

Veeva Pulse Field Trends Report

2023年8月

上市前の情報提供活動で治療採用が 1.5 倍に増加

KOL の 7 割が 1 社のバイオ製薬企業のみとしか関わりを持っておらず、
従来の計画のままではほとんどの医師/医療従事者との関わりを失う

メディカル・サイエンス・リエゾン（MSL）が上市段階の臨床活動へ及ぼす影響について、バイオ医薬品業界にとって初めての明確なデータが得られました。片頭痛薬に関する新しい分析によると、**上市前に MSL が疾患に関する知識を KOL に提供することで**、上市後の 6 か月で、その医療機関（HCO）全体での**採用が 1.5 倍に増加した**とのことです。

このような医学的エンゲージメントが治療採用につながる事が明らかであるにもかかわらず、MSL の KOL への情報提供が十分でないということも新しいデータで示されています。Veeva Pulse のデータでは、**KOL の 7 割が 1 社のバイオ製薬企業のみとしか関わりを持っておらず**、これによって MSL と医師との医学的な関わり、医学的見識、治療薬の採用がかなり制限されていることが明らかになっています。

バイオ医薬品業界には、KOL を特定し、優先順位をつけ、KOL のエンゲージメントを高めるための、データドリブンの標準的なアプローチが不足しています。

しかし、Lundbeck など一部の企業は、リアルタイムのカスタマーインテリジェンス（顧客理解のためのデータと活用）と CRM データ（顧客管理データ）を合わせて駆使し、新しいエンゲージメントモデルを創出しています。

Lundbeck のメディカル・アフェアーズ・エクセレンス担当ディレクターである Christine Castro 氏は「正しいデータは私たちのエンゲージメント戦略の土台です。新しい治療薬の上市に向けた準備の中で、このデータドリブンアプローチは正しい KOL と関係を築き、今後医学的に最大限の効果を生み出すところにリソースを集中させることに役立ちました」と述べています。

貴社のメディカルチームが最大限の影響力を生み出せるよう、**Veeva Business Consulting** の詳細分析をお役立てください。



Dan Rizzo

Veeva Business Consulting グローバル・ヘッド



MSL が上市成功へ大きな影響をもたらす

メディカル・サイエンス・リエゾン（MSL）が上市前に KOL と対面やリモート面談を実施した場合、MSL が KOL に関与していない医療機関の場合と比較して、上市後 6 か月で治療採用率が 1.5 倍となったことが明らかになりました。² MSL からのこのような早期の情報提供は、上市から 18~24 か月後の新規治療開始率が 1.3 倍となるなど、持続的な影響を及ぼします。これらの結果は、バイオ医薬品業界において長らく把握されてはいたものの、正確に測定できていなかった事実を示すものとなりました。



出典：Veeva Link・Veeva OpenData・Veeva Compass・Veeva Pulse を用いた片頭痛薬の分析（米国）、2019年3月～2023年6月

このような影響にもかかわらず、Veeva Pulse のデータによると、過去 12 か月間の MSL の人員に対する投資は横ばいで推移しています。一方で非常に多くの医師/医療従事者から、MSL による関与の拡大を求める声が上がっています。**医師/医療従事者の 91% が MSL から訪問を受けることの影響は非常に大きいものの、バイオ製薬企業は MSL を十分に活かし切れていないと述べています。**

ニーズはあるが、KOL の 7 割はバイオ製薬企業 1 社のみとの関わり

MSL は KOL への関与に多くの時間を費やします。しかし、個々の関与の度合いは非常に深いものとしても、横の広がりはありません。新しい Veeva Pulse および Veeva Link のデータにより、KOL の約 7 割が 1 社のバイオ製薬企業の MSL としか関わっていないことが判明しました。³



出典：米国 Veeva Pulse および Veeva Link Key People データ、2022年4月～2023年4月

² Veeva Link・Veeva OpenData・Veeva Compass・Veeva Pulse を用いた片頭痛薬の分析（米国）、2019年3月～2023年6月

