

IX-1. MR活動におけるパソコン・モバイル機器の利用について

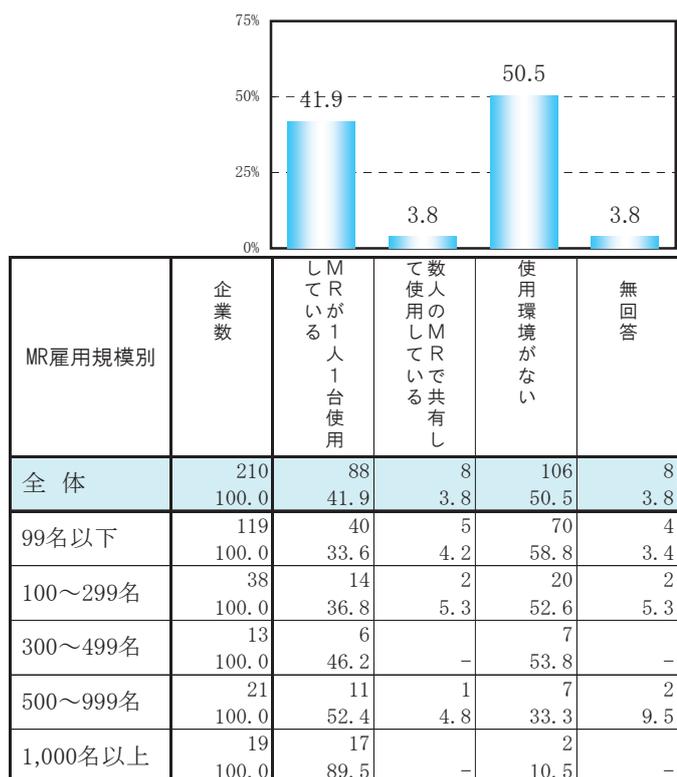
1. MR活動におけるパソコンの使用環境

全体では、「MRが1人1台使用している」191社(91.0%)、「数人のMRで共有して使用している」9社(4.3%)、「使用環境がない」6社(2.9%)の順となっている。



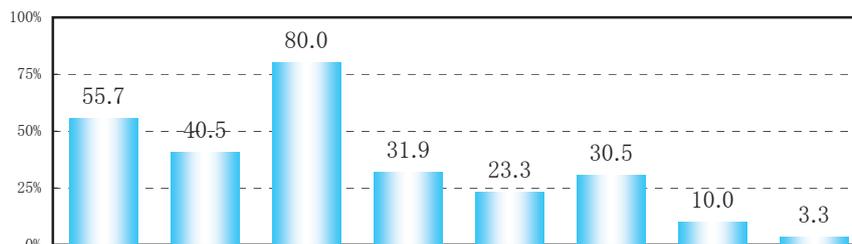
2. MR活動におけるタブレットなどのモバイル機器の使用環境

全体では、「使用環境がない」106社(50.5%)、「MRが1人1台使用している」88社(41.9%)、「数人のMRで共有して使用している」8社(3.8%)の順となっている。



1. 実施している倫理教育〔複数回答〕

全体では、「法律や自主規範を遵守する」168社(80.0%)、「企業を代表して患者さんと社会のためにMR活動を行う」117社(55.7%)、「医療関係者と協力して、医療の一端を担う」85社(40.5%)の順となっている。



MR雇用規模別	企業数	Mさ企業活動を社会のために	うて医療関係者と協力し	守法律や自主規範を遵	るを医療関係者から信頼	の知医研・薬学知識とスキル	深誇MRとしての自覚と	その他	無回答
全体	210	117	85	168	67	49	64	21	7
	100.0	55.7	40.5	80.0	31.9	23.3	30.5	10.0	3.3
99名以下	119	62	45	84	32	24	33	11	6
	100.0	52.1	37.8	70.6	26.9	20.2	27.7	9.2	5.0
100～299名	38	16	10	35	10	10	8	6	1
	100.0	42.1	26.3	92.1	26.3	26.3	21.1	15.8	2.6
300～499名	13	8	5	11	3	3	6	-	-
	100.0	61.5	38.5	84.6	23.1	23.1	46.2	-	-
500～999名	21	16	14	19	12	6	5	2	-
	100.0	76.2	66.7	90.5	57.1	28.6	23.8	9.5	-
1,000名以上	19	15	11	19	10	6	12	2	-
	100.0	78.9	57.9	100.0	52.6	31.6	63.2	10.5	-

●倫理教育の内容〔フリーコメント〕

1. 企業を代表して患者さんと社会のためにMR活動を行う

「企業理念」の理解 コンプライアンス教育

継続教育の中で教材を利用し実施しています

自社の企業理念とMR活動に関して 日本の医療情勢、今後の動向などを踏まえたMR活動について

CSR、社内各種ガイドライン、透明性指針、公正競争規約、医療用医薬品プロモーションコード、FCPA、個人情報保護法 など

eラーニングにて「良書 考えてみる 大久保寛司著」の言葉を最後に挿入しMRに人間性を磨く仕組みを構築

MR100周年記念、入賞論文の紹介

MRの位置づけ

MRの行動規範 (社内規範)

