



MR 実態調査 2022 報告書

2023 年 4 月

公益財団法人 MR 認定センター

はしがき

ICT の普及により製薬企業から医療関係者への情報提供手段が多様化し、医薬品の適正使用に資する情報提供・収集・伝達の主な担い手であった MR の位置づけも変化しつつあります。また医療従事者が必要とする新規医薬品の情報も、医療の高度化、専門化、個別化が進展するに伴い変化してきています。さらに 2021 年以降は新型コロナウイルス感染症対策により、医療機関への訪問、医療従事者との面談が制限され、電子メールやリモート会議ツールを利用した画面越しに MR と医療従事者が面談するなど、コミュニケーション手法も変化しています。

このように MR を取り巻く環境が大きく変化する中、公益財団法人 MR 認定センター（以下センター）は、2022 年に MR 大規模実態調査を行いました。2012 年に MR 誕生 100 周年記念事業の一環として行った MR 実態調査からちょうど 10 年を経た節目です。この間に医療従事者にとっての MR の存在価値がどのように変化したかを把握するとともに、MR が医療従事者から期待される存在であるとする仮説を検証することを本調査の目的としました。調査対象は医師、薬剤師および MR として 3 つの調査を行いました。この報告書は、全調査の結果、医師と MR の対比、薬剤師と MR の対比で注目した点を考察してまとめたものです。

調査結果を総括すれば、時代が変わっても医療従事者が MR との面会に価値があると評価し、適切な情報を正確に、簡潔に伝えてくれることを期待しています。このことに MR は改めて誇りを持ち、自己研鑽に努めるとともに、個々の医療関係者のニーズをより一層的に把握することで医薬品の適正使用に資する活動を目指していただきたいと思います。本報告書がその一助になれば幸いです。

最後に、本調査に協力いただいた医師、薬剤師、センター登録企業の教育研修担当者、MR に心より感謝を申し上げます。

2023 年 4 月

公益財団法人 MR 認定センター
企画部長 小日向 強

目 次

はしがき

目次

MR 実態調査結果まとめ

I. 医師・薬剤師・MR 3 調査まとめ	1
1. 調査結果まとめ ～全体総括～	2
2. まとめ ～医師-MR～	3
3. まとめ ～薬剤師-MR～	5

各調査結果

II. 医師編	9
1. 調査概要	10
2. 調査結果まとめ ～全体総括～	13
3. 層別分析① ～年齢区分別～	17
4. 層別分析② ～施設形態別～	20
5. 設問ごとの集計結果	23
6. 参考① ～年齢区分別集計～	36
7. 参考② ～項目について～	42
III. 薬剤師編	45
1. 調査概要	46
2. 調査結果まとめ ～全体総括～	49
3. 設問ごとの集計結果	52
4. 参考① ～年齢区分別集計抜粋～	67
5. 参考② ～項目について～	72
IV. MR 編	75
1. 調査概要	76
2. 調査結果まとめ ～全体総括～	79
3. 層別分析 ～MR の自己評価の高さ別～	81
4. 設問ごとの集計結果	88
5. 参考 ～項目について～	105

MR 実態調査結果まとめ

I. 医師・薬剤師・MR 3調査まとめ

目次

1. 調査結果まとめ ～全体総括～
2. まとめ ～医師 - MR～
3. まとめ ～薬剤師 - MR～

1. 調査結果まとめ ～全体総括～

結果まとめ

【考察】

MRは医師・薬剤師に対する情報ニーズを的確に認識し、適切な情報提供を行っており、医師・薬剤師の情報に対するニーズは満たされていると推測される。一方、MR評価の付加価値に繋がる『MRを最も頼りにしている情報』に関しては、医師・薬剤師のニーズが満たせていないことが推察される。

今後、医師・薬剤師にとってMRが面会価値を高めるためには、この付加価値となり得る情報“MRからしか得にくい情報”や“時々刻々変化する情報”を医師・薬剤師に提供できるかという点が課題である。

【結果まとめ】

- ① MRとの面会価値は、医師・薬剤師からの評価に比較して、MR自身の評価は低い傾向が見られた。
- ② 医師、薬剤師が『製品の採用・使用前に必要な情報』はMRから欲しいと考えている事が明らかになった。
- ③ MRが認識している“医師・薬剤師から欲しいと思われる情報”と実際に医師・薬剤師から欲しいと思われる情報 ≒ 必要な情報”には、大きな乖離は見られず、相互のニーズ認識はほぼ合っている。
- ④ 一方、医師・薬剤師が“MRを最も頼りにしている情報”とMRが“医師・薬剤師から最も頼りにされている情報”には、やや乖離が見られる。

2. まとめ ～医師 - MR～

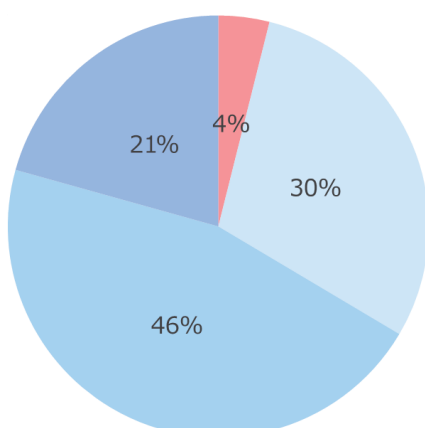
【製品採用・処方前】MRとの面会価値



MRとの面会価値に関しては、『MRが考える医師割合』と『実際の医師割合』には乖離があり、MR自身の評価が低い

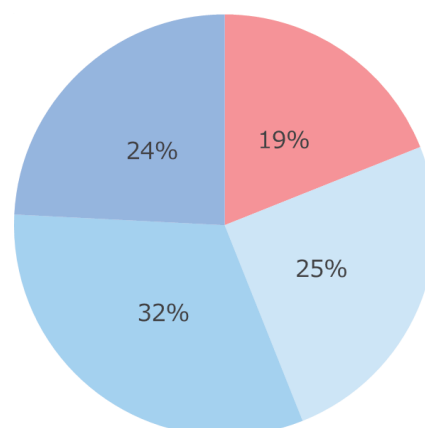
(医師回答)
MRとの面会における価値別医師割合

- 価値がないと思っている医師
- やや価値があると思っている医師
- 価値があると思っている医師
- 非常に価値があると思っている医師



MRが自身の担当医師を100とした場合の
『医師のMRに対する価値別』医師割合

- 価値がないと思っている医師割合
- やや価値があると思っている医師割合
- 価値があると思っている医師割合
- 非常に価値があると思っている医師割合



ギャップ

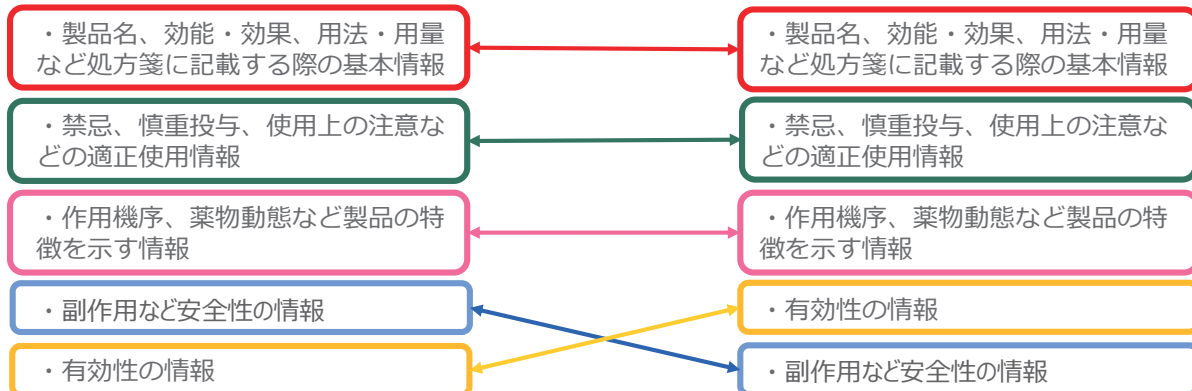
【製品採用・処方前】必要な情報 - MRから欲しい情報



医師が必要と思う情報 ≡ 医師がMRから欲しい情報

医師が必要と
考える情報
【上位5位】

医師がMRから欲しいと
考える情報
【上位5位】



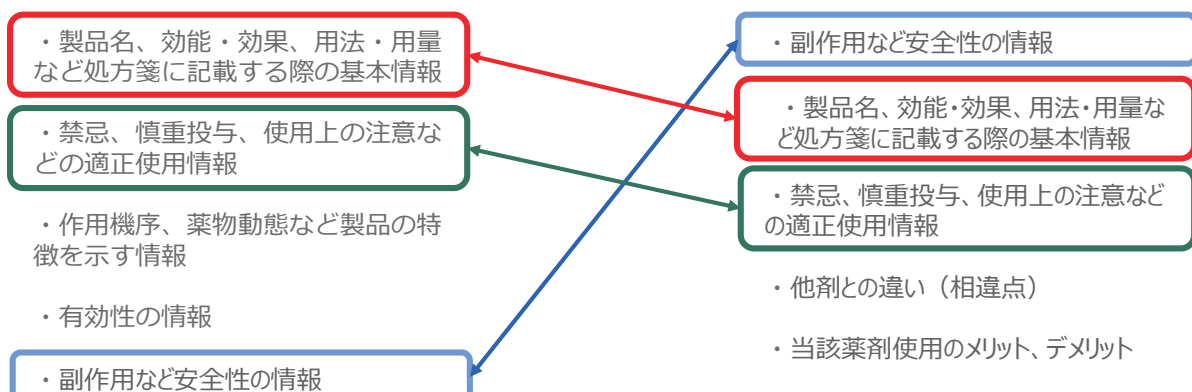
【製品採用・処方前】MRから欲しい情報（医師 - MR）



“医師がMRから欲しいと思う情報”と“MRが考える『医師がMRから欲しいと考えている情報』”に、大きな乖離は見られない

医師がMRから欲しいと
考える情報
【上位5位】

MRが考える
『医師がMRから欲しいと考えている情報』
【上位5位】



【製品採用・処方前】MRを最も頼りにしている情報（医師 - MR）



“医師がMRからの情報と最も頼りにしている情報”と“MRが考える『医師がMRを最も頼りにしている情報』”に、やや乖離が見られる。

- 昨今、話題に上がる出荷調整・欠品等の流通関連情報についても、医師においても上位にあげられ、MRは「医師がMRを最も頼りにしている情報」としてトップであった。

（医師回答）
MRからの情報を最も頼りにしている情報
【上位5位】

- ・ 他施設の薬剤処方状況
- ・ 原料や製品の製造国などの製造関連情報
- ・ 講演会、研究会の案内
- ・ 出荷調整、欠品などの流通関連情報
- ・ 薬剤部・周辺調剤薬局の採用、在庫状況

MRが考える
『医師がMRを最も頼りにしていると思う情報』
【上位5位】

- ・ 出荷調整、欠品などの流通関連情報
- ・ 講演会、研究会の案内
- ・ 副作用など安全性の情報
- ・ 他剤との違い（相違点）
- ・ 当該薬剤使用のメリット、デメリット

3. まとめ ～薬剤師 - MR～

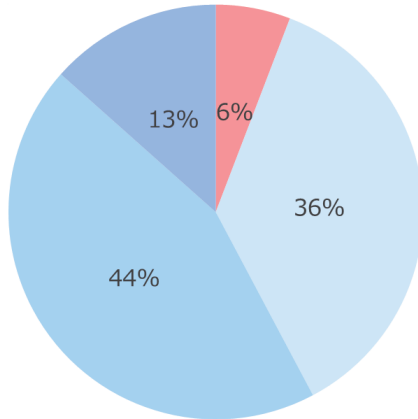
【製品採用・調剤前】MRとの面会価値



MRとの面会価値に関しては、『MRが考える薬剤師割合』と『実際の薬剤師割合』には乖離があり、MR自身の評価が低い

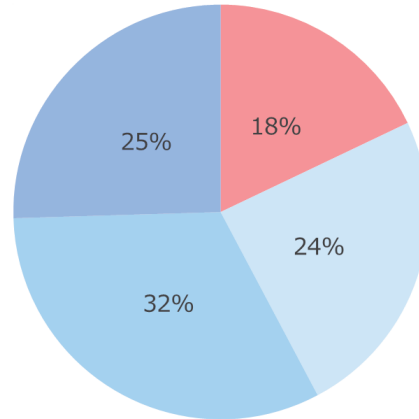
(薬剤師回答)
MRとの面会における価値別薬剤師割合

- 価値がないと思っている薬剤師
- やや価値があると思っている薬剤師
- 価値があると思っている薬剤師
- 非常に価値があると思っている薬剤師



MRが自身の担当薬剤師を100とした場合の
『薬剤師のMRに対する価値別』薬剤師割合

- 価値がないと思っている薬剤師割合
- やや価値があると思っている薬剤師割合
- 価値があると思っている薬剤師割合
- 非常に価値があると思っている薬剤師割合



ギャップ

【製品採用・調剤前】必要な情報 - MRから欲しい情報



薬剤師が必要と思う情報 ≡ 薬剤師がMRから欲しい情報

薬剤師が必要と
考える情報
【上位5位】

・製品名、効能・効果、用法・用量
など処方箋に記載する際の基本情報

・禁忌、慎重投与、使用上の注意な
どの適正使用情報

・作用機序、薬物動態など製品の特
徴を示す情報

・副作用など安全性の情報

・他剤との違い（相違点）

薬剤師がMRから欲しいと
考える情報
【上位5位】

・製品名、効能・効果、用法・用量
など処方箋に記載する際の基本情報

・禁忌、慎重投与、使用上の注意な
どの適正使用情報

・他剤との違い（相違点）

・作用機序、薬物動態など製品の特
徴を示す情報

・副作用など安全性の情報

【製品採用・調剤前】MRから欲しい情報（薬剤師 - MR）



“薬剤師がMRから欲しいと思う情報”と“MRが考える『薬剤師がMRから欲しいと考えている情報』”に、大きな乖離は見られない

薬剤師がMRから欲しいと
考える情報
【上位5位】

MRが考える
『薬剤師がMRから欲しいと考えている情報』
【上位5位】

・製品名、効能・効果、用法・用量
など処方箋に記載する際の基本情報

・製品名、効能・効果、用法・用量
など処方箋に記載する際の基本情報

・禁忌、慎重投与、使用上の注意な
どの適正使用情報

・禁忌、慎重投与、使用上の注意な
どの適正使用情報

・他剤との違い（相違点）

・副作用など安全性の情報

・作用機序、薬物動態など製品の特徴
を示す情報

・作用機序、薬物動態など製品の特徴
を示す情報

・副作用など安全性の情報

・有効性の情報

【製品採用・調剤前】MRを最も頼りにしている情報（薬剤師 - MR）



“薬剤師がMRからの情報と最も頼りにしている情報”と“MRが考える『薬剤師がMRを最も頼りにしている情報』”にやや乖離が見られる。

（薬剤師回答）
MRからの情報を最も頼りにしている情報
【上位5位】

MRが考える
『薬剤師がMRを最も頼りにしている情報』
【上位5位】

・他施設の薬剤処方状況

・出荷調整、欠品などの流通関連情報

・講演会、研究会の案内

・原料や製品の製造国などの製造関連情報

・薬剤部・周辺調剤薬局の採用、在庫状況

・副作用など安全性の情報

・処方経験のある医師から聴取した使用感など
の情報

・他剤との違い（相違点）

・原料や製品の製造国などの製造関連情報

・他施設の薬剤処方状況

各調査結果

II. 医師編

目次

1. 調査概要
2. 調査結果まとめ ～全体総括～
3. 層別分析① ～年齢区分別～
4. 層別分析② ～施設形態別～
5. 設問ごとの集計結果
6. 参考①～年齢区分別集計～
7. 参考②～項目について～

1. 調査概要

調査背景・目的

調査背景

- 近年、創薬モダリティの多様化、医療の専門化、高度化、個別化がますます進展し、医薬品の適正使用情報の収集・報告・伝達についても難易度が高まってきている。
- 現在新型コロナウイルス蔓延により、多くの医療機関がMR訪問規制を行っている。そのためMRが医療従事者にむけて、Face to Faceでの情報提供をしにくくなっている。
- 2012年8月に実施したMR誕生100周年記念「MR実態調査」～医療の一翼を担うMR像に関する調査の設問で、新規薬剤処方の際に影響を与える情報源について順位付けを行ったところ、40代以降の医師ではMRを1位に回答していたが、20～30代の医師では、MRからの情報は3位以降であった。ITの普及がどのように影響するのかが注目されていた。

目的

- 本調査で、MRに対する医療従事者からの期待感を深堀し、今後もMRが医療機関に求められる存在であり続けるための要件を明らかにする。

調査設計

調査地域	全国
調査手法	WEBによるアンケート調査（全国）
調査ボリューム	37問（弊社カウント）※回答時間10分～15分程度の分量
調査期間	2022年2月24日(木)～3月3日(木)

本調査 対象者条件	株式会社ブラメドに登録している調査パネル医師 ※株式会社ブラメドは株式会社インテージヘルスケアの100%子会社です。
本調査 サンプルサイズ	TOTAL : 2,084s

アンケート内容

設問	
Q1	【処方未経験薬剤】必要な情報
Q2	【処方未経験薬剤】最も頼りにしている情報源
Q3	面会したMRの人数／会社数
Q4	MRと面会がない理由
Q5	MRと面会する価値
Q6	「MRの社会的役割」とイメージとの合致度
Q7	【処方未経験薬剤】MRと面会する価値（タイミング別）
Q8	【処方未経験薬剤】最も頼りにする情報源より、MRから得た情報が頼りになった経験
Q9／Q10	【処方未経験薬剤－MRとの面会価に値あり／なし】面会時のMRの態度（タイミング別）
Q11	MRから欲しい情報（タイミング別）
Q12／Q13	【MRとの面会で価値があると思った場合】望ましい聞き取り方／許容できる面会時間
Q14／Q15	不快と思ったMRの有無／不快と思った理由
Q16	適切と思う面会頻度
Q17	MRに最低限必要と思う資質
Q18	MRにとって付加価値となると思われる姿勢や態度、行動（自由回答）
F1	診療科
F2	年代
F3	役職
F4	経営形態
F5	病床数
F6	地域

アンケート回答者および回収期間

	回収対象	回収期間
医師	HP (100床以上) 1326s GP (100床未満) 758s	2022年2月21日～2月28日

アンケート回答者属性

医師	勤務先の形態	病床数別	年代
	HP…………… 1326s	無床(0床)…………… 578s	20代…………… 91s
	GP…………… 758s	1～19床以下…………… 43s	30代…………… 398s
		20～99床)…………… 137s	40代…………… 558s
		100～199床…………… 293s	50代…………… 614s
		200～299床…………… 160s	60代…………… 367s
医師		300～399床…………… 195s	70代以上…………… 56s
		400～499床…………… 182s	
		500床以上…………… 496s	
	診療科系統別	勤務先の経営形態	地域
	内科系…………… 931s	大学病院…………… 616s	北海道…………… 116s
	外科系…………… 380s	国公立病院…………… 325s	東北…………… 122s
医師	その他…………… 755s	一般病院…………… 343s	北関東…………… 90s
	研修医…………… 18s	医院・診療科…………… 789s	京浜…………… 527s
		その他…………… 11s	北陸…………… 129s
			東海…………… 230s
			京阪神…………… 448s
			中国…………… 124s
医師			四国…………… 84s
			九州・沖縄…………… 214s

診療科系統の内訳

医師

内科系 931s	外科系 380s	その他系 755s
一般内科…………… 355s	一般外科…………… 50s	産婦人科…………… 58s
腫瘍内科…………… 11s	心臓血管外科…………… 15s	皮膚科…………… 65s
循環器内科…………… 115s	血管外科…………… 1s	泌尿器科…………… 68s
消化器内科…………… 110s	消化器外科…………… 63s	耳鼻咽喉科…………… 69s
肝臓内科…………… 4s	呼吸器外科…………… 16s	精神科…………… 134s
呼吸器内科…………… 78s	整形外科…………… 138s	眼科…………… 77s
感染症科…………… 8s	形成外科・美容外科…………… 17s	小児科…………… 110s
血液内科…………… 25s	脳神経外科…………… 64s	リハビリテーション科…………… 15s
内分泌科・代謝内科…………… 27s	乳腺外科…………… 13s	放射線科…………… 37s
糖尿病内科…………… 53s	小児外科…………… 3s	麻酔科・ペインクリニック科…………… 74s
膠原病科…………… 9s	口腔外科…………… 0s	緩和ケア科…………… 11s
リウマチ科…………… 24s		救急医療科…………… 18s
アレルギー科…………… 1s		集中治療科…………… 6s
腎臓内科…………… 47s		病理診断科…………… 8s
透析科…………… 15s		その他…………… 5s
脳神経内科…………… 49s		

2. 調査結果まとめ ～全体総括～

以下スライド（p14を除く）のグラフ内数値は全て百分率（%表記）です。

考察まとめ

- ① 約9割の医師がMRとの面会に価値があると回答。医師が持つMRのイメージとMRの社会的役割とのギャップはなく、医療を提供する担い手の一部としてイメージされていた。
- ② MRとの面会価値の有無を決定づけるのは簡潔に正確に適切な情報提供ができるかどうかであった。
- ③ MRとの面会の価値の高さは、MRへの信頼度の高さが反映していると考えられる。
- ④ 医師にとって優先度の高いニーズに合致するだけでなく、MRからしか得にくい、変化する幅広い情報を提供することがMRの付加価値につながる事が推察された。

考察①



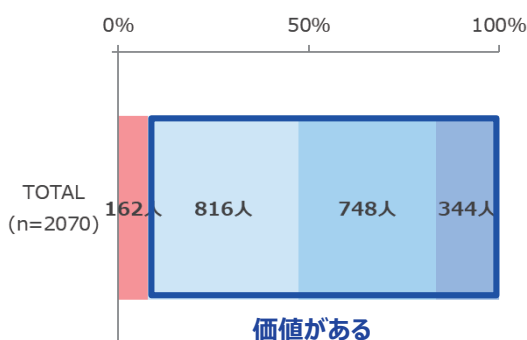
約9割の医師がMRとの面会に価値があると回答。医師が持つMRのイメージとMRの社会的役割とのギャップはなく、医療を提供する担い手の一部としてイメージされていた。

- 約9割の医師がMRと面会する価値があると回答していた。
- MRの社会的役割に対する医師の持つイメージとの合致度、適切な医療を届けるうえでの合致度は高く、医師のイメージとMRの社会的役割にギャップはなかった。

MRと面会する価値

Q5

■ 価値がない ■ やや価値がある ■ 価値がある ■ 非常に価値がある



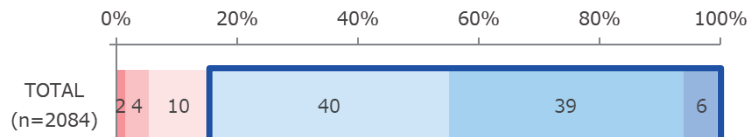
自身のMRのイメージとの合致度

Q6

<MRの社会的役割>

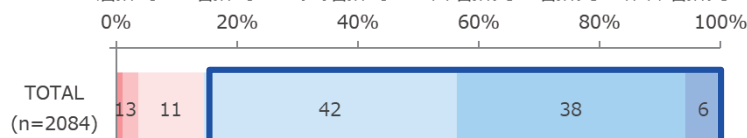
企業を代表し、医薬品の適正使用並びに薬物療法の向上に貢献するために医療従事者に対して医薬品の品質・有効性・安全性等に関する情報の提供と収集を行い、それに基づいて企業が分析した情報を伝達することを主な業務としている

■ まったく合致しない ■ 合致しない ■ あまり合致しない ■ やや合致する ■ 合致する ■ 非常に合致する



適切な医療を届けるうえでの合致度

■ まったく合致しない ■ 合致しない ■ あまり合致しない ■ やや合致する ■ 合致する ■ 非常に合致する



約8割が合致すると回答
(ギャップがない)

考察②

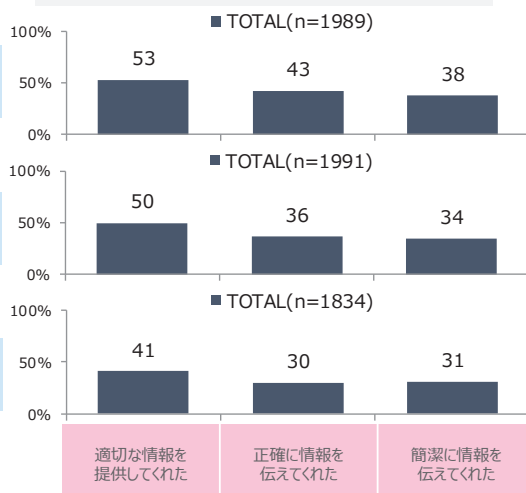


MRとの面会価値の有無を決定づけるのは簡潔に正確に適切な情報提供ができるかどうかであった。

- 価値のある面会でのMRの態度として多く挙げられていたのが「情報が適切／正確／簡潔」。
- 一方、価値のなかった面会でのMRの態度として挙げられていたのは「期待していた情報内容ではなかった／情報内容が期待外れ」。

Q9

面会に価値のあるMRの態度



タイミング①
製品の採用／処方を
経験する前

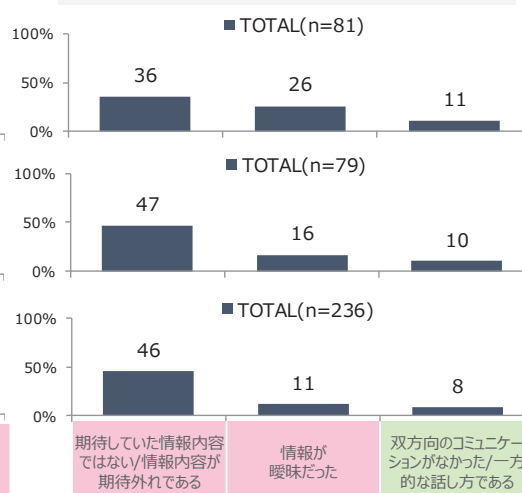
タイミング②
製品の処方を
経験しはじめた頃

タイミング③
製品の処方を
経験し慣れた後

※医師タイミング①②③合算
TOTAL降順 上位3項目

Q10

面会に価値のないMRの態度



※ベース：MRについて認知あり&MRとの面会に価値があると回答

※ベース：MRについて認知あり&MRとの面会に価値がないと回答

株式会社インテジヘルスケア

Copyright © INTAGE Healthcare Inc. All Rights Reserved. 13

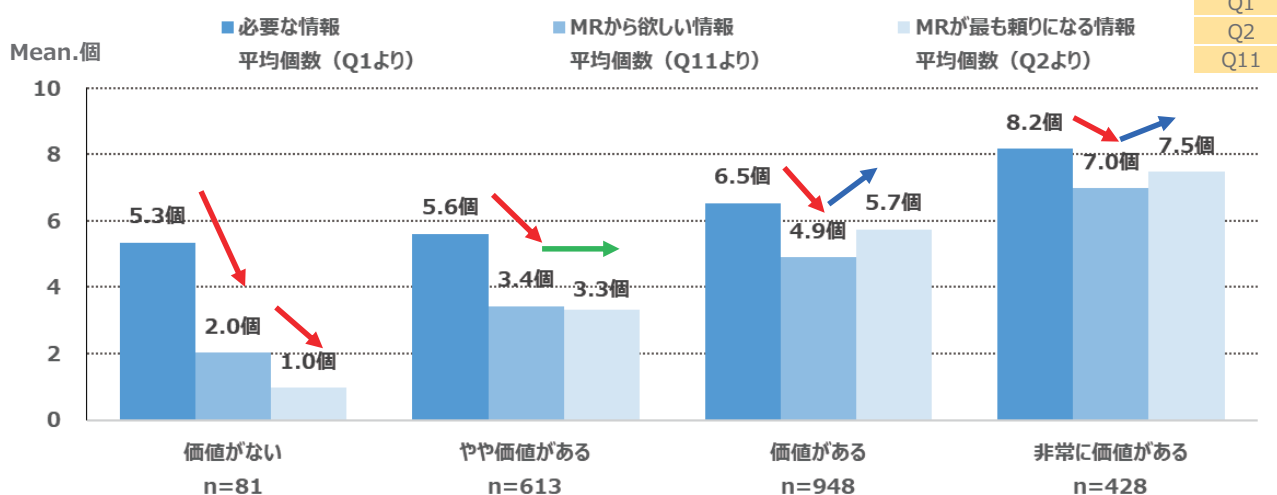
考察③



MRとの面会の価値の高さは、MRへの信頼度の高さが反映していると考えられる。

- MRとの面会に対する価値が高くなるにつれ、医師が医薬品の採用や処方に必要と考える情報の種類は多くなくなるだけでなく、MRからも欲しい情報の種類も、MRが最も頼りになる情報の種類も増加する。
- MRから欲しい情報の数とMRが最も頼りになる情報の数を比較すると、「価値がある」「非常に価値がある」とした医師では、MRが最も頼りになる情報の数が上回った。

タイミング①：製品の採用／処方を経験する前 MRとの面会に対する価値別



株式会社インテジヘルスケア

Copyright © INTAGE Healthcare Inc. All Rights Reserved. 14

考察④



MRがより必要になる活動としては、基本的情報を伝えるだけでなく、“MRからしか得にくい情報”や“時々刻々変化する情報”を伝えられる事であると考えられる。

- 「製品の基本情報」、「適正使用情報」といった基本的な情報についてのニーズが高く、MRからの情報提供もそれが求められる結果となった。
- MRを最も頼りにしている情報としては、MRからしか得にくい情報や流動的な情報が高い結果となった。



本調査結果から、上記のような関係性が見え、その内容から以下のような違いが見いだされた。

必要とし求めている情報は、製品の基本情報を中心に薬物治療に直接影響する処方に関わる情報で、変化の少ないものであり、MRを最も頼りにする情報は、MRからしか得にくい情報、つまり時々刻々変化するような流動的な情報であったり、MRを介して丁寧な説明を必要とするものであった。このような流動的な情報もカバーして提供するとMRとしての価値が高まると考えられる。

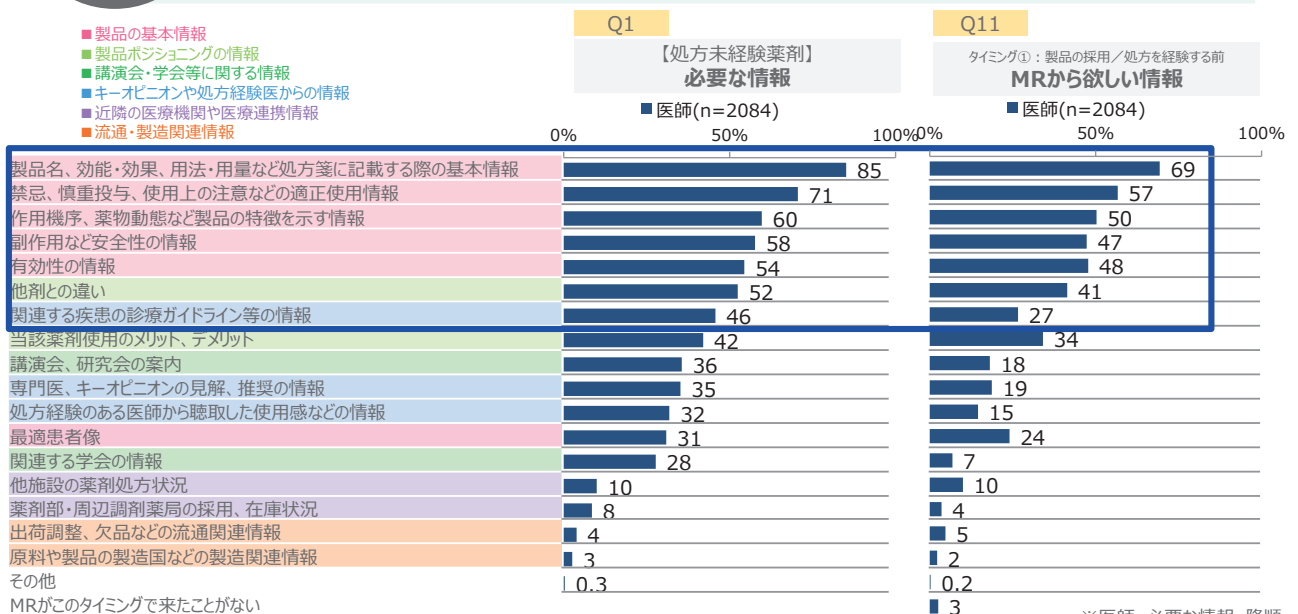
ただし、すべての質問項目で上位にあげられたのは、副作用に関する情報と他剤との違いで医療において常に必要かつ重要で、関心の高い情報であることが分かった。

考察④ - 根拠①



「医師が必要な情報」と「MRから欲しい情報」はほぼ一致し、「製品の基本情報」についてのニーズが高い結果となった。

- 医師が必要と考えている情報は「製品の基本情報・安全性・適正使用情報」が85%とトップで、MRから欲しい情報としても69%とトップであった。



考察④ - 根拠②



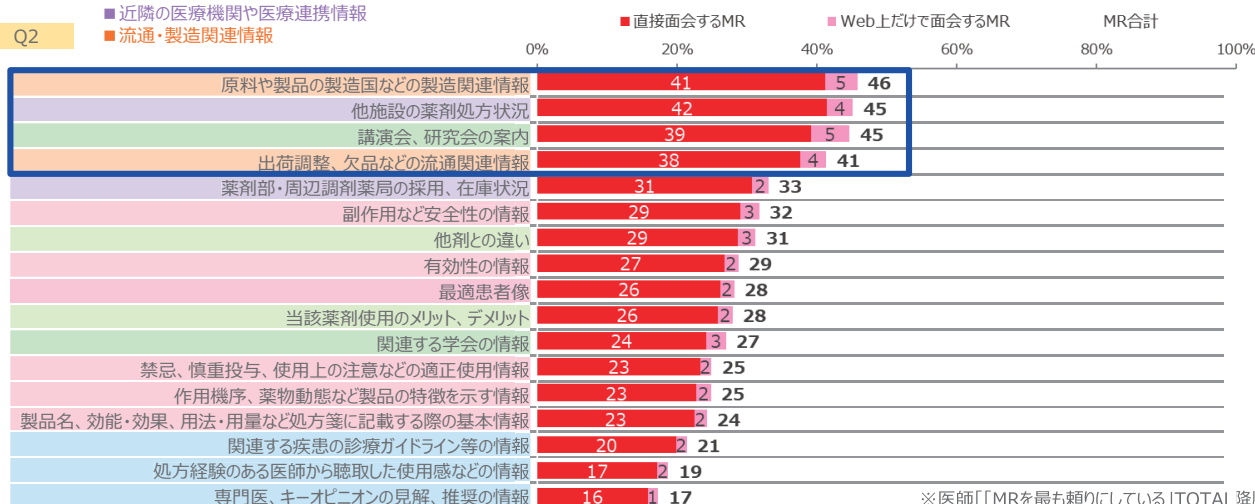
MRを最も頼りにしている情報は、「原料や製品の製造国等の製造関連情報」。次いで、「他施設の薬剤処方状況」「講演会、研究会の案内」「出荷調整、欠品などの流通関連情報」が続いた。医師が求めている情報に対して、MRは情報源として一定の信頼がある

- MRを最も頼りにしている情報としては、MRからしか得にくい情報や流動的な情報が高い結果となった。

- 製品の基本情報
- 製品ポジショニングの情報
- 講演会・学会等に関する情報
- キーオピニオンや処方経験医からの情報
- 近隣の医療機関や医療連携情報
- 流通・製造関連情報

医師(n=2070)

Q2



※医師「MRを最も頼りにしている」TOTAL降順
※ベース：MRについて認知あり

株式会社インテージヘルスケア

Copyright © INTAGE Healthcare Inc. All Rights Reserved.

17

3. 層別分析① ～年齢区分別～

以下スライドのグラフ内数値は全て百分率（%表記）です。

株式会社インテージヘルスケア

Copyright © INTAGE Healthcare Inc. All Rights Reserved.

18

考察⑤

10年前

薬剤を新たに
処方する際に最も
影響を与える情報源

現在

【処方未経験薬剤】
最も頼りにしている
情報源_情報合算



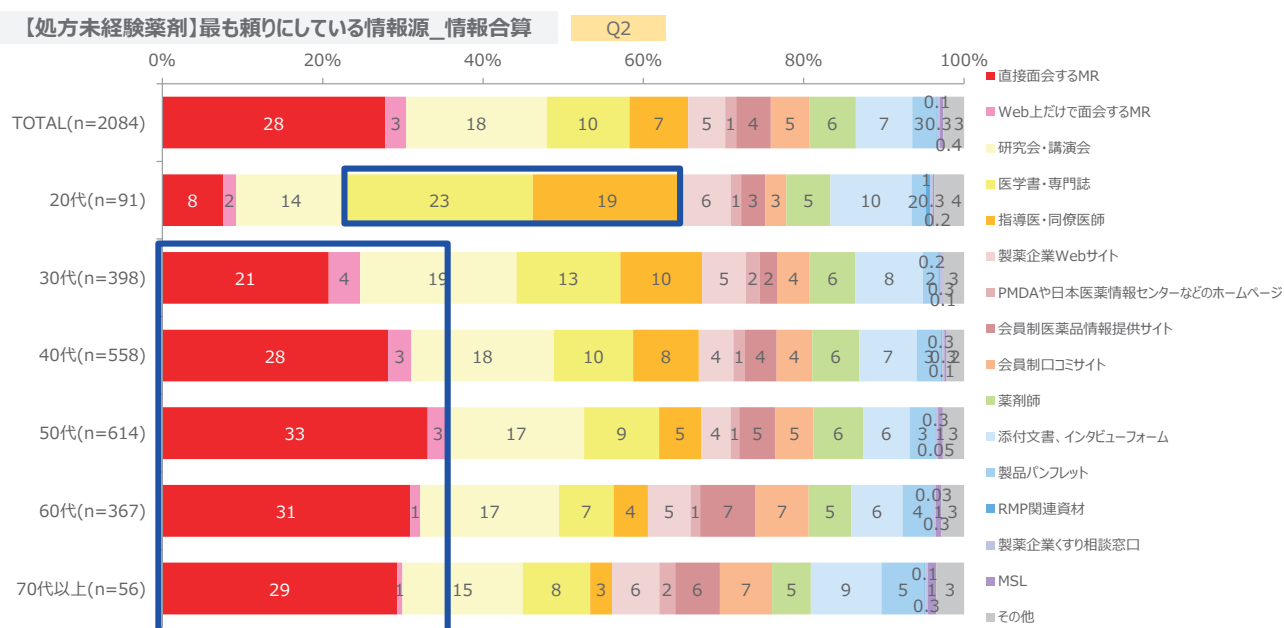
■ 2012年に40歳代以上の医師は10年経過し、ICTの普及により情報提供・収集の手法に多くの選択肢が生まれてきても、**変わらずMRが最も頼りになる情報源であった。**

■ 2012年に20～30歳代であった医師の動向が注目されたが、こちらも10年後の本調査でMRの割合が最も高くなり、医師経験を重ねる中でMRとの接点が増加し、**次第にMRへの信頼が高まること**が推察された。

本調査の全体総括の内容も踏まえると、必要とする情報だけでなく**MRが最も頼りになる流動的な情報**も含めて提供することで、ICTとの差別化が図れる可能性が考えられた。

考察⑤ - 根拠① 【処方未経験薬剤】最も頼りにしている情報源_情報合算

- 最も頼りにする情報源において、20歳代以外で最も多いのが「MR」であった。20歳代では「医学書・専門書」が最も多く、次に「指導医・同僚医師」が続いた。
- 一方、30歳代以降では「医学書・専門書」と「指導医・同僚医師」の割合が漸減し、医師経験を積むにつれ、教科書的な内容よりも更新される知識に関心が高くなりMRへの信頼が高まることが想定された。

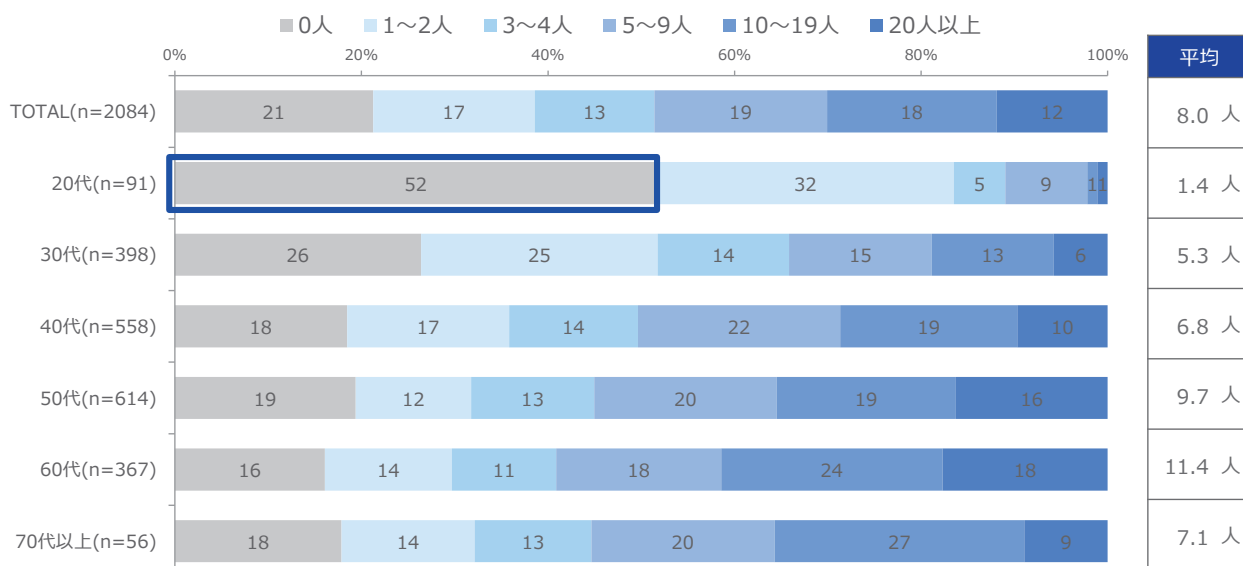


考察⑤ - 根拠② 面会したMR数（最近6か月）

- 面会したMRの人数を年齢区別にみると、20歳代のみ0人が50%を超えており、平均面会人数も比較的小さいことが分かった。
- このことから20歳代の医師がMRの存在意義を感じられず、MRを最も頼りにする情報源にすることが少ない要因の一つになりうると考えられた。

面会したMR数（最近6か月間）

Q3



株式会社インテージヘルスケア

Copyright © INTAGE Healthcare Inc. All Rights Reserved.

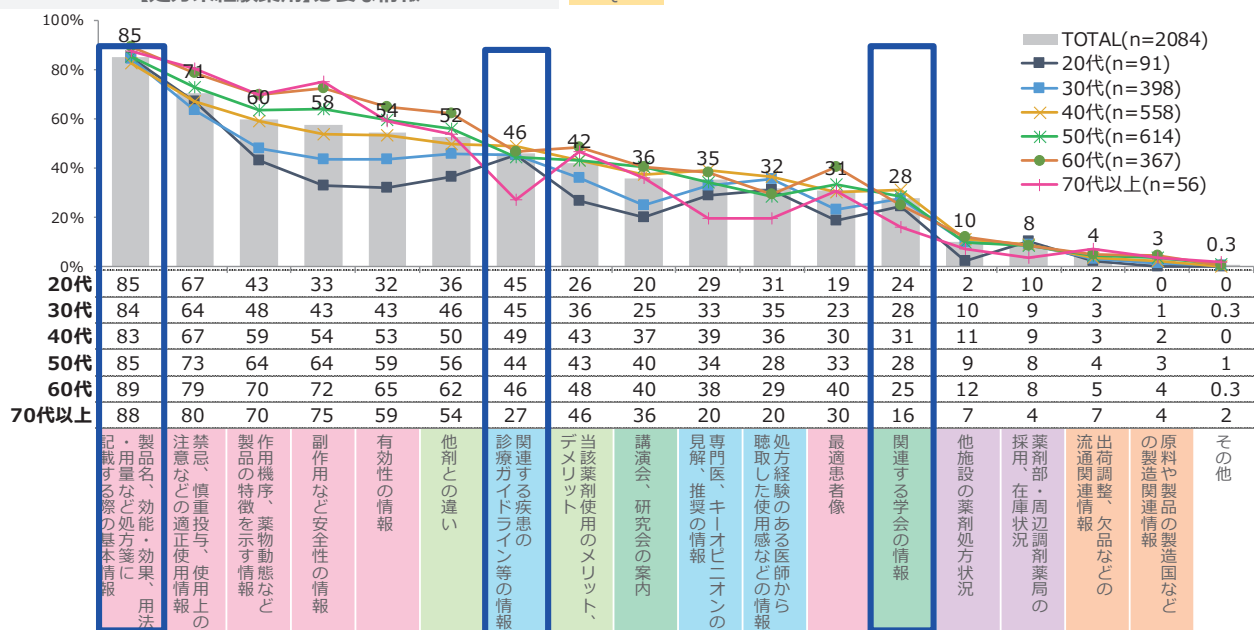
21

考察⑤ - 根拠③ 【処方未経験薬剤】必要な情報

- 処方未経験薬剤を処方する際に必要な情報として、全体的に20歳代・30歳代が他の年代に比べて低い項目が散見された。
- 経験が浅いほど、ガイドライン等に従って定型どおり処方することに関心があり、医師経験を積むにつれて処方に裁量が生まれ、さまざまな情報に関心を寄せていく傾向にあると考えられた。

【処方未経験薬剤】必要な情報

Q1



株式会社インテージヘルスケア

Copyright © INTAGE Healthcare Inc. All Rights Reserved.

22

4. 層別分析② ～施設形態別～

以下スライドのグラフ内数値は全て百分率（%表記）です。

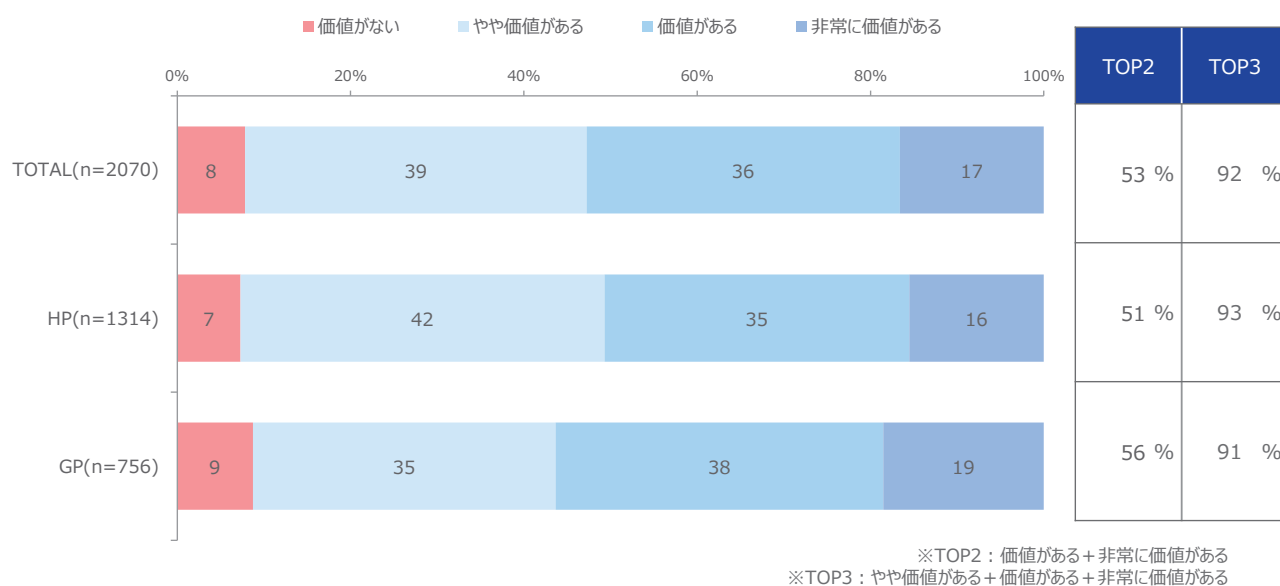
考察⑥

- MRとの面会に価値があると考える医師の割合およびMRを最も頼りにする情報項目の優先順はHP、GPで同等であった。
- HPとGPで傾向が異なったのは最も頼りになる情報源で、MRを選択した医師の割合がGPの方が高かった。
- 考えられる要因として、GP医師はHP医師に比べ、同僚医師や薬剤師など他の医療関係者との接点が少ないことから情報源としてMRがより重要な役割を担っていることが考えられた。

	HP 医師	GP 医師
MRが最も頼りと考えている医師割合	27%	36%
MRを最も頼りにする割合が高い情報項目	同じである	
MRとの面会に価値があると考えている医師割合	93%	91%

考察⑥ - 根拠① MRと面会する価値

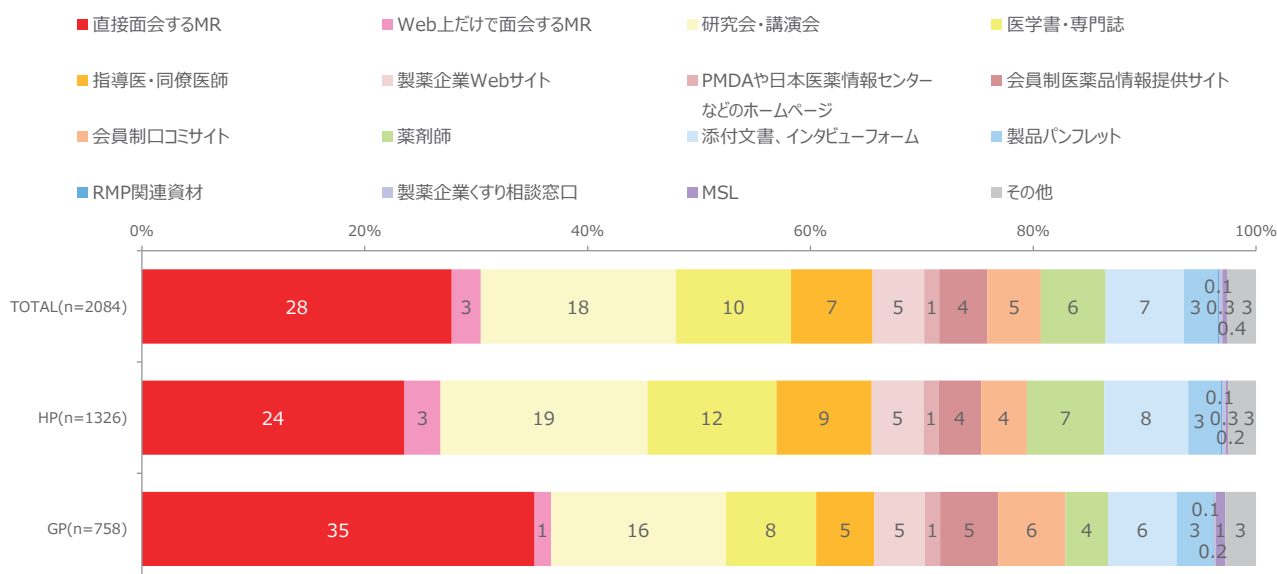
- MRと面会する価値について、HPとGPで差は見られなかった。
- 価値がある（やや価値がある～非常に価値がある）と回答した医師はHPで93%、GPで91%であった。



Q5 先生は、MRと面会する価値があると思われますか。

考察⑥ - 根拠② 【処方未経験薬剤】最も頼りにしている情報源_情報合算

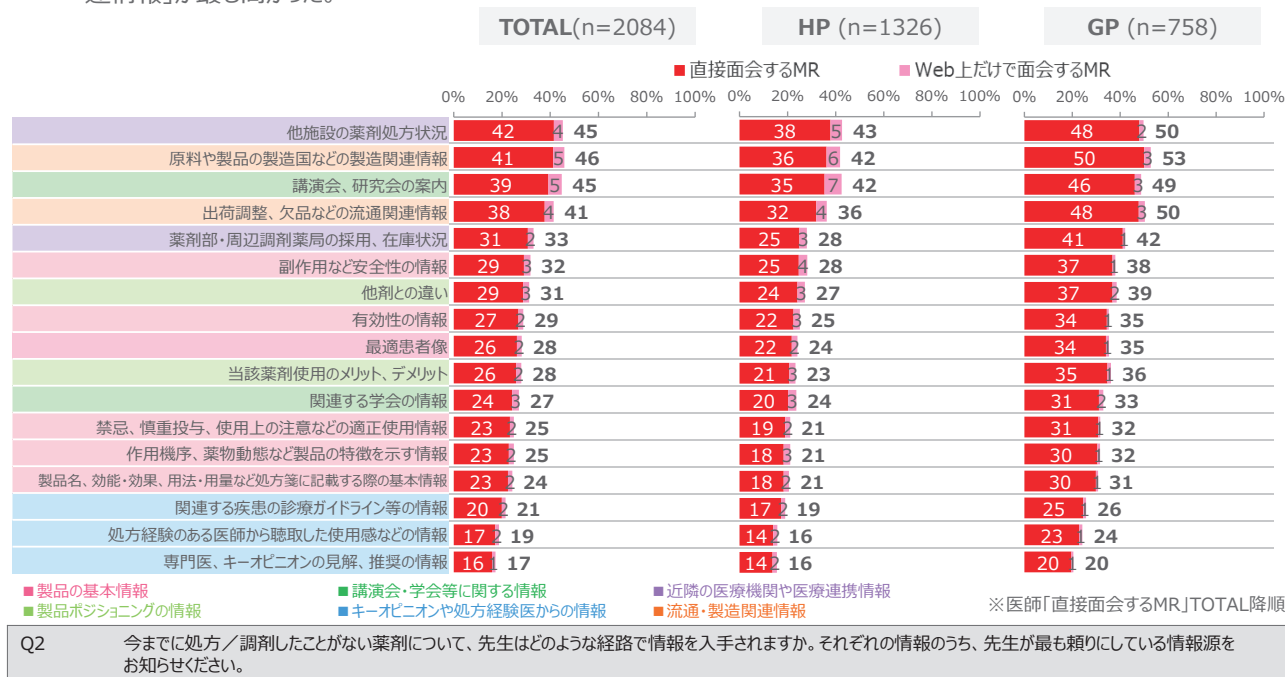
- 情報(項目をすべて合算)の最も頼りにしている情報源としてMR(直接面会するMR＋Web上だけで面会するMR)を選択した医師は、HPに比べGPの方が高かった。
- その他に差が大きかったのは医学書・専門書、薬剤師の割合で、GPの方が低い結果であった。



Q2 今までに処方／調剤したことがない薬剤について、先生はどのような経路で情報を入手されますか。それぞれの情報のうち、先生が最も頼りにしている情報源をお知らせください。

考察⑥ - 根拠③【処方未経験薬剤】最も頼りにしている情報源_MR

- 各情報別にMRを最も頼りにしている医師割合を多いものから降順に並べたとき、HP、GPとも順位に大きな違いは見られなかった。いずれも特にトップ4項目についてMRを最も頼りにしている割合が高かった。
- トップ4項目の順には違いがあり、HPでは「他施設の薬剤処方状況」が、GPでは「原料や製品の製造国などの製造関連情報」が最も高かった。



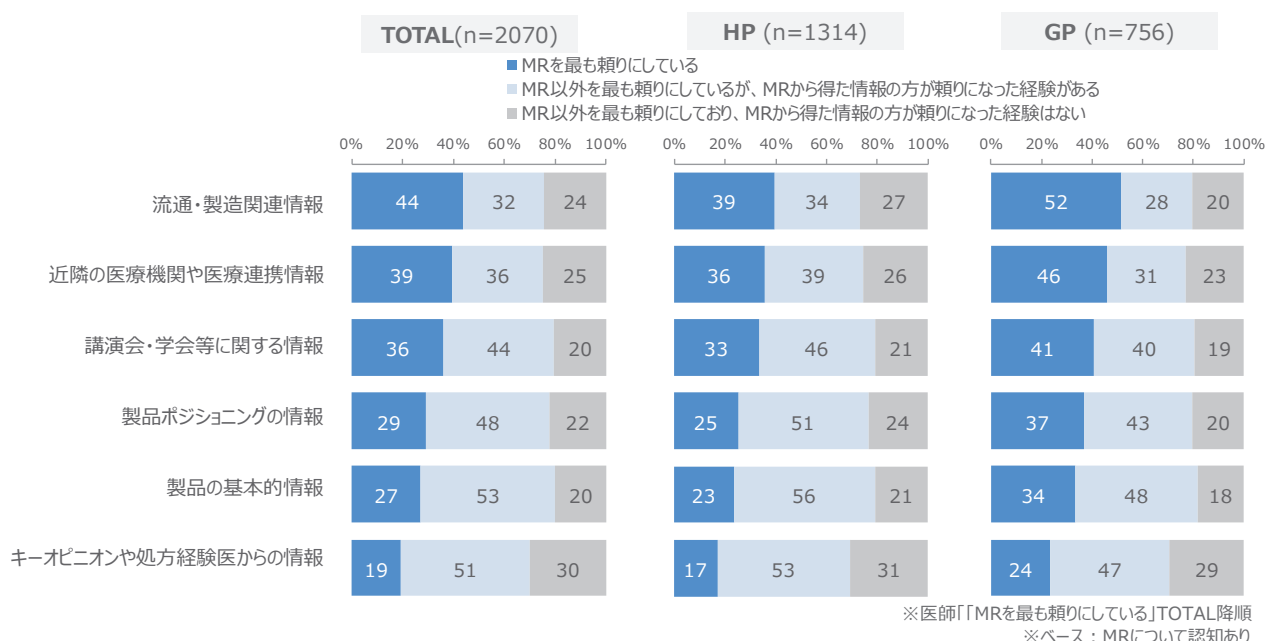
株式会社インテージヘルスケア

Copyright © INTAGE Healthcare Inc. All Rights Reserved.

