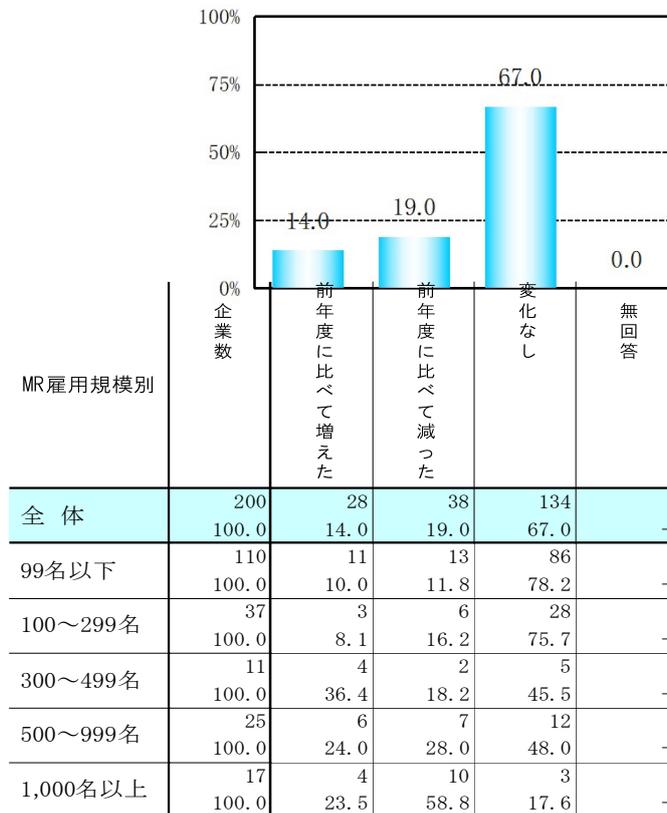


1. 教育研修専従者数

MR雇用規模別	企業数	教育研修専従者数	一社平均(名)
全体	200	941	4.7
99名以下	110	197	1.8
100～299名	37	155	4.2
300～499名	11	57	5.2
500～999名	25	258	10.3
1,000名以上	17	274	16.1

