

NEWS RELEASE

2022年12月20日（火）
株式会社エモーションテック
メドピア株式会社

オンコロジー/スペシャリティシフトが加速する製薬業界において、 製品領域に応じた医師の情報収集特性が明らかに ～メドピアとエモーションテック、「製薬業界 NPS®調査レポート 2022」を公開～

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）と株式会社エモーションテック（東京都港区、代表取締役：今西 良光、以下エモーションテック）は、医師専用コミュニティサイト「MedPeer」の会員のうち処方による治療を行っている医師 3,542 人に、国内外の製薬企業 32 社や薬剤に対する調査を共同で実施いたしました。

本調査は 2020 年より 3 年連続で実施している顧客ロイヤルティを測る指標である NPS®（ネット・プロモーター・スコア）^(※1) を活用した調査となります。3 度目となる今回の調査では、情報提供チャネルが多様化する中で製品領域や情報提供先によって重要視されているポイントが異なることが明らかになりました。

なお、本調査の詳細結果は、「製薬業界 NPS®調査レポート 2022」としてホワイトペーパーにて 2022 年 12 月 20 日（火）に公開いたしました。

※1 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、バイン・アンド・カンパニー、フレッド・ライクヘルド、NICE Systems, Inc. の登録商標又はサービスマークです。



【本調査実施の背景】

近年、製薬業界においては、2019年4月より開始した医療用医薬品の販売情報提供活動に関するガイドラインの運用やMR（医薬情報担当者）の病院への訪問規制の厳格化、新型コロナウイルス感染症による対面接触機会の減少など取り巻く環境が大きく変化しています。これにより、製薬企業はMRが直接病院を訪問するリアルな活動だけではなく、医師向け医療情報メディアでの情報発信や製薬企業のオウンドメディアの活用、オンライン訪問等、デジタル施策にも注力した結果、医師に情報を届けるチャンネルは多様化してきました。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やオンコロジー製品へとシフトしています。そのような中で各社は、新たな製品領域にマッチする効果的なマーケティング活動を模索しています。

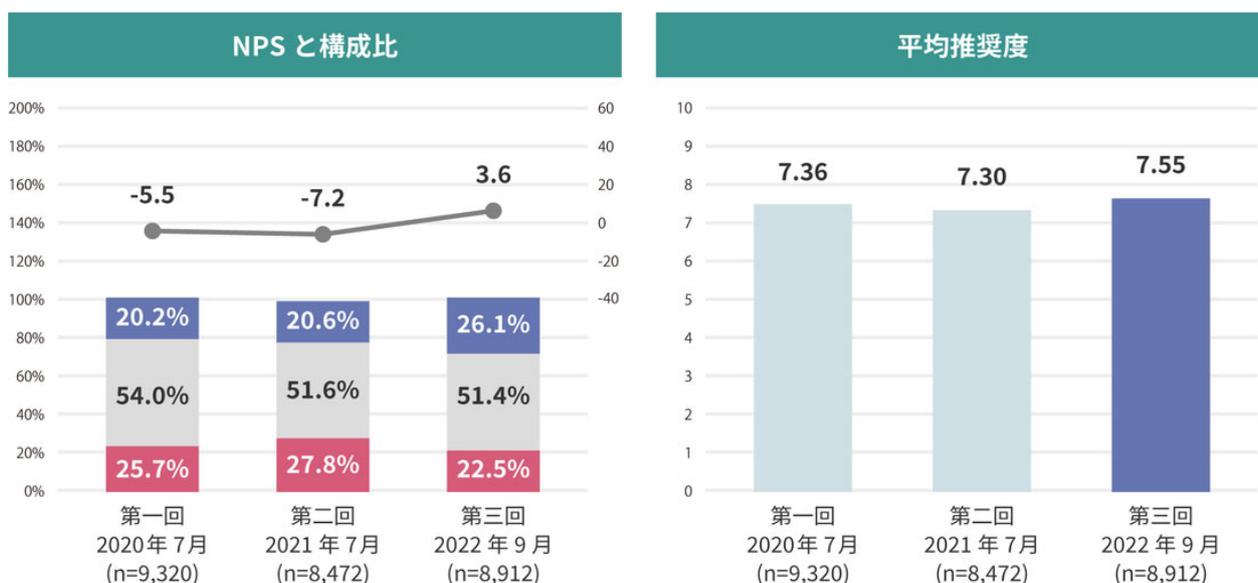
本調査は、医師に対して製薬企業ごとに Net Promoter Score (NPS) を計測し、疾患領域別に企業 NPS の集計を行いました。さらに、オンコロジー/スペシャリティ/プライマリの3つの製品領域別に医師が重要視している情報や、その情報収集チャンネルの特徴などの分析も行っています。

▼製薬企業の NPS ランキングなど、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」をご覧ください：<https://www.emotion-tech.co.jp/resource/2022/pharma-report>