27

考察⑥ - 根拠④【処方未経験薬剤】最も頼りにする情報源より、MRから得た情報が頼りになった経験_情報合算

- すべての情報で「MRを最も頼りにする」割合はGPの方が高かった。
- 一方で、「MRが頼りになった経験がない」の割合は、すべての情報においてHP、GPともに2～3割であった。GPの方がやや低いものの大きな違いは見られなかった。



株式会社インテージヘルスケア

Copyright © INTAGE Healthcare Inc. All Rights Reserved.

28

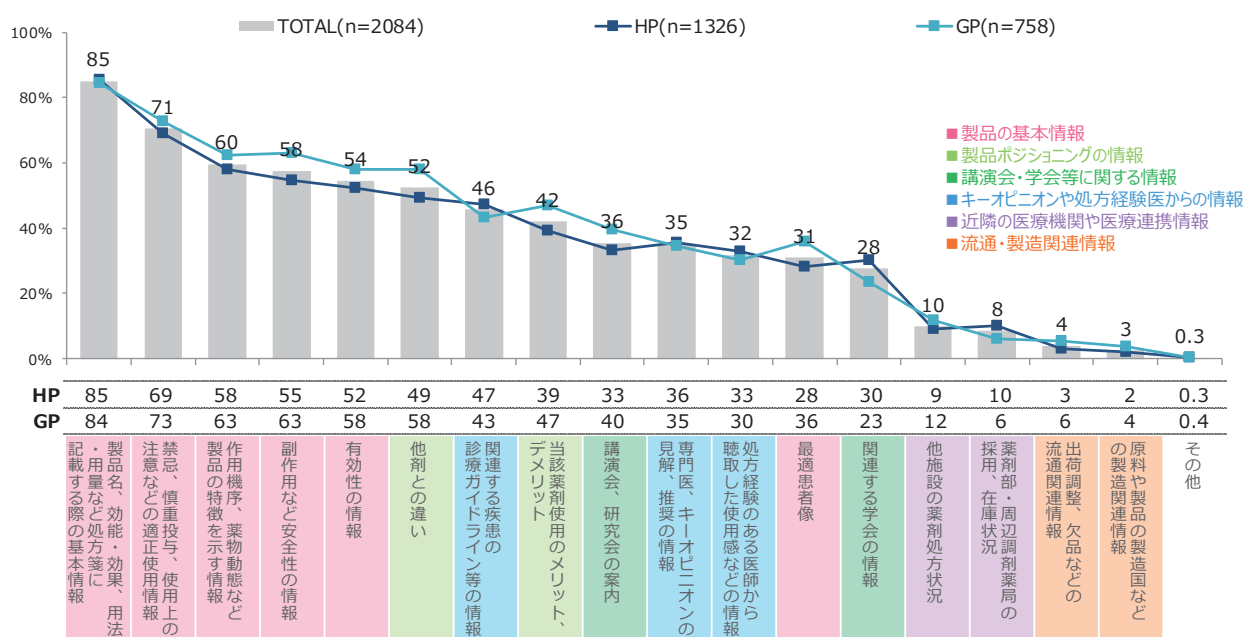
5. 設問ごとの集計結果

以下スライドのグラフ内数値は全て百分率（%表記）です。

医師

Q1 【処方未経験薬剤】必要な情報

- HP、GPともに必要な情報として最も選択されていたのは「製品名、効能・効果、用法・用量など処方箋に記載する際の基本情報」であり、約85%であった。次いで「禁忌、慎重投与、使用上の注意などの適正使用情報」が続いた。



※医師TOTAL降順

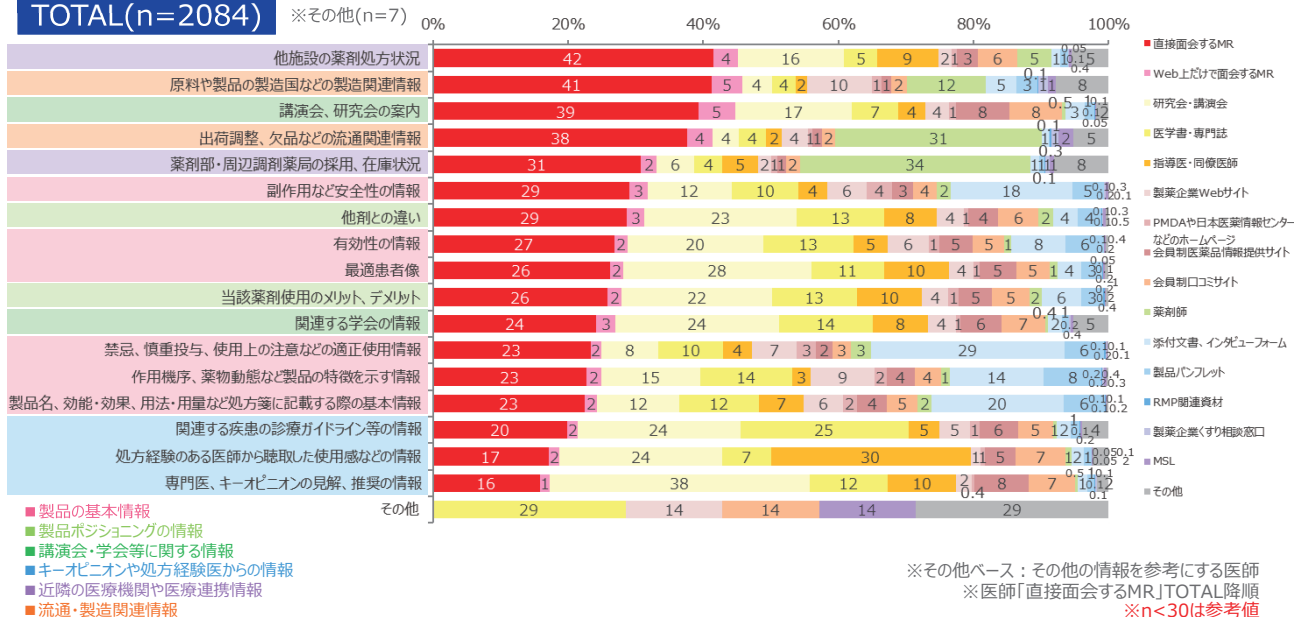
Q1 今までに処方／調剤したことがない薬剤について、先生はどのような情報を参考にされますか。先生が必要だと思う情報をお知らせください。

Q2 【処方未経験薬剤】最も頼りにしている情報源_TOTAL

- 情報別に最も頼りにしている情報源を確認したところ、直接面会するMRを最も頼りにしている医師が多かった情報は「他施設の薬剤処方状況」であり、42%であった。続いて、「原料や製品の製造国などの製造関連情報」で41%、「講演会、研究会の案内」で39%であった。

TOTAL(n=2084)

※その他(n=7)



Q2 今までに処方／調剤したことがない薬剤について、先生はどのような経路で情報を入手されますか。それぞれの情報のうち、先生が最も頼りにしている情報源をお知らせください。

株式会社インテージヘルスケア

Copyright © INTAGE Healthcare Inc. All Rights Reserved.

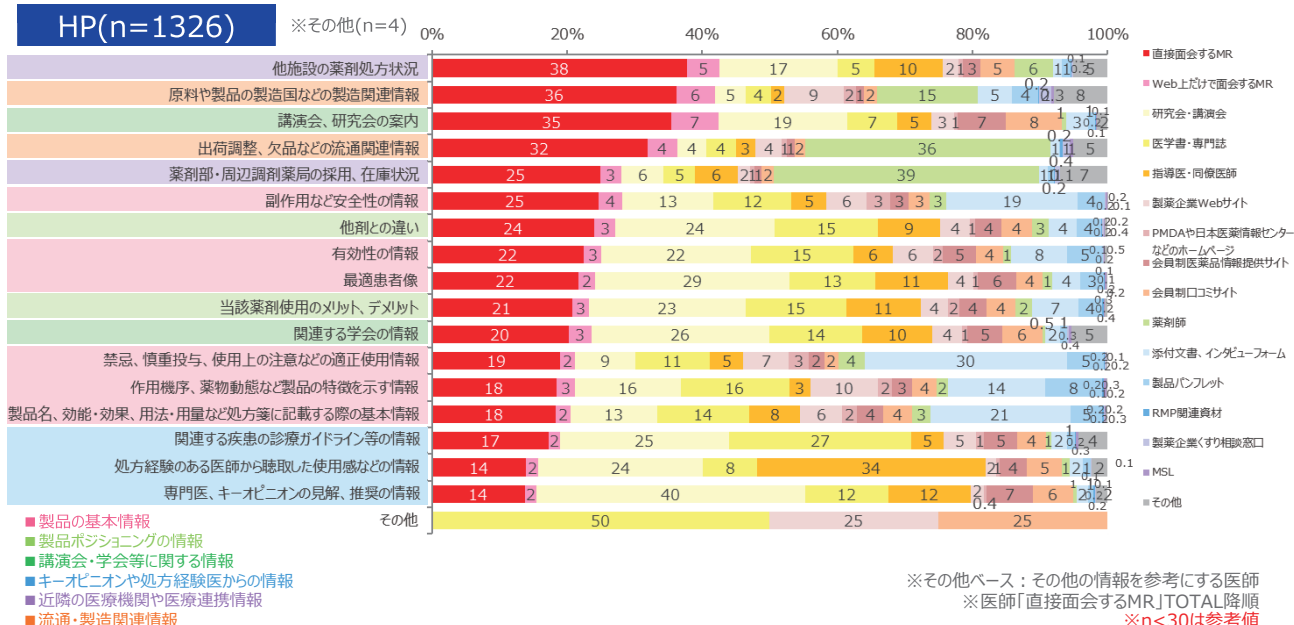
31

Q2 【処方未経験薬剤】最も頼りにしている情報源_HP

- 情報別に最も頼りにしている情報源を確認したところ、直接面会するMRを最も頼りにしている医師が多かった情報は「他施設の薬剤処方状況」であり、38%であった。続いて、「原料や製品の製造国などの製造関連情報」で36%、「講演会、研究会の案内」で35%であった。

HP(n=1326)

※その他(n=4)



Q2 今までに処方／調剤したことがない薬剤について、先生はどのような経路で情報を入手されますか。それぞれの情報のうち、先生が最も頼りにしている情報源をお知らせください。

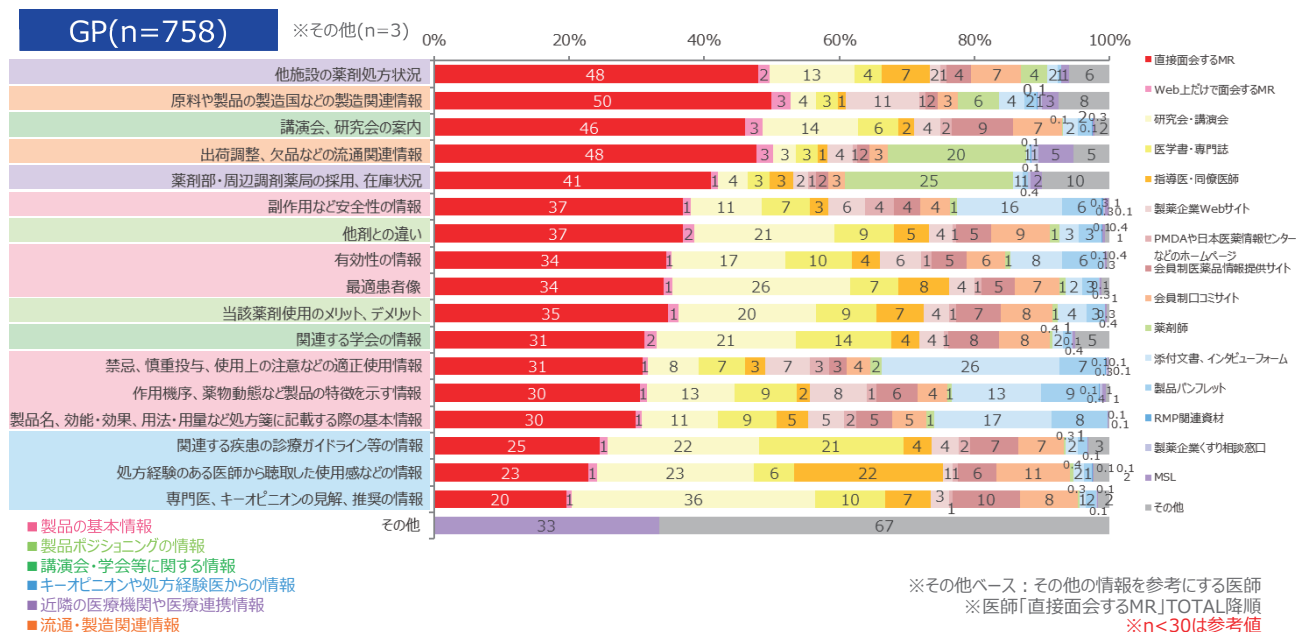
株式会社インテージヘルスケア

Copyright © INTAGE Healthcare Inc. All Rights Reserved.

32

Q2 【処方未経験薬剤】最も頼りにしている情報源_GP

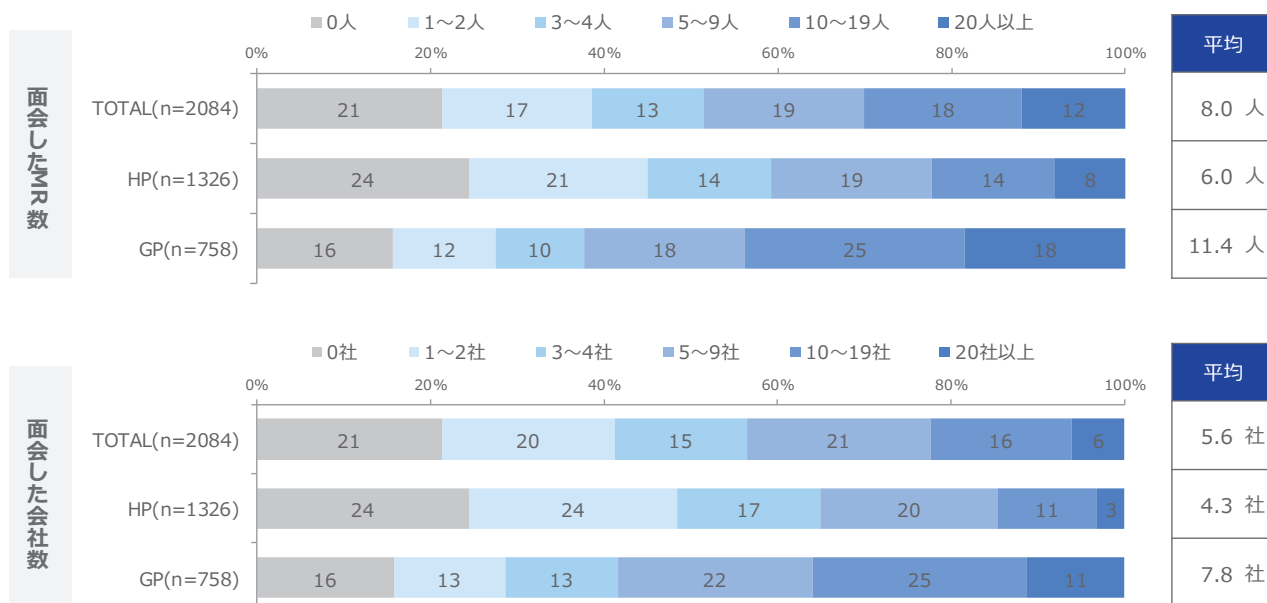
- 情報別に最も頼りにしている情報源を確認したところ、直接面会するMRを最も頼りにしている医師が多かった情報は「原料や製品の製造国などの製造関連情報」であり、50%であった。続いて、「他施設の薬剤処方状況」と「出荷調整、欠品などの流通関連情報」で48%、「講演会、研究会の案内」で46%であった。



Q2 今までに処方／調剤したことがない薬剤について、先生はどのような経路で情報を入手されますか。それぞれの情報のうち、先生が最も頼りにしている情報源をお知らせください。

Q3/Q3SQ1 最近6か月間に面会したMRの人数／会社数

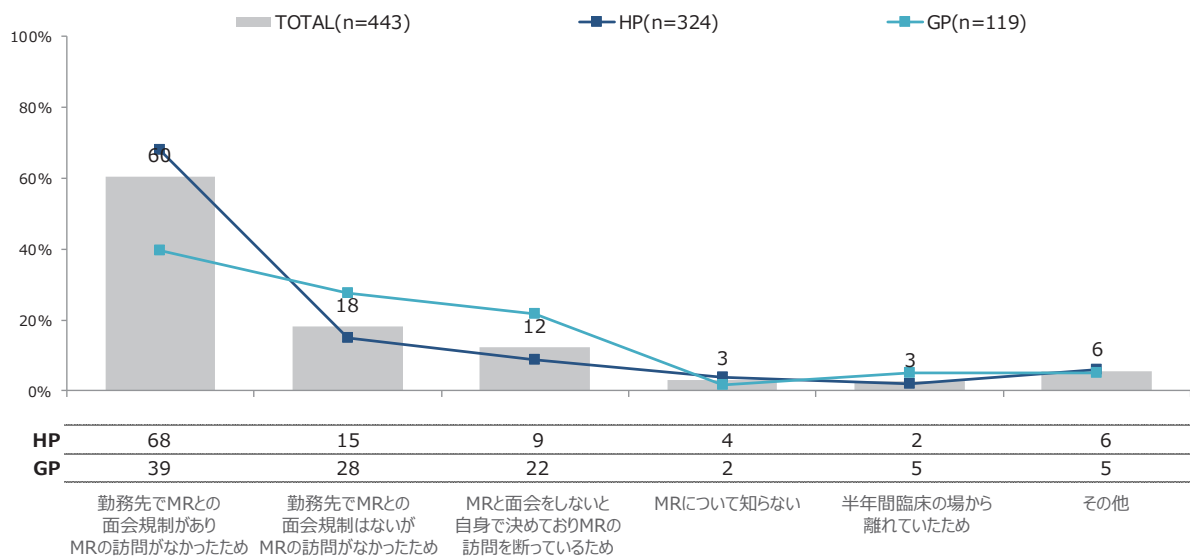
- 最近6か月間に面会したMR数の平均はHPで6.0人、GPで11.4人であった。
- 最近6か月間に面会した会社数の平均はHPで4.3社、GPで7.8社であった。



Q3 先生ご自身が、最近6ヶ月間に面会したMR数についてお知らせください。
Q3SQ1 先生ご自身が、最近6ヶ月間に面会した会社数についてお知らせください。

Q4 MRと面会がない理由

- MRとの面会がない理由として最も多かったのはHP、GPともに「勤務先でMRとの面会規制がありMRの訪問がなかったため」であった。

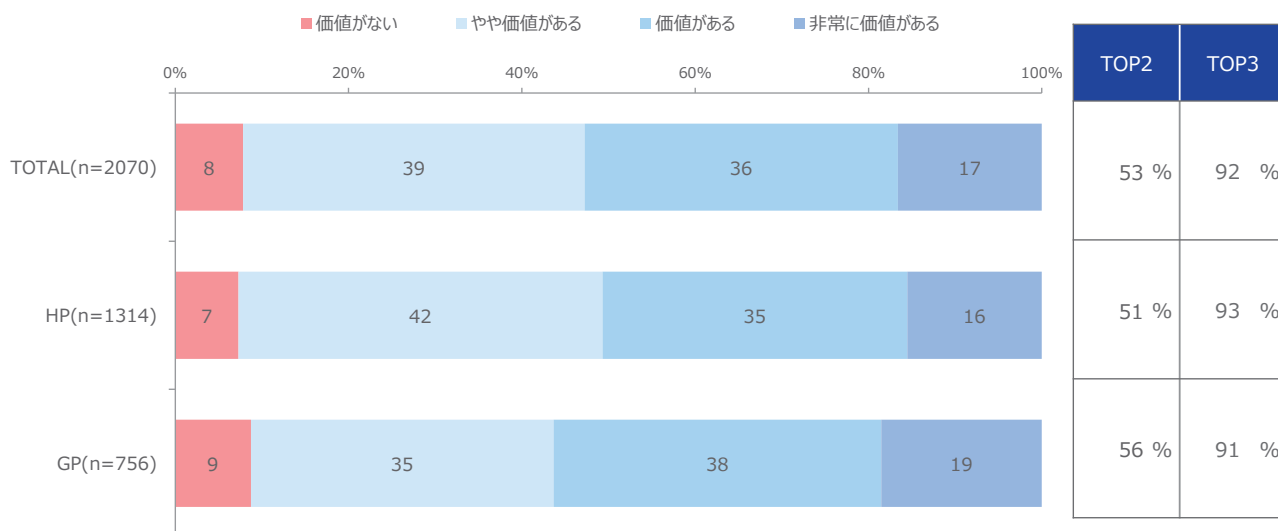


※ベース：MRとの面会なし
※医師TOTAL降順

Q4 先生は、MRと面会していないとお答えになりました。なぜ会われていないのか、当てはまるものをお知らせください。

Q5 MRと面会する価値

- MRと面会する価値について、HPとGPで差は見られなかった。
- 価値がある（やや価値がある～非常に価値がある）と回答した医師はHPで93%、GPで91%であった。



※TOP2：価値がある＋非常に価値がある
※TOP3：やや価値がある＋価値がある＋非常に価値がある

※ベース：MRについて認知あり

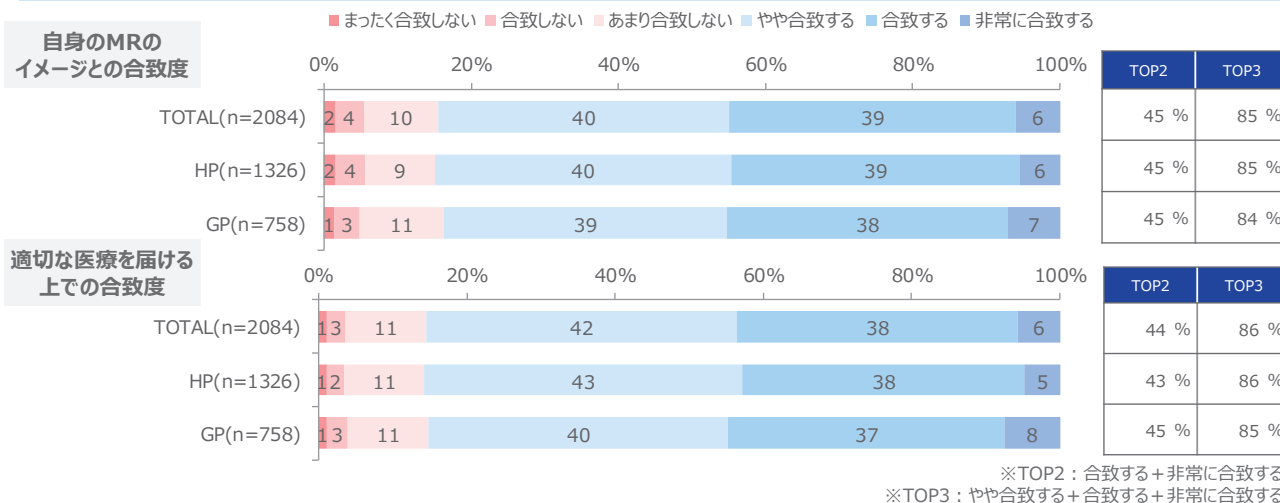
Q5 先生は、MRと面会する価値があると思われますか。

Q6 「MRの社会的役割」とイメージとの合致度

- 「MRの社会的役割」とイメージとの合致度において、HPとGPでの差は見られなかった。
- “自身のMRのイメージとの合致度”のTOP2割合（合致する＋非常に合致する）はHP、GPいずれも45%であった。
- “適切な医療を届ける上での合致度”のTOP2割合はHPで43%、GPは45%であった。

＜MRの社会的役割＞

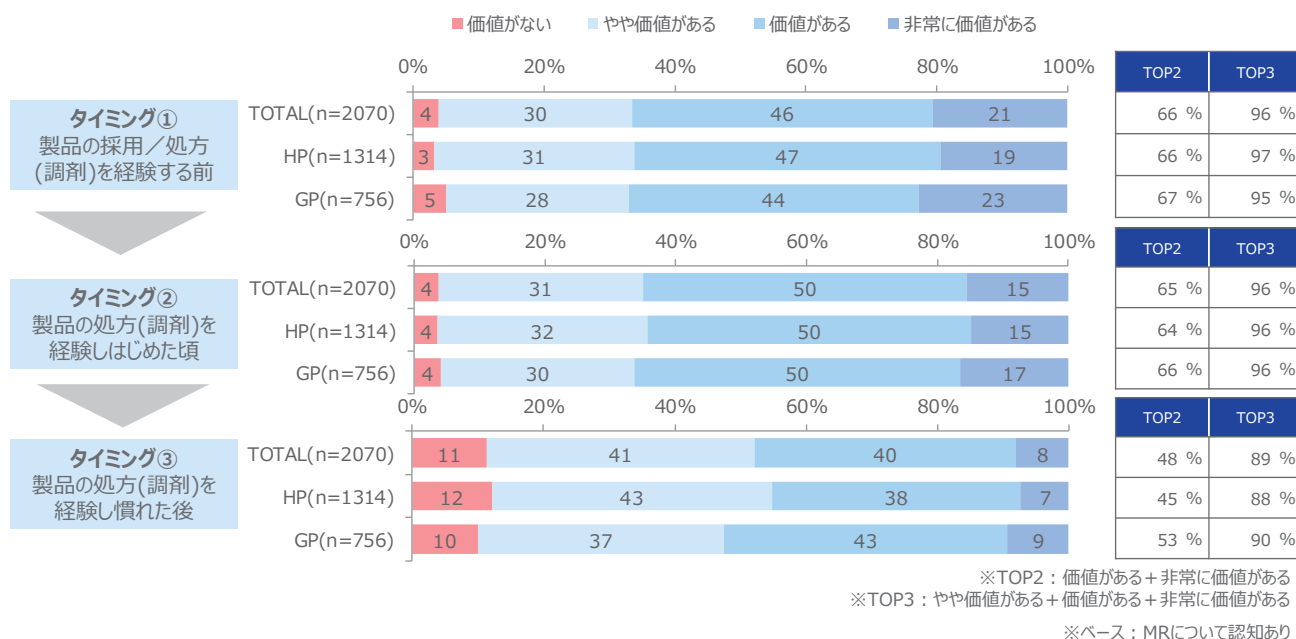
企業を代表し、医薬品の適正使用並びに薬物療法の向上に貢献するために医療従事者に対して医薬品の品質・有効性・安全性等に関する情報の提供と収集を行い、それに基づいて企業が分析した情報を伝達することを主な業務としている



Q6 下記のMRの社会的な役割をお読みになり、先生ご自身のMRのイメージとの合致度をお知らせください。また、適切な医療を届ける上でのMRのイメージとの合致度をお知らせください。

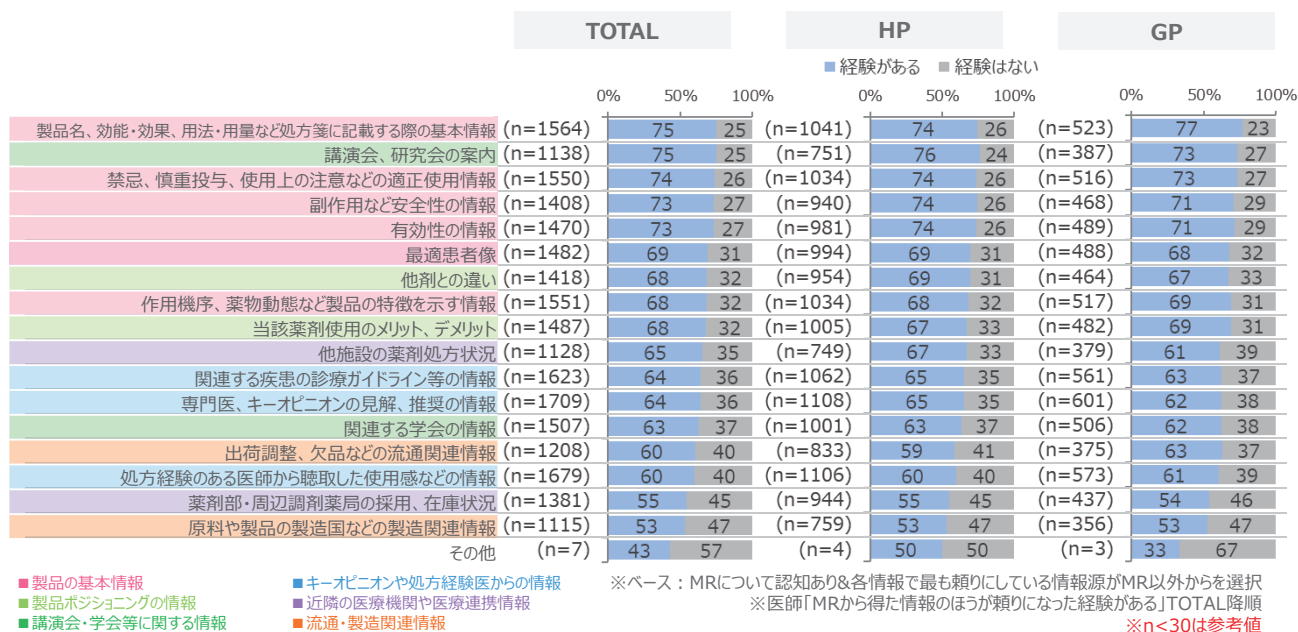
Q7 MRと面会する価値（タイミング別）

- MRと面会する価値について、タイミング①②に比べ、タイミング③ではGP、HPのいずれもTOP2割合（価値がある＋非常に価値がある）が減少していた。



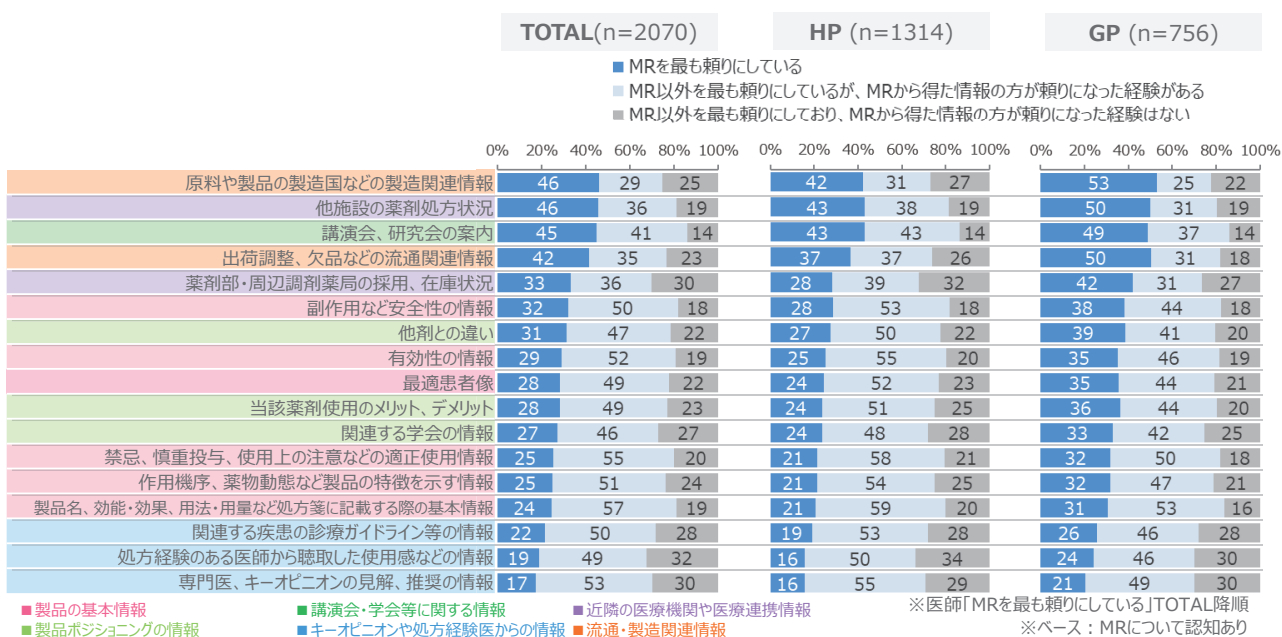
Q7 先生が今までに処方したことがない／調剤したことのない薬剤について、頼りになる医療情報担当者（MR）と面会した結果、MRと面会する価値があったか、タイミング別にお知らせください。

- HPとGPの違いはあまり見られなかった。
- 最も頼りにする情報源より、MRから得た情報が頼りになった経験が最も多い情報は、HPでは「講演会、研究会の案内」で76%。GPでは「製品名、効能・効果、用法・用量など処方箋に記載する際の基本情報」で77%であった。



Q8 先生が今までに処方したことがない薬剤について、薬剤の情報を得るときに最も頼りにすると先生がお答えになった情報源よりも／先生が今までに調剤したことがない薬剤について、薬剤の情報を得るときに最も頼りにする情報源よりもMRから得た情報の方が頼りになった経験があるものをお知らせください。

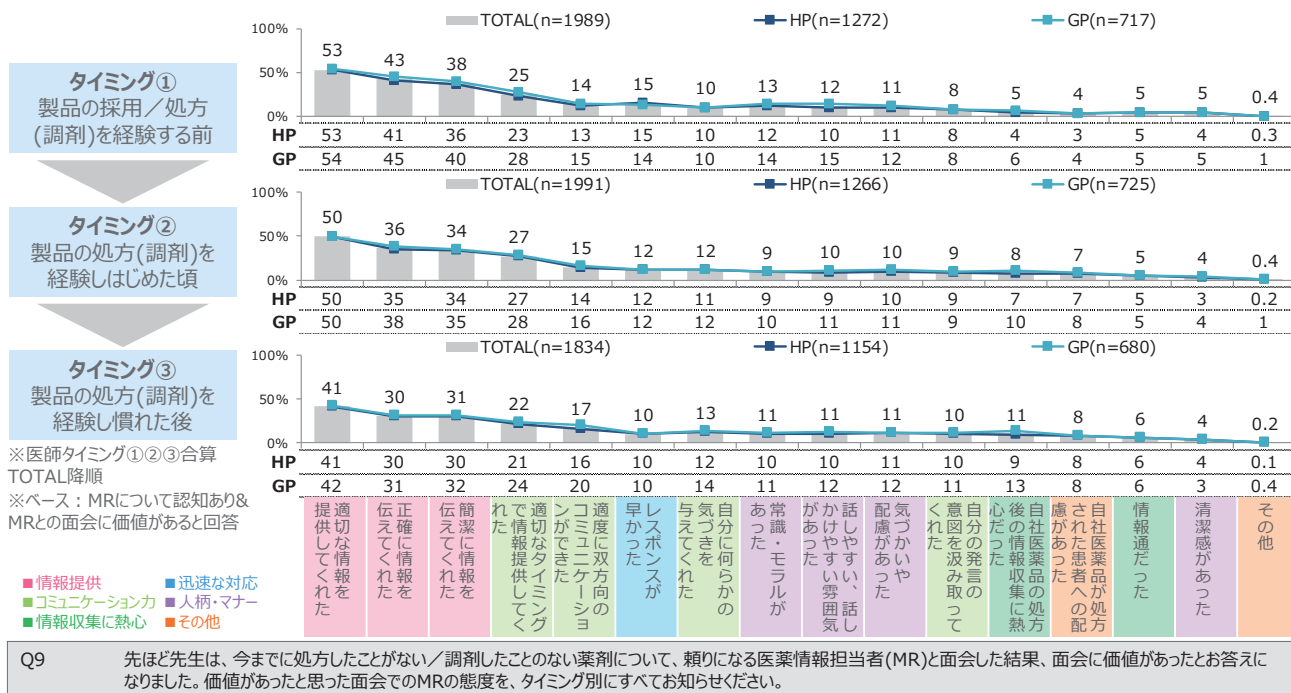
- いずれの情報も「MRが頼りになった経験がない」と回答する医師は約2～3割であった。



Q8 先生が今までに処方したことがない薬剤について、薬剤の情報を得るときに最も頼りにすると先生がお答えになった情報源よりも／先生が今までに調剤したことがない薬剤について、薬剤の情報を得るときに最も頼りにする情報源よりもMRから得た情報の方が頼りになった経験があるものをお知らせください。

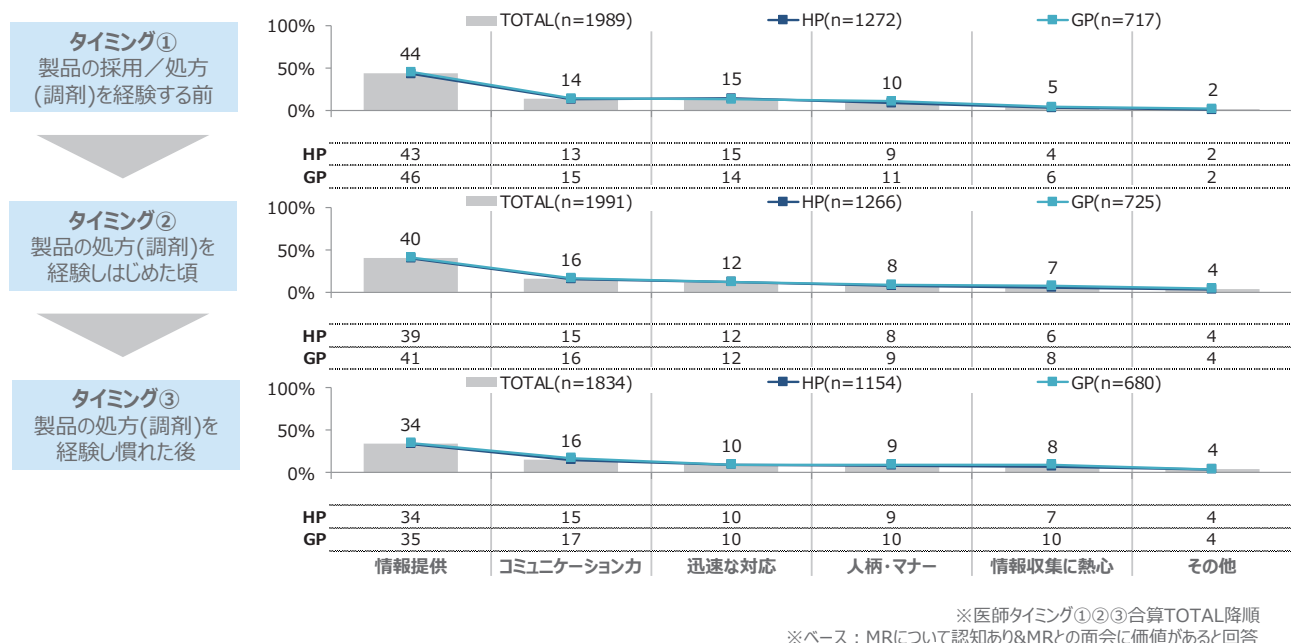
【MRとの面会に価値あり】 面会時のMRの態度（タイミング別）

- 価値のあった面会でのMRの態度として、タイミング①～③の全てにおいて、GP、HPのいずれでも「適切な情報を提供してくれた」が最も評価されていた。



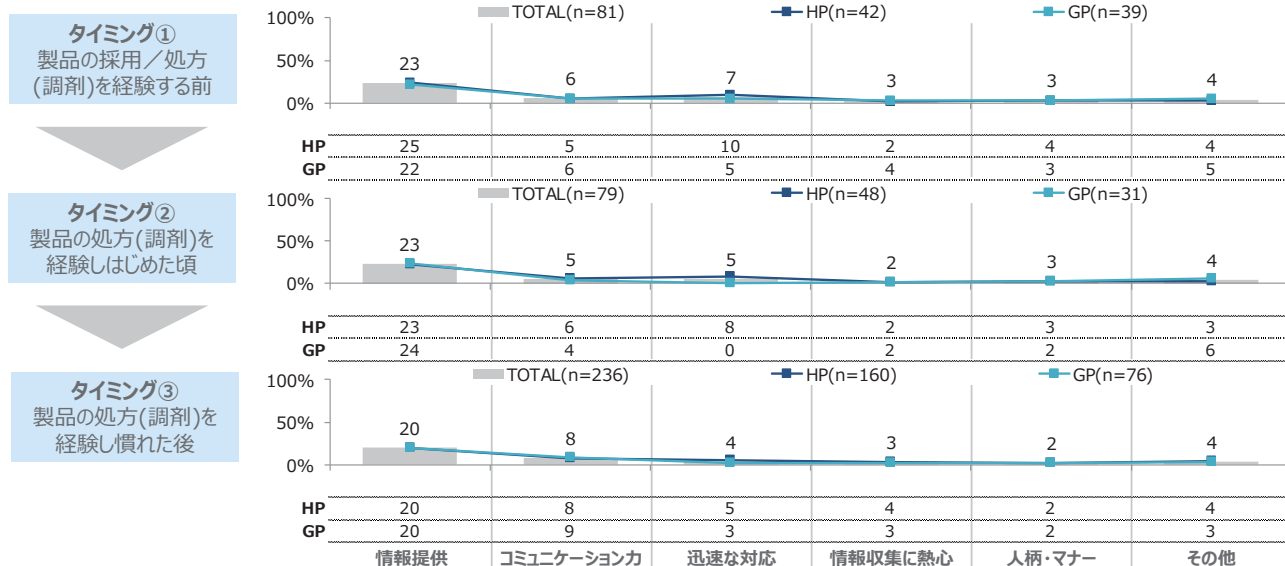
【処方未経験薬剤 – MRとの面会に価値あり】 面会時のMRの態度（タイミング別）_項目合算

- 価値のあった面会でのMRの態度として、タイミング①～③の全てにおいて、GP、HPのいずれでも「情報提供」についてが最も評価されていた。



【処方未経験薬剤－MRとの面会に価値なし】 面会時のMRの態度（タイミング別） 項目合算

- 価値がないと思った面会でのMRの態度として、タイミング①～③の全てにおいて、GP、HPのいずれでも「情報提供」についてが最も選択されていた。



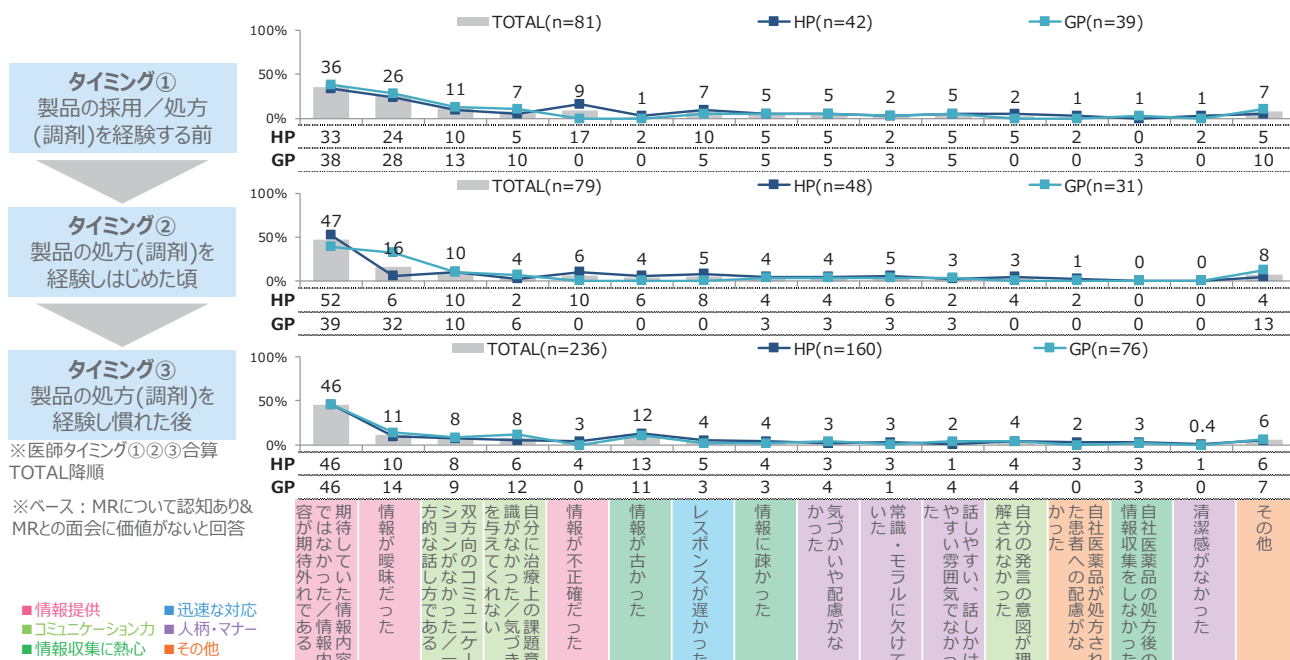
※医師タイミング①②③合算TOTAL降順

※ベース：MRについて認知あり&MRとの面会に価値がないと回答

Q10 先ほど先生は、今までに処方したことがない／調剤したことがない薬剤について、頼りになる医薬情報担当者(MR)と面会した結果、面会に価値がなかったとお答えになりました。価値がないと思った面会でのMRの態度を、タイミング別にすべてお知らせください。

【MRとの面会に価値なし】 面会時のMRの態度（タイミング別）

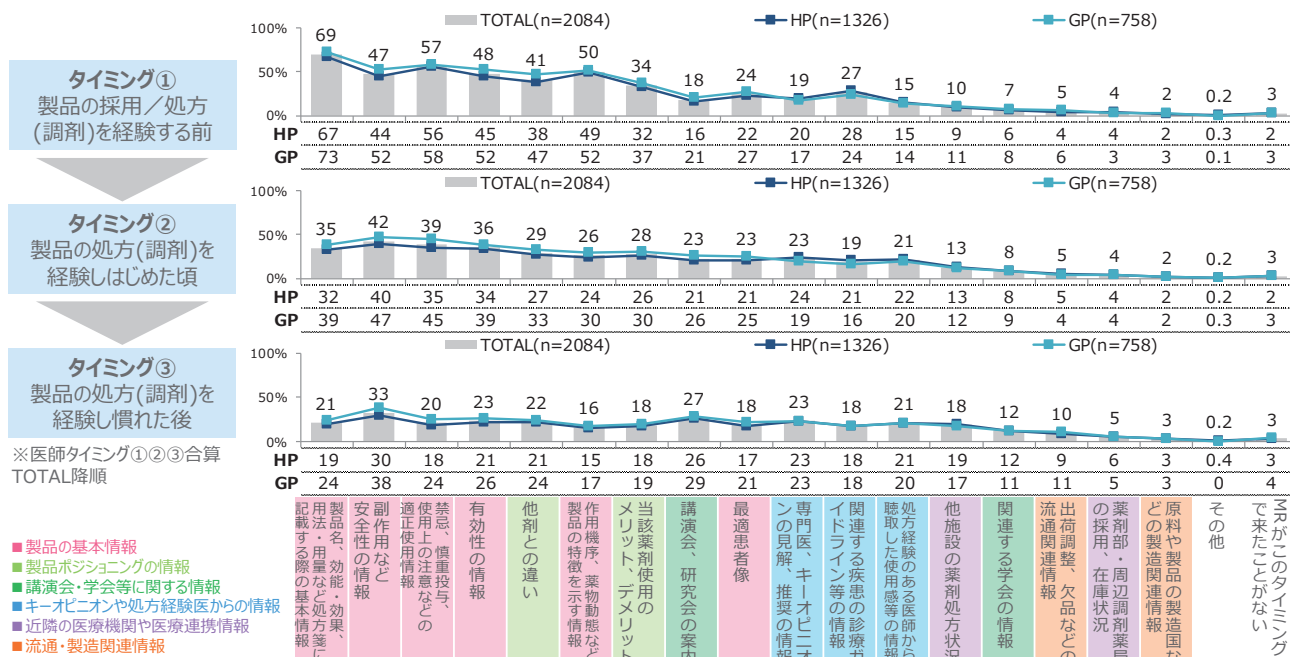
- 価値がないと思った面会でのMRの態度として、タイミング①～③の全てにおいて、GP、HPのいずれでも「期待していた情報内容ではなかった／情報内容が期待外れである」が最も選択されていた。



Q10 先ほど先生は、今までに処方したことがない／調剤したことがない薬剤について、頼りになる医薬情報担当者(MR)と面会した結果、面会に価値がなかったとお答えになりました。価値がないと思った面会でのMRの態度を、タイミング別にすべてお知らせください。

Q11 MRから欲しい情報（タイミング別）

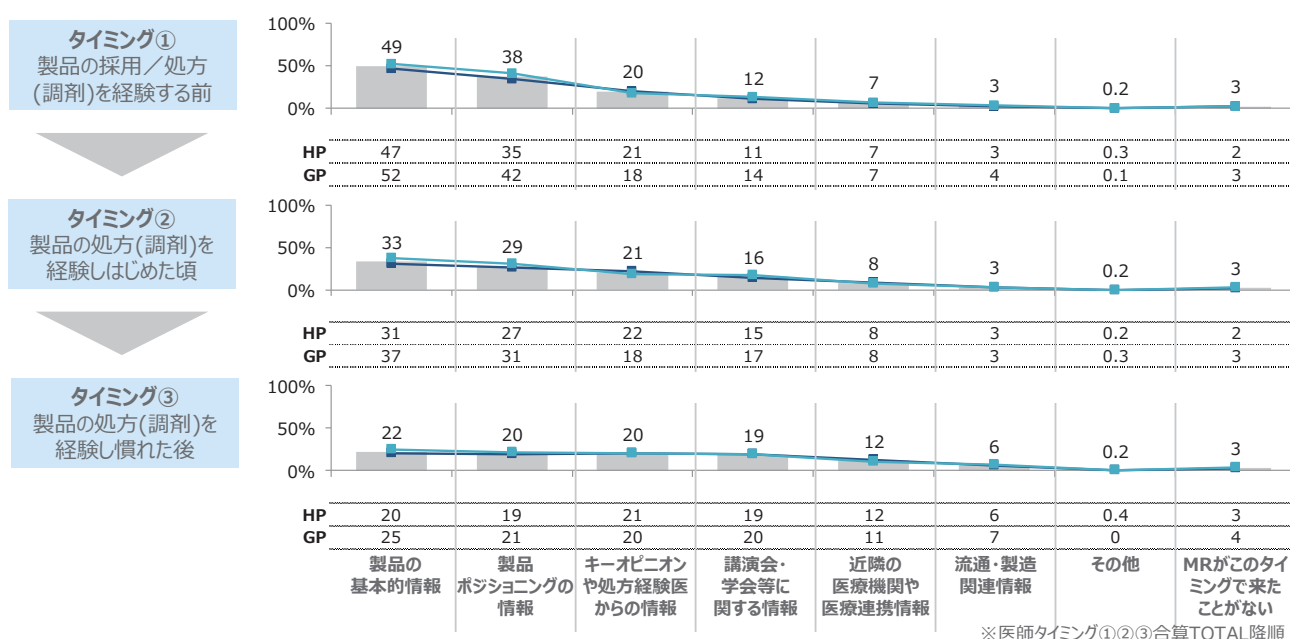
- タイミング①：最も多かったのはHP、GPいずれも「製品名、効能・効果、用法・用量など処方箋に記載する際の基本情報」。
- タイミング②③：最も多かったのはHP、GPいずれも「副作用など安全性の情報」。



Q11 先生が医薬情報担当者(MR)から欲しい情報を、タイミング別にすべてお知らせください。

Q11 MRから欲しい情報（タイミング別）_項目合算

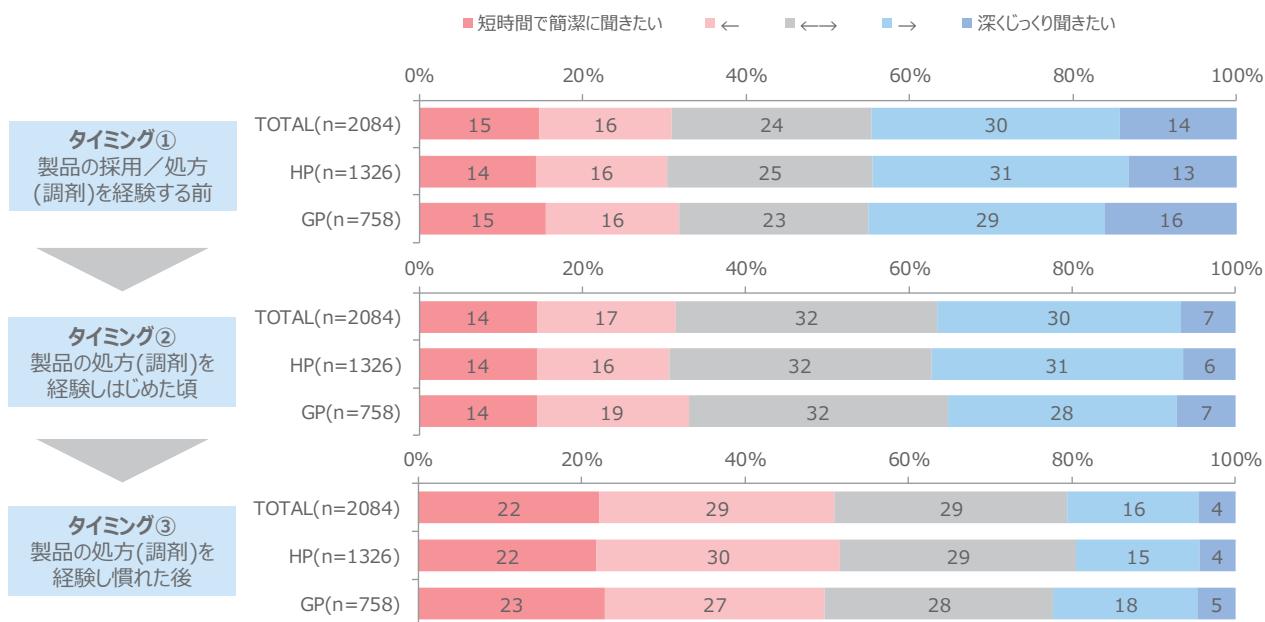
- HP、GPのいずれでも、タイミングが後半になるにつれ、欲しい情報は減少していた。
- タイミング①～③の全てにおいて、GP、HPのいずれでも「製品の基本情報」についてが最も求められていた。