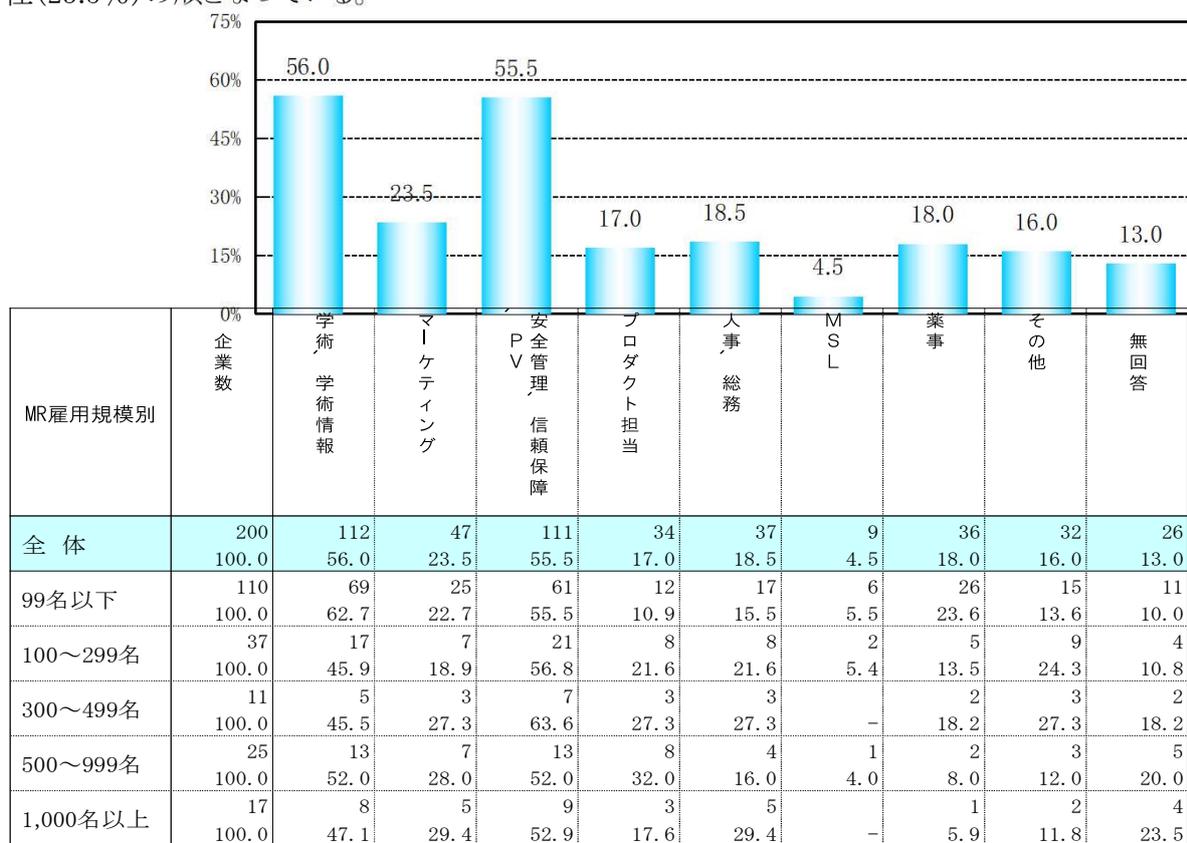
2. 教育研修専従者数の変化

全体では、「変化なし」134社(67.0%)、「前年度に比べて減った」38社(19.0%)、「前年度に比べて増えた」28社(14.0%)の順となっている。



3. 教育研修担当者を兼務している部署〔複数回答〕

全体では、「学術、学術情報」112社(56.0%)、「安全管理、信頼保障、PV」111社(55.5%)、「マーケティング」47社(23.5%)の順となっている。



4. 教育研修担当者の資質向上にあたり、解決したい課題の対策

①経営トップの理解
「MR＝営業職」という意識が強く、売上に直結する研修を求められる。製薬企業・MRも医療の一助を担う存在であることを常に意識し、医療者・患者さんにとってより良い治療ならば競合品も提案できるようなMRこそが評価されるよう繰り返し働きかける。
「医薬品の安全管理を徹底し、適正使用を推進することが企業の最大の責務」とであるという認識のもと、MRの資質向上を重要な企業戦略に位置付けて頂く。販売情報提供活動ガイドラインの考え方に基づいたMR教育の重要性を理解し、社内体制の整備やMRへの教育の実施にリーダーシップを発揮して頂くよう働きかける。
「売上アップに貢献できるか？」が常套句。答えに窮します。
MRが患者様の立場に立った医薬情報を行う事で医療関係者からの熱い信頼を得る行動を示す内容にすること。
MRに対する研修の認識度のアップ。
MR教育に対する優先的な時間の確保をお願いしている
MR教育の必要性を十分理解してくれているので、現状は特に課題はない。
MR教育は企業の責任であることを理解してもらい、研修費等の支援をしてもらえるようお願いする。
MR教育研修に対する関心が少ないように感じられ、課題意識・目標ゴール絵が無い状況。
MR認定センターの活動や社内研修内容の共有
Sales(MR)の教育訓練については前向き且つ理解がある為、特に課題はありません。
あらたなMR教育研修要綱に鑑み、研修担当者の資質向上が必要条件であることを説明し理解を得る。
トップからのメッセージを機会あるごとに発信している。ICT利用により時間や場所を問わず比較的自由度高く視聴できるようにしている。
トップに近いシニアマネジementをトレーニングチームがエンゲージメントできるよう、様々な取り組みを行う
トレーニングの成果を定量的に検証することのできる適切なKPIについてトップマネジメントの理解を得る
なぜ教育研修するか(Why)を腹落ちさせる
リソースの適切な分配を教育研修責任者や担当者部署の長より働きかけている。
リソースを確保することが重要な課題と考えております。対策としては、経営トップに状況説明し、今後も教育研修担当者の人数や予算を可能な限り確保いただきたいと考えております。それが困難な場合、各研修における「専門部門への協力要請ができる体制」を強化頂きたいと考えております。
医学的・薬学的知識の習得に努めることで、医療関係者からの信頼を損なわないようにする。
医薬品の安全性を確保するには、MR教育が重要であることについて、マネジメントレビューの際に理解を求めている。
医薬品情報提供活動のためのガイドラインが実施され、医薬品の適正使用を推進・定着させるためにもMRに対する教育研修の重要性を訴え、理解が得られるよう努める。
一定の理解は得られている。
営業本部長が自ら教育研修責任者となっておりMR研修に対する理解が非常に高い
課題とは思いません。
会社方針に基づく教育研修の意義や重要性を随時経営トップに伝えるとともに、実施計画や内容を随時相談し報告する。
解決したい課題がない
外部研修の必要性を説明し、納得してもらう。
患者の利益を優先し、患者さんの立場に立った行動を経営トップが進めていることから、特に課題はないと考えている。
企業の成長には人材育成が重要である点を継続的に伝える
規模が小さいため風通しがよいが、どうしても一人一人の判断に頼ることが多くなってしまいうためコミュニケーションは密にとるよう心掛けている
教育したことが自社の信頼性につながり、ひいては販売促進に貢献する
教育には力を入れて頂いているので特に課題はない
教育研修に対する理解はあるが、予算的に厳しい部分がある。
教育研修に対する理解は得られており、特に対策は必要ありません。
教育研修の重要性については理解されている。
教育研修の重要性は理解しているが、その内容への関知はしていない。
教育研修の大切さは理解してもらえている。現場フィールドトレーナーの活用を考えている。
教育研修への投資のROIの可視化
教育研修を戦略の柱としているため、十分な理解と支援がある。
教育研修を理解し、力を入れて頂いている。今後も継続していく見通しである。
教育研修担当の資質向上よりも、MR教育に重きをおかれてしまい思うように事が進まないため、役員会等に課題として取り上げてもらうようにする。
教育研修担当者に「所感」を提出させ、継続教育担当者の課題及び受講MRの課題を抽出している。抽出した課題に対する対策を教育研修担当者に検討させている。

教育研修部の組織化と外部講師セミナーの活用について経営層TOPに働きかける。
業界におけるMRの重要性について深く理解して頂くために社内教育の強化やMR認定試験の合格率のアップに努めていきたい。
経営Topの「理念」を明確に打ち出して貰った。常時、行う教育がこの「理念」に沿ったテーマで進行して行きたい。
経営トップとの経営理念に対する理解を深めるため、社是及び経営基本方針、さらに企業使命に至るまで、直接経営層との綿密なコミュニケーションを図る機会を設けております。
経営トップのニーズを、研修部長が把握し、研修部員と相談しながら具体化し、提案。研修後には、受講者に事後アンケートを実施。研修効果を定量的に評価し、経営層に結果を提示し理解を得ている。
経営トップとの接点がなかなか持ちづらく、そういった部分は人事部門に任せざるを得ない体制となってしまうため、人事部門との連携を密にすることで課題をクリアしていくべく、対応している。
経営トップの研修に対する理解は高い。自己学習・自己研鑽する風土や素地を醸成すべく経営サイドからも研修の重要性を発信しているので、継続して発信してもらう。
経営トップの出席する会議体での教育方針・教育成果の報告
経営トップは、MR教育に対し協力的であり問題ありません。
経営トップは”知識”の重要性を認識しており、MRの知識・スキル向上を業務とする教育研修担当者への期待が大きい。様々な会議体で教育研修担当者に対する期待が発信されおり、教育研修担当者の資質向上に対して、経営者トップの理解は大きな課題とはとらえていない。
経営トップ自らが自分の事としてMR教育研修の旗振り役(コーチ役)を買って出る。
経営トップ層と定期的に意見交換をする。
経営者へ報告するために年1回経営進捗会議で実施内容を報告している。継続していく。
経営陣はどうしても「売上実績>教育・倫理」に偏りがちになってしまうことから、MRに対する教育(とくに倫理教育)に対する意識を高めってもらうため、実際の研修を受講してもらうとともに、MR認定センターのミーティングにも出席してもらう。
経営層はMR教育の必要性を十分理解してもらっているが、具体的な方針や目標の提示がないので、実務担当者が目標や方針を決めて経営層に承諾を得ているのが現状である。経営層から具体的にどのような教育をしてほしいのか・どのようなスキルを求めるとかを指示してもらえるような働きかけを継続していく以外はないと考えています。
経営層は研修専門家ではないため、意見や具体的な指示を頂くことはあきらめる。綿密な計画を立て、定期的に経営層のミーティングで報告する機会を設ける。
研修の重要性はとも理解してもらっている販売情報提供活動GLの中でいかに活動するかの重要性を理解いただき、研修の意義を理解してもらっている
研修の重要性は理解してもらえるが、予算配分には、なかなか反映されないのが課題。成果が目に見えるような研修計画の提案により、年次予算に組み込む必要がある。
研修の重要性及び、研修担当者のインプット時間について、根気強く訴える。
研修の成果を可視化する
研修プログラムについては、部長を通して社長に報告。
研修への積極的な参加を促進する
研修をデザイン化することで、事前に研修の目的・内容・結果を明示し、結果については定量的・定性的な指標を設けて、事実ベースでトップに報告している。
研修企画書(目的、期待できる成果等)の提出
研修情報グループとして常に経営側と教育の重要性について情報共有している。
研修全般の意義について理解は上がってきたものの、まだ十分でないと考えております。特に教育研修担当部門の人材配置や役割、人事担当部門との連携に課題があります。そのあたりの改善のために幹部らと丁寧に話していく予定です。
研修担当者が専門職に近い職種である事が理解されず人員をヘッドカウントだけで見がち。研修担当者の知識とスキルまた他の専門性を深めると共に、実際医療現場に対して説明会やヒアリング等実施する事で教育研修者の知識、スキルの高さ及び日常の教育や自己学習をアピールする事で重要性の理解を得る。
現状、対策が行えていない。
現状に於いて、解決したい課題となるものは有りません。
社長、取締役参加の会議において、研修内容などについて報告を行っている。
社長が営業部門管掌であるため、全ての研修の理解を得ている。
社内の上位会議体で、期首に立てた計画通り進捗しているか、また経営トップの意向と乖離がないかを確認し、理解を得ている
充分、理解されています。
小規模組織における集合研修時間確保の難しさをどのように解消するか。
少人数の企業であり、経営トップの理解は得られています。
人材育成について大切なのは理解していますが、研修部門の権限が少なく、営業部門の意向が強いように感じます。また、最近の経営合理化の波により研修体制の縮小、携わる研修スタッフの削減が行われています。

