

MR の資質向上を目指した
継続教育の充実について

継続教育検討委員会の検討結果報告書

2018 年 2 月

公益財団法人 MR 認定センター

MR の資質向上を目指した
継続教育の充実について

継続教育検討委員会の検討結果報告書

1. はじめに

MR 認定制度は 1997 年 12 月に第 1 回 MR 認定試験を実施してから満 20 年を迎えた。これまで延べ 15 万人が MR 認定試験を受験し、12 万人を越える合格者を輩出した。現在は約 6 万 3 千人の MR が活動しており、認定証の取得率は 96.8%である（2017 年版 MR 白書より）。

公益財団法人 MR 認定センター（以下「センター」という）は、MR に対する教育研修に関して必ず実施すべき基準として「MR 教育研修要綱」を定め、MR 認定制度を推進することで MR の資質向上を図ってきた。MR 認定制度は医療関係者からも一定の評価を受けるとともに、他の医療関連業界でもこれを参考に認定試験制度が実施されるなど、認定制度の成功例として評価されている。

近年、医療を取り巻く環境は激変しており、医療機関への訪問規制の強化、業界ルールの厳格化などから MR と医療関係者との接点が減少するとともに、ICT の発展や、医療関係者からの期待に応えられない一部の MR に対する批判などから、MR 不要論が囁かれるようになった。しかしながら、今後ますます医療は高度化し、患者個々のニーズに対応した個別化が進む中、革新的な医薬品が誕生する一方で、品質が高く使用性や経済性に優れた後発品等が浸透していく。医薬品を適正に使用するには科学的根拠に基づく最新の情報を伴う必要があり、医薬情報の提供、収集、伝達を担う MR の果たすべき役割はますます大きくなる。そこで、MR が医療関係者から信頼され、薬物治療のパートナーとして医療の一翼を担うために、センターは日本製薬工業協会、日本ジェネリック製薬協会の協力を得て、2017 年 3 月に「MR の果たすべき役割」を改訂し、MR の役割と使命を再度徹底した。

センターは、これまで MR テキストの発行や MR 認定試験の実施など MR 認定制度の推進を通じて MR の資質向上に努めてきた。今回、継続教育の充実策を検討するために、「教育研修委員会」の下部に『継続教育検討委員会（以下「委員会」という）』を発足させ、継続教育のあり方について検討を重ねた。委員会にて検討した結果を本報告書として取りまとめたので、教育研修委員会に答申する。

2. 委員会の発足

委員会の委員は製薬企業等に属する企業委員と、医師、薬剤師等の外部委員で構成することとし、企業委員は公募した。公募は2016年11月21日付MR認定センター発124号にて行い、応募期間を2016年12月1日から2016年12月22日とした。18社19名から応募があり、事務局が応募者全員と面接をした結果、企業委員を8名選定した。委員は以下のとおりである。

継続教育検討委員会委員

委員長 竹内 義明*	昭和大学 医学部 消化器内科 准教授
高柳 理早*	東京薬科大学 薬学部 臨床薬効解析学教室 准教授
若林 進	杏林大学医学部付属病院 薬剤部医薬品情報室 薬剤科長補佐
水 八寿裕	(株)実務薬学総合研究所 教育事業部長
田中 徳雄	日本製薬工業協会 常務理事
川野 明弘	アステラス製薬(株) 営業人材開発部営業研修グループ グループリーダー
浅田 育子	アルフレッサファーマ(株) 学術情報部
青木 広治	MSD(株) プライマリケア千葉営業部 糖尿病領域マネージャー
能勢 新吾	クインタイルズ・トランスナショナル・ジャパン(株) トレーニング部 マネージャー
柳谷 祐樹	興和創薬(株) 教育研修部 研修第一課
眞鍋 良弘	武田薬品工業(株) 営業教育部 東日本適正情報推進室
水野 正巳	第一三共(株) 研修情報部 営業人材研修グループ グループ長
小島 章利	大日本住友製薬(株) 神戸支店 神戸第1営業所

なお、竹内委員長と高柳委員は、教育研修委員会委員との兼任である。

3. 委員会での検討の枠組み

MRの更なる資質向上のためにはMRの教育研修を充実する必要がある、継続教育の充実策を検討した。委員会では、MRが本来の役割・使命（ミッション）を果たし、将来ビジョンに到達するにあたって不足している資質を抽出し、その解決策を検討した。MRのミッションは「MRの果たすべき役割」で示しているので、以下の順で検討することとした。

- ①MR活動の現状を認識する
- ②MRの将来ビジョンを設定する
- ③ビジョンと現状のギャップを問題として抽出する
- ④課題を設定し、その解決策を検討する

4. 委員会の開催状況

委員会は以下の日程で、1回2時間（17：00～19：00）開催した。

委員会開催日程

第1回	4月18日（火）	委員会活動概要 MR活動の現状の問題1
第2回	5月23日（火）	MR活動の現状の問題2 MRのビジョン検討1
第3回	6月20日（火）	MRのビジョン検討2 課題の設定1
第4回	7月25日（火）	課題の設定2
第5回	9月19日（火）	解決策の検討1
第6回	10月17日（火）	解決策の検討2
第7回	11月14日（火）	まとめ
第8回	1月23日（火）	報告書案の了承

5. 検討結果

1) MR活動の現状

MR活動の現状について共通認識を図った。

(1)MR活動と倫理観

MRの知識レベルは以前に比べて向上し、特にオンコロジーの領域では専門性は高くなっている。しかし、一部には倫理面では問題が指摘されることもある。知識だけでなく倫理面もレベルアップし、高度複雑化、専門化している医療に順応できるMRを目指さなければならない。

製薬企業は営利を目的としているが、製品として扱う医薬品は患者の生死やQOLを左右する。MRは営業成績と適正使用の推進という2つの使命を抱えており、そのバランスをとることに苦慮しているが、医療関係者から「安全性に比べて有効性に偏って情報提供している。良いことしか言わない」と見られることが多く、医療のパートナーとして認められていない現状がある。

医療のパートナーでなければMRに面会する必要はないと考えられるなど、訪問規制はさらに厳しくなっている。訪問規制により訪問頻度が減少すると面談の際にMRはより成果を求めて有効性を中心とした情報提供になり、MR活動が悪循環に陥っている。MR活動が悪循環に陥っているのは、そこに何らかのインセンティブが働いているからであって、そのインセンティブがどう働き、どのような行動につながっているのかを考えるべきである。

(2) コミュニケーション能力

「MR は良いことしか言わない」「一方的に言いたいことだけを伝える」などの批判は、コミュニケーションにおいて医療関係者から情報を入手できていないことも一因すると考えられる。MR が医療関係者のニーズに合致した情報提供をするには、傾聴や共感などのコミュニケーションスキルを向上させることが重要である。一定程度の症例情報を入手できなければ症例に応じた提案は困難であることから、コミュニケーションスキルの修得は重要である。

なお、副作用情報の収集については医療関係者からの報告を待っているイメージが強いが、これは入手した副作用情報を単に会社に報告しているだけである。収集をするならば情報を能動的に取りに行く行動が必要である。

(3) マネージャーによる指導

教育研修を実施している期間は知識、スキル、倫理観の習得状況を教育研修担当者が把握できるが、現場に送り出すと所課長など現場のマネージャーがスキル、倫理観を日常業務の中で指導しなければならない。MR の問題はマネージャーの問題でもある。マネージャーは多くの部下を抱えていても、MR に対する教育指導は重要な職務である。

なお、公正競争規約やコードなどのルールの解釈は難しく、MR だけでなくマネージャーも細部まで理解できなければ判断を誤る可能性があり、マネージャーが率先して取り組む姿勢が必要である。

2) MRの将来ビジョンの設定

MR の将来ビジョンを設定するために必要な要件を意見交換し、次のようにビジョンを設定した。

「患者志向に立った医薬情報の提供・収集・伝達活動を通じて、医療関係者から信頼されるパートナーを目指す」

このビジョンの設定の背景は次のとおりである。

(1) 適正使用の推進

今後 MR のあり方が変化し、医療関係者との face to face でのコミュニケーションのとり方は変わる可能性があるが、適正使用をさらに高めていくという役割は絶対に変わらない。医療においてリスクマネジメントが重要であることから、MR から提供される情報で特に医療関係者から求められているのは、安全性情報である。

(2) 地域医療への貢献

MR は幅広い情報収集力を強みとしていることから、地域に関する医療データなどを活用して担当地域に即した情報活動を行うことができる。これに

より、MRは地域医療に貢献することができる。

(3) チーム医療との関わり

MRは患者と接することがなく医療従事者でもないので、チーム医療の一員として位置づけることは難しい。そのため、MRは科学的根拠に基づいたデータを的確に伝える能力を活用して、チーム医療のサポーター、パートナーとしての立場がふさわしいと考えられる。MRが医療関係者から積極的に情報提供を求められるぐらいの信頼関係が構築されることが望ましい。