Q11 先生が医薬情報担当者(MR)から欲しい情報を、タイミング別にすべてお知らせください。

Q12 【MRとの面会で価値があったと思った場合】 望ましいMRの話し方

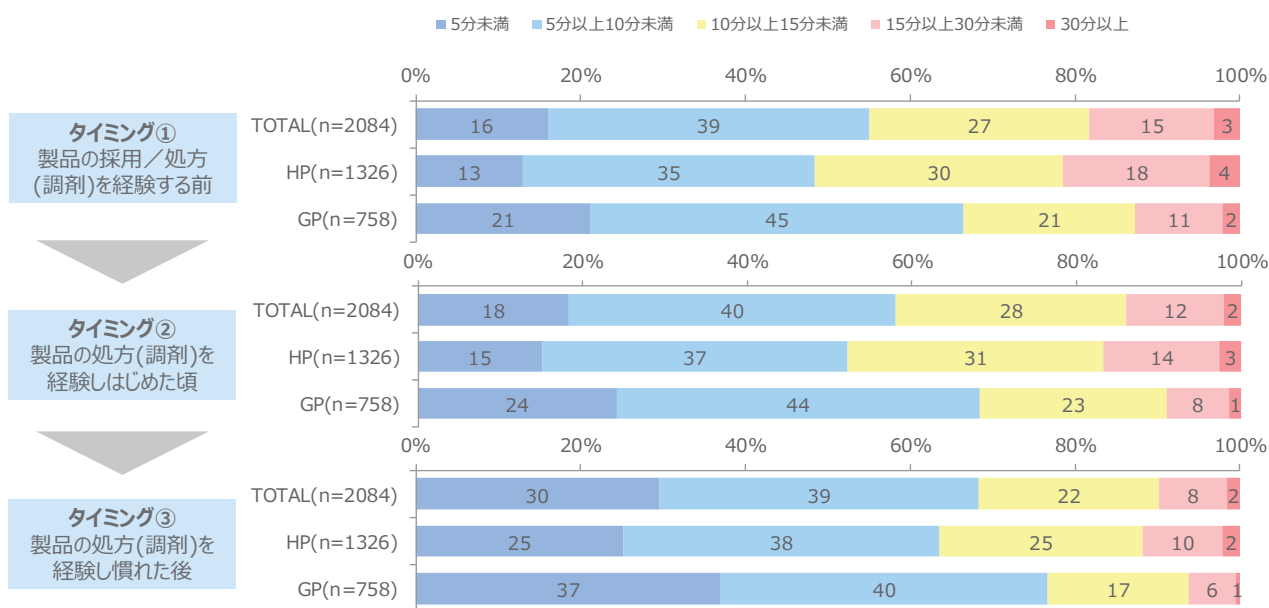
- GPとHPの差はあまり見られなかった。
- タイミングが後半になるにつれ、「より深くじっくり聞きたい」と回答する医師が減少し、「より短時間で簡潔に聞きたい」という回答が増加していた。



Q12 先生が医薬情報担当者(MR)との面会で、価値があったと思われる場合をお考えください。医薬情報担当者(MR)から情報提供をされるとき、どのような話し方が望ましいですか。先生のご希望をタイミング別にお知らせください。

Q13 【MRとの面会で価値があったと思った場合】 許容できる面会時間

- いずれのタイミングにおいてもGPはHPに比べ許容できる面会時間が少ない傾向が見られた。
- HP、GPのいずれもタイミング①②に比べ、タイミング③では許容できる面会時間が短くなっていた。



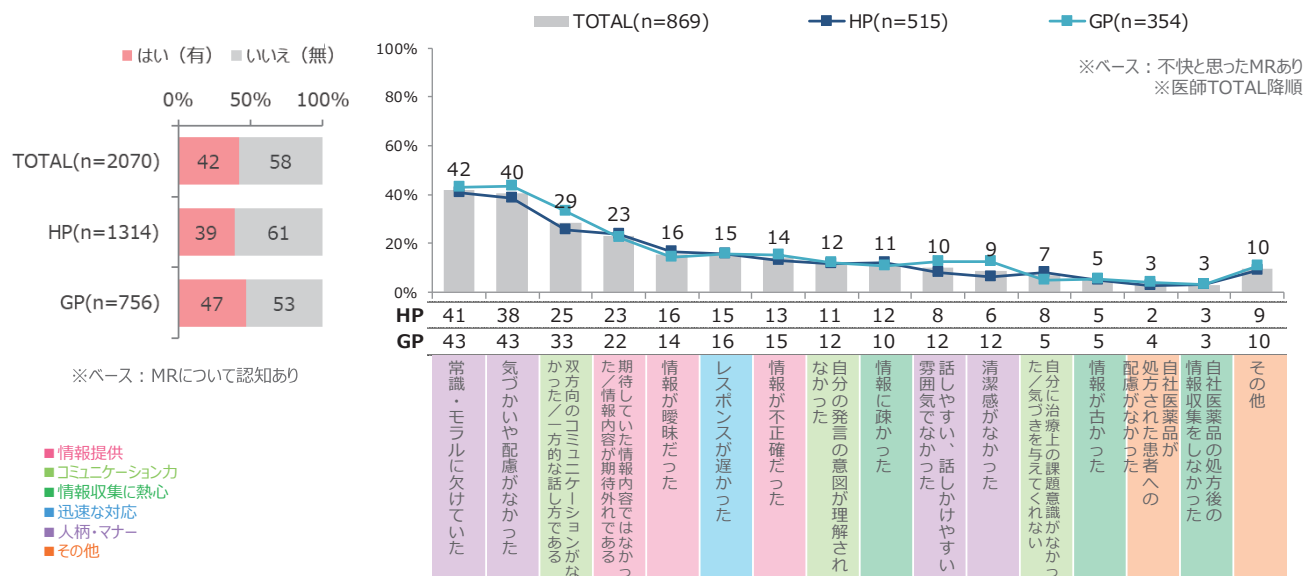
Q13 先生が医薬情報担当者(MR)との面会で、価値があったと思われる場合の、許容できる面会時間をタイミング別にお知らせください。

Q14/Q15 不快と思ったMRの有無／不快と思った理由

- 不快だと思ったMRがいる医師はHPで39%、GPで47%であった。
- 不快と思った理由としてHP、GPのいずれも「常識・モラルに欠けていた」、「気づかいや配慮がなかった」と回答する医師が多かった。

不快と思ったMRの有無

不快と思った理由



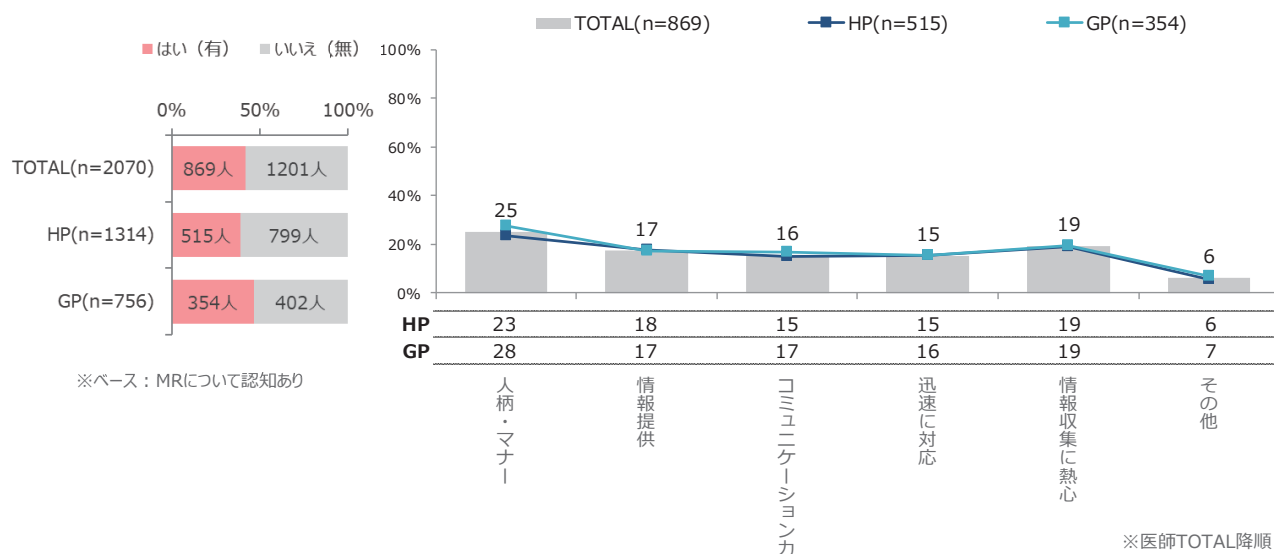
Q14 先生ご自身が、不快だと思われた、担当の医薬情報担当者(MR)はいますか。
Q15 先生が、医薬情報担当者(MR)と面会して、不快だった理由をお知らせください。

Q14/Q15 不快と思ったMRの有無／不快と思った理由

- 不快だと思ったMRがいる医師はHPで515人、GPで354人であった。
- 不快と思った理由として最も多かったのは、HP、GPいずれも「人柄・マナー」についてであった。

不快と思ったMRの有無

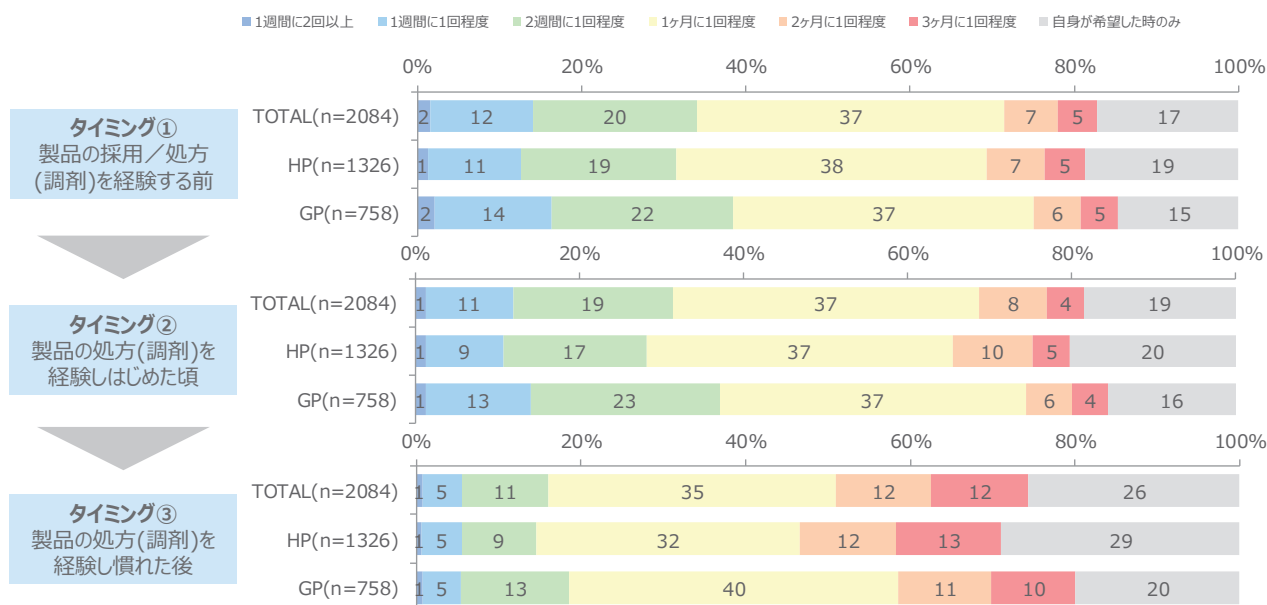
不快と思った理由



Q14 先生ご自身が、不快だと思われた、担当の医薬情報担当者(MR)はいますか。
Q15 先生が、医薬情報担当者(MR)と面会して、不快だった理由をお知らせください。

Q16 適切と思う面会頻度

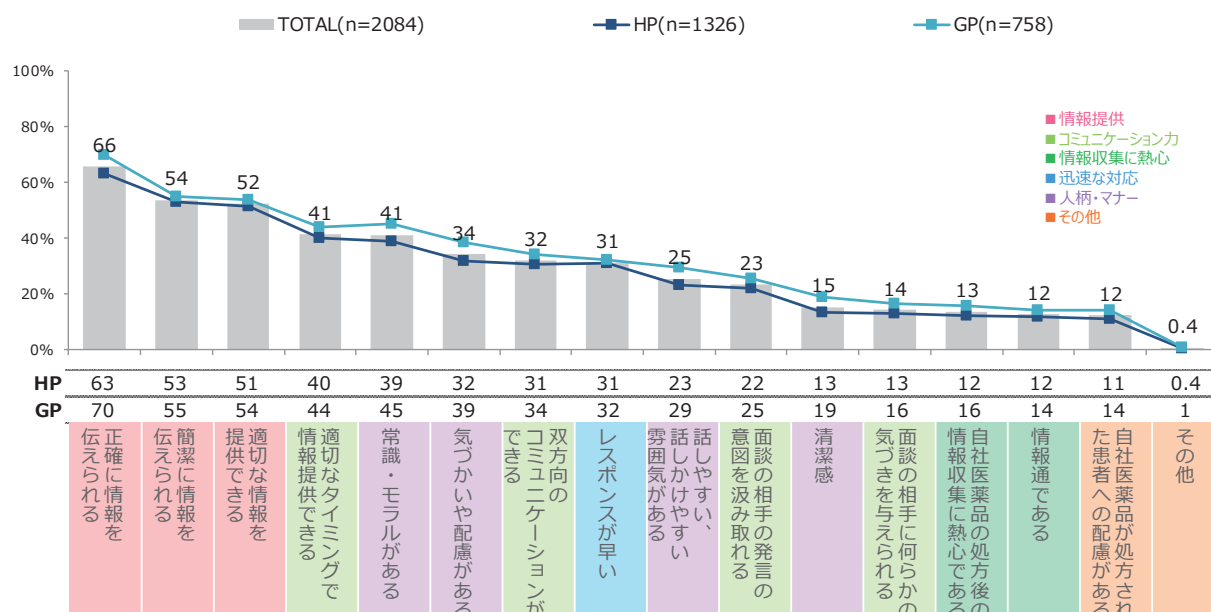
- HP、GPともにタイミング①②に比べ、タイミング③では適切と思う面会頻度が減少する傾向が見られた。



Q16 先生が医薬情報担当者(MR)との面会で適切と思われる、面会頻度をタイミング別にお知らせください。

Q17 MRに最低限必要と思う資質

- HP、GPのいずれもMRに最低限必要だと思う資質として「正確に情報を伝えられる」を選択する医師が多かった。次いで「簡潔に情報を伝えられる」、「適切な情報を提供できる」が続いた。

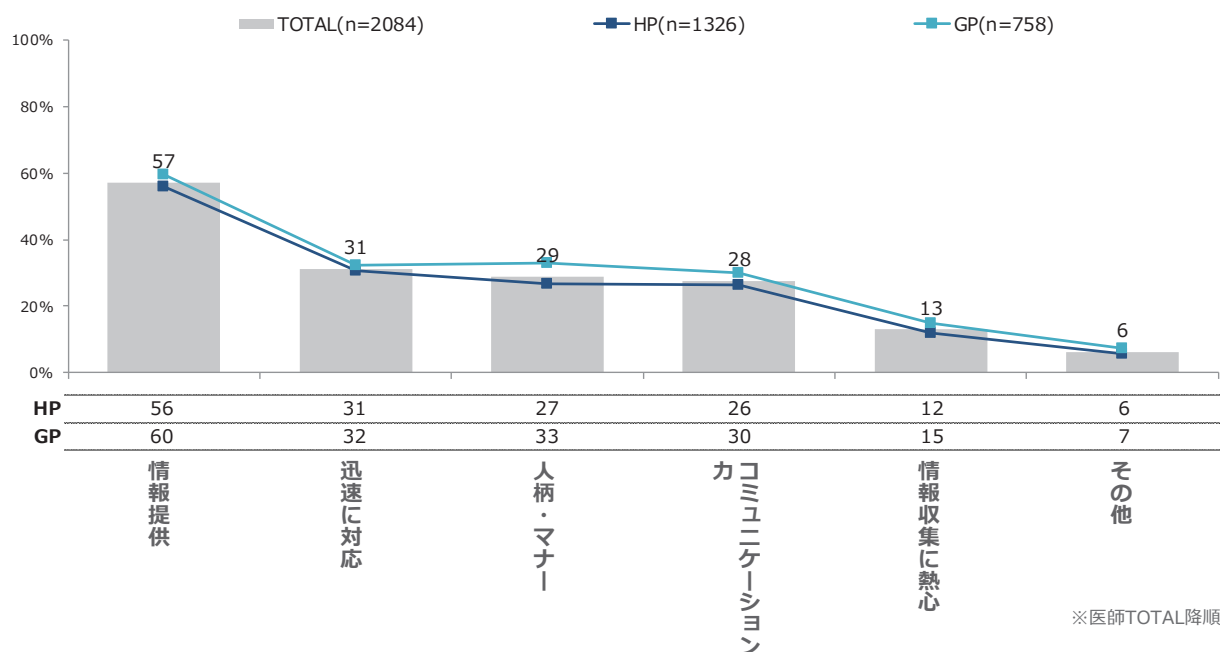


※医師TOTAL降順

Q17 先生が医薬情報担当者(MR)にとって、最低限必要だと思う姿勢や態度、行動をお知らせください。

Q17 MRに最低限必要と思う資質

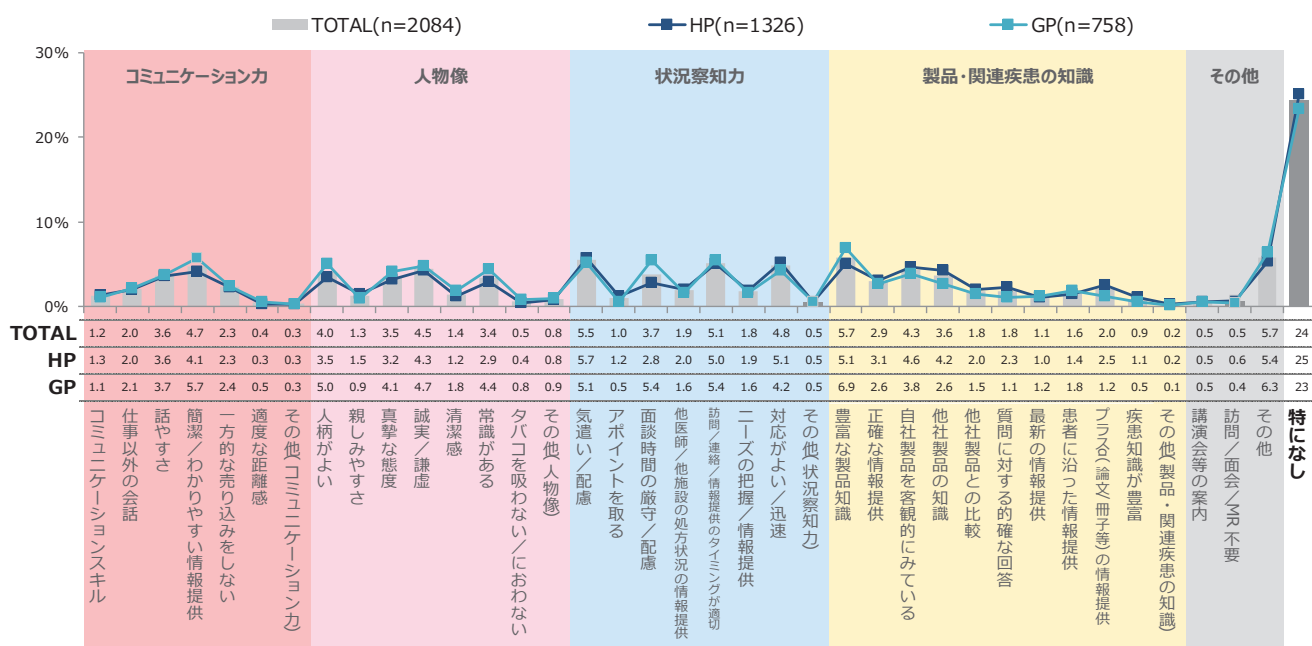
- MRに最低限必要だと思う資質として、HP、GPのいずれも「情報提供」についてが最も多く挙げられていた。



Q17 先生が医薬情報担当者(MR)にとって、最低限必要と思われる姿勢や態度、行動をお知らせください。

Q18 MRにとって付加価値となるとと思われる姿勢や態度、行動_小項目

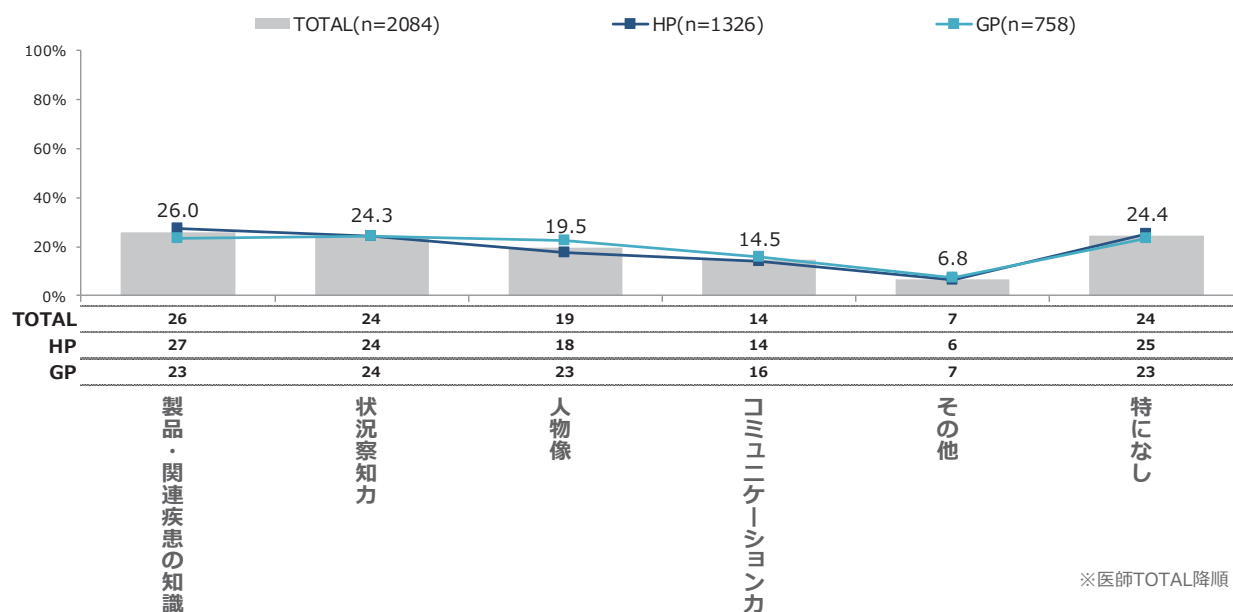
- MRにとって付加価値となるとと思われる姿勢や態度、行動について、多くの項目が挙げられた。
- 大項目で確認するとHPでは「製品・関連疾患の知識」が、GPでは「状況察知力」が最も多かった。



Q18 医薬情報担当者(MR)に最低限必要と思われる姿勢や態度、行動があったうえで、先生が医薬情報担当者(MR)にとって、付加価値となるとと思われる姿勢や態度、行動をお知らせください。

Q18 MRにとって付加価値となると思われる姿勢や態度、行動_大項目

- MRにとって付加価値となると思われる姿勢や態度、行動として、HPでは「製品・関連疾患の知識」が、GPでは「状況察知力」が最も多く挙げられていた。

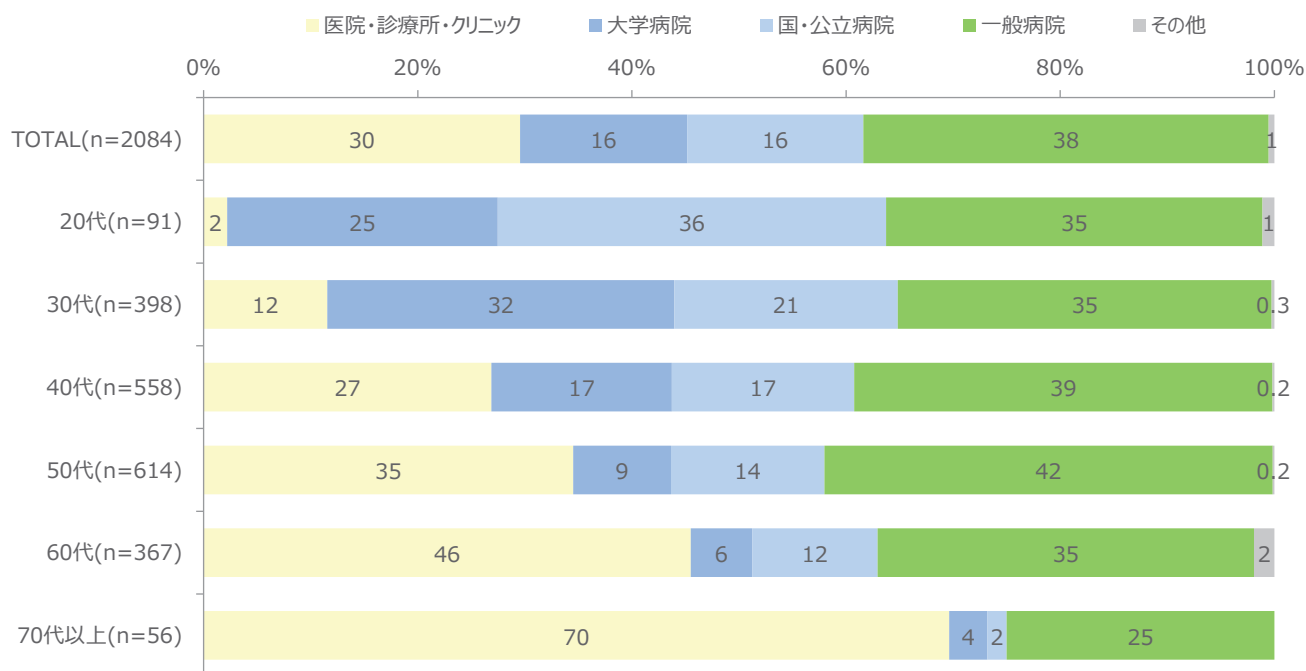


Q18 医薬情報担当者(MR)に最低限必要だと思われる姿勢や態度、行動があったうえで、先生が医薬情報担当者(MR)にとって、付加価値となると思われる姿勢や態度、行動をお知らせください。

6. 参考① ～年齢区分別集計～

以下スライドのグラフ内数値は全て百分率（%表記）です。

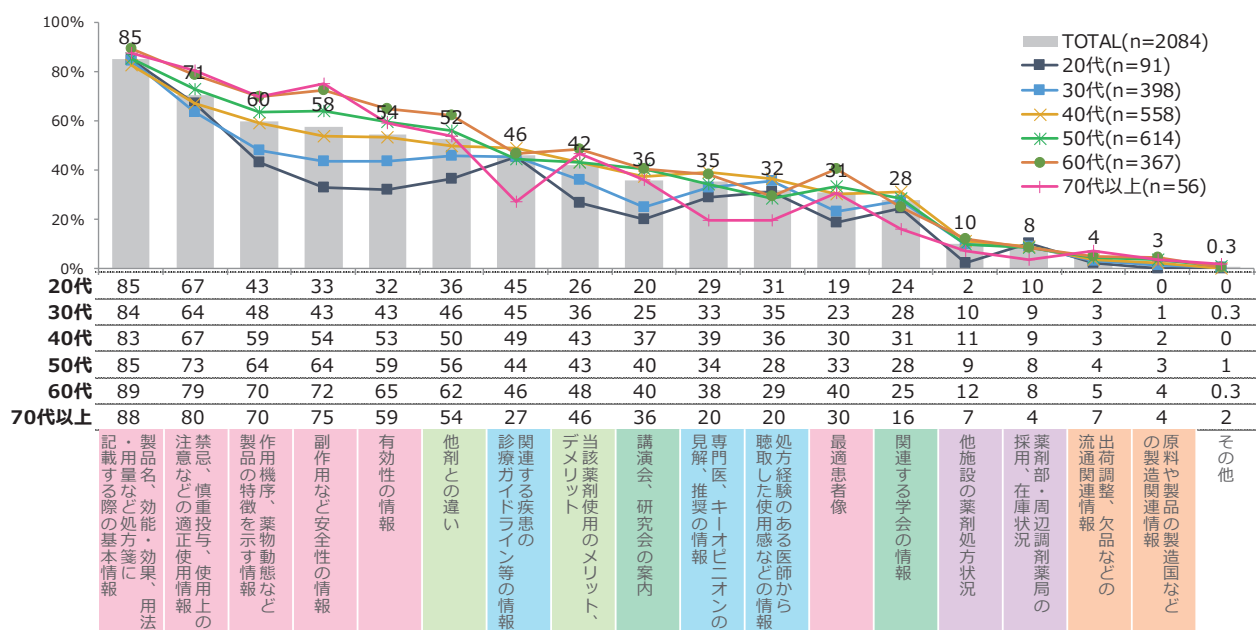
F4 施設形態



F4 先生が主に勤務されている施設の経営形態をお知らせください。

Q1 【処方未経験薬剤】必要な情報

- 全体的に求める医師が多い「製品の基本情報」の中でも、作用機序、副作用情報、有効性あたりは年代が高いほど求めている年代差が大きい。

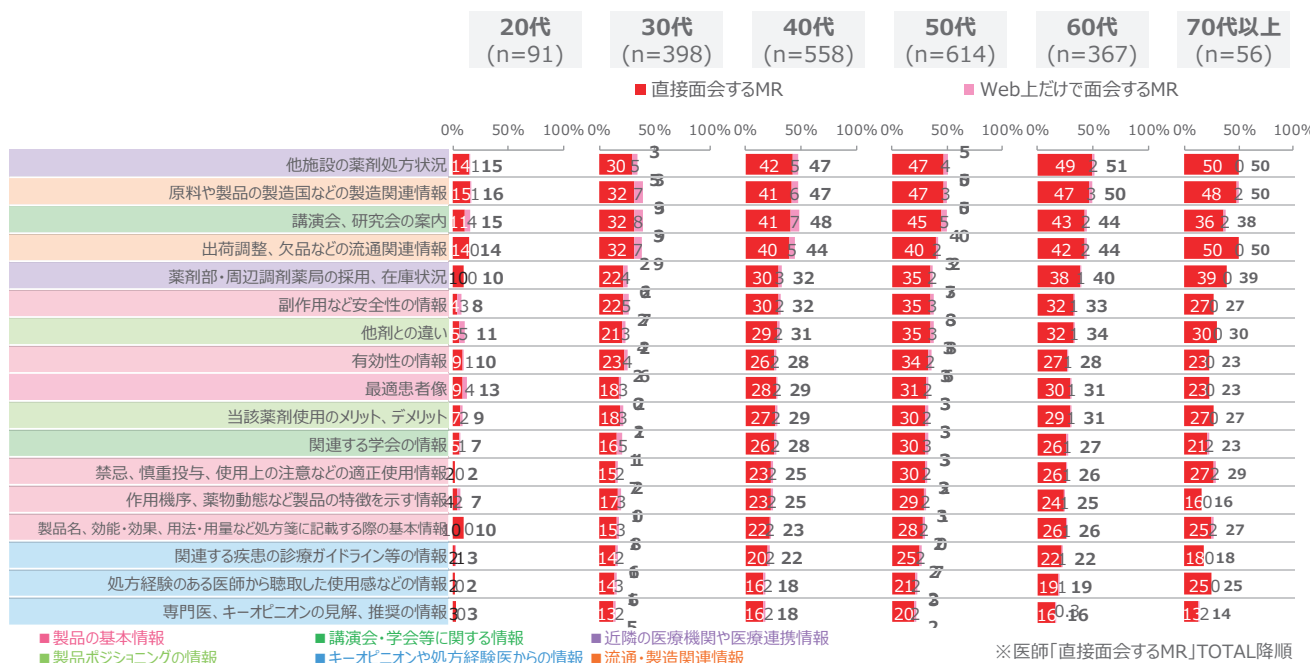


■ 製品の基本情報 ■ 製品ポジショニングの情報 ■ 講演会・学会等に関する情報 ■ キーオピニオンや処方経験医からの情報 ■ 近隣の医療機関や医療連携情報 ■ 流通・製造関連情報 ※医師TOTAL降順

Q1 今までに処方／調剤したことがない薬剤について、先生はどのような情報を参考にされますか。先生が必要だと思う情報をお知らせください。

Q2 【処方未経験薬剤】最も頼りにしている情報源_MR

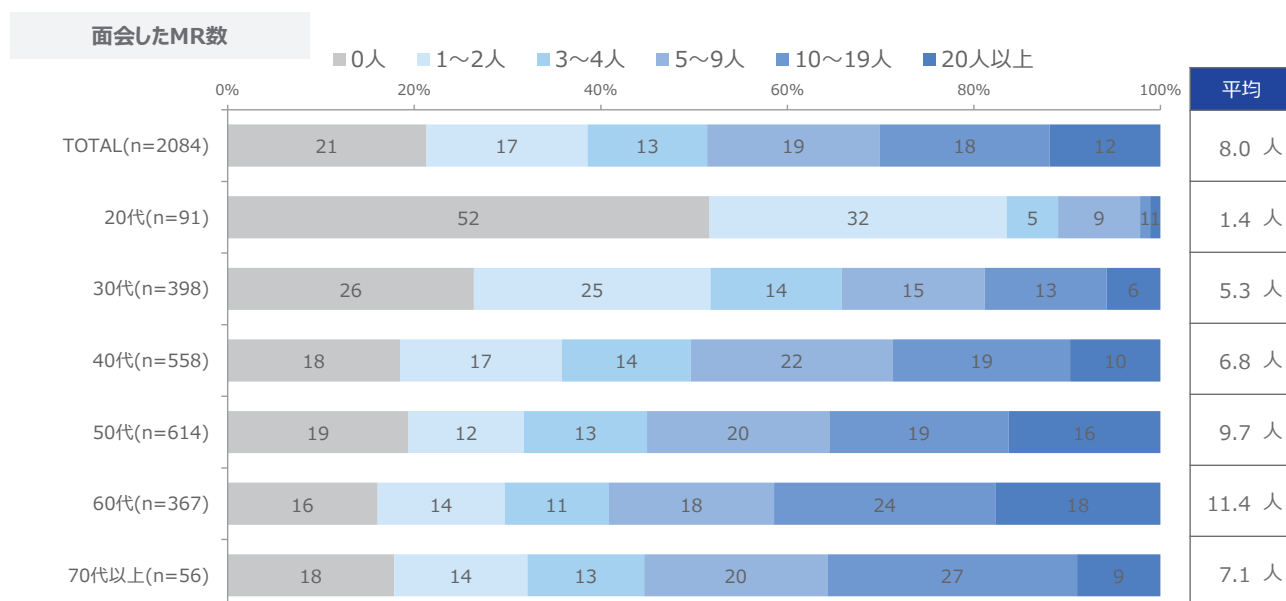
- 最も頼りにしている情報源として直接面会するMRの割合は、全ての情報で20代が最も低かった。



Q2 今までに処方／調剤したことがない薬剤について、先生はどのような経路で情報を入手されますか。それぞれの情報のうち、先生が最も頼りにしている情報源をお知らせください。

Q3 面会したMRの人数

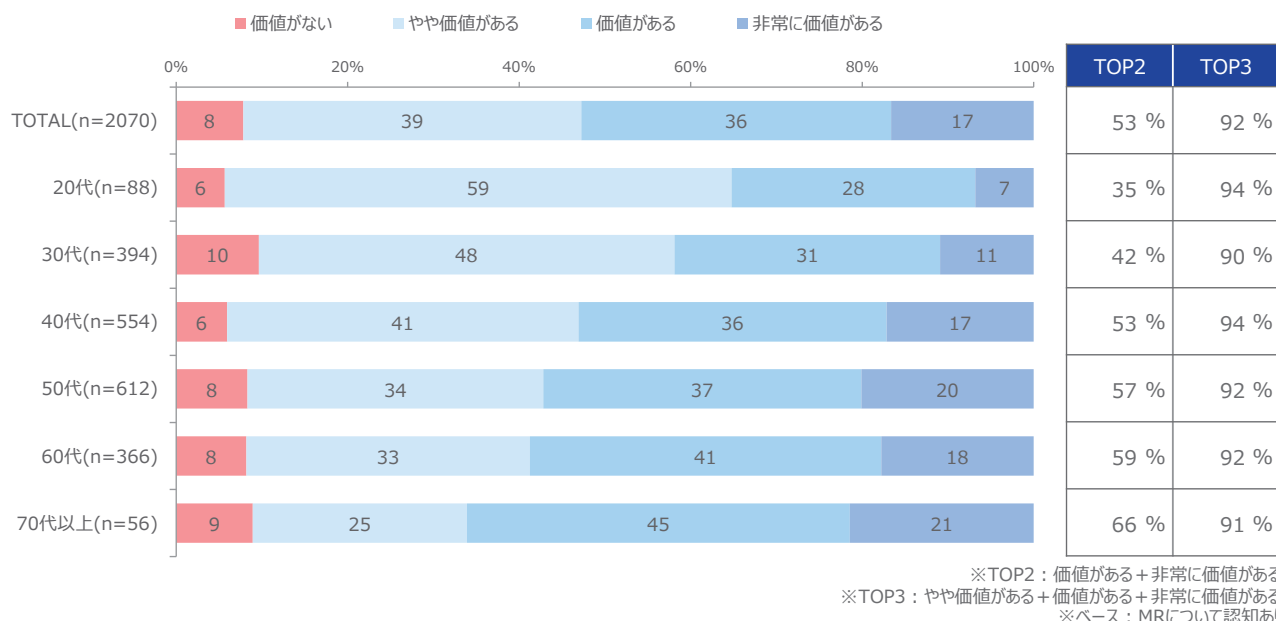
- 最近6か月間にMRに面会していない医師の割合は20代で約5割であった。
 ■ 10年前の調査に比べ、MRに面会していない医師の割合はいずれの年代でも増加していた。
 ■ 30代以降はMRとの面会割合に大きな差はないが、平均人数で確認すると60代が多い結果であった。



Q3 先生ご自身が、最近6ヶ月間に面会したMR数についてお知らせください。

Q5 MRと面会する価値

- 価値がある（やや価値がある～非常に価値がある）と回答した医師の割合はどの年代も約9割であった。
- 年代が後ろになるにつれ、「やや価値がある」の割合が減り、「価値がある」、「非常に価値がある」の割合が多くなっていった。



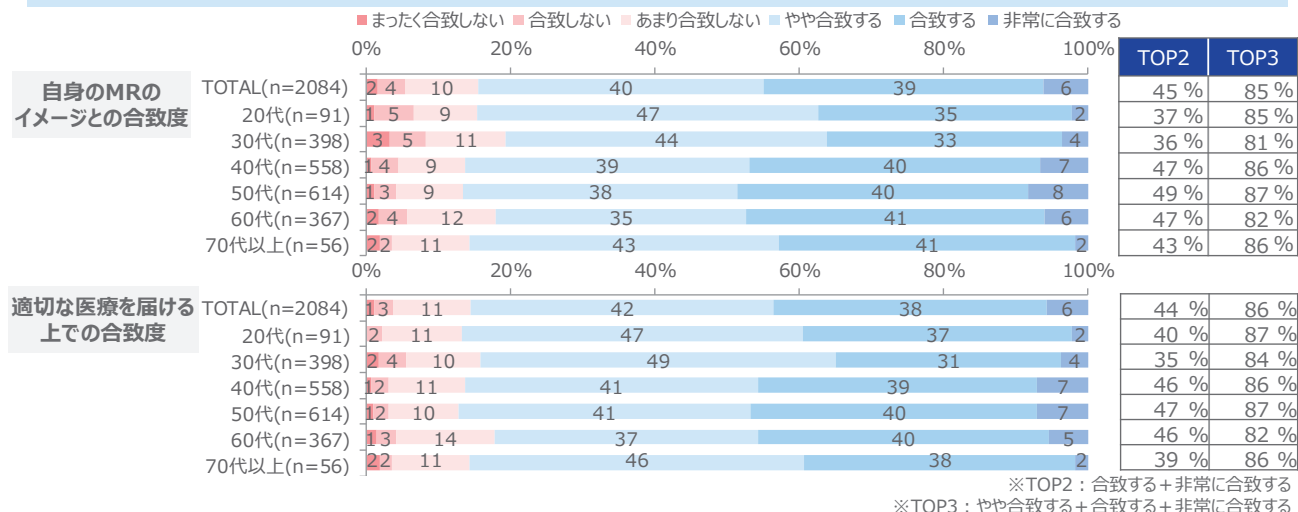
Q5 先生は、MRと面会する価値があると思われますか。

Q6 「MRの社会的役割」とイメージとの合致度

- 「MRの社会的役割」と「自身のMRのイメージ」との合致度において、40代～70代は20代、30代に比べてTOP2割合（合致する＋非常に合致する）が高かった。
- 「MRの社会的役割」と「適切な医療を届ける」との合致度において、40代～60代は20代、30代、70代に比べてTOP2割合（合致する＋非常に合致する）が高かった。

＜MRの社会的役割＞

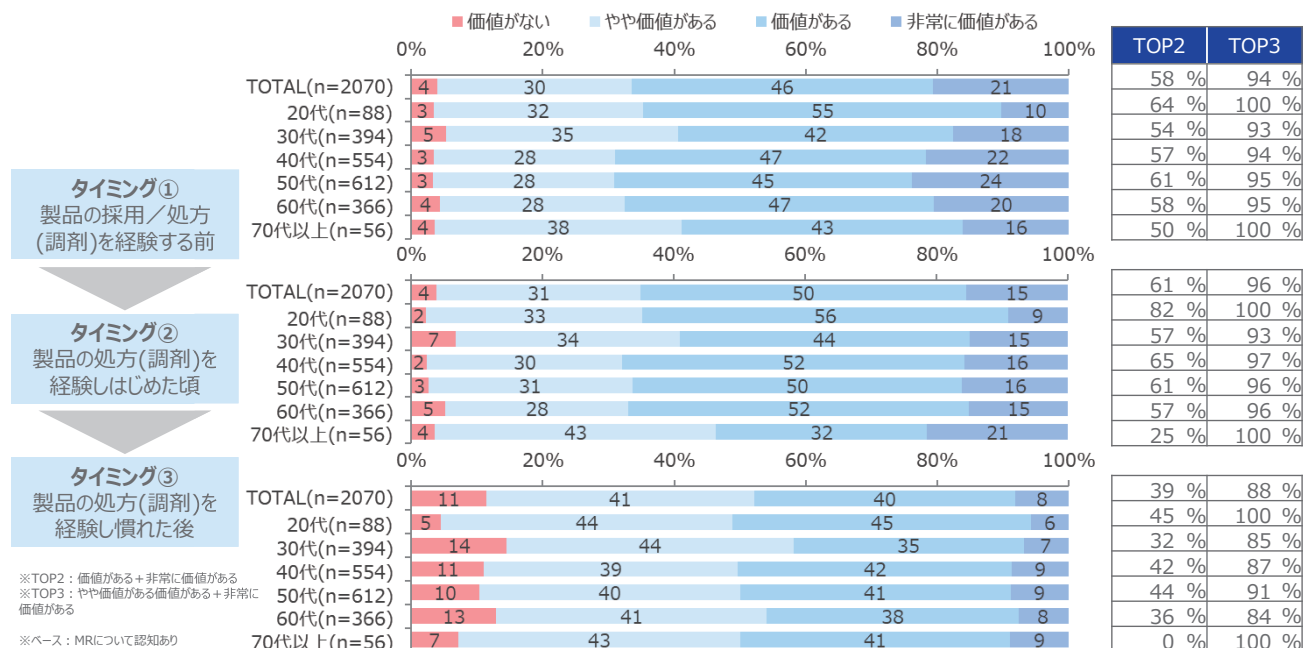
企業を代表し、医薬品の適正使用並びに薬物療法の向上に貢献するために医療従事者に対して医薬品の品質・有効性・安全性等に関する情報の提供と収集を行い、それに基づいて企業が分析した情報を伝達することを主な業務としている



Q6 下記のMRの社会的な役割をお読みになり、先生ご自身のMRのイメージとの合致度をお知らせください。また、適切な医療を届ける上でのMRのイメージとの合致度をお知らせください。

Q7 MRと面会する価値（タイミング別）

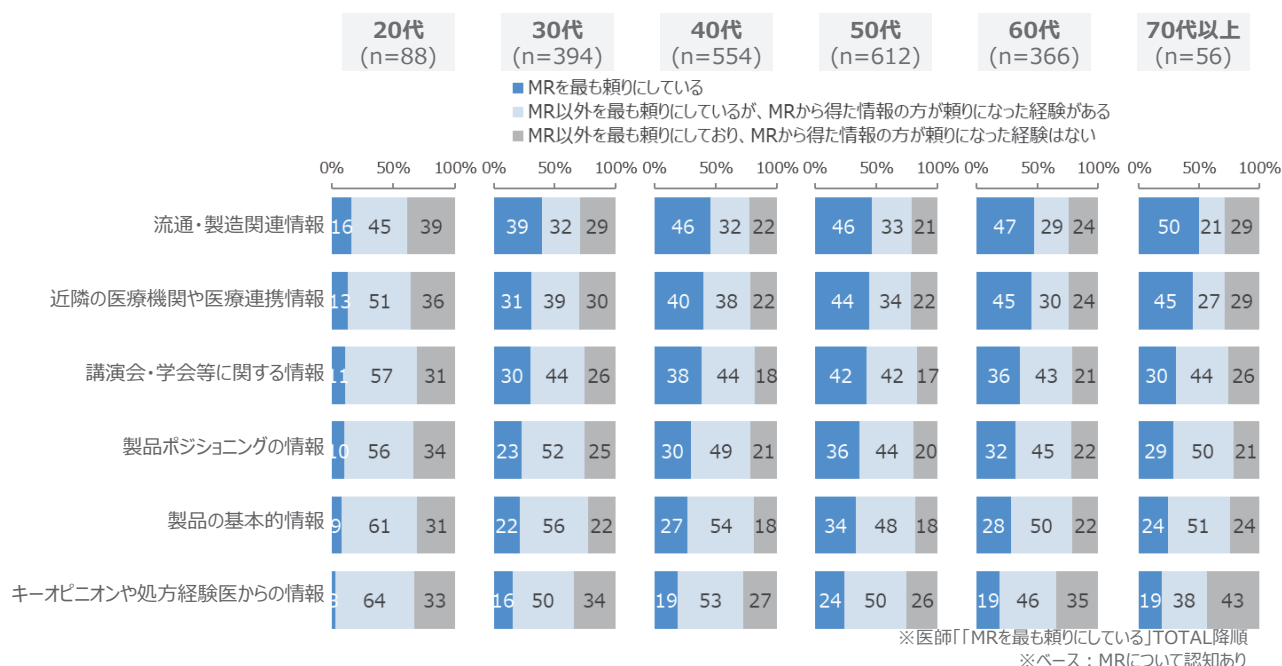
- MRと面会する価値について、TOP2割合（価値がある＋非常に価値がある）に大きな差は見られなかった。
- タイミング①と②では「非常に価値がある」と回答した20代の割合が他の年代に比べて少なかった。



Q7 先生が今までに処方したことがない／調剤したことのない薬剤について、頼りになる医薬情報担当者(MR)と面会した結果、MRと面会する価値があったか、タイミング別にお知らせください。

Q2×Q8 【処方未経験薬剤】
最も頼りにする情報源より、MRから得た情報が頼りになった経験_情報合算

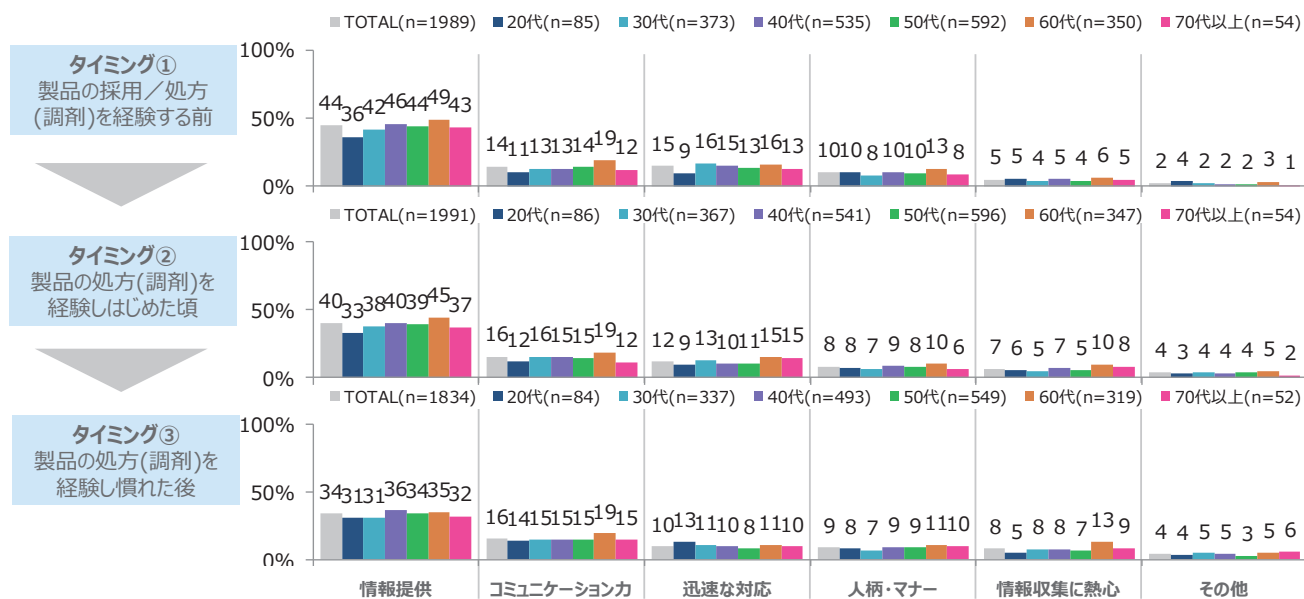
- 20代は、「MRを最も頼りにしている」と回答した医師の割合が他の年代に比べて少なく、「MR以外を最も頼りにしており、MRから得た情報の方が頼りになった経験はない」と回答した医師の割合が多かった。



Q8 先生が今までに処方したことがない薬剤について、薬剤の情報を得るときに最も頼りにすると先生がお答えになった情報源よりも／先生が今までに調剤したことのない薬剤について、薬剤の情報を得るときに最も頼りにする情報源よりもMRから得た情報の方が頼りになった経験があるものをお知らせください。

【MRとの面会に価値あり】 面会時のMRの態度（タイミング別） 項目合算

- 価値があったと思う面会でのMRの態度として、年代別に大きな差は見られなかった。

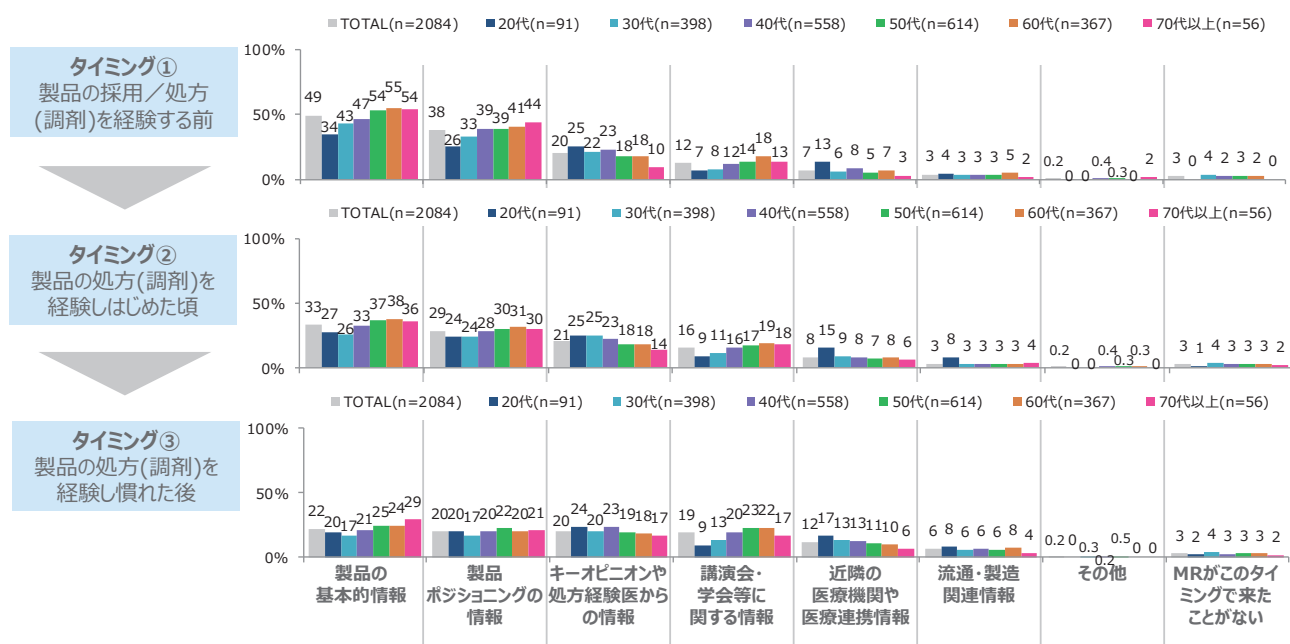


Q9

先ほど先生は、今までに処方したことがない／調剤したことのない薬剤について、頼りになる医薬情報担当者(MR)と面会した結果、面会に価値があったとお答えになりました。価値があったと思う面会でのMRの態度を、タイミング別にすべてお知らせください。

Q11 MRから欲しい情報（タイミング別） 項目合算

- MRから欲しい情報として「製品の基本的情報」は年代が上がるにつれより欲しいと感じる医師が多かった。



Q11

先生が医薬情報担当者(MR)から欲しい情報を、タイミング別にすべてお知らせください。

7. 参考② ～項目について～

情報に関する項目（Q1,Q2,Q8,Q11）

小項目	大項目
1 製品名、効能・効果、用法・用量など処方箋に記載する際の基本情報	製品の基本的情報
2 禁忌、慎重投与、使用上の注意などの適正使用情報	
3 作用機序、薬物動態など製品の特徴を示す情報	
4 有効性の情報（開発時、市販後）	
5 副作用など安全性の情報（開発時、市販後）	
6 当該薬剤使用のメリット、デメリット	製品ポジショニングの情報
7 他剤との違い（相違点）	製品の基本的情報
8 最適患者像（最も有効性・安全性が高いと期待できる具体的な患者背景）	講演会・学会等に関する情報
9 講演会、研究会の案内	
10 関連する学会の情報	キーオピニオンや処方経験医からの情報
11 関連する疾患の診療ガイドライン等の情報	
12 専門医、キーオピニオンの見解、推奨の情報	
13 処方経験のある医師から聴取した使用感などの情報	近隣の医療機関や医療連携情報
14 他施設の薬剤処方状況	
15 薬剤部・周辺調剤薬局の採用、在庫状況	流通・製造関連情報
16 出荷調整、欠品などの流通関連情報	
17 原料や製品の製造国などの製造関連情報	
18 その他	

MRの態度に関する項目（Q9,Q17）

小項目	大項目
1 正確に情報を伝えてくれた	情報提供
2 簡潔に情報を伝えてくれた	
3 適切な情報を提供してくれた	
4 適切なタイミングで情報提供してくれた	コミュニケーション力
5 適度に双方向のコミュニケーションができた	
6 自分の発言の意図を汲み取ってくれた	
7 自分に何らかの気づきを与えてくれた	その他
8 自社医薬品が処方された患者への配慮があった	
9 自社医薬品の処方後の情報収集に熱心だった	情報収集に熱心
10 レスポンスが早かった	迅速な対応
11 気づかいや配慮があった	人柄・マナー
12 常識・モラルがあった	
13 情報通だった	情報収集に熱心
14 話しやすい、話しかけやすい雰囲気があった	人柄・マナー
15 清潔感があった	
16 その他	その他

