

製薬企業 MR の品質評価調査

～2 型糖尿病患者を診療する医師による評価を、狩野モデルで分析～

- MRとして「一元的」な要素、
トップは「コミュニケーションの取りやすい人柄」、次いで「素早い対応」、「気配り・気遣い」
- MRとして「魅力的」な要素、
トップは「担当領域以外も含めた幅広い知識」、次いで「他社製品も含めた幅広い知識」
- MRとして「当たり前」な要素、
トップは「自社製品の専門的な知識」、次いで「担当領域の専門的な知識」

2016年10月20日
株式会社マクロミルケアネット

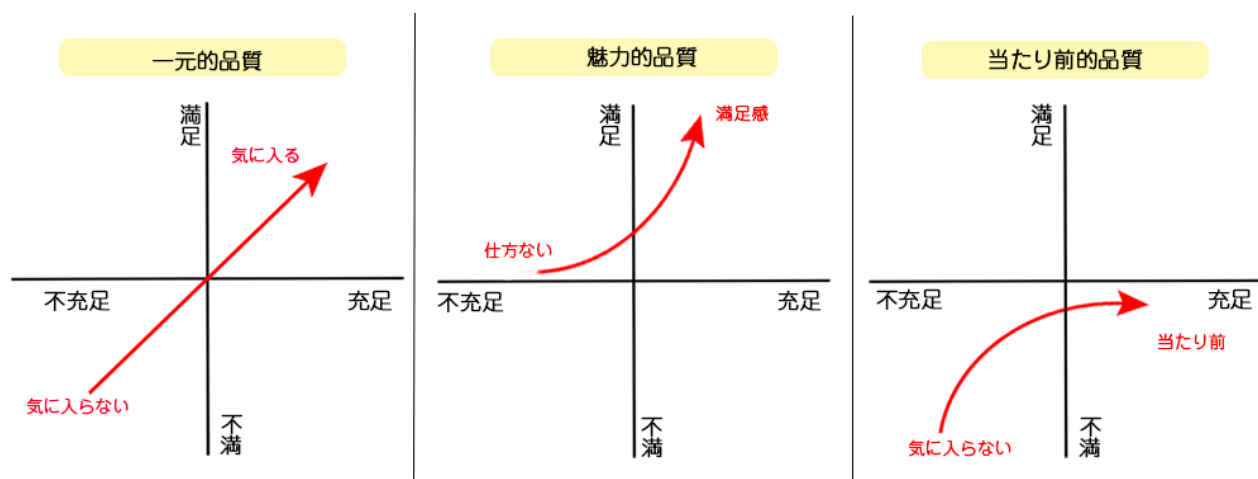
株式会社マクロミルケアネット（本社：東京都港区、代表取締役社長：小林則行）は、2 型糖尿病患者を診療する全国の医師を対象に「狩野モデルによる製薬企業 MR の品質評価調査」を実施しました。分析手法には、「狩野モデル（狩野分析法）」を採用しています。

調査手法はインターネットリサーチ。調査期間は 2016 年 7 月 29 日（金）～8 月 1 日（月）。有効回答数は 319 名。

【 本調査の分析手法 】

本調査では、分析手法として「狩野モデル（狩野分析法）」を採用し、「医師が MR の活動に求める要素」に対し、下記 3 分類の定性的な追加情報を取得しています。

1. 充足されれば満足、不充足であれば不満を感じる要素（一元的要素）
2. 充足されれば満足だが、不充足でも仕方ないと感じる要素（魅力的要素）
3. 充足されるのが当たり前、不充足であれば不満を感じる要素（当たり前要素）