MRの倫理

MRの倫理、企業の倫理などに時間を配分している 総務・人事の研修も実施

MR活動のミッションとは

MR経験事例の説明、紹介、ディスカッション 上司との同行訪問による指導

MR誕生100周年記念「MRアンケートの集計結果」、MR100周年記念シンポジウム

PMS活動におけるヒューマンエラー

PMS研修を行っている

お客様相談センターでの問い合わせ

グループディスカッション

コンプライアンス、パワーハラスメント等

コンプライアンスの理解

コンプライアンスプログラム

コンプライアンス研修、営業活動ガイドライン研修を毎月実施

コンプライアンス研修の実施

スズケングループCSR

ディスカッション

ドクターの向こうに必ず患者さんがいて、患者さんの笑顔の為にと言う事を認識して活動を行う それが社会貢献につながる

ビジネス・コンダクト・ガイドラインや人権の研修を展開（半期に1回）
プロモーションコードの確認、MRテキスト活用
プロモーションコード教育〔※同一内容 2件〕
まんがMR物語を回覧しました
ムンテラ法を各施設からヒアリングする
メディカルミッションプログラム
メディカル部門によるメディカルカンファレンス(具体的な症例検討と、患者様の環境・症状を理解した上で、自社製品である・なしに関わらずベストな医療を医師と討議・提案を行える実力を養成する)
安全運転、インサイダー、当社の環境活動への取り組み
安全管理部門と連携して薬害研修を実施
医療機関の先には、健康を望む患者さんがいるので、信頼できる医薬品を提供することで、社会に貢献していることを認識してMR活動を行う
営業本部長自らが自社のMR像について倫理教育を行っている
介護実習
患者さんの健康と生命に貢献することについて
患者さんの講演DVD視聴
患者さんの講演を聴講することで患者さんの抱える問題を理解する
患者さんの体験談などを題材にして討論を行う
患者さんの役に立つ適正使用情報について教育を行っている 患者の利便性、コンプライアンス向上、調剤のしやすさ等を追及した付加価値製剤についての教育を行っている
患者会のインタビュー動画を視聴する
患者会の方々による講話
患者会や市民公開講座の参加、患者会の講演会の実施
患者様VTRの視聴（社会的貢献の認識）
患者様を中心においた企業方針を明確に示し、真意をつかむまでワークショップで意味を考えさせる MR活動ガイドラインにも組み込み個人目標とリンクさせる
関係する資料、図書の配布と学習
企業が求めるMR像と社会的使命等、MRの存在意義
企業ビジョン、経営理念を経営陣から聞く
企業行動憲章の確認
企業代表者として、エチケット会議(社内会議)の内容を共有化している
企業理念・ビジョン、経営方針、目指すべきMR像を常に意識させるため会議、研修等の機会を捉えて読ませている
企業理念であるhhc活動の一環として、乳がん患者様との共同化研修を実施
企業理念について考える(予定)
企業理念浸透のための教育研修
企業倫理
基礎研修(衛星放送による終日のエシックス研修)
基本となるマナー教育
教材を使用した事例紹介 これによって2～6も教育ができる
経営基本本方針及び行動憲章を基に行っております
継続教育にてストーリーミング視聴とディスカッション
継続研修の中で、テーマを決めて支店単位で研修を実施しています
継続研修等での社内倫理規定 ビジネスエシックスの教育実施
健康被害・救済制度
研修時、毎回本部長方針である「患者さんのために行動する」理念を話している
公競規の教育
公競規の徹底
行動基準・・・『信頼と共感』の関係構築 地域社会に根ざした事業活動を行います 患者さまの視点にたって行動します
講演会参加の照介
災害医療のあり方、もし大地震が発生したら
第一三共の女子MRの経験談を共有しました
事例を基に各自意見を出し合い、考える場を設けている
事例研究、若手MRの集合研修
事例集を用いた教育
自社MRの果たすべき役割
自社コアバリュー概念の教育

社会関連部署(社内プロモーションコード委員会、安全管理部、知的財産部、営業推進部)と毎期協議の上、倫理教育カリキュラムを決定している
集合研修時に課題を与え、グループディスカッションを行うことにより各MRが考える機会を与えている
上司の同行等により、MRとしての態度、言動を身につける
常に企業の代表であると言う意識を忘れさせない教育
新入社員教育・ISO教育
製薬企業の倫理は一般的な倫理よりも高いレベルである
他社事例紹介
長い年月で生まれた、大自然からの恵みである、伝統薬であることを忘れません
当社の理念や行動指針
透析患者の会(腎友会)の催しに参加
導入研修期間にビジネスマナー研修およびMR活動の基本研修を実施
認知症の人とご家族の立場に立った医薬品情報の提供
脳死と臓器移植について提供者の視点からも学ぶ 自社製品を使用している患者の視点に立った活動について考える
病院研修(認知症病院)など
福祉プログラム
弊社の経営者が臨床医であるため、医師の立場からMRとして必要な資質を倫理教育としている
薬害教育 薬害の歴史や薬害被害者の手記を読むことにより、MRとしてどうあるべきなのかを考えさせる
優秀なMRはどのようなディテールをしているか、患者団体と製薬企業

