

# 医師との面談機会が減少する中でも 優位性を持てる次世代エンゲージメントとは

1年半前、バイオ製薬企業が医師などの医療従事者に面談できる割合は60%でしたが、現在この数字は45%にまで下がっています。2022年に業界内で高水準のアクセスが見られたのは、パンデミック後の過剰修正であり、振り子は元に戻りつつあります。医師も相手を慎重に選ぶようになっており、約半数の医師は、接触するバイオ製薬企業の数に3社かそれ以下に制限しています。

このような状況でも、バイオ製薬企業は医師との面会時間を最大限に有効活用する新しい方策を見いだしています。リーチや頻度といった従来の指標よりも関連性やタイムリーさを重視する、新しいモデルが登場しています。パーソナライゼーション、リアルタイムのコミュニケーションチャンネル、関連性の高いコンテンツを使い、医師に必要な情報を必要なときに届けているのです。営業、マーケティング、メディカルの各部門が、1つの企業として連携して対応することで、製薬企業のMR（Medical Representatives）やMSL（Medical Science Liaison）と医師の間に質の高い信頼関係が築かれつつあります。

泌尿器科医でありVeeva HCPの諮問委員も務めるVital Hevia医師は次のように述べています。

「患者に適切な成果を提供するために、私たちは業界に3つのことを求めています。信頼性と質の高い製品情報、私たち医師への科学的教育、そして調査に基づくインサイトです。医師には継続的な教育が必要になります。インタラクションのひとつひとつが、次のコミュニケーションの土台となります。」

Veeva Business Consultingによる詳細な分析をお読みいただき、営業、マーケティング、メディカルの各部門がつながりを強めることで、どのように医師らとの関係を拡張し、患者の求める医療を提供できるかをご覧ください。



