2017-07-24

**陳如月**

**JAPhMed調査一家公司平均25位MSL 持續摸索業務與評價**

 具備精湛的醫學·科學知識，擔負制訂關鍵意見領袖的管理和醫學策略的醫藥學術專員（Medical Science Liaison，簡稱 MSL）逐漸增加存在感。

 根據日本製藥醫學會（The Japanese Association of Pharmaceutical Medicine， JAPhMed）在 7月1日年度大會上發表的一項調查結果，在日本設有據點的藥品公司每家平均MSL人數約25位，比2011的調查增加了2.2 倍。雖然可以看出它已穩步確立為一個職稱，但也很明顯，負責的業務正在逐步改變。也包括評量指標，各公司還在持續摸索。

**每一公司MSL人數 6年增加2.2倍**

 7月1日，在東京日本橋召開的JAPhMed年度大會，該學會的醫學事務部會(Medical Affairs，簡稱MA) 發表以在日本設有據點的藥品公司為對象所進行的MSL相關調查的結果。

 這項調查每兩年舉行一次，這是第四次。今年在4月19日～5月19日，針對47家藥品公司為對象進行，獲得19家日本國內公司12家外資公司共31家公司回答（回答率66％）。

 根據JAPhMed的定義，MSL是「從產品的銷售活動的職種獨立出來，具有醫學和·科學的高度專業性·學術知識，在公司外部和公司內部，從醫學的·科學的面向促進產品的合理使用·產品價值最佳化的職種。」在日本國內，外國公司努力已經先實施，但在資訊提供日益複雜和研究贊助透明化的必要性背景下，加速了日本國內公司設立MA部門。主要負責MA部門業務的MSL人數也越來越多。

**人數最多的公司有110人**

 根據這次發表的調查結果，隸屬於有回答的企業的MSL每1公司有24.8人。比2015年的上次調查增加0.8人，是2011年首次調查11.4人的2.2倍。雖然尚未揭露公司名稱，MSL人數最多的企業已經上升到110人，其次是62人、52 人、50 人。

 各公司在日本國內MSL人數對MR人數比率最高的公司是25％，平均為4.1％。從2015年(2.2%)起大體上倍增，而從2011年起增加3%。雖然MR人數在減少，但我們可以看到作為一個新的資訊支援者，MSL正在增加其存在感。

 MSL所屬的部門以MA部門65.7%最多，次多的是研發部門20.0%。只就日本本國企業來看，2015年回答研發部門的公司超過40％，這次減少到22.2％。從這樣的數字也明白在日本本國企業也MA部門的設立正在進展中。許多回答問卷的企業也回答稱，計劃在未來增加MSL的人量。無庸置疑這將加速普及。

**高漲的「醫學策略關聯業務」的重要性**

 雖然MSL人數增加的趨勢增強，但MSL的業務內容對每個公司來說都有很大的不同。聽取也調查MSL的角色和職責範圍，如下圖歸所示，歸結半數回答「MSL主導，並且承擔責任」。

 回答MSL主導·責任的企業最多的業務，是想法領袖(Thought Leader，TL)和關鍵意見領袖(Key opinion leader，KOL)的管理。次多的是從TL / KOL獲得的資訊回饋給公司內部。其他依序是：收集和解釋未滿足的醫療需求、規劃和實施的醫學顧問委員會、向外部客戶提供醫學．學術資訊。

 「醫學顧問委員會的規劃和實施」與「醫學策略的制定」在2015年的上次調查中，回答MSL的主導·責任的企業低於一半。另一方面，上次調查超過一半的「收集最新醫療資訊並提供給內部相關部門」與「對醫師的自主研究提供諮詢和建議」這次調查回答占50%。可以看到MSL的角色也在不斷變化，重視醫學策略相關業務的趨勢。

**具Ph. D者的採用增加**

 MSL角色的變化也反映在MSL本身的學位和經歷上。採用Ph.D作為MSL的企業在前一次的調查有18.8%，相較於此，這次調查超過了30%。特別是外商公司超過40%採用Ph.D。進一步調查公司MSL的外部背景，也有大學 (學界)、研究機構和醫院等。未來計畫增加 MSL的公司中，除了具藥師資格的人增加外，日本本國企業尋求醫學博士或藥學博士變多了。

**評量指標是在不斷摸索**

 獨立營業部門之外，沒有銷售額目標的MSL的績效是用什麼指標做評量呢?

 詢問回答問卷調查企業MSL的KPI（關鍵績效指標），最多的是「KOL的拜訪次數」。另外，回答「KOL對提供資訊的反饋」的企業也多，採用與KOL相關指標的企業也不少。這在日本本國企業和外商之間也存在差異。日本本國企業有的回答：臨床研究支援數量、新KOL的發掘數量以及論文投稿數量。外商很多是把學會·活動的支援數量放在KPI裡。

 其他回答包括：「外勤比率」、「與醫師會面時間」、「為建立與醫師的關係的計劃和成果」、「洞見數」、「與KOL的合作程度度」。看得出來各企業正在不斷摸索KPI。

※　　　※　　　※

 隨著全球行銷倫理規範越趨嚴格，外商在台灣聘僱專職或派遣MSL越來越多，也增加了醫師對於MSL的認識。MSL和產品經理與MR的職責區分、合作、資源分配以及彼此資訊分享的規範經常是各公司的一大課題。MSL的教育訓練課題也不少。

 JAPhMed在年度大會宣布以各公司的MSL內部系統運用認證制度，制定MSL的新的教育課程。隨著越來越多的製藥企業關注MSL，有必要確立MSL的功能，提高品質。

–End–