MRの態度に関する項目（Q10,Q15）

小項目	大項目
1 情報が不正確だった	情報提供
2 情報が曖昧だった	
3 期待していた情報内容ではなかった／情報内容が期待外れである	
4 情報が古かった	情報収集に熱心
5 双方向のコミュニケーションがなかった／一方的な話し方である	コミュニケーション力
6 自分の発言の意図が理解されなかった	
7 自分に治療上の課題意識がなかった／気づきを与えてくれない	
8 自社医薬品が処方された患者への配慮がなかった	その他
9 自社医薬品の処方後の情報収集をしなかった	情報収集に熱心
10 レスポンスが遅かった	迅速に対応
11 気づかいや配慮がなかった	人柄・マナー
12 常識・モラルに欠けていた	
13 情報に疎かった	情報収集に熱心
14 話しやすい、話しかけやすい雰囲気でなかった	人柄・マナー
15 清潔感がなかった	
16 その他	その他

MRの態度に関する項目（Q2）

小項目	大項目
1 直接面会するMR（従来のように施設、地域を担当）	MR
2 Web上だけで面会するMR	
3 研究会・講演会（リアル、Webを含む）	研究会・医学書・専門誌
4 医学書・専門誌	
5 指導医・同僚医師	指導医・同僚医師
6 製薬企業Webサイト	Webサイト
7 PMDAや日本医薬情報センター（JAPIC）などのホームページ	PMDAや日本医薬情報センターなどのホームページ
8 会員制医薬品情報提供サイト（MR君など）	Webサイト
9 会員制口コミサイト（メドピア、m3 DI Station、QLifeなど）	
10 薬剤師（薬剤部または近隣調剤薬局など）	薬剤師
11 添付文書、インタビューフォーム	添付文書
12 製品パンフレット	製品パンフレット
13 RMP関連資料	その他
14 製薬企業くすり相談窓口	
15 MSL	
16 その他	

III. 薬剤師編

目次

1. 調査概要
2. 調査結果まとめ ～全体総括～
3. 設問ごとの集計結果
4. 参考① ～年齢区分別集計抜粋～
5. 参考② ～項目について～

1. 調査概要

調査背景・目的

調査背景

- 近年、創薬モダリティの多様化、医療の専門化、高度化、個別化がますます進展し、医薬品の適正使用情報の収集・報告・伝達についても難易度が高まってきている。
- 現在新型コロナウイルス蔓延により、多くの医療機関がMR訪問規制を行っている。そのためMRが医療従事者にむけて、Face to Faceでの情報提供をしにくくなっている。

目的

- 本調査で、MRに対する医療従事者からの期待感を深堀し、今後MRが医療機関に求められ続ける存在であることを明らかにする。

調査設計

調査地域	全国
調査手法	WEBによるアンケート調査（全国）
調査ボリューム	37問（弊社カウント）※回答時間10分～15分程度の分量
調査期間	2月24日(木)～3月3日(木)

本調査 対象者条件	弊社パネルの薬剤師 ※現在保険調査委薬局に勤務している薬剤師に限る。
本調査 サンプルサイズ	TOTAL : 624s

アンケート内容

設問

S2	保険薬剤師勤務年数
S3	施設形態
Q1	【調剤未経験薬剤】必要な情報
Q2	【調剤未経験薬剤】最も頼りにしている情報源
Q3	面会したMRの人数／会社数
Q4	MRと面会がない理由
Q5	MRと面会する価値
Q6	「MRの社会的役割」とイメージとの合致度
Q7	【調剤未経験薬剤】MRと面会する価値（タイミング別）
Q8	【調剤未経験薬剤】最も頼りにする情報源より、MRから得た情報が頼りになった経験
Q9／Q10	【調剤未経験薬剤－MRとの面会価値に値あり／なし】面会時のMRの態度（タイミング別）
Q11	MRから欲しい情報（タイミング別）
Q12／Q13	【MRとの面会で価値があると思った場合】望ましい聞き取り方／許容できる面会時間
Q14／Q15	不快と思ったMRの有無／不快と思った理由
Q16	適切と思う面会頻度
Q17	MRに最低限必要と思う資質
Q18	MRにとって付加価値となると思われる姿勢や態度、行動（自由回答）
F2	年代
F3	役職
F5	病床数
F6	地域

アンケート回答者および回収期間

	回収対象	回収期間
薬剤師	病院薬局	88s
	保険調剤薬局	536s
		2022年2月21日～2月28日

アンケート回答者属性

薬剤師	勤務先の形態	役職別	年代
	病院薬局…………… 88s	薬局経営者…………… 25s	20代…………… 11s
	保険調剤薬…………… 536s	薬局長(店長)…………… 63s	30代…………… 136s
		管理薬剤師…………… 148s	40代…………… 191s
		その他役職あり…………… 17s	50代…………… 191s
		役職は特にない…………… 371s	60代…………… 91s
			70代以上…………… 4s
	地域		
	北海道…………… 22s		
	東北…………… 28s		
	北関東…………… 33s		
	京浜…………… 198s		
	北陸…………… 29s		
	東海…………… 69s		
	京阪神…………… 117s		
	中国…………… 40s		
	四国…………… 10s		
	九州・沖縄…………… 78s		

2. 調査結果まとめ ～全体総括～

P11以外の以下スライドのグラフ内数値は全て百分率（%表記）です。

考察まとめ

- ① 約9割の薬剤師がMRとの面会に価値があると回答。薬剤師が持つMRのイメージとMRの社会的役割とのギャップはなく、医療を提供する担い手の一部としてイメージされていた。
- ② MRとの面会価値の有無を決定づけるのは簡潔に正確に適切な情報提供ができるかどうかであった。
- ③ 「薬剤師が必要な情報」と「MRから欲しい情報」はほぼ一致し、「製品の基本情報」についてのニーズが高い結果となった。
- ④ 薬剤師にとって優先度の高いニーズに合致するだけでなく、MRからしか得にくい、変化する幅広い情報を提供することがMRの付加価値につながることを推察された。

考察①



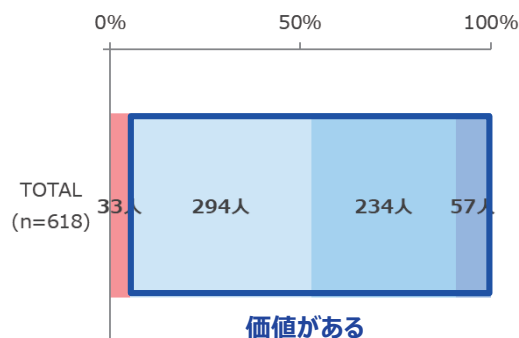
約9割の薬剤師がMRとの面会に価値があると回答。薬剤師が持つMRのイメージとMRの社会的役割とのギャップはなく、医療を提供する担い手の一部としてイメージされていた。

- 約9割の薬剤師がMRと面会する価値があると回答していた。
- MRの社会的役割に対する薬剤師の持つイメージとの合致度、適切な医療を届けるうえでの合致度は高く、薬剤師のイメージとMRの社会的役割にギャップはなかった。

MRと面会する価値

Q5

■ 価値がない ■ やや価値がある ■ 価値がある ■ 非常に価値がある

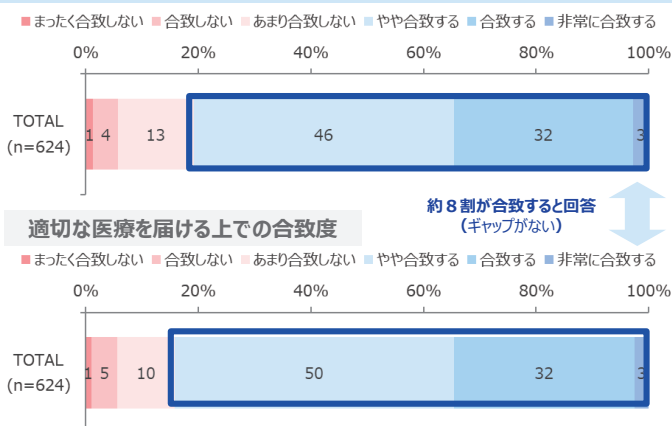


自身のMRのイメージとの合致度

Q6

<MRの社会的役割>

企業を代表し、医薬品の適正使用並びに薬物療法の向上に貢献するために医療従事者に対して医薬品の品質・有効性・安全性等に関する情報の提供と収集を行い、それに基づいて企業が分析した情報を伝達することを主な業務としている



考察②

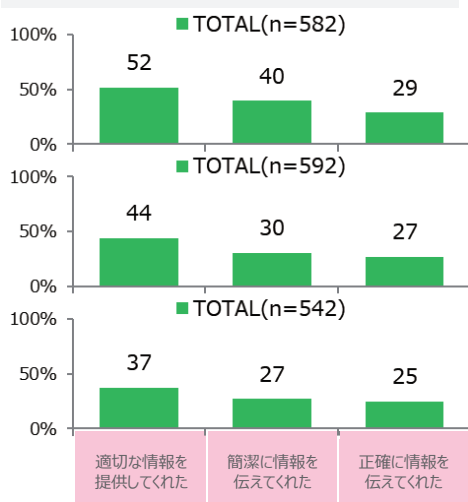


MRとの面会価値の有無を決定づけるのは簡潔に正確に適切な情報提供ができるかどうかであった。

- 価値のある面会でのMRの態度として多く挙げられていたのが「情報が適切／正確／簡潔」。
- 一方、価値のなかった面会でのMRの態度として挙げられていたのは「期待していた情報内容ではなかった／情報内容が期待外れ」。

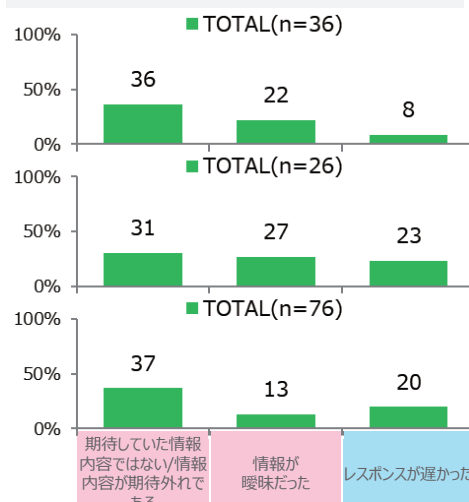
Q9

面会に価値のあるMRの態度



Q10

面会に価値のないMRの態度



タイミング①
製品の採用／調剤を経験する前

タイミング②
製品の調剤を経験しはじめた頃

タイミング③
製品の調剤を経験し慣れた後

※薬剤師タイミング①②③合算
TOTAL降順 上位3項目

※ベース：MRについて認知あり&MRとの面会に価値があると回答

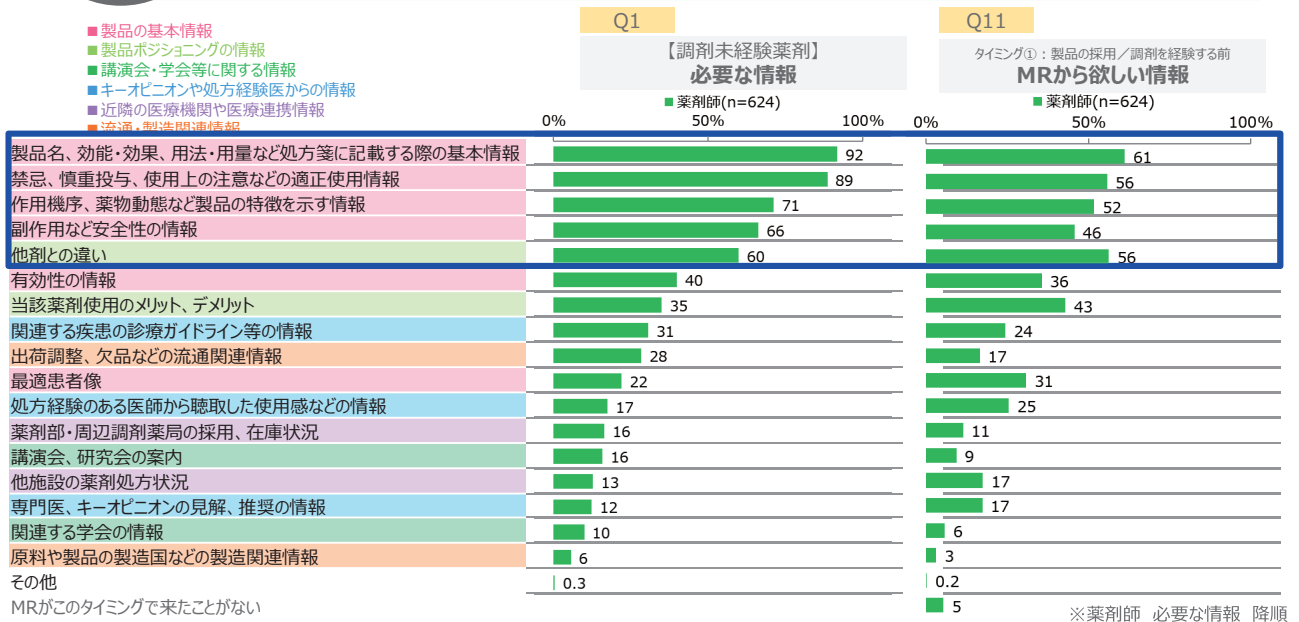
※ベース：MRについて認知あり&MRとの面会に価値がないと回答

考察③



「薬剤師が必要な情報」と「MRから欲しい情報」はほぼ一致し、「製品の基本情報」についてのニーズが高い結果となった。

- 薬剤師が必要と考えている情報は「製品の基本情報・安全性・適正使用情報」が92%とトップで、MRから欲しい情報としても61%とトップであった。



株式会社インテージヘルスケア

Copyright © INTAGE Healthcare Inc. All Rights Reserved.

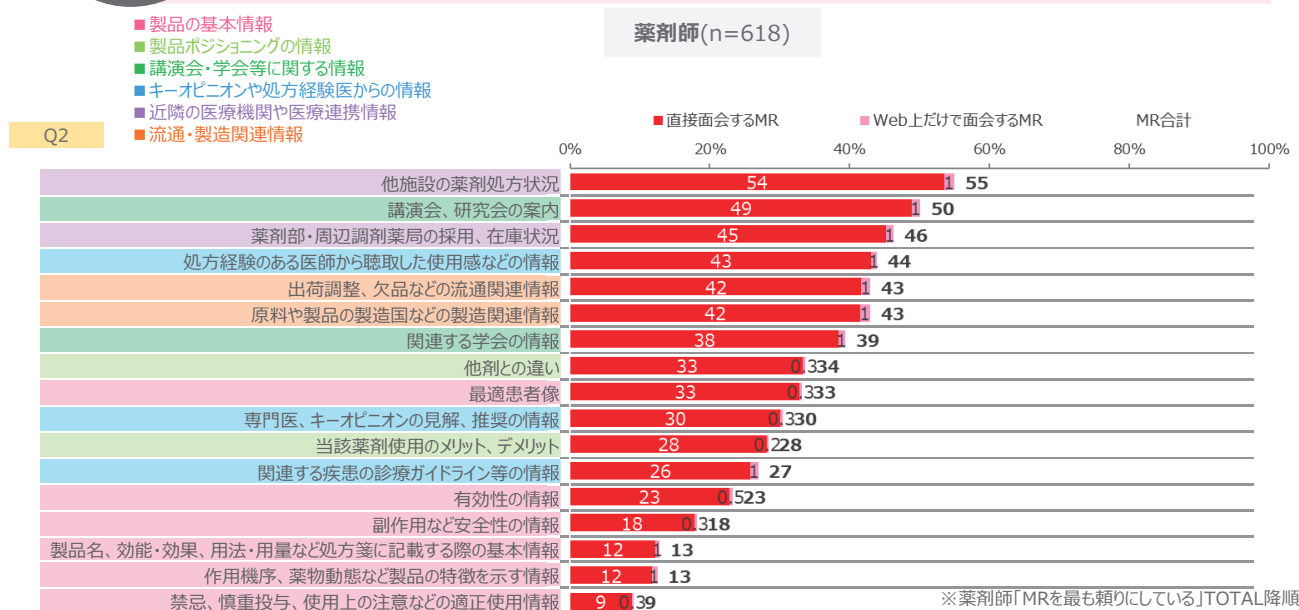
13

考察④



MRを最も頼りにしている情報は、「他施設の薬剤処方状況」。次いで、「講演会、研究会の案内」「薬剤部・周辺調剤薬局の採用、在庫状況」「処方経験のある医師から聴取した使用感などの情報」が続いた。薬剤師が求めている情報に対して、MRは情報源として一定の信頼がある。

- MRを最も頼りにしている情報としては、MRからしか得にくい情報や流動的な情報が高い結果となった。



株式会社インテージヘルスケア

Copyright © INTAGE Healthcare Inc. All Rights Reserved.

14

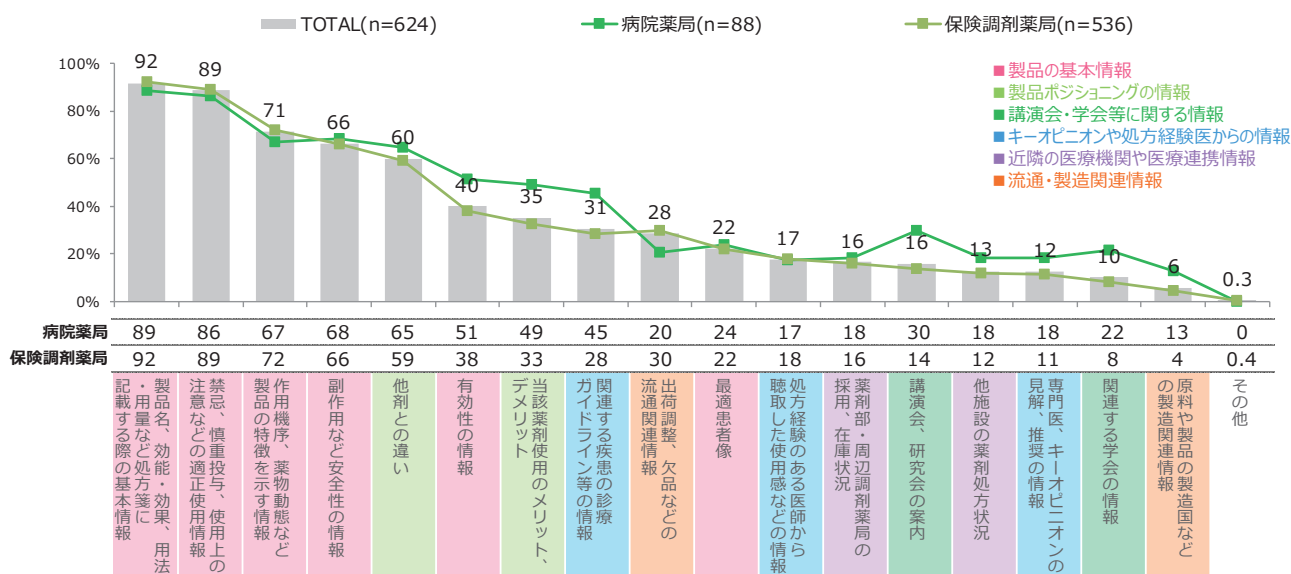
3. 設問ごとの集計結果

以下スライドのグラフ内数値は全て百分率（%表記）です。

薬剤師

Q1 【調剤未経験薬剤】必要な情報

- 病院薬局、保険調剤薬局ともに必要な情報として最も選択されていたのは「製品名、効能・効果、用法・用量など処方箋に記載する際の基本情報」であり、約90%であった。次いで「禁忌、慎重投与、使用上の注意などの適正使用情報」が続いた。

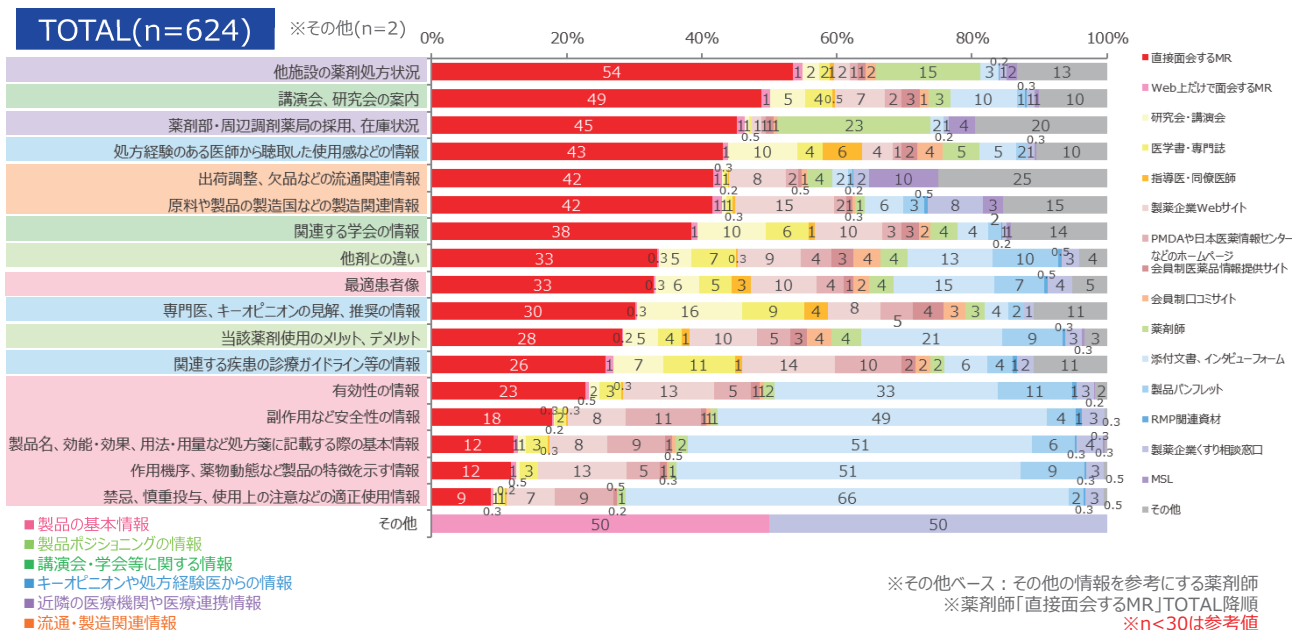


※薬剤師TOTAL降順

Q1 今までに処方／調剤したことがない薬剤について、先生はどのような情報を参考にされますか。先生が必要だと思う情報をお知らせください。

Q2 【調剤未経験薬剤】最も頼りにしている情報源_TOTAL

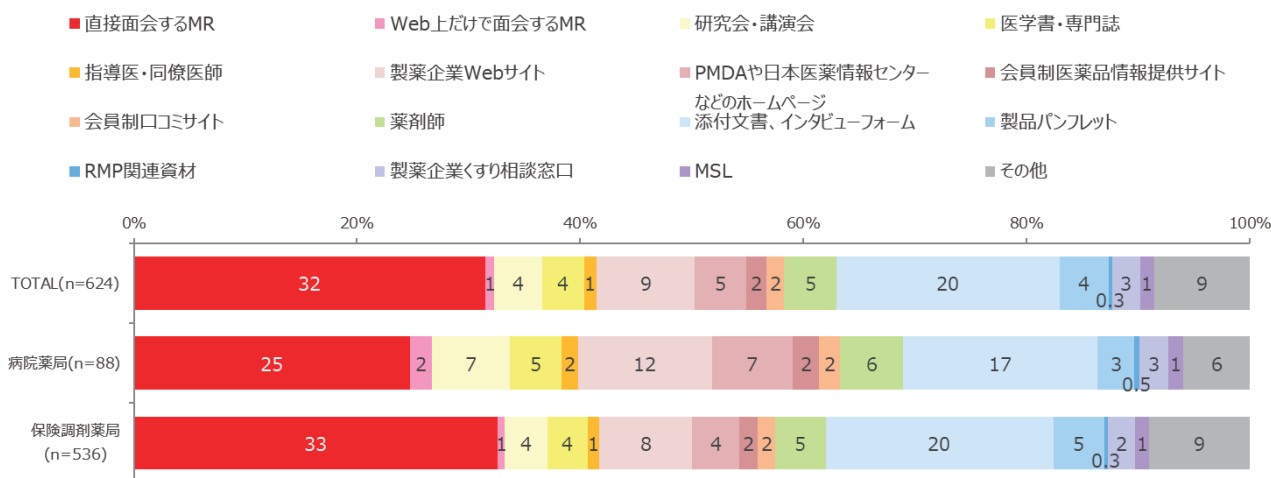
- 情報別に最も頼りにしている情報源を確認したところ、直接面会するMRを最も頼りにしている薬剤師が多かった情報は「他施設の薬剤処方状況」であり、54%であった。続いて、「講演会、研究会の案内」で49%、「薬剤部・周辺調剤薬局の採用、在庫状況」で45%であった。



Q2 今までに処方／調剤したことがない薬剤について、先生はどのような経路で情報を入手されますか。それぞれの情報のうち、先生が最も頼りにしている情報源をお知らせください。

Q2 【調剤未経験薬剤】最も頼りにしている情報源_情報合算

- 情報(項目をすべて合算)の最も頼りにしている情報源としてMR(直接面会するMR+Web上だけで面会するMR)を選択した薬剤師は、病院薬局で27%、保険調剤薬局で34%であった。
- 病院薬局、保険調剤薬局ともに「直接面会するMR」の割合が最も高く、次いで「添付文書、インタビューフォーム」が続いた。



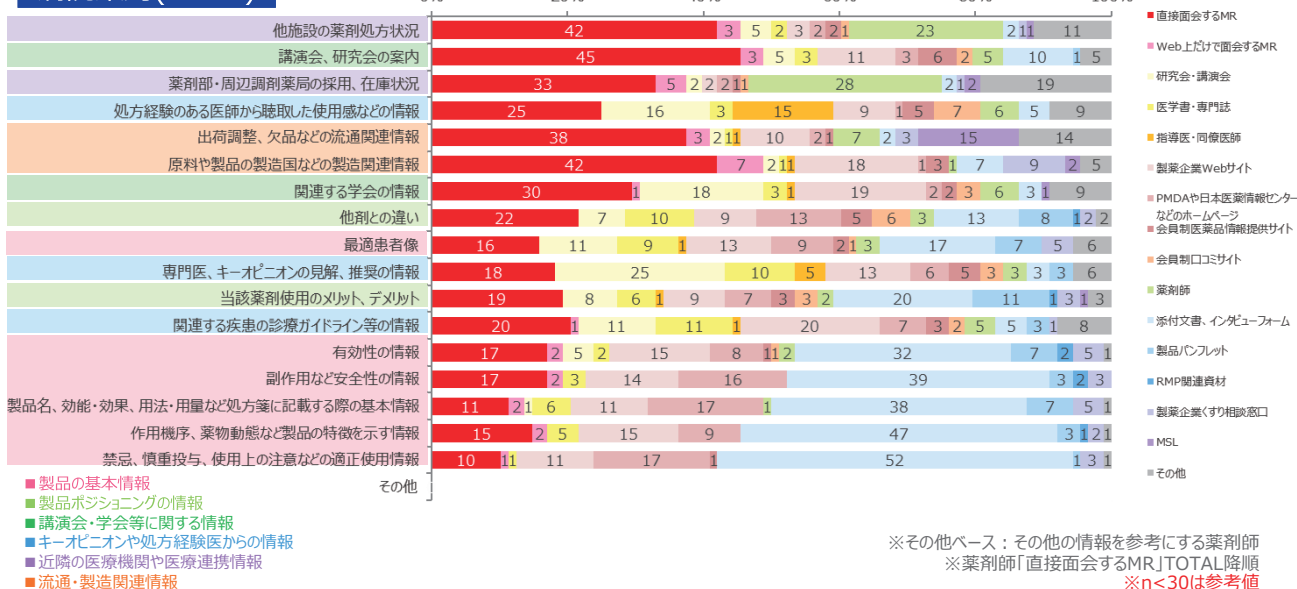
Q2 今までに処方／調剤したことがない薬剤について、先生はどのような経路で情報を入手されますか。それぞれの情報のうち、先生が最も頼りにしている情報源をお知らせください。

Q2 【調剤未経験薬剤】最も頼りにしている情報源_病院薬局

- 情報別に最も頼りにしている情報源を確認したところ、直接面会するMRを最も頼りにしている薬剤師が多かった情報は「講演会、研究会の案内」であり、45%であった。続いて、「他施設の薬剤処方状況」と、「原料や製品の製造国などの製造関連情報」で42%、「出荷調整、欠品などの流通関連情報」で38%であった。

病院薬局(n=88)

※その他(n=0)



Q2 今までに処方／調剤したことがない薬剤について、先生はどのような経路で情報を入手されますか。それぞれの情報のうち、先生が最も頼りにしている情報源をお知らせください。

株式会社インテージヘルスケア

Copyright © INTAGE Healthcare Inc. All Rights Reserved.

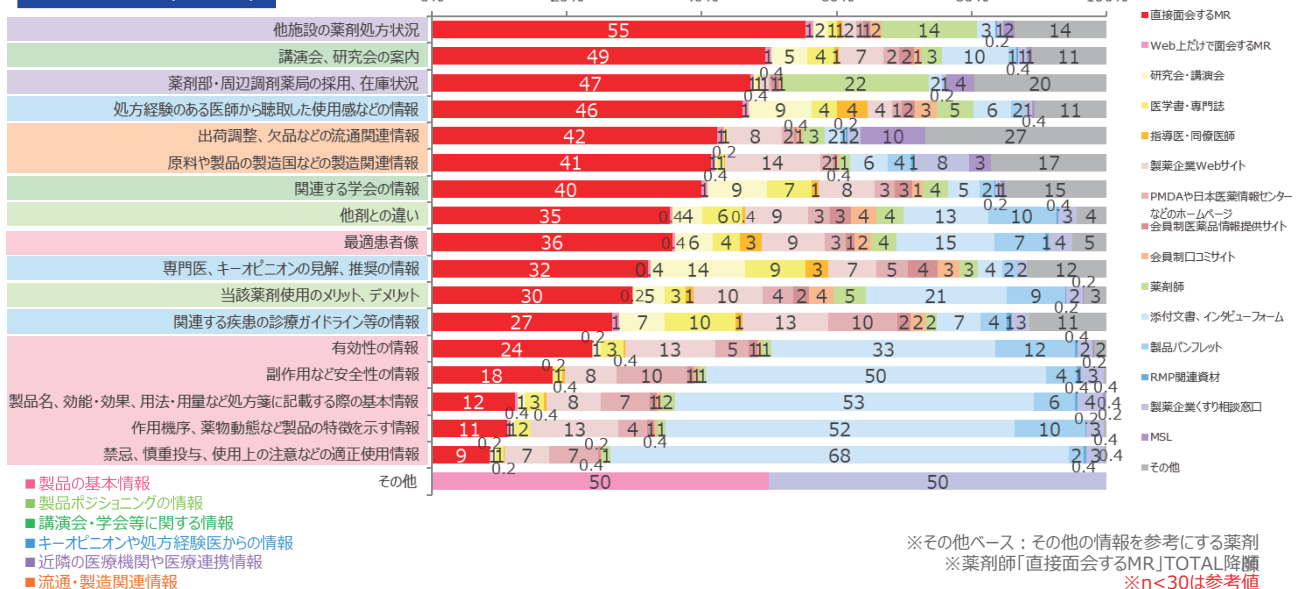
19

Q2 【調剤未経験薬剤】最も頼りにしている情報源_保険調剤薬局

- 情報別に最も頼りにしている情報源を確認したところ、直接面会するMRを最も頼りにしている薬剤師が多かった情報は「他施設の薬剤処方状況」であり、55%であった。続いて、「講演会、研究会の案内」で49%、「薬剤部・周辺調剤薬局の採用、在庫状況」で47%であった。

保険調剤薬局(n=536)

※その他(n=2)



Q2 今までに処方／調剤したことがない薬剤について、先生はどのような経路で情報を入手されますか。それぞれの情報のうち、先生が最も頼りにしている情報源をお知らせください。

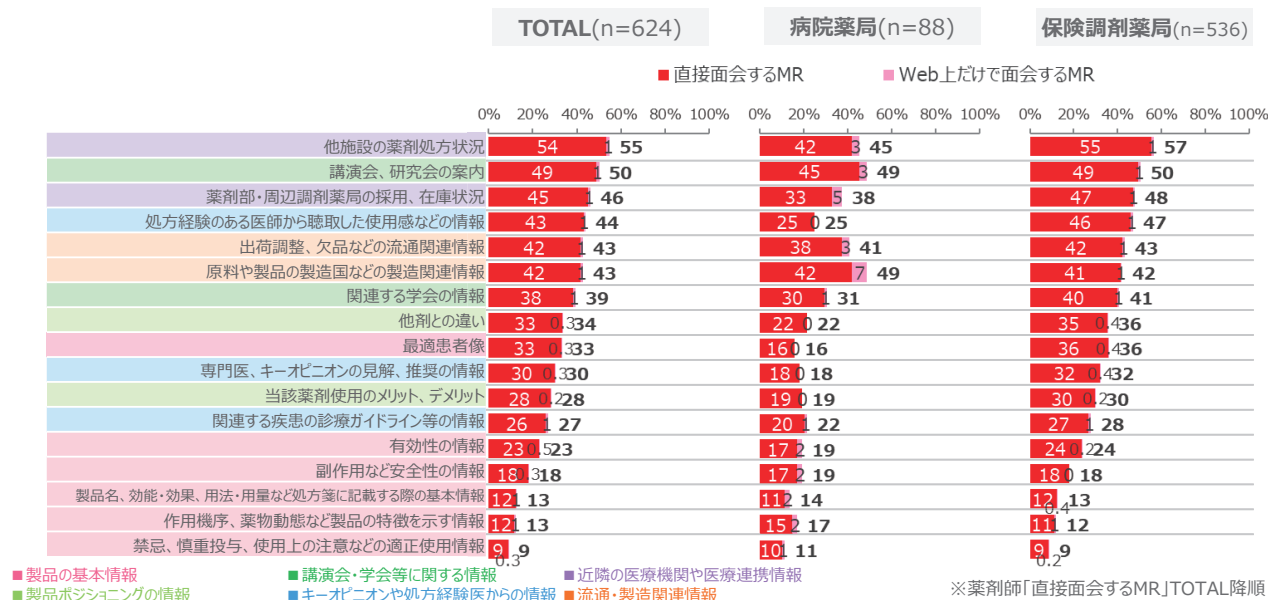
株式会社インテージヘルスケア

Copyright © INTAGE Healthcare Inc. All Rights Reserved.

20

Q2 【調剤未経験薬剤】最も頼りにしている情報源_MR

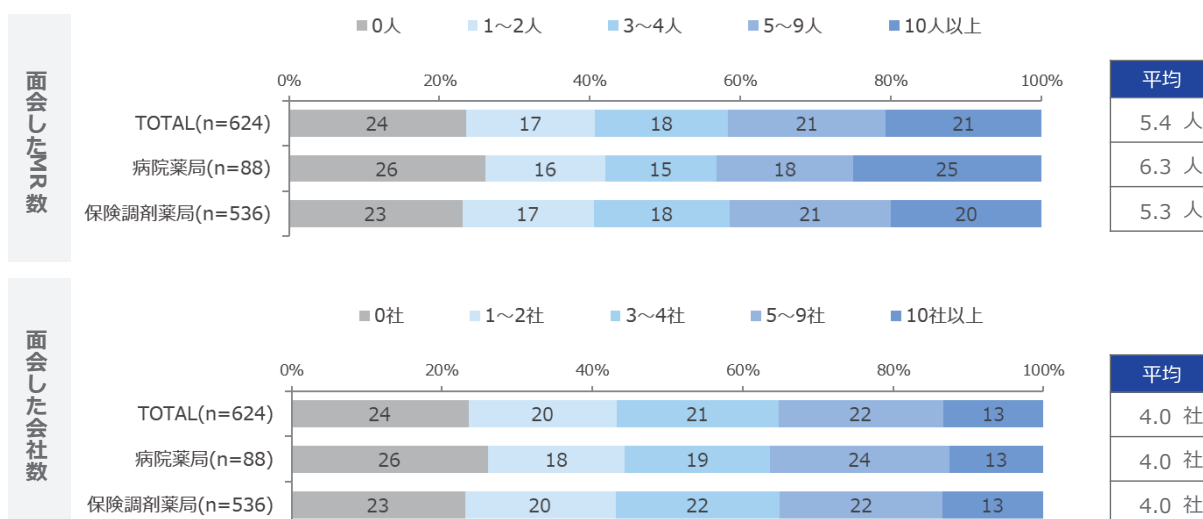
- 情報別にMRを最も頼りにしている薬剤師割合を確認したところ、病院薬局では「講演会、研究会の案内」と「原料や製品の製造国などの製造関連情報」が最も高く49%、保険調剤薬局では「他施設の薬剤処方状況」が最も高く57%であった。
- ほとんどの情報において保険調剤薬局は病院薬局よりもMRを最も頼りにする薬剤師の割合が高かった。



Q2 今までに処方／調剤したことがない薬剤について、先生はどのような経路で情報入手されますか。それぞれの情報のうち、先生が最も頼りにしている情報源をお知らせください。

Q3/Q3SQ1 最近6か月間に面会したMRの人数／会社数

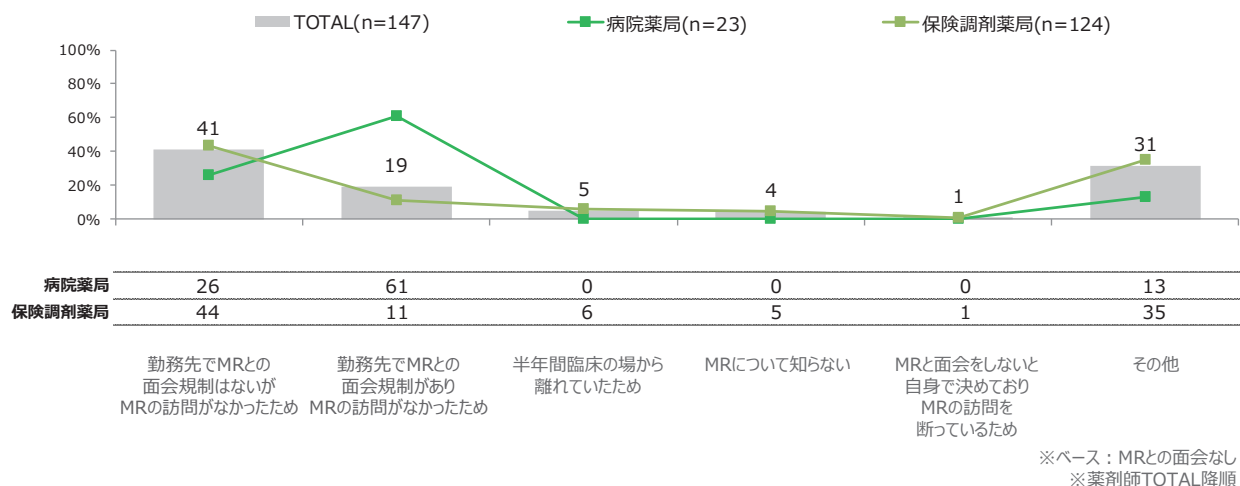
- 最近6か月間に面会したMR数の平均は病院薬局で6.3人、保険調剤薬局で5.3人であった。
- 最近6か月間に面会した会社数の平均は病院薬局で4.0社、保険調剤薬局で4.0社であった。



Q3 先生ご自身が、最近6ヶ月間に面会したMR数についてお知らせください。
Q3SQ1 先生ご自身が、最近6ヶ月間に面会した会社数についてお知らせください。

Q4 MRと面会がない理由

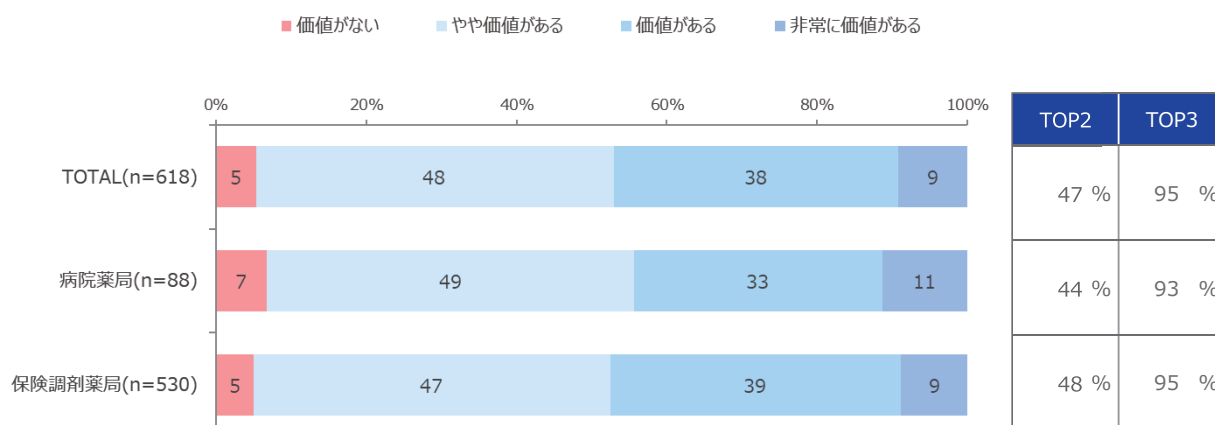
- MRとの面会がない理由として最も多かったのは、病院薬局で「勤務先でMRとの面会規制がありMRの訪問がなかったため」が61%、保険調剤薬局は「勤務先でMRとの面会規制はないがMRの訪問がなかったため」の44%であった。



Q4 先生は、MRと面会していないとお答えになりました。なぜ会われていないのか、当てはまるものをお知らせください。

Q5 MRと面会する価値

- MRと面会する価値について、病院薬局と保険調剤薬局での差は見られなかった。
- 価値がある（やや価値がある～非常に価値がある）と回答した薬剤師は病院薬局で93%、保険調剤薬局で95%であった。



※ベース：MRについて認知あり

Q5 先生は、MRと面会する価値があると思われますか。

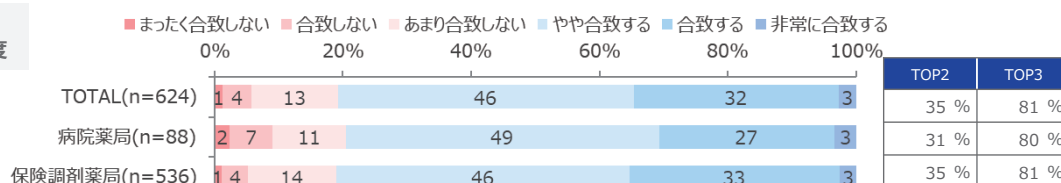
Q6 「MRの社会的役割」とイメージとの合致度

- 「MRの社会的役割」とイメージとの合致度において、病院薬局は保険調剤薬局に比べBOTTOM2割合（まったく合致しない＋合致しない）の割合がやや高かった。
- “自身のMRのイメージとの合致度”のTOP2割合（合致する＋非常に合致する）は病院薬局で31%、保険調剤薬局で35%であった。
- “適切な医療を届ける上での合致度”のTOP2割合は病院薬局で30%、保険調剤薬局で35%であった。

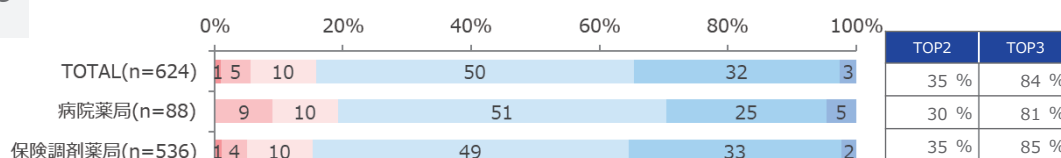
＜MRの社会的役割＞

企業を代表し、医薬品の適正使用並びに薬物療法の向上に貢献するために医療従事者に対して医薬品の品質・有効性・安全性等に関する情報の提供と収集を行い、それに基づいて企業が分析した情報を伝達することを主な業務としている

自身のMRのイメージとの合致度



適切な医療を届ける上での合致度

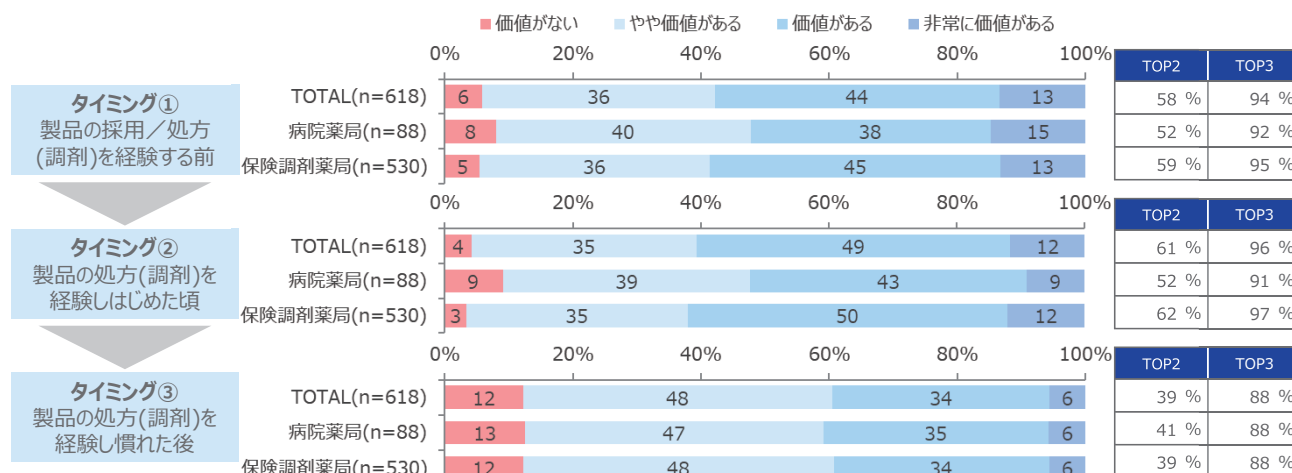


※TOP2：合致する＋非常に合致する
※TOP3：やや合致する＋合致する＋非常に合致する

Q6 下記のMRの社会的な役割をお読みになり、先生ご自身のMRのイメージとの合致度をお知らせください。また、適切な医療を届ける上でのMRのイメージとの合致度をお知らせください。

Q7 MRと面会する価値（タイミング別）

- MRと面会する価値についてTOP2割合（価値がある＋非常に価値がある）を確認すると、病院薬局、保険調剤薬局のいずれも、タイミング①②は同程度であった。
- タイミング③は①②に比べてTOP2割合が減少していた。

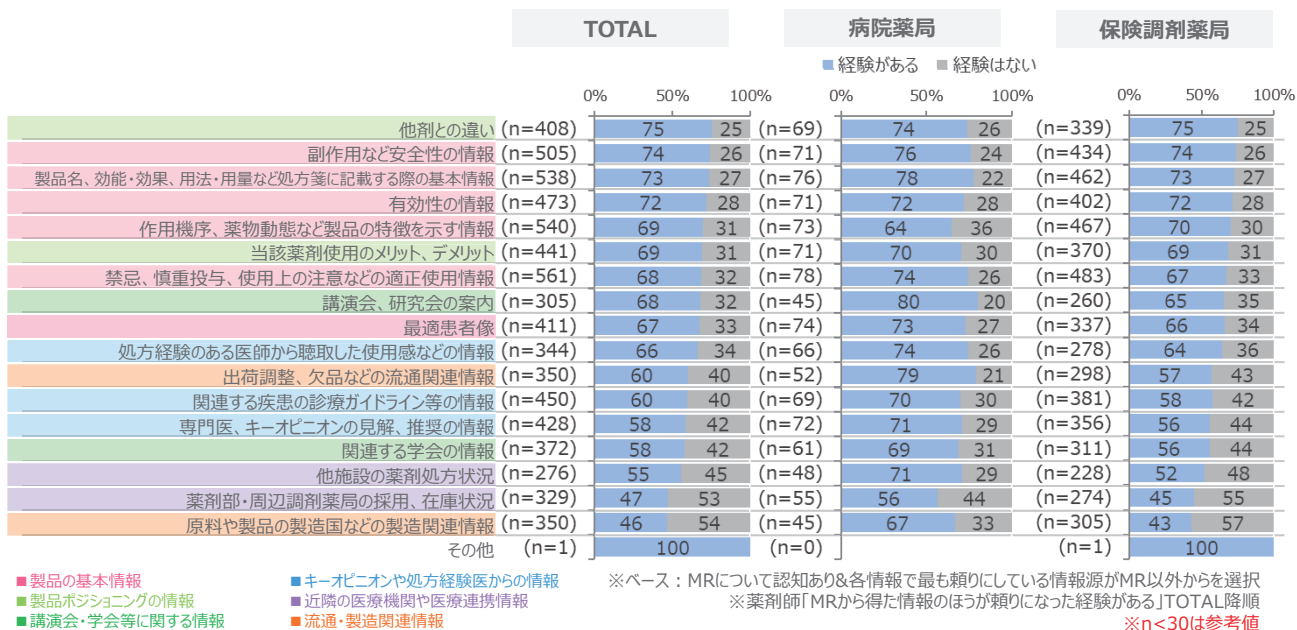


※TOP2：価値がある＋非常に価値がある
※TOP3：やや価値がある＋価値がある＋非常に価値がある

※ベース：MRについて認知あり

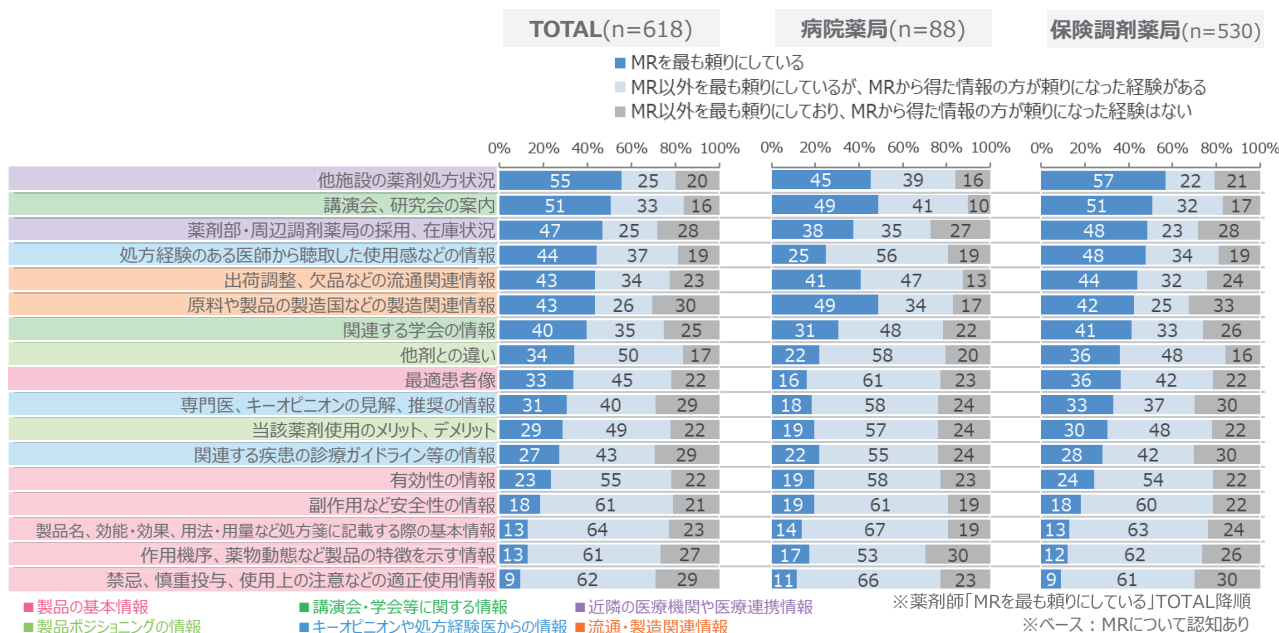
Q7 先生が今までに処方したことがない／調剤したことのない薬剤について、頼りになる医薬情報担当者(MR)と面会した結果、MRと面会する価値があったか、タイミング別にお知らせください。

- 病院薬局と保険調剤薬局の違いはあまり見られなかった。
- 最も頼りにする情報源より、MRから得た情報が頼りになった経験が最も多い情報は、病院薬局では「講演会、研究会の案内」で80%。保険調剤薬局では「他剤との違い」で75%であった。



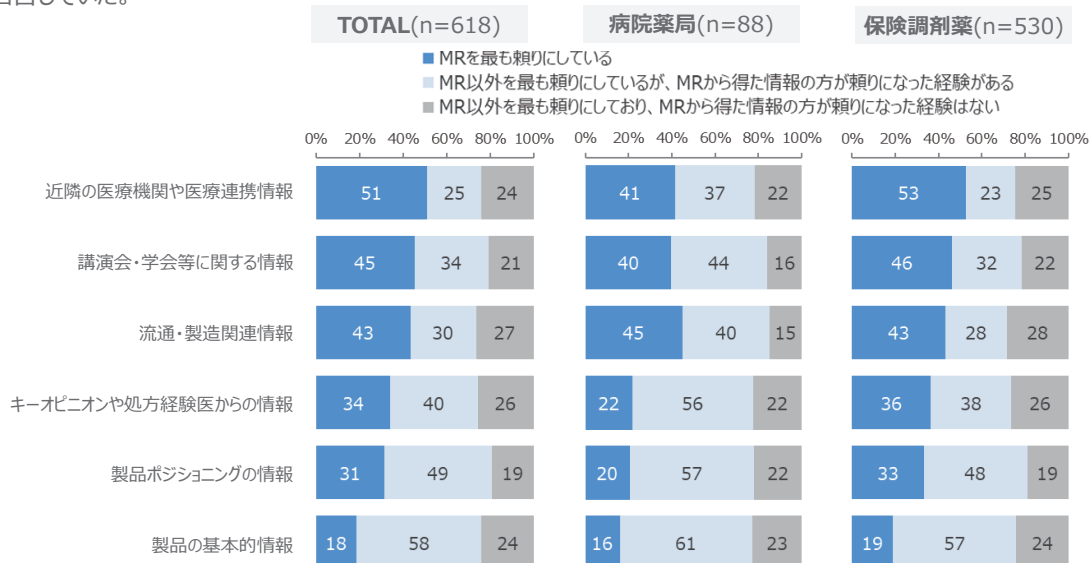
Q8 先生が今までに処方したことがない薬剤について、薬剤の情報を得るときに最も頼りにすると先生がお答えになった情報源よりも／先生が今までに調剤したことのない薬剤について、薬剤の情報を得るときに最も頼りにする情報源よりもMRから得た情報の方が頼りになった経験があるものをお知らせください。

- いずれの情報も「MRが頼りになった経験がない」と回答する薬剤師は約2～3割であった。
- 病院薬局では「処方経験のある薬剤師から聴取した使用感などの情報」について、MR以外を最も頼りにしているが、MRから得た情報の方が頼りになった経験がある薬剤師が、保険調剤薬局に比べて多かった。



Q8 先生が今までに処方したことがない薬剤について、薬剤の情報を得るときに最も頼りにすると先生がお答えになった情報源よりも／先生が今までに調剤したことのない薬剤について、薬剤の情報を得るときに最も頼りにする情報源よりもMRから得た情報の方が頼りになった経験があるものをお知らせください。

