・脾・肺・腎）の機能を助け、一つの疾病を治すことではなく身体に活力を与

え治癒させる目的の処方にしたところにある、故に漢方医学の「実証・虚症」「陰・陽」の別なく、老若男女に効果があります。

栗原愛塔先生著の「漢方薬術」「現代の漢方療法」によると、五臓は生命現象の中心をなす臓器とあり、その中で漢方の考え方を「病人は病気を持っている家主」でこの家主を度外視してはいけない、すなわちその病人と病気を切り放さないで心身一体の生命体、一個の生活体として観察することを根本理念とする。また、先生は『病気にかからない抵抗力を持つには、肝機能障害と腎の硬化を防ぐことにある。なぜならば肝臓は体内を巡る血液を解毒浄化し、腎臓は体内を巡った悪液を排除し体内の水分（液体）を浄化するから、従ってこの2臓器の機能を強化することがカシジシであり、健康体を保持し明朗な人生を送ることが出来る。また、長命の要訣は、五臓（内臓）を堅固にすべし、五臓を丈夫にするには胃腸の働きをよくし完全に栄養を吸収する。



▲明治25年 両国広小路大木五臓圓本舗、大木口哲本店



▲現存する当時の五臓圓店頭金看板



▲明治45年7月7日、東京朝日新聞掲載の大木五臓圓の広告

かようにして内臓が養われると臓腑が調和活動して気力が旺盛となり全身の機能が完全に行われて生命が澆刺としてくる』と述べております。

●看板にいつわりなし

江戸時代には高貴薬と言われていた人参が配合されているところから、当時の庶民には手が届かない高価な薬であったが、明治時代に入ると活字媒体の発達に伴い新聞や他の宣伝を開始、大正時代には爆発的に売れ、現在の価格に換算すると月間2億円の売上があったと伝えられています。

当時と現在の貨幣価値と比較する資料としては、明治45年7月、東京朝日新聞に掲載した五臓圓広告で現容量の定価が2円となっており、同新聞同日の経済市況には明治45年の

お米が不作で米相場が暴騰、越後米1石当たり23円55銭との記事が出ています。また、当時の2円は同新聞の6ヶ月分の購読料に相当し、明治後半当時でも五臓圓は高かったと思われます。昭和に入ると戦地の慰問袋には必ず入れていたという、効能・効果とともに知名度も高かった薬です。

●古きを尋ねて新しきを知る

現在、全国の愛用者から「大木五臓圓はどこに行けば買えるのか、是非送って欲しい」と多数お手紙を頂き、製造元として薬局・薬店に置いて頂く努力に欠けている点反省しております。大木製薬の使命は大木五臓圓から始まった、古来より受け継いだ伝統を大切に、健康な体に治すことは素より健康な体を維持する製品開発に取り組んでおります。

大木五臓圓



効能・効果

滋養強壮、虚弱体质、肉体疲労、病中病後、胃腸虚弱、食欲不振、血色不良、冷え症、発育期

成分・分量(10g中)

人参80mg、芍薬60mg、桔梗根360mg、当帰60mg、川芎60mg、山茱萸240mg、茯苓720mg、地黄420mg、蜂蜜2.3g

用法・用量

大人1回10g、小児15歳~8歳は大人の1/2量、
1日3~4回隨時服用

価格

1缶 750g入、定価4,800円

【特別寄稿】

情報協業化について

情報協業化委員会 委員長 藤井 隆太

いわゆる家庭薬メーカーのブランド寿命が長いことは、海外などから見ると神秘的でさえあるようです。しかしそこには、たまたま市場が閉鎖的であったり変化が緩やかであったり、慎重な消費者が多いといった要因もあったのではないかでしょうか。

企業の倒産件数が10年前の倍増という異常な経済情勢の中、不況に強いといわれ続けてきた医薬品産業も制度改革とのダブルパンチに遭い、大きな岐路に立たされています。家庭薬メーカーといえども例外ではありません。競争も激化し、体力が劣る企業は容赦なく淘汰される時代です。生き残りを賭けてそれぞれの企業が得意な部分を強化し、協力し合って発展する協業化は、まさに時代の要求であるといえます。

この度、弊社では解熱鎮痛剤の「森田回効散」を承継し、製造販売をさせていただきました。「森田回効散」は大正時代から続く歴史あるブランドです。その独特な風味とアスピリンの確かな効き目で多くのファンに支えられてきました。製造元の森田製薬さんでは諸般の事情により安定的な生産が難しくなっていたのですが、愛用者の皆さんに迷惑を掛けたくないという森田さんの強い熱意により、今回の承継が実現したのです。事業をやめてしまうのは簡単ですが、それでは今まで製品を信じ使い続けていただいた愛用者の方々の期待を裏切ることになります。たとえ承継して製造元や販売元が変わったとしても、森田さんの意志をしっかりと引き継ぎ、ブランドをさらに発展させることを目指して活動するならば、きっと愛用者の皆さんも理解していただけるものと信じております。

