

全国1万6700人の医師に調査
MRからの情報提供、メールでの受信は半数以下
医師はMRの「人間性」と「アポイント力」を重視

株式会社アンテリオ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:仁司与志矢)は、全国の医師1万6717人を対象に、「MR(※)からの定期的なメールによる情報提供の実態」について調査しました。多くの製薬企業ではMRの生産性向上のために、タブレット端末を用いた説明やeプロモーションといったITを活用したツールを導入していますが、ここ1、2年はメールによる情報提供も増えています。

今回の医師に対する調査で、医師がメールで情報提供を受けている製薬企業の数や、MRを評価する上で重視しているポイントなどが明らかになりました。

【調査結果のポイント】

- ・積極的にメールを活用している製薬企業ほど、MRの総合評価が高い
- ・メールで情報提供を受けている医師は半数以下で、1人あたり平均1.5社と少ない
- ・「訪問およびメール」で情報提供を受けている医師が重視するのは、MRの「人間性」と「アポイント力」

※MR: 製薬企業の医薬情報担当者。自社の医薬品の適正使用のために医師らを訪問し、医薬品に関する情報の提供、収集、伝達などを行う

1. MRの総合評価の高い企業ほど積極的にメールを活用

MR総合評価 ランキング		MRから定期的にメールで情報提供 している製薬企業ランキング	
1位	第一三共	1位	第一三共
2位	武田薬品工業	2位	ファイザー
3位	大塚製薬	3位	田辺三菱製薬
4位	MSD	4位	アステラス製薬
5位	アステラス製薬	5位	MSD
6位	ファイザー	6位	武田薬品工業
7位	田辺三菱製薬	7位	大塚製薬
8位	ツムラ	8位	アストラゼネカ
9位	小野薬品工業	9位	イーライリリー
10位	中外製薬	10位	グラクソ・スミスクライン

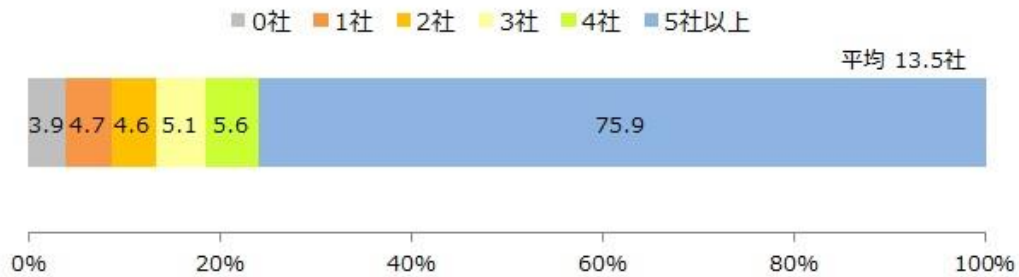
 両方にランクインしている製薬企業

MR評価 (Rep-i) 2018年8月調査より

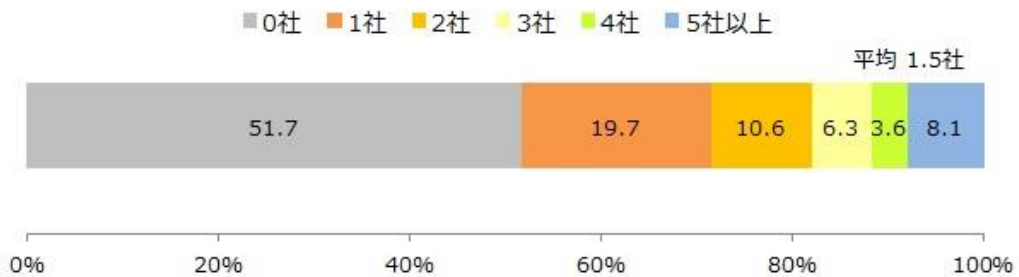
医師がどの製薬企業からメールで定期的に情報提供を受けているのかを確認したところ、最も認知度が高かったのは第一三共でした。上位7位までの製薬企業は、MR評価における総合ランキングにおいても上位7社にランクインしており、メールが医師との重要なコミュニケーションツールの一つとして活用されていることが推察されます。

