

MRの先輩に聞く

大塚製薬工場 畠田祐也さん

「大学院では同級生が120人いましたが、MRを選んだのは、私を含め2人だけ」と語るのは、大塚製薬工場北関東支店千葉営業所の畠田祐也さん。富山医科薬科大学大学院を卒業後、同社に入社した。薬大院卒の場合、研究者や病院・薬局勤務を選ぶのが一般的で、MRを志望するのは珍しい。畠田

さんがMR職を志したのは、「研究者や薬剤師のように室内で仕事をするよりも、外に出ているいろいろなドクターに情報提供できるMRの方が、自分に合っているような気がした」という思いからだ。現在、入社3年目のMRとして、専門性を武器に着実な成長を遂げている。

知識と営業スキルに磨き

「大学院では遺伝子研究をやっていましたが、自分にとって研究は気が遠くなる作業で、成果を実感しにくいものでした。そこで、数字がはっきり表れるMR職に挑戦しようと考えたのです」

自他共に認めるおとなしい性格で、話すことが苦手。また、MRの仕事はきついというイメージが周囲にあり、いろいろな人からMR職への就職を反対された。しかし、畠田さんは今まで学んできた薬学知識を生かせると信じて、この世界に飛び込んだ。

大塚製薬工場では、輸液製剤を中心にMR活動を展開している。輸液製剤は、一般的な医薬品の薬理効果とは違い、栄養状態の悪い患者や、体力がなく治療が難しい患者の栄養管理を目的に使われる。畠田さんは、1日に4～5カ所の基幹病院を訪問し、15人程度の医師と面会。院内の栄養管理に関する情報を伝えている。

輸液製剤の情報提供を行う難しさは、患者の病態によって使用法が変わってくるため、一般的な医薬品に比べて複雑な知識を必要とすることにある。また、院内全ての切り換えとなるため、契約にこぎつけるまで時間がかかるなど、苦勞も多い。しかし、畠田さんは、これまで3年間のMR活動を振り返り、「自分を成長させる上で有益な時間でした」と胸を張る。

「他のメーカーでは、経験の浅いMRが基幹病院を担当することなど、ほとんどないでしょう。一方、当社では、1年目で大学病院

を担当するMRもいます。その点では恵まれていると思います」

実際、臨床栄養の専門的な知識を必要としている医師も多い。畠田さんが訪問しても、医師に嫌がられることなく、話を聞いてもらえるようだ。それが「気後れせずに医師に説明できる」との自信につながっている。昨年は、医師向けの勉強会で、1年間に70回もプレゼンテーションを行い、経験を積んできた。

畠田さんがMR職にやりがいを感じたのは、入社1年目に担当した病院で、病院薬剤師から重篤な褥瘡患者の栄養管理について相談された時だ。患者は、アミノ酸と糖質の輸液を使用していたが、栄養状態が良くない状況だった。そこで畠田さんは、脂肪輸液を追加することを提案。すると、患者の栄養状態が日を追うごとに良くなっていった。脂肪輸液の使用は、患者にとってリスクを伴う提案だったが、これまでの専門知識の蓄積が役に立った。

明るい笑顔があれば大丈夫

入社3年目で成長を実感している畠田さんは、自らの経験から「世間一般でみると、MRは大変な仕事というイメージが強いですが、他の業種の営業職より待遇面はしっかり

目標は“輸液製剤”の専門家



その後、病院薬剤師から、患者の回復具合を写真で見せられ、「本当にありがとうございました」と感謝されたとき、畠田さんはMR職を通じて患者の力になれることを肌で感じた。今では「やせ細ったおばあちゃんを見ると、自分が何とかしてあげたい」と考えるようになり、仕事のモチベーションにもつながっている。

こうした経験が得られるのも、日々の勉強の成果だ。畠田さんは、月に1回支店内で行われる勉強会で、薬学知識の吸収に努めている。

社内には、自主的な勉強を行えるように、パワーポイントで作られた資料が多く用意されており、「何かを学ぼうと思えば、いくらでも学べる環境」があるという。しかし、畠田さんは「ただ覚えるだけではなく、プレゼンテーションを意識した学習が必要です」と言う。学んだ知識を相手に分かりやすく伝えることで、製品知識にとどまらない営業スキルに磨きをかけている。暇を見つけては、会社の先輩に自分のプレゼンテーションを見てもらい、その都度、修正するようにしている。

今後は、輸液製剤の専門家を目指すのが目標だ。「社内には、医師から先生と呼ばれるほどのスキルを持ったMRがいます。その人に少しでも近づきたい」と畠田さん。医師が輸液に関して分からないことがあった時、指名されるMRを理想としている。

しています。特に薬学出身の人ならば、大学で学んだことを仕事で生かせます。MR職のイメージにとらわれずに、興味があれば、一度やってみてはいかがでしょうか。明るい笑顔があれば大丈夫ですよ」と学生にアドバイスを送っている。

皮膚を科学するブティックカンパニーへ

maruho マルホ株式会社

「皮膚を科学するブティックカンパニー」
ブティックとは品質の高い製品を扱う専門店のこと。
マルホは今後も皮膚と薬のよい関係を追求し、
人々のたゆまない健康に貢献していきます。



会社概要

設立 昭和24年10月
資本金 3億8,253万円
代表者 代表取締役社長 高木 幸一
売上高 476億(平成20年度)
従業員数 958名
事業内容 医薬品等の研究開発・製造・販売
提携先 ドイツ1社、中外製薬、アスピオファーマ、資生堂ほか
事業所 本社/大阪
研究所/京都
工場/彦根
支店/札幌・仙台・さいたま・東京・横浜・名古屋・京都・大阪・広島・福岡・ロンドン
営業所/全国52営業所

募集要項

募集職種 MR(医薬情報担当者)、研究職、臨床開発職、生産技術職
初任給 (平成20年4月入社者)
大卒、MR 230,300円(別途MR手当31,000円)
諸手当 通勤交通費全額、営業外勤手当(初年度日額2,800円別途支給)、その他
昇給 年1回(4月)
賞与 年2回(6月、12月)
休日・休暇 土・日・祝、夏季・年末年始・GW連休
リフレッシュ休暇・MR特別休暇4日(平成19年年間休日実績122日)
福利厚生 制度/財形貯蓄・企業年金・社員持株・国内外留学・借上社宅・公的資格取得奨励・自己申告
施設/淡路島海の家・仁川倶楽部・リゾートクラブ法人会員

就職についてのお問い合わせ

URL <http://www.maruho.co.jp>

本社人事部 〒531-0071 大阪市北区中津1丁目5-22 TEL ☎0120-189004