

VII. 教育研修担当者の資質向上について

1. トレーナーの概要

1) 人数と配置

[図表139]MR雇用規模別 トレーナーの人数(複数回答)

MR雇用規模		~99名	100~299名	300~499名	500~999名	1,000名~	全体
内訳	教育研修専従者(トレーナー)	106	91	138	223	319	877
	企業数	96	28	15	20	17	176
MR研修兼任担当者	人数	451	297	128	595	457	1,928
	企業数	123	25	12	16	13	189
教育研修担当者の人数		557	388	266	818	776	2,805
企業数		124	29	16	20	18	207

注:本欄企業数は、回答企業数を表す。

[図表140]MR雇用規模別 トレーナーの配置状況(複数回答)

MR雇用規模	~99名	100~299名	300~499名	500~999名	1,000名~	全体
配置状況						
本部に全員を配置し、必要に応じて出向している	59	17	9	15	12	112
本部と支店・営業所などに分散して配置している	9	8	6	3	3	29
支店・営業所などに配置している	1	0	0	0	1	2
その他	9	1	0	3	2	15
企業数	78	26	15	20	17	156

注:本欄企業数は、回答企業数を表す。

教育研修担当者数は2,805名(1社平均13.6名)であり、教育研修専従者(トレーナー)は877名(1社平均5.0名)であった。前年調査(20年度)は、教育研修担当者が2,463名(1社平均11.8名)であった。

従来より教育研修担当者数は、MR数と比較して少ないと言われてきたが、21年度は、改善傾向が認められた。

教育研修の専従者がいない企業は、31社(15.0%)であった。前年調査(20年度)では教育研修専従者のいない企業が77社(36.8%)であったことから、教育環境は大幅に改善された。

本部に全員を配置し、必要に応じて研修の場(営業所など)へ出向く企業が71.8%を占めた。18年度66.7%、20年度70.0%に比べ増加傾向を示している。

2) 教育研修専従者の業務分担と力量

[図表141]MR雇用規模別 トレーナーの業務分担(複数回答)

分担方法	MR雇用規模					
	～99名	100～299名	300～499名	500～999名	1,000名～	全体
導入研修と継続研修の担当を分けている	5	1	2	4	5	17
導入研修と継続研修の担当を分けていない	52	20	12	8	4	96
一応分けているが、科目により両方行う者もいる	10	6	1	8	7	32
その他	11	0	0	0	1	12
企業数	76	26	15	20	17	154

注:本欄企業数は、回答企業数を表す。

[図表142]MR雇用規模別 トレーナーの力量

評価	MR雇用規模					
	～99名	100～299名	300～499名	500～999名	1,000名～	全体
トレーナーの人数と資質は充分である	9	3	1	4	1	18
平均的レベルである	43	12	7	10	15	87
不足している	18	11	7	5	2	43
不明	5	0	0	0	0	5
企業数	75	26	15	19	18	153

注:本欄の一部について未記入の企業があるため、図表1の企業数とは一致しない。

3) 教育研修専従者の資質向上策

[図表143]MR雇用規模別 トレーナーの資質向上策(複数回答)

対策	MR雇用規模					
	～99名	100～299名	300～499名	500～999名	1,000名～	全体
積極的に行っている	5	4	7	5	6	27
業界の平均的レベルの対策を行っている	33	8	5	11	8	65
費用・時間の関係で難しい	32	11	4	2	4	53
その他	7	2	0	1	0	10
企業数	75	25	15	19	18	152

注:本欄企業数は、回答企業数を表す。

トレーナーの力量について、「不足している」が43社(28.1%)であったのに対し、資質向上策を「積極的に行っている」が27社(17.8%)であった。力量不足を意識しながら、その対策が充分でない現状が窺える。費用と時間の関係で難しいと答えた企業が53社(34.9%)であった。