一般に長い歴史のある家庭薬ブランドには



昭和30年代、会合のあとの懇親会にて。
森田重太郎氏(後列右5番目)、二代目藤井得三郎(前列左5番目)、三代目藤井得三郎(後列右3番目)

微妙な処方のバランスがあるものです。恐らく愛用者の皆さんは長年の使用経験からその良さを感じ取っているのでしょう。表向きの効能効果だけでは語れない「何か」があるのであります。だからこそ、その製品が自分の体に最も合っていると信じて使っていただいているはずです。同じ効能効果だからといって代わりの製品で満足されるかどうかは極めて疑問です。しかし残念ながら、昔ながらの家庭薬メーカーがだんだん活動にくくなってきているのも事実です。GMPやバリデーションなどによりコストも上昇していますし、悪くすると製造そのものを続けることができなくなっています。そのようなことで長年愛用していただいた方々の期待を裏切って良いものでしょうか。

今我々がやらなければいけないのは、そのような残念な事例を極力減らすよう努力することであると思います。失われた伝統ある製品は二度と帰ってはきません。民族の宝でもある伝統薬を正しい形で世間に広め、必要なら環境に合わせて進化させた上で後世に伝えることこそ我々の務めであると考えます。愛用者を第一に考え、かけがえのないブランドを後世に伝える方法を決断された森田さんに敬意を表したいと思います。

(株式会社龍角散 社長)

委員会だより

◆薬事委員会 委員長 佐々木 康彦

医薬品業界の環境も大変に厳しく、出口の見えない状況下で委員長をお受けすることになりました。私以上に薬事に通じ、行政の対応に秀でた方々が大勢いらっしゃる現実を考慮いたしますと、この一件は大変に心苦しいことだと思量いたしております。この上は皆様のご教導を賜わり、少しでもお役に立つことを実施してまいる所存であります。

薬事に関する最近の主な動向を以下にご報告いたします。

1. 規制緩和について

規制緩和につきましては、昨年10月6日及び11月9日に全家協、直販協、日漢協、全配協、大衆薬協の代表委員の集まりで「一般用医薬品の一変不要範囲拡大に関する要望」について討議しており、更なる進展が期待されます。

2. 外皮用薬の承認基準について

当該作業の進捗状況は、外用消炎鎮痛薬の調査結果を当局に提出し意見交換を行っております。皆様のお手元に配付いたしました当該調査結果に、スイッチOTC化製剤の新有効成分を追加したものが最終的な承認基準になるものと推測いたしております。

3. 一般用医薬品の添付文書の改善について

昨年11月20日の第52回一般薬評価委員会で当該件について以下の報告がありました。

(1) 平成10年9月に厚生科学研究所の最終報告が出ました。

(2) 平成10年度内に局長通達を予定しています。

(3) 作業の進め方として、承認基準のある薬効群、次に、ない薬効群、スイッチOTC製剤の順に原案(薬効群毎に提示される予定)にもとづいて添付文書及び外箱に記載します。

(4) 実施までの猶予期間は未定だが、通常2~3年の経過措置の設定が考えられます。

4. その他

11月25日に日薬連の薬制委員会の全体会議

が開催され、今回新しく下部組織として「薬事法検討委員会」が設置されることになりました。これは現行法が昭和35年に公布され、約40年を経過して基本的な部分の見直しが必要とされることから発足したものです。また、毎年秋に開催されている医薬品製造管理者講習会は、範囲が広く、形骸化している面もあるところから、本年から新薬とそれ以外とに分離して開催されることになる模様です。

(株式会社トクホン 取締役開発部長)

◆GMP委員会 委員長 山田 正巳

12月2日、日薬連GMP委員会の全体会議が開催されましたので、その概要をお知らせします。

1. 第18回医薬品GMP研究会について

10月29日東京、11月5日大阪、11月10日富山、11月12日福岡と4会場で開催され、それぞれ地方府を含めた参加者数は、969名、978名、228名、206名でした。

第19回のテーマについては2~3月頃決める予定ですが、要望がございましたら是非ご意見をお寄せ下さい。

2. 医薬品GMP解説及び事例集の改訂について

医薬品GMPが改正されて4年が経過いたしました。会員の皆様からも待ち望まれていた改訂版につきましては、現在、日薬連での作業は終了し、当局との調整作業に入っています。

