

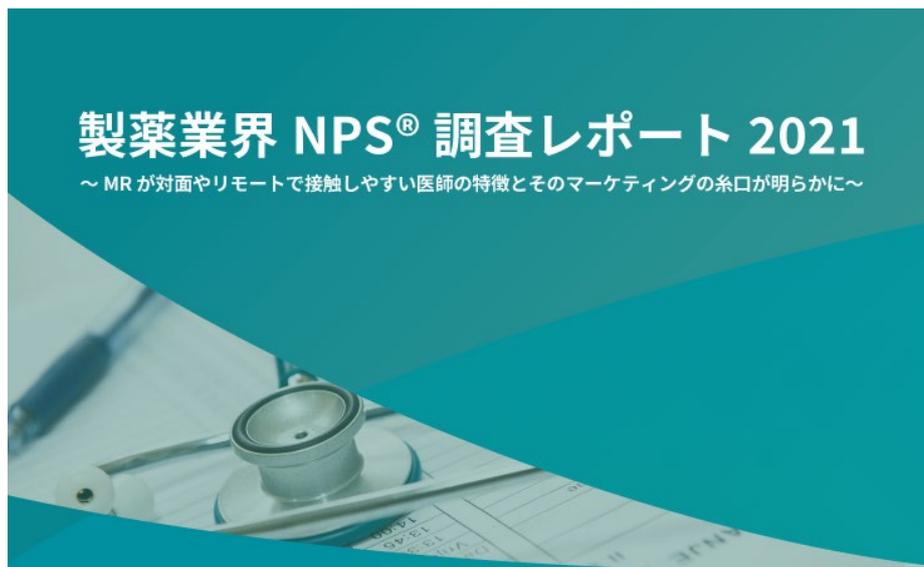
## メドピアと Emotion Tech、 「製薬企業 NPS<sup>®</sup>調査レポート 2021」を公開 ～コロナ禍でより鮮明になる医師のチャネル志向性～

メドピア株式会社（東京都中央区、代表取締役社長 CEO：石見 陽、以下メドピア）と株式会社 Emotion Tech（東京都千代田区、代表取締役：今西 良光、以下 Emotion Tech）は、製薬業界を対象に、顧客ロイヤルティを測る指標である NPS<sup>®</sup>（ネット・プロモーター・スコア）の大規模調査を共同で実施いたしました。本調査は、昨年につき2年連続で実施しておりますが、両調査結果を比較することで、コロナ禍で顧客ロイヤルティを高めた製薬企業に共通する傾向が明らかになりました。

なお、本調査の詳細結果は、ホワイトペーパーにて公開いたします。

▼調査結果の詳細はホワイトペーパー「製薬業界 NPS<sup>®</sup>調査レポート 2021」をご覧ください：

<https://www.emotion-tech.co.jp/resource/2021/pharma>



MedPeer × EmotionTech

従来、製薬企業の医師向けマーケティング活動の効果測定には様々な指標が用いられていましたが、業績と高い相関性を示す指標がなく、マーケティング活動のPDCAサイクルを適切に回す上で課題となっていました。

また、現在は新型コロナウイルス感染症の影響で従来のようなMRと医師との対面接点が激減しており、リアルとデジタルを組み合わせたオムニチャネル・マーケティングが注目されています。この傾向は、アフター・コロナにおいても継続していくことが予想されます。加えて、製薬企業の注力製品は、生活習慣病等のプライマリー製品から、より高度な専門性が求められるスペシャリティ製品へとシフトしており、医師一人一人にパーソナライズされた情報の提供が求められています。このように、マーケティング手法が変化中、そのPDCAサイクルを適切に回す上で新たな指標が求められています。

そのような中、医師の集合知プラットフォーム「MedPeer」を運営するメドピアと、NPS調査などをはじめCX向上の支援を行う Emotion Tech が共同し、昨年につき、製薬業界の NPS 調査を実施いたしました。

その結果、直近1年間でNPSが大きく改善した製薬企業において、「MRの人柄」と「医療情報メディアでの情報提供」がNPSを押し上げる要因となっていることがわかりました。

一方で、医師は、①MRの情報重視、②医療情報メディア・講演会の情報重視、③企業のホームページやメール重視等の情報取得チャネルの志向性でタイプ分けでき、そのタイプによってMRの訪問を受ける頻度など実際の行動パターンに大きな影響を及ぼしていることもわかりました。

コロナ禍ならではの製薬企業のデジタル活用が差別化要素となりつつ、医師のチャネル志向性によっては従来以上に「MR力」も求められる実態が明らかとなりました。

今後も両社は、製薬企業におけるNPSの実態や活用方法を共同で研究していくとともに、各種調査やコンサルティングサービス等を通じて、各製薬企業におけるNPS指標の導入やNPSを活用したマーケティング活動の実践を支援してまいります。