なお、MRはチーム医療の外側から、医療従事者とは異なる目で医療を見ることができることから、医療関係者に対して気づきを促したり、提案することができる。サポーター、パートナーとしてのMR像は、他職種からも情報を入手した上で、ニーズや治療ゴールを確認し、その支援のために情報活動を続けることである。

(4) 患者理解・患者志向

個別化医療が進む中で、患者個々の症例における治療戦略を立てる上でMRの役割は今後さらに重要になる。MRは患者の治療や生活、気持ちや思いなどを理解した上でそれに寄り添う提案をすることが求められる。薬剤師の世界では、「対物から対人へ」という言葉が使われる。かつて薬剤師は薬というモノを供給することが仕事とされてきたが、今では患者に会ってケアに関わろうという意味でチーム医療に加わっている。MRも患者にもっと目を向ける必要がある。

MRは医療関係者のサポーターやパートナーであるべきだが、その先に患者がいることを忘れてはならない。

3) 問題の抽出

現状と将来ビジョンのギャップを問題として認識し、以下のとおり問題を抽出した。

(1) 患者に対する意識の不足

かつてMRが廊下に立って並んでいることが患者の目に留まって、投書などの苦情が挙がったことがあった。最近では患者向け駐車場をMRが独占し、昼間にエンジンをかけっぱなしで車内にいるということもあった。社会常識やマナーも含めた倫理観の欠如によってMRが批判の対象になっているのは事実である。

製品説明会は一方向的な内容で、自分たちの言いたいことだけを喋って終了するというケースが散見される。製薬企業は営利企業であり販売計画があることから、企業はどうしても製品をいかに処方してもらうかという研修に比重が置かれることが多い。その結果、医療関係者の目線やニーズ、患者目線

が抜け落ちてしまっている可能性がある。また、MR 活動は自社製品の普及に注力するあまり、医師がどのような患者を診ているのかを把握できていないケースもある。

いずれにしても、MR は処方獲得に関心が向き過ぎて、患者を中心とした情報を扱っているという意識が足りないのではないか。

(2) 基礎的知識の低下および臨床知識の不足

MR は製品の研修は十分に受けているが、経験年数とともに MR 認定試験で勉強したはずの基礎的な知識が抜け落ちることもある。また、臨床検査値などを聞いても患者像がイメージできないこともあるなど、臨床に関する知識が不足しているのではないか。

(3) コミュニケーションスキルの不足

MR の情報収集活動は十分に機能していないケースもあると思われる。医療関係者の情報、患者の情報、地域の情報を正しく把握できておらず、また副作用情報等の収集についても十分とはいえないのではないか。これは、主に2つの原因が考えられる。

①MR が自社製品の普及に注力するあまり情報収集が疎かになっている。

②コミュニケーションスキルの不足によって情報収集ができていない。

なお、コミュニケーション不足は、知識不足による自信のなさも一因と考えられる。しっかりとした知識を習得していないために質問されても答えられず、自分の言いたいことだけを言っているケースもあるのではないか。

(4) 安全対策の不徹底

RMP（医薬品リスク管理計画）は、信頼性保証部門は注力しているものの営業部門において軽視される傾向があるのではないか。RMP を理解していないMRが多いのは事実であり、企業の責任である。また、添付文書は患者基点で記載されたものであるが、MR は警告や禁忌を頭に叩き込んで添付文書の説明を十分できていないのではないか。

4) 課題およびその解決策の提案

企業の継続教育の取り組みについて問題点を抽出した後、課題として「知識」「スキル」「倫理観」を設定した。なお、5月に教育研修責任者および教育研修管理者を対象にアンケート調査を行い、この結果を委員会で共有し、課題の設定の参考とした。アンケート調査結果は巻末の参考資料に示す。

(1)知識の向上

①基礎知識の維持

医薬品の情報は基礎知識を持ってこそ有用になるが、経験年数とともに低下するので、基礎知識のリマインドとブラッシュアップは継続教育で欠かせない要素である。基礎知識の習得度をチェックするために、企業は自己確認テストを定期的実施する必要がある。

なお、補完教育の出題範囲は MR テキストであるが、受講者からは「補完教育の対象者だけでなく、通常の継続教育を受けている MR にも義務化したほうが良い」「生涯教育として大変良い機会だった」「定期的にこのような学習が必要である」などの意見が寄せられており、MR テキストの内容は基礎知識のリマインドに効果的である。

②臨床知識の強化

導入教育はインプットの学習がメインだが、継続教育では現場を踏まえたものとして、アウトプットを重視しなければならない。また、患者志向を強化するためにも、医療関係者とともに科学的根拠に基づいて患者のことを考える力をつける必要がある。知識教育の内容は製品基軸になりがちなことから、臨床に関わる疾患・病態などの知識を強化する必要がある。また、全人的医療に通じる「ポリファーマシー」「フォーミュラリー」などの知識も強化する必要がある。

MR 白書によると小規模の企業はトレーニングが負担であるとか、共通した最低限レベルが掲載されたコンテンツがあると助かるという意見が多数あるので、センターは共通の資材の提供を検討する。なお、テキストという形式になるとコンテンツの問題や企業の経済的負担も大きいことから、テキストというよりもマニュアルやガイドのようなものを示すのも一案と思われる。

(2)スキルの向上

①スキルのマニュアル化の必要性

コミュニケーションにはマインドとスキルがある。患者目線はマインドに相当するが、マインドがあってもスキルがなければコミュニケーションは成立しない。医療関係者が難渋している症例に MR が解決につながる提案ができることが理想である。MR が医療関係者の現状を把握できなければ医療関係者の抱えている課題は見え、課題の解決策も提案できない。

コミュニケーションで重要なことは意思の疎通ではなく、価値観の共有である。医療関係者と価値観を共有することで医療関係者の考えが表出され、期待に応えることができる。

MR が医療関係者と面談する際に求められるスキルは大きく2つある。顧

客情報を収集するスキルと、適正使用情報を的確に伝えるスキルである。顧客情報を収集するスキルとして、「オフィシャルな情報の収集法」「質問力」「聴く姿勢」「共感力」の4つがあり、医療関係者を軸にして物事を考える必要がある。また、適正使用情報を的確に伝えるスキルは、「得られた情報から顧客ニーズの仮説を立てる技術」「顧客軸で話法を構築する技術」「伝える技術」の3つである。これらの技術はすべてMRに共通するものであることから、マニュアル化を検討する。

センターは2009年（平成21年）2月に「MR継続教育ガイドライン」を継続教育の手引書として作成し、頒布した。しかしながら、現在は「MR教育研修要綱解説書」の付録としていてもほとんど活用されておらず、存在を知らない教育担当者が多い。改めて見直すと「MR継続教育ガイドライン」に記載されている内容は、企業が継続教育を実施する際に役立つものであり、企業の教育研修担当者が継続教育を実施する際に参考となるものである。ただし、センターは企業に対し継続教育の方法や内容などについて強制力を発動する立場にないので、「MR継続教育ガイドライン」は名称を含めて見直す必要がある。

②企業によるスキル教育の推進と評価の実施

有害事象情報の収集と伝達は製薬企業として必ず行わなければならないことである。有害事象関連情報を聞き取る技術や、転帰、処置法などを迅速かつ確実に伝える技術に関する研修は、各社必須で行うべきである。

なお、スキルの習得度は試験では測れないため、企業が責任を持って教育し評価する必要がある、センターはその支援を検討する。

(3) 患者志向および倫理観の醸成

①患者を理解するための学習の強化

MRが医療関係者から信頼されるパートナーになるためには、症例ベースのオーダーメイドの提案ができる必要がある、患者のことをよく理解できなければならない。そのためにも、患者の症状や副作用の程度などを十分に学習する必要がある。

最終的に患者の役に立つ情報提供であったかどうかは、医療関係者を通じてわかることである。患者目線を突き詰めると、医療関係者とのコミュニケーションを円滑にすることである。なお、MRは臨床の場に入りたくても入ることができないので、一部の企業で実施している臨床での実習や、医療ボランティアへの参加、模擬患者や擬似患者の体験などが患者を理解するための有効な方策と考えられる。

②倫理教育の充実

センターでは、MRの倫理観を「医療に関わる者としてふさわしい態度・行

動」と定義している。倫理は、「人の倫理」「医療の倫理」「職業倫理」の3つに分けられる。MR活動で最も尊重すべき倫理は「人の倫理」であり、患者志向もこれに該当する。まずは「人」としての態度や行動、立ち居振る舞いができなければ医療関係者だけではなく、社会からも認められない。また、ほとんどの製薬企業の企業理念には「患者」という言葉が入っていることから、企業理念の追求をMR活動に落とし込んで教育することが倫理教育を行ううえで重要である。