2. 医療関係者と協力して、医療の一端を担う

医療制度、地域医療から見える医療連携、チーム医療との情報を理解した上で、MRとして取るべき行動とは？
継続教育の中で教材を利用し実施しています
Dr.サポートのスキルとノウハウ
DVDなどの視聴
GVP、薬事法の難しい文章からでもMRに求められている内容は読み取れる→それを成功談(モチベーション)として共有する
GVP教育、コンプライアンスプログラムを通じて
MRの位置づけ、専門家としての意味
MRの行動と生命倫理
MR経験事例の説明、紹介、ディスカッション 上司との同行訪問による指導
MSD訪問宣伝プロセス、社内各種ガイドライン、透明性指針、公正競争規約、医療用医薬品プロモーションコード、FCPA、個人情報保護法 など
Wet Lab
あるべき姿について考える(予定)
コンプライアンスマニュアル
コンプライアンス研修、営業活動ガイドライン研修を毎月実施
チーム医療関連 [※同一内容 3件]
ドクターによる特別講演
ナレッジの共有、医療連携に関する勉強会
ヘルシンキ宣言、ジュネーブ宣言、リスボン宣言
まんが「MR物語」を使用
メディカル部門によるメディカルカンファレンス(具体的な症例検討と、患者様の環境・症状を理解した上で、自社製品である・なしに関わらずベストな医療を医師と討議・提案を行える実力を養成する)
安全で安心できる医療の提供(MRが出来る事)
医師、医療関係者による社内研修会の実施
医師、薬剤師による講演
医療関係者からの講演などで期待を伺う 特別講演などで患者様からのお声を共有することで自社MR活動が医療に貢献していることを確信させモチベーションを保つ
医療関係者から医療のニーズを聞きだし、会社にそれを伝えるようにしています その情報を全MRで共有しています
医療関係者にとって有益な情報は何かを考えさせ発表する場を研修の中に取り入れています
医療関係者のその先には患者がいるということ
医療関係者の倫理的立場を理解する(PEGの装着の是非についてのケースを、生命倫理の4原則に基づいて検討し発表)
医療機関におけるMRの役割と責任 ケーススタディーの共有等
医療機関にも患者さんにもメリットがあるような情報提供を心がける
医療現場が抱える問題を題材にしたDVD学習
医療施設内で医療担当者(医師・薬剤師・看護師・リハビリ師)による教育を実施

介護体験研修の実施
海外での使用経験や基礎疾患別での提案を行う、またコメディカルへの情報提供も実施する
各種研究会の実施
患者・医療機関・MRのトライアングルの中で重要な役割を担っている
患者さんや家族の体験記である「心に残る医療」の研修
患者中心の医療における、製薬企業に求められる情報提供のあり方とMRの行動について、営業所でディスカッションする
継続研修の中で、テーマを決めて支店単位で研修を実施しています
継続研修等での社内倫理規定 ビジネスエシックスの教育実施
高齢者の立場に立った医療情報に関する研修
施設見学を行い医師、メディカルスタッフの仕事を知る
自社の薬剤を通じて、様々な情報を収集、提供し、よりよい提案を行う事 その為に、日々の学習、情報収集を怠らないこと
自社製品だけではなく医薬品の知識向上に務める
実際に起きた医療事故等の事例研究
社会関連部署(社内プロモーションコード委員会、安全管理部、知的財産部、営業推進部)と毎期協議の上、倫理教育カリキュラムを決定している
症例検討〔※同一内容 2件〕
常に患者の立場を考える
診療報酬について、点数計算等について保険審査についてなどの研修
整形外科指導医による教育
生命倫理〔※同一内容 2件〕
生命倫理をベースに医療の関わり合いを教育し責任感を育てる
先生とムンテラ法を考える
専門書の習得
対象疾患の患者さんのニーズについて議論を深める 対象Dr.がどのような治療ニーズを持っているのか議論を深める
適応外使用情報と医師の処方権
適正な事業活動を行います 適正な販売活動と正確な情報提供を行い、顧客の信頼と共感を得るように努めます
適正使用にかかわる情報提供ができるようにしている、ロールプレイングなどを中心におこなっている
適正使用のための情報提供
適正使用情報を提供できる情報冊子を共同で作成 適正使用情報に資するための市販直後調査の実施とフィードバック
導入研修期間にコミュニケーションスキル研修および医療従事者によるMRの行動倫理研修の実施
病院での製品説明会、感染症対策等
病院見学
弊社の経営者が臨床医であり、病院経営も行っている状況から、その病院スタッフの医療関係者の立場からMRとして必要な資質を倫理教育としている
臨床試験等での倫理

3. 法律や自主規範を遵守する
「コンプライアンス研修(企業行動憲章等)」「透明性ガイドラインへの対応」
プロモーションコード・公正競争規約 新接待基準 交通安全に関して(外部講師を招いての講義)
わかりやすい医薬品等取扱法規 景品類の提供の制限に関する公正競争規約
①プロモーションコード②透明性ガイドライン研修
①公競規や社内ルールの徹底 ②プロモーションコードや透明性GLの内用説明 ③インサイダー取引について
eラーニング、コンプライアンス担当者による講義
GE品には先発品との比較等でルールを認知する必要があるため
MRテキスト/医療用公取協資料
MRテキストⅢの「MRの倫理」、「法規」部分の学習
MRとして、会社の一員として、社会人として、法律はもとより、各種コードの遵守は必須である 併せてマナーにも気を付けること
MR研修テキストⅠ・Ⅲを利用して、倫理的行動の基本を確認している
グループワークによる事例検討
グローバルコンプライアンスプログラム、コンプライアンス部門とコンプライアンスプロモータの研修
コードオブプラクティス、プロモーションコードの学習 社内一斉テストによる習得力の把握
コンプライアンス、プロモーションコード、公競規に関する研修
コンプライアンス、公競規など
コンプライアンストレーニング
コンプライアンスについての社内研修
コンプライアンスに関するeラーニング