人材育成部門と経営トップとの定期的な会合を行い、意思統一を図っている。
人材育成に対して前向きで、問題でない。
人材教育の重要性については承知いただいているので、継続研修が人材育成に繋がる事を示していく
人数不足
積極的に研修状況を報告し、細かく指示をもらう。
前年の受講者アンケート等を共有し、継続研修が入社を決める一因になっていたり、実際の仕事において役立っていることをフィードバックし、理解を求めている。
全社一斉研修日／月の設定
全社方針への反映
担当部門に信頼を置いて一任していただいている。
定期的にミーティングを行い、教育についての意見交換をおこなっている。
定期的にミーティングを設け説明しているため、理解は得られている
定期報告
適時説明を行う
当社では理念教育に力を入れており、社員教育や人材育成に重点を置いている。
当社の教育研修には、取締役である営業本部長、業務本部長も参加し、研修も担当していることから理解は得られている。対策は考えていない。
当社は、領域特化型企業でありその分野のみの教育を指示されている。今後は、業界全体分野での教育を具申する。
働き方改革等により研修時間の確保が難しくなっている。新たなトレーニング方法(ウェブや、短いe-learningなど)の提案、研修の重要性を今まで以上に伝える。
特にありません。研修費用の支出に関しても理解いただいています。
特に外資系の外人の経営者の場合は、数年で交代するため、中長期で人材育成に取り組む視点・文化が醸成されにくい。大手では、そこを交渉するための研修Topが、所謂、英語屋で、MRや研修を知らない素人が着任しており、研修担当者の苦労や努力は一切伝わっていないのではないのでしょうか。
売上評価以外のMRの資質向上を意識した評価項目の割合を上げて頂くように要望し続ける
販売情報提供活動GLを周知するとともに、MRへの教育体制の充実化や教育担当者のスキル向上の必要性について理解をはかる。
必要ないのにやられているから適当に…というお考えであること。
必要な研修の優先順位は高く設定してもらうよう、定期的なコミュニケーションを取るようになっている。
必要に応じて、意見具申を行う。
部長会でMR資質向上を目的とした研修に重きを置くことを案内。
部内会議により都度方針を確認している。
部門長(人材育成部長)に営業本部で行われる会議体の中で、部門方針などを周知いただいている。必要に応じて外部セミナーの受講や、書籍の購入を行える体制にさせていただいている。
風通しの良い環境のため、率直な社長の意見をいただいたり、教育研修資料を提出している。
副作用への対応は第一優先であり、迅速な対応が企業価値を上げることを理解させる。
幅広いビジネス関連の知識、スキルを得る必要があると考えます。
弊社では担当者が兼務により教育研修を行っていることを経営陣にも理解いただくべく、MR継続教育の重要性について説明し理解を得る場を設けている。
弊社は幸いトップが教育を重要視しているので、非常にやりやすい環境です
理解されているため特になし
理解していただいています。
理解は得られている

②トレーナーの質のばらつき
「MR継続教育の進め方手引き」を活用する
10年以上の経験者と1年3か月の経験しかない者の2人のため、経験値には差がある
1名なので、なし。
2人なのでばらつきはないです。
Meetingでの情報共有をしています。今後新しいメンバーが入ってきたら一部バディ制にするということも検討しています。
MR認定センターが主催する研修会への参加
MR認定センターが主催する研修会や外部ベンダーの研修会に参加しトレーナーの質向上を図っている
MR認定センター主催の研修(インストラクションスキル、教育デザインセミナー、ファシリテーション)の受講推進(新任のトレーナーは必ず受講)。ビジネスID講座の受講推進。
TV会議システム等の活用。FtoF研修においてはトレーナーへのトレーニング。
WEBやビデオを活用し、バラツキをなくす。
インストラクショナル・デザインに基づいた研修の実施。研修業務の標準化の促進。
キャリアパスの途中として「ノウハウ」を修得するために居るのか、最後の職務として「窓際的」に来たのかで、質は大きく異なりますが、どういふ研修担当者が居るのかで、その企業の人材育成への取組みや姿勢がある程度分かります。研修担当者は自覚をもって「人材育成」に取り組むべきだと感じます。
ここ数年でメンバーが大幅に入れ替わっていますが、既成概念に囚われず、また、新たな思考、チャレンジもしてもらいやすいため、大きな課題はありません。欲を言えば、トレーナー間での勉強会が定期的に行えるような全体の業務量になれば、なお良しです。
スキルとして熟練レベルにあるトレーナーの業務を、ジョブローテーションを取り入れ、後進の者がその業務を行いながらスキルアップが図れるように仕事の割り振りを行う。
スキル評価シートにおいて点数(費価)のバラツキがある。評価軸を細かく設定し、くり返しトレーニング。知識レベルに大きな違いがある。とにかく勉強させる、評価と直結させる。
すべてのカリキュラムを兼務で行っている状況の為、研修内容の質的な担保が取れてなく、リソース的に改善の道が遠いのが現状。
セミナーや研修会等の参加による自己研鑽
セミナー参加し、トレーナー研修の実施
センター主催のセミナーに定期的に受講し、メンバー内の均一化を図る
それほど感じておりません。それぞれの個性に合わせて役割分担することで部門を運営しております。
テレビ会議システムの活用
テレワーク環境下でもSkype等を駆使しトレーナー間で目線合わせを行っている
トレーナー1名なのでバラツキは無いがマンパワーが足りていない。
トレーナーが4名おりますのでMR継続教育資料の読み合わせを行い、トレーナーの個人差がでないようにしております。
トレーナーが気付く行動主体のチャート(マップ)を作成し、目標とするレベルを可視化する。
トレーナーが少人数のため、各MRに目標の意図がしっかり伝わっているかの確認作業に重きをおいている。
トレーナーが新しい知識を修得できるよう、関連学会に参加するようにしている。
トレーナーのあるべき姿を策定し、アセスメントを実施する。必要なケイパビリティを公表し、それらに効果的なトレーニングの提示や育成計画を立てる。
トレーナーのスキルアップための研修
トレーナーの外部研修受講
トレーナーの自社製品の知識を向上させるために専用講座を設け受講させる。それにより、トレーナーに自社特有の指導方法(スキル)を修得させる。
トレーナーの人数が少ないため今のところ問題が無い。
トレーナーの人数が少ないので他部門との連携が必要となる。
トレーナーの数が少ないのでばらつきはそんなにないが、お互いにチェックする体制を取っている
トレーナーの知識はあります。MRは、それを吸収したいと思っていない。
トレーナーの入れ替わりに伴う、新人のトレーナーの教育
トレーナーの目線合わせを定期的の実施
トレーナー各自が、学びトレーナーの質向上に役に立つと感じたスキル及び知識を、トレーナー間で共有。マネージャーが、トレーナーのWSを聴講し、フィードバックを行いファシリテーションのスキル向上を行っている。
トレーナー間での相互チェック、他のトレーナーの研修の見学。
トレーナー間で評価項目の目線合わせをした上で、相互フィードバックを行っている。受講者の評価(アンケート結果)をトレーナーにフィードバックしている。