**Dan Rizzo**

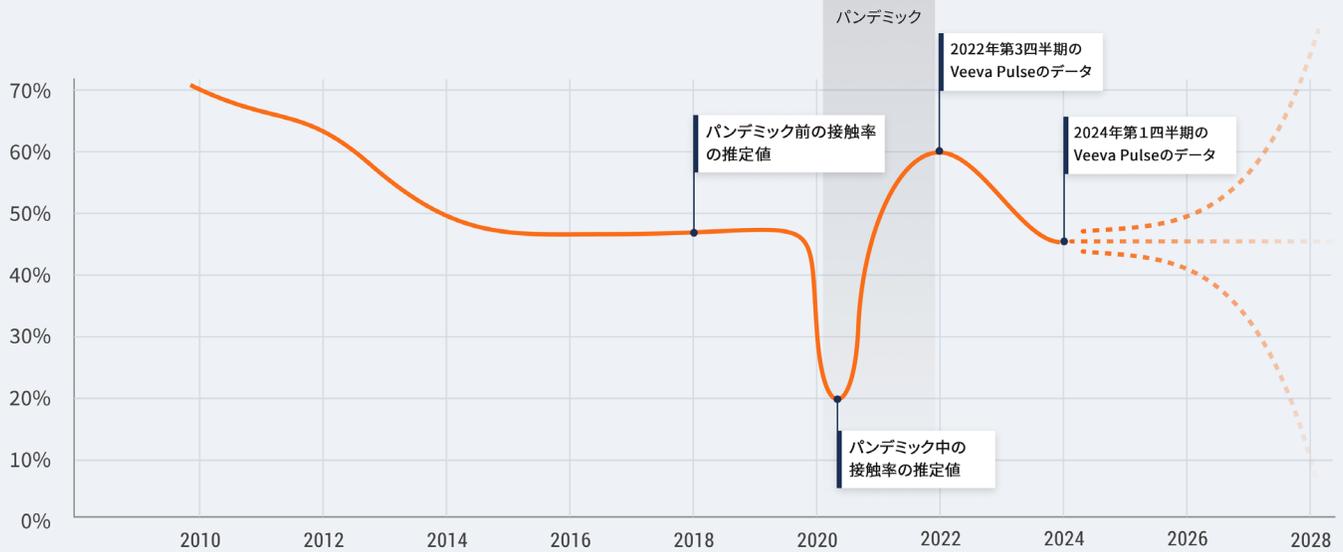
Veeva Business Consulting グローバル・ヘッド



## 医師との面談率が60%から45%に低下

米国における医師への面談率は2022年の60%から2024年には45%に低下し、パンデミック以前のレベルに戻っています。市場統合の進展、医療システムの制約、患者数の増大、現代医療の多様化や複雑化といった複数の根本的な要因が、医師との面談率の減少に影響を及ぼし続けています。

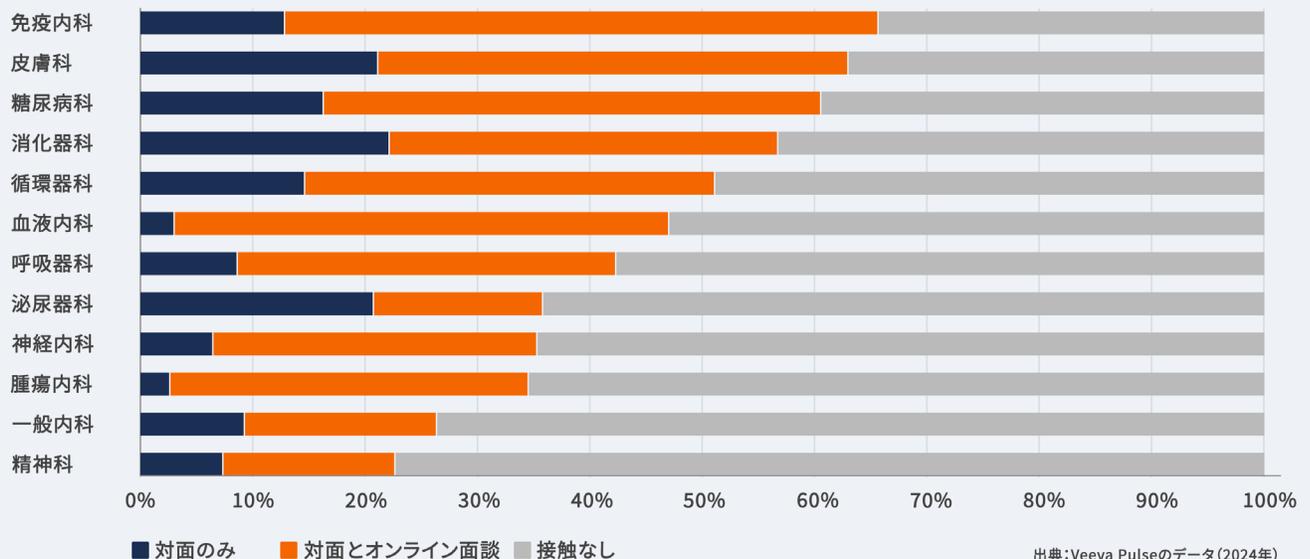
米国における医師との面談率（2010年～2024年）



出典：Veeva Pulseデータ、2022-2024年

面談率は疾患領域やチャネルによっても大きく異なり、それを示したのが次の図です。面談率が最も低い疾患領域は、腫瘍内科、一般内科、精神科です。対面とオンライン面談の両方で接触できる医師の全体に占める割合は、過去の年よりも増加しています。

