

インタビュー

提案型営業で医療機関・調剤薬局のスーパーアドバイザー 独自ソフトで薬剤のカラー写真入り薬袋発行システムを開発

松本 運造 東日本メディコム株式会社代表取締役社長



まつもと うんぞう
松本 運造 氏

- 1943年 行田市出身
- 61年 埼玉県立熊谷農業高校卒業
- 64年 トヨタカローラ埼玉株式会社入社
- 73年 同社退社
- 74年 創業
- 79年 埼玉メディコム株式会社設立
- 2000年 東日本メディコム株式会社に社名変更
- 10年 サポートセンターを上野に移転

同社は、21世紀を迎え患者と医療機関の関係に変化が現れ始めている中、患者や医療機関から寄せられる多くのニーズをいち早く形にし、医療とQOLの向上に繋がるソフトウェア商品の開発・販売・サポートなどを行っているスーパーアドバイザーである。

松本社長は、自動車販売会社でトップセールスを3年連続獲得後、レセプト作成コンピュータの地域販売代理店として独立。その後、アプリケーションソフトの開発にも挑戦し、カラー写真付き薬袋の素となる写真入り薬剤の名称、服用方法、注意事項等を印刷した服薬指導添付文書発行システムを開発、大ヒットとなる。より高い顧客満足度の追求と医療

業界のIT化の波に乗り事業を拡大する。電子カルテ導入などますます加速する業界のIT化への対応として、2010年には上野にサポートセンターを移転、Webを利用した各種情報提供サービス体制も強化する。

「最近のただ単なる価格破壊はサービスだと思っていない。良いものを提供し、きちんとお金をいただき、それを超えたサービスを提供する。それが顧客満足度アップにつながる」と、松本社長は営業の真髓を語る。

自動車販売で3年連続トップセールスの経歴 出たばかりのレセプトコンピュータに着眼

——レセプトコンピュータ販売を始めたきっかけからお聞かせください。

事業を始める前はトヨタで自動車のセールスマンをしていました。3年連続トップセールスという実績を持ってマネージャーになりました。しかし、もともと車のセールスは修行のつもりでいずれは自分で商売をしたいと考えていたので、独立を決意しました。

トヨタで販売の神様といわれる神谷正太郎さんからいろいろ学んでいる中で、「医者と弁護士を相手に商売ができれば営業マンとして一人前だ」と聞いたことが頭に残っていました。そんなとき、レセプトコンピュータの販売店募集の話を知りました。それがどんなものかよくわからないままに説明会へ行き、三洋電機がお医者さんと共同で開発したという医療請求事務用コンピュータを見て「これは、おもしろそうだ」と思いました。それまでカルテを見ながらレセプト用紙に手書きしていた保険請求作業をコンピュータで処理する画期的な機械でした。当時は若くて自信過

剩だったんで、「なんとか売れるだろう」と
思い、三洋電機のレセプトコンピュータ「メ
ディコム」の地域販売代理店を始めました。

——販売活動はどのように行ったのですか。

始めて1週間で、まず一台売れました。訪
問した病院の事務員さんがちょうどやめると
きにタイミングがよかったのです。二台めの
販売先は機械に詳しいお医者様で、新品を持
ってデモンストレーションに行ったら「置いて
いけ」ということで、これも簡単に売れま
した。しかし、それからが大変でした。国道
17号沿線の市や町の入院ベッドがあるような
規模の病院をまわりましたが、なかなか売れ
ませんでした。

レセプトコンピュータは開発されたばかり
でどんなものか認知されていませんから、「何
の機械だ」と聞かれると説明のしようもなく、
「先生が楽になる機械です」と。機械好きな
先生はおもしろがって買ってくれましたが、
今度は操作が難しく「これを買ったら前よ
りも手間がかかって、けんしょう炎になっ
た」と言われる始末でした。アフターサー
ビスも徹底的に尽くしましたが、記憶に残っ
ているのは、夜中の1時に「プリンターが止
まった」と、川口の先生から電話がかかっ
てきたことです。工場の幹部の自宅に電話
をかけて工場からプリンターを持ってきて
先生のところにいきました。昔は、そういう
熱心さがありました。その部分があるから今
があるのです。5年ぐらい経ち、月に5台
売れるようになって、「これはいける」と手
ごたえが感じられるようになりました。

システム開発部の開設で独自ソフトを開発 写真入り薬剤情報発行ソフトが大ヒット

——営業部のほかにシステム開発部がありま



保険薬局用コンピュータ「Pharnes II」はレセプト請求負
担を軽減するだけでなく、薬歴と調剤録の電子保存機能や
薬局の健全経営をサポートする帳票類を出力する機能など
も搭載されているレセコン

すね。

レセプトコンピュータの普及で、消耗品と
して扱っていたレセプト用紙の売上が減っ
てきました。そこで新たな事業部の立ち上げが
必要になり、ハードのメンテナンスかソフト
開発か進む道は2つでした。