トレーナー教育については、センター主催のセミナー、社外セミナー、公正競争規約に関する講習会、景品表示法に関する講習会に参加させている。
トレーナー経験に乏しい者が多くを占めている。社外セミナーへの積極的参加、ベテランからのトレーナーズトレーニング。
トレーナー研修を実施し、講師のスキルを向上させている。受講者側から、講師へアンケートを実施しフィードバックしている。
トレーナー自身の研修の機会が少なく、現場のニーズをくみ取れる力にばらつきがある。個人のスキルにあわせた研修やトレーナー間の均質化が必要になってくる。
トレーナー評価シートを用いて弱点強化
トレーニング機会の共有を通し、トレーナー相互で、レベルの把握。
ファシリテーション研修など実施して、トレーナーの質の向上に努める
ロールプレイのDr.役を実施する際は、事前に4人で十分な予演を行い、Dr.役としての反応・回答やアセスメント基準の統一化・平準化を図っている。実施に当たっては、各トレーナーのチェック役を設け、バラツキについての確認とその担保をしている。トレーナー固有の質については、自主的・上長指示により要開発分野に関する外部研修を受講している。
一方的な講義だけではなく、MRの能動的参加を動機付けられる能力を身につける。
営業出身が多い一方で、研究職出身のトレーナーもおり、経験値の違いと想いの違いによって質や指導にばらつきが生じることがあるため、事前の目線合わせや共通の評価指標を設定することで、そのばらつきを少なくする努力をしている。
営業所長、営業所統括が毎月の継続研修を実施しているが、内容の理解度にはばらつきはないが、その情報をどのように運用するのか？については、若干の温度差がある。成功事例や同行などで具体例を共有するようにしている。
外部コンサルタント会社によるステップアップトレーナー研修の実施
外部セミナー・研修参加による知識を担当者で共有しレベルアップを図る。教育研修専従者の配置。研修前の研修内容のレビューを実施し、意思統一を図る。
外部セミナーへ積極的に参加し個人のレベルアップを行い、そのスキルを社内で共有し全体のレベルアップを行う。
外部のコンサルティング・人材開発会社による研修を行っている。
外部委託
外部研修への参加。情報共有を常に行う。
外部研修会等の活用
各トレーナーがそれぞれ特定分野を中心としているため、トレーナー各自が複数の分野を担当できるようにしていきたい。
各研修内容についてできる限り共有して目線合わせを図っている。
各担当者が使用している研修資料や研修内容等について、情報共有を密にする。
各担当部門が的確な内容を伝えているのでばらつきはない。
学会、研究会、セミナー等への参加、また文献、医学書などを読むことで知識の習得
学術知識はもとより、研修デザイン的设计やファシリテーション、マテリアル作成に関する外部研修などの受講経験もないため、スキルがまだまだ不十分である
漢方療法の知識は、標準化が困難な部分が多く、深い知識を得るには長期的な自己研鑽が必要である。現場のニーズを把握するためのOJTに力を入れる。
関係各部署とも連携し、知識レベル向上を目指す。
基本的なトレーナーのあるべきCapabilityを示すものが、各社共通であっても良いかもしれません。
共通教材等での学習と定期MTGの実施
教える事に関して、日が浅く不慣れではあるが、十分な資質はあるので、現場での実戦が大切であると考えます。
教育研修の準備は主に部内で完結できており、教育研修責任者との相談や確認が行き届いている。
教育研修は知識習得中心であったが、コミュニケーションスキルなどのウエイトが高くなってきている。MR経験がない担当者は難しい面もある
教育研修専従者(トレーナー)として活動しているものはいない。研修講師として業務を行っている教育研修担当者の所属する部署の業務効率化のために、研修担当者を絞り込んでいる。少ない人数のためか、その質にばらつきはない。教育研修担当者以外の者に、講師を依頼する場合のその質は教育の質に直結するので講師の選定には注意を払っている。
教育研修体当社を本社に集約
教育研修担当者の知識、スキルのばらつきは、経験年数によるところが大きい。そのため、支店内でお互いのトレーニング事例を共有しながら、お互いにスキル向上を図っている。また、支店間の情報共有の機会を定期的に設定し、全教育研修担当者の資質向上を図っている。
教育研修担当者は兼任であるため、担当業務に係るテーマを受けもつことにより、教育の質の担保を図る。スキルについては、センターが実施する研修に参加させることにより、修得させることを考えたい。
教育研修部門内において研修スキルを共有化する。エリアでの研修において、複数のトレーナー間で相互に評価し指導する。研修前に予行演習を実施し、トレーナー間の質のばらつきを是正する。トレーナーとして自己研鑽する。

