

メドピアとEmotion Techが共同で、 製薬企業におけるNPS[®]調査を実施

～NPS[®]が高いほどマーケティング活動を
優位に進められる実態が鮮明に～

メドピア株式会社（東京都中央区、代表取締役社長 CEO：石見 陽、以下メドピア）と株式会社 Emotion Tech（東京都千代田区、代表取締役：今西 良光、以下Emotion Tech）は、製薬業界を対象に、顧客ロイヤルティを測る指標であるNPS[®]（ネット・プロモーター・スコア）の大規模調査を共同で実施いたしました。本調査により、NPS[®]が高い製薬企業ほど医師が求めている情報提供手法を選択し、マーケティング活動を優位に進められる実態が明らかとなりました。

なお、本調査の結果はホワイトペーパーにて併せて公開いたします。

▼調査結果の詳細はホワイトペーパー「製薬業界 NPS[®]調査レポート」をご覧ください：

<https://www.emotion-tech.co.jp/resource/2020/pharma>



従来より、製薬企業の医師向けマーケティング活動の効果測定には様々な指標が用いられていましたが、業績と高い相関性を示す指標がなく、マーケティング活動のPDCAサイクルを適切に回す上で課題となっていました。

また、2016年頃より病院によるMRの訪問制限が厳格化されたことに加えて、新型コロナウイルス感染症の影響で、MR活動も継続して自粛傾向にあり、製薬企業は、新たなマーケティングの形を模索する必要性が高まっています。

近年では、一連の顧客体験を捉えた「心の満足」を数値化することが出来るNPS[®]の導入に注目が集まっています。NPS[®]はその数値が高いほど顧客のロイヤルティが高いことを意味し、従来の効果測定指標に比べて業績との相関性が高い指標とされています。

この度、医師の集合知プラットフォーム「MedPeer」を運営するメドピアと、NPS[®]の調査分析から企業へのNPS[®]導入支援を数多く手掛けるEmotion Techが共同し、製薬業界のNPS[®]調査を実施いたしました。

その結果、NPS[®]と製薬企業からの情報提供に対する医師の受容度を示す「アクション占有率^{*}」には強い相関関係があることがわかりました。今回の調査では、医師一人ひとりの情報取得の志向性と実際に行われた製薬企業による情報提供手段の関係性をNPS[®]を用いて分析しました。例えば「Web重視派」の医師にMRからの対面での情報提供を行うとNPS[®]を引き下げてしまう傾向が見られるなど、医師の志向性に合ったマーケティング活動を選択する必要性が明らかになりました。

今後も両社は、製薬企業におけるNPS®の実態や活用方法を共同で研究していくとともに、各種調査やコンサルティングサービス等を通じて、各製薬企業におけるNPS®指標の導入やNPS®を活用したマーケティング活動の実践を支援してまいります。

※ 本調査では、医師のMRディテールへの対応や講演会等への参加を、「製薬企業からの情報提供活動に対する医師のアクション」として定義し、そのアクション回数を製薬企業毎に集計しています。また全製薬企業へのアクション回数のうち、個別企業へのアクション回数の比率を当該企業の「アクション占有率」と定義しています。アクション占有率が高いほど、医師への情報提供機会が多く、マーケティング活動を優位に進められるものと考えられます。

■「製薬企業におけるNPS®調査」結果

【調査概要】

- ・調査対象者：医師専用コミュニティサイトMedPeerに会員登録をする医師の中で、処方による治療を行っている医師
- ・調査期間：2020年7月13日～2020年7月20日
- ・調査方法：Webアンケート
- ・有効回答数：3,438件

【「NPS®」とは】

NPS®（ネット・プロモーター・スコア®）とは、「正味推奨者比率」と訳され、顧客ロイヤルティ（ブランドやサービスに対する信頼度・愛着度）を数値化した指標です。「親しい友人にどの程度すすめたいと思うか？」という質問から推奨度を計測し、簡単に算出できる指標でありながら、顧客満足度やその他の顧客評価指標よりも企業収益性との相関が強いことから、日本だけではなく海外（アップルやグーグル、GE等）でも導入が進んでいます。

※ ネット・プロモーター®、ネット・プロモーター・システム®、ネット・プロモーター・スコア®及び、NPS®は、ベイン・アンド・カンパニー、フレッド・ライクヘルド、サトメトリックス・システムズの登録商標です。