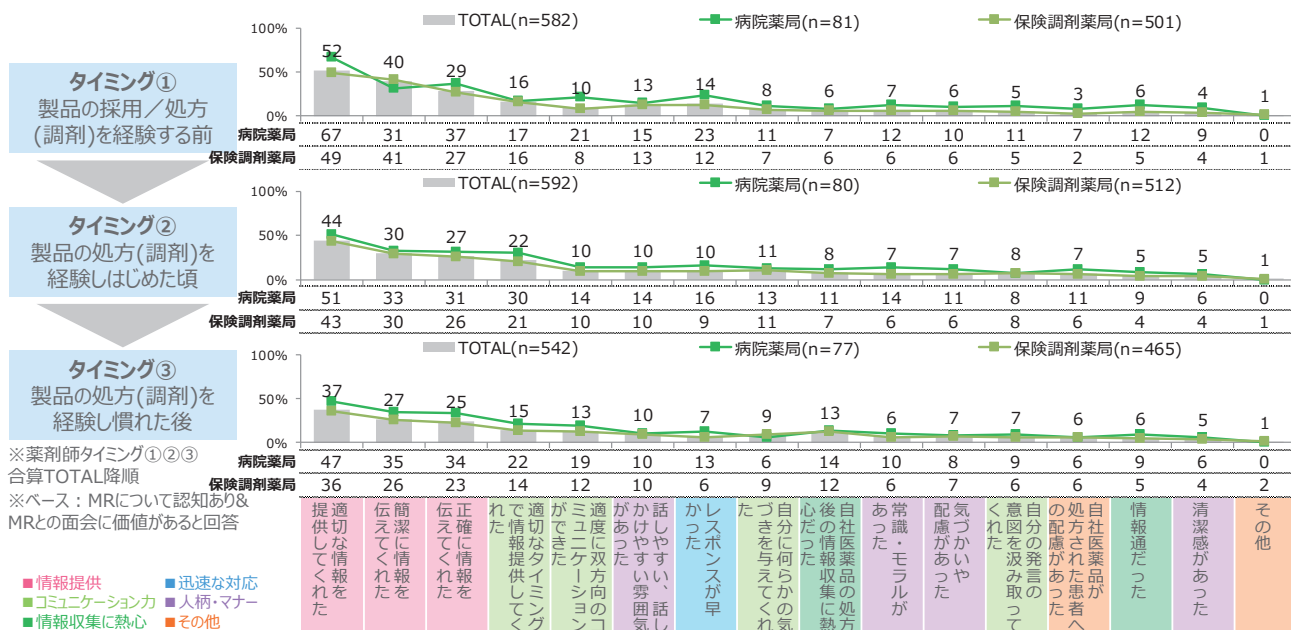
- 病院薬局、保険調剤薬局のいずれも各情報に対し、「MRが頼りになった経験がない」と回答する薬剤師は約2～3割であった。
- 基本的にMR以外を最も頼りにしていても、約2～6割の薬剤師が最も頼りにしている情報源よりもMRが頼りになった経験があると回答していた。



※薬剤師「MRを最も頼りにしている」TOTAL降順
※ベース：MRについて認知あり

Q8 先生が今までに処方したことがない薬剤について、薬剤の情報を得るときに最も頼りにすると先生がお答えになった情報源よりも／先生が今までに調剤したことがない薬剤について、薬剤の情報を得るときに最も頼りにする情報源よりもMRから得た情報の方が頼りになった経験があるものをお知らせください。

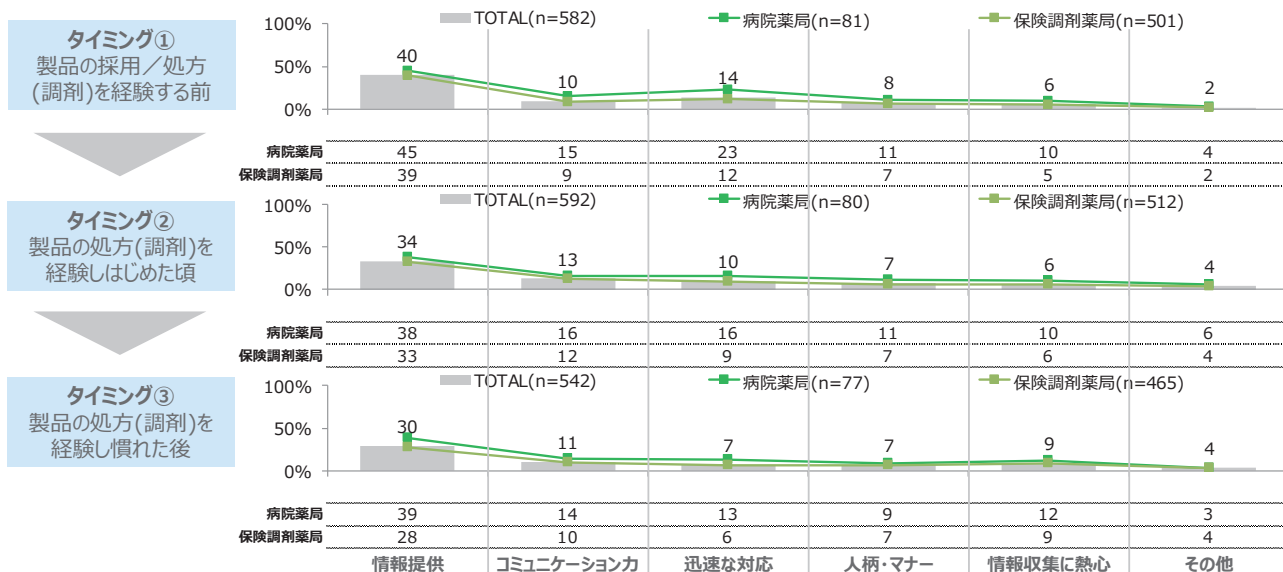
- 価値のあった面会でのMRの態度として、タイミング①～③の全てにおいて、病院薬局、保険調剤薬局のいずれでも「適切な情報を提供してくれた」が最も評価されていた。



Q9 先ほど先生は、今までに処方したことがない／調剤したことがない薬剤について、頼りになる医療情報担当者(MR)と面会した結果、面会に価値があったとお答えになりました。価値があったと思った面会でのMRの態度を、タイミング別にすべてお知らせください。

【調剤未経験薬剤 – MRとの面会に価値あり】 面会時のMRの態度（タイミング別） 項目合算

- 価値のあった面会でのMRの態度として、タイミング①～③の全てにおいて、病院薬局、保険調剤薬局のいずれでも「情報提供」についてが最も評価されていた。



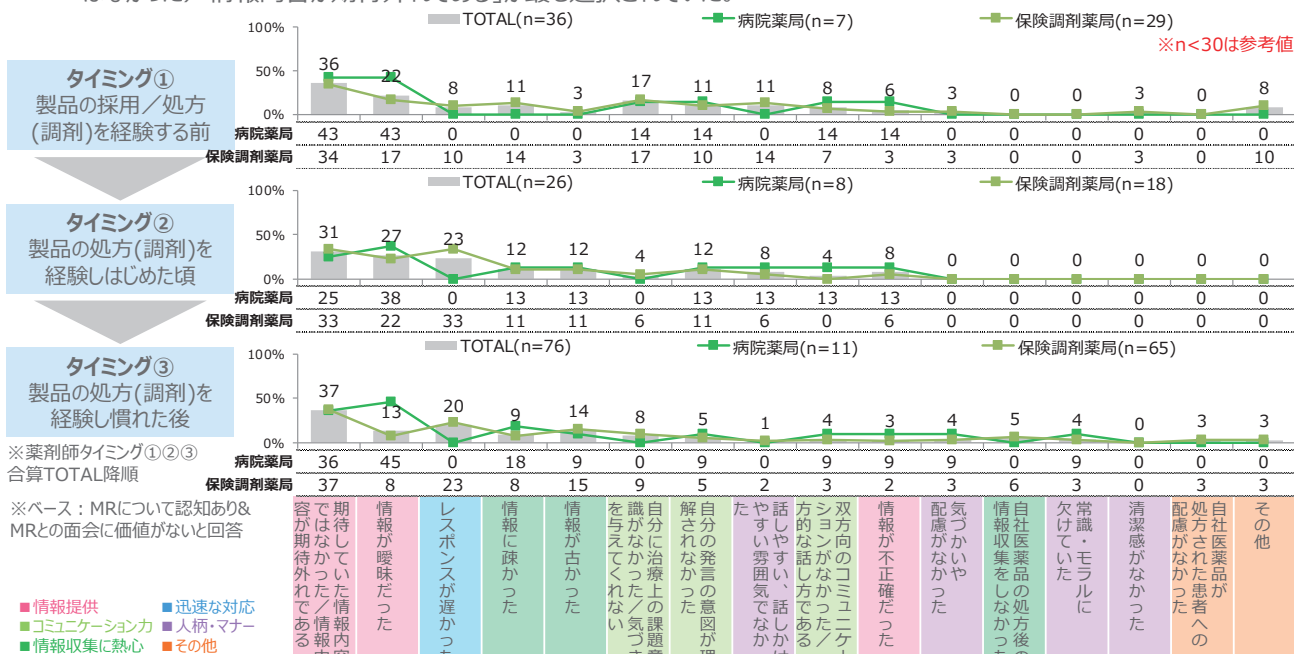
※薬剤師タイミング①②③合算TOTAL降順

※ベース：MRについて認知あり&MRとの面会に価値があると回答

Q9 先ほど先生は、今までに処方したことがない／調剤したことがない薬剤について、頼りになる医薬情報担当者(MR)と面会した結果、面会に価値があったとお答えになりました。価値があった面会でのMRの態度を、タイミング別にすべてお知らせください。

【MRとの面会に価値なし】 面会時のMRの態度（タイミング別）

- n<30のため、病院薬局と保険調剤薬局は参考値である。
- TOTALでは価値がないと思った面会でのMRの態度として、タイミング①～③の全てにおいて「期待していた情報内容ではなかった／情報内容が期待外れである」が最も選択されていた。



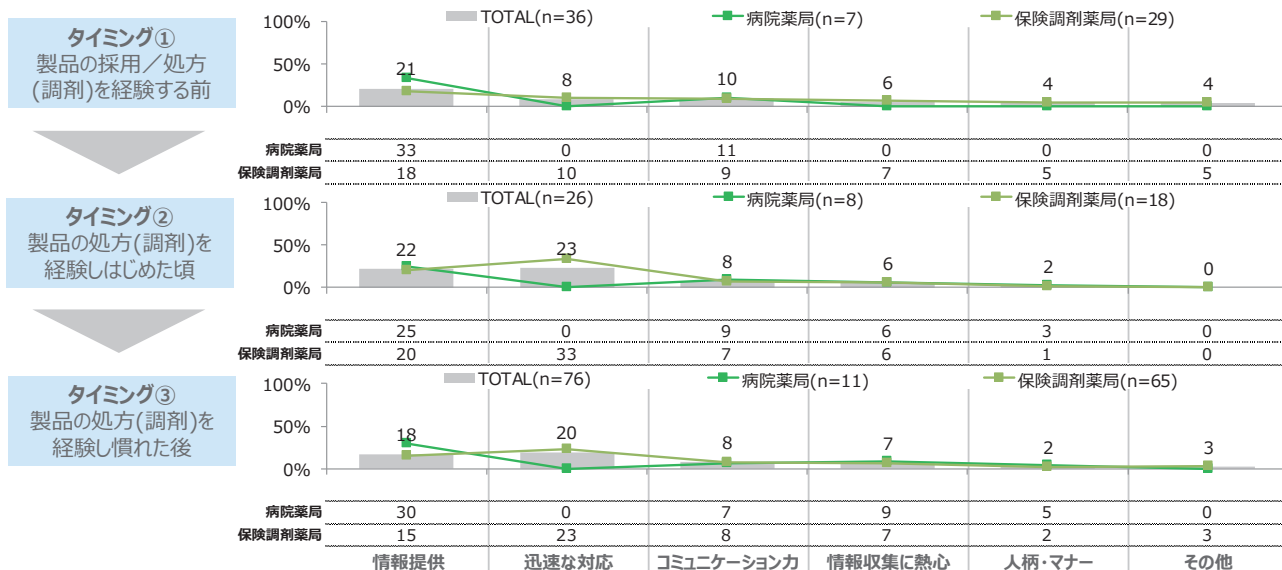
Q10 先ほど先生は、今までに処方したことがない／調剤したことがない薬剤について、頼りになる医薬情報担当者(MR)と面会した結果、面会に価値がなかったとお答えになりました。価値がない面会でのMRの態度を、タイミング別にすべてお知らせください。

Q10

【調剤未経験薬剤 – MRとの面会に価値なし】

面会時のMRの態度（タイミング別） 項目合算

- 価値がないと思った面会でのMRの態度として、病院薬局ではタイミング①～③の全てにおいて、「情報提供」についてが最も選択されていた。保険調剤薬局では、タイミング①では「情報提供」についてが、タイミング②と③では「迅速な対応」についてが最も選択されていた。



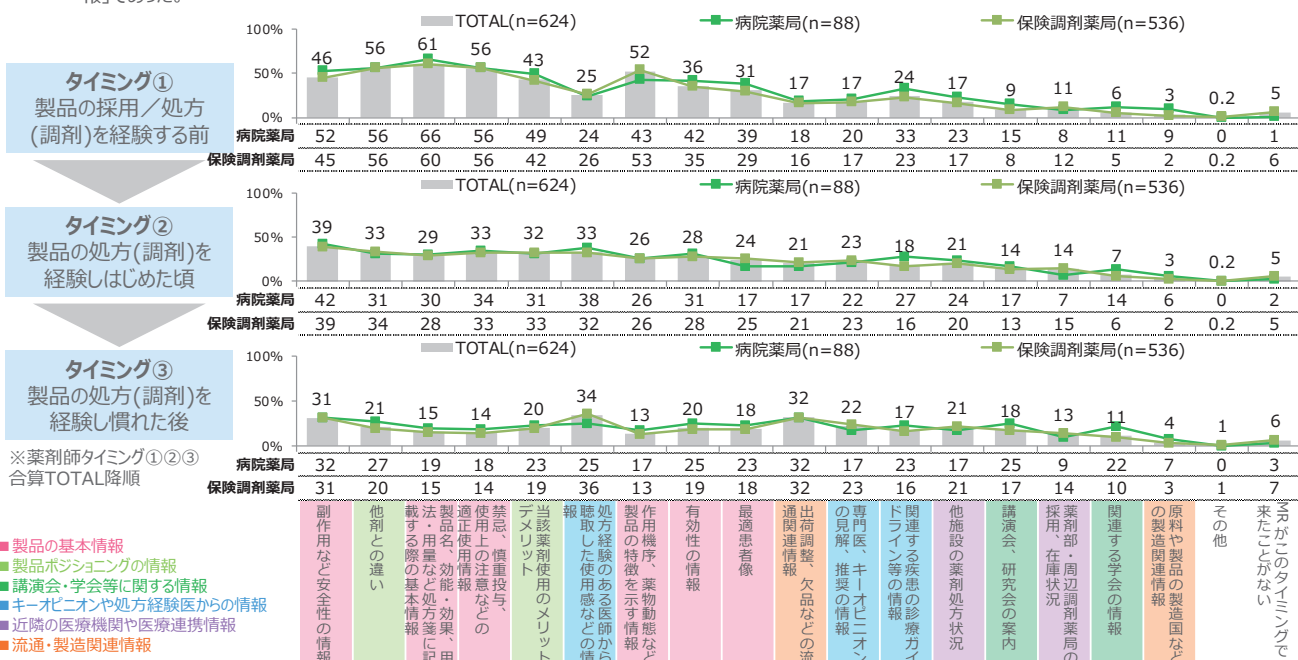
※薬剤師タイミング①②③合算TOTAL降順

※ベース：MRについて認知あり&MRとの面会に価値がないと回答

Q10 先ほど先生は、今までに処方したことがない／調剤したことがない薬剤について、頼りになる医薬情報担当者(MR)と面会した結果、面会に価値がなかったと答えになりました。価値がないと思った面会でのMRの態度を、タイミング別にすべてお知らせください。

Q11 MRから欲しい情報（タイミング別）

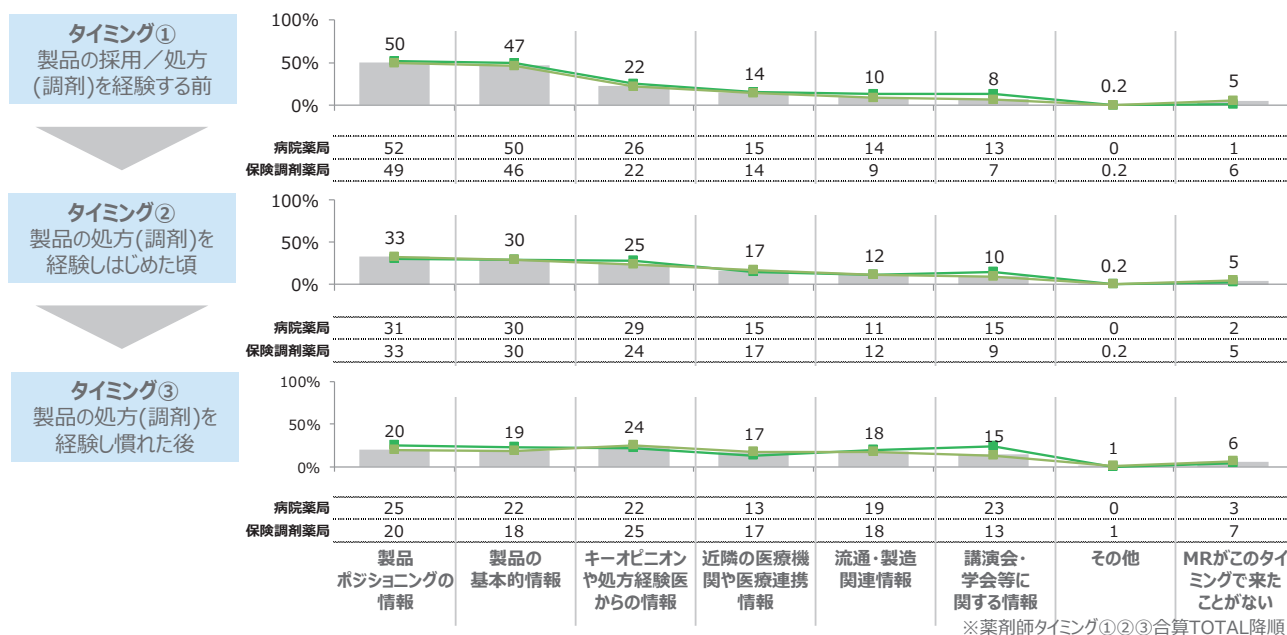
- タイミング①：最も多かったのは病院薬局、保険調剤薬局のいずれも「製品名、効能・効果、用法・用量など処方箋に記載する際の基本情報」。
- タイミング②：最も多かったのは病院薬局、保険調剤薬局のいずれも「副作用など安全性の情報」。
- タイミング③：最も多かったのは病院薬局では「副作用など安全性の情報」、保険調剤薬局では「処方経験のある薬剤師から聴取した使用感などの情報」であった。



Q11 先生が医薬情報担当者(MR)から欲しい情報を、タイミング別にすべてお知らせください。

Q11 MRから欲しい情報（タイミング別）_項目合算

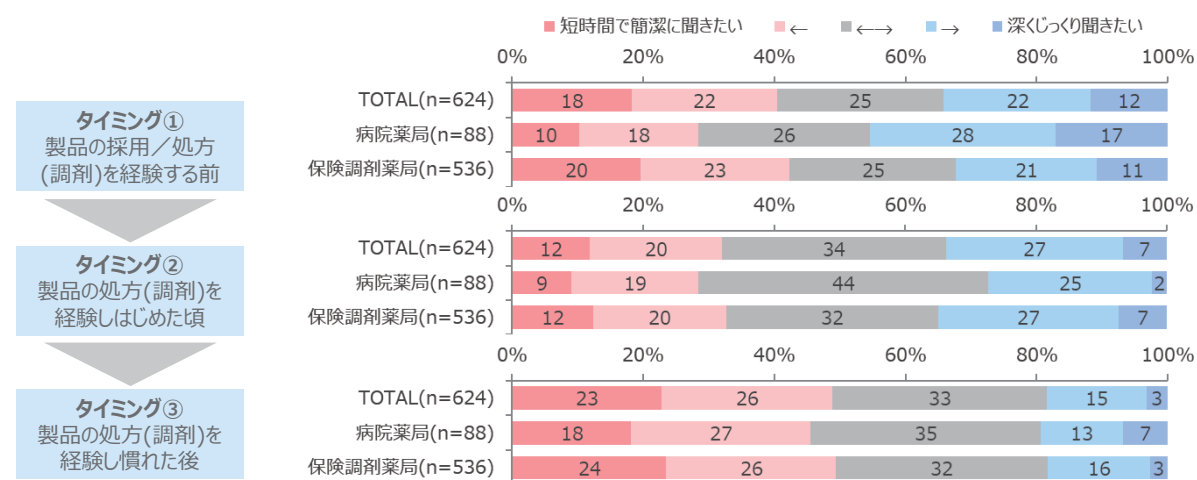
- 病院薬局と保険調剤薬局のいずれでも「製品ポジショニングの情報」と「製品の基本的情報」について、タイミング①では求める声が多いが、タイミング②③では減少していた。



Q11 先生が医薬情報担当者(MR)から欲しい情報を、タイミング別にすべてお知らせください。

Q12 【MRとの面会で価値があると思った場合】 望ましいMRの話し方

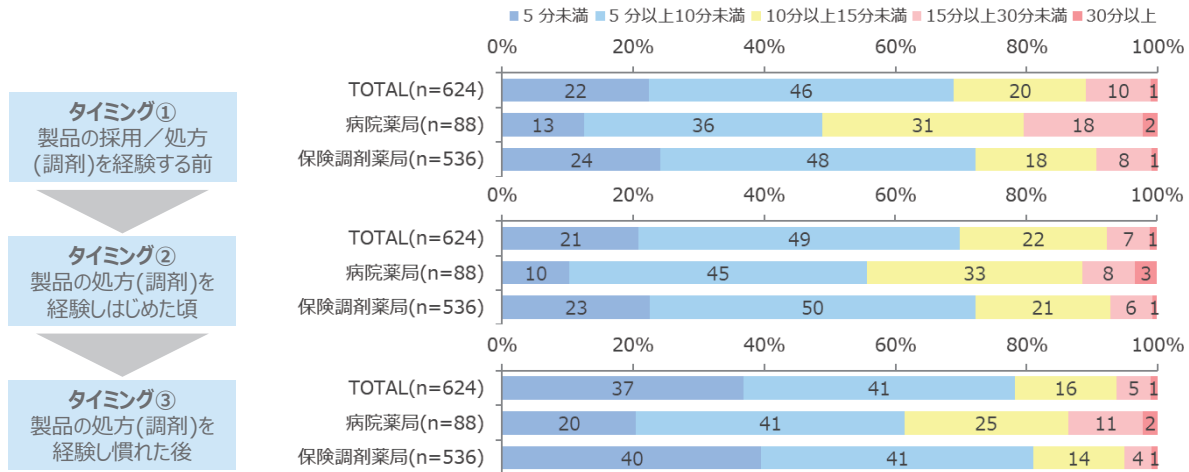
- タイミングが後半になるにつれ、「より深くじっくり聞きたい」と回答する薬剤師が減少し、「より短時間で簡潔に聞きたい」という回答が増加していた。



Q12 先生が医薬情報担当者(MR)との面会で、価値があると思われた場合をお考えください。医薬情報担当者(MR)から情報提供をされるとき、どのような話し方が望ましいですか。先生のご希望をタイミング別にお知らせください。

【MRとの面会で価値があったと思った場合】 Q13 許容できる面会時間

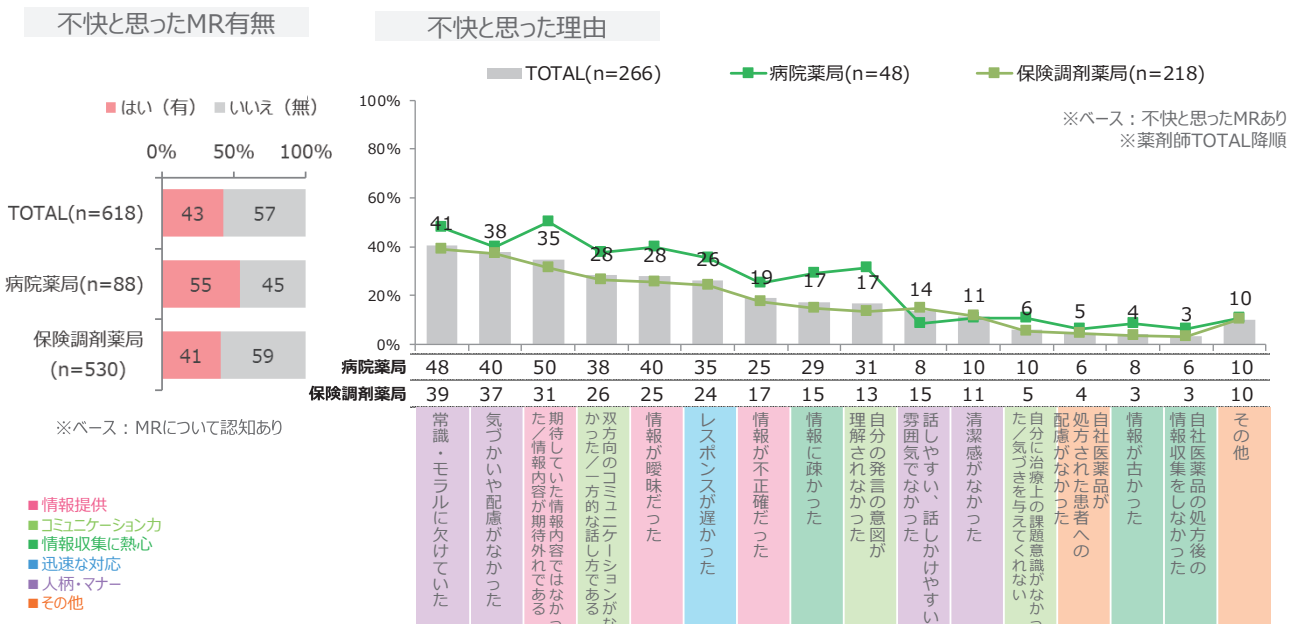
- いずれのタイミングにおいても保険調剤薬局は病院薬局に比べ許容できる面会時間が少ない傾向が見られた。
- 病院薬局、保険調剤薬局のいずれもタイミング①②に比べ、タイミング③では許容できる面会時間が短くなっていた。



Q13 先生が医薬情報担当者(MR)との面会で、価値があると思われた場合の、許容できる面会時間をタイミング別にお知らせください。

Q14/Q15 不快と思ったMRの有無／不快と思った理由

- 不快だと思ったMRがいる薬剤師は病院薬局で55%、保険調剤薬局で41%であった。
- 不快と思った理由として最も多い理由は、病院薬局では「期待していた情報内容ではなかった／情報内容が期待外れである」で50%、保険調剤薬局では「常識・モラルに欠けていた」で39%であった。



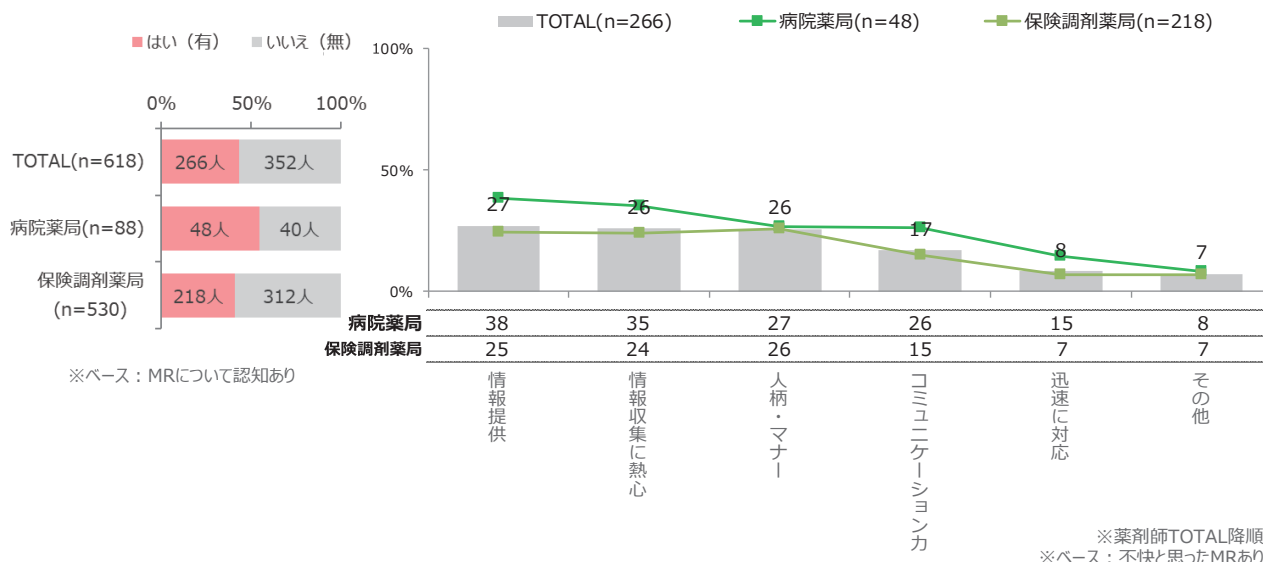
Q14 先生ご自身が、不快だと思われた、担当の医薬情報担当者(MR)はいますか。
Q15 先生が、医薬情報担当者(MR)と面会して、不快だった理由をお知らせください。

Q14/Q15 不快と思ったMRの有無／不快と思った理由

- 不快だと思ったMRがいる薬剤師は病院薬局で48人、保険調剤薬局で218人であった。
- 不快と思った理由として最も多かったのは、病院薬局で「情報提供」について、保険調剤薬局で「人柄・マナー」についてであった。

不快と思ったMR有無

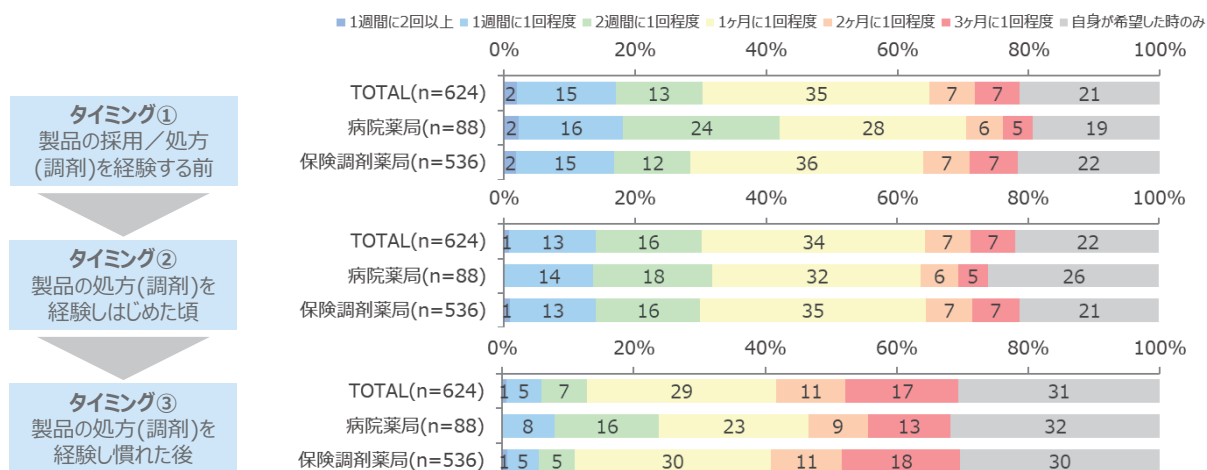
不快と思った理由



Q14 先生ご自身が、不快だと思われた、担当の医薬情報担当者(MR)はいますか。
Q15 先生が、医薬情報担当者(MR)と面会して、不快だった理由をお知らせください。

Q16 適切と思う面会頻度

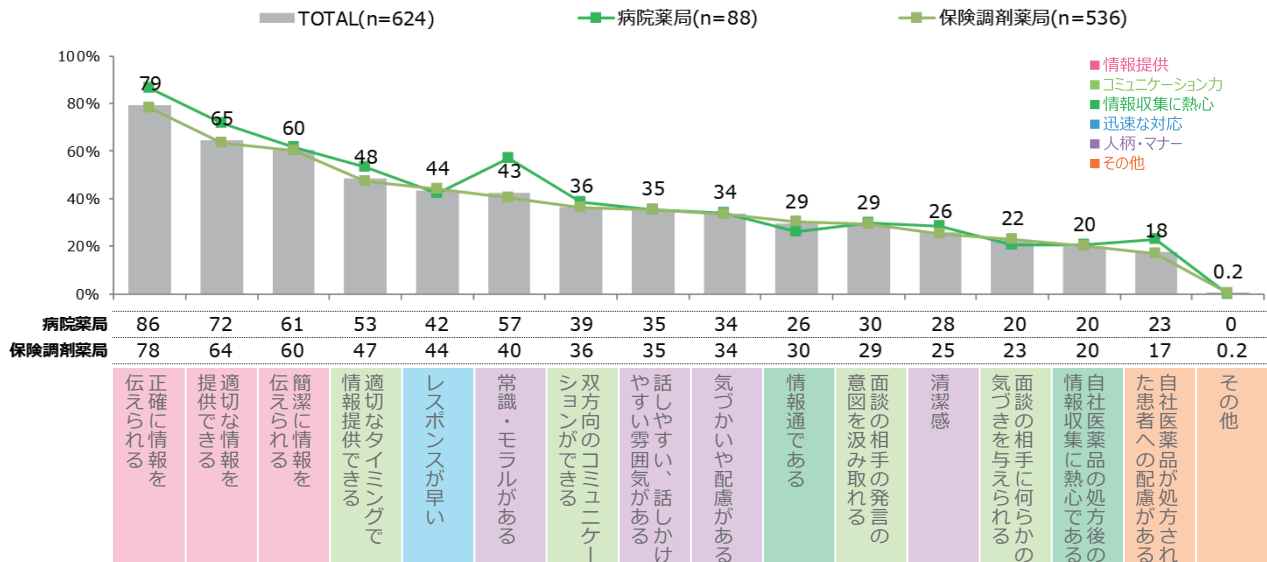
- 病院薬局、保険調剤薬局ともにタイミング①②に比べ、タイミング③では適切と思う面会頻度が減少する傾向が見られた。



Q16 先生が医薬情報担当者(MR)との面会で適切と思われる、面会頻度をタイミング別にお知らせください。

Q17 MRに最低限必要と思う資質

- 病院薬局、保険調剤薬局のいずれもMRに最低限必要だと思う資質として「正確に情報を伝えられる」を選択する薬剤師が多かった。次いで「適切な情報を提供できる」、「簡潔に情報を伝えられる」が続いた。
- 病院薬局は保険調剤薬局に比べ「常識・モラルがある」を選択した薬剤師の割合が高かった。

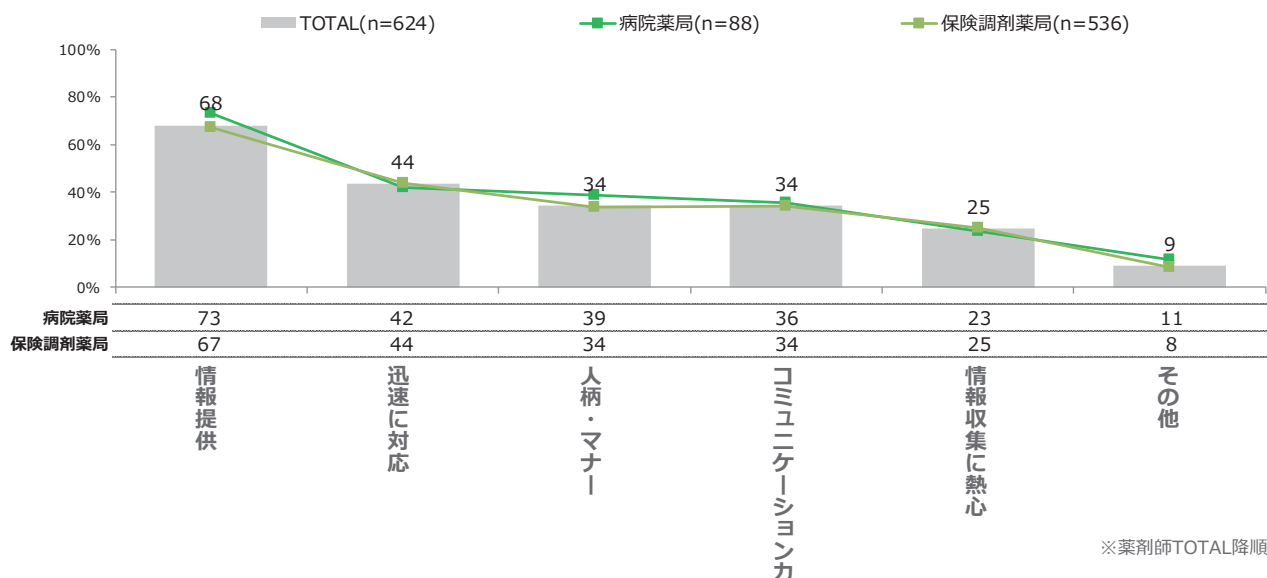


※薬剤師TOTAL降順

Q17 先生が医薬情報担当者(MR)にとって、最低限必要と思われる姿勢や態度、行動をお知らせください。

Q17 MRに最低限必要と思う資質

- MRIに最低限必要だと思う資質として、病院薬局、保険調剤薬局のいずれも「情報提供」についてが最も多く挙げられていた。

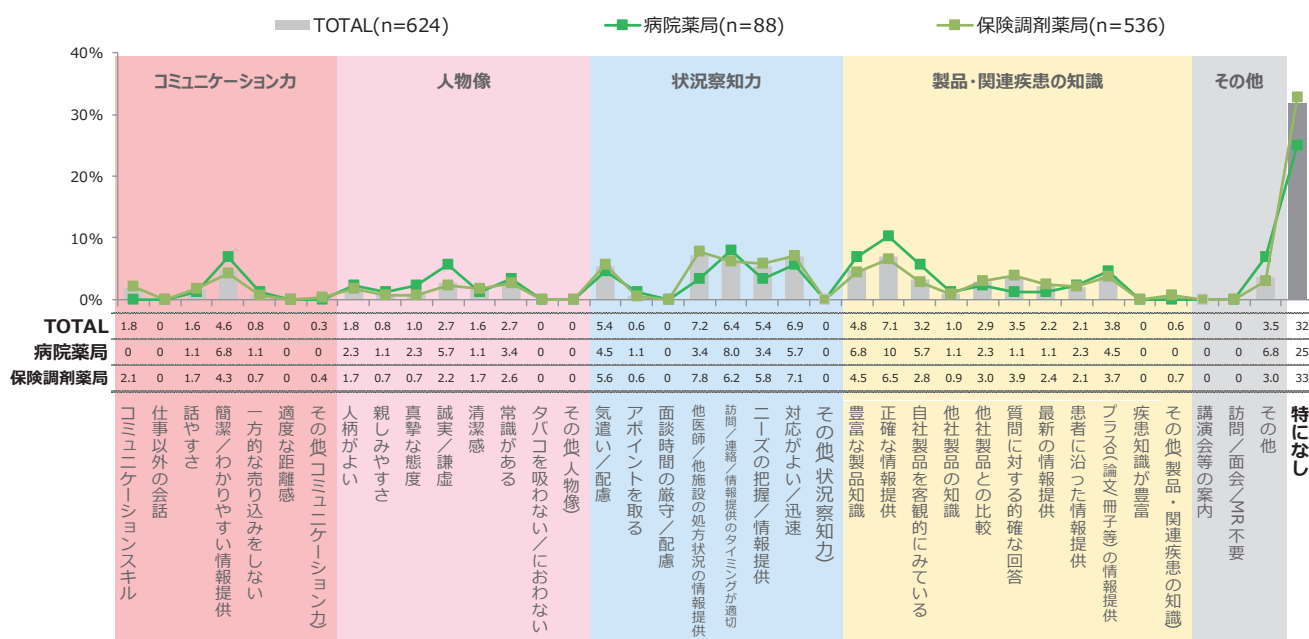


※薬剤師TOTAL降順

Q17 先生が医薬情報担当者(MR)にとって、最低限必要と思われる姿勢や態度、行動をお知らせください。

Q18 MRにとって付加価値となると思われる姿勢や態度、行動_小項目

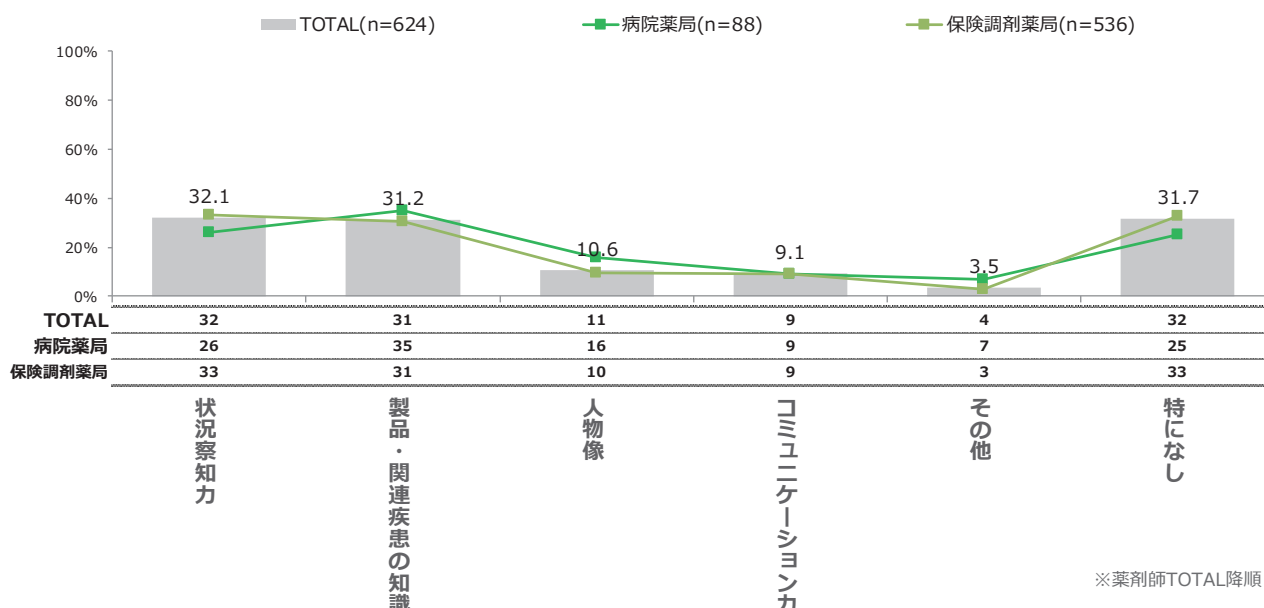
- MRにとって付加価値となると思われる姿勢や態度、行動について、多くの項目が挙げられた。
- 大項目で確認すると病院薬局では「製品・関連疾患の知識」が、保険調剤薬局では「状況察知力」が最も多かった。



Q18 医薬情報担当者(MR)に最低限必要と思われる姿勢や態度、行動があったうえで、先生が医薬情報担当者(MR)にとって、付加価値となると思われる姿勢や態度、行動をお知らせください。

Q18 MRにとって付加価値となると思われる姿勢や態度、行動_大項目

- MRにとって付加価値となると思われる態度、行動として、病院薬局では「製品・関連疾患の知識」が、保険調剤薬局では「状況察知力」が最も多く挙げられていた。



Q18 医薬情報担当者(MR)に最低限必要と思われる姿勢や態度、行動があったうえで、先生が医薬情報担当者(MR)にとって、付加価値となると思われる姿勢や態度、行動をお知らせください。

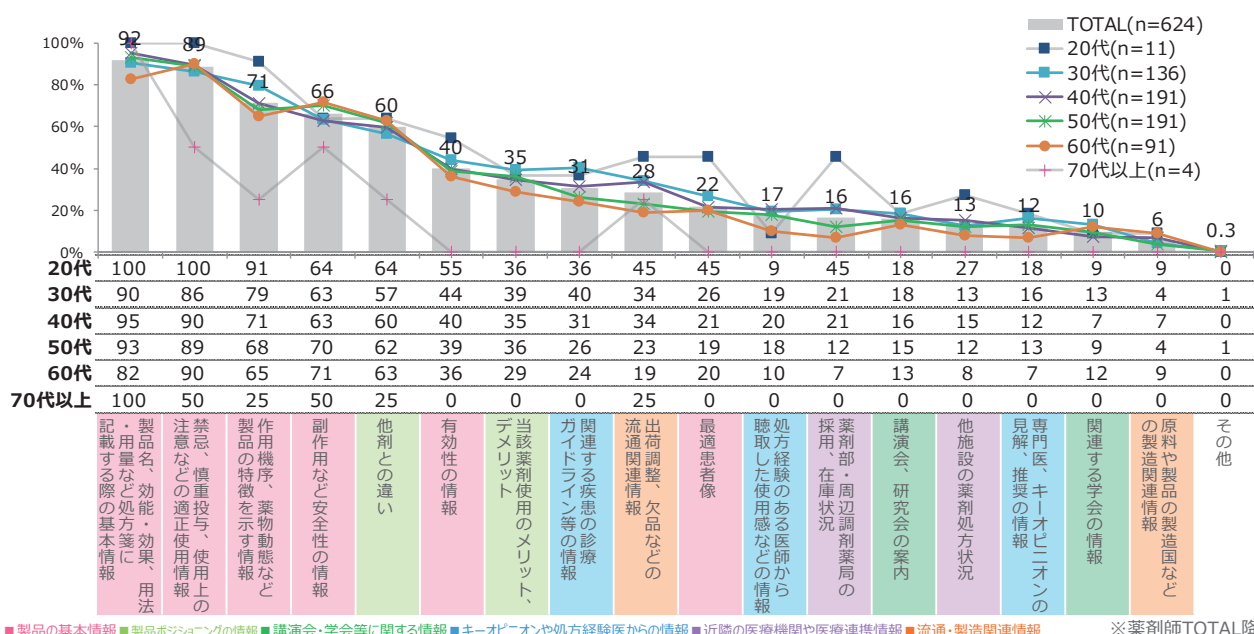
4. 参考① ～年齢区分別集計抜粋～

以下スライドのグラフ内数値は全て百分率（%表記）です。

薬剤師

Q1 【調剤未経験薬剤】 必要な情報

- 20代、70代はn<30のため参考値である。
- 年代による必要な情報に大きな差は見られなかった。



■ 製品の基本情報 ■ 製品ポジショニングの情報 ■ 講演会・学会等に関する情報 ■ キーオピニオンや処方経験医からの情報 ■ 近隣の医療機関や医療連携情報 ■ 流通・製造関連情報

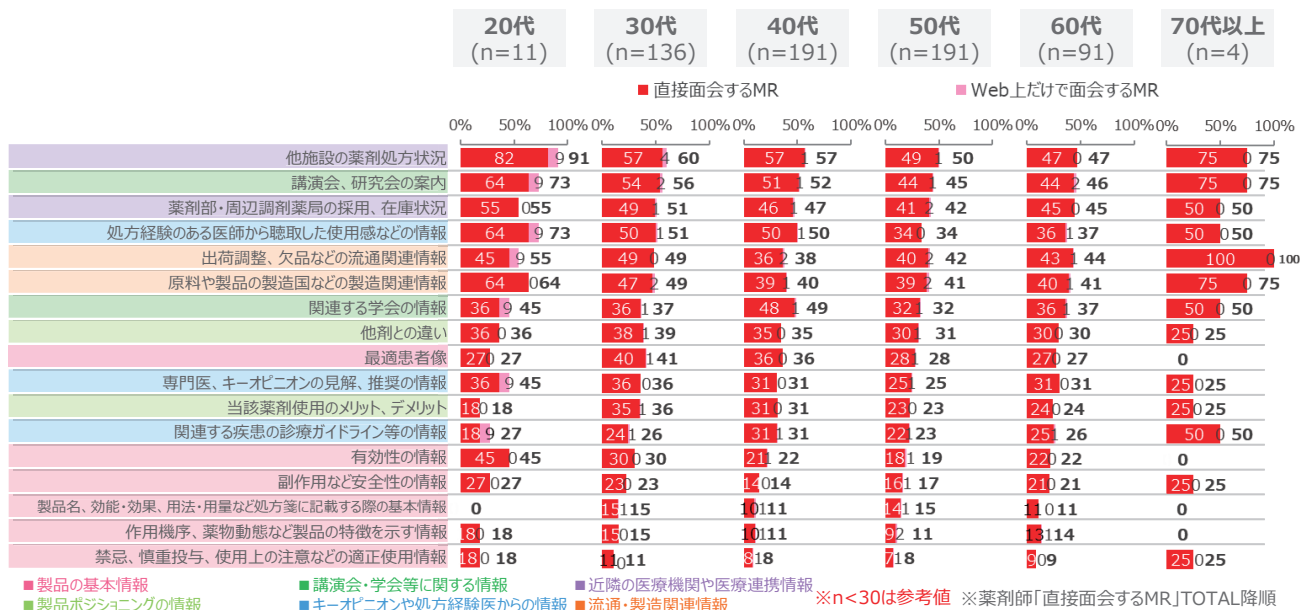
Q1

今までに処方／調剤したことがない薬剤について、先生はどのような情報を参考にされますか。先生が必要だと思う情報をお知らせください。

※n<30は参考値

Q2 【調剤未経験薬剤師】最も頼りにしている情報源_MR

- 20代、70代はn<30のため参考値である。
- 年代による必要な情報に大きな差は見られなかった。

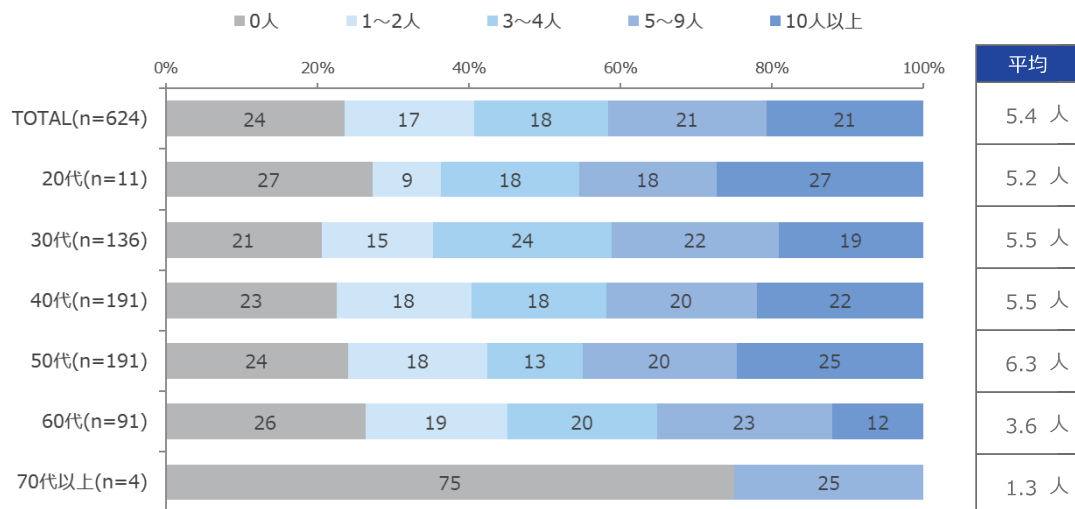


Q2 今までに処方／調剤したことがない薬剤について、先生はどのような経路で情報入手されますか。それぞれの情報のうち、先生が最も頼りにしている情報源をお知らせください。

Q3 面会したMRの人数

- 20代、70代はn<30のため参考値である。
- 年代別の面会したMRの人数について、大きな違いは見られなかった。
- 10年前の調査に比べ、MRIに面会していない薬剤師の割合はいずれの年代でも増加していた。

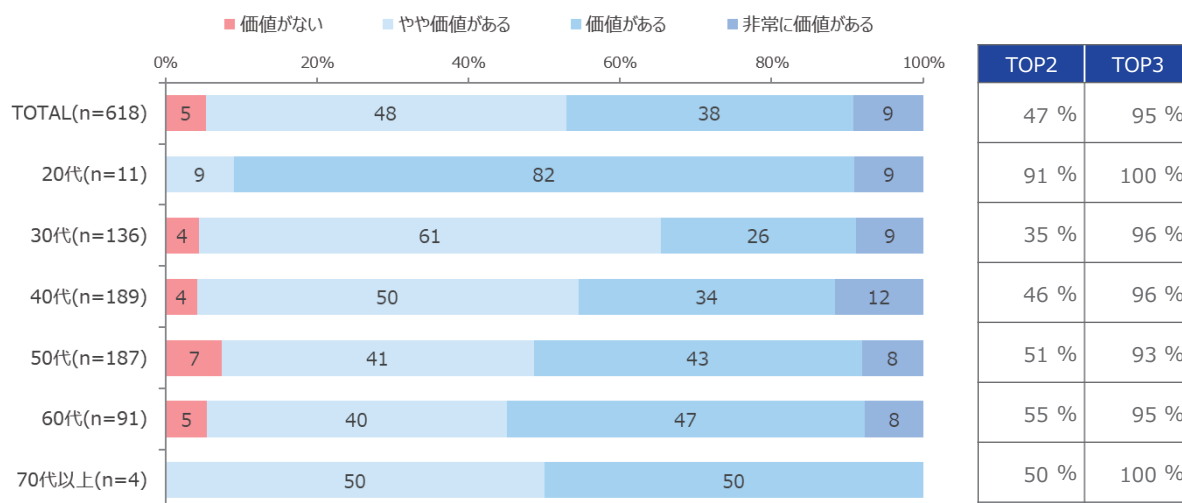
面会したMR数



Q3 先生ご自身が、最近6ヶ月間に面会したMR数についてお知らせください。

Q5 MRと面会する価値

- 20代、70代はn<30のため参考値である。
- 価値がある（やや価値がある～非常に価値がある）と回答した薬剤師の割合はどの年代も約9割であった。
- 年代が後になるにつれ、「やや価値がある」の割合が減り、「価値がある」の割合が多くなっていた。



※TOP2：価値がある＋非常に価値がある
 ※TOP3：やや価値がある＋価値がある＋非常に価値がある

※n<30は参考値 ※ベース：MRについて認知あり

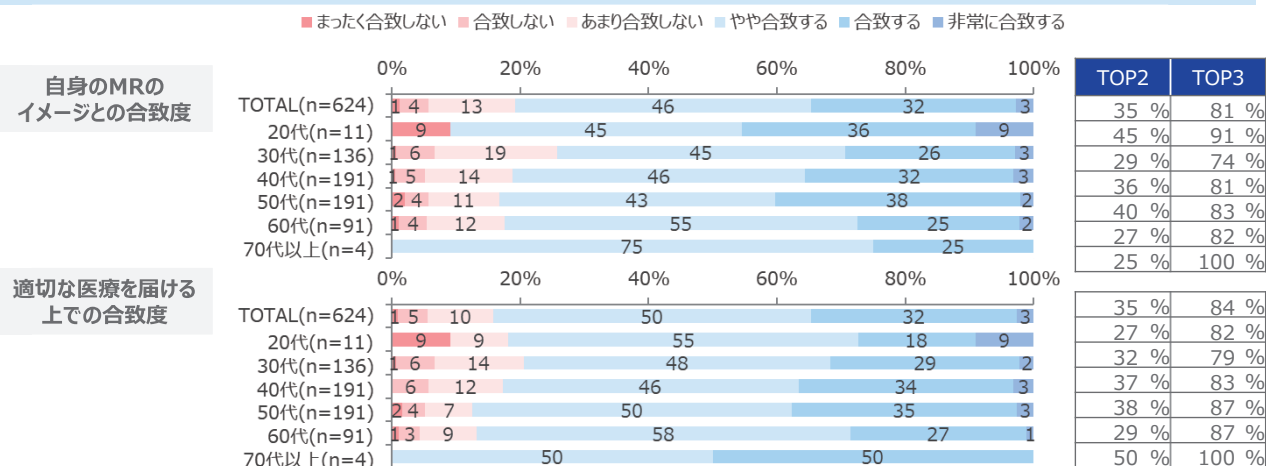
Q5 先生は、MRと面会する価値があると思われますか。

Q6 「MRの社会的役割」とイメージとの合致度

- 20代、70代はn<30のため参考値である。
- 「自身のMRのイメージ」との合致度において、TOP2割合が最も高かったのは20代(参考値)、次いで50代、40代と続いた。
- 「適切な医療を届ける」との合致度において、TOP2割合が最も高かったのは70代(参考値)、次いで50代、40代と続いた。