ハードメンテナンスに進むと、機械とサー
ビスをいっしょに売ることになります。する
と値引きの問題などいろいろな意味で悪いト
ラブルが起きやすくなります。また、IT技
術の進化に伴って中型のオフコンが小型の
パソコンにダウンサイジングするとサービス料
の低下ということも考えられました。ソフト
開発は、レセプトコンピュータの普及に伴っ
てお客様から、レセプト以外にも薬剤の集計
や在庫管理、あるいは給料計算などの要望が
出てきていました。それに応えるために、1982
年にシステム開発部を開設し、アプリケー
ションソフトの開発に取り組みました。

調剤薬局で処方される薬袋に、カラー写真
入りの薬剤名、服用方法などが印刷されて
いるのをご存知ですね。最初は袋でなくて、
袋の中に服薬指導添付文書として入れてあ
りました。そのソフトを最初に開発したのが
我社です。薬の写真と名称、服用方法が印刷され



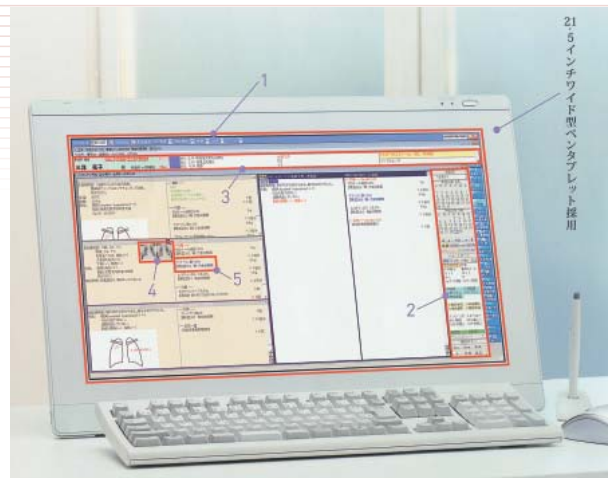
同社発展をブレイクさせた薬袋発行システム「Drugstar Mate」によって作成された薬袋の例

ているので、誤飲を防げると大好評でした。——薬のカラー写真入りの薬剤情報、すばらしいアイデアですが、いつごろ開発されたのですか。

ウィンドウズ90のころでしたか、ウィンドウズ95が発売される時にそれに対応するものを徹夜続きで完成させ、販売しました。医薬分業で調剤薬局が急増した時期とも重なり、爆発的な売れ行きでした。現在、当社で開発した写真付き薬袋発行システム「ドラッグスターメイト」と電子薬歴管理システム「ドラッグスターセレブ」のソフトが三洋電機メディコムを通じて、全国の医療機関や調剤薬局に提供されています。

——しかし、ソフト開発の人材はどうしたのですか。

運もよかったんです。当時、プログラミン



診療所用医事一体型電子カルテシステム「Medicom-HR II」は、「受付→診療→会計→レセプト」などのクリニック運営に必要な機能をワンパッケージにしたシステム

たんです。その後、IT化が急速に進んで市場ニーズのレベルは益々高くなっています。システム開発部には医療業界や薬業界の情報に精通したさまざまな経歴を持つスペシャリスト26人が在籍し、提携している複数の大学の医学部や薬学部のニーズを聞き、新しいソフトの開発に取り組んでいます。

——医学部ということは、医療関係のソフトも開発しているのですか。

もちろんです。電子カルテもやっています。厚労省では、医療業界のIT化によって医療費抑制は図られるという議論が出ています。病院と診療所との病診連携や医療機関と薬局との医薬連携などに情報の共有という部分で、電子カルテは有効です。

また、情報開示という点でも電子カルテは使われます。患者さんには知る権利がありますから、情報開示を求められれば医療関係者には伝える義務があります。そのほか、在宅医療あるいは遠隔医療という部分でも電子カルテの利用は広がっていくでしょう。そういった医療のIT化に当社がどのように参画していくかがこれからの課題です。そのために、2003年にシステムサポート部を新設し、「お

お客様の日々の業務が円滑に行える」をテーマに新規導入に伴うオペレーション研修から、システムの性能をフルに活用し、今まで以上に効率よく業務運営ができるようカスタマイズなどを行っています。2010年にサポートセンターを五反田から上野に移転し、お客様である1,400~1,500件の病院、診療所、薬局とウェブ接続し、一層の情報の提供力も強化しました。

メディコム販売シェア日本一を目指してソーラーエネルギー事業部を新設

—今後、新たな事業展開をお考えですか。

本社は県北にありますが、埼玉県の医療機関、保険調剤薬局のシェアは50%です。しかし、それで満足はしていません。望みはシェアを拡大して、メディコムグループの中で現在の2番目からトップになることです。三洋電機メディコムは1972年に日本初のレセプトコンピュータを開発し、医療用コンピュータのリーディングブランドなのです。だからメディコムで一番ということは、業界で日本一ということになるのです。

—会社案内に、2004年にソーラーエネルギー事業部を開設とありますね。

医療業界の発展に寄与することはもちろんのこと、お子さんやお孫さんに「未来にきれいな地球を残したい」とも願い、新設した事業部です。今、地球温暖化という環境問題に直面しています。その中で二酸化炭素の削減を真剣に考えていこうと、家庭用や公共・産業用太陽光発電システムの販売及び施工、オール電化機器の販売を始めました。豊富な知識と経験を持ったスタッフが自然エネルギーを取り入れた生活の実現のお手伝いをしています。

