

営業体制へのフォーカス 2017

はじめに

「営業体制へのフォーカス」は国内の主要製薬企業を対象に営業組織、MR数（領域別・女性MR・コントラクトMRなど）、販売動向などを中心とした営業体制に焦点を当て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特にご好評をいただいているシリーズです。皆様方のご支持に支えられながら今年で14回目となる「営業体制へのフォーカス 2017」を発刊できましたことを大変喜ばしく思っております。

対象企業43社における2016年度の医療用医薬品販売高は6兆9,854億2,400万円となり、2015年度の7兆2,005億5,700万円よりも2,151億3,300万円マイナスの大幅な減少となりました。特に、外資系企業14社でのマイナス幅が目立ち、2016年度よりも1,552億円のマイナスとなっています。その要因としては「プラビックス」のジェネリック医薬品が浸透し、1剤で546億円も販売高が減少したこと、2014年に発売された新規C型肝炎治療剤「ダクルインザ/スンベプラ」のピークが過ぎたため、2剤で867億円もの販売高減となったことが大きな要因としてあげられます。内資系企業29社においても599億3,300万円、前年を下回る販売高となっています。内資系企業、外資系企業問わず自社製品における選択と集中を目的とし、長期収載品の販売権を子会社やグループ会社に移管するなどの見直しを図ったことが本年の販売高に現れる結果となりました。

一方、MR数の動向では、対象企業43社の合計MR数は2017年7月時点で47,049人と2016年7月時点と比較して866人減少の微減となっています。

内資、外資の大手企業を中心とした大幅なMR数削減のピークは去ったとみられますが、今後MR数増員を計画する企業は少なく、各社販売高に見合った生産性とパイプラインを考慮し適切な体制を敷いていくと見込まれます。その背景として、MRによるSOV型のプロモーションを必要とするプライマリー領域の新製品が減少し、多数のMRを要しないスペシャリティ新薬が中心となっている他、ジェネリック医薬品の急速な普及に伴いMR活動のみでは切り崩せない国の施策、医療機関の方針があります。

また、製薬企業を取り巻く医療環境も大きく変化してきており、従来の施設完結型の処方医を対象としたプロモーションから、医療圏・エリアを対象とした地域完結型のプロモーションが求められる環境となってきています。医療圏での医薬品共同購入やフォーミュラリの策定などの施策も注目されており、MR個人の活動のみでは処方拡大が困難となることが予想されます。そこで各社ともエリア戦略を重視した組織体制の構築を進めており、営業第一線組織とは別にエリア戦略の立案・実行、医療圏のキー組織との交渉や連携を図る専門組織を設置するなどの取り組みが徐々に進められています。

刻一刻と製薬企業を取り巻く環境が変化する中、貴社の戦略立案、営業体制構築、競合他社分析をするにあたり、本書が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。

2017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) エリアサポートスタッフの状況
 - 6) M S L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 ヶ年推移)と今後の採用計画
 - 2) 女性MR数
 - 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(2012年以降)
 - 5) 新製品販売高推移
 - 6) 新剤型、新用量一覧(2012年以降)
 - 7) 適応拡大製品一覧(2015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
 - 4) 主な市民公開講座などの患者支援(2016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 43 社(内資 29 社、外資 14 社)

<調査時期>

2017 年 7 月～2017 年 8 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. 女性MRの概要 (16)
- 6. コントラクトMR (19)
- 7. 国内医療用医薬品販売高状況 (22)
- 8. 営業サポート体制 (30)
- 9. 市民公開講座の実施状況 (34)

<企業事例編>

- | | |
|------------------------------|------------------------------|
| 1. 武田薬品工業 (37) | 23. 日本新薬 (251) |
| 2. 第一三共 (51) | 24. 日本化薬 (260) |
| 3. アステラス製薬 (64) | 25. 鳥居薬品 (269) |
| 4. エーザイ (77) | 26. マルホ (278) |
| 5. 塩野義製薬 (87) | 27. ゼリア新薬工業 (286) |
| 6. 田辺三菱製薬 (98) | 28. 三和化学研究所 (293) |
| 7. 大日本住友製薬 (111) | 29. EAファーマ (300) |
| 8. 小野薬品工業 (122) | 30. 中外製薬 (308) |
| 9. 協和発酵キリン (132) | 31. MSD (321) |
| 10. 大塚製薬 (143) | 32. ファイザー (333) |
| 11. 大正富山医薬品 (153) | 33. グラクソ・スミスクライン (347) |
| 12. 帝人ファーマ (162) | 34. アストラゼネカ (359) |
| 13. 杏林製薬 (170) | 35. ノバルティスファーマ (370) |
| 14. キッセイ薬品工業 (179) | 36. サノフィ (381) |
| 15. 旭化成ファーマ (188) | 37. バイエル薬品 (391) |
| 16. 科研製薬 (196) | 38. ブリストル・マイヤーズ スクイブ (401) |
| 17. 大鵬薬品工業 (204) | 39. 日本ベーリンガーインゲルハイム (409) |
| 18. Meiji Seika ファルマ (213) | 40. ヤンセンファーマ (419) |
| 19. 持田製薬 (221) | 41. 日本イーライリリー (429) |
| 20. 興和創薬 (228) | 42. ノボノルディスク ファーマ (439) |
| 21. 参天製薬 (236) | 43. アッヴィ (447) |
| 22. 久光製薬 (244) | |

「営業体制へのフォーカス 2017」＜CD-R付＞

頒価：300,000円（消費税別）

発行日：2017年 9月 7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。