コンプライアンスマニュアル
コンプライアンスを中心とした内容
コンプライアンス研修〔※同一内容 6件〕
コンプライアンス研修、プロモーションコード研修(公正競争規約)
コンプライアンス研修、営業活動ガイドライン研修を毎月実施
コンプライアンス研修、具体的事例検討
コンプライアンス研修を行い、公競規や透明性ガイドラインを遵守するよう指導している
コンプライアンス社外講師による定期的教育研修の実施
プロモーション、公競規等の事例等を活用
プロモーションコード、公競規の全社員研修
プロモーションコード、公競規関連事例
プロモーションコード、公正競争規約に関する教育研修〔※同一内容 2件〕
プロモーションコード、透明性指針の教育と意識づけ
プロモーションコード・公競規・接遇等ガイドライン
プロモーションコードの確認 公正競争規約の事例検討
プロモーションコードについての教育〔※同一内容 5件〕
プロモーションコードの周知徹底
プロモーションコードや公正競争規約に関する教育を継続的に行う
プロモーションコードや講演会情報の提供
プロモーションコード解説、公取協ニュース解説
プロモーションコード(公競規)の確認
当社倫理綱領に基づくコンプライアンス研修(e-learning)および公取協研修、GVP、GPSP研修の実施
医療用医薬品プロモーションコード、公正競争規約等
飲食提供の制限について社内基準を中心に研修
何らかの形で毎回研修に組み入れています 法令等の改定時には業界団体の研修資料などを活用して行っています
各プロモーションコード、公取協事例などにより教育会を実施しております
各種法律の内容、更新内容の説明
企業活動と医療機関等の関係の透明性ガイドライン
企業内のプロモーションコード、製薬協のプロモーションコード、公正競争販売規約の理解と情報セキュリティコードの遵守
企業倫理
基礎研修(衛星放送による終日のエシックス研修)、1回/月の衛星放送による継続教育
業者のテキスト
経営方針にコンプライアンス遵守を掲げ、経営トップからメッセージを発信している
継続教育で公競規について研修する
継続教育にてストリーミング視聴とディスカッション、年1回の確認テスト
継続教育の中で事例をあげて教育を行っている
継続研修での公競規、プロモーションコード教育の実施
継続研修の中で、テーマを決めて支店単位で研修を実施しています
謙虚で誠実さを持って行動します
公競規、プロモーションコード、著作権
公競規、プロモーションコード、社内規定の講義
公競規、プロモーションコードを用いての教育
公競規・プロモーションコードに関する協会の資料等を使用
公競規・プロモーションコード等について1~2回/年テーマとして実施
公競規の精神
公競規やプロモーションコードの事例に関する研修を展開 (四半期に1回)
公競規や透明性ガイドラインの具体例を示すとともに確認テストの実施
公競規解説書の読み合わせ
公競規学習
公競規担当者によるコンプライアンス研修
公競規や社内規範の徹底化の為定期的(4半期毎)に通常の倫理教育以外に実施
公取協、コンプライアンスについて導入・継続双方において研修を実施
公取協での研修を継続教育に取り入れている
公取協など規範の勉強

公取協の研修を行っている
公取協の事例紹介等
公取協やプロモーションコード等を教材にした教育
公取協資料、国家公務員倫理規定、プロモーションコード等
公正競争の事例検討と発表
公正競争規約
公正競争規約、プロモーションコード〔※同一内容 8件〕
公正競争規約、プロモーションコード、コンプライアンスの教育〔※同一内容 2件〕
公正競争規約、プロモーションコードについて定期的に研修している
公正競争規約について
公正競争規約に関するケーススタディー
公正競争規約の解説、公競規ニュースQ&Aの教育
公正競争規約の理解の徹底
公正競争規約や薬事法に関する教育・テスト
公正競争規約等の業界規範、薬事法等関連法規
公正競争規約等の研修
公正取引のルール
公正取引協議会所課長会への参加、プロモーションコードのアップデート
公正競争規約、プロモーションガイドライン
講習会や、継続教育で定期的に意識付ける
最新の法律、コンプライアンス情報と問題となる事例
自社の管理部主催で、コンプライアンス研修を実施
自社プロモーションコード、公競規透明性ガイドライン、コードオブプラクティス
自社プロモーションコードの遵守
自社規範、プロモーションコード
社会関連部署(社内プロモーションコード委員会、安全管理部、知的財産部、営業推進部)と每期協議の上、倫理教育カリキュラムを決定している
社内コンプライアンススタンダード研修
社内コンプライアンス研修
社内のコンプライアンス活動に準じている
社内プロモーションコードの学習
社内ルールの講義、事例検討
社内各種ガイドライン、透明性指針、公正競争規約、医療用医薬品プロモーションコード、FCPA、個人情報保護法 など
社内倫理コードの教育指導
主に現在は医薬品公取協の話題を毎回実施しています→講演会プロモーションコード委員会も立ちあげた
重要関連法規、薬事法の遵守、独占禁止法の遵守、景表法の遵守
情報の提供と収集がMRの大きな役割であることをPMS、添付文書、薬事関係法規等の講義で徹底して教育している
情報管理規程、個人情報保護規程、インサイダー取引 36協定 セクシャルハラスメント、パワーハラスメント、職場のコミュニケーション、リスク管理、環境管理(半期に1回グループワーク実施)
診療報酬改定について、MRのための公正競争規約
定期的(2/年程度)にコンプライアンスのトレーニングとテストを実施
定期的な各種コード説明と遵守指導
透明性ガイドライン、公競規
独占禁法等、コンプライアンスを遵守するよう、法務本部が中心となり講習を実施している
年間数回e-learningを実施
罰則規定を公表 危機意識の醸成
弊社コードの遵守
法制度およびその解釈について研修する
法律・自主規範・社内の規則を示し、実例を基に継続教育で繰り返し違反事例と好ましい言動を伝達し理解の定着をはかる 倫理規範に外れる行動へは非常に厳しい懲戒処分が科せられる
毎月1回、プロモーションに関する例題学習
薬事担当者による講演会の開催
薬事法、プロモーションコード、公取協について研修しています
薬事法、プロモーションコード、公正競争規約、透明性ガイドライン
薬事法、プロモーションコードを理解させる
薬事法の理解 公競規の理解と遵守