主要な疾患領域およびチャネル別で見た医師との面談率

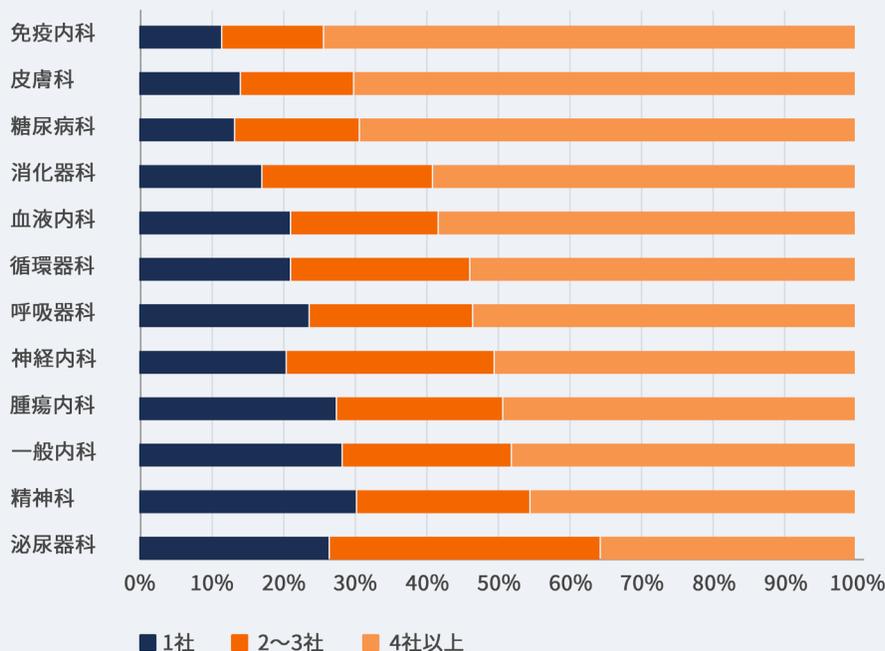


出典：Veeva Pulseのデータ (2024年)

## 医師の半数は、面会する企業を3社以下に限定

バイオ製薬企業との関わりをめぐり、医師は依然として面会する企業の選択に非常に慎重であり、医師のうち半数が、面会する企業を3社以下に絞っています。医師との面談率は、疾患領域によっても大きく異なります。一般内科、腫瘍内科、精神科、泌尿器科が最も制約の多い疾患領域であり、30%近い医師が面談を1社のみに限定しています。

### 主要な疾患領域別で見た医師の選択的な傾向



接触可能な医師の半数は、面会可能なバイオ製薬企業を3社以下に限定



出典：Veeva Pulseのデータ（2024年）

## コネクテッドエンゲージメントモデルが医師との関係を強化

面談機会がパンデミック前の水準まで減少したとはいえ、バイオ製薬企業の医師とのエンゲージメント方法はその間に大きく進化しました。営業、マーケティング、メディカルの各部門がシームレスに連携するコネクテッドエンゲージメントモデルは、顧客とのコミュニケーションを広げ、医師のニーズにより迅速に対応し、治療の採用率を上げられるようになりました。

現在、製薬業界では医師とより密接に関わるための新たな取り組みが始まりつつあります。コネクテッドエンゲージメントモデルによって成果が改善され、カスタマーエクスペリエンスが改善される経緯を次の図に示しました。