³ 米国 Veeva Pulse および Veeva Link Key People データ、2022年4月～2023年4月

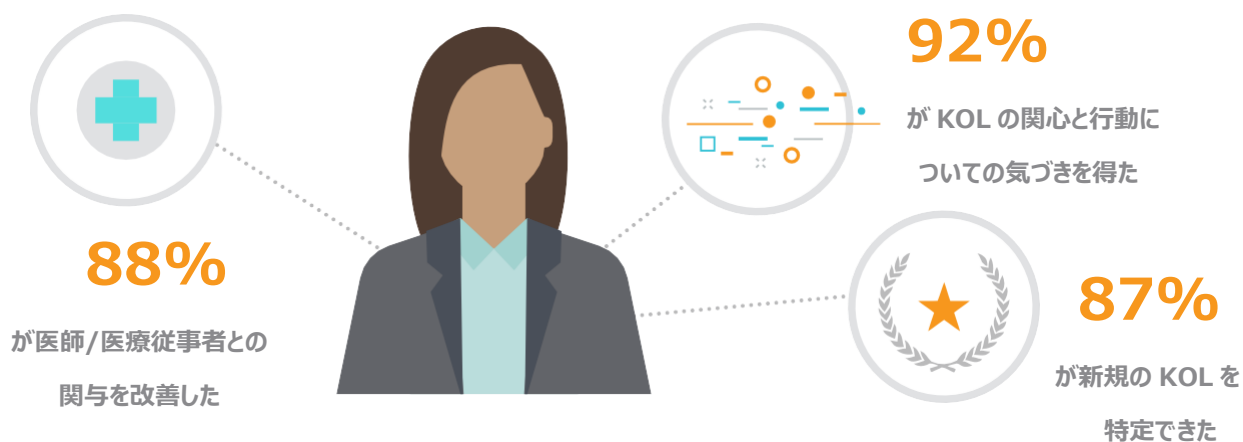
さらに、Veeva Link Key People で特定されたグローバルエキスパート（医師/医療従事者）の3割がMSLと関わりを持った記録がありません。⁴ メディカルアフェアーズのチームがKOL 特定する際にKOL を見逃しているのか、それとも関わりの記録を付けなかったかは、結果としては同じことで、影響を測ったり、組織全体としてさまざまな気づきにつなげたりすることができません。

企画段階でMSL がKOL を選ぶ方法により、以下の問題が起こっています：

- 選出方法が偏りすぎており、特に従来から関わりのあるエキスパート（医師/医療従事者）を選ぶ傾向にある
- 優先付けの方法が必ずしもKOL の真の影響力を反映したものではない
- フィードバックループが狭いため、医学的な気づきやより幅広い医師/医療従事者との関わりが制限される

業界データを利用して影響力の大きいKOL を特定し、優先する

リアルタイムの接続データにより、適切なKOL へのアクセスを広げ、また、素早く効率的に組織全体で気づきを生み出し共有できます。データドリブンなアプローチを使うことで、**業界トップのある製薬企業のMSL は、KOL とのエンゲージメント戦略を改善しました。**



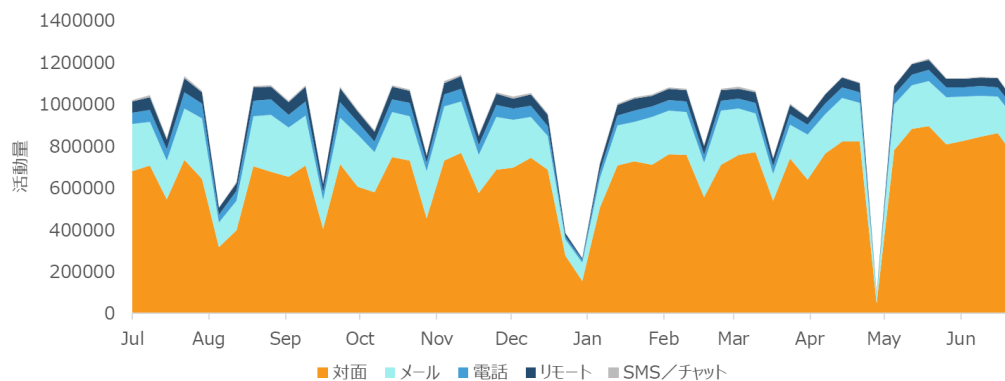
しかしながら、データだけでは役に立ちません。最良の戦略によって、KOL に関する新しいデータをいち早く取り込み、KOL の影響力に基づく関与の優先順位を付け、医学的な気づきをビジネスに反映することが重要です。