3. GMP-Iについて

医薬品の輸入管理及び品質管理規則(案)に対する意見、要望を業界としてまとめ、11月13日、日薬連GMP委員長名で当局に提出しました。要望の主な点は、規則(案)の修正10項目、Q&Aで明示してほしい事項として40項目からなり、説明会の開催と通知後1年半程度の猶予期間を設けてほしいとの内容であります。

当局としては、許可の要件として来年度中に省令で通知する予定としております。

4. 試験検査設備の利用拡大について

規制緩和の中で昨年度実施されたGMP関連事項として、分置倉庫については、製造所と同一都道府県にある場合に認められましたが、他の試験検査設備の利用拡大についてはかなり限定的な内容であり、さらなる範囲の拡大が望まれていました。このような状況のもと、当局からの要請により、GMP委員会からは、①区分許可による方法、②GMP対応による方法を提示し、利用拡大の方法論が検討されています。

5. ICH-原薬GMPについて

昨年9月のEWG東京会議では、適用範囲とAPI Starting Materialの定義を中心に検討されました。本年は、1月にEWG会議が開催され、3月にStep2に上げるべく検討される予定です。

6. GMP手帳について

改正GMPで教育訓練の条項が追加され、その重要性が強調されました。重要性を認識するための1つの方法としてツールの利用があり、携帯に便利なコンパクトな手帳を作り、教育訓練を行う側、受ける側が、ミーティングなどの場で活用するものとしてGMP手帳の制作に協力しております。本年3月に㈱ミクスより1冊1,000円以下で発売される予定です。

(株式会社ツムラ 品質保証部長)

◆流通委員会

委員長 鈴木 國之

われわれ一般薬業界は昨年来、依然として消

費不況の煽りを受けて低迷しているのが現状です。

一方、医療用医薬品に関しても医療保険財政の健全化を目指し、薬剤費削減策が浸透し、薬剤の消費が著しく制限を受けております。一昨年9月の健康保険法改正以降、医療用医薬品の使用量が減少するなど、また、昨年4月には3年連続の薬価基準切り下げが行われ、こちらも厳しい状況が続いております。

現在、社会は少子高齢化へと大転換期に至り、人口構造の変化が需要構造への変化と移行し、産業構造全体が変化しております。

健康志向といわれても健康の増強、疾病の予防・治療など多岐に渡り、われわれとしても製品開発のターゲットを明確にして世代に対応したマーケティング戦略が製造から流通に至るまで見直す必要があると思われます。

このような時代を迎えて、我々としては卸様、小売店様と情報交換をより密にして難局を乗り切っていきたいと思っております。

このような環境下で昨年10月13日、第44回家庭薬流通懇談会をライオンズホテル大阪で開催いたしました。

当日は家庭薬業界の共通の卸様であります親和会のトップの方々にご出席願い、最近の流通業界の話題や問題点についてご意見を賜り、情報交換をいたしました。

これを機に相互理解を深め、一般薬業界につき最大の努力をいたしていく所存でございますので、今後ともより以上のご指導、ご鞭

会員会社紹介



ホーユー株式会社

名古屋市東区徳川1-501

沿革

明治38年(1905年)、水野增次郎氏が「水野甘苦堂」を設立し、家庭薬の製造・販売を創業。大正10年、しらが染「元禄」を発売。大正12年、(株)朋友商会を創立。昭和32年、粉末しらが染「ビゲン」発売。昭和39年、社名をホーユー(株)に変更。昭和46年、「ビゲンヘアカラー」発売。以後、家庭用、業務用、海外向けにヘアカラーを主として、多数の医薬部外品、化粧品及び家庭薬を発売し、今日に至っている。

社章

社章と社名ホーユーの起源は「朋友」であり、会社を取り巻く消費者、株主、取引先、従業員は全て友達でありたいという願いがある。



代表取締役社長
水野 新平
昭和31年生まれ
京都大学
工学部卒業

無理な急成長を求めず、堅実経営による安定的かつ継続的成長を目指す。日本主要都市に7支店、愛知県に研究所と工場が3カ所ある。また、海外へも70数カ国に輸出、現地生産も行っている。

撃をお願いしたいと存じます。

(株式会社トクホン 専務)

◆広告委員会

委員長 山崎 實

この頃、映像技術の飛躍的進歩ということもあって、くすりのコマーシャルにも随分コンピューター・グラフィックスが使われています。それに伴ってくすりの広告にもフライングが目立ってまいりました。そこで次のような規制で行っていくことになりました。

医薬品等の作用機序を表現する場合のCG、アニメーション等の表現について

医薬品の適正使用ならびに作用機序に対する消費者の正しい理解を得るために、医学薬学上の根拠に基づいた正確な表現をすることはもとより、以下の点に留意し広告制作に当たることとする。