<MRの社会的役割>

企業を代表し、医薬品の適正使用並びに薬物療法の向上に貢献するために医療従事者に対して医薬品の品質・有効性・安全性等に関する情報の提供と収集を行い、それに基づいて企業が分析した情報を伝達することを主な業務としている



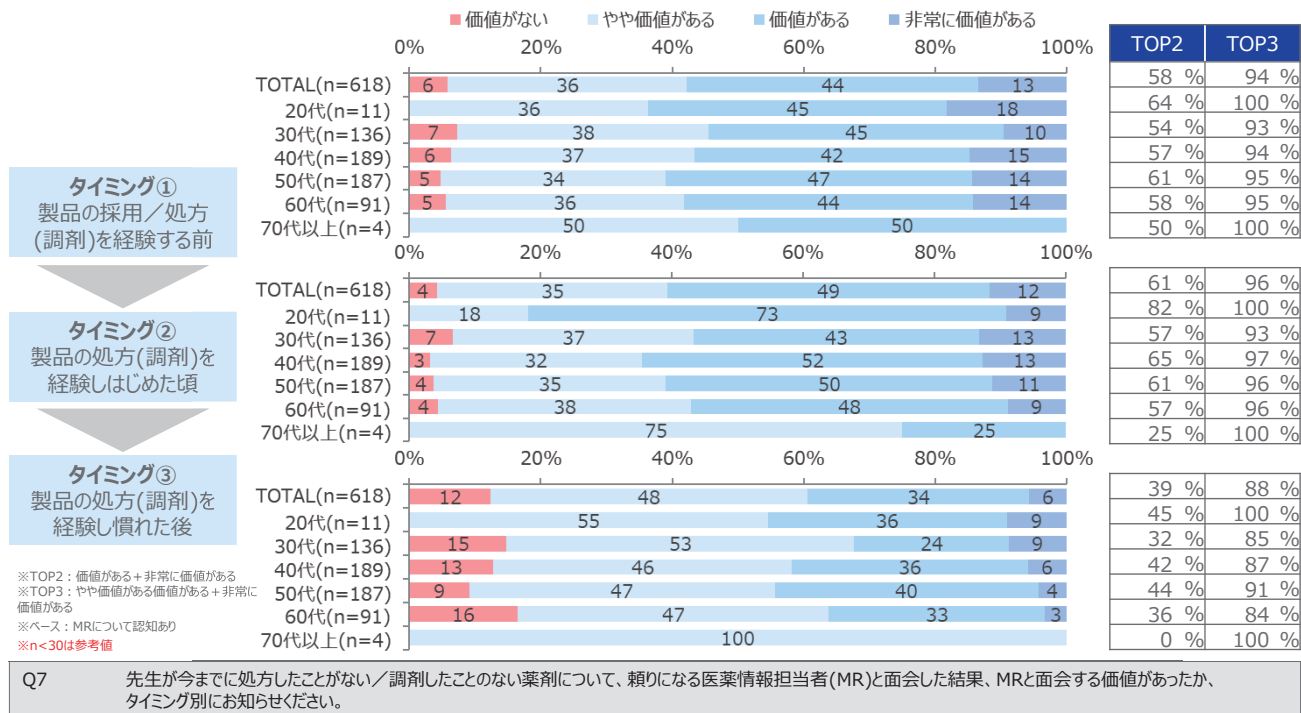
※n<30は参考値

※TOP2：合致する＋非常に合致する
 ※TOP3：やや合致する＋合致する＋非常に合致する

Q6 下記のMRの社会的な役割をお読みになり、先生ご自身のMRのイメージとの合致度をお知らせください。また、適切な医療を届ける上でのMRのイメージとの合致度をお知らせください。

Q7 MRと面会する価値（タイミング別）

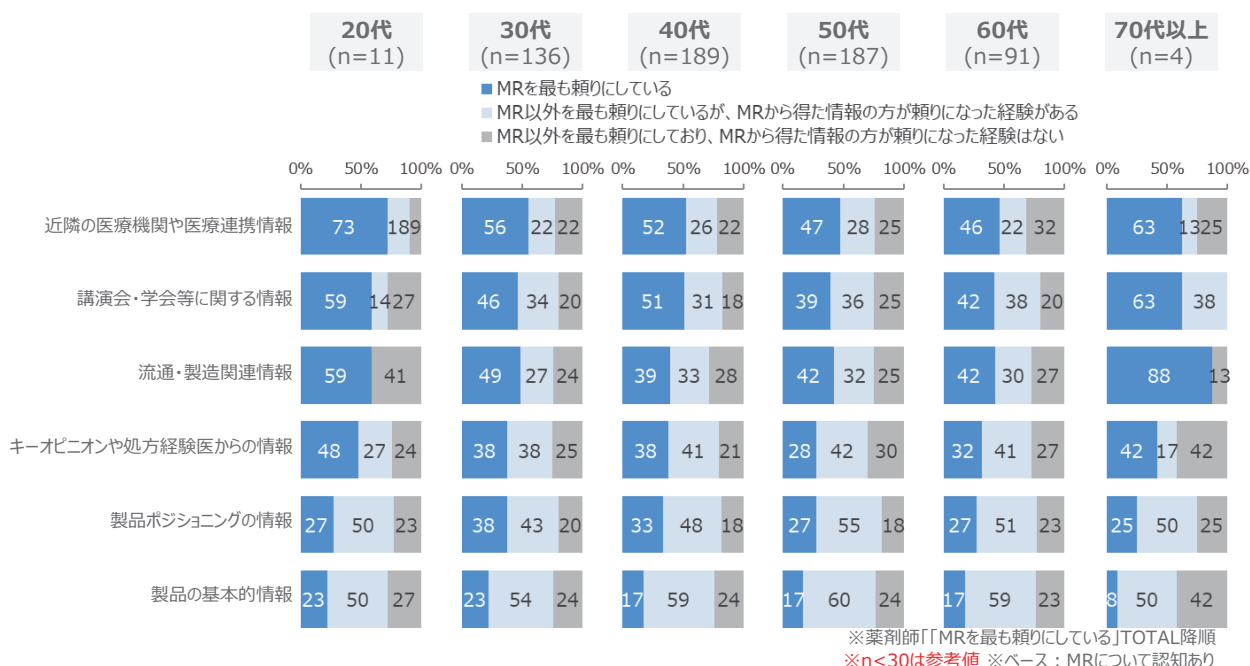
- 20代、70代はn<30のため参考値である。
- MRと面会する価値について、40代～50代が他の年代に比べてTOP2割合（価値がある＋非常に価値がある）が高かった。



【調剤未経験薬剤】

Q2×Q8 最も頼りにする情報源より、MRから得た情報が頼りになった経験_情報合算

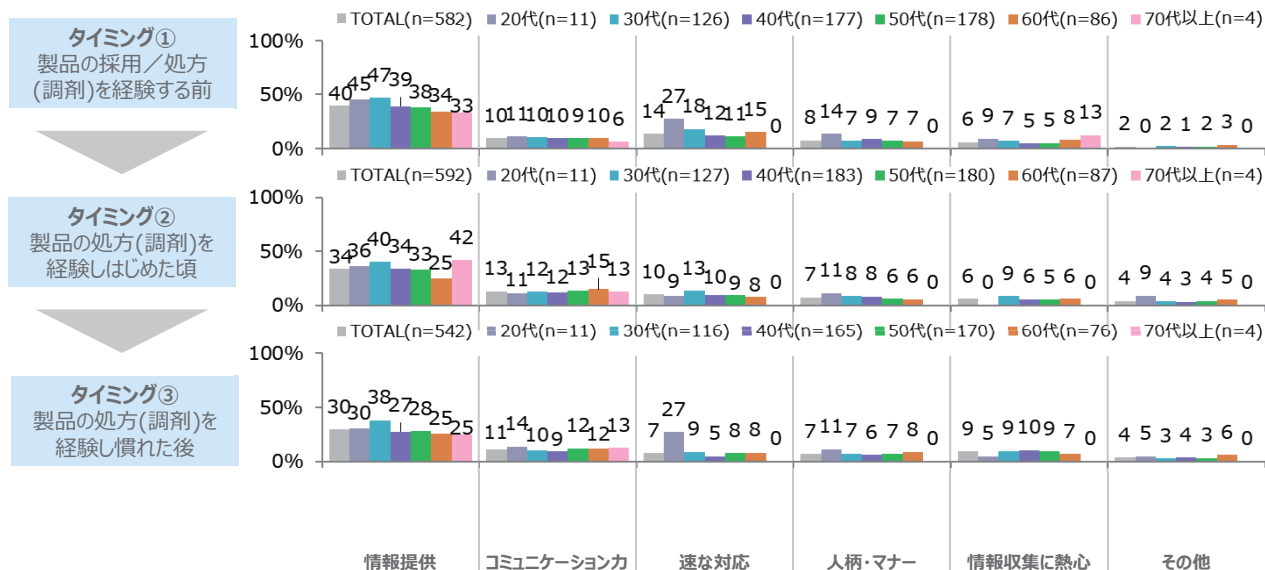
- 20代、70代はn<30のため参考値である。
- 年代ごとに大きな差は見られなかった。



Q8 先生が今までに処方したことがない薬剤について、薬剤の情報を得るときに最も頼りにすると先生がお答えになった情報源よりも／先生が今までに調剤したことのない薬剤について、薬剤の情報を得るときに最も頼りにする情報源よりもMRから得た情報の方が頼りになった経験があるものをお知らせください。

【MRとの面会に価値あり】 面会時のMRの態度（タイミング別） 項目合算

- 20代、70代はn<30のため参考値である。
- 価値があったと思う面会でのMRの態度として、年代別に大きな差は見られなかった。



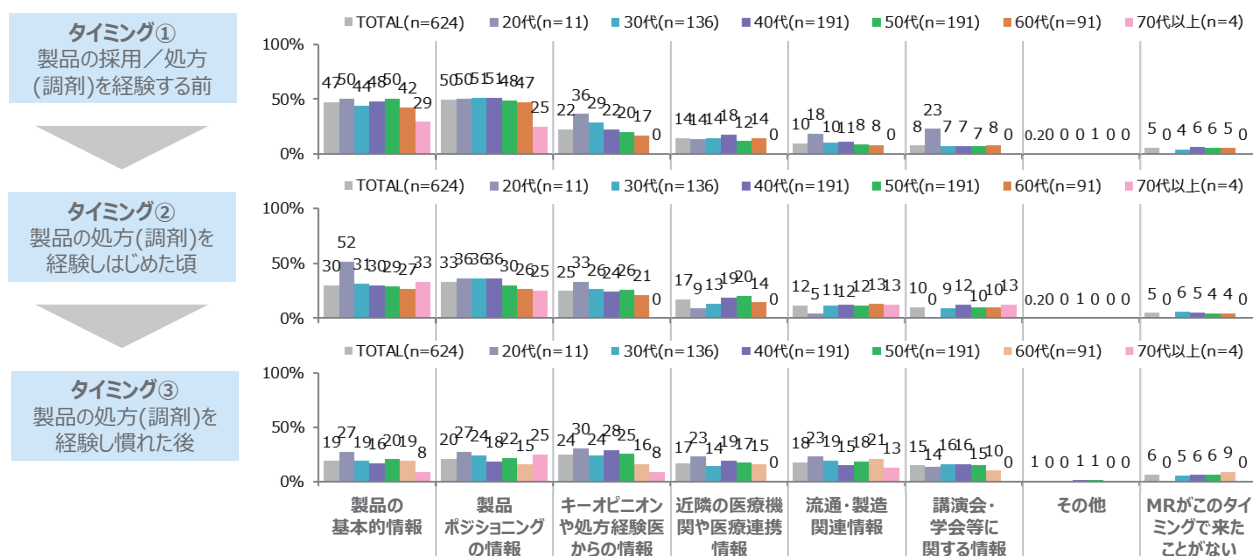
※薬剤師タイミング①②③合算TOTAL降順

※n<30は参考値 ※ベース：MRについて認知あり&MRとの面会に価値があると回答

Q9 先ほど先生は、今までに処方したことがない／調剤したことがない薬剤について、頼りになる医薬情報担当者(MR)と面会した結果、面会に価値があったとお答えになりました。価値があったと思う面会でのMRの態度を、タイミング別にすべてお知らせください。

Q11 MRから欲しい情報（タイミング別） 項目合算

- 20代、70代はn<30のため参考値である。
- MRから欲しい情報として、年代別に大きな差は見られなかった。



※n<30は参考値 ※薬剤師タイミング①②③合算TOTAL降順

Q11 先生が医薬情報担当者(MR)から欲しい情報を、タイミング別にすべてお知らせください。

5. 参考② ～項目について～

情報に関する項目（Q1,Q2,Q8,Q11）

小項目	大項目
1 製品名、効能・効果、用法・用量など処方箋に記載する際の基本情報	製品の基本的情報
2 禁忌、慎重投与、使用上の注意などの適正使用情報	
3 作用機序、薬物動態など製品の特徴を示す情報	
4 有効性の情報（開発時、市販後）	
5 副作用など安全性の情報（開発時、市販後）	
6 当該薬剤使用のメリット、デメリット	製品ポジショニングの情報
7 他剤との違い（相違点）	製品の基本的情報
8 最適患者像（最も有効性・安全性が高いと期待できる具体的な患者背景）	講演会・学会等に関する情報
9 講演会、研究会の案内	
10 関連する学会の情報	キーオピニオンや処方経験医からの情報
11 関連する疾患の診療ガイドライン等の情報	
12 専門医、キーオピニオンの見解、推奨の情報	
13 処方経験のある医師から聴取した使用感などの情報	近隣の医療機関や医療連携情報
14 他施設の薬剤処方状況	
15 薬剤部・周辺調剤薬局の採用、在庫状況	流通・製造関連情報
16 出荷調整、欠品などの流通関連情報	
17 原料や製品の製造国などの製造関連情報	
18 その他	

MRの態度に関する項目（Q9,Q17）

小項目	大項目
1 正確に情報を伝えてくれた	情報提供
2 簡潔に情報を伝えてくれた	
3 適切な情報を提供してくれた	
4 適切なタイミングで情報提供してくれた	コミュニケーション力
5 適度に双方向のコミュニケーションができた	
6 自分の発言の意図を汲み取ってくれた	
7 自分に何らかの気づきを与えてくれた	その他
8 自社医薬品が処方された患者への配慮があった	
9 自社医薬品の処方後の情報収集に熱心だった	情報収集に熱心
10 レスポンスが早かった	迅速な対応
11 気づかいや配慮があった	人柄・マナー
12 常識・モラルがあった	
13 情報通だった	情報収集に熱心
14 話しやすい、話しかけやすい雰囲気があった	人柄・マナー
15 清潔感があった	
16 その他	その他

MRの態度に関する項目（Q10,Q15）

小項目	大項目
1 情報が不正確だった	情報提供
2 情報が曖昧だった	
3 期待していた情報内容ではなかった／情報内容が期待外れである	
4 情報が古かった	情報収集に熱心
5 双方向のコミュニケーションがなかった／一方的な話し方である	コミュニケーション力
6 自分の発言の意図が理解されなかった	
7 自分に治療上の課題意識がなかった／気づきを与えてくれない	
8 自社医薬品が処方された患者への配慮がなかった	その他
9 自社医薬品の処方後の情報収集をしなかった	情報収集に熱心
10 レスポンスが遅かった	迅速に対応
11 気づかいや配慮がなかった	人柄・マナー
12 常識・モラルに欠けていた	
13 情報に疎かった	情報収集に熱心
14 話しやすい、話しかけやすい雰囲気でなかった	人柄・マナー
15 清潔感がなかった	
16 その他	その他

MRの態度に関する項目（Q2）

小項目	大項目
1 直接面会するMR（従来のように施設、地域を担当）	MR
2 Web上だけで面会するMR	
3 研究会・講演会（リアル、Webを含む）	研究会・医学書・専門誌
4 医学書・専門誌	
5 指導医・同僚医師	指導医・同僚医師
6 製薬企業Webサイト	Webサイト
7 PMDAや日本医薬情報センター（JAPIC）などのホームページ	PMDAや日本医薬情報センターなどのホームページ
8 会員制医薬品情報提供サイト（MR君など）	Webサイト
9 会員制口コミサイト（メドピア、m3 DI Station、QLifeなど）	
10 薬剤師（薬剤部または近隣調剤薬局など）	薬剤師
11 添付文書、インタビューフォーム	添付文書
12 製品パンフレット	製品パンフレット
13 RMP関連資料	その他
14 製薬企業くすり相談窓口	
15 MSL	
16 その他	

IV. MR編

目次

1. 調査概要
2. 調査結果まとめ ～全体総括～
3. 層別分析 ～MRの自己評価の高さ別～
4. 設問ごとの集計結果
5. 参考 ～項目について～

1. 調査概要

調査背景・目的

調査背景

- 近年、創薬モダリティの多様化、医療の専門化、高度化、個別化がますます進展し、医薬品の適正使用情報の収集・報告・伝達についても難易度が高まってきている。
- 現在新型コロナウイルス蔓延により、多くの医療機関がMR訪問規制を行っている。そのためMRが医療従事者にむけて、Face to Faceでの情報提供をしにくくなっている。

目的

- 本調査でMR活動に対する自己評価を確認し、今後もMRが医療機関に求められる存在であり続けるための要件を明らかにする。

調査設計

調査地域	全国
調査手法	WEBによるアンケート調査（全国）
調査ボリューム	63問（弊社カウント）※回答時間10分～15分程度の分量
調査期間	8月8日(月)～8月15日(月)

本調査 対象者条件	MR認定センターに登録された企業に所属するMRで、 現在医薬情報提供活動を行っている者
本調査 サンプルサイズ	TOTAL : 1292s

アンケート内容

設問

S3	MR従事年数
Q1	（最近1か月間）医師・薬剤師との面会回数
Q2/Q3	（最近1か月間）医師・薬剤師との面会にアポイントが必要な割合
Q4/Q16	【処方／調剤未経験薬剤】に関する医師／薬剤師の情報入手 MRを頼りにしている医師／薬剤師割合
Q5/Q17	MRが考える「MRと面会する価値」に対する医師／薬剤師の評価
Q6/Q7/Q8	医師への情報提供内容（タイミング別）
Q6A/Q7A/Q8A	医師への情報提供内容_上位3つ（タイミング別）
Q9/Q18	MRが考える「MRと面会する価値」に対する医師／薬剤師の評価（タイミング別）
Q10/Q19	MRが考える「価値があると思うMRとの面会」で医師／薬剤師が重視すること（タイミング別）
Q11/Q20	MRが考える、医師／薬剤師が「MRから欲しいと思っている情報」（タイミング別）
Q13/Q22	MRが考える「医師／薬剤師が望むMRとの面会時間」（タイミング別）
Q14/Q23	MRが考える「医師／薬剤師が望むMRとの面会頻度」（タイミング別）
Q25	「MRの社会的役割」と自身のMR活動との合致度
Q26	MRの態度・資質として、自身ができていると思うもの
Q27	MRの態度・資質として、伸ばしていきたいと思うもの
Q29	所属企業におけるMR教育研修・トレーニングでどの点を強化する事に焦点が当てられていると思うか
Q30	所属企業でのe-detailingを導入有無
Q31	MRとe-detailingの関係
Q32	MRとe-detailingの関係が医療従事者に与える影響
Q33	MRとe-detailingの関係が医療従事者に与える影響（理由）
F1	年代
F2	所属企業のMR数
F3	担当地域

アンケート回答者および回収期間

	回収対象	回収期間
MR	TOTAL	1292s
		2022年8月8日～8月23日

アンケート回答者属性

MR	MR従事年数	勤務先のMR数	勤務地域
	1年未満…………… 17s 1～4年…………… 123s 5～9年…………… 230s 10～14年…………… 243s 15～19年…………… 177s 20～29年…………… 271s 30年以上…………… 231s	99人以下…………… 237s 100人-299人…………… 260s 300人-499人…………… 149s 500人-999人…………… 384s 1000人以上…………… 262s	北海道・東北…………… 163s 北関東…………… 71s 京浜…………… 322s 北陸…………… 94s 東海…………… 123s 京阪神…………… 229s 中国…………… 82s 四国…………… 51s 九州・沖縄…………… 157s
	年代		
	20代…………… 176s 30代…………… 335s 40代…………… 334s 50代…………… 332s 60代…………… 95s 70代以上…………… 0s		

2. 調査結果まとめ ～全体総括～

P11以外の以下スライドのグラフ内数値は全て百分率（%表記）です。

考察まとめ

- ① MRは自身の役割を認識し、医師・薬剤師からも、必要とされていると認識していた。
- ② MRが考える、MRとの面会価値の有無を決定づけるのは正確・適切でレスポンスの早い情報提供ができるかどうかであった。
- ③ 医師がMRとの面会に価値を感じる態度・資質において重視度の高い項目は、MR自身もできていると考えていた。

考察①



MRは社会的役割に合致した活動を正しく認識した活動が出来ており、多くの医師・薬剤師からも、必要とされていると自己認識している。

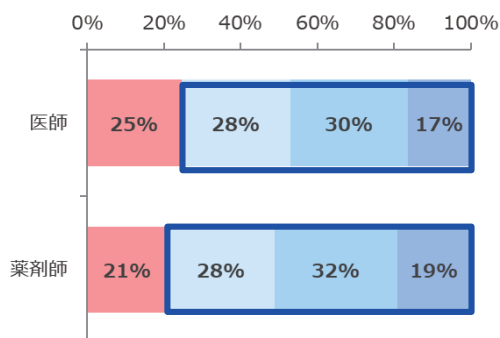
- 医師・薬剤師がMRとの面会に価値があると感じていると回答するMRが約8割。
- MRの社会的役割と自身のMR活動との合致度は約9割。

MRと面会する価値 (n=1292)

Q5/Q17

※各MRが担当する医師・薬剤師をそれぞれ100として、「MR自身が考える“医師・薬剤師が考えているMRへの価値”別に割合を算出

■ 価値がない ■ やや価値がある ■ 価値がある ■ 非常に価値がある



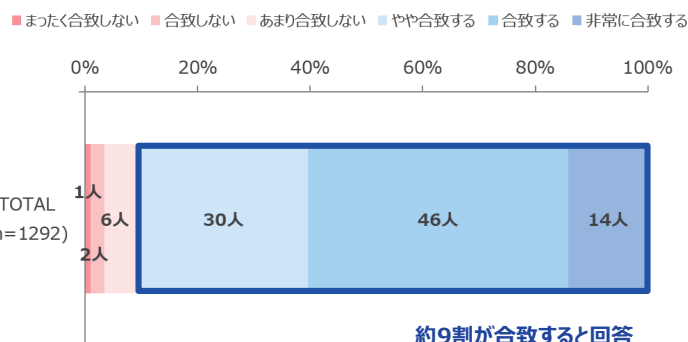
約8割の医師が価値があると感じていると回答

自身のMR活動との合致度

Q25

<MRの社会的役割>

企業を代表し、医薬品の適正使用並びに薬物療法の向上に貢献するために医療従事者に対して医薬品の品質・有効性・安全性等に関する情報の提供と収集を行い、それに基づいて企業が分析した情報を伝達することを主な業務としている



約9割が合致すると回答

考察②

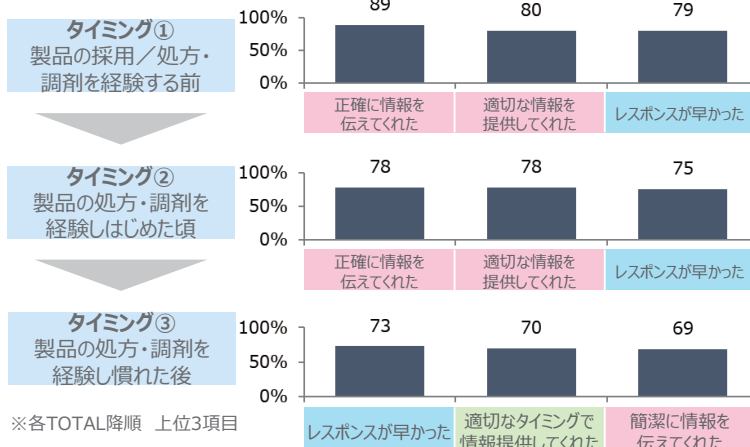


MRが考える、MRとの面会価値の有無を決定づけるのは正確・適切でレスポンスの早い情報提供ができるかどうかであり、医師のニーズに合わせた情報提供を行っていた。

- 面会の価値があると思うものは「正確で適切な情報提供」「レスポンスの早さ」など限られたものであった。
- 限られた要因においても、タイミング①②とタイミング③で重要視する項目が異なることから、医師のタイミング・ニーズによってスタイルを分けていることが考えられる。

Q10

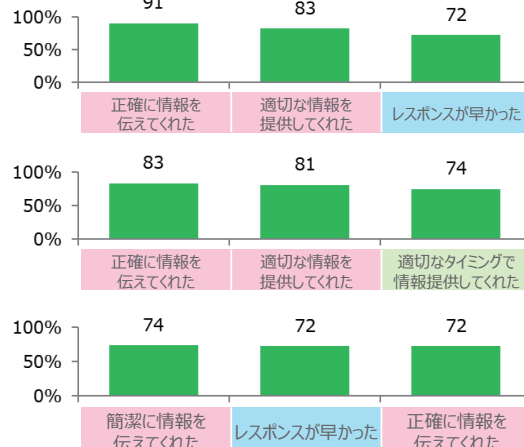
価値があると思うMRとの面会で
医師が重要視する項目(n=1292)



※各TOTAL降順 上位3項目

Q19

価値があると思うMRとの面会で
薬剤師が重要視する項目(n=1292)

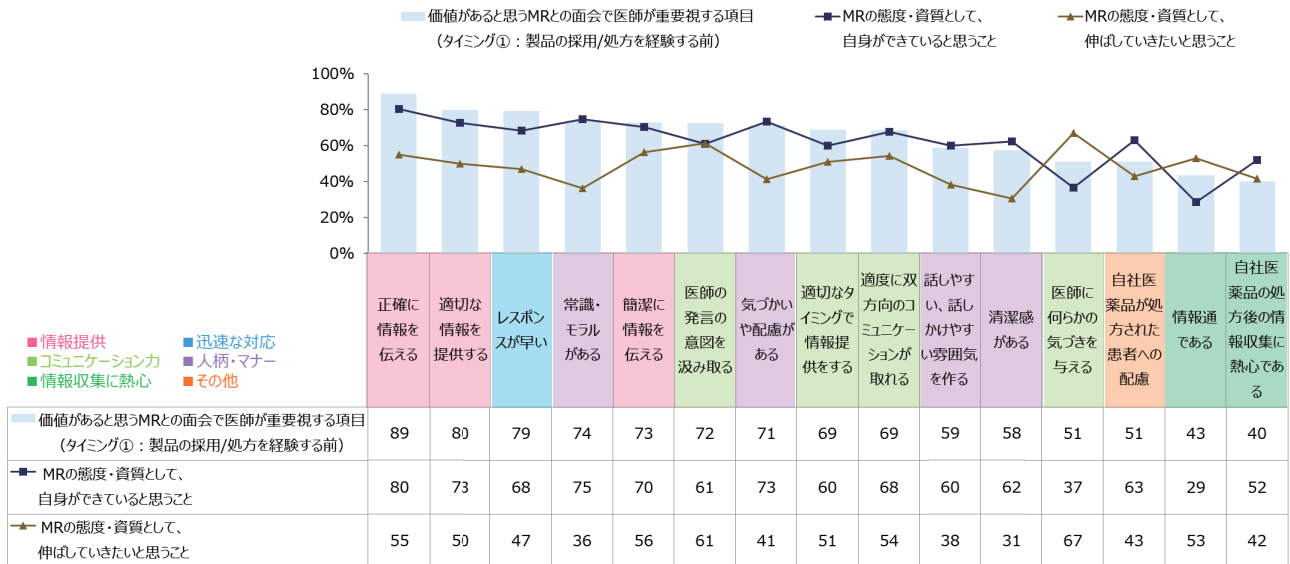


考察③



医師がMRとの面会に価値を感じる態度・資質において重視度の高い項目は、MR自身も自信を持って行っていると認識している。

- 価値があると思うMRとの面会で医師が重要視する項目として高いものは、自身ができていると回答するMRが多かった。
- 「医師に何らかの気づきを与える」、「情報通である」の項目では、実践出来ているMRが少なく、今後のばしりたい意欲があることが確認できた。



3. 層別分析 ～MRの自己評価の高さ別～

以下スライドのグラフ内数値は全て百分率（%表記）です。

考察④

- 「MRとの面会」を“非常に価値がある”と考えていると思う、医師割合が高いMR(セグメント：High群)と、そうでないMR(セグメント：Middle群/Low群)の違いを確認するために、下記分析軸を設定した。

分析軸	MRが考える、「MRと面会する価値」に対する医師の評価：非常に価値があると思っている医師割合		
	High群（20%以上）	Middle群（10～19%）	Low群（0～9%）
	512 s	550 s	230 s

まとめ

【各群で差が見られた項目】

- 面会頻度：High群 > Middle群 > Low群
- MRが1番頼りにされていると考える割合（多くの項目）：High群 > Middle群 > Low群
- 望む情報提供の仕方（短時間・簡潔を希望）：Low群 > Middle群 > High群
- 「MRの社会的役割」と自身のMR活動との合致度（高い）：High群 > Middle群 > Low群
- MRの態度・資質（自身が出来ていると思うものが多い）：High群 > Middle群 > Low群

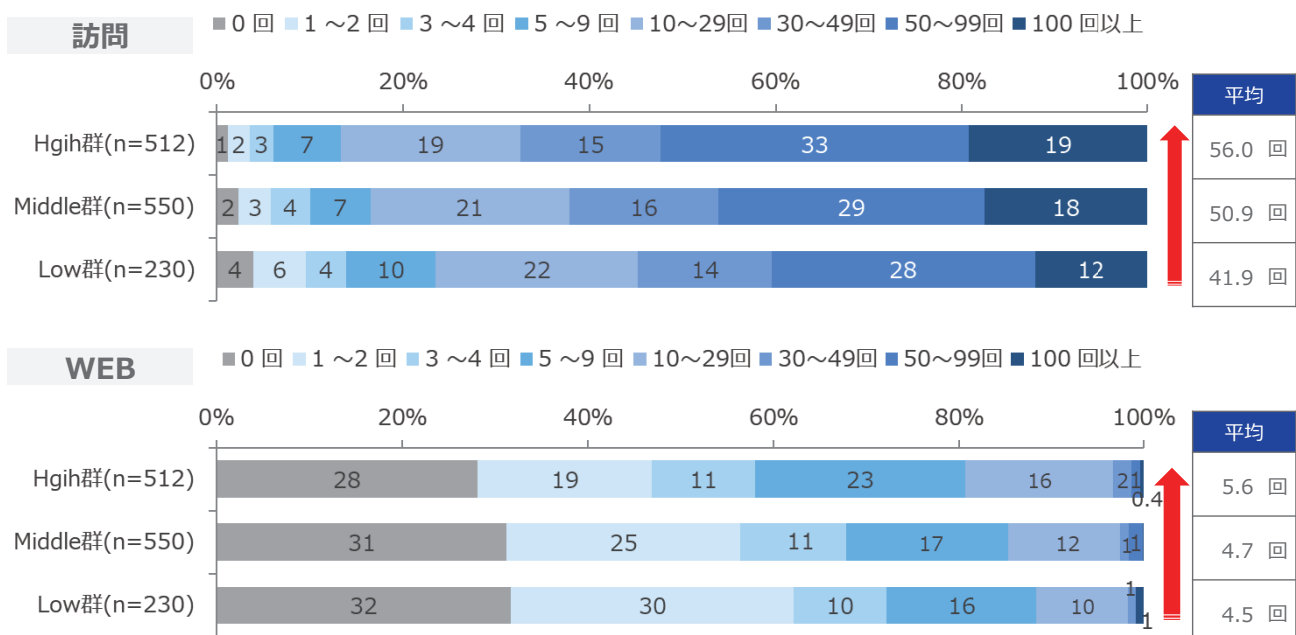
【各群で差が見られない項目】

- 医師が求めていると(MRが)考える情報
- MRが医師に対して提供している情報

情報提供における顧客ニーズの把握と提供内容について自己評価の高さによる違いは見られなかった。一方で違いのあった項目から、Low群で「相手に迷惑をかけたくない」、「忙しい医療従事者の時間を割くわけにはいかない」、「充実感が十分に得られていない」などの傾向が伺えた。相手に配慮するあまり医療従事者に対する行動・態度を過度に制限する傾向が、ますます自己評価を下げる結果になっているのではないかと推察される。

考察④ - 根拠① 面会回数

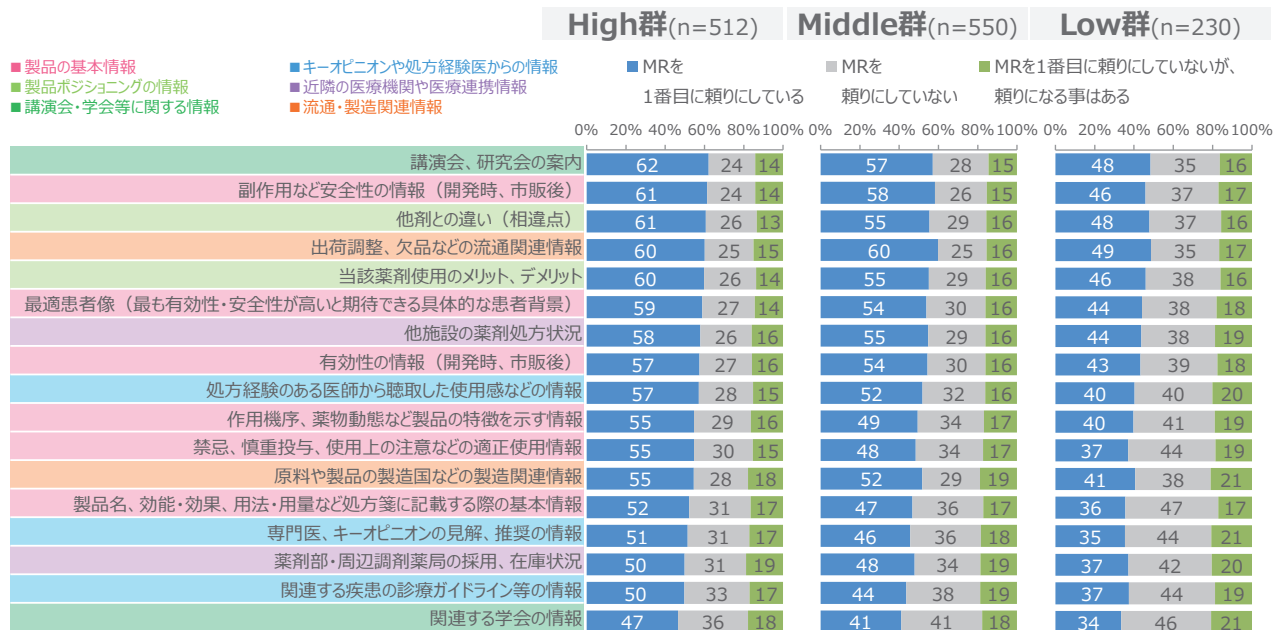
- High群のMRはMiddle群・Low群のMRに比べ、訪問・WEB面会のいずれも平均回数が多かった。
- 医師からの評価が高いと思っているMRほど医師との接触頻度が高かった。



Q1 直近1か月間に、あなたが面会された医師及び薬剤師との延べ面会回数をお知らせください。訪問しての面会と、WEBでの面会に分けて、それぞれお知らせください。

考察④ - 根拠② MRを頼りにしている医師割合

- ほとんどの項目において、High群のMRIは“MRを1番目に頼りにしている医師”割合が最も高かった。次いでMiddle群のMRが高く、最も低いのがLow群のMRであり、医師からの評価が高いと思っているMRほど、医師に必要とされていると考える割合が高かった。



※High 「MRを1番目に頼りにしている」降順

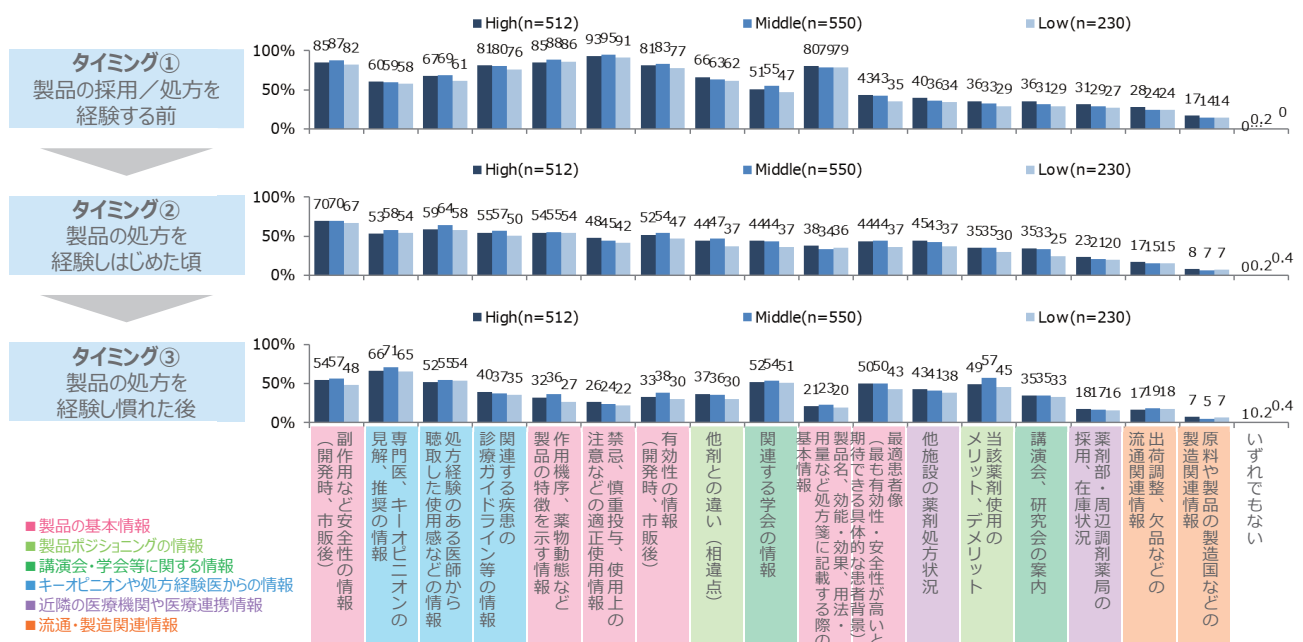
株式会社インテージヘルスケア

Copyright © INTAGE Healthcare Inc. All Rights Reserved.

17

考察④ - 根拠③ 医師への情報提供内容（タイミング別）

- タイミング別の医師への情報提供内容において、群間で違いは見られなかった。



※High タイミング①②③合算降順

株式会社インテージヘルスケア

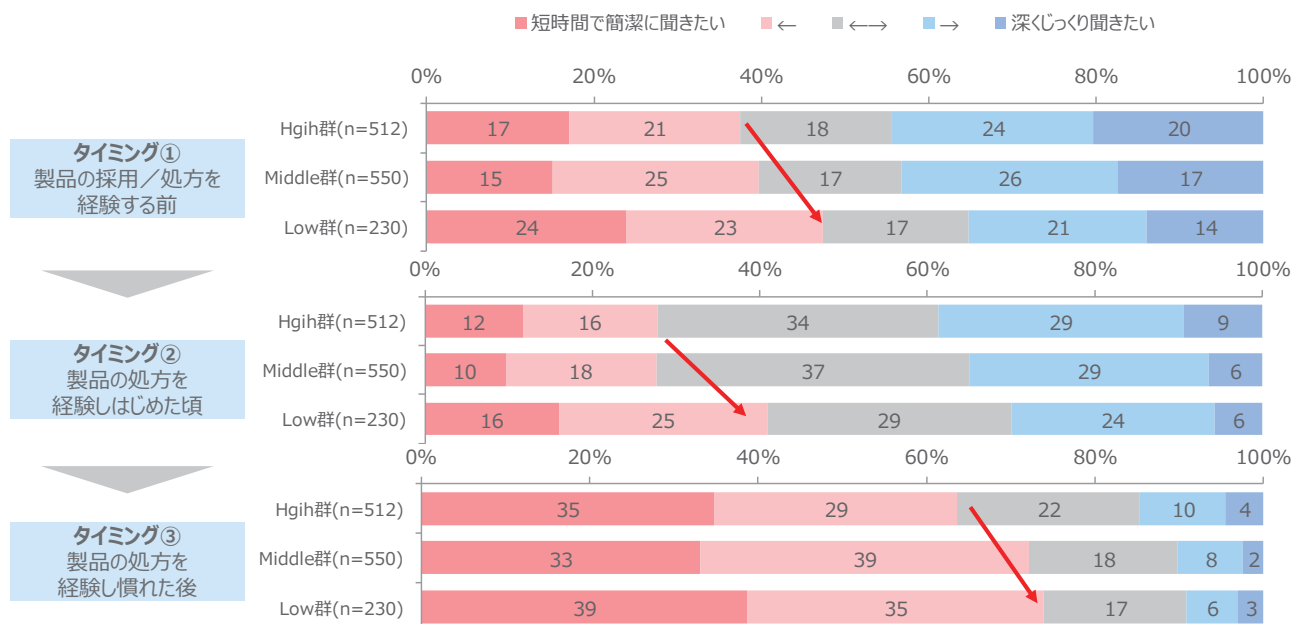
Copyright © INTAGE Healthcare Inc. All Rights Reserved.

18

考察④ - 根拠④

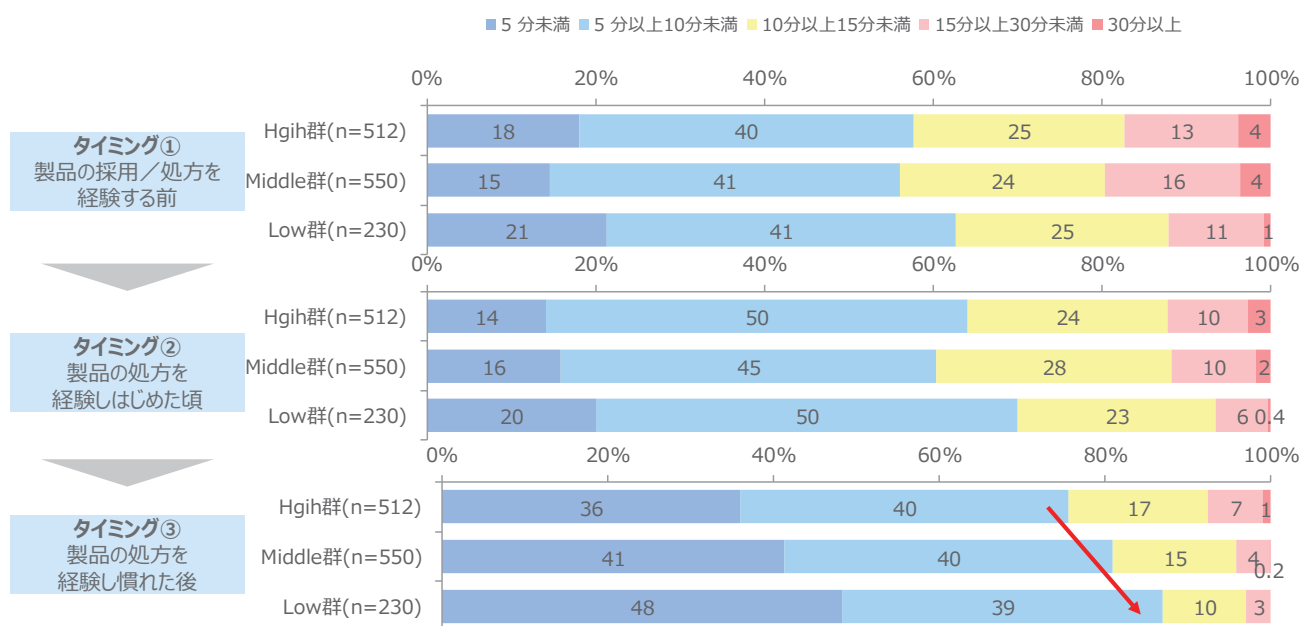
MRが考える「MRから情報提供を受ける際に医師が望む聞き取りかた」

- MRが考える「MRから情報提供を受ける際に医師が望む聞き取りかた」として、いずれのタイミングでもLow群のMRがHigh群・Middle群のMRに比べ、“より短時間で簡潔に聞きたい”と考える割合が高かった。



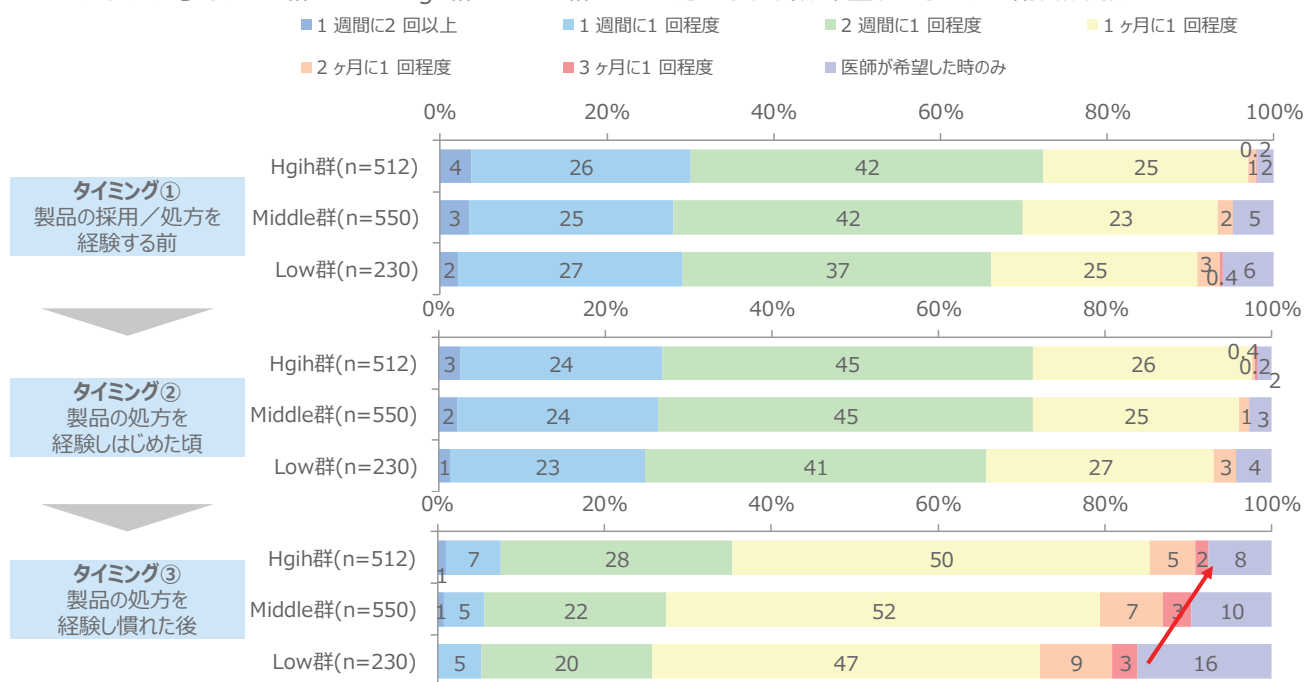
考察④ - 根拠⑤ MRが考える「医師が望むMRとの面会時間」

- MRが考える「医師が望むMRとの面会時間」として、タイミング①、②ではセグメント間に大きな違いは見られなかった。
- タイミング③では、Low群のMRはHigh群・Middle群のMRに比べ、“より短い面会時間”が望まれていると考える割合が高かった。



考察④ - 根拠⑥ MRが考える「医師が望むMRとの面会頻度」

- MRが考える「医師が望むMRとの面会頻度」として、タイミング①、②では群間に大きな違いは見られなかった。
- タイミング③で、Low群のMRはHigh群・Middle群のMRに比べて“医師が希望した時のみ”の割合が高かった。

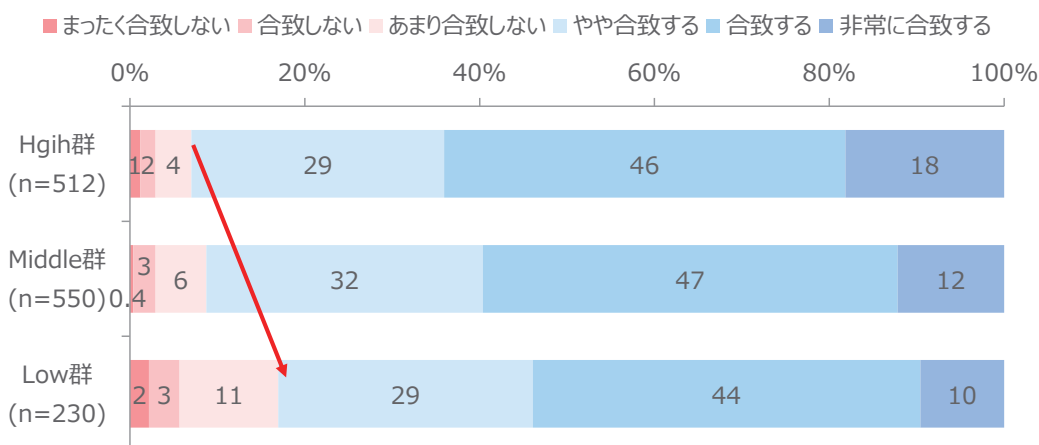


考察④ - 根拠⑦ 「MRの社会的役割」と自身のMR活動との合致度

- Low群のMRはHigh群・Middle群のMRに比べ、BOTTOM3（まったく合致しない+合致しない+あまり合致しない）の割合が高かった。
- TOP3（やや合致する+合致する+非常に合致する）の割合はHigh群・Middle群・Low群の順で高く、非常に価値があると思っている医師の割合が高いほど「MRの社会的役割」と自身のMR活動との合致度が高い傾向が見られた。

＜MRの社会的役割＞

企業を代表し、医薬品の適正使用並びに薬物療法の向上に貢献するために医療従事者に対して医薬品の品質・有効性・安全性等に関する情報の提供と収集を行い、それに基づいて企業が分析した情報を伝達することを主な業務としている



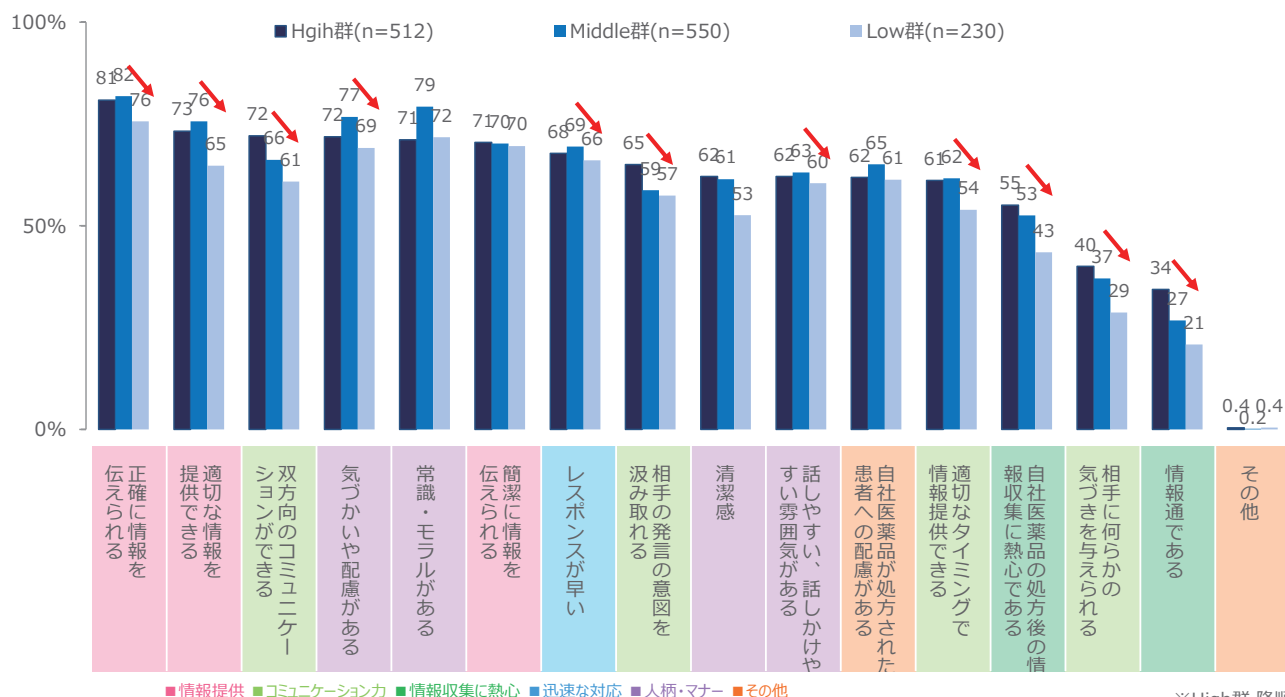
TOP2	TOP3
64 %	93 %
60 %	91 %
54 %	83 %

※TOP2：合致する+非常に合致する
※TOP3：やや合致する+合致する+非常に合致する

考察④ - 根拠⑧

MRの態度・資質として、自身ができていると思うもの

- MRの態度・資質として、自身ができていると思うものとして、全体的にHigh群・Middle群のMRはLow群のMRに比べて割合がやや高い傾向が見られた。



※High群 降順

株式会社インテージヘルスケア

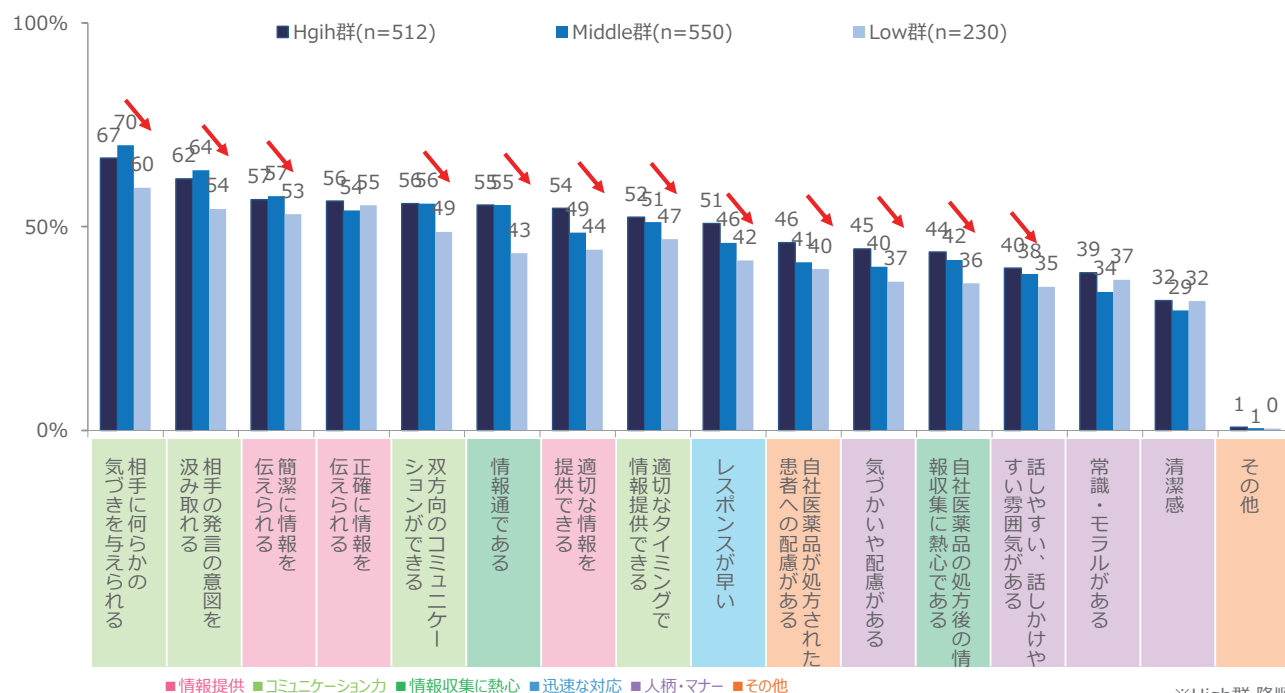
Copyright © INTAGE Healthcare Inc. All Rights Reserved.