教育研修用資料の解説部分を充実させる。会議時間を増やし、内容共有すべき情報を増やす。e-ラーニングでの補足教育。MRセンターを含めた教育外部講習への参加、教育到達目標の明確化とMRによる評価確立によるトレーナーチェック。
経験、年齢のバラツキがある為、トレーナー同士の知識の共有Meetingを定期的実施しつつある。
経験の浅いトレーナーがいる。標準フォームを作る、相互学習の機会を作る(Projectの立ち上げ)等実施。
経験年数に関わらず、研修実施前には予演会を行い、質の均一化を図っている。
継続教育実施前に、各コンテンツに関する知識・情報を共有化するために全員参加で「目線合わせ」を実施している。
継続研修時の事前打合せ会議を実施している。
継続的に、スキル向上、目線合わせの機会の創出を図る
継続的にセミナーへ参加すること並びにMR研修に関連する情報共有を徹底し、質のばらつきを抑制する。
研修スキル向上のために外部セミナー等に参加する。
研修プレビューによる講義内容のすり合わせ。トレーナー間での勉強会の実施。他者の講義から学ぶ。
研修会等へ積極的に参加する。
研修実施後の反響をフィードバックし、次の研修に対して活かしていくことを続け、更にトレーナーに対する評価項目を設定し、アンケート調査するような体制を構築し、トレーナーで共有出来るシステムを構築する
研修実施部門の専属ではないトレーナーについては、特に若年層においてはファシリテーターに慣れていないこともあるため、担当者の集合研修を実施することでばらつきを解消したいと考えている。
研修前の検討会に時間を掛け、主旨やポイントを共有した上での研修を進めている。
研修担当者についても、薬学・病態について継続的な学習を行う
研修担当者の教育(定期的なミーティング)
現在の専従者(薬剤師)は熱心に務めており、継続していく予定である。
現状に於いて、解決したい課題となるものは有りません。
今まで実施していなかったトレーナーのスキル向上を目的とした外部研修の受講。
使用資料を統一化する事でアウトプットの統一化を行っている。
資料の事前確認・修正および場数を踏ませる。また、周辺知識の習得させる。
自己啓発資料の送付
自己研鑽の意欲が高い人材の登用を行い、外部研修などにも積極的に参加させ、より広く、より深く資質向上に努め、相互支援による相互補完を目指しております。
自己研鑽の為、外部セミナーなどに参加するようにしている。
質のバラツキは致し方ない。努力する事で参加者の理解を得、より良いものにして行くしかない。
質のばらつきは容認せざる得ないので、MRの学習効果がばらつかないように復習用コンテンツ(解説教材・確認テスト)を充実させて補完する。
実質営業所単位で行っているため、実際はどのように進めているのか確認しづらい。
実務教育を行うに当たり、実施者間でばらつきが生じる
社外研修(スキル他)への参加や、社内研修にてトレーニングを行ない、レベルアップを図る。
社内で受講すべき認定センター主催の講習などの必修プログラムを整備する。もしくはMR認定センターがトレーナーについても認定制度を設ければよいのではないのでしょうか？
社内試験や勉強会を定期的実施し、トレーナーの質にばらつきがでないように対策をしている。
若手、ベテラン問わず、全員参加型のスキル研修を実施する。また、外部研修へも参加する。
主にトレーナーを安全情報管理部門が担当しているので、研修内容にばらつきがでないよう担当者間で事前に調整の上、決定する。
受講後のアンケートを実施することで、研修内容のブラッシュアップを図る。
集合教育で外部講師を依頼しており、時に課題はない。
集合教育を実施
上記理由により、トレーナー個人についての研修資料、製品教育資料作成等の作業が煩雑になり、仕事に追われ質の低下につながる懸念がありますが、質のばらつきがでないよう、トレーナー全員にモチベーションを高くもってもらい、日々自己研鑽に励むよう指導しております。
新しくトレーナーになった者に対しては、認定センターのセミナーに参加し、グループ内で報告とファシリテーションをおこなう。
新たにトレーナーになった方の簡易なトレーニングは実施し、センター主催のセミナーの案内はしているが、基本個人の裁量に任せている。トレーナーの質の定量化も含め課題は残ってしまっている。
新会社設立に伴う領域知識の向上・スキルUP

<p>新任トレーナーができるだけ速やかにトレーナー業務を円滑に実施できることが課題と考えております。対策として、現在も実施しておりますが、全トレーナーが研鑽できる「トレーナートレーニング」を実施し、今後も新任トレーナーはじめ部門として質の向上を図りたいと考えております。また、新任トレーナーには、ファシリテーション、プレゼンテーション等の導入研修パッケージを用意しており、今後も適時実施すべきと考えます。</p>
<p>専任1人での体制であるため、ばらつきが生じておりません。今後増員があれば検討しなければなりません。</p>
<p>専任トレーナーが不在で、学術・安全管理・各ブロック長による研修となっており深掘りができていない。解決するには人員不足である。</p>
<p>専任者がいない為、知識・経験の豊富な兼任者より、担当者への教育、及び外部研修受講を増やす。</p>
<p>全員ベテランであり、今のところ問題はない。</p>
<p>大きなばらつきはない</p>
<p>担当者が変わる事により質や視点が変化してしまう。薬剤師かMR経験があるかでも大きく変化する。トレーナー要件の明確化。</p>
<p>中途とはいえ、新入社員の場合、慣れない領域の研修ではQualityが落ちるため、研修のニーズや狙いを丁寧に説明した上でレクチャー頂くように月1回以上、マーケティング、メディカルアフェアーズ、営業戦略推進(研修担当)で打合せをして微修正している。また所属上長に相談し部署内で資質向上の取り組みを行ってもらうように働きかけている。</p>
<p>中途採用の研修担当者が多く、前職の職務内容によるレベルのばらつきの是正</p>
<p>中途社員が多いため、様々なスキルを有しており、それぞれの強みを活かしたコンテンツを作成、研修を実施している。逆に不得意分野に関しては、トレーナートレーニングを実施し現場に落とし込む際に差が出ないように工夫している</p>
<p>定期的なトレーナーの評価・フィードバック</p>
<p>定期的にチェックをしたり、意見交換をすることによって、互いに高めあう。</p>
<p>当社では支店のMR1名を教育専従者としており、継続教育のトレーナーをしています。毎月1回、教育専従者を集めて、継続教育の資料、伝達事項をレクチャーする機会を設け、ばらつきが少しでも小さくなるよう取り組んでいます。ただし、現状で十分とは言えないため、今後検討していきます。</p>
<p>当社では人数が少ない為、大きなバラツキはないが、セミナー等を通して質の平準化を設けるようにしている。</p>
<p>統一</p>
<p>統一したトレーナーコンピテンシーのようなものを用い、個々人が能力開発を行う。トレーニングチーム内で情報共有やベストプラクティスの共有を行う。</p>
<p>統一内容で目的意識を同一にした研修会の実施。</p>
<p>導入教育で、教育研修担当者を兼務している部署での研修(製品知識)においてトレーナーの質のバラつきがあったので、その旨を指摘し、その部署の長及び管理者で改善してもらったこととなった。部署の長が事前に研修内容を確認すると回答を得た。</p>
<p>特別なトレーナー教育はないので、社外の有料のセミナーや研修に積極的に参加させるようにしているが、適切な有償セミナーが少ない。</p>
<p>年4回の集合教育により、レベルの底上げを図る。</p>
<p>年に2-3回の機会を設けてトレーナー研修を実施(外部)し、インストラクションデザイン、ファシリテーションスキルなどトレーナーに必要な知識・スキル向上、また、担当領域関連学会参加、MR同行など学術知識や現場OJTなど実施しトレーナー資質向上に努めている。</p>
<p>部内でトレーナー向けのトレーニングを実施(TTT)</p>
<p>部内打ち合わせにてアンケート等を共有し、課題の解決に対して各人が努力している。</p>
<p>文献、医学書などによる知識向上に加え、社外セミナーを活用し、インストラクターのスキル向上に努める。</p>
<p>弊社では専従者がいないため、専門的な内容を各部門の協力を得て継続教育を行っている。そのため、インプットの方法にばらつきが出るため、継続教育実施後に改善点を要望できるような場を設ける。</p>
<p>本人および上司によって教育への認識に違いがあるため、継続してその重要性を訴えていく。</p>
<p>毎月、全MRを本社のある中野に集めて教育研修を実施し、内容を情報共有していることから、教育研修担当者の質のばらつきは少ないと考える。対策は考えていない。</p>
<p>模擬研修を行い、トレーナー間でお互いにアドバイス、フィードバックすることでレベルの底上げを図る。</p>