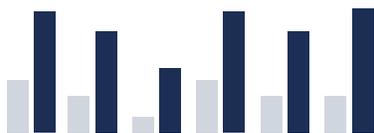
## つながりのある医師エンゲージメント



MSLからキー・オピニオン・リーダー（KOL）へ上市前に情報を提供した場合、上市後の6か月間で治療の採用率が1.5倍に増加



面談中に価値の高いコンテンツを提供すると、プロモーションへの反応が2倍以上増加



コンプライアンス対応チャットが利用可能な場合、

**30%**

のコミュニケーションは医師から開始され、MRは5分以内に応答可能



現場での活動とデジタル広告を連動させた場合、マーケティング効果の増加率は

**23%**

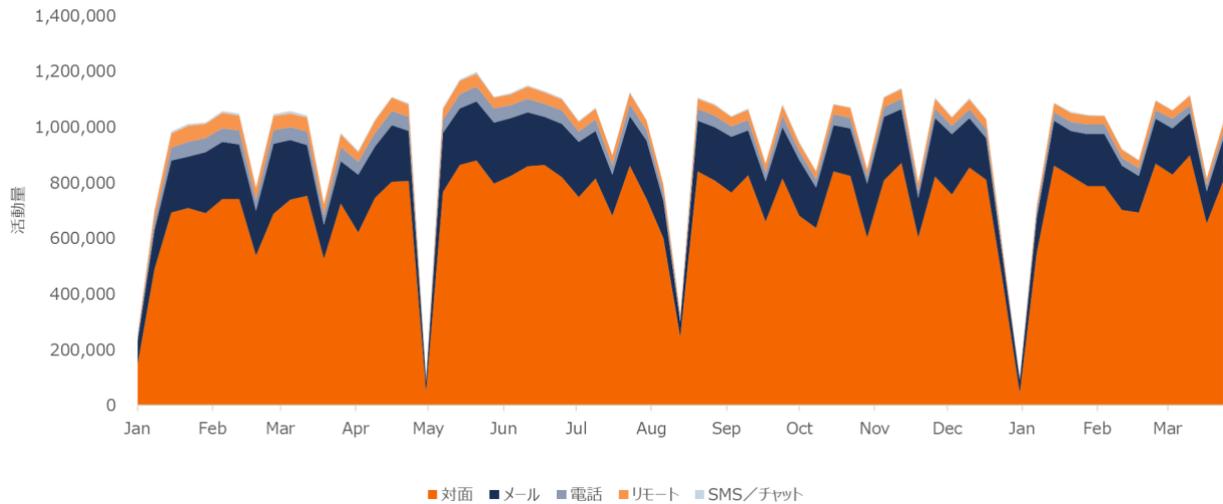
Veeva Pulseのデータを活用して、営業、マーケティング、メディカルの各部門で連携の取れたアプローチを実現する方法については、ぜひ**Veeva Business Consulting** までお問い合わせください。

詳しくは [veeva.com/jp/services/business-consulting-services/](https://veeva.com/jp/services/business-consulting-services/)

Copyright © 2024 Veeva Systems Inc. All rights reserved. Veeva、V、Vault、CrossixはVeeva Systems Inc.の登録商標です。Veeva Systemsは他の商標および登録商標を所有しています。ここで使用されているその他の名称は、それぞれの所有者の商標である可能性があります。