23

考察④ - 根拠⑨

MRの態度・資質として、伸ばしていきたいと思うもの

- MRの態度・資質として、伸ばしていきたいと思うものについて、全体的にHigh・MiddleのMRはLowのMRに比べて割合がやや高い傾向が見られ、非常に価値があると思っている医師の割合が高いMRはそうでないMRに比べ、向上心が高い傾向にあることが推察される。



※High群 降順

株式会社インテージヘルスケア

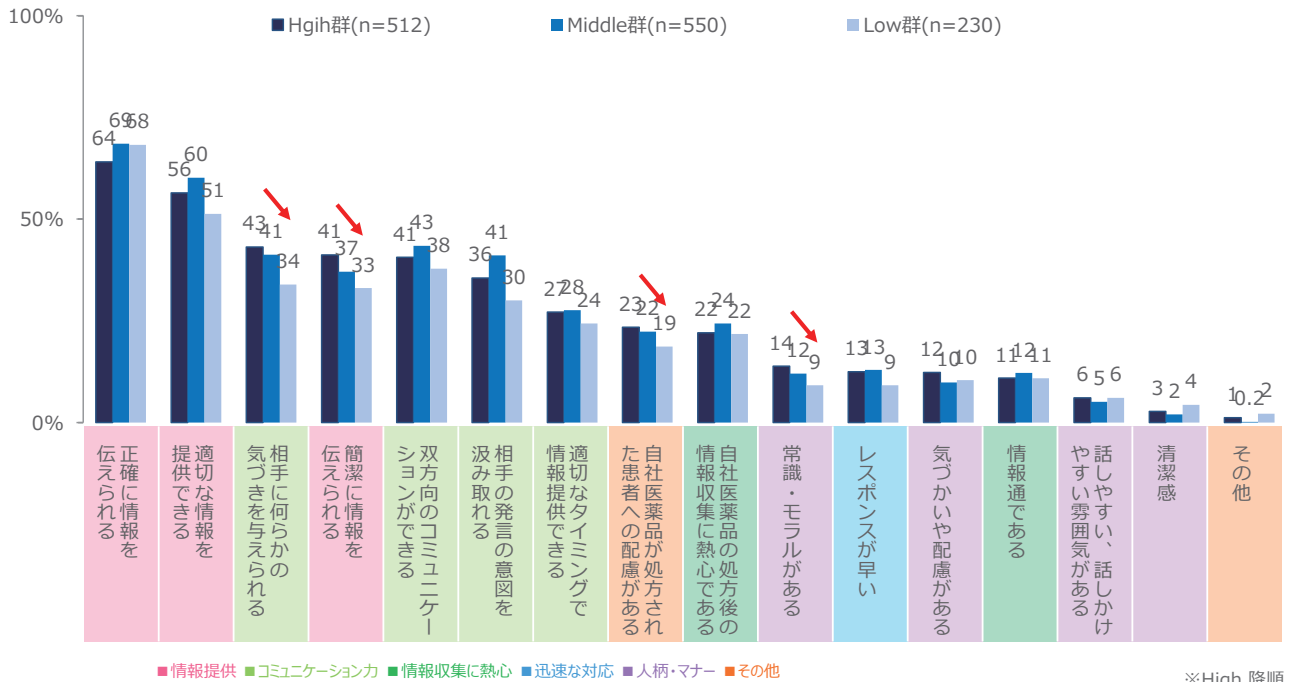
Copyright © INTAGE Healthcare Inc. All Rights Reserved.

24

考察④ - 根拠⑩

所属企業におけるMR教育研修・トレーニングでどの点を強化する事に焦点が当てられていると思うか

- 所属企業におけるMR教育研修・トレーニングで強化することに焦点が当てられていることとして、「相手に何らかの気づきを与えられる」「簡潔に情報を伝えられる」「自社医薬品が処方された患者への配慮がある」「常識・モラルがある」の項目では、医師からの評価が高いと思っているMRはそうでないMRに比べ、割合が高い傾向が見られた。



株式会社インテージヘルスケア

Copyright © INTAGE Healthcare Inc. All Rights Reserved.

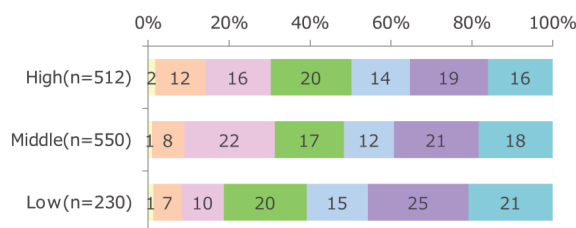
25

考察⑤ - 対象者属性

- MR従事年数：Low群のMRはHigh群・Middle群のMRに比べてMR従事年数が10年以上の割合が高かった。
- 年代：群間に大きな違いは見られなかったが、Low・Middle・Highの順でやや年齢が高かった。
- 所属企業のMR数：群間に大きな違いは見られなかった。
- 担当地域：High群のMRは比較的「京阪神」の割合が高く、Low群のMRは比較的「京浜」の割合が高かった。

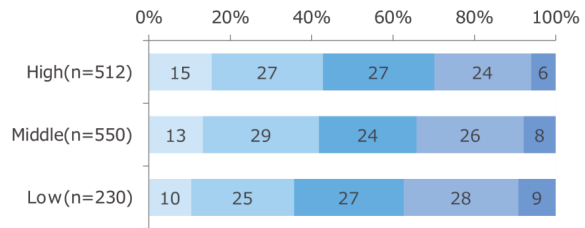
MR従事年数

■ 1年未満 ■ 1~4年 ■ 5~9年 ■ 10~14年 ■ 15~19年 ■ 20~29年 ■ 30年以上



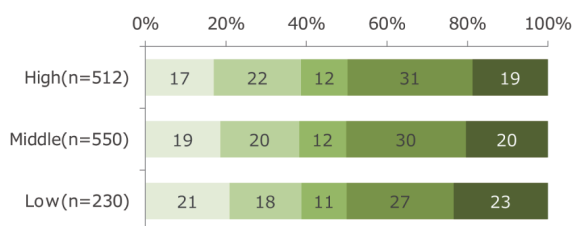
年代

■ 20代 ■ 30代 ■ 40代 ■ 50代 ■ 60代



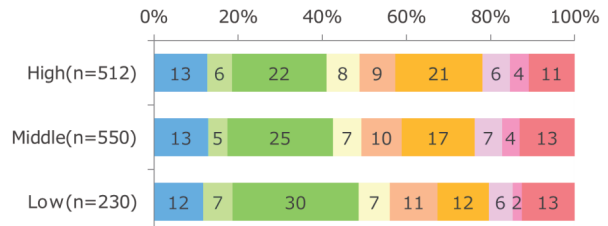
所属企業のMR数

■ 99人以下 ■ 100人-299人 ■ 300人-499人 ■ 500人-999人 ■ 1000人以上



担当地域

■ 北海道・東北 ■ 北関東 ■ 京浜 ■ 北陸 ■ 東海 ■ 京阪神 ■ 中国 ■ 四国 ■ 九州・沖縄



株式会社インテージヘルスケア

Copyright © INTAGE Healthcare Inc. All Rights Reserved.

26

4. 設問ごとの集計結果

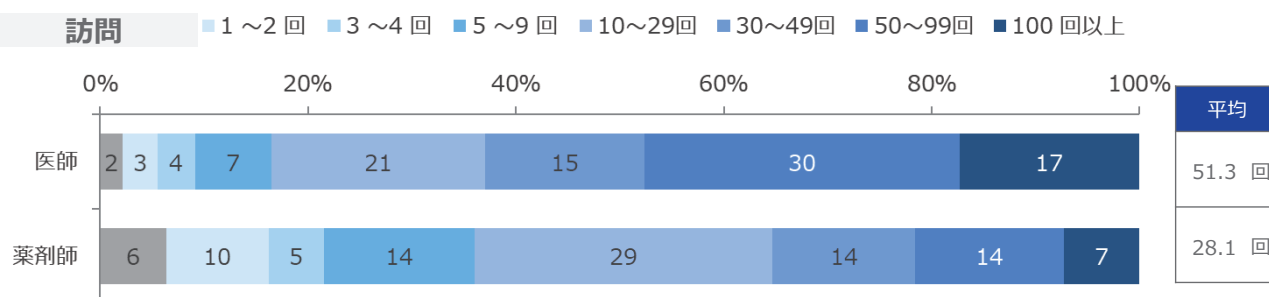
以下スライドのグラフ内数値は全て百分率（%表記）です。

MR

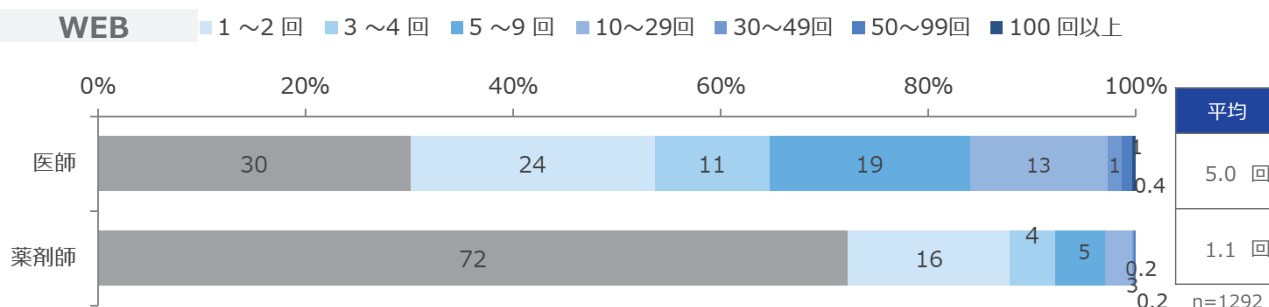
Q1（最近1か月間）医師・薬剤師との面会回数

- 最近1か月間の平均訪問面会回数は医師が51.3回、薬剤師が28.1回であり、医師の方が多かった。
- 平均WEB面会回数は医師が5.0回、薬剤師が1.1回であった。薬剤師とWEB面会をしていないMRは72%であり、医師に比べて高かった。

訪問



WEB

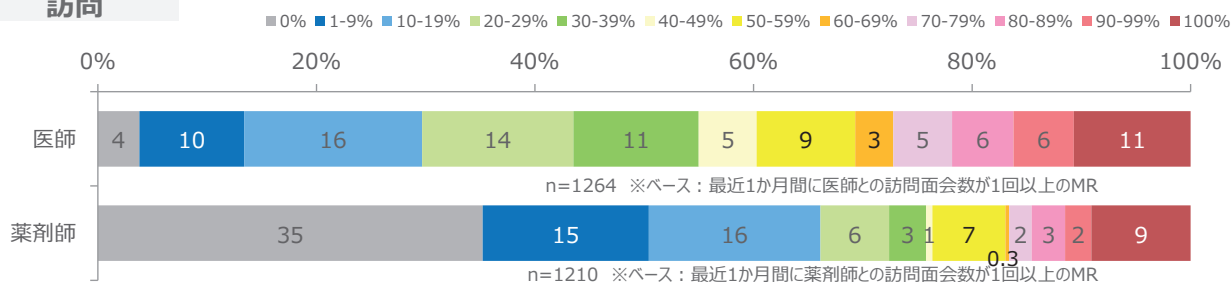


Q1 直近1か月間に、あなたが面会された医師及び薬剤師との延べ面会回数をお知らせください。訪問しての面会と、WEBでの面会に分けて、それぞれお知らせください。

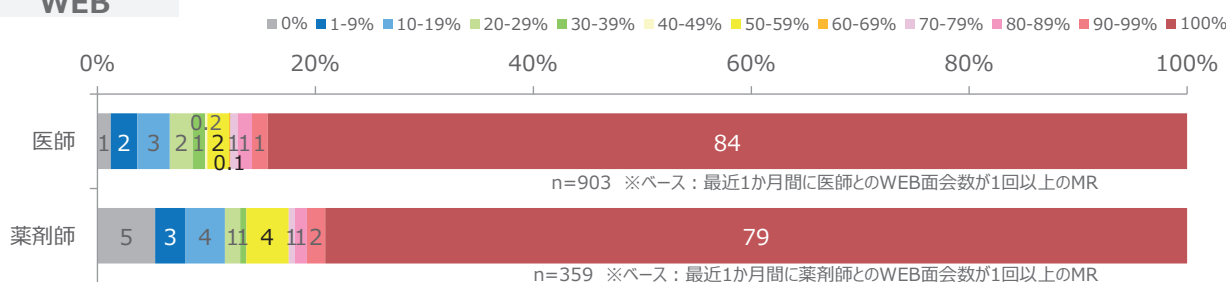
Q2/Q3 (最近1か月間) 医師・薬剤師との面会にアポイントが必要な割合

- 最近1か月間の訪問面会にアポイントが必要な医師・薬剤師の割合にはばらつきが見られた。アポイントが必要な薬剤師割合を0%と回答するMRが35%であり、医師に比べて高かった。
- WEB面会は医師・薬剤師ともに、アポイントが必要な割合として100%が最も多く約80%であった。

訪問



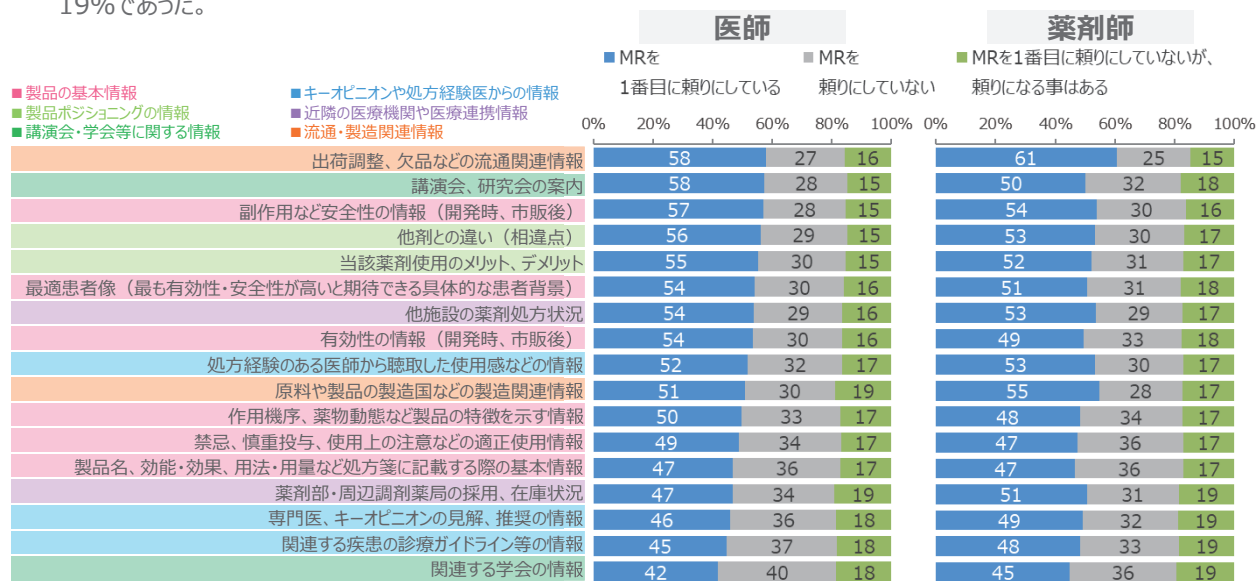
WEB



Q2 直近1か月間に、あなたが訪問して面会された医師及び薬剤師ですが、面会のために事前アポイントメントが必要な割合をお知らせください。
Q3 直近1か月間に、あなたがWEBを用いて面会された医師及び薬剤師ですが、面会のために事前アポイントメントが必要な割合をお知らせください。

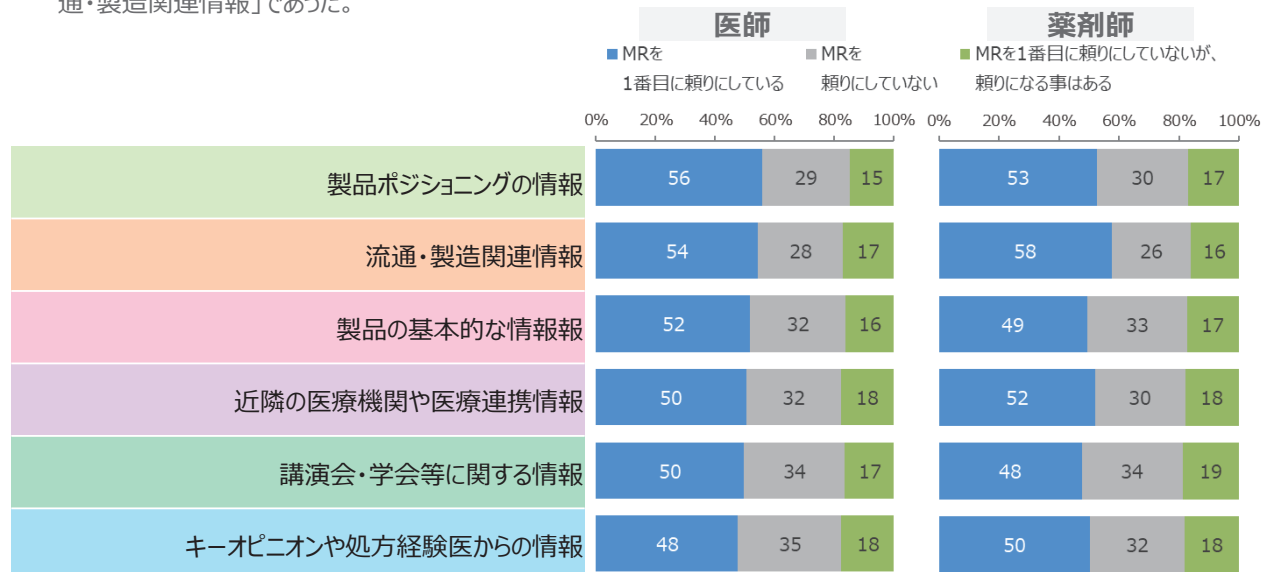
Q4/Q16 【処方未経験薬剤】に関する医師／薬剤師の情報入手 MRを頼りにしている医師／薬剤師割合

- MRが考える、MRを最も頼りにしている情報として最も割合が高かったのは、医師・薬剤師ともに「出荷調整、欠品などの流通関連情報」であり、医師が58%、薬剤師が61%であった。
- “MRを1番目に頼りにしていないが、頼りになる事はある”と考える医師・薬剤師割合は、いずれの項目も同程度で15～19%であった。



Q4 医師が使用する医薬品の情報源には様々なものがありますが、「今までに処方をしたことがない薬剤」に関する情報を入手するうえで、「MRを1番頼りにしている医師」と「MRを頼りにしていない医師」の割合をそれぞれお知らせください。一般的なこととして、お知らせください。
Q16 薬剤師が使用する医薬品の情報源には様々なものがありますが、「今までに調剤をしたことがない薬剤」に関する情報を入手するうえで、「MRを1番頼りにしている薬剤師」と「MRを頼りにしていない薬剤師」の割合をそれぞれお知らせください。一般的なこととして、お知らせください。

- いずれの情報についても「MRを1番目に頼りにしている医師/薬剤師」は約5割、「MRを頼りにしていない医師・薬剤師」は約3割、「MRを1番目に頼りにしていないが、頼りになる事はある」は約2割と考えられていた。
- その中でも「MRを1番目に頼りにしている」割合が最も高かったのは、医師で「製品ポジショニングの情報、薬剤師で「流通・製造関連情報」であった。



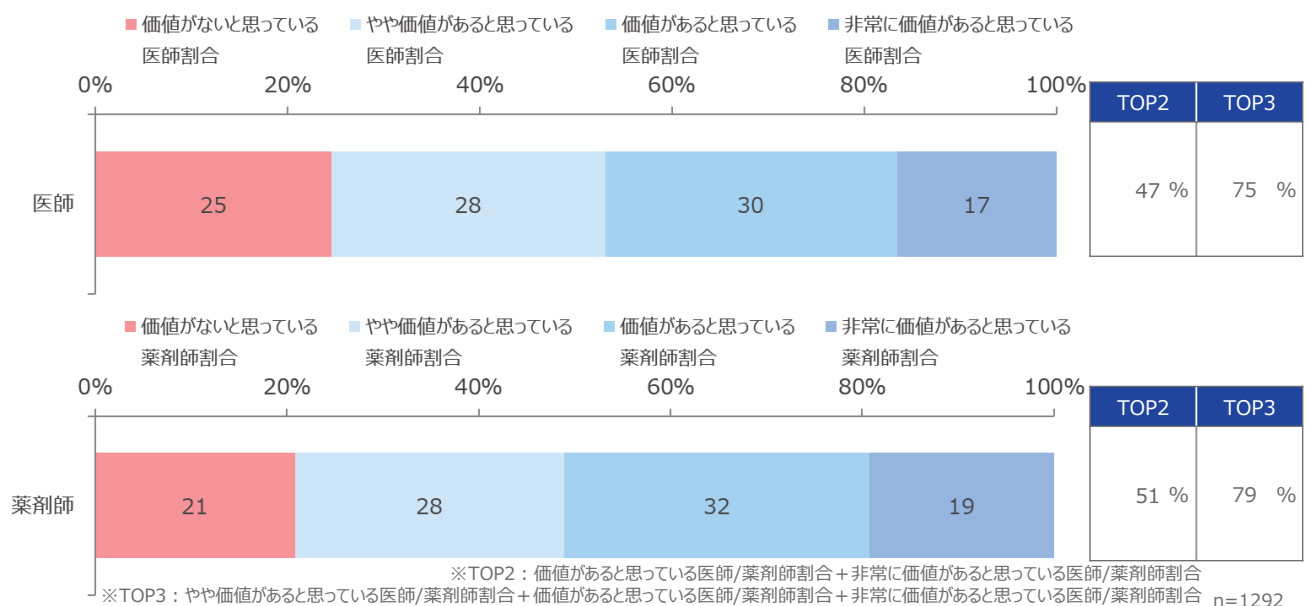
Q4

医師が使用する医薬品の情報源には様々なものがありますが、「今までに処方をしたことがない薬剤」に関する情報入手するうえで、「MRを1番頼りにしている医師」と「MRを頼りにしていない医師」の割合をそれぞれお知らせください。一般的なこととして、お知らせください。

Q16

薬剤師が使用する医薬品の情報源には様々なものがありますが、「今までに調剤をしたことがない薬剤」に関する情報入手するうえで、「MRを1番頼りにしている薬剤師」と「MRを頼りにしていない薬剤師」の割合をそれぞれお知らせください。一般的なこととして、お知らせください。

- MRが考える「MRと面会する価値」について、価値がある（やや価値がある＋価値がある＋非常に価値がある）と回答した割合は、医師で75%、薬剤師で79%であった。

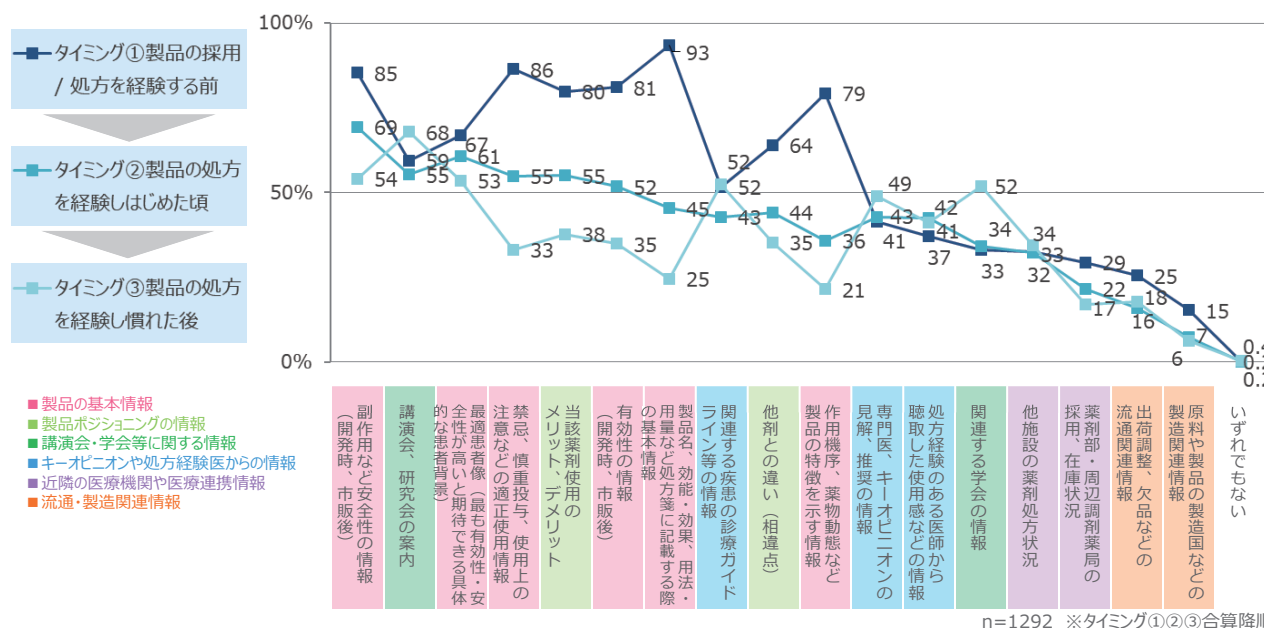


Q5/Q17

「MRと面会する価値」に対する医師／薬剤師の評価について、「価値がないと思っている」「やや価値があると思っている」「価値があると思っている」「非常に価値があると思っている」と分けた場合、あなたが担当されている医師／薬剤師を100として、それぞれの割合をお知らせください。

Q6/Q7/Q8 医師への情報提供内容（タイミング別）

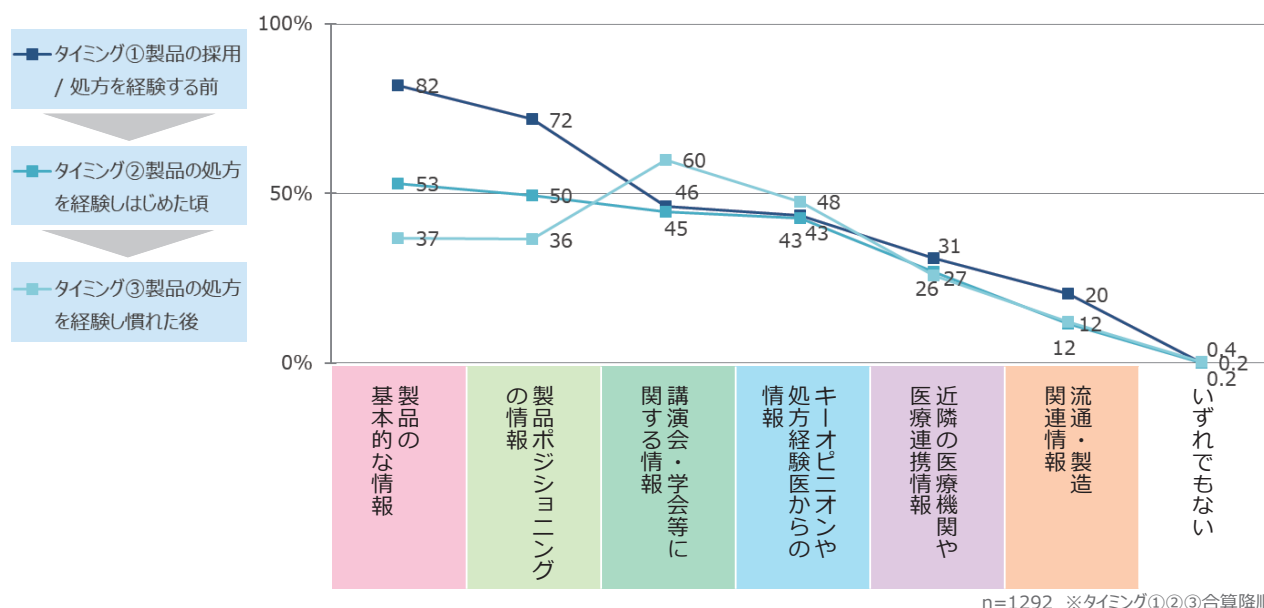
- 医師への情報提供内容として、タイミング①では“製品の基本情報”に関する項目の割合が高かった。
- 一方、タイミング③になると、それらの項目は低くなり、“キーオピニオンや処方経験医からの情報”、“講演会・学会等に関する情報”についての項目で割合が高くなっていった。



Q6/Q7/Q8 （医師が製品の採用/処方を経験する前のタイミング／医師が製品の処方を経験しはじめた頃のタイミング／医師が製品の処方を経験し慣れた後のタイミング）で、あなたがその医師に対して情報提供を行う内容について、以下の選択肢のうち、当てはまるものをすべてお知らせください。

Q6/Q7/Q8 医師への情報提供内容（タイミング別）

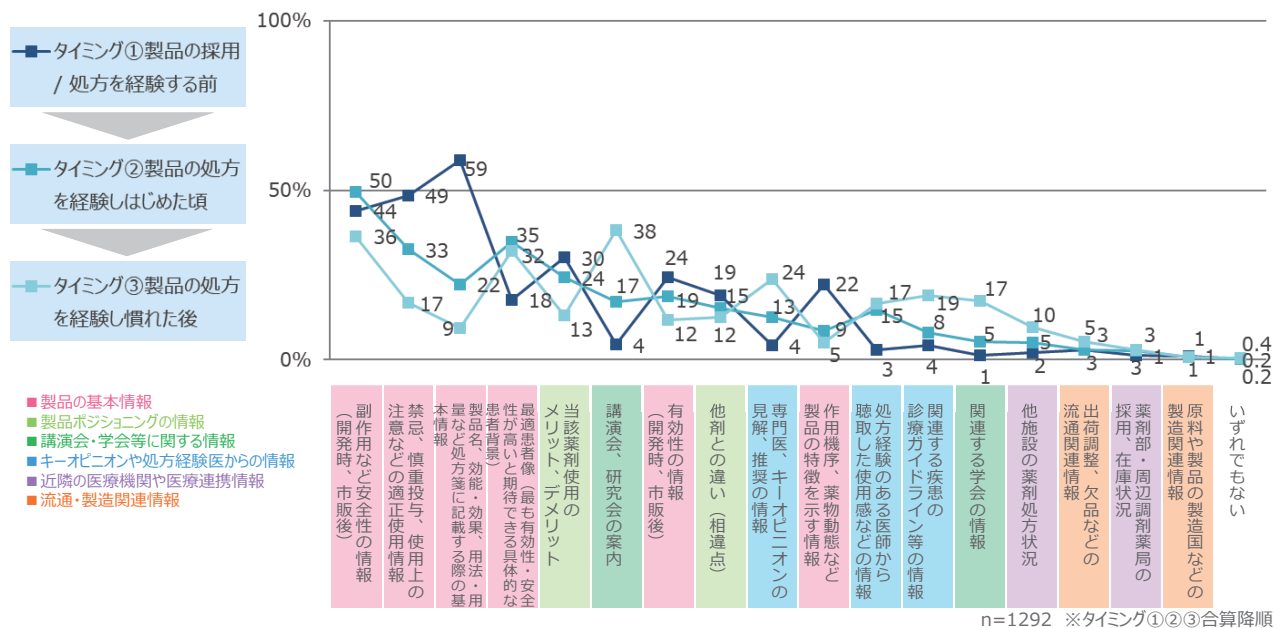
- タイミング①、②では「製品的基本的な情報」、次いで「製品ポジショニングの情報」について情報提供を行うMRが多かった。
- タイミング③では「講演会・学会等に関する情報」、次いで「キーオピニオンや処方経験医からの情報」について情報提供を行うMRが多かった。



Q6/Q7/Q8 （医師が製品の採用/処方を経験する前のタイミング／医師が製品の処方を経験しはじめた頃のタイミング／医師が製品の処方を経験し慣れた後のタイミング）で、あなたがその医師に対して情報提供を行う内容について、以下の選択肢のうち、当てはまるものをすべてお知らせください。

Q6A/Q7A/Q8A 医師への情報提供内容_上位3つ（タイミング別）

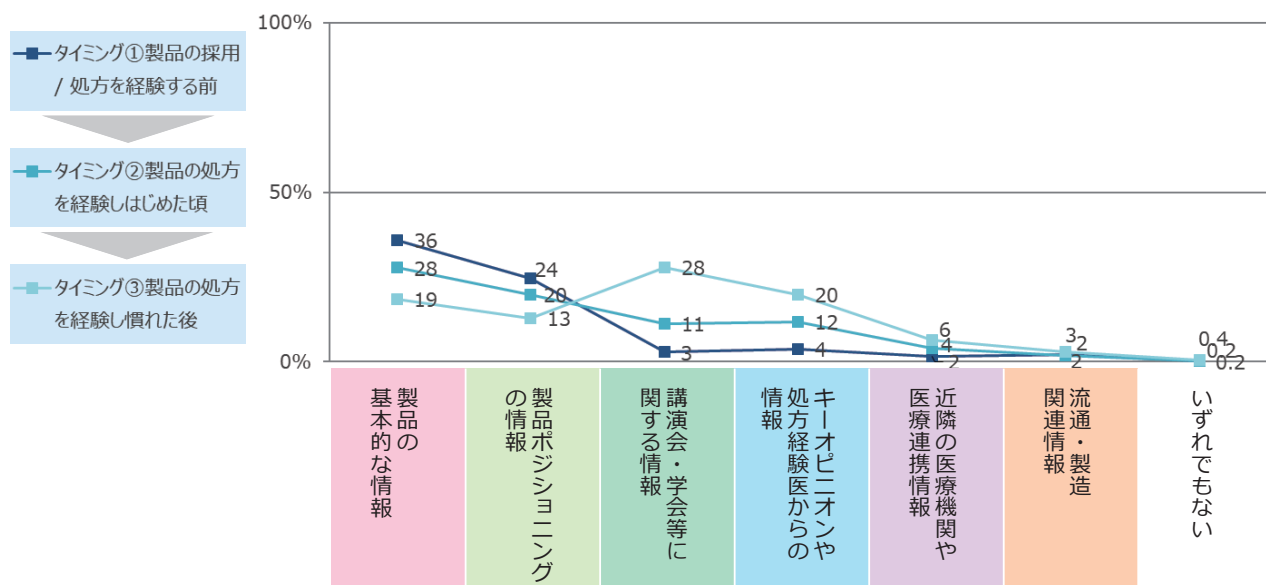
- 医師への情報提供内容として、タイミング①では「製品名、効能・効果、用法・用量など処方箋に記載する際の基本情報」の割合が最も高く、タイミング②、③では「副作用など安全性の情報」が最も高かった。



Q6A/Q7A/Q8A （医師が製品の採用/処方を経験する前のタイミング／医師が製品の処方を体験しはじめた頃のタイミング／医師が製品の処方を体験し慣れた後のタイミング）で、あなたがその医師に対して情報提供を行う内容のうち、特に重視している上位3つについて、お知らせください。

Q6A/Q7A/Q8A 医師への情報提供内容_上位3つ（タイミング別）

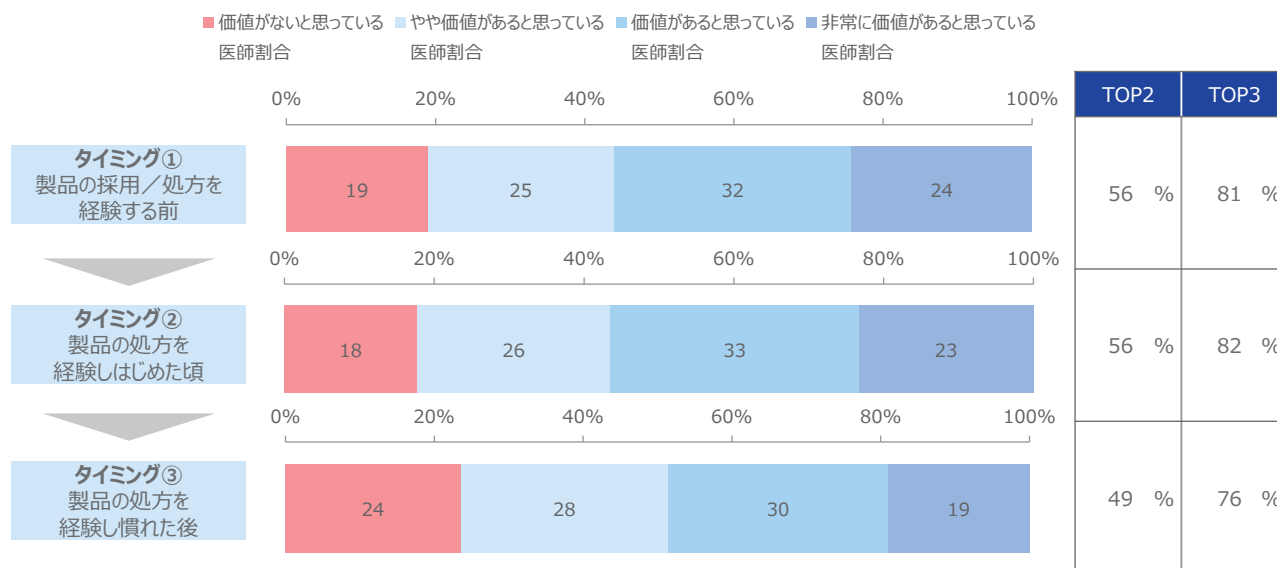
- タイミング①、②では「製品の基本的な情報」と「製品ポジショニングの情報」について、タイミングが早いほど情報提供を行うMRが多かった。
- タイミング③では「講演会・学会等に関する情報」「キーオピニオンや処方経験医からの情報」について、タイミングが遅いほど情報提供を行うMRが多かった。



Q5A/Q6A/Q7A （医師が製品の採用/処方を経験する前のタイミング／医師が製品の処方を体験しはじめた頃のタイミング／医師が製品の処方を体験し慣れた後のタイミング）で、あなたがその医師に対して情報提供を行う内容のうち、特に重視している上位3つについて、お知らせください。

Q9 タイミング別 MRが考える「MRと面会する価値」に対する医師の評価

- MRが考える「MRと面会する価値」に対する医師の評価について、価値がある（やや価値がある＋価値がある＋非常に価値がある）と回答した割合は、タイミング①が81%、タイミング②が82%、タイミング③が76%であった。
- タイミング①、②に比べ、タイミング③は“価値がないと思っている医師割合”が高かった。



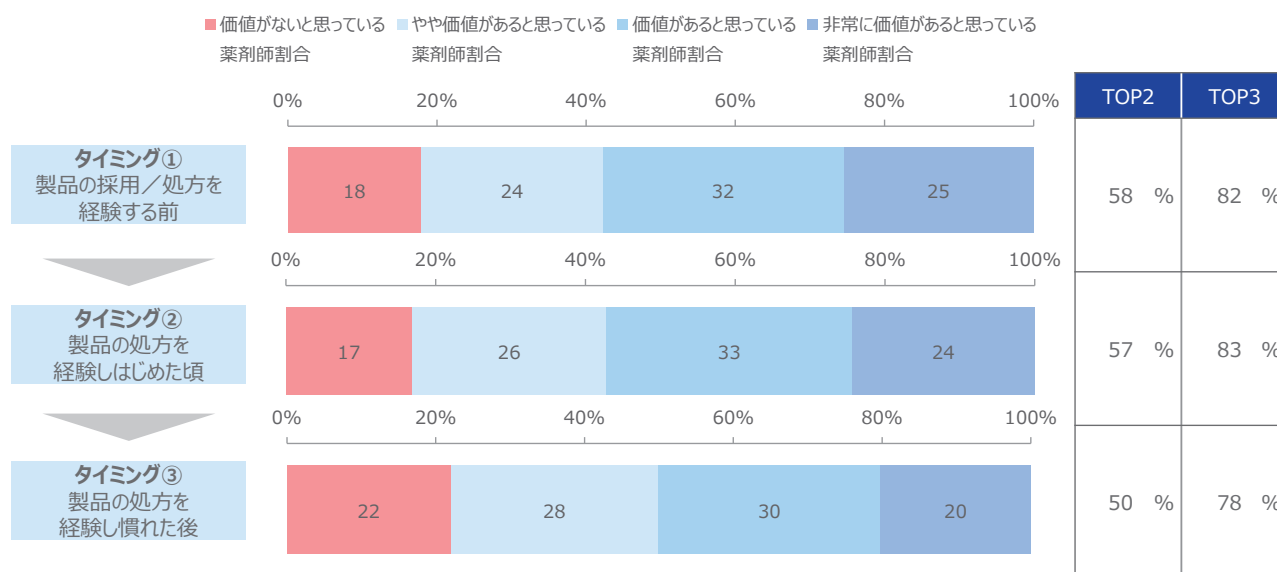
※TOP2：価値があると思っている医師割合＋非常に価値があると思っている医師割合

※TOP3：やや価値があると思っている医師割合＋価値があると思っている医師割合＋非常に価値があると思っている医師割合 n=1292

Q9 「MRと面会する価値」に対する医師の評価について、「価値がないと思っている」「やや価値があると思っている」「価値があると思っている」「非常に価値があると思っている」と分けた場合、あなたが担当されている医師を100として、以下のタイミング別にそれぞれの割合をお知らせください。

Q18 タイミング別 MRが考える「MRと面会する価値」に対する薬剤師の評価

- MRが考える「MRと面会する価値」に対する薬剤師の評価について、価値がある（やや価値がある＋価値がある＋非常に価値がある）と回答した割合は、タイミング①が82%、タイミング②が83%、タイミング③が78%であった。
- タイミング①、②に比べ、タイミング③は“価値がないと思っている薬剤師割合”が高かった。



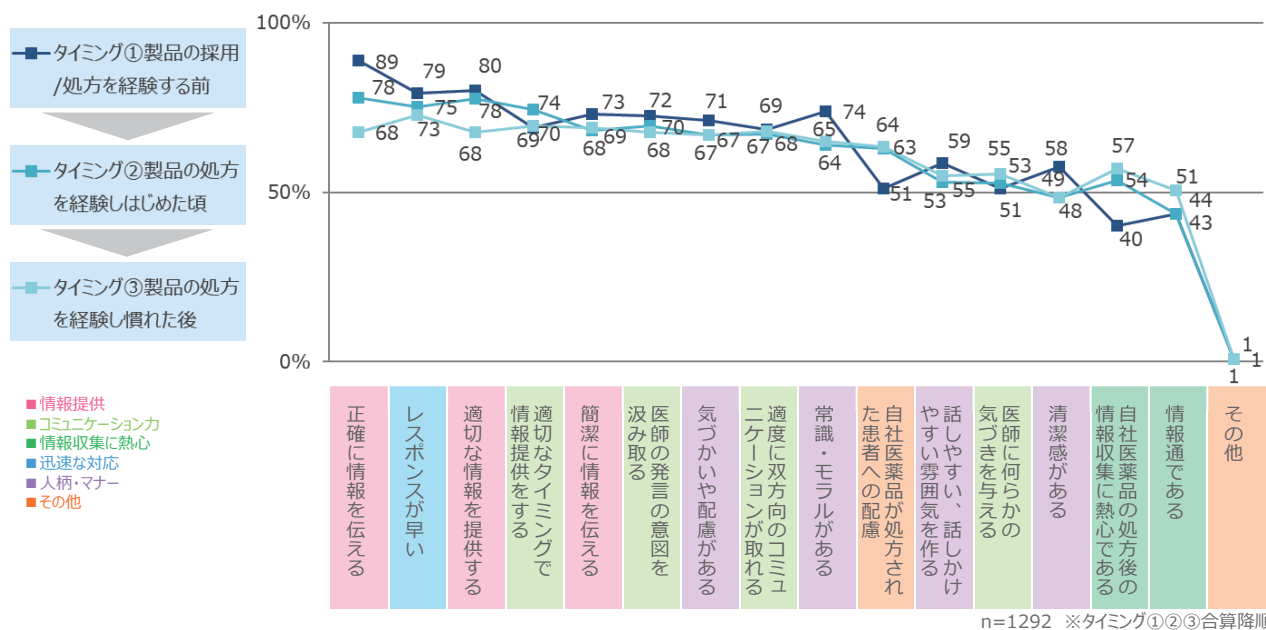
※TOP2：価値があると思っている薬剤師割合＋非常に価値があると思っている薬剤師割合

※TOP3：やや価値があると思っている薬剤師割合＋価値があると思っている薬剤師割合＋非常に価値があると思っている薬剤師割合 n=1292

Q18 「MRと面会する価値」に対する薬剤師の評価について、「価値がないと思っている」「やや価値があると思っている」「価値があると思っている」「非常に価値があると思っている」と分けた場合、あなたが担当されている薬剤師を100として、以下のタイミング別にそれぞれの割合をお知らせください。

Q10 タイミング別 MRが考える「価値があると思うMRとの面会」で医師が重視すること

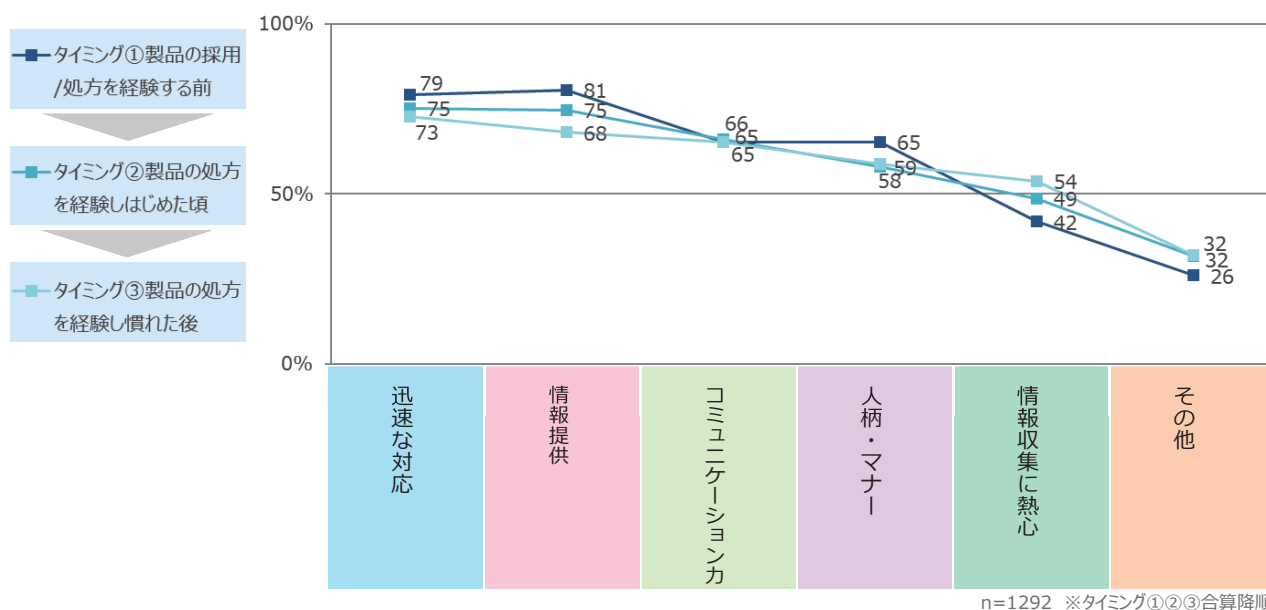
- MRが考える「価値があると思うMRとの面会」で医師が重視することとして、タイミング①で最も高かったのは「正確に情報を伝える」で89%であった。
- タイミング②では「正確に情報を伝える」「適切な情報を提供する」、タイミング③では「レスポンスが早い」の割合が最も高かった。



Q10 医薬情報担当者（MR）の態度・資質について、価値があると思うMRとの面会で医師が重要視する項目であろうとあなたが考えるものを以下のタイミング別にすべてお知らせください。

Q10 タイミング別 MRが考える「価値があると思うMRとの面会」で医師が重視すること

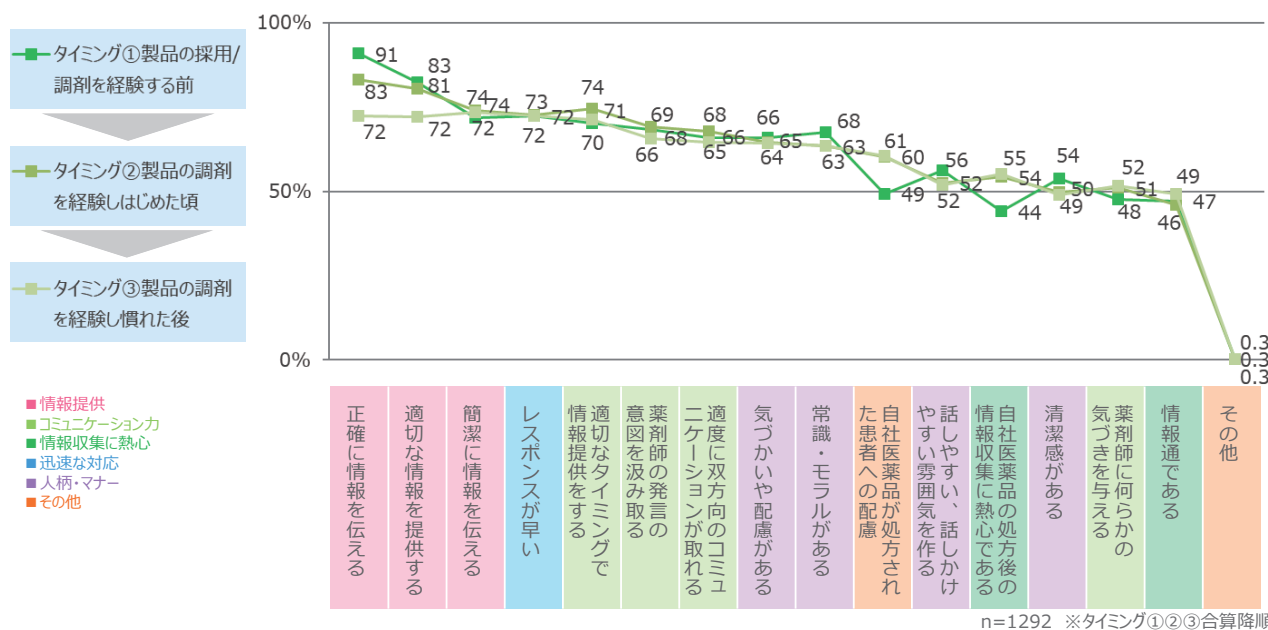
- 差は少ないが、「迅速な対応」「情報提供」に関する項目はタイミングが早いほど重視されていると考えられていた。
- 一方、差は少ないが、「情報収集に熱心」に関する項目ではタイミングが遅いほど重視されていると考えられていた。



Q10 医薬情報担当者（MR）の態度・資質について、価値があると思うMRとの面会で医師が重要視する項目であろうとあなたが考えるものを以下のタイミング別にすべてお知らせください。

Q19 タイミング別 MRが考える「価値があると思うMRとの面会」で薬剤師が重視すること

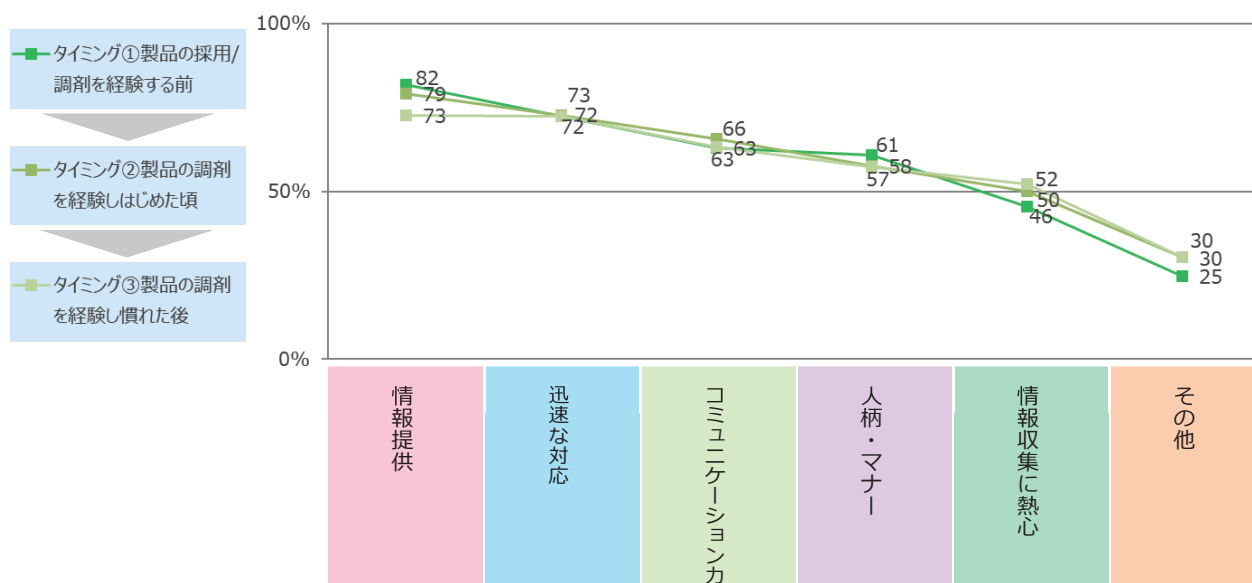
- MRが考える「価値があると思うMRとの面会」で薬剤師が重視することとして、タイミング①、②で最も割合が高かったのは「正確に情報を伝える」、続いて「適切な情報を提供する」であった。



Q19 医薬情報担当者（MR）の態度・資質について、価値があると思うMRとの面会で薬剤師が重要視する項目であろうとあなたが考えるものを以下のタイミング別にすべてお知らせください。

Q19 タイミング別 MRが考える「価値があると思うMRとの面会」で薬剤師が重視すること

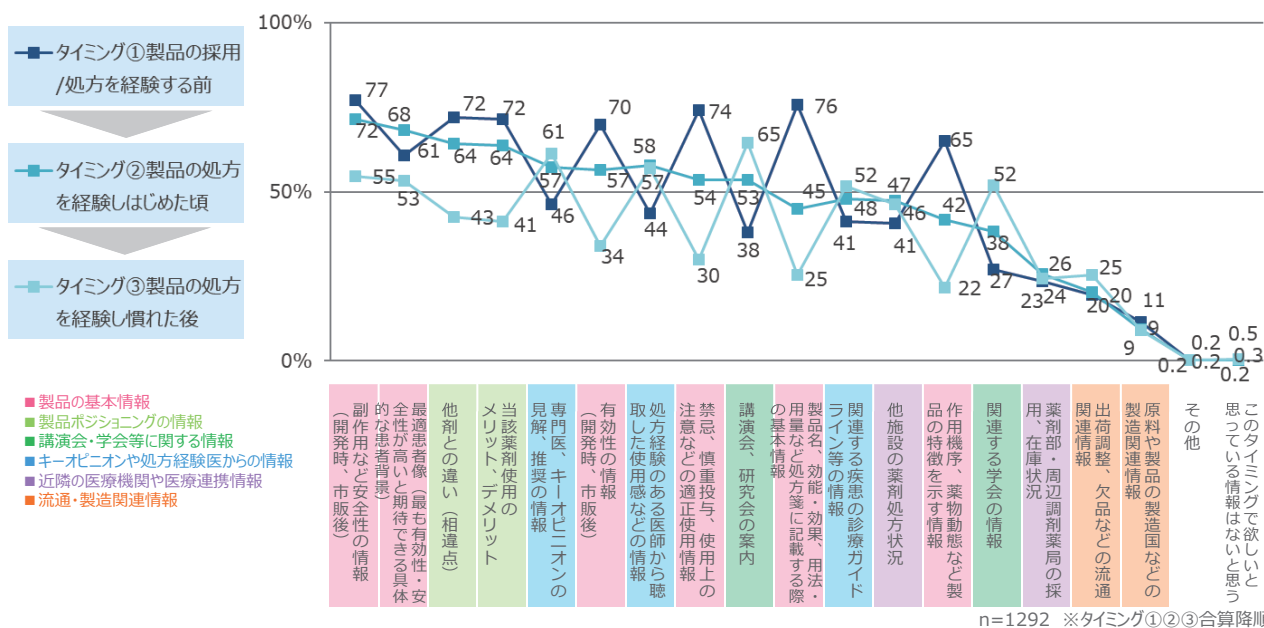
- いずれのタイミングでも、価値があると思うMRとの面会で薬剤師が重視することとして「情報提供」に関する項目が最も重視されていると考えられていた。
- タイミング別に大きな違いは見られなかった。



Q19 医薬情報担当者（MR）の態度・資質について、価値があると思うMRとの面会で薬剤師が重要視する項目であろうとあなたが考えるものを以下のタイミング別にすべてお知らせください。

Q11 タイミング別 MRが考える、医師が「MRから欲しいと思っている情報」

- MRが考える医師が「MRから求めている情報」として、タイミング①では「製品の基本情報」と「製品ポジショニングの情報」に関する項目の割合が高かった。
- 一方、タイミング③は「キーオピニオンや処方経験医からの情報」、「講演会・学会等に関する情報」についての項目で割合が高くなっていた。



n=1292 ※タイミング①②③合算降順

Q11 医師が医薬情報担当者(MR)から欲しいと思っている情報を、タイミング別にすべてお知らせください。

株式会社インテージヘルスケア

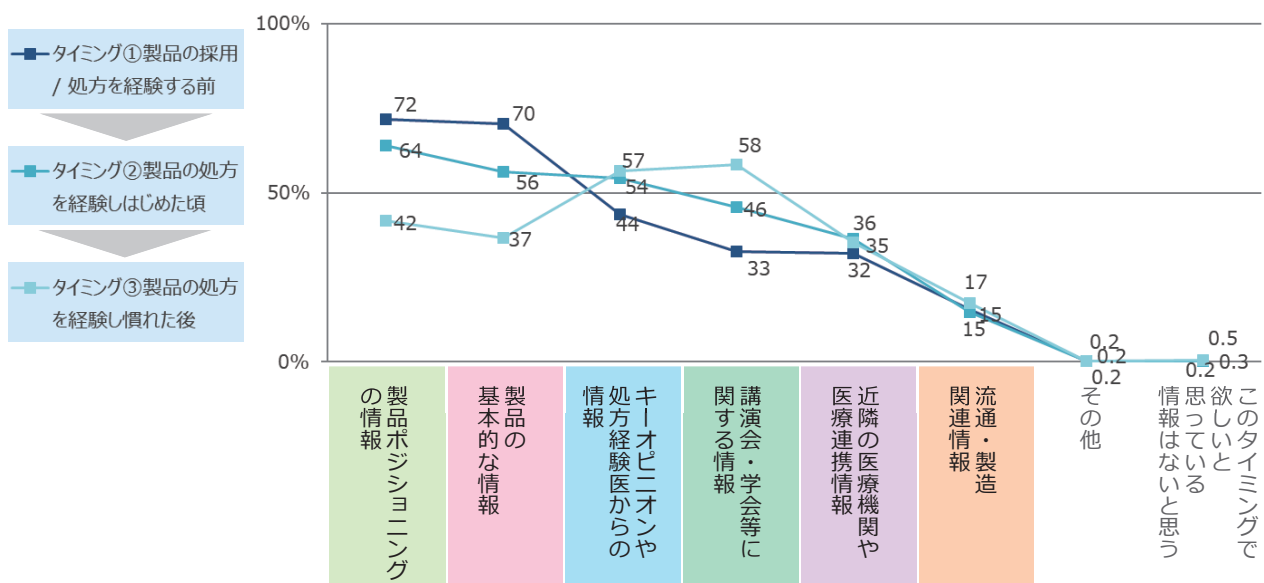
Copyright © INTAGE Healthcare Inc. All Rights Reserved.