Veeva Pulse のデータを使用して、適切なKOL を特定し、医学的エンゲージメントを高める方法については、ぜひ **Veeva Business Consulting** までお問い合わせください。

⁴米国 Veeva Pulse および Veeva Link Key People データ、2022 年 4 月～2023 年 4 月

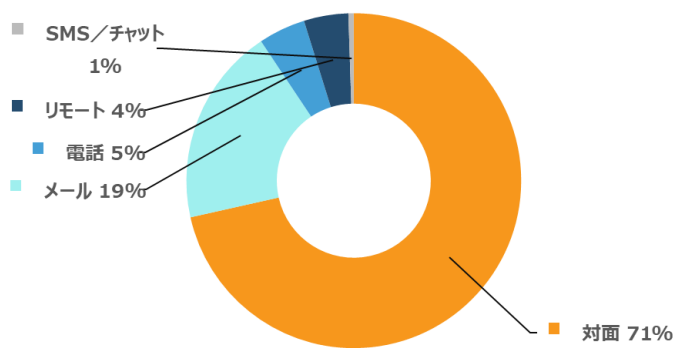
日本の市場トレンド

図 1 : チャネルミックスの推移、日本



Veeva Pulse データ、2022年7月~2023年6月

図 2 : チャネルミックス

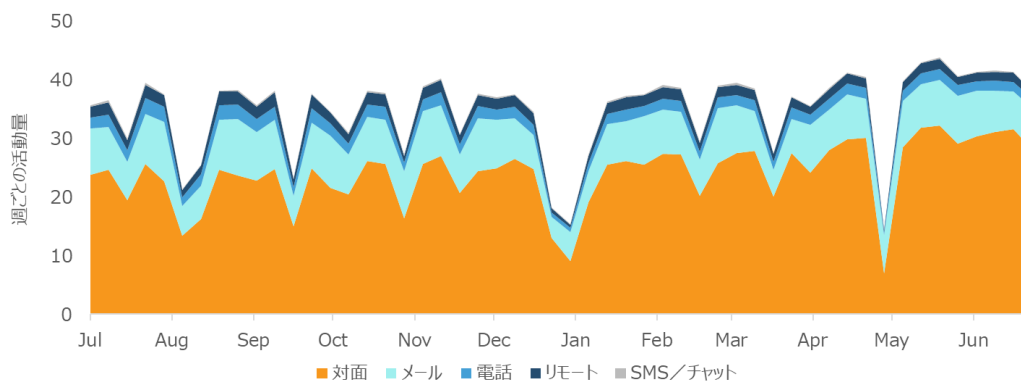


Veeva Pulse データ、2023年1月~6月

日本のフィールドチームの活動状況

ユーザー1人あたりの週ごとの活動状況（エンゲージメントチャンネル別）

図3：活動状況、日本



Veeva Pulse データ、2022年7月～2023年6月

図4：ユーザータイプ別活動状況、日本

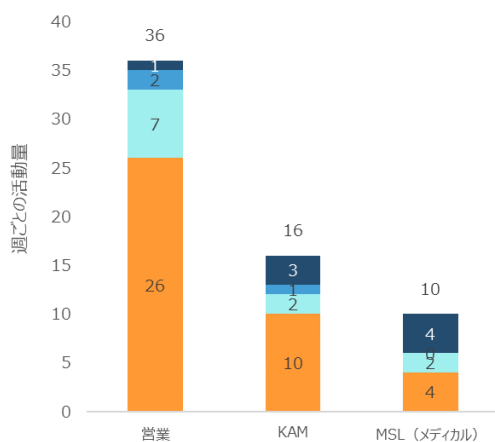
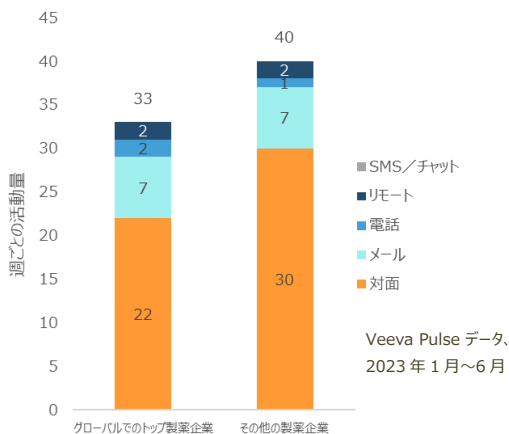