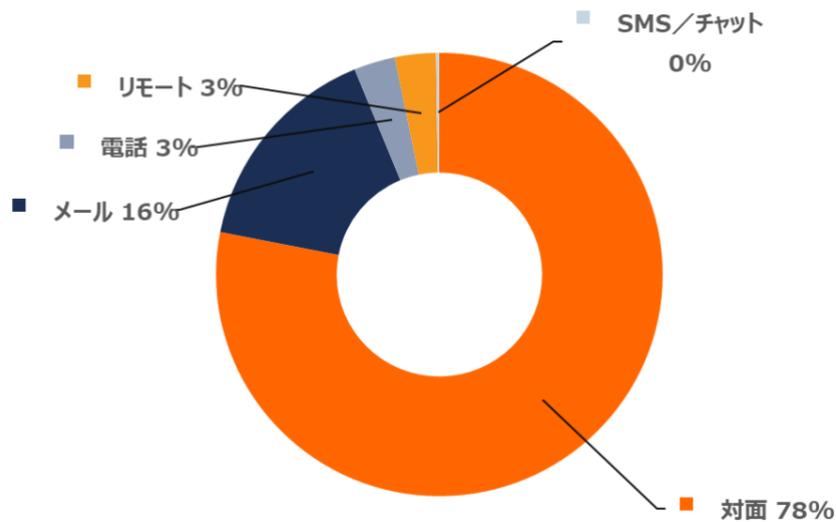
## 日本の市場トレンド

図 1 : チャネルミックスの推移、日本



Veeva Pulse データ、2023 年 1 月~2024 年 3 月

図 2 : チャネルミックス

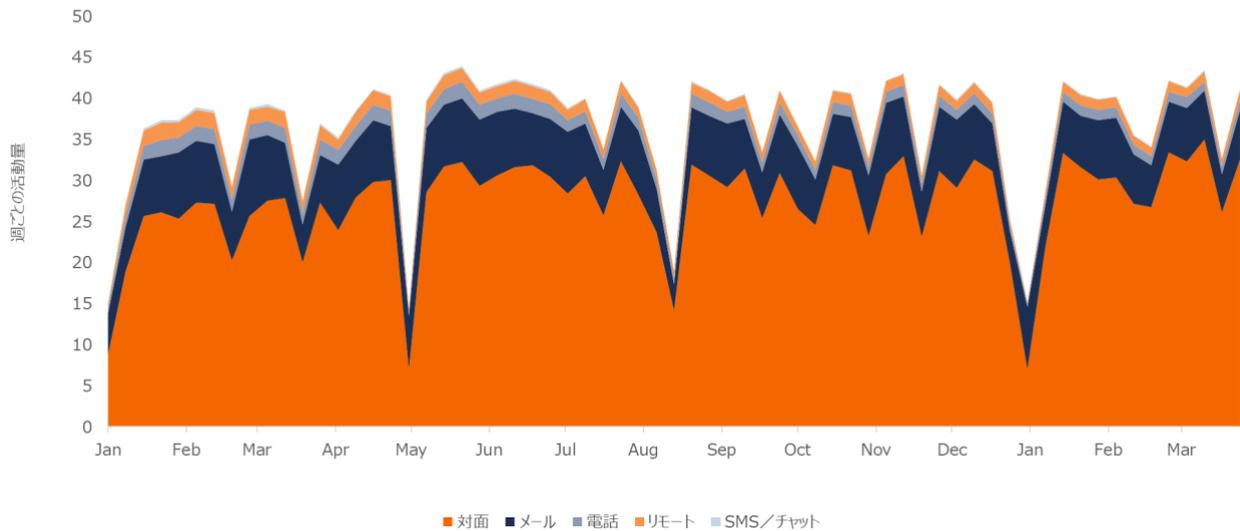


Veeva Pulse データ、2024 年 1 月~3 月

# 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、2023年1月～2024年3月

図4：ユーザータイプ別活動状況、日本

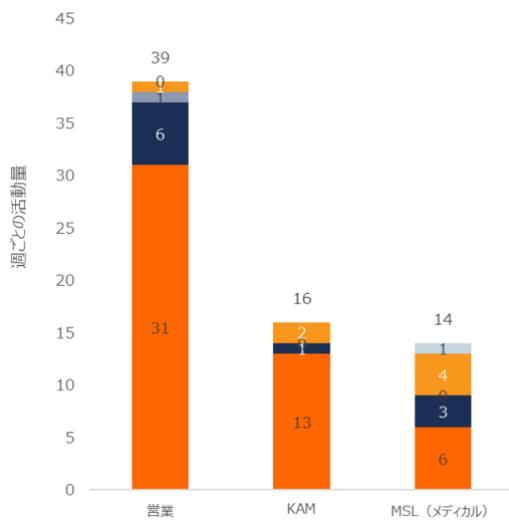
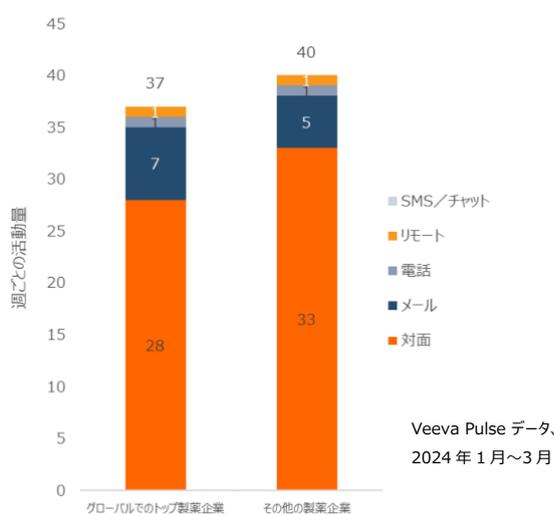


