

2003 年 12 月 22 日

国内営業拠点の再編について

参天製薬株式会社（本社：大阪市、社長；森田隆和）は、本年 4 月からの 3 カ年計画「2003-2005 中期経営計画」の重点課題である「収益力の回復」「組織力の強化」を達成するための施策の一環として、12 月までに“営業拠点のサテライトオフィス化”と“営業サポート業務のセンター化”を実施しました。これに伴い、全国各地の営業拠点の大半が新たなオフィスに移転しました。

1. 営業拠点のサテライトオフィス化

- 全国の医療機関に対し、より地域に密着したきめ細かなサービスの提供を行うため、営業拠点を 56 力所から 83 力所に増やしました。これにより医薬情報担当者（MR）の移動時間が削減され、MR の訪問効率が高まります。
- 一方、今下期から本格稼働した医薬情報活動支援システム「SAIN」（2003 年 9 月 18 日発表）の活用や“営業サポート業務のセンター化”により、各営業拠点の機能・仕様を標準化し、その結果、全体としてオフィススペースを削減します。

2. 営業サポート業務のセンター化

- 営業サポート業務の標準化と集中化により、従来拠点ごとにスタッフを配置していた営業サポート業務を 8 つのエリアオフィスに集約しました。
- さらに、医療関係者からの問い合わせを集中して受けるコールセンターを本社内に設置するとともに、販促物の受注・発送を担当する販促物供給センターの外部委託を行いました。

これら一連の改革は、医療用医薬品の情報活動を担当する MR に加え、医療機器・一般用医薬品の営業担当者も対象とした全社的なものです。これにより、医薬情報活動・営業活動に関わる費用の削減を図ると同時に、活動の一層の効率化と質的充実につなげてまいります。

参天製薬は眼科とリウマチに特化した独自性ある医薬品企業として、人々の目とからだの健康維持・増進に貢献しています。売上高の約 80% を占める医療用眼科薬では、あらゆる眼科疾患に対する優れた医薬品の創製と医療現場のニーズに即した情報提供に取り組み、国内 No.1 の地位を獲得しています。

以上