図5：企業規模別活動状況、日本

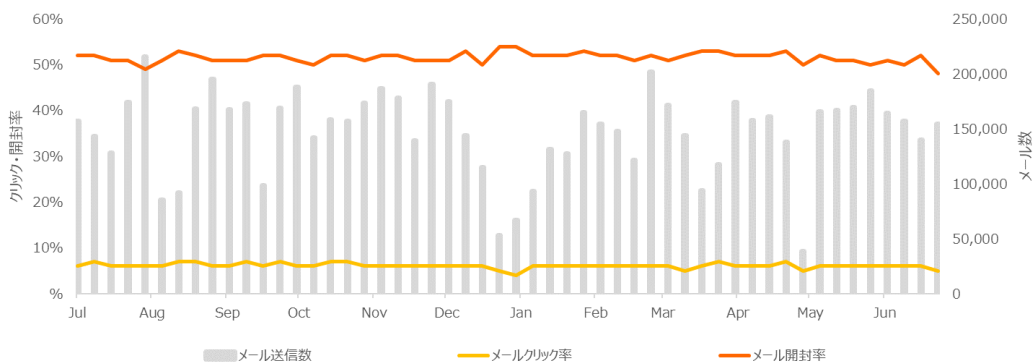


Veeva Pulse データ、
2023年1月～6月

日本のエンゲージメントの質

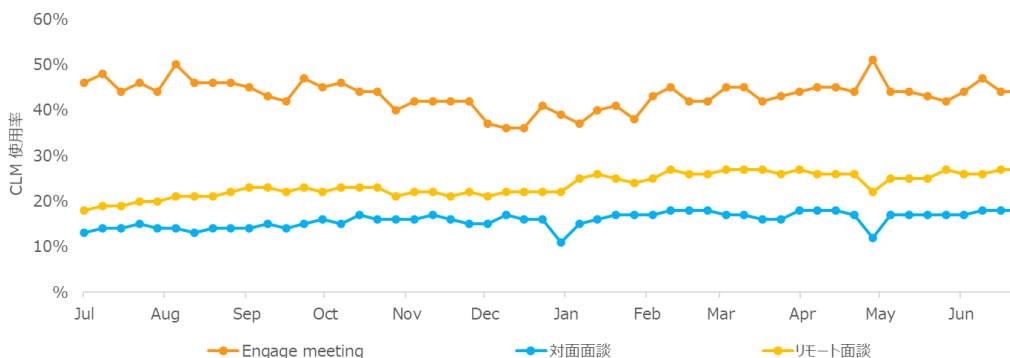
主要な指標のまとめ

図 6 : Approved email の使用数、日本



Veeva Pulse データ、2022 年 7 月～2023 年 6 月

図 7 : チャネル別の CLM (コンテンツ) 使用率、日本



Veeva Pulse データ、2022 年 7 月～2023 年 6 月

図 8 : Engage の面談時間、日本

日本の Veeva CRM Engage の使用時間は
グローバル平均の 2 倍以上

グローバル平均と比べ、
+22min

44min

Veeva Pulse データ、2022 年 7 月～2023 年 6 月

Appendix: データの定義

指標の定義

- **チャンネルミックスの推移** : エンゲージメントチャンネル（対面、電話、リモート、メール、SMS／チャット）別の週ごとのVeeva CRMの週間活動量
- **チャンネルミックス** : エンゲージメントチャンネル別のVeeva CRM総活動量
- **ユーザーあたりの週ごとの活動量** : Veeva CRMに記録されているユーザー1人あたりの週ごとの活動量
- **Approved email**: Veeva CRMから送信されたApproved Email数
- **メールの開封率**: Veeva CRM経由で送信されたapproved emailのうち、一度でも開封された割合
- **メールのクリック率** : Veeva CRM経由で送信されたapproved emailのうち、一度でもクリックされた割合
- **対面面談のCLM使用率** : Veeva CRMのコンテンツを使用した対面面談の割合
- **リモート面談のCLM使用率**: Veeva CRMのコンテンツを使用したリモート面談の割合
- **Engage MeetingのCLM使用率**: Veeva CRMのコンテンツを使用したEngage Meetingの割合
- **Veeva CRM Engageの面談時間**: Veeva CRM Engageミーティングの平均所要時間（分）

エンゲージメントチャンネルの定義

- **対面** : スタンダードメトリクスのコールチャンネルが「in-person」で登録されたコール
- **電話** : スタンダードメトリクスのコールチャンネルが「phone」で登録されたコール
- **リモート** : Veeva CRM EngageおよびVeeva CRMに記録した他のプラットフォームのリモート面談、スタンダードメトリクスのコールチャンネルが「video」で登録されたコール