なお、倫理教育は講義で教わるものではなく、繰り返し自ら問いかけ自ら見つめなおすことである。倫理そのものを正しく理解することに加え、常に倫理観を問い続ける姿勢を持ち続けることが重要である。また、MRは上司の背中を見て育つので、マネージャーにも倫理観を醸成する必要があり、マネージャーが継続教育における倫理教育をリードする必要がある。

(4) 全体を通して

倫理観を持ってきちんとした立ち居振る舞いができてもMRとして必要な医学、薬学の知識がない、あるいはこれを的確に伝えるスキルがなければ、医療関係者から信頼されるパートナーとして相応しくない。知識、スキル、倫理観はどれも欠けてはいけない要素であり、これらを融合してMR教育に当たる必要がある。

先にMRの現状が負のスパイラルという悪循環に陥っていると示したが、『知識を習得することで自信が持てるようになり、「患者の役に立ちたい」というマインドが醸成され、医療関係者と話をしたいという前向きな行動になる。そうすると医療関係者と面会するとディスカッションができるようになる。その結果情報を収集でき、さらに知識を得たいと意欲が高まる』という正のスパイラルにすべきである。

企業の規模や製品構成によって継続教育のやり方は異なるかもしれないが、適正使用の推進や副作用情報の収集はMRの責務であり、それに関わる資質向上は企業の大小に関わらず、共通の課題である。

なお、患者志向になることと、営業成績を上げることを天秤の両方にかかっているイメージを持っているMRがいるが、自社製品の適正使用を推進して普及する活動は、患者のためであり企業の売り上げにも結びつく同心円のものである。こうした意識を持たなければならない。MRは販売計画を持っているが、適正使用した結果として営業成績がある。

5) 提案および今後の検討

上記のとおり、MRの現状、MRの将来ビジョンの設定、問題の抽出、課題の設定と解決策を検討した。これらは、今後の企業における継続教育の進め方の参考になるものと考えられる。

委員会としての具体的な提言を以下のとおりとした。

■提案1

MRが導入教育で習得した基礎知識を維持するために、継続教育においても定期的に基礎知識の習得度を試験などによって確認を行い、必要に応じて「MRテキスト2018」を活用することを推奨する。

■提案2

継続教育において患者志向に基づいた臨床知識の教育を強化するために、センターは今後企業の協力を得て、共通した資材のコンセプトや内容を検討し、「継続教育用資材（仮称）」の作成を目指す。

■提案3

「MR継続教育ガイドライン」の内容を見直して「MR継続教育の進め方手引き（案）」と名称変更をして改めて企業に周知させ、活用を促す。

■提案4

今後「MR継続教育の進め方手引き（案）」の活用状況や企業の要望等を考慮して、内容の継続的な見直しを検討する。

以上

「継続教育に関する調査報告書」

2017年 7月
公益財団法人MR認定センター

目 次

調査概要について

1. 目的	1 頁
2. 実施方法	1 頁
3. 実施期間	1 頁

I. 属性

1. 在籍MR数	2 頁
2. 所属企業の業態	2 頁
3. MR経験年数	2 頁

II. 継続教育に対する考え

1. 継続教育のMRの資質向上への寄与	3 頁
2. 継続教育における「基礎教育」のMRの資質向上への寄与	3 頁
3. 継続教育における「実務教育」のMRの資質向上への寄与	3 頁

III. 継続教育の進め方について

1. 継続教育コンテンツ（教育研修資料）の作成	4 頁
（自由記述）資料を作成する部門	4 頁
2. 継続教育の活用状況の確認方法	4 頁
（自由記述）その他の具体的な確認方法	4 頁
3. 継続教育のうち不足を感じる内容	6 頁
（自由記述）その他の具体的な内容	6 頁
4. 継続教育の不足を補うための取り組み	7 頁
（自由記述）その他の具体的な取り組み	7 頁
5. 継続教育を充実させるための取り組み	9 頁
（自由記述）その他の具体的な取り組み	9 頁
6. （自由記述）多様化・高度化する医療の一翼を担うMR育成の最優先事項	10 頁

調査概要について

1. 目的

MRの果たすべき役割は、高い倫理観に基づき、患者の立場から「薬物治療のパートナー」として医療の一翼を担い、社会に貢献することにあります。MR認定センターではMRとして求められる資質を「倫理観」「知識」「技能」として教育研修要綱に定めています。「薬物治療のパートナー」として医療の一翼を担い、社会に貢献するためには高い資質が求められています。

センターではMRのより高い資質の向上について検討する目的で「継続教育検討委員会」が立ち上がりました。より高いMRの資質を具現化することについて教育研修管理者の皆さまから現状の継続教育の取り組みについてお伺いし、課題や問題点を抽出したいと考えています。