図5：企業規模別活動状況、日本

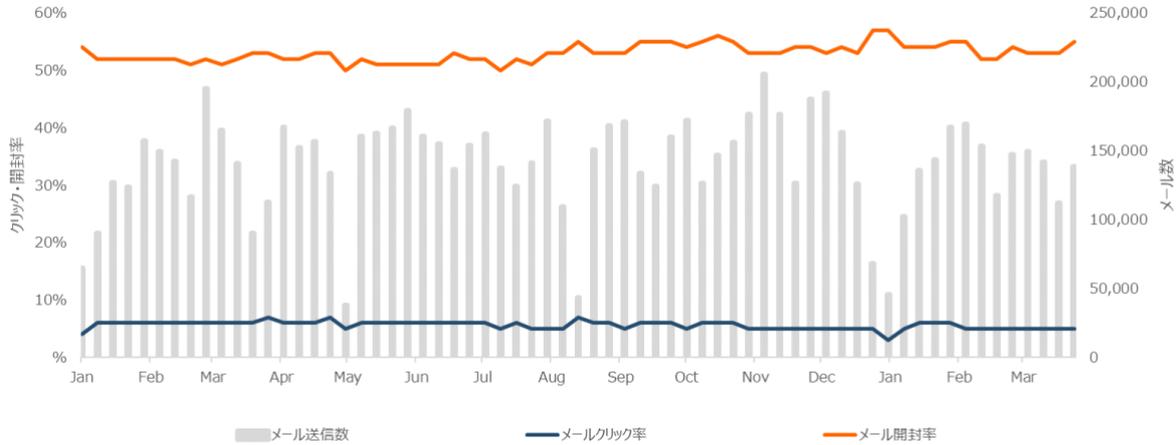


Veeva Pulse データ、  
2024年1月～3月

# 日本のエンゲージメントの質

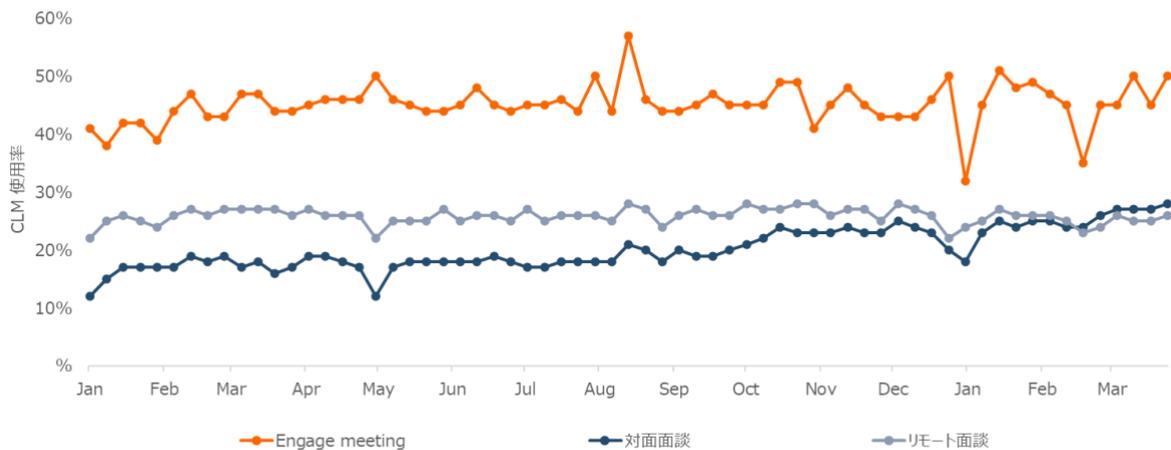
## 主要な指標のまとめ

図 6 : Approved email の使用数、日本



Veeva Pulse データ、2023 年 1 月～2024 年 3 月

図 7 : チャンネル別の CLM (コンテンツ) 使用率、日本



Veeva Pulse データ、2023 年 1 月～2024 年 3 月

図 8 : Engage の面談時間、日本



Veeva Pulse データ、2024 年 1 月～3 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ン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**で収集している論文、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。