43

MR

Q11 タイミング別 MRが考える、医師が「MRから求めている情報」

- 「製品ポジショニングの情報」と「製品の基本的な情報」はタイミングが早いほど医師が求めていると考えられていた。
- 一方、「講演会・学会等に関する情報」はタイミングが遅いほど医師が求めていると考えられていた。



n=1292 ※タイミング①②③合算降順

Q11 医師が医薬情報担当者(MR)から欲しいと思っている情報を、タイミング別にすべてお知らせください。

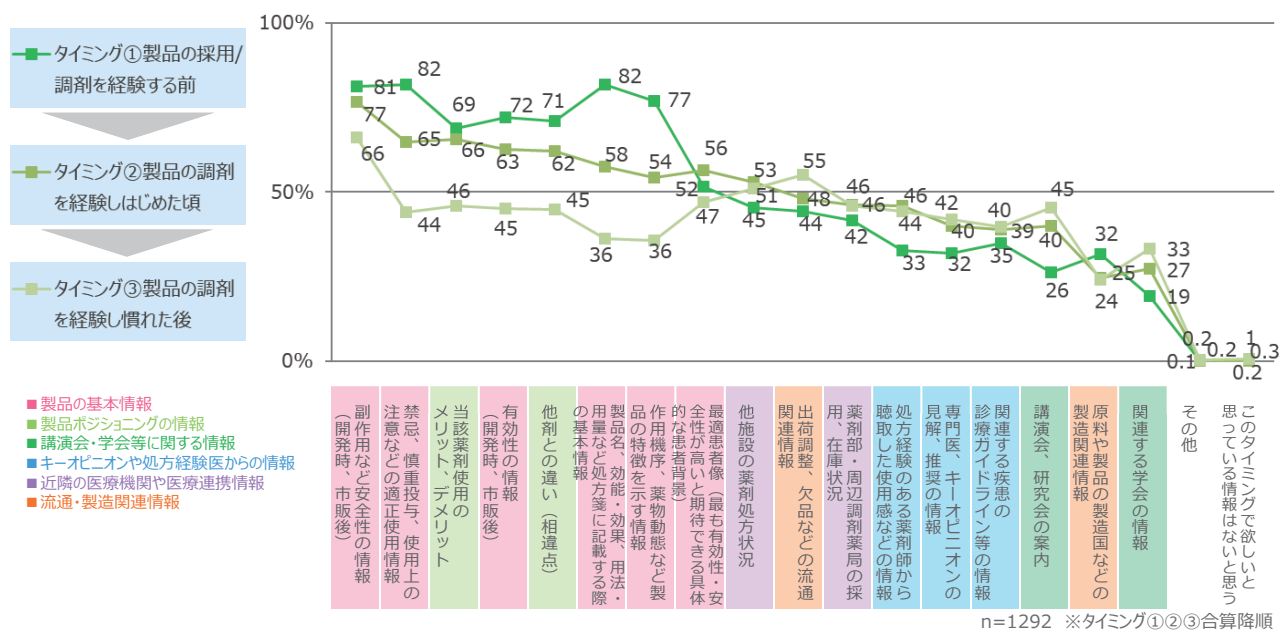
株式会社インテージヘルスケア

Copyright © INTAGE Healthcare Inc. All Rights Reserved.

44

Q20 タイミング別 MRが考える、薬剤師が「MRから欲しいと思っている情報」

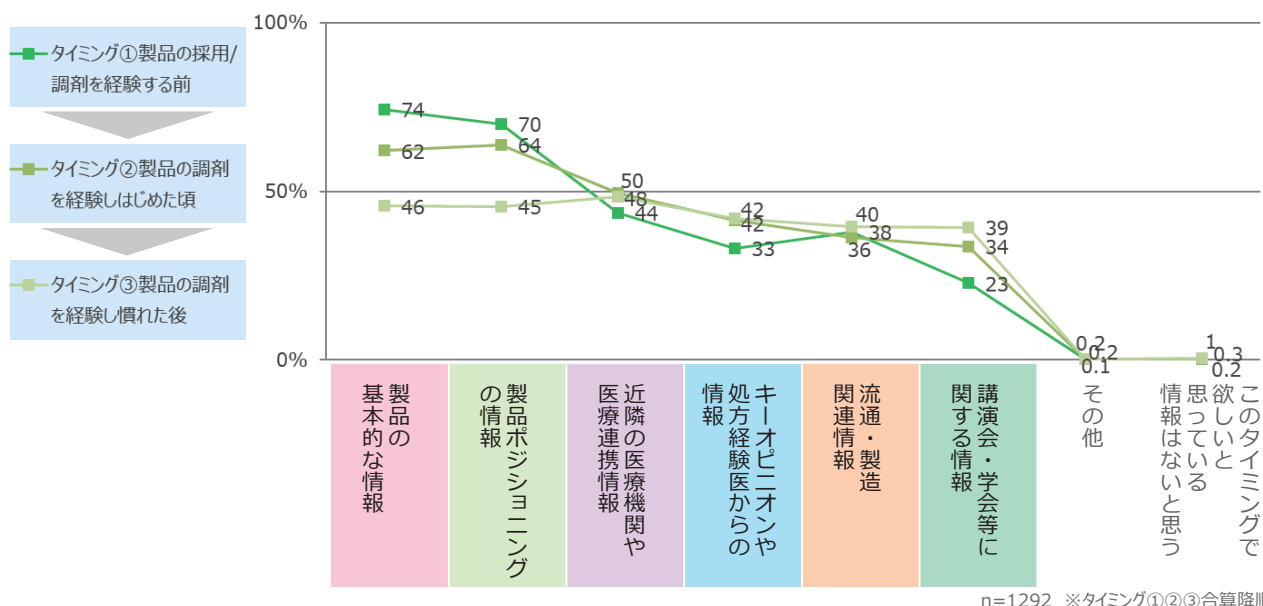
- MRが考える薬剤師が「MRから求めている情報」として、タイミング①、②では「製品の基本情報」と「製品ポジショニングの情報」に関する項目の割合が高かった。
- タイミング③では、「副作用など安全性の情報」の割合が最も高く、次いで「出荷調整、欠品などの流通関連情報」が高かった。



Q20 薬剤師が医薬情報担当者(MR)から欲しいと思っている情報を、タイミング別にすべてお知らせください。

Q20 タイミング別 MRが考える、薬剤師が「MRから求めている情報」

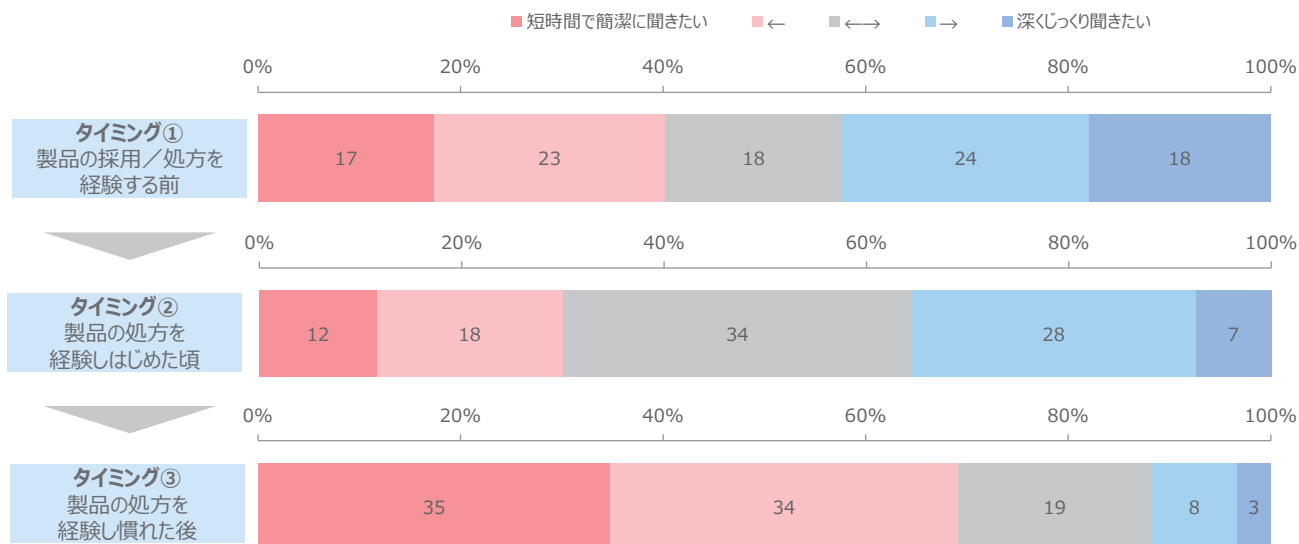
- 「製品の基本的な情報」と「製品ポジショニングの情報」はタイミングが早いほど薬剤師が求めていると考えられていた。
- 一方、「講演会・学会等に関する情報」はタイミングが遅いほど薬剤師が求めていると考えられていた。



Q20 薬剤師が医薬情報担当者(MR)から欲しいと思っている情報を、タイミング別にすべてお知らせください。

Q12 タイミング別 MRが考える「MRから情報提供を受ける際に医師が望む聞き取りかた」

- MRが考える「MRから情報提供を受ける際に医師が望む聞き取りかた」として、タイミング①、②ではばらつきが見られた。
- 一方、タイミング③では、「より短時間で簡潔に聞きたい」が望まれていると考えるMRが多かった。

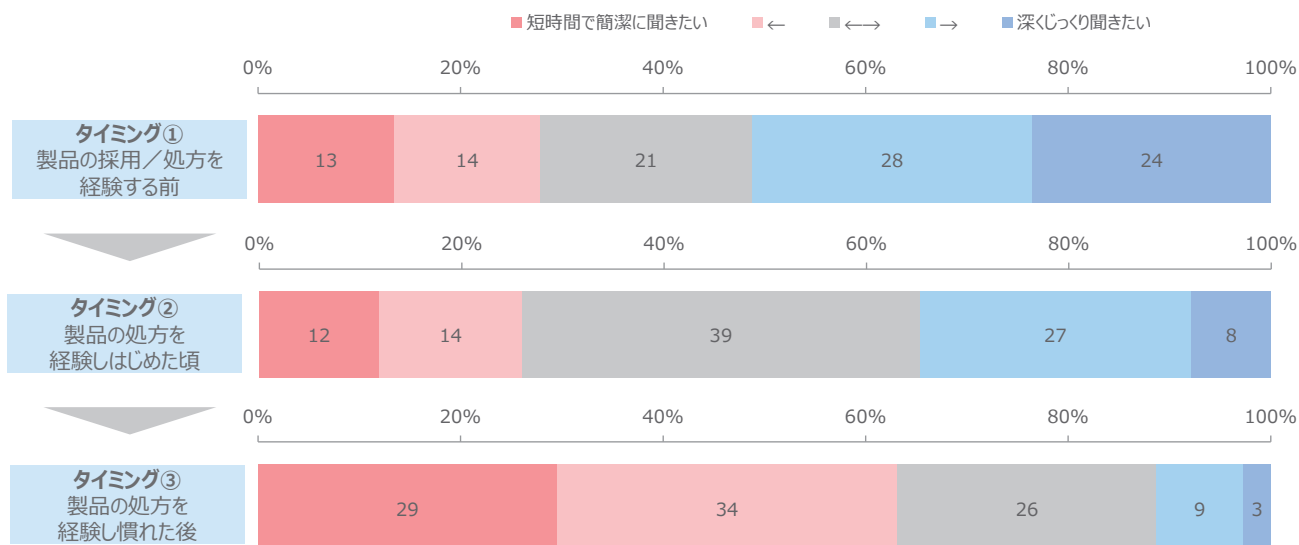


n=1292

Q12 医師が面会で医薬情報担当者(MR)から情報提供を受けるとき、「短時間で簡潔に聞きたい」と「深くじっくり聞きたい」とした場合、医師はどのようなスタイル（様式）が望ましいと考えていると思われますか。以下のタイミング別にお知らせください。

Q21 タイミング別 MRが考える「MRから情報提供を受ける際に薬剤師が望む聞き取りかた」

- MRが考える「MRから情報提供を受ける際に薬剤師が望む聞き取りかた」として、タイミング①では「より深くじっくり聞きたい」が望まれていると考えるMRが比較的多く、タイミング②ではどちらでもない（真ん中）を選択するMRが多かった。
- タイミング③では、「より短時間で簡潔に聞きたい」が望まれていると考えるMRが多かった。

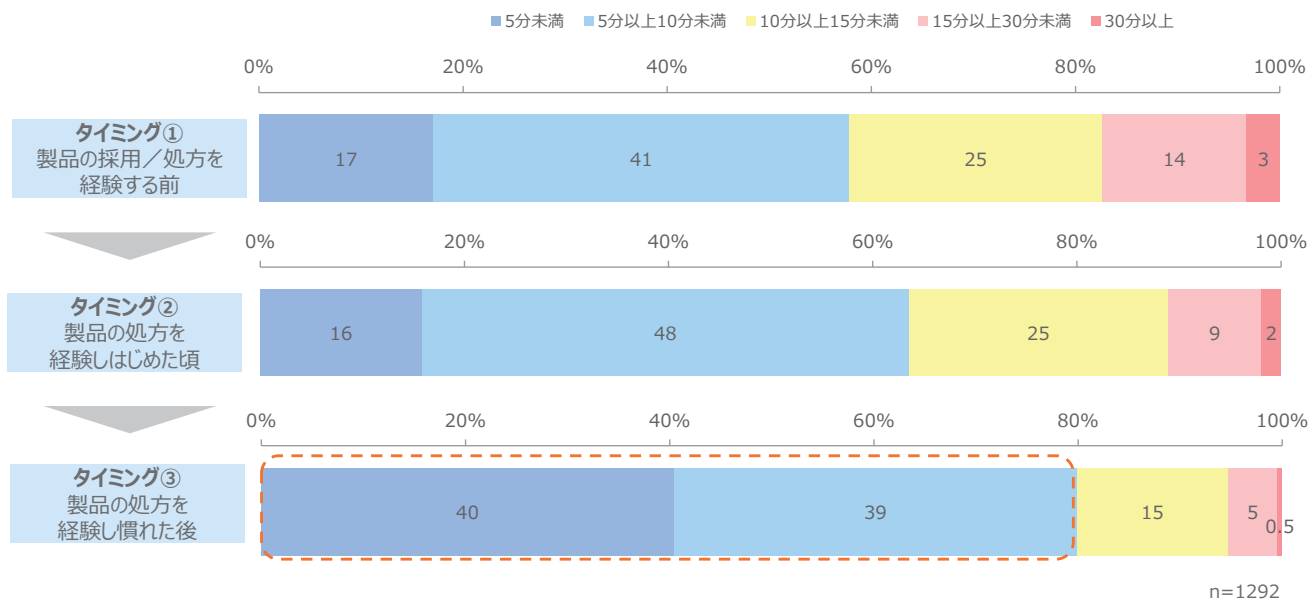


n=1292

Q21 薬剤師が面会で医薬情報担当者(MR)から情報提供を受けるとき、「短時間で簡潔に聞きたい」と「深くじっくり聞きたい」とした場合、薬剤師はどのようなスタイル（様式）が望ましいと考えていると思われますか。以下のタイミング別にお知らせください。

Q13 タイミング別 MRが考える「医師が望むMRとの面会時間」

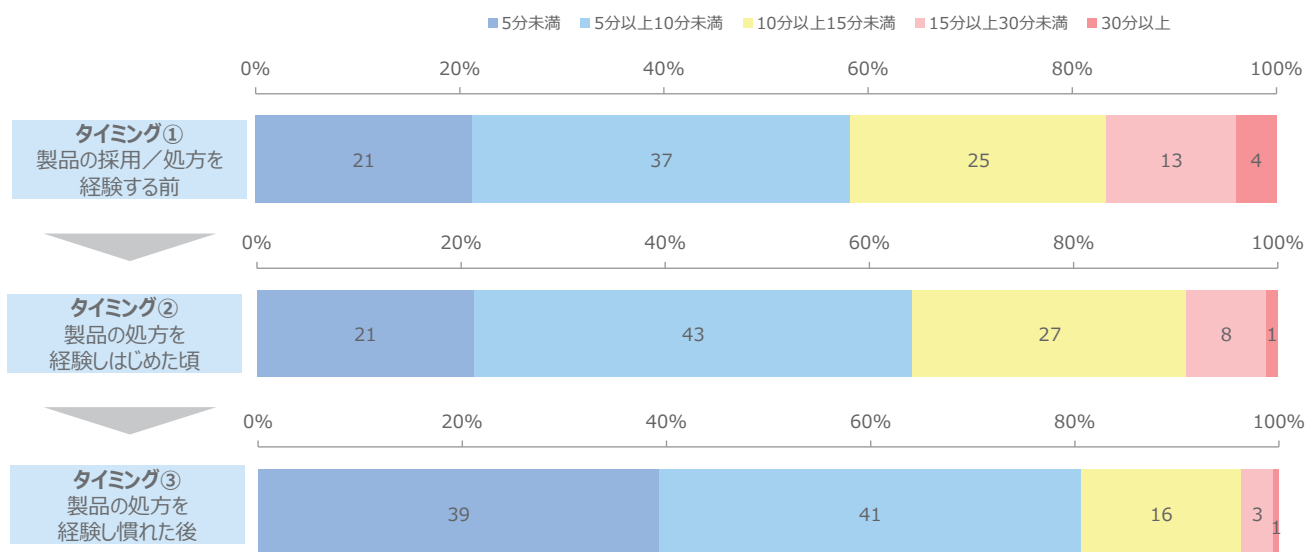
- MRが考える「医師が望むMRとの面会時間」として、タイミング①、②では「5分以上10分未満」の割合が最も高く、15分未満を選択するMRが8割を超えていた。
- 一方、タイミング③では、「5分未満」と「5分以上10分未満」の割合が高く、それらを選択するMRは約8割であった。



Q13 医薬情報担当者(MR)との面会で、医師が許容できと思われる面会時間をタイミング別にお知らせください。

Q22 タイミング別 MRが考える「薬剤師が望むMRとの面会時間」

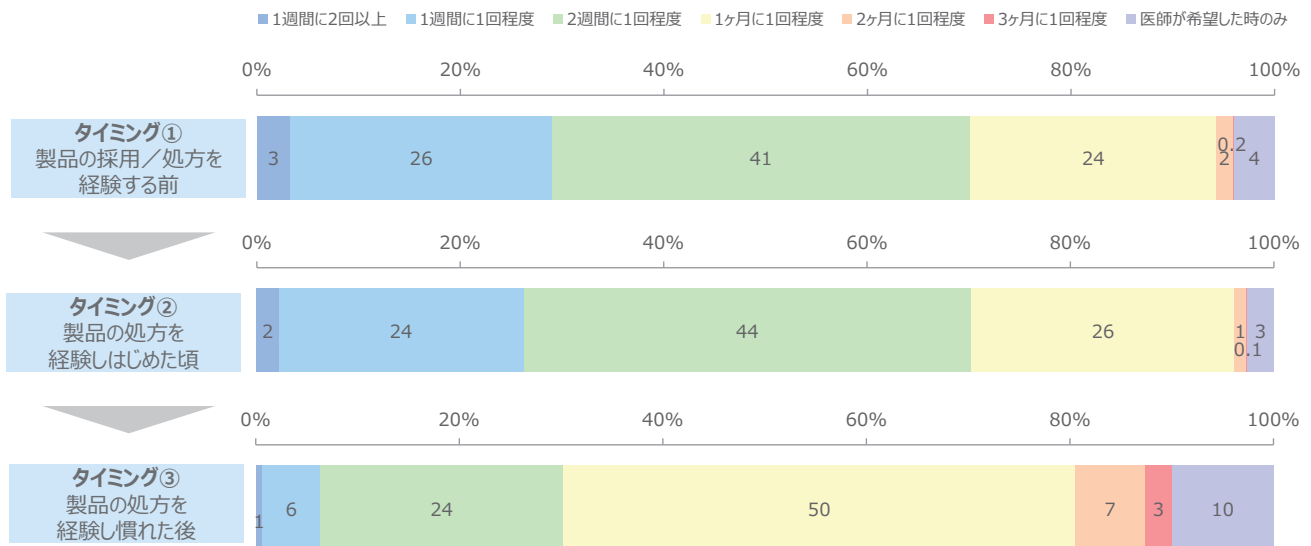
- MRが考える「薬剤師が望むMRとの面会時間」として、いずれのタイミングでも「5分以上10分未満」の割合が最も高かった。
- タイミング③では、「5分未満」の割合も同様に高かった。



Q22 医薬情報担当者(MR)との面会で、薬剤師が許容できと思われる面会時間をタイミング別にお知らせください。

Q14 タイミング別 MRが考える「医師が望むMRとの面会頻度」

- MRが考える「医師が望むMRとの面会頻度」として、タイミング①では「2週間に1回程度」の割合が最も高かった。
- タイミング③では、「1か月に1回程度」の割合が最も高く50%であった。

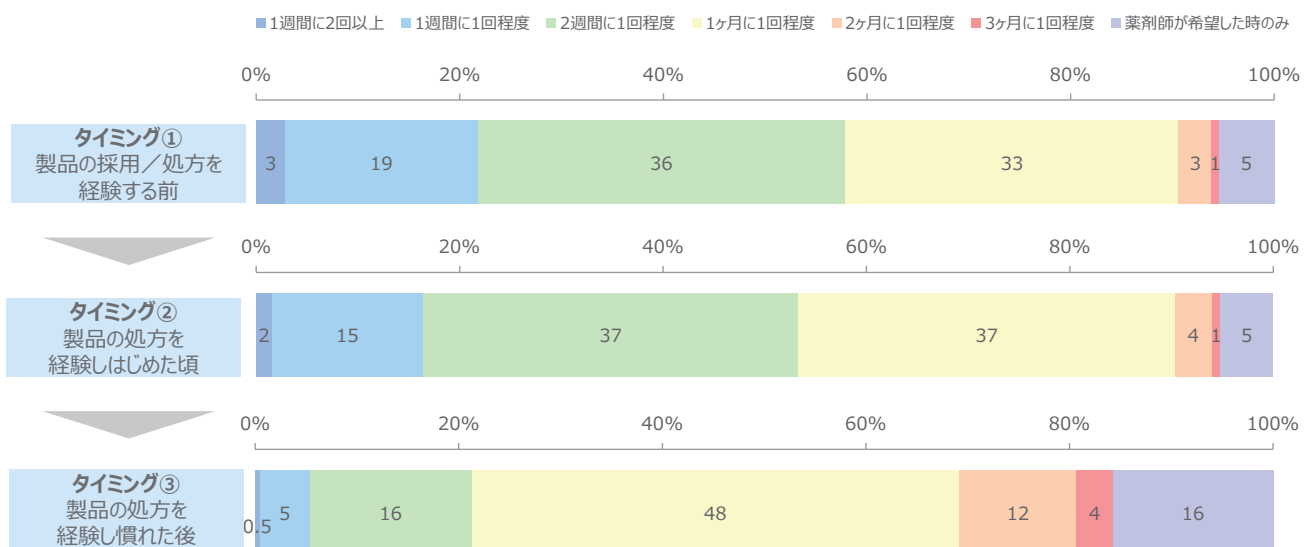


n=1292

Q14 医薬情報担当者(MR)との面会において、医師が適切と考えていると思われる面会頻度をお知らせください。
タイミング別に、以下の選択肢のうち、1つ、お知らせください。

Q23 タイミング別 MRが考える「薬剤師が望むMRとの面会頻度」

- MRが考える「薬剤師が望むMRとの面会頻度」として、タイミング①、②では「2週間に1回程度」と「1か月に1回程度」がそれぞれ約35%であり、合計すると過半数を占めていた。
- タイミング③では「1か月に1回程度」が最も高く48%であった。



n=1292

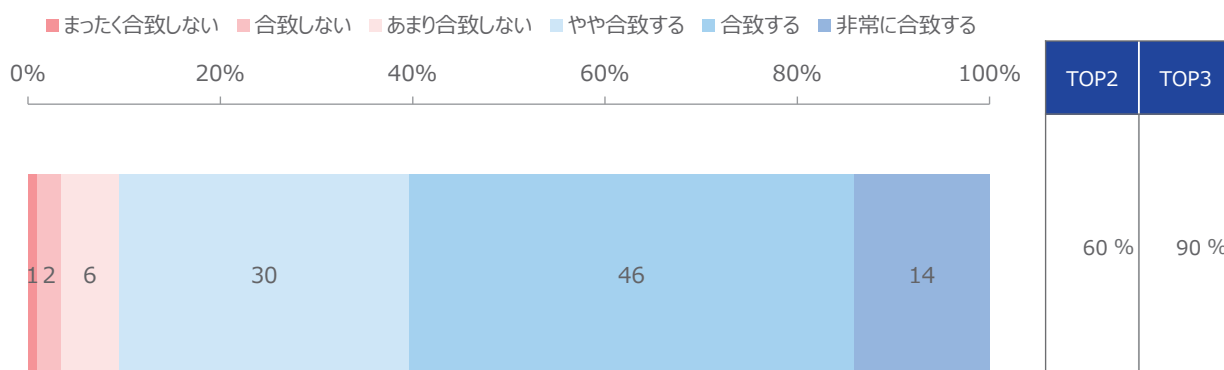
Q23 医薬情報担当者(MR)との面会において、薬剤師が適切と考えていると思われる面会頻度をお知らせください。
タイミング別に、以下の選択肢のうち、1つ、お知らせください。

Q25 「MRの社会的役割」と自身のMR活動との合致度

- 「MRの社会的役割」と自身のMR活動との合致度において、TOP2割合（合致する＋非常に合致する）は60%、TOP3割合（やや合致する＋合致する＋非常に合致する）は90%であった。

＜MRの社会的役割＞

企業を代表し、医薬品の適正使用並びに薬物療法の向上に貢献するために医療従事者に対して医薬品の品質・有効性・安全性等に関する情報の提供と収集を行い、それに基づいて企業が分析した情報を伝達することを主な業務としている

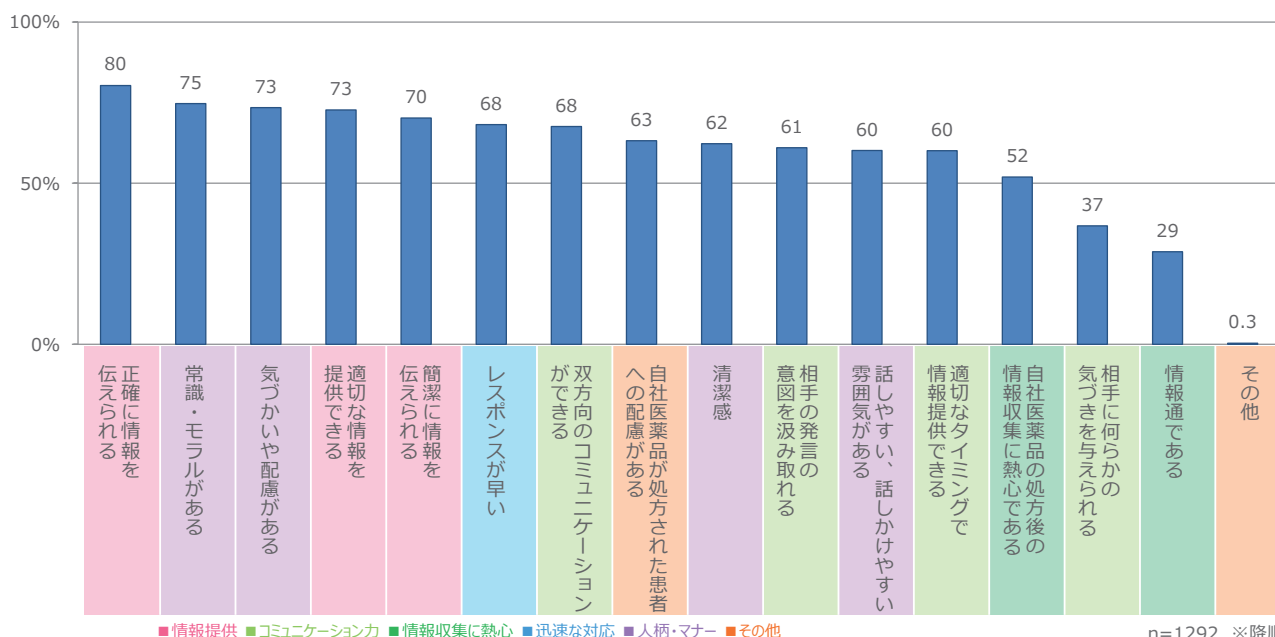


※TOP2：合致する＋非常に合致する
 ※TOP3：やや合致する＋合致する＋非常に合致する n=1292

Q25 下記のMRの社会的な役割をお読みになり、あなた自身のMR活動との合致度をお知らせください。

Q26 MRの態度・資質として、自身ができていると思うもの

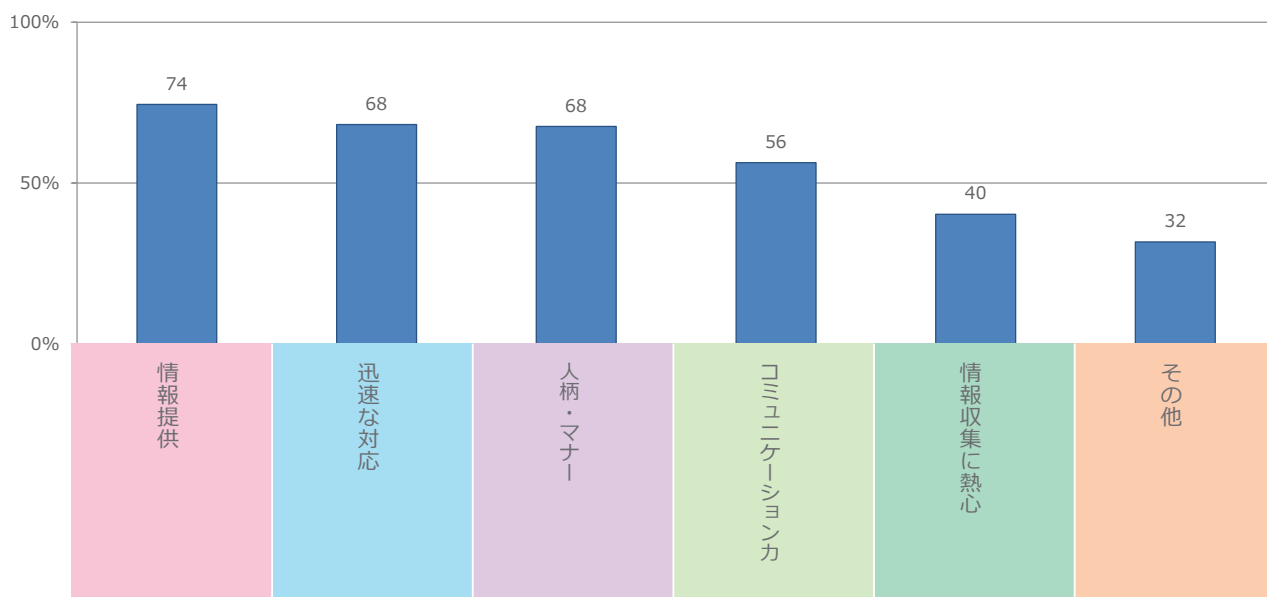
- MRの態度・資質として、自身ができていると思うものとして、6割を超える項目がほとんどであった。
- 最も選ばれていたのは「正確に情報を伝えられる」で80%であった。続いて、「常識・モラルがある」「気づかひや配慮がある」「適切な情報を提供できる」の割合が高かった。



Q26 あなた自身が、医薬情報担当者(MR)の態度・資質としてできていると思うものを以下の選択肢からすべてお知らせください。

Q26 MRの態度・資質として、自身ができていると思うもの

- MRの態度・資質として、自身ができていると思うものとして、「情報提供」の割合が最も高く、「迅速な対応」、「人柄・マナー」が続いた。これらは6割を超えていた。

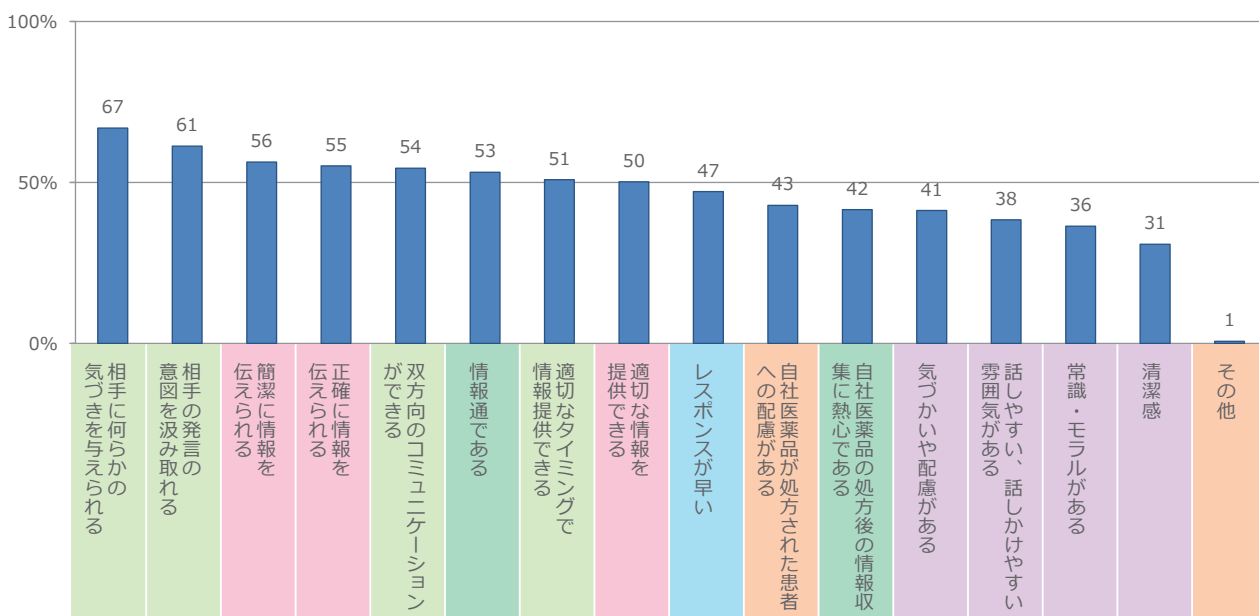


n=1292 ※降順

Q26 あなた自身が、医薬情報担当者(MR)の態度・資質としてできていると思うものを以下の選択肢からすべてお知らせください。

Q27 MRの態度・資質として、伸ばしていきたいと思うもの

- MRの態度・資質として、自身ができていると思うものとして、最も選ばれていたのは「相手に何らかの気づきを与えられる」の67%であった。続いて、「相手の発言の意図を汲み取れる」が高かった。
- “コミュニケーション力”と“情報提供”に関する項目が比較的多くのMRに選択されていた。



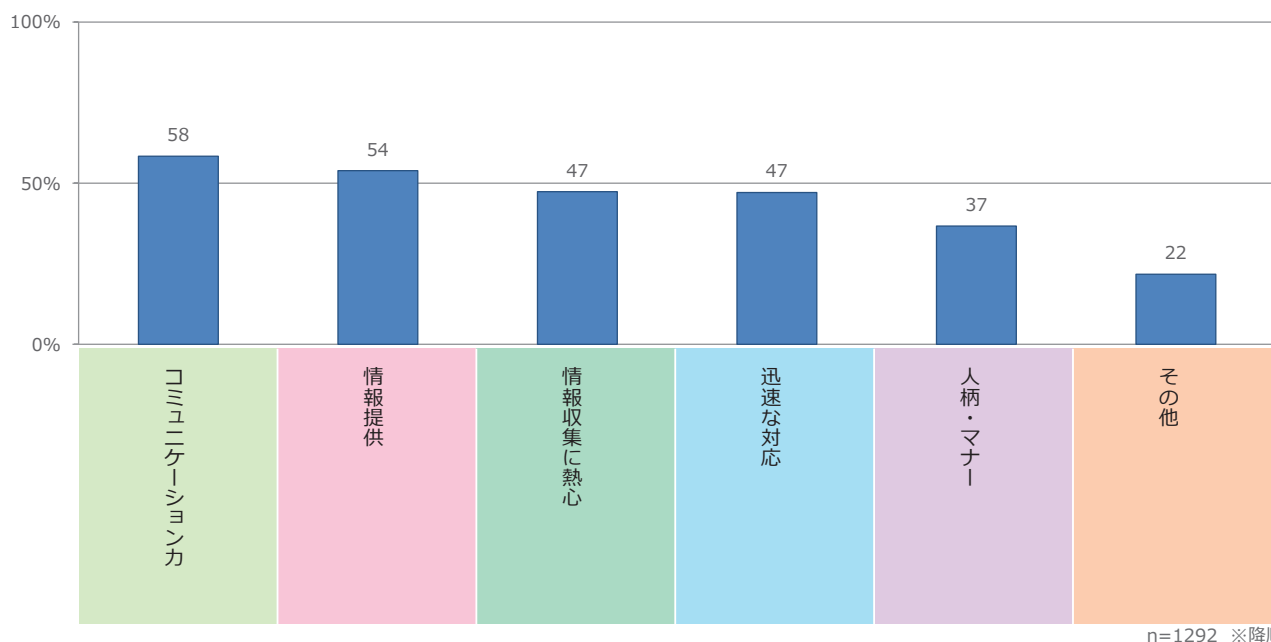
■情報提供 ■コミュニケーション力 ■情報収集に熱心 ■迅速な対応 ■人柄・マナー ■その他

n=1292 ※降順

Q27 今後、あなたが、医薬情報担当者(MR)として伸ばしていきたい態度・資質について、以下の選択肢から当てはまるものをすべてお知らせください。

Q27 MRの態度・資質として、伸ばしていきたいと思うもの

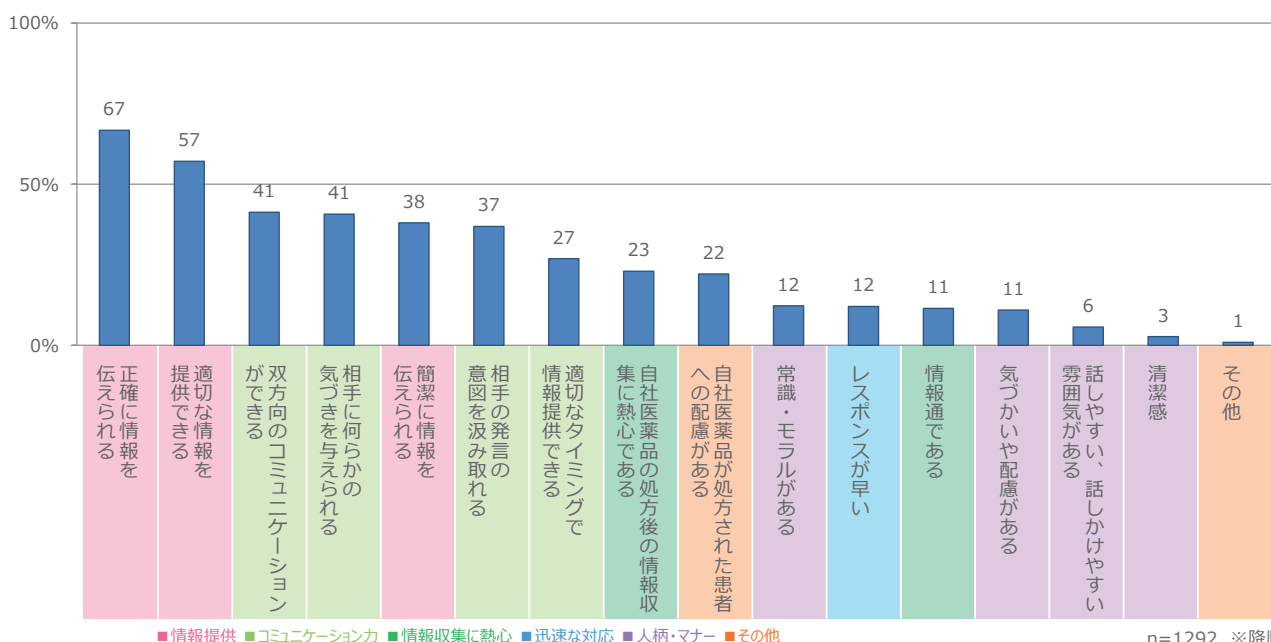
- MRの態度・資質として、伸ばしていきたいと思うものとして、「コミュニケーション力」の割合が最も高く58%、続いて「情報提供」が54%であった。



Q27 今後、あなた自身が、医薬情報担当者(MR)として伸ばしていきたい態度・資質について、以下の選択肢から当てはまるものをすべてお知らせください。

Q29 所属企業におけるMR教育研修・トレーニングでどの点を強化する事に焦点が当てられていると思うか

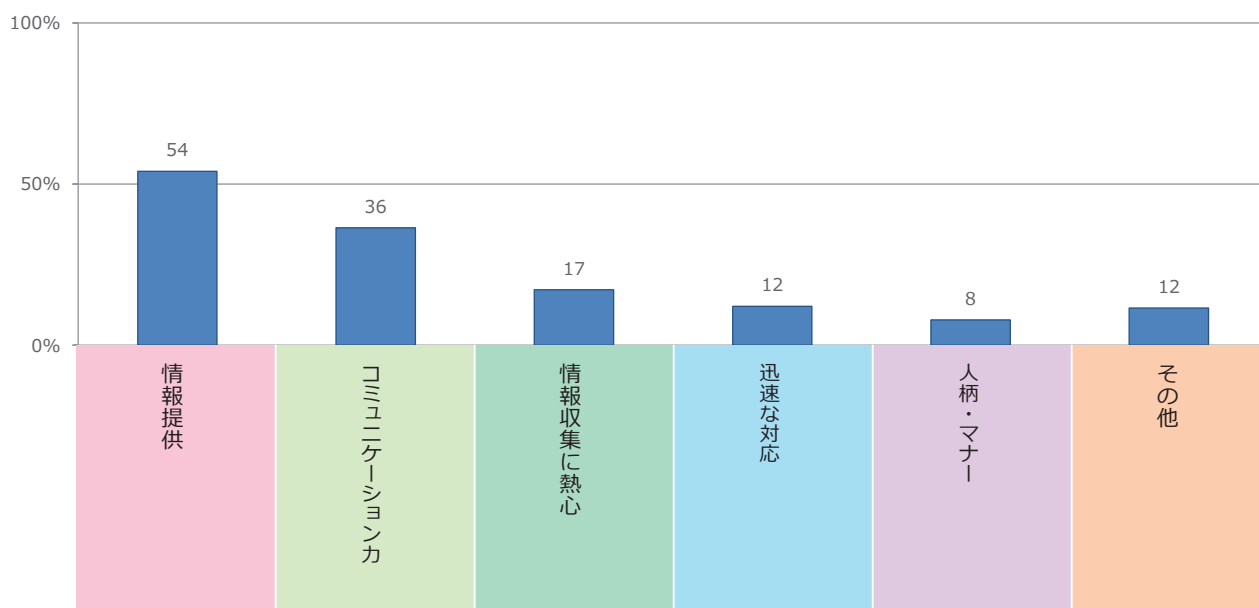
- 所属企業におけるMR教育研修・トレーニングで強化することに焦点が当てられていることとして、最も割合が高かったのは「正確に情報を伝えられる」で67%、次いで「適切な情報を提供できる」で57%であった。



Q29 所属企業におけるMRに対する教育研修・トレーニングでどの点を強化する事に焦点が当てられていると思われますか。以下の選択肢のうち、最大で5つまでお知らせください。

Q29 所属企業におけるMR教育研修・トレーニングで どの点を強化する事に焦点が当てられていると思うか

- 所属企業におけるMR教育研修・トレーニングで焦点が当てられているものとして、「情報提供」の割合が最も高く54%、続いて「コミュニケーション力」が36%であった。



n=1292 ※降順

Q29 所属企業におけるMRに対する教育研修・トレーニングでどの点を強化する事に焦点が当てられていると思われますか。
以下の選択肢のうち、最大で5つまでお知らせください。

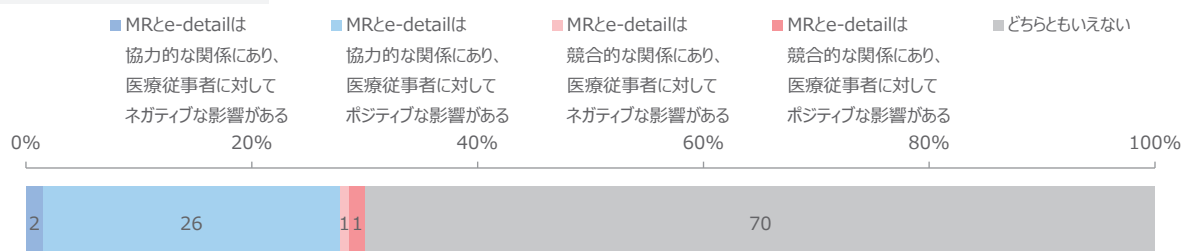
Q30/Q31/Q32/Q33 所属企業でのe-detailingを導入有無／MRとe-detailingの関係

- 所属企業でe-detailingが導入されていると回答したMRは62%であった。
- また、MRとe-detailingの関係として最も高かったのは「どちらともいえない（協力的か/競合的か・医療従事者にポジティブな影響があるか/ネガティブな影響があるか）」であり、70%であった。次いで高かったのは「MRとe-detailは協力的な関係にあり、医療従事者に対してポジティブな影響がある」の26%であった。

e-detailingを導入有無



MRとe-detailingの関係



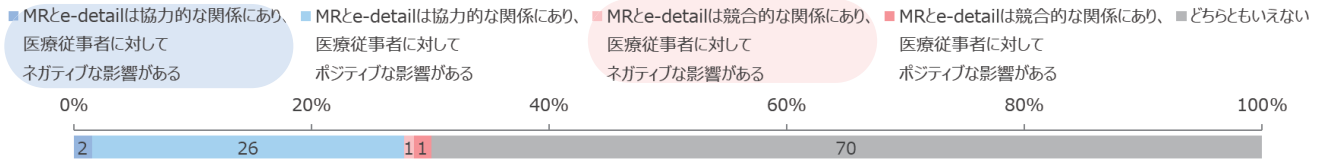
n=1292

Q30 現在、あなたが勤務されている製薬メーカーでは、e-detailingを導入されていますか。
Q31 MRとe-detailingの関係について、あなたのお考えに最も近いものをお知らせください。
Q32 MRとe-detailingの関係について「Q31回答引用」とお伺いしましたが、そのMRとe-detailingの関係が医療従事者に与える影響として、あなたのお考えに最も近いものをお知らせください。

Q31/Q32/Q33 MRとe-detailingの関係とそう考える理由

- 「MRとe-detailは協力的な関係にあり、医療従事者に対してネガティブな影響がある」と回答した理由として、“e-detailを求められることがない”、“対応がおざなりだと思われる”、“準備や通信障害などで手間になってしまう”などが挙げられていた。
- 「MRとe-detailは競合的な関係にあり、医療従事者に対してネガティブな影響がある」と回答した理由として、“e-detailが進むと面会が減ってしまう”、“コミュニケーションが取りにくい”などの意見が挙げられていた。

MRとe-detailingの関係



- ・先生からe-detailingに依頼してくることは今までなく、こちらで場をセッティングして受けて頂ける先生が数名くらい。
- ・田舎エリアを担当しており、都会に比べ医療従事者との関係も密であると思う。e-detailingが増えることで、対応がおざなりと感じることもあるよう。
- ・貴重な時間を通信障害などでコミュニケーションがうまくいかなかったことでマイナスになるリスクがあるため。
- ・相手の考えを汲み取ることが難しい。
- ・年配の医師は消極的な方が多い。
- ・直接の面会のほうが分かりやすいと感じる医師が多い印象。
- ・e-detailingは準備を必要とするためネガティブ。情報提供の内容によっては拒否される傾向が強いと感じる。
- ・医療従事者の現況が判りにくくe-detailingが負担になっているのではないかと懸念する。
- ・MRが必要なくなると認識されるケースもある。
- ・コロナ禍の環境では協力関係になると思うが、医療従事者からの質問を受けにくくなると思う。

- ・直接面会する事によって感じ取れるものがあると思っており、e-detailingが進むと面会する機会が減る為。
- ・e-detailingが十分に機能すると思えないから。
- ・簡潔に説明を求められる為。
- ・MRの情報提供はやや正確性に欠けるうえ、営業の側面が大きいため、バイアスもかかりやすく情報提供については、確実にe-detailingの方が正確。また他剤比較ができないなど、本来医師が欲しい情報提供が簡潔にできないため、正確性を重要視した観点では、MR活動は無くなっていく。反面、欲しい情報をダイレクトに質問できるという意味ではMRの方が情報を得やすい。また、人間というコミュニケーションという観点では、まだまだ不要と言いつけるには時期尚早。バランスと時代の潮流を見た時に「やや」ネガティブと思った。
- ・会社がMRを大量に解雇しようとしており必要性が低下してきたんだと実感しているから。
- ・患者個々の繊細な背景は対面のMRでないとコミュニケーションが取りにくい。
- ・自由でスピーディーなMR活動を阻害するためデメリットとなる。
- ・医療従事者は欲しい情報のみ選択できるため、必要な情報を見逃してしまう可能性がある。
- ・手間がかかったり、オンラインの設備が十分でない場合喜ばれないから。

n=31 ※ベース：MRとe-detailingの関係は医療従事者に対してネガティブに影響があると回答したMR（自由回答）

Q33 MRとe-detailingの関係について「Q31回答引用」、またその関係が医療従事者に与える影響は「Q32回答引用」とお伺いしましたが、あなたのお考えのご理由をお知らせください。

5. 参考 ～項目について～

情報に関する項目（Q4,Q6,Q6A,Q7,Q7A,Q8,Q8A,Q11,Q16,Q20）

小項目	大項目
1 製品名、効能・効果、用法・用量など処方箋に記載する際の基本情報	製品の基本的情報
2 禁忌、慎重投与、使用上の注意などの適正使用情報	
3 作用機序、薬物動態など製品の特徴を示す情報	
4 有効性の情報（開発時、市販後）	
5 副作用など安全性の情報（開発時、市販後）	
6 当該薬剤使用のメリット、デメリット	製品ポジショニングの情報
7 他剤との違い（相違点）	製品の基本的情報
8 最適患者像（最も有効性・安全性が高いと期待できる具体的な患者背景）	
9 講演会、研究会の案内	講演会・学会等に関する情報
10 関連する学会の情報	
11 関連する疾患の診療ガイドライン等の情報	キーオピニオンや処方経験医からの情報
12 専門医、キーオピニオンの見解、推奨の情報	
13 処方経験のある医師から聴取した使用感などの情報	
14 他施設の薬剤処方状況	近隣の医療機関や医療連携情報
15 薬剤部・周辺調剤薬局の採用、在庫状況	
16 出荷調整、欠品などの流通関連情報	流通・製造関連情報
17 原料や製品の製造国などの製造関連情報	
18 その他	

MRの態度に関する項目（Q10,Q19,Q26,Q27,Q29）

小項目	大項目
1 正確に情報を伝えてくれた	情報提供
2 簡潔に情報を伝えてくれた	
3 適切な情報を提供してくれた	
4 適切なタイミングで情報提供してくれた	コミュニケーション力
5 適度に双方向のコミュニケーションができた	
6 自分の発言の意図を汲み取ってくれた	
7 自分に何らかの気づきを与えてくれた	その他
8 自社医薬品が処方された患者への配慮があった	
9 自社医薬品の処方後の情報収集に熱心だった	情報収集に熱心
10 レスポンスが早かった	迅速な対応
11 気づかいや配慮があった	人柄・マナー
12 常識・モラルがあった	
13 情報通だった	情報収集に熱心
14 話しやすい、話しかけやすい雰囲気があった	人柄・マナー
15 清潔感があった	
16 その他	その他

MR実態調査2022報告書

発行日	2023 年 4 月 24 日
発 行	公益財団法人 MR 認定センター 〒103-0023 東京都中央区日本橋本町 3-3-4 日本橋本町ビル 9 階 電話 03-3279-2500
印刷所	タナカ印刷株式会社 〒135-0023 東京都江東区平野 2-2-39 電話 03-6240-3830

本書の内容を無断で複写・転載することを禁じます。