環境事業商品

日々進行していく地球の温暖化。残り少ない化石燃料。このような深刻な問題に直面している現在の地球環境において、「お子さんやお孫さんの未来と暮らしを変えるクリーンエネルギー」として最も期待されているのが「太陽光発電システム」です。無尽蔵でクリーンな太陽エネルギーを利用し、二酸化炭素などの温室効果ガスを排出することなく電気を創ることで、環境に大きく貢献することができます。また、安全で便利な「IHクッキングヒーター」と、空気のお湯を沸かす「エコキュート」を採用した火を使わない生活の「オール電化」は、家族の健康と安心、そして環境にも配慮した新しい生活スタイルを実現します。



【弊社本社社屋で活躍している太陽光発電システム】
太陽電池枚数 108枚 (南面54枚、東面54枚)
システム機種 20.0kW (180W×108枚)
CO2削減量 約38,000t (12,500坪)の森林のCO2吸収量に相当



住宅・診療所・薬局用・公共・産業用太陽光発電システム



IHクッキングヒーター



エコキュート

将来の地球環境保全を願って上げた環境事業部の商品群

お客様に感謝、価格以上のサービスを提供目線を上げて足跡を残すような仕事を

—地域の医療機関や調剤薬局から高い信頼を受けて事業が拡大してきたわけですが、営業力を養成する秘訣はどこにありますか。

月1回の販売会議で、いろいろな角度からアドバイスをを行い、基本的な部分と精神論を話します。例えばユーザー心理ということでは、診療科目によって先生方の性格は違ってきます。外科の先生はメスを持ちますから、気持ちの強い先生が多く、内科や小児科の先生は一般的に優しい方が多いようです。そうした先生の性格も考えて、売らなければ売れませんよね。

私どもは適正な利益は上げさせていただく。その代わりに、それ以上のより高いサービスを提供しています。

基本は「お客様に感謝」です。お客様にものを買っていただくことで、何らかの利益をいただき食べさせていただいている。だから丁寧に感謝しなさい、ちゃんと尽くしなさいと。高いサービスを提供すれば、そこに「お前は良くやってくれる」と信頼感が生まれます。

最近のデフレにおける値段だけを落として

いく価格破壊のような過剰サービスは決してサービスだとは思っていません。それには必ず限界が来ます。そうではなく、お客様の要望を形にし、ニーズに適したシステムなどを提供して十分に満足していただく。そこで顧客満足度がアップすると思います。価格に応じたサービスというより、それを越えたサービスですね。単に言われたサービスだけをするのではなく、提案型営業で情報提供や提案をするということです。そこから、当社のキャッチフレーズは「病医院・薬局への頼れるパワーアドバイザーを目指します」となっています。

——それが営業の真髄ですね。経営理念と社員に期待するのはどんなことですか。

理念というより信念ですが、「お客様に感謝し信頼される」ということです。「挑戦すること、チャレンジャー」がモットーです。人間であることの証明が一生働き続けることであるとすれば、常に目線を上げて何か足跡を残すよう仕事をするのが大事ではないでしょうか。社員に期待するのはそういうことです。

そうした中で、メディコムが主催する優秀セールス年間表彰で、当社の社員が3年連続でMVPを獲得したほか、医科、調剤、電子カルテ、電子薬歴の各部門の1位も受賞しています。優秀代理店の表彰も1年も空けることなく受けています。

「ネバー ギブアップ、ビッグ トゥモロー」 趣味のゴルフでは、お客様にも負けない

——最後の質問ですが、座右の銘と趣味は。

座右の銘は特にないですが、好きな言葉は「ネバー ギブアップ、ビッグ トゥモロー」。あきらめなければ明るい明日があるよ、それ

が私の考え方です。創業してからレセプトコンピュータの売れない日が続いたとき、トヨタでトップセールスだった自負とこの言葉で頑張りました。

趣味はゴルフでした。練習を含めれば毎日やっていましたね。お客様とプレーしても絶対に負けないように頑張りました。わざと負けたりするとお客様からゴルフの話はしなくなります。お客様には向上心のある人が多いですから、次に話題をつないでいくためにも簡単に負けてはだめなんです。そのかわり、コンピュータに関することでは徹底的にサービスをしました。最近、ゴルフのスコア維持が難しく、だんだん回数も減ってきて、「趣味はゴルフです」ではなく、「ゴルフでした」となっています。

——トップセールスを極めた営業マンとして、販売力は顧客満足度の追求にあると語る松本社長の言葉には説得力がありました。今、主流となっているカラー写真入り薬袋のルーツが東日本メディコムさんだとわかり感動しました。

本日はありがとうございました。

東日本メディコム株式会社概要

創 業	1974年
設 立	1979年
資 本 金	3300万円
売 上 高	50億円（平成21年11月期）
従 業 員 数	150名
本 社	〒361-0005 行田市斉条128
電 話	048-557-3333(代)
ホームページ	http://www.e-medicom.co.jp
取 引 店	行田支店