2. 実施方法

Web調査

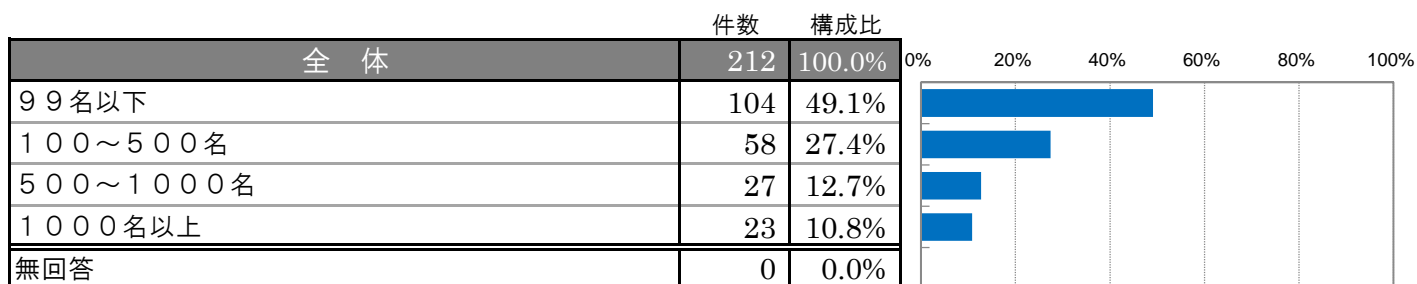
無記名アンケート

3. 実施期間

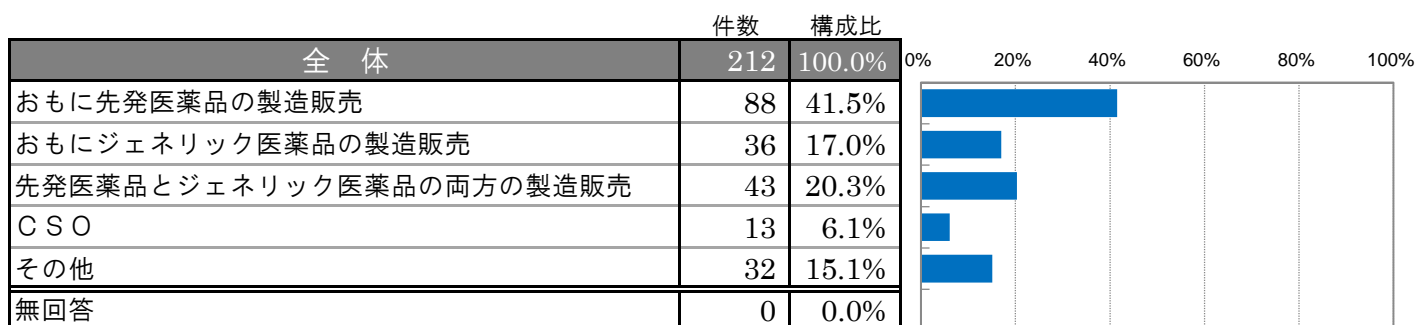
2017年5月8日（月）～2017年5月31日（水）

I. 属性

1. 在籍MR数



2. 所属企業の業態



3. MR経験年数

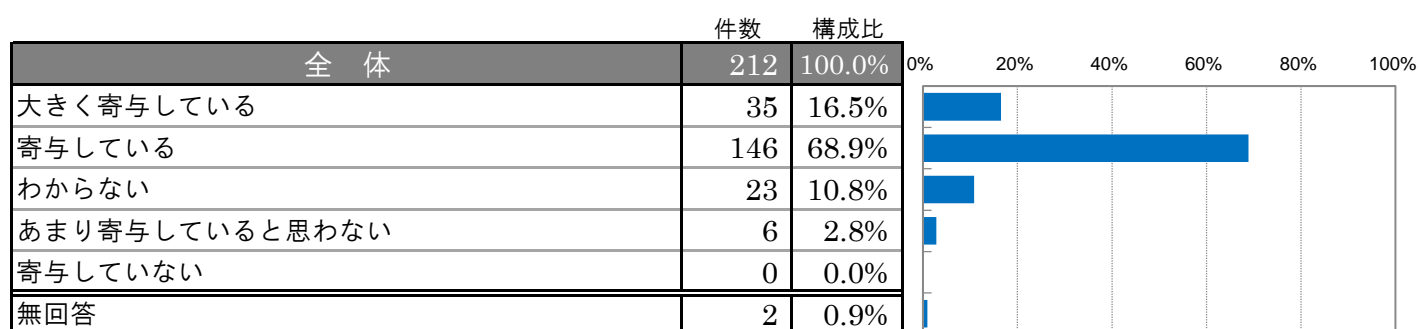


Ⅱ. 継続教育に対する考え

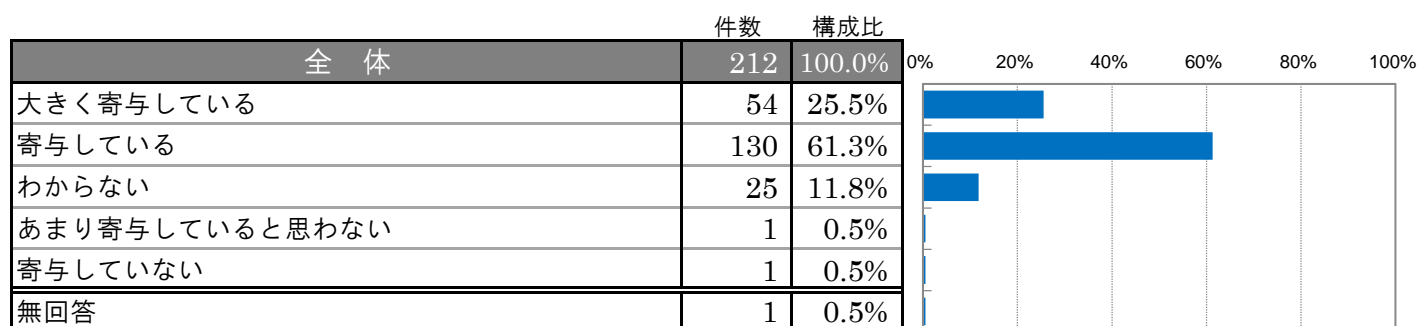
1. 継続教育のMRの資質向上への寄与



2. 継続教育における「基礎教育」のMRの資質向上への寄与



3. 継続教育における「実務教育」のMRの資質向上への寄与



Ⅲ. 継続教育の進め方について

1. 継続教育コンテンツ(教育研修資料)の作成

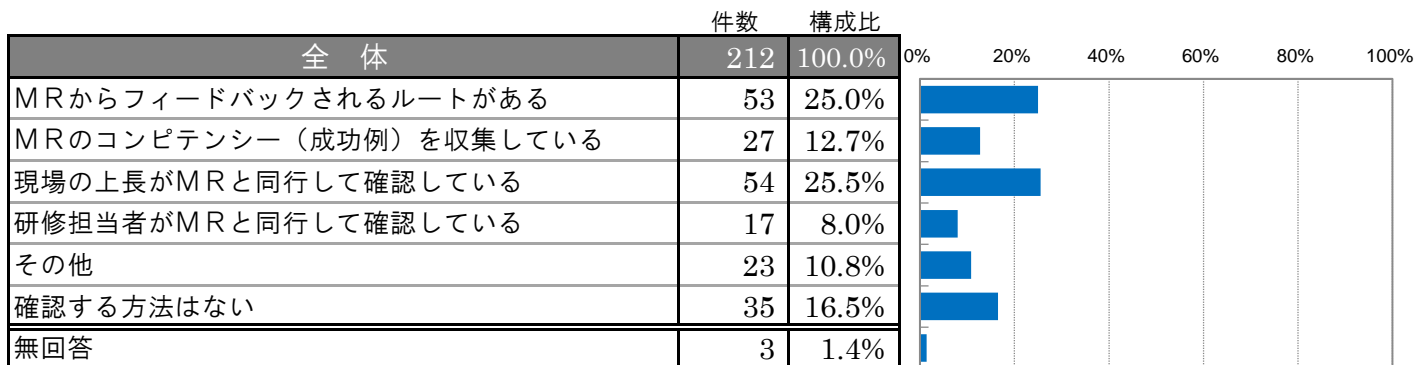


「一部は他の部門が作成している」と回答された方
資料を作成する部門

■主な回答内容

- | | |
|---------------------|----------------------|
| 1. 安全管理部門：29件 | 5. 研究・開発部門：3件 |
| 2. 品質保証部門：7件 | 6. 薬事・PMS部門：8件 |
| 3. 営業・マーケティング部門：34件 | 7. 人事・コンプライアンス部門：20件 |
| 4. 学術・MA部門：14件 | 8. その他：3件 |

2. 継続教育の活用状況の確認方法



「その他」と回答された方
その他の具体的な確認方法

■主な回答内容

- | | |
|-------------------------|---------------|
| 1. アンケートの実施：7件 | 5. 確認テスト：4件 |
| 2. 活用状況を確認する会議・面談がある：8件 | 6. 外部評価の取得：2件 |
| 3. 成功例の共有：2件 | 7. その他：1件 |
| 4. 日報・週報などから収集：5件 | |

以下、実際の記述内容より一部掲載

1. アンケートの実施 : 7件

MRを対象にアンケートを実施している。

研修アンケートなどで収集している。

年1回アンケートを実施。

アンケートなど。

アンケート（同一記述 3件）。

2. 活用状況を確認する会議・面談がある : 8件

プロジェクトマネージャーの面談等。

営業部会議で研修でインプットした内容の活用状況を確認。

教育内容を営業活動に活かせたかどうか教育内で検討してもらっている。

MRの代表メンバーと研修内容について意見交換。

自社上長からのフィードバック。

集合研修時に収集。

MRからの当部門への個別の質問。

クライアント上長からのフィードバック。

3. 成功例の共有 : 2件

成功事例共有。

成功例の発表等。

4. 日報・週報などから収集 : 5件

MRの日常報告から確認している。

S F Aで確認。

週報にて報告される。

日報にて確認。

日報による確認。

5. 確認テスト : 4件

テストの実施。

年に1回知識・スキル・マインドに関するアセスメントを実施しています。

予習範囲を予め指定し、確認テストを行う。

MR自身が学んだ内容を発信する際に確認の一報を入れる。

6. 外部評価の取得 : 2件

外部業者によるリサーチ。

顧客に対する定期的・継続的なサーベイ（メーカー主導でなく外部業者主導で行う＝ニュートラルな評価）。

7. その他 : 1件

1～4全て。

3. 継続教育で不足を感じる内容

全体	件数	構成比
基本的な医学・薬学知識	70	33.0%
製品知識	24	11.3%
コミュニケーション能力	94	44.3%
倫理、社会的使命	35	16.5%
法規・制度などの知識	80	37.7%
医療関係者の仕事内容など臨床現場の知識	89	42.0%
患者や家族のくすりに対する不安や期待	72	34.0%
医療機関が取り組んでいる医療安全などの取り組み	76	35.8%
MRとしてのふさわしい行動	20	9.4%
実際に医療関係者からよく質問される内容とその回答例	41	19.3%
その他	4	1.9%
無回答	3	1.4%

「その他」と回答された方 その他の具体的内容

■主な回答内容

1. スキル : 2件
2. その他 : 2件

以下、実際の記述内容より一部掲載

1. スキル : 2件

- セーリングスキル。
- 問題解決力。

2. その他 : 2件

- 業界の動向。
- 逆に、毎月の教育ボリュームが多過ぎている場合があります。

4. 継続教育の不足を補うための取り組み

	件数	構成比
全体	212	100.0%
継続教育の方略を工夫する	138	65.1%
積極的にMRの意見を収集する	74	34.9%
マーケティングなど、他部署と綿密な調整をして連携を図る	75	35.4%
営業所長の支援を促す	62	29.2%
その他	25	11.8%
無回答	3	1.4%

「その他」と回答された方 その他の具体的な取り組み

■主な回答内容

- | | |
|-----------------|-----------------------|
| 1.外部意見・知識の取得：5件 | 4.ロールプレイ・アウトプットの充実：3件 |
| 2.実臨床の現場を学ぶ：8件 | 5.その他：10件 |
| 3.OJTの推進：4件 | |

以下、実際の記述内容より一部掲載

1. 外部意見・知識の取得：5件

- クライアントからのフィードバック。
- 外部業者に相談する。
- 外部研修。
- 外部研修施設等の利用。
- 外部講師の招聘。

2. 実臨床の現場を学ぶ：8件

- 患者さんのご講演を研修に取り入れる。
- 患者さんの声を聞く姿勢を大切にする。
- 業者作成の一般医学知識のコンテンツを取り入れる。
- 講師招聘。
- 実臨床の土俵に乗る（医療の一翼を担う）＝MRがメディカルスタッフとして認知される。
- 病院研修。
- 臨床現場における研修の仕組み作り。
- 社内医師の積極的活用。

