

営業体制へのフォーカス2018

はじめに

「営業体制へのフォーカス」は国内主要製薬企業の本社営業部門組織、MR数、営業第一線組織を中心としたマーケティング資料として弊社定期発刊資料の中でもご好評を頂いているシリーズです。15回目の発刊となる本年はアンメットニーズの高い領域を中心に日本国内で活動の幅を広げ、存在感を高めつつある、スペシャリティファーマ13社を調査対象に新たに加え、昨年までよりも充実した内容へとリニューアルを行いました。製薬業界を取り巻く環境変化が続く昨今、皆様のご支援に支えられ、本年も「営業体制へのフォーカス」を発刊できましたことを大変喜ばしく思っております。

国内主要企業43社における2017年度の医療用医薬品販売高は6兆8,337億910万円となり、2016年度からのマイナス幅は1,516億3,300万円となりました。大幅な薬価の引き下げや、新薬創出加算の見直しなど医療費抑制に向けて舵を取っている医療行政の煽りを受け、製薬企業が目指す成長曲線を描きづらい状況が毎年続いております。販売高が減少する中で各社は営業体制の見直しや、生産性の向上を図る目的から、MR数の削減に踏み切るなどの策に乗り出す企業も見受けられ、MR数は昨年度に続き減少し43社合計44,731人と、前年同期よりも2,318人減少する結果となっています。MR数減少の結果、MR1人あたりの生産性は2016年度の1億3,834万円から、1億5,278万円と向上は見られましたが、今後は毎年の薬価改定に加え、フォーミュラリの策定も謳われており、MRのみに頼らない営業活動が求められる状況はますます進むと想定されます。

一方、本年から新たに加わったスペシャリティファーマ13社は、大手製薬企業に比べると、販売実績やMR数は少ないものの、希少疾患やニッチ領域などに特化したフランチャイズ戦略を推進して特徴ある製品を市場に送り出すと同時に、これまでのような大手企業への製品導出から、自社による営業体制の強化を推進している企業が多くなっています。またその高い開発力を背景に、これらスペシャリティファーマの存在は大手企業にとっても自社の戦略領域におけるポートフォリオ強化のために今や必要不可欠な存在となってきており、共同開発やコ・プロモーションなど積極的な販売提携も実施されています。

これまで製薬企業のプロモーション部隊の要として位置付けられてきたMRを取り巻く環境はこの数年特に大きく変化しており、医療圏単位に基づいたエリアマーケティング戦略や2025年までの確立を目標に進められている地域包括ケアシステムなどへ対応していかなければなりません。同時に医療従事者へのプロモーション活動に関しては、厚生労働省による公的ガイドラインの策定も進められおり、社内におけるMRやMSLの活動をモニタリングする部署の設置が求められるなど、活動への規制がますます厳しさを増すと予想されます。このように医療環境に即した営業体制の見直しが必要となっている状況にある中、今後の営業体制、組織構築、戦略立案を実行する上で本書が貴重な資料となりますことをスタッフ一同心より願っております。

2018年 9月

テスタ 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) エリアサポートスタッフの状況
 - 6) MSLの組織
 - 7) 営業拠点(支店・営業所など)
3. MR陣容の概要
 - 1) MR陣容(5ヵ年推移)と今後の採用計画
 - 2) コントラクトMR活用状況
 - 3) 訪宣活動のガイドライン
 - 4) 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ヵ年実績)
 - 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(2013年以降)
 - 5) 新製品販売高推移
 - 6) 新剤型、新用量一覧(2013年以降)
 - 7) 適応拡大製品一覧(2016年以降)
 - 8) MRの生産性
6. 営業サポート体制
 - 1) 携帯端末導入状況
 - 2) ホームページの展開状況
 - 3) コールセンターの状況
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 43社(内資 29社、外資 14社)
スペシヤリティファーマ企業 13社(内資 2社、外資 11社)

<調査時期>

2018年7月～2018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 43 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. 営業第一線最小组織長の機能と最小组織の状況 (12)
- 4. MR陣容 (14)
- 5. コントラクトMR (17)
- 6. 国内医療用医薬品販売高状況 (20)
- 7. 販売提携と開発状況一覧 (27)
- 8. 営業サポート体制 (28)

<企業事例編>

- | | |
|------------------------------|------------------------------|
| 1. 武田薬品工業 (35) | 23. 日本新薬 (238) |
| 2. 第一三共 (47) | 24. 日本化薬 (248) |
| 3. アステラス製薬 (59) | 25. 鳥居薬品 (256) |
| 4. エーザイ (72) | 26. マルホ (264) |
| 5. 塩野義製薬 (81) | 27. ゼリア新薬工業 (272) |
| 6. 田辺三菱製薬 (91) | 28. 三和化学研究所 (279) |
| 7. 大日本住友製薬 (103) | 29. EAファーマ (286) |
| 8. 小野薬品工業 (112) | 30. 中外製薬 (294) |
| 9. 協和発酵キリン (121) | 31. MSD (306) |
| 10. 大塚製薬 (131) | 32. ファイザー (317) |
| 11. 大正富山医薬品 (141) | 33. グラクソ・スミスクライン (333) |
| 12. 帝人ファーマ (149) | 34. アストラゼネカ (344) |
| 13. 杏林製薬 (157) | 35. ノバルティスファーマ (355) |
| 14. キッセイ薬品工業 (166) | 36. サノフィ (366) |
| 15. 旭化成ファーマ (174) | 37. バイエル薬品 (376) |
| 16. 科研製薬 (182) | 38. ブリストル・マイヤーズ スクイブ (385) |
| 17. 大鵬薬品工業 (190) | 39. 日本ベーリンガーインゲルハイム (393) |
| 18. Meiji Seika ファルマ (198) | 40. ヤンセンファーマ (402) |
| 19. 持田製薬 (206) | 41. 日本イーライリリー (413) |
| 20. 興和創薬 (215) | 42. ノボノルディスク ファーマ (422) |
| 21. 参天製薬 (223) | 43. アッヴィ (429) |
| 22. 久光製薬 (230) | |

<スペシャリティファーマ編>

- | | |
|-------------------------------------|-------------------------|
| 1. アクテリオンファーマシューティカals ジャパン (439) | 8. ノーベルファーマ (469) |
| 2. アステラス・アムジェン・バイオファーマ (443) | 9. バイオジェン・ジャパン (474) |
| 3. ギリアド・サイエンシズ (447) | 10. フェリングファーマ (479) |
| 4. CSL ベーリング (451) | 11. マイランEPD (483) |
| 5. シヤイア・ジャパン (456) | 12. メルクセローノ (487) |
| 6. JCRファーマ (461) | 13. ユーシービー・ジャパン (491) |
| 7. セルジーン (465) | |

「営業体制へのフォーカス 2018」＜CD-R付＞

頒価：300,000円（消費税別）

発行日：2018年 9月 25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。