狩野らによる使用者の満足度と充足感の対応
昭和53年「日経品質管理文献賞」東京理科大学 狩野紀明教授

【調査結果の詳細】

■ **MRとして「一元的」な要素、トップは「コミュニケーションの取りやすい人柄」、
次いで「素早い対応」、「気配り・気遣い」**

2 型糖尿病領域において、製薬会社の MR に以下の 20 項目があるかないかでどのように感じるかをたずね、スコアを「一元的評価（※1）」でグラフ化しました。MR の「一元的」な要素としてもっともスコアが高かったものは、「コミュニケーションの取りやすい人柄」で 30%、次いで「問い合わせへの素早い対応」28%、「細やかな気配り・気遣い」28%と続きました。また、病院院長・副院長を対象をしぼると、「社会人としての礼儀・マナー」32%が最上位であることがわかります。

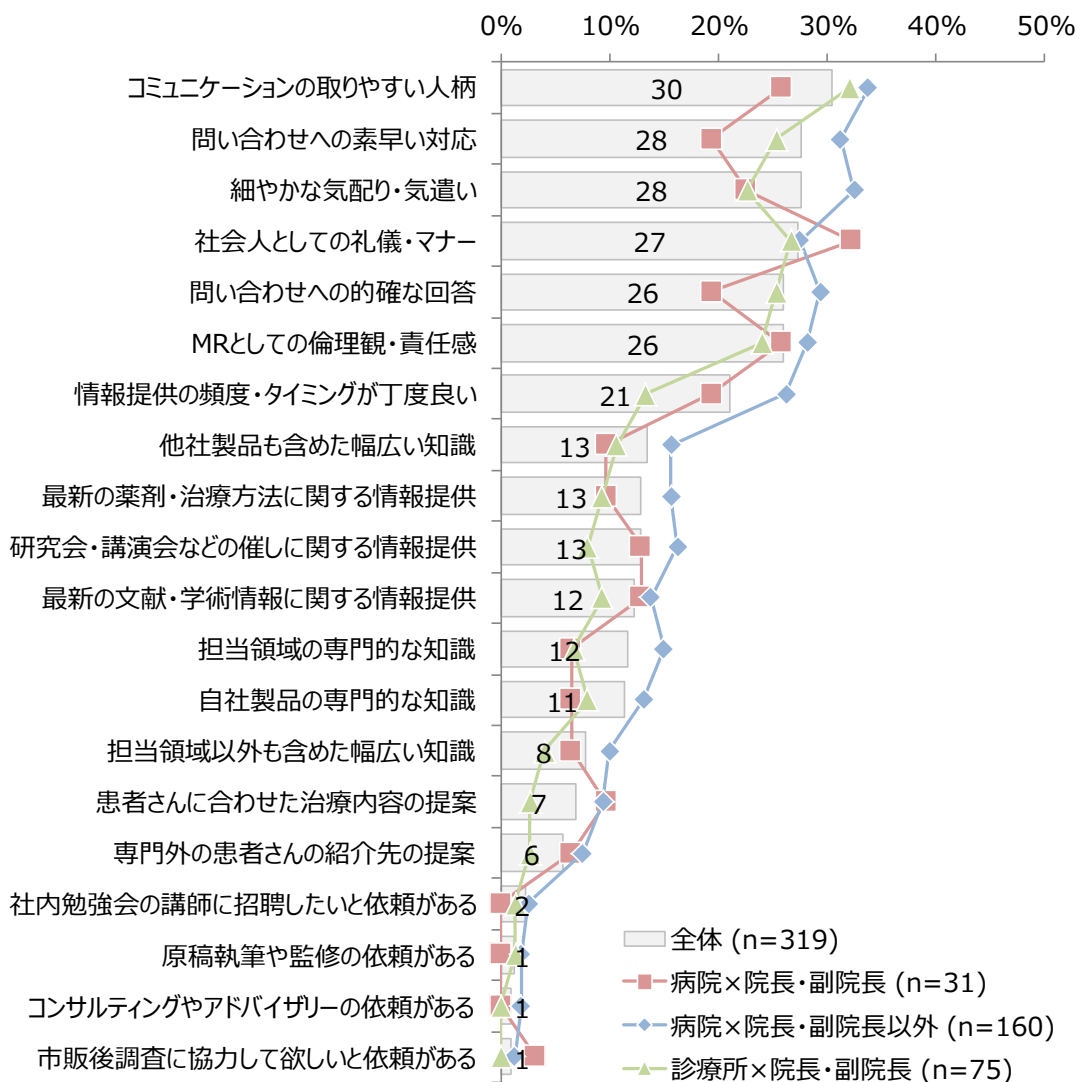
※「一元的評価」：あったら「気に入る」、なかったら「気に入らない」

【図 1】 MR の「一元的要素」

（対象：2 型糖尿病患者を診療する医師 319 名）

