

営業体制へのフォーカス2014

はじめに

「営業体制へのフォーカス」シリーズは弊社の定期刊行資料の中でも特に高いご評価をいただき、多くの方々のご協力、ご支援により今年で11回目の発刊を迎えることが出来ました。

「営業体制へのフォーカス」を初めて発刊した2003年から本年までの11年間で、製薬企業を取り巻く環境は激変しており、あらゆる変化に対応するため各企業において10年前とは大きく異なる取り組みや、方針転換がより一層求められる時代となってきたと昨今の社会情勢、医療経済の観点からも感じ取ることができます。

2014年版の対象企業は昨年に続き44社（内資29社、外資15社）となっております。対象企業44社の2013年度国内医療用医薬品販売高合計は、7兆1,953億円9,400円で、2012年度に比べ452億6,200万円上回る実績となっております。一方でMR数は、2012年度における44社の合計50,744人であったのに対し2013年度は50,035人と微減となりました。

MRの大量投入によるSOV型のプロモーション戦略から、情報提供のクオリティ向上、MRの専門性向上など質的側面を重視したプロモーションへと変革が求められる中でも、大幅なMR減少は見受けられず、MRによるプロモーションの重要度は依然として高いことが窺い知れます。全体のMR数に関しては大きな変動は見受けられませんが、外資系企業においてはMRの流動が活発になっており、MR1,000人規模の中堅外資系企業では新薬が好調であることから、MR数の増加が目立っております。

また、営業本部組織においてはコンプライアンス遵守の強化を図り、メディカル部門を独立させノンプロモーション部門として明確にする組織変更の動きも本年は見受けられました。2011年に策定された「透明性ガイドライン」を皮切りに、MR活動において求められる事柄が変化し活動内容の見直しが各社において進められ、MR活動と本社機能との連携を取りながら各社とも自社製品の市場獲得を図っています。

2014年度の薬価改定、診療報酬改定によって成長戦略策定に、より一層の工夫が求められる状況となり、戦略として大手新薬メーカーではオーソライズドジェネリックにおける事業化契約締結、中堅新薬メーカーではバイオシミラー製剤の投入など、更なる成長に向け新たな取り組みも各社で進められつつあります。

本書は営業戦略立案、営業体制構築、業界動向把握、競合他社分析をする上で最良の資料となることを目指して制作いたしました。皆様方にとりまして、本書が参考データとして大いに活用できる貴重な資料となりますことをスタッフ一同より願っております。

2014年 9月

テスト マーケティング株式会社
メディカルディビジョンスタッフ一同

<調査項目>

1. 営業体制の沿革
2. 営業体制の概要
 - 1) 営業部門の組織
 - 2) 領域制の導入状況
 - 3) フィールド(支店～営業所)の営業組織
 - 4) 営業第一線組織長の役割
 - 5) 学術サポートスタッフの状況
 - 6) 営業拠点(支店・営業所など)
3. MR 陣容の概要
 - 1) MR 陣容(5 ヶ年推移)と今後の採用計画
 - 2) 女性MR数(5 ヶ年推移)
 - 3) コントラクトMR活用状況
 - 4) 訪宣活動のガイドライン
 - 5) 社内資格制度の導入状況
4. 販売提携の状況
5. 製品販売状況
 - 1) 国内医療用医薬品販売高推移(5 ヶ年実績)
 - 2) 上位製品の販売実績
 - 3) トップブランド3 製品販売比率
 - 4) 新製品販売状況(過去5年間)
 - 5) 過去5 ヶ年新製品販売比率
 - 6) 新剤型、新用量一覧(過去5年間)
 - 7) 適応拡大製品一覧(過去2年間)
 - 8) MRの生産性
6. 営業サポート体制
 - 1) S F Aの導入状況
 - 2) e -プロモーションの導入・活用状況
 - 3) ホームページの展開状況
 - 4) 新聞・TVによるD T Cの展開状況(2013年以降のもの)
 - 5) 主な市民公開講座などの患者支援(2013年以降のもの)
7. 開発状況(フェーズⅡ以降)

<調査対象企業>

国内主要製薬企業 44 社(内資 29 社、外資 15 社)

<調査時期>

2014 年 7 月～2014 年 9 月

<調査実施機関>

テスト マーケティング 株式会社

目 次

<総括編>

- 調査対象企業 44 社の比較■…………… (3)
- 1. 領域別MRの導入状況…………… (7)
- 2. MRの施設担当方法…………… (11)
- 3. 営業第一線最小組織長の機能と最小組織の状況…………… (13)
- 4. MR陣容…………… (15)
- 5. MR陣容の今後の見込み…………… (19)
- 6. 女性MRの概要…………… (20)
- 7. コントラクトMR…………… (23)
- 8. 国内医療用医薬品販売高状況…………… (26)
- 9. e-プロモーション、携帯端末導入状況…………… (43)
- 10. ホームページの展開状況…………… (46)
- 11. DTC、市民公開講座の実施状況…………… (48)

<企業事例編>

- | | |
|-----------------------------------|----------------------------------|
| 1. 武田薬品工業…………… (53) | 23. 日本新薬…………… (306) |
| 2. 第一三共…………… (69) | 24. 日本化薬…………… (316) |
| 3. アステラス製薬…………… (85) | 25. 鳥居薬品…………… (326) |
| 4. エーザイ…………… (102) | 26. マルホ…………… (335) |
| 5. 塩野義製薬…………… (115) | 27. ゼリア新薬工業…………… (344) |
| 6. 田辺三菱製薬…………… (127) | 28. 三和化学研究所…………… (353) |
| 7. 大日本住友製薬…………… (142) | 29. 味の素製薬…………… (361) |
| 8. 小野薬品工業…………… (153) | 30. 中外製薬…………… (369) |
| 9. 協和発酵キリン…………… (164) | 31. MSD…………… (384) |
| 10. 大塚製薬…………… (178) | 32. ファイザー…………… (396) |
| 11. 大正富山医薬品…………… (191) | 33. グラクソ・スミスクライン…………… (415) |
| 12. 帝人ファーマ…………… (200) | 34. アストラゼネカ…………… (432) |
| 13. 杏林製薬…………… (210) | 35. ノバルティスファーマ…………… (444) |
| 14. キッセイ薬品工業…………… (219) | 36. サノフィ…………… (459) |
| 15. 旭化成ファーマ…………… (229) | 37. バイエル薬品…………… (472) |
| 16. 科研製薬…………… (239) | 38. ブリストル・マイヤーズ…………… (483) |
| 17. 大鵬薬品工業…………… (249) | 39. 日本ベーリンガーインゲルハイム…………… (494) |
| 18. Meiji Seika ファルマ…………… (259) | 40. ヤンセン ファーマ…………… (504) |
| 19. 持田製薬…………… (268) | 41. 日本イーライリリー…………… (517) |
| 20. 興和創薬…………… (277) | 42. ノボノルディスク ファーマ…………… (529) |
| 21. 参天製薬…………… (287) | 43. アッヴィ…………… (539) |
| 22. 久光製薬…………… (297) | 44. 日本アルコン…………… (548) |

「営業体制へのフォーカス 2014」

頒価：300,000 円（消費税別）＜CD-R付＞

発行日：2014 年 9 月 29 日

発行人：金塚 進

発行所：テスト マーケティング株式会社

〒103-0011 東京都中央区日本橋大伝馬町 2-14

パールビル 4F

TEL03-5642-3768

FAX03-5642-3778

日本語・外国語を問わず、いかなる形式でも本書の一部
または全部の複製無断転載をお断り致します。