【調査結果の概要】

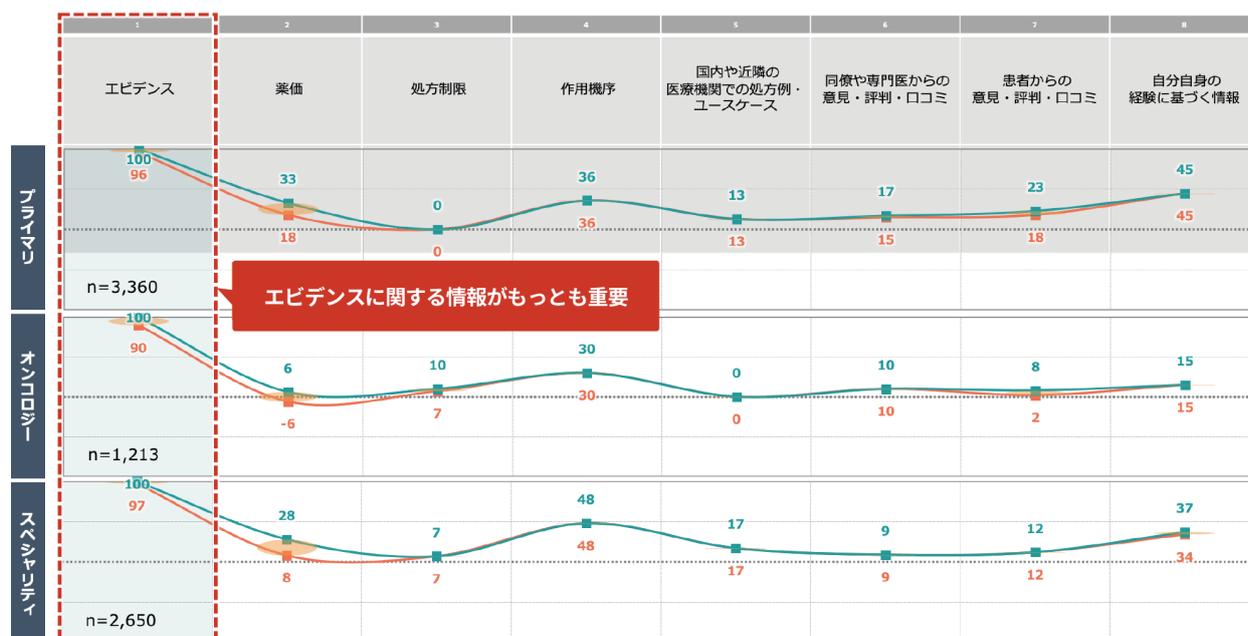
製薬業界全体の NPS が向上。医療情報メディア、オンライン講演会への評価が好影響

昨年 2021 年の調査結果と比較すると業界全体として NPS が大きく向上していることがわかりました。その要因として、昨年に比べて医療情報メディアやオンライン講演会への評価が上昇しており、デジタルマーケティングに対する受容度が高まっていることが示唆されています。



薬剤 NPS を高めるには薬剤の「エビデンス」が重要な要素に。一方、薬の種類や医師の勤務形態により、注目する情報チャンネルは様々

オンコロジー/スペシャリティ/プライマリ、どの製品領域においても薬剤の NPS に対して「エビデンス」が最も重要な要素であることが示された一方で、そのエビデンスの評価に対してどの情報チャンネルが重要かは製品領域や医師の勤務病院の規模によっても異なることがわかりました。



上記分析の算出および分析方法は、株式会社エモーションテックが保有する特許技術（第 6176813 号）に基づく

そして「エビデンス」の評価に対して、オンコロジー製品やスペシャリティ製品においては「医療情報メディア」「文献・論文」が大きく影響を与えていることがわかり、またスペシャリティ製品においてはプライマリ製品・オンコロジー製品に比べて「担当 MR」がエビデンスを伝える重要なチャンネルになっています。

コロナによる訪問活動の抑制によって大きく進んだデジタル活用とそれによって多様化された情報提供活動ですが、届けるべきターゲットや情報の種類によって取るべき戦略が異なってくるのがデータからも示されました。

今後も両社は、製薬企業における NPS の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 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。

■ 「製薬業界における 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 の登録会員のうち処方による治療を行っている医師
- ・ 調査期間：2022 年 9 月 15 日（木）～2022 年 9 月 26 日（月）
- ・ 調査方法：Web アンケート
- ・ 有効回答数：3,542 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 2022」をご覧ください：

<https://www.emotion-tech.co.jp/resource/2022/pharma-report>

<資料詳細>

全 14 ページ

1. 製薬企業 NPS ランキング

- 1-1. 企業 NPS の推移
- 1-2. 企業 NPS と処方意向の関係
- 1-3. 企業 NPS ランキング

2. 薬剤 NPS にとって重要な因子

- 2-1. 全体 | 薬剤 NPS に影響を与える重要な情報とは
- 2-2. 製品領域別 | 薬剤 NPS に影響を与える重要な情報とは

3. 製品領域別 医師が重視する情報とチャネル

- 3-1. オンコロジー製品×勤務先病院規模
- 3-2. スペシャルティ製品×勤務先病院規模

【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/株式会社エモーションテック「製薬業界 NPS®調査レポート 2022」

■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。

The image displays various features of the MedPeer platform:

- MedPeer Channel:** TOKYO MXとの提携により毎日放送の早い医療ニュースを独自に配信。
- Web講演会:** 講演会ライブ配信で、様々な医療従事者から医療の最先端情報を入手。
- 薬剤評価掲示板:** 口コミ件数60万件以上。医師同士で薬剤の処方実感を口コミ共有。
- FORUM (掲示板):** 臨床からキャリア、プライベートまで医師同士の自由な意見交換。
- FORUM Survey:** 3,000件以上の回答が集まる医師への大規模アンケート調査。
- 症例相談 (Meet the Experts):** 550名以上のエキスパートが臨床の疑問を解決。
- 集合知:** 医師同士の知識と経験を共有する中心機能。
- MEDICAL NEWS:** 診療ノウハウや医療ニュースなどを医師向けに配信。

■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>

【株式会社エモーションテックの概要】

会社名：株式会社エモーションテック

所在地：東京都港区西新橋 1-1-1 WeWork 日比谷 FORT TOWER 11F

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	
<p>メドピア株式会社 広報担当 電話: 03-4405-4905 メール: pr@medpeer.co.jp</p>	<p>株式会社エモーションテック 広報担当 電話: 03-6778-4762 メール: marketing@emotion-tech.co.jp</p>