Q. 2 型糖尿病領域で、製薬会社の MR に下記の要素が**ある**としたら先生は MR に対してどのように感じますか？

Q. 2 型糖尿病領域で、製薬会社の MR に下記の要素が**ない**としたら先生は MR に対してどのように感じますか？



■ **MRとして「魅力的」な要素、トップは「担当領域以外も含めた幅広い知識」、次いで「他社製品も含めた幅広い知識」**

2型糖尿病領域において、製薬会社のMRに以下の20項目があるかないかでどのように感じるかをたずね、スコアを「魅力的評価（※2）」でグラフ化しました。MRの「魅力的」な要素としてもっともスコアが高かったものは、「担当領域以外も含めた幅広い知識」で28%、次いで「他社製品も含めた幅広い知識」20%となりました。一方、病院院長・副院長を対象を絞ると、「社内勉強会の社外講師に招聘したいと依頼がある」32%、「コンサルティングやアドバイザーの依頼がある」23%、「原稿執筆や監修の依頼がある」19%、といった“依頼関連の項目”が上位を占めています。

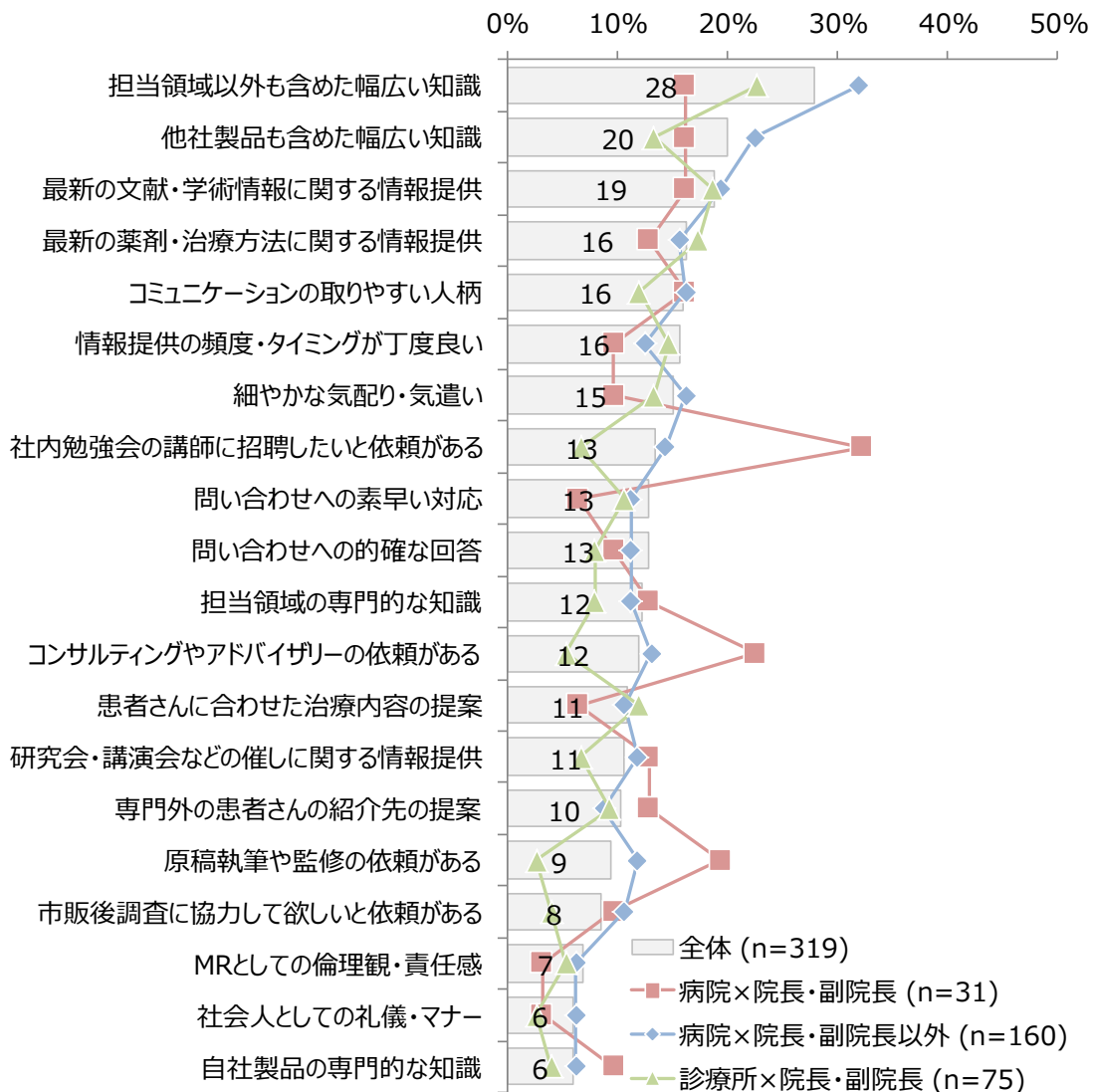
※2 「魅力的評価」：あったら「気に入る」、なくても「当然+何とも感じない+仕方ない」