③第一線での実践展開
(2)とも関連するが、実践展開の質(深さ)、量(回数)ともにバラつきがある。MR年数や、領域経験年数の差もある。
「MR継続教育の進め方手引き」の理解と活用
「教育内容を医療従事者に十分届ける」ための課題と解釈し、記載します。営業部側と医療従事者への言い回しを継続教育前に折衝する。知識と伝え方をそれぞれのプロが考え、作成したコンテンツを研修用資料とし、MR自身が情報提供すべきポイント、言い回しを把握しやすくしたい。MR同行。
「研修の実施→現場OJT→成果確認→フォロー」のサイクルを研修担当者が現場で見ても考え学ぶ事が、研修担当者の資質向上に最も重要だと感じています。
5支社各担当研修トレーナーの育成
CSOのため、派遣先上長の評価で判断せざるを得ないため、密なコミュニケーションにより把握している。
MRがトレーニング後に実践できるよう、上長のマネージャーをトレーニングチームがフォローアップする
MRが困難な説明会やヒアリングを受託する事で現場感覚を養うとともに、MR業務の上位業務を行う事で研修担当者のモチベーション、自己学習意欲を高める。
MRが適切に現場で活動できているかを定期的上司/先輩がモニターするしくみを検討している。
MRとトレーナーの関係を構築し実践的展開について話しを伺い、随時他王しております。
MRとの同行を頻回に行っている。
MRより研修内容の希望を募り、計画へ反映する
MRレベル、研修現状を把握するため、トレーナーが支店、営業所の研修に参加、研修目的を説明、現場と共有化している。
MR育成の主たる責任者は1stラインマネージャーであり、教育研修担当者はそのサポートを行う役割であるが、明確な線引きがされていない。個々のMRへの育成方法は千差万別であることから、MRの育成における両者の役割を明確にし、指導事項を共有するようコミュニケーションを取ることを推奨している。
MR教育にて展開した情報等の実践状況を把握すべは、マネージャー同行による確認のみである。その確認方法を検討する必要がある。
MR成功事例を共有し、ロールプレイング研修を実施する。
MR同行やエリア会議から現場での課題を抽出し対応する。MRの活動状況の情報を共有し教育研修に生かす。
MR同行や各支店・営業所単位における会議への参加
MR同行を通しての現状及び新たな課題の把握と、その解決策を企画立案
OJTでのファーストラインマネージャーのDTLに対するコーチング(指導はやり方練習を実施しているが、フィールドでのDTLに関するコーチングに関しては現在取り組み始めている)
OJTによる実践状況の把握→研修への反映→OJTの繰り返し。
OJTや同行を増やす
インプットした内容が現場で活用しているかどうか、現場のマネージャーを巻き込んだ研修デザイン的设计。
エリアマネージャーも担当を持っている為、OJTが難しい。
スキル教育を行った際、外部講師に講義をお願いした際も、自社事例に落とし込んで考えるプログラムを組み込むようにしている。また、外部委託していたコンテンツの中で、内製化できるものは内製化をし、理論の習得や実践につなげるロールプレイなどで自社ケースを独自に作成するなどの工夫を行っている。学んだ内容を実務で活用することが重要と考えており、このような取り組みを行っている。
スキル研修 フォロー研修 活用表に基づく上長評価
そのMRは、分からなくてやらないのか、分かっているやらないのかの見極めが先ずは肝要と考える。前者であればインプットの強化。後者であれば本人なりの考えを聞き、「何故それが必要か」腑に落ちるまで話し、同行し、評価項目にも入れる。
タイムリーでよりリアルな事例研究を取り入れ、アウトプットに重点を置いたカリキュラムを発信し、マネージャーによる現場展開を実施しております。
トップMRの協力を得て、彼らの意見を取り入れた教育にする。同じ立場の者から教育を受けると、やってみようという気になるようだ。
トレーナーがMRとの同行時に、MRのコミュニケーションスキルを適切に評価し、フィードバック出来る様に、RPの評価表を元に、評価ポイントの目線合わせを行っている。
トレーナーに積極的にMRとの同行など現場の雰囲気や現実を体感してもらい現実味のある研修内容に出来るように取り組んでいる。MR目線に立ったMRが求める研修内容を目指している。
トレーナーの人数が少ないため、管理職のコーチング力を強化する必要がある
トレーナーの数が限られていることから、ラインマネージャー等へのTrain the Trainerをいかに展開できるか
トレーナーの目線合わせを定期的実施
パフォーマンス・ゴールの適切な設定と達成度の測定。行動(特に質の部分)の変化を測定する適切なKPI設定と継続的な測定。顧客視点でのFBの促進。
ブロックマネージャーの同行よりMR倫理への意識改革を行う。
ベストプラクティスシェアリングについて、どんな方法で共有しているか、他社の状況も知りたいと思います。

マーケティング部門によるロールプレイング及びプレゼンテーション研修の実施し、検証する。
マーケティング部門に製品研修担当者を配置することで、最新情報のアップデートを行っている。またOJTにおいてMRのスキルを客観評価するために、評価目線の誤差縮小を行っている。また、トレーナーと現場ラインマネージャーとの連携を密にしている。
まず人数を増やしたい
より現場でMRが実行しやすいように、どのように研修内容を落とし込んでいくかを、更に追求すべきと考える
以前は上司の教育的同行が少なかったが、環境の変化に対応するために同行の指示が出ている
意図しているところがわかりかねます。申し訳ありません。
医療関係者と直接お会いし、MRの資質向上のために問題点を洗い出しその改善努力を惜しまない。
医療機関が求めている情報を把握するためMRと同行し収集に努め、実効性のある教育研修に活用する。
医療機関訪問後、注文が取れたか否かがMRのモチベーションにつながっていて、教育内容が重要視されていないようです。
医療現場での体験学習
医療現場における情報提供および収集のスキルを測るものさしづくり。
医療現場のニーズに対応できるよう、医薬情報の収集と伝達を的確かつ迅速に行うようにする。
一定の成果はあったと考える。
営業会議に参加し、情報を共有している。
営業所長によって、教育への認識に違いがあるため、役割を与えて主体的に取り組んでいただく。
営業組織の専属マネージャーが居ない為、現場でのMR活動実態を正確に掴めてない現状。現場活動の実態把握体制の構築がまず第一歩。
課題:MRの人数が少ないため、実践で能力アップを図る機会が無い。対策:医療用医薬品は品目集約を検討中。
課題は、机上の空論にならず実践力をあげることを考えております。対策は、重要な研修後、上司管理のもと、学んだスキルを期日を設け実施してもらい上司の評価・コーチングを得る方法を取り入れております。今後は、時間が許される中で、トレーナーもMR同行を増やし、またヒアリングに努め、実践力の現状を更に把握していきたいと考えております。
解決したい課題がない
各MRの個人差は出てしまいがちで普段より各MRとは密に情報交換し全体へのフィードバックの早さを心掛けている
学術知識評価と売り上げが一致していない。コミュニケーション研修を増やす。
技能教育にチェック項目を設定
教育を担う担当者に営業経験がないものが含まれているため、同行などで実地の営業現場を経験する事によって更に効果的で実地に合った教育が実施可能と考えております。
教育研修指導者とMRとの同行を考えたい。
教育研修担当者が支店駐在して、営業所単位で実践している。毎月本社に集合して振り返りの情報共有や翌月の準備ディスカッションすることで全体共有し、更なる展開を図る。
教育研修担当者とライン長(第一線)との連携強化。
教育研修担当者による、知識・スキル研修後のフォローアップの実施
教育研修担当者のスキルアップ。講義内容を確認するため、研修担当者も講義を聴講し質の高いプレゼン能力を身に付けるトレーニングを実施する。
業務量との兼ね合いで今後検討します。
継続教育に関しては営業所長が担当しているが集合研修に関してはトレーナーが担当している
研修で学んだことをMRがいかに活用するかを課題としています。
研修で行った知識とスキルを適切に情報提供活動に応用して問題がない。
研修で実施した内容を現場でどう活用したか、フィードバックをあげてもらい仕組みづくりを続けることが対策になるかと考えます。フィードバックから成功事例を共有することで研修の意義を感じられるよう努めることも一手と考えます。
研修で修得した知識・スキルの実践度合いの確認と問題点の抽出。対応:OJTの充実。
研修で習ったこと、FAQに書かれていることを質問してくるMRが多い(医療者に回答する前の「答え合せ」ではなく、理解が十分でない様子)。知識習得を確認するためのテストやプレゼンを反復して実施。医療者が気づいていない患者さんのニーズまでも提案できるような、アウトプット研修の実施。
研修をどこまで実践できているか把握しきれていない。行動変化を測るKPIの開発、トレーナーによる継続教育参加による情報収集などを行う。
研修後のアンケートを新しく変更することを検討中。
研修実施後のMRの稼働報告を確認すると、研修内容を実践している内容であるが、全員ではない点や完全ではない点はある。研修後に実施すべき事象を宣言させること、次回研修時にその感想、気づきを発表させることを行いながら、より一層の実践展開を目指している。
研修実務だけでなく、医療機関での説明会を積極的に展開する。