#### 【「NPS」とは】

NPS（ネット・プロモーター・スコア）とは、「正味推奨者比率」と訳され、顧客ロイヤルティ（ブランドやサービスに対する信頼度・愛着度）を数値化した指標です。「親しい友人にどの程度すすめたいと思うか？」という質問から推奨度を計測し、簡単に算出できる指標でありながら、顧客満足度やその他の顧客評価指標よりも企業収益性との相関が強いことから、日本だけではなく海外（アップルやグーグル、GE等）でも導入が進んでいます。

注) ネット・プロモーター®、ネット・プロモーター・システム®、ネット・プロモーター・スコア®及び、NPS®は、ペイン・アンド・カンパニー、フレッド・ライクヘルド、サトメトリックス・システムズの登録商標です。

### ■「製薬企業におけるNPS調査」結果

#### 【調査概要】

- ・調査対象者：医師専用コミュニティサイト MedPeer に会員登録をする医師の中で、処方による治療を行っている医師
- ・調査期間：2021年7月19日～2020年7月26日
- ・調査方法：Web アンケート
- ・有効回答数：3,510件

#### 【ホワイトペーパー】

▼調査結果の詳細はホワイトペーパー「製薬業界 NPS®調査レポート 2021」をご覧ください：

<https://www.emotion-tech.co.jp/resource/2021/pharma>

#### <資料詳細>

##### 1. コロナ禍でNPSが上昇している製薬企業の特徴

- 1-1. 科目・疾患領域別 NPS 上位企業 TOP 3
- 1-2. 科目・疾患領域別 昨年と比較した場合のNPS 上昇企業 TOP 3
- 1-3. NPS がもっとも上昇した企業の特徴

##### 2. 医師が重視するチャネル（情報入手経路）と年代別特徴

##### 3. （対面やリモートで接触しやすい医師の中で）選ばれるMRになるために必要な条件とは？

- 3-1. 「MRからの情報重視派」の中で接触しやすい医師の特徴
- 3-2. （対面やリモートで接触しやすい医師の中から）ロイヤルティを獲得できるMRになるために必要な条件とは？

#### 【記事引用時のお願い】

本調査結果の引用・転載時には、必ず下記のとおりクレジットを明記いただけますようお願い致します。

- ・メドピア株式会社・株式会社 Emotion Tech による共同 NPS 調査、と明記ください。

## ■参考：医師専用コミュニティサイト「MedPeer」について

医師専用コミュニティサイト「MedPeer」は、薬剤の口コミや症例相談など、多様なテーマで医師同士が経験やナレッジを共有しています。全国の医師の「集合知」が、最適な治療法の決定をサポートいたします。



## ■参考：顧客体験マネジメントサービス「EmotionTech CX」、従業員体験マネジメントサービス「EmotionTech EX」について

顧客体験マネジメントサービス「EmotionTech CX」、従業員体験マネジメントサービス「EmotionTech EX」は、NPS® (ネット・プロモーター・スコア)をはじめとした感情データを基に、顧客体験、従業員体験の分析・改善・マネジメント支援を行うクラウドサービスです。

### 【メドピア株式会社の概要】

会社名：メドピア株式会社  
 所在地：東京都中央区築地 1-13-1 銀座松竹スクエア 9 階  
 設立：2004 年 12 月  
 代表者：代表取締役社長 CEO 石見 陽 (医師・医学博士)  
 事業内容：医師専用コミュニティサイト「MedPeer」の運営、その他関連事業  
 URL：<https://medpeer.co.jp>

### 【株式会社 Emotion Tech の概要】

会社名：株式会社 Emotion Tech  
 所在地：東京都千代田区平河町 2-5-3 Nagatacho GRID 4 階  
 設立：2013 年 3 月  
 代表者：代表取締役 今西 良光  
 事業内容：顧客体験 (CX) マネジメントサービス「EmotionTech CX」及び 従業員体験 (EX) マネジメントサービス「EmotionTech EX」の開発・運営  
 URL：<https://www.emotion-tech.co.jp/>

### 本プレスリリースに関するお問い合わせ先

メドピア株式会社 コーポレート本部・広報担当 電話：03-4405-4905 メール： <a href="mailto:pr@medpeer.co.jp">pr@medpeer.co.jp</a>	株式会社 Emotion Tech マーケティング部・広報担当 電話：03-6869-6865 メール： <a href="mailto:marketing@emotion-tech.co.jp">marketing@emotion-tech.co.jp</a>
---	--