【図2】MRの「魅力的要素」

（対象：2型糖尿病患者を診療する医師 319名）

- Q. 2型糖尿病領域で、製薬会社のMRに下記の要素が**ある**としたら先生はMRに対してどのように感じますか？
Q. 2型糖尿病領域で、製薬会社のMRに下記の要素が**ない**としたら先生はMRに対してどのように感じますか？

※スコアは「魅力的評価」：あったら「気に入る」、なくても「当然+何とも感じない+仕方ない」



■ **MRとして「当たり前」な要素、トップは「自社製品の専門的な知識」、次いで「担当領域の専門的な知識」**

2型糖尿病領域において、製薬会社のMRに以下の20項目があるかないかでどのように感じるかをたずね、スコアを「当たり前評価（※3）」でグラフ化しました。MRの「当たり前」な要素としてもっともスコアが高かったものは、自社製品の専門的な知識で44%、次いで「担当領域の専門的な知識」35%となりました。

※2 「当たり前評価」:あつて「当然（+何とも感じない+仕方ない）」、なかったら「気に入らない」

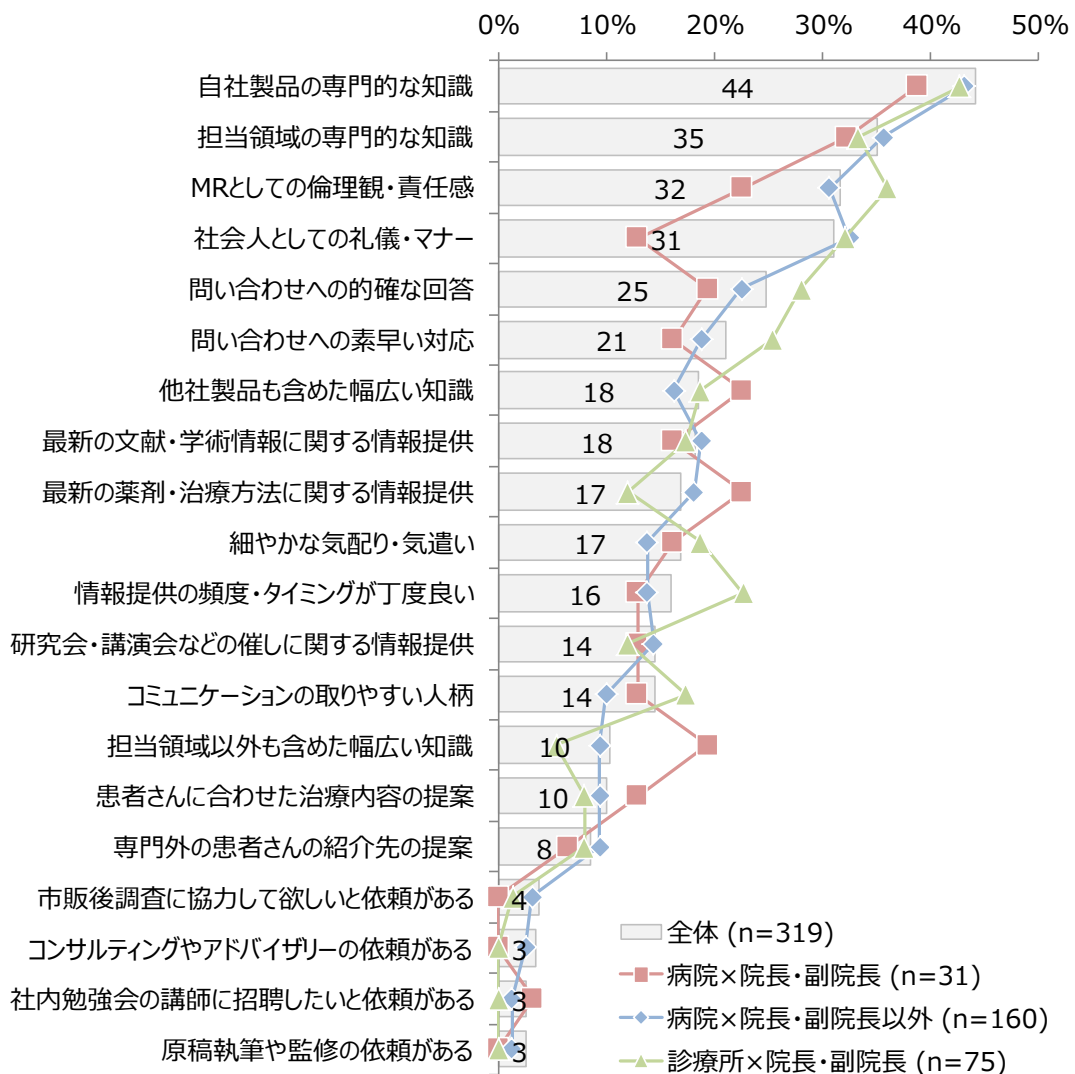
【図3】MRの「当たり前要素」

（対象：2型糖尿病患者を診療する医師319名）

Q. 2型糖尿病領域で、製薬会社のMRに下記の要素が**ある**としたら先生はMRに対してどのように感じますか？

Q. 2型糖尿病領域で、製薬会社のMRに下記の要素が**ない**としたら先生はMRに対してどのように感じますか？

※スコアは「当たり前評価」:あつて「当然（+何とも感じない+仕方ない）」なかったら「気に入らない」



【調査概要】

- 調査方法： インターネットリサーチ
- 調査地域： 全国
- 調査対象： 医師（CareNet パネル）
- 有効回答数： 合計 319 サンプル
（病院勤務 237 サンプル、診療所勤務 82 サンプル）
- 調査日時： 2016 年 7 月 29 日（金）～8 月 1 日（月）
- 調査機関： 株式会社マクロミルケアネット （ホームページ：<https://www.macromillcarenet.jp>）

－ ご利用に際して－

本資料・データを使用・掲載される際には、必ず下記の出典を明記してください。

マクロミルケアネット調べ

また、本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要ですので、
当社までご連絡ください。

以上

－ 本調査に関するお問い合わせ先 －

株式会社マクロミルケアネット 調査事務局

TEL : 03-6716-7108 MAIL: marketing_re@macromillcarenet.jp