薬事法をはじめ関連する法律あるいは公競規等を理解させる
薬事法規の講習や公正取引協議会の配布資料、事例紹介など
利益相反をテーマに、MRの活動と医師との関係について正しく認識し、どう行動したら良いか、営業所でディスカッションする
倫理研修、公正取引推進研修

4. 薬物療法に関する活動により、医療関係者から信頼を得られるよう務める
『MRの果たすべき役割』『MRテキスト』をベースにMRの倫理、行動について繰り返し基本的な学習、訓練をおこなっている
2～3年目社員を対象とした信頼を得るコミュニケーションスキル研修およびビジネス交渉研修の実施
Drが処方する併用薬と当社品の相性や相互作用、他社製品とのそれら…患者さんに不具合があつてよいのかを訴求しています
GCP、GVP、GPSP等
MRテキスト活用～過去の事例学習
MRの倫理に係るテーマの冊子により様々な事例を知ることで、情報活動に役立てる
PMSに関する講義
PMS研修に近いがRMPを取り入れようと努力している
イエローリボン、オレンジバルーン活動に協力している
ガイドラインの理解とガイドラインの背景を理解すること
ガイドラインやエビデンスに基づいて情報を研修し、医療現場で情報提供できるように研修しています
ガイドライン等を用いた学習
クイックな対応
コンプライアンスマニュアル
スキル研修の強化
ソリューション(提案型)対話で相互理解を深めるようにする
テキストを用いて行っている
メディカル・ガバナンスに関するトレーニング
メディカル部門によるメディカルカンファレンス(具体的な症例検討と、患者様の環境・症状を理解した上で、自社製品である・なしに関わらずベストな医療を医師と討議・提案を行える実力を養成する)
安全性教育の徹底
医師との質疑応答(適正使用、副作用、患者さんの評価)
医療関係者から信頼を勝ち得た実例を定期的に表彰し、優秀例を金賞として冊子にまとめ配布 社内学習用ホームページにもアップロードする
学会等の治療指針の情報の学習
患者会の方々による講和
業者のテキスト
継続教育にてストーリーミング視聴とディスカッション
継続研修の中で、テーマを決めて支店単位で研修を実施しています
貢献を軸とした、信頼されるMR活動の考え方とスキルの習得
今後の再生医療、代替医療
治療方法全般について医師と話し込みができるようになる為の周辺知識の研修を取り入れている
治療法の提案や、副作用対応移管する情報提供をする
自社の医薬品を通して、如何に患者さんや医療関係者の役に立てるかを常に考えた行動を取れるMRを目指している
自社医薬品に関する研修会、講演会
疾患、製品教育(講義、ディスカッション)
社会関連部署(社内プロモーションコード委員会、安全管理部、知的財産部、営業推進部)と每期協議の上、倫理教育カリキュラムを決定している
循環器領域の知識向上を図り、Drから信頼を得られるよう務めている
招聘講師の各種講演
症例ベースで医療関係者とコミュニケーションをとれることを信頼の基本となるようにする
症例検討(患者さんを知る)
新薬、最新情報など
生涯教育(継続研修)成果確認と伝達スキル向上のため年1回全MRを対象としたプレゼンコンクールを実施している
製品教育・研修〔※同一内容 2件〕
専門知識の向上
知識があり、それを活用することが、できるMRを目指し、毎月の研修と、前月研修内容のテストを行っており、企業理念である「誠実を基本とし、信頼と協調を両輪として前進」を達成するようにしている
通達事項、違反事例などは解説をつけてメールで情報共有
適応外使用について、診療ガイドラインと薬物治療

適応外使用の情報提供
適正な事業活動を行います 適正な販売活動と正確な情報提供を行い、顧客の信頼と共感を得るように努めます
適正使用ガイドなどを中心に安全性情報についても何につながるのかを検討する
適正使用に関する活動の教育・重要性の教育
特殊な安全性情報の収集について
年1回Scientific Symposiumを開催し、海外の演者を数人招き、医療関係者にグローバルの診療情報を提供
必要となる製品・領域研修の実施
病院主催の安全性委員会に参加し、安全対策についてのプレゼンテーションを実施することにより、院内での事故防止対策の一助となるよう努めている
薬(自社品)に偏らず、患者さん(症例)ベースで治療について話し込みができるような教育を行っている
薬害事件から考える医薬品の安全対策、医薬品の安全対策とMRの情報活動
薬物療法の情報提供に関して、有効性だけでなく安全性も合わせて患者視点での情報提供ができる内容