1. 個々のCG、アニメーション等のイメージ表現の映像中、画面の見やすい場所に「模式図」または「イメージ図」の文言を静止した明確な文字で1秒以上表現する。
2. 患部や疾病の原因・要素・症状が完全に消失するかのような保証表現とならないこと。
3. 当該製品の認められた効能効果を逸脱したり、過大に表現しないこと。
4. 患部・粘膜等の表現で、視聴者が極めて不快に感じるような表現はしないこと。

ということで、模式図で病原菌や炎症部分が完全に消えてしまうことなく2割程度は残さねばなりません。また、H₂ブロッカー、抗アレルギー薬等でも拮抗・遮断作用などを表現する場合、当該生理現象そのものを完全に停止してしまうかのような印象とならないよう2割程度が残っていることです。

この「2割程度」というのは、通常に映像を見た場合に残っていることが明確な範囲として示した数字です。あくまでも残っているというイメージが重要なのです。

また、外用剤で抗炎症作用などを表現する場合、人体に対する実際の作用機序と大きく異なるなどの虚偽・誇大でなく表現することも含まれています。

(株式会社金冠堂 社長)

◆労務委員会

委員長 藤原 哲夫

労務委員会は秋山錠剤、河合製薬、浅田飴、わかもと製薬、イチジク製薬、救心製薬、養命酒製造、太田胃散、トクホン、龍角散、東京甲子社、金冠堂、ツムラの13社が年4回定例会議を開催して、労務関連の諸問題について情報交換・検討を行っております。

雇用情勢も以前にも増して厳しくなっており、また、このところ労務関係の法改正が相次いでおり、会議の議題には事欠かない状況が続いております。そのためか、議論が白熱して設定した会議の時間内では討議し尽くせないこともたびたびあります。

労務担当者とすれば、アンテナを張り巡らせて激変する社会情勢を常に把握し、社員および会社の利益のために、どのように具体化していくかを考えいかなければなりません。

この委員会を、重要な情報収集の場として活用してほしいと思います。

今回は、9月に実施しました定例会議を中心に、活動報告をさせていただきます。

9月に実施する会議は、毎年軽井沢にある株ツムラの山荘を利用して行っており、今年も例年通り1泊2日の合宿形式で開催しました。

今回の会議では、男女雇用機会均等法および労働基準法の改正内容の確認と、各社の対応方法について話し合われました。「男女の雇用の機会の均等」を目的にできた男女雇用機会均等法および労働基準法が平成11年4月から一部改正されることになりましたが、改正内容のうち特にセクシャルハラスメントについては、各社とも対応に苦慮しているためか、改正内容の確認や他社の対応について積極的な意見交換がなされました。

もう一つの議題は、企業年金（厚生年金基金および適格退職年金）についての情報交換で、各社の加入状況および財政状況についての報告および意見交換が行われました。企業年金については、新聞等のマスコミで報道されているように、日本経済の落ち込みにより財政危機に陥っている企業が増えており、特に厚生年金基金などで解散する基金などもあり、今後も経済情勢から目が離せない状況が

続くものと思われます。今後企業年金をどのように運用していくかについては、企業経営に大きな影響を与える最重要課題であり、会議参加者もいつにも増して真剣に情報交換を行っていました。

また、12月の定例会議では、「賞与交渉に関する情報交換」を行いましたが、今後も参加企業の労働条件が向上するよう労務委員会を積極的に運用していきたいと思います。

(株式会社ツムラ 人事部長)

◆厚生委員会 委員長 石原 道郎

11月26、27日にわたって、GMP委員会と共同で、第9回GMP研修会として、茨城県猿島郡五霞町にあるキューピー株式会社五霞工場の見学会を実施しました。

当日は東北線栗橋駅に集合し、一同23名揃ってキューピー株式会社のマイクロバスで見学先を訪問、13時より工場関係者からビデオを含めた工場概況の説明を受けた後、同社の主力商品であるマヨネーズ及びドレッシングの製造工程を見学しました。同工場内に設置してある三角パネルと噴霧耕を利用した無農薬立体水耕栽培施設（TSファーム）でのサラダ菜やリーフレタスの栽培状況なども珍しく観察することができました。

その後、GMPに関する質疑応答が行われ、苦情処理の対応状況などの説明も受け、参加者一同大いに参考となり、関係者の皆様に見

送られながら同社を辞しました。

引き続いて、専用バスで日光のホテルに移動し、夕食と共にしながらの懇談会を開催し、情報交換をはじめ、有益なひとときを過ごし、翌日朝食後解散いたしました。

今回は食品工場の見学でしたが、同社は原料となる鶏卵や鶏冠から得られる医薬品原料の生産工場でもあり、医薬品GMPの認識もあるところから参考になりました。本年も秋にはGMP研修会を実施する方針でありますので、なにとぞご希望やご意見などをお寄せいただくとともに、多くの方々のご参加をお待ちしております。また、6月には恒例の理事の方々を交えた組合員による一泊の懇親会をも開催する予定でありますので、奮ってご参加願います。