- **メール** : Approved EmailsおよびVeeva CRMに記録した他のプラットフォームのメール、スタンダードメトリクスのコールチャンネルが「email」で登録されたコール
- **SMS／チャット** : スタンダードメトリクスのコールチャンネルが「chat or text」で登録されたコール

ユーザータイプの定義

- **営業** : スタンダードメトリクスのユーザータイプフィールドが「sales」で登録されたユーザー
- **KAM** : スタンダードメトリクスのユーザータイプフィールドが「key account manager」で登録されたユーザー
- **MSL／メディカル** : スタンダードメトリクスのユーザータイプフィールドが「medical」で登録されたユーザー
- **グローバルでのトップ製薬企業** : 世界の製薬企業の売上高上位17社
- **その他の製薬企業** : その他の製薬企業

手法

Veeva Pulse Field Trends Reportは、ライフサイエンス業界全体のグローバルおよび地域の医療従事者（HCP）エンゲージメントに関する四半期ごとの業界ベンチマークです。本レポートは、独自のVeeva Pulse データと、全世界(アジア太平洋地域、欧州、中南米、米国)の全 MR のうち 80%以上の現場エンゲージメント活動から得られた知見に基づいています。現在業界全体で使用されている Veeva CRM Standard Metrics は、エンゲージメント KPI(さまざまな地域、役割、市場セグメントのチャネルミックスや生産性など)を一貫性のある形で収集し、評価するための基盤となります。本レポートの結果は以下に基づいています：

- **Veeva CRM**および**Veeva CRM Engage**に登録された年間約6億件の全世界の活動データ
- 億件以上の処方（Rx）および医療（Mx）記録が、米国を拠点とする縦断的な患者データセットである**Veeva Compass**に収録されていること
- 85以上の国と24の治療領域にわたる**Veeva Link Key People**で収取している論文、臨床試験、カンファレンス、協会、ガイドライン、助成金、支払い、ソーシャルメディア、ニュース言及、地域診療への影響力を含む300万人以上のプロフィール
- **Veeva OpenData**が提供する医療従事者、医療機関、所属のグローバルなリファレンスデータ。住所、メールアドレス、専門分野、コンプライアンスデータ（ライセンス情報など）を含み、現在65カ国以上で利用可能、2023年末までに100カ国以上で利用可能。

Veeva Pulse Field Trends Report は、業界に情報や知見を提供し、フィールドチームがその戦略を主要な市場トレンドに合わせ、今まで以上の商業的成功を収めることができるように支援します。また、グローバルな Veeva Business Consulting チームも、Veeva Pulse データに基づく業界ベンチマーク評価により、お客様の戦略への情報提供をサポートします。