3. OJTの推進：4件

- MRとの同行。
- OJTで補完する。
- OJTを工夫する。
- 上司同行。

4. ロールプレイ・アウトプットの充実：3件

- アウトプットトレーニングの遂行のサポートが必要。
- ロープレ訓練。
- ロールプレイング等のアウトプットの時間を確立する。

5. その他 : 10件

プロジェクトマネージャーからの指導の強化。

We b を利用してのミーティングを開催し、どのような知識がさらに備わっていれば医療関係者とのコミュニケーションが円滑に進められるのかを確認し研修に活かしていく必要がある。

営業所がないため、月1回の営業部会議でしかMR同士で顔を合わせる機会が少ない。
営業部会議で研修の時間をしっかり取る。

学習する項目（スキルや臨床現場の知識等）を増やす。

製品軸だけではなく疾患ガイドラインの教育。

I T コンテンツの充実。

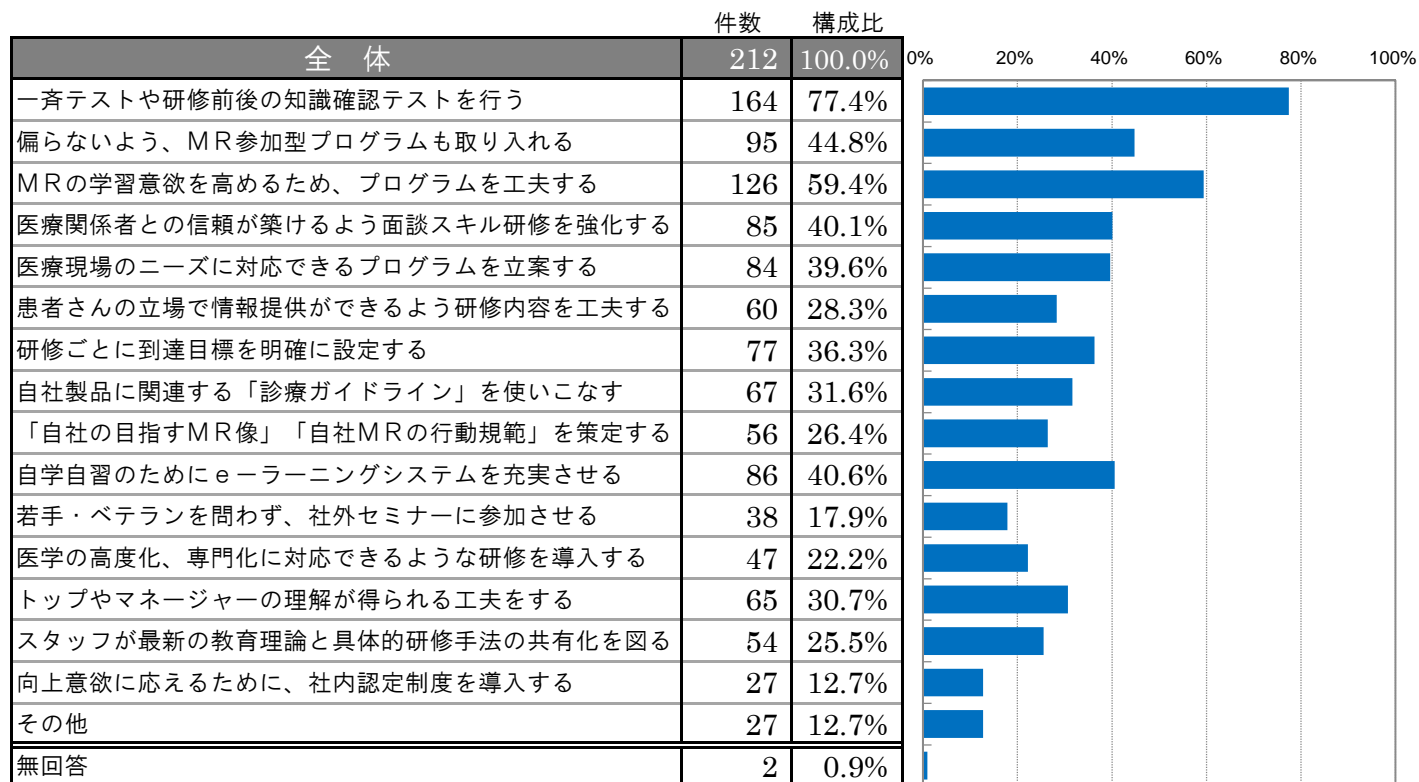
くすり相談からのF A Q。

医療機関・患者からの質問への対応を情報共有する。

資料提供。

教育担当者のインプット時間の確保。

5. 継続教育を充実させるための取り組み



「その他」と回答された方

その他の具体的な取り組み

■主な回答内容

1.対面研修の強化：1件

2.階層別研修の実施：1件

3.個別指導：1件

4.その他：4件

以下、実際の記述内容より一部掲載

1. 対面研修の強化：1件

face to face の研修実施。

2. 階層別研修の実施：1件

階層別特別研修の実施。

3. 個別指導：1件

一斉テストで成績不良者への特別研修の実施。

4. その他：4件

その分野の専門部門により継続教育に参画してもらっている。

一斉テストは今年から取り組みを始めました。

知識試験は昇格要件の40%にされている。

e-learningシステムの構築。

6. 多様化・高度化する医療の一翼を担うMRを育成するための最優先事項

	件数	構成比	
全体	170	100.0%	
知識の習得、医療環境の変化に対応した情報	49	28.8%	
患者と医療関係者の立場を考えること	41	24.1%	
倫理観、人間性、姿勢	31	18.2%	
コミュニケーション力	11	6.4%	
適正使用の推進	5	2.9%	
プログラム・コンテンツの充実	5	2.9%	
地域医療、地域包括ケアシステム対応	4	2.4%	
その他	24	14.1%	

I 知識の習得、医療環境の変化に対応した情報

【自社製品知識、基礎知識、専門知識】

自社製品の学術的な知識の向上を最優先すべきと考えております。

自社医薬品関連の医療分野における知識の習得を行うために、MRテキストだけでなく、専門分野の書籍を利用し研修を行う。

自社製品のデータを、統計学をもととして正確に読み取り、Dr.とディスカッションを行い、患者に適した薬剤選択を提案できる研修の実施が最優先だと考えています。

自社製品関連疾患、治療情報の習得。地域医療連携などの環境変化の把握。

製品関連疾患の病態や治療方針における幅広い知識レベルの向上。

継続教育での医学・薬学の全分野における基礎的知識の継続的な習得により（医師・薬剤師の最低レベルまで）、医師薬剤師と基礎的な知識としては対等にコミュニケーションが最低限できるようにすること。

領域毎の専門知識を習得できる社内体制を整備・確立したMR育成。

基本的な医学・薬学知識とMRとしての倫理・行動。あたりまえのこと（普通のこと）、基本的なことに不注意がある。

MSL、MAとの役割を明確にわかるためにも、学術知識の向上、資質の向上が最重要。地域包括システムで役割を担う人、病院の事務、放射線科、病理、ナース、連携室など、医療現場で働く人の悩み、期待、不安を知るようなMRを育成すること。

医療の高度化に伴い、各ガイドラインなども改訂され続けている中で、常に最新の医療知識を知っておくことは重要と考えます。また最新の知識を習得すると共に医師や薬剤師の先生方とそれを踏まえた上での適切なコミュニケーションが取れないと知識が活かされているということにはなりません。故に知識を学ぶことと学んだ知識に対するアウトプット訓練は欠かすことのできない重要事項と考えます。

患者像ごとに最適な治療を提案出来る学術知識の習得・担当エリアの医療環境の流れを把握し、情報や知識を個々にカスタマイズし提案出来る思考力の醸成。

ハイレベルのknowledgeとそれを伝えるためのコミュニケーションスキル

画像診断を中心とした最先端医療・技術・学術知識・ガイドラインの習得。Medical Affairsの登用検討。また、MRとの役割分担の明確化。

深い疾患知識、医療関連制度、デジタルの活用が最優先事項になります。

患者数の多い生活習慣病（プライマリー）の病態、薬物療法に関する知識は必須と捉えています。その上で、セカンダリー領域、医療制度・診療報酬に知識、アウトプットスキルの向上。

【自社製品知識、基礎知識、専門知識】

多様化するニーズに応えるため医師とディスカッションできるレベルの知識・スキルを習得することを最優先に取り組んでおります。

医療従事者と症例ベース（患者さんの個々の状態をベース）で話ができるようになるために、疾患とその周辺知識だけでなく医療環境の変化に対応できるMRの育成。

欧米の超大手企業から先端医療が日本に次々と入り込んでいます。そういった中で、自社医薬品の適応症が現実如何なる場面で役に立てるのかを勉強し、確認することが重要と考えます。