(石原薬品工業株式会社 社長)

◆消費者対応委員会 委員長 鯉沼 信二

7月17日に浜松ロイヤルホテルで大家協との合同委員会、9月3日には第3回消費者対応担当者研修会を東京薬業健保会館で開きました。

合同委員会は日薬連の委員会報告の後、「悪質クレーマーについて」のビデオ観賞、続いて京都生協の商品政策室部長、角野久司氏の生協としての販売責任の立場からのクレーム事例の話がありました。その中で、環境ホルモンであるダイオキシンの話がありましたが、皆様もご存じのようにダイオキシンは



会員会社紹介

森下仁丹株式会社

沿革

明治26年(1893年)、森下博氏が森下南陽堂を創設。明治38年(1905年)、森下博薬房に改称。懐中薬仁丹を発売。昭和11年(1936年)森下仁丹株式会社に改組。昭和36年(1961年)、東京および大阪市場第二部に株式を上場。

理念

生活者一人ひとりによる積極的な「健康自己管理」の時代を迎えて、「人々のよりよい健康づくり」に貢献するため、総合保健産業の担い手であり続ける。

大阪府大阪市中央区玉造1-1-30

社章

当社のハウスマークである大礼服マークは、健康や保健を世界へ運ぶ薬の外交官をシンボルとして、創業者が定めたもの。



当社独自のシームレスカプセル技術の応用と、今まで育んできたさまざまな技術を融合させ、新たな価値を創造し、現代人一人ひとりの健康のパートナーとして、時代に先駆ける企業を目指している。



代表取締役社長
森下 美恵子
大正11年生まれ
甲南高等女学校
卒業

塩ビを焼却する時に発生します。塩ビは皆様の会社ではシュリンク包装に使われていると思いますが、なかなか良い代替品が見つかりませんので、今から対策を検討しておいた方が良いと思います。

研修会は約50名の参加でしたが、最初にPLセンター事務局長石川靖二氏の講演があり、クレーム対応のポイントとして事実の認定、因果関係、責任、補償の4つの観点からPLセンターで行った相対交渉事例を引用されて説明されました。

続いて養命酒製造株式会社のお客様相談室長の佐羽功一郎氏から『クレーム処理のポイント』というテーマで講演がありました。

佐羽氏の講演は本号の新春特集(2)に詳細が掲載されており、お読みになればお判りだと思いますが、自分の経験から判りやすいクレーム処理のポイントを話され、非常に好評な講演でした。

研修会終了後、家庭薬の消費者対応担当者のネットワークができるように名刺交換を中心とした懇談会を開きました。

研修会参加者を対象としたアンケートでは次回の研修会の開催を望む声が多く聞かれ、また、消費者対応の仕事で悩む声も多く、我々ももっと皆様にお役に立つように頑張るつもりであります。

(株式会社トクホン 学術情報室長)

◆情報協業化委員会 委員長 藤井 隆太

当委員会は平成9年9月に発足以来、昨年末まで概ね月1回のペースで14回の会議を開催しましたが、最近の検討状況についてご報告いたします。

1. 組合ホームページについて

ほとんどの組合員からのご協力をいただき、昨年8月27日に組合のホームページが開設されました。

アドレスは <http://linda.infomart.or.jp/daikakyo/tokakyoh.html> です。

開設については既に組合員にご案内しておりますが、今後このリニューアルについて、委員会として検討を行いたいと考えております。

2. 医薬品の承継問題について

昨年5月に協業化推進の一助として、家庭薬企業にとって最大の経営資源である伝統的な承認許可品目を有効に活用する目的で、全家協および大家協と協力して医薬品の承認整理等に関するアンケート調査を行い、調査対象54社中42社から回答をいただき、全家協および大家協の調査分と合わせてアンケート調査を提出された組合員に調査結果をお知らせしました。

委員会としては、特に承継希望を寄せられた承継品の斡旋についていかに対応すべきか苦慮しましたが、今回斡旋希望のあった森田製薬の「回効散」については、とりあえずアンケート調査で検討するとの回答をいただいた組合員に対し案内を行いました。当委員会としても、今後同様な希望が寄せられることが予測されるところから、いかに対応処理すべきかを検討しておりますが、良いお知恵がありましたらぜひお聞かせいただきたくお願ひいたします。

3. 営業に関するアンケート調査について

協業化問題を検討するためには、組合員各社における営業に関する実態調査の必要性を感じております。

例えば、販売ルート、営業エリア、営業人員など全く不明ですので、現在委員会にてその調査要領について検討しておりますが、実施の際にはぜひご協力を賜りますようよろしくお願い申しあげます。