トレーナーの抱える悩みは従来どおり厳しい状況が続いている。

4) 教育研修専従者に対する教育方法

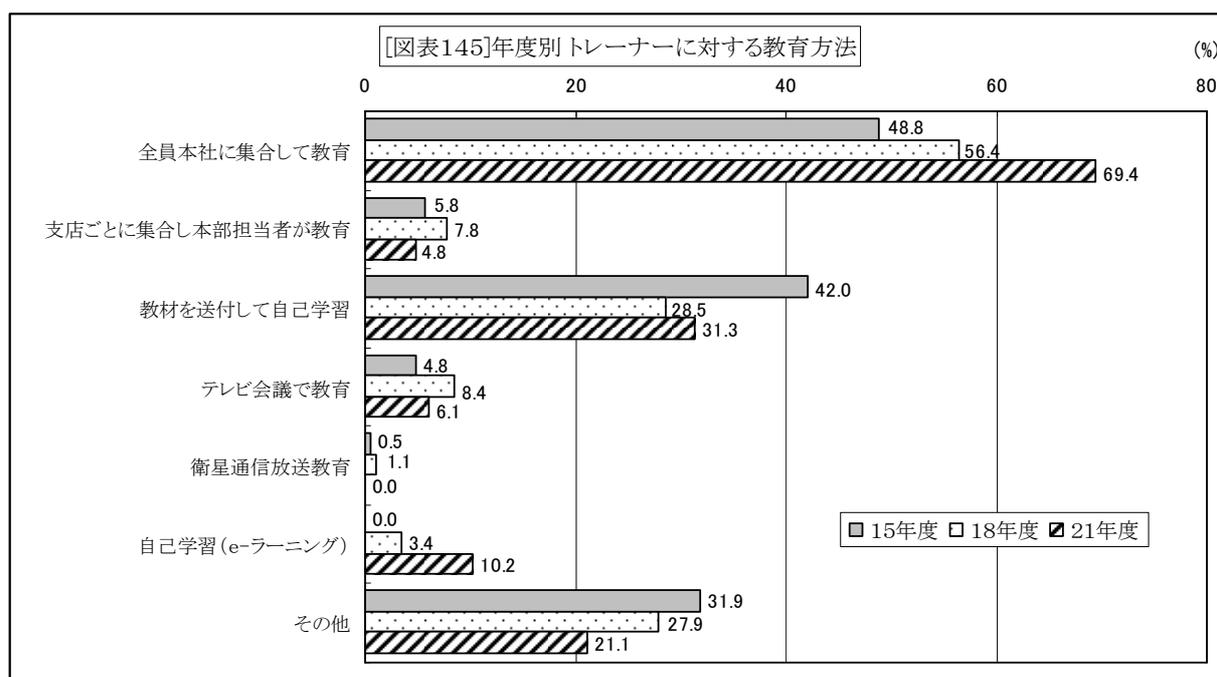
[図表144]MR雇用規模別 企業内教育の実施状況(年度比較)(複数回答)

教育方法	MR雇用規模 ~99名			100~299名			300~499名		
	15年度	18年度	21年度	15年度	18年度	21年度	15年度	18年度	21年度
全員本社に集合して教育	44	52	49	18	11	15	8	13	10
支店ごとに集合し本部担当者が教育	5	9	4	0	1	0	2	1	1
教材を送付して自己学習	57	29	22	11	6	8	6	8	3
テレビ会議で教育	2	4	2	3	2	2	0	3	3
衛星通信放送教育	0	0	0	0	1	0	0	0	0
自己学習(e-ラーニング)	—	1	5	—	0	2	—	1	0
その他	52	28	13	3	7	6	3	6	3
企業数	124	102	70	28	19	25	15	21	14

教育方法	MR雇用規模 500~999名			1,000名~			全体		
	15年度	18年度	21年度	15年度	18年度	21年度	15年度	18年度	21年度
全員本社に集合して教育	20	15	15	11	10	13	101	101	102
支店ごとに集合し本部担当者が教育	4	2	1	1	1	1	12	14	7
教材を送付して自己学習	5	4	6	8	4	7	87	51	46
テレビ会議で教育	3	2	0	2	4	2	10	15	9
衛星通信放送教育	0	0	0	1	1	0	1	2	0
自己学習(e-ラーニング)	—	2	4	—	2	4	—	6	15
その他	5	6	7	3	3	2	66	50	31
企業数	26	22	20	14	15	18	207	179	147