すべてのことを教えることはできませんので、自分で問題を解決することが出来る能力を身につけるように指導しています。そのためには、日々の努力と自己学習が必須です。MR職でいる限り、知識の習得を怠ることはできないことを理解するように指導しています。

環境変化の全体像を把握した上で、複数の打ち手を考えられる教育体制を構築し、実行する。現場展開については各エリアごとのニーズに沿ったコンサルティング営業が展開できるように、領域の専門知識向上に努める。その為には常に最新の情報を現場から入手し、各本部機能と連携して研修に反映させる。研修実施にあたっては、職制の協力を十分得られるように働きかけ、研修背景や目的を明確に理解させるようにすることが重要である。

【医療環境の変化に対応した情報】

医療環境を先読みして、医療機関や医薬関係者に情報提供できる能力の育成。

現在の医療を取り巻く状況の変化などにアンテナを張り、必要とされる対応を常に模索し、提供していくこと。

医療環境の変化を捉え担当地域毎で抱えている課題を理解し、顧客の参考になる提案ができるような知識取得と意識がもてるように育成する。

地域医療連携推進法人など医療環境が変わろうとする今、法規・制度も含めた総合的な知識を持ったMRが求められることになると予想される。

まずは医療情勢がどう動いているのかを講義でインプットさせる必要を感じる。

取り巻く環境を敏感に感じ取れるよう業界情報、情勢を研修に取り込む。

最新の医療制度をしっかりと理解し、MR活動に活かす。

新しい情報を収集し、医療関係者に対してMRが必要と思われる知識を向上させるような研修。

情報収集の能力強化。特に多角的な医療関係者に対する情報収集手段の確立をそれぞれのMRが行う事。

医療現場を取り巻く環境や状況、制度、ルールなどを理解する。

最新情報、周辺情報のインプット。

医療業界の最新動向に興味を持たせるための情報提供や研修の実施。

常に最新の情報を入手し、医療現場へ提供すること。

常に周囲の環境変化に対して関心を持つ。厚生労働省の発信する情報だけではなく、医療現場にも目を向けて、周囲の情報を得る手段を広く求めていく。

多様化・高度化に対応できる知識量を身につけるため、講師、MRともにより幅広い情報を入手するよう努めること。

MRが最新多様化・高度化された医療環境を理解できる情報を提供すること。

自社の製品に有利な情報だけではなく、関連する医薬情報や医療制度も含めて、同系統の製品と対比しながら要領よく説明できること。

継続教育で常に最新の情報を提供する。

医療行政についての知識。

病態・製品知識に限らず、医療現場の状況と把握できるだけの広範囲の知識を習得させ、地域連携に関わることを優先に研修等を実施している。

【医療環境の変化に対応した情報】

MRへ最新の情報を研修し、多様化・変化した環境へ速やかに対応できるようにする。

①会社が目指すコアの領域（がん領域等）を明確にした基礎知識や関連情報をテーマとする。②医療制度の変化に応じた具体的な対応の例についての紹介。③先進的な医療に関する情報提供。（再生医療等）

自社製品の製品知識やアウトプットスキルも重要ですが、今後も急激なスピードで変化する医療制度、医療環境を把握して、自身の担当医療圏がどの様な位置づけで動きを取っているのかの知識習得を定期的に図る必要があると思います。

弊社はCSO企業ですので基本的には継続教育は配属先企業での受講を基本としておりますが、自社で行う場合においては、外部セミナーや主要学会などから最新に近い医療環境の情報を入手し、MRに求められる資質の変化・多様化に対応できるように心がけています。

製品知識だけではなく、コンプライアンスを遵守するための指導を強化する。また、医療情報の習得や行政の動きについてもタイムリーに学ぶ機会を創出していく。

新たな法律の制定や国の政策、業界に悪影響を及ぼすようなトラブルによる規制の厳格化など、年々製薬企業のおかれる状況が変化している。それら変化に対応できるよう社会情勢を理解させ、その中でMRの役割を考えさせる研修を検討している。

法規、制度に関するスキルを高めたいと考えております。

求められているMR像、これから必要になる知識を伝達する。

医療機関に対し、最新の情報及び日常の業務の中で抱えられている課題や、必要とされている情報を的確に回答対応出来るように、教育側に専門トレーナーのいない中で情報収集に努める。

Ⅱ 患者と医療関係者の立場を考えること

【患者と医療関係者の立場を考える】

患者さん目線に立ち、「製品軸」ではなく「疾患軸」での治療の提案をおこなう。

患者中心のビジネスアプローチを完成させること。

地域のなかで、患者を中心とした薬剤の提案が出来るMRの育成。

患者さんの立場で情報提供ができること。コミュニケーション力向上、自身の業務にやりがいを見いだせること。A1活用などが進む中で、人でしかできないことを身につけること。

自社医薬品のプロモーションだけではなく、患者を第一に考えて最善の治療を医師と話し合えるように努めること。

自社製品のみならず、疾患知識・医療制度を理解し患者さん、医師、医療機関にとってメリットとなる提案を適切にできるようにする。

医療関係者および患者目線にたち、製品ベースでなく、疾患を切り口とした情報提供の必要性を意識させること。

医療関係者と患者の目線を理解したMR活動の実践出来ること高い倫理観を備えた主体性のある行動を実践出来ること。自社製品だけでなく、医療に関する広範な知識の習得に加え、医療を取り巻く社会の変化を理解出来ること。

患者様のための医療貢献活動をすることを最優先に考え、そのために何が出来るかを考え、行動できるMRを育成することを最優先に考えています。

最優先することはわかりませんが、病院のシステムを把握することや、病院関係者や患者の気持ちもMRがわかるような教育もできるといいなと思っています。できることなら、医療関係者とメーカーがお互いに理解しあい、協力し合えるような関係ができると、医療ミスの減少や医学の発展にも、患者さんのためにも、医療関係者、メーカー、患者さん、みんながハッピーになれると思います。

【患者と医療関係者の立場を考える】

今後の医療の方向性（後発医薬品の使用促進、地域包括ケアなど）を正しく理解し、製品や医学的知識だけでなく、医療従事者が望んでいる内容に応じたコミュニケーションが取れるようになることが重要であると考えます。

ドクターや薬剤師が置かれている立ち位置を理解し、かつ患者様に共鳴出来る能力を向上させること

相手の事を思いやることができる人間力かと思えます。（相手とは、医師、医療スタッフ、薬剤師、同僚、上司、メンバー、本社スタッフなど。）

MR業務がどんなに多様化しても、常に患者目線でのものの考え方をさせればMR活動が大きく変化することは無いと思われる。その考えがベースにあれば、医療職への情報提供・収集活動で信頼が得られると考えます。大きく変わる医療制度の研修は欠かせないのではないのでしょうか。

自社製品が関連する部分だけではなく疾患全体を理解し、さらに患者さんの気持ちを理解したうえで医療従事者との面談ができるように、これまで不足していた疾患ガイドライン全体の理解を深める。

2025年の地域包括ケアシステムの構築に向けて、2次医療圏を中心に大きく市場環境が変化しており、従来型のMR活動では医療関係者の要望に対応できなくなっている。2次医療圏を中心に医療連携、患者目線でのMR活動ができるように行動変容指導している。

客観的視野に立った情報収集能力と、相手の立場に立ったアウトプット。

自社製品のプロモーションは必要ですが、医療現場が本当に欲している情報を提供することにより信頼を得て、プロモーションに繋げていくことが必要だと思えます。

【ニーズに合った情報提供】

医療従事者や患者のニーズ（潜在化したものも含む）や不安をまずは認識し、常に相手の立場に立った話ができることが重要である。その次にニーズに対し我々が役に立てることを提案することが、顧客の信頼を得れる方法である。

漢方はオーダーメイドタイプの医療になるため、お得意様のニーズの把握を最優先に考えるように働きかけています。

医療環境の変化を認識することで、顧客のニーズを知り、ニーズに合った情報提供をすることで患者様のQOLに貢献すること。

MRを取り巻く環境を自ら認識できる力の育成・環境変化の中で医療関係者のニーズを敏感に感じとることができる力の育成・様々なチャネルの中で、MR活動の強みの認識、強みを生かした活動を自ら考える事ができる力の育成。

患者目線に立った医療者のニーズを汲み取り、どんな情報提供ができるか、お役に立てることができるかをMR自身が考えることができるMRを育成すること。

変化する顧客・患者さんのニーズを確認し続けることと考えております。

製品プロモーションのみではなく、顧客ニーズを明確に理解するための活動。

Dr.のニーズを、的確に察知するために、自社製品知識は当然ながら、他社製品知識をはじめ幅広い分野の情報を教育に取り入れることと、コミュニケーション能力の向上を図る教育を最優先に行うよう考えている。