(株式会社龍角散 社長)

◆広報委員会 委員長 伊沢 隆司

この「かていやく」は、デザイン、レイアウト、座談会・講演の原稿化等の編集実務を外部に委託して制作しています。今号より、その委託先を変更しました。薬業界に詳しく編集・企画力のレベルも高い、編集プロダクションを選定する事ができました。第一回目の編集会議もスムーズに進行し、「読んでもらえる、かていやく」のための新体制がスタート。誌面の内容充実にご期待下さい。

(養命酒製造株式会社 広報部副長)

キューピー株式会社五霞工場を訪ねて

広報委員 鯉沼信二

11月26、27日にわたって、当組合の第9回GMP研修会が次のような内容で開かれた。

(11/26) 12時40分東北線栗橋駅に集合→キューピー株式会社五霞工場見学→バスにて日光、ホテル千姫物語に移動→懇談会→(11/27) 朝食後自由解散

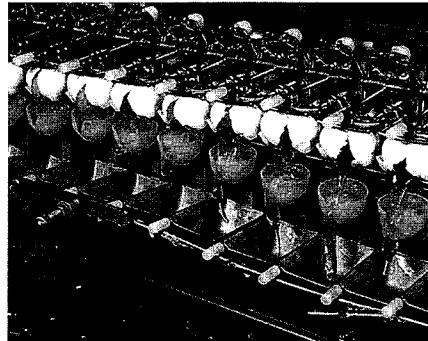
当日は快晴、栗橋駅にはキューピー株式会社のお客様相談室、浅野相談室長がお出迎えくださいました。参加者、塩澤理事長以下23名。マイクロバスで五霞工場まで行き、いよいよ見学開始。最初、工場の玄関で参加者の写真撮影。最近はバリデーションで頭を悩ませている皆様は真剣な顔で記念撮影。



写真撮影後、研修室に通され、工場の概要について三谷工場次長より説明があった。その後ビデオを見て、いよいよ工場見学。最初に案内されたのはマヨネーズの製造ラインだった。

マヨネーズ製造は次のように行われていた。

卵の処理：卵は農産物。泥などが付着していることが多いため、工場に納入された卵は最初にプールで、次にシャワー洗浄を受けて割卵機まで運ばれる。ここで卵は割られて黄



身と白身、殻に分けられる。この割卵機はTVで見たことはあったが、作業をしているところを実際に見るのは初めて。毎分600個の卵が割られ、殻と黄身、白身が分けられていく。割卵機は2時間に1度、40分程度の洗浄がなされている。食品を取り扱っているとはいえ、大変な作業と思われた。

調合・搅拌乳化：割卵機で割られた卵の黄身とサラダ油、酢を加えて搅拌乳化してマヨネーズは作られる。この作業は見ることができなかつた。できたマヨネーズはパイプを通じて充填機へ。

充填：チューブへの充填は皆様もご存じ、ここで感心したのは、同じ敷地内にあるチューブ製造工場から直接送られてくることである。チューブは成型したまま、口が開いていない。充填直前に逆さまにされて口の部分が切り取られ、そこからマヨネーズが充填される。このようにするのは汚染防止のためであり、チューブを逆さまにして口を付けるのは切り屑などがチューブの中に入らないためとのこと、なかなか考えている。私たちの工場では敷地が狭く、このような真似はできないのでうらやましい限り。

これを梱包し、1カ月くらい倉庫にしまって皆様の食卓に行くようになる。



次にドレッシングの製造ラインの見学になる。基本的にはマヨネーズと同じように原料の混合攪拌から始まり、それ以降もマヨネーズとほぼ同じである。しかし、この製品はガラス瓶に充填されており、さすがのキユーピーさんもガラス工場までは同じ敷地内に持てず、この瓶は他から運んでいる。容器は、空気の吹き付けにより洗浄していた。

見学コースの最後はTSファーム。サラダ菜やリーフレタスなどの軟弱な野菜を効率的に無農薬栽培する工場だ。噴霧水耕を使って栽培される野菜は、V字パネルに植えられている。人工照明や温度、炭酸ガスなどがコントロールされ、約30日で収穫できる効率的な野菜工場である。