注:本欄企業数は、回答企業数を表す。

注:「—」は未調査項目を表す。



[図表146]MR雇用規模別 教育方法実施頻度別の順位と企業数(平成21年度)

教育方法	MR雇用規模	~99名	100~299名	300~499名	500~999名	1,000名~	全体
	頻度						
本社に 全員集合	毎月	21	9	6	14	10	60
	隔月	7	2	1	1	1	12
	四半期ごと	6	3	0	0	2	11
	半年1回	10	1	1	0	0	12
	年1回	4	0	2	0	0	6
	企業数	48	15	10	15	13	101
支店・営業 所に集合	毎月	3	0	0	1	1	5
	隔月	0	0	1	0	0	1
	四半期ごと	0	0	0	0	0	0
	半年1回	0	0	0	0	0	0
	年1回	1	0	0	0	0	1
	企業数	4	0	1	1	1	7
テレビ会議	毎月	2	1	2	0	0	5
	隔月	0	1	1	0	1	3
	四半期ごと	0	0	0	0	1	1
	半年1回	0	0	0	0	0	0
	年1回	0	0	0	0	0	0
	企業数	2	2	3	0	2	9
自己学習 (教材送付)	毎月	13	2	2	4	3	24
	隔月	4	3	1	0	1	9
	四半期ごと	0	1	0	1	1	3
	半年1回	4	0	0	0	0	4
	年1回	1	1	0	0	0	2
	企業数	22	7	3	5	5	42
自己学習 (e-ラーニン グ)	毎月	3	1	0	2	1	7
	隔月	1	1	0	0	1	3
	四半期ごと	0	0	0	1	1	2
	半年1回	0	0	0	1	0	1
	年1回	0	0	0	0	0	0
	企業数	4	2	0	4	3	13
その他	毎月	4	1	0	2	0	7
	隔月	2	2	1	1	0	6
	四半期ごと	1	1	1	0	1	4
	半年1回	0	2	0	2	0	4
	年1回	2	0	1	0	0	3
	企業数	9	6	3	5	1	24