研修情報グループとして毎月営業部単位の研修に参加しフォローし、事例報告なども求めている。
研修担当者が現場から離れて長いので、営業のマネージャーの意見・要望を積極的に採用している。
研修担当者もMRと同行し、直面している課題などについて情報共有を行うことで、その課題を解決できるような研修になるように努力している。また、研修後に再度同行を行うことで、研修内容についてさらなる改善を行っている。
研修内容にアウトプット研修を充実させて、販売情報提供活動ガイドラインに則ったディテールができるようにトレーニングを実施する
研修内容の成果確認を教育研修担当者が同行訪問などで確認することが望ましいが、時間的に難しく、現場マネージャーからの情報収集となってしまう。
研修内容を常に現場目線で活用できるものにアップデートする
現場に研修要望アンケートをとり、研修を現場で活用できる内容にシフトするよう取り組んでいる。
現場のニーズや現場の感覚が教育研修担当者では鈍い。MRと同行する機会をつくる必要がある。
今後、倫理教育資材を用いて、第一線の情報を収集し、フィードバックしていきたい。
座学中心の研修が中心であったために技能研修を積極的に取り入れております。また、一番鍵となる現場のマネージャーの研修にも注力しております。
昨今のようなMR不要論が出ている状況下での現場において、必要とされているMRの役割が明確ではなく難しい。
支店研修の見直し・検討並びにMR同行研修内容の立案を行う。
治療薬、検査用薬の販売スキルの定着
実践にそくした「テーマ」を考え、教育に組み入れたいと考えている。
実践前に、マーケティング部門、安全性部門、内部監査室とも連携し準備している
実践展開がどの程度行われているのか？どのような成果があったのか？確認するシステムがないのが課題。日報から行動が読み取れるように記載ルールを定着させることが必要。
実臨床の実際を知る機会を多く作る様に心がけている。
若手を中心にトレーナーが同行し、研修での学習内容の実践をサポートしている。モデルとなって進める場合や、実践後にフィードバックするなどMRのレベルに合わせた展開をしている。
習得状況がMR間で異なるため、格差を小さくするために、FirstLineMGRから研修成果を確認したり、研修後に営業所やチームでの勉強会（復習や習得したことを説明させたり、ロールプレイさせたり）でフォローアップする体制を整え習慣化してもらっている。医療関係者に情報提供した際の反応を共有して、より相手に伝わる伝え方やポイントにフォーカスした説明方法を共有してもらい、inputの内容をoutputできるようにしている。
所長レベルの研修・人材育成の理解と、業務の整理。
上司同行を強化する。
上長によるOJTからのフィードバックだけでなく、MKT、学術担当者自らが同行し、得られた情報を元に役立つ研修を展開する。
常に現場で何が課題になっているかを知るため、定期的にMR同行を組み入れ、部内で共有している
職制による対面研修の充実
新人MRとの同行研修実施
製造販売元なので、販社MRとの得意先医療機関への同行訪問を積極的に実施。
製品情報について教育を行う際には、実践的なトーク例も検討し、共有化を行う。また、各支店へ出向いて教育を実施し、現状の課題や問題点についてフィードバックを得る他、MR支援同行も行う。
製品政策とトレーナーの評価目標がリンクするように設定している。
説明会同行や支店の営業会議に参加することにより、現場の状況（ニーズ）を把握する。
前回実施した研修した内容が、第一線でどのように実践したか、またはできたかを次回研修時に聞き取り、教育研修担当者全員で共有化し、今後の継続教育にいかしている
双方向の研修（ロープレ）を多く取り入れる。
第一線＝営業現場と考えたときに、研修を研修で終わらせないためにも、営業活動まで落とし込んだ企画の立案や、現場の管理職への事前説明や研修終了後のフォローなど、研修とMR活動を繋げる企画立案を意識して組み立てている。
第一線での実践展開として、MRとの同行が有効と思われるが、トレーナーに人数に限りあり、特定のMRとしか実施出来ていない。
第一線で活躍しているMRを交えた研修や情報交換会を実施。
第一線の会議への参加や医療現場に同行することにより、現状を把握する。
第一線の展開に当り、事前に研修目的・内容を支店長・営業所長に事前共有することで、実践に関する理解を深めてもらうとともに、研修を主導する役割を担わせている。
担当者がMR経験が無いので実践に結び付く内容になりづらい。
短い時間でもいいので、研修の機会を増やす。
知識・スキル面は問題ないが、それらを出表する能力（資料作り）をもっと向上させたい。