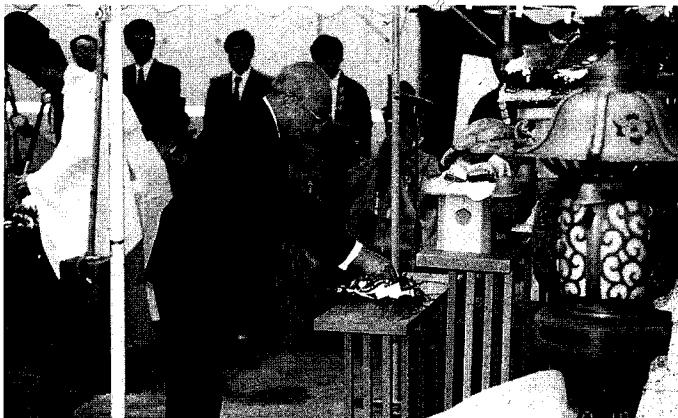
最後は研修室で質疑応答、質問は主に我々が工場で頭を悩ませているバリデーションや品質管理であったが、残念ながら、この工場の製造ラインは専用ラインが多く、洗浄バリデーションについてはあまり参考になるものはなかった。また、品質管理では『品質は工程で作られる』という言葉どおり、現場での意識改革、特に製品事故防止制度を設け、未然に品質事故を防いだ場合は表彰されるとのことであった。

午後3時30分に五霞工場を後に日光に向かい、ここで和やかに食事をしながら懇談会。翌朝、三三五五帰路についた。

(株式会社トクホン 学術情報室長)



家庭薬 グラフティー



■薬祖神祭

塩澤護理事長の玉串奉奠
(10月16日、東京薬事協会)

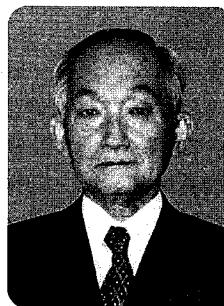
■薬業四団体受賞者祝賀会(11月27日、東京プリンスホテル)



勲三等旭日中綬章を受賞されたエーザイ(株)の内藤祐次会長



東京都知事賞を受賞された(株)浅田飴の堀内恵美子社長

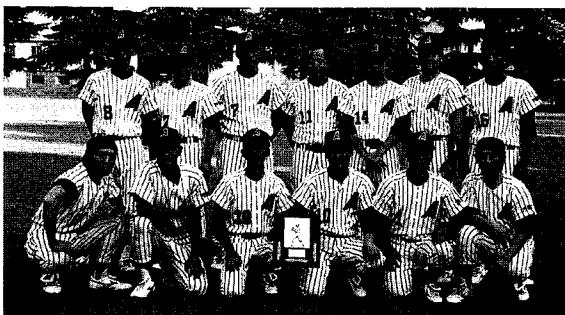


紫綬褒章を受賞された森下仁丹(株)の鮫島政義監査役

■受賞者祝賀会兼忘年会



(12月10日、組合会議室)



■第56回家庭薬軟式野球大会

株式会社大木チーム、
昨年の雪辱を果たし再び優勝に輝く

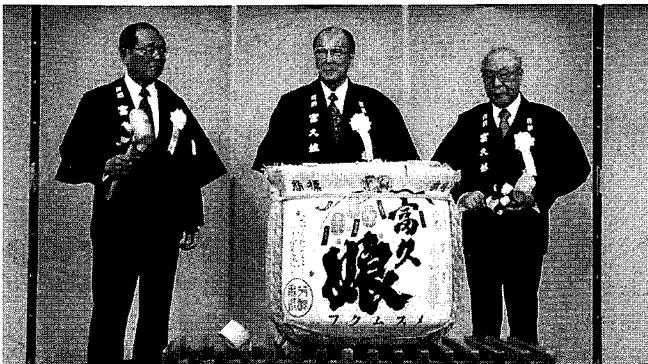
第56回家庭薬軟式野球大会は、明治神宮外苑軟式野球場にて10月18日開催のところ台風の影響により10月25日からのスタートとなりました。しかし、その後は天候にも恵まれ、また、最終日は養命酒製造(株)グラウンドを借用して11月15日に無事終了しました。

24チームの参加による今大会の優勝の栄冠は、(株)大木チームの頭上に輝きました。(株)大木チームは平成6年から8年の三連覇後、昨年は優勝を逃しましたが、本年度再び優勝とな

◆実力を発揮し優勝に輝いた(株)大木チーム
(写真上)

大健闘の末、惜しくも準優勝の(株)浅田飴チーム
(写真下)

■薬業四団体新年賀詞交歓会



鏡開きをされる塩澤理事長(1月6日、赤坂プリンスホテル)