【調査結果のサマリー】

◆製薬企業毎のNPS®とアクション量との間に強い相関関係

調査の結果、NPS®と製薬企業からの情報提供に対する医師の受容度を示す「アクション占有率」には強い相関関係があることが明らかになりました。NPS®は医師の様々なアクションに影響を与え、特に製薬企業が主催する「講演会」への参加に最も影響を与えるという結果になりました。またMR活動では訪問によるディテール以上に、メールでの情報提供がNPS®の影響を受けやすいことも分かりました。

現在、コロナ禍においてMRの訪問に制限がかかる中、メールなどのオンライン上の情報提供が増加しています。そのような中、医師はロイヤルティが高い製薬企業についてはオンラインでの情報提供を受容するものの、ロイヤルティが低い製薬企業については受容しない傾向がみられ、NPS®が相対的に低い製薬企業においては、これまで以上に自社の状況に則したマーケティング戦略の構築が必要になるものと考えられます。

◆医師の情報取得の志向性は「専門情報重視派」「対面重視派」「メール重視派」に注目

今回の調査では、医師ごとのアクション別の重視度から、講演会や医療情報メディアでの情報取得を重視する「専門情報重視派」と、MRからの対面での情報を重視する「対面重視派」、少数ではあるがMRからのメールやメルマガを重視する「メール重視派」に大別できることがわかりました。また「専門情報重視派」はさらに「Web重視派」と「(リアルな)講演会重視派」に分けられることもわかりました。

医師の志向性で大別されたこれらのセグメントごとに、その情報提供手法やその回数がNPS®に与える影響が大きく異なっています。例えば、「Web重視派」の医師にはMRディテールがNPS®を引き下げてしまう傾向も見られました。

今後は医師の情報取得の志向性をとらえたマーケティング活動を行っていくことが効果的であり、またその実践がMRの生産性向上の面でも重要であると考えられます。

▼調査結果の詳細はホワイトペーパー「製薬業界 NPS®調査レポート」をご覧ください：

<https://www.emotion-tech.co.jp/resource/2020/pharma>

<資料詳細>

全30ページ

- 1 調査概要
- 2 NPS®ランキング
- 3 製薬企業推奨度とアクション占有率の関係
- 4 重視タイプ別施策に対する受容度の違い
- 5 製薬企業別 施策の評価分布とNPSに影響を与える体験

【記事引用時のお願い】

本調査結果の引用・転載時には、必ず下記のとおりクレジットを明記いただけますようお願い致します。

- メドピア株式会社・株式会社Emotion Techによる共同NPS®調査、と明記ください。

■参考：医師専用コミュニティサイト「MedPeer」について

医師専用コミュニティサイト「MedPeer」は、薬剤のロコミや症例相談など、多様なテーマで医師同士が経験やナレッジを共有しています。全国の医師の「集合知」が、最適な治療法の決定をサポートいたします。



■参考：顧客体験マネジメントクラウド「EmotionTech」、従業員体験マネジメントクラウド「EmployeeTech」について

顧客体験マネジメントクラウド「EmotionTech」、従業員体験マネジメントクラウド「EmployeeTech」は、NPS®をはじめとした感情データを基に、顧客体験、従業員体験の分析・改善・マネジメント支援を行うクラウドサービスです。

▼サービスの詳細は以下をご覧ください：

「EmotionTech」 <https://www.emotion-tech.co.jp/service>

「EmployeeTech」 <https://www.emotion-tech.co.jp/service/employee-tech>

【メドピア株式会社の概要】

会社名：メドピア株式会社

所在地：東京都中央区銀座6-18-2 野村不動産銀座ビル11階

設立：2004年12月

代表者：代表取締役社長 CEO 石見 陽（医師・医学博士）

事業内容：医師専用コミュニティサイト「MedPeer」の運営、その他関連事業

URL：<https://medpeer.co.jp>

【株式会社Emotion Techの概要】

会社名：株式会社Emotion Tech

所在地：東京都千代田区平河町2-5-3 Nagatacho GRID 4階

設立：2013年3月

代表者：代表取締役 今西 良光

事業内容：感情データを収集し解析することで、顧客体験価値の向上をサポートする「EmotionTech」、従業員体験価値・エンゲージメントの向上をサポートする「EmployeeTech」を提供。正確な顧客、従業員の感情データの取得及び、特許を取得している独自の解析技術により組織課題の可視化と改善実行を支援。

URL：<https://www.emotion-tech.co.jp/>

本プレスリリースに関するお問い合わせ先

| | |
|---|--|
| <p>メドピア株式会社 経営企画部・広報担当 電話：03-4405-4905 メール：pr@medpeer.co.jp</p> | <p>株式会社Emotion Tech マーケティング部・広報担当 電話：03-6869-6865 メール：marketing@emotion-tech.co.jp</p> |
|---|--|