注:本欄の一部について未記入の企業があるため、図表 144 の企業数とは一致しない。

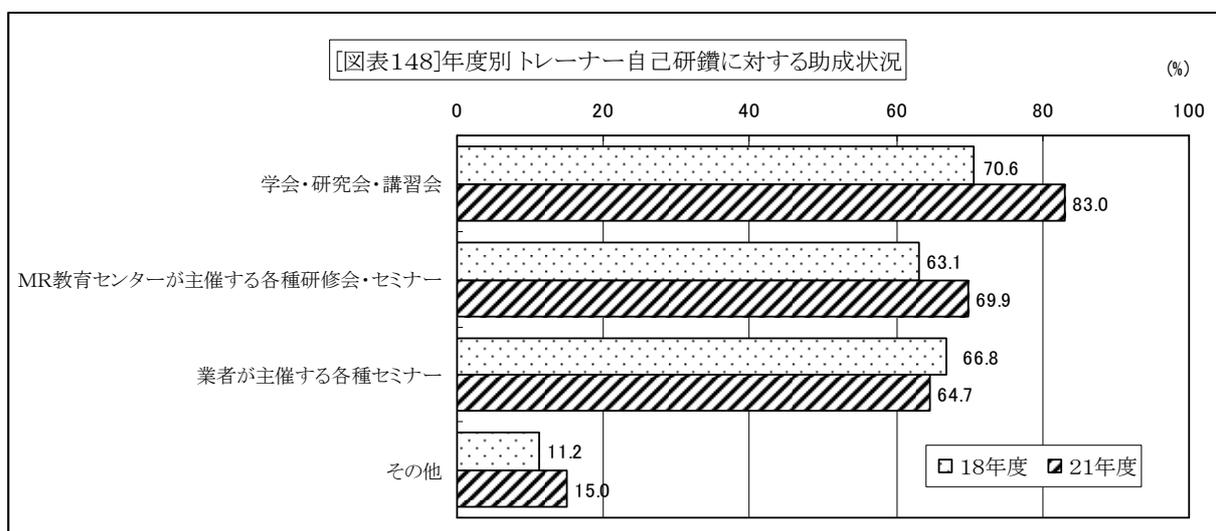
5) 教育研修専従者の自己研鑽

[図表147]MR雇用規模別 トレーナー自己研鑽への助成(平成21年度)(複数回答)

自己研鑽の項目	MR雇用規模	～99名	100～299名	300～499名	500～999名	1,000名～	全体
学会・研究会・講習会		65	22	9	15	16	127
MR教育センターが主催する各種研修会・セミナー		40	17	14	19	17	107
業者が主催する各種セミナー		36	17	14	17	15	99
その他※		12	3	3	3	2	23
企業数		74	26	15	20	18	153

注:本欄企業数は、回答企業数を表す。

- ※・大葉協が行う研修会、セミナー
 ・東葉工が行う研修会、セミナー
 ・通信教育 他



効果的・効率的にMR教育の成果を向上させるには、トレーナーの資質向上が最も重要である。近年の教育学の進歩や変化は大きいので、こうした教育理論の基本的な知識やスキルを身に付けることで、教育や学習の質を向上させることができる。

トレーナーの自己研鑽として主なものは、学会・研究会・講習会が127社(83.0%)、MR教育センター主催の研修会・セミナーが107社(69.9%)、業者が主催する各種セミナーが99社(64.7%)であった。

教育理論を学び、なおかつ学会や研究会で最新の情報得ようという、MR教育に対する積極的な姿勢が窺える。

2. 教育研修専従者についての課題と対策

[図表149]トレーナー資質向上の解決課題

解決課題	企業数
専従者のスキルや知識にバラツキがある	48
<ul style="list-style-type: none"> ・教育研修専従者の知識と営業経験のレベルの平準化 ・営業現場のニーズに合った教育ができ、教育技法を身につけたい ・教育研修専従者間での知識・スキルのバラツキがある 	
専従者の人数と時間が少ない	38
<ul style="list-style-type: none"> ・スキル向上の時間確保が難しい(人員が少ないため) ・忙しすぎて、自己学習の時間がなかなかとれない ・資質向上のための機会(セミナー・研修会)や時間の確保 	
スキルアップが必要である	37
<ul style="list-style-type: none"> ・MRにレクチャーできる営業スキルの向上 ・広い領域の研修が担当できるようになる事 ・コーチングスキル・コミュニケーションスキル・プレゼンテーションスキルの向上 	
研修と講義内容の模索	27
<ul style="list-style-type: none"> ・一方的な講義に偏っている ・気軽に参加できる勉強会や研修会があまりない ・講師のレベルの標準化 	
最新情報の収集	13
<ul style="list-style-type: none"> ・新しい医学、薬学知識や業界の動きなどの情報の収集能力 ・自社製品だけではなく、他社製品情報も含めての活用 ・最新の情報を収集する手段と費用、そして学習時間を確保する 	
研修資料・教材の必要性	4
<ul style="list-style-type: none"> ・研修教材の作成スキル ・効果的な教材作成のノウハウ 	
能力開発のための経費と時間が不足	4
<ul style="list-style-type: none"> ・学会・セミナーへの参加の機会が不十分 ・人員、経費面で制約が大きい 	
その他	18
<ul style="list-style-type: none"> ・MRの目線で情報収集・提供ができるインストラクションをする ・MR経験者と研究所経験者を組み合わせているが、MR経験者は、現場は分かるが知識レベルが低く、研究者はその逆になり、相方を理解することに努めている ・MSに対するMR教育を実施する際のコーチング技術の向上 ・アダルトラーニングのモデル化 ・いかに客観的にレベルを評価するか ・キャリア・バックグラウンドの違い ・トレーナーとしての業務に特化している点では優れているが、MRとのフレキシブルな人事交流がない(MRからトレーナーになったり、トレーナーがMRになったりなど) ・トレーナー同士が、他の人の講義を参考にできないこと ・プロモーションにおける実際の医療現場とのちがいを ・マネージャークラスとのコミュニケーションによる教育観の確認と共有化 ・より専門的な疾患領域の知識を習得する ・運営手法が人により異なる ・営業現場の「今」の状況を知る事ができないタイムラグが生じる ・営業現場のMRの現状とその問題点の理解(現場は日々変化している) ・課題発見力(先を見越してこれから取り組むべき教育を自ら考える力) ・外部専門家による直接指導 ・管理職においては会議などの予定が入り継続的な教育の予定が組めない場合がある ・企画、コーディネイト業務から、講師への転換 	