医療関係者との信頼関係の構築と医療現場のニーズへの対応。

医療機関のニーズに対応できるMRの育成。

医療現場のプラクティスを理解・把握し、それぞれのニーズに合った情報提供が可能なMRを育成すること。

今後医療においてAIやビッグデータが活用される中で、MRを介してしかできないことに特化していく。一方的な情報提供ではなく、医療関係者のニーズをくみ取り（情報収集）、顧客ニーズに沿った対応ができるMRの育成を図る。

【ニーズに合った情報提供】

医療現場の様々なニーズに対して、きめ細やかに対応できるMRを育成することが急務と考えます。

共通で受講する継続研修だけではなく、地域、医療機関、医療関係者、患者ニーズを自ら把握し、学習、それにあった行動が出来るMRを育成するため、地域医療の学習、ニーズ・ベネフィットに着目したスキル研修を強化する。

多様化する医師、地域医療リーダー個々のニーズに幅広く対応する為に、今までの医学・薬学知識に加え、医療従事者の視点を兼ね備えた提案、サポートが出来るMRを育成する事。

担当エリアの環境変化に対応できるように、医療現場のニーズに合った情報をMR自ら入手し、提供できる総合力を身に付けられるような教育が必要と考えます。

画一的な提案でなく、相手のニーズに対応できる個別の情報収集・提供力の強化。

今後、MRの情報提供のあり方は以前とは変わってくると考えられるので、インターネット等で得られない情報をMRはDr.に提供する必要があると考えられる。その為には変化する医者からのニーズをまず、学術部が捉え、それをMRに向けて発信することが重要になってくると思われる。

法務部によるコンプライアンス教育の徹底。医療従事者のニーズにこたえられる幅広い知識やコミュニケーションスキルの向上。医師による講義。

製品の利用される場面を想定した教育研修を実施することで、常に顧客側ニーズに対応した提案能力を育成することが重要と考えられる。

まずは研修担当者がMR同行により医療現場を理解し、医療現場のニーズに対応できるMRの育成に努める。

担当する地域ごと・企業ごとに異なる、“現場でのニーズ”に合わせて当社のバリューを提供できるようにするための、「キアアカウントマネジメント研修」を充実させ、本社と担当マネージャーで継続的にサポートしていくこと。

「MRを取り巻く環境」という受動的な表現ではなく、「MRが創り出す環境」という能動的な表現で、「MRのあるべき姿」を考える時期にきているのではないかと感じています。MRが多様化、高度化する医療の一翼を担うためには、MRとして求められている「minimum requirement (知識、技能、態度)」を保持し続けるのは当然の事として、具備できない、できなくなったMRは、自ら退かざるを得ない位の「緊張感とプライド」のある製薬業界としての「文化醸成」が必要ではないかと感じます。また、MR業務を行う「人」と、その人たちの「職業」としての意識そのものも大きく変化していると感じていますので、最優先すべき事項は、MRセンターの解説している「専門的な知識能力レベル(C)」に対するニーズ・要望が、どこの企業のMRからも出てくるような、MR自身の「自立・自律力」を育むことではないかと考えています。学びたい、成長したいと感じているMRに対する、現場の様々なニーズに応じた自己学習の機会を提供できる環境を望みます。

Ⅲ 倫理観、人間性、姿勢

【倫理観の醸成】

専門知識や自社の製品だけに捉われない周辺情報の習得などに加え、高い倫理観・使命感を持った、MR教育。

倫理、MRとしてのマナー、人間力の向上にさらに力を入れたい。

倫理観を持たせること。

倫理観の醸成・患者、医療従事者の立場になって、考え・行動できるようにする。

MRの前に一人間としての倫理観の向上。

MR自身が医薬品の普及拡大を通じて社会的使命を全うするという強い使命感・志を持つ。更に医療関係者の信頼を獲得する為に必要な情報提供の公平性・高い倫理観の醸成。

製品知識だけでなく、倫理面などの研修を重視していく必要がある。

MRの資質向上のため、倫理面、社会的使命を、企業理念、行動規範の徹底し、MRに定着させる。

より高度な倫理観に基づいた行動が必要と考えられるため、法規・業界の自主基準・業界全体の動向の教育が最優先と考えます。基礎知識や臨床知識の教育は担当別に特色を加えて研修することができますが、倫理観に基づいた行動は全社のMRに共通して一定以上のレベルを維持することが必要と考えます。

営業（売上）優先ではないプロモーション活動を会社が理解し、その上でMRに対して医療人としての倫理観を植え付ける教育を行う。

それぞれの企業のトップが、より高い医療に対する倫理観をもち、ビジネスを捉え、企業活動を行っていくかの戦略の立案が最優先事項であると考えます。すなわち、企業のミッションとして高い倫理観とコンプライアンス遵守を掲げ、社員全員が実践する環境を創ること、またMR活動がさらに医療に貢献できるよう教育基準を設け、リソースを配し、実践することと考える。

訪問規制、Dr.のMRに対する受け入れが厳しい中、MR自身ができることを真剣に行っていくことがまずは第一と考えます。具体的には、①マナーや倫理的な行動を踏まえた活動をしっかりと行っていくこと。②面談ができた後の面談方法としては、短時間にいかに医療機関に貢献できることが相手に伝わり、実際に役立つことです。そのためには電子的なツールの使いこなしも一つとして必要です。③しっかりとした専門的知識・領域の周辺知識、医療動向（概論的な知識）以上の3つは欠かせないと考えています。以上です。

【人間性、人間力】

知識・スキル・倫理観の向上は必須であるが、これらを理解し十分に発揮するためには、人間的魅力を磨くことが重要であると考えます。

MRの人間性や資質の向上。

まずはベースとなる人間性・倫理を大切にする・一医療人である自覚をもたせること。

医療関係者とお互いの信頼関係を築くことができる人間性を身に着けること。

人間性の向上、これにつきます。最新知識を補完していくことは当たり前として、そのうえで、医療従事者が、あの人になら会いたい、話を聞きたい、と思ってもらえるMRになれるかどうか。存在価値を認められるには、盤石な知識の上に兼ね備えた適時性、正確性、倫理性、素直さ謙虚さが必要と考えます。

人間性を豊かにする（患者さん第一で考えられること、不都合な情報でもしっかりと伝えることができること）。

【姿勢、本分、自覚】

研修として得られる知識だけを習得するのではなく、自身を成長させるために積極的に学び続けようという姿勢・価値観を持たせること。

自社の利益が前提ではなく、医療に貢献することが前提であると理解させること。

売上至上主義ではなく、顧客本位の原点に立ち返るべきと思います。

与えられた学習にとどまるのではなく、自己研鑽を行うことで医療関係者に必要と思われるMRを目指す。

MRのモチベーションを高めるための工夫と今、必要なことは何かを自ら考え行動できるMRの育成。

MRの本分が何であるか改めて見つめ直すこと。自社製品の普及だけを意識した活動を行うMRに存在意義はないという認識を共有することが最低限必要と考えます。

これまでのMR活動（ディテール方法）にとらわれず、新たな活動方法を実現する。

医療に関わっているという自覚と責任をもってもらうこと。

MRとしての価値、必要性の追求。

MRが自己研鑽をする習慣を身に着けさせる。自己研鑽をするための環境を整備して、そのための情報も多岐に渡って定期的に紹介・提供する。

MRとしての自覚と誇りを持ち、教養を深め、医、薬学知識と関連知識の向上を図り、研鑽し医療に貢献できるMR。

最優先すべきことはコンプライアンスと考えております。環境が大きく変化しようとも顧客との関係のベースには信頼が必要であり、そのためにはコンプライアンスを第一義に考える姿勢が不可欠です。毎月、複数のコンプライアンスに関する研修が組まれて徹底を図っておりますが、今後ともこの方針は変わることなく継続してまいります。

学習意欲を高め、勉強する習慣を身に着けさせる。

Ⅳ コミュニケーション力

コミュニケーション能力の向上。

製品知識や関連する医学薬学知識のみならず、相手をひきつけられるような教養・雑学に関する知識やコミュニケーションスキルの向上。

相手の役に立ちたいという真摯な思いと、それを実現するために必要な知識の充実とコミュニケーションスキルの向上。

医療現場のニーズを敏感に感じ取ることができるよう、自社製品以外に関連のある医薬品の知識や医療環境の情報・知識を取得させ、相手の意見を十分に聞きとることができるような、コミュニケーションスキルを会得させることが必要。

当社MRが取り扱う製品は、疾病が限局されているため、対象領域における高度な専門性が必要であるが、一方対象医師は薬剤以外の治療を多く選択しているため、MRは患者の治療の流れ全体に関わる「検査」「診断」「治療」の把握、実際の患者の現在位置に応じた薬物治療以外からのコミュニケーション力も不可欠なため、これらを最優先に取り上げている。