5. 生涯を通じて医・薬学知識と関連知識の向上とスキルの研鑽に務める
Dr. 講演
Drが処方する併用薬と当社品の相性や相互作用、他社製品とのそれら…患者さんに不具合があつてよいのかを訴求しています
MRの継続教育について
MR研修を毎月本社集合で実施し、その都度伝えています
MSD訪問宣伝プロセス
くすり業界の話題もこまめに提供する
グローバル・トレーナー(DR、看護師レベル)を招聘し、関連領域の最新かつ深い知識のアップデートを、年間3週間程度の集中研修で実施している
ベテランMRの経験対談
マナー研修や同行によるスキル確認
医薬品情報の継続教育
各種セミナーから受けた内容をフィードバック
学会参加等
学術担当者による講義、学会聴講、文献読み合わせ
患者中心の医療のシリーズ(高齢者のがん治療、がん対策推進基本計画他)
漢方処方の解説による学習
関連学会への積極的に参加させ、報告書を提出
関連書籍読書のための回覧
継続教育にてスリーミング視聴とディスカッション、所長からのカスケード、所長によるセリングスキルの指導
継続教育プログラムに自社製品の領域を通じた最先端の治療方針や専門医の雑誌を解説したものをMRへ毎月提供
継続教育実施中
継続研修でのMRテキスト等を用いた教育の実施
継続研修の中で、テーマを決めて支店単位で研修を実施しています
継続研修の励行
月度の教育を通じて行う
研修は毎月実施、新規トピックスなども絶えず入れ込んでいる
高度情報社会における生命倫理
最新の知見や市場動向
最新医療情報など
昨年度より医療施設から講師を招聘して、普段の活動では分からない部分についても講演してもらっています
自社製品だけでなく、新薬について学習し、併せて疾患についても学習する ガイドライン等が変わった場合には、最新の情報を学習する
社外講師勉強会の収録ビデオライブラリー
社内外での事例
社内統一テストの実施
社内領域認定試験制度を導入し、疾病・薬剤関連の研修を実施 試験も実施
新しい自己学習資材の充実化と視聴の推進
製品教育
製品教育に関連する内分泌系知識の研鑽およびスキルアップ
専門知識の向上
専門文献や推薦図書の紹介

知識面では、統一テストの優秀者への表彰と特別呼称を使用する スキル面では成功例した実例に基づき作成されたVTRを見本に全国各課でロールプレイを実施する
難病指定疾患、患者会の代表の方の講演
日々、医学薬学においては進歩がある中、最新の情報を常に収集し、自己学習に努めること
年間を通じて病態疾病製品に関する継続研修を実施し、知識とスキルの向上に務める
薬学教育6年制を考える

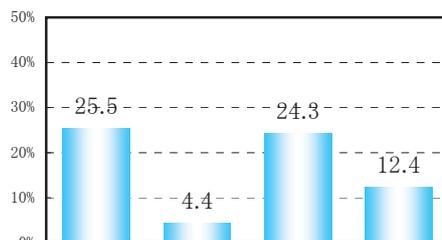
6. MRとしての自覚と誇りを持ち、教養を深め人格を高めるよう心がける
CSR、生命倫理(いのちの授業)
MRが講師役になり一般社員にプロモーションコード・薬事法等について説明させる
MRの果すべき役割等を活用
MRの業務と役割
MRの情報提供が患者さんの疾患治療に大きな役割を果たしている
MRマナー研修の実施
MR自身が医療の一旦を担っている事を自覚し、患者さんの笑顔の為にを考えて活動すること
NHKの教養番組、リベラルアーツ関連
あるべき姿について考える(予定)
エクセレントマナー
オンコロジーMRについてのディスカッション
コミュニケーションスキル, MRのマナー
コンプライアンスマニュアル
医療に関わる社会問題(臓器移植など)を取り上げた意見交換
医療貢献への挑戦 (MRの誇りと経営理念の融合)
外部セミナーや外部試験
外部講師を招き講演会を実施
患者さんに対してMRとして何ができるのか議論を深める
継続教育
継続研修でのMRテキスト等を用いた教育の実施
継続研修の中で、テーマを決めて支店単位で研修を実施しています
月度の教育を通じて行う
現場から必要とされるMRになりたい自分 キャリアビジョン等
言葉づかいなどの日本人としての基本を高める文書作成
講演会マナー教育
坐禅
最近の医療現場で起こっているニュースをテーマにした内容
支店長レベルに外部講師から教養や人格を高めるマインドセットの時間を組み込んだ研修を実施し組織に浸透させる
社員の行動指標を作り、日頃の行動に反映させるようにしている
社外の通信教育の受講料の会社補助
上記全ての研修はこの項目に合致している
常に自己の学習意欲の向上と、一般社会人としての向上について
新聞や書物等を読むよう指導し、一般的知識レベルの向上に努める
人間力向上の為にVTRをストリーミングで配信
人類の健康と平和と進歩に貢献し、奉仕する
図書の購入等
推薦図書の紹介、社会情勢、医療をとりまくニュースなどの講義
生活者の健康に奉仕する事を理念としています
先輩や手本になるMRと同行させ、意識を高める
全国会議での社外講師による講演
全体研修の中でグループセッションを設け各体験談などを通じ人格の形成に努めています
尊厳死と安楽死
代表MRによる発表を聞き、活動や考えをシェアする
段階的なコミュニケーションスキル研修および外部講師による研修の実施
通信教育の推奨
当社のマインドを醸成する研修を展開 (半期に1回)
特に当社はPMS活動が多く、それらのルールや根本にある考え方をよく理解させています