ご挨拶をされる宮下創平厚生大臣

■平成11年全国家庭薬メーカー・卸合同新年互礼会



ご挨拶をされる山田安
邦全家協会会長



乾杯の音頭をとられる
小林一雅大家協会会長

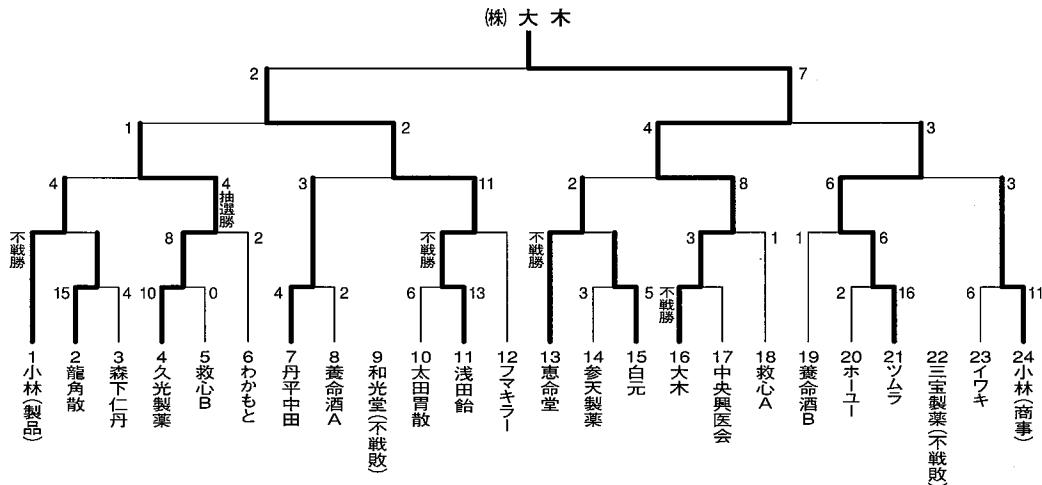


(1月8日、ホテルニューオータニ大阪)

りました。また、準優勝は(株)浅田飴チームでした。
出場選手の皆様には大変ご苦労様でした。

次回のご参加およびご健闘を祈念しております。
大会成績は次の通りです。

優 勝：株式会社大木
準優勝：株式会社浅田飴
三 位：株式会社ツムラ
久光製薬株式会社



事務局だより

●10月6日

第56回家庭薬軟式野球大会の参加24チームによる主会議を開催し、試合日程その他について打ち合わせを行った。

なお、当初10月18日より開催予定のところ、台風の影響により10月25日からの開催となつたが、その後は幸い天候にも恵まれ11月15日に無事終了した。

●10月13日

大阪ライオンズホテルで第44回家庭薬流通懇談会が開催された。当日は大阪家庭薬親和会から4氏が出席され、流通業界の最近の情勢などについて意見を拝聴した。

●11月26日

第9回GMP研修見学会が茨城県五霞町のキユーピー株五霞工場で、組合員多数参加のもとに開催された。同夜は日光のホテルで懇談会を開催し、会員相互の交流と親睦を深めた。

●11月27日

薬業四団体の平成10年度受賞者祝賀会が東京プリンスホテルで行われた。

当組合関係の受賞者は、勲三等旭日中綬章のエーザイ株会長内藤祐次殿、東京都知事賞の株浅田飴社長堀内恵美子殿、紫綬褒章の森下仁丹監査役鮫島政義殿と11月21日に死去された勲四等瑞宝章の救心製薬株事部長の藤田傳一殿である。

●12月10日

当組合会議室で理事会終了後、組合関係受賞者祝賀会兼忘年会を開催、組合員多数が出席した。

●1月6日

正午より薬業四団体による新年賀詞交歓会が赤坂プリンスホテルで盛大に行われた。

●1月8日

全国家庭薬メーカー・卸合同新年互礼会が大阪のホテルニューオータニで午後3時より行われた。

編集後記

●一般の方々の眼に、我が家庭薬が、どう映っているのかを探るべく座談会を企画いたしました。メンバーは晴れがましい新春を飾るにふさわしく、写真でご覧のとおりの方々。時の流れに合わせ、母の生活スタイルも激しく変化しています。ワーキングマザーの間では、パソコン通信が伝統的な「口コミ」を凌ぎつつあると聞きます。

●消費者対応委員会が主催した研修会の要旨を掲載いたしました。各社に共通の事項も多く、何らかのケースにお役立ていただければ

幸いです。限られた誌面のため、講演内容が大幅にカットされています。その点につきましては、何とぞご容赦ください。

●平成7年8月発行。「かていやく57号」の表紙絵『霊峰富士山』は、森田重太郎氏の作品です。その森田製薬の「回効散」が承継され、引き続き製造販売されること。これを決断された、森田社長と藤井社長に敬意を表したいと思います。

(養命酒製造株式会社・伊沢)

かていやく

通巻64号 1999年1月20日

編集人：東家協広報委員会

発行所：東京都家庭薬工業協同組合

〒104-0061東京都中央区銀座8-18-16

☎ 03-3543-1786 FAX 03-3546-2792

<http://linda.infomart.or.jp/daikakyo/tokakyo.html>