解決課題	企業数
その他	43
・企画力の向上	
・教育研修専従者のMRに対するニーズの把握	
・教育担当者に求められるスキル・コンピテンシーなどが不明確であること	
・教育法	
・教育理論が充分理解できていない	
・経験年数別のセンター主催トレーナーズトレーニングなどあってもよい	
・研修専従者自らが能力開発する職場風土の醸成	
・研修評価	
・研修効果の現場力の評価方法	
・抗がん剤先進国である米国での知識情報が日本より量・質ともに高い	
・自社のあるべきMR像	
・実際の現場感覚	
・社内トレーナーとしての自覚、教育者としての自己練磨	
・社内の異動が難しく、内容がマンネリ化の傾向	
・主なる業務としているが、他業務の負担が大きくなっている	
・受講者を平等に扱い、前向きに受講させる動機づけ	
・受講者参加型の研修コンテンツを意識して作れる講師を育成したい	
・少人数のため、売上確保と現場向けの教育とのバランス	
・親会社との協力関係を推進し、強化を図りたい	
・人材育成の観点と知識向上の観点で教育を行うべき、人事制度との点で不十分	
・積極的な外部研修会・勉強会への参加	
・専従者「同行」を実施したい	
・専従者自身が医療の場に立って、変化を把握する	
・組織体制の再構築	
・双方向の研修が実施できるようにする	
・他社と比較してどのくらいの水準にあるか不明確であること	
・他社のベンチマーク	
・他社の専従者と会議を持つなどして、ノウハウの拡大をはかる	
・担当者が頻繁に変わるため、体系的な資質向上策をとることが難しい	
・地方にいたので、同業他社との情報交換の機会が少ない	
・定期的な人事異動	
・定量化された研修効果測定法の開発	
・導入研修に病院・薬局実習を取り入れたい	
・特定部門(領域)において他部門の支援が無くては運営ができない	
・派遣先企業の教育担当者との交流が少ない	
・倫理に対する個人的な考えでの対応を少なくする	
・論理的思考に基づいた課題解決能力の更なる向上	
・この2年程、公取協の所課長研修会に全員出席セミナーを受講してもらっていることは、大きな前進である	
・CSOという業種につき、実地医科医師との交流が少なく情報不足	
・IDに関する知識の修得と実際への応用	
・IDの理解	
・MRの能動的参加を動機づける能力の修得	
・MRの強みを伸ばし、弱みを矯正するという問題意識を持つこと	

