

事業プロセス別戦略

営業

コンサルティングとソリューションを軸に付加価値の高い情報提供を推進

執行役員
営業本部長

川上 泰利



基本方針

国内の医薬品市場は薬価制度の抜本改革などの影響により厳しい環境が続いています。さらに、「販売情報提供活動ガイドライン」導入によって、MR活動に関する規制も厳格化しています。このような環境下においても、営業本部では、国内の売上収益3,000億円の維持をめざし、当社の成長基盤を支えていきます。

2019年度には、2018年度に重点方針として掲げた「エリアマーケティング」「デジタルマーケティング」「処方提案力の強化」をさらに進化させ、「既存領域プレゼンス最大化」と「新薬上市への準備」を推進します。

2018年度の総括／2019年度の取り組み

2018年度の成果のひとつは、「エリアマーケティング」の推進によるシェアアップです。全営業所に配置したエリアマーケティングプランナー（AMP）が中心となり、エリアごとに戦略を立案・実行することで、糖尿病・腎領域のカナグル、テネリア、カナリアのシェアアップを実現しました。また、「デジタルマーケティング」では、拡大する顧客の

マルチチャネル化に対応するため、医療関係者向けサイト「Medical View Point」と、デジタルツールを効果的に活用したMR活動によって、医師評価が前年の20位から8位に大幅にランクアップ^{*1}しました。最後に、「処方提案力の強化」に関しては、ニーズに合った質の高い情報を提供することで、免疫炎症領域のレミケード、シンポニー、ステラーラがシェア1位を維持^{*2}し、また、糖尿病領域においてもMR活動評価が前年の7位から6位へと上昇しました^{*3}。

2019年度は、「販売情報提供活動ガイドライン」や「医療従事者の働き方改革推進」の影響を踏まえ、従来にも増して限られた時間のなかで付加価値の高い適正な情報提供が必要になると認識しています。免疫炎症領域においては、本年5月に患者さんの安全性と有効性の向上につながるシンポニーのオートインジェクター製剤を新発売し、同製剤の早期の市場浸透を図るべく活動を強化します。また糖尿病・腎領域では、国際学会で発表されたカナグルのグローバルエビデンスとなるCREDESCENCE試験を適切に医療関係者に浸透させていきます。この領域における当社のプレゼンスを高めていくことで、2020年度に上市予定のHIF-PH阻害薬「バダデュスタット（MT-6548）」の

販売へとつなげていく方針です。

また、これらの情報提供活動を確実に遂行するために、デジタルでの接点拡大を図っていきます。多様化するニーズにシームレスに応えるために、デジタルとリアル（面会での情報提供）を融合させた「オムニチャネルへの進化」を進め、業界をリードするデジタルマーケティングを実践していきます。さらに、MR一人ひとりの専門性向上を通じて、疾患の進行なども考慮した最適な治療提案を行う「コンサルティング営業」や、医療施設や介護施設などの地域ネットワークの構築を通じて各地域の医療ニーズに応える「ソリューション営業」を加速するなど、MR活動をさらに深化させていきます。

※1 「MCI マルチメディア白書 2016冬号-2018夏号」による。

※2 「IQVIA データ」による。

※3 「マクロミルケアネット 2018年度調査」による。

中長期の展望

当本部の中長期視点での最大のミッションは、持続的成長に向けた「成長戦略」と「収益戦略」の展開です。

「成長戦略」に関しては、開発パイプラインを見据え、重点領域における更なるプレゼンス向上に努めます。

「収益戦略」に関しては、最適な組織構造をめざした改革を進めるとともに、働き方改革・競争力強化に向けてRPAなどを積極的に活用した業務生産性の改革を進めることで、成長投資のための原資確保に貢献していきます。

株主・投資家へのメッセージ

近年の事業環境は大きく変化しており、営業活動に関するリスクとして、薬価制度の抜本改革やジェネリック医薬品、バイオシミラーの使用促進、医療機関の訪問・プロモーション規制の厳格化などが挙げられます。このような急激な変化に対処するためには、各々の従業員が明確なゴールを意識し、必要なチャレンジを機敏に実施する組織が必要です。また、そのような組織風土をつくり上げることは、重要な役目であると考えています。そして、マテリアリティのひとつである「製品の適正使用の推進」に取り組み、当社の強みである重点領域におけるプレゼンスの強化や、市場ニーズに即した情報提供活動の推進を通じて、今後も1人でも多くの患者さんの健康に貢献し、社会から信頼される企業であり続けたいと考えます。



営業本部製品育成部
小児科領域西日本推進グループ
チームリーダー

十河 美緒

小児科医のニーズにマッチした最新情報を提供できる仕組みづくりへ

入社以来、MRとして情報提供活動に従事した後、本部スタッフとしてワクチンに関する営業活動方針の検討や販促資材の作成に携わってきました。これらの経験を活かし、現在は2018年10月に新設された小児科領域に特化したMRグループに所属し、小児科医への訪問活動のほか、私を含めた6人のチームのリーダーとしてメンバーの支援も行っています。

高い専門性を発揮し、小児科医はもちろん、医療従事者、患者さんからの信頼を獲得することで小児科領域における圧倒的なプレゼンスを確立することが、私たちに課せられたミッションです。小児科領域では、情報の鮮度が何より重視されるため、常に専門知識をブラッシュアップしておく必要があります。情報提供の際にもさまざまな工夫をするなど、常に緊張感と責任感、そして誠意を持って取り組むようになっています。

また育児と両立している女性社員も多く、「働き方改革」もチームリーダーの重要なミッションです。既存の営業スタイルにとどまらず、効率性はもちろん、実効性の高いアプローチ法の確立に向けた取り組みも積極的に進めています。医師に情報発信を行うメールシステムZEUUSの導入もそのひとつです。このシステムを用いることで、担当する小児科医一人ひとりに合わせて情報をカスタマイズすることができ、より必要とされる情報提供を実現させています。また、遠隔地でそれぞれ担当エリアを持って活動するチームメンバーとはITツールを活用して会議を開くなど、コミュニケーションの効率化にも努めています。

子どもたちの健康を支えることは、まさに日本の未来をつくることでもあると考えています。さらに、当社が小児科領域で展開しているワクチン事業は、疾病予防の観点から医療費抑制などの社会貢献にもつながるもので、そのような社会的にも意義ある事業の一翼を担えることは、私にとって誇りであり、大きなやりがいを感じています。