”話を聞く”技術の育成が最優先であると思います。ロールプレイング研修などで伝えたいことをスムーズに伝えることができるMRは多いと思いますが、相手の話を十分に聞くことなく一方的に話してしまうMRも散見されます。限られた時間で効果的な情報提供を行うためには、相手の話を十分に聞き、自分に求められていることが何かを把握し、的確に対応できる力が必須だと考えています。

ベテラン・若手に関わらず、今一度原点に戻り、幅広い知識（地域医療・医療政策含め）の習得はもちろんの事ですが、アウトプット訓練により相手に熱意が伝わるスキル面での充実を図るためにさらにトレーニングの機会を増やしていきたい。倫理面においては、上司・トレーナー同行により現場での指導強化を図る。

面談スキルの充実（TPOに合わせたプロモーション）。

学術知識ももちろん必要ですが、多忙を極める顧客に対して端的に伝える能力、プレゼン能力を高める研修を考えていきたいと思っています。

ジェネリック医薬品メーカーのMRが扱う情報は限られており、むしろMRが成功する行動様式（コミュニケーション能力を中心に自社製品の普及を推し進められること）を模索し、OJTがうまく機能する継続教育・実地訓練が最優先される。

既にPrimary Careの領域ではMRの存在は必要ない。また、たとえOrphanであっても自社医薬品の説明という仕事もほぼ不要。Dr. to Dr.の連携強化。学会等での活動主体になってきている。生半可医学知識より、そういった企画力、コミュニケーション力が大切。そしてもう一つ上げれば、PMSに関する手続き業務。本当の意味での学術知識はMSLやMA部門がカバーする。医師もその部分を期待している様子は無い。

V 適正使用の推進

自社製品の添付文書の内容が理解出来ていて、医療関係者に適正使用を促し安全性情報を的確に収集できることは大原則。また、医療機関・医療関係者の抱える課題に対して、自社品や薬物療法のみならず幅広い視点でソリューションを提供できるようになること。時には他社品を推奨することもできる。

正しい疾患及び薬剤知識の習得による『適正使用』および『副作用情報』に関する正確な情報提供を行うこと。各担当エリアの地域医療構想を十分に理解したうえで、より患者目線に立った地域の情報提供が行えるようにすること。

医療制度、診療報酬制度の変化の理解と具体的に医療従事者を製品の適正使用のためにどのようにサポートするかMR毎に検討させること。

医療関係者が求める情報（適正使用を含む）を的確にお届けできる知識の教育。安全情報の報告を漏らさない手順の徹底。

弊社、取扱い製剤は、高齢者患者使用薬剤群でベース薬剤であることから医師、薬剤師だけではなく、今後、地域医療の中でチーム医療として訪問看護師、訪問ヘルパーその他、多職種で取り組む事ができるセミナーを開催し、自社医薬品の特徴、他剤併用による相互作用などを確認して貰う事で、正しい適正使用推進して行く事で、今後のチーム医療の土俵に入って行く予定。

VI プログラム・コンテンツの充実

様々な制度の変更が続いている中で、医療現場から自社のMRがどのような役割を担っているかを把握しそれに対応する教育プログラムを作成すること。教育研修がMRと医療現場に同行し求められる要件を把握、期待されるMR像の見直し。

医学・医療の高度化、専門化に適応するようプログラムを工夫する。

MR認定センターなどが実施した「MR実態調査」などから、医師が新たに処方薬剤や、薬剤師が新薬の最も多くの情報源はMRであるということ、さらには、医療関係者がMRに求めていることが「中立的な情報提供」と「自社医薬品の学術的な知識の広さ・深さ」による信頼性であるということを押さえると、「薬物療法のパートナーとして医学的、薬学的知識の修得に努め、より専門性を高める」こと、かつ、それを「正しく提供する」ための伝える能力を高めることに尽きると思います。1. 医学的、薬学的知識を修得し、専門性を高める2. 公正な情報を正しく提供する（相手のニーズを把握し、そのニーズにあった情報を提供する）そのためのe-ラーニングを含めた教育研修プログラムの構築・提供し、教育研修することだと考えます。

プロモーション・コードの徹底・最新の医療知識の習得どちらもITコンテンツを充実させることと、現場での徹底のための所長・マネジャー研修の充実。

医療現場から求められるMRとなるようにMRとしての意識を向上する必要がある。そのために教育内容を充実させる。

VII 地域医療、地域包括ケアシステム対応

地域包括ケアに対応するエリア戦略。

地域医療構想へ対応できるMRの育成が必要と考えます。

在宅など地域包括ケアが推進される中、（認知症の患者さんのみならず）” Person Centred Care ” という考え方に基づいて、その患者さんや介護するご家族・地域にとって「真に最適な治療」を考え、提案できるMRが必要とされると思います。その能力醸成をベースにした研修プログラムの開発・導入をしていければと…。

医師への効率的なアプローチを実施する点。MRの各担当エリアの特徴（地域特異性、病院の連携状況）や担当医師の状況を広い視点で分析し、どうすれば目的とする先生方へ必要な情報を届けられるか見極め、必要な情報を医師の求められるレベルまで提供できる準備を怠らないことで、効率的なアプローチが実施できると考えております。

VIII その他

MRを管理する責任者（営業所長や支店長など）を教育すること。

高い志を持ち、自ら習得すべき必要な知識を考え、自ら学んで行く姿勢を育むため、エリアマネージャーの指導はもちろんです。エリアの牽引役としてリーダーMRの育成が重要だと考えます。その実現に向け、リーダーMRを中心に、意識付けを行い、さらにどうエリアに波及させて行くか、具体的なアクションに落とし込み継続的にPDCAサイクルを回す事が最優先だと考えます。

自社MRの強みを強化する。マネージャー教育として医療制度変化の中でのMRの役割を考えさせる機会を作り実行させる。

求められるMR像をより具体的に方向づける必要があると考えます。理想とするMR像をMR個人・上司・教育部門が共有することにより、研修の意義や動機づけが明確になると考えます。その上で、現場に沿うように、継続研修の履修科目も多様化させる必要があると考えます。

情報の共有化。

インターネットの普及で基本的情報はMR無くしても収集することができるようになってきている。ITを活用した情報提供体制を整備しITとMRの棲み分けを明確にする必要がある。

個々のテリトリー、施設、顧客に合わせた計画立案と実践ができるようになるようになるスキル向上。

今後にペネトレーションして行く「オーファンドラッグ」、「オンコロジー」の分野において活躍できる様に、社内での認定制度を導入して、専任MRの充実を計る予定。将来的には、その中から数名のMSLのグループとして、開発研究部門に異動させて、メディカル部門としても充実を計る予定である。

問題点を発見する力とその解決能力の達成。

MRの存在意義、存在価値を改めて全社的に問い直す。一部の学会ではMR不要論もあり、MRの必要性が問われている。医療従事者にとって邪魔な存在ではどうしようもない。そのようなMRの育成を心掛けたい。

疑問や知らないことがあった場合、自身でも調査し、上司に報告、相談をする。

情報リテラシーの向上。

「To do good」より「To be good」としてMR活動を捉え、当社の目指すべきMR像に向かって教育研修（継続教育）を構築していくこと。

「果たしてこれでいいのか？」を自問自答し、次の行動がそれに裏づけされているという人格を形成する教育方法を知りたいです。

教える側と教えられる側の認識の統一。

主に後発品専門メーカーの社員ですが、出来ないはずの価格の話しかしないMR、安全性情報はすべて先発メーカーに丸投げするMR、自社製品の基本的な質問にも答えられないMRをMRとは認めないとして業界から排除する仕組みが必要だと思います。例えば医療機関からの申告制度など。

正確な情報提供と現場での臨機応変の対応力。

医療従事者による定期的な社内研修（実施の薬物療法例や関連情報の習得）。

迅速且つ正確に情報収集および提供をする。

専門性の強化。

やはり教育の機会を設ける、継続することだと感じます。MR活動業務に教育プログラムを追加することは難しい場合があり、手段(e-ラーニング)含めて検討する必要あり。継続教育は、営業側においても毎月必ず所長を通じて実施されている確立された研修機会があるため、今後もこれを中心に展開したい。

専門分野MRが得意先から求められていると思いますのでその育成が最優先課題と思います。

研修部門が営業部門に所属している場合、売上に重きを置いた研修になってしまいます。そのため研修部門を独立させ、MR本来のありかたを周知、徹底させることが重要と考えています。

「①人財の確保＝経験者・熟練者が離職せずに当社でパフォーマンスを発揮していただくことが必要である。したがって、医療に対峙するMRはその性格上、過重労働になりやすい。Dr. やコメディカルの緊急要請にも対応するため、日頃のMR活動を自分の裁量である程度コントロールできる働き方ができることが重要である。具体的には、フレックスタイム”⇒実際に制度を活用できる風土づくりも含めて”制度を運用する。」 「②常に継続して、高度化する医療の知識をリアルタイムに学び、医療機関に提供できる体制を整えていく。」 ことを考えています。