2. 半数以上の医師が、過去1年間に MR からメールによる情報提供を受けていない

医師1人あたりの「訪問のある製薬企業数」



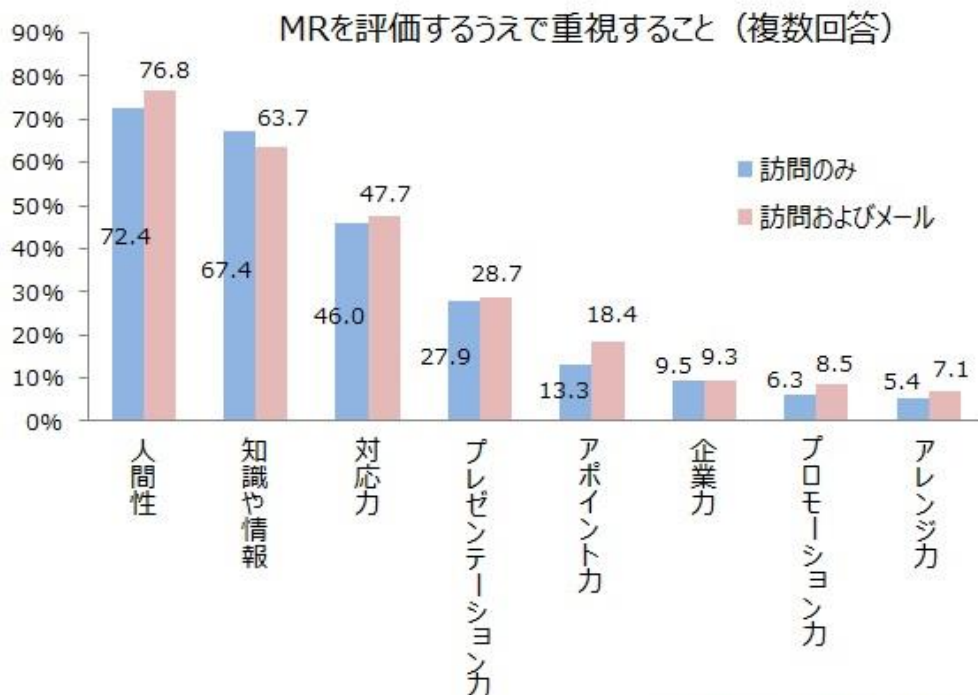
医師1人あたりの「メール受信のある製薬企業数」



MR評価 (Rep-i) 2018年8月調査より

MRの訪問がある製薬企業の数については、75.9%の医師が5社以上と回答、平均13.5社でした。一方で、メールでも情報提供を受けている医師は半数以下で、平均でも1.5社にとどまっており、予想以上にメールを活用している製薬会社が少ないことがわかりました。

3. 「訪問とメール」で情報提供を受けている医師が重視する、MRの「人間性」と「アポイント力」



MR評価 (Rep-i) 2018年8月調査より

医師が MR を評価する際に重視している項目について、メールによる情報提供の有無別に確認しました。その結果、「訪問およびメール」で情報提供を受けている医師が最も多く挙げたのは「人間性」で、「訪問のみ」よりも 4.4 ポイント上回っていました。特にメールは、顔の見えないテキストコミュニケーションであることを十分に意識した上で活用することが重要であると思われます。

また、「訪問のみ」と「訪問およびメール」で情報提供を受けている医師でギャップが最も大きかったのは「アポイント力」でした。単にメールで情報提供するだけでなく、それをきっかけとして面談につなげ、さらに症例ベースのディスカッションを行うなどといった双方向のコミュニケーションが求められているとも言えます。

[考察] 製薬企業・医師双方の課題解決のために、最適なアプローチを

今、製薬業界は再編の時期を迎えている。厳しい訪問規制や薬価改定を端緒とした MR の生産性向上への対策に加え、働き方改革の推進も求められている。

もちろん医師側の働き方改革も見過ごすことはできない。専門医制度の見直しや高齢化に伴う需要の変化などへの対応が求められており、中でも労働環境の整備や負担の軽減が喫緊の課題である。

メールによるアプローチは、製薬企業・医師双方の課題解決のために非常に有用である。しかしながら、今後メールを使用する製薬企業が増えれば、旧来型の SOV モデルの営業活動のようになりかねない一面もあり、本来の目的から逸脱してしまう恐れがある。

そのようなことを避けるために、製薬企業は医師にとって最適な手段を選んでスマートに情報提供することが重要であると考えられる。

分析担当：ファーマ・ソリューション事業部 室伏 俊昭

◆調査概要

調査方法	Web アンケート調査「MR 評価 (Rep-i)」 ※ メールによる情報提供については、Rep-i 本調査に追加で実施
調査地域	全国
調査対象	医師 (27 診療科)
有効回答数	16,717 サンプル 病院勤務医 (20 床以上) 12,892 サンプル 開業医 (19 床以下) 3,825 サンプル
調査実施期間	2018 年 8 月 ※年 2 回実施 (2 月、8 月) ※2011 年より継続調査
調査主体	株式会社アンテリオ ファーマ・ソリューション事業部
調査内容	MR の総合評価、項目別評価、要改善項目等を確認

【株式会社アンテリオ】 <http://www.anterio.co.jp/>

株式会社アンテリオ(本社:東京都千代田区神田駿河台四丁目6番地 御茶ノ水ソラシティ 13階、
設立年月:1994年12月、代表取締役社長:仁司与志矢)は、調査、企画、分析における高度なスキル
と豊富な経験・知識をコア・コンピタンスとし、ヘルスケア領域のマーケティングリサーチに精通し
たトップカンパニー。インテージグループの一員として健康食品から一般用・医療用医薬品、医療機
器までの幅広いヘルスケア領域のあらゆる課題に対して最適な意思決定をサポートしています。

【報道関係のお問い合わせ先】

■株式会社アンテリオ

経営企画部 林(はやし)

TEL:03-5294-8393(代) E-mail:pr-ant@anterio.co.jp

【本調査に関するお問い合せ先】

■株式会社アンテリオ

ファーマ・ソリューション事業部

担当:室伏(むろふし)

TEL:03-5294-8393(代) E-mail:ant-syndicated@anterio.co.jp