幅広い知識習得のための図書推薦
薬学6年制を考える
論語や孔子または稲盛和夫、松下幸之助氏の本などの推薦
論文集「MRになって良かったこと」を読み合わせ

7. その他
「目指すMR像」に根差す
Community Partnership Day
MRテキストの内容
MRとしてのマナー
きちんとしたコミュニケーションをとるための傾聴等のスキル
ボランティア
ボランティア活動の参加
メンタルヘルス研修、運転マナー MRの知っておきたいベーシックマナー
近年発生している医療事故やコンプライアンス欠如に起因する事件等を取り上げた研修
現在、全社の活動目標のプライオリティーNo. 1に「コンプライアンス絶対達成」が明示されています 小さい会社でありながら、その点は立派だと自負しています
個人情報保護、情報セキュリティ
再生医療や終末医療等のトピックス
産業医、弁護士などによるコンプライアンス研修
市販の教材を活用するため内容等が一定せず
社外清掃活動、資源の有効活用の学習と実践
常に倫理観を持って考えて行動出来る →考えさせる
内外の規範の違反例を提示し、必要な対応の具体例を示し部下に徹底する指示を出している
薬害の歴史から製薬企業の倫理観を考える
薬害教育
様々な事例を冊子を通して学習している
倫理規範 常に高い倫理観と価値観を持った事業活動を行います

1. MRの喫煙率（推定）

全体での喫煙率は、「男性MR」25.5%、「女性MR」4.4%となっている。「MR全体」の喫煙率は、24.3%となっており、25%を下回っている。

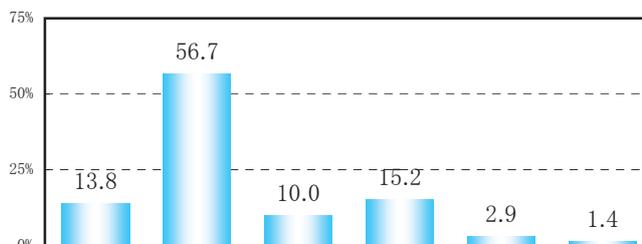


MR雇用規模別	企業数	男性MR	女性MR	MR全体	（教育研修担当者）
全体	210	25.5	4.4	24.3	12.4
99名以下	119	24.4	2.4	23.9	10.6
100～299名	38	29.8	5.8	27.5	14.4
300～499名	13	26.7	9.8	25.4	12.8
500～999名	21	24.8	6.0	22.1	18.0
1,000名以上	19	22.9	6.9	20.6	12.3

※喫煙率（%）は、比率回答の平均を表す

2. MRの喫煙についての考え方

全体では、「できる限りやめた方がよい」119社（56.7%）、「喫煙マナーが守れば、特にやめる必要はない」32社（15.2%）、「MRであるからには絶対にやめるべきである」29社（13.8%）の順となっている。



MR雇用規模別	企業数	絶対MRにやめるべきには	ができる限りやめた方がよい	個人の自由でありど	喫煙マナーが守ればよい	その他	無回答
全体	210	29	119	21	32	6	3
	100.0	13.8	56.7	10.0	15.2	2.9	1.4
99名以下	119	14	65	14	23	1	2
	100.0	11.8	54.6	11.8	19.3	0.8	1.7
100～299名	38	5	24	3	6	-	-
	100.0	13.2	63.2	7.9	15.8	-	-
300～499名	13	2	7	2	2	2	-
	100.0	15.4	53.8	15.4	-	15.4	-
500～999名	21	3	13	2	2	1	-
	100.0	14.3	61.9	9.5	9.5	4.8	-
1,000名以上	19	5	10	-	1	2	1
	100.0	26.3	52.6	-	5.3	10.5	5.3