定期的にプロジェクトマネージャーとの同行を行いOJTにおいて教育、指導をしている
当社では全体MR数が少ないので、上司等の同行が出来やすい状況であるので、このまま継続していく事にします。
当社の営業本部に支店・営業所はなく、MRは在宅による営業活動を行っている。教育研修担当者が第一線での実践展開を行っていくのは物理的に難しい。従って、上長の同行による指導が求められるが、基本的には各MRの力量に任されている。対策は考えていない。
同行訪問・同行指導の強化
日々MRを直接指導する上司、マネージャーと密に情報を共有すること。現場のMRの課題について共有すること。
必要に応じてトレーナーによるMRとの同行の実施。トレーニングゴールの実践状況について、アンケートによる評価を実施。
弊社は現場で活動するMRと本社の距離が近いので、MRが直面した問題をタイムリーに本社の各部門と共有することを意識し活動している。
毎月の研修前に連絡会を行ってはいるが、web実施、また時間の制約のため活発な意見が出にくい。研修資料の事前提示、グループ分けなども検討し、研修に対する見解の統一を図りたい。
模範プレゼン、ロープレ集を提示して実践を促す

④その他
MRが日々実践できるような研修内容とし、アウトプットを重視した時間とする
MRの本質を理解し、資質を向上させる研修の進め方などを学ばせたい。
MR同行ができておらず、現場の状況が把握できていない部分がある。COVID-19の状況次第だが、研修効果をあげるために今後は可能になり次第同行を行う必要がある。
MR販売活動ガイドラインのみならず現在のコロナ感染の影響もあり時代が大きく変化しようとしている。その中でMRがどのように医療に貢献できるのか、全員一丸となり取り組んでいる
PresentationSkillのアセスメントを年1回、研修担当者とMRが1対1で取り組むことを2年前から実践しています。一方通行にならず相手のニーズや反応に応じて適切に情報提供するためのプレゼンスキルは、毎年のアセスメントと良い点、改善点のフィードバックやリーダーチャートで強み弱みをわかりやすく提示しスキル向上に繋がるよう取り組んでいる。求める水準に達しない場合は再アセスメントを行い、最低限のプレゼンスキルを身に付けた状態で外勤に出てもらおうようにしている。対象は全MRで毎年全MRが受講する。スキルの高いレベルが維持されていたとしても健康診断的に受講をお願いしている。必ず気づきがあります。
お恥ずかしながら、組織として取り組む状態を構築する事が目下の課題という認識です。
ガイドライン等の情報を入手しトレーナーの資質向上を行っております。
クライアント先の研修担当との打ち合わせの機会が持てると良いと感じます。
トレーナーが互いに情報共有できるよう、Weekly会議を実施している。
トレーナーには、営業経験・医学薬学知識・その他幅広い見識が必要であるので、どうしても年齢が高くなる。現状では一線を退いた高齢者がトレーナーになることが多いので、30歳代の若手のトレーナーの育成が必要である。若い人材の育成と補填を推進していきたい。
メーカー同士、または、MRセンターを介して、積極的なコミュニケーションを多く展開することで、研修担当者を孤独にさせない事が重要だと常日頃から感じています。
ラインマネージャーに対するコーチング教育
リーダーシップ研修、マーケティング研修の実施
医師、医療関係者の求める質を正確に把握し、ギャップ分析しその部分を埋める事
営業現場の優秀な人材をトレーニングチームのメンバーとしてジョブ・ローテーションできるような仕組みを作る。トレーニングチーム内でもT.T.Tを継続的に行う。
外部、もしくはオンライントレーニングを中心とすることで、研修の質の安定化と効率化を図りたいです。
学習目標の設定、学習方略を立てる。他社の取り組み情報の共有等をいただけますと幸いです。
監督室や営業本部、安全管理部等関係各部署と連携を図り、MR活動における課題を共有化する。
教育研修に積極的な姿勢で臨むことが、とすれば営業面で食欲でないような雰囲気をまってしまう場合があります。MRの資質向上と営業面の両輪が回るには、営業の管理職との連携、相互の理解が必要と考えます。両方で自社のあるべきMR像を共有することが第一歩ではないかと考えます。
教育研修会社をグループ会社として作り、専門性の向上を図っている。
教育研修担当の経験者からMRの本質を学ばせるための研修の進め方などを習得させたい。
継続教育に対する現場のエリアマネージャーの理解度が低い場合があり、教育研修担当部門として、全エリアマネージャーや新任エリアマネージャーに対し理解を得るための機会をつくる。
継続教育実施後にアンケートを取ることでより改善すべき点がある場合には次回以降の継続教育に活かせるよう意見をまとめている。
研修による人材育成と人事部門による評価が連動していない点は組織として解決すべき課題。
研修内容が取扱い品目の領域に偏ってしまい、他領域については標準治療などの知識をアップデートできていない。MR認定試験問題の活用。
個々のMRに応じたアダプティブラーニングの具体化を課題とし、研修体制を大幅に見直した。具体的には学習の主体をMRにおくこととし、本部の役割を一律的な研修からMRが自ら学べる環境を整備することへシフトしていく。
今まで、MR継続教育においては、MR認定センター登録教育機関へ依頼し、年4回の教育を行ってきたが、自社内で教育出来る内容を組み入れ、2回は自社内で教育を行い、残り2回は、薬ゼミ等の教育機関で行うようにシフトしており、2021年度からは可能であれば、自社内で教育が出来る様にしたいと考えている。
事業毎に、教育研修体制にバラツキが有る。特に教育研修専従者がいない事業において、体制を含め、教育を抜本的に見直していく
疾病・薬物療法担当部署と薬庫、医療制度担当、スキルトレーニング担当の部署が異なるため、統合を目的とした定期的打ち合わせを実施。
社外の各種研修会・セミナーへ参加することや、教育研修担当者が自己研鑽すること。
小規模でやっているとどうしても教育は大変で片手間になってしまう。講師の問題というより講師への負担が大きい。
新型コロナウイルス感染症の影響を受けて、集合研修ができない状態が続いているため、積極的に個人学習を取り入れていく。今後、教材の選択、作成、評価の方法などを検討する必要がある。
新人育成は会社の文化を真っ白な人に植えつける時期のため、愛社精神のあるスタッフでないといけない。多少知識がなくてもはえ抜きの方が良い気がする。
人事担当者の認識。専門部署に相談もなく、トレーナーを交代させるため、日ごろからのコミュニケーションを積極的に行う。

製薬企業の医療における貢献度が低くみられ、行動規範モチベーションの上がないMRが多い。新薬開発を担う各部門担当者と同様、承認された既存医薬品の情報提供収集を担うMRの役割の重要性を常に世の中に発信する。MRセンターも一役を担って頂ければ幸いです。
中小企業のために教育研修担当者は他業務を兼任しているため、同じ境遇の他の企業がどのような対策をとっているのか知りたい。
当社では、他社に比べ小さく、人も少なく研修制度が劣っていると思います。他社の事例や研修内容等を参考にし、研修レベルを上げようと思います。
弊社では業務が多様化しているため、それぞれに合った継続研修受講の方法を企画・運営するのが難しくなっている。遠隔受講システム等を活用し、なるべくフレキシブルに対応できるようにしている。
弊社は腎領域(高尿酸血症)に特化しており、特にその中でも『ULTエキスパート認定制度』を導入、現在23名のMRが『ULTエキスパート』として活動している。それにより、他のMRのモチベーションも上がってきており、今後も続けたいと考えている。
目指すべきゴールの共有(トレーナー間で差が出ないように)