

Rep-i : MSL/MAに関して



MSL/MAに関して（2018年2月&21年2月比較）

REP-i

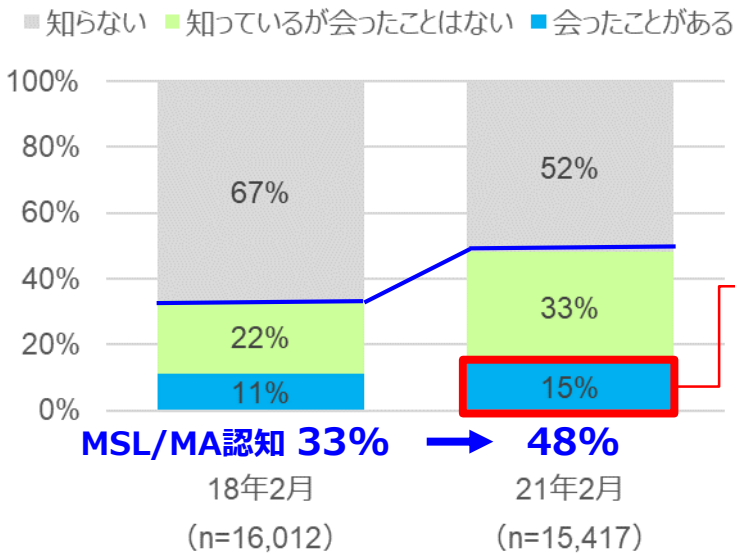
高度に学術的な内容や未承認適応に関する情報提供が可能な専門スタッフ（MSL/MA）を置く製薬メーカーがあることをご存知ですか。

※MSL（メディカル・サイエンス・リエゾン）/ MA（メディカルアフェアーズ）はMRとは明確に異なります。

全ベース（TOTAL）
* 拡大推計実施



最近1年間にMSL/MAの訪問があった
製薬メーカー【2021年2月】



1位	リリー	18年2月	(3位)
2位	ファイザー		(1位)
3位	武田薬品		(2位)
4位	グラクソ・スミスクライン		(7位)
5位	中外製薬		(4位)
6位	ノバルティスファーマ		(6位)
7位	大塚製薬		(9位)
8位	アストラゼネカ		(5位)
9位	イーザイ		(15位)
10位	第一三共		(12位)

MSL/MAの認知は21年2月で48%、知らない医師が過半数

- ・上記定義における21年2月時点のMSL/MA認知医は48%で18年2月から15ポイント増。参考「大学病院」に絞り込んだMSL/MA認知は52%。
- ・MSL/MAに「会ったことがある」と回答した医師で、訪問認知製薬メーカー1位は「リリー」であった。 ※今回定義は前回と同様に最近1年間の訪問を聴取

本調査結果・Rep-iに関するお問い合わせ ant-syndicated@intage.com

*記事本文・データ転載をご希望の際は、上記メールアドレスにご連絡ください

Rep-i : MR評価時の重視項目



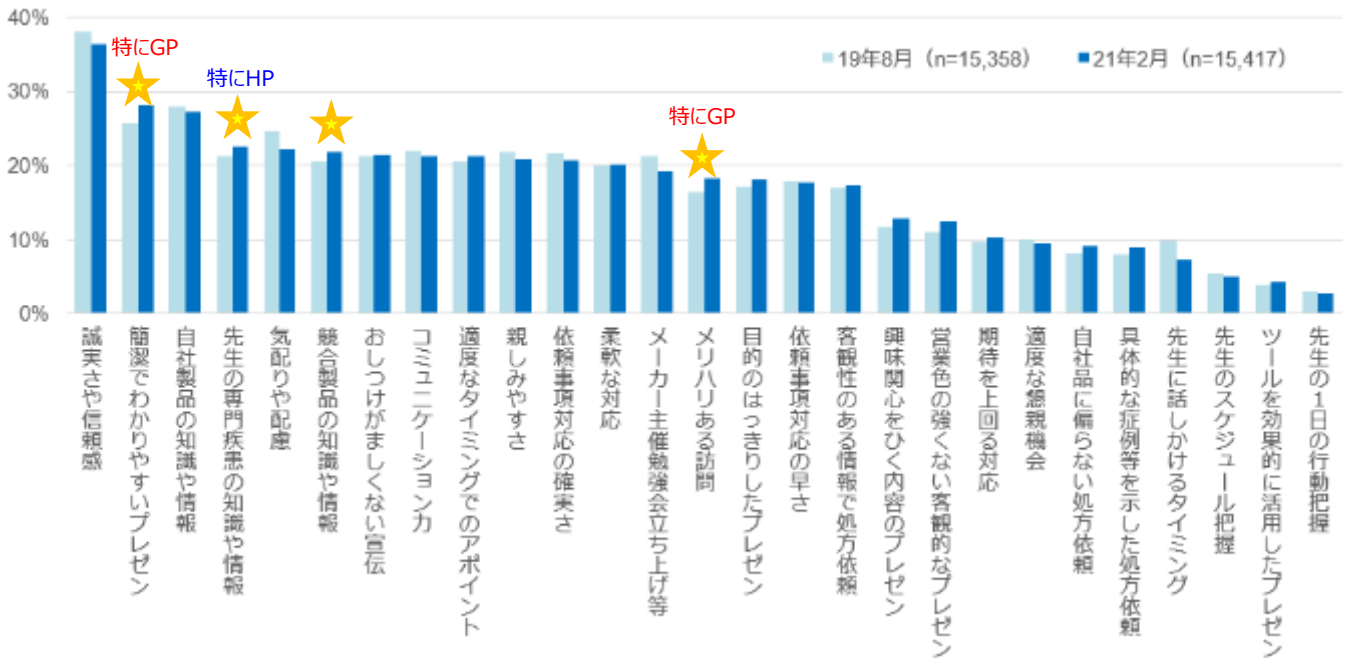
MR評価時の重視項目（2019年8月&21年2月比較）

Rep-i

次の項目のうち、先生がMRを評価する上で重視している項目を5つまでお知らせください。
 ※ 回答時は【大項目】をグループ化し選択肢をランダム表示にて実施

全ベース (TOTAL) * 拡大推計実施

27中項目のうち21年2月ソート降順で表示



中項目で**最も重視された項目は「誠実さや信頼感」**であるが、前回19年8月から微減。

*大項目「人間性」に含まれる他の中項目も微減

21年2月コロナ禍においては、以前よりも**「メリハリある訪問/活動で、疾患薬剤の知識・情報について簡潔に分かりやすく伝えてほしい」**という様子が伺える。

大項目	中項目	評価項目
信頼や情報	自社製品	信頼感の強くない情報提供
	競合製品	信頼感の強くない情報提供
人間性	親しみやすさ	おしつけがましくない宣伝
	コミュニケーション力	おしつけがましくない宣伝
アポイント	先生のスケジュール把握	先生のスケジュール把握
	先生の1日の行動把握	先生の1日の行動把握
ツール	ツールを効果的に活用したプレゼン	ツールを効果的に活用したプレゼン
	先生の1日の行動把握	先生の1日の行動把握

本調査結果・Rep-iに関するお問い合わせ ant-syndicated@intage.com

*記事本文・データ転載をご希望の際は、上記メールアドレスにご連絡ください