3. 喫煙に対する企業としての対策

禁煙キャンペーン(ポスター掲示) 禁煙サポート 禁煙コンテスト(半年に1回) 勤務時間内の喫煙禁止、時間外(昼休みのどの休憩時間)に喫煙する場合は所定の場所のみ可
事業所内の分煙の徹底・営業車内、営業時間中の喫煙禁止(MR) 全社を上げての禁煙キャンペーン(ポスター、本、冊子の配布)
毎月1回(22日、22日が休日の場合は次の営業日)の禁煙デー 毎年2回の禁煙キャンペーン
OJT同行時に、講師がチェック、指導する項目に入っている
オフィスから喫煙室を無くした
オフィスビル内禁煙、ビル内でも指定喫煙所以外は禁煙
オフィス内での禁煙の禁止 敷地内に喫煙エリアの設定
オフィス内は完全禁煙
ホールディングのグループとして健康に関するキャンペーンの一環として行っている
営業オフィス、営業車内での禁煙対応を徹底している
営業社内も含め、営業所、本社内の全面禁煙
営業車両での禁煙を推進 社内建物内での分煙
会社では、喫煙場所を定めている
会社トップからは機会ある毎に禁煙の必要性について説明があります このためか、止めるものも出てきている ただ、喫煙しているからといって不利な制度はとっていない
会社施設内または近隣での就業時間内の禁煙
会社社屋内での喫煙の禁止
会社全体として、就業時間内(食事休憩時を除く)の喫煙について、原則禁止としている
企業として禁煙を強く推奨しています
企業管理施設内はすべて禁煙、禁煙キャンペーン促進活動、禁煙治療補助金制度導入
基本的に本社、営業所は分煙にしている程度で対策は講じていない
喫煙スペースの確保(分煙)、禁煙キャンペーンポスターの掲示
喫煙ブースを設置している 空気清浄機を設置している
喫煙マナーについては、コンプライアンス研修の中で実施する予定です
喫煙マナーの指導、分煙の徹底
喫煙時間制限、分煙
喫煙場所を指定している〔※同一内容 8件〕
喫煙場所を定め、廃棄装置を設置し分煙を実施している
喫煙対策の啓発強化として、受動喫煙防止対策と禁煙運動を実施している(分煙、禁煙タイムや禁煙デー、執務室および営業車両の全面禁煙、禁煙キャンペーンや啓発ポスターの掲示など)
禁煙DAYの設定、事務所の分煙
禁煙キャンペーン、禁煙マラソンなどのサポート
禁煙キャンペーン、分煙対策
禁煙キャンペーンの実施〔※同一内容 2件〕
禁煙キャンペーンの実施、社内禁煙の実施
禁煙サポートプログラム→禁煙外来の受診代および補助剤代の合計金額(保険適用の有無にかかわらず自己負担分のみ)の半額を会社が補助します 但し、15,000円(税込)を上限とします 1人1回までとします
禁煙やCOPDを題材にした研修資料の作成、分煙の徹底(喫煙場所を限定)
禁煙支援費用補助本社内全面禁煙禁煙キャンペーン新人に対する禁煙研修
禁煙成功者への報奨金制度
空気清浄器を設置し、そこだけで喫煙する分煙を導入している
健保組合からの案内のある(財)日本対がん協会主催のイベントに参加を募っている(年2回) 社内では、喫煙場所を1箇所だけ設置し分煙に勤めている
健保組合による禁煙サポート営業車内での禁煙の徹底研修時の分煙
原則会社内では禁煙 一部営業所では、喫煙場所有(外部の駐車場等)
現在誰も喫煙者が居ない為、対策なし
抗がん剤メーカーとして、顧客と接する時間帯および前後の喫煙は禁止 学会、講演会、勉強会等の会場はそのフロアは全てを禁煙
事業所のビルは、館内禁煙となっており、全員がマナーを守っている MRにもマナーについては、指導を行っている
事業所内は禁煙としている
事務所内は全面禁煙(喫煙者は別に設けられた喫煙所を利用)、公用車は原則禁煙
自社ビルのオフィス、工場、研究所は全面禁煙、テナントオフィスは分煙(喫煙室)の設置
社員食堂の片隅に分煙室を設けています
社員同士の世間話につねに出すように心がけている
社内、会社車両内は禁煙

社内(オフィス)は禁煙 喫煙者は屋外に喫煙場所を限定している
社内での分煙を徹底している程度です
社内では、事業所により、禁煙あるいは分煙を実施している
社内では喫煙スペースを設け、分煙を実施している
社内では喫煙ルームを設け分煙を行っている
社内で喫煙スペースを定めている
社内に喫煙場所を設置していない
社内は、喫煙室以外は禁煙です 導入教育や継続教育の際にたばこ健康についてことあるごとに紹介し、禁煙を勧めている
社内は全て禁煙である 社で主催する会合、パーティー等は基本的に禁煙である
社内をほぼ全域禁煙にし、喫煙場所をまとめた
社内禁煙〔※同一内容 3件〕
社内全面禁煙
社内分煙〔※同一内容 2件〕
社内分煙、社有車の禁煙
社用車禁煙ルール、社用車禁煙ステッカー貼付 学会やイベント会場、医療施設敷地内では絶対禁煙、医療関係者面会4時間前禁煙ルール
就業規則にて、就業時間内の喫煙を禁止している
就業時間内の禁煙〔※同一内容 2件〕
集合会議や研修時の禁煙徹底等
全国の事業所内は敷地も含め終日禁煙である
全事業所内、会議室は禁煙です 喫煙所は建物の外にあります
当社は、事務所内、全面禁煙としています
導入教育の段階から、禁煙について話しています
特別な対策というのはしていません 本社での研修の際には勤務時間内を禁煙としています
敷地内禁煙
分煙を実施している〔※同一内容 39件〕
分煙(オフィス内の禁煙、建物外に喫煙所を設置)
分煙(非常階段で喫煙)
分煙、健康保険組合で禁煙キャンペーンを実施
分煙、車内禁煙
分煙企業診療所による禁煙指導
分煙喫煙室の数を年々減らしている
本社、各デポとも分煙を実施している
本社、支店の各フロアに分煙室を設置している
本社および各オフィスにおいて分煙となっているので、喫煙者が社内で喫煙することはない
本社は分煙 禁煙推進
本社ビルで、喫煙ルームを設置しており、喫煙者は喫煙ルームで喫煙するように通知している
本社や支店は全館禁煙になっていますが、別の階に喫煙ルームがあり、そこまで行って喫煙しています 喫煙習慣のあるMRは外出時にのみ喫煙しているようです
本社内(室内)での喫煙場所は設けていない
本社内は完全禁煙ですが、社員に対しての啓蒙活動はしていません
本社内は全面禁煙
毎週月曜日は、禁煙デーです 室内では煙草はすえません