[図表150]課題を解決するための対策

対策案	企業数
研修会および外部セミナーなどに積極的に参加して、スキル向上を図る	58
専従者の人数を増やして、資質向上を図る	30
MRセンター主催のコーチングセミナーなどに、出来るだけ出席させたい	17
MRとの同行を増やし、現状把握に努める	9
自社目標にあった研修資料の作成	8
社内での勉強会の実施	8
自己学習機会を提供し、教育時間を増やす	4
上司に対する説明により、理解を深めるよう努めている	1
Mgr自らも能力開発を行ない、相互刺激を与えていく	1
定期的にMRと医療現場にて、様々な事例について話し合い、他の部署とも相談し、結論を出す	1
ID(インストラクション・デザイン)の概念を取り入れる	1
現場マネージャークラスとの積極的意思疎通	1
若手の会を組織して独自活動による能力アップ	1
グループ会社とのコラボレーション	1
MRの知識向上のため、MR参加型プログラムを取り入れる	1
テストでは表面的になりやすく苦慮している	1
継続教育ガイドラインの活用	1
コミュニケーションスキルの応用	1
研修や、導入教育での受講者からのアンケートの実施と解析、インストラクション技能へのスタッフ同士の指導改善	1
統一試験の正答率の低い問題について、研修についても振り返り検討する	1
研修を実施時に、企業理念を意識する	1
外部講師による教育理論(ID)の再教育	1
ペア担当による補充体制	1
PM部門と連携する	1
専門書の購読	1
製品説明会の参加、実施	1
メールなどでの情報交換・共有化	1
営業スキルの基準をどうするか検討中である	1
行動変容を見すえた設計シートを作成し、実行中である	1
要請はしているが難行している	1
関連の本を読む	1
他社担当者との成功事例の共有…センター主催もありえます	1
各部門トレーナー、現場マネージャーとの連絡を密に取ることで、現場のニーズとのギャップを埋める	1
MRごとのテスト、ロールプレイ、ガイドラインの評価にMRのアセスメント	1
派遣先企業の教育担当者と、より密に情報交換を行う	1
教育研修だけの問題としないで、営業所長とMRおよび教育研修担当者が一体となった研修で資質向上を図りたい	1
資質向上を効果的・効率的に行うために、テレビwebなどの活用を検討しております	1
米国での施設学習(MPACC:がんセンターでのインターンシップ)	1
現場からの声により、その都度対応や議論	1
第一線の理解と協力を得る活動	1
部門横断的プロジェクトへの参加	1
教育研修部門の中期3ヵ年計画を策定し、自社のあるべき姿を策定し、1年次、2年次に何を実施するか、何をやめるかのPLANを策定。特に、教育シラバスを策定し、いつまでに何を、どのように実施していくのか準備をしている	1
教育担当者間の話し合いの場を多くとる	1
分割専従化と一部外注	1
打ち合せ会議の実施	1

対策案	企業数
若い世代とのギャップを課題や共通点で解決するほか、業界の先輩としての自覚をもとに、人間性を重視した理論や普遍性を学び、根本的な働き方を教育させる	1
F/Bと意見交換会を実施する。定期的なMeetingに加え、サブグループによるMeetingを開催する	1
研修プログラムのシナリオをもう一段ブレイクダウンして詳細に記載する	1
講義前のポイントテストを導入したガイドラインのチェックシートを活用している。教材のネタ本を「きょうの健康」レベルにした	1
上級MR選抜制度の一環として計画する	1
自社内だけにとらわれず、医療業界全体に視野を向けられるよう、様々な情報を吸収できるようにしたい	1
MR教育センターより会社経営陣への働きかけを希望します	1
EQの本格的導入。継続的な営業トップへの人財育成の重要性の説得。→新教育体系の提案。業界内教育担当者の会への積極的参加	1
前もって長期計画をたてる	1
MR継続教育ガイドラインの周知徹底	1
双方向になる質問形式の活用	1
プレゼンテーションの実施	1
特定の疾患に特化したSpeciality Pharmaとしてその領域の医師のニーズを纏める。特定の疾患に対し、医師および関連の医療従事者の相談相手となれるレベルを見極める。PR、プレゼン、ディベートなど各種研修プログラムに、上記内容を盛り込めるシステムを構築する。エリアマネージャーを効果的なファシリテーターとして育成する	1
時期は不明だが、学術研修部門の立ち上げを検討	1
社内における必要性、重要性の認識促進	1
営業会議への参加	1
研修の中で課題解決などグループワークを取り入れる	1
個別面談による動機づけを行う(能力